



جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم العلوم السياسية



سياسة حماية المستهلك

في ظل شفافية الممارسات التجارية

دراسة حالة المديرية الولائية للتجارة

بولاية الوادي لسنة 2020/2019

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم السياسية

تخصص: سياسات عامة وإدارة محلية

إشراف:

د/ الهادي دوش

إعداد الطالب:

محمد كامل يعقوب

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

حديث شريف

عن إسماعيل بن عبيد بن رفاعة عن أبيه عن جده انه خرج مع رسول الله ﷺ إلى المصلى فرأى الناس يتبايعون فقال « يا معشر التجار فاستجابوا لرسول الله ﷺ ورفعوا أعناقهم وأبصارهم إليه فقال إن التجار يبعثون يوم القيامة فجارا إلا من اتقى وبر وصدق . « أخرجه الترمذي وابن ماجة وابن حبان وهو حديث صحيح

الإهداء

إلى رب العالمين

الحمد لله الذي خلقني ورزقني وأطعمني وسقاني وعلمني ما لم أعلم إنه ربي و إليه أهديه هذا العمل فأرجو منه أن يتقبله مني وأكون فيه صادقا ومخلصا إن شاء الله .

إلى الرسول الأعظم محمد ﷺ

الذي أرسله رب العالمين و مازلنا به نحيا الحياة الطيبة فأشواقنا إليه كبيرة جدا فاحشرنا معه بقدرتك يا أرحم الراحمين ولذلك سرت على منهجك فكتبت ما جاءت به أناملتي حتى أكون قدوته فله مني ما قدمت.

إلى أمي وأبي

كل الناس قد تنسأك وتلاطمك الأمواج من كل حذب وقد يجرفك السيل المنهمر إلا أمك فلن تتخلي عنك أبدا ولن تبيعك، ولو دفعوا لها الدنيا كلها.

مهما قيل عن الأبوة وان شئت دع الزمان يترصب بك فإنك لن تجد إلا أباك الذي وإن خيب ظنك أحيانا فإنه يريد أن تكون شيئا مذكورا فقط.

إلى زوجتي

النساء مدرسة قدسية جميلة جدا والأجمل ما فيها أن ترعاك زوجة كأنها شمس والناس كواكب تحترق من أجلك حتى تتوسد النجاح. أنها رمانة القلب صليحة بن واعر.

إلى أبنائي

إن رأيت في السماء رعدا أو برقاً أو خسفاً أو شيئاً من المعصرات فلا تبتئس أبدا ما دام فلذات الأكباد تنفطر السعادة من قلوبهم فتنسى الآهات والأناة أنهم أبنائي بلقيس وسجوا وماريه واحمد الماحي ومحمد الحارث .

إلى رئيس الجمهورية

إلي من أراه قدوة في المكرمات والبطولات انه رئيس الجمهورية عيد المجيد تبون

إلى وزير التجارة

إلى ذاك الملحمة الأخلاقية والعلمية والعملية الذي جاء من اجل ترسيخ الأخلاق الحميدة في عالم المال والتجارة انه كمال رزيق وزير تجارنا

إلى كل أولئك الذين كتبوا دموعهم دهورا ومزقوا أفئدتهم قهرا وتمرغوا الليل معاشا والنهار لباسا ليكونوا رقما صعبا في دنيا الناس.

شكر و عرفان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"ولئن شكرتم لأزيدنكم"

نشكر الله عز وجل ونحمده الذي وفقنا وسددنا لأداء هذا العمل المتواضع
"ومن يتوكل على الله فهو حسبه"

بادي ذي بدئ اشكر ربي الذي علمني ما لم أعلم ورزقني طيب القول والعمل.

ومن أراد الحياة فعلا فعليه بوادي سوف فهي لقرطبة في الأندلس ، تعج بالطموحات
والنجاحات ، فلذلك شكرا لكل من منحني فكره وماله وجهده لأكون للعالمين قلبا منيرا وعقلا
جميلا.

وإلى أستاذي الفاضل بالخصوص الذي أحسن صناعتي و أفادني علما..فكنت إن شاء الله كما
يريد. انه الدكتور محمد دوش

وإلى كل عمال وأساتذة الجامعة وكل من ساهم في إعداد زبده أفكارى ولا سيما مديرية التجارة
بالوادي وكل موظفيها وعلى رأسها السيد المدير أمدور الشريف الذي لم يبخل عليا أبدا ما
كنت أريد تحقيقه جزاه الله كل خير.

كما أتقدم بالشكر الجميل لأعضاء لجنة المناقشة التي أرادت أن تنير لي دريا بالتفوق والنجاح فكانت
لي بحرا فتعلمت منها كيف أقاوم الهزات وأتمتع باللذات لأنتج عملا بديعا يؤتى أكله كل حين.
وفي هذا المقام ، لا يمكن نسيان أبدا من كان سببا في دعمنا ماديا ومعنويا ، من حيث الاخراج والتنظيم
والجمال ، انه صديقنا المخلص ، مرتضى بوخلوة.

والى كل موظفي القسم الاقليمي للتجارة بتقرت الذين أفادوني بالأفكار الجديدة النافعة، في مقدمتهم،
شهرة جباس ، خيرة هامل ، يمينة برقيقة ، محمد الامين بن عبد الحفيظ ، نعيمة يعقوب ، صليحة
باشي ، دليلة بلحسن ، حياة بلخرفي ، عامر بن عوالي ، عبد اللطيف غيلاني ، أسماء لعمرات ، ، نوال دبة.

مقدمة

تمهيد : الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و الصلاة والسلام على نبي الرحمات وبعد إن الإحاطة بمحتويات سياسة حماية المستهلك في ظل شفافية الممارسات التجارية في ظل القانون 04-02 تقتضي أن نحدد موضوعه ونحصر أهميته ثم نطرح الإشكالية التي تفي الغرض المناسب نظريا وتطبيقيا ، وعندها سنتعرض إلى الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع ،مما يجرنا إلى وضع المنهج العلمي الذي يسير لنا عملية البحث فيقودنا إلى استخلاص الأهداف التي توخيناها على ضوء الدراسات السابقة، مع تحديد أهم الفرضيات المعالجة لهذا الطرح ، ثم ذكر الصعوبات التي واجهتنا أثناء البحث ، لنصل إلى اقتراح خطة منسجمة تشمل الأفكار والعناصر الرئيسية له، وهو على هذا النحو الآتي :

أولا :أهمية الدراسة :

إن الجزائر كغيرها من الدول تأثرت كثيرا بالتحويلات السياسية والاقتصادية التي شهدتها العالم فقد أضحت دولة متدخلة بعدما كانت حارسة وهذا ما بات جليا من خلال التوجهات الجديدة في المنظومة الاقتصادية من خلال عدة قوانين ومراسيم ولا سيما المبدأ الدستوري الداعي إلى حرية التجارة والصناعة طبقا للمادة 36

لذلك اتجهت الدولة الجزائرية رويدا نحو إقتصاد السوق فانفتحت على العالم الخارجي فوقت عدة اتفاقيات .ثنائية ومتعددة مع الدول فسعت إلى تحرير التجارة مبدئيا من بعض القيود التي يمكن أن تساهم في عرقلة النشاط الاقتصادي فدخلت في مفاوضات شاقة وطويلة وما زالت مستمرة مع المنظمة العالمية التجارة بالخصوص وإزاء هذا الوضع من التحويلات العميقة فتح الباب على مصراعيه لحرية التجارة فكان قوامها حرية العرض والطلب من خلال حرية المنافسة التي تؤهل الأعوان الاقتصاديين الولوج إلى عالم البيع والشراء اللامح دود لتحقيق أكبر قدر ممكن من الربح والشراء .

وإن من آثار هذا التصور تنوعت المنتجات الراقية "والمطورة جدا فسلبت عقول المستهلكين طوعا وكرها، إلا أنها في كثير من الأحيان تحمل بدور أضرارها وخطرها على صحة وعقل المشتري باعتباره الطرف الأضعف في هذه العملية التعاقدية

ثانيا: أهداف الدراسة :

- ابراز الاصلاحات الاقتصادية التي أقرتها الدولة الجزائرية في مجال حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة والدفاع عنها

- تسليط الضوء على قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال مبادئ شفافية المعاملات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين مجتمع الاستهلاكيين

- إبراز إعلام الزبون بالأسعار والتعريفات وكذا شروط البيع من شأنها ضمان الشفافية والتي لا تتم كاملة إلا بالتعامل بالفاتورة
ثالثا : أسباب اختيار الموضوع :

اخترت هذا الموضوع على أساس أنه حديث المفهوم نصا وتطبيقا ، مما جعله ذا قيمة علمية وعملية اتجاه المستهلك بالدرجة الأولى ، الذي خوله أن يكون من اهتمامات الدول فأنشئت لأجله الآليات والأدوات المناسبة ومنها المديرية الولائية المكلفة بالتجارة وكذا تلك النصوص التشريعية ذات الصيغة القانونية الصدفية تتناسب مع الحقوق القانونية للمستهلك لما يلحق به من أذى من طرف الأعوان الاقتصاديين.
ولذلك كان من قبيل الاهتمام اختيار هذا الموضوع الشيق والحساس ولقلة الدراسات المتخصصة حول دور المديرية الولائية في حماية المستهلك.

رابعا : إشكالية الدراسة :

بالرغم من الوعي الفكري الذي يشهده العالم إلا أن هناك بعض الأعوان الاقتصاديين غاياتهم المثلى السعي لتحقيق أقصى درجة للربح دون أدنى اهتمام بالمستهلك ،ناهيك عن وجود فئة من المستهلكين يتجهون نحو الأنماط الاستهلاكية المضرة.

ومن هنا جاءت دراستنا لإلقاء الضوء على الفهم الصحي والنفسي للمستهلك ومدى استعداده لتبني ثقافة استهلاكية حميدة إضافة إلى مدى الدور الذي يمكن أن تتأهل له المصالح المسؤولة مباشرة من حماية هذا المستهلك في زرع هذا النمط الحمائي.
بناء على ما تقدم يأتي هذا البحث لتناول هذا الموضوع بغرض التعرف على واقع حماية المستهلك بواسطة مديرية التجارة بالوادي من منطلقين أساسيين هما:

- إعلام الزبون بالأسعار والتعريفات .

- الفوترة

وهو ما يسميه قانون 02/04 مبدأ شفافية الممارسات التجارية، وذلك من خلال الإجابة عن الإشكالية الرئيسية التالية مامدى تحقيق سياسة حماية المستهلك لأهدافها في ظل تطبيق

مبدأ شفافية الممارسة التجارية؟ للإجابة على إشكالية الدراسة يجب علينا أن نجيب على الأسئلة الفرعية الناتجة عنها وهي كالآتي:

■ ما مفهوم المستهلك؟

■ ماذا يقصد بحماية المستهلك؟

■ ما هو الدور الفعال الذي تقوم به المديرية الولائية للتجارة بالوادي في حماية مبدأ شفافية الممارسات التجارية؟

■ ماهي أهم الآليات والأطر القانونية التي جسدها المشرع لحماية المستهلك؟

■ ماهي أهم الصعوبات التي تحد من الحماية الكافية للمستهلك؟

خامسا : فرضيات الدراسة:

الفرضية الأساسية :

- يمكن قياس مبدأ حماية المستهلك انطلاقا من شفافية الممارسات التجارية.

إضافة إلى الفرضية الأساسية يمكن اعتماد فرضيات أخرى فرعية.

- من مظاهر شفافية الممارسة التجارية إلزامية أعلام الزبون بالأسعار والتعريفات وكذا ضرورة تحرير الفاتورة.

- تشكل مديرية التجارة بالوادي الجهاز الإداري القادر على تجسيد مظاهر شفافية الممارسة التجارية.

سادسا : مناهج ومقتربات الدراسة:

استخدمت في ذلك المنهج الوصفي لكون أن الدراسة تستهدف بالدرجة الأولى الإجراءات

القانونية والجزائية لحماية المستهلك ، حيث تم إتباع هذا المنهج في وصف وتحديد مفهوم

المستهلك وكذا كيفية حمايته، بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة من خلال إبراز دور المديرية

الولائية للتجارة بولاية الوادي في حماية المستهلك، إنطلاقا من الإجراءات التي يقوم بها

أعوان الرقابة في مصالح مديرية التجارة لردع من يخالف النصوص القانونية، إضافة إلى

استخدام المقترح القانوني من خلال إبراز الآليات والأسس اللازمة في ظل القانون 02/04

المتعلق "بالممارسات التجارية".

كما تقوم الدراسة أيضا على المنهج التحليلي الذي يعتمد على جمع الحقائق والمعلومات

ومقارنتها والعمل على استخلاص أهم المبادئ والأسس التي ترتبط ارتباطا وثيقا بالموضوع

من أجل الوقوف على مدى اتفاقها أو خروجها على القواعد العامة ثم إبراز أهم المعالم الجديدة ، التي يمكن من خلالها إعطاء رؤية جديدة لمدى فعالية الترسانة التشريعية والجزائية لحماية المستهلك ودعمنا هذا المنحى بمؤشرات رقمية وإحصائيات رسمية من خلال استخدام المنهج الإحصائي المناسب لهذا الغرض.

سابعا : الدراسات السابقة :

باعتبار أن مصطلح حماية المستهلك لم يكن مفهوما قديما بل هو من الدراسات الحديثة التي تناولته عدة أطروحات ورسائل جامعية أما الكتب لم أجد لها أثرا ومنها:
-أطروحة دكتوراه، بعنوان: قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، من إعداد الدكتور أحمد يحي، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر ، باتنة 2016 والتي تقاطعت مع دراستي في موضوع حماية المستهلك من حيث مبدأ شفافية الممارسة التجارية.

-أطروحة دكتوراه بعنوان: حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة من إعداد الدكتور زعبي عمار، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، بسكرة، 2013.

ثامنا : صعوبات الدراسة :

بحكم أنني موظف بالمديرية الولائية المنتدبة للتجارة بتقريت وكذلك عملت بالمديرية الولائية للتجارة بالوادي بتاريخ 2 جويلية 2011 إلى 2014/12/31 فكان إنجازي لهذا العمل متميزا وجادا وقد وجدت تسهيلات كثيرة جدا من حيث المضمون والإمكانيات والوثائق اللازمة وكذا الإحصائيات الدقيقة في مجال الحماية المتعلقة بالمستهلك إلا أنه لا توجد دراسات قانونية من كتب ومراجع مهمة بدور المديرية الولائية للتجارة .

تاسعا: خطة الدراسة :

إن الخطة التي تعالج موضوع الدراسة ستكون محور بحثنا المتعلق بالدرجة الأولى بسياسة حماية المستهلك من خلال الدور الذي ستلعبه المديرية الولائية للتجارة من الناحية الموضوعية والإجرائية وما يمكن أن يؤدي إلى تطوير الشق الموضوعي للتأكيد على إتباع الوسيلة الرادعة لكل من تسول له نفسه استخفافا واستهتارا بصحة وحماية المستهلك سواء من جانب التقصير المهني أو الإداري المخول قانونا ، وكذا من جانب آخر من حيث تتبع

الإجراءات الإدارية المتوخاة من اقتراح بعض الغرامات وقرارات الغلق الإداري إذا وجد أن هناك مس بسلامة وصحة المستهلك .

وعلى ضوء ما تقدم ذكره فإنه يمكن تقسيم دراستنا إلى أربعة فصول ، إذ سنتطرق في الفصل الأول إلى الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك وتحوي مبحثين ، ففي المبحث الأول نتناول فيه مفهوم حماية المستهلك في القانون والفقہ وفي المبحث الثاني نتطرق إلى أسس حماية المستهلك في الإسلام أما الفصل الثاني نعالج فيه التزامات العون الاقتصادي في ظل شفافية الأسعار والذي قسمناه إلى مبحثين ففي المبحث الأول نتناول فيه حماية المستهلك قبل المرحلة التعاقدية ، أما المبحث الثاني سنخصصه إلى ضرورة الالتزام بالفوترة . أما الفصل الثالث إلى الآثار المترتبة من خلال إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته والذي بدوره يتضمن مبحثين ففي المبحث الأول يعالج فيه المعاينة والتحقيق في المخالفات المرتكبة، أما المبحث الثاني خصصناه إلى العقوبات الإدارية والجزائية المطبقة على المخالفات المرتكبة.

وأخيرا الفصل الرابع سنتطرق فيه إلى آليات تطبيق مبدأ شفافية الممارسة التجارية ويجوي مبحثين ، ففي المبحث الأول عالجنا فيه التقديم العام لمديرية التجارة لولاية الوادي، أما المبحث الثاني إلى نقد وتقييم لأدوار مديرية التجارة في مسألة حماية المستهلك . وأخيرا كانت الخاتمة والتي شملت على أهم النتائج التي توصلت إليها وكذا التوصيات والمقترحات التي تساعد على ترقية سياسة حماية المستهلك.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك

تمهيد :

إن مصطلح المستهلك حديث الظهور في ميدان الفقه والقانون على خلاف المجال الاقتصادي الذي يعتبره إحدى العمليات الاقتصادية المهمة جداً، باعتبارها مجموعة من الأهداف الإستراتيجية في هذا المجال التي تسعى بالدرجة الأولى لإشباع الحاجات، والمستهلك تبعاً لذلك فهو المقصود بهذه القيمة الاقتصادية، لكن القانون لا يركز على الاستهلاك المادي وإنما يعبأ بالسلوك الذي يتخذه عند اقتناء السلع والحصول على الخدمات.

على هذا الأساس فالمستهلك هو من يقوم بإبرام العقود من أجل الحصول على هذه الاحتياجات، ولذلك فمفهوم المستهلك يتسع كثيراً من وجهة النظر الاقتصادية وأما من جانبه القانوني، حيث يخرج من هذا المنحى الذين يقومون بتصرفات الاستهلاك المادية دون أن يفعلوها لدواتهم بإبرام العقود مثل أبناء المشتري أو من يعلوهم، فهؤلاء الأشخاص دائماً خارج الأطر المعترف بها في قوانين حماية المستهلكين، فتكون حمايتهم على نحو قواعد المسؤولية المدنية العادية، وهو الواقع الذي ألحت معه الحاجة للوقوف على تعريف محدد للمستهلك داخل هذا الإطار القانوني، خاصة أنه لم تعد مرونة مفهوم المستهلك مسألة في حاجة لإثبات، فالمقصود في هذا الاتجاه حماية مجموعة من الأفراد تبدو كبيرة نسبياً في ذات الوقت الذي تجاوز فيه هذا المفهوم حدود استخداماته، على نحو ضعفت معه القدرة على احتوائه حتى بات غير قابل للإدراك تقريباً¹.

المبحث الأول : مفهوم المستهلك في الفقه والقضاء .

لم يكن هذا المصطلح بارزاً لدى الفقهاء ولا في القانون وكذلك القضاء إلا منذ أوائل السبعينيات من القرن الماضي، ورغم الكم الهائل من التشريعات التي اهتمت بحماية المستهلك في العديد من المجالات فإنها لم تفصح عن تعريف قانوني مناسب مما خلق عديداً من الإشكاليات ولا سيما تلك المتعلقة بالضمانات التي يجوز منحها له، إلا أن ذلك لا ينقص من إمكانية رصد بعض المحاولات الفقهية التي قامت بهذا الدور، ومع ذلك

¹ حياة سالمى، «مبدأ شفافية الممارسات التجارية»، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة. 2015/2014، ص40.

فالتعريف كان جزئياً حيناً ، أو مختصراً أحياناً أخرى ، مما جعل هذه المسألة معقدة فأصبح على المستهلك حالة من الذهول والإهمال .

انسجاماً مع منهج البحث في هذه الدراسة سنتناول بعضاً من التعريفات للمستهلك في مطلب أول، ثم نحاول إظهار مدلولها من خلال تحليل عناصرها في مطلب ثان.

المطلب الأول: تعريف المستهلك في الفقه والقضاء

تباينت آراء الفقهاء بشأن مدلول المستهلك فكان لها تأثيراً مباشراً عند القضاء، أما نصاً أو تطبيقاً.

الفرع الأول: تعريف المستهلك في الفقه

ظهر في هذا المنحى اتجاهان رئيسيان:

1.الاتجاه الضيق: بمقتضى هذا الاتجاه فهو كل شخص يقتني أو يستعمل مالا أو خدمة لتحقيق هدف شخصي أو عائلي سواء تعلق هذا الاقتناء بالمنقولات أو العقارات دون أن يكون لهذا الاقتناء أي هدف مهني.

من خلال هذا التعريف فإن فئة المهنيين والتجار الذين يبرمون عقوداً لأجل أهداف تجارية لا ينظرون تحت هذا المعنى ، بل يحصرها في الشخص الذي يبتاع سلعة أو يحصل على خدمة بغرض إشباع حاجات شخصية لنفسه أو لعائلته.

2.الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك: يشمل فئات أخرى تلعب دوراً مهماً في تحديد دقيق لهذه العلاقة التعاقدية من أجل حماية قانونية شاملة لفئة المستهلكين.

ولذلك فمنهم من عرفه « بأنه كل شخص يتعاقد بقصد الاستهلاك وذلك كأن يقوم باستعمال أو استخدام مال أو خدمة سواء لاستعماله المهني أو الشخصي.»¹

وصفوة القول من التعريف الذي تم ذكره فالشخص الذي يعد مستهلكاً فهو كل من يبرم عقداً بغرض الاستهلاك الشخصي أو المهني، فالذي يبتاع منزلاً ليسكنه أو يتخذ مكتباً محاماة فهو كذلك.

¹ زهرة علاوة، « الفاتورة وسيلة شفافة للممارسات التجارية » مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران 2013 ص47.

ولكن ما يؤخذ عليه هنا التعريف أيضا أنه جاء مطلقا ولم يحدد نوعية السلعة أو الخدمة، لان ليس كل ما يباع صالحا للاستهلاك وليس كل ما يقدم يعد فعلا خدمة وسنعود إلى ذلك في التفصيل في أجزاء أخرى من هذا الموضوع.¹

الفرع الثاني: تعريف المستهلك في القضاء الفرنسي

لم يحسم الفقه مفهوم المستهلك مما أدى إلى جدال قضائي كبير في فرنسا فصدر القانون رقم 23/78 المؤرخ في 10/01/1978 المتعلق بالشروط التعسفية والذي من خلاله برز مصطلح «غير المهني»

والسؤال الذي يمكن أن يتبادر إلى أذهاننا هل غير المهني يعتبر مستهلكا أم هناك اختلاف بينهما؟

أولا:الاتجاه القضائي الذي اعتبر غير المهني مختلف عن المستهلك:

في قرار مؤرخ في 15 مارس 2015 عن محكمة النقض الفرنسية عن مفهوم غير المهني لا يتفق مع مفهوم المستهلك ، حيث يعتقد فقهاء هذا الاتجاه أن مصطلح المستهلك ملازما لكلمة مواطن على أساس من العلاقة التبادلية العقدية بين المؤسسات التي يحاول بواسطتها أن تشبع حاجاته الخاصة والعامة وقد تناول هذا المعنى عندما قال الرئيس الأمريكي كندی في خطاب له سنة 1962«كلنا مستهلكون»

وبالتالي فحسب هذا الاتجاه إذ يرى أن المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يحوز سلعة أو يضمن خدمة إذ طلبها بغض النظر أكانت لأغراض تجارية وأخرى شخصية، ولعل أبرز مثلا شهيروا في هذا، الفلاح الذي يبرم عقدا تأمينيا على إنتاجه الزراعي والتاجر الذي ينجز نظاما لإنذار في محله التجاري وكذا المحامي الذي يشتري أجهزة إعلام آلي وطباعة لمكتبه.²

ثانيا : الاتجاه القضائي الآخر

في ظل الاختلافات الفقهية حول مفهوم المستهلك فإن محكمة النقض الفرنسية أخذت بالمفهوم الضيق في مرحلة أولية على أساس أن«من يحق له الاستفادة من الحماية القانونية هو فقط من يبرم عقد الاستهلاك من خلال تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية».³

¹ - زهرة علاوة، المرجع السابق، ص50.

² - سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، مصر 2012، ص37.

³ - زهرة علاوة، نفس المرجع السابق، ص60.

«هو كل شخص طبيعي أو معنوي يملك بوصفه المستهلك النهائي للقيم المنقولة أو العقارية، سلعا أو خدمات ولا يعتبر من قبيل المستهلكين الأشخاص الذين يمتلكون أو يستهلكون سلعا أو خدمات بغرض إدماجها أو في عمليات الإنتاج أو التحويل أو التداول أو الأداء للغير من دون أن يكونوا المستهدفين أخيرا من تلك العمليات».

ثم بعد عام واحد انتبعت محكمة النقض الفرنسية مرة أخرى إلى رأي مخالف من خلال قصة الوكيل العقاري الذي اشترى جهاز إنذار لمحلته بوصفه مستهلكا عاديا الذي يكون في حالة الجهل ولذلك أقر المفهوم الجديد للمستهلك وهو المحترف المستهلك كالتاجر الذي يبرم عقد التأمين على العمل الذي يقوم به أو المحامي الذي يبتاع سلعا لمكتبه.

وعليه فمثل هذه الأنشطة قد صنعها القضاء الفرنسي على أنها نشاطات ذات صلة بالنشاط المهني لصاحبها الأمر الذي يجعل هذا الأخير يدخل ضمن مفهوم المستهلك.

وفي سنة 1995 أصبحت محكمة النقض الفرنسية تستعمل صيغة جديدة مضمونها: لايعتبر مستهلكا ولا يستفيد من قواعد الحماية الشخص الذي يبرم عقدا له علاقة مباشرة مع النشاط المهني¹

المطلب الثاني: تعريف المستهلك في القانون المقارن والقانون الجزائري

نظرا لدقة مفهوم المستهلك فانه لايمكن أبدا الحديث عن تعريف جامع مانع لهذا المداول ذا قيمة قانونية واقتصادية،ولذلك فقدأختلف بشأنه الفقهاء وشرح القانون

الفرع الأول:تعريف المستهلك في القانون المقارن

أولا: تعريف المستهلك في القانون الفرنسي

لم يتطرق قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر سنة 1993 لتعريف المستهلك، بل أشار إلى الأعمال التحضيرية فقال «الأشخاص الذين يكتسبون أو يستعملون الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني»

¹ عائشة خوجة، «مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري» مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الاجتماعي كلية ع س، جامعة سعيدة، سنة 2016، ص13.

ثانيا: تعريف المستهلك في القانون المصري

في قانون حماية المستهلك رقم 67 المؤرخ في 2006 بنص على أن المستهلك هو كل شخص يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية أو يجري التعامل والتعاقد معه بهذا الخصوص»

من خلال هذا التعريف يبدو أن المشرع المصري فقد تبنى الاتجاه الموسع والذي كرسه في الحلول القضائية الكثيرة، عندما يعرض عليه بعض النزاعات في هذا الشأن إلا أنه ما يعاب عليه لم يستطع القضاء المصري الخروج قيد أمثلة عن النهج البريطاني ،

ثالثا: تعريف المستهلك في القانون المغربي

إما المشرع المغربي فقد تناول مصطلح المستهلك في المادة 2 من القانون 31/08¹

كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني أو يستعمل لتلبية حاجياته غير المهنية منتجات أو سلع أو خدمات معدة لاستعماله الشخصي أو العائلي.

الفرع الثاني: تعريف المستهلك في القانون الجزائري

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بالجودة وقمع الغش للمادة 02/ق«المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الواسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به»

وكذلك القانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ا للمادة 3 ينص «المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به»².

وبالنتيجة لما تقدم فإن تحديد مفهوم المستهلك بصفة دقيقة سواء أكان تشريعا مقارنا أو

القانون الجزائري فإنهم يتفقون في عناصر محددة وهي:

- ❖ أن يكون الشيء المستهلك سلعة أو خدمة.
- ❖ أن يكون القائم بالاستهلاك شخصا طبيعيا.

¹- ينظر المادة 2 من القانون 31/08 تحديد تدابير لحماية المستهلك الصادر في 18 فبراير 2011 بموجب الظهير الشريف رقم 11-11003 المنشور بالجريدة الرسمية عدد 5932 نتاج 7 أبريل 2011

²- عائشة خوجة، المرجع السابق، ص18

❖ غرض شخصي أو عائلي ولأجل حيوان.

ولكن أود أن أضيف تعليقات مهمة جدا بخصوص ما جاء في مفهوم المستهلك ، لأنه بصراحة كل التعريفات جاءت على نسق علماني بحث دونما أخلفته بصورة سليمة لماذا؟ فمن خلال التعاريف تبين لنا أن المستهلك يمكنه أن يقتني أي سلعة سواء أكانت لا تخضع للمواصفات العلمية الصرفة أو من وجهة نظر إسلامية هل هي حلال أم حرام؟ فلو حللنا هذا التعاريف بصورة أدق فالحم الخنزير في أوروبا مباح وشرب الخمر مسموح ولحم القرود والكلاب والفئران محبوب عند أمة الصين ، أما نحن المسلمين فإله علمنا في القرآن الكريم ما يجب ان نأكله ولانأكله

ولذلك فالتعريف ليس كافيا، وان رضينا فنقبله على مضض أو إلى حين ، وللأسف الشديد المشرع الجزائري سريع الانبطاح للمعسكر الفرنسي فأنتج لنا تعريفا يعتقد أنه خالف الآخرين من حيث إضافة كلمة حيوان، ولكن ليس من إبداعه وإنما من وراء البحار. ولهذا يجب الحذر من أي تعريف قد ينجر عنه مآسي أخلاقية نحن في غنى عنها، لأنه إذا انبطحنا كثيرا أصبحت مستهلكاتنا مشكوك فيها ولا سيما المستوردة منها وخاصة التي تأتينا من الهند والصين وإيطاليا، فهذه الدول لا تتقيد بالأخلاق والعلم الصحيح ، فكل ما يهمها الربح السريع ولذلك ظهرت عندنا منتجات غريبة الأشكال كزجاجات الخمر المكتوب عليها كلمة حلال.

ولهذه الأسباب كلها فإن التعريف السليم للمستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة مقبولة علميا ومباحة على أسس شرعية طوعا أو كرها من أجل أغراض شخصية أو عائلية.

وهذا التعريف ما يجب أن يكون عليه الإنسان المسلم وليس مجرد مستهلك ، لأنه من يتعاطى المخدرات والمسكرات والخمور صحيح أنه مستهلك، و لكن ما قام به لا تقبله الشروط العلمية وتأباه الفطرة السليمة الإسلامية.

المطلب الثالث: تعريف العون الاقتصادي

في ظل التحولات العالمية الجديدة للاقتصاد الذي أبرز مفاهيم جديدة في المنظومة التشريعية للدول ترتبت عنه سياسة وطنية ودولية لإيجاد مناخ ملائم لممارسة الشفافية اللازمة للتجارة الحرة.

ولعل من أبرزها مفهوم العون الاقتصادي الذي ما انفك بدوره يرسم السياسات العامة لميزانية الدولة عندما تتعاط المؤشرات والأرقام والإحصائيات بغية تحقيق إستراتيجية ذات حكومة جيدة.

الفرع الأول: التعريف الفقهي لمصطلحي المهني وغير المهني وعلاقته بالعون الاقتصادي:
أولاً: المفهوم الفقهي لمصطلح المهني:

من الفقهاء قال «المهني هو الشخص الذي يعمل من أجل حاجات مهنته فيستأجر مكاناً أو محلاً تجارياً أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها ويمتلك المهمات والآلات ويؤمن على حرفته ويقترض الأموال لتطوير مشروعه»

ومنهم من قال «بأنه الشخص الذي يعلم دقائق السلعة أو الخدمة التي يتعاقد بشأنها مع المستهلك الذي يجهل خصائص تلك السلعة أو الخدمة ومكوناتها وغالبا ما يكون المهني في مركز القوة من الناحية الاقتصادية أو من ناحية ما يتوفر لديه معلومات فهو المدين بالالتزام بإعلام المستهلك»¹

ثانياً: التعريف الفقهي لمصطلح غير المهني:

طبقاً لنص المادة 7 من المرسوم رقم 464/78 المؤرخ في 24 مارس 1978 للقانون الفرنسي الصادر في 10 جافني 1978 «في العقود المبرمة بين مهنيين من ناحية وغير مهنيين من ناحية أخرى فإنه في مفهوم الفقرة الأولى من المادة 35 من هذا القانون تبطل الشروط التي يكون محلها أو أثرها العناء أو نقص التعويض القانوني لغير المهني أو المستهلك. وصفوة القول من نص المادة بعد فحصها الدقيق أظهرت لنا ما كان خفياً. إذ لم يصنف المهني وغير المهني في خانة واحدة، باعتبار كل مصطلح له دلالاته القانونية وتطبيقاته الواقعية.

الفرع الثاني: تعريف العون الاقتصادي في القانون الجزائري

لقد تناول التقنين الجزائري في المادة 3/ف7 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش «المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك»

¹ - عائشة خوجة، المرجع السابق ص23

وكذلك المادة 03/03 ف2 الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة «كل شخص طبيعي أو معنوي مهما كانت صفته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات»
 أما القانون رقم 02/04 للمادة «كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها»¹

من خلال التعريف الثلاثة فقد حصر المشرع الجزائري مفهوم العون الاقتصادي في الشخص الطبيعي سواء أكان تاجرا أو حرفيا يقدم سلعة أو خدمة للزبون طوعا أو كرها كذلك في الشخص المعنوي كالشركات والمؤسسات الاقتصادية التي تمارس نشاطا غير منقطع يهتم بالإنتاج والتوزيع والخدمات.

ولكن ما يعاب على هذا التعريف أن المشرع الجزائري في ظل العولمة الاقتصادية والهيمنة الأمريكية والجري وراء المنظمات العالمية للتجارة راح يتكيف مع مفاهيم القدرة دون النظر إلى مقدسات الوطن وتراه هل ربح فعلا أم حقق الخراب للبلاد والعباد؟
 في ظل النظام السياسي السابق والذي أذاق الشعب ويلات الفقر والإبادة الجماعية للأفكار والمبادئ فأنتج لنا منظومة تجارية غير ناجحة ولذلك يجب في أقرب وقت ممكن يعاد النظر في كثير من المديرين للتجارة، لانهم بصراحة من بقايا أدوات الفساد.

المطلب الرابع: النشاطات الخاضعة لتطبيق قواعد شفافية الممارسات التجارية

طبقا للمادة 02 من القانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل المتمم بموجب القانون 06/10 «يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج لما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي، على نشاطات التوزيع و منها تلك التي يقوم لها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ، ووسطاء بيع المواشي وبائعو اللحوم بالجملة وكذا النشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها العون الاقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية»²

¹-عائشة خوجة، المرجع السابق، ص27.

²-عائشة خوجة، المرجع السابق، ص29.

إذا من خلال هذه المادة القانونية فقد حصر النشاطات في الإنتاج والتوزيع والخدمات والصيد البحري والصناعات التقليدية التي يقوم بها العون الاقتصادي و هذا ما سنتطرق إليه من خلال الفرع الأول والثاني لهذه الدراسة

الفرع الأول: نشاطات الإنتاج والخدمات والتوزيع

أولاً: الإنتاج: ومعناه لغة أنتج الشيء أي أخرجه منه.

أما اصطلاحاً فقد بينته المادة المذكورة أعلاه من خلال أمثلة حصرية وهي :

- 1-تربية المواشي:كالأبقار والغنم والبعير وما تنتجه من أصواف وألبان ثم بيعها.
- 2-الأعمال الفلاحية :كالأسمدة والبذور والثمار والخضر والفواكه.
- 3-الصيد البحري: تربية المائيات كالسمك.
- 4-التصنيع والتحويل والتركييب: معامل التكرير وصناعة السيارات والدراجات ومواد البناء- وقطع الغيار الأجهزة الالكترونية.

ثانياً: الخدمات: هي كل المؤسسات والشركات التي تمارس نشاطاً خدمتياً مثل شركة

الاتصالات والتأمينات وقطاع السياحة والبنوك الخاصة والعامة¹

وبحسب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 09-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش

«الخدمة هو كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحق بالجهد المقدم أو دعماً له».

ثالثاً : التوزيع: هي العمليات التبادلية ذات الوساطة بين فئة المتدخلين (المنتج أو الصانع)

وكذا فئة الذين يستهلكون ما قام به هذا الأخير بواسطة عقد وكالة بعقد نقل البضائع

بالعمولة طبقاً للمادة 56من القانون التجاري،وإما أن يكون عن طريق عقد سمسة بين

الصانع أو المنتج والسمسار .

الفرع الثاني: نشاطات الاستيراد والتصدير و الصيد البحري والصناعات التقليدية

أولاً: نشاط الاستيراد والتصدير

هي كل السلع والمنتجات التي تدخل الحدود الوطنية أو تخرج منها ومتعلقة دائماً بعنصر

أجنبي وتتم المبادلة بواسطة المؤشرات المالية أو المقايضة.

¹ القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010، المعدل والمتمم للقانون 0402-المؤرخ في 23 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية ع46، الصادرة بتاريخ 18 غش 2010.

ثانيا: الصيد البحري:

طبقا للمادة 02 من القانون 01-11 المؤرخ في 03/07/2001 المتضمن الصيد البحري وتربية المائيات«كل عمل يرمي إلى استخراج حيوانات أو جني نباتات يشكل ماء البحر وسط حياتها الدائم أو الغالب ويوجد الصيد القاري الذي يتم في المياه العذبة والصيد العلمي والصيد التجاري والصيد الترفيهي والصيد الحرفي¹.

ثالثا: الصناعات التقليدية:

طبقا للأمر 96/01 للمادة 05«كل نشاط إنتاج أو إبداع أو تحويل أو ترميم في أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي ويمارس بصفة رئيسة ودائمة» من خلال هذا النص فهي كل الأعمال اليدوية والتقليدية التي يحيكها الإنسان بيديه أو بواسطة أدوات حرفية تساعده على انجازها بطرق جيدة كالمقاولات النسيجية والصناعات الطينية والخياطة.... الخ².

المبحث الثاني: مفهوم حماية المستهلك.

بوجه عام ترتبط فكرة الحماية بالدرجة الأولى بالمستهلك باعتباره هو المعني بهذا المقصد الاستراتيجي الذي ترسم له الدولة السياسات العامة الهادفة إلى بناء منظومة تجارية تتمتع بقدر كبير من الممارسات الشفافة.

ولذلك سنعالج هذا الموضوع بالتطرق إلى ماهية حماية المستهلك كمطلب أول ثم إلى أساليب حماية المستهلك في مطلب ثان **المطلب الأول: تعريف حماية المستهلك.**

ان هذا المصطلح لا يبدوا في البداية غامضا أو سهلا، لكن عندما نخوض فيه بالتحليل والتقييم فان الأمر يتطلب شيئا من الدقة والتنظيم حتى يمكن الوصول الحد أدنى من الاتفاق على بعض عناصر هذا المدلول القانوني.

الفرع الأول: المقصود بحماية المستهلك.

ترتبط كلمة حماية ارتباطا وثيقا بضمان الحقوق التي أرقق المستهلك حتى أضحى يعاني بشكل دائم من العديد من الأزمات الحادة، ولذلك فالمقصود بحماية المستهلك في هذه

¹ - أميرة حمزة، سميه بن عمارة، «قواعد شفافية الممارسات التجارية» مذكرة تخرج لنيل شهادة المستر في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية - جامعة 08 ماي 1945 - قامة 2015/2016، ص 18.

² - نفس المرجع، ص 20

الدراسة هو توفير الأمان له بمعناه الشامل ، أي بمعنى تحقيق مقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة من خلال تعظيم قدراته في التصدي للممارسات الضارة بمصالحه واتخاذ الإجراءات الكفيلة التي توفر له هذه الحماية إجمالاً في مختلف الاتجاهات»¹ وترتبط على ذلك فإن تحقيق مطلوبات هذه الحماية على ذلك النحو تستدعي التنسيق بين جميع الجهات القائمة على شؤون الاستهلاك وفق منظومة علمية وعملية تعمل على توفير الهياكل الأساسية لوضع سياسات حماية المستهلكين وتنفيذها.

الفرع الثاني: مجالات حماية المستهلك

أولاً: حماية الأمن الجسدي للمستهلك:

في ظل التطور الصناعي والتكنولوجي للسلع والخدمات اختفى الطابع التقليدي لاستخدامها وأضحى الحديث عن تلك المكونات الإشعاعية والكيميائية المتطورة التي تصيب الإنسان في جسمه مباشرة فتعرضه للأهات والأمراض من حيث لا يدري أصلاً والأمر لا يقتصر على هذا فقط ، بل إن جشع المنتجين وتدفق الثروة في أيديهم بأرقام مذهلة تعمدوا غش منتجاتهم باستخدام العديد من المواد ذات الخطورة الشديدة والسامة والمنتية الصلاحية بغرض تحقيق فائض أكبر للربح.

لذلك كان الاهتمام بوضع الضوابط والمعايير التي يجب أن تخضع لها السلعة عند إنتاجها وكذلك اعتماد التدابير المناسبة وبصفة خاصة التدابير القانونية وأنظمة السلامة لضمان الأمان في المنتجات وتحديد المواصفات التي تمثل الحد الأدنى الواجب حتى يتحقق عنصر السلامة للمستهلكين ، بالإضافة إلى إيجاد نظم فعالة لسحب المنتجات التي تظهر خطورتها بعد طرحها في الأسواق مع أخطار وإعلام جمهور المستهلكين بذلك»²

ولذلك على المشرع الجزائري ألا يكون رحيماً فيمن يتعمدون صناعة السموم واستخدام المواد المحظورة عالمياً والتي تسبب الموت الحتمي البطيء أو السريع فيتخذ كل الأساليب القانونية التي تردع هؤلاء الفاسدين والمارقين على حدود فطرة الإنسان وذلك بتكليف هذا السلوك الإجرامي إلى جنائية والتي توجب القصاص العادل.

¹ عبد الله عبد العزيز الصعدي، الأهمية الاقتصادية لتشريعات المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها، جامعة الإمارات ع م - خلال الفترة من 06 / 12 / 1998، ص 2.

² عبد الله عبد العزيز الصعدي ، نفس المرجع ، ص. 44

لأنه إذا نص عليها القانون فعلا فلا يمكن أبدا أن يتناول العون الاقتصادي على المستهلك فقد قال تعالى «ولكم في القصاص حياة يا أولى الألباب»

ثانيا: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

وبوجه عام يعني تمكين المستهلكين من الانتفاع الكامل بالسلع والخدمات من خلال مواردهم المالية وحمايتهم من أشكال الممارسات التي تسبب أضرار بشؤونهم الاقتصادية.

«ذلك لأن المستهلك عندما يبتغي أن يحوز سلعة فإنه يريد الانتفاع بها مقابل دفع مبالغ

مالية في ذلك ولا ينتظر أصلا الخسارة ، ولذلك فالمصالح الاقتصادية للمستهلكين تتأثر

بصورة مباشرة لدى تخلف أي من هذه العناصر أو تعرضها للضغط، وبصورة غير مباشرة

عندما تقل فرص الاختيار أمامه بين هذه السلعة وبين ما يماثلها في السوق»¹

وتبعا لذلك فهذا النمط مرتبط بوجود منافسة شفافة ونزيهة بين المنتجين ، لما لها من آثار

إيجابية في إنتاج السلع وتقديم الخدمات بصورة جيدة وبأقل تكلفة وبضرورة ربطها بمعايير

الجودة والسلامة من طرف الجهات المختصة.

وفي هذا المقام شهد العالم بأسره وباء لكونا ابتداء من شهر فيفري 2020 والذي بدأ في

الصين وقتل وما زال يقتل أكثر 400000 حالة مؤكدة ، وعن الجزائر بلدي أصيبت بهذا

الجندي الفتاك الذي لا يرحم ، فتجنبت جميع الجهات لمواجهته ولا سيما

رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون الذي أمر كل المعنيين بالوقاية من هذا الداء القاتل

فاستجابت لذلك وزارة التجارة لاتخاذ التدابير الفعالة للحيلولة دون تفاقم الوضع ، فأمر احد

مخلصيها وزير التجارة البروفيسور كمال رزيق بالضرب من حديد لكل من تسول له نفسه

أن يتلاعب بالأسعار المقننة مثل السكر والسميد والزيت .

وفعلا تم رصد كثيرا من المحاولات الخطيرة على مستوى الوطن، لكن أعوان التجارة كان لهم

وقعا أليما على المفسدين ولذلك أود في هذه النقطة بالذات ، وكان حريا بالأعوان

الاقتصاديين في هذا الظرف العصيب الذي تمر به الجزائر حماية المستهلك ، لكن طمع

النفوس وقلة الإيمان بالقدر خيره وشره سلب عقولهم وماتت قلوبهم حبا وطمعا في الدنيا

الفانية ونسو دار القرار ، وأقصد بالبعض بالطبع الذين نجدهم في السراء والضراء يذمنون

السوء والمكر والخداع والغش.

¹ - عبد الله عبد العزيز الصعيدي، المرجع السابق، ص 46.

ثالثا: حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك

إن سلامة وصحة المستهلك تكمن فقط عندما يشعر بأنه غير متقل بالضغوطات النفسية والإعلامية التي تجعله أحيانا يقبل على السلعة أو الخدمة دون إدراك وغبن كالإعلانات التجارية والتي غالبا تحمل في طياتها الكذب والبهتان والإغراء. وفي نفس المقام يجب أن تكون الإرادة بمنأى عن الممارسات التعسفية والعدوانية، الصادرة من المتعاقد الآخر والتي يعد من أوضح مصادرها تلك العقود التي تختفي معها قدرات المستهلك على مناقشة بنود العقد والتفاوض بشأن شروطه على نحو ينال من مصالحه بوجه عام»

وواقعا كثيرا ما يقع المستهلك ضحية عقود الإذعان مثلا فلا يجد أي حيلة للخروج منها خاصة التي تحتكر السلعة أو الخدمة كمؤسسات الكهرباء (سونلغاز) وكذلك وكالات¹ السياحة والأسفار المنتشرة عبر الوطن التي لحد الساعة تبرم عقودا تعسفية. لكن وزارة التجارة لا تحرك ساكنا اتجاهها ولا ندري لماذا؟ ، بالكاد أن يذهب أعوان التجارة لإجراء معاينات وتحقيقات، بالرغم من هذه المؤسسات المعنية بالرقابة حسب القانون تقوم بعقود تعسفية شديدة الوطأة على المستهلك، فمثلا إذا أراد أي شخص أن يذهب للعمرة فتطلب منه التوقيع على بنود العقد وهي من جانب واحد أي إذا أرادت هذه المؤسسة إلغاء الرحلة فترجع للمتعاقد المبلغ الذي دفعه فقط، أما إذا كان الإلغاء من طرف الزبون فترجع له نسبة معينه قد تكون 70% إلى 80%.

وهذا هو العقد التعسفي، كان من المفروض إذا ألغيت الرحلة من طرف الوكالة فيجب تقديم التعويض عن التأجيل أو الإلغاء مضاف إليه المبلغ المدفوع وهذا طبقا لبنود القانون 04/02 المتعلق بنزاهة الممارسات التجارية.

وكذلك إذا ذهبنا إلى مؤسسة سونلغاز فهي كارثة أخرى لا يدركها الكثيرون، أنت أيها الزبون مجبر بالدفع الفوري لفاتورة الكهرباء في خلال 15 يوما، وإلا ستقطع عنك هذه الخدمة ولكن السؤال الذي يمكن طرحه ماذا لو وقع انقطاع الكهرباء فجأة وتسببت في تلف بعض الأجهزة الكهربائية؟

¹ - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية مصر، 2004، ص45.

كان من المفروض على الشركة تعويضك عن الخسارة، لكن للأسف الشديد هذه المؤسسة لا تفقه في العقود التعسفية في الحقيقة. وهذه المعاملات غير القانونية نجدها أيضا في البنوك المنشأة حديثا وكذلك في وكالات بيع السيارات ، لكن ما يحز في نفسي كثيرا أن هذه السلوكيات التجارية تعد جريمة ويعاقب عليها القانون إلا أن أعوان التجارة في اعتقادي لم يتجرأ واحدا منهم أن يقوم بتحرير محضرا واحدا اتجاه سونلغاز ولا حتى هذه البنوك ربما ما عدا مؤسسات السياحة والأسفار في بعض الحالات .

واذكر ذات مرة أنني كنت أعمل بمديرية التجارة بالوادي فقام السيد عدائكة عبد الجليل بتحرير محضر مخالفة ضد إحدى هذه الأخيرة فكرم من طرف وزارة التجارة، إلا أنه عيب كبير أن لا يتسع ذلك إلى باقي الوكالات التي تنتشر في كل مكان دون أن يقوم أعوان التجارة بتحرير محاضر مخالفات ضدهم أو من ذا الذي يمنعهم من ذلك ؟ اعتقد جازما إنها أداة الفساد السياسي البوتقليقي الذي مازال راسخا في أذهان البعض فأعاق عملهم على أحسن صورة قانونية وواقعية.

رابعا: حماية فكر المستهلك وثقافته

المقصود بذلك إلمام مجموع المستهلكين بما قد يتوافر من معلومات حول السلع والخدمات وظروف السوق بوجه عام، الهدف أن يكون لديهم قدرا من الثقافة فيما يتعلق بالمسألة الاستهلاكية إجمالا وهو الاتجاه الذي يمثل أحد أساليب الإدراك للواقع الاجتماعي لما يشمل عليه من علاقات ونظم وفهم ما يدور من أحداث وما تعقبها من ردود أفعال متباينة على نحو تحقيق معه للوصول إلى المستوى¹.

المطلب الثاني: أساليب حماية المستهلك

تعددت هذه الأساليب بهدف حماية المستهلك بالدرجة الأولى أما علميا أو اجتماعيا أو قانونيا أو عمليا.

الفرع الأول: الحماية العلمية

«المقصود بذلك الدور الذي تساهم الجهات العلمية والبحثية المختلفة في تحقيق الحماية للمستهلكين من خلال القيام ببعض الأنشطة العلمية ذات الاتصال بالجمهور فيما يتعلق بأمور معيشتهم.

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 46/47/50

وبمقتضى ذلك توفير المرافق اللازمة باعتماد سلامة وجود وأداء السلع والخدمات الاستهلاكية والأساسية وفق معايير موضوعية وعلمية والإعلان عنها لجمهور المستهلكين وتنظيم الندوات وإلقاء المحاضرات بهدف التعريف بها. وبموجب ذلك الاهتمام بتحديد المواصفات القياسية وعلامات الجودة والأمان للسلع والخدمات بشكل يؤدي إلى توجيه إرادة المستهلك توجيهها صحيحا نحو الاختيار ذات الطبيعة الآمنة والمستوى الجيد، ذلك أن سعر السلعة لم يعد هو المعيار الوحيد الذي يدل على جودتها»¹. يعد هذا العنصر من أهم مقومات حماية المستهلك لكونه مرتبط بالسياسة العامة للدولة على وجه الخصوص الهادفة إلى تثقيف المواطنين من خلال وضع برامج موجهة ستتناول مواضيع متعلقة بالصحة ولاسيما المواد المشبعة بالمضافات الكيميائية والصناعية ومصدر إنتاجها وتاريخها ولا يأتي ذلك إلا إذا علم المستهلك علما يقينا من خلال دقة المعلومات والمواصفات والتي هي مسئولة بصفة مباشرة عن حماية المستهلك بواسطة منظومة وهيئات إدارية مؤهلة.

وبهذا الصدد أرى ضرورة تمكين بيوت الله ودور العبادة من إعادة تجديد الخطاب الديني من حيث المواضيع التي تذكر بالجنة والنار فقط إلى الخطاب الاجتماعي المختص بالمواضيع ذات الطابع التجاري ولا نستحي أبدا إن عدنا إلى كتاب الله وسنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم.

وكذلك على وزارة التجارة أخلقة جميع المديريات الولائية للتجارة ويكون ذلك بواسطة إجراء تجارب وبحوث علمية ميدانية للتحقق من سلامة المنتج وكذا فتح مديريات جديدة تسمى بالمديريات البحث العلمي في ميدان التجارة.

الفرع الثاني: الحماية الاجتماعية

ويظهر هذا النمط من الحماية بواسطة إنشاء وتكوين الجمعيات ذات الصلة بهذا الموضوع والتي عادة ما تتناول هذه الأهداف:

1. توعية المستهلك إلى السبل والوسائل التي تؤهله للمعرفة الصحية للسلع والخدمات.
2. خلق جسور التواصل بين أجهزة الدولة والسوق.
3. التنسيق وتكثيف الجهود والخبرات لتوفير البدائل المتنوعة للدفاع عن حقوق المستهلكين.

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص55.

الفرع الثالث: الحماية القانونية

أولاً: الحماية التشريعية: و يقصد بها تلك القرارات والأحكام والقوانين وجملة المراسيم التي تضمن حقوق المستهلكين وتحميه من مواجهة الأطراف الأخرى للنشاط الاقتصادي من منتجين وبائعين وموزعين.

ويتميز هذا الصنف بالطبيعة الوقائية، باعتبار أن النصوص القانونية تضمن سلفا المعايير التي يجب أن تكون عليها المنتجات وقياسات درجة جودتها على جميع المستويات مثل تنظيم المنافسة بين المنتجين وكذلك المنتجات العابرة للحدود وهذا ما كرسه فعلا المشرع الجزائري في عدة قوانين متعلقة بالتجارة وعلى وجه الخصوص القانون 02/04 وهو موضوع الدراسة الذي يتناول بالدرجة الأولى شفافية ونزاهة الممارسات التجارية .

لأنه بغير هذه القوانين لا يمكن مطلقا حماية المستهلك، شريطة أن تكون فعالة ولو كانت ناقصة في المضمون ، وحتى تكون كذلك فهي مرتبطة أصلا بجودة النظام السياسي برمته ومدى فعاليته مع أدواته التنفيذية والمتمثلة في اختيار نوعية الكفاءات الأخلاقية والعلمية، لأنه كم من إطار ذا شهادة عليا لكنه لص محترف وكم من مسئول تراه في الأخلاق عظيما وفي التسيير سقيما.

ثانيا: الحماية العملية:ولها مظهران:

المظهر الأول: الحماية التنفيذية

إن الإدارة هي الجهة الوصية وصاحبة الاختصاص الأصيل في تأهيل القواعد القانونية المتعلقة بحماية المستهلك،سواء كانت مركزية أم لا مركزية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، فعند القيام بهذه المهمة فلا بد من مراعاة التوازن بين كافة العناصر الفعالة في العملية الإنتاجية والاستهلاكية ، بعبارة أخرى التنسيق بين مصالح السوق والمنتج والتاجر والمستهلك من خلال الواجبات المفروضة على الإدارة بوجه عام ومنها:

- مراقبة الأماكن المخصصة للتوزيع والإنتاج.
- مشروطة وجود شهادات ذات المنشأ والصلاحية.
- الرقابة على المكونات والمواد الأولية المستخدمة في إعداد السلعة .
- الرقابة على توافر متطلبات الأمان والجودة في الحاويات والتعليق .

- الرقابة على البيئة المحيطة لعمليات الإنتاج والتصنيع وكذا كفاءة الإدارة المشرفة عليها.¹
المظهر الثاني: الحماية القضائية

بواسطة السلطة القضائية يمكن توقيع أشد العقوبات والجزاءات الذين يرتكبون عمدا أو سهوا وإهمالا المخالفات التي من شأنها الإضرار بصحة وسلامة المستهلك من السلع والخدمات، كتشميع المحل التجاري وحجز السلع والغرامات المالية والسجن، وقد يصل الأمر أحيانا إلى تطبيق حكم الإعدام إذا أدى الأمر إلى الموت المحقق.

المبحث الثالث : ملامح حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

لا يمكن أن نجد نهجا متفوقا في المبدأ والقواعد والأسس المنهجية التي تحفظ كيان وصحة المستهلك إلا في الشريعة الإسلامية التي جاء بها نبي الأمة محمد صلى الله عليه وسلم أرسله الله لنا رحمة للعالمين وسراجا منيرا للقلوب والعقول فأحيى بها عبادا كانوا يأتون إذا وهذا ما سنعالجه في هذه المطالب التالية:

المطلب الأول : الأسس الشرعية لحماية المستهلك

يرتكز عالم التجارة في الإسلام أساسا على الصدق في القول والعمل وبعدها يأتي الإخلاص ليكون السلاح الأمثل لمواجهة أي تصرف قد يضر بسلامة المستهلك إذا طبقت جملة من المفاهيم والقواعد وهي:

أولا : منهج التربية الإسلامية

إن الإسلام جاء ليظهر القلوب من الدنس والأحقاد والعقول من الريب والزيغ وسوء الأفكار فغرس فيه الحب والإيمان بين الإنسان وربه وبين العباد ليمنعه من ارتكاب الفواحش ما ظهر منها وما بطن لطمس كل معالم الجرائم الاقتصادية التي تمس بأمن وصحة المستهلك، فجعل له القرآن الكريم مرجعه الأول وثانيها سنة نبيه محمد صلى الله عليه وسلم، فلا شرقيه ولا غريبة، فقد قال تعالى «من يبتغي غير الإسلام دينا فلن يقبل منه»² وفي آية أخرى قال تعالى «ما خلقت الجن والإنس ألا ليعبدوني»³

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 58

² - سورة آل عمران: الآية «85»

³ - سورة الذريات: الآية «56»

بهذه الآيات يدرك الإنسان التاجر أنه في دنيا فناء، فلا تراه يغش ولا يخدع المسلمين، فيتحرى الصدق خشية عقاب الله في الدارين ورغبة أن يحشر مع الأنبياء والشهداء كما قال النبي الكريم محمد الله عليه وسلم

لذلك فهم الرعيل الأول من زمن النبي والتابعين وتابعي التابعين والمتأخرين هذا المعنى فأدخلوا غيرهم من العجم في دين الله أفواجا بفضل جهادهم وتجارتهم الصادقة، فهم كانوا دعاة لله، لا عرييد مال ودنيا وجاه.

أما اليوم وللأسف الشديد فالتجار يخرجون الناس من عبادة الله إلى عبادة الدنيا والدرهم، فأسال تاجرا عندما تذهب إلى بكين وطوكيو وباريس هل تحدث أهلها بدين الله؟ فذاك قليل جدا، فنجد احدهم تاجرا من عشرين سنة أو ما يزيد لم يعلم فردا من الكفار شيئا يسيرا مما تعلمه من مجالس الذكر والقرآن، فكيف له أصلا أن يحمي صحة المستهلك، بل تراه يدافع دفاعا شرسا عن الربح فقط.

وهذا هو السبب الجوهرى الذي جعل الدولة لم تستطع الآن أن تكبح رعونة الأعوان الاقتصاديين، بالرغم من الترسانة القانونية، لكنها كالعير في البيداء وهي تشكوا ظمأ والماء محمول فوق ظهورها ولذلك لزم على المشرع الجزائري التفكير في إيجاد السبل الجيدة للتنمية الروحية للتاجر أولا قبل منحه سجلا تجاريا لممارسة نشاطه ولذلك حسب اعتقادي فتح مراكز تكوينية مدتها على الأقل عاما واحدا يتعلم فيها الشخص أصول مهنة التجارة من جانبها الديني ثم الإطار القانوني لها وبعدها إجراء تجارب وامتحانات تطبيقية يشرف عليها مختصين مؤهلين أخلاقيا وعلميا، لأنه بهذا الاعتقاد يمكن أخلة عالم التجارة.

ثانيا: الرقابة الذاتية

يحرص الإسلام على تنمية الدوافع الذاتية في الإنسان التي تمكنه من القيام بكل نشاطاته الاقتصادية والاجتماعية بفعالية دون أن أدنى تفكير في أذية الآخرين في السر والعلن إذا استشعر أن الله يراقبه في كل شأن فقد قال تعالى «وهو معكم أين ما كنتم»¹ وقال أيضا «ما يلفظ من قول إلا لديه رقيب عتيد»²

¹ - سورة الحديد: الآية « 4 »

² سورة ق: الآية «18»

ولذلك فإن المسلم الحق يشعر دائما بأن الإفلات من رقابة الدولة ممكنة أما رب العالمين لانجاة منها، فهذا يعد ظمانا وسلاحا حادا لعدم انحراف النشاط الاقتصادي للأعوان الذين يمارسون أنواع التجارة ، فلا غش ولا خداع ولا تزوير .

أما الآن فكثيرهم يتعمدون ليلا ونهارا وفي السراء والضراء وفي الأزمات، الخاصة لا يعرفون لطريق الحق سبيلا ، بل تراهم يتلاعبون في الموازين ويزيدون في الأسعار ويكذبون على المستهلك، ويجعلونه ذليلا ومسكينا و أسيرا.

ولا سيما هذه المدة من تاريخ شهر مارس 2020 عندما شهد العالم بأسره مرضى كوفيد 19 أو ما يعرف بكورونا. ومنها الجزائر، قيام كثير من التجار بالزيادة في هوامش الربح في السميد والفرينة دون رحمة للمواطن، دون خوف من عقاب الله.

والأغرب في ذلك، منهم من حج مرتين أو ثلاث واعتمر أربعة أو خمس ، وتراهم في الصفوف الأولى يصلون ويقبضون الأيادي ويسمونهم الناس بكلمة الحاج ، لكن إذا حضر المال غاب عندهم رب السماوات والأرض.

ثالثا:الصدق في القول والعمل

قال تعالى«يا أيها الذين آمنوا اتقوا الله وكونوا مع الصادقين»³

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم«عليكم بالصدق فإن الصدق يهدي إلى البر وإن البر يهدي إلى الجنة وما زال الرجل يصدق ويتحرى الصدق حتى يكتب عند الله صديقا وإياكم والكذب فإن الكذب يهدي إلى الفجور وإن الفجور يهدي إلى النار وما زال الرجل يكذب ويتحرى الكذب حتى يكتب عند الله كذابا»¹

ما حيرني في هذا الزمان أن الذي يكذب ويتحرى الكذب لهو الصادق الأمين ،الرجل المخلص والصالح الذي يستطيع أن يسود ويجود ، ويتقلد ويتمدد في شتى المناصب السياسية والإدارية، فكأن الله رضي عنه أما الذي يتحرى الصدق مغضوب عليه ، يقيد بالأصفاد والأعذار ، تفتح له أبواب جهنم والشر دربا ودربا.

ولعله ذلك فهو السر الدفين لعدم تمكن الدول العربية ومنها الجزائر من تطوير منظوماتها الاقتصادية لفساد النظام السياسي الذي بني على صروح النفاق والشقاق ، من رئيس يملأ

¹ - سورة التوبة: الآية«119»

3- رواه البخاري ومسلم ، رقم 2607/6094

بطنه ذهباً وفضة وكواعب من الخمر إلى مرؤوس يتملق وينهب أموال الشعب ، كما حدث للجزائر في فترة النظام البوتفليقي عندما دخل ثلثة من الفاسدين غياهب السجن جزاء ظلمهم ونهبهم أموال العامة بالملايير .

لا أريد أن أطيل في هذا الباب، لكنها الحقيقة المرة لأولئك التجار ولا أقصد كلهم ، ولكن كثير منهم عربيد كذب وبهتان في كل شيء إلا اللمم، من غياب للفواتير إلى زيادات مرهقة في الأسعار تم تطفيف في الميزان إلى شهادة الزور .

لذلك من جانب الدولة أن تحارب هؤلاء العابثين بالاقتصاد الوطني والذين يسببون أضراراً جسيمة للمستهلك من خلال تفعيل النصوص القانونية التي تجرم العمل المنسوب إليهم بواسطة رفع الغرامات المالية فيصبح الحد الأدنى ، على الأقل عشرة ملايين بدل 5000 دج، لأنه بهذا الإجراء يمكن التقليل من حوادث الأخطار المسببة لهلاك المستهلك المادية والمعنوية.

رابعاً: الوفاء بالعهود والعقود

قال تعالى «يا أيها الذين آمنوا أوفوا بالعقود»¹

قال الرسول صلى الله عليه وسلم «أية المنافق ثلاث، إذا حدث كذب وإذا وعدا خلف وإذا عاهد غدر»²

إن الإسلام يحرم الكذب إلا في ثلاث ، في الجهاد وإصلاح ذات البين و المتخاصمين ، لأنه طريق النجاة ومنحة الله لعبادة المؤمنين ومن يبتغي غير طريق الصدق يعيش أبد الدهر بين الشر .

فالإسلام يعلمنا الوفاء بالعهود والصدق في المعاملة ولا سيما ما كان متعلقاً بالذين يستهلكون السلع يومياً ويحتاجون إلى أن تقدم لهم الخدمات في أحسن صورة شرعية ولذلك فيجب على التجار اليوم بالخصوص تحري الصدق في معاملتهم التجارية من خلال اقتناء السلع أو تقديم الخدمات الشرعية والابتعاد عن أبواب الشبهات وتجنب الممنوعات والموبقات من دخان وخمر وألبسة مخالفة للشريعة الإسلامية والآداب العامة.³

¹ - سورة المائدة: الآية « 1 »

² - أخرج البخاري، كتاب الإيمان، باب علامة المنافق، رقم 33

³ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 50.

إنه لطامة كبرى أن نرى اليوم أيضا تاجرا في الصفوف الأولى وحج بيت الله الحرام لكن السلع التي يبيعها لا تليق بالذوق العام، سراويل منخفضة وأخرى مرقعة بدافع التحضر. وكذلك من يقدمون الخدمات كالحلاقين الذين يقومون ببعض التسريحات المحرمة كالزرق الذي نهانا النبي محمد صلى الله عليه وسلم عن فعله .
أليس هذا الفعل من الحديث الكاذب والغدر بالعهد مع الله والذي نعبد ونصلي له في اليوم خمسة مرات !

وهذا القول لمن يدعي حب الله ، و منهم لا يعرف المسجد إلا يوم الجمعة أو أيام العيد الأضحى والفطر .فذاك ادهي وأمر

خامسا: عدم أكل أموال الناس بالباطل

قال تعالى«ولا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل وتدلوا بها إلى الحكام لتأكلوا فريقا بين أموال الناس بالإثم وأنتم تعلمون»¹.

يركز ديننا الحنيف على المال الحلال من حيث مصدره وإلى أين يذهب؟ فالإسلام الغاية عنده لا تبررها الوسيلة مهما كانت، فلا يجب على التاجران يطلب قرضا ربويا من أجل إعانة الفقراء واليتامى وكذلك بناء مؤسسات استثمارية ربحية كالصناعات الجلدية وتركيب السيارات وفتح العيادات الطبية الخاصة وكذا مكاتب للمحاماة والموثقين.

فهذه المعاملات التجارية يحرمها الإسلام مطلقا، فمن اعتدى بعد ذلك فإنه يحارب الله ورسوله وعندها يمكرون ويمكر الله وهو خير الماكرين.

وعلى هذا الأساس جلس النبي محمد صلى الله عليه وسلم يعلم أصحابه دينهم فقال لهم سيأتي زمان كل الناس يأكلون الربا فقل له كيف؟
فقال في معنى حديثه فإن لم يأكلوه وأصيبوا بدخانه.

ولذلك في معاملتنا اليوم لماذا أصبنا بكثير من الأمراض وتفشى فينا الطاعون من الايبولوا والكوليرا وكورونا ؟ فهذا الأخير منذ شهر ديسمبر 2019 إلى هذا الشهر مارس 2020 لم يجدوا له حلا، إيران وحدها إلى حد الساعة ما يزيد عن 700 قتيل أما ايطاليا بلغت رقما خياليا إذ ما يقارب 5000 فردا يوميا أما الصين وحدها ما يزيد عن 6000 ألف ، والجزائر وصلت إلى رقم 200 حالة وعدد الوفيات إلى 700

¹ - سورة البقرة الآية «188»

والرقم لم يتوقف، ما السبب يا ترى؟

إن السبب الوحيد أردنا أن نحارب الله بالربا والزنا والكذب والغش في الميزان وتسميم المستهلك فسلط الله علينا هذا الداء المرعب وانه إحدى جنوده التي لا تقهر ، قال تعالى «وما يعلم جنود ربك إلا هو»¹.

وهذا السلوك الخطير مرده أيضا إلى أكل أموال الناس بالباطل بواسطة استيراد ما لذا وطاب من سلع وبضائع من بلاد الهند والسند والصين دون أدنى التزام بحدود الشرع ، فترى المستهلك المسكين يقتني ما تراه عينه طوعا أو كرها.

وإذا أردنا الخروج من هذا المأزق فعلى الدولة الجزائرية بالدرجة إغلاق جميع البنوك الربوية الخاصة والعامة وكذلك الكف عن الفلسفة والزندقة التي تدعيها بعض البنوك أنها تتعامل بمنهج الشريعة الإسلامية.

حتى البنوك الوطنية أرادت إبداعا اقتصاديا جديدا حسبته نهجا حسنا لكن ما هو إلا كالمسم في العسل، كيف لها أن تطلق فكرة أن الزيادة تدفعها الدولة ؟

فيا له من منطق فاسد، إن الربا مهما قل فهو حرام، فلا يهم من يدفعه وهو فكرة اليهود الذين أمرهم دينهم بعدم الصيد يوم السبت فراحوا يرمون شباكهم يوم الجمعة اعتقادا منهم أنها منجاة وحيلة، وما هي إلا مكر وخبث.

ولذلك فإذا أردنا تحرير التجارة فعلا وتنمية الاستثمار الحقيقي وخلق ثروة جديدة بيد المخلصين والصادقين وجعل الجزائر في منأى عن الأوبئة والأمراض المادية والنفسية تطبيق مفهوم الحكمانية العلمية كما يقول علماء العلمانية.

أما نحن المسلمين أقول تطبيق المنهج الإسلامي للصيارفة كتسيير البنوك على أسس المرابحة وإلغاء القروض الربوية ولذلك نجحت بعض الدول الإسلامية في هذا الميدان كماليزيا حتى بعض الدول الأوروبية بدأت تتهج النهج الإسلامي من حيث لا تدري .

المطلب الثاني: حماية المستهلك في مواجهة الممارسات غير المشروعة
الاسلام جاء لتنظيم الحياة التجارية على موازين العدل والحق،ولن يصبح هذا المعنى حقيقة الا اذا زالت هذه المعاملات التجارية:

أولا : الاحتكار: هو حبس الطعام أو غيره مما يحتاج إليه الناس إرادته أغلائه عليهم»

¹سورة المدثر الآية «31»

وقد روى عن معمر بن عبد الله عن النبي محمد صلى الله عليه وسلم قال «لا يحتكر إلا خاطئ»

وروى أبو هريرة ومقل بن يسار رضي الله عنهما قالا : قال رسول الله صلى الله عليه وسلم «يحشر الحاكرون وقتلة الأنفس في درجة ، ومن دخل في شيء من سعر المسلمين يغلبه عليهم كان حقا على الله أن يعذبه في معظم النار يوم القيامة»¹

هكذا الإسلام لا يؤمن مطلقا بالفكرة القائلة الغاية تبرر الوسيلة ، بل تراه يهول من يجرم في حق المستهلك ويجعله في درجة النار مع القاتل تماما لأنه احتكر طعام المسلمين فالذي يخشى الله فعلا فلا يقدم على هذا الفعل الشنيع ، فالذي في قلبه مثقال ذرة من الإيمان تبكى عيناه دما، لا دموعا لما يسمع هذا الحديث النبوي العظيم ، أما من في قلبه الران فلن يكون رحيفا بنفسه وغيره.

وهذا ما نلاحظه دائما في تجارتنا ونحن ندعي الإسلام ، وفي الحقيقة ، فالإسلام بريء منا ولم ندخله بعد حتى وإن صلينا وحججنا بيت الله الحرام ، فالكافر في كثير من الحالات أحسن منا حالا، لأن واقعنا مأسوي جدا، ففي هذه الأيام لما وقعنا في وباء الكوفيد 19 عاد تجار السوء إلى تقاليدهم البشعة، فأرتفع سعر الدقيق ومنهم من احتكره وكذلك الزيادات الجنونية للخضر والفواكه.

وقد كانت وزارة التجارة لهم بالمرصاد ولا سيما السعي الحثيث لوزيرها لاجتتاب كل البقع المشبوهة مع التدخلات القوية لاعوان التجارة التي ساهمت بقدر كبير أن تقضى على هؤلاء الفاسدين المارقين على حدود الله والقانون.

ولذلك على الوزارة الوصية الضرب من حديد على هذه الفئة كتسليط عقوبات صارمة وأهمها إصدار قرارات بعدم ممارسة التجارة والسجن لعقوبة تتراوح ما بين 10 إلى 20 سنة وكذلك تفعيل المادة 5 من القانون رقم 10-05. المتعلق بالمنافسة.

لأنه بصراحة مثل هؤلاء التجارة لا ينفع معهم رحمة ولا عاطفة بل سلطان القوة ارحم لهم، كما قيل يوزع بالسلطات مالا يوزع بالقران.

ثانيا : الغش

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم «من حمل السلاح فليس منا ومن غشنا فليس منا»

¹ عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 52

وعن واثلة بن الأسقع قال سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول «من باع عيبا لم يبينه لم يزل في مقت الله ولم تزل الملائكة تلغنه» 1

إن المتمعن في هذين الحديثين العظيمين فقد بينا أن عظم جرم الغش، لما له من أضرار مادية ونفسية على الفرد والمجتمع، لأنه إذا نقشى هذا الأخير فأنظر العذاب الأليم والخسران المبين في العقل والقلب والجسد.

وعلى هذا الأساس فالشارع الحكيم حرم كل فعل مبني على أساس من الغش ولو كانت النية سليمة، لذلك فالتاجر المسلم الذي يخشى مقت الله وعقابه الشديد في الدارين لا يتجرأ أبداً أن يزيد الماء في التمر والشعير والقمح حتى يزيد وزنه فيزيد في ثمنه وكذلك التاجر الذي يتذكر دائما أن الله يراه أينما كان لن يتجرأ أبداً أن يزيد الماء للحليب ليرفع سعره ، ويطعم الماشية مواد محظورة لتظهر الناس أنها سمينه فيتهافت عليها الناس بأثمان باهظة وهي لا تستحق ذلك. 2

أما بعض تجار اليوم يتعمدون غش الناس في كل الأوقات دون وازع من دين وضمير يعبدون الدرهم والدينار ويحجون بيت الله الحرام ويطعمون الطعام ويحبون المساكين رياء وظلما، فنحسبهم جميعا قلوبهم وجلة وعقولهم لبيبة، لكنهم نساك في أثواب الذئاب والثعالب. وهذا ما نلاحظه فعلا في محلاتهم التجارية، من مواد منتهية الصلاحية، إلى عدم تطبيق شروط النظافة الصحية، ثم المضاربة في الأسعار ورفعها بحجة حرية المنافسة.

ثالثا : البيوع المؤدية للغرر

إن الغرر عند بعض الحنفية الشك في وجود المبيع ، وعند بعض المالكية شك في حصول أحد عوض البيع أو مقصود منه غالبا وعند بعض الشافعية هو ما انطوى عنك أمره وخفي عليك عاقبته وعند الحنابلة ما كان مترددا بين الحصول وعدمه فكل بيع كان المقصود منه مجهولا أو معجوزا عنه غير مقدور عليه غرر.

وترتبيا على ذلك فإن الضرر مداره على أمرين:

- أولهما وجود جهالة في المبيع ،

- وثانيهما، وجود شك في حصول أحد عوض البيع.

إذا فالشريعة فقد حرمت هذه البيوع لما فيها ضرر من الإنسان ،فعن ابن مسعود رضي الله

عنه قال النبي محمد صلى الله عليه وسلم «لا تشتروا السمك في الماء فإنه غرر» 1

ويدخل في معنى هذا الحديث بيع الطير في الهواء وبيع المعدوم والمجهول وبيع اللبن في الضرع.

رابعاً : استقبال السلع قبل وصولها إلى السوق

عن ابن هريرة رضي الله عنه قال قال نهى النبي صلى الله عليه وسلم عن التلقي وأن البيع حاضر لباد «2

الشريعة الإسلامية تأمر التجار بعدم التعرض إلى السلعة قبل وصولها إلى السوق بهدف عرضها على المستهلك كي يشتريها بحرية تامة ودون ضغوطات حتى لا تتحمل السلعة زيادة النفقات بزيادة الأيدي التي تتداولها ، فهل يوجد رحمة أجل منها؟
يقينا لا يوجد، إنها رحمة الله بعباده، فهو الخبير البصير، الرحيم الودود، لكن طمع التجار والإنسان تراه يركض في البرية كالوحوش الضارية.

فكثير من التجار اليوم يتهافتون على السلع والخدمات دون شفقة ورحمة، إذ يبييتون الليالي والأيام من أجل ابتياع أنواع من الأجهزة المنزلية والمواد الغذائية والخضر والفواكه والماشية ثم عرضها في محلاتهم التي تنبعث منها رائحة الحرام والخداع وبيعها للإنسان الذي روعوه وابكوه وقتلوه فألزموه بالشراء.

وبالنتيجة على أصحاب الاختصاص نصب الكمائن لهؤلاء التجار شداد الأفق وقطاع الطرق وتغريمهم غرامات باهظة حتى يتركوا هذا المستهلك في استقرار نفسي ومادي.

خامساً : التلاعب في أسعار السلع والتضليل فيها

تحذر الشريعة الإسلامية من غش البائع للمشتري والتغريب به في ثمن المبيع بهدف رفع قيمتها ظلماً أو عدواناً ، أي بغير سعرها الحقيقي ويأخذ في ذلك عدة صور منها:
أ- **بيع النجش**: وهو الزيادة في ثمن السلعة ممن لا يريد شراءها ليقع غيره فيها .وهذه السلوكيات تكاد تكون يومية عند بعض التجار ، ومنهم لا يعرف أنها حرام أصلاً ، ومنهم من يدركها جيداً، لكن لا إيمان في قلوبهم ولا إسلام في حناجرهم ، ولذلك يجهرن بها حبا في الشر والخداع¹.

ب- **التغريب** : إظهار محاسن السلعة وإخفاء عيوبها فيدلس بذلك المشتري فيشتريها طوعاً وبحسن نية. وهو إغراء العاقد وخديعته ليقدم على العقد ضاناً أنه في مصلحته والواقع خلاف ذلك.

¹ - عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص 58

ولقد ورد النهي عن فعل ذلك ، فعن أبو هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه وسلم مر على صبرة طعام فأدخل يده فيها ، فنالت أصابعه بللا فقال «ما هذا يا صاحب الطعام»

قال: أصابته السماء يا رسول الله، قال: أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس من غشنا فليس منا¹

في القانون التجاري يضمن العيوب الخفية للشيء المبيع ولكن في الشريعة الإسلامية يحرم هذا الفعل المشين وبين هذا وذاك ، وللأسف الشديد،

فكثيرا من التجار اليوم هدفهم الربح السريع دون البحث عن النوعية الجيدة التي تحترم أصول الصناعة والإنتاج.

فكثير من المنتجات المستوردة من الصين خاصة تحمل بذور فئائها وتجارنا يشترونها بأسعار منخفضة جدا ثم تباع للزبون بأسعار خيالية، كالدراجات النارية ذات الحجم الكبير والمسببة لحوادث المرور تباع الواحدة منها أحيانا ما يزيد عن 150 ألف دج إلى 200 ألف دج والتاجر اشتراها بسعر في أغلب الأوقات لا تزيد عن 60 ألف دج. ولذلك فأعوان التجارة مجبرون للدخول إلى هذه المحلات المشبوهة جدا ومطالبتهم بالفاتورة، لكن لن تجد لها سبيلا وإن وجدت فهي تافهة.

ج- الدعاية الكاذبة

قال النبي محمد صلى الله عليه وسلم «إن من الثلاثة الذين لا ينظر الله إليهم يوم القيامة ولا يزكيهم ولهم عذاب أليم المنفق سلعته بالحلف الكاذب»²

إن الذي يلجأ إلى ترويج سلعتهم بالإشهارات المضللة والتي تحمل في طياتها كذبا وغشا وحلفا أملا في تحقيق أرباح طائلة. والله يمقتهم ويبغضهم ويعذبهم عذابا أليما في الدارين .

أليس هذا عقابا شديدا إذا أدركت وعرفت أن الله لا يحبك !

تصور أن زوجتك لا تحبك فهل ستعيش سعيدا ؟ حتما لن تكون كذلك

ماذا لو أن الناس يصرحون لك بالبغض فهل ترضى ذلك؟

لن يهنا لك بال أبدا.

¹ - أخرجه مسلم في صحيحه، رقم 146

² - أخرجه مسلم

فما بالك بربك وربى ورب الناس جميعا يبغضك، أظنك إن كنت تفقه هذا لن تدخرا في العودة اليه لكن تجرى الرياح بما لا تشتهي السفن، إذ أصبح بعض التجار غلاظ القلوب ، احترفوا خداع وغش المستهلك وعمرؤا فيه كثيرا، فلا يستعطون التوبة أبدا. إلا من رحم ربك أيها التجار عودوا لربكم يقبلكم في السراء والضراء وارحموا جيوب المستهلك فيرحمكم ربكم من حيث لا تحسبون.

المطلب الثالث: دور ولي الأمر تحقيق حماية المستهلك

حرصت الشريعة الإسلامية على حماية الإنسان من طمع التجار بواسطة وسائلها الحلال للحيلولة أن يقع أطراف العلاقة التجارية في المحذور ومنها:

الفرع الأول: التسعير

قال الإمام الشوكاني إن التسعير هو إن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من ولي من أمور المسلمين أهل السوق ألا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا ، فيمنعوا من الزيادة عليه أو النقصان عنه»¹

وقد روي عن أنس ابن مالك رضي الله عنه قال: غلا السعر في المدينة على عهد رسول الله صلى الله عليه وسلم فقال:

رسول الله صلى الله عليه وسلم إن الله هو المسعر الضابط الباسط الرزاق وإني لا أرجوا أن ألقى الله وليس أحد منكم يطلبني لمظلمة في دم أو مال.

ورغم ذلك فنظام التسعير اختلف فيه الفقهاء إلى مذهبين :

- فمنهم من حرمه بناء على نص الحديث الصريح
 - ومنهم من أباحه لضرورة إسلامية تمنع الضرر عن الآخرين.
- ومن هذا المقصد فولي الأمر عليه أن يتدخل دائما بالقوة لإجبار التجار على تخفيض الأسعار، ولاسيما المتعلقة بالاستهلاك اليومي كالخضر وبعض المواد الغذائية كالتمر والدقيق والشعير والماشية.

¹ - عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص 58

وحسنا فعلى المشرع الجزائري عندما سقف أسعارها مثل الزيت والدقيق والسكر والفرينة ، لكن بعض السلع التي ارتفع ثمنها كثيرا كالخضر والفواكه في ظل وباء الكورونا بهذا لشهر مارس 2020 ، إلا أنه لم يفعل المادة 05 من قانون 10-05 المتعلق بالمنافسة .
إذن أين وزارة التجارة من هذا الباب ؟!

الفرع الثاني: نظام الحسبة

في الاصطلاح هي الأمر بالمعروف إذا ظهر تركه والنهي عن المنكر إذا ظهر فعله. وقد أوجب الفقهاء على المحتسب أن يستعين بمعاونة مختص لكل حرفة من الحرف، حتى يتمكن مسئول الحسبة من منع ما خفي من الغش والتدليس. وقد قال الله تعالى « ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير ويأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون»¹
أما السنة فقد روي عن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال والذي نفسي بيده لتأمرن بالمعروف وتنهون عن المنكر أو ليوشكن الله يبعث عليكم عذابا منه ثم تدعونه فلا يستجيب لكم¹

وتتأكد مهمة المحتسب طبقا لأحكام الشريعة الإسلامية في تنظيم وضبط حالة وضعية السوق من حيث تفقد أحوال الموازين والقياس ومراقبة تداول السلع وإنتاجها في جميع مراحل تصنيعها ومنع المعاملات المحرمة كالنجش والضرر².

إن تطبيق هذه المعايير يسير جدا، شريطة وجود النية السليمة وكذا الأشخاص المؤهلين أخلاقيا وعلميا وبهذه الطريقة العملية ، ومنه يمكن فتح مكاتب متنقلة حيث تتواجد الأسواق تكون مهمتها الرقابة المباشرة للسلع ولاسيما تلك تمس بسلامة وصحة المستهلك أو تكوين هيئات علمية تسمى بالمحتسبين ومحلّفين يعملون تحت وصاية وزارة التجارة ويقومون بمهمة أمنية مع توفر كل الإمكانيات المادية والاجتماعية والنفسية لهذه الفئة الرقابية.

1-رواه أبو داود والترمذي

2-عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص68.

الفرع الثالث: نظام الأجور

قال النبي محمد صلى عليه وسلم «أعطوا الأجير حقه قبل أن يجف عرقه»¹ الإسلام قوي والمسلم لن يكون كذلك أبدا إلا إذا وجد الوسائل والإمكانيات اللازمة التي تؤهله لأداء وظائفه بصورة حسنة.

ولذلك فإذا عمل وتاجر وباع وقبض الثمن من المستهلك، فالشريعة الإسلامية تضمن للمحتسب والعامل أجرا يقيه ذل السؤال والطمع.

ولذلك على الوزارة الوصية للتجارة أن تعمل دون هوادة لتحقيق سلامة وصحة المستهلك وتضرب من حديد لكل من تسول له نفسه ظلما وعدوانا للأخرين ولكن يجب أن تحمي أعوانها براتب شهري مناسب، إذ لا يعقل أن وزارة التجارة من القطاعات الحساسة جدا والتي تساهم بشكل كبير في الاقتصاد الوطني من حيث المداخل المالية، لكن أغلب أجور أعوان التجارة متدنية جدا، وبالتالي فهم عرضة لطمع النفس وشيء من الخبث والمكر والخديعة. فلماذا يتركون هكذا وهم أعمدة الدولة وحمايتها في السراء والضراء، وقد اثبتوا جدارتهم فعلا في هذا الميدان؟

والواقع الميداني صور ذلك، وهذا بدخولهم لأماكن في وقت ما كانت صعبة المنال، بحجزهم لآلاف الأطنان من مادة السميد والفريضة والتي كانت موجهة للمضاربة أو أنها منتهية الصلاحية، بالرغم من الظروف الصعبة التي تمر بها الجزائر من جراء وباء الكورونا لعام 2020.

إذا متى سيصبح أعوان التجارة من ذوي الدخل المحترم الذي سيسمح بممارسة مهامهم بقوة وفاعلية؟!

الفرع الرابع: الكفاءة والرشادة الإدارية

قال تعالى « قال اجعلني على خزائن الأرض إني حفيظ عليم»²
قال النبي صلى الله عليه وسلم «كلكم راع وكلكم مسئول عن رعيته»³

¹ -- أخرجه ابن ماجة، رقم 2443.

² - سورة يوسف، الآية <55>

³ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 66

بني الإسلام إدارته على الإنسان الذي يتميز بالأخلاق الحميدة والعلم الكافي ، فهذا النبي يوسف عليه السلام طلب من الملك أن يكون وزيراً للاقتصاد مع أخباره بأنه أهل لذلك ، فكان فعلاً لأنه عرف بالأمانة عندما كان في بيئته وهو شاب جميل ومن حوله نسوة ومنهن زوجته فلم تحركه ساكناً وكذلك علمه بموازين المال والاقتصاد ولذلك فقد قال النبي صلى الله عليه وسلم أن المسؤولية عظيمة جداً ولا تصلح لكل الناس ، فهذا أبو ذر الغفاري أحد العشرة المبشرين بالجنة فقد طلبها منه فلم يستجب له فقال له يا أبا ذر إنك ضعيف والمسؤولية خزي وندامة إلا من أتى بحقها على وجه الصواب والحق . لكن عندما أرادها عمر بن العاص ولم يكن يوماً من المبشرين بالجنة فمنحت له الولاية . إلا أنه من الصحابة الأتقياء والأقوياء .

ومعنى هذا كله فالإسلام لا يعول على الحسب والنسب والمال وإنما من كان تقياً مع ربه رحيماً بالناس ، عالماً في علمه ، فهو الأجدر بتولي المنصب المناسب ، لأنه أدرك أن هذا هو الطريق الرباني فقط الذي يعول عليه في حماية المستهلك .

أما نراه اليوم من قوانين جائرة فأصبحت العقول حائرة والقلوب فارغة فإنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تساهم في تحصين أعوان التجارة بالخصوص ، فكيف لهم أن يفكروا أصلاً في حماية غيرهم ، وإن فعلوا ذلك فهم مرغمين على السمع والطاعة لمسئولين جائرين .

فلو حللنا القضية برمتها لوجدنا حشفاً وسوء كليل ، ففي قطاع التجارة وكغيره من قطاعات الوظيفي العمومي تؤمن إيماناً راسخاً في العقول والقلوب وعبر الزمن والمكان بالصراعات النفسية والاختلالات العقلية فأصبح قطاعاً يحمل بذوره فناءه والسبب مرده إلى هذه العوامل وهي :

1. **ضعف الأجور:** مازال هذا القطاع أجوره ضعيفة جداً ، إذا وصلت إلى راتب قدره 70000 دج فاعلم أنك أفنيت عمرك ما يزيد على ربع قرن 25 سنة في هذا العمل .
2. **قلة المناصب النوعية:** في هذا القطاع عليك أن تعمل ربع قرن من أجل منصب نوعي بسيط ، أما المناصب العليا كرئيس مصلحة يجب أن تكون ممن يرضى عنه ولي نعمته وشيئاً من التملق والكذب وقليل جداً ممن كانوا من ذوي العلم والأخلاق والقوة
3. **الاحتكارية للمناصب العليا:** في الدول المتخلفة تعمل بهذا الأسلوب حتى تضمن الربيع والفساد والنهب والسرقة وسوء الأخلاق ففي هذا المنحى فمنصب المدير الولائي مثلاً يعين

بمرسوم ،وهذا هو الجرم الكبير ، فحتى لا أكون مبالغاً فيما أقول، فإن الأغلبية الذين يحتكرون هذا المنصب غير مؤهلين أخلاقياً وعلمياً ونفسياً.

4. ضعف الوازع الديني: يفتقر بعض الأشخاص في هذا القطاع إلى الأخلاق الحميدة،

وحب العمل، بل تراهم همهم الوحيد خلق الفوضى والمشاكل.

4. غياب أدوات العمل: من الأسرار الغريبة التي تعاني منها وزارة التجارة، وكثيراً من المتفشيات

تفتقد إلى أدنى شروط العمل الضرورية كالسيارة، والحماية الأمنية.

5. غياب الحوافز النفسية: هذه العوامل قد عينتها عن كتب، فالإدارات التابعة إلى وزارة التجارة

يعانون ضعفاً كبيراً في التكيف النفسي والتأهيل الاجتماعي، فبعضهم تراه كالمجنون وغير

الناضج عقلياً والسبب لا وجود مثلاً للرحلات والمخيمات الصيفية للأطفال والعائلات.

6. غياب الكفاءة الإدارية: كثير من الذين يحتكمون للإدارة التجارية لا يحسنون حتى اللغة

العربية ولا يفقهون القانون ويجهلون أبجدياً التحكم في جودة الإدارة.

وحتى يمكن فعلاً تطوير الإدارة على أسس علمية صحيحة وناجحة ، أن تحتكم إلى قواعد

الإسلام الصحيحة وهي القوة والأمانة ، أو إلى مؤشرات الحكمة العلمية كالمساءلة والشفافية

والعدالة وتوزيع المسؤوليات ولكن حتى هذه الأخيرة ماهي إلا فلسفة جديدة وفي حقيقتها إنها

الإسلام بعينه ولذلك فمحاور العلاجات هي:

1. الزيادة في الأجور.

2. إجراء المسابقات: حتى المناصب النوعية كالمدير الولائي يجب أن تخضع للمسابقة الوطنية

شريطة توفر 10 سنوات في أداء العمل فقط.

3. ترقية الموظفين إلى مناصب إدارية مباشرة كل ثلاثة سنوات أو خمسة على الأكثر.

4. تقليص مدة التقاعد إلى ما دون 55 سنة للرجل و50 سنة للمرأة.

5. فتح مخابر علمية للبحث العلمي لتأطير الأكفاء.

6. توفير الأدوات المادية كالسيارات والحماية الأمنية.

7. توسيع جانب الخدمات الاجتماعية.

- إنشاء النوادي الرياضية.

- إنشاء المخيمات الصيفية.

- القيام بالرحلات الصحية والاستجمامية.

8. معاقبة المسؤولين الفاسدين.

9. التكوين العلمي العادل: لأنه كثير من الإرساليات تأتي من الوزارة بشأن التكوينات في الخارج

لكنها لا تصل في الوقت المحدد والسبب تواطؤ بعض مسؤولي الإدارة كي يستفيد منها بعض الأشخاص فقط.

إن الحلول كثيرة لا تعدو لا تحصى ولكنه فيض من غيض وإذا أردنا فعلا تطوير إدارة التجارة فعلينا بالعلم والأخلاق فقط والتخلص نهائيا من تبعات النظام الفرنسي المفلس ، فهم على الأقل طوروا أنفسهم ، ولكنهم قضاوا علينا ظلما وبهتانا فأنجبوا لنا قيادات إدارية عرجاء ولذلك فاليابان مثلا إدارتهم لاتجد فيها كثيرا من الصراعات الداخلية والسبب أن الموظفين يدركون تماما أن فرص الترقية مفتوحة و بشكل تلقائي وتخضع لمعايير التفوق والبحث العلمي الجاد.

أما إدارتنا فهي مصنع لانتاج الاوهام والكذب والتملق والغش والصراعات النفسية والعقلية والمذهبية،فترى الواحد منهم من أفنى عمره في الذل خشية من الفقر ومن المدير الاداري ولوكان يعلم بأن العمر محدود والرزق مضمون وممدود، لما فعل ذلك،لأن الشح لايزيد في المال ولا الذل يزيد في العمر،ولذلك على الانسان أن ينافس في المقامات الرفيعة الناجحة.¹

¹ اجتهادات من الباحث نفسه.

خلاصة الفصل الأول

تطرقنا في بداية هذا الفصل إلى المفاهيم المختلفة لموضوع المستهلك في الفقه والقضاء وكذا القانون المقارن كالفرنسي والبلجيكي والمصري ثم عرجنا للقانون الجزائري الذي حاول فيه المشرع تبني خيار أكثر انسجاما مع تطور الممارسات التجارية الهادفة، وفي الأخير اتجه مسار بحثنا إلى التصور والحكم الإسلامي فيما يتعلق بجميع الممارسات التجارية التي أباحها الشارع الحكيم والمحرمة منها وبناء على ما تقدم ذكره حاولت جاهدا أن أبحث عن وسائل حماية هذا المستهلك باعتباره جوهر العملية التجارية التي تمارس في العديد من الأنشطة الاقتصادية للسلع والخدمات، تطبيقا للمنظومة التشريعية ولاسيما القانون 02/04 ثم قدمت حولا واقعية وعلمية لتحسين ادراة التجارة، مستفيدا من خبرتي في الميدان وكذا اطلاعي على النصوص الصحيحة في الشريعة الإسلامية التي تجعل من العمل الادراي يتفوق حتما ويحقق نجاحات متميزة ومضمونة الجوانب النفسية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية. ومنها يمكن الحديث الجاد عن مفهوم التاجر والتجارة والمستهلك من خلال أخلقة العمل التجاري لمنظومة ذاتية قوامها الإيمان والرقابة الذاتية.

الفصل الثاني
إلتزامات العون الاقتصادي
والآثار المترتبة عن الاخلال بها

تمهيد:

إن المتمعن جيدا في القانون رقم 04-02 الخاص بالممارسات التجارية يبدا جليا أن المشرع الجزائري كان حريصا على حماية المستهلك من خلال مجموعة من الضمانات التي تدعو إلى الطمأنينة والسكينة في النفوس والعقول عند التعامل بين من يفتي سلعة أو يحصل على خدمة وبين الأعوان الاقتصاديين في إطار مبدئي من شفافية ونزاهة الممارسات التجارية وهذا ما تم تكريسه فعلا في المادة الأولى من القانون المذكور أعلاه. ولقد جاءت هذه الأخيرة بهدف التحديد الدقيق إلى تلك القواعد المنظمة للمبادلات التجارية من طرفي علاقة تعاقدية بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وبين هؤلاء والمستهلك ، ولا يأتي هذا إلا من خلال قواعد قانونية ملزمة يقوم بها المتدخل بواسطة مبدأ الإعلام كشرط جوهري أثناء بيع السلعة أو القيام بالخدمة انطلاقا من الأسعار والتعريفات وانتهاء بشروط البيع وما ينجر عنها من مخالفات وكذا حتمية إظهار الفاتورة في كل عملية تجارية. وتطبيقا لما تقدم ذكره يمكن التطرق إلى مسألتين دقيقتين، أو لهما قبل التعاقد وهي إلزامية إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات (المبحث الأول) ،وثانيهما ما بعد التعاقد وهي الالتزام بالفوترة (المبحث الثاني).

المبحث الأول: إلزامية إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات

إن مبدأ الشفافية في المبادلات، التجارية والتي تمس بالدرجة الأولى الطرف الضعيف في العلاقة بالتعاقدية ألا وهو المستهلك، يترتب عنها إعلامه بالطرق القانونية السليمة حتى يمكنه الاختيار الأنسب من مجموعة من الأعوان الاقتصاديين. وبالنتيجة المثلي فإن المشرع الجزائري لم يتقاعس في تحقيق هذه السياسة العامة من خلال اهتمامه بصحة وسلامة المستهلك المستهدفة من المتدخلين الذين في كثير الأحيان يسعون إلى تحقيق الربح دون مراعاة للقواعد العامة.

ولذلك حرص كل الحرص على تنظيم هذه الدلالات بنصوص تنظيمية تضمن الضمانات الكفيلة لمختلف الممارسات التجارية ، سواء كانت التزامات على عاتق المهني أو الممارسات محظورة عليه، وهو سعيه إلى إبرازها في مسألة شفافية الأسعار والذي تعتبر كمطلب أول ثم الإعلام بشروط البيع كمطلب ثان.

المطلب الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يقوم النظام الاقتصادي الليبرالي على مبدأ أساسي «دعه يعمل دعه يمر»، أي بمعنى حرية التجارة وهو ما سعى إليه المشرع الجزائري عندما كرسه في دستوره 1996 للمادة 36 إلا أن ذلك لم يكن مطلقا ، لاعتبارات سياسية واجتماعية أملتھا الظروف التي كانت تمر بها البلاد ولا سيما العشرية السوداء التي أدت إلى انهيار الاقتصادي الوطني وتآكل العملة الوطنية وانحسار أسعار الصرف واختلال في ميزان المدفوعات .

ولهذه الأسباب الجوهرية كان لزاما على الدولة أن تواجه هذا الوضع المأساوي باتخاذ التدابير العادية والاستثنائية لإعادة التوازن الاقتصادي بهدف ضمان شفافية الممارسات التجارية الهادفة لحماية المستهلك كان من المنطقي أن يفرض المشرع الجزائري على العون الاقتصادي في القانون رقم 04-02 بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات حتى يتمتع المستهلك بقدر كبير من توفر مجموعة كبيرة من البدائل والاختيارات الاستهلاكية التي تؤهله أن يضمن لنفسه طوعا من العون الاقتصادي الذي يمنحه السلعة الجيدة من حيث النوعية والسعر وكذلك الخدمة الممنوحة له بحرية وعلم ورغبة وهذا ما أبرزته المادة 04 من القانون المذكور أعلاه ولتحقيق ذلك فالمشرع الجزائري أوجب عقوبات صارمة في حالة مخالفتها.

وهذا ما سنتناوله في هذا المطلب بالتركيز على الإعلام بالأسعار والتعريفات للسلع والخدمات كفرع أول ثم الالتزام بالإعلام بالبيانات لفرع ثان وأخيرا الآثار المترتبة عن عدم الالتزام كفرع ثالث.

الفرع الأول: الإعلام بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات

هذه المسألة القانونية تعد ذات أهمية كبيرة لما لها من أثر فعال على تنظيم حرية المنافسة وكذا المبادلات التجارية بين جميع الأطراف، ولذلك فالمشرع الجزائري فقد قننها لأول مرة في القانون رقم 89-112 والمتعلق بالأسعار من خلال المادة 29 من الباب الرابع المتضمن «القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية والذي تم تعديله بموجب الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة إلى أن جاء الأمر رقم 03-03 المتعلق بذات الموضوع ، لكنه ترك أحكام الباب الرابع والخامس والسادس لمرحلة انتقالية بغرض صدور قانون خاص ينظم

العملية برمتها فبرز للوجود القانون رقم 04-02 الذي نظم الإعلام بالأسعار في الفصل الأول تحت عنوان «الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والواقع في الباب الثاني تحت عنوان شفافية الممارسات التجارية طبقا للمواد 8-6-5-4¹ ومن باب الولوج إلى مضمون هذه النصوص القانونية إننا سنعالج موضوع تنفيذ الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات وبعدها نتطرق إلى الوسائل الإعلام الأسعار والتعريفات السلع والخدمات.

أولا : تنفيذ الالتزام بإعلام الأسعار والتعريفات

إن المستهلك يملك في أغلب الأحيان الحرية الكاملة في اختيار المنتج المناسب أو الخدمة التي يرغب فيها ، وهذا السلوك عادة ما يكون قبل صدور ارداته التعاقدية وفي الحالة العادية ، أي دون ضغط أو إكراه أو إغراء .
فإن تمت هذه العملية فهو مسبقا يريدان يتعرف على خصائص ومميزات ما حازه، ولا سيما إن كان مقتدرا ماليا ، أما من يعوزه المال الكافي فتراه يسأل عن السعر أولا دون النظر إلى جودته وقيمه.

«ولكن في كلا النموذجين فجوهر الالتزام الذي يقع على عاتق العون الاقتصادي قبل التعاقد هو التمكين من البيانات التفصيلية للسلع والخدمات موضوع التعاقد، وأسعارها حتى يكون المستهلك على بينة من أمره ويتخذ قراره بالأقدام أو التراجع، بناء على رضا سليم كامل ، بإرادة واعية للنتائج المترتبة على القرار الذي سيتخذه بما يحقق حماية للمصالح وسلامة المستهلك»²

ومن هذا المنطق يمكننا التطرق إلى ذلك بالتعريف بالمنتج ثم الإعلام بالأسعار .

1. تنفيذ الالتزام بإعلام المستهلك بتعريفات السلع والخدمات

بمقتضى المادة 03 من القانون رقم 09-03 فإنها تعرف المنتج «كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا والسلعة هي كل شيء مادي عنه بمقابل أو مجانا

¹ - أحمد مريشة «حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون 0204 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم» مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة علي محند البويرة ، 2011، ص12.

² - خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة) دار الجامعة، الإسكندرية، 2007، ص164.

بينما الخدمة هي كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة»

وبصدد تحليل المادة 11 من القانون رقم 09-03 فقد حددت ماهي مواصفات هذه السلع والخدمات:

- طبيعة المنتج صفته ومنشئه
 - مميزاته الأساسية ، تركيبته ، نسبة مقوماته اللازمة وهويته
 - كمياته ، قابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله
 - من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك و الرقابة التي أجريت عليه.
- ثم جاءت المادة 53 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 والذي يحدد الشروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك¹.

«يجب على مقدم الخدمة قبل إبرام العقد إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة»

وصفوة القول فقد حرص المشرع الجزائري على سلامة المستهلك قبل مرحلة التعاقد أصلا بواسطة مجموعة من الشروط والكيفيات التي تمكنه من فرض حريته المطلقة في اختيار أي سلعة أو خدمة ، على أن تكون بيانات وأرقام ومعلومات هاتين الأخيرتين واضحة ومقروءة، إذ يسهل على أي شخص التعرف على محتوياتها كتاريخ صنعها ونهايته، وبلد المنشأ. لكن إذا تفحصنا الواقع التجاري فهناك كثير من المنتجات المستوردة من الصين والقارة الإفريقية تحمل بيانات غير كافية تماما ، كوجود لغة واحدة دون العربية وكذلك مكوناتها الطبيعية غير ظاهرة أصلا ، ولا سيما المستحضرات التجميلية التي تعج بها المحلات وأسواقنا التجارية مثل صابون الجرز ذي اللون الوردية.

ولعل هذا التساهل يسبب أمراضا مستعصية كالسرطانات والالتهابات الجلدية الخطيرة، ولا أحد يحرك ساكنا، لذا وجب على أعوان التجارة حزم كل هذه المنتجات التي تحمل أضرارا جسيمة على صحة وأمن المستهلك. فهذا من جانب بعض السلع .

¹ - أحمد مريشة، المرجع السابق، ص14.

أما إذا تطرقنا إلى موضوع الخدمات ، فكثير من المؤسسات تفتقر إلى أدنى شروط تقديمها بل تسعى إلى تقزيم المستهلك الذي يجد نفسه كرها تحت سلطانها ، وبالخصوص وكالات الأسفار والسياحة والشركات الخدماتية للموثقين والمحامين ، فهذه الفئة بالذات تمتص جيوب الزبائن دون هوادة ورحمة ، فتراهم لا يشهرون الأسعار مطلقا ، إنما يخضعون أعمالهم للتفاوض السري المشبوه.

لذلك يجب على أعوان التجارة اقتحام هذه الهيئات لجبرها على الأقل الكشف عن أرقام وأسعار الخدمات المقدمة بصورة مرئية وشفافة.

2. تنفيذ الالتزام بإعلام الأسعار

«الإعلام بالأسعار هو التزام بموجبه يلتزم البائع بإعلام المشتري لكل ما يمكن أن يؤثر قراره عند التعاقد من عدمه وهذا حتى يصدر رضاه حرا من جانب المستهلك وهذا الإلزام له أهمية، حيث أن المستهلك يولى ثقة لكل من المنتج والموزع والمحترف الذي يقع عليهما بحث الالتزام بالإعلام وكذلك وفائهما بهذا الالتزام يعيد التوازن إلى العلاقة التعاقدية»¹.

ويرتكز هذا التنفيذ على قواعد محددة مسبقا وهي:

أ. التنفيذ في الحالة التي يكون الزبون مستهلكا

تنفيذا لأحكام المادة 05 من القانون رقم 04-02 أمرا وجوبيا يقوم به البائع اتجاه المستهلك بهدف أن يدرك هذه الأخيرة القيمة الحقيقية للعملية التجارية بصورة من الشفافية والوضوح في الأماكن المعروضة لهذه السلع والخدمات ، كون هذه الأخيرة تعد إيجابا معروضا على المستهلك فإن أبدى موافقته فهو بمثابة قبول على الشراء وهذا ما يسمى في القانون المدني بتطابق الإرادتين.

إذا فالسعر الظاهر هو الذي يحدد في الحقيقة ظروف انعقاد العقد، فإن تم بطريقة ملتوية فالعون الاقتصادي بإمكانه بيع السلعة الواحدة أو الخدمة بمختلف الأسعار لمختلف الزبائن ، أي بمعنى مثلا يأتي زبون لمحل تجاري ويطلب قارورة ماء فبيعه لها 30 دج في الصباح وفي المساء تباع 70 دج لشخص آخر.

¹ أحمد مريشة ، المرجع السابق ، ص 15 .

في الحقيقة هل هذا السلوك التجاري مقبولا؟

أود أن أعقب على هذا الفعل التجاري من الناحية القانونية فهي تخضع لحرية المنافسة وهذا ما كرسه المشرع الجزائري في الدستور وقوانين أخرى ولذلك من أجل تنمية اقتصادية شاملة. فإن مسألة عدم إعلام الزبون بالأسعار تعد خرقاً لضمانات الشفافية في المبادلات التجارية ، فالتاجر حر في استثمار أمواله بالطريقة المناسبة ولعل كثير من الدول المتقدمة تسير في هذا الفلك ، وليس عيباً أبداً ألا تقتني الأسعار إلا لضرورة قصوى كالقوة القاهرة كالأزمات الوبائية مثل كورونا الذي أصبح جائحة عالمية.

ولكن من باب آخر يمكن إعلام الزبون بالأسعار مسبقاً ويجب ان تكون ظاهرة ومرئية ومقروءة حتى لا يسقط ذاك المستهلك لسلطات العون الاقتصادي الذي يمارس ضغطاً رهيباً على المستهلك طوعاً أو كرهاً لأنه بهذه الطريقة فقط يمكن كبح جماح الفساد الاقتصادي. ومن جانب فإن القاعدة القانونية الشهيرة تنص صراحة على أن الخاص يقيد العام ، لأنه إذا كان من اللازم حماية المستهلك فلا بد من تفعيل جميع النصوص التي تساهم في تطوير هذه الرشادة الاستهلاكية والحكامة الاقتصادية من أجل بناء نموذج من السياسات العامة غير العقيمة.¹

ب. التنفيذ في الحالة التي يكون فيها الزبون عون اقتصادي

طبقاً لما جاء في المادة 7/ف1 من القانون 04-02 «يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها ، ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأي وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بعفة عامة في المهنة»

- يبدو من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري حريص جداً على أن يقضي على أي معارضة أو مناورة بشأن المبادلات التجارية إذا كانت بين الأعوان الاقتصاديين أنفسهم ويتأكد ذلك إذا طلب المشتري من البائع بكل ما يتعلق بميزات هذه البضاعة أو الخدمة حتى لا يضطر الطرف الأقوى لرفع الأسعار بحجة التكلفة الزائدة وضحالة الموارد الأولية.

¹ أحمد مريشة ، المرجع السابق ، ص17.

- وتتم هذه العملية برمتها من خلال قواعد إلزامية يقوم بها البائع بشتى الوسائل والإمكانيات المتاحة العادية وغير العادية العلمية والتقليدية كمؤشرات دلالية على عدم الاحتكار والمضاربة في الأسعار¹ ولعل من أهم الوسائل المذكورة في المادة أعلاه هي:
- جداول الأسعار في لوحات عادية أو إلكترونية.
- النشرات البيانية كالمجلات والمذكرات والملصقات.
- دليل الأسعار.
- عروض عمل.
- جلسات و ورشات اقتصادية.
- اشهارات إعلامية.

وهذه العمليات تكون بين التجار الجملة عادة وبمختلف الصيغ والإمكانيات ، لكن ما يؤخذ على هذه المادة جاءت بصفة شرطية، كان بإمكان المشرع الجزائري أن يتجنبها ولا ندري لماذا يلزمها بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك؟

لكنها وسيلة اختيارية بين الأعوان الاقتصاديين ، كان حريا بالتقنين الجزائري أن يوحد هذه المعاملات التجارية تجنبا لأي تأويل ، وإنني أرى من اللائق إلزامية إعلام كل الأشخاص بالأسعار والتعريفات لأنه في النهاية أننا نتعامل مع أشخاص طبيعيين يمارسون التجارة الحرة وليس بمنأى عن الفساد.

ولذلك فإنه من الضروري توحيد هذا السلوك لضمان فعال لحماية المستهلك وبناء أيضا سياسات راشدة تصنع نظاما سياسيا يعمل بمؤشرات صحية وعقلية ومنطقية تؤهل الفرد والمجتمع القادرين على صناعة الإبداع والانضباط والفكر البناء والحر.

ج. تحديد مقدار السلطة مقابل السعر المعلق

طبقا لنص المادة 5 من القانون 04/02 للفقرة الثالثة «يجب أن نعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

¹ - أحمد مريشة ، المرجع السابق ص20.

إن الناظر لهذه المادة بعد تفحصها الدقيق أنها تغافلت عن موضوع مهم وهو جانب الخدمات ، بل ركزت فقط على السلع والبضائع ولعل السبب الجوهرى أن هذه الأخيرة يمكن قياسها وتقديرها كما وكيفا، أما ما كان خدماتيا، فلا يمكن ذلك ، وأن تطلب لأمر فيعد من الصعب التحكم فيها ، فهل هذا صحيح؟¹

فقبل الإجابة عن السؤال المطروح ، يمكن القول إن السلع فعلا قد يمكن حصرها وتنظيمها بطرق كثيرة كما بينته المادة 05 من القانون المذكور أعلاه ولذلك فهو استعمل كثيرا منها وهي كالتالي:

- السلع ذات المقادير يمكن حسابها كقوالب الاسمنت والحديد والألواح...
- السلع ذات الوزن: أي السلع التي يمكن إن تحسب بواسطة استعمال الميزان العادي والالكتروني مثل الخضر والفواكه والبقوليات.
- السلع ذات الكيل: وهي السلع المتعلقة بالكميات ولا يمكن عدها وتقاس بالسعة مثل المشروبات الغازية والزيوت ومواد التنظيف.
- السلع ذات المقاس: أي السلع التي تحدد بالطول والعرض مثل الأنايب والقماش ولماذا أوجب المشرع هذه الشروط؟

لأنه من الضروري مثلا عندما يشتري المستهلك المشروبات الغازية ذات سعة لترين فيجب على التاجر والمنتج أو المصنع إظهار حسن نواياه فيما بيع وذلك بوضع دلالة قاطعة على الغلاف أو العبوة ليتمكن المستهلك من معرفة ما يريد أخذه أو تركه حتى لا يندع ويضطر إلى فسخ العقد

وإذا تطلب الأمر فمن حق الطرف المتضرر المطالبة بالتعويض إن وجد نقصا فادحا في المادة المستهلكة بمقتضى المادة 365 ق م، إلا إذا أرتضيه بمحض إرادته كما يجري البيع الجزافي في الأسواق، كتاجر الخضر والفواكه أحيانا يبيعها بسعر يغرى الزبون فيقبل على شرائها دون تحديد سعرها ولا كميتها، وهو بيع صحيح بحسب مقتضيات المادة 362 ق م وطبقا للقواعد العامة ، إلا أن الفارق في المادة 05/ من القانون رقم 02/04 تحظر هذا النوع من الممارسات التجارية والتي تعتبره نوعا من غش وخداع المستهلك، وهو ما لا ينطبق

¹محمد الشريف كتو ، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون رقم04-02، دار البغدادي للطباعة النشر والتوزيع، الجزائر 2011، ص25.

مع مبدأ الشفافية والوضوح المقدر من طرف سلطات الدولة الممثلة في وزارة التجارة ، كما هو معلوم أيضا أن النص الخاص يقدر العام.

لكن ما يعاب على النص يبدو أنه متناقض، لأن القانون المدني وهو الشريعة العامة لكل القوانين التي سنها المشرع الجزائري، فما قيمة قانون موجود ولا يطبق بحجة صدور قانون خاص يقيدده؟

لأنه إذا سرنا على هذا المنهج فلا يمكن أصلا تطبيق كل ما جاء في القانون المدني، فكثيرا من القوانين الصادرة فيه ذات قيمة كبيرة، لكنها كمن يشتري الهواء، باعتبار أن نصوص خاصة تحد من فعاليته.

لذلك لزاما على المشرع إعادة النظر في هذه المسألة الحساسة وصياغة ما هو متطابق ومناسب للقانونين معا من أجل حماية حقيقية للمستهلك والخروج بأخف الأضرار والقضاء نهائيا ولو إلى حين على هذا التناقض والهرطقة ، وإن هذه السياسات لمن دواعي الأنظمة التقليدية التي تتمرغ في الفساد.

وبالعودة إلى سؤال الذي طرحته في الصفحة رقم ،أقول بالرغم من صعوبة تحديد الجهد، لكن هناك خدمات يمكن إدراج معايير ومؤشرات القياس الكمي عليها للحكم على أن هذه الخدمة يمكن تقديرها أم لا ، لأنه في عصر الرقمنة والتكنولوجية الحديثة سهل جدا حصر كل الخدمات التي تقدم أداء جيدا ، مناسبا أم غير مناسب؟
لأنه بعبارة أخرى إذا أهملنا هذا الجانب فكثيرا من المؤسسات والشركات تحتج على أعوان التجارة لكوننا لا يمكننا مثلا إشهار الأسعار ، على أساس خضوعها لمنطق المجهود المبذول .

وهذا في الحقيقة تحايل وغش مقصود اتجاه المستهلك ، فمثلا إذا دخلت إلى فندق خمسة نجوم تجد أسعار خيالية جدا وأحيانا غير مذكورة بدقة والداخل إلى هذه الأماكن إلا أصحاب البطون المنتخفة والجيوب العامرة

وهذا سبب آخر للفساد الاقتصادي الذي دمر البلاء والعباد والمؤسسات التي تتعامل بهذه الطريقة ما هي مرجعيتها الأساسية في تحديد الأسعار؟

أقولها بصراحة ليس لها مرجع وإنما ظلما وزورا ونهباً للمال العام، ولذلك فعلى المشرع الجزائري التدخل عن طريق وزارة التجارة لإعادة النظر في هذه الفنادق الفخمة وضرورة مراجعة كل خدماتها الوهمية.

فالسؤال المطروح هل الماء المقدم للزبون من ذهب ؟

هل السمك الذي يعطى جاء من الجنة؟

هل الموظفين من الجن؟

د. موافقة الأسعار والتعريفات للمبلغ الإجمالي المدفوع

طبقا للمادة 06 من القانون 04-02 «يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة الإجمالي

الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة»

إن السلعة التي يحصل عليها المستهلك أو الخدمة المقدمة له من أي جهة حسب المادة

المذكورة أعلاه فقد بينت صراحة على إلزامية تماثل السعر المصرح به من طرف العون

الاقتصادي مع المقابل المالي الذي سيمنحه الزبون مهما، كان ما عدا ذلك فهو يعد غشا أو

مضاربة في الممارسات التجارية.

وهذه الأساليب كثيرا ما نجدها في الشركات الكبرى والمؤسسات التجارية الربحية كالفنادق و

وكلات السفر والسياحة ، فتراهم يعلنون أسعار مغرية للذهاب إلى العمرة مثلا كأن تكون

100.000 دج مدة 20 يوما وفيها الغذاء والفطور دون العشاء، وعند وصولك إلى هذه

الأماكن فيقولون لك بأن الغرفة رقم 4 لأنها تحوى بعض الخصائص فعليك أن تدفع مبلغا

إضافيا.

وبالتالي فهذه الإضافات ترهق كاهل المستهلك، فبدل دفع مبلغ 100.000 دج فإنه يضاعف

إلى مرتين وأحيانا يزيد وهناك طرق أخرى للدفع وهي مشبوهة معروفة ومدروسة في

المحلات ذات الطابع الاستراتيجي ، فمثلا فهل يعقل أن يكون سعر كأس من العصير

300 دج في مقام الشهيد

ولذلك على وزارة التجارة التدخل لاغلاق هذه الأماكن التي ترهق كاهل المستهلك وإجبارها

على تقنين أسعارها حسب مقتضيات الحال وإلا عدت وكرا من أوكار الفساد للنظام

السياسي البائد.

«ولا شك أن هذا الأسلوب مخادع لان الأسعار والتعريفات المعلنة تبدو للمستهلك مناسبة لكنه في نهاية المطاف يرفع أكثر مما أعلن عليه مقابل اقتناءها لسلعة أو الحصول على الخدمة المعلن عنها فضلا عن كونه أسلوبا للتحايل على أحكام التسعير حيث يظهر السعر المعلن للجمهور وهيئات الرقابة موافق لما يحدده التشريع إلا أن العون الاقتصادي يحصل في الحقيقة على ما يفوق السعر المعلن عنه عمليا»¹

وبناء على ما تقدم وبالرجوع للقواعد العامة فإن إعلان العون الاقتصادي للأسعار والتعريفات على السلع والخدمات المعروضة هو بمثابة إيجاب ومتى صادفه قبول من طرف المستهلك، انعقد العقد².

وكذلك لضمان حماية مثلى للمستهلك فيجب تنفيذ هذا العقد على أساس مبدأ حسن النوايا والمقاصد دون غش وخداع من طرف العون الاقتصادي وهو ما طابق نص المادة 107 من ق م «يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن نية».

ولذلك فالعون الاقتصادي وطبقا للمادتين 364، 367 لا خيار له مطلقا بأن يسلم البضاعة للمستهلك، على نحو بأن يضعها موضوع الامتلاك والتمكين والانتفاع.

والتسليم يشمل أصلا المبيع وملحقاته والملحقات تشمل بدورها كل ما يعتبر من المستلزمات الضرورية لاستعمال الشيء المبيع بحيث لا يكتمل انتفاع المشتري بالمبيع من دونها»³

ثانيا: الأدوات المستخدمة للإعلام بالأسعار

إن إعلام المستهلك بالأسعار في جانب السلع والخدمات يعد أمرا إلزاميا يقوم به العون الاقتصادي وهذا ما نصت عليه المادة 05 من القانون 04-02 على كيفيات معينة وهي العلامات الوسم، المعلقات

1- الوسائل القانونية للإعلام بالأسعار والتعريفات للسلع والخدمات

«إن إشهار الأسعار التزام قانوني يقع على عاتق المهني سواء كان منتجا أو بائعا بالجملة أو بائعا بالتجزئة، وهو التزام مقرر لصالح كل مشتري أو طالب خدمة، سواء لإعادة البيع أو الاستهلاك الشخصي فإن كان المشرع قد أقر للمهني أما كنيه تحديد الأسعار، بصفة

¹ - هانية إبراهيمي، «الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 204 تتعلق بالممارسات التجارية»، مذكرة لنيل شهادة الماجستير القانون ع- فرع التنظيم الاقتصادي كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، السنة ج 13/12، ص7.

² - أحمد مريشة، المرجع السابق ص22.

حرة إنه قد ألزمه بجانب ذلك بضرورة إشهارها وهذا ما أقره القانون 02/04 في المادة مادة الرابعة حيث اعتبر الإعلام قيذا محتوما للوصول للممارسات التجارية تتسم بطابع الشفافية.¹ «وبالنتيجة فحماية المستهلك لن تتحقق فقط بمنح معلومات لكل مستهلك على حدى ، بل يجب أن يكون الجميع مدركا بها قبل التعاقد ودون اللجوء إلى البائع أو عارض الخدمة لمعرفة الثمن الذي سيعطيه²، كما أن الأسعار إذا كانت تتميز بالسرية فالمشتري أو طالب الخدمة فإنه لن يتمكن من معرفة هل هو ضحية الممارسات تمييزية بسبب البائع أو عارض الخدمة ، فكيف للمستهلك أن يختار السلعة أو الخدمة التي يحتاجها إذا كان يجهل سعرها³

وعلى هذا الأساس فإن طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات فقد حددتها المادة 5 من القانون رقم 02-04 وهي على سبيل المثال فقط لا حصر أي بمعنى يمكن للعون الاقتصادي ابتكار أداة أخرى تكون أكثر فعالية.

أ. العلامات: «وهي كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توفيرها ، الألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أخدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره، وهو مضمون المادة 2 من الأمر رقم 03-06⁴، المتعلق بالعلامات وتعتبر العلامة وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتمييزها عن بعضها ،وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط⁵» وبالنتيجة فإن وضع العلامات لا يخص السلع فقط، بل يشمل كذلك الخدمات التي تقدمها المؤسسات التي تستهدف الربح كالشركات التجارية والمجمعات المدنية كمكاتب الموثقين والعيادات الصحية والهندسة المدنية.

¹ سفيان بن قري، «ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02-04»، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع ت ع، تخصص ق ع للأعمال جامعة عبد الرحمان ... بجاية، 2009، ص11.

² لمياء العجال، «الحماية الفردية والجماعية للمستهلك» مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال ، قانون الحقوق ، بن عكنون السنة الجامعية 2002/2003، ص87.

³ هجيرة ديدوني، «قانون المنافسة وحماية المستهلك» المجلة ج ع ق ق س، ج 39، رقم 1 سنة 2000، ص1

⁴ - أمر رقم 06-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات ، ج، ر، عدد 44 صادر بتاريخ 23 يوليو 2003.

⁵ أحمد مريشة ، المرجع السابق ص25.

ولعل الزائر إلى هذه الأماكن عادة كما قلت سابقا تقلت من الرقابة الردعية والرقابة لا أدري ما سبب ذلك ؟

لم أصادف في حياتي مثلا ودخلت إلى مجمع من الأطباء (شركة طبية) وأعلنت أسعارها من حيث الكشف الطبي البسيط أو المعمق إلا عندما تسألهم.

والسؤال الذي يمكن طرحه ماذا لو لم تتجح العملية وأثبت خطأ في التشخيص؟

وبالتالي فمن الآداب القانونية يجب المطالبة بالتعويض وإرجاع المبلغ المدفوع، حتى الأسعار التي تطرح غير إنسانية تماما، فهؤلاء الأطباء ولا أقصد كلهم ولكن أغلبهم بمثابة مصاصي دماء.

ب. الوسم: فطبقا للمادة 03/ف4 من القانون 03/09 المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش

ب1- «فهو كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات والمميزات والصور والتمائيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر ، على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو معلقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سدها بغض النظر عن طريقة وضعها»

أما المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية «كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة، الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع .

من خلال هاتين المادتين تبين لنا أن الأمر يتعلق بتلك المعلومات والأشكال التي توضع على المنتج أو السلعة دون الخدمات ،ويعد هذا الأخير تقصير من المشرع

الجزائري فلماذا يقتصر وضع الوسم على السلع دون الخدمات ؟

قد يقول قائل كيف يمكن تفعيل هذا؟

فالمسألة ليست بهذا التعقيد ، فيمكن للمؤسسات التي تملك سجلا تجاريا خاضعا لرقابة

أعوان التجارة تقوم بإعداد بطاقات خاصة ذات وسم لتحتفظ لنفسها بحقوق الملكية

الفكرية كالبطاقات الورقية أو الإلكترونية¹.

ب2- وظائف الوسم:

¹ - هانية إبراهيم، «الحماية المرئية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية»، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2002.

بمقتضى المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش فللوسم أهمية جوهرية في الممارسات التجارية.

ب2-1- الدور الإعلامي:

بناء على تلك البيانات والأرقام والمميزات التي تحتويها البضاعة أو الخدمة يجد المستهلك نفسه في وضعية نفسية مريحة جدا تؤهله للإقبال على ما يرغب دون ضغط وإكراه، فتراه يختار ما تشتهي الأنفس وتلد الأعين، أحيانا دون وعي وإدراك، أي بمعنى يغامر ويقامر من أجل إشباع الحاجات الضرورية وغير الضرورية وربما في بعض المرات يشتري بدافع الشراء فقط .

ب2-2- الدور الأمني

كثيرة هي المنتجات تستعمل لأغراض متعددة ولا تشكل خطرا على صحة وأمن المستهلك كاستعمال الخزائن الخشبية يمكن جعلها محلا لوضع الملابس والخردوات أو إحراقها كحطب للتدفئة ، ولكن هناك سلع وبضائع ذات غرض وحيد فإن تجاوزت حدود استعمالها فإنها تشكل كارثة وخطرا جسيما كمادة الجافيل ، فإن هذه الأخيرة تستخدم لتنظيف الملابس ، أما إذا شربت أو طهي بها ، فالنتيجة الموت المحقق عادة لمن قام بهذا السلوك.¹ وعلى هذا الأساس فالتحذيرات الموجودة على هذه السلع تعد إنذارا للمستهلك حتى يراقب نفسه وغيره وأسرته.

ب3- شروط الوسم

بمقتضى مضمون المادة 18 من القانون 09-03 «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 «pour utiliser un pou gue or plusieurs des pansues أخرى سهلة الفهم (véfacie) من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها». من خلال هذه المادة يمكن معرفة ما هي شروط الوسم اللازمة على أي منتج أو سلعة؟ - أن يكون مكتوبا بلغة عربية بارزة .

¹ - سفبان بن قري، مرجع سابق، ص 47.

- يمكن إبراز لغة واحدة أجنبية.
- ألا يكون غامضا وعسير الفهم.
- أن يكون لحجم مناسب لا يتعذر على أي شخص أن يقرأه.
- أن يكون يدل دلالة على الوضوح الرؤية الصحيحة.
- غير قابل للاختراق والقرصنة .
- مصنوع من مادة يصعب تحويرها أو تزويرها.

إن المشرع الجزائري قد أحسن صنعا في هذه المسألة من حيث تطبيق القواعد الصحية لسلامة المنتج من أي اختراق أو غش وخداع ، إلا أن الوسم الذي يظهر في أغلب المنتجات الجزائرية قابل للاختراق والتزوير ، من حيث المحو والحشو وكذلك عدم وجود تاريخ بداية الإنتاج ونهايته ، لأنه كثيرا ما نرى بالعين المجردة هذه التواريخ مطبوعة بشكل عادي والتي تسمح للغشاشين و عديم الضمير الإنساني لتحويلها بغرض كسب الربح غير المشروع.

ولذلك لحماية المستهلك فعلى المشرع الجزائري تدرك هذا النقص الجسيم بإجبار العون الاقتصادي على اختيار وسم موحد بشكل معين ومقياس معين بحيث يصبح كالطابع أو الدمغة مع كتابة بداية ونهاية المنتج يكون من طرف هيئة مختصة تشرف على هذا الإجراء الاحترافي.

ج. المعلقات: في هذا النمط لم يضبط المشرع الجزائري هذه الطريقة من حيث تعريفها عكس ما أقره في الوسم إلا أن المعلقات هي أسلوب تقليدي صرف يقوم به العون الاقتصادي بواسطة لوحة ورقية كبيرة أو صغيرة يعرض فيها مختلف السلع مرفوقة بأسعارها.¹ وهذا الأسلوب في الحقيقة لا يبدو مجديا، إذ في أغلب الأحيان تجد العون الاقتصادي عندما يبدأ في تنظيم ورقات الأسعار أثناء تغليقها وشهرها تتطاير أو تتلاشى بمرور الزمان وكذلك حتى الأسعار تتغير.

ولذلك فعلى كل من ينتهج هذا المنحى فعليه أن يطور حالة تنظيم الأسعار من معلقات الكترونية متغيرة حسب سوق العرض والطلب ، وكذلك على أعوان الرقابة أن يكون دورهم

¹ - اسيا يلس، «بالالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي»، مذكرة لنيل شهادة ، الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق ، جامعة 8 ماي 1995، قالمة 2012، ص121.

دائماً وقائي، لا ردعي إذا ليس لمجرد عدم وجود أسعار السلع يحررون له محضراً قيمته 5000 دج على الأقل، أي بمعنى يكونوا رحماً لا ظالمين ، فعليهم البحث عن التجار الذين يتقلون كاهل المستهلكين بأثمان، ولا سيما التعامل بالفاتورة والتي كثير من التجار لا يفقهونها أصلاً وإن أدركوها يتهربون منها خشية الوقوع في الدفع الضريبي.

2. الإعلام بالأسعار لوسائل الاتصال الحديثة

ويقصد بها الدرجة الأولى ممارسة النشاط التجاري عبر أنظمة الكمبيوتر والشبكات مثل الانترنت وشبكة نظام اللوحات الإشهارية. وهو ما يسمى بالمفهوم التجاري والاقتصادي الحديث بالتجارة الالكترونية.

وهو مفهوم يبدو أنه ليس قديماً وجاء ليعبر عملية البيع أو شراء وتبادل السلع والخدمات عبر شبكات التواصل الالكتروني.

أقسام التجارة الالكترونية:

- تجارة الكترونية مابين الشركات.
- تجارة الكترونية بين الشركات والمستهلكين.
- تجارة إلكترونية بين الزبائن.
- مكونات التجارة الالكترونية
- المنتج المراد تسويقه.
- مكان يتم تسويق المنتج.
- طريقة لجذب الزائرين إلى المتجر الالكتروني.
- عمل حساب بنكي إلكتروني للمستفيد.
- تقديم الخدمة للزبائن بواسطة البريد الالكتروني.
- عمل طريقة لشحن وتوصيل البضائع إلى أصحابها.

فوائد التجارة الالكترونية

- توفير الوقت والجهد.
- خفض الأسعار.
- حرية الاختيار.

وعلى هذا الأساس فالمشرع الجزائري هو إقراره لأول مرة بالكتابة الالكترونية بصدر الأمر رقم 05-10 المعدل والمتمم للقانون المدني، بحيث أدرج تعريفا الكترونيا في المادة 323 مكرر على الكل الآتي:ينتج الإثبات بالكتابة من تشمل حروف أو أوصاف أو أرقام، أو علامات أو رموز ذات معنى مفهوم مهما كانت الوسيلة التي تنظما وكذا أطرف إرسالها.¹ وفي خطوة أخرى أكثر جرأة صدر قانون والتي بإمكان أعوان التجارة تحرير محاضر رسمية ضد المخالفين بشروط ممارسة أي نشاط تجاري، إن فعلوها فتحسب لهم جهدا عمليا وعلميا يشار له بالبنان.

لكن واقعا لم نرى هذا الجهد بعد لعدة أسباب فمنها موضوعية وأخرى ذاتية، فمن جانب العنصر الأول أن الوزارة لم تبرمج تكويننا نوعيا في هذا الميدان وبالتالي فأغلب الأعوان لا يمكنهم التحرك في هذا المنحى إلا إذا تعرفوا عن كتب ما هي الطريقة الملائمة لضبط المخالفين للتجارة الالكترونية أما عن الأسباب الذاتية شعور الأعوان باليأس والقنوط من الهيئات الوصية لما تبديه نحوهم من الاستخفاف بهم فلن يستقيم الظل والعود أعوج.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام بالبيانات

طبقا للمادة 8 من القانون رقم 04-02 التي تنص « يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة مميزات هذا المنتج أو الخدمة» بحسب هذه المادة فإنها تؤكد بصفة مطلقة أجبارا لا اختيارا على ضرورة توخي الصدق في تقديم البيانات السليمة الممنوحة للمستهلك حتى يمكنه اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة وهو على بينة من أمره وتجنب غشه وخداعه بالإشهارات المضللة، ولا سيما في وقتنا الحاضر أصبحت الوسائل الحديثة الالكترونية تلعب قيمة ذات أهمية كبيرة في تحديد جوده ونوعية المنتج.

ولذلك فعلى وسائل الاتصال كالتلفزيون الذي يقدم كثيرا من المنتجات في أغلبها ترويجيه وليست حقيقة ، فمثلا الإشهار لأنواع من القهوة كروما، فاكتو ودوزيا فتراهم يعرضون ممثلين ذو شهرة من أجل كسب زبائن جدد وفي الحقيقة فهؤلاء لا يمكن الاعتماد عليهم

¹ انظر المادة 333 مكرر من القانون المدني

لأنه ببساطة يكسبون في ذلك أموالاً، بالإضافة إلى أن هذا المنتج المروج له هل حقاً كما يدعون؟

وعلى هذا الأساس فنصيحتي للمستهلكين الحذر ثم الحذر من هذه الومضات الإشهارية المضللة، فعلى المشرع الجزائري كذلك فرض صرامة على كل القنوات الجزائرية ع بهدف قمع الترويج الإعلامي الفاسد.

ولعل من باب التطبيق العملي لمراقبة هذه الإشهارات ومدى مطابقتها للمواصفات العلمية وهو عرض هذه المنتجات من سلع وخدمات على هيئة متخصصة تابعة لوزارة التجارة وهي التي تسمح أو ترفض القيام بالإشهار والترويج وكل من يخالف هذه الإجراءات يتعرض لعقوبات صارمة كالسجن والغرامات المالية التي يجب ألا تقل عن 200.000 دج ولا سيما إذا ما تعلق بمحاولة الكذب والغش.

«و عن كيفية تنفيذ هذا الالتزام فإن المادة الثامنة لم تحدد هذه البيانات بالضبط بالالتزام وإنما أحالت الموضوع برمته إلى عبارة «المعلومات النزيفة والصادقة المتعلقة بمنتجات المنتج».

وهذا يقودنا لضرورة إلى ما جاء به القانون رقم 09-03 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش من خلال إجباره بإعلام المستهلك في المادة السابعة عشر منه والتي تنص صراحة على أنه «يجب عن كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي بضعة للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة»¹

الفرع الثالث: نتائج مخالفة الالتزام بالأسعار والتعريفات

كقاعدة عامة إذا لم يلتزم العون الاقتصادي بالشروط القانونية التي تضمن حقوق المستهلك الكاملة فإنه يعرض نفسه إلى جزاءات صارمة أقرها المشرع الجزائري من خلال النصوص القانون التي تديرها وزارة التجارة ولاسيما المادة 31 من القانون رقم 04-02 والتي ستكون محور اهتمامنا في فصل خاص لدراسته.

. بالتحليل والتدقيق وفق منهجية علمية مناسبة طبقاً للقواعد العامة من نفس القانون من خلال المادة 15 منه والتي تقر بأن كل ما هو معروض للجمهور يعتبر إيجاباً صادراً من

¹ - نوال كيموش، «حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية» مذاكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون- فرع القانون كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2010/2011/ص 20.

العون الاقتصادي وبالتالي فمن من حق المستهلك أن يصدر قبولا في ذلك دون إكراه وضغط يتلقاه من جانب المتدخل أو المنتج كرفضه لإبرام التعاقد أو فرض عليه شروطا تعسفية أخرى تعد خرقا للممارسات التجارية، كمن يبيع حليبيا مشروطا مع المشروبات الغازية . وبالتالي فإن هذه السلوكيات إذا رآها المستهلك من حقه أن يرفضها ويبلغ الجهات الوصية بهذا الأمر ومطالبها بالتعويض عن الخسارة التي لحقت به.¹

وعلى هذا الأساس فنص المادة 65 من القانون 02/04 حيث جعل من جمعيات حماية المستهلك طرفا أصيلا في اي شكوى مقدمة ضد العون الاقتصادي وهذا مانصت عليه دون المساس باحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية يمكن لجمعيات حماية المستهلك القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام به بمخالفة أحكام هذا القانون ، كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم .

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام بشروط البيع وحدود مسؤولية البائع

بموجب المادة 4 من قانون رقم 04-02 « يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار

وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع»

إذا رجعنا جيدا هذه المادة القانونية أنه لا يمكن الحديث عن مبادلة تجارية تتسم بالشفافية إلا في ظل الضمانات الكفيلة لتحقيقها ولا يتأتى ذلك إلا إذا تبينت صورة الوضوح والمفاوضات الداعية إلى التعاقد عن طريق إلزام العون الاقتصادي بإعلام المشتري مسبقا بكل الشروط فيما يتعلق بالأسعار والخدمات وهو ما سنتناوله في فرعين أما الأول يتضمن إعلام المستهلك بشروط البيع وأداء خدمة والثاني تحوي الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية الفرع الأول: إعلام المستهلك بشروط البيع وأداء الخدمة

إن المستهلك في أغلب الأحيان يعد الطرف الأضعف في كل عملية تعاقدية تحت سلطان الإكراه أو الرغبة الجامحة أو السذاجة الطبيعية لذلك تراه يقبل على كل ما تراه عينه ويتمتع ويقع عليه أنفه وسمعه أذنه، ولا سيما الإشعارات المضللة لوسائل الاتصالات الحديثة وحتى التقليدية منها ، فكثيرا من التجار يفتنون مثلا السراويل التي تحطم النفس والعقل من

¹- بدره لعور ، « آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع » أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق تخصص قانون أعمال جامعة محمد خيضر، بسكرة 2014، ص126.

السند والهند وبيعنها لشبابنا المسلم دون وازع إيماني، كان حريا بهم خشية الله فما يربحون؟
أليس دستورنا «الإسلام دين الدولة»

فعلى الجهات الوصية أصلا محاربة هذه الظواهر الغربية التي تفسد مجتمعنا ، فالإسلام
دين وعمل ، وليس مجرد شعار نكتبه

وحتى لا أطيل في هذا النقد المفيد ، فالمستهلك يجري عقودا مع العون الاقتصادي فأحيانا
لا يدري أين تكمن خطورتها وقوتها؟

وترى العون الاقتصادي يتعمد إبرام عقود نموذجية عادة ما يتفنن محررها في تعقيد أسلوب
صياغتها، بالكاد يفهمها وتحرر بحرف صغيرة ، يصعب قراءتها ، أو يتم كتابة شروط مهمة
في مواضع هامشية من وثيقة العقد .

وبالنتيجة فالمشرع الجزائري لم يهمل هذه لمسألة الدقيقة والصعبة فأجبر كل عون اقتصادي
أن يكون دقيقا وصادقا بالدرجة الأولى في كيفية تقديم أي منتج للمستهلك أو خدمة معينة،
ولا سيما تلك المتعلقة بإبرام عقود لا تظهر حقيقتها إلا بعد التنفيذ.¹

وهنا هو وجه المسؤولية التعاقدية النظرية ، أما واقعا فكثير من النشاطات التي يقوم بها
العون الاقتصادي مخالفة تماما لسلامة والأمن والصحة والنفسية والعقلية والجسدية

للمستهلك ، وترى ذلك خاصة في مجال الخدمات كالفنادق و وكلات الأسفار والسياحة
وشراء السيارات والبنوك الربوية.

فلو أخذنا نموذجين منهما لرأينا عجا عجاب، فمثلا في مجال النقل الجماعي للمسافات
الطويلة ، فعندما تبتاع تذكرة سفر فانك لا تجدي الوسم عليه ، كذلك عبارة الحافلة غير
مسؤولية عن الأمتعة غير مسجلة، وهم أصلا لا يسجلونها أي بمعنى إذا ضاعت أو
سُرقت فالمؤسسة لا تتحمل ذلك ، بالإضافة إذا تأخرت الحافلة عن مواعدها الأصلي أليس
من حق المستهلك استرداد جزء من المبلغ المدفوع؟

وكذلك في حالة إلغاء الرحلة من طرف المؤسسة ، فهذه الأخيرة لا تنص على التعويض ،
أما إذا جاءت من الزبون فهو مجبر على عدم تلقي المبلغ كاملا في اليوم الأول أما اليوم
الثاني فلن يأخذ شيئا .

¹- بدرة لعور، المرجع السابق، ص65.

أما النموذج الثاني فهو وكالات السياحة والأسفار ، فهي تمارس عقودا تعسفية خطيرة جدا ، أنت أن حاولت السفر معهم فدفعت مبلغا ماليا ل 100.000 دج للعمرة فإنك تجد في عقودهم أن المبلغ المدفوع يساوي ثمن رحلة العمرة فقط، ففي حالة فسخك للعقد المبرم معهم فلن تتال حقك كاملا، أما إذا جاء الفسخ من طرفهم فلن تمنح إلا ما دفعته فقط دون احتساب للضرر الذي لحق بك وهم ما يسمى في صلب القانون ما لحقه من خسارة وما فاتته من ربح.

وبالتالي فإن أعوان التجارة عليهم الضرب من حديد كما قال السيد البري فسور كمال رزيق وزير التجارة ، فلا يجب أبدا التسامح مع هذه الطائفة التي ترى المستهلك بحرا من المال السريع.

ولذا يجب تفعيل النصوص القانونية التي لا تسمح ما يسمى بالعقود التعسفية وكذا هوامش الربح المبالغة فيها وهذا ما تبناه خاصة القانون رقم 09-03 حيث حرم كل شرط يقضي بعدم الضمان ، وعليه فالإلزام البائع بالإعلام بالشروط هو وسيلة للاطلاع على شروط العقد للوقوف على مدى مشروعيتها¹.

الفرع الثاني: إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة

حسب ماورد في المادة 08 من القانون رقم 04-02 فهي تلزم العون الاقتصادي بضرورة إعلام المستهلك بمدى أهمية وجسامته ما يبرمه من عقود من حيث الضمان والمسؤولية ونتائجها المترتبة عنها، وهذا ما قررت به كذلك المادة 124 ق م ج والتي من خلالها أوجبت التعويض عن الضرر الحاصل من جراء استعمال السلعة أو الخدمة بصفة عامة وكذلك المادة المنتجة للمنتجات المعيبة .

ولذلك من باب هذا المقام فكثيرا من المستهلكين يجدون أنفسهم في وضعيه حرجة مع منتجات تحمل بذور فنائها، فلا يستطيع عندها إجبار التاجر على تعويضه واستبدالها بحجة مثلا إن الجهاز - كالتلفزيون أو آلة الغسيل أو المكيف قد جرب في المحل وتلف في المنزل.

¹ - مريشة أحمد، مرجع سابق، ص 34.

- وبالرغم من هذه الردود إلا أنها واهية وليست قانونية ، لماذا؟
 فهل يعقل أن جهازا معيناً اشتغل يوماً أو يومين أو حتى شهراً يتلف بهذه السرعة؟
 لا أعتقد ذلك ، وإنما اليقين أن هذه الآلات المستوردة غير صالحة للاستعمال ، أي أنها غير
 متقنة من البداية ولا سيما التي تأتينا من بلاد الصين وتايوان.
 ولذلك على المشرع الجزائري الحزم في هذه المسألة ، إذ قبل دخول هذا المنتج إلى السوق
 الجزائرية ، فلا بد أولاً من القيام بهذه الإجراءات التالية:
1. تحديد قائمة التجار: أي استبعاد بعض التجار من هذه العملية التجارية ، ولا سيما المشبوهين.
 2. تحديد عدد معين من السلع: لا يجب إغراق السوق الجزائري لكميات هائلة منها ، بل تحديد رقم معين من السلع فقط.
 3. إجراء قياسات ميدانية: قبل دخول أي منتج للجزائر¹ فلا بد من تجربته على نطاق واسع.
 4. تخصيص هيئة رقابية خاصة: يمكن لوزارة التجارة أن تجبر الأعوان الاقتصاديين الذين يستوردون هذه السلع أرفاقهم لكفاءات وإطارات ميدانية للمعاينة والرقابة.
 5. تجريم الأعوان الاقتصاديين: على وزارة العدل وبالتنسيق مع السلطات الوصية الممثلة خاصة في وزارة التجارة في جعل الممارسات التجارية ذات الخطر الجسيم في درجة الجنائية الموجبة للإعدام أو السجن المؤبد لردع كل من تسول له نفسه خداع وغش المستهلك.
 6. احتكار الدولة للأنشطة ذات الأهمية الكبيرة: على الدولة إذا أرادت أن تحافظ على سيادتها الداخلية والدولية و ألا تقزم من سلطة قراراتها الإدارية والسياسية فعليها احتكار بعض الأنشطة الصناعية والغذائية، من حيث تصنيعها في السوق الوطنية بعمالة أجنبية ، أو استيرادها من الخارج وبيعها للمستهلك تحت رقابة وزارة التجارة أي بمعنى إعادة فتح الأسواق الوطنية التابعة للدولة ، كما كانت تفعلها في سنوات السبعينيات والثمانيات وأوائل التسعينيات ، مثل الأروقة الجزائرية التي كانت تباع الدرجات النارية والعادية والمكيفات والمواد الغذائية... الخ².

¹ - اجتهادات من الباحث نفسه

² - اجتهادات من الباحث.

المبحث الثاني: مفهوم الالتزام بالفوترة

الفاتورة تعد من قبيل الوثائق القانونية ذات القيمة المعتمدة والمحركة من طرف العون الاقتصادي وهي تشكل تكريسا لمبدأ شفافية الممارسات التجارية بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم أو هؤلاء وبين المستهلكين والتي أبرزها بالأساس المشرع الجزائري بالتفصيل في أحكام المواد من 10 إلى 13 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، والمرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي حدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الاستلام والفاتورة الإجمالية¹ وعليه يمكن معالجة هذا الموضوع في ثلاثة مطالب:

المطلب الأول : أهمية الالتزام بالفوترة ثم المطلب الثاني شروط وكيفيات تحرير الفاتورة وفي المطلب الثالث إلى تنفيذ الالتزام بالفاتورة

المطلب الأول: تعريف الفوترة

تبرز هذه القيمة عندما يتعلق الأمر بتلك المعلومات التي يحويها الفاتورة أو ما يقابلها، حيث تضى عليها شفافية المعاملات التجارية كمبدأ أول، كما تعد مبدأ قانونيا للإثبات أو النفي ثانيا.

الفرع الأول ترسيخ للشفافية في المعاملات التجارية

تعد الشفافية في الممارسات التجارية من أسمى وارفح المبادئ التي يركز عليها القانون 02/04 بهدف بعث منافسة حرة ونزيهة من جميع الشركاء إحداها يسعى إلى الربح المشروع، وثانيهما به إلى إشباع رغباته الذاتية برضا واطمئنان، دون وجل أو إكراه. ولعل إذا استقامت هذه الأفكار فعلا من حيث التطبيق الواقعي فإن هناك ثمة نتائج. على اعتبار أن الفاتورة وثيقة بيانات فإنها نموذج أصيل للممارسات التجارية في صورة عقد ثنائي بين المتدخل والزبون ، مما يعطينا صورة قانونية صرفة على جملة من الالتزامات الضرورية بين جميع المساهمين في العملية التعاقدية .

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10/12/2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك، ح - ر - ع 80 الصادر في 11/12/2005.

- وتظهر هذه المبادلات من خلال البيانات المتعلقة بالسعر البارز في الفاتورة إذ يمكن معرفة ما مدى التزام العون الاقتصادي بشروط أعلام الزبون بالأسعار والتعريفات أو ممارسة أسعار غير شرعية أو بنود تعسفية.¹
- إن الفاتورة أداة رقابية تستخدمها سلطات الدولة لتنظيم النشاط الاقتصادي والتجاري.
 - بواسطة البيانات التي تحويها الفاتورة يمكن لإدارة الضرائب والجمارك من تحصيل الإتاوات والرسوم والغرامات المفروضة على الأعوان الاقتصاديين.
 - إنها وسيلة مهمة في التحقيقات القضائية والاقتصادية .
 - إن الفاتورة بما يحمله من معلومات يمكن القائمين عليها تتبع أماكن إنتاج المنتج وجودته وكمية ومدى صلاحيته.
 - تعتبر الفاتورة صورة نمطية لبناء دولة ديمقراطية قوامها سياسات عامة ناجحة من أجل بناء اقتصاد قوي.²

الفرع الثاني : الفاتورة وسيلة للإثبات

بمقتضى المادة 30 من القانون التجاري «يثبت كل عقد تجاري بسندات رسمية سندات عرفية، فاتورة مقبولة ، الرسائل دفاتر الطرفين ، الإثبات بالبينة ، أو أية وسيلة أخرى» بالرجوع للقواعد العامة فإن مبدأ الإثبات في المسائل التجارية غير مقيدة بوسائل معينة ، بل تخضع لحرية الأطراف

ولذلك يمكن إثبات العقود التجارية بالإقرار واليمين وشهادة الشهود ، بالإضافة إلى ما ذكر أعلاه في المادة 3 ق ت.

وعليه يمكن للمستهلك أن يتمسك تجاه العون الاقتصادي التاجر بكافة طرف الإثبات، وفي المقابل لا يمكن للعون الاقتصادي أن يتمسك تجاه المستهلك إلا طبقاً لقواعد الإثبات في المواد المدنية باعتبار العمل مدنيا بالنسبة إليه.³

¹ - أحمد خديجي، «قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري» (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية ح ع س- قسم ح جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2015/2016، ص 61.

² - أحمد خديجي، المرجع السابق ص 65

³ - همام محمد محمود زهران ، أصول الإثبات في المواد المدنية والتجارية دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، 2002، ص 153.

والملاحظ على القانون 02/04 يجبر الأعوان الاقتصاديين على ضرورة تقديم الفاتورة للمستهلك في حالة الطلب فقط ، مما يؤكد على أن البيانات الواردة في الفاتورة لا يمكن الطعن فيها إلا بالتزوير على الرغم من أن المستهلك يمكن له اللجوء إلى طرق أخرى للإثبات

إلا أن المشرع الجزائري يدرك جيدا، إن المتعاملين الاقتصاديين يمكنهم تحرير فواتير وهمية أو شكلية للتهرب من مصالح الدولة المختصة بالتحصيل والضرائب. «وأهمية الفاتورة في الإثبات تتجلى في كونها تضيء على عقد الاستهلاك الذي حررت شأنه خاصة العقود ذات الكفاية الذاتية في الإثبات وذلك من خلال البيانات الواردة في العقد وهي الفاتورة.

ولعل القصد بالكفاية الذاتية في الإثبات أن الطرف الذي يقع عليه عبء الإثبات والشخص الذي يتطوع بالإثبات ، يقوم بإثبات حقه من خلال البيانات الواردة في وثيقة العقد، فتكون هذه البيانات بمثابة دليل كامل ينشئ الحق ويحميه دون الحاجة للرجوع إلى طرف الإثبات الأخرى التي أقرها القانون ، ومن أمثلة العقود التجارية ذات الكفاية الذاتية في الإثبات عقد النقل من خلال وثيقة النقل والإيصال بالنسبة للنقل البري للبضائع ، أو تذكرة السفر وإيصال الأمتعة بالنسبة للنقل البري للركاب»¹

وعلى هذا الأساس يمكن للمستهلك أن يحوز على الفاتورة متى أَرادها من أشخاص يمارسون أعمالا مدنية بحكم تصنيفهم أعوان اقتصاديين طبقا لما ورد من مفهوم هذا المعنى للقانون 02/04، كالمزارع الذي يبيع البطاطا والطماطم والجزر، وإن كان هذا الأخيرة لا يملك أي فاتورة لكن القانون أوجد بدائل أخرى يمكن أن تنوب في ذلك كوصل التسليم.

وهذا الأمر لا يقتصر على السلع والبضائع وإنما يتعدى إلى من يقدم خدمة كالشركات الطبية ومكاتب الهندسة المعمارية، فهؤلاء يمارسون أيضا أعمالا مدنية طبقا لأحكام القانون التجاري والقانون 08/04 المتعلق بالأنشطة التجارية فإن علاقتهم بالمستهلك تخضع لأحكام الإثبات في المواد المدنية، وعليه فليس للمستهلك إثبات ما يزيد عن 100.000

¹ - أحمد خديجي المرجع السابق، ص63.

دج حيال العون الاقتصادي غير التاجر سوي بالفيد الكتابي حسب مقتضيات المادة 333 ق م ج .

وهذا مما يؤكد قوة وقيمة الفاتورة إزاء المستهلك إذ تعد دليلا كتابيا يستعمل ضد العون الاقتصادي غير التاجر لإثبات حقوقه فيما يفوق عن 100.000 دج¹.

وفي ظل التقدم التكنولوجي أصبحت الورقة المعدة للإثبات تأخذ شكلا الكترونيا حسب المادة 323 مكرر 1 ق م ج «تعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الالكتروني كالإثبات على الورق بشرط أما كنية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وإن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها.

في الحقيقة هي نفس أحكام الفاتورة التقليدية إلا أنها تخضع لقواعد صارمة من حيث الشكل والمضمون لوقاية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية .

هذا هو وجه التأكيد القانوني للفاتورة ، لكن واقعا أجزم بأن الفاتورة المحررة من طرف الأعوان الاقتصاديين غير خاضعة تماما للمعايير السلامة بل هي مجرد قصاصات ورق في أغلبها تحرر للمستهلكين لتمويه مصالح الأمن والضرائب والتجارة ، فلو يطلع أعوان هذه الأخيرة بالخصوص على فواتير هؤلاء التجار فإن أغلبهم لا يملكونها ، حتى وزارة التجارة يفترض فيها تحديد نوع معين من الفاتورات المضبوطة شكلا ورقما وتخويل هيئة معينة للقيام بذلك لمنع التزوير والغش.

بالإضافة السؤال الذي يمكن طرحه على جل مديريات التجارة، هل في الخرجات الميدانية تطالبون الفاتورة ؟

أقول وأن شاهد على ذلك إن الفاتورة في كثير من المديريات لا يعملون بها إلا اللمم فالمحاضر المنجزة في أغلبها متعلقة بإعلام الزبون بالأسعار .

ونقطة أخرى كثيرا ما تم الحديث عن التجارة الاليكترونية وهي كثيرة جدا، لكن هل تجرأ أحد الأعوان الاقتصاديين على تحرير محاضر في هذا الشأن؟

أقول وكلي أسف ، بحكم وظيفتي فالمسؤول الذي يحكمك أصلا لا يريد الاجتهاد ولا يحب العمل الجاد ، قلبه فارغ من الإبداع، همه المنصب، قبلته المواقع المختلفة الانترنت،

¹ عبد الرزاق زويينة ، محاضرات في طرق الإثبات ، ملقاة على طلبة الماجستير ، قسم الحقوق ، جامعة ورقلة، 2004، (غير منشور)

ينتظر الأجر بفارغ الصبر، فهل يمكن أن تبدع مع مسئول أخذ المنصب بالمكر والخداع والظلم؟

مهما يكن يمكن للأعوان التجارة تنمية قدراتهم بالعلم والسهر والاجتهاد في القول والعمل من خلال إنجاز بحوث ومراجع

وأريد أن أذكر القارئ الكريم بحديث هامشي وقع لي مع مسئول من هذا الشكل، إذ لما طلبت منه أن أقوم بإنجاز مراجع والقيام بمحاضرات، فقال لي بالحرف الواحد دعك من هذا وأعطنا محضرا واحد فقط ومن هنا عرفت أن المنصب الذي فيه أكبر منه بكثير، فهو يحب الحديث فقط ولا يبغى العمل الجاد.

وهناك إشكالية أخرى لماذا المشرع الجزائري يضع قيودا على الفاتورة من حيث الطلب؟ كان حريا على المشرع الجزائري ألا يتقيد بهذا الشرط بل يجعلها إجبارية في كل العمليات التجارية لتنظيم النشاط الاقتصادي وإظهار قوة الدولة والتخطيط لسياسات عامة كفيلة بمحاربة الفساد الاقتصادي الذي يضمن فعلا استقرار في أسعار السلع والخدمات والحد من تدهور القيمة النقدية للدينار وبالتالي الحد من تدهور القدرة الشرائية للمستهلك.

المطلب الثاني : شروط وكيفيات تحرير الفاتورة

إن الفاتورة ما هي إلا وسيلة لإضفاء الشفافية في الممارسات التجارية وأداة لتأكيد المعاملات الاقتصادية التي تتم بين جميع الشركات الاقتصاديين والمستهلكين، ولذلك فالمرسوم التنفيذي رقم 468/05 فقد حدد الشروط الواجب توافرها في الفاتورة.

الفرع الأول : البيانات الواجب توفرها في الفاتورة

بمقتضى المواد من 03 إلى 09 من المرسوم المذكورة أعلاه قد بينت كل التفاصيل القانونية التي يمكن أن تكون عليها الفاتورة وهي كالآتي:

أولا:البيانات التي تخص العون الاقتصادي: حسب المادة 3

- اسم البائع ولقبه في ة كونه شخصا طبيعيا .
- اسم وعنوان التجاري في كونه شخصا معنويا.
- العنوان ورقم الفاكس والهاتف والعنوان الالكتروني.
- الشكل القانوني وطبيعة النشاط للعون الاقتصادي.

- رأسمال الشركة.
 - رقم التسجيل التجاري.
 - رقم التعريف الإحصائي.
 - طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة.
 - تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها.
 - تسمية السلع المباعة وكميتها.
 - سعر الوحدة دون الرسوم المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة.
 - طبيعة الرسوم والحقوق أو المساهمات ونسبها المستحقة.
 - السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محررا بالأرقام والأحرف.
 - الختم وتوقيع البائع +التقليدين ما لم تحرر الفاتورة بالنمط الالكتروني.¹
- ثانيا:البيانات المتعلقة بالمشتري
- بناء على نص المادة 03 من ذات المرسوم التنفيذي رقم 468/05 «يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إن كان مستهلكا وفي حالة كونه مشتريا ، فالبيانات الضرورية هي :
- اسم ولقب في حالة كونه شخصا طبيعيا.
 - العنوان والاسم التجاري إن كان شخصا معنويا.
 - الشكل القانوني وطبعة النشاط.
 - العنوان ورقم الفاكس والهاتف والبريد الالكتروني.
 - رقم التسجيل التجاري.
 - رقم التعريف الإحصائي.²
- ثالثا:بيانات أخرى: طبقا للمادتين 3و4 من ذات المرسوم ي. التنفيذي فقد تناول بيانات أخرى وهي:
- تكاليف النقل:طبقا لما جاء في المادة12 من المرسوم 95-305.

¹ - أحمد خديجي، المرجع السابق،ص68.

² - أحمد خديجي ، المرجع السابق،ص69.

- توابع السعرة بحسب المادة 13 « يجب أن يذكر وتحدد صراحة في الفاتورة وفقا للمادة 12 أعلاه توابع السعر كفوائد بالقروض عند البيع بالآجال.
- تكاليف الاستغلال: طبقا للمادة 13 فقد ذكرت أعباء الاستغلال كأجور الوسطاء والعمولات والسمسرة وأقساط التأمين التي يدفعونها البائع .
- كتابة التاريخ: أي تاريخ تحرير انعقاد الفاتورة.
- تحديد تاريخ الفاتورة: طبقا للمادة 4 من المرسوم 05-468 يجب أن تحتوي الفاتورة المحررة قانونا على تاريخ التحرير والرقم التسلسلي.
- تحديد تاريخ الدفع: طبقا لما جاء في المادة 17 من نفس المرسوم يجب أن سحب على هامش الفاتورة الطبيعية كفيات الدفع وكذلك جميع المراجع التي تسمح بتحديد لها لا سيما تحديد مصدرها ورقمها وتاريخها.¹

الفرع الثاني : شكل الفاتورة

1. الفاتورة العادية: تعتبر كذلك إذا ما اعتمد في إخراجها على دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير ويجب أن يكون خاليا من أي عيب ، مادي يؤثر في استعماله القانوني كالشطب والحشر والنشر ، وكل زيادة أو نقصان سجل على هامش خط الزاوية.
 2. الفاتورة الاليكترونية: بحسب مقتضيات المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 في ظل التطور التكنولوجي الهائل أصبح يمكن تحرير فاتورة إلكترونية بين جميع الشركاء الاقتصاديين في المبادلات التجارية بواسطة جهاز الإعلام الآلي والشرائح الاليكترونية والهواتف الجواله ذات الحجم المناسب.
- وهي بذلك تضمن جميع شروط تحرير الفاتورة العادية وتخالفها فقط بعدم وجود الختم الندي والتوقيع للبائع وإنما يجب وجود التوقيع الاليكتروني.²
- وما يمكن ملاحظته في هذا الباب أنه سواء كانت فاتورة عادية أو إلكترونية فهي إجبارية بين الأعوان الاقتصاديين واختيارية بين هؤلاء المستهلكين، في المادة 10 في فقراتها الأولى من القانون 02/04 والتي تم تعديلها بمقتضى المادة 3 من القانون 06/10 نصت « يجب أن يكون كل بيع سلع، أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة يبدو

¹ - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 67.

² - أحمد مريشة ، مرجع سابق، ص 64.

مما سبق ذكره أن المشرع الجزائري اختلط عليه التعبير فهو من يجبرها ، ومن جهة أخرى يتركها لحرية الأطراف وبين هذا وذاك لم يحددها ، هل من حيث وقت انعقاد العقد أم وقت تنفيذها؟

لأنه بصراحة فكل عون اقتصادي أو مستهلك لا يمكنهما الحصول على فاتورة معينة، عادية أو إلكترونية إلا عند تسليم البضاعة وحيازتها حياة كاملة وكذلك إذا ما تعلق الأمر بتقديم خدمة فلن يكون الأمر نافدا إلى إذا ضمن مثلا المسافر الذي يريد أن يتجه إلى ولاية المدية أنه وصل فعلا.

وعلى هذا الأساس فإن المشرع الجزائري لم يكن دقيقا عندما استعمل مصطلح مصحوبا ، بل كان حريا أن نزيد عليها وقت تسليم المبيع ، لا وقت انعقاد العقد¹.
لماذا نقول هذا الكلام ؟

لأنه في بعض السلع هناك صعوبات واقعية أثناء تحرير الفاتورة ، فتصور أن تاجر اشترى من تاجر آخر من اللحم الطازج وذلك بتاريخ 10 مارس 2020 وانعقد على سعر 100.000 دج تم بعد 03 أيام لما أراد المشتري أن يزن اللحم في اليوم الرابع فواجهه قد نقص ب 10 كغ أين ذهبت؟

الجواب فقد ذهبت مع نقص الدم والماء والهواء، وبالتالي لا يمكن الحديث عن الفاتورة إلا إذا وصلت إلى المشتري فوزنها واتفقا على سعر 900.000 دج وهذا ما يسمى في القانون المدني (وقت الوصول).

لأنه في حالة نزاع شاب بينهما يجب أن يعتد بزمن استلام البضاعة وهي اللحم لا من وقت التفاوض على السعر أو التفاوض على الانعقاد.
وعلى هذا الأساس فعلى التاجر أن يحتفظ بهذه الفاتورات مدة عشرة سنوات. وهذا ما ذكره القانون التجاري من خلال المادة 12 لإثبات صحة الممارسات التجارية التي كثيرا ما يشوبها نزاعات مختلفة وهي في أروقة المحاكم تعج بالآلاف.

وكثيرا ما تذهب جهود هؤلاء التجار سدى بسبب إهمالهم بدفاترهم التجارية وعدم احتفاظهم بفاتورتهم أو أنهم لا يتعاملون بها ، مطلقا وأن حرروها ففي أغلبها وهمية أو مزورة وإن

¹ - أحمد مريشة ، مرجع سابق، ص 68

وجدت فعلا فهي تخفي وراءها هوامش ربح كبيرة جدا، فقد وقع لي ذات مرة طلبت من تاجر بيع الدرجات النارية كبيرة الحجم فاتورة الشراء فلم يجد إلا واحدة أو ثلاثة على الأكثر ، فلما تفحصت إحداهما وجدت فرقا شاسعا من حيث السعر ، فلکم أن تتصوروا إن الدرجة تشتري ب 60.000 دج وتباع 120.000 دج.

وهذا من حيث السعر، ما من حيث جودتها، فهي تصلح لحصد الأرواح البشرية فقط. ولذلك فعلى أعوان ، التجارة تفعيل النصوص القانونية التي تسمح بمعاينة هؤلاء التجار الذين يريدون ربحا سريعا على حساب الآخرين، ولا سيما قانون المنافسة في مادته 05 من القانون 05/10.

ثم لماذا يسمح لهؤلاء التجار ممارسة هذا النشاط البعيد عن الرقابة؟. وهناك نشاطات أخرى موازية للفساد وهي تجارة البصريات والذهب أنت لما تدخل لهذه المحلات تراهم يبيعون النظارات الطبية بأسعار مرتفعة جدا وحتى النظارات العادية فقد يبلغ سعرها أحيانا إلى 50.000 ألف دح أو ما يزيد وإذا اتجهت إلى من يبيعون الذهب فانك تلاحظ العجب العجاب، اغلبهم لا يبيعون ذهباً خالصاً، بالإضافة لا يخضعون إلى مقياس معين يحددون فيه ثمن وزن الذهب، ولذلك فأسعارها باهظة الثمن. بالرغم من هذا الفساد المستشري فهم لا يخضعون لرقابة التجارة إلا نادرا. وبالنتيجة الحقيقية إذا أرادت وزارة التجارة أن تنهض نهضة قوية فما عليها إلا إتباع هذه السبل وهي ناجحة:

1. الدخول إلى كل مكان أبوابه مفتوحة للرقابة.
2. إلغاء شرط السجل التجاري للدخول إلى بعض الأنشطة كالتبيب والمحامي والموثق.
3. تجريم الفعل الجسيم إلى جنائية.
4. تخصيص مدرسة خاصة لتخريج فئة ضباط رقابة يدرسون من عام إلى عامين فيها.
5. رفع منحة الضرر والخطر إلى 30.000 دج بدل 6000 دج.
6. توفير وسائل النقل المعدة، إذ بحيث على كل مديرية على الأقل أن يوجد لديها من 10 إلى 20 سيارة، (الحد الأدنى لكل مصلحة في مديرية التجارة إلى أربعة سيارات).

الفرع الثالث: القيمة القانونية للفاتورة وما ينوب عنها من بدائل

أولاً: حجبية وجود الفاتورة

1- إذا كان العقد بين أعوان اقتصاديين

بحسب ما رد في المادة 03 من القانون 10-06 المعدلة للمادة 10 من القانون 04-02 فإنه تلزم الأعوان الاقتصاديين بضرورة التعامل بالفاتورة في كل عملية بيع للسلع أو القيام بالخدمة وهو ما جاء مطابقاً أيضاً للمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد مواصفات تحرير الفاتورة وكذا الفاتورة الإجمالية وسندا لتحويل رقم وصل التسليم. ومعنى هذا النص القانوني والذي جاء متضمناً في المادة 13 من القانوني 04-02 أن الفاتورة لا مناص من إغفالها، وكل من يتعمد ذلك يتعرض لعقوبات صارمة لردع كل المخالفين الذي يريدون تشويه الاقتصاد الوطني والمساس بسيادة وأمن الدولة والتي مهمة وجودها الأولى الحفاظ على أفرادها من الاستغلال التجاري المريض. وعلى هذا الأساس فالمشرع الجزائري كان حريصاً جداً على أن المبادلات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين يكون فقط بواسطة الفاتورة والتي هي إجبارية، كي تكون المعلومات محل متابعة وتحقيق في حالة الالتباس أو النزاع، وهذا الأمر يتعلق سواء بالسلعة أو القيام بتأدية خدمة معينة.¹

2- إذا كان العقد بين عون اقتصادي ومستهلك

بحسب المادة 02 من المرسوم 05/468 أن الفاتورة إلزامية التحرير لكن مقيدة بشرط الطلب وهذا ما جاء مطابقاً للنص المادة 10 بموجب القانون 10-06. والمعنى الإجمالي لكلا النصين يوضحان بضرورة وجود الفاتورة في كل الحالات، إذ التعامل سيقتر على المستهلك، وكان الأمر يخص تجار التجزئة وهذا هو القاعدة العامة. أما الأصل أن الفاتورة غير ضرورية إلا إذا طلبت من المشتري ويعد هذا في الحقيقة مفهوماً يشوبه اللبس والغموض فالسؤال الذي يمكن طرحه لماذا تتوقف الفاتورة على إرادة المتعاقدين؟²

¹- أحمد مريشة، مرجع سابق، ص 43.

²- عمار زغبى، «حماية المستهلك من الأضرار الناتجة على المنتجات المعيبة»، أطروحة دكتوراه علوم، كلية الحقوق ع س، بسكرة 2012، ص 113.

لماذا المشرع الجزائري لما يجعلها موحدة عند التعامل بين الأعوان الاقتصاديين ؟

لماذا اقتضت الفاتورة على السلع دون الخدمات؟

إن الإجابة عن هذه الأسئلة لعل المشرع الجزائري أراد من حماية المستهلك دون تعقيدا، بمعنى أي شخص أراد شراء جهاز إعلام آلي مثلا فليس من الضرورة أن أطالبه إجباريا بالفاتورة في كل مرة ، لان العمل التجاري يتطلب السرعة والمرونة. كذلك من باب أن العمل التجاري عادة يقتصر على السلع وهو ما لا نراه في الخدمات لأنه يدق أحيانا أن نحصي ثمن الأداة المقدمة في هذا الجانب.

فهل هذا الطرح مستساغ واقعيا؟

بصراحة لا يمكن قبول هذا القصور ، لأنه واقعيا في كثير من الأحيان يضطر المستهلك إلى اقتناء سلع وهو لا يدري جودتها مما يعرضها للتلف السريع وكذلك إذا أراد بيعها بطريقة أخرى فإنه يصعب عليه الحصول على فاتورة الشراء من البائع الأول الذي اشترى السلعة منه.

وكذلك إن السلعة مهما كانت بأنها خرجت من الأعوان الاقتصاديين ودخلت في جعبة المستهلكين فإنها معرضة للربح أو الخسارة، فكان حريا بالمشرع الجزائري توحيد الإجمالي للفاتورة.

ومن جانب آخر إن الاقتصار على السلع لا يمكن فهمه ، لأنه كل ما يقدم للأعوان الاقتصاديين أو المستهلكين في أول مرحلة أو آخرها فإنها ستمس بمصلحة المستهلك بالدرجة الأولى.

فكل العيادات الطبية الفردية أو الجماعية أو مكاتب الهندسة المعمارية ومكاتب الموثقين والمحامين ، فيجب على هؤلاء ضرورة تقديم الفاتورة سواء طلبت أم لم تطلب ، لكون العمليات التي تتم في هذه الأماكن المقدسة والممنوعة من الرقابة في كثير من مديريات التجارة يشوبها كثيرا من الغموض من حيث التأسيس ولا الأسعار. فهناك العمليات الجراحية مثلا في العيادات الطبية تجري أحيانا بأسعار خيالية دون رحمة ، إذ تفوق مبلغ 300.000 دج فالسؤال المطروح ما هي المعايير المعتمدة التي تجعلهم يضعون هذا الرقم؟

فلو سألتهم سيقولون لك مثلا أنها ثمن الجراح والأجهزة والإيجار والعمال.... الخ إجابات واهية وغير دقيقة ولا إنسانية، لأن كثيرا من المرضى لا يستطيعون دفع هذه المبالغ، و أن دفعوها فهي من أهل الخير.

والسؤال الآخر لماذا تجري العمليات الجراحية الدقيقة في تركيا وتونس بمبلغ يصل إلى مليار سنتيم؟

ثانيا: الوسيلة البديلة للفاتورة

بحسب المادة ورد في نص المادة 10 من القانون 04-02 المعدلة والمتممة بموجب القانون 10-06 «تكون كل عملية بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 02 مرفقة بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها» وتطبيقا لما جاء فيها حدد المرسوم التنفيذي 05-468 هذه البدائل وهي:

1- سند التحويل: «LE BONJE UANSPOT»

مفهومه " وثيقة تبرز من خلالها العون الاقتصادي حركة بضاعة (سلع أو منتجات باتجاه وحداته للتخزين والتحويل والتعبئة أو التسويق دون أن تكون محلا للمعاملات التجارية.¹ ب- البيانات الإلزامية لسند التحويل: طبقا لما جاء في المادة 11 من القانون 04-02 وكذا المادة 12 من المرسوم 05-468 فإنه سند التحويل يجب أن يتضمن هذه المعلومات وإلا عدا باطلا وهي :

- وجود السلع والمنتوج في حوزة العون الاقتصادي.
- قيام العون الاقتصادي بتحويل ما يملكه إلى مراكز التعبئة أو التخزين أو التحويل أو التسويق التابعة له.
- عدم خضوع هذه السلع والبضائع لممارسة تجارية .
- ج- الملامح القانونية لسند التحويل
- الاسم واللقب والعنوان التجاري.
- رقم الهاتف والفاكس والعنوان الالكتروني.
- رقم التسجيل التجاري.

¹- بدرة لعور، المرجع السابق، 175.

- نوعية وكمية السلع.

- اسم الجهة التي حولت إليها هذه السلع .

- الختم الندى والتوقيع للعون الاقتصادي.

- اسم ولقب من حولت إليه هذه السلع.

2- وصل التسليم: Pebondepvraison

أ- مفهوم وصل التسليم: أداة قانونية يستخدمها العون الاقتصادي أثناء ممارسة لعمليات

تجارية متكررة ومنتظمة من خلال بيع سلع وبضائع لنفس المستهلك أو المشتري .

ب- البيانات اللازمة لوصول التسليم: طبقا للمادة 15 من المرسوم 05-468 هي كالآتي:

- اسم ولقب العون الاقتصادي.

- رقم بطاقة تعريف لمن استلم السلع.

- اسم ولقب المشتري.

- الختم الندى وتوقيع العون الاقتصادي.

وتتم هذه الطريقة عندما يقوم العون الاقتصادي بضرورة التحضير لملف إداري كامل

مستوفي جميع الشروط الثانوية التي تؤهله لممارسة النشاط التجاري والذي بدوره يقدمه إلى

مديرية التجارة التابعة له مبرزا لها المبادلات التجارية الممارسة بينه وبين زبون آخر¹. آخر

لأزيد من 15 يوما مع كتابة طلب مرفق بمستخرج السجل التجاري الذي سخر له إلى المدير

الجهوي للتجارة.

3- الفاتورة الإجمالية: «هي وثيقة محاسبية يقيد من خلالها العون الاقتصادي (البائع)

المبيعات التي أنجزها مع كل زبون (عون اقتصادي أو مستهلك) خلال فترة شهر واحد،

على أن يكون مرجع ذلك وصولات ، التسليم وهذا طبقا للمادة 11 من القانون 02/04

والمادة 17 من المرسوم 468/05»²

1- سند المعاملة التجارية Le Bonde de Uamsaction commercial

¹- بكرة لعور ، مرجع سابق، ص175.

²- بكرة لعور ، مرجع سابق، ص179.

أ-1 تعريف سند المعاملة التجارية: بمقتضى المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 «الوثيقة المحررة من طرف العون الاقتصادي عند البيع لفائدة المشتري، حتى ولو كان هذا الأخير هو المشتري النهائي ، وهو مكلف بيع المنتج لفائدة العون الاقتصادي.

أ-2 الأشخاص المؤهلين لاستخدام سند المعاملة التجارية حسب مقتضيات المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 16-66 فهم كالاتي:

- المتعاملين المتدخلين في قطاع الفلاحة.
- المتعاملين المتدخلين في الصيد.
- المتعاملين المتدخلين في الموارد البحرية.
- المتعاملين المتدخلين في الحرف والمهن.

الفرع الرابع: جريمة عدم الفوترة

أولاً: جريمة عدم الفوترة وصورها

لقد أبرزها المشرع الجزائري في أحكام المادة 33 من القانون 02/04 المتضمن الممارسات التجارية وهو ما يجعل جريمة عدم الفوترة كاملة الأركان وهي:

- 1-الركن المادي: طبقا المادة 33 فإن العون الاقتصادي يكون قد ارتكب هذه الجريمة بحسب أحكام المواد 10-11-13 من القانون 02-04 في الحالات التالية:
- بيع منتج أو سلعة أو القيام في مجالات الخدمات لعون اقتصادي آخر مع عدم وجود فاتورة.
 - شراء سلعة أو تأدية خدمة دون طلب فاتورة.
 - عدم تقديم الفاتورة لأعوان التجارة المؤهلين في ذلك عندما يطلبونها.
 - تحرير فواتير غير مضبوطة أو محشورة، كغياب اسم ولقب العون الاقتصادي وكذا عنوانه التجاري .
 - استخدام وصل التسليم في المعاملات التجارية المتكررة دون إذن مسبق من إدارة التجارة.

- عدم تحرير الفاتورة الإجمالية في نهاية الشهر أو تحريرها بغير ذكر جميع وصولات التسليم المتعلقة بالمبيعات حسب الفقرة 1 من المادة 11 من القانون وكذا المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468.¹

- بيع سلعة أو تأدية خدمة للمستهلك دون وجود محل وصل تسليم أو سندات فاتورة عندما يطلبها الزبون²

ثانيا: الركن المعنوي: تعتبر جريمة اقتصادية بامتياز إذا توافر شرطا العلم والإرادة دون النظر إلى القصد الجنائي ، هو قائم أم لا ، بل يكفي القصد العام فقط.

وبناء على ما تقدم فإن جريمة الفوترة قائمة متى عاينها أعوان التجارة بغض النظر عن النية في التقصير أو الإهمال ، فدورهم يلزمهم بتحرير عقوبة تكون كفيلة في ردعهم وعدم العودة لهذا السلوك المنافي للممارسات التجارية ولا سيما المتعلقة بصحة وسلامة المستهلك لذلك فالمشرع الجزائري كان حريصا جدا على إبراز دور الفاتورة في تحقيق شفافية المعاملات التجارية فأوجب لها عقوبة شديدة قد تصل إلى السجن ، خاصة إذا ما تغلق الأمر بفاتورة غير مطابقة أو مزورة.

ثانيا: صور جريمة عدم الفوترة

1- جريمة عدم مطابقة الفاتورة: طبقا للمادة 12 من القانون 04-02 وبمقتضى المرسوم التنفيذي 05-468 فهذه الجريمة تطمئن ركنين هما:

أ- الركن المادي: يكون كذلك إذا توافرت في الفاتورة هذه الأنماط من التصرفات وهي:

- عدم مطابقة الفاتورة للمستلزمات ، الخاصة بالعون الاقتصادي سواء جانب السلع أو الخدمات³.

- عدم مطابقة الفاتورة للمعلومات المتعلقة بالعون الاقتصادي المشتري.

- عدم مطابقة الفاتورة لمعلومات المستهلك .

- عدم وجود الختم الندى والتوقيع للعون الاقتصادي.

¹ -بدره لعور، المرجع السابق، ص180.

² - أحمد مريشة المرجع السابق، ص68.

³ - أحمد مريشة المرجع السابق، ص69.

- إصدار فواتير مع عدم ذكر البيانات كالإلزامية مثل رقم السجل التجاري للبائع والمشتري ، تاريخ تحرير الفاتورة.
 - عدم سلامة الإجراءات الشكلية مثل التلطيح والشطب للفاتورة.
 - ب- الركن المعنوي: إذا وجد القصد العام في شقيه ، العلم والإرادة فإن الجريمة متوفرة بمجرد أن يقوم الأعوان الاقتصاديين بمعاينتها وتأتي النتائج ايجابية في ذلك.
- ثانياً: الفواتير المزورة :** طبقاً للقرار الصادر في 2013/08/01 المتعلق بهذه المسألة، حيث شدد المشرع الجزائري العقوبة على الأعوان الاقتصاديين الذين يقومون بتحرير فواتير وهمية أو مزورة والتي تفوق قيمتها 50.000 دج ولا سيما تجار الجملة وتصل إلى مليون دينار 1.000.000 دج بالنسبة للمستورين والمنتخبين ، وهو القرار الذي صدر تطبيقاً لأحكام المادة 65 من قانون المالية لسنة 2003 والذي يؤكد على حرص الدولة الجزائرية على صحة وسلامة ، مما حدى بها إلى مضاعفة هذه العقوبة في حالة التكرار .¹
- ويدخل في هذا الإطار أيضاً فاتورات المجاملة التي تتضمن أحياناً مبالغ مالية غير حقيقية بقصد تخفيض مبلغ الضرائب واختلاس أموال.
- وصفوة القول إن الفاتورة أداة ذات قيمة قانونية فائقة المنافع العملية إذا طبقت ميدانياً على جميع التجار الذين يحزون سلعا أو يقدمون خدمات، فهي تساهم فعلاً في كشف المتلاعبين بالاقتصاد الوطني وكذا الذين يسعون عجلة التنمية الشاملة ولا سيما تلك الفئة من التجار الصادقين في معاملتهم التجارية بحيث هدفهم الأسمى إيصال أجود وأحسن وأكفأ السلع والخدمات للمستهلك.
- ولذلك فعلى أعوان التجارة تفعيل هذه المسألة الحساسة جداً بحيث لا يفرقون بين تاجر ضعيف وآخر قوي إلا إذا تعلقت بعامل الشفقة الإنسانية والعلاقات الاجتماعية .
- وبهذا الصدد أريد أن أنبه إلى نقطة هامة وهي تلك التدخلات الجانبية التي تأتي من هنا وهناك ، فهي في أغلبها غير شرعية دينا وقانونا لماذا؟

¹ - انظر المادة 65 من قانون المالية رقم 02-11 لسنة 2003 المؤرخ في 24 ديسمبر 2002، ج،س،ج،ع،26 سنة 2002

فكثير من أعوان الرقابة عندما يسلطون عقوبات على التجار تراهم لا يتزعزعون، ولكن عندما يتعلق الأمر بدوي الصحة والرقابة يضعفون ، وهذا خطر عظيم ولذلك فكثير من المحاضر لا تتجز أصلا سبب هذه التصرفات اللاقانونية.

فسيف الحجاج إذا سلط فيجب أن يكون على الجميع ، أي بحيث إذا أنجز محضر ضد العون الاقتصادي فيجب إتمامه بكل شروطه الشكلية والموضوعية ، بمعنى آخر حتى إذا حدث تدخل فلا يكون جسيما إلى درجة الميوعة العملية.

وهناك مسألة أخرى كثيرا ما تحدث في مديريات التجارة وهي أن أعوان الرقابة ينجزون المحاضر ثم بعد ذلك تختفي بفعل مسئول من أصحاب العصابة وعندما يتقصى المحضر المنجز فهو كمال قال الشاعر :

كالعير في البيداء وهي تشكوا. ظمأ والماء محمول فوق ظهورها .

ومرة أخرى أنبه كل أعوان التجارة الضرب من حديد على كل من سول له نفسه التلاعب بالاقتصاد الوطني كما قال السيد كمال رزيق وزير التجارة الحالي.

المبحث الثالث: الآثار المترتبة عن اخلال العون الاقتصادي بالتزاماته

للتحقق من سلامة وصحة المستهلك تستخدم الهيئات الوصية والممثلة في مصالح وزارة التجارة آليات وأدوات قانونية كفيلة بردع المخالفين للشروط والقواعد التنظيمية التي تكفل فعلا تحقيق مبدأ الشفافية بموجب القانون رقم 04-02.

المطلب الأول: إجراءات التحقيق

كمفهوم عام فالتحقيق يقصد به هو أسلوب رقابي بحث ذو فعالية صارمة تتخذه مجموعة من الأشخاص ذات تأهيل وكفاءة بهدف الحصول على المعلومات الدقيقة والكاملة للمخالفات الاقتصادية والمرتكبة من طرف الأعوان الاقتصاديين والذي يمر بمرحلتين أساسيتين هما: -

-مرحلة البحث والمعaine

-مرحلة انجاز التقرير والمحضر

وهذا ما سنعالجه من خلال هذين الفرعين

الفرع الأول: البحث والمعاينة

تتم هذه المرحلة بالنزول إلى عين المكان أي عندما توجد السلع مهما كانت وضعيتها، أو في جانب الخدمات مهما كان تقديمها، ولا يأتي ذلك إلا من خلال هيئة رقابية ذات سلطة قانونية وهي الوحيدة المخولة لها التنقل إلى السوق فمنهم.

أولاً: الأشخاص المؤهلون للمعاينة والتحقيق¹

طبقاً لما جاء في المادة 15 من القانون 89-02 المتعلق بقواعد حماية المستهلك «بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليه في قانون الإجراءات الجزائية فإن مفتشي الأقسام والمفتشين العاميين والمفتشين والمراقبين العاميين والمراقبين التابعين لمصالح مراقبة الجودة وقمع الغش مؤهلون كذلك لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون وإثباتها» وبمقتضى المادة 49 من القانون 02/04 وكذا المرسوم التنفيذي رقم 415/09 المؤرخ في 2009/12/16 المتعلق بالقانون الأساسي للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة وأعاون الرقابة

ومن خلال المادتين يتبين ان الفئة المعنية بعملية الرقابة لاتخص أعاون التجارة فقط بل هناك طائفة اخرى تتولى هذه المهام ،لكن من جاننا يعيننا الموضوع المتعلق بالدراسة الذي يخص اسلاك التجارة

لذلك من باب أولى أن يشترط القانون قواعد صارمة لتأدية مهام هذه الفئة على أكمل وجه ، ولا سيما ما اشترطه المشرع الجزائري في الفقرة 6 من المادة 49 من القانون 02/04 على إلزامية الحضور أماما لقاضي.²

لتأدية اليمين القانونية يصبحوا فعلا مهلون للقيام بمهامهم هذا بموجب المادة 17. وبعد أداء هذا الواجب تمنح لهم بطاقة خاصة ذات خطين أحمر وأخضر منجزة من طرف وزارة التجارة، والتي بموجبها يتمكنون من ممارسة عملهم في أي وقت.

¹ أحمد مريشة المرجع السابق، ص71.

² مسعود شلالبة«دور المديرية الولائية للتجارة في حماية المستهلك»، (مذكرة تخرج يدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق تخصص ماستر قانون أعمال، جامعة الشهيد حم لخضر ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم ح ، 63، السنة الجامعية 2014-2015/1436/1435.

بمقتضى المادة 3 ذات المرسوم التنفيذي رقم 415/0 المؤرخ في 16/12/2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المهنيين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة من خلال نظم فئتين:

- شعبة قمع الغش .
- شعبة المنافسة والتحقيقات الاقتصادية.

ثانيا: القيمة القانونية لأعوان الرقابة

بمقتضى المواد القانونية من 49 إلى 52 من القانون 04-02 إذا سمحت لأعوان الرقابة بسلطات تقديرية واسعة تؤهلهم للقيام بمهامهم دون ضغط أو إكراه وتتجلى ذلك من خلال هذه المهام التالية:

- 1- المعاينة العادية: بموجب المادة 52 من القانون رقم 04-02 فقد خولت للمكلفين بالتحقيقات القيام بأعمالهم بصفة عادية بواسطة جملة من الكيفيات وهي:
 - أ- عدم التقيد بحدود الدخول: إن أعوان الرقابة يتمتعون بسلطة مطلقة إزاء الأماكن المسموح بها لممارسة الأعمال التجارية التي تهدف أساسا إلى الربح سواء أكانت متعلقة بالسلع أو الخدمات، ما عدا تلك التي يقطنها أصحابه كسكنات فهي ممنوعة من الولوج إليها إلا بموجب رخصة من طرف وكيل الجمهورية في الحالات اللاقانونية.
 - وبالتالي فكل الأماكن التي لها أبوابا تفتح فهي قابلة للرقابة أكانت محلات تجارية ظاهرة للعيان أو مكاتب تقدم خدمة للزيائن كالعيادات الطبية ومكاتب الموثقين والمحامين.
 - ب- معاينة السلع والخدمات : بموجب الدخول إلى هذه المحلات التجارية ذات السلع أو الخدمات لأعوان الرقابة إجراء عمليات البحث والمعاينة بواسطة تفحص الدفاتر التجارية والملخصات المالية لوثائق الإدارية وكل ما يتعلق بالصيرورة العملية لهذه الأماكن ولا سيما السجل التجاري.¹

¹- نوال كيموش «، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية»، رسالة ماجستير ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2011، ص 62.

- والذي أصبح إلكترونيا الآن ويعد جوهر أي عملية رقابة عادية فهو يحدد طبيعة النشاط الذي يؤهل التاجر بممارسته بصفة قانونية.
- وبهذا الصدد يمكن تقديم بعض الملاحظات المهمة والتي يمكن لوزارة التجارة مراجعتها والإفادة منها وهي:
- الملاحظة الأولى: مادامت المادة 52 من القانون رقم 02/04 تذكر كل الأماكن يمكن الولوج إليها فإنه من الضرورة عدم استثناء مكاتب خدمات تعج بالزبائن كالعيادة الطبية والموثقين والمحامين والمحضرين القضائيين.
 - الملاحظة الثانية: هناك الكثير من المحلات السكنية تعج عجا بالسلع والبضائع وأرقامها المالية مذهلة جدا فلماذا لا يمكن الولوج إليها إلا برخصة من طرف وكيل الجمهورية؟
 - وإنما يمكن توسيع هذه الرخصة إلى أشخاص مؤهلين كرئيس المجلس الشعبي البلدي أو رئيس الدائرة ، أو ربما إلغاء هذا الشرط أصلا.
 - الملاحظة الثالثة: بالرغم من الحرية المطلقة التي يتمتع بها أعوان التجارة أثناء الرقابة العادية إلا أن أدوات العمل السريعة تعوزهم كثيرا، وبالتالي فنشاطهم عادة ما يكون ضحلا أو غير مناسب أو غير كاف .
 - ولذلك فإنه بات من اللازم توفير كل الوسائل الملائمة التي تمكنهم من فرض الجودة والإبداع في العمل لتصبح كالشرطة أو الدرك فعلا من لباس خاص وسيارات متوفرة كل حين إلى درجة الحماية الأمنية ولا سيما في حالة تعرض الأعوان للقدح والإهانة.
- 2-التفتيش والحجز: عند إجراء المعاينات فالأعوان مؤهلون بموجب المادة 49 من القانون رقم 02-04 لتنفيذ كل ما يوجب أن يخالف القانون ولاسيما حجز السلع والبضائع التي تكون منتهية الصلاحية أو فاسدة أو مقلدة أو مهربة أو عدم امتلاكها للفاتورة اللازمة وهذا ما ذكرته صراحة المادة 39 من القانون نفسه إذا ما تعلق الأمر خاصة بالإخلال بقواعد شفافية الممارسات التجارية كالفاتورة ،ولا يتم ذلك إلا بموجب محضر رسمي وفق إجراءات معينة تطبيقا للمرسوم التنفيذي رقم 05-472.¹
- الفرع الثاني: تحرير التقرير والمحضر**

¹- نوال كيموش،المرجع السابق،ص84.

بموجب المادة 565 فقد أشارت لضرورة قيام الأعوان بتحرير محضر رسمي مبرر قانونيا دون إجحاف أو ظلم أو استغلال ، لماذا نقول هذا الكلام؟ .

لأنه هناك من الأعوان وللأسف الشديد لا يحسنون أداء هذه الوظيفة السامية بل تراهم وكأنهم أسياد قوم ودونهم العبيد ، بعضهم يحررون محاضر فقط من أجل إرضاء المدير دون وازع ضمير .

و من المديرين من يزكون عمل عون الرقابة عن طريق محضر فقط وهو ما يتجلى في هلع و فزع أعوان الرقابة، وهذا خطأ مهني جسيم يعاقب عليه القانون أصلا؟. وهذا المحضر في الحقيقة مهما قيل عنه فهو بمثابة حجر الزاوية للرقابة، فهو جوهر العملية برمتها ولذلك فهو يتمتع بخصية في الشكل والمضمون كيف؟

أولا:شكل ومضمون المحضر

يعتبر المحضر والتقارير وثيقة رسمية لا يطعن فيه إلا بالتزوير وهو بمثابة الإقرار الذي قام به التاجر إلى أن يثبت العكس ويجب أن يعده على الأقل شخصان، ولذلك فالمادة 56 و57 من القانون رقم 04-02 تضمنت مجموعة من الشروط وهي:

1. أهلية الأشخاص القانونية للقيام بتحرير هذه المحاضر وهم المذكورون في المادة 49.
2. سلامة المحاضر من الحشو والحشر والتلطيف.
3. تحديد طبيعة ومكان وتاريخ المخالفة بدقة.
4. توقيع المحضر من أعوان الرقابة وكذا الأعوان الاقتصاديين .
5. لا تتجاوز مدة أجل تحرير المحضر 08 أيام من تاريخ نهاية التحقيق.
6. في حالة حجز السلع يجب أن ترفق المحاضر بالوثائق الدالة على ذلك.
7. سلامة ودقة اللغة وأسلوب المحضر.

إن من خلال المادتين المذكورتين أعلاه، إذ تبين مدى ضرورة ودقة إجراء المحاضر كعملية قانونية مهمة جدا يقوم بها أعوان الرقابة دون خلفية سابقة أو محاباة أو تحيز أو تدخل من جهات أخرى.

ومما يجدر التنويه به أن هذه المحاضر المنجزة تتم بطريقة تقليدية معروفة ، إما تكتب بواسطة اليد العادية أو بالكتابة¹ عن طريق جهاز الإعلام الآلي ثم تطبع بالطابعة الخاصة إلى غاية حضور المعني بالمخالفة الذي يجب أن يمضيه أو يمتنع عن الإمضاء . أما إذا لم يأتي أصلاً فإن المحاضر ينجز غيابياً دون إجراء مصالحة ، أي بمعنى يمر إلى أجهزة العدالة مباشرة، التي تتخذ في ذلك حكماً يفي بالغرض المطلوب .

ولكن ما يجب ذكره في هذا الصدد وطبقاً من القانون 04-02 لم يتطرق أصلاً إلى ضرورة تسليم نسخة للعون الاقتصادي وكان من الأجدر أن يقع ذلك حتى يستطيع الشخص المرتكب المخالفة دراسة وضعيته القانونية والمالية في ذلك .

وفي ملاحظة أخرى طبقاً للمادة 56 من ذات القانون فقد نصت على أن شكل المحاضر وبياناتها عن طريق التنظيم فالسؤال المطروح فهل صدر شكل معين فعلاً منذ تاريخ صدور هذا القانون هو سنة 2004 أو لم يصدر؟ وهل الشكل الحالي مناسب؟

في اعتقادي كان يجب ترك الحرية لأعوان الرقابة تحرير محاضرهم بطريقة تكون أكثر دقة وجيدة شكلاً ومضموناً ، مع التقيد بالأسلوب الإداري والقانوني ثم سلامة اللغة والأسلوب وفكرة المضمون .

ثانياً: القيمة القانونية للمحاضر

يعد المحاضر في الحقيقة الوجه القانوني لوزارة التجارة برمتها فهو فعلاً يشكل الأداة الرادعة لكل من يرتكب مخالفة ضد أمن وسلامة المستهلك ولاسيما مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار والفوترة .

وعلى هذا الأساس يمكن إبراز مدى حجية هذه المحاضر من خلال هذه النقاط التالية:

1. المحاضر وسيلة لإثبات المخالفة:

بموجب المادة 58/فقرة 2 فالمحاضر يعتبر أداة ذات حجة دامغة لإثبات مخالفات الأعوان الاقتصاديين إذ لا يمكن دحضه أو نقده أو تعديله أو الطعن فيه إلا بالأسباب التي يقرها القانون وفق كفايات واضحة وهي على سبيل الحصر لا المثال بإقامة بينة التزوير² .

¹ - نوال كيموش ، المرجع السابق، ص67.

² - المادة 58 من القانون رقم 02-04 مرجع سابق

وعلى هذا الأساس فهو وسيلة إثبات لا يمكن إنكارها في حالة ارتكاب المخالفة التي يقوم أعوان الرقابة بمعابنتها في المكان والزمان المناسبين ولذلك فعلى عون الرقابة أن يكون دقيقا في تحرير المحاضر، فقولنا شهرين تختلف اختلافا عن 60 يوما حتى لا يتسنى للجهات الوصية رفض المحاضر ولو شكليا.

2. المحضر أداة فعالة للتقيد بالنصوص القانونية

عندما يقوم الأعوام المكلفين بالرقابة بمعابنة الأماكن المرخصة لهم قانونا ويسجلون بعض المخالفات، فإنه من الإجمالي الحصول على الوثائق التي من شأنها الترخيص لممارسة هذا النشاط التجاري أم تمنعه.

وبناء على ذلك فإنهم سيوظفون جميع المعلومات التي تحصلوا عليها بدقة ونظام مما يسمح للعون الاقتصاديين أن يطلع على كل ما دون في المحضر والذي يمكنه أن يقوم بالإمضاء عليه أو الامتناع، لأنه بهذا الإجراءات فإن العملية برمتها يمكن أن تضمن شفافية الممارسات التجارية للحد من استقواء أي طرف، سواء كان عون رقابة أو تاجر، أو حتى مستهلك.

وعلى هذا الأساس يتبين لنا مدى حرص المشرع على ضمان احترام القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في السوق ولكن في إطار يتسم بالتوازن في الحقوق والعدالة في المعاملة تجسيدا لمبدأ الشفافية باعتبار أن المحاضر المحررة للقانون رقم 04-02 ترسل بطريق مباشر للمدير الولائي المكلف بالتجارة الذي بإمكانه أن يتبع لحظة بلحظة هذا الأخير وله أيضا أن يحفظه فإذا ما ظهر له أن الأحداث برمتها ليست من قبيل المخالفة وليس هناك دليل قوي يؤكد صحتها يعاد النظر فيها.

أما إذا توافرت عكس ما قيل فإن المدير الولائي يتمتع بكامل الصلاحيات بقبول مصالحة الأعوان الاقتصاديين إذا كانت في حدود غرامة تقل أو تعادل مليون دينار استنادا إلى المحضر المعد من طرف أعوان الرقابة»¹

أما إذا كانت المخالفة في حدود غرامة تزيد عن مليون دينار وتقل عن ثلاثة ملايين دينار يمكن للوزير المكلف بالتجارة قبول مصالحة الأعوان الاقتصاديين الذين ارتكبوا المخالفة

¹ - مريشة أحمد، المرجع السابق ص 88.

المسجلة ضدهم استنادا للمحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة.¹

المطلب الثاني : المتابعة القانونية للأعوان الاقتصاديين

في هذا الباب الخامس من القانون رقم 04-02 ركز المشرع الجزائري على حماية نوعية المستهلك وذلك من خلال نقطتين جوهريتين هما:

الفرع الأول: المتابعة الإدارية

تعد المتابعة الإدارية إحدى الطرق القانونية التي من شأنها أن تظفي شفافية الممارسة التجارية بين المستهلك والأعوان الاقتصاديين وهي بذلك تقسم إلى شكلين هما:

أولاً: الغلق الإداري للمحلات التجارية

بموجب المادة 46/47 من القانون 04-02 فقد خولت للوالي المختص إقليمياً إجراء القيام بالغلق الإداري للمحلات التجارية التي تساهم في تدهور القيمة الاستهلاكية وهذا بناء على اقتراح المدير الولائي للتجارة لكن القانون رقم 04-02 وكذا القانون رقم 10-06 المعدل والمتمم له ذكر فقط أما كنية غلق المحلات التجارية المصنفة على أنها مؤسسة². وتفصيلاً لما جاء ذكره فإنه يمكن تحديد على سبيل الحصر الحالات الموجبة للغلق الإداري وهي:

- عدم الإعلام بالأسعار.
- عدم احترام شروط البيع .
- عدم الفوترة.
- تحرير فاتورة وهمية أو مزيفة.
- حالة العود للمخالفة خلال عامين من تاريخ المخالفة الأولى³.

¹ - كثر محمد الشريف ، مرجع سابق ، ص128.

² - فتحية بلقاسم، «شفافية الممارسات التجارية وحماية المستهلك» مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق ، فرع قانون الأعمال كلية الحقوق ، جامعة وهران 2007، ص191.

³ - بموجب المادة 47 من القانون رقم 04-02 المعدلة بموجب المادة 11 من القانون 10-06 د د نتخذ إجراءات الغلق المادة الإدارية المنصوص عليها في العملية 46 علا، وفق الشروط نفسها في حالة العود، لكل مخالفة لأحكام هذا القانون يعد حالة عور في مفهوم هذا القانون قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلا السنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط في حالة العون تضاعف العقوبة ويمكن القاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 أعلاه مؤقتة وهذا لمدة أعلاه مؤقتة وهذا لمدة تزيد عن 10 سنوات ، وتضاف لهذه العقوبات زيادة على ذلك عقوبة الحبس من 03 إلى 05 سنوات.

- ولعل هذه الحالات المذكورة قد ذكرتها المادة 46/ فقرة 10 من القانون 02/04 المعدلة بموجب المادة 10 من القانون رقم 10-06 والتي نصت على مايلي «يمكن الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ قرار إغلاق الإداري للمحلات التجارية لمدة أقصاها 60 يوما ، في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد 4،5،6،7،8،9،10،11،12،13،14،20،22.
- 22 مكرر 23،24،25،26،27،28، و58 من هذا القانون ، يكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام القضاء ، وفي حالة إلغاء القرار يمكن للعون الاقتصادي المتضرر للمطالبة بتعويض الضرر الذي ألحقه أمام الجهة القضائية المختصة « وبالرجوع أصلا إلى أحكام المادة 46 من ذات القانون قبل تعديلها بموجب المادة 10-06 فإن مدة الغلق لا يمكن أن تتعدى 30 يوما دون وقوع ضرر للعون الاقتصادي، إلا أن هذه المدة أصبحت كافية فأضاف 30يوما أخرى بموجب التعديل المذكور أعلاه.
- لأن المشرع قد أعطى العون الاقتصادي كل الضمانات القانونية التي تمكنه من استئناف نشاطه التجاري بصفة عادية إذا أثبت فعلا ما يدل على نواياه واثبات عامل القوة القاهرة أو الخطأ الجسيم لأعوان الرقابة وذلك بواسطة الطعن في القرار أمام الجهات القضائية المختصة إقليميا.¹
- وبالموازنة مع نص المادة المذكور فإذا تفحصناها بدقة يمكن إبراز وجهة نظرنا من عدة جوانب وأهمها:
- أن عبارة يمكن في المادة في حد ذاتها تفتقد إلى الردع اللازم أي بمعنى السلطة التقديرية تعود للوالي وللمدير الولائي ، بعبارة أخرى يمكن أن يقرر غلق المحل لمدة 60يوما ثم يفتح خلال أسبوع أو اقل.
- إذا ما تعلق الأمر بعدم وجود فاتورة أو وجدت لكنها مزيفة فنقول أغلبية المحلات تجارية لا تعمل بنظام الفاتورة أصلا وبالتالي كيف يمكن ضبط هذه العملية؟
- فإذا ما اتخذ فيها نظاما قانونيا صارما فقد تكون المحلات التجارية محل شك وإفلاس.

¹ - فتحية بلقاسم ، المرجع السابق، ص192.

- واقعيًا عندما يلجأ العون إلى أشكال أخرى من الانضباط فكثرة التدخل في عمله تبرز للوجود السلوكيات المنافية للأخلاق والعمل الرقابي كالمحاباة والكذب والرشوة والمحسوبية والظلم والقهر والسب.....الخ.
- ولذلك بات من الضروري تعديل هذه المادة ، على الأقل، إضفاء بعض الصرامة الشكلية للحد من سيطرة واستقواء الأعوان الاقتصاديين المخالفين لأحكام شفافية الممارسة التجارية وحماية المستهلك بدل كلمة يمكن (يلزم الوالي).
- وكذلك الزيادة في مدة الغلق إلى عام أو يزيد في المرحلة الأولى، أما إذا عاد يشطب نهائيًا ولا سيما أولئك التجار الذين يمارسون نشاطًا تجاريًا يضر بأمن وصحة وسلامة المستهلك ، لو كان مادة تجارية واحدة، مثل صابون الجزر المعد للتزيين والجمال وهو ما نستورد هـ من دول الساحل كمالى وتشاد ويشكل خطرًا كبيرًا إذ استعملته النساء ويباع في بشكل عادي والهيئات الوصية لا تحرك ساكنًا في هذا الموضوع ، ولا ندري ما السبب؟

ثانياً: المصالحة

1- مفهومها:

- المصالحة هي إجراء وقائي واحترافي يجنب صاحبه المتابعات القضائية أمام الجهات المختصة إقليمياً نظير تقديم فدية مالية.
- وعلى العموم المشرع الجزائري لم يعرف المصالحة في قانون 02/04 وإنما أحال الأمر للمادة 459 ق م ج عندما عرف «الصلح بأنه عقد ينتهي به الطرفان نزاعاً قائماً ويتوقيان به نزاعاً محتملاً، وذلك بأن يتنازل كل منهما على وجه التبادل عن حقه»¹
- وعلى هذا الأساس وبالرجوع إلى أحكام المادة 60 من القانون 02-04 فإنها تخفف من وطأة المتابعات القضائية التي في أغلب الأحيان ليست في صالح الأعوان الاقتصاديين إلى إيجاد حلولاً أكثر نجاعة ومتوازنة بين جميع الأطراف ولذلك فهي صلاحيات أشخاص مؤهلين على سبيل الحصر وهما:
- المدير الولائي المكلف بالتجارة.
 - الوزير المكلف بالتجارة.

¹ - مريشة أحمد ، المرجع السابق ، ص90.

والسؤال متى تكون لهذا وذاك ؟

والإجابة على ذلك تكمن في القيمة المالية للغرامة ، فإن كانت في حدود ثقل أو تساوي مليون دينار 1000000 دج فإنها من صلاحيات المدير الولائي للتجارة.

أما إذا فانت مليون دينار وثقل عن 3000000 دج فيتحمل عبئها وزير التجارة.

ولكن المشرع الجزائري لم يتطرق للغرامة التي تزيد عن 3م (3000000 دج) فمن يتولاها ويتحمل أعباءها المالية ؟

وكذلك يمكن التنبه إلى نقطة أخرى إن إجراء المصالحة ليس إجباريا تماما، بل يخضع

للسلطة التقديرية للمدير الولائي للتجارة ووزير التجارة في حالة طلبها من العون الاقتصادي، كان شخصا طبيعيا أو معنويا فإن كانت من الأول يجب أن يكون كامل الأهلية لممارسة التصرفات القانونية أي بمعنى متمتعا بسن الرشد وفي كامل قواه العقلية.

«وهنا تجدر الملاحظة أن سن الرشد المطلوب هو سن الرشد الجزائري أي 18 سنة وذلك

استنادا إلى أن التصالح ليس عقدا بالمفهوم المدني ، بل هو جزاء إداري يجوز قبول

التصالح فيه بالنسبة للشخص الطبيعي الذي بلغ سن الرشد الجزائري، أما إذا كان قد ارتكب

المخالفة وهو حدث ، وهذا فرض نادر فإنه يمكنه إجراء المصالحة عن طريق مسئوله

المدني وهو والده أو والدته أو من يتولى ولايته.¹

ويمكن طرح التساؤل التالي فهل الوفاة تبطل كل إجراءات التصالح؟

فعلا لا يمكن الاستمرار في عملية التصالح مع ورثة العون الاقتصادي ، لأنه بالوفاة

تنقضي الدعوة العمومية إذا كان الشخص طبيعيا، أما إذا كان الشخص معنويا ، كأن يكون

شركة تجارية، فالقانون التجاري في بعض حالاته هو الذي يؤهل الشخص الطبيعي المناسب

والشرعي للشركة ، قد يكون الرئيس المدير العام هو الذي يمثل شركة تجارية ذات أسهم.²

2تقدير مبلغ غرامة المصالحة: للإدارة السلطة التقديرية في تحديد المبلغ الواجب

دفعه كغرامة صلح ،ولذلك لم يتطرق المشرع ما هو المبلغ المالي المحدد بدقة إلا أنه

لم يغفل القيد أو المعيار الواجب الاعتداد به.

¹ - أحسن بوسقيعة، المصالحة الجزائرية في المواد الجزائية ، م س،ص155.

² - أحسن بوسقيعة ، المؤولية الجزائرية للشخص المعنوي ، م س ، صص20-21.

وبالرجوع إلى أحكام القانون 04-02 فقد منح هذه الوظيفة التقديرية أو المزية لأعوان، الرقابة الذين حرروا محضر المخالفة.

ولكن مما كان لا بد أنه كان لا يجب حصر هذا الأمر في هذه الفئة فقط وإنما كان الأجدر توسيعه إلى السلطات أخرى بالتشاور حتى لا يكون هناك أي سبيل للتحيز أو التخلي عن تحرير الغرامة التي كثيرا ما تكون ذات جدوى كبيرة بالنسبة للتجار الذين يفسدون الاقتصاد الوطني.

وعلى هذا الأساس فقد منح القانون المذكور أعلاه سلطة أخرى للأعوان الاقتصاديين وهي حق المعارضة على مبلغ الصلح المقترح أمام المدير الولائي للتجارة أو وزير التجارة خلال (08) أيام ابتداء من تاريخ تسليم المحضر.

وكذلك أماكن تخفيض غرامة المصالحة إلى 20% من قيمة الحقيقية في حالة رضا بالمبلغ الأول المقترح مع شرط عدم رفع المعارضة أمام الجهات القضائية.

وهو في الحقيقة يعد إجراء سليما ومناسبا لحماية الأعوان الاقتصاديين من الإفلاس التجاري والتهرب الضريبي وبالتالي أمكانه دفعهم إلى ضرورة الاستناد إلى الإرادة التشريعية الجزائرية التي تضمن شفافية الممارسات التجارية في ظل حماية أفضل للمستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.¹

3. أجال المصالحة: يقصد بها المدة القانونية التي وضعها المشرع لإجراء المصالحة فإذا انقضت هذه المرة لا يقبل التصالح حول المخالفة.²

بالرجوع إلى نص المادة 60 من القانون 04-02 فإنه فتحدد أجالا معينة لتنفيذ مضمون المصالحة التي وقعها أطراف العملية الرقابية في الوقت الذي لم يمنح السلطة في ذلك لعرض التصالح من طرف العون الاقتصادي في وقت محدد بدقة.

يمكن القول أن المشرع قد حدد أجال عرض المصالحة في الفترة الممتدة من تاريخ تحرير المحضر المثبت للمخالفة وتاريخ إرساله إلى وكيل الجمهورية وهي مدة غير محددة قانونا إلا

¹- عبد الله عادل كاتبي، الإجراءات الجنائية الموجزة، رد كلية الحقوق جامعة القاهرة، 1986، ص 80.

²- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص 298.

أنها تعد قصيرة باعتبار إلى أن القواعد العامة تلزم رجال الضبط القضائي إرسال المحاضر بغير تمهل إلى وكيل الجمهورية.¹

وبناء على ما تقدم ذكره وبموجب المادة 61 من القانون 4-02 فقد منح المشرع مدة كافية مقدرة بخمسة أيام من أجل رفع غرامة الصلح ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة وإذا ما تجاوز ذلك فتقتضي وجوباً وكأن شيئاً لم يكن.

وفي هذه الحالة يمكن تحريك الدعوة العمومية دون سابق أندار بإرسال ملف المخالف لوكيل الجمهورية للبت فيه من جديد.

4. الآثار المترتبة عن المصالحة:

بموجب المادة 61 من القانون 04-02 فالمصالحة تزيل كل أشكال وإشكالات المتابعات القضائية أي لا يمكن تحريك الدعوة العمومية في أي جهة من الجهات إلا بموجب قرار معلل بسبب الخطأ الجسيم أو القوة القاهرة أو ظهور أسباب أخرى جدية تستدعي القيام بإجراءات جديدة ذات وجهة ، كحالة قيام الإدارة المكلفة بالتجارة بالتصالح مع العون الاقتصادي للمرة الثانية ، وهي حالة العود .

بالرغم من أن النص القانوني رقم 04-02 من خلال المادة 62 لا يجيز ذلك؟ فهل هذا يعد خرقاً للقانون أم أطرافاً خفية هي التي لا تستطيع تحمل المسؤولية الكاملة؟ أو ربما أن الشخص المراد التصالح معه أداه من أدوات الفساد السياسي؟ وأيضا من أثارها لا تكون إلى بموجب محضر رسمي محرر كتابيا يسمى بمحضر المصالحة يتضمن مجموعة من المسائل الجوهرية المتفق عليها سلفا، بالأخص المبلغ الواجب الدفع وتاريخ الصلح وتوقيع الأطراف وهويتهم.²

الفرع الثاني: المتابعة القضائية

يمكن دراسة هذا الجانب المهم من خلال هذه النقاط الجوهرية وهي :

- (1) تحريك الدعوة العمومية من طرف وكيل الجمهورية بعد إحالة الملف له.
- (2) رفع دعوى قضائية من كل شخص متضرر ولا سيما جمعيات حماية المستهلك .
- (3) الطعن في قرار الوالي الذي أمر بالغلاق.

¹ - أمال عثمان ، شرح قانون العقوبات الاقتصادية في جرائم التموين دار النهضة العربية ، القاهرة 1983، ص15

² - أحمد خديجي، المرجع السابق، ص122.

أولاً: تحريك الدعوى العمومية

تحريك الدعوى العمومية هو الإجراء الذي ينقل الدعوى من حال السكون إلى حال الحركة فالدعوى العمومية قبل تحريكها كانت في حاله ركود ، أي أنها لم تكن سوى مجرد وقائع في أوراق ، فقاضي الحكم لا يمكنه الاتصال بالقضية إلا من خلال الإحالة التي تتم إليه سواء من جهات النيابة أو من جهات التحقيق ، ولا يمكن أن تتم أي إحالة على جهات الموضوع إلا بعد تحريك الدعوى العمومية.¹

ولهذه العلة يمكن معالجة هذه المسألة فيما يلي:

1. حق النيابة في المتابعة أو عدم المتابعة: إن وكيل الجمهورية هو المخول قانوناً في تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها وطبقاً لما جاء في نصوص القانون 04-02 ، وبالتالي فله السلطة التقديرية الكاملة في مدى الملائمة أو عدمها ، بالرغم من توافر جميع أركان الجريمة وكفاية الأدلة المنسوبة للمشتبه فيه.

ولذلك فهو غير ملزم أن يتقيد بشروط وطلبات وزارة التجارة، بمعنى يمكن أن يقوم العون الاقتصادي بتنفيذ غرامة المصالحة في أجلها المحددة خلال 45 يوماً إلا أن وكيل الجمهورية يمكنه تحريك الملف من جديد.

2. إشكالية تحديد الشخص الذي تحرك ضده الدعوى العمومية فعندما يحال فعلاً الملف إلى وكيل الجمهورية ويقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد المخالف، فيبقى الإشكال القانوني مطروحاً؟

فيا ترى هل هي ضد العون الاقتصادي بموجب المادة 3 من القانون 04-02 أم ضد القائم بالأعمال الذي حرر لأجله محضر المخالفة أم ضد الشخص المعنوي إذا كانت شركة أو مؤسسة؟

يبدو أن المشرع الجزائري لم يحسم هذه المسألة بدقة ولذلك وكثيراً من مخالفني الأعوان

الاقتصادييين يفلتون من العقاب، ولو عوقبوا إلا بأخف الأضرار لماذا؟

إن نص المادة 51 من قانون العقوبات يبين صراحة أنه لا مسؤولية على الشخص المعنوي إلا بنص قانوني واضح، حتى قانون 04-02 لم يذكر ذلك جلياً ، لكنه يمكن فهم ذلك

¹ - علي محسن شدان، دور النيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية في النظام الإجرائي اليميني، ر، م، جامعة الجزائر، 2012، ص3

عندما تطرق في المادة 03 منه من خلال مفهوم العون الاقتصادي الذي يشمل الشخص المعنوي.

إلا أن الأمر لم يحسم الجدل أصلا، وهذا بغية تجنيب تجريم الشخص المعنوي ، ولا سيما إن كان قطاعا تابعا للدولة.

أما إذا سلمنا سلفا أنه يمكن متابعة هذا الشخص المعنوي فليس من السهل بمكان فعل ذلك إلا بشروط تبدو صارمة ومنها أن يكون الفعل المتابع فيه قد أحدثه الممثل القانوني للشخص المعنوي وليس العامل العادي كمدير وحدة إنتاجية أو وكالة بنكية، فما هم إلا أشخاص تابعين للغير¹.

ورغم ذلك، فمن المجحف حقا أن يتعسف قي استعمال الحق ،ذلك لأن الشخص الطبيعي هو الذي يتسبب في كثير من الأحيان عمدا في ارتكاب الخطأ لكن لتتسلط ضده عقوبات صارمة بل الشخص المعنوي هو الذي يتحمل وزر ذلك كغلق المحل التجاري وحجز السلع والبضائع

ثانيا: أهمية جمعيات حماية المستهلك في القضاء

منح المشرع الجزائري هذه الجمعيات الصفة والمصلحة إلى تؤولها لترفع الشكاوي والتظلمات للجهات القضائية المختصة في حاله ارتكاب العون الاقتصادي الجرم المعلوم وتسبب في إحداث ضرر للغير وهذا بموجب المادة 65 من القانون 04-2002²

1- القيمة القانونية للجمعيات حماية المستهلك في حالة التقاضي

أ- مفهوم جمعيات حماية المستهلك

«طبقا لما جاء في قانون 12-06 المتعلق بالجمعيات فهي تجمع أشخاص طبيعيين أو

معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة.³

¹ أحسن بوسقيعة، المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي ، تعليق على القرار رقم 613327 المؤرخ في 2011/04/28 الصادر عن غرفة الجناح والمخالفات للمحكمة العليا، المحكمة العليا، ع،01،س، 2012،ص ص 2322.

² المادة 65 «دون المساس بأحكام المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية يمكن حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون ، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم.

³ المادة 02 من القانون 12-06 المؤرخ في 2012/01/12 المتعلق بالجمعيات ج،ر، ع،02،س 2012.

أما الجمعيات المهنية بأنها كل جماعة منظمة ومستمرة لأصحاب مهنة معينة تهدف للدفاع عن مصالح أعضائها وتحسين مستواهما الثقافي والاجتماعي والاقتصادي.¹ وقد تناول هذه مسألة المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق .

المادة 21 «على أنها كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسينه وتوجيهه وتمثيله.

ب- ضوابط ممارسة حق تقاضي الجمعيات

المشرع الجزائري يمكن القول اقر بوجود جمعيات حماية المستهلك من خلال القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إلا أنه قد حدد جانبا أحاديا للمطالبة بالتعويض الموجب للضرر المعنوي فقط.

وفي خطوة جريئة منه وبموجب الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة ولا سيما المادة 96 إذ نصت على أنه بإمكان جمعيات حماية المستهلك القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعوى للحصول على تعويض عن الضرر الذي لحق بهم.

وعلى هذا النسق أيضا تبني القانون رقم 04-2 للمادة في حق الجمعيات للتقاضي بهدف المطالبة بالتعويض عن الضرر أيا كان مصدره وطبيعته.

وفي نفس المنحى جاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش للمادة 23 على حق جمعيات حماية المستهلك كطرف م²

وصفوة القول إن هذه الجمعيات إن وجدت فعلا يمكنها أن تسقط وزارة كاملة أو تشن حربا شعواء على أعوان اقتصاديين يساهمون في تدهور القدرة الشرائية للمستهلك وكذا انخفاض العملة الوطنية و الاقتصادي الوطني بوجه عام.

لكن واقعا هذه الجمعيات لا تعمل في الميدان كثيرا وهي ليست كثيرة، وإن وجدت فأغلبها رهينة في قبضة ثلة من المارقين

ثالثا: الطعن في قرار الغلق الإداري

¹- رجب حسن عبد الكريم، الحماية القضائية لحرية تأسيس وأداء الأحزاب السياسية، دار النهضة العربية ، ط، القاهرة، 2007، ص30.

²- أحمد خديجي، المرجع السابق، ص333.

إذا ما أمر الوالي فعلا وهو الذي يملك، الصلاحية الكاملة بالغلق الإداري للمحلات التجارية المرتكبة للمخالفات التالية:

- عدم الإعلام بالأسعار .
- عدم التقيد بشروط البيع.
- عدم الفوترة.

- فقد سمح القانون بإمكانية الطعن في هذا الإجراء أمام المحكمة الإدارية بموجب المادة 46 من القانون رقم 04-02 المعدلة بالمادة 10 من القانون رقم 10-06 وهي التي تسمى دعوى تجاوز السلطة.

وإزاء هذه الوضعية قد يتحصل العون الاقتصادي على التعويض ، إما دفع مبلغ مالي مناسب أو بإعادة الحالة التي كانت عليها، ومن أهم أشهر دعاوي القضاء الكامل دعوى التعويض، دعاوي العقود الإدارية¹.

في الحقيقة إن إغلاق المحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 60 يوما يفسر بعض الأحيان محل جدل وإشكال ولا سيما في حالة حصول فعلا ضرر للعون الاقتصادي ويظهر ذلك جليا من عدة نواحي أهمها:

- لأنه كثيرا ما تكون قرارات الوالي غير مطابقة لحجم المخالفة لماذا؟
- وذلك أن بعض التجار يرتكبون مخالفات لكنها ليست بالجسيمة فلا تتطلب عقوبة الغلق ، فالذي شمع له محله التجاري ويحوي بضاعة تقدر ب 500.000 دج ومع تأجيله للقاعدة التجارية وربما السجل التجاري بالإضافة إلى قلة الربح ، فهل يعقل فعلا أن يأمر الوالي بهذا الإجراء؟

لا أعتقد أنه سليم إلى حد بعيد !

- كذلك من جهة أخرى فكثيرا ما يتعرض بعض التجار بإغلاق محلهم التجاري باستمرار ، بينما بعضهم لم يزره حتى أعوان الرقابة إهمالا وعمدا وطمعا لمدد سنين.
- وربما بعض أعوان الرقابة يحررون محاضر ذات قيمة عالية، لكنها لا تصل إلى الجهات المختصة لأن العون الاقتصادي لديه نفوذ و عبقرية في المحاباة والرشوة.

¹- زهرة علاوة، المرجع السابق، ص135.

- أما إذا ما تعلق بمدة الغلق وهي ألا تتجاوز 60 يوماً، هذه المدة أحيانا ليست كافية لبعض التجار الذين لا يتورعون في ارتكاب المخالفات الجسيمة بالخصوص تلك المنتجات السامة في أصلها أو التي يرتفع سعرها كثيرا بدون وجه حق.

وكلما كان سعر المادة أعلى كلما كانت الزيادات الرهيبة جدا، ولذلك ليس أي شخص يستطيع أن يمارس التجارة، وإن مارسها وبدأ يخادع المستهلك عمدا يغلق محله التجاري بصفة نهائية ويصدر في حقه عقوبة سالبة للحرية لا تقل عن 03 سنوات ليكون عبرة لكل من يمس بأمن وسلامة المستهلك وشفافية الممارسات التجارية¹⁵⁵

لأن هذه الأخيرة تعتبر غير كافية تماما لردع العون الاقتصادي ، باعتبار أن هذا الأخير بفعلة عندما يعرف في الصحافة المسموعة والمرئية كالتلفزيون فإنه يصبح لا يستطيع أن يمشي حتى في الشارع ولا سيما إذا ما ارتكب مخالفة من الخطأ الجسيم.¹

المبحث الرابع: العقوبات المالية والإدارية

من أجل إبراز النوايا الحسنة للمشرع الجزائري والحفاظ على المركز التجاري للعون الاقتصادي وضمانا لمبدأ شفافية الممارسات التجارية وحماية الأمن وسلامة المستهلك فقد منح أولوية مهمة للعودة للنشاط الاقتصادي في صورة تسليط عقوبة الردع المالي، ولكن في حالة عدم الامتثال يمكن للسلطة التقديرية القاضي أن يأمر بسجنه حسب جسامة المخالفة

المطلب الأول: العقوبات المالية

تتعدد هذه العقوبات المالية بحسب طبيعة المخافة المرتكبة من طرف العون الاقتصادي، والتي عادة ماتبتدأ بخمسة آلاف دينار جزائري وتوق المليون دينار.

الفرع الأول: الغرامة المالية

تعد الغرامة من أقدم العقوبات وترجع في أصلها إلى نظام الدية الذي كان مطبقا في الشرائع القديمة، وهي نظام يختلط فيه العقاب بالتعويض ثم تطورت بعد ذلك حتى أصبحت في الشرائع الحديثة عقوبة خالصة خالية من معنى التعويض»

ولذلك فالغرامة فهي سم قاتل لمن يرتكب الجرائم الاقتصادية باعتبارها أنها تصيب الهدف المباشر للذمة المالية للعون الاقتصادي ، وهذا ما تبناه المشرع الجزائري عندما أقره في

¹- زهرة علاوي ، المرجع السابق ،ص138.

- المادة 33 من القانون 04-02 على أنه لا تقل الغرامة عن 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته وعليه فقد فرض ثمانية أنواع من هذه الغرامات وهي:
- الصنف الأول: الغرامة من خمسة آلاف إلى مائة ألف دينار جزائري وهي متعلقة بمخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وهذه الأخيرة كانت تتراوح فيما سبق من خمسة آلاف إلى خمسة مائة دينار الموجب الأمر رقم 95-06 الملغى.
 - الصنف الثاني: الغرامة من عشرة آلاف إلى خمسين ألف دينار جزائري (10.000 دج إلى 50.000 دج) طبقا للمادة 34 ومتعلقة بمخالفة تقديم فاتورة غير مطابقة.
 - الصنف الثالث: الغرامة من عشرة آلاف دينار جزائري إلى مائة ألف دينار جزائري (10.000 دج إلى 100.000 دج) طبقا للمادة 32 ومتعلقة بعدم الإعلام بشروط البيع.
 - الصنف الرابع: الغرامة من مائة ألف دينار جزائري إلى ثلاثة ملايين متعلقة بممارسات تجارية غير شرعية طبقا للمادة 35 (100.000 دج إلى 3.000.000 دج).
 - الصنف الخامس : الغرامة من عشرين ألف دينار جزائري إلى 5 ملايين دينار جزائري متعلقة بممارسات تجارية غير نزيهة وتعسفية طبقا للمادة 38 (50.000 إلى 5.000.000 دج)
 - الصنف السادس : الغرامة من عشرين ألف دينار جزائري إلى مائتي دينار جزائري متعلقة بمخالفة لأسعار غير شرعية طبقا للمادة 36 (20.000 إلى 200.000 دج).
 - الصنف السابع: الغرامة من ثلاثمائة ألف دينار جزائري إلى عشرة ملايين دينار جزائري ومتعلقة بمخالفة ممارسات تجارية تدليسية طبقا للمادة 37 (3000.000 إلى 10.000.000 دج).
 - الصنف الثامن : غرامة محدودة النسبة يقدر بـ 80% من المبلغ الذي يجب أن يكون مفوترة في حالة صدور مخالفة عدم الفوترة طبقا للمادة 33.¹
 - الصنف التاسع: الغرامة من مائة ألف دينار جزائري إلى مليون دينار ومتعلقة بالمعرضة للمراقبة طبقا للمادة 53 (100.000 دج إلى 1.000.000 دج)
- وما يهمنا في هذه الغرامات ، بحيث تقيّد جانب موضوعنا وهي الغرامات من الصنف الأول والثاني والثالث والثامن من القانون 02/04، فمثلا إذا ما عالجتنا الأمر بدقة فإن هذه الغرامات تبدو متعسفة إلى حد ما ومتعارضة مع حرية المنافسة التجارية، لأنه من غير

¹- نوال كيموش، المرجع السابق ، ص 82.

المعقول أن يقوم أعوان الرقابة بفرض غرامة 100.000 دج (10 ملايين) على عون اقتصادي لم يشهر الأسعار بصفة مقروءة وواضحة. لكن واقعيًا ونادرًا ما يفرض على التاجر، فالقيمة المالية عادة ما تكون من 5000 دج إلى 30000 دج من خمسة آلاف إلى ثلاثين ألف دينار جزائري

وعلى هذا الأساس يمكن لأعوان الرقابة أن يفرضوا غرامات مالية قاسية على بعض التجار الذين يتجاوزون حدود الأدب والقانون ويمارسون تجارة غير منتظمة كالأسعار المرتفعة جدًا. أما إذا ما تعلق الأمر بالفاتورة فالغرامة المفروضة عليهم تبدو بسيطة إذا ما ارتكبها عون اقتصادي يتلاعب بأسعار غير حقيقية، ولا سيما إذا كان رأسماله يفوق المليار فهؤلاء التجار فعلا يمكن مضاعفة العقوبة لهم لردعهم عن السلوكيات المنافية للمنافسة النزيهة.

الفرع الثاني: حجز السلع ومصادرتها

تعتبر المصادرة من العقوبات المالية ذات الصفة العينية التي تشمل التجريد والحرمان الدائم من الممتلكات بأمر القضاء

ويقصد بالمصادرة الأيلولة النهائية للأموال المستعملة في ارتكاب الجريمة لصالح الدولة، وهي في جوهرها تشكل عقوبة مالية حيث تؤدي إلى المس بالذمة المالية للمخالف، ولذا اعتبرها المشرع الجزائري من العقوبات التكميلية التي يجوز تطبيقها إلى جانب العقوبة الأصلية في الجنايات حتى ولم يتم النص عليها أما في الجنح والمخالفات فإن المصادرة لا تكون إلا في الحالات التي ينص فيها صراحة على وجوب أو جواز المصادرة.¹ ولهذه الأسباب يتمتع القاضي بالسلطة المطلقة بمصادرة السلع المحجوزة إذا ما تبين أن العون الاقتصادي قد ارتكب الخطأ الجسيم بموجب المواد 10-11-12-19-22-23-24-25-27-28 من القانون 04-02.

ولا يتم الحجز إلا وفق إجراءات دقيقة قد بينها المرسوم التنفيذي رقم 05-472

أولاً: أنواع الحجز:

بالرجوع إلى المادة 40 من القانون 04-02 فقد تناولت نوعين من الحجز، إما الحجز العيني أو الاعتباري

¹ - زهرة غضبان، المرجع السابق، ص 67.

1-الحجز العيني:طبقا لنفس المادة من الفقرة الثانية فقد عرفته بأنه كل حجز مادي للسلع وبذلك فهي وضع اليد على البضاعة التي كانت محل معاينة ومنع العون الاقتصادي من التصرف فيها كالبيع أو الإتلاف أو المنح وما تسمى بالسيطرة المادية المباشرة للسلعة من طرف أعوان الرقابة.¹

2-الحجز الاعتباري: طبقا للفقرة 3 من نفس المادة فهو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن مرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما.

وبهذا المفهوم لا يستطيع العون الاقتصادي لمرتكبي المخالفة التصرف أيضا في السلعة بالبيع أو المنح أو الإتلاف أو تهريبها، أي منعه من القيام بأي شكل من الأنشطة التي تسمح له بالسيطرة على السلعة محل المخالفة حتى لو ثبت هلاكها بفعل ظروف طارئة أو القوة القاهرة.

ثانيا:المخالفات المشكلة للحجز

بموجب المادة 39 فالحجز حتى يكون مستوفيا شروطه القانونية إلا إذا ضبط العون الاقتصادي متلبسا بهذه المخالفات وهي :

- مخالفة التعامل بدون فاتورة بين الأعوان الاقتصاديين طبقا للمادة 10من القانون 04-02 وهي مشروطة بطلب المستهلك لها فقبل بالرفض.
- مخالفة عدم تحرير الفاتورة الإجمالية الشهرية طبقا للمادة 11 من نفس القانون.
- مخالفة رفض العون الاقتصادي لتقديم الفاتورة عندما يطلبها أعوان الرقابة طبقا للمادة 13.
- مخالفة عدم احترام التسعيرة المحددة قانونا طبقا للمادة 22.²
- مخالفة دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة مخالفة تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة ،
- مخالفة إتلاف الوثائق التجارية و المحاسبة قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية طبقا للمادة 24.

¹- مرسوم سعدي رقم 05-472 مؤرخ في 11ذي القعدة عام 1462 الموافق ل2005/12/13 المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة ،ج6،ع81،الصادر بتاريخ 2006/12/13.

²-زهرة غضبان،المرجع السابق،ص69

وهناك أيضا مخالفات أخرى تستوجب حجز السلع ثم مصادرتها إذا تبين أن العون الاقتصادي لم يفي بالتزامات الممارسات التجارية الشفافة ولكن لم أرد ذكرها لأسباب متعلقة بالموضوع المبحوث عنه وهو شفافية الممارسات التجارية فقط.

ثالثا: إجراءات توقيع الحجز

طبقا للمادة 5/04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-472

1- شكل المحضر

- رقم وتاريخ محضر إثبات المخالفة .
- رقم التسجيل في سجل المنازعات لمحضر الجرد.
- رقم التسجيل التجاري وعنوان مرتكب المخالفة.
- تحديد مكان إيداع المواد والعتاد والمواد المحجوزة وطريقة حراستها.
- هوية وإمضاء أعوان الرقابة.
- اسم ولقب وإمضاء مرتكب المخالفة.
- طبيعة وكمية المواد والعتاد والتجهيزات المحجوزة.
- اسم ولقب ونوعية أعوان الرقابة.
- تحرير المحضر في ثلاثة نسخ.
- يجب تحريره من أجل ألا يتعدى أقصاه 08 أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق.
- عدم احتواء المحضر على شطب أو حشو أو إحالة.¹
- تحرير محضر الجرد في ثلاثة نسخ في أجل مدتها أقصاها ثمانية ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق.

أما ما يمكن أن نلاحظه على هذا المحضر بالدرجة الأولى هي تلك الآجال المقدره بحد أقصى ثمانية أيام وهي مهلة تبدو مفخخة جدا، فهي فرصة مواتية للتحايل والغش والمحاباة ، فقد يتراجع أعوان الرقابة عن عملية الحجز برمتها وذلك بتدخل العديد من الجهات التي لها يد عليا ومصصلحة خاصة في ذلك، وتجنبنا لهذه السلوكيات المنافية للأخلاق والعمل

¹ - مريشة أحمد، مرجع سابق، ص114.

الرقابي كان يجب على المشرع أن يلزم أعوان الرقابة بتحرير المحضر في خلال أجل أقصاه يوم أو يومين فقط.

وكذلك إذا سلمنا أن أجال ثمانية كافية لتحرير محضر رسمي إلا أنه مطية للتلاعب بالسلع وأسعارها أو السطو عليها بحجة توزيعها على المؤسسات الاجتماعية الخيرية ، وما خفي كان أعظم إلا اللمم¹.

المطلب الثاني:العقوبات الادارية

ان المشرع الجزائري يلجأ أحيانا للعقوبات الزاجرة للعون الاقتصادي الذي يسعى أن يفسد شفافية ونزاهة الممارسات التجارية،ولاسيما التي تخرب النظام الاقتصادي للدولة،ولذلك يستخدم هذه الأساليب الردعية ومنها:

الفرع الأول:نشر الحكم

إن نشر الحكم الصادر بالإدانة فهو عقوبة تكميلية رادعة إلى حد كبير ، على أساس أنه يمس بالروح المعنوية للعون الاقتصادي ، ولا سيما إذا ما تعلقت المسألة بالنشر في وسائل الإعلام التي تعتبر إحدى موضوعاتها الجوهرية ومادة دسمة لشن حرب شعواء على قطاع الطرق من الذين يفسدون الاقتصاد الوطني ويمرغون أنوف المستهلكين الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، وقد يأخذ أشكالاً معنية حسب طبيعة الجرم والشخص في الصحافة المسموعة والمرئية أو المكتوبة².

وبناء على ما تقدم وصفه وبموجب المادة 48من القانون 04-02 فقد أباحت للقاضي أن يأمر العون الاقتصادي المرتكب للمخالفة بنشر الحكم الإدانة، جزء منه أو كاملاً أ. يلصق بأحرف بارزة في مكان معين وعلى نفقته الخاصة.

ولعل في هذا الإجراء الذي قام به القاضي فإنه يزر العون الاقتصادي كي يمكنه مرة أخرى من العودة إلى ممارسة نشاطه التجاري بنزاهة واحترام ، ولا سيما عندما يطلع الأفراد والجماعات على ما جاء في حكم الإدانة مما يجعله عرضة للسخرية وفقدان عامل الثقة حتى يصبح من فئة الغشاشين ، إلا أن قرار النشر وتعليقه يكون في الصحافة المكتوبة فقط ولا ندري لماذا المشرع الجزائري اقتصر على هذه الوسيلة فقط؟

¹ - مريشة أحمد ،مرجع سابق ، ص113،112.

² - مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك ، رسالة ماجستير كلية الحقوق، جامعة باتنة،2011،ص 74.

الفرع الثاني: حالة العودة لمرتكبي المخالفة

أولاً: حالة العود

العود هو وصف قانوني يلحق الشخص الذي تمت إدانته بحكم جزائي ثم عاد إلى ارتكاب فعل جرم آخر ، إذن فهو يتعلق بظرف شخصي يلحق الجاني ولا يتعلق بنوع أو طبيعة الجريمة التي ارتكبتها.¹

وبموجب نص المادة 11/ف 2 من القانون 10-60 المعدلة للمادة 47 من 04-02 فالعود يقصد به أن يقوم العون الاقتصادي بمخالفة أخرى غير منفصلة عن الأخرى في مدة زمنية مقدرة بعامين التي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط وقبل هذا التعديل كان أقل من سنة.

وبالوقوف على هذا المفهوم، للقاضي الاختصاص الكامل في فرض عقوبات صارمة أخرى وهي:

- مضاعفة عقوبة الغرامة.

- المنع من ممارسة النشاط التجاري لمدة لا تقل عن عشرة سنوات.

ومما يلاحظ على هذه المادة أنها فعلا قد أعطت فرصة سائحة للعون الاقتصادي من إعادة تنظيم ممارسته التجارية بشكل أفضل من خلال رفع المدة الزمنية بعدما كانت أقل من سنة أصبحت سنتين حتى لا يضطر أعوان الرقابة إلى تحرير أكثر من محضر في مدة زمنية قصيرة جدا تؤدي بالعون الاقتصادي المرتكب المخالفة بالخسارة الفادحة وهذا ليس من أهداف السياسة الوطنية الناجحة للنظام الاقتصادي الجرائري ولا سيما إذا ما تعلق الأمر بالمستهلك.

أما إذا كانت المسألة مرتبطة بعقوبة الحبس فإن بعض التجار يستحقون السجن المؤبد وليس ثلاثة أشهر أو خمسة سنوات ، فيجب تكييف بعض المخالفات على أساس جنایات للحكم عليهم بهذه العقوبة القاسية لما تبث في حقهم بالإقرار والأدلة القطعية أنهم من طينة الثلة الفاسدة التي تسعى دائما إلى الربح السريع دون وازع من إيمان وضمير هدفهم الأسمى المزيد من الأموال دون حسيب وورقيب.

¹ - انظر في تعريف العود وشروطه : جندي عبد المالك، الموسوعة الجنائية ج02،05، دار العلم للجميع، بيروت، ب س ن، ص270.

ثانيا: حالة الحبس

قد يتخذ القاضي حكما قاسيا اتجاه العون الاقتصادي لمرتكب مخالفة ذات الخطأ الجسيم فيصدر في حقه عقوبة الحبس وهي تظهر في حالتين وهما:

1. حالة العود: بموجب المادة 11 من القانون 06/10 يمكن للقاضي أن يصدر عقوبة ضد العون الاقتصادي من 03 أشهر إلى خمسة سنوات، بعدما كانت من 03 أشهر إلى سنة طبقا للمادة 47 من القانون 04-02.¹

2. معارضة الرقابة: وهي مخالفة تعتبر خطأ جسيما يرتكبه العون الاقتصادي اتجاه أعوان الرقابة المكلفين بالتجارة وتظهر جليا في هذه الأعمال المنسوبة لمرتكبي المخالفة حسب المادة 54 من القانون 02/04:

- رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم.
- معارضة أداء الوظيفة وذلك يمنعهم من الدخول الحر للمحلات التجارية.
- رفض الاستجابة عمدا للاستدعاء المرسل أو الممنوح.
- توقيف عون اقتصادي لنشاطه أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة.
- استعمال المناورة للمطالبة أو العرقلة بأي شكل كان لانجاز التحقيقات .
- الإهانة والتهديد والسب والشتم.
- العنف والتعدي الذي يمس بالسلامة الصحية والجسدية وهذه الحالات السبعة إذا ما تبين أنها وقعت فعلا فالقاضي يتخذ ضده عقوبة الحبس من 06 أشهر إلى سنتين وهذا ببعد تحرير الدعوى العمومية من طرف المدير الولائي للتجارة الذي يرسل الملف إلى وكيل الجمهورية للبت فيه.

¹ ميروك ساسي ، المرجع السابق، ص 75.

خلاصة الفصل الثاني

إن المشرع الجزائري قد بسط نفوذه القانوني والميداني عندما اعتمد على مسألة هامة جدا من خلال مبدأ شفافية الممارسات التجارية والتي برزت بشكل واضح بموجب القانون رقم 04-02 والذي من خلاله عزز الحماية الفضلى للمستهلك وقد ترسخت بضرورة إلزام البائع بإعلام الأسعار والتعريفات في مجال السلع وتقديم الخدمات وكذلك إلزامية تقديم الفاتورة للمستهلك.

ولايتأتى ذلك الا بشروط صارمة من خلال العقوبات التي يسلطها المشرع الجزائري على العون الاقتصادي الذي يخل بالالتزامات التجارية في ظل شفافية الممارسات التجارية كالغرامات المالية والغلق الادراي والحبس ونشر الحكم لعله يرتدع ويتبنى خيار سياسة حماية المستهلك كغاية مثلى بالدرجة الأولى

الفصل الثالث

آليات تطبيق مبدأ شفافية

الممارسات التجارية

تمهيد :

بعد التطرق في الفصول السابقة إلى المفاهيم النظرية المتعلقة بطلب الدراسة المراد التحقيق والتدقيق فيها حيث تناولنا عرضاً مفصلاً عن أهم ركائز حماية المستهلك من خلال شفافية الممارسات التجارية والمتضمنة أساساً إعلام الزبون بالأسعار وشروط البيع وكذا ضرورة تقديم الفاتورة.

وإمعاناً في إبراز الجانب الواقعي لهذه الحماية ارتأيت أن يقع نظري على إحدى مديريات التجارة العريقة وتملك الخبرة الاحترافية في ذلك ألا وهي مديرية التجارة بالوادي والتي تعتبر مقياساً مفضلاً للدراسة والبحث باعتبارها أيضاً مؤسسة عمومية بامتياز وتملك أدوات العمل الرقابي من مواد بشرية متخصصة و تحسن التفاوض مع الأعوان الاقتصاديين دون المساس بخرق القواعد القانونية، فهي بذلك نجحت وأحسنت من حيث بدأت وهذا من أجل حماية قصوى بالدرجة الأولى للمستهلك وحرصاً منها على سلامة شفافية الممارسات التجارية. ولأجل ذلك فقد بنيت دراستي من خلال هذا الفصل عن ما أهم ما تقوم به هذه المديرية بحسب طموحاتها وأهدافها

المبحث الأول: تقديم عام عن المؤسسة (مديرية التجارة لولاية الوادي)

إن مديرية التجارة تشكل الوند الإداري المباشر لتنفيذ النصوص القانونية التي تنظم الحياة التجارية والأنشطة المختلفة للعون الاقتصادي والآليات الكفيلة لحماية المستهلك وهذا ما سنجد في هذا المبحث للتطرق إليها من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: النشأة التاريخية لمديرية التجارة

قبل الولوج إلى هذه اللوحة التاريخية لمديرية التجارة والإطار القانوني المنظم لها بجدر بنا التطرق إلى مراحل تطور المراقبة قبل الاستقلال ، حيث كانت الإدارة الفرنسية مهمتها الجوهرية كامنة في مراقبة المحاصيل الزراعية العابرة لأوروبا وتستند على قوانين متعلقة بالغش والتضليل سنة 1905 وكذلك القانون الذي يضمن العلامات الخاطئة الصادرة سنة 1930.

وأثناء المراحل الأولى من الاستقلال من 1962 إلى 1965 مازالت الإدارة الجزائرية لا تستطيع الخروج من النظام الفرنسي إلا بشق الأنفس إلى غاية سنة 1966 تأسست مصلحة

خاصة تابعة لوزارة الفلاحة كانت تتولى مراقبة الجودة وقمع الغش للمواد الحيوانية والنباتية والفلاحية وهذا بموجب القانون رقم 66 المتعلق بالقانون الجبائي والقانون المتعلق بالعلامة التجارية ومراقبة الأسعار وكانت السلطات الجزائرية تسعى بالدرجة الأولى لتحرير الاقتصاد من القيود الزائفة والشروط العسيرة التي من شأنها عرقلة النمو الاقتصادي الوطني. وبعد هذه المراحل أنشئت وزارة مستقلة تسمى وزارة التجارة. فبرز للوجود عدة قوانين تؤكد نية المشرع السليمة في بلورة عهد جديد لتنظيم الممارسات التجارية وحماية المستهلك بالدرجة الأولى على أسس علمية واقعية كقانون 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، وكذا أمر 06/95 المؤرخ في 25/01/1995 المتضمن لقانون المنافسة ثم جاءت تباعا قوانين أخرى تجسد المعنى الحقيقي لطموحات الدولة الجزائرية لتكريس مبدأ الشفافية ونزاهة الممارسات التجارية بوجه أفضل¹ ولعل من أهمها:

- قانون 04-02.

- قانون 09-03 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 هـ الموافق لـ 25 فبراير 2009م المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- قانون رقم 04-08 مؤرخ 27 جمادى الثانية عام 1425 هـ الموافق لـ 14 أغسطس 2004م المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية ، المعدل والمتمم .
- قانون رقم 13-06 مؤرخ في 14 رمضان عام 1434 هـ الموافق لـ 23 يوليو سنة 2013 المعدل للقانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 هـ الموافق لـ 14 أغسطس سنة 2004م المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.

أولاً: تعريف مديرية التجارة

هي مؤسسة إدارية عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية ذات صبغة محلية تابعة لوزارة التجارة ويطلق عليها المصالح الخارجية ، أصبحت يطلق عليها المديرية الولائية للتجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03/409 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 المتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها

1-منى دريجي وفاء هوام، «دور آليات تطبيق التسويق الأخضر في حماية المستهلك»، دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تبسة ، مذكرة لاستعمال شهادة ماستر أكاديمي، جامعة العربي التبسي ، تبسة، 2016، ص56.

تقع المديرية الولائية للتجارة بولاية الوادي بحي 08 ماي 1945 وتضم ثلاثة أقسام بك من دوائر قمار، الدبيلة، المغير، إضافة الى المفتشية الحدودية بدائرة الطالب العربي .

1- التنظيم العضوي:

تتشكل مديرية التجارة لولاية الوادي من خمسة مصالح كل مصلحة نحو 3 مكاتب وهي كالتالي:

1-1 مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي:

- مكتب مراقبة السوق والإحصائيات.
- مكتب تنظيم السوق والمهن المقننة.
- مكتب ترقية التجارة الخارجية وأسواق المنفعة العمومية.

2-1 مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

- مكتب مراقبة الممارسات التجارية.
- مكتب مراقبة الممارسات المضادة للمنافسة.
- مكتب التحقيقات المتخصصة.

3-1 مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش:

- مكتب مراقبة المنتجات الصناعية والخدمات.
- مكتب مراقبة المنتجات الغذائية.
- مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجمعوية.

4-1 مصلحة المنازعات والشؤون القانونية:

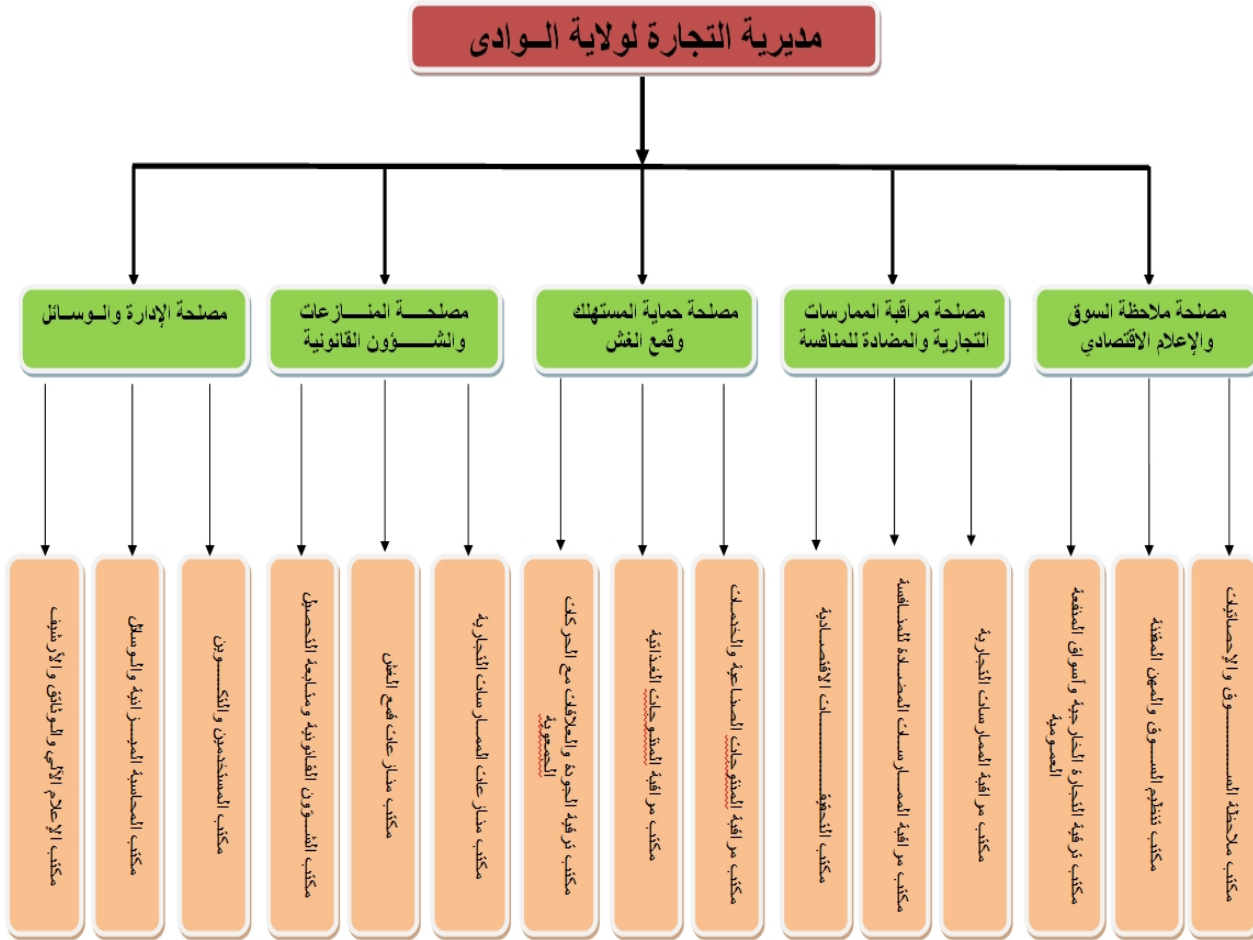
- مكتب منازعات الممارسات التجارية.
- مكتب منازعات قمع الغش.
- مكتب الشؤون القانونية ومتابعة التحصيل.

5-1 مصلحة الإدارة والوسائل

- مكتب المستخدمين والتكوين.
- مكتب المحاسبة والميزانية والوسائل.

- مكتب الإعلام الآلي والوثائق والأرشيف.

الشكل رقم (1) : الهيكل التنظيمي لمديرية التجارة لولاية الوادي



المطلب الثاني: أدوار مديرية التجارة في منظومة الممارسات التجارية

إن مديرية التجارة بالوادي وكغيرها من المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري تشكل في مجملها نظاما عمليا وواقعا للقيام بتسيير الممارسات التجارية للعون الاقتصادي وفق منظومة قانونية متعددة ولا سيما القانون 04-02 المتعلق بشفافية الممارسات التجارية ويتضح ذلك جليا من خلال هذه الأدوات التي تؤديها وهي:¹

¹ بناء على المعلومات المستقاة من المديرية .

أولاً: وظائف مديرية التجارة

تعمل مديرية التجارة على تنفيذ كل ما سطره المشرع الجزائري من نصوص قانونية وأوامر وحتى تعليمات وقرارات على مستوى العملي وقد برزت في هذه المحاور الآتية:

1-تنظيم السوق وتأطير النشاطات التجارية

- المتابعة المستمرة لأسواق الجملة ولاسيما الفواكه والخضر .
- دراسة الشؤون الخارجية المتعلقة بجانب الأسعار وملفات التجارة والتجار .
- متابعة ودراسة ملفات الأعوان الاقتصاديين المنتجين .
- متابعة التحولات اليومية لأسعار السلع ذات الاستعمال المستمر كالمواد الغذائية ومواد البناء .

2-المتابعة الدقيقة للأسعار

- الاهتمام الأسبوعي للتحولات السلع والبضائع واسعة الاستهلاك كالخضر والفواكه واللحوم .
- إعداد تقرير شهري لدراسة وضعيات السوق ومعاينة تطور الأسعار .
- إعداد مؤشرات تضرر الأسعار شهريا.¹

3-مراقبة نوعية وقمع الغش

- القيام بأعمال الرقابة شاملة لجميع القطاعات على كامل تراب الولاية وتدعيم نشاط الولاية بالمنتجات ذات الاستهلاك الواسع .
- القيام بالحملات التحسيسية والإعلامية المكتوبة والمسموعة والمرئية اتجاه المتعاملين الاقتصاديين لإلزامهم بضرورة التقيد بالمنظومة القانونية .

ثانياً: أهداف مديرية التجارة

مما لاشك فيه أن وجود مديرية التجارة ليس عبثاً وإنما كان المشرع الجزائري حريص على تحقيق جملة من الأهداف الفعالة ألا وهي:

1-الحرص على سلامة الأسواق اليومية من خطر الإفلاس التمويني من السلع والبضائع .

1-مني دريجي ، وفاء هوام، المرجع السابق، ص57.

- 2- تقديم العلاجات المناسبة في الزمان والمكان للوقاية من المضاربات التجارية والتذبذب في التمويل العام .
- 3- تأطير وتنظيم أسواق الجملة.
- 4- تنفيذ البرامج والخطوات العملية للسيطرة على عملية رقابة الممارسات التجارية ومراقبة النوعية.
- 5- تأطير المواد المستوردة من خلال ما مدى مطابقتها للجودة والمعايير الدولية والحفاظ على استقرار وجودة المنتج الوطني.
- 6- ترقية الجودة وإعلام المستهلك وترقية الاقتصاد الوطني.¹

المطلب الثالث: العلاقات الإدارية لمديرية التجارة

لا يمكن تنفيذ أدوار مديرية التجارة بمعزل عن محيطها الداخلي المتمثل في مصالحها الإستراتيجية الخمسة وكذا محيطها الخارجي عندما تتعامل مع مؤسسات إدارية أخرى لها مني الأهداف والتصورات في منحنى واحد وآخر وهو محاربة الغش والفساد بكل أطيافه بغية تنمية شاملة للاقتصاد الوطني من خلال الحماية الاستهلاكية بصفة عامة.

وعلى هذا الأساس يمكن تصنيف هذه المصالح الأخرى كالتالي:

أولاً: الجهاز القضائي

في الحقيقة إن مديرية التجارة بالوادي تتعامل مع ملفات الأعوان الاقتصاديين بحزم وحذر شديدين ، لما للمنطقة من خصوصيات تتميز عن غيرها من الولايات لأسباب كثيرة ولعل أهمها التدفق الهائل للمال وكثرة الاستثمارات في جميع المجالات مما يكون في بعض الأحيان التدخلات لعرقلة عملية المراقبة وبالرغم من ذلك ، فخبرة أعوان وإطارات ومسؤولي المديرية تقف بكل جدارة للحيلولة أن تقع هذه السلوكيات الأخلاقية والتصرفات غير القانونية المنافية للمسارات التجارية السليمة. ولهذه الاسباب، فالملفات المتعلقة بالمخالفات التي يجب أن ترسل للجهات القضائية تكون محل متابعة بدون قيد أو شرط والأرجح أن يفصل فيها وكيل الجمهورية كالمحاضر التي

1-منى دريجي، وفاء هوام، المرجع السابق، ص58.

يحررها الأعوان غيابيا وهذا عندما لا يحضر مرتكبي المخالفة في الوقت المحدد له وكذلك عندما يمتنع عن الإمضاء أو إذا تعلق الأمر بغلق محل تجاري أو حجز سلعة.

ثانيا: الفرق المختلطة:

1- الفرقة المختلطة الأولى

وهي متكونة من ثلاثة هيئات إدارية:

- إدارة الجمارك.
- إدارة التجارة.
- إدارة الضرائب.

ويكون عمل مجموع هؤلاء منصبا أساسا على المتابعة المستمرة للأنشطة التجارية للمتعاملين الاقتصاديين الذين يملكون سجلات تجارية تؤهلهم لمسار نشاط التصدير والاستيراد وذلك من خلال عملية الرقابة الفعلية التي تسمح لأعوان الرقابة للحيلولة دون نقشي مظاهر الممارسات التجارية المضادة للمنافسة ولا يأتي ذلك إلا بالتخطيط المسبق والمنظم الهادف الذي تقدره إدارة الجمارك والتجارة والضرائب.

2- الغرف المختلطة الثانية

وهي تتألف من ثلاثة مؤسسات عمومية إدارية:

- إدارة التجارة.
- إدارة السيطرة.
- إدارة الصحة النباتية.

تقوم مديرية التجارة بالوادي بخرجات ميدانية دائمة للأماكن التي يمكن أن تكون محلا للمتابعة وكثرة المخالفات ولا سيما محلات تجارة اللحوم، لأنه في ولاية الوادي تكثر فيها المذابح¹ الحيوانية المرخصة وغير المرخصة .
ولذلك أحيانا يجد الأعوان صعوبة في عملية مراقبتها بشكل جيد وفعال، إلا أن عنصر

¹منى دريجي، وفاء هوام، المرجع السابق، ص66

المورد البشري الذي تتمتع به مديرية التجارة وبقيادة مديرها السيد الشريف أمدراسطاعت فعلا القضاء على كثير من المظاهر الاقتصادية الفاسدة.

3- الغرفة المختلطة الثالثة

وهي تظم هيئتين إداريتين هما:

- إدارة التجارة.
- إدارة الصحة.

وتهتم بالدرجة الأولى وبحرص شديد على معاينة المحلات التجارية ومراقبتها التي تتعامل مع المواد الصيدلانية وشبه الصيدلانية، لأن ولاية الوادي تزخر بشكل مكثف في هذه التجارة حتى وصل بعضهم إلى تصنيع بعض الأدوية الجلدية. ولذلك فأعوان الرقابة غالبا ما يحررون محاضر ضد بعض الصيادلة الذين لا يمتلكون رخصا في ذلك.

4- الغرفة المختلطة الرابعة (تجارة قياسات قانونية)

ومهمة هذه الغرفة بالدرجة الأولى مراقبة آلات وأدوات وأجهزة القياس المختلفة والتأكد من مطابقتها وخضوعها الدوري للمراقبة والمصادقة من طرف مصالح القياسات القانونية.¹

5- الفرقة المختلطة الخامسة

وتضم مكتب الصحة بالبلدية والأمن وهي تعد كجهاز إداري مساعد لمديرية التجارة مهمتها الأساسية تقديم البيانات والمعلومات والأرقام عن النشاطات التجارية المختلفة التي يمكن أن تساهم في بناء اقتصاد وطني

ولذلك يعمل هذين الجهازين على محاربة كل أشكال التجارة غير الشرعية من تزوير للعملة الوطنية أو تقليد للعلامات التجارية أو تهريب للسلع المضرة بالصحة الجسدية بالدرجة الأولى ، لأنه في ولاية الوادي تعج ورشات مواد العطور والتجميل دون الحصول على الرخص، وان كان بعضها لديه ذلك فإنها غير خاضعة للمعايير الصناعية والقانونية.

¹منى دريجي، وفاء هوام، المرجع السابق، ص69.

المبحث الثاني: نقد وتقييم الأنشطة مديرية التجارة ودورها في حماية المستهلك.

إن مديرية التجارة الوادي تسعى جاهدة نضا وتطبيقا لتجسيد كل أهدافها وطموحاتها بحنكة وخبرة واحترافية بفضل إطاراتها السامية وأعاونها المكابدين لمحاربة بؤر الفساد التي تؤرق كاهل الدولة ولا سيما الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ألا وهو ذلك المستهلك الذي يسعى في كثير من الأحيان لاقتناء سلعة ما أو الحصول على الخدمات دون وعي ، وإدراك.

وهذا مما جعل المشرع الجزائري يؤسس منظومة قانونية وقائية وراذعة تلبى هذا المفهوم الصريح وذلك من خلال نصوص صارمة¹ أهمها قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات الذي يعتبر بالدرجة الأولى محور دراستنا فيما يتعلق من أنشطة مختلفة تقوم بها مديرية التجارة وتكريس هذا القانون ميدانا حيث سنتناول تلك النتائج المتعلقة بعمليات الرقابة والمتابعة الدائمة فقسنا هذا المبحث على النحو التالي:

المطلب الأول: مفهوم القانون 02-04

1-تعريف هذا القانون

لتجسيد برنامج وأهداف مديرية التجارة على مستوى التراب المحلي لتحقيق كفاية أفضل لواقع تجاري يعج بالمخالفات الجسيمة ولا سيما عدم احترام إعلام الزبون للأسعار والتعريفات واحترام شروط البيع و الالتزام بضرورة تقديم الفاتورة .

وهذه المسائل القانونية تمس كل السلع والخدمات التي يروح لها المتعاملين الاقتصاديين.

وهو بذلك القانون رقم 02-04 مؤرخ في 05 جمادى الأول عام 1425 الموافق ل 23 يونيو سنة 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وهو يطبق على نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات التي سيمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية.

2-الالتزامات الأساسية المتضمنة للقانون 02-04

- إلزامية الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع(م4-5-9).
- إلزامية تقديم الفوترة(P10 إلى 13)

¹بناء على المعلومات المستفأة من المديرية

- منع الممارسات التجارية غير الشرعية (م14-21).
- منع ممارسة أسعار غير شرعية (م 22،23)
- منع الممارسات التجارية التديسية (م 24 إلى 25)
- منع الممارسات التجارية غير النزيهة (م 29 إلى 28)
- منع الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية (المادة 29 إلى 30).

3-الإمكانيات والوسائل للوقاية

- تفعيل جمعيات حماية المستهلك (م21)
- إنشاء مجلس وطني لحماية المستهلك (المادة 24)
- إنشاء مجلس وطني لحماية المستهلك.
- جهاز الرقابة: ضباط الشرطة، أعوان رقابة التجارة، إدارة الجمارك ، إدارة الضرائب.
- الإجراءات الوقائية المتخذة: الغرامات المالية المصالحة، غلق المحلات التجارية، حجز السلع والمصادرة، نشر قرار الغلق الإداري، الحبس.

المطلب الثاني : تقييم عام للنتائج المحصلة لسنة 2020/2019

في هذا الجزء من العمل سنبرز الحصيلة السنوية التي قامت بها مديرية التجارة لسنة 2020/2019 باعتمادنا على مجموعة من الجداول الإحصائية بالشرح والتحليل بالإضافة حتى يمكننا الإفادة من الأهداف المسطرة نظريا ومقارنتها على واقع الممارسات التجارية الرقابية

أولاً:الحصيلة السنوية لنشاط الرقابة طبقا للتخطيط الإداري بالأهداف

1-النتائج السنوية حسب الجداول

الجدول رقم 01

تأطير الأهداف

الرقم	الأهداف	عدد المسجلين بالسجل التجاري	عدد المبرمجين سنويا	عدد الفرق	النسبة المئوية
01	تقليل الخطر الغذائي	8992	7830	12	87.07%
02	إجبارية إعلام المستهلك	28983	27332	16	94.30%
03	مراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة	8599	8000	14	93.03%
04	احترام المنافسة	/	/	/	/
05	تطهير التجارة الخارجية	980	900	02	91.83%
06	تقليل التجارة غير الشرعية	18336	17671	03	96.37%
07	التحكم في أمن المنتوجات	9640	8632	05	89.54%
08	المجموع	75530	70365	52	93.16%

الجدول رقم 02

الأهداف	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضرات	مبلغ عدم الفوترة	مبلغ الحجز	عدد عمليات الغلق الإداري
تقليص الخطر الغذائي	8457	4250	3257	/	-90 20807 866-	40 النسبة. 76.63 %
إجبارية إعلام المستهلك	9522	1510	1425		-1-80 -889 753	/ %94.37
مراقبة المنتوجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة	7500	1388	1360	-70 -15 -762 099	-10 -992 097	28 %97.98
احترام المنافسة	216	/	/	/	/	/
تطهير التجارة الخارجية	840	182	171	1.866 -299- -602 66	-1-66 -460 17230 0	/ %93.95
تقليص	4500	1211	914	-88	-20	27 %75.47

	0	-28	-694				التجارة
		-499	781				غير
		700					الشرعية
%83.44	33	-673	-193	7127	8541	31035	المجموع
	8	-322	-734				
		-361	-171				
		806	46				

من هذا الجدول تتضح لنا الرؤية الثاقبة للأهداف المسطرة للبرنامج السنوي تبداً أنها إيجابية جداً من خلال تلك الأرقام والمؤشرات الدالة على ذلك، إذ بلغت نسبة التغطية الكلية لجميع الأهداف 83.44% وهي دلالة قوية جداً على حرص أعوان الرقابة على التجسيد الفعلي للرقابة الميدانية الناجحة والتي سخر لها 52 فرقة لمعاينة حوالي 70365 أعوان اقتصادي مبرمج سنويا وعلى هذا الأساس فقد كانت نسبة مراقبة المنتوجات ذات الأسعار المقننة عالية، إذ قدرت بـ 97.98% إذا ما قورنت بغيرها. وهذا مبرر مجدي نفعاً يجعل من مديرية التجارة بالوادي حريصة على تتبع كل أشكال الفساد الاقتصادي الذي يضر بالصحة النقدية والمالية والاستهلاكية للفرد والمجتمع والدولة. مما يؤكد أن الدولة عندما أرادت تقنين وتسقيف بعض المواد الأساسية ذات الاستهلاك الواسع أسفرت عن غلق العديد من المحلات التجارية. وقد حققت إجبارية إعلام المستهلك والتي تعد مكسباً كبيراً قد حققته المديرية من خلال تحصين الحماية الاستهلاكية من تلاعب الأعوان الاقتصاديين بالأسعار أو عدم إعلامهم بكل ما يتعلق بخصائص ومميزات السلع والخدمات.

المطلب الثالث: تحليل النتائج السنوية

- من خلال ما عرض من نتائج لسنتي 2020/2019 يمكن الوصول إلى جملة من المعطيات والأرقام التي تبين لنا مدى الدور الذي يقوم به أعوان الرقابة بالوادي من انضباط في عملهم ومرونة كبيرة في التعامل مع التجار من أجل تحقيق جملة من أهدافها وبرامجها أولاً: إجبارية إعلام المستهلك
1. نتائج عملية الرقابة: هذه العملية النوعية لم تكن مقتصرة على نشاط معين، بل امتدت إلى كل العمليات الاقتصادية، بحيث تم رصد 9522 تدخل والتي يمكن تصنيفها على هذا النحو:
 - المواد الغذائية 4148 تدخل بنسبة 43.56%
 - المواد الصناعية 2174 بنسبة 22.83%
 - قطاع الخدمات 3200 تدخل بنسبة 33.60%
 2. عدد المخالفات: 1510 مصنفة كما يلي:
 - 254 متعلقة بعدم مطابقة الوسم.
 - 1256 متعلقة بعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات.
 3. عدد المحاضر المنجزة: 1425.
 4. القطاعات المستهدفة
 - مواد الغذائية.
 - مواد التجميل والتنظيف البدني.
 - مواد الاسمنت.
 - الحليب ومشتقاته.
 - معدات الهاتفة.
 - الخضر والفواكه.
 5. عدد الفرق المسخرة: 16
 - 6- نقد وتقييم

من خلال هذه الأرقام والمؤشرات فقد كانت مديرية التجارة تتمتع بقدر كبير من الاحترافية الرقابية فرقم 9522 تدخل يعد كبيرا جدا والتي تكون حصة الأسد قد أخذتها المواد الغذائية والخضر والفواكه والحليب ومشتقاته ، نظرا لكونها تتمتع باستهلاك واسع النطاق كما ونوعا وبالمقارنة مع عدد المخالفات التي وصلت الرقم 1510 ثم إنجاز محاضر رسمية لرقم 1425 فإنه تم احصاء 937 تاجر لم تحرر ضدهم أي عقوبة والسبب في ذلك لعدة عوامل أهمها :

- 6-1- قد تكون خرجات أعوان الرقابة وقائية وليست ردعية .
- 6-2- عدم دقة المعلومات المتحصل عليها بشأن التاجر المخالف.
- 6-3- التدخلات الخارجية: كثير من التجار يستعملون سلطة النفوذ للتحرر من عقوبة ما.
- 6-4- السيرة الحسنة للتاجر ، ولاسيما إن كانت لأول مرة.
- 6-5- ضعف الإمكانيات المادية للتاجر .

وصفوة القول في هذا الباب فمديرية التجارة تعمل جاهدة على تحقيق التوازن بين طموحات الأعوان الاقتصاديين ورغبات المستهلكين الجامحة طوعا أو كرها وعلى العموم فإن مديرية التجارة فقد حققت نسبة عالية في إجبارية إعلام المستهلك بكل الوسائل فسخرت كل الإمكانيات لنجاح أهدافها المسطرة القريبة والبعيدة.

ثانيا: مراقبة المنتجات ذات الأسعار والتعريفات المقننة

هناك بعض الأنشطة الاقتصادية أولتها الدولة عناية شديدة باعتبارها جوهر العملية الاستهلاكية والتي يقبل عليها المستهلك في أغلب الأحيان دون إدراك ووعي منه فأصبحت ذات مستوى عالي من التوسع ولذلك يمكن تجزئتها كما يلي:

1- نتائج عملية الرقابة: لم تكن حكر ا على نوع معين من الأنشطة التجارية، بل أنها شملت

قطاعات مختلفة ، ولذلك تم رصد 7500 تدخل فكانت على الشكل التالي

- مادة حليب الأكياس المبستر: 2380 تدخل /بنسبة 31.73%.

- مادة السميد: 1217 تدخل / بنسبة 16.22%.

- مادة الخبز: 1390 تدخل /بنسبة 18.53%.

- غاز البوتان: 500 تدخل / بنسبة 6.66%.
 - مادة السكر: 1235 تدخل / بنسبة 16.46%.
 - مادة الزيت: 778 تدخل / بنسبة 10.37%.
 - 2- عدد المخالفات: 1388 مخالفة.
 - 3- عدد المحاضر: 1360 محضر.
 - 4- عدد التجار المعفى عنهم: 13 تاجر.
 - 5- نقد وتقييم: كذلك هذه الأرقام تدل دلالة قاطعة على التجسيد الفعلي للأهداف المرجوة تحقيقها ميدانيا وقد كان الإعفاء من انجاز محاضر لبعض التجار وعددهم لا يتجاوز ثلاثة عشرة تاجر لأسباب موضوعية وأخرى ذاتية ولعل أبرزها السيرة الحسنة للتاجر.
- ثالثا: تطهير التجارة الخارجية
- 1- نتائج عملية الرقابة
- هذه الأخيرة شملت جملة من الأنشطة الاقتصادية الحيوية حيث تم رصد 840 تدخل توزعت بهذا الشكل:
- المواد الغذائية: 530 تدخل بنسبة 63.09%
 - المواد الصناعية: 210 تدخل بنسبة 25%
 - قطاع الخدمات: 100 تدخل بنسبة 11.90%
- 1-1- عدد الفرق المسخرة: 02
 - 2-1- عدد المخالفات: 182.
 - 3-1- عدد المحاضر: 171.
- 1-4- نقد وتقييم: من خلال عدد التدخلات المقدر بـ 840 ومقارنتها بعدد المحاضر المنجزة يبدو أنها جيدة ، أي بلغت النسبة الكلية 93.95% وهذه مؤشرات أخرى تدل على حرص أعوان التجارة على قوة العمل الرقابي الذي يقومون به إلا بعض النقائص البسيطة جدا من خلال إعفاء بعض التجار من تحرير محاضر ضدهم ولعل من الأسباب المرجحة لدينا تشجيع بعض التجار على ممارسة نشاطهم التجاري في الوضوح والشفافية من خلال إعطاء فرصة

أخرى بعدم ارتكاب المخالفات ولا سيما إذا كان هذا التاجر ممن يمتلك شهادة حسن السيرة وهذه مؤشرات أخرى تدل دلالة قاطعة أن الدور الرقابي لأعوان التجارة ليس دائما ردعيا كما يضمن البعض بل لهم دورا تحسيسيا ووقائيا وإعلاميا.

رابعاً: تقليص التجارة غير الشرعية

1- تقديم نتائج الرقابة

كذلك هذه العملية كانت شاملة لكثير من النشاطات التجارية بحيث تم رصد هذه المؤشرات وهي كما يلي:

1-1- عدد التدخلات: 4500 تدخل.

1-2- عدد الفرق 3.

1-3- عدد المخالفات: 1211.

1-4- عدد المحاضر: 914.

1-5- نقد وتقييم: يمكن القول أن مؤشر التدخلات وانجاز المحاضر عالية، أي بنسبة 7.13%

وهذا يدل أيضا حرص المديرية بأعوانها المتمكنين من تطهير الاقتصاد الوطني بالدرجة الأولى والمحلي بالدرجة الثانية من التجارة المشبوهة والمغشوشة وقد فلت من تحرير المحاضر إلا 50 تاجرا لأسباب كثيرة قد تكون ظاهرة وخفية.

و.بالنتيجة. إن هذه العمليات الرقابية فإنها تصب في ميزان مدخلات ومخرجات مديرية

التجارة بالوادي التي تعمل جاهدة على تجسيد جميع أهدافها وطموحاتها ميدانيا ، ودون هوادة في ضرب كل أوتار الفساد والغش والتلاعب بمصير المستهلك والاقتصاد الوطني.

و.بالنتيجة أي كانت هذه العمليات الرقابية فإنها تصب في ميزان مدخلات ومخرجات مديرية التجارة بالوادي التي تعمل جاهدة على تجسيد جميع أهدافها وطموحاتها ميدانيا ، ودون هوادة في ضرب كل أوتار الفساد والغش والتلاعب بمصير المستهلك والاقتصاد الوطني.

المبحث الثالث: النشاط الرقابي وعلاقته بالحماية الاستهلاكية

لن تكون هناك حماية فعلية للمستهلك بدون وجود جهاز إداري فعال وصارم ينوط بهذا الدور الكبير ولذلك تعتبر مديرية التجارة بالوادي القلب النابض لممارسة النشاطات التجارية. بحكمانية ورشاده ولا يتأتى تحقيق هذه الأهداف إلا إذا كان العمل الرقابي لها ومنهجها وفق أساليب علمية وواقعية من حيث الزمان والمكان والأشخاص.

المطلب الأول: نماذج ترقية العمل الرقابي

إن مديرية التجارة سطرت برامج حاسمة من خلال مجموعة من النماذج الحية ذات الصفة العلمية والعملية منها:

أولاً: العمليات الإعلامية والتحسيسية باتجاه المتعاملين الاقتصاديين خلال سنة 2019/2020.

1- النموذج السنوي لسنة 2019/2020

عكفت مديرية التجارة في هذه السنة أن تكون متميزة في الأداء والجودة والرشادة الرقابية من خلال القيام بعدة عمليات تحسيسية منظمة اتجاه الأعوان الاقتصاديين بهدف متابعتهم ميدانيا لتطوير أفكارهم التجارية وتتوير إبداعاتهم الإنتاجية وزرع ثقافة «أحمي هذا الإنسان قبل جني المال».

وقد تم ذلك فعلا بعدة سبل ، ولا سيما السعي لتنظيم مشاورات ولقاءات ثنائية وجماعية من أجل تبادل مختلف الآراء وتبني الجدل الايجابي للخروج من أزمت مفتعلة بواسطة توزيع منشير ونصوص قانونية تعالج أزمة المستهلك والمتعامل الاقتصادي ومن ضمن تلك العمليات التحسيسية:

1-1- تنظيم الصالون الدولي للمنتجات الوطنية «إنتاج وتصدير» أيام 11/12/13 نوفمبر 2019

بالقاعة المتعددة الرياضات تكسبت وهي فرصة لأصحاب المؤسسات الجزائرية الإنتاجية و الخدماتية لتسويق منتجاتهم للخارج وخلق علاقات شراكة مع نظيراتها من المؤسسات الأجنبية في ظل شفافية الممارسات التجارية .

- 1-2- اليوم التحسيسى الخاص لممارسي نشاط الخدمات الصباغة والتبييض والتنظيف الجاف بمقر مديرية التجارة والذي تم من خلاله شرح القرار المؤرخ في 06 جويلية 2018 المتضمن كفيات الإعلام الخاصة المطبقة على خدمات الصباغة والتنظيف الخاص بتاريخ.
- 1-3- الاجتماع التحضيري الذي تم عقده يوم الخميس 13 فيفري 2020 بمقر المديرية والمتعلق بالعمل التحسيسى الأول لسنة 2020 وبحضور الفاعلين من أجل تسطير برنامج الجملة التحسيسية حسب المواضيع المطروحة من قلب الوزارة.
- 1-4- التدخلات المبرمجة في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية مع مصالح مديرية التجارة، فأبرمت عدة اتفاقيات مع الإذاعة المحلية لولاية الوادي، تسمح لها بتنظيم حصصا إذاعية تجاوز عددها 20 حصة.
- حصة مباشرة بتاريخ 2019/01/21 كانت متعلقة بفترات البيع بالتخفيض.
 - حصة إذاعية بتاريخ 2019/02/22 تضمنت موضوع مواد التبييض والتنظيف.
 - لقاء مع مراسلي الجرائد تحت شعار « وجبة غذائية دون مضادات دون مضادات حيوية» من خلال المساهمة في إحياء اليوم العالمى لحقوق المستهلك.
 - الجملة التحسيسية الموجهة لمؤطري مطاعم الرحمة بالتنسيق مع الهلال الأحمر الجزائري 16ماي 2019.
 - حصة مباشرة بتاريخ 2020/02/16 كان محورها يدور عن الأسباب الجوهرية لارتفاع أسعار اللحوم التي تسبب فيها بالدرجة الأولى التجار.
- ثانيا: العمليات الإعلامية والتحسيسية اتجاه المستهلكين خلال سنة 2020/2019
- 1-النموذج السنوي لسنة 2019
- 1-1- انطلاق الجملة التحسيسية من خلال المشاركة في الندوة الخاصة بأئمة المساجد يوم الثلاثاء 30ماي 2019 بمدخلة خاصة بالاستهلاك والمواضيع المقترحة في الجملة المتعلقة لمحاربة التسمم الغذائي،التبذير الغذائي وتقليل استهلاك الدهون، الملح، السكر.
- 1-2- حصة إذاعية مع المستهلك تناولت موضوع القهوة يوم 15أوت 2019.
- 1-3- إحياء اليوم العالمى لحقوق المستهلك بدار الثقافة محمد الأمين لعمودي يوم 18مارس 2019.

4-1- إنتاج ومضة تحسيسية للوقاية من حوادث الاختناق بأحادي أكسيد الكربون بتاريخ 16 فيفري 2019.

2- النموذج السنوي لسنة 2020

2-1: الأيام الوطنية للتحسيس ، إعلام وإرشاد المستهلك من 19 أبريل 2020 إلى نهاية الفترة الصيفية وكانت الموضوعات المتناولة:

- الوقاية من التسمم الغذائي.
- محاربة التبذير الغذائي.
- تقليل الملح، السكر، الدهون.

2-2: تكريم الفائزين في مسابقة الرسم الخاصة لمحاربة تبذير الخبز يوم 22 أبريل 2020.

المطلب الثاني: مقابلات مع القائمين للصحة الاستهلاكية

يمكن تقسيم هذا المفهوم ضمن ما يسمى بالجهاز الإداري الأول المسئول المباشر عن تنسيق الأعمال مع جميع الأطياف التي من واجبها بالدرجة الاهتمام بالسلامة الاستهلاكية: أولاً: المقابلة الأولى مع السيد /أمدر مدير التجارة¹.

لقد كانت هذه المقابلة متميزة من جميع الجوانب لما وجدته في الشخصية من قوة للعمل قولاً وفعلاً، وإنه وفر لي جميع السبل لإنجاح مهمتي بنجاح. ولذلك أمر كل مصالحه بتوفير كل الظروف المناسبة لإتمام موضوعي كما يجب، فحدث اللقاء بتاريخ 22 فيفري 2020 على الساعة العاشرة صباحاً بمقر مديرية التجارة وبالذات بمكتبة المخصص له ، فكان عملنا يتمحور حول هذه النقاط التالية:

1- الأسئلة المطروحة على مدير التجارة.

- هل لنا تبين لنا بوضوح ما الهدف من تخطيط برنامج سنوي يعتني بالحماية الوقائية للمستهلك.؟
- مديرية التجارة تعمل جاهدة ودون هوادة لحماية المستهلك من أخطار الأعوان الاقتصاديين، ما هي الصعوبات التي تواجهونها للقيام بهذا العمل الصعب؟

¹، مقابلة مع (الشريف أمدر) ، مدير التجارة ، مديرية التجارة لولاية الوادي في 22 فيفري 2020 .

- هل أعوان الرقابة جادون في تطبيق أهداف مديرية التجارة؟
 - هل أنتم راضون فعلا عن النتائج المحققة لحد الساعة في مجال الرقابة للممارسات التجارية؟
 - تتميز ولاية الوادي بالتنوع في الأنشطة الاقتصادية فهل مديرية التجارة استطاعت تغطية كل العمليات الرقابية؟
 - كيف يتم تقييم عون التجارة في مجال عمله؟
 - كيف يمكن الحد من هجرة بعض الأدمغة المبدعة من مديرية التجارة إلى الجامعة مثلا؟
- 2- إجابات السيد المدير
- في الحقيقة عن السؤال الأول كان يحمل الإجابة في طياته، قد جاء في سؤالكم ما الهدف من تسطير هذا البرنامج الذي بعثني بالحماية الوقائية للمستهلك؟
 - فأقول كل المخططات لابد أن الهدف منها إلزامية حماية المستهلك بالدرجة الأولى ثم الحفاظ على أمن وسيادة الدولة وتقوية أركانها من جانبها الاقتصادي.
 - مما لا شك أن العون الاقتصادي مهمته الأساسية التفكير في الربح السريع في بعض الأحيان دون وعي فتراه يركز على بيع وإنتاج سلعة معينة أو تقديم خدمة دون احترام لتفكير وثقافة المستهلك.
 - وبالتالي فإننا نجد صعوبات كثيرة ولاسيما إذا ما تعلق الأمر بعدم التعامل بالفاتورة أو المعارضة في الرقابة، أو الغش أو خداع المستهلك
 - وعندما أقول هذا الكلام لا يعني الكل، بل بعضا منهم نرى فيهم صعوبة خارقة ومنهم من ينقاد لك بسلاسة وتفهم.
 - فيما يخص السؤال الثالث فمنذ أن التحقت بهذه المديرية فقد وجدت أرضا خصبة وجيدة لتطبيق كل طموحاتي وأفكاري والتي تصب أساسا في تطبيق النصوص القانونية
 - وعلى هذا الأساس فإن أعوان الرقابة كانوا فعلا بمثابة القلب النابض للعمل المتميز دون استثناء وهم يستحقون الثناء من الجهات الوصية.

لكن ما يحز في النفس هو هجرة بعض إطاراتها والذين اثبتوا جدارة نادرة إلى أماكن عمل أخرى وبالخصوص الحاصلين على شهادة الدكتوراه وهذه النقطة بالذات ليس لدى. فيها أي حل.

- فقد جاء على لسانكم أن كنا راضين عن النتائج المحققة فأقول إن الإنسان لعمله لكنود لماذا؟

لأن الطبيعة البشرية دائما تطلب المزيد من النجاحات ورغم ذلك فعندما يتحقق لك برنامج عمل نسبه عالية جدا فإن صدرك ينشرح وهذا بفضل الجهود الحسنة المبذولة من طرف أعواننا الذين يسعون دائما لتقديم الجودة في العمل والرشادة في الأداء . فعلا إن ولاية الوادي تعد قطبا اقتصاديا بامتياز من جميع النواحي ، من الصناعات التجميلية إلى التحويلية ثم ولوجا في قطاع الفلاحة ومرورا إلى قطاع الصحة الذي بلغ شأوا من الإبداع والابتكار ثم أخيرا جانب الخدمات.

وإزاء هذه المعطيات نحن من جانبنا أن نعمل على المتابعة المستمرة والدائمة لتحقيق أهدافنا المسطرة مع أعواننا المخلصين في الأداء والعمل بنسبة عالية جدا، ومهما فعلت قد يكون النقصان ولكنه يسير جدا.

- أما عن السؤال كيف يمكن تقسيم أعواننا؟

- أقول الكل أدري بما يقوم به ، فمن أراد ترقية كانت له ومن أراد كسلا وخمولا فإننا نسعفه بكل السبل ، ولا خيار لنا أبدا في اتخاذ الإجراءات الصارمة لمن يتقاعس عن أداء عمله والحق في مديريتنا لا يوجد ممن لا يجب عمله .

- أما عن السؤال الأخير عن هجرة الأدمغة المبدعة ، فيمكن القول هذا الموضوع ممكن أن

يكون خارج عن إرادتنا ولكن أيضا نود تسويته بحيلة قانونية جديرة بالاهتمام على مستوى وزارة التجارة ، ولا سيما لأولئك الموظفين الذين تحصلوا على شهادة الماجستير أو الدكتوراه فيذهبون للجامعة، ولعل هذه الأخيرة توفر لهم المنصب المالي الجيد وساعات العمل القليلة.

- ولذلك يمكن معالجة هذا الملف بالتحفيزات المالية أيضا وهذا بزيادة رواتبهم بشكل مغري جدا لكل حاصل على هذه الشهادات ومنحهم مناصب نوعية تليق بهم للحد من هذه الهجرة ، إذ

لا يمكن أبداً السكوت عن موضوع مثل هذا ، فكيف لوزارة التجارة تؤهلهم وتفتح لها مراكز التأطير وتسمح لهم بمزاولة دراستهم ثم تأتي الجامعة في الأخير لتحضنهم وتفتح لهم ذراعيها ليكونوا لها قوة وعونا؟.

ثانياً:المقابلة الثانية مع رئيسه مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش¹

تتمتع السيدة حياة سعيد بشخصية قوية ونافذة للعقول والقلوب معا وهي بذلك كان معها حوار جيدا منحتني كثيرا من الإجابات المقنعة بعدما وجهت لها مجموعة من الأسئلة الهادفة لموضوع الدراسة والتي كانت بهذا النمط:

1-الأسئلة المطروحة

- في إطار العمليات الرقابية التي تقوم بها مديرية التجارة ماهي المواد القانونية الضابطة للمواد الاستهلاكية ؟
 - كيف يمكن التعامل مع وسائل الإعلام لترويج ثقافة المستهلك الناجح؟
 - في مجال الفوترة هل هي محصلة كما ينبغي؟
 - ماهي الصعوبات التي تعيق مجال عملكم؟
 - كيف يمكن تحقيق طموحاتكم وأهداف بشكل أفضل؟
 - ماهي النقائص التي تحبط عملكم؟
 - ماهي أمنيته الخاصة في هذه المديرية بعدما عملا استغرق أكثر من نصف قرن؟
 - فيما تتمثل نوعية المنتجات المعنية بالرقابة من قبل مصلحة حماية المستهلك؟
 - فيما يخص الغلق الإداري للمحلات التجارية كيف يمكن لكم أن تساهموا في متابعته؟
- 2-إجابات رئيسية مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش

1-2 :مما لا شك فيه أن هذا الموضوع الهام جدا تناوله المشرع الجزائري في نصوص

قانونية كثيرة ولا سيما القانون 02/04 المتعلق وكذا القانون 03/09

وهذه القوانين إن وجدت المناخ الملائم لتطبيقها فإنها ستحقق نجاحا كبيرا في حماية المستهلك من الأخطار المحدقة به ولذلك نحن نعمل كفريق متكامل ومتجانس لتنمية

¹ ، مقابلة مع (حياة سعيد) ، رئيسة مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، مديرية التجارة لولاية الوادي في 14 سبتمبر 2020 .

استهلاكية بكل ما أوتينا من قوة ولا يتأتى هذا الأمر إلا إذا عزم الجميع على البلاء الحسن لتطوير القدرات والإمكانيات العامة والخاصة.

2-2: يبدو أن السؤال الثاني ذا قيمة كبيرة لعلاقته بجوهر عملنا والمتمثل أساسا في مكافحة كافة سبل الغش أو ثقافة اللامبالاة سواء من جانب المستهلك أو العون الاقتصادي ولذلك حري بنا توظيف كل إمكانياتنا المادية والمعنوية لاستقطاب المزيد من النجاحات في مجال الرقابة للممارسات التجارية ولذلك لعبت وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة جانبا قويا في تفعيل وترسيخ المفاهيم العلمية والعملية الاستهلاكية الصحيحة والتقليل على الأقل من الأضرار الجسيمة التي تشغل أذهان المجتمع الاستهلاكي والمجتمع الاقتصادي وحتى السياسي.

2-3: أما عن المبالغ التي تكون من حصيلة الفوترة ، ففي أغلبها تدخل الخزينة العمومية والذي يتقاعس عن أدائها سيغرم بمخالفة التأخير وكذلك عقوبة الحبس إلى مصادرة المواد والسلع وإلى الغلق الإداري أن استوجب الأمر في ذلك.

2-4: عن الصعوبات التي نجدها في ميدان عملنا هي قليلة في بعض الأحيان وكذلك كثيرة في بعض الأوقات ، ولا سيما تلك الورشات الصناعية المتواجدة في بؤر خطيرة ليس من السهل اختراقها ، وخاصة تلك المتواجدة في البيوت والتي تطلب إجراء قانونيا وهو ضرورة الحصول على ترخيص من وكيل الجمهورية.

لأن هذه المصانع في أغلبها لا تعمل بالمعايير العلمية من حيث السلامة القانونية أو الأمنية وكذلك من الصعوبات البارزة في الميدان الرقابي هو المعارضة الشديدة التي يبديها بعض التجار عندما نحاصرهم بالمخالفات ورغم ذلك القانون لن يكون مسلوب الإرادة عندما يتحرك أعوان التجارة في اتخاذ الإجراءات القانونية الوقائية الصارمة.

2-5: إن لكل مسئول طموحا وهدفا ، قد يكون ماديا أو معنويا ونحن بدورنا لا نخرج عن هذا السياق فهذه الأسمى هو حماية المستهلك بالدرجة ، ثم تأتي الأشياء الأخرى منها ما يمكن البوح به علنا، ومنها ما نطويه كطي السجل للكتب ولكن لا نمزقه فقط.

2-6: وعن النقائص التي تحبط عملنا ليست كثيرة ولكنها أحيانا تؤثر في الأداء والرشادة الإدارية. مثل الصراعات النفسية والفكرية المتطرفة

2-7: وعن أمنيته في هذه المديرية أن تكون مرآة حسنة للتقارب العقلي والنفسي والفكري لكافة موظفي التجارة، فقليل الخبرة عليه التحلي بالصبر ليتعلم من فاقة أداء وعملا ليكون قويا، ومن لديه خبرة عالية أيضا الاستفادة ممن تمرسوا بالجامعات بدون استخفاف واستحغار، أي بمعنى التعاون الجماعي.

2-8: أما نوعية المنتجات المعنية بالرقابة فنحن في مصلحتنا لا نترك شيئا إلا إذا وضعنا أعيننا عليه أو بعبارة أخرى كل ما هو قابل للرؤية أو عدم الرؤية تسلط عليه كل الإجراءات، كالخضر والفواكه وسوق الماشية، الأجهزة الالكترو منزلية، الفنادق، العيادات الطبية.

2-9: فيما يخص الغلق الإداري نتخذ في ذلك الإجراءات القانونية المذكورة صراحة في نص القانون وهي من صلاحيات مدير التجارة الذي يمكنه أن يرأسل وكيل الجمهورية في ذلك بدوره يحمل الملف إلى الوالي.

ثالثا:المقابلة الثالثة مع رئيس مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي¹

مع هذا الأخير قدم لنا المعلومات الشاملة عن المصلحة وهي جهاز إداري يضم ثلاثة مكاتب ذات قيمة كبيرة ولا يمكن كل مكتب أن يعمل حياديا بل ضرورة وجود تنسيق الأعمال لتحقيق الأهداف المسطرة .

ولذلك تم طرح هذه الأسئلة عليه

1-الأسئلة المبرمجة للمصلحة

ولتفادي تكرار بعض الأسئلة الموجهة لباقي رؤساء المصالح وكذا السيد المدير أدرجنا أسئلة أخرى تفي بالغرض المطلوب:

- ما هو الدور الحقيقي الذي تقوم به هذه المصلحة؟

- ما علاقة البيئة في حماية المستهلك؟

2-إجابات رئيس المصلحة

¹، مقابلة(مع خالد سالمى) ، رئيس مصلحة ملاحظة السوق والاعلام الاقتصادي ، مديرية التجارة لولاية الوادي في 22 ماي 2020 .

1-2 لمصلحتنا مهام متعددة وأخص بالذكر :

- متابعة تطور الأسعار عند إنتاج السلع والخدمات الضرورية أو الإستراتيجية.
- المساهمة في إعداد نظام معلوماتي متعلق بالمبادلات التجارية الخارجية.
- اقتراح كل التدابير إلزامية إلى تطوير الصادرات.
- المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.
- اقتراح جميع الإجراءات إلزامية إلى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.

2:-2 أما علاقتها بالبيئة يكمن في قدرتها على تحديد الموقع الجغرافي مع الهيئات الأخرى

لتكييف المؤسسات الإنتاجية من حيث الملائمة الصحية والأمنية، إذ لا يمكن قبول بناء

مؤسسة إسمنتية بقرب من مخابر وملاعب لكرة القدم أو منطقة عمرانية

رابعا:المقابلة الرابعة مع رئيس مصلحة المنازعات والشؤون القانونية¹

كان لنا حوارا شيقا مع رئيسها فقد منحنا المعلومات ذات القيمة التي تفيد موضوع الدراسة

وهذا من خلال بعض الأسئلة الجوهرية وهي كالتالي:

1-الأسئلة المطروحة للمصلحة

- ما الدور الذي تلعبه المصلحة في شق شفافية الممارسات التجارية؟

- كيف يتم الفصل في النزاع بين أطراف العلاقة الاستهلاكية؟

2-إجابات رئيس المصلحة

1-2: فيما يتعلق بالشق الأول من السؤال يمكن الإجابة عنه بإيجاز شديد في نقطتين هما:

أ- السهر على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

ب- تنظيم سير الشؤون القانونية والمنازعات المرتبطة بنشاط المراقبة ومتابعة تطبيق

قرارات العدالة والتكفل.

¹، مقابلة مع (بن علي محمد التهامي)، رئيس مصلحة المنازعات والشؤون القانونية، مديرية التجارة لولاية الوادي في 22 ماي 2020.

2-2: من خلال تحريك الدعوى العمومية يمكن لكل طرف متضرر الحصول على

التعويض المناسب

خامسا:المقابلة الخامسة مع رئيس مصلحة الادارة والوسائل¹

كغيرها من مصالح مديرية قمننا بإجراء مقابلة مع رئيسها السيد /الصادق بدادة بتاريخ 27جويلية 2020

وقد تحاورنا في نقاط عديدة لإبراز الدور الذي تقوم به هذه المصلحة المهمة جدا بواسطة رصد هذه الأسئلة وهي:

1-الاسئلة المطروحة

- ماهي أهمية مديرية الإدارة والوسائل؟
- أين تكمن السلطة التقديرية للمدير في ترقية الموظفين؟
- ماهي معايير الترقية؟
- كيف تساهم المديرية في شفافية الممارسات التجارية؟

2-الإجابات

2-1: القيام بعملية التتقيط الدورية للموظفين

- التكفل وبصفة منظمة بإعداد جداول الترقية الخاصة بالموظفين، بالتنسيق مع اللجنة المتساوية الأعضاء التي يتم انتخابها وتجديدها دوريا لتقوم بمهمة دراسة كل الملفات الخاصة بالترقية ومن يستحقها فعلا وشروط الالتحاق بها وفقا للتنظيم المعمول به.
- التكفل بجانب إدارة الوسائل (السيارات، أجهزة مكاتب وكل الجوانب المادية للإدارة.
- 2-2: وعن معايير الترقية في جانب الموظفين فمنها ما يخضع للسلطة التقديرية للمدير فعلا، لأنه يدرك من هو الأجدر في تولي المناصب النوعية ، ولاسيما رؤساء والمكاتب والمصالح ومنها ما يخضع لشروط موضوعية بحتة كعامل الخبرة المهنية والشهادة العلمية.

¹، مقابلة مع الصادق بدادة ، رئيس مصلحة الادارة والوسائل ، مديرية التجارة لولاية الوادي في 27 جويلية 2020.

2-3: أما عن مساهمة هذه المصلحة في جانب الممارسات التجارية في شق الشفافية وهي قدرتها على توفير الإمكانيات المادية من سيارة وأجور الموظفين في وقتها وكذلك عامل الترقية السريعة.

فهذه العوامل الحسنة إذا وجدت فأعوان التجارة يعملون بحماس شديد فينجزون التحقيقات الاقتصادية الجيدة وكذا المحاضر التي تساهم في حماية المستهلك.

ونحن في المديرية والحمد لله توفر لهم جميع ما يرضون إلا ما كان خارجا عن إرادتنا وهذا من أجل رفع المعنويات، والقضاء على كل أشكال الفساد في الزمان والمكان المناسبين.

سادسا:المقابلة السادسة مع رئيس مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة

للمنافسة¹ قدتم هذا اللقاء في أحسن الظروف وكان لي معه حوارا متميزا وممتعا من حيث الأداء والفعالية، لأنه ذو شخصية قوية، تمتلك عناصر النجاح والإبداع، ولذلك كانت أفكاره تصب في قالب من الدقة، ومنها هذه الأسئلة التالية:

● 1-الأسئلة المطروحة:

-ماذا تقولون بخصوص التدخلات الجانبية التي يمكن أن يفلت منها العون الاقتصادي إذا ارتكب المخالفات التي تضرب حماية المستهلك؟

-ماهو الشيء الذي كنت تسعى إلى تحقيقه في مسيرتك المهنية ولكن خاب ظنك كثيرا؟

-ماهي الحلول المناسبة والمتميزة التي تساهم فعلا في سياسة حماية المستهلك؟

-بخصوص هجرة الأدمغة،ونقصد في ذلك الإطار الحاصلة على شهادة الدكتوراه هل

لديكم بعضا من الاجتهادات الشخصية لإبقائها في سلك التجارة دون الفرار إلى جهات أخرى؟

2-إجابات رئيس المصلحة

أولا بسم الله الرحمن الرحيم وبعد السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،يسعدني كثيرا أن أكون أحد مدخلات هذه المذكرة التي تهتم بالحماية المثلى للمستهلك

¹، مقابلة مع (نجيب العايب) ، رئيس مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة ، مديرية التجارة لولاية الوادي في 29 جويلية 2020.

- وبناء على ما جاء في أسئلتكم المطروحة علينا، والتي أعجبتني من حيث الدقة والموضوع، ولذلك يمكن التطرق إليها بهذه الطريقة:
- 1-2: في مصلحتي بالذات لا يمكن ان يفلت أي تاجر من العقوبات المسلطة، إلا نادرا ولأسباب موضوعية جدا ،منها قد يأتيك تاجرا يبكي الفقر والحرمان، فمن باب الأنسانية قد نغفيه بالطرق القانونية المناسبة فقط ولكل حادثة حديث خاص.
 - 2-2: أما ما يحز في النفس كثير ان ترى طموحاتك قد مرغت في التراب بغير سبب معقول
 - 2-3: لحماية المستهلك فعلا لابد من ابتكارات متميزة، كالتحفيزات المالية للموظفين التي تؤهلهم لبناء الأساس المعنوي وكذلك تفعيل المسابقات الجادة للمناصب النوعية ولو كأن متعلقا بمنصب المدير، وكذا التكوينات العلمية في الخارج.
 - 2-4: من أجل الحيلولة لهجرة الأدمغة هو عادة تصنيف الحاصلين على شهادة الدكتوراة

خلاصة الفصل الثالث

من خلال محتوى هذا الفصل الأخير تعرفنا على مديرية التجارة بالوادي الذي اعتبرت بحق قطبا رقابيا فعالا لمحاربة كل أشكال الفساد الاقتصادي ولاسيما إذا تعلق الأمر بصحة وسلامة المستهلك، وبرز ذلك بشكل لافت لكل الإجابات الدقيقة للسيد المدير ورؤساء المصالح الذين بينوا بجدارة واستحقاق عندما تبنا كل الأهداف المسطرة لتغطية كل أشكال الرقابة.

الخاتمة

الخاتمة :

عندما تطرقنا بإسهاب لموضوع حماية المستهلك من جانب شفافية الممارسات التجارية بموجب أحكام القانون 02-04 الذي يبرز القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بالتركيز بالدرجة الأولى على تلك السلع والمنتجات وكذا الخدمات ، وقد صنفها المشرع الجزائري في الباب الثاني من قانون الممارسات التجارية سالف الذكر من خلال طائفتين هما ركيزتا العمل التجاري، فئة المتعاملين الاقتصاديين ، وفئة المستهلكين.

وعلى هذا الأساس فإن مبدأ شفافية الممارسات التجارية ينطلق أساسا من تلك الالتزامات المفروضة على إحدى طرفي العلاقة الاقتصادية والمتمثلة بضرورة الالتزام بالإعلام بالتعريفات والأسعار وشروط البيع ، حيث أجبر القانون 02-04 العون الاقتصادي أن يكون على علم ودراية وإدراك باحترام الطرف الضعيف ألا وهو المستهلك بواسطة ضمان إعلامه بكل ما يتعلق بالمعلومات والبيانات والأرقام المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات التي يبتاعها أو يتلقاها طوعا أو كرها.

لأن عملية الإشهار غير المزيف تشكل جوهر المبادلات التجارية فإن استقامت يمكن الحديث عن نجاح هذه العملية برمتها وإن اعوجت فإنها ستشكل خطرا محققا بالممارسات الاستهلاكية.

فأعوان الرقابة ستكون لهم عيوننا صائبة للحد من أشكال الفساد الاقتصادي التي ممكن أن تمارس من طرف الأعوان الاقتصاديين ، ولا يتأتى ذلك إلا باحترام الشروط القانونية التي أكدها المشرع الجزائري كتسقيف الأسعار وإشهارها بطريقة منظمة وواضحة على غرار المواد الاستهلاكية ذات النطاق. اللامحدود من الرغبة كالحليب والزيت والخبز والدقيق

. هذا السلوك الاستهلاكي يكون قبل العملية التعاقدية إما إذا ما تم إبرامها فعلا فقد اشترط المشرع الجزائري أداة أخرى لا يمكن التفريط فيها أو عزلها عن الممارسات التجارية ألا وهي الالتزام بضرورة تحرير الفاتورة التي تشكل بدورها قيمة قانونية ذات قوة ونفوذ حقيقي بضبط العون الاقتصادي كحماية فعلية لأنها تمثل وثيقة للإثبات أو النفي .

كما تعد جانبا مهما لا عداد ميزانية التدقيق والإحصاء والحساب ، وهذا ما يعطي انطبعا ايجابيا لدى المستهلك إذا ما تصرف تلقائيا عندما يريد اقتناء أي سلعة أو الحصول على خدمة معينة بعيدا عن كل الأشكال الغش والخداع والبيع الفاسد الذي قد يبديه أحيانا بعض المتعاملين الاقتصادي لحسن نية أو سوئها

وبناء على ما تقدم فإن الفاتورة إذا تم التعامل بها فإنها تحقق مبدأ جوهريا في النشاط الاقتصادي ألا وهو شفافية الممارسات التجارية ولا سيما تلك الممارسات غير الشرعية كالبيع بالخسارة .

وبالنتيجة كلها فالقانون يجبر هذا العون الاقتصادي أن يتعامل بالفاتورة بأي شكل من الأشكال بل ألزمه أيضا أن يبحث عن بدائل مناسبة تقوم مقامها سواء أكانت مطلوبة أم غير مطلوبة ، ولذلك فالمشرع الجزائري فقد جرم من يخالف هذه القواعد التجارية بأنواع من العقوبات تبدأ بالغرامات المالية إلى الغلق الإداري ثم الحبس

وعلى هذا الأساس فالقانون رقم 04-02 يعد مرجعا قانونيا مهما للغاية لما يتضمنه من قواعد صارمة يمكنها من تفعيل المنظومة الاستهلاكية برشاده وعقلانية دون إفراط أو تفريط ، شريطة أن تكون أدوات العمل والإجراءات اللازمة علمية في التكوين وعملية في الواقع ، تتكيف مع الظروف الخاصة والعامّة للأنشطة التجارية المختلفة وكذا أهداف التاجر الكلية التي يريد تحقيقها في عالم التوازنات الإستراتيجية والاجتماعية والسياسية.

وبالرغم من هذا كله إلا ما يلاحظ على هذا القانون يبدو أحيانا نظريا ولا يمكن أن يستوعبه الواقع لما يظهر من تناقضات ، ولا سيما تلك المتعلقة بإلزامية إعلام الزبون بالأسعار والتعريفات ، وهذا يحد من حرية المنافسة الحرة التي أقرها الدستور .

ومن جهة أخرى فهذا القانون فقد جرم المخالفين بعقوبات لا تشفي غليل المستهلكين ، خاصة الذين تعرضوا لأخطار جسيمة ، حتى ولو لم يكن ذلك ، فهل يعقل أن تفرض عقوبات مالية قدرها مثلا 5000 دج على تاجر رأسماله ضخم جدا، يزيد عن آلاف أو مئات أو عشرات الملايير؟

وبالتالي فهذا الصنف من الأعوان الاقتصاديين لا تفرقهم هذه العقوبات ،حتى ولو فرضوا عليه غرامة مالية تزيد عن المليار فإنه سيدفعها أو ربما لا يدفعها تحت سيطرة عوامل أخلاقية يعرفها العام أو الخاص.

وعندئذ فمن جانب السلطات الوصية إعادة النظر جملة وتفصيلا في هذه الممارسات التجارية بالخصوص وزارة التجارة، ولذلك فإن اقتراحنا يمكن أن تكون على هذا النحو:

- الزيادة الفعلية في رواتب الأعوان المكلفين بالمعاينة والرقابة والتحقيق.
- اختيار الكفاءات العلمية والأخلاقية لممارسة وظيفة عون رقابة.
- فتح المراكز التكوينية الداعمة للفكر الاستهلاكي السليم داخليا وخارجيا وبنزاهة.
- تمكين جمعيات حماية المستهلك من الوسائل المادية والمعنوية لتفعيل أدوارها الحقيقية.
- إنشاء توأمة علمية حقيقية بين الجامعات الجزائرية ومديريات التجارة.
- إنشاء أكاديمية علمية تجارية لإنتاج البحث العلمي والمبدعين.
- فتح المسابقات النوعية للمؤهلين دون خضوعها لسلطة المراسيم الرئاسية أو التنفيذية.
- فتح جوائز تشجيعية وتحفيزية للمبدعين في ميدان العمل التجاري سواء الأعوان الرقابة أو الأعوان الاقتصاديين .
- تشديد العقوبة على الأعوان الاقتصاديين ولا سيما عقوبة الحبس بزيادة المدة إلى ما يزيد عن 10 سنوات .
- سن قوانين أخرى أكثر صرامة.
- الرجوع إلى أحكام الشريعة الإسلامية التي تضبط العون الاقتصادي وكذا المستهلك.
- تفعيل نظام الحسبة.
- إلزام التجار بدراسة أحكام الشريعة الإسلامية لممارسة التجارة.

وبالرغم من النقصان الذي كان يعتري قانون 04-02 إلا أنه إبان بجدية نية المشرع الجزائري في الحد من هيمنة العون الاقتصادي على السوق الاستهلاكي بكل الطرق المؤدية للربح السريع دون قواعد قانونية وأخلاقية.

المخلص:

من المسائل التي تترك النشاط الاقتصادي بصفة عامة موضوع حماية المستهلك الذي يشكل عبئا كبيرا على الأعوان الاقتصاديين، ولاسيما في ظل حرية المنافسة التجارية التي أقرها المشرع الجزائري في دستوره وسنها بنصوص قانونية صارمة تحد من هيمنة الطرف القوي في العلاقة التعاقدية على الطرف الضعيف كونه في أغلب الأحيان لا يعلم يقينا، طوعا أو كرها كيفية التعامل عندما يريد اقتناء سلعا أو الحصول على الخدمات.

وبناء على ما تقدم فالقانون 04-02 من أهم هذه النصوص التي تبنت هذا التصور القائم على الحماية بالدرجة الأولى من خلال سلسلة من الالتزامات المفروضة على العون الاقتصادي من بواسطة شفافية الممارسات التجارية المذكورة في الباب الثاني من القانون السالف الذكر في مظهرين لا ثالث لهما هما الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع في التعاقد وكذا الالتزام بالفاتورة أثناء التعاقد.

وهذا مما أدى بالمشرع إحاطة حماية المستهلك بجملة من العقوبات لعلها تردع العون الاقتصادي الذي يخل بالتزاماته التجارية عمدا وسهوا.

The Summary

One of the issues that disturbs economic development in general is the issue of consumer protection, which has become a heavy burden on economic agents, especially in light of the freedom of commercial competition approved by the Algerian legislation in the constitution and enacted by strict legal texts, in its introduction to law 04/02.

The goal is to reduce the dominance of the strong party in the contractual relationship over the weak party, because he does not know with certainty voluntarily, I deny how to deal when he wants to acquire goals or obtain services.

Based on the foregoing, law no/04/02 related to the transparency and integrity is one of the most important of the legislative texts that devoted a policy of consumer protection in the first place through a series of obligations imposed on economic and through transparency of commercial practices mentioned in chapter two of the aforementioned law, two manifestations of the third:

–Compliance with the notification of prices, tariffs and conditions of sale before contracting.

–compliance with the in voice often contracting

This is what led the Algerian legislation to surround consumer protection with a set of preventive and deterrent penalties that must be imposed on economic and that deliberately violates its commercial obligations or neglects it.

المصادر والمراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1- أحمد بوسقيعة، المصالحة في المواد الجزائية بوجه عام وفي المواد الجمركية بوجه خاص، دار هومه، الجزائر. 2005.
- 2- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة- الإسكندرية، مصر. 2008.
- 3- أمال عثمان ، شرح قانون العقوبات الاقتصادية في جرائم التموين، دار النهضة العربية، القاهرة مصر ،1983.
- 4- جندي عبد المالك، الموسوعة الجنائية، ج5، ط2، دار العلم للجميع، بيروت، لبنان، ب س.
- 5- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية(دراسة مقارنة)، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2007.
- 6- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف الإسكندرية، مصر، 2004.
- 7- محمد الشريف كثر، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، دار البغدادي للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- 8- محمد صبري سعدي، شرح القانون المدني الجزائري (النظرية العامة للالتزامات)، عقد الإرادة المنفردة ج1-ط2، دار الهدى ، عين مليلة، الجزائر 2004.
- 9- عبد الله عادل كاتبي، الإجراءات الجنائية الموجزة كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 1986.
- 10- علي محسن شدان، دور النيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية في النظام الإجرائي اليمني جامعة الجزائر، 2012.
- 11- همام محمد محمود زهران ،أصول الإثبات في المواد المدنية والتجارية، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، مصر ،2002.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

ا. الأطروحات:

- 1- أحمد خديجي ، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص ، كلية ح ع س- ، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016/2015.
- 2- بدرة لعور ، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في الحقوق ، تخصص قانون أعمال جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2014.
- 3- عمار زغبى، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، أطروحة دكتوراه علوم كلية ح ع س، جامعة بسكرة، 2012.
- 4- فاتح بهلولي، النظام القانوني للتجارة الالكترونية في ظل ، التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، كلية ح ع س ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2017.

اا. رسائل الماجستير:

- 1- أسيا يلس، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ، 2012.
- 2- أحمد مريشة ، 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 ح ع س ، جامعة ، علي محتد، البويرة ، 2011.
- 3- مبروك سياسي، الحماية الجنائية للمستهلك ، رسالة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة باتنة، 2011.
- 4- لمياء لعجال ، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال كلية ح ع س، قسم الحقوق، بن عكنون ، الجزائر ، 2003/2002.
- 5- زهرة علاوة، الفاتورة وسيلة شفافة للممارسات التجارية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية ح ع س، جامعة وهران، 2013.

- 6- محمد صوافطة سهارى عارف ،الصلح في الجرائم الاقتصادية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 2010.
- 7- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة ماجستير في الحقوق، جامعة قسنطينة، 2014.
- 8- فتيحة بلقاسم ، شفافية الممارسات التجارية وحماية المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق ، فرع قانون الأعمال ، كلية ح ع س، جامعة وهران ، 2007.
- 9- سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02/04، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون ، فرع القانون العام ، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2009.
- 10- نوال كيموش ، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 1011/2010.
- 11- نجيب بروال، الأساس القانوني للمسؤولية عن فعل الغير ، رسالة ماجستير ، كلية ح ع س، جامعة باتنة، 2013.
- 12- نجيه لطاش، مبدأ الشفافية بالجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون العمل جامعة الجزائر، 2004.
- 13- هانية إبراهيمي الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة، 2012.
- III. مذكرات المستر :
- 1- أميرة حمزة، سمية بن عمارة، مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة المستر في القانون الخاص، كلية ح ع س، جامعة باتنة، 2016/2015.

- 2- منى دريجي، وفاء هوام، دور آليات تطبيق التسويق الأخضر في حماية المستهلك ، دراسة حالة مديرية التجارة لولاية تبسة ، مذكرة لاستكمال شهادة مستر أكاديمي (ل م د) ، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة العربي التبسي تبسه ،2016.
- 3- مسعود شلالبة، دور المديرية الولائية للتجارة في حماية المستهلك ، مذكرة تخرج لنيل شهادة المستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة الشهيد حم لخضر، كلية ح ع س، قسم ح، السنة الجامعية،2015/2014.
- 4- عائشة خوجة ، مبدأ شفافية الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة المستر القانون الاجتماعي ، كلية ح ع س، جامعة سعيدة،2016.

ثالثا: النصوص القانونية

أ- الدساتير:

1- دستور ج ح دش لسنة 1989 الموافق عليه في استفتاء 23 فيفري 1989 المنشور بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 89-18 المؤرخ في 28 فيفري 1989 ج 6 ج العدد 09 الصادر بتاريخ 01 مارس 1989.

2- دستور ج ح دش لسنة 1996، الموافق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 المنشور بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996، ج 6 العدد 76 الصادر بتاريخ 08 ديسمبر 1996 المتمم بقانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أبريل 2002، ج 6 ج العدد 25 الصادر بتاريخ 14 أبريل 2002.

ب- النصوص التشريعية:

- 1- القانون رقم 31/08 مؤرخ في 18 فبراير 2011 المتعلق بتدابير لحماية المستهلك بموجب الظهير الشريف رقم 003-11-11-003-ج 6 غ- الصادر في 7 أبريل 2011.
- 2- القانون رقم 06/10 مؤرخ في 15 غشت 2010 المعدل والمتمم للقانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج 6 ج، العدد 46، الصادر بتاريخ 10 غشت 2010.

- 3- قانون رقم 02-11 المتضمن قانون المالية المؤرخ في 24/12/2002. ج ر ج، ع
26، سنة 2002.
- 4- قانون 06-12 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 12/01/2012 ج ر ج، ع:2،
2012.
- 5- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 27 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على
الممارسات التجارية، ج ر ، عدد 41 لسنة 2004، المعدل والمتمم 2002.
- 6- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
، ج6 العدد 15 الصادر في 8 مارس 2009.
- 7- قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010 المعدل والمتمم للقانون 04-
02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج6،
العدد 46 الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.
- 8- قانون رقم 15-20 مؤرخ في 30 ديسمبر 2015 المعدل والمتمم للأمر 75-59 في
26 سبتمبر سنة 1975 المتضمن القانون التجاري.
- 9- أمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات ، ج6، عدد 44
الصادر بتاريخ 23 جويلية 2003.
- 10- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالمنافسة ، ج6 العدد
43، الصادر في 20 جويلية ، 2003معدل ومتم بمقتضى القانون رقم 08-12
المؤرخ في 25 جويلية 2008 ، ج6 العدد 36 الصادر بتاريخ 02 جويلية 2008
وبمقتضى القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج6 العدد 46 الصادر
بتاريخ 18 أوت 2010.

ج- النصوص التنظيمية:

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10/12/2005 يحدد شروط تحرير
الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج6 عدد
80 صادر بتاريخ 11/12/2005.

- 2-مرسوم تنفيذي رقم 05-472 مؤرخ في 13 ديسمبر سنة 2005 يتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة ج6، العدد الصادر بتاريخ 13 ديسمبر 2005.
- 3-مرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر سنة 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج6 العدد 83، الصادر في 25 ديسمبر 2005.
- 4-مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 16 فيفري 2016 يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بها ج6، العدد 10 الصادر بتاريخ 22 فيفري 2016.
- 5-مرسوم تنفيذي رقم 13-378 في 9 نوفمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات إعلام المستهلك ، ج6، العدد 58 لسنة 2013.
- 6-مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج6 العدد 49، لسنة 2013.
- 7-مرسوم تنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 07 فيفري 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية ، ج6، العدد 10 لسنة 2009.
- 8-مرسوم تنفيذي رقم 09-415 المتضمن القانون الأساسي المطبق على الموظفين المنتمين لأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج6، ع75 سنة 2009 المؤرخ في 25 ذي الحجة عام 1430 هـ الموافق ل2009/12/16.

رابعاً: المقالات

- 1- عبد الرزاق زوينة، محاضرات في طرق الاثبات ملقاة على طلبة الماجستير ، قسم الحقوق ، جامعة ورقلة ، 2004 (غير منشور).
- 2- عبد الله الصعيدي ، الاهمية الاقتصادية لتشريعات المستهلك ، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون . جامعة الامارات ، 1998.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
-	البسمة
-	الإهداء
-	التشكرات
أ-ب-ج	المقدمة
13	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك
13	تمهيد
13	المبحث الأول: مفهوم حماية المستهلك في الفقه والقضاء
14	المطلب الأول: تعريف المستهلك في الفقه والقضاء
14	الفرع الأول:تعريف المستهلك في الفقه
15	الفرع الثاني:تعريف المستهلك في القضاء الفرنسي
16	المطلب الثاني : تعريف المستهلك في القانون المقارن والقانون الجزائري
16	الفرع الاول : تعريف المستهلك في القانون المقارن
17	الفرع الثاني:تعريف المستهلك في القانون الجزائري
18	المطلب الثالث : تعريف العون الاقتصادي

19	الفرع الاول : التعريف الفقهي للمصطلح المهني وغير المهني
19	الفرع الثاني : تعريف العون الاقتصادي في القانون الجزائري
20	المطلب الرابع : النشاطات الخاضعة لتطبيق قواعد شفافية الممارسات التجارية
21	الفرع الاول : نشاطات الانتاج والخدمات والتوزيع
21	الفرع الثاني : نشاطات الاستيراد والتصدير والصيد البحري والصناعات التقليدية
22	المبحث الثاني: مفهوم حماية المستهلك
22	المطلب الأول:تعريف حماية المستهلك
22	الفرع الاول : المقصود بحماية المستهلك
23	الفرع الثاني:مجالات حماية المستهلك
23	أولا:حماية الأمن الجسدي للمستهلك
24	ثانيا:حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك .
25	ثالثا:حماية الإدارة التعاقدية للمستهلك
26	رابعا:حماية فكر المستهلك وثقافته
26	المطلب الثاني:أساليب حماية المستهلك
27	الفرع الأول:الحماية العلمية

28	الفرع الثاني:الحماية الاجتماعية
29	المبحث الثالث: ملامح حماية المستهلك في الشريعة الاسلامية
30	المطلب الأول: الاسس الشرعية لحماية المستهلك
30	الفرع الأول:منهج التربية الإسلام لحماية المستهلك
30	الفرع الثاني:الرقابة الذاتية
31	الفرع الثالث: الصدق في القول والعمل
32	الفرع الرابع:الوفاء بالعقود والعهود
33	الفرع الخامس:التحرر في أموال العباد
35	المطلب الثاني:حماية المستهلك في مواجهة الممارسات غير المشروعة
35	الفرع الأول:الاحتكار
36	الفرع الثاني:الغش
36	الفرع الثالث:البيوع المؤدية للغرر
37	الفرع الرابع:استقبال السلع قبل وصولها للسوق
37	الفرع الخامس:تضليل المشتري والتلاعب في الأسعار.
39	المطلب الثالث:دور ولي الأمر في تحقيق حماية المستهلك
39	الفرع الأول:التسعير
40	الفرع الثاني:نظام الحسبة

41	الفرع الثالث : نظام الاجور
41	الفرع الرابع : الكفاءة والرشادة الادارية
45	خلاصة الفصل الاول
46	الفصل الثاني : التزامات العون الاقتصادي و الآثار المترتبة عن الاخلال بها
46	تمهيد
47	المبحث الأول: الزامية إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات
47	المطلب الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات
48	الفرع الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات والخدمات
49	أولا : تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات
50	1-تنفيذ الالتزام بإعلام المستهلك بتعريفات السلع والخدمات
51	2- تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار
57	ثانيا: الأدوات المستخدمة بالإعلام بالأسعار
57	1-العلامات
58	2-الوسم
60	3-التعليق
63	الفرع الثاني:الالتزام بالإعلام بالبيانات
64	الفرع الثالث:نتائج مخالفة الالتزام بالأسعار والتعريفات

65	المطلب الثاني:الالتزام بالإعلام بضوابط البيع وحدود مسؤولية البائع
65	الفرع الأول: إعلام المستهلك بشروط البيع وأداء الخدمة
65	الفرع الثاني:إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة
69	المبحث الثاني: ضرورة الالتزام بالفاتورة
69	المطلب الأول: مفهوم الفوترة
70	الفرع الأول:ترسيخ للشفافية في المعاملة التجارية
70	الفرع الثاني: الفاتورة وسيلة للاثبات
73	المطلب الثاني:شروط وكيفيات تحرير الفاتورة
73	الفرع الأول:البيانات الواجب توافرها في الفاتورة
74	أولاً:البيانات الخاصة بالعون الاقتصادي.
74	ثانياً:البيانات الخاصة بالمستهلك.
75	ثالثاً.البيانات الأخرى.
75	الفرع الثاني:شكل الفاتورة
78	الفرع الثالث: القيمة القانونية للفاتورة وبدائلها.
78	أولاً: حجية وجود الفاتورة.
80	ثانياً: الوسائل البديلة للفاتورة

80	1-سند التحويل
81	2-وصل التسليم
81	3-الفاتورة الإجمالية.
81	4-سند المعاملة التجارية.
82	الفرع الرابع: جريمة عدم الفوترة وصورها
82	أولاً:جريمة عدم الفوترة .
83	ثانياً: صور جريمة عدم الفوترة.
85	المبحث الثالث:الأثار المترتبة عن اخلال العون الاقتصادي بالتزاماته
85	المطلب الأول: إجراءات التحقيق.
85	الفرع الأول:البحث والمعائنة
85	أولاً : الاشخاص المؤهلين للمعائنة
87	ثانياً : القيمة القانونية لأعوان الرقابة
88	الفرع الثاني تحرير التقرير أو المحضر:
89	أولاً شكل ومضمون المحضر:
90	ثانياً: القيمة القانونية للمحضر
92	المطلب الثاني: المتابعة القانونية للأعوان الاقتصاديين
92	الفرع الأول: المتابعة الإدارية.

94	أولاً:الغلق الإداري للمحلات التجارية .
97	ثانياً:المصالحة.
98	الفرع الثاني: المتابعة القضائية
98	أولاً :تحريك الدعوى العمومية.
100	ثانياً:أهمية جمعيات حماية المستهلك.
102	ثالثاً:الطعن في قرار الغلق الإداري.
102	المبحث الرابع : العقوبات المالية والادارية
102	المطلب الأول:العقوبات المالية
103	الفرع الأول:الغرامة المالية.
103	الفرع الثاني:حجز السلع ومصادرتها.
105	أولاً- أنواع حجز السلع.
105	1-الحجز العيني.
105	2-الحجز الاعتباري.
106	ثانياً:المخالفات المشكلة للحجز
106	ثالثاً: إجراءات توقيع الحجز.
106	1-شكل المحضر.
106	2-كيفية تنفيذ الحجز.

107	المطلب الثاني : العقوبات الادارية
107	الفرع الأول:نشر الحكم
108	الفرع الثاني:حالة العود والحبس لمرتكبي المخالفة.
108	أولاً:حالة العود
109	ثانياً:حالة الحبس
109	1-حالة العود
110	2- حالة المعارضة
110	خلاصة الفصل الثاني
111	الفصل الثالث : آليات تطبيق مبدأ شفافية الممارسات التجارية بمديرية التجارة بولاية الوادي.
111	المبحث الأول: تقديم عام عن مديرية التجارة لولاية الوادي.
112	المطلب الأول:نشأة مديرية التجارة بالوادي.
115	المطلب الثاني:أدوار مديرية التجارة.في منظومة الممارسات التجارية
116	الفرع الأول:وظائف مديرية التجارة.
116	الفرع الثاني:أهداف مديرية التجارة.
117	المطلب الثالث:العلاقات الإدارية لمديرية التجارة.
119	المبحث الثاني: نقد وتقييم الأنشطة مديرية التجارة.

121	المطلب الأول: مفهوم القانون 02/04.
121	الفرع الأول: تعريف القانون 02/04.
121	الفرع الثاني: الالتزامات المنظمة للقانون 02/04.
121	الفرع الثالث: إمكانيات ووسائل الحماية.
122	المطلب الثاني: تقييم عام للنتائج المحصلة بالأهداف لسنة 2020/2019.
123	الفرع الأول: الحصيلة السنوية لنشاط الرقابة طبقا للتخطيط الإداري بالأهداف.
123	أولا: التأطير للأهداف.
123	ثانيا: التطبيق الميداني للأهداف
124	المطلب الثالث : تحليل النتائج السنوية
125	أولا : اجبارية اعلام المستهلك
126	ثانيا : مراقبة المنتوجات ذات الاسعار والتعريفات المقننة
127	ثالثا : تطهير التجارة الخارجية
128	رابعا : تقليص التجارة غير الشرعية
128	المبحث الثالث: النشاط الرقابي وعلاقته بالحماية الاستهلاكية.
128	المطلب الأول: نماذج ترقية العمل الرقابي.

128	الفرع الأول:النموذج السنوي لسنة 2019.
129	الفرع الثاني:النموذج السنوي لسنة 2020.
130	المطلب الثاني: مقابلات مع مسؤولي الصحة الاستهلاكية.
133	الفرع الأول :المقابلة مع السيد مدير التجارة.
135	الفرع الثاني: المقابلة مع رئيس مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.
136	الفرع الثالث:المقابلة مع رئيس مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي
137	الفرع الرابع: المقابلة مع رئيس مصلحة الشؤون القانونية والمنازعات.
138	الفرع الخامس: المقابلة مع رئيس مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
139	الفرع السادس: المقابلة مع رئيس مصلحة الإدارة والوسائل.
140	خلاصة الفصل الثالث
141	الخاتمة
145	الملخص
148	المصادر والمراجع
155	قائمة المحتويات