

الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين: دراسة في نصوص القانون

رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

commitment to information to about prices and tariffs in the relations between economic agents: a study of the texts of law n 04/02 specifying the rules applicable to commercial practies

بوعجاجة منال¹،

bouadjadja manel¹

¹ جامعة أحمد بوقرة بومرداس (الجزائر)، m.bouadjadja@univ-boumerdes.dz

تاريخ الاستلام: 2022/01/12 تاريخ القبول: 2022/02/14 تاريخ النشر: 2022/02/01

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى التعريف بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في إطار العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، وكيفية تنظيم المشرع الجزائري له في إطار القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من أجل الحد من المخالفات المرتكبة في هذا المجال. ختام ورقتنا البحثية مجموعة من النتائج، أولها التأكيد على طبيعة هذا الالتزام بأنه التزام عام، سابق على التعاقد، يقع على عاتق كل عون اقتصادي سواء كان بائعا أو مقدم خدمات لصالح العون الاقتصادي الزبون، يرتبط بضرورة وجود طلب من الزبون، هذا الأخير يضفي الطابع الإلزامي عليه، أين يتولى إعلام العون الاقتصادي بالأسعار والتعريفات بأي وسيلة كانت مقبولة في المهنة. ختام هذه النتائج كان بالثناء على المشرع الجزائري نظير تنويعه العقوبات الموقعة في حالة الإخلال بالالتزام، مع التعليق على قيمة الغرامة الموقعة في الوقت الراهن.

كلمات مفتاحية: الالتزام بالإعلام، الأسعار، التعريفات، العقوبات، العون الاقتصادي.

Abstract:

This research paper aims to introduce the obligation to notify prices and tariffs in the context of relations between economic agentes and how the algerian legislator regulates it within the framework of law no.

The conclusion of our research paper is q set of results, the first of wich is to emphasize the nature of this commitment that it is a general obligation, prior to contracting, which fall on the shoulders of every economic aid, wether it is a seller or a

service provider of the customer's economic aid, related to the necessity of having a request from the customer, the letter confers an obligatory character so, where should he inform the economic aid of prices and tariffs by any means acceptable in the profession, the conclusion of these results was to praise the Algerian legislator for the diversification of the penalties imposed in the event of breach of the commitment, while commenting on the value of the fine signed at the present time.

Keywords: commitment to information, prices, tariffs, penalties, economic aid.

المؤلف المرسل: بوعجاجة منال، الإيميل: m.bouadjdja@univ-boumerds.dz

1. مقدمة :

تناول المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في الفصل الأول الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع من الباب الثاني شفافية الممارسات التجارية من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (قانون رقم 02/04، 2004) في نصوص المواد من 4 إلى 8، التدقيق في النصوص المنظمة لهذا الالتزام نجدها تتضمن علاقتين، علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك، علاقة العون الاقتصادي بالعون الاقتصادي. في إطار هذه الورقة البحثية حاولنا تسليط الضوء على العلاقة الثانية (فيما بين الأعوان الاقتصاديين) مع استبعاد الالتزام بالإعلام بشروط البيع، ما يجعل الموضوع ينحصر في الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين دون المستهلك.

خصّص المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في إطار العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين مادتين هما:

المادة 4 التي تنص: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات لسلع والخدمات وبشروط البيع". والمادة 7 التي تنص: "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها.."، الأمر الذي جعلنا نتساءل حول مدى كفاية النصوص القانونية التي كرسها المشرع الجزائري في إلزام العون بالإعلام بالأسعار والتعريفات؟.

حاولنا الإجابة عما سبق طرحه في نقطتين مهمتين هما:

تحديد الإطار العام للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات.
كيفية تنظيم المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات.

2. تحديد الإطار العام للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يعتبر الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات أول التزام يقع على عاتق العون الاقتصادي في إطار علاقاته مع غيره من الأعوان، فمن أجل تحديد الإطار العام الذي يحدد هذا الالتزام لا بد من البحث في مفهومه ونطاقه.

1.2 المقصود بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يقضي منا تحديد المقصود بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات ضرورة تحديد المقصود بكل مصطلح (إعلام، أسعار، تعريفات)، وتحديد أهم الخصائص المميزة له.

1.1.2 ضبط المصطلحات: الإعلام، الأسعار، التعريفات

كر المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في نص المادتين 4 و7 لكنه لم يتناوله بالتعريف، فلم يحدد لنا المقصود بالإعلام، ولا المقصود بالأسعار، ولا المقصود بالتعريفات، فما المقصود بها من أجل الوقوف على المقصود بالالتزام ككل؟
* بالنسبة للإعلام: في ظل غياب تعريف قانوني شامل لهذا المصطلح تولى الفقه هذه المهمة، من بين التعريفات المقدمة له: أنه التزام يقع على عاتق أحد الطرفين يفترض فيه العلم والدراية، مما يجبره على ضرورة الإداء بكل ما يتعلق بما يقدمه للطرف الآخر حول السلعة أو الخدمة المقدمة (قلواز، 2015، صفحة 33).

كما يعرف بأنه: التزام قانوني يلتزم فيه المدين بإعلام الدائن في ظروف معينة إعلاما صادقا ودقيقا بكافة المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبنى عليها رضائه بالعقد (خالد جمال، 2008، صفحة 82).
* بالنسبة للأسعار: يعتبر السعر أول وأهم عنصر يركز عليه العون الاقتصادي عند إبرام أي عقد، نظم المشرع الجزائري الأسعار لأول مرة بموجب أحكام القانون رقم 12/89

المتعلق بالأسعار سالف الذكر، تلتها مجموعة من النصوص القانونية التي عالجت الموضوع نفسه أهمها القانون رقم 02/04 سالف الذكر موضوع الدراسة.

يعرف السعر بأنه المبلغ الذي يمثل قيمة السلعة أو الخدمة المراد اقتناؤها، وهو عنصر متغير عبر كل مراحل التعامل الاقتصادي، يتغير بتغير قيمة الشيء المعروض للبيع، وبتغير القدرة التجارية على التفاوض بين البائعين (بن شيخ، نساج، 2020، صفحة 417)، ويشترط في السعر أن يكون موافقا للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون في النهاية وهو ما كرسه المادة 6 من القانون 02/04 سالف الذكر.

* **بالنسبة للتعريفات:** يقصد بها قائمة أسعار أو بيان بضائع أو أعمال يجب تنفيذها مع ثمن كل واحدة أو ثمن الخدمة أو الخدمات التي يشتريها المرء في مؤسسة عامة أو خاصة، يحدد هذا الثمن بموجب نظام ويعلن عنه، والتعريفات تتنوع نذكر منها: التعريفات الجمركية، رسم على القيمة المضافة... (بن قري، 2009/2008، صفحة 11).

2.1.2 خصائص الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات: يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات التزام عام سابق على التعاقد (سايمان، 2016، صفحة 281)، فهو ليس بالالتزام العقدي وليس بتابع للعقد، بل هو التزام قانوني كباقي الالتزامات الأخرى التي تنشأ بنص قانوني ويكون القانون مصدرها.

فهو **الالتزام عام** يوجه لكافة جمهور الأعوان الاقتصاديين دون تحديد، وذلك من أجل خلق نوع من المساواة بينهم وتمكينهم من التحقق من أن مورديهم لم يفرضوا عليهم شروط بيع مجحفة تخالف الأسعار الممنوحة لأعوان آخرين (قرواش، 2013/2012، صفحة 323).

ويعتبر **الالتزام سابق على التعاقد** وهو أمر بديهي باعتبار أن السعر أول ما يبحث عنه العون الاقتصادي قبل إبرام العقد، وبذلك يمكن القول بأن الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات يمتاز بمجموعة من الخصائص أهمها: العمومية والوضوح والاستقلالية (معاشي، جرفي، 2017، صفحة 666).

عند التدقيق في نصوص الأمر 02/04 سالف الذكر نجد أنه لم يحدد خصائص الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات فيما بين الأعوان الاقتصاديين مقارنة بالالتزام في مواجهة المستهلك، فقد تم الاعتماد على ما نص عليه المشرع الجزائري في هذا الأخير (الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة المستهلك) وتطبيقه على العلاقة بين الأعوان الاقتصادية، خاصة أن الملزم بهذا الالتزام لا يتغير في كلتا الحالتين، وفي هذا الصدد صدر المرسوم التنفيذي رقم 65/09 المحدد للكميات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط وبعض السلع والخدمات المعينة (مرسوم تنفيذي رقم 65/09، 2005).

2.2 نطاق الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

يتحدد نطاق الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات من حيث الأشخاص والنشاط الممارس كالتالي:

1.2.2 من حيث الأشخاص

بالرجوع لنص المادة 4 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر التي تنص: يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وشروط البيع". والمادة 7 التي تنص: "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين..". من خلال تحليل هذا النص يمكن القول بأن هذا الالتزام جاء بموجب نص أمر، وهو ما يستتف من مصطلح وجوبا، الذي يفيد الإلزام، فالمعنى بهذا الالتزام غير مخير بالإعلام به من عدمه، بل يجب عليه ذلك.

من المعروف أن القواعد الآمرة لا يجوز مخالفتها، وفي حالة القيام بذلك يتعرض المخالف للعقوبات، الأمر الذي يجعل من مسألة تحديد المعنى بالالتزام بالإعلام أمر في غاية الأهمية، فعلى عاتق من يقع الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات حسب نصوص القانون رقم 02/04 سالف الذكر ؟.

أجابت المادة 4 والمادة 7 سالف الذكر على هذا السؤال بقولها: يتولى البائع...، يلزم البائع...، يفهم منه أن المعني بهذا الالتزام هو البائع حسب نص المادتين، غير أن القول بهذا الأمر يجعلنا نصطدم بنص المادة 3 من القانون نفسه عند تعريف العون الاقتصادي، مع ضرورة التأكيد أن هذا الأخير هو المصطلح المعتمد من المشرع الجزائري في إطار القانون رقم 02/04 سالف الذكر، والذي يعرف بأنه: كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات. مقارنة النصين (المادة 3 والمادة 4) يجعلنا نتساءل هل البائع هو العون الاقتصادي؟.

عند المقارنة بين النصين يمكن القول بأن مصطلح العون الاقتصادي أشمل وأدق من مصطلح البائع، ذلك أن هذا الأخير يفلت منه مقدم الخدمات، فالمشرع الجزائري ربط البائع بعقد البيع ومقدم الخدمات بتأدية الخدمة، وهو ما يستشف من نص المادة 3 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر عند تعريفه العقد، فهل هذا يعني أن مقدم الخدمات غير ملزم بالإعلام بالأسعار والتعريفات؟.

عوض صدور المرسوم التنفيذي رقم 306/06 سالف الذكر هذا النقص من خلال نص المادة 4 منه التي تنص: "يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة وبالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه". ما يلاحظ على هذا النص أنه يتعلق بعلاقة الأعوان الاقتصاديين بالمستهلك، وليس علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، فهل يمكن اعتماد نفس النص في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين؟.

من جهة أخرى عبر المشرع الجزائري عن الطرف الآخر في العلاقة بالزبون وهو ما نصت عليه المادة 4 والمادة 7 سالف الذكر بالقول: "...يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن..."، "يلزم البائع... بإعلام الزبائن..."، الملاحظ على هذا المصطلح أنه عام، يندرج ضمنه كل من المستهلك النهائي.

بناء على ما سبق، يدور مضمون الدراسة حول الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات فيما بين الأعوان الاقتصاديين، الأمر الذي يفرض علينا ضرورة تناول هذا الأخير بالتعريف كونه يمثل طرفا العلاقة:

بالرجوع للمادة 3 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر عرفت العون الاقتصادي بأنه: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها". من خلال استقراء هذا النص نلاحظ أن المشرع الجزائري اعتمد أسلوب التعداد، دون تحديد، فيصدق هذا الوصف على كل شخص طبيعي أو معنوي، عام أو خاص، وطني أو أجنبي، بشرط أن يمارس نشاطا في الإطار المهني المعتاد أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها، ويمكن أن يتخذ هذا الوصفة كل من:

* **المنتج:** عرّفه المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 65/76 المتعلق بتسميات المنشأ (أمر رقم 65/76، 1976) في نص المادة الأولى منه بأنه: "كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل مزارع أو صانع أو ماهر أو صناعي".

* **التاجر:** عرفته المادة الأولى من القانون التجاري الجزائري بأنه: يعد تاجرا كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له، ما لم يقض القانون بخلاف ذلك.

* **الحرفي:** تناول المشرع الجزائري الحرفي في نصوص الأمر رقم 01/96 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف (أمر رقم 01/96، 1996) يمكن أن يكون الحرفي شخص طبيعي أو شخص معنوي، في شكل تعاونية الصناعة التقليدية والحرف أو مقاول للصناعة التقليدية والحرف. يمارس نشاط الإنتاج أو الإبداع أو التحويل أو الترميم الفني أو الصيانة أو التصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي، مع إمكانية الاستعانة بالآلات بشرط أن يبقى العمل اليدوي يحتل الجزء الأكبر من العمل، بصفة رئيسية ودائمة دون تلك المؤقتة المنقطعة التي تكون بصفة ثانوية، في شكل مستقر، أو متنقل، أو

معرضي، في أحد مجالات النشاطات الآتية: الصناعة التقليدية والصناعة التقليدية الفنية، الصناعة التقليدية الحرفية لإنتاج المواد، الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات (أمر رقم 01/96، 1996).

* **مقدم الخدمات:** في ظل غياب نص قانوني يعرف مقدم الخدمات، يمكن تعريف العون الاقتصادي مقدم الخدمة بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي، عام أو خاص، يتولى تقديم خدمة للجمهور عن طريق القيام بعمل أو أداء منفعة اقتصادية بمقابل مع ضرورة استبعاد تسليم المنتج" (عميرات، 2016/2015، صفحة 28).

بناء على ما سبق، يعتبر العون الاقتصادي الشخص الملزم بالإعلام بالأسعار والتعريفات، وحامل نفس الصفة (العون الاقتصادي) المستفيد من هذا الالتزام، فالأول له صفة البائع أو مقدم الخدمة والثاني له صفة الزبون.

2.2.2 من حيث النشاط

لم يحدد المشرع الجزائري النشاطات الخاضعة للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع، بل جعل نصه عاما، الأمر الذي يقاس عليه خضوع جميع النشاطات التي يمارسها العون الاقتصادي لهذا الالتزام دون تحديد.

بالرجوع لنص المادة 2 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر حددت النشاطات التي يمارسها العون الاقتصادي وهي: "يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها، الوكلاء ووسطاء بيع المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة، وكذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري والتي يمارسها أي عون اقتصادي، مهما كانت طبيعته القانونية".

من خلال استقراء هذا النص، يلتزم العون الاقتصادي بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع بالنسبة للأنشطة الاقتصادية، بصورة أدق: نشاط الإنتاج، نشاط

التوزيع، نشاط الخدمات، والملاحظ على هذه الأنشطة أنها تجاوزت المجال التجاري ليندرج ضمنها أنشطة مدنية كما هو مبين في المادة أعلاه.

عرف المشرع الجزائري الإنتاج في أكثر من نص قانوني كالتالي:

* القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (قانون رقم 03/09، 2009) عرف الإنتاج في نص المادة الثالثة منه بأنه: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتكريب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وقبل تسويقه الأول".

* المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش (مرسوم تنفيذي رقم 39/90، 1990) عرف الإنتاج في نص المادة الثانية منه بأنه: "جميع العمليات التي تتمثل في تربية المواشي، والمحصول الفلاحي، والجني، والصيد البحري، وذبح المواشي، وصنع منتج ما، وتحويله، وتوضيبه، ومن ذلك خزنه في أثناء تصنيعه وقبل أول تسويق له".

وعرف التوزيع من خلال اعتماد مصطلح "التسويق" في نص المادة الثانية الفقرة السابعة من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش سالف الذكر بأنه: "التسويق مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة، ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها بالمجان، ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات".

وعرف الخدمات هي الأخرى في أكثر من نص قانوني كالتالي:

* القانون رقم 06/03 المتعلق بالعلامات (أمر رقم 06/03، 2003) بموجب نص المادة الثانية منه بأنها: "كل أداء له قيمة اقتصادية".

* القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر، عرفها في نص المادة الثالثة بأنها: "كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

* المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش سالف الذكر عرفها بموجب نص المادة الثانية منه بأنها: "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم السلعة ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

بناء على ما سبق، يتحدد نطاق الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات فيما بين الأعوان الاقتصاديين من حيث الأشخاص في العون الاقتصادي ومن حيث النشاط في النشاط الاقتصادي.

3. كيفية تنظيم المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

حاول المشرع الجزائري تنظيم الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في نصوص القانون رقم 02/04 سالف الذكر من خلال:

1.3 ضوابط تفعيل الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات:

من خلال تحليل نصوص القانون رقم 02/04 سالف الذكر يشترط لتفعيل التزام لاعون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار والتعريفات ما يلي:

1.1.3 ربط التزام العون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار والتعريفات بضرورة وجود طلب

عند النظر إلى نص المادة 4 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر نجدها تلزم العون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار والتعريفات دون ربط هذا الالتزام بأي إجراء آخر، غير أنه من جهة أخرى وفي نص المادة 7 من القانون نفسه جعل المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام متوقف على إرادة الزبون، حيث ربط التزام العون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار والتعريفات بضرورة طلبه من الزبون، بمعنى استبعاد الإعلام التلقائي، وفي حالة عدم طلبها يسقط التزام العون الاقتصادي بتقديمها والإعلام بها، وبالتالي يفقد الزبون حقه في الرجوع على البائع استنادا لعدم إعلامه بالأسعار والتعريفات، يرجع السبب في ذلك إلى التقارب في المراكز القانونية والمراكز الاقتصادية بينهما، فوجود الطلب أمر ضروري وفي غاية الأهمية من أجل تفعيل التزام العون الاقتصادي.

غير أن المشرع الجزائري لم يحدد شكل الطلب، وهل يجب أن يكون الطلب مكتوبا أو يكفي أن يكون شفاهة؟، وما هو ميعاد تقديم الطلب؟، وهل يجب مراعاة فترة زمنية معينة من أجل تقديم الطلب والرد أم لا؟.

2.1.3 ضرورة مراعاة نص المادة 6 من القانون رقم 02/04 عند الإعلام بالأسعار والتعريفات: عند التدقيق في نصوص القانون رقم 02/04 سالف الذكر، نجده وضع ضوابط من أجل الإعلام بالأسعار والتعريفات يجب على العون الاقتصادي الالتزام بها هي (عياض، 2006/2005، صفحة 61، 62):

***تحديد مقدار السلعة المقابلة للسعر:** يلتزم العون الاقتصادي بتحديد مقدار السلع المقابلة للأسعار المعلن عنها، فلا جدوى من تبيان السعر إذا لم يعزز بمقدار المبيع المناسب لها، وهو ما يساعد في حالة عدم التطابق بين السعر والمبيع قيام مسؤولية العون الاقتصادي البائع عن هذا النقص.

وهذا الضابط يخص السلع دون الخدمات، كون هذه الأخيرة أداء وليس شيء، لكن هذا لا ينفي التزام العون الاقتصادي بالإعلام بأسعار الخدمات.

***موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع مسبقا مقابل السلعة أو الخدمة:** وهو ما نصت عليه المادة 6 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر التي تنص: "يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على الخدمة".

فلا يمكن مفاجئة الزبون عند مباشرة العقد بمبالغ إضافية مهما كان مصدرها، وتظهر هذه الأخيرة في الغالب عند تنفيذ العقد، أين يفاجئ الزبون بمصاريف إضافية عادة ما تتعلق بالنقل، الملحقات، تنفيذ العقد، تسليم السلعة...، وهذا أسلوب أقل ما يقال عنه أنه مخادع لأن الزبون يتقدم لاقتناء السلعة أو الخدمة بناء على الأسعار المعلن عنها كونها مناسبة له، فكيف يعقل أن يدفع في نهاية الأمر أكثر مما تم الإعلام به؟.

3.1.3 اعتماد أحد وسائل الإعلام الواردة في نص المادة 7 من القانون 02/04

تنص الفقرة الثانية من المادة 7 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر: "ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة".

من خلال تحليل نص المادة السابقة، نلاحظ أن المشرع الجزائري قد حدد الوسائل المعتمدة في هذا الإعلام هي: الإعلام عن طريق جداول الأسعار، الإعلام عن طريق النشرات البيانية، الإعلام عن طريق دليل الأسعار، والملاحظ على هذه الوسائل أنها ذكرت على سبيل المثال لا الحصر، بما يفيد إمكانية اعتماد وسائل أخرى ملائمة ومقبولة بصفة عامة في المهنة الممارسة، مع ضرورة التنويه إلى أن المشرع الجزائري اعتمد هذه الوسائل من خلال منح العون الاقتصادي حق التخيير بينها، حيث استخدم أداة التخيير (أو)، بمفهوم المخالفة اعتماد أحد هذه الوسائل فقط يكفي لتحقيق الغرض المطلوب.

سنحاول التعريف بالوسائل التي حددتها المادة 7 من القانون 02/04 سالف الذكر

وهي:

* **الأمثلة الواردة في المادة 7 من القانون 02/04 سالف الذكر:** قدّم المشرع الجزائري بعض الأمثلة المقبولة التي يمكن الاستناد عليها من أجل الإعلام بالأسعار والتعريفات فيما بين الأعوان الاقتصاديين وهي:

الوسيلة الأولى: الإعلام عن طريق جداول الأسعار

يستشف مفهوم هذه الوسيلة من عنوانها "جداول الأسعار"، من خلال التدقيق في هذه الأخيرة يمكن القول بأنها عبارة عن وثيقة تتضمن جداول تحديد أسعار السلع والخدمات المقدمة من طرف العون الاقتصادي بما فيها الضرائب والرسوم المفروضة عليها (عبد الله، 2017، صفحة 176)، تتخذ هذه الأخيرة شكل محدد غالبا ما يكون شكل الجدول مقسوم إلى نصفين يتضمن الجزء الأول السلع والخدمات المقدمة ويقابلها في الجزء الثاني السعر الخاص بها، وقد يكون هذا الجدول معلق في مكان التقاء الطرفين وقد يكون بطريقة الكترونية.

الوسيلة الثانية: الإعلام عن طريق النشرات البيانية

يستشف مفهوم هذه الوسيلة من عنوانها "النشرات البيانية"، من خلال التدقيق في هذه الأخيرة يمكن القول بأنها عبارة عن نشرات تتضمن تحديد أسعار السلع والخدمات التي يقدمها العون الاقتصادي، ويصدق على هذه الوسيلة ما قيل على الإعلام بطريق جداول الأسعار.

الوسيلة الثالثة: الإعلام عن طريق دليل الأسعار

يقصد بدليل الأسعار عبارة عن مجموعة وثائق تتضمن جداول الأسعار تسلم للزبون في المكان المخصص لطلب السلعة أو الخدمة، وبالتالي فهي عكس الوسيلتين السابقتين فلا يمكن أن تكون بطريقة الكترونية، وبالتالي لا يمكن أن تكون محل إشهار مثل الدليل الخاص بوكالات الأسفار (بن قري، 2008/2009، صفحة 14).

عادة ما يتم التعامل بين الأعوان الاقتصاديين بالطرق الالكترونية خاصة في حالة المعاملات الدولية، أين يتم الإعلام بالأسعار والتعريفات من خلال تقنيات الاتصال الحديثة كالهاتف، البريد الإلكتروني، اللوحات الالكترونية...، فيشترط فيها أن تكون مرئية، سهلة القراءة، واضحة مكتوبة بلغة مفهومة مع إمكانية إضافة لغة أخرى أجنبية، تحديد السعر بالعملة الوطنية كأصل وهو ما حددته المادة الأولى من قانون النقد والقرض مع إمكانية إضافة عملة أخرى أجنبية، وأن يتم الإعلام بها بطريقة لا تدع مجالاً للشك حولها (العاببي، 2019، صفحة 1611).

* الوسائل الملائمة المقبولة في المهنة

أحسن ما فعل المشرع الجزائري بإدراجه الجزء الأخير من الفقرة الثانية من المادة 7 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر، التي فتحت المجال أمام استيعاب أي وسيلة أخرى غير التي تم تناولها سابقا خاصة الوسائل الحديثة المعتمدة على الدعائم التقنية والتكنولوجية للاتصال، بشرط أن تكون هذه الوسيلة مقبولة في المهنة، يرجع التنوع في الوسيلة المعتمدة للإعلام نظرا لاختلاف طبيعة السلع والخدمات من جهة، واختلاف الأعوان الاقتصاديين ومكان تواجدهم خاصة في ظل انتشار التجارة الخارجية، كما أنه يأخذ بعين الاعتبار

عنصر السرعة في التعامل التجاري والمرونة في العلاقات التعاقدية، ويلزم عرف المهنة أن تكون المعلومات كاملة غير ناقصة ومحينة وأن تمنح في آجال معقولة مهما كانت الوسيلة لكن من الأحسن أن تكون وسيلة مكتوبة ليسهل إثباتها في حالة وجود نزاع (مهري، 2021/2020، صفحة 15).

2.3 الإخلال بالالتزام بالإعلام بشروط البيع:

نص المشرع الجزائري على العقوبات الموقعة في حالة إخلال العون الاقتصادي بالتزامه بالإعلام بالأسعار والتعريفات في الباب الرابع المخالفات والعقوبات، سنحاول التعرف على هذه العقوبات والتعليق عليها.

1.2.3 العقوبات المقررة في حالة إخلال العون الاقتصادي بالتزامه بالإعلام بالأسعار والتعريفات

في حالة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لنص المادة 7 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر، يعاقب بغرامة من خمسة آلاف دينار جزائري (5.000) إلى مئة ألف دينار جزائري (100.000)، وهو ما نصت عليه المادة 31 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر.

إضافة إلى تمكين القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة المحكوم عليه نهائيا بنشر قراره كاملا أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها.

وفي حالة تكرار المخالفة أكثر من مرة يعتبر لعون المخل في حالة عود، وفي هذه الحالة تطبق عليه نص المادة 2/47، 3، 4 من القانون رقم 02/04 سالف الذكر التي تنص: "يعتبر في حالة عود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أحكام رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة.

تضاعف العقوبة في حالة العود ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من مزاولته نشاطه بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري.

فضلا عن ذلك يمكن أن تضاف إلى هذه العقوبات عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة واحدة".

2.2.3 تقييم العقوبات المقررة من المشرع الجزائري في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات

الملاحظ على هذه العقوبات فيما يخص الغرامة المالية باعتبارها العقوبة الأصلية يمكن القول بأنها غير محددة المقدار بشكل دقيق، بل تتراوح بين 5.000 و 100.000 دينار جزائري، حيث يعتبر هذا الأخير الحد الأقصى لتقديرها، الأمر الذي يجعلنا نتساءل حول قيمة هذا المبلغ (100.000)؟، وهل فعلا بإمكانه التأثير على الذمة المالية للعون الاقتصادي مرتكب هذه المخالفة خاصة في الوقت الراهن مع مراعاة حجم وقدرة العون الاقتصادي المخل بالتزامه؟.

حسب اعتقادنا أن الحد الأقصى للعقوبة المالية ليس له أي تأثير في الوقت الراهن خاصة بالنسبة للأعوان الاقتصاديين الذين يمتلكون نشاطات ضخمة برؤوس أموال كبيرة. أما بالنسبة للنشر فهو يعتبر عقوبة تمس بسمعة العون الاقتصادي، وهو أمر له تأثير على استمرار العون الاقتصادي.

4. خاتمة:

من خلال دراسة موضوع الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، يمكن القول بأن المشرع الجزائري كرّس هذا الالتزام في إطار العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين على الرغم من كون أطراف العلاقة محترفين يفترض فيهم العلم الكافي بالأسعار والتعريفات، ومن بين النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة:

- كرس المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات دون تقديم تعريف له، غير أن ما يقال على هذا الالتزام أنه التزام عام لا يخص عون اقتصادي دون الآخر، بل يخص الجميع، وأنه التزام قبل تعاقد.

- المعني بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات هو العون الاقتصادي سواء كان بائعا أو مقدم خدمات والطرف الآخر هو الزبون المتمثل في العون الاقتصادي.

- ألزم المشرع الجزائري العون الاقتصادي بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات غير أنه ربط هذا الالتزام بضرورة طلبه من العون الاقتصادي الزبون.

- الإخلال بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات يؤدي إلى قيام مسؤولية العون المخل، والملاحظ على هذه العقوبات أنها متنوعة تصيب الذمة المالية (الغرامة) وتصيبه في سمعته كنشر الحكم بالإدانة.

بناء على هذه النتائج تم إدراج جملة من الاقتراحات أهمها:

- يجب على المشرع الجزائري تعديل نص المادتين 4 و 7 واستبدال مصطلح البائع بالعون الاقتصادي، أو إضافة مصطلح مقدم الخدمة إلى مصطلح البائع.

- إعادة النظر في العقوبات المقررة في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وتشديدها، كون العقوبة المالية المحددة غير كافية وفي معظم الحالات لا تؤثر على الذمة المالية للعون الاقتصادي.

5. قائمة المراجع:

1. أحمد خالد جمال. (2008). *الالتزام بالإعلام قبل التعاقد*. مصر: دار النهضة العربية.
2. أمر رقم 06/03. (19 يوليو، 2003). يتعلق بالعلامات. ج ر ج ج عدد 44، صادر في تاريخ 23 يوليو 2003.

3. أمر رقم 65/76. (16 يوليو، 1976). بتسميات المنشأ. ج ر ج ج عدد 59، صادر بتاريخ 23 يوليو 1976.
4. أمر رقم 01/96. (10، 01، 1996). يحدد القواعد المطبقة على الصناعة التقليدية والحرف. ج ر ج ج عدد 03، صادر بتاريخ 14 يناير 1996.
5. راضية، فطيمة بن شيخ، نسا.ج. (12، 2020). الشفافية وعلاقتها بالممارسات التجارية. *المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 57، العدد 5، صفحة 417.*
6. رضوان قرواش. (2013/2012). الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه. 323. كلية الحقوق، الجزائر.
7. سعدية العايبى. (09، 2019). جريمة عدم الإعلام بالأسعار. *مجلة العلوم القانونية والسياسية، 10 (2)، صفحة 1611.*
8. سفيان بن قري. (2009/2008). ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02/04، مذكرة ماجستير، تخصص قانون عام. 11. بجاية، كلية الحقوق: جامعة عبد الرحمن ميرة.
9. سميرة، زكريا معاشي، جرفي. (04، 2017). مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 02/04. *مجلة الحقوق والحريات (4)، صفحة 666.*
10. عادل عميرات. (2016/2015). لمسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، أطروحة دكتوراه علوم في القانون. 28. تلمسان، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص: جامعة أبي بكر بلقايد.
11. فاطمة الزهراء قلواز. (12، 2015). مقارنة الالتزام بالإعلام ببعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية. *مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 1، العدد 1، صفحة 33.*
12. قانون رقم 02/04. (23 يونيو، 2004). يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. ج ر ج ج عدد 41، صادر بتاريخ 27 يونيو 2004، معدل ومتمم.

13. قانون رقم 03/09. (25 02, 2009). متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. ج ر ج ج عدد 15، صادر في تاريخ 8 مارس 2009، معدل ومتمم.
14. فلواز فاطمة الزهراء. (12، 2015). مقارنة الالتزام بالإعلام ببعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية. *مجلة الدراسات القانونية المقارنة، المجلد 1، العدد 1،* ، صفحة 33.
15. ليندة عبد الله. (جويلية، 2017). المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية. *المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية* ، 51 (2)، صفحة 176.
16. محمد أمين مهري. (2021/2020). محاضرات في قانون الممارسات التجارية، موجهة لطلبة السنة أولى ماستر. 15. المدينة، كلية الحقوق: جامعة يحي فارس.
17. محمد عماد الدين عياض. (2006/2005). الحماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02/04، مذكرة ماجستير، تخصص قانون خاص. 61، 62. ورقلة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية: جامعة قاصدي مرباح.
18. مرسوم تنفيذي مرسوم 65/09. (07 04، 2005). يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط وبعض السلع والخدمات المعينة. ج ر ج ج عدد 10، صادر بتاريخ 11 فبراير 2005.
19. مرسوم تنفيذي رقم 39/90. (30 01، 1990). متعلق برقابة الجودة وقمع الغش. ج ر ج ج عدد 5، صادر بتاريخ 31 جانفي 1990، معدل ومتمم.
20. نعيمة سايمان. (12، 2016). التزام العون الاقتصادي بالإعلام بالأسعار والتعريفات. *مجلة القانون* ، 5 (2)، صفحة 281.