

تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية فلاح الجزائر

بقلم الأستاذ / ياس بروت

جامعة 08 ماي 1945 - قلمة -

مقدمة :

لقد فرض المشرع الجزائري على الأعوان الإقتصاديين جملة من الإلتزامات والضوابط التي تهدف إلى حماية المستهلك من جهة وإلى حماية الممارسات التجارية وشفافيتها من جهة أخرى ، منها ما هو منصوص عليه في القانون التجاري ، ومنها ما هو منصوص عليه في قانون المستهلك ، وقانون المنافسة ، والقانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، منها إلزام البائع بالإخبار ، وإلتزامه بالفوترة ، والإشهار ، إلى جانب إلتزامه بإعلام الأسعار والتعريفات .

ولئن كان تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة والسوق كأصل عام إلا أنه ومع ذلك فإن المشرع الجزائري لم يترك الأمر على إطلاقه ، حيث سبق وأن نظم الأسعار من خلال القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار ، والذي ألغى بموجبه المادة 97 من الأمر رقم 95-06¹ المتعلق بالمنافسة ، حيث تم الإنتقال من نظام الأسعار المقتننة أو الإدارية إلى نظام حرية الأسعار بتحريرها من كافة القيود ، ثم أكد عليها من جديد بموجب الأمر رقم 03-

03² الذي ألغى الأمر رقم 95-06 وسوف نتناول بالدراسة في هذا المجال : نظام حرية الأسعار في مطلب ثانٍ ، ثم تنظيم الإلتزام بإعلام الأسعار والتعريفات في مطلب ثالث لنعرج في الأخير إلى أثر مخالفة الإلتزام بإعلام الأسعار والتعريفات .

المطلب الأول : نظام حرية الأسعار والقيود الواردة عليه :

لقد إعتمد المشرع الجزائري مبدأ حرية الأسعار كأصل عام ، وإستثناء نظام التسعير حين منح الدولة إمكانية تقنين أسعار بعض السلع والخدمات وألحد من إرتفاع سعرها في حالات خاصة .

الفرع الأول : نظام حرية الأسعار :

يعتبر تحرير الأسعار من المبادئ التي يقوم عليها إقتصاد السوق الذي إتجهت نحوه الجزائر شيئا فشيئا منذ مطلع التسعينات من القرن الماضي.

ولقد تبّنت الجزائر مبدأ حرية الأسعار منذ الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الذي ألغى أحكام القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار ، ثم تكرر هذا المبدأ بموجب الأمر 03-03 الذي تنص المادة 04 منه في فقرتها الأولى : " تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات إعتقادا على قواعد المنافسة³ .

وحرية الأسعار تعني أن العون الإقتصادي له الحرية في تحديد أسعار السلع والخدمات ، وعادة ما يتحدد السعر المعلن للجمهور على ضوء جملة من العناصر⁴ .

- قيمة الشيء التي تُحدد طبقا لقانون العرض والطلب .

- هامش الربح الذي يعود على العون الإقتصادي ، وهو المحرك الرئيسي للنشاط الإقتصادي ويتوقف نطاقه على عوامل كثيرة منها الظروف ومهارة البائع وقوته وضعفه من الناحية الإقتصادية .

- المصاريف المختلفة مثل الرسوم والضرائب ونفقات التعبئة والتخزين ، وهي تأخذ حكم الثمن فتقع على عاتق المشتري ما لم يوجد إتفاق مخالف ، وإذا كان إقتصاد السوق يقوم على أساس حرية الأسعار ، فإن ذلك لا يمنع من تدخل الدولة بطريقة غير مباشرة في تنظيم الأسعار وذلك عن طريق تنظيم قواعد المنافسة نظرا لإعتبارات منها :

- إن مبدأ حرية تحديد السعر هو أساس " نظام المنافسة الحرة " التي يقوم عليها إقتصاد السوق ، والمنافسة الحرة تقتضي أن يحتفظ كل عون إقتصادي بحريته في تحديد أسعاره على نحو يختلف مع منافسيه ، وهذه الحرية تتلشى كلما قيّدت إرادة العون الإقتصادي في تحديد السعر⁵ ، كأن يكون في وضعية تبعية لمؤسسة أخرى تملّي عليه شروطها ، وهو ما يتطلب قواعد

تحول دون هذه الممارسات المقيدة للمنافسة ليأخذ نظام إقتصاد السوق مجراه الطبيعي.

- إن حرية العون الإقتصادي في تحديد الأسعار قد تفضي إلى خطر بالمستهلك بإعتباره طرفا ضعيفا ينضم إلى عقد ينفرد الطرف القوي بتحديد سعره⁶، وهو ما يتطلب منافسة حرة حقيقية بإعتبارها هي التي تدرأ عن المستهلك هذا الخطر كونها توفر له البدائل والإختيارات .

وبالتالي فإن المنافسة الفعلية هي الضمانة الأساسية التي توفر للمستهلك سلعا وخدمات بأفضل المواصفات والأسعار . لذا حرص المشرع على تنظيمها على نحو يضمن منافعها في السوق ، وهو ما جسده الأمر 03-03 الذي حظر جملة من الممارسات منها :

- الممارسات والأعمال المدبرة والإتفاقيات والإتفاقات الصريحة أو الضمنية الهادفة أو التي يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه ، من هذه الممارسات عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لإرتفاع الأسعار أو لإنخفاضها⁷.

- كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو إحتكار لها أو على جزء منها قصد عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لإرتفاع الأسعار أو لإنخفاضها⁸ .

- كل عقد شراء إستثنائي يسمح لصاحبه بإحتكار التوزيع في السوق ⁹.

- كل تعسف للمؤسسات في إستغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة ، من ذلك الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى ¹⁰.

- عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق ¹¹.

وعليه فإن المشرع قد إهتم بمحاربة الممارسات التي من شأنها إحداث ظروف أو أوضاع قد تؤدي إلى تقييد وعرقلة المنافسة ومن ثم التحكم في الأسعار على نحو يخالف السير الطبيعي لقانون العرض والطلب ، بمعنى أن حرية الأسعار حتى في ظل إقتصاد السوق هي حرية مراقبة ، وهذا هو حال الدول الليبرالية الحديثة ¹².

لذا فإن قواعد المنافسة التي جاء بها المشرع بإسم النظام العام الإقتصادي الجديد القائم على أساس الحرية الإقتصادية ترمي إلى تحقيق الفعالية الإقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين ¹³. فالمستهلك معني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية بما توفره له من إختيار حر بين عدد كبير من السلع

والخدمات ، وبما تحققه من معقولية في الأسعار تساعد على رفع قدرته الشرائية¹⁴ .

الفرع الثاني : نظام تقنين الأسعار :

تنص المادة 4 فقرة 2 من الأمر 03/03 : " غير أنه يمكن أن تقيد الدولة المبدأ العام لحرية الأسعار وفق الشروط المحددة في المادة 5 . "

وعليه فإن المشرع الجزائري منح الدولة إمكانية تقييد حرية الأسعار لكن وفق ضوابط حددتها المادة 5 ، هذه الأخيرة تضمنت وجهين لتدخل الدولة في تقنين الأسعار (التسعير) ، الأول يتمثل في إمكانية الدولة تقنين بعض السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي ، والثاني إمكانية إتخاذ الدولة لتدابير إستثنائية في بعض الظروف

أولا : تقنين السلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي :

تنص المادة 1/5 من أمر 03/03 : " يمكن تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع إستراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة " .

وعليه فإن دور الدولة لا يقف عند مجرد تنظيم قواعد المنافسة في ظل نظام حرية الأسعار بل يتعدى ذلك إلى تدخلها مباشرة في تحديد أسعار بعض السلع والخدمات لكن وفق الشروط التالية :

أ- أن يتعلق الأمر بسلع وخدمات ذات طابع إستراتيجي : وهي السلع والخدمات الأساسية التي تقوم عليها المعيشة والحياة اليومية للمجتمع كالحليب والأدوية والمصادر الأساسية للطاقة ، وخدمة النقل ، ويبقى تحديد مدى إعتبار السلعة أو الخدمة ذات طبيعة إستراتيجية خاضع لتقدير الدولة بحسب الظروف الإجتماعية والإقتصادية للبلاد .

ب- أن يتم التقنين بموجب مراسيم : حيث كان المرسوم التنفيذي رقم 119/95 المتضمن تصنيف السلع والخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة¹⁵ ينص على أن يتم تحديد الأسعار بموجب قرارات وزارية أو بقرار من الوالي بالنسبة للنقل الحضري بالحافلات ، ثم صدر المرسوم التنفيذي رقم 31/95 المتضمن كفاءات تحديد أسعار بعض السلع والخدمات الإستراتيجية¹⁶ ، الذي أكد في مادته الثانية على أن يتم تحديد أسعار و/أو حدود الربح القصوى لبعض السلع والخدمات الإستراتيجية بمرسوم إستنادًا إلى المادة 5 من الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة (الملغى) .

ج- إستشارة مجلس المنافسة : وهو إجراء إشتراطه المشرع الجزائري في عملية تقنين الأسعار ، حيث نظم الأمر 03/03 تشكيل وتسيير صلاحيات مجلس المنافسة¹⁷. وهو سلطة أنشئت لدى رئيس الحكومة (الوزير الأول حاليا) تتمتع بالشخصية القانونية والإستقلال المالي مقره مدينة الجزائر¹⁸ ، يتمتع بسلطة إتخاذ القرار والإقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو كلما طلب منه ذلك في أي مسألة أو في أي عمل أو تدبير من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وتشجيعها مستعينا في ذلك بأي خبير أو شخص يمكنه الإفادة في

هذا المجال ، كما يمكنه أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية إجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تندرج ضمن اختصاصه¹⁹ ، وتكون قراراته قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في المواد التجارية²⁰ .

ولقد نصت المادة 36 من أمر 03/03 على أن " يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها على الخصوص : - تحديد ممارسات موحدة في شروط البيع " ، ويدخل في هذا الإطار المراسيم المتضمنة تحديد أسعار السلع والخدمات.

ولقد صدرت عدة مراسيم تحدد أسعار بعض السلع والخدمات نذكر منها:

- المرسوم التنفيذي رقم 39/96 المؤرخ في 15 جانفي 1996 يتضمن تعريفه نقل الركاب برّا .
- المرسوم التنفيذي رقم 132/96 المؤرخ في 13 أفريل 1996 يتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع .
- المرسوم التنفيذي رقم 44/98 المؤرخ في 01 فيفري 1998 يتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوزيع والتوزيع التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري .

- المرسوم التنفيذي رقم 50/01 المؤرخ في 12 فيفري 2001 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والمؤضب في الأكياس عند الإنتاج ، وفي مختلف مراحل التوزيع .

- المرسوم التنفيذي رقم 448/02 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة (طاكسي) .

هذه بعض المراسيم تَوَلّت الدولة من خلالها تقنين بعض الأسعار والتعريفات وهي تعكس لنا رؤية الدولة للسلع والخدمات ذات الطابع الإستراتيجي في الوقت الحالي ²¹ .

ثانيا : إتخاذ تدابير إستثنائية :

تنص المادة 5 من أمر 03/03 في فقرتيها الأخيرتين : " ... كما يمكن إتخاذ تدابير إستثنائية للحد من إرتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة إرتفاعها المفرط بسبب إضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الإحتكارات الطبيعية . تتخذ هذه التدابير الإستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها 06 أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة " .

فعلى خلاف الحالة السابقة حيث تتدخل الدولة في تحديد الأسعار في الظروف العادية وبصفة دائمة ، فإن تدخل الدولة في هذه الحالة مرده ظروف عارضة تقتضي تدابير إستثنائية مؤقتة لمواجهة ² ، تتمثل في الحد من

إرتفاع الأسعار أو تحديدها ، لذا فإن تدخل في هذه الحالة مرهون بالشروط التالية :

أ - حدوث إضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو منطقة جغرافية معينة ، أو حدوث إحتكارات طبيعية ، أي بوجه عام حدوث ظرف عارض يؤثر على وفرة السلع والخدمات كالحروب والكوارث الطبيعية أو الأزمات الإقتصادية²³ .

ب - إرتفاع مفرط في الأسعار بسبب تلك الظروف .

ج - يجب أن تتخذ هذه التدابير الإستثنائية لمدة أقصاها 06 أشهر ، أي أنها تدابير مؤقتة تتخذ لمواجهة ظروف عارضة ، كما أنها تدابير مقيدة للمنافسة ، لذا يجب أن لا تطول .

د - يجب أن تتخذ هذه التدابير الإستثنائية بموجب مرسوم .

هـ - أخذ رأي مجلس المنافسة .

هذان هما الوجهان اللذان يعكسان تدخل الدولة في تحديد الأسعار خروجاً على نظام حرية الأسعار أحدهما عادي ، والآخر إستثنائي . وحينئذ يجب على الأعوان الإقتصاديين إحترام هذه الأسعار تحت طائلة العقاب .

المطلب الثاني : تقييم نظام تقنين الأسعار :

هذا وقد تولى بعض الفقهاء تقييم نظام تقنين الأسعار حيث رصدوا له بعض المزايا والعيوب نوجزها فيما يلي²⁴ :

الفرع الأول : المزايا

من بين المزايا التي ترجى من سياسة تقنين الأسعار :

- أن تقنين الأسعار يحد من جشع العوان الإقتصاديين وإستغلالهم لإحتياجات المستهلكين جريا وراء الربح²⁵ .
- أن تقنين الأسعار يوفر الثبات والإستقرار لأسعار السلع والخدمات ، وهو ما يمكن المستهلك من تخطيط إنفاقه في حدود دخله .
- أن تقنين سعر السلعة أو الخدمة يجعل سعرها معلوما لدى كافة ومن ثم يمكن للمستهلك مواجهة العون الإقتصادي والإحتجاج عليه بالسعر المعلوم ، وإن كان التسعير عن طريق تحديد الربح يتطلب الرجوع للفواتير
- أن تقنين سعر السلع والخدمات يسهل عملية الرقابة من طرف الهيئات المختصة وكذا المستهلكين وجمعيات حماية المستهلك .
- أن تقنين أسعار السلع والخدمات عن طريق الدولة يمكنها من ترشيد الإستهلاك عن طريق التحكم في أسعار السلع والخدمات الإستراتيجية²⁶ .
- أن تقنين الأسعار وسيلة ناجحة لمواجهة وتسيير الأزمات الإقتصادية والظروف الإستثنائية بما يحقق المصلحة العامة .

الفرع الثاني : العيوب

مما يعاب على سياسة تقنين الأسعار ما يلي :

- أن تقنين الأسعار يخالف نظرية العرض والطلب وهو ما قد يؤدي إلى إختلال في توازن العرض والطلب²⁷ .
- أن تقنين الأسعار يؤدي في بعض الأوقات التي يقل فيها العرض إلى ظهور السوق السوداء وإختفاء بعض السلع من السوق مما يصعب على المستهلك الحصول عليها ولو بأعلى من ثمنها .
- إن التسعير عن طريق تحديد الأرباح القصوى قد يجعل الأعوان الإقتصاديين يتلاعبون في تكاليف الإنتاج والإستيراد خصوصا مع صعوبة الرقابة على هذه المعطيات .

المطلب الثالث : تنفيذ الإلتزام بإعلام الأسعار والتعريفات :

من خلال المادتين 5 و 6 من قانون 02/04 نجد أن الإلتزام بالإعلام يقوم على ثلاث جوانب : طريقة الإعلام ، تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن، موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع مقابل السلعة أو الخدمة المقتناة .

الفرع الأول : طريقة الإعلام بالأسعار والتعريفات :

نصّت المادة 5 فقرة 1 و2 من قانون 02/04 على الطريقة التي يتم بها إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات بقولها: "يجب أن يكون إعلام

المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة . يجب أن تُبين الأسعار بصفة مرئية ومقروءة".

لما كان الهدف من الإعلام بالأسعار والتعريفات هو إضفاء الشفافية على الممارسات التجارية على نحو يستطيع معه المستهلك إستقراء السوق وتحديد خياراته من بين مختلف السلع والخدمات المنافسة على ضوء قدراته ومتطلباته ، لذا أوجب المشرع الجزائري أن تبين هذه الأسعار بصفة مرئية ومقروءة حتى يتم الكشف التام عن رضا المستهلك بشأن الإتفاق الذي يتهياً لإبرامه .

ولقد أوردت المادة 5 سالفه الذكر بعض الطرق التي يتم بها الإعلام بالأسعار والتعريفات ، كأن يضع العون الإقتصادي علامات تدل على سعر السلعة المعروضة ، أو عن طريق الوسم خصوصا بالنسبة للسلع المعلبة أو المغلفة ، أو عن طريق معلقات إذا تعلق الإعلام بسعر السلع المتماثلة في صنفها ونوعها ووزنها حتى ولو تعددت الأمكنة التي تعرض فيها السلعة داخل المحل .

كما أوجب المشرع الجزائري أن تعلق التعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها أصحاب سيارات الأجرة الفردية أو الجماعية بشكل واضح داخل السيارات .

ونظرا لإختلاف السلع والخدمات من حيث طبيعتها فإن المشرع الجزائري أعطى الحرية في إختيار الوسيلة الأنسب للإعلام في كل مرة ، بشرط فقط أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة حتى تؤدي وظيفة إعلام المستهلك.

وتجدر الإشارة إلى أن إلزام العون الإقتصادي بالإعلام على النحو السابق بيانه إنما هو مقتصر على علاقته بالمستهلك ، أما علاقته بنظرائه من الأعوان الإقتصاديين كعلاقة تاجر التجزئة بتاجر الجملة فإن المادة 7 من قانون 02/04 نصت : " يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها ، ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار ، أو بأية وسيلة أخرى ملائمة ومقبولة بصفة عامة في المهنة " .

يتبين من ذلك أن العون الإقتصادي غير ملزم بإعلام الأسعار والتعريفات إلى باقي الأعوان الإقتصاديين إلا إذا طلب منه ذلك وحينئذ يكون الإعلام بجداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار ، وهي وسائل يقتصر دورها على إعلام من يطلع عليها فقط بخلاف الوسائل التي يتم بها إعلام المستهلك كالعلامات والوسم والمعلقات التي يجب أن تظهر وتوجه للجميع .

الفرع الثاني : تحديد مقدار السلعة المقابل للسعر المعلن :

إن تحديد العون الإقتصادي لسعر البيع وإعلانه للجمهور يستدعي بالضرورة تحديد مقدار السلعة الذي يقابل السعر المعلن عنه ، وإلا فلا جدوى من تبين السعر للمستهلكين إذا لم يحدد لهم مقدار المبيع المقابل لهذا السعر ، حتى يتسنى لهم الإعلام الذي يتوخاه المشرع ، لذا فقد نصت الفقرة 3 من المادة 5 سالفه الذكر : " يجب أن توزن أو تعد أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري ، وعندما تكون هذه السلع مغلفة أو معدودة أو موزونة أو مكميلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن " .

يتضح من هذه الفقرة أنها تخص السلع التي تباع بالمقادير سواء عن طريق العدّ كقوالب الإسمنت أو الآجر مثلا أو عن طريق الوزن كالخضر والفواكه والحبوب ، أو عن طريق الكيل بالنسبة للسوائل كالقماش والأنابيب .

ففي هذه السلع أوجب المشرع من خلال المادة 5 سالفه الذكر أن يتم التقدير (الفرز) أمام المشتري وذلك عند البيع أو عند تسليم المبيع للمشتري²⁸ .

لكن تسهيلا للعمل يقوم بعض التجار بالتقدير مسبقا خارج أوقات البيع ثم يتم عرض السلعة محددة المقدار على الجمهور لبيعها ، وهناك سلع تسوّق محددة المقدار منذ إنتاجها كالمشروبات والمياه المعدنية والمواد المصبرة ، ففي

هذه الحالة يجب على التاجر أو المنتج أو المصنع طبقا للمادة 5 أعلاه وضع علامة على الغلاف أو العبوة تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن .

ومما تجدر الإشارة إليه على أن حكم الفقرة 3 من المادة 5 يخص السلع المثلثة التي تباع عن طريق التقدير ، أما غيرها من السلع التي تباع بذاتيتها كالأجهزة والآلات مثلا فإن وضع علامة السعر عليها دليل على ثمنها باعتبارها كُلاً لا يتجزأ . بالإضافة لذلك فإن هذه الفقرة ركزت على السلع دون الخدمات على الرغم من أن الخدمات هي الأخرى يخضع مُقدمها للإلتزام بإعلام أسعارها وتعريفاتها ، وذلك لأن مضمون هذه الفقرة يتنافى مع طبيعة الخدمة باعتبارها آداء وليس شيئا . على أنه لا بد من تحديد الخدمة باعتبارها محلا للعقد يجب تعيينه ، بل إن بعض الخدمات تقتضي تحديد المقدار المقابل للسعر ، فمثلا سائق سيارة الأجرة يجب أن يحدد الوحدة المقابلة للسعر المعلن (مثلا 10,5 دج للكيلومتر الواحد).

كما نشير أيضا أن هناك بعض الخدمات التي يختلف الآداء والجهد المبذول فيها بحسب الظروف ، حيث لا يمكن تحديد مقابل الخدمة إلا بعد تقديمها وتقدير الجهد المبذول فيها ، ومن ثم يمكن تحديد السعر وإعلانه للمستهلكين منذ البداية ، وهذا ما إستدركه المشرع الجزائري في الفقرة الأخيرة من المادة 5 التي أحالت على التنظيم لتحديد الكيفيات الخاصة

المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات .

الفرع الثالث : موافقة الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي المدفوع
مقابل إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة :

نصت المادة 6 من قانون 02/04 : " يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة " .

ففي بعض الأحيان يتم إعلان أسعار أو تعريفات بعض السلع والخدمات ثم يفاجأ المستهلك عند مباشرته للعقد بإضافة مبلغ نظير بعض الملحقات أو مقابل أشياء أو آداءات ترتبط بتسليم السلعة أو تنفيذ الخدمة محل العقد ، وعادة ما تظهر هذه الإضافات عند تنفيذ العقد مما يوقع المستهلك في حرج ، مثال ذلك حساب قيمة الأكياس أو الأغلفة التي يوضع فيها المبيع ، أو أن يطلب من المسافر دفع مقابل حمل أمتعته العادية فوق تذكرة السفر المعلن عنها ، ففي هذه الأمثلة وغيرها يجد المستهلك نفسه في إحراج حيث يصعب عليه التراجع عن العقد إما لإعتبارات أدبية أو واقعية ²⁹ .

وهذا الأسلوب مخادع لأن الأسعار والتعريفات قد أعلنت مسبقا ، كما أنه أسلوب للتحايل على أحكام التسعير حيث يظهر السعر المعلن للجمهور وهيئات الرقابة موافقا لما يحدده التشريع ، إلا أن العون الإقتصادي يحصل

في الحقيقة على ما يفوق السعر المعلن عنه ، تفاديا لذلك أوجب المشرع الجزائري من خلال المادة 6 أعلاه أن تكون الأسعار والتعريفات المعلن عنها تشمل كل ما يتطلبه إقتناء السلعة وملحقاتها وما يلزم لإقتنائها من أكياس وأغلفة ، وكذلك قيمة الخدمة وما يرتبط بها وما يتطلبه آداؤها من أدوات ومواد لازمة للحصول عليها .

إن هذه الحماية التي توفرها المادة 06 من قانون 02/04 للمستهلك نجدها مقررّة أيضا في القواعد العامة حيث أنه طبقا للمادة 107 قانون مدني جزائري فإن تنفيذ العقد يكون طبقا لما إشتمل عليه وبحسن نية ، وتنفيذه أيضا يشمل ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الإلتزام³⁰ .

وقد ينشب نزاع بين المستهلك والعون الإقتصادي حول مدى إعتبار شيء أو آداء معين يدخل ضمن مستلزمات إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة فيتمسك به المستهلك بإعتباره مشمولا بالسعر المعلن ، في حين يشترط العون الإقتصادي إضافة قيمته بإعتباره ليس كذلك ، فحينئذ يجب الرجوع للعرف الجاري والمعتاد في التعامل حسب السلعة أو الخدمة محل العقد ، وللقاضي السلطة التقديرية في ذلك .

المطلب الرابع : أثر مخالفة الإلتزام بإعلام الأسعار والتعريفات :

إن المخالفات المرتبطة بإعلام الأسعار والتعريفات تتجلى في أحد الوجهين : إما عدم الإعلام من أساسه ، وإما من خلال الإعلام بأسعار وتعريفات غير شرعية .

الفرع الأول : عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات :

نصّت المادة 31 من قانون 02/04 : " يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 4 ، 6 ، 7 من هذا القانون ويعاقب عليه بالغرامة من خمسة آلاف دينار إلى مائة ألف دينار " .

تعتبر جريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك كما تعد أيضا من الجرائم السلوكية ، فلا يشترط لتمامها تحقق نتيجة معينة³¹ ، والملاحظ أن المادة 31 أعلاه لم تعاقب على مخالفة أحكام المادة 5 التي تبين كيفية تنفيذ الإلتزام بالإعلام وذلك لأن مخالفة المادة 5 يجسّد في الحقيقة الركن المادي لجريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات ، لذا إكتفى المشرع بالمعاقبة على مخالفة المادة 4 دون المادة 5 مادام مخالفة المادة الأولى يقتضي بالضرورة مخالفة الثانية ، أما عقاب المشرع على مخالفة حكم المادة 6 يرجع لكون العون الإقتصادي قد يلتزم بالمادة 4 لكن دون إلتزامه بالمادة 6 ، حيث يلتزم بإعلان الأسعار والتعريفات دون أن تكون موافقة للمبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة لذا خصّصت المادة 6 بالعقاب لأن مخالفتها لا يقتضي

بالضرورة مخالفة المادة 4 . في حين تشكل مخالفة أحكام المادة 7 جريمة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات بين الأعوان الإقتصاديين³² .

هذا بخصوص الآثار الجزائية لمخالفة العون الإقتصادي لإلتزامه بإعلام الأسعار والتعريفات ، أما الآثار المدنية لمخالفة هذا الإلتزام فتقتضي الرجوع إلى القواعد العامة ، حيث يكتيف عرض السلعة أو الخدمة للجمهور على أنه مجرد دعوة للتعاقد أو التفاوض وليس إيجابا ، ذلك أن الأسعار والتعريفات عنصر واحد فقط في عقد الإستهلاك ومن ثمة لا يصلح لإنشاء إلتزامات في ذمة العون الإقتصادي ، ويتزب على ذلك أن يصير المستهلك إما في موقع الموجب إذا قُدم عرض محدد ودقيق ، أوفي موقع المفاوض وحينئذ يكون عرضه لإستغلال العون الإقتصادي نظرا لإختلال القدرات الفنية والإقتصادية بين الطرفين ، لكن قانون 02/04 تصدى لهذه الوضعية في المادة 15 منه التي إعتبرت كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع ، ومنعت على العون الإقتصادي رفض التعاقد وهذا أحد أوجه الحماية التي كفلها هذا القانون للمستهلك .

الفرع الثاني : ممارسة أسعار غير شرعية :

على الرغم من أن الأمر 03/03 هو الذي تضمّن نظام الأسعار إلا أن الجرائم المتعلقة بنظام الأسعار تضمّنها القانون 02/04³³ المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في الفصل الرابع من الباب الثالث منه تحت

عنوان : " ممارسة أسعار غير شرعية " . حيث نصّت المادة 22 منه على : " كل بيع سلعة أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار ، لا يمكن أن تتم إلا ضمن إحترام نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به " .

كما منعت المادة 23 الممارسات الرامية إلى ما يلي :

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام الأسعار لأن التسعير قد يتم على أساس سعر التكلفة مضافا إليه هامشا محددًا للربح³⁴ ، لذا يلجأ البعض إلى تضخيم سعر التكلفة لزيادة سعر البيع .

- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار ، وذلك درأً للتحايل على أحكام التسعير حيث يقوم البعض بإعلان أسعار تتماشى مع الأسعار المقننة لكنهم يحصلون على زيادات بطرق ملتوية .

ولقد إعتبرت المادة 36 من قانون 02/04 مخالفة أحكام المادتين 22 و23 بمثابة ممارسات لأسعار غير شرعية يعاقب عليها بغرامة من عشرون ألف دج إلى مائتي ألف دج . أما الآثار المدنية المترتبة عن هذه الممارسات فإنه فضلا عن حق المستهلك في التأسيس كطرف مدني في الدعوى الجزائية لطلب التعويض عما لحقه من ضرر نتيجة هذه الممارسات طبقا للمادة 65

من قانون 02/04 ، فإنه بالرجوع إلى القواعد العامة يمكن للمستهلك أن يستند إلى دعوى إسترداد غير المستحق كما يمكنه طلب الإبطال للتدليس .

أولا : دعوى إسترداد غير المستحق : إذا لم يحترم العون الإقتصادي نظام الأسعار المقننة وذلك بأن باع سلع أو قدّم خدمات خاضعة لنظام تقنين الأسعار بسعر أو ربح يتجاوز السعر أو الربح المحدد قانونا ، فإن هذه الزيادات تعتبر من قبيل الدفع غير المستحق طبقا للمادة 01/143 قانون مدني جزائري ، وطبقا للمادة 147 قانون مدني جزائري فإنه إذا كان من تسلم المستحق سيء النية فإنه يلتزم أيضا برد الأرباح التي جناها من الشيء الذي تسلمه بغير حق .

لذا فإن للمستهلك الخيار في حال دفعه لمبلغ يفوق السعر المحدد قانونا بين دعوى التعويض طبقا للمادة 65 من قانون 02/04 ، أو دعوى إسترداد غير المستحق مراعيًا في إختياره قيمة ما يعود عليه من فائدة في كل مرة وما تتطلبه كل دعوى من إثبات .

ثانيا : دعوى إبطال التدليس : إن ممارسة العون الإقتصادي لأسعار غير شرعية سواء عن طريق القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار ، أو عن طريق القيام بمناورات ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار هو من

قبيل التدليس الذي يخوّل للمستهلك طلب إبطال العقد ، فطبقا للمادة 68 مدني جزائري فإن التدليس يقوم على عنصرين مادي ومعنوي³⁵ .

فالعنصر المادي يتمثل في الحيل المستعملة من طرف العون الإقتصادي قصد تضليل المستهلك وإيهامه بأن السعر المعروض قانوني ومعقول، أما العنصر المعنوي فيتمثل في نية التضليل والخداع عند المدّلس .

وعليه إذا أثبت المستهلك أن تلك التصريحات المزيفة والمناورات هي التي دفعته للتعاقد بهذا السعر ، جاز له أن يطلب إبطال العقد ، والتعويض عن الضرر الذي أصابه .

الخاتمة :

نخلص من دراستنا لنظام الأسعار في الجزائر إلى أن اعتماد الجزائر لنظام إقتصاد السوق القائم أساسا على مبدأ حرية الأسعار لم يحل دون تدخل الدولة في هذا المجال ، إما بطريقة غير مباشرة عن طريق تنظيم قواعد المنافسة ، وإما بطريقة مباشرة عن طريق تقنين الأسعار سواء في الظروف العادية بالنسبة للسلع والخدمات الإستراتيجية ، أو بإتخاذ تدابير إستثنائية إذا إقتضى الحال ، ولا شك أن هذا الإزدواج يتماشى مع حداثة توجه الجزائر نحو إقتصاد السوق ، كما يحقق مصلحة المستهلك بطبيعة الحال .

وأخيرا فإنه إذا كان يُحظر على العون الإقتصادي تجاوز السعر المعلن، فهل هو حر في تخفيض السعر ؟. إن جريمة ممارسة أسعار غير شرعية تستهدف الزيادة غير القانونية للأسعار أما التخفيض عن السعر أو هامش الربح المعلن فهو خارج عن هذا الحظر ، وهذا يخدم بلا شك مصلحة المستهلك . لكن هذه المنافسة بالسعر المخفض تبقى دائما منوطة باحترام قواعد المنافسة التي تحظر من جهتها بموجب المادة 12 من أمر 03/03 ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه الممارسات تهدف إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق ، وبالتالي يكون التخفيض في هذه الحالة من الممارسات المقيدة للمنافسة المعاقب عليها .

الهوامش :

¹ - الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 25 جويلية 1995 المتعلق بالمنافسة (جريدة رسمية 1995/09)

² - الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة (جريدة رسمية 2003/43).

³ - وهي نفسها المادة 4 من الأمر 05/96 المتعلق بالمنافسة (الملغى).

⁴ - نبيل إبراهيم سعد، العقود المسماة (عقد البيع)، ط.2، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004، ص.149 (الهامش).

⁵ - J. Calais-Auloy et F. Steinmetz, Droit de la consommation, 5^e édition, Dalloz, 2002, p. 328.

⁶ - J. Calais-Auloy et F. Steinmetz, Op. Cit., p. 331.

⁷ - المادة 6 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

⁸ - المادة 7 من نفس الأمر. ويقصد بـ"وضعية الهيمنة" الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام سوق فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أوزبائنها أو ممونيها. (المادة 3 بند ج).

⁹ - المادة 10 من نفس الأمر.

¹⁰ - المادة 11 من نفس الأمر. ويقصد بـ"بوضعية التبعية الاقتصادية" هي العلاقة التجارية التي لا تكون فيها المؤسسة ما بديل مقارن إذا أرادت رفض

التعاقد بالشروط التي تفرضها عليه مؤسسة أخرى سواء كانت زبوناً أو مموناً. (المادة 3 بند د).

¹¹ - المادة 12 من الأمر 03/03.

¹² - J. Calais-Auloy et F. Steinmetz, op.cit, p. 335.

¹³ - وهو ما صرحت به المادة الأولى من الأمر 03/03 بنصها: "يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات

مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين".

¹⁴ محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة، مجلة إدارة، عدد 23، 2000، ص. 53، وأنظر كذلك علي فيلاي،

الإلتزامات، النظرية العامة للعقد، موفم للنشر، الجزائر 2001، ص 213.

¹⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 119/95 المؤرخ في 28 آفريل 1995 (جريدة رسمية عدد 1995/25).

¹⁶ - المرسوم التنفيذي رقم 31/96 المؤرخ في 15 يناير 1996 (جريدة رسمية عدد 1996/04).

¹⁷ - حيث سبق وأن نظم مجلس المنافسة بالأمر 06/95، ثم أعيد تنظيمه بموجب الأمر 03/03 في الباب الثالث منه.

¹⁸ - أنظر المادة 23 من الأمر 03/03.

¹⁹ - أنظر المادة 34 من نفس الأمر.

²⁰ - أنظر المادة 63 من نفس الأمر.

²¹ - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2000، ص. 64.

²² - علي فتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر العربي، مصر، 2010، ص 120.

²³ - أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005. ص. 115، وكذلك السيد خليل

هيكل نحو القانون الإداري للإستهلاك في سبيل حماية المستهلك ، دار النهضة العربية ، القاهرة،
مصر 1979 ، ص 205.

²⁴ - ربيعة حلومي ، ضمان الإنتاج والخدمات ، رسالة ماجستير في العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق،
جامعة الجزائر ، 2001-2002 ، ص 98 .

²⁵ - زاهية حورية سي يوسف ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومة الجزائر ، 2008 ، ص 72 .

²⁶ - زاهية حورية سي يوسف ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومة الجزائر ، 2008 ، ص 72.

²⁷ - بن داود إبراهيم ، قانون حماية المستهلك ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، مصر 2014 ، ص
52.

²⁸ - القانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية (
الجريدة الرسمية عدد 41 لسنة 2004) .

²⁹ - أنظر على سبيل المثال المادتان 2 و 3 من المرسوم التنفيذي رقم 44/98 المؤرخ في
1998/02/01 المتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج

والتوضيب والتوزيع ، جريدة رسمية عدد 05 لسنة 1998 .

³⁰ - علي فيلاي ، المرجع السابق ، ص 220.

³¹ - ربيعة حلومي ، المرجع السابق ، ص 113 .

³² - علي بولحية بن بوخميس . المرجع السابق ، ص 93 .

³³ - قانون 02/04 ، السابق الذكر .

³⁴ - المادة 23 من قانون 02/04 ، القانون السابق ، ص 06 .

³⁵ - علي فيلاي ، المرجع السابق