

الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك

د. ارزيل الكاهنة

أستاذة محاضرة أ

كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو

مقدمة

يقوم النشاط الاقتصادي في شقه التجاري على ركائز أساسية قوامها احترام التبادل الحر لمختلف السلع والخدمات، بشرط أساسي هو احترام قواعد التنافس الحر النزيه والشفاف والمشروع بين مختلف الأعوان الاقتصاديين المتواجدين في الميدان، إلا أن تجسيد ذلك مرهون بالحفاظ على حقوق الطرف الضعيف في المعادلة الاقتصادية المتمثل في "المستهلك". في هذا الإطار نصت مختلف التشريعات المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك على جملة من الالتزامات مضمونها ممارسة النشاط التجاري في ضوء احترام حقوق المستهلك.

في ضوء هذه المعطيات نتساءل حول مدى نجاح تلك النصوص التشريعية في إقامة التوازن بين النشاط التجاري في جو يسوده التنافس الحر من جهة، واحترام وضعية المستهلك من جهة أخرى؟ بتعبير آخر، هل يمكن فعلا التصريح بوجود توازن حقيقي بين نشاط الأعوان الاقتصاديين للنشاط التجاري وحق المستهلك من الناحية القانونية؟

في هذا المعنى، يجب إبراز العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك والطرق القانونية المعتمدة لتكريس الموازنة بينهما (المبحث الأول) ومدى نجاعة تلك الطرق في تحقيق الموازنة (المبحث الثاني).

المبحث الأول: العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك وطرق الموازنة بينهما

إن تطوّر قواعد السوق في القرن الـ19م والـ20م جعلت من المستهلك يتصف بـ :

- المستهلك "ملكاً" يتحكم في النظام الاقتصادي: إذ أن التنافس بين مختلف السلع والخدمات لاسيما من حيث الجودة والنوعية والأسعار المحددة لها، تجعل من المستهلك يختار ما يناسبه.

- المستهلك "ضحية": بسبب المنافسة الشديدة بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين الذين يمتازون بالاحترافية بالنظر إلى الوضعية المالية المريحة والمعلومات التي لديهم، تجعل من المستهلك يخضع مباشرة لقانون وإرادة هؤلاء المتعاملين.

من هنا يمكن تحديد العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك من حيث التطرق إلى طبيعتها (المطلب الأول) وطرق الموازنة بينهما (المطلب الثاني).

المطلب الأول: العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

إن الاستهلاك هي آخر مرحلة من الدورة الاقتصادية بعد عملية الإنتاج والتوزيع، والتي تجمع بين المتعامل الاقتصادي أو المحترف وبين شخص المستهلك. وبهدف الحفاظ وتجسيد العلاقة تدخلت مختلف التشريعات ومن بينها التشريع الجزائري لتنظيمها وتأطيرها. ويظهر ذلك في نصوص قانونية مختلفة من أبرزها قانون المنافسة وقانون الاستهلاك وقانون الممارسات التجارية.

1 - قانون المنافسة: فالمادة الأولى من الأمر رقم 03-03 تنص صراحة على: « 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 »⁽¹⁾.

2 - قانون الاستهلاك: يتجلى ذلك في المادة الأولى والثانية التي تنصان على أن الهدف من إصداره هو تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك

¹ - أمر رقم 03-03 مؤرخ في 2003/07/19 يتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، ج.ر العدد 43 لـ 2003/07/20. وهو المضمون نفسه في قانون المنافسة المغربي في ديباجته بنصها: « La présente loi a pour objet de... définit les règles de protection de la concurrence afin de stimuler l'efficacité économique et d'améliorer le bien-être des consommateurs... ». Loi N° 06-99 sur la liberté des prix et de la concurrence, Extraits des sahir N° 1-00-225 du 2 rabir 1/1421/5/06/2006.

وقمع الغش من جهة، وعلى كل السلع التي تعرض في السوق والمتدخل في جميع عمليات عرض تلك السلع في السوق⁽¹⁾.

3 - قانون الممارسات التجارية: تنص المادة الأولى من القانون رقم 02/04 على الهدف من إصدار القانون هو تحديد القواعد والمبادئ المتعلقة بالشفافية والنزاهة للممارسات التجارية والتي تقوم بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم، وبين هؤلاء المتعاملين والمستهلكين إضافة إلى حماية المستهلك وإعلامه⁽²⁾.

من خلال هذه النصوص يمكن استنتاج ما يلي:

أ - تتفق كل هذه النصوص أنه لا يمكن الفصل بين النشاط التجاري والمنافسة وحماية المستهلك، ويظهر ذلك من خلال العبارات المستعملة خاصة بالنسبة لشخص المتعامل الاقتصادي. بالنسبة لقانون المستهلك فالمصطلح هو "المتدخل" بمعنى كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك⁽³⁾. بالنسبة لقانون الممارسات التجارية، المصطلح هو العون الاقتصادي وهو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي⁽⁴⁾. أما فيما يخص قانون

¹ - قانون رقم 03-09 مؤرخ في 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. العدد 15، لـ 2009/03/08.

² - قانون رقم 02-04 مؤرخ في 2004/06/23، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. العدد 41، لـ 2004/06/27.

³ - المادة 3 من قانون رقم 03-09، مرجع سابق.

⁴ - المادة 3 من قانون رقم 02-04، مرجع سابق.

المنافسة فبالعبارة هي "المؤسسة" بمعنى كل شخص طبيعي، أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات⁽¹⁾.

ب - تأكد كل هذه النصوص أنه في جميع الحالات التي يقوم بها العون الاقتصادي بأداء نشاطه في التنافس أو التجارة عليه أن يراعي وضعية المستهلك، والذي عرف على أنه كل شخص طبيعي يقتني سلعا أو خدمات سواء بالمقابل أو بالمجان، ومع التأكيد في قانون الاستهلاك على أنها يجب أن توجه للاستعمال الشخصي ولتلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.

ج - مختلف تلك النصوص أكدت بصفة غير مباشرة على وجود إذن علاقة بين ممارسة المنافسة والتجارة وحماية المستهلك، وهذا من خلال الهدف من إصدار تلك النصوص. إلا أن تحديد طبيعة العلاقة ومضمونها لم يتم النص عليها صراحة، وهو الأمر الذي يجب التدقيق فيه بهدف استنتاجه. في حقيقة الأمر يمكن تحديد وإظهار طبيعة العلاقة القائمة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك من خلال ما يلي:

أ - أسباب وجود النصوص القانونية المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك: فمختلف الدراسات التي اهتمت بتطور حماية المستهلك تأكد على وجود فجوة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، فالأولون هم في مركز أسمى بالمقارنة بالمستهلكين. ويظهر ذلك من خلال العقود التي تبرم بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك والتي توصف بأنها من عقود الإذعان التي تتضمن شروط مسبقة يملئها المتعامل الاقتصادي مسبقا، وما على المستهلك إلا قبولها أو

¹ - المادة 3-أ من الأمر رقم 03-03، مرجع سابق.

رفضها. في هذا الإطار، كان من الضروري تدخل التشريعات لوضع حد للممارسات التعسفية التي يمكن أن يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك.

وقد كان هذا الاهتمام بإصدار النصوص القانونية الهادفة إلى تنظيم المنافسة من جهة، وحماية حقوق المستهلك من جهة ثانية، من قبل المشرع الأمريكي من خلال التأثير بتصريح الرئيس كينيدي سنة 1962 الذي تضمن اعتبار المستهلكين هم المجموعة الاقتصادية الأكثر أهمية والتي لا تهتم المجموعة الوطنية بالإصغاء إلى مطالبها ومن ثمة وضع تشريع يضمن لهم الممارسة الكاملة للحق في حمايتهم والحق في إعلامهم وتقديم مطالبهم والإصغاء إليها وكذا اختيار العديد من المنتجات⁽¹⁾.

في الجزائر، كان الاهتمام بإصدار النصوص المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك، ومن ثم إذن تأطير النشاطين بموجب أول قانون لتنظيم المستهلك بموجب القانون رقم 02-89 والذي تم إلغائه بموجب القانون رقم 03-09 والذي تم التأكيد في مشروع إعداده على ضرورة قيام المتعامل الاقتصادي (المتدخل) بضمان مطابقة جميع المنتجات والخدمات المعروضة في عملية العرض للاستهلاك، وكذا توسيع مجال تطبيق إجراءات حماية المستهلك وقمع الغش على جميع المنتجات والخدمات

¹ - CALAIS-AULOY Jean, STEINMETZ Frank, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1996, p 3.

المعروضة في السوق، إضافة إلى إدراج مبدأ الاحتياط قصد الوقاية من الأخطار الناجمة عن وضع المنتجات التي تشكل خطراً في السوق⁽¹⁾.

أيضاً قانون المنافسة الصادر في 1995 و 2003 والذي تمّ التأكيد أيضاً على ضرورة تقيد قواعد المنافسة بواجب احترام حقوق المستهلك مثلاً من خلال منح الشروط التي تحكم العلاقات بين المنتجين والموزعين والتي من شأنها إلحاق الضرر بالمستهلكين⁽²⁾.

ب - تطوّر التجارة والأسواق: إنّ المبادئ التي تنادي بفتح الحدود ورفع الحواجز أمام تدفق مختلف السلع والخدمات أدى إلى ظهور وازدياد المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين، فأدى ذلك إلى توسع ورواج الأسواق وتنوع السلع والخدمات التي تعرّض فيها سواء كانت صناعية أو زراعية، وسواء كانت محلية أو أجنبية. هذا يؤكد على أنّ توسع السوق هي نعمة لأن ذلك يؤدي إلى الازدهار والتقدم الاقتصادي، إلا أن ذلك يعتبر نقمة بالنسبة للأشخاص الذين يقتنون تلك السلع والخدمات في الحالة التي تكون فيها تلك السلع والخدمات غير مطابقة للمواصفات والمقاييس. إذن يجب التدخل لحماية الطرف الأكثر تضرراً وهو المستهلك من خلال إخضاع تلك السلع والخدمات للرقابة.

من خلال هذه المعطيات نستنتج أنّ طبيعة العلاقة الموجودة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك هي علاقة غير متوازنة وغير متكافئة Relation

¹ - مشروع قانون يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وزارة التجارة، جوان 2008، ص ص 3 و 4.

² - المادة 6 من أمر رقم 03-03، مرجع سابق.

déséquilibrée. وهذا الأمر موجود منذ البداية من خلال وجود بائع ومشتري في سوق واحدة. فقواعد المنافسة لها نتائج مباشرة على المستهلكين، ومن ثمة هناك علاقة تأثير وتأثر بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك، لأن كلاهما لها صلة مباشرة بقواعد اقتصاد السوق. ثم أن حماية المستهلك من الغش والخداع تحمي في الوقت نفسه المتنافسين، وبالعكس، فإن منع البيع بالخسارة يستهدف حماية المتعامل الاقتصادي، لكن يحمي أيضاً المستهلك ضد سياسة الخفض المصطنع لسعر مادة أو خدمة معينة، والذي قد يعود فيما بعد، بأرباح طائلة على مواد و سلع أخرى على حساب المستهلك⁽¹⁾.

المطلب الثاني: الطرق المكرسة قانوناً للموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

على أساس أن العلاقة بين المنافسة وحقوق المستهلك هي ذات طبيعة غير متكافئة، فإن التشريعات تدخلت لمحاولة وضع أو فرض توازن بين الوضعيتين وهذا من خلال وسيلتين أساسيتين هما:

- واجب المتعامل الاقتصادي بإعلام المستهلك (الفرع الأول).
- الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها المتعامل الاقتصادي على المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: إعلام المستهلك

¹ - كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل دكتوراه دولة في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معري-تيزي وزو، 2006، ص 76.

من واجبات المتعامل الاقتصادي المحترف عند عرضه للسعة أو الخدمة في السوق، أن تكون مطابقة للمقاييس والمعايير المنصوص عليها في القانون، ثم بعدها يلزم بأن يعلم المستهلك قبل شراءها بالمعلومات الخاصة بها؛ وهذا الواجب بالإعلام نابع ومستنتج من إرادة المستهلك في إبرام العقد، ويعتبر من المواضيع الأساسية لغرض احترام المحترف لوضعية المستهلك من جهة. كما أن الإعلام يعتبر عامل لشفافية السوق ولتطور المنافسة انطلاقاً من العبارة القائلة «كلما كان الإعلام جيد، كلما كان أمام المستهلك الاختيار أكثر»⁽¹⁾.

وقد تمّ النص على هذا الالتزام بإعلام المستهلك في القانون الجزائري بموجب الفصل الخامس ضمن الباب الأول من قانون الاستهلاك الجديد تحت عنوان "إلزامية إعلام المستهلك". وقبل ذلك المادة 4 إلى المادة 09 من قانون الممارسات التجارية ضمن الفصل الأول تحت عنوان "الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع"⁽²⁾. مع الإشارة أن حق المستهلك في هذا الإعلام مستمد من القواعد العامة للعقد المنصوص عليها في التقنين المدني بموجب المادة 1/352 التي تنص على:

« يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه »⁽³⁾.

¹ - « Mieux informés, les consommateurs sauront mieux choisir ». CALAIS - AULOY Jean, STEINMETZ Frank, op. Cit, p 44.

² - قانون رقم 04-02، مرجع سابق.

³ - أمر رقم 75-58 مؤرخ في 1975/09/26، يتعلق بالتقنين المدني، معدل ومتمم، دار بلقيس، الجزائر، 2008.

وهذا النظام للإعلام بالنسبة للمستهلك كالتزام يقع على المتعامل الاقتصادي يعتبر من الأحكام الجديدة المكرّسة في المنظومة القانونية الجديدة، في قانون الممارسات التجارية وقانون الاستهلاك الجديد. ففي ظل قانون الاستهلاك 1989 لم يتم تخصيص نصوصا خاصا ما عدا ما هو وارد في المادة الرابعة منه، وهو ما يعني تغير النظرة في إقامة التوازن أكثر بين المستهلك والعون الاقتصادي.

وبالنسبة للكيفية التي فيها الإعلام، يجب التمييز بين:

1 - الالتزام العام بالإعلام: هو ذلك الإعلام المشار إليه آنفا الوارد في التقنين المدني المستمد من قاعدة "حسن النية" في إبرام وتنفيذ العقود المنصوص عليها في المادة 107 منه. بالنسبة للمستهلك نجد هذا الالتزام منصوص عليه في المادة 17 من قانون الاستهلاك الجديد بإقرارها بأنّ العون الاقتصادي أو المتدخل يجب أن يعلم المستهلك بكل المعلومات ذات الصلة بالمنتوج. أيضا المادة 4 من قانون الممارسات التجارية التي تلزم البائع إجباريا بإعلام المستهلكين (الزبائن) بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع.

أكثر من ذلك، ففي حالة عدم قيام المتعامل الاقتصادي بذلك، فإنّه يتعرض لعقوبات منصوص عليها في قانون الممارسات التجارية وفي قانون الاستهلاك سيتم التفصيل فيها لاحقا.

2 - الالتزام الخاص بالإعلام: مؤدى هذا الالتزام، هو أنّ القانون أو التنظيم هو الذي يحدد المعلومات التي يجب على المحترف تقديمها للمستهلك، والتي يصحبها تقديم أو توقيع الجزاءات، وهي التي تعبر عن منع المحترف من التجاوزات التي قد يمارسها إزاء المستهلك، وهو ربما فرض نوعا من الموازنة

بين نشاط المتعامل الاقتصادي وحق المستهلك في الحماية. بتعبير آخر هذا النوع من الإعلام وسيلة لإجبار العون الاقتصادي على احترام الأحكام التشريعية والتنظيمية الخاصة بحق المستهلك في الحماية والوقاية من مختلف السلع والخدمات التي تعرض في السوق، وهي نابعة من خاصية القاعدة القانونية بصفة عامة والمتمثلة في "الجزاء" أي أن هذه القواعد من النظام العام فقواعده أمره. وعليه يمكن وصف هذا الالتزام الخاص بالإعلام بالطابع الوقائي بهدف تحقيق الموازنة بين نشاط المنافسة والتجارة وبين حقوق المستهلك.

بمعنى أن الالتزام الخاص بالإعلام هو مكمل للالتزام العام بالإعلام ما دام القانون يصحب ذلك بجزاء. وعلى العموم ينصب هذا الالتزام الخاص بالإعلام على:

2 - أ - الإعلام حول طبيعة السلع والخدمات: وهو المقصود بالفقرة الأولى من المادة 17 من قانون الاستهلاك التي تنص على « يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة »⁽¹⁾. وكذا المادة 11 التي تنص على أن المنتوجات التي يتم عرضها للمستهلك يجب أن تلبي الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعتها وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته. بمعنى آخر فهذا الإعلام حول طبيعة السلع والخدمات يتم بواسطة الوسم (Etiquetage) والذي لم يتم تعريفه في قانون الاستهلاك الجديد، تاركا الأمر لنص تنظيمي لم يصدر بعد. وفي الإطار نأخذ

¹ - قانون رقم 03-09، مرجع سابق.

بالتعريف المنصوص عليه في المرسوم التنفيذي رقم 90-30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش⁽¹⁾، ويعرّف على أنّه جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع والتجارة والصورة والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في تغليف أو وثيقة أو كتابة أو رسمة أو خاتم أو طواق* يرافق منتوجات أو خدمة يرتبط بها.

2 - ب - الإعلام حول أسعار السلع والخدمات: هذا النوع من الإعلام منصوص عليه في قانون الممارسات التجارية وفي قانون المنافسة. فالمادة الرابعة من قانون الممارسات التجارية تنص صراحة على إجبارية إعلام العون الاقتصادي بأسعار السلع والخدمات التي يعرضها للمستهلك. ويتم ذلك بواسطة علامة أو وسم أو معلقة أو بأية وسيلة أخرى بشرط وهو أن تكون تلك الأسعار مرئية ومقروءة. وتضيف المادة 07 من القانون نفسه أنّه حتّى عندما يكون اتفاق بين الأعوان الاقتصاديين حول أسعار البيع يجب إعلام المستهلك بذلك بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار.

والغرض من هذا الالتزام هو تمكين المستهلك من المقارنة بين مختلف الأسعار المطبقة في السوق لاختيار السعر الذي يناسبه.

2 - ج - الإعلام بشروط البيع: فإعلام بأسعار السلع والخدمات قد تكون غير كافية للمستهلك، لذلك أضاف القانون شرط آخر هو إلزامية قيام العون

¹ - وهذا تطبيقاً للمادة 94 من القانون رقم 09-03 التي تنص على: «تُلغى أحكام القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق لـ 7 فبراير 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وتبقى نصوصه التطبيقية لهذا سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها».

الاقتصادي بالإعلام بشروط البيع، لأن المسألة تتعلق بشفافية الممارسات التجارية والتنافس الحر والنزيه. لذا تنص المادة 08 من قانون الممارسات التجارية على أن البائع ملزم قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية وسيلة بكل المعلومات النزيهة والصادية التي تعرف بالمنتوج أو الخدمة وبشروط البيع وحتى الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة.

2 - د - استخدام اللغة العربية عند الإعلام: هذا الالتزام منصوص عليها في المادة 18 من قانون الممارسات التجارية القاضية بأن يكون الإعلام حول طبيعة السلعة أو الخدمة وكذا الأسعار من قبل العون الاقتصادي للمستهلك باللغة العربية أصلاً، مع إمكانية استعمال لغات أخرى إذا كان الأمر يهدف إلى إيصال الرسالة أو المعلومة إلى المستهلك بطريقة سهلة، لكن بشرط أن تكون اللغة مفهومة ومرئية ومقروءة.

الفرع الثاني: الحد من الشروط التعسفية

الأصل في إبرام العقود هو مبدأ سلطان الإرادة يتم من خلالها التفاوض بشأن شروط وكيفية العقد تطبيقاً لقواعد التقنين المدني، إلا أنه في مجال النشاط التنافسي فالوضع يختلف. فعلى أساس أن المتعاملين الاقتصاديين هم أصحاب السلع والخدمات، فعندما يقررون بيعها فهم الذين يضعون الشروط المسبقة للعقود وما على المستهلك إلا قبولها، وذلك بموجب عقود نموذجية. فنكون أمام عقود الاستهلاك توصف بأنها من عقود الإذعان ما دام هناك طرف قوي هو المتعامل الاقتصادي وطرف ضعيف المستهلك وهو ما يعبر عن عدم الموازنة بينهما.

أكثر من ذلك، فالمتعامل الاقتصادي قد يلجأ إلى تضمين العقد الذي يعده مسبقاً شروط تعسفية قد تضر بمصالح المستهلك. لذا وبهدف إقامة الموازنة بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك تدخلت التشريعات لوضع الحد لتجاوزات التي قد يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي ما دام الأمر يتعلق بشفافية الممارسات التجارية والمنافسة المشروعة والحررة. وذلك من خلال ما يلي:

1 - الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي: وهذا

بنصوص قانونية صريحة وواضحة تلزم المتعامل الاقتصادي باحترام بعض الشروط عند إعدادة للعقد الذي يود إبرامه لاحقاً مع المستهلك. وما وجود فصل كامل ضمن قانون الممارسات التجارية إلا دليل على ذلك تحت عنوان "الممارسات التعاقدية التعسفية". حيث تمّ تحديد الشروط التي لا يجب على العون الاقتصادي تدوينها في العقد والمتمثلة في:

- أ - أخذ حقوق وامتيازات لا تقابلها حقوق وامتيازات بالنسبة للمستهلك.
- ب - حق تعديل العقد من قبل المتعامل الاقتصادي بالنسبة للعناصر الأساسية بالإرادة المنفردة.
- ج - إجبار المستهلك بتنفيذ التزامات اتجاه المتعامل الاقتصادي دون أن يحدث العكس، وهو تنفيذ المتعامل الاقتصادي لالتزامات في مواجهة المستهلك.
- د - تعديل المسائل الخاصة بالمنتوج أو الخدمة دون موافقة المستهلك.
- هـ - اتخاذ قرارات ذات صلة بمطابقة المنتوج أو تفسير شروط العقد حسب ما يراه المتعامل الاقتصادي مناسباً بالنسبة له.

و - إضافة التزامات فورية على المستهلك ومنعه من اللجوء إلى حقه في فسخ العقود في حالة عدم قيام المتعامل الاقتصادي بتنفيذ التزاماته.

ز - التهديد بفسخ وإنهاء العقد من قبل المتعامل الاقتصادي كون المستهلك يرفض تنفيذ شروط متفاوتة وغير متكافئة. يضاف إليها تغير آجال تسليم المنتج أو تنفيذ الخدمة من قبل المتعامل الاقتصادي.

تعتبر هذا النوع من الشروط متعسف فيها لأنها مخالفة تماما لقواعد التقنين المدني الخاصة بإبرام العقود خاصة المواد 106 و 107 و 176 و 361 و 364 و 370 والمادة 119.

2 - النص على البيانات والشروط الإلزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك: لم يكتفِ المشرع الجزائري وعلى غرار باقي التشريعات على النص على الشروط التي يمكن للمتعامل أن يتضمنها العقد الذي يعده مسبقا والتي تعتبر تعسفية، وإنما حدد وعن طريق التنظيم الشروط التي يجب أن يتضمنها العقد حماية لمصالح المستهلك، مع الاعتراف مسبقا بوجود إذعان المستهلك بالمقارنة بالمتعامل الاقتصادي.

وقد تمّ النص على ذلك بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المتعلق بالعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين

والبنود التي تعتبر تعسفية⁽¹⁾. وتتمثل هذه الشروط في العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك خاصة ما تعلق بالسلع والخدمات والأسعار وكيفيات الدفع وشروط التسليم وآجاله وعقوبات التأخير عن الدفع والتسليم وشروط تسوية الخلافات وإجراءات فسخ العقد. كما تتعلق هذه الشروط بالإعلام المسبق للمستهلك وأمن ومطابقة السلع والخدمات وكذا الضمان والخدمة ما بعد البيع.

انطلاقاً من هاتين الوسيلتين نلاحظ أن القانون حاول فرض نوع من الصرامة على المتعامل الاقتصادي تسمح له بممارسة نشاطه التجاري من جهة، واحترام حقوق المستهلك من جهة ثانية، وهذا هو التوازن اللازم توافره.

المبحث الثاني: نجاعة وفعالية الموازنة المكرسة قانوناً بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

باعتبار النصوص القانونية تعترف بعدم التكافؤ بين طرفي المعادلة الاقتصادية القائم بين العون الاقتصادي والمستهلك، وهذا بإقرارها بإذعان أو سمو الأول عن الثاني من جهة. وما دامت هذه النصوص تدخلت لمحاولة إعادة التكافؤ والتوازن بين نشاط العون الاقتصادي وحق المستهلك من جهة ثانية، فيجب إذن تحديد قوة و نجاعة تلك النصوص في تحقيق التوازن والذي يمكن

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 306-06 مؤرخ في 2006/09/10، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، معدل ومتمم، ج.ر العدد 56 الـ 2006/09/11.

حصره في الرقابة المفروضة على النشاط التنافسي (المطلب الأول) والجزاءات المفروضة على العون الاقتصادي (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الرقابة كآلية لفعالية الموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

لا يمكن للعون الاقتصادي أن يحترم التزاماته في مواجهة المستهلك والمكرسة قانونا لم تكن هناك أجهزة تسهر على رقابته سواء عند قيامه بواجب الإعلام أو المطابقة أو التعريف بالأسعار أو وضعه لبنود العقد الذي قد يربطه بالمستهلك. ومن هنا تعتبر الرقابة وسيلة وقائية تتكفل بعدم تعرض مصالح وحقوق المستهلك للضرر. وفي هذا الإطار يجب تحديد الأجهزة المكلفة بالرقابة (الفرع الأول) ودورها في تجسيد النصوص القانونية في مواجهة العون الاقتصادي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أجهزة الرقابة

يمكن تقسيمها، وتطبيقا للقانون الجزائري إلى:

1 - الأجهزة الإدارية: تتمثل وتطبيقا لقانون الاستهلاك الجديد في أعوان

قمع الغش الذين يتبعون مباشرة لوزارة التجارة. يضاف إليها وزارة التجارة من خلال شخص الوزير بالذات والمديريات المتواجدة على المستوى المركزي التابعة لوزير التجارة. ويتعلق الأمر بالخصوص بالمديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها والمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

كما أن الوالي من جهته يعتبر من الأجهزة المخول لها قمع الغش وحماية الجودة والمستهلك باعتباره المسؤول على المحافظة على النظام والأمن العام

بشكل عام على مستوى إقليم الولاية المعين فيها. أيضا رئيس المجلس الشعبي البلدي المكلف بتنفيذ رقابة وجودة المواد الغذائية والمنتجات الاستهلاكية الموزعة على مستوى البلدية.

2 - الأجهزة التقنية: تتمثل أساسا في مخابر قمع الغش التابعة مباشرة لوزارة التجارة والتي تهدف في مجملها إلى إجراء التحاليل والاختبارات والتجارب قصد حماية المستهلك وقمع الغش.

3 - لجنة البنود التعسفية: هي لجنة مستحدثة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 306-06 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية. وهي لجنة ذات طابع استشاري تابعة مباشرة لوزارة التجارة. تتكون من ممثل عن الوزير المكلف بالتجارة، وممثل عن وزير العدل وعضو من مجلس المنافسة، زائد عضوين عن الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة وعضوين عن جمعيات المستهلكين ذات الطابع الوطني⁽¹⁾. ويعتبر إنشاء هذه اللجنة تطبيقا لما هو ما* موجود في القانون الفرنسي كآلية لرد الاعتبار للتوازن العقدي، غالبا ما تنتهي في العلاقة لصالح المتعامل الاقتصادي⁽²⁾، لكن مع فرق بالنسبة للتشكيلة. ففي القانون الفرنسي تتكون اللجنة

¹ - المواد من 6 إلى 8 من مرسوم تنفيذي رقم 306-06، مرجع سابق.
² - حملاحي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2005 - 2006، ص 41.

من قضاة ومختصين في القانون ولا نجد ضمن تشكيلتها الهيئات التابعة للوزارة مثلما هو معمول به بالنسبة للجنة المستحدثة في القانون الجزائري.

الفرع الثاني: دور أجهزة الرقابة

إن دور أجهزة الرقابة فيما يتعلق بالحفاظ على التوازن بين ممارسة العون الاقتصادي لنشاطه التجاري في إطار المنافسة المشروعة، وبين حماية مصالح المستهلك وتطبيقا للنصوص القانونية تظهر في:

1 - رقابة الجودة: ويتعلق الأمر بالرقابة على جودة مختلف السلع والخدمات التي تعرض في السوق وهذا أثناء عمليات الإنتاج والتوزيع إذا كانت سلعاً وخدمات محلية، وأثناء عمليات التصدير والاستيراد إذا كانت سلعاً وخدمات أجنبية. وهو ما تنص عليه المادة 29 من قانون الاستهلاك الجديد بإقرارها: « يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه، بأي وسيلة وفي أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصة بها ». وتضيف المادة 2/30 « تتم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود، قبل جمركتها ».

وهذه الرقابة تنصب على التأكد من قيام المحترف بتنفيذ التزامه بتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك المنصوص عليه في المادتين 11 و12 من القانون نفسه والمتعلق بمطابقة المنتج كأساس جوهري في الجودة والتي ترتبط ارتباطاً جوهرياً بالرقابة التي تتمثل في جميع النشاطات التي تقوم بقياس المطابقة

والمحافظة على المنتج لتفادي المضرة بالمستهلك، كما تعمل على متابعة كيفية التغليف والتعبئة والتخزين.

وبقصد تحقيق ذلك، يقوم الأعوان المنصوص المشار إليهم أعلاه بعمليات البحث ومعاينة المخالفات وذلك من خلال فحص الوثائق التي يقدمها المتعاملين الاقتصاديين أثناء الإنتاج أو التوزيع، أو إجراء المعاينة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس أو اقتطاع العينات بغرض إجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب⁽¹⁾. أكثر من ذلك فقد يضطر أعوان الرقابة إلى تحرير محاضر تسجل فيها المخالفات والمعاينات التي تمت في تاريخها وتتضمن أسماء المكلفين بالرقابة والمتعامل الاقتصادي المخالف.

وتتمتع تلك المحاضر بحجية قانونية حتى يثبت عكس ذلك، وهذه الحجية تظهر في إمكانية تحويل تلك المحاضر إلى القضاء لتوقيع العقاب المنصوص عليه أو غلق تلك المحاضر إذا تمّ الصلح بين الطرفين.

ثم أنه عندما يتعلق بالسلع الأجنبية فقد يتم اللجوء إلى الحجز والحبس المؤقت للسلع أو سحبها نهائيا أو حتى إتلافها إذا تم التأكد من أنها تضر بمصالح المستهلك، وتعتبر من التدابير التحفظية والاحتياطية المقررة قانونا.

2 - رقابة الأسعار والممارسات التجارية: فالمادة 4 من قانون المنافسة

تنص صراحة على أنّ الأسعار تحدد بصفة حرة سواء بالنسبة للسلع أو الخدمات مع مراعاة قواعد المنافسة، ثم أنّ قانون الممارسات التجارية ينص صراحة أيضاً على أنّ هذه الأسعار يجب أن يعلم بها المستهلك مسبقا. لكن ماذا لو تمّ مخالفة

¹ - المادة 30 وما يليها من قانون رقم 09-03، مرجع سابق.

هذين المبدأين؟ فالإجابة أن أجهزة الرقابة يجب أن تلعب دورها ويظهر ذلك في أنها يجب السهر على احترام المتعامل الاقتصادي للأسعار المحددة سلفا في السوق والذي يظهر أكثر في الرقابة على الفواتير التي يحررها للأعوان الاقتصاديين والتي من بين بياناتها سعر السلعة محل البيع.

3 - الرقابة على العقود التعسفية: وهنا يظهر دور لجنة البنود التعسفية التي أوكلت لها مهمة البحث في كل العقود التي يحررها الأعوان الاقتصاديين مع المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي، وإذا لاحظت وجود مخالفات تصدر توصيات ترفع إلى وزير التجارة. أيضا من مهامها إمكانية لجوءها إلى القيام بدراسات وخبرة تتعلق بكيفية تطبيق تلك العقود.

من خلال هذه الرقابة كهدف للحفاظ على حرية العون الاقتصادي في ممارسة نشاطه وحماية حقوق المستهلك نستنتج ما يلي:

1 - هي رقابة وقائية الغرض منها هو احترام المتعامل الاقتصادي لواجباته وممارسة نشاطه من جهة ، إضافة إلى احترام حقوق المستهلك من جهة أخرى.

2 - هي رقابة تتضمن نوع من الصرامة في تطبيقها، ما دام يصحبها لاحقا توقيع جزاءات، ويظهر ذلك في الحجة التي تتمتع بها المحاضر التي يحررها الأعوان المكلفون بمراقبة العمليات التجارية ومكافحة الغش. وكذا لجوءهم إلى حجز السلع أو غلق المحلات التجارية.

3 - أن هذه الرقابة ذات طابع تشريعي، فبعد أن كانت رقابة مكافحة الغش والجودة منظم بموجب نص تنظيمي في المرسوم التنفيذي رقم 90-30 تم إعادة

تنظيمها بموجب نصوص تشريعه ضمن مواد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وهنا تظهر تغير النظر أكثر نحو فرض الصرامة أكثر على المتعامل الاقتصادي لاحترام واجباته والتوجه أكثر نحو تحقيق مصالح المستهلك وهو ما يكفل تحقيق نوع من التوازن مصلحة المتعامل الاقتصادي ومصلحة المستهلك.

4 - فيما يتعلق بلجنة البنود التعسفية، فبالرغم من الاختصاصات المخولة لها تكفل الرقابة على عدم تعسف المتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك فيما يتعلق بشروط البيع، إلا أنه لم يعطِ الطابع الإلزامي لرأيها، فالوزير قد يأخذ بتوصيات اللجنة كما لا يأخذ بها وهو ما لا يكفل الصرامة في تحقيق التوازن بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك في مجال إبرام العقود.

المطلب الثاني: الجزاء آلية لغرض التوازن بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك

إذا كانت الرقابة على نشاطات الأعوان الاقتصاديين كآلية وقائية لفرض نوع من الموازنة بينهم وبين المستهلكين، فإنّ القمع أو الجزاء هو الوسيلة العلاجية التي تكفل هذا التوازن. في هذا الإطار يجب تحديد طبيعة ونطاق الجزاءات، من خلال تحديد سلطات القاضي أو المتابعة القضائية (الفرع الأول) وطبيعة الجزاءات التي يفرضها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: سلطة القاضي في متابعة العون الاقتصادي

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد وحماية حقوق المستهلك، ومن ثمة فرض التوازن، لذا كان

لزاما للمتابعة القضائية أن تكمل هذا الدور الذي للإدارة وهذا من خلال السلطات التي يتمتع بها القاضي والمتمثلة في الجزاء كوسيلة لردع وقمع.

وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على «تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية». ويصل الملف بطبيعة الحال عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية. مع الإشارة أن الملف قد لا يصل إلى القضاء في حالة وصول إلى اتفاق الصلح وهو ما تشير إليه المادة 93 من قانون الاستهلاك الجديد «تنقضي الدعوى العمومية إذا سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح في الآجال والشروط المحددة في المادة 92 أعلاه».

والقاضي في هذا الإطار له كافة الصلاحيات في إجراء الخبرة والتحقيق وفق ما تنص عليه قواعد الإجراءات الجزائية، وهذا رغم أن الإدارة قد قامت مسبقا بذلك، وهو ما يعني التأكد أكثر من مخالفة العون الاقتصادي لالتزاماته من جهة، وتعرض المستهلك للضرر من جهة أخرى.

الفرع الثاني: طبيعة الجزاء الذي يوقع على العون الاقتصادي

إن الهدف من توقيع الجزاء هو رفع الغبن والاستغلال غير المشروع للمستهلك من قبل العون الاقتصادي تكفل بذلك إرغام هذا الأخير على العودة إلى الطريق الصحيح من خلال احترام قواعد السوق والمنافسة وشفافية الممارسات التجارية، ولو أنه أحيانا قد تحرمه نهائيا من العودة إلى السوق. لذا فقد ارتبط توقيع

الجزء كوسيلة للموازنة بين المنافسة الحرة واحترام حقوق المستهلك، أكثر بشخص المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في المعادلة الاقتصادية. لذا نلاحظ أن مختلف الجزاءات المحددة قانوناً تعاقب أكثر وفي الغالب العون الاقتصادي وليس المستهلك، وهو ما يمكن استنتاجه في كل من قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وفي هذا الإطار فإن الجزاء مقسم إلى أصناف تتعلق أحياناً بمخالفة العون الاقتصادي لالتزامه بالإعلام (أولاً) وأحياناً أخرى بمخالفة المطابقة (ثانياً) وأيضاً بمخالفة بنود العقد (ثالثاً).

أولاً - الجزاءات المتعلقة بمخالفة الالتزام بالإعلام: هذه العقوبات تتراوح بين الغرامة من 100.000 دج عندما يتعلق الأمر بواجب الإعلام عن السلع والخدمات. أما عندما يتعلق الأمر بعدم الأسعار والتعريفات فإن العقوبة هي الغرامة من 500 دج إلى 100.000 دج، وأيضاً* الغرامة من 10.000 دج إلى مائة ألف دينار عندما يتعلق الأمر بعدم الإعلام بشروط البيع⁽¹⁾.

ثانياً - الجزاءات المتعلقة بعدم المطابقة: تتراوح الجزاءات بين الغرامات والحبس حسب خطورة المخالفة. فعندما يتعلق الأمر بمخالفة إجراءات المطابقة البسيطة، فإن العقوبة هي الغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000. أما إذا

¹ - المادة 78 من قانون 03-06، مرجع سابق.

كانت إجراءات المطابقة جسيمة كأن يصل الأمر إلى التزوير والتدليس، فالعقوبة تصل من الحبس إلى ستة أشهر إلى ثلاث سنوات⁽¹⁾.

ثالثاً - جزاء مخالفة بنود العقد: لقد تمّ إقرار عقوبة لا تتجاوز الغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج عندما يتعلق الأمر بمخالفة العون الاقتصادي للالتزامه بعدم وضع بنود تعسفية في العقد الذي يبرمه مع المستهلك⁽²⁾. لكن هناك عقوبة أخرى تتمثل في الغرامة من 10.000 دج تصل إلى 50.000 وهذا عندما يتم إصدار فاتورة لما هو موجود في النص القانوني والتنظيمي الخاصين بفوترة بيع السلع⁽³⁾. وهذا على أساس أنّ الفاتورة يعتبر من الأشكال التي فيها إبرام العقد بين العون الاقتصادي والمستهلك إضافة إلى سند الضمان أو وصل تسليم أو سند آخر. لذا فقد تتضمن هذه الفاتورة بنود تضر بالمستهلك خاصة ما تعلق منها بكيفية الدفع أو السعر.

إضافة إلى هذا الجزاء الجزائي المقرر بموجب قانون الممارسات التجارية فقد يتم تدخل القاضي المدني لإعادة التوازن إلى العقد الذي يبرم بين العون الاقتصادي والمستهلك باعتباره من عقود الإذعان. وهذا بتطبيق القواعد الواردة في التقنين المدني التي تقرّ بأنه إذا تمّ العقد بطريقة الإذعان، وكان قد تضمن

¹ - المادة 79 من القانون نفسه.

² - المادة 38 من قانون رقم 04-02، مرجع سابق.

³ - المادة 34 من القانون نفسه.

شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفق ما تقتضي *به العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك⁽¹⁾.

خاتمة:

إنّ الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك أمر فرضته قواعد اقتصاد السوق على أساس هناك أعوان اقتصاديين يمارسون التجارة والصناعة، عملية الإنتاج وعملية التوزيع في جو تنافسي بشرط أن يكون مشروع، من جهة. ووجود مستهلكين يفتنون مختلف السلع والخدمات التي يعرضها المتعاملون الاقتصاديون في السوق مقابل دفعهم لأثمان أو لسعار، من جهة أخرى.

غير أنّ تلك الموازنة ليست متكافئة على أساس أن المتعامل الاقتصادي هو الطرف القوي، والمستهلك هو الطرف الضعيف، إذن طغيان النشاط التنافسي على حقوق المستهلك، من هنا تدخلت التشريعات ومنها التشريع الجزائري لمحاولة فرض التكافؤ والتوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك وهذا بفرض المزيد من الالتزامات على العون الاقتصادي وهذا بتقييد نشاطه التنافسي من خلال الممارسات التجارية الشفافة والنزاهة والمشروعة من جهة، واحترام حقوق المستهلك في الإعلام المسبق بالسلع والخدمات والأسعار التي يعرضها، وكذا أن يكون المنتج مطابقا للمواصفات والمقاييس، مع منع المتعامل الاقتصادي من فرض جملة من الشروط المتعسف فيها في مواجهة المستهلك. وبهدف تحقيق تلك الأهداف تمّ وضع العون الاقتصادي تحت رقابة يمكن

¹ - المادة 110 من أمر رقم 75-85، مرجع سابق.

وصفها بالصارمة مع إمكانية توقيع الجزاء المناسب إذا تبين أن المخالفة هي جريمة تكيف أحيانا بأنها مخالفة أو جنحة.

إلا أنه إذا كانت النصوص القانونية تنصب في إقامة التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك، فإنّ الواقع غير ذلك. إذن إنّ أعوان الرقابة قد يعجزون عن ممارسة نشاطهم إما لانعدام وسائل ممارسة النشاط، وهو ربما المشكل الواقعي الأول خاصة ما تعلق بوسائل التنقل أو الأمن. لأن ليس الهدف من وضع النصوص بقائها حبرا على ورق وإنما يجب توفير لها الوسائل المناسبة لتنفيذها وهو ما ينقص تطبيق النصوص الجزائية بشكل عام خاصة في المجال الاقتصادي. ثمّ يليها مشكل التحكم في السوق الذي ما زال المشكل العويص بالنسبة للسلطات ويتعلق الأمر بالسوق الموازية التي ما زالت السلطات عاجزة عن القضاء عليها والتي نلاحظ فيها منافسة غير مشروعة وممارسات تجارية غير نزيهة وأسعار لا تلبي تماما رغبات المستهلك، ما دامت الرقابة منعدمة. يضاف إليها قلة الاهتمام بالمستهلك، وهو ربما ما جعل المشرع الجزائري في قانون الاستهلاك الجديد يشجع جمعيات حماية المستهلك ذات الطابع العمومي.

وعلى العموم فإن تكريس الموازنة بين نشاط المنافسة و حماية المستهلك في الجزائر مسألة لا يمكن تحقيقها في الحين و هذا بسبب الوضع الاقتصادي الذي يتميز بالانتقال نحو تطبيق قواعد اقتصاد السوق في ظل واقع مازالت فيه الثقافة القديمة و هو الاعتماد الكلي على الخزينة العمومية كضمان للقضاء على السيولة المالية من جهة أو في ظل إنبشار كل أنواع الفساد و الرشوة و تبويض الأموال و هو ما جعل المؤسسات المالية الدولية تصف مناخ و محيط الأعمال في الجزائر بالمحيط السيئ.