

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

ط.د حماش سيلية

تحت إشراف الدكتورة ساوس خيرة

جامعة طاهري محمد بشار

### ملخص:

من اهم العوامل التي تركز حماية المستهلك ان تكون الممارسات التجارية شفافة وذلك من اجل تبصرة المستهلك حتى يكون على علم بما سيقدم من تعاملات ونلاحظ ان المشرع الجزائري قد نص في القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في الباب الثاني منه على مجموعة من الالتزامات التي تهدف الى تحقيق وإضفاء الشفافية على الممارسات التجارية، حيث القى على عاتق العون الاقتصادي واجب الاعلام بالإضافة الى التزامه بالفوترة.

**الكلمات المفتاحية:** العون الاقتصادي; الشفافية; الممارسات التجارية; الالتزام بالاعلام; الفوترة.

### Abstract :

Transparent business practices are one of the most important factors that promote consumer protection in order to inform the latter so that he is aware of what he will be doing, we note that in the law N 04/02 on the rules applicable to commercial practices in part two, the algerian legislator stipulated a set of obligations aimed at achieving transparency in commercial practices, these commitments consist of a commitment to information and an obligation to submit an invoice

**Key words:** economic agent; transparency; business practices; commitment to information; billing.

### مقدمة:

كشفت ظروف الحياة المدنية الجديدة التي ازدادت وتعقدت فيها اشكال السلع والخدمات عن نمط جديد من عدم التوازن العقدي اطلق عليه اختلال التوازن المعرفي بين محترف يعرف او يفترض فيه المعرفة بشأن ما يعرضه من سلع او ما يقدمه من خدمات وبين مستهلك جاهل بالسلع والخدمات التي يطلبها، فيكون بذلك في غالب الاحيان

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

غير قادر على الاحاطة بالسلع والخدمات في السوق على نحو يسمح له بالمقارنة بينها واختيار احسنها جودة وسعرا، هذا الخلل في العلاقة بين المستهلك والمهني المحترف قد يؤدي الى وجود هيمنة وتحالف بين الاعوان الاقتصاديين داخل السوق ضد مصالح المستهلك، عوض ان يتنافسوا امامه مما ينتج عن ظهور بعض الجرائم التي تضر المستهلك بصفة خاصة وبالاقتصاد الوطني بصفة عامة، لذلك ولأجل وضع توازن في العلاقة التي تربط المهني بالمستهلك كان من الضروري أن تتدخل الدولة في تشريعها في كافة مراحل الانتاج وتوزيع وتداول واستهلاك السلع والخدمات وتحقيق النظام داخل السوق وهو ما ادى الى اصدار مجموعة من التشريعات منها قانون 89-02 المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، وكذا الامر 95-06 المتعلق بالمنافسة، وكذا قانون الممارسات التجارية 04-02 والذي تضمن قواعد تهدف الى توفير افضل الشروط التي تكفل سلامة المستهلك ورضاه وحرية ارادته والحيلولة دون وقوعه ضحية التضليل او الغش او الاستغلال.

يعد هذا القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من احدث القوانين التي اهتمت بحماية المستهلك والمنافسة على حد سواء، يخاطب كل الفاعلين في الحياة الاقتصادية والذين يصطلح على تسميتهم بالاعوان الاقتصاديين بحيث حددتهم المادة الثالثة فقرة اولى منه على انه يشمل كل من التاجر الحرفي ومقدم خدمات ايا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الاطار المهني العادي او بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها، هؤلاء جميعا مخاطبين بقانون الممارسات التجارية خاضعين لأحكامه سواء كانوا اشخاص طبيعيين او اشخاص معنوية كالشركات التجارية، ضف الى ذلك فإن قانون الممارسات التجارية لم يكتفي بتعداد من يعتبر عونا اقتصاديا لتحديد المجال الشخصي لتطبيقه، بل قام ايضا بتحديد المجال لتطبيقه اي تحديد الانشطة التي تخضع لأحكامه وذلك من أجل تفادي اي قصور أو تهرب لبعض الاعوان الاقتصاديين بدعوى أن قانون الممارسات التجارية لم يخضعهم لأحكامه، بحيث يطبق هذا القانون على نشاطات الانتاج وعلى نشاطات التوزيع ومنها تلك التي يقوم مستورد السلع لإعادة بيعها على حالها او الوكلاء ووسطاء البيع وبائع الجملة، وكذا نشاطات الخدمات الصناعية التقليدية التي يمارسها اي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية.

يهدف قانون الممارسات التجارية الى ضمان احترام مبادئ المنافسة الحرة لاسيما مبدئي الشفافية والنزاهة الواجب احترامها من جميع الاعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه، وعليه نجد ان قانون الممارسات التجارية فرض على العون الاقتصادي التزامات وجب عليه احترامها من اجل المحافظة على احترام المستهلكين وحميتهم وكذا تفعيل المنافسة الشفافة والنزاهة لذلك وعلى حسب ما تقدم فانه نطرح الاشكالية التالية ما مضمون الالتزام بالشفافية التي فرضها قانون الممارسات التجارية على عاتق الاعوان الاقتصاديين؟ وللإجابة

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

على هذه الاشكالية يتم تقسيم الموضوع بناء على ما تضمنه قانون الممارسات التجارية الى مبحثين خصص (المبحث الاول) لدراسة التزام العون الاقتصادي بالإعلام أما (المبحث الثاني) فيتناول الالتزام بالفاتورة .

قام التطور العلمي الكبير الذي يشهده العصر الحديث الى ظهور الاصناف المماثلة والمتنوعة من السلع والخدمات الاستهلاكية التي لم تكن معروفة من قبل هذه الاخيرة التي يقدمها الاعوان الاقتصاديين والذين يتمتعون بمركز اقتصادي قوي، بينما يكون المستهلكون في اغلب الاحيان اقل مقدرة وخبرة للتعرف على جودة السلع والخدمات المعروضة عليهم واختيار الافضل من بينها، وهنا يأتي دور الالتزام بالإعلام وذلك في سد فجوة التفاوت المعرفي بين المستهلك والمهني حيث يتعين على هذا الأخير إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتوفرة لديه عن السلعة أو الخدمة سواء تلك المتعلقة بالحالة المادية للمنتج أو بالطريقة الصحيحة للاستعمال أو كيفية حفظه وكذلك ببيان المخاطر الكامنة في السلعة والاحتياطات الواجب إتباعها للوقاية من المخاطر وستعرض لهذا الالتزام من خلال المطلبين (المطلب الاول) يتناول الاطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام اما (المطلب الثاني) فقد خصص للالتزام بالإعلام في اطار قانون الممارسات التجارية .

### المطلب الأول: الاطار المفاهيمي للالتزام بالإعلام

تعددت واختلقت التعاريف لدى فقهاء القانون اذ عرفه البعض بأنه التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك يتعلق بكافة المعلومات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم<sup>1</sup>، وقد عرفه البعض الاخر على انه واجب فرضه القانون لاسيما البائعين المهنيين او المؤسسات بتقديم معلومات عن موضوع العقد او العملية العقدية التي سيواجهونها بوسائل مناسبة وبيانات اخبارية او اعلانية<sup>2</sup> لذلك سنتطرق من خلال هذا المطلب الى صور الالتزام في (فرع اول) والى نطاق هذا الالتزام في (فرع ثاني)

### الفرع الاول: صور الالتزام بالإعلام

للتزام بالإعلام صورتان، صورة تسبق ابرام العقد وتنفيذه وذلك في مرحلة المفاوضات ويلتزم بها العون الاقتصادي بتقديم كافة المعلومات المتعلقة بالمنتج للمستهلك، والصورة الثانية تتمثل في الالتزام التعاقدي وتكون في مرحلة العقد<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> محمد بن مغنية، حق المستهلك في الاعلام، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2005، ص10.

<sup>2</sup> عبد الرزاق بولنوار، التزام المهني بالضفاء بالصفة الخطرة للمنتج، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي بشار، 2007، ص12.

<sup>3</sup> اكرم محمد التميمي، التنظيم القانوني للمهني، الطبعة الاولى، منشورات حلي الحقوقية، لبنان، 2010، ص98.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

أولاً: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يكون على عاتق العون الاقتصادي الالتزام بإعلام المستهلك منذ مرحلة عرض التعاقد، أي أنه التزم يفرض على أحد طرفي عقد الاستهلاك اعلام الطرف الاخر قبل التعاقد بما يجمله من بيانات جوهرية مرتبطة بالعقد باستخدام الوسيلة الملائمة لذلك<sup>1</sup>، إن الفقه والقضاء الفرنسي وفي محاولة لإيجاد اساس قانوني لهذا الالتزام اوجد عدة افتراضات، فهناك من اعتبره التزم يعاقب عليه بموجب قواعد المسؤولية التقصيرية وهناك من أرجعه الى عيوب الرضا خاصة عيب الغلط والتدليس حيث نقل المشرع الجزائري هذا الاجتهاد القضائي في نص المادة 86-2 و 125 من القانون المدني الجزائري إلا ان جانب اخر من الفقه اعتبره تطبيقاً لنظرية ضمان العيوب الخفية<sup>2</sup>.

بما انه يصعب التفريق بين هذا الالتزام وما سبقه، فان المعيار النظري الذي يمكن الاعتماد عليه انه اذا كان الاول يوجد في مرحلة ابرام العقد فان الثاني يكون في مرحلة تنفيذه، وعليه فان هناك من اعتبره التزاماً عقدياً والبعض الاخر اعتبره التزاماً تبعياً للالتزام الاصلي بالتسليم، او تطبيقاً لمبدأ حسن النية في المعاملات التعاقدية<sup>3</sup> والالتزام التعاقدى بالإعلام يعني العمل على تنوير ارادة المستهلك وحمائته حال استعمال المنتجات والخدمات محل الاستهلاك<sup>4</sup>.

الفرع الثاني: نطاق ومضمون الالتزام بالإعلام

في نطاق الالتزام بالإعلام هناك ما يعرف بالنطاق الشخصي والذي يتعلق بطرفي الالتزام وهما المستهلك كدائن والمهني عادة ما يكون كمدين، اما فيما يخص النطاق الموضوعي للالتزام بالإعلام فانه يتعلق بالبيانات والمعلومات التي من شأنها تحقيق الحماية المرجوة من المستهلك<sup>5</sup>.

أولاً: نطاق الالتزام بالإعلام

إن المبيع والى حين وصوله الى المستهلك والمشتري يتم تداوله بين العديد من الاشخاص وعليه يثار التساؤل عن الدائن والمدين بهذا الالتزام، أي نطاق هذا الالتزام من حيث الاشخاص والأشياء التي يشملها هذا الالتزام<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> محمد احمد ابو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2010، ص 106.

<sup>2</sup> محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المدني المقارن، الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 63.

<sup>3</sup> حمد بودالي الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، الطبعة الاولى، دار النشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 15.

<sup>4</sup> مصطفى احمد ابو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2010، ص 107.

<sup>5</sup> محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، مرجع سابق، ص 25.

<sup>6</sup> محمد بن مغنية، مرجع سابق، ص 61.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

1- من حيث الاشخاص

الدائن بالالتزام هو كل مشتري سواء كان مستهلك او مشتري متخصص او غير متخصص، يلزم فيه فقط ان يكون جاهلا بالبيانات وطرق الاستعمال المتعلقة بالمبيع، وجاء في تعريف المستهلك من خلال التوجيه الاوروبي الصادر في 2005/05/11 بشأن الممارسات التجارية بأنه الشخص الطبيعي الذي يتصرف لغايات لا تدخل في نطاق نشاطه التجاري الصناعي الحرفي أو الحر<sup>1</sup>، والمشتري المهني إذا كان تخصصه نفس تخصص البائع ويقوم ببيع نفس المنتجات ويمكن ان يكون مهنيا اي ان نشاطه يسمح له بمعرفة المنتج وطرق استخدامه والاحتياط منه، وبالتالي تخفف مسؤولية البائع اذا قدم المعلومات الكافية التي توجه المشتري اذا كان متخصص وله خبرة، فإذا حدث ضرر له لا يعتبر تقصير من البائع في تحذيره من هذا الخطر<sup>2</sup>، اما المشتري غير المهني هو الشخص الذي يقوم بإشباع حاجاته الشخصية او حاجات عائلته حتى ولو كان متخصص في مجالات اخرى مما يعني عدم معرفته الكافية بخصوصية المنتجات فهو جاهل بها، مما يستوجب على البائع اعلامه بكل ما يتعلق بمكونات وطريقة استعمال المنتج<sup>3</sup>.

فيما يخص المدين بالالتزام فانه يقع على عاتق المنتج وذلك راجع الى حجم البيانات الموجودة لديه وطرق استخدام المنتج، فعليه اعلام الغير بخطورته وان يمتلك الوسائل لإعلامه سواء بالكتابة على اغلفتها أو نشرات مرفقة بها<sup>4</sup>، اما بالنسبة للبائع المتخصص هو الذي يعلم معلومات عن المنتج لكنه لا يرتقي الى مرتبة المنتج الأصلي اما البائع غير المتخصص هو الذي يقوم ببيع سلع مختلفة فيقتصر التزامه على نشرات وكتيبات وكذا بيانات<sup>5</sup>.

2- من حيث الاشياء

تعد الاشياء الخطرة بطبيعتها خطرة منذ صنعها حتى تفني بالغرض المقصود منها كالمواد السامة والقابلة للاشتعال والمنتج يلزم بأخذ كافة الاحتياطات اللازمة من اجل تفادي الاخطار لئلا يمتلص من المسؤولية، والصانع يلزم بتحذير من خطورة الاشياء ومثال ذلك تخمر زجاجة العصير بفعل الحرارة وتعرضها لأشعة الشمس قد يؤدي الى انفجارها<sup>6</sup> وبالنسبة للأشياء الخطرة عند استعمالها حتى تستعمل لابد من القيام بالعمليات المعقدة مما يجعلها خطرة

<sup>1</sup> مصطفى احمد ابو عمرو، مرجع سابق، ص 86.

<sup>2</sup> عبد العزيز مرسي محمود، الالتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة، بدون طبعة، بدون دار النشر، 2005، ص 63.

<sup>3</sup> حمدي احمد سعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة لشيء المبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999، ص 256.

<sup>4</sup> رمضان المقطوف عمر عبد الله، التزام البائع باعلام المشتري وتبصيره في المرحلة السابقة لإبرام العقد، رسالة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 2012، ص 189.

<sup>5</sup> محمد بن مغنية، مرجع سابق، ص 237.

<sup>6</sup> حمدي احمد سعد، مرجع سابق، ص 237.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية  
كالأجهزة الكهربائية المنزلية، فهذه الأجهزة لكي تقوم بوظيفتها تخضع لعمليات معقدة تصبح خطرة على سلامة المستهلك<sup>1</sup>.

### ثانيا: مضمون الالتزام بالاعلام

ان المنتوجات وما تحمله من خطورة يلزم على البائع تحديد البيانات وطرق الاستعمال وكذا التحذير منه، اذ لا بد على المهني الادلاء ببيانات معينة لتنوير ارادة المستهلك وتمثل هذه البيانات في الخصائص الاساسية للمنتجات، فيجب اعلام المستهلك بسمات المنتج وخصائصه باعتباره محلا لعقد الاستهلاك كأول خطوة لضمان صحة الارادة لدى المستهلك، كما على المهني ايضا اعلام المستهلك بسعر السلعة او الخدمة وهذا بيان جوهري للتأكد من تناسبه مع تلك الخصائص ومع امكاناته المالية<sup>2</sup>، حيث ان بيان سعر المنتج يكون عن طريق الاعلان او الاشهار ويتم بواسطة جداول الاسعار او النشرات او دليل الاسعار ووضع علامات او ملصقات بكل وسيلة تحقق الغرض من الاعلان وهو اعلام المستهلك بشروط البيع، لان السعر هو الدافع الوحيد للتعاقد فشروط البيع لها اثر في قرار المستهلك ومن بينها كيفيات الدفع التخفيضات وغيرها<sup>3</sup>.

كذلك لا بد ان يتضمن الالتزام بالاعلام واجب التحذير والذي يقصد به تقديم البيانات عن المنتجات لجذب انتباه المتعاقد الاخر الى المخاطر المنجزة عنها وذلك من خلال وضع شروط تتمثل في ان يكون التحذير كاملا، أي يلفت البائع المهني انتباه المشتري الى كافة المخاطر التي قد تلحق به في شخصه او ماله اثناء استخدام المنتج موضحا له ما يمكن التعرض له في حالة عدم التقيد بهذه التحذيرات، كما يجب ان يكون مفهوما بصياغته في عبارات بسيطة ميسورة الفهم خالية من مصطلحات يصعب فهمها ومن الاحسن ان يرفق التحذير المكتوب برسم مبسط يرمز الى الخطر موضوع التحذير<sup>4</sup>، وأخيرا يجب ان يكون لصيقا بالمنتجات ولا ينفصل عنها فإذا كان المنتج جهاز يلصق التحذير على جسمها مباشرة وإذا كانت اطعمة او ادوية توضع في معلبات والأنايب الزجاجية يكتب على نفس العبوة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> رمضان المقطوف عمر عبد الله، مرجع سابق، ص 200.

<sup>2</sup> مصطفى احمد ابو عمر، مرجع سابق، ص 117.

<sup>3</sup> محمد بودالي حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 84-87.

<sup>4</sup> عدة عليان، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009، ص 63-66.

<sup>5</sup> بوعبيد عباسي، الالتزام في العقود، الطبعة الاولى، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، بدون سنة نشر، ص 50.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

المطلب الثاني: الالتزام بالإعلام في قانون الممارسات التجارية

لم يكفي قانون الممارسات التجارية بما هو موجود في القواعد العامة بشأن الالتزام بالإعلام، بل أكد عليه وتضمن تنظيمه، كما اعطاه نوع من الخصوصية ترتبط بخصوصية القانون ذاته، محددًا الصورة التي تتلاءم مع طبيعة هذا القانون، حيث لزم العون الاقتصادي بإعلام الاسعار والتعريفات وشروط البيع وكذا حدود المسؤولية على اعتبار انها من اهم عوامل المنافسة بين الاعوان الاقتصاديين واهم عوامل جذب المستهلكين حيث لزم المشرع بمقتضى المواد من 04 الى 09 من قانون الممارسات التجارية الاعوان الاقتصاديين بإعلام الاسعار والتعريفات من جهة وإعلام شروط البيع وحدود المسؤولية من جهة اخرى<sup>1</sup> وهو ما سنتطرق له من خلال الفرعين التاليين:

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام المتعلق بالأسعار والتعريفات

يعتبر الاعلام بالأسعار وسيلة فعالة لتحقيق شفافية السوق والممارسات التجارية النزيهة كما انه يعد في الوقت ذاته شرطًا أساسيًا لحرية التعاقد اذ لا يكفي ان يكون السعر محددًا وإنما يجب ان يكون في مقدور المشتري (المستهلك) ان يعلم به قبل ابرام العقد، وقد نص المشرع الجزائري على هذا الالتزام ضمن الباب الثاني المعنون بشفافية الممارسات التجارية من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

يوصف الاعلام بالسعر بأنه الاعلام الاهم لان المستهلك لا يمكنه الاقدام على اقتناء سلعة ما او الاستفادة من خدمة معينة ما لم يكن بجوزته المبلغ الكافي الذي سوف يدفعه، فمعرفة بالسعر تجعله في مأمن عن اية مفاجئة في المبلغ الانفاق الكلي، وقد كرس المادة الرابعة من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هذا الالتزام بنصها « يتولى البائع وجوبا اعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع »<sup>2</sup>، يمكن أن نعرف السعر على أنه المقابل النقدي الذي يدفعه المستهلك للعون مقابل ما إقتناه من سلع في إطار عقد الإستهلاك<sup>3</sup>.

إن المادة 05 من القانون 02/04 تبيّن لنا الطريقة التي يتم بها اعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات بنصها « يجب أن يكون اعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو

<sup>1</sup> طحطاح علال، التزامات العون الاقتصادي في اطار قانون الممارسات التجارية مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2014، ص 19

<sup>2</sup> المادة 04 من قانون 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 05 جمادى الاول عام 1425، الموافق ل 23 يونيو، سنة 2004، جريدة رسمية مؤرخة في 27 جوان 2004، عدد 41.

<sup>3</sup> عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي دراسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2016، ص 94.

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب ان تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة<sup>1</sup>، فلما كان الهدف من الإعلام بالأسعار والتعريفات هو إضافة الشفافية على الممارسات التجارية على نحو يستطيع معه المستهلك تحديد خياراته من بين مختلف السلع والخدمات المنافسة على ضوء قدراته ومتطلباته، لذلك أوجب المشرع أن تبين هذه الأسعار بصفة مرئية ومقروءة حتى يكون على علم تام بالعقد المقدم على إبرامه كما يتضح لنا أن المادة 05 القانون 02-04 أوردت بعض الطرق التي يتم بها الإعلام بالأسعار والتعريفات اذ يجب التمييز بين كيفية الإعلام بالأسعار في العلاقة بين العون الاقتصادي بالمستهلك وكيفية الإعلام بالأسعار في العلاقة بين العون الاقتصادي ونظرائه من الأعوان الاقتصاديين، فإن الأولى أي اعلام العون الاقتصادي المستهلك بالأسعار تتم بوضع علامات تدل على سعر السلعة أو عن طريق الوسم المعروضة أو ملصقات أو معلقات توضع بجانب المنتج نفسه أو بجواره، بحيث لا تدع مجالاً للشك في دلالتها على سعر المنتج المعني، فضلاً عن أنه يجب أن تكون مرئية ومقروءة من داخل المحل ومن خارجه بحسب المكان الذي يعرض فيه المنتج<sup>2</sup>.

أما عن كيفية اعلام الأسعار في العلاقة بين العون الاقتصادي ونظرائه من الاعوان الاقتصاديين كعلاقة تاجر التجزئة بتاجر الجملة أو المنتج بالتاجر فإن المادة 7 من القانون 02/04 تناولت طريقة الإعلام بالأسعار والتعريفات في هذه الحالة بنصها « يلتزم البائع في ويكون هذا، العلاقات بين الاعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو المنشورات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة ومقبولة بصفة عامة في المهنة<sup>3</sup>، يتضح من خلال نص المادة أن العون الاقتصادي غير ملزم باعلام الأسعار والتعريفات إلى باقي الاعوان الاقتصاديين الا إذا طلب منه ذلك وحينئذ يكون الإعلام بجداول الأسعار أو المنشورات البيانية أو دليل الاسعار.

### الفرع الثاني: الالتزام باعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية

إضافة إلى التزام المهني بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات، وضع المشرع على عاتقه بموجب المادة الثامنة من القانون 02/04 التزم الآخر، وهو الإعلام بشروط البيع، بنصها على انه يلزم البائع ان يخبر

<sup>1</sup> المادة 05 من قانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات، السالف الذكر.

<sup>2</sup> ابراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 2/04 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، قسنطينة، 2013، ص 10 .

<sup>3</sup> المادة 07 من القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية، السالف الذكر.



## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

المستهلك بشروط البيع الممارس قبل اختتام عملية البيع، فبالإطلاع على مضمون هذه المادة يتضح لنا مبدئياً أن المشرع لم يحدد مضمون هذه الشروط فهل يقصد بها الشروط المعتادة لعملية بيع المنتج أو أداء الخدمة أو يقصد بها الشروط العامة التي تتوقف على إرادة المهني، والتي أشارت إليها المادة الثالثة من هذا القانون<sup>1</sup>، كما نجد أن المشرع قد حدد مضمون هذه الشروط في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، وذلك في الفقرة الثانية من المادة الثامنة. من القانون 02/04<sup>2</sup>.

زيادة على الإعلام بشروط البيع، فرضت المادة الثامنة من القانون 02/04 على المهني إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، حيث أن مبدأ شفافية السوق، يقتضي أن يمنح المستهلك كل عناصر المقارنة التي تمكنه من اجراء اختيار صائب، ورغم أن الحدود المتوقعة للمسؤولية لا تكون مطبقة على العقود السابقة بين المهني والمستهلك، وغياب الإعلام بهذه الحدود لا يمنع انعقاد العقد إذا كانت العناصر الأساسية لانعقاده متوفرة إذ يخضع العقد للشروط المحدد قانوناً إلا أن أهمية الإعلام بما يفيد طرفي العقد سواء المهني عن طريق التنفيذ الأحسن لالتزمه، أو المستهلك في معرفة مضمون العقد<sup>3</sup>.

### المبحث الثاني: الالتزام بالفاتورة

تعتبر الفاتورة مظهر من مظاهر شفافية المنافسة لهذا قررها قانون الممارسات التجارية وحدد البدائل عنها في حالات ومجالات معينة مفصلاً في احكامها وشروطها ومختلف البيانات التي تتضمنها، ذلك ان شفافية المعاملات التجارية لن تتحقق إلا بتقديم فاتورة لما لهذه الاخيرة من اهمية بما تتضمنه من بيانات عن المنتج من حيث الكمية والثلثن والموصفات و الضمان وهو ما دفع القانون الجزائري الى اعتبارها حق للمستهلك، وعليه نتعرض لهذا الالتزام من خلال مطلبين (المطلب الاول) يتعرض للفاتورة و (المطلب الثاني) خصص لتحديد بدائلها.

### المطلب الاول: الفاتورة

يعتبر قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية ان الفاتورة وسيلة لشفافية الممارسات التجارية، تكمن هذه الشفافية التي تبديها الفاتورة في حماية حقوق الاعوان الاقتصاديين وذلك بتمكينها من معرفة حقوقهم من جهة، من

<sup>1</sup> ارزقي زويير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون فرع مسؤولية مهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 60.

<sup>2</sup> القانون 02/04 الذي يحدد لقواعد المطبقة على القواعد التجارية، السالف الذكر.

<sup>3</sup> كيموش نوال، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011، ص 23.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية  
جهة اخرى تقوم بإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم وكذا المبالغ التي دفعها والتي سيدفعها اذا كان البيع  
تم عن طريق قرض الاستهلاك الذي يكون فيه الدفع مقسط او مؤجلا او مجزءا<sup>1</sup>، وعليه سنتعرض من خلال هذا  
المطلب الى مفهوم الفاتورة ( الفرع الاول ) والى بدائل الفاتورة في ( فرع ثاني)

### الفرع الاول: مفهوم الفاتورة

تنص المادة 10 من قانون 02/04 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه «يجب أن  
يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الاعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة، يجب أن يكون البيع للمستهلك  
محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة و يجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون»<sup>2</sup> فالمعاملة التي تربط  
العون الإقتصادي بالمستهلك لا بد أن تكون محل فاتورة إذا طلبها المستهلك، وما يلاحظ أن المشرع لم يعرف  
الفاتورة وإنما اكتفى بالنص على الالتزام بتحريرها، ولهذا سوف نتعرض في هذا الفرع إلى تعريف الفاتورة (أولا)  
وشروط التعامل بها ( ثانيا )

### اولا: تعريف الفاتورة

الفاتورة هي عبارة عن وثيقة مكتوبة محررة من طرف العون الإقتصادي و تقدم للمستهلك تتضمن جملة من  
البيانات محددة تشريعيًا أهمها تلك المتعلقة بالسلعة محل المعاملة وأطراف التعاقد وسعر السلعة، وللفاتورة أهمية  
كبيرة في اضاء الشفافية على المعاملات ودوار فعالا في الاثبات، فالفاتورة بما تحتويه من بيانات توضح العقد  
المبرم بين الاطراف وأهم الالتزامات التي يترتبها خاصة فيما يتعلق بدفع الثمن، فمن خلالها يمكن أن نكتشف  
شرعية وقانونية الأسعار من عدمها، كما أنها وسيلة هامة لبسط رقابة الدولة على النشاط التجاري والإقتصادي  
عموما، فمن خلالها تتم إدارة الضرائب والجمارك من تحديد مستحقاتها وهي وسيلة معتمد عليها في الرقابة  
والتحقيقات عموما.

كما أن للفاتورة دور هام كوسيلة إثبات وهو ما اشارت اليه المادة 30 من القانون التجاري التي بيذت أنه  
يذبت كل عقد تجاري بسندات رسمية وسندات عرفية وفاتورة مقبولة والرسائل، فمن خلال الفاتورة يمكن أن

<sup>1</sup> علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران،  
وهران، 2013، ص 9 .

<sup>2</sup> المادة 10 من قانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

تستخلص بعض الالتزامات المفروضة من عقد الاستهلاك المحرر بين العون الاقتصادي والمستهلك ذلك من خلال ما تحتويه من بيانات<sup>1</sup>.

### ثانيا: شروط التعامل بالفاتورة

فيما يخص الشروط الموضوعية فإنها متروكة في تقديرها للقواعد العامة على اعتبار عدم التعرض لها في قانون الممارسات التجارية، ولعل أهمها ان يكون مصدر الفاتورة هو المختص في إصدارها وكذا توافر الرضا في إصدارها وتوافر الشروط التي يحددها القانون في محلها الى جانب مشروعية سبب إصدارها، اما الشروط الشكلية فهي شروط تتعلق بأطراف الفاتورة ومحلها سواء تعلق الامر بالعقد المبرم بين الأطراف او محل هذا العقد اي السلعة او الخدمة او تعلق الامر بالمبلغ محل العقد او ما يتعلق بشروط البيع وأداء الخدمة<sup>2</sup>

ولإعتبار الفاتورة صالحة من الناحية القانونية يجب توافر بعض الشروط طبق لنص المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 وهي:

- يجب أن تكون الفاتورة واضحة ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو لأن هذه العيوب تمس بأمنه ومصداقية البيانات الواردة الواردة فيها؛

- يجب أن تحرر الفاتورة إ ستناد إلى دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير وهو يضم سلسلة متواصلة وتسلسلية من الفواتير التي يجب أن تحتوي على البيانات المتعلقة بالبائع والمشتري أثناء إنجاز الصفقة<sup>3</sup>.

ولا يمكن الشروع في استعمال دفتر فواتير جديد إلا بعد أن يستكمل الدفتر الأول كلية وبالتالي فإن الفاتورة العشوائية التي يحررها العون الإقتصادي لا تصلح لإعتبارها فاتورة قانونية، اما بالنسبة للفاتورة الملغاة فيجب أن تتضمن قانونا عبارة " فاتورة ملغاة " تسجل بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة، هذه الشروط الواجب توافرها في الفاتورة يلتزم العون الاقتصادي بتسليمها للمستهلك إذا طلبها هذا الأخير، واهمالها يرتب مسؤولية الجزائية وذلك باعتبار الفاتورة غير مطابقة او باعتبار العون الاقتصادي لم يقيم بالفاتورة من أساسها في حال إهمال بعض البيانات الهامة<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> عادل عميرات، مرجع سابق، ص 100 .

<sup>2</sup> طحطاح علال، مرجع سابق، ص 48.

<sup>3</sup> المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 يحدد شروط الفاتورة وسند التحويل وصل التسليم والفاتورة الاجمالية المؤرخ في 08 ذي القعدة عام 1426، الموافق ل 10 ديسمبر، 2005، جريدة رسمية، مؤرخة في 11 ديسمبر سنة 2005، عدد 80.

<sup>4</sup> ابراهيم هانية، مرجع سابق، ص 63.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

الفرع الثاني: أهمية الفاتورة

إن اعتناء المشرع بالفاتورة كوثيقة للتعاملات اليومية، نتج عنه أنه أصبح لها عدة ادوار ولكل دور أهمية بالنسبة للمهني أو الدولة، حيث تعتبر الفاتورة وسيلة محاسبية ووسيلة رقابية في المجال الجبائي وكذا وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية، فهي تمكن المهني من معرفة مدى وقوعه ضحية المعاملات التمييزية التي قد يلجأ إليها مهني آخر، كما تفيد المستهلك في معرفة مدى وقوعه أيضا ضحية هذه الممارسات ضف الى ذلك فانها تعتبر ايضا وسيلة اثبات العلاقات بين الطرفين وهذا ما أقره القانون التجاري في المادة 30 منه بنصها « يثبت كل عقد تجاري بسندات رسمية، بسندات عرفية، بفاتورة مقبولة،.....»<sup>1</sup>.

بالنسبة للمستهلك الذي يتعامل بهذه الوثيقة، فإنها تكون وسيلة احتجاج بدفع الثمن المحدد في الفاتورة، وهنا نكون بصدد تطبيق المادة 323 من القانون المدني التي تضع عبء الإثبات على الطرف الذي طالب بتنفيذ الالتزام، وقد منح المشرع للمستهلك وسائل إثبات هذا التعامل، وذلك من خلال اشتراط بيانات إلزامية، يجب أن تتضمنها الفاتورة، بحيث تعتبر هذه البيانات بالنسبة للمستهلك وسيلة لإثبات مضمون العقد الذي يبرمه لدى اقتنائه لحاجياته عن طريق الشراء أو طلب الخدمات، حيث تمكنه من التأكد من مدى مطابقتها لشروط البيع، وأنه لم يقع ضحية الممارسات المحظورة وهي التعامل بأسعار غير شرعية، وعليه تشكل الفاتورة حجة في يد المستهلك في مواجهة المهني الذي يتحرى بوجودها احترام مبادئ الشفافية والنزاهة في إطار معاملته مع المستهلك، خلاصة إذا علمنا بأنها من الوثائق التي حدد القانون مدة الاحتفاظ بها بعشر سنوات<sup>2</sup>.

كما نص المشرع على الزامية الفاتورة في نص المادة 03/10 من القانون 02-04 على أنه « يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة الزبون، ويجب أن تسلّم الفاتورة إذا طلبها »<sup>3</sup>، يتبين لنا من خلال هذا النص أن المشرع قد فصل في مسألة تقديم الفاتورة للمستهلك حيث جعله اختياريا، إلا في حالة طلبها من طرف هذا الاخير، حيث يصبح تقديمها إلزاميا، وهذا ما نص عليه أيضا المرسوم التنفيذي رقم 05-468 وهذا في المادة 2/2 منه كم يلي « يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة

<sup>1</sup> المادة 30 من الامر رقم 59/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون التجاري

<sup>2</sup> ابراهيمي هانية، مرجع سابق، ص58.

<sup>3</sup> المادة 10 من قانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية  
إذا طلبها منه»<sup>1</sup> وهذا يعني أن البائع يقوم بتحرير الفاتورة وإعدادها ويكون مخيرا من جهة، فله تسليمها أو عدم تسليمها في حالة عدم طلبها من طرف المستهلك، ومجبرا من جهة أخرى في حالة طلبها من طرف هذا الأخير.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: بدائل الفاتورة

مراعاة لبعض الاوضاع والظروف قرر قانون الممارسات التجارية امكانية الاستعاضة عن الفاتورة بوثيقة اخرى وترك تحديد نموذج هذه الوثيقة وكذا فئات الاعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها عن طريق التنظيم واستنادا الى المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-468 التي تنص علة وجود بدائل للفاتورة وهي كالتالي ( الفرع الاول ) سند التحويل اما ( الفرع الثاني ) نتناول فيه وصل التسليم والفاتورة الاجمالية .

#### الفرع الاول: سند التحويل

عندما يقوم العون الاقتصادي بنقل سلعة باتجاه وحداته للتخزين والتحويل والتعبئة او التسويق بدون ان تتم عملية تجارية، فانه يجب ان يبرر حركة هذه المنتوجات بواسطة سند التحويل ووفق نص المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 فانه الزم العون الاقتصادي تضمين سند التحويل بالبيانات التالية:  
- الاسم واللقب او التسمية او العنوان التجاري، العنوان او رقم الهاتف والفاكس، رقم التسجيل التجاري، عنوان المكان الذي حولت منه السلع وعنوان المكان المحولة اليه، الامضاء والختم الخاص بالعون الاقتصادي، اسم ولقب المسلم او الناقل وكل الوثائق التي تثبت صفته، طبيعة السلع المحولة وكميتها، يجب تاريخ وترقيم السند.<sup>3</sup>  
ويلزم العون الاقتصادي والمسلم او الناقل حسب الحالة بتسليم السند لضباط الشرطة القضائية او الاعوان المؤهلين عند اول طلب.

#### الفرع الثاني: وصل التسليم

وصل التسليم بديل عن الفاتورة لعمليات تجارية مكررة ومنظمة لنفس الزبون المهدف منها وجود عملية تجارية تعتبر طبيعتها انها عمل خارجي للمؤسسة، اذ يسمح باستعمال وصل التسليم بناء على مقرر يمنح رخصة من طرف مديرية التجارة وعند النقل يقبل برفقة مراجع هذه الرخصة يجب ان يتوافر حسب نص المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 على البيانات التالية:

<sup>1</sup> المادة 2 من المرسوم التنفيذي 05-468 الذي يحدد شروط الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية، السالف الذكر.

<sup>2</sup> بوجيل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير قانون المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص73.

<sup>3</sup> المادة 13 من المرسوم التنفيذي 05-468 الذي يحدد شروط الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية، السالف الذكر.

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

- رقم وتاريخ المقررة التي تسمح باستعمال وصل التسليم، اسم ولقب المسلم او الناقل ورقم وتاريخ بطاقته التعريفية، وكل البيانات المتعلقة بالبائع والمشتري الخاصة بالفاتورة اي البيانات المذكورة في المادتين 03 و 04 من نفس المرسوم<sup>1</sup>.

يستعمل هذا الوصل اذا كانت هناك عمليات تجارية متكررة اذ لا يجزي هذا الوصل اذا كان هناك عملية او عمليتان فقط بل لا بد من التكرار، والذي يخضع في تحديده اثناء المنازعة لقاضي الموضوع وذلك بالنظر الى طبيعة العون الاقتصادي وطبيعة السلعة وكذا المدة الزمنية التي يقتضيها تكرار العملية التجارية، كما يجب ان تكون هذه العمليات منظمة اي بصفة دورية ومضطررة دون اعتبار للفارق الزمني بين العملية والأخرى فالمهم، هو الاضطراد الذي يكون من نفس الزبون اذ لا تقبل اذا تحقق التكرار او الانتظام لكن من زبائن مختلفين، وفي الاخير يجب ان يمنح العون رخصة استعمال وصل التسليم بموجب مقرر من الادارة المكلفة بالتجارة حسب نص المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 وما لا شك فيه ان تطبيق هذه المادة سينجر عليه الكثير من الاشكالات اهمها حول ان عبارة الادارة المكلفة بالتجارة مصطلح غير دقيق، اذ لم يحدد هل الادارة المركزية اي على مستوى الوزارة، ام على مستوى المديرية بالولايات فهذا الوضع من شأنه ان يؤدي الى تنازع الاختصاص السلي<sup>2</sup>.

### الخاتمة

من خلال دراستنا لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في ضوء القانون 02/04 يتبين ان احكام هذا القانون ارتكزت اساسا على مبدئين، هما مبدأ الشفافية والنزاهة، فمبدأ الشفافية يهدف الى جعل الممارسات التجارية اكثر وضوحا وشفافية بين الاطراف سواء كانوا اعوان اقتصاديين او بين العون الاقتصادي والمستهلك اذ يعتبر انه قد وفق إلى حد بعيد في تقوية المركز التعاقدى للمستهلك على نحو يضمن لعلاقته بالعون الاقتصادي قدرا معقولا من التوازن كفيلا برعاية المستهلك وحماية المصالح.

ومن خلال مبدأ شفافية الممارسات التجارية كفعل المشرع للمستهلك حق الاعلام باسعار، وتعريفات السلع والخدمات وهو ما يعزز إختياره ويثير رضاه، وحق المستهلك بالاخبار وتزويده بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول مميزات المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية ويكون بذلك قد ألقى على عاتق العون الاقتصادي واجب تدارك التفاوت في الخبرة الفنية بينه وبين المستهلك. كما أن مبدأ الشفافية كفعل للمستهلك الحق في الفوترة إذا طلبها فمنحت هذا الأخير وسيلة هامة لاثبات الجوانب المختلفة لعلاقته

<sup>1</sup> المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 الذي يحدد شروط الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية مرجع سابق.

<sup>2</sup> طحطاح علال، مرجع سابق، ص 55.

## التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية

بالعون الإقتصادي على نحو يضمن للمستهلك حقوقه، ناهيك عن دور الفوترة في تفعيل الرقابة حول مدى احترام الأعوان الإقتصاديين للقانون وعليه مبدأ شفافية الممارسات التجارية من أهم الضمانات التي رصدها المشرع لمواجهة نقص الخبرة الفنية للمستهلك وما يترتب عن ذلك من قصور لديه في الإختيار وعجز على التفاوض، متصديا بذلك لأحد أهم مظاهر إختلال التوازن العقدي بين العون الإقتصادي والمستهلك كل ذلك من أجل تقوية مركز المستهلك.

### قائمة المراجع

#### ➤ القوانين

1. قانون 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 05 جمادي الاول عام 1425، الموافق ل 23 يونيو، سنة 2004، جريدة رسمية مؤرخة في 27 جوان 2004، عدد 41.
2. المرسوم التنفيذي 05-468 يحدد شروط الفاتورة وسند التحويل وصل التسليم والفاتورة الاجمالية المؤرخ في 08 ذي القعدة عام 1426، الموافق ل 10 ديسمبر، 2005،، جريدة رسمية، مؤرخة في 11 ديسمبر سنة 2005، عدد 80.

#### ➤ الكتب

1. احمد ابو عمرو، الالتزام بالاعلام في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2010.
2. اكرم محمد التميمي، التنظيم القانوني للمهني، الطبعة الاولى، منشورات حلبي الحقوقية، لبنان، 2010.
3. بوعبيد عباسي، الالتزام في العقود، الطبعة الاولى، المطبعة والوراقة الوطنية، مراكش، بدون سنة نشر، ص 50.
4. حمدي احمد سعد، الالتزام بالافضاء بالصفة الخطرة لشيء المبيع، المكتب الفني للاصدارات القانونية، مصر، 1999.
5. محمد بودالي الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، الطبعة الاولى، دار النشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
6. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المدني المقارن، الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
7. مصطفى احمد ابو عمرو، الالتزام بالاعلام في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2010، ص 107.

➤ الرسائل والمذكرات

✓ رسائل الدكتوراه

1. رمضان المقطوف عمر عبد الله، التزام البائع باعلام المشتري وتبصيره في المرحلة السابقة لايرام العقد، رسالة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، 2012.
2. طحطاح علال، التزامات العون الاقتصادي في اطار قانون الممارسات التجارية مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2014.
3. عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي دراسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جاماعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2016.

✓ مذكرات الماجستير

1. ابراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 2/04 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، قسنطينة، 2013.
2. 10 ارزقي زويير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون فرع مسؤولية مهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
3. بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير قانون المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.
4. عبد الرزاق بولنوار، التزام المهني بالصفاء بالصفة الخطرة للمنتوج، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي بشار، 2007.
5. عدة عليان، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2009.
6. علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم الساسية، جامعة وهران، وهران، 2013.
7. كيموش نوال، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2011.
8. محمد بن مغنية، حق المستهلك في الاعلام، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2005.