مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية

مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي
كلية علوم الاعلام والاتصال-جامعة

المجلد الرابع/ العـــدد الثاني /ديسمبر 2022
ISSN 2716-9111

حماية مستهلك المنتجات الغذائية في التجارة الإلكترونية بين التشريعات القانونية والممارسة الميدانية .

Consumer protection of food products in e-commerce Between legal legislation and field practice.

د.معمري مروة * [1]، د.داودي عبد الوهاب[2]

[1]جامعة الجزائر 3، (الجزائر)،mammeri782@gmail.com

[2] جامعة الجزائر 3، (الجزائر)، daoudiabdelouaheb@gmail.com

تاريخ الإستلام: 2021/05/25 تاريخ قبول النشر: 2021/06/03 تاريخ النشر: 2022/12/31

ملخص:

تهدف هذه المداخلة الميدانية إلى التعرف على شـــروط ممارســـة التجارة الإلكترونية والمتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية الإلكترونية كما تسـعى إلى رصـد أهم آليات حماية المسـتهلك الإلكتروني في التشـريع الجزائري والوقوف على حدود معرفة المستهلك الإلكتروني لحقوقه وواجباته القانونية بالإضافة إلى التطرق إلى خصـوصـية المنتجات الغذائية وكذا الشـروط الواجب توفرها في هذا النوع من المنتجات، وذلك من خلال قراءة للنصـوص القانونية في هذا المجال وأيضـا توزيع اسـتمارة الكترونية على عينة قصـدية بالاسـتعانة بمنهج المسح.

بعد الدراسـة النظرية و الميدانية لهذا الموضـوع توصـلنا إلى أن المشـرع الجزائري قد اسـتحدث آليات لحماية المســتهلك الالكتروني و التي لا يعرفها معظم المبحوثين، كما اقر مجموعة ضــوابط لممارســة النشــاطات التجارية الالكترونية وتبين لنا بان هذه النشـاطات التجارية الالكترونية الموجودة حاليا لا تتوافق و الضـوابط المنصوص عليها قانونا .

الكلمات مفتاحية: المستهلك الإلكتروني؛ التجارة الالكترونية؛ المنتجات الغذائية؛ الوسم الغذائي؛ الحماية القانونية.

* المؤلف المرسل

مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية

مجلة تصدر عن مخبر الاتصال والأمن الغذائي
كلية علوم الاعلام والاتصال-جامعة الجزائر3

المجلد الرابع/ العـــدد الثاني /ديسمبر 2022
ISSN 2716-9111

Abstract:

This field intervention aims to identify the conditions of the practice of e-commerce and the requirements related to e-commerce transactions as well as to monitor the most important mechanisms of electronic consumer protection in Algerian legislation and to determine the limits of the consumer's electronic knowledge of its legal rights and duties, in addition to addressing the specificity of food products and the conditions to be met in this type of product, through a reading of legal texts in this area and also the distribution of an electronic form on a sample intended to use the survey method.

After the theoretical and field study of this subject, we concluded that the Algerian legislator has developed mechanisms to protect the electronic consumer, which most of the researches do not know, as he approved a set of controls for the practice of electronic business activities and found that these existing e-business activities do not comply with the regulations stipulated in law.

Keywords: consumer online; e-commerce; food products; food labeling; legal protection.

1.مقدمة:

إن دخول تكنولوجيات الاتصال الحديثة إلى مجال المعاملات التجارية استوجب استحداث آليات حماية إضافية تضمن للمستهلك حقوقه وتعرفه بواجباته وتكون متماشية مع متطلبات هذا النوع من النشاطات التجارية الالكترونية.

شهدت العقود الإلكترونية نموا سريعا ومتزايدا نظرا لسهولة وسرعة إبرامها وتنفيذها بالإضافة إلى توافد الأفراد على مختلف المتاجر الإلكترونية التي فتحت آفاق جديدة أمام الموردين ومكنت المستهلكين من التجول بحرية وأريحية في مختلف المحلات الافتراضية.

يعد المستهلك الطرف الأضعف في العقود الالكترونية نظرا لمعرفته الضئيلة بحيثيات التجارة الالكترونية مقارنة بالمورد الالكتروني الذي يمارس نشاطه بكل احترافية .

أخذت المعاملات التجارية الالكترونية نصيبا معتبرا من النشاط التجاري العام بالجزائر نظرا للانتشار الكبير لاستخدام الشبكة العنكبوتية، فقد استحدث المشرع الجزائري مجموعة قوانين و مراسيم تنفيذية تنظم هذا النشاط و تحمي المستهلك من مختلف التجاوزات .

كما نشير إلى أن النشاط التجاري الالكتروني في الجزائر عرف توسعا كبيرا خلال فترة الحجر الصحي الشامل الذي فرض على البلاد جراء انتشار فيروس كوفيد 19 فقد لجأ الأفراد الجزائريون إلى اقتناء أغراضهم وتلبية حاجياتهم بالمتاجر الافتراضية.

بناءً على سبق تقديمه تأتي هذه الدراسة لوصف واقع ممارسة التجارة الالكترونية خاصة تلك المتعلقة بالمنتجات الغذائية وذلك من خلال توزيع استمارة الكترونية متكونة من خمسة عشر سؤال وزعت على عينة قصدية بلغ عدد أفرادها سبعين مفردة الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية :

- ما هي آليات حماية المستهلك الالكتروني في التشريع الجزائري ؟
- فيما تتمثل متطلبات ممارسة التجارة الالكترونية في القانون الجزائري ؟
- ما هي حدود معرفة المستهلك الالكتروني لحقوقه وواجباته القانونية ؟
- هل تتماشى الممارسات الالكترونية الحالية والضوابط المنصوص عليها قانونا ؟

2.مدخل مفاهيمي :

سنحاول من خلال هذا القسم من الدراسة أن نتطرق إلى مفاهيم الدراسة من الجانبين النظري والقانوني.

2.1 المستهلك الالكتروني و المنتجات الغذائية :

2.2.1. المستهلك الالكتروني :

إن المستهلك في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال عمليات التعاقد التقليدية، لكنه فقط يتعامل من خلال وسيلة إلكترونية ومن خلال شبكة اتصالات عالمية .(**خالد ممدوح ابراهيم (د.ذ.س.ن)ص 19**).

يصادف الدارسين للتعاريف الفقهية المقترحة لمصطلح المستهلك اتجاهين مختلفين أولهما ضَيّق تعريف المستهلك أما الثاني فقد توسع فيه ؛

يرى أنصار الاتجاه الأول بان المستهلك هو كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية ويخرج من ذلك كل من يبرم العقود لأغراض المهنة أو الحرفة (**هدى زوزو 2017 ص 318**)، وعليه فحُجَة أنصار هذا الاتجاه في تضييق مفهوم المستهلك هو أن المهني (صاحب الحرفة) تكون لديه الخبرة والدراية الكافية في كل ما يتعلق بمهنته، على خلاف المستهلك (

الفرد العادي) الذي لا تتوافر لديه من هذه الخبرة والدراية وهذا ما يفرض حمايته قانونيا (**محمد بودالي 2006 ص 24**).

أما الاتجاه الثاني يرى بان المستهلك هو كل شخص يتعاقد بغرض اقتناء أو استعمال مال أو خدمة حتى وإن كان الشخص مهنيا ما دام يتصرف خارج مجال مهنته .

و عليه فإن احتراف الشخص لمهنة ما لا علاقة له باكتساب صفة المستهلك من عدمه، طالما أن الاقتناء لا علاقة له بما يحترفه المقتني، وبهذا يتحقق الضعف المطلوب لحماية المستهلك، وحجه هؤلاء في توسعهم في تعريف المستهلك إلى المهني هي مد نطاق الحماية القانونية إليه عندما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته (**هدى زوزو 2017 ص 319**).

قدم المشرع الجزائري تعريفا للمستهلك الإلكتروني في القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في بابه الأول الموسوم بـ أحكام عامة، وتم اعتباره كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي (**الجريدة الرسمية 2018 ص5**)، هنا نسجل بأن المشرع الجزائري أخذ تعريفه للمستهلك من الجانب الأول الذي تطرقنا له سابقا، وبهذا فإن المشرع يستثني الحرفيين وكل يقتني أغراض لاستخدامها كمواد أولية .

وتأكيداً على هذه النقطة فإن دليل حماية المستهلك الجزائري* يعتبر المستهلك عموما هو كل شخص يشتري خدمه أو سلعة يستعملها أو يستفيد منها وذلك لأغراض غير مرتبطة بنشاطه المهني .

* يتوجه هذا الدليل إلى كل من المستهلك ، المحترف (المنتج ، التاجر ، المستورد ، المُصنع) والجمعيات الأهلية و الإدارات العامة .

2.2 .3 خصوصية المنتج الغذائي :

جاء في القانون الجزائري أن المادة الغذائية هي كل مادة معالجة، أو معالجة جزئيا أو خام، موجهة لتغذية إنسان أو حيوان، بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ ، و كل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية و تحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد تجميل أو مواد التبغ (**الجريدة الرسمية 2018 ص15**).جدير بالذكر انه يجب أن يلبي كل منتوج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله .

كما يجب يحترم المنتوج المتطلبات المتعلقة بمصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه (**الجريدة الرسمية 2018 ص 5**).

يعمل الوسم الغذائي على تمكين المستهلكين من خلال المعلومات والتثقيف الصحي والتغذوي المحسّن والقائم على الأدلة لاتخاذ خيارات مستنيرة فيما يتعلق باستهلاك المنتجات الغذائية لممارسات غذائية صحية.

وهو تلك المعلومات المقدمة على المنتجات الغذائية مثل المكونات الجودة، القيمة الغذائية والتعريف المقبول دوليا للوسم الغذائي هو أي ملصقة أو علامة تجارية أو إشارة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو مرسومة أو معلَمة أو منقوشة أو مختومة أو مرفقة بحاوية طعام أو منتج غذائي. ويمكن أن تصاحب هذه المعلومات الطعام أيضا أو يتم عرضها بالقرب منه للترويج لبيعه .

يعتبر أيضا أداة فعالة لحماية صحة المستهلك من حيث سلامة الأغذية والتغذية وتنقل هذه الوسوم معلومات عن هوية المنتج ومحتوياته وعن كيفية تناوله وإعداده واستهلاكه بأمان ، ومع زيادة حجم التجارة العالمية والتحول من العلاقة التقليدية التي تجمع وجها لوجه بين منتج الأغذية ومشتريها، هناك حاجة أكبر إلى أنشاء وسوم غذائية واضحة وموثوقة (http://www.fao.org/food-labelling/ar).

أصدر المشرع الجزائري بهذا الشأن قرارا وزاريا مشتركا في 19 أكتوبر 2013 و الذي يهدف إلى تحديد الكيفيات المطبقة في مجال الوسم الغذائي على المواد الغذائية ، و" **تطبق أحكام هذا القرار على المواد الغذائية المعبأة مسبقا الموجهة للاستهلاك البشري**" (**المادة02 2013 القرار الوزاري ص23**)، ويشمل هذا الوسم التصريح بالعناصر المغذية و المعلومات الغذائية الإضافية(**المادة 03 2013 القرار الوزاري**)، وأضاف المشرع في هذا الشأن بأن تجمع المعلومات المتعلقة بالوسم الغذائي في مكان واحد وفي شكل جدول مع تصفيف الأرقام عندما تسمح المساحة بذلك وإذا كانت المساحة لا تكفي أن تعطى هذه المعلومات في شكل خطي أفقي .

كما استثنى من تطبيق أحكام هذا القرار المواد الغذائية المنتجة عن طريق الحرف والمقدمة مباشرة من طرف المنتج للمستهلك النهائي بكمية قليلة أو لمؤسسات تجارة التجزئة المحلية التي تزود مباشرة المستهلك النهائي(**ملحق رقم 3 القرار الوزاري 2013 ص 34**).

3. حماية المستهلك الإلكتروني في التشريعات الجزائرية :

في إطار حماية المستهلك باعتباره طرف ضعيف في المعاملات الالكترونية أقر المشرع الجزائري جملة من الحقوق والواجبات على المستهلك والمورد الالكترونيين من اجل ضمان امثل لسير المعاملة التجارية الالكترونية .

1.3.التزامات المستهلك الإلكتروني :

- يلتزم بدفع الثمن المتفق عليه في العقد الإلكتروني بمجرد إبرامه.
- توقيع وصل استلام عند تسليم المنتج أو الخدمة موضوع العقد الالكتروني.
- في حالة استلام غرض غير مطابق للطلبية أو منتج معيب يجب عليه إعادة إرساله في غلافه الأصلي خلال مدة أقصاها أربعة أيام ابتداء من التاريخ الفعلي لتسلم المنتج.

2.3.حقوق المستهلك الإلكتروني:

يعتبر الالتزام بالإعلام أحد أهم الضمانات القانونية لحماية المستهلك الإلكتروني، تكمن أهميته في تنوير إرادة المستهلك حول ما يريد اقتناؤه، لذلك حرص المشرع الجزائري في ظل قانون 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على ضمان هذا الحق من خلال وجوب معرفة المستهلك الإلكتروني لهوية المورد الإلكتروني من خلال مضمون المادة الثامنة حيث اوجب الموردين بالتسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية، كما أقر بتوفير وسائل تسمح بالتأكد من صحة الموقع الإلكتروني للمورد.

فالمشرع الجزائري بموجب هذه النصوص وفي سبيل تحديد هوية التاجر الالكتروني فرض أيضا على المورد الالكتروني سواء كان طبيعي أو معنوي ويريد مزاولة النشاط التجاري الالكتروني أن يذكر رقم التعريف الجبائي، العنوان المادي والإلكتروني، رقم الهاتف، رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي(**زهرة جغريف 2020 ص ص 713.719**).

كما منح القانون الجزائري بهذا الشأن جملة ضمانات أخرى للمستهلك الالكتروني نذكرها فيما يلي :

- يتسلم نسخة من وصل استلام الطلبية.
- حسن تنفيذ الالتزامات المذكورة في العقد الإلكتروني.
- الحق في العدول عن اقتناء الخدمة أو المنتج.
- تلقي فاتورة إلكترونية ورقية معدة طبق للتشريع والتنظيم المعمول بهما.
- يمكن للمستهلك إعادة إرسال المنتج على حالته في أجل أقصاه أربعة أيام ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للطلبية ، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر ويلتزم المورد بإرجاع المبلغ المدفوع و النفقات المتعلقة بإعادة إرسال الغرض .
- الحصول على موافقته قبل جمع البيانات الخاصة و الضرورية لإبرام العقد .
- في حالة تسلمه لمنتج أو خدمة لم يطلبها من حقه رفض دفع ثمنها.

ومن جهة أخرى و لضمان أمثل لحقوق المستهلك الإلكتروني ألزم المشرع الجزائري المورد الإلكتروني بمجموعة من الإجراءات، نذكرها في ما يلي :

- على المورد أن لا يوافق على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه .
- يتعين على المورد الإلكتروني في حال تم إرسال غرض مُعيب أو مخالف للطلبية:
  - تسليم جديد موافق للطلبية.
  - إصلاح المنتج المعيب أو استبداله بآخر مماثل.

- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة في أجل أقصاه خمسة عشر يوم.

3.3.3. ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر:

أخضع المشرع الجزائري ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلى التسجيل في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية أو الحرفية كما نصت المادة التاسعة من قانون رقم 09/18 على "تنشأ بطاقية وطنية للموردين الإلكترونيين لدى المركز الوطني للسجل التجاري، تضم الموردين الالكترونيين المسجلين في السجل التجاري أو سجل الصناعات الحرفية لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الالكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري أو سجل الصناعات الحرفية تنشر البطاقية الوطنية للموردين الإلكترونيين عن طريق الاتصالات الالكترونية وتكون في متناول المستهلك الإلكتروني"، وتنص كذلك المادة الحادية عشر من نفس القانون على انه يجب على المورد الإلكتروني أن يقدم العرض التجاري الالكتروني بطريقة مرئية مقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، وليس على سبيل الحصر المعلومات التالية : التعريف الجبائي، والعناوين لمادية والإلكترونية ورقم الهاتف و أيضا رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.

4.3.3.متطلبات ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر:

- يجب أن تسبق كل معاملة بعرض الكتروني وأن توثق بعقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني.
- يجب أن يكون العرض التجاري مرئيا ومقروء ومفهوم وأن يتضمن مجموعة من المعلومات ذكرها المشرع بالتفصيل.

وفق ما جاءت به المادة الثانية من القانون رقم 05/18 فإن طلبية المنتج تمر عبر ثلاث مراحل أساسية:

1. وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم و دراية تامة.
2. التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك لاسيما فيما يخص ماهية المنتجات أو الخدمات المطلوبة والسعر الإجمالي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.
3. تأكيد الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

كما أكد المشرع من خلال المادة نفسها على أن الاختيار يجب أن يُعبر عنه بصراحة كما يجب أن لا تتضمن الخانات المعدة للملأ من قبل المستهلك الإلكتروني أية معطيات تهدف إلى توجيه اختياره.

يجب أن يتضمن العقد الالكتروني وفق ما جاء في القانون، على سبيل المثال لا الحصر، خصائص الخدمة أو السلعة، شروط وكيفيات التسليم، شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع، شروط فسخ العقد الإلكتروني، شروط وكيفيات الدفع **(المادة 13 2018 ص 6)**.

4. نتائج الدراسة الميدانية :

بعد الاطلاع على القانون رقم 05/18 المتعلق بتنظيم عمل التجارة الالكترونية بالجزائر واستنتاج أهم ضوابط ومتطلبات ممارسة هذا النشاط وكذا التطرق إلى مختلف الآليات التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك الإلكتروني بالإضافة إلى القيام بدراسة ميدانية على عينة من المستهلكين الالكترونيين بالاستعانة

بالاستبيان الالكتروني ، ورغبة منا في الإجابة على التساؤلات التي طرحت في بداية هذا المقال توصلنا إلى النتائج الموالية :

- ✓ منح المشرع الجزائري مجموعة حقوق للمستهلك الالكتروني تضمن له السير الحسن لعميلة التعاقد الالكترونية، كما ألزم المورد الالكتروني بمجموعة التزامات من شأنها تحقيق نسبة عالية من هذا الضمان .
- ✓ إن واقع ممارسة التجارة الإلكترونية في الجزائر لا يتماشى مع الشروط و المتطلبات القانونية المنصوص عليها في هذا المجال.
- ✓ أكثر من نصف عدد أفراد العينة لا يعرفون حقوقهم و واجباتهم القانونية.
- ✓ حدود التجارة الإلكترونية لا تتعدى مواقع التواصل الاجتماعي وبعض تطبيقات الهواتف الذكية.
- ✓ أغلب المعاملات الإلكترونية للمبحوثين بدأت الكترونيا وتمت في الواقع وهذا راجع إلى عدم امتلاكهم لبطاقة الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى جهلهم بوجود قائمة وطنية للموردين الإلكترونين المعتمدين في الجزائر.
- ✓ يقتني أفراد العينة بنسبة منخفضة المنتجات الغذائية الكترونيا، وقد جاء الأكل السريع في مقدمة المنتجات الغذائية تليه الحلويات العصرية والتقليدية وهذا راجع إلى الانتشار الواسع لأصحاب الحرف في مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت بمثابة واجهة إشهارية لمنتجاتهم.
- ✓ غياب إحدى أهم آليات حماية المستهلك الالكتروني التي أقرها المشرع الجزائري في ممارسات التجارة الإلكترونية حيث أقر نسبة 84 %من المبحوثين أنهم لم يحصلوا على العقد الإلكتروني.

5. خاتمة:

بعد الدراسة النظرية والقانونية لآليات حماية المستهلك الالكتروني في الجزائر والتعرف على متطلبات وشروط ممارسة التجارة الالكترونية، وبعد تحليل بيانات الاستمارة الالكترونية يمكننا القول بأن الممارسة الحالية لهذه التجارة عموما لازالت في طورها الجنيني في الجزائر .

كما نشير إلى أن المستهلك الإلكتروني للمنتجات الغذائية يفتقر للحماية القانونية اللازمة له خاصة مع خصوصية هذه المنتجات التي تتطلب قياسات معينة وضوابط .

لذلك يتعين على المشرع الجزائري تحيين القانون الخاص بالتجارة الإلكترونية ليكون متماشيا مع التطورات الحاصلة في هذا المجال .

6. قائمة المراجع:

1- خالد ممدوح ابراهيم (د.ذ.س.ن) حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية – دراسة مقارنة – ، الدار الجامعية ، مصر .
2- هدى زوزو (2017) آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق و الحريات ، الجزائر.
3- محمد بودالي (2006) حماية المستهلك في القانون المقارن – دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر.
4- هدى زوزو (2017) مرجع سبق ذكره .
5- قانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الالكترونية ، الجريدة الرسمية الجزائرية ، العدد 28 ، 16 ماي 2018 .
6- المرجع نفسه .

7- المرجع نفسه .

8- المنظمة الأغذية و الزراعة للامم المتحدة : توسيم الاغذية ، متوفر على الرابط التالي : http://www.fao.org/food-labelling/ar/ تاريخ الإطلاع : 21 /2021/01 على الساعة : 15.35 .

9- المادة 02 : القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 28 محرم 1439 هـ الموافق لـ 19 أكتوبر 2013.

10- المادة نفسها المرجع نفسه .

11- الملحق رقم 3 ، المرجع نفسه.

12- الزهرة جغريف ، وسيلة شريبط (2020) الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني – دراسة على ضوء القانون رقم 05/18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مجلة المعيار ، مجلد 24 ، العدد ، 51 .

13- المادة 13 ، قانون رقم 05/18 ، مرجع سبق ذكره .