



جامعة محمد لمين و باغجين سطيف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



محاضرات في مقياس

لغة انجليزية

السنة أولى ماستر
تخصص: قانون الأعمال
(السداسي الثاني)

إعداد وتقديم
الأستاذة: بن دادة وافية

الموسم الجامعي 2023-2024

Text N°:1/ Part N°:1

The Unlawful competition:

I- Definition of Unlawful(Unfair) competition:

Competition is unlawful only between two persons who engage in similar or at least similar activity, and the assessment is left to justice the fact that the existence of competition in itself is not enough to have responsibility but to unite wrong with competition in the sense that there is illegal competition and that this competition is based on the fault of the By it thus, unlawful competition can be defined as the use of a person for methods and means that are contrary to law, customs, honour or habits. The fact that the act constituting the competition is unlawful is not required to be intentional or bad-intent, but rather to be a deviant from the normal behaviour of the ordinary person so as to constitute a positive fault of the liability as the basis for the Lawsuit for unfair competition.

Unlawful competition finds its legal basis in article (124) of the Civil law, which requires that any act committed by one person and causing harm or damage to others have to be liable to compensation.

النص رقم 1 / الجزء 01

المنافسة الغير مشروعة:

1- مفهوم المنافسة الغير مشروعة:

إن المنافسة غير المشروعة لا تكون إلا بين شخصين يمارسان نشاطا مماثلا أو على الأقل متشابهها، وتقدير ذلك متروك للقضاء، على أن وجود المنافسة في حد ذاته لا يكفي لأن تترتب المسؤولية عنه، بل يجب أن يتحد الخطأ مع فعل المنافسة ؛ بمعنى أن تكون هناك منافسة غير مشروعة، وأن تتركز هذه المنافسة على خطأ من قام بها.

وعلى ذلك يمكن تعريف المنافسة غير المشروعة على أنها استخدام الشخص لطرق ووسائل منافية للقانون أو العادات أو الشرف أو العرف.

ولا يشترط أن يكون الفعل الذي يشكل المنافسة غير المشروعة متعمدا أو بسوء النية، بل يكفي أن يكون منحرفا عن السلوك العادي(المألوف) للشخص العادي حتى يعتبر خطأ موجبا للمسؤولية و أساسا لدعوى المنافسة غير المشروعة.

و تجد المنافسة غير المشروعة أساسها القانوني في نص المادة (124) من القانون المدني، والتي تقضي بأن أي فعل يرتكبه شخص ويسبب ضررا للآخرين يكون مستوجبا للتعويض.

Text N°:1/ Part N°2:

II - Types of Unlawful competition:

1- attack the reputation of the competitor trader and publish false data about him:

As publish for incorrect information or false rumors of bankruptcy, financial confusion or intent to liquidate, sell, transport or distort the facts on the goods, goods and products that are the subject of the business activity.

2- The assault on a brand name or an innovative label :

Such a competitor would take a trade name similar to the name of another place or assault the label to another place.

3- Brand Assault:

The attack on the trademark of the trafficker is a signal to distinguish its products or goods by imitating or falsifying them, such as illegal competition.

4- Development of trade-related data:

Illegal competition is the establishment of trade-related statements that are intended to rival the adversary and to have the public consider the availability of certain conditions in competing goods for as radio is a matter of fact that is different to the origin of its merchandise or its descriptions or relates to the importance of its trade in order to make the other advantages of the non-real as a universe The store is not the truth,

with a rank, certificate or reward, with the intention of extracting other merchant agents competing with it.

5- tradition of advertising methods:

Illegal competition is a tradition of printing, advertising or selling methods. Such acts affect the most important elements of the store, which is contacting customers.

6- Inciting workers:

Illegal competition may be in the form of inciting workers on whom the rival project depends, for example by inducing them to leave work or encouraging them to strike and spread the chaos in the competitor shop or lure the workers of the competitor to work in it to attract the customers and the competitor might lure the worker to the store The other with money to stand up for the secrets of the competition business in a particular industry or a particular installation of the materials sold or entered into the store activity.

7- Sale Price Reduction:

Selling prices are unfair competition only if they persist for a long time supported by advertising campaigns explaining the prices at which their competitors ' prices are sold. It is clear that the intention is to destroy the trade of others illegally and also illegal competition is to sell below the lowest agreed price among traders generally The result is that the competitor is deprived of his clients in an illegitimate way.

النص رقم 1 / الجزء 02

2- صور المنافسة غير المشروعة:

1- الاعتداء على سمعة التاجر المنافس ونشر بيانات كاذبة عنه:

و يعتبر من قبيل ذلك، إذاعة معلومات غير صحيحة أو إشاعات كاذبة عن إفلاسه أو إرباكه المالي أو عزمه على تصفية متجره أو بيعه أو نقله أو تشويه الحقائق على البضائع والسلع والمنتجات موضوع نشاط المحل التجاري حتى ينصرف عنه العملاء.

2- الاعتداء على الاسم التجاري أو التسمية المبتكرة:

كاتخاذ المحل المنافس اسما تجاريا مشابها لاسم محل آخر أو اعتدائه على التسمية لمحل آخر.

3- الاعتداء على العلامة التجارية:

يعتبر الاعتداء على العلامة التجارية التي يتخذ منها المتجر إشارة لتمييز منتجاته أو بضائعه بتقليدها أو تزويرها من قبيل أعمال المنافسة الغير المشروعة.

4- وضع بيانات تجارية مغايرة للحقيقة:

يعد من أعمال المنافسة غير المشروعة وضع بيانات متعلقة بالتجارة مغايرة للحقيقة بقصد منافسة الخصم وإيهام الجمهور بتوافر شروط معينة في البضائع المتنافس عليها كإذاعته أمور مغايرة للحقيقة خاصة بمنشأ بضاعته أو أوصافها أو تتعلق بأهمية تجارته بقصد إيهام الغير بمميزات الغير حقيقية ككون المتجر على غير الحقيقة حائز لمرتبه أو شهادة أو مكافأة بقصد انتزاع عملاء تاجر آخر ينافسه.

5- تقليد طرق الإعلان :

تعتبر من أعمال المنافسة غير المشروعة تقليد طريقة الطبع أو طرق الإعلان أو البيع فمثل هذه الأعمال تمس أهم عناصر المتجر وهو الاتصال بالعملاء.

6- تحريض العمال

قد يكون من أعمال المنافسة غير المشروعة صورة تحريض العمال الذين يعتمد عليهم المشروع المنافس ومثال ذلك تحريضهم بترك العمل أو تشجيعهم على الإضراب و بث الفوضى في المحل المنافس أو إغراء عمال المتجر المنافس بالعمل لديه حتى يجذب العملاء وقد يعتمد المنافس إلى إغراء العامل بالمتجر الآخر بالمال للوقوف على أسرار أعمال المنافسة في صناعة معينة أو تركيب معين للمواد التي تباع أو تدخل ضمن نشاط المتجر.

7- تخفيض أسعار البيع:

إن أسعار البيع قد تكون منافسة غير عادلة أو غير نزيهة في حالة تخفيضها لأقل من السعر المنافس، ولا تكون أسعار البيع منافسة غير مشروعة إلا إذا استمرت لفترة طويلة مدعومة بحملات إعلانية موضحة الأسعار التي يبيع بها منافسيه.

كما يعتبر البيع بأقل من السعر المتفق عليه بين التجار عموماً منافسة غير مشروعة. بحيث تكون النية واضحة في محاولة لتدمير أو تحطيم تجارة المنافسين الآخرين بشكل غير قانوني. و النتيجة هي أن المنافس الآخر سوف يحرم من موكليه بطريقة غير مشروعة.

Text N°:2/Part N°:1

Responsibility in Consumer Protection

I- Responsibility of the Economic Agent:

The economic agent is the one who engages or carries out in economic activity, regardless of his quality or his nature, whether Natural or moral (legal) person ,belongs to the public sector or to the private sector, trader or non-trader.

Which is important for the permanent exercise of economic activity, and intervenes to offer his products and services in the market.

The main role of the economic agent is to intervene in the market by exposing its products and services, by respecting the rules of competition and business practices.

Economic agents in their activities are subject to a dual liability:

A civil liability sanctioned from the civil courts, by judgment for the payment of damage and giving interest as compensation for the injury victim. from the economic agents.

Criminal responsibility, after having limited to the natural person, this responsibility has been extended to the economic agents of moral nature, under the amendments of the criminal law.

When they convicted for committing any of the crimes provided for in this law and executing the prescribed punishment on them.

النص رقم: 02/ الجزء 01

المسؤولية في إطار حماية المستهلك

1- مسؤولية العون الاقتصادي:

العون الاقتصادي هو الشخص الذي يزاول أو يمارس نشاطا اقتصاديا بغض النظر عن نوعه أو طبيعته سواء أكان طبيعيا أو معنويا، وسواء أكان شخصا ينتمي إلى القطاع العام أو إلى القطاع الخاص، تاجرا أو غير تاجر.

و هذا أمر مهم للممارسة الدائمة للنشاط الاقتصادي، ويتدخل لتقديم منتجاته وخدماته في السوق.

و يتمثل الدور الرئيسي للعون الاقتصادي في التدخل في السوق من خلال الكشف عن منتجاته وخدماته، ومن خلال احترام قواعد المنافسة والممارسات التجارية.

و يخضع الأعوان الاقتصاديون في إطار ممارستهم لأنشطتهم لمسؤولية مزدوجة:

1- مسؤولية مدنية تعاقب عليها المحاكم المدنية، بحكم دفع الضرر وإعطاء الفائدة كتعويض لضحية الضرر. من الوكلاء الاقتصاديين.

2- مسؤولية جنائية : فبعد أن كانت هذه المسؤولية تقتصر على الشخص الطبيعي، امتدت لتشمل الأعوان الاقتصاديين ذوي الطبيعة المعنوية، وذلك بموجب تعديلات القانون الجنائي.

و هذا عندما تتم إدانتهم بارتكاب أي من الجرائم المنصوص عليها في هذا القانون وتوقيع العقوبة المقررة عليهم.

Text N°:2/ Part N°:2

II- The Role of the Competition Council and the Judicial Bodies in the Adjudication of Competition Disputes:

The Competition Council is the competent authority created by the legislator to control economic activity, and to adjudicate anti-competitive practices, but the existence of the latter does not exclude the competence of ordinary judicial bodies, the latter plays an important role to ensure the protection of free competition, the civil courts and Is the only one competent to pronounce the total or partial invalidity of the wrongful act, as well as to compensate for the damage suffered by the victims of these practices.

In addition, disputes over the decisions of the Competition Council are due to the jurisdiction of the capital Court in commercial materials. This Council therefore contributes to the control and regulation of commercial activities, even if indirectly.

Thus, the Competition Council and the judicial bodies have effective cooperation which translates the complementarity between these authorities in the area of competition control and regulation.

النص رقم: 02 / الجزء 02

1- دور مجلس المنافسة والهيئات القضائية في الفصل في منازعات المنافسة:

إن مجلس المنافسة هو السلطة المختصة التي تم إنشاؤها من قبل المشرع لمراقبة النشاط الاقتصادي، والفصل في الممارسات المنافية للمنافسة المشروعة، إلا أن وجود هذا الأخير لا يستبعد اختصاص الهيئات القضائية العادية، فهذه الأخيرة تلعب دورا هاما في ضمان حماية المنافسة الحرة، والمحاكم المدنية و هي الوحيدة المختصة بالفصل في البطلان الكلي أو الجزئي للفعل غير المشروع، وكذلك للتعويض عن الأضرار التي لحقت بضحايا هذه الممارسات.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن المنازعات المتعلقة بالقرارات الصادرة عن مجلس المنافسة تكون قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر وفق الإجراءات القانونية القضائية الساري العمل بها في المواد التجارية. لذلك يساهم هذا المجلس في مراقبة وتنظيم الأنشطة التجارية، حتى لو كان ذلك بشكل غير مباشر.

وهكذا، فإن مجلس المنافسة والهيئات القضائية يتعاونان تعاوننا فعالا يترجم التكامل بين هذه السلطات في مجال مراقبة المنافسة وتنظيمها.

Text N°:2/ Part N°:3

III- The Role of the State in Consumer Protection:

The economic transformation that Algeria has adopted for more than a decade has led it to abandon its role as a path to the economy, to the gradual withdrawal from this economic sector.

This transformation has imposed on the state the establishment of effective means to ensure fair and sound competition that will protect the purchasing power of the Consumers, being the weak party in the economic relationship.

Therefore, the development of comprehensive consumer protection depends mainly on the means and mechanisms that will protect the interests of the consumer and ensure a balanced business relationship to professionals or economic agents.

Consumer protection is one of the necessary concerns that the State seeks to achieve, especially after it has become the risk of counterfeit products and not conforming to the legal specifications, as well as the risks of services provided by the producer and the abstract of the minimum conditions of security and safety.

It is true that the state supported the free economy and encouraged the freedom of competition, and provided to the interveners with all the means to achieve the needs of the consumer and the advancement of the national economy.

But, it is noteworthy that the economic agents often want to achieve easy and fast earning whatever the means used, and this pushes to the

interfering with the material rights of the consumer only, but also with his health and physical integrity, and this leads to the destabilization and instability of the national economy.

In order to put an end to these abuses, the state imposed restrictions on the producer(the economic agent) by determining his civil and criminal liability, subjecting him to deterrent penalties that compel him to respect the integrity of the business dealings, so as to maintain a balance between the interests of all parties, whether contracting And non-contracting.

النص رقم: 02/ الجزء 03

1- دور الدولة في حماية المستهلك:

إن التحول الاقتصادي الذي تبنته الجزائر منذ أكثر من عقد من الزمان قد دفعها إلى التخلي عن دورها كموجه للاقتصاد، إلى الانسحاب التدريجي من هذا القطاع الاقتصادي. وقد فرض هذا التحول على الدولة إنشاء وسائل فعالة لضمان المنافسة المشروعة (النزيهة) والسليمة التي من شأنها حماية القدرة الشرائية للمستهلكين، باعتبارهم الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية. لذلك، يعتمد تطوير حماية المستهلك الشاملة بشكل أساسي على الوسائل والآليات التي تحمي مصالح المستهلك وتضمن علاقة عمل متوازنة مع المهنيين أو الأعوان الاقتصاديين.

حيث تعد حماية المستهلك من الاهتمامات الضرورية التي تسعى الدولة إلى تحقيقها، خاصة بعد أن ظهور خطر المنتجات المقلدة وغير المطابقة للمواصفات القانونية، فضلا عن مخاطر الخدمات التي يقدمها المنتج و المجردة من الحد الأدنى من شروط الأمن والسلامة.

و إن الدولة قد دعمت الاقتصاد الحر وشجعت حرية المنافسة، ووفرت للمتدخلين كل الوسائل الكفيلة بتحقيق احتياجات المستهلك والنهوض بالاقتصاد الوطني، ولكن من الجدير بالذكر أن الأعوان الاقتصاديين غالبا ما يرغبون في تحقيق الكسب السهل والسريع مهما كانت الوسائل المستخدمة، هذا ما يؤدي إلى التعارض، ليس فقط مع الحقوق المادية للمستهلك، و لكن أيضا مع صحته وسلامته الجسدية، وهذا بدوره يؤدي إلى زعزعة الاقتصاد الوطني وعدم استقراره.

و لوضع حد لهذه التجاوزات، فرضت الدولة قيودا على المنتج أو العون الاقتصادي من خلال تحديد مسؤوليته المدنية والجنائية، وإخضاعه لعقوبات رادعة تلزمه وتجبره على احترام سلامة المعاملات التجارية، وذلك للحفاظ على التوازن بين مصالح جميع الأطراف، سواء الذين هم في حالة تعاقد أو أولئك الذين لم يكونوا في حالة تعاقد.

Text N°:3 / Part N°:1

The right of Information

The commercial advertising plays an important role in informing consumers of basic information that interests them.

Where sales are often preceded by advertisements in order to inform people and entice them to contract.

However, it may happen that the advertisement includes misleading means that affect the will of the consumer, and lead him to deal with the economic agent based on what is stated in the advertisement.

Therefore, it was necessary to provide protection for the consumer from that advertisement, to prevent him from falling into fraud and deception.

Because of that , the consumer's right to information became one of the most important obligations imposed on the economic agent, as the obligation to inform in a preventive manner ensures the safety of consumer and his satisfaction, and protects him from the damage that he may be exposed to from the goods or services offered.

As the cognitive disparity between the two parties led the legislator to adopt it the texts of a number of laws to create a kind of contractual balance, he used with that a pressure to influence the stronger party who is the economic agent to protect the weak party who is the consumer . from one side.

On the other side, so that the consumer can achieve a balance between his needs and material capabilities, this is In the Law 04-02 specifying the rules applicable to commercial practices, modified and supplemented.

The legislator guaranteed the right of information for the consumer and made it one of his objectives in order to establish the principle of transparency by enabling him to obtain sufficient information and data to initiate a contract.

In addition to his informed him and sufficient knowledge about prices, tariffs of goods and services, conditions of sale, and limits. Expected responsibility.

النص رقم:03/ الجزء 02

الحق في الحصول على المعلومة

يلعب الإعلان التجاري دورا مهما في إعلام المستهلكين بالمعلومات الأساسية التي تهمهم. حيث غالبا ما تسبق المبيعات إعلانات من أجل إعلام الناس وإغرائهم بالتعاقد ومع ذلك ، قد يحدث أن يتضمن الإعلان وسائل مضللة تؤثر على رغبة وإرادة المستهلك ، وتؤدي به إلى التعامل مع العون الاقتصادي بناء على ما ورد ضمن الإعلان. لذلك كان من الضروري توفير الحماية للمستهلك من ذلك الإعلان، لمنعه من الوقوع في الغش والخداع. وبسبب ذلك، أصبح حق المستهلك في الحصول على المعلومات من أهم الالتزامات المفروضة على العون الاقتصادي، حيث أن الالتزام بالإعلام بطريقة وقائية يضمن سلامة المستهلك ورضاه، ويحميه من الضرر الذي قد يتعرض له من السلع أو الخدمات المعروضة. و لما كان التفاوت المعرفي بين الطرفين دفع المشرع إلى تبنيه نصوص عدد من القوانين لخلق نوع من التوازن التعاقدية، فقد استخدم مع ذلك ضغطا للتأثير على الطرف الأقوى الذي هو العون الاقتصادي لحماية الطرف الضعيف الذي هو المستهلك. هذا من جهة . ومن جهة أخرى، و حتى يتمكن المستهلك من تحقيق التوازن بين احتياجاته وقدراته المادية، هذا في القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم.

وقد كفل المشرع حق المعلومة للمستهلك وجعلها أحد أهدافه من أجل ترسيخ مبدأ الشفافية، وذلك من خلال تمكينه من الحصول على المعلومات والبيانات الكافية للدخول في (لتوقيع) العقد.

بالإضافة إلى اطلاعه ومعرفته الكافية بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع والحدود. المسؤولية المتوقعة.

Text N°:3 / Part N°:2

Crime of Misinformation Advertising

The Algerian legislator has criminalized the fact of misleading advertising as an unfair commercial practice in articles 28 and 38 of Law 04/02 on the rules applicable to commercial practices; it is among its elements the material element, the latter through the material behavior.

The supposed elements in the material element of this crime are firstly the need to achieve the element of commercial publicity and secondly the capacity in the actor to be an economic agent.as for material behavior, it is represented in three cases,

The first case: advertising leading to misinformation about the product or service;

The second case: advertising includes elements that could lead to confusion with another seller or with his products, services or activity;

The third case: when advertising relates to a specific offer of goods or services while economic agent does not have sufficient stock of those goods or cannot guarantee the services that must be provided usually compared to the magnitude of advertising.

النص رقم:03/ الجزء 02

جريمة الإعلان التضليلي

جرم المشرع الجزائري واقعة الإعلان التضليلي أو المضلل، كممارسة تجارية غير عادلة، وذلك بموجب المادتين 28 و 38 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

و من بين أركان هذه الجريمة الركن المادي، ويتحقق هذا الأخير من خلال السلوك المادي.

و العناصر المفترضة في الركن المادي لهذه الجريمة هي :

أولا ضرورة تحقيق عنصر الإشهار التجاري؛

ثانيا أهلية الفاعل لأن يكون عونا اقتصاديا.

ويتمثل السلوك المادي في ثلاث حالات،

الحالة الأولى: الإعلان الذي يؤدي إلى معلومات مضللة حول المنتج أو الخدمة ؛

الحالة الثانية: يتضمن الإعلان عناصر يمكن أن تؤدي إلى اللبس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه؛

الحالة الثالثة: عندما يتعلق الإعلان بعرض معين للسلع أو الخدمات بينما لا تحتوي المساعدات الاقتصادية على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنها ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة مقارنة بحجم الإعلان.

الحالة الثالثة: عندما يتعلق الإعلان بعرض معين للسلع أو الخدمات بينما لا يملك العون الاقتصادي على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة مقارنة بحجم الإعلان.

Text N°:4 / Part N°:1

Trading Company:

I- Definition of trading Company :

trading Company is a company which formed in consideration of the person of the partners in which the share of each partner, called the share of interest, and is not transferable inter the other persons but only under certain conditions.

II- Types of trading companies :

1- Collective(Partnership) Company :

Collective company is a (partnership) company formed between two or more persons who have the status of merchants who are personally and jointly liable for all the company's debts and they get certain shares and benefits which can only be transferred with the consent of all the partners, the partnership in a general name is a commercial company in form. (see Article 551 of the Algerian Commercial Code)

2- Limited (Partnership) Company:

Limited Partnership (Company) is a Company (partnership) made up of two groups of partners, general partners who are comparable to general partners who are personally and jointly liable for all company liabilities, limited partners who are liable only to the extent of their contributions and whose shares are rarely transferable ,due to personal interests.

النص رقم: 04/ الجزء 01

الشركات التجارية:

I - تعريف الشركة التجارية:

الشركة التجارية هي شركة يتم تأسيسها مع الأخذ في الاعتبار شخص الشركاء وتكون فيها حصة لكل شريك ، تسمى حصة الفائدة ، ولا يمكن تحويلها بين الأشخاص الآخرين ولكن فقط في ظل شروط معينة.

II - أنواع الشركات التجارية :

1- شركة التضامن:

شركة التضامن هي شركة (شراكة) مكونة من شخصين أو أكثر يتمتعون بوضع التجار ، والذين يكونون مسؤولين شخصيا وتضامنيا عن جميع ديون الشركة ويحصلون على أسهم ومزايا معينة لا يمكن نقلها إلا بموافقة جميع الشركاء ، والشراكة بصفة عامة هي شركة تجارية في الشكل. (انظر نص المادة 551 من القانون التجاري الجزائري)

1- شركة التوصية البسيطة:

شركة التوصية البسيطة (الشركة) هي شركة (شراكة) تتكون من مجموعتين من الشركاء ، شركاء عامون مساوون للشركاء العامين الذين يتحملون المسؤولية الشخصية والمشاركة عن جميع التزامات الشركة ، والشركاء المحدودين الذين يكونون مسؤولين فقط في حدود مساهماتهم والذين نادرا ما تكون أسهمهم قابلة للتحويل ، و هذا يرجع إلى المصالح الشخصية.

Text N°:4 / Part N°:2

II- Types of trading companies :

1- Limited Liability Company :(LLC)

Commercial company in which the pecuniary liability of the partners is compounded by the amount of their contributions .

These are represented by the shares, which are non-negotiable and are only transferable under certain conditions.

2- Joint-Stock Company:

It is a corporation that may be formed by one or more persons.

The organisation of the (**J.S .C**) have externally organisation with freedom of organisation by the partners

It is a contract company that confers on the grouping the nature of a partnership .

It is commercial companies, organized either with partners whose liability is unlimited, whether they are joint or limited liability partners, or partners of the second type only, so that their shares in the company are represented in the form of certain shares with specific value, which are similar in general.

النص رقم:04/ الجزء 02

II- أنواع الشركات التجارية :

1- شركة ذات مسؤولية محدودة : (ذ م م)

شركة ذات مسؤولية محدودة هي شركة تجارية تتضاعف فيها الالتزامات المالية للشركاء بمقدار مساهماتهم . حيث يتم تمثيل هذه المساهمات بالأسهم، وهي غير قابلة للتداول وغير قابلة للتحويل إلا في ظل شروط معينة.

2- شركة المساهمة:

شركة المساهمة هي شركة يمكن تشكيلها من قبل شخص واحد أو أكثر. و لها تسيير خارجي ، مع إمكانية وحرية التسيير من قبل الشركاء . وبالتالي فهي شركة تعاقدية تمنح التجمّع طبيعة الشراكة.

هي شركات تجارية، منظمة إما بشركاء تكون مسؤوليتهم غير محدودة، سواء كانوا شركاء متضامنين أو محدودي المسؤولية، أو شركاء من النوع الثاني فقط، بحيث يتم تمثيل حصصهم في الشركة على شكل أسهم معينة ذات قيمة محددة، وهي متشابهة بشكل عام.

Text N°5: / Part N°:1

Characteristics of criminal labour law:

Criminal labour law is an extension of labour law in that its purpose is to ensure the proper application of the provisions in force in this area. As a result, the acts constituting an offence borrow, theoretically, their legal definition from labour law, even if, in the application which is made of them, divergences of interpretation may sometimes arise between the criminal courts and the social courts.

Since labour law is, by its very nature, the law of obligations imposed on the employer in employment relations with employees, the penalties of criminal labour law are essentially aimed at punishing wrongful acts on the part of the employer.

However, not all of the legislative or regulatory requirements on which labour law is based are subject to criminal sanctions.

The choice made by the legislator or by the regulatory authority between the obligations the non-observance of which is established as a criminal offence depends on the definition of social public policy which it seems appropriate to make prevail at a given time.

This explains, to a large extent, both the diversity of existing offences in criminal labour law, and the fact that, as labour relations evolve, a number of offences are almost never prosecuted.

النص رقم: 05 / الجزء 01

خصائص قانون العمل الجنائي:

قانون العمل الجنائي هو امتداد لقانون العمل، من حيث أن الغرض منه هو ضمان التطبيق السليم للأحكام السارية في هذا المجال. ونتيجة لذلك، فإن الأفعال التي تشكل جريمة تستعير نظريا تعريفها القانوني من قانون العمل، حتى وإن كانت الاختلافات في التفسير قد تنشأ أحيانا بين المحاكم الجنائية والمحاكم الاجتماعية في تطبيق النصوص القانونية.

و باعتبار أن قانون العمل هو- بحكم طبيعته- قانون الالتزامات المفروضة على صاحب العمل في علاقات العمل مع العمال، فإن عقوبات قانون العمل الجنائي تهدف أساسا إلى معاقبة صاحب العمل على الأفعال غير المشروعة.

ومع ذلك، لا تخضع جميع الالتزامات (المتطلبات) التشريعية أو التنظيمية التي يفرضها أو يستند إليها قانون العمل إلى عقوبات جنائية.

حيث يتوقف الاختيار أو الاتجاه الذي يتخذه المشرع أو السلطة التنظيمية بين الالتزامات التي يعتبر عدم التقيد بها جريمة جنائية وتلك التي لا تعتبر كذلك ، على تعريف السياسة العامة الاجتماعية الذي يكون سائدا في فترة معينة

و هذا يفسر، إلى حد كبير، تنوع الجرائم الواردة في قانون العمل الجنائي، والواقع أنه مع تطور علاقات العمل، لا تتم المتابعة في عدد من الجرائم على الإطلاق تقريبا.