



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



محاضرات في مقياس

اللغة الانجليزية

السنة أولى ماستر
تخصص: قانون الأعمال
(السداسي الثاني)

إعداد وتقديم
الأستاذة: بن دادة وافية

الموسم الجامعي 2025 - 2026

Text N°: 01/Part N°:01

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.

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: 01 / الجزء: 01

المنافسة الغير مشروعة

I- مفهوم المنافسة الغير مشروعة:

إن المنافسة غير المشروعة لا تكون إلا بين شخصين يمارسان نشاطا مماثلا أو على الأقل مشابها، وتقدير ذلك متروك للقضاء على أن وجود المنافسة في حد ذاته لا يكفي لأن تترتب المسؤولية بل يجب أن يتحد الخطأ مع المنافسة بمعنى أن تكون هناك منافسة غير مشروعة وأن تركز 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.

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

II- صور المنافسة الغير مشروعة:

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

كإذاعة 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 وبث 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. والنتيجة هي أن المنافس الآخر سوف يحرم من موكليه بطريقة غير مشروعة.

Text N°:01 / Part N°: 02

I- Wrongful competition Claim

The civil protection of the trademark in Algerian law is based on the provisions of Ordinance 03/06 of the trademark(amended and supplemented law) and it is also relies on the provisions of law 04/02 on rules applicable to commercial practices, (amended and supplemented law) but there is no difference in the requirement of a legislator In both the original civil lawsuit or Illegal competition lawsuit for the trademark need to be a registered trademark, as it cannot raise both proceedings are for the owner of the registered trademark, while most of the legislation authorizes the protection of the unregistered trademark in accordance with the competition case , which are generally based on the rules of civil liability, and allow the prosecution to be brought by each of the victims of unlawful competition including the consumer.

II- Parties in an illegal competition claim:

A victim of unlawful competition may institute a lawsuit against the rival of the competing perpetrator of the act.

The claim can be brought against the moral person, and the moral person bears the civil liability that is incurred and performed from his property.

The Accountability of a moral person is indirectly based on the acts of his or her representatives on the basis of responsibility followed by dependent acts on the fact that there are conditions it is possible to hold the same moral person directly and the rate of error directly to him , as if a company were to compete for an dishonest business , or for a tradition based on a decision Issued by one of its organs, such as the board of Directors of a company or its General Assembly, and proceedings are brought against all those who have participated in the execution of such acts if they are of bad faith .and may not sue for unlawful competition from the non-injured .

III- The Compensation for damage:

The compensation for damage or compensable damage is the injury caused by the occurrence of any that actually occurred or will inevitably occur which is called the future damage ,either the loss of probability, the unrealized damage; it may occur and may not be compensable unless it has actually occurred.

In the case of liability, pecuniary compensation is awarded to all those who have suffered injury and the court has ruled to compensate only for the actual damage suffered by the injured person.

in accordance with the general rules of responsibility and the judge shall appoint the method of compensation according to the circumstances, and, if the judge is not obliged to sentence the execution in kind, the compensation is assessed only He has to do it if it is possible.

النص رقم: 01/ الجزء: 02

ا- دعوى المنافسة غير المشروعة:

إن الحماية المدنية للعلامة التجارية في القانون الجزائري تستند إلى أحكام الأمر 06/03 المتعلق بالعلامات، كما تستند إلى أحكام القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (القانون المعدل و المتمم) إلا أنه لا فرق في اشتراط المشرع في كل من الدعوى المدنية الأصلية أو دعوى المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية ضرورة أن تكون العلامة التجارية مسجلة ، كما أنه لا يمكن رفع كلا الدعويين إلا لمالك العلامة التجارية المسجلة في حين أن أغلب التشريعات تجيز حماية العلامة التجارية، في حين أن أغلب التشريعات تجيز حماية العلامة التجارية، حتى و إن كانت غير مسجلة ،و ذلك لاستنادها في العموم إلى قواعد المسؤولية المدنية كما أنها تجيز رفع هذه الدعوى من قبل كل متضرر من أفعال المنافسة غير المشروعة بما فيها المستهلك.

II- أطراف دعوى المنافسة غير المشروعة:

للمتضرر (الضحية) من أعمال المنافسة غير المشروعة أن يقيم أو يرفع دعوى بشأن منافسة الشخص الذي ارتكب العمل المنافس و كل من اشترك معه.
ويمكن أن ترفع الدعوى ضد الشخص المعنوي، حيث يتحمل الشخص المعنوي المسؤولية المدنية التي تقع عليه ويؤديها من ماله.
و مساءلة الشخص المعنوي قد تكون بطريق غير مباشر وذلك عن الأعمال التي يرتكبها ممثلوه على أساس مسؤولية المتبوع عن أفعال تابعه. على أنه هناك أحوال يمكن فيها مساءلة الشخص المعنوي ذاته مباشرة ونسبة الخطأ المباشر إليه.
كما إذا تمت مقاضاة شركة بمناسبة منافسة تجارية غير نزيهة أو غير شريفة أو غير مشروعة، أو بسبب تقليد لسلعة ما بناء على قرار صادر من إحدى هيئاتها كمجلس إدارة الشركة أو جمعيتها العامة وترفع الدعوى بشأن ذلك على كل من اشترك في تنفيذ هذه الأعمال إذا كان سيء النية، ولا يجوز أن ترفع دعوى المنافسة غير المشروعة من غير المتضرر أو نائبه.

III-التعويض عن الضرر:

الضرر القابل للتعويض هو الضرر المحقق الوقوع أي الذي وقع فعلا أو سيقع حتما وهو ما يسمى بالضرر المستقبلي.

أما الضرر الاحتمالي، وهو الضرر غير المحقق الوقوع، فهو قد يقع وقد لا يقع فلا يكون التعويض عنه واجبا إلا إذا وقع فعلا.

و يحكم في حالة المسؤولية (حالة رفع دعوى) بالتعويض النقدي لكل من أصابه الضرر، وتحكم المحكمة بالتعويض عن الضرر الفعلي فقط الذي لحق المتضرر فقط طبقا للقواعد العامة في المسؤولية.

و يعين القاضي طريقة التعويض تبعا للظروف، و إن كان القاضي غير ملزم بالحكم بالتنفيذ العيني، إلا أنه يتعين عليه أن يقضي به إذا كان ممكنا. أما إذا كان غير ممكن فيقدر التعويض نقدا.

Text N°:02 /Part N°:01

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

I- مسؤولية العون الاقتصادي:

العون الاقتصادي هو الشخص الذي يزاول أو يمارس نشاطا اقتصاديا بغض النظر عن نوعه أو طبيعته سواء أكان طبيعيا أو معنوياً (شخص اعتباري أو قانوني) ، 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:

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

02- مسؤولية جنائية: بعد 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°:02 / Part N°: 02

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

II- 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 المنافسة 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.

و بالإضافة 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.

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

Text N°:02/ Part N°:03

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 earnings whatever the means used, and this pushes to 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

III- 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 . و قد فرض هذا التحول على الدولة إنشاء وسائل فعالة لضمان المنافسة المشروعة (النزاهة) 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 ظهر 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 و تجبره على احترام سلامة المعاملات التجارية، وذلك للحفاظ على التوازن بين مصالح جميع الأطراف، سواء أولئك الذين هم في حالة تعاقد أو أولئك الذين لم يكونوا في حالة تعاقد.

Text N°:03 / Part N°:01

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: 01

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 و إرادة 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 عن السلع التي يشتريها، ويحميه من الضرر الذي قد يتعرض له من السلع أو الخدمات المعروضة،

و لما كان هناك تفاوت معرفي بين الطرفين دفع المشرع إلى تبنيه نصوص عدد من القوانين. و ذلك لخلق نوع من التوازن التعاقدى، فقد استخدم مع ذلك ضغطا للتأثير على الطرف الأقوى الذي هو العون الاقتصادي لحماية الطرف الضعيف الذي هو المستهلك. هذا من جهة.

و من 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 (التوقيع) العقد.

بالإضافة إلى اطلاعه ومعرفته الكافية بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع والحدود. المقررة لعملية البيع ، المسؤولية المتوقعة للطرفين.

Text N°:03 /Part N°:02

The Crime of Misleading Advertising

I- Concept of the Crime of Misleading Advertising:

The crime of misleading advertising in Algerian law is considered among unfair commercial practices, through advertisements containing false, incomplete claims, or those that may mislead the consumer. It is thus considered an act punishable by law. This criminalization aims to prevent negative impacts on competition among economic operators, as well as to protect the consumer from deception.

The Algerian legislator has criminalized this act under Law No. 04-02 related to commercial practices. The crime of misleading advertising is defined as that advertisement which deceives the consumer and affects his will to contract, and it is considered an unfair commercial practice. It is also considered a material crime, requiring bad faith, and entails financial penalties (fines), and in some cases may lead to imprisonment. It also includes advertising through electronic means.

II- The Legal Element of the Crime of Misleading Advertising:

The Algerian legislator has criminalized misleading advertising as an unfair commercial practice under Law 04-02 concerning the rules applicable to commercial practices. Article 28 explicitly prohibits advertising that may mislead or deceive the consumer, while Article

38 (as amended and supplemented) sets out the criminal penalties and fines applicable to perpetrators of these acts, with the aim of protecting the consumer and market integrity.

Thus, the Algerian legislator has criminalized the act of misleading or deceptive advertising as an unfair commercial practice explicitly under Articles 28 and 38 of Law 04-02 concerning the rules applicable to commercial practices (as amended and supplemented).

III- Basic Governing Laws:

01- Law No. 04-02 :

Regarding the rules applicable to commercial practices (amended and supplemented)

02- Law No. 09-03:

Concerning consumer protection and fraud suppression (amended and supplemented).

03- Law No. 08-05:

Concerning e-commerce (with regard to lectronic advertising).

IV- The Material Element of the Crime of Misleading Advertising:

Among the elements of the crime of misleading advertising is the physical element, which is realized through the physical behavior, resulting in placing the consumer in a state of confusion and pushing him to contract based on this misleading advertisement.

A- The Material behavior:

This occurs when the economic agent publishes an advertisement (by any means: newspapers, electronic media, television) that includes falsification of facts, false claims about the product or service, unavailability of the advertised stock, or concealment of essential information.

The presumed elements in the material aspect of this crime are:

01- The necessity of fulfilling the element of commercial advertising;

02- The eligibility of the actor to be an economic agent.

The material conduct is represented in three cases:

First: When the advertisement contains misleading and falsified information about the product or service.

Second: When the advertisement contains elements that could lead to confusion with another seller or with their products, services, or activities.

Third: When the advertisement is about a specific offer of goods or services, while the economic agent does not have sufficient stock of those goods or cannot guarantee the services that should be provided relative to the scale of the advertisement.

B - Result:

These behaviors negatively affect the consumer's will and push them to contract for non-existent goods or services, as well as harming fair and legitimate competition.

V- The Mental Element (Intentional Element/Criminal Intent):

There must be bad faith on the part of the declared economic agent, that is, the direction of his will to deceive the consumer and to cause him to be mistaken or confused about the true nature of the advertised product or service.

VI- Penalties in Algerian Law:

01- Financial fines:

The law imposes financial penalties on misleading advertising, varying according to the seriousness of the practice, with the possibility of doubling the fine in case of repetition.

02- Complementary penalties:

The court may rule to publish the judgment of conviction in newspapers, or to post it (advertising the judgment).

03- Civil penalties:

The judiciary ruling to compensate the affected consumer.

النص رقم 03 / الجزء : 02

جريمة الإعلان التضليلي

I- مفهوم جريمة الإعلان التضليلي:

تعتبر جريمة الإعلان التضليلي في القانون الجزائري من بين الممارسات التجارية غير النزيهة، وذلك عبر إعلانات تحتوي على ادعاءات كاذبة، ناقصة، أو من شأنها إيقاع المستهلك في الغلط وهي بذلك تعتبر فعلاً يعاقب عليه القانون، و يهدف هذا التجريم إلى منع التأثير سلباً على المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، كما يهدف إلى حماية المستهلك من الخداع.

وقد جرم المشرع الجزائري هذا الفعل بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية،

و تعرّف جريمة الإعلان التضليلي على أنها ذلك الإشهار الذي يخدع المستهلك ويؤثر على إرادته في التعاقد وهو يعتبر ممارسة تجارية غير عادلة. كما يعتبر جريمة مادية، تقتضي سوء النية، وتستوجب عقوبات مالية (غرامات)، كما قد تصل إلى الحبس في بعض الحالات، وهي تشمل أيضاً الإشهار عبر الوسائل الإلكترونية.

II- الركن الشرعي لجريمة الإعلان التضليلي:

أقر المشرع الجزائري تجريم الإعلان التضليلي كممارسة تجارية غير نزيهة بموجب القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية. حيث تحظر المادة 28 صراحة الإشهار الذي من شأنه إيقاع المستهلك في اللبس أو خداعه، بينما تحدد المادة 38 (المعدلة والمتممة) العقوبات الجزائية والغرامات المالية المطبقة على مرتكبي هذه الأفعال، وذلك بهدف حماية المستهلك ونزاهة السوق.

ومن ثم فقد جرم المشرع الجزائري واقعة الإعلان التضليلي أو المضلل، كممارسة تجارية غير عادلة صراحة بموجب نصي المادتين 28 و 38 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (المعدل و المتمم).

III- القوانين الأساسية المنظمة:

01- القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (المعدل و المتمم)

02- القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (المعدل و المتمم).

03- القانون رقم 08-05 المتعلق التجارة الإلكترونية (بالنسبة للإشهار الإلكتروني).

IV - الركن المادي جريمة الإعلان التضليلي :

إن من بين أركان جريمة الإعلان التضليلي الركن المادي، ويتحقق هذا الأخير من خلال السلوك المادي، و الذي ينتج عنه وضع المستهلك في حالة من اللبس فيدفعه للتعاقد بناء على هذا الإعلان المضلل.

أ- السلوك المادي :

ويكون ذلك بقيام العون الاقتصادي بنشر إعلان (بأي وسيلة: جرائد، وسيلة إلكترونية، تلفزيون) يتضمن تزييفاً للحقائق، ادعاءات كاذبة حول السلعة أو الخدمة، أو عدم توفر المخزون المعلن عنه، أو إخفاء معلومات جوهرية. و العناصر المفترضة في الركن المادي لهذه الجريمة هي:

01- ضرورة تحقيق عنصر الإشهار التجاري؛

02- أهلية الفاعل لأن يكون عونا اقتصاديا.

و يتمثل السلوك المادي في ثلاث حالات،

أولاً: عندما يتضمن الإعلان معلومات مضللة ومزيفة حول المنتج أو الخدمة.

ثانياً : عندما يتعلق يتضمن الإعلان عناصر يمكن أن تؤدي إلى اللبس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه.

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

ب - النتيجة:

ينتج عن هذه السلوكيات التأثير سلباً على إرادة المستهلك ودفعه للتعاقد على سلع أو خدمات غير حقيقية، وكذلك الإضرار بالمنافسة النزيهة و المشروعة.

V- الركن المعنوي (القصد الجنائي):

يجب توافر سوء نية لدى العون الاقتصادي المُعلن، أي اتجاه إرادته إلى خداع المستهلك وإيقاعه في الغلط أو اللبس في حقيقة المنتج أو الخدمة المُعلن عنه.

V- العقوبات في القانون الجزائري:

01- غرامات مالية: يفرض القانون عقوبات مالية على الإشهار التضليلي، تتفاوت حسب خطورة الممارسة، مع احتمال مضاعفة الغرامة في حالة التكرار.

02- عقوبات تكميلية: يمكن للمحكمة الحكم بنشر الحكم القاضي بالإدانة في الصحف، أو تعليقه (إشهار الحكم)،

03- عقوبات مدنية: القضاء بتعويض المستهلك المتضرر.

Text N°:04 / Part N°:01

Commercial (trading) Companies

I-Definition of a Commercial(trading)Company:

A commercial company is a company established with consideration for the persons of the partners, and each partner has a share called the interest share, which cannot be transferred to other persons except under certain conditions.

II - Characteristics of Commercial(trading)Companies:

Commercial companies are characterized as contracts aimed at achieving financial profit through offering cash, in-kind, or labor shares by two or more people. They enjoy an independent legal personality and a financial entity separate from the partners, a trade name, and a headquarters. At the same time, they are subject to the commercial legal system and include specific or joint responsibilities, and they usually continue despite changes in the partners.

01- Independent (legal)Personality:

The company has its own financial assets, separate from the personal financial assets of the partners, which allows it to litigate and own property.

02- Profit objective:

The main purpose is to engage in joint commercial activity to share profits or losses.

03- Limited or joint liability:

This varies according to the type. In capital companies such as joint-stock companies, shareholders' responsibility is limited to the value of their shares. In partnership companies, such as general partnerships, partners are responsible for

all the company's obligations and debts, as their financial assets are united with the company's financial assets.

04- Trade Name:

The company must have a unique trade name that distinguishes it from other companies, and in partnerships, its name often consists of the names of the general partners.

05- Transferability of Shares:

In capital companies, shareholders' shares can be easily transferred in the stock market, whereas in partnerships, shares are not traded or transferred except with the consent of all partners and under certain conditions.

06- Continuity of the Company:

The company does not usually dissolve upon the death or withdrawal of one of the partners, especially in limited liability companies and joint-stock companies.

06- Formality, Writing, and Registration:

A legal company requires documenting the contract, publishing it, and registering it in the commercial register to acquire its legal status. It must also have its founding law.

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 - خصائص الشركات التجارية:

تتميز الشركات التجارية بأنها عقود تهدف إلى تحقيق ربح مالي من خلال تقديم الأسهم النقدية أو العينية أو العمالية من قبل شخصين أو أكثر، وتتمتع بشخصية قانونية مستقلة وكيان مالي منفصل عن الشركاء، واسم تجاري، ومقر، وفي الوقت نفسه تخضع للنظام القانوني التجاري وتشمل مسؤوليات محددة أو مشتركة، وعادةً ما تستمر رغم التغيرات في الشركاء.

01- الشخصية الاعتبارية (القانونية) المستقلة:

تمتلك الشركة ذمة مالية خاصة بها، منفصلة عن الذمة المالية الشخصية للشركاء، مما يسمح لها بالتقاضي والتملك.

02- هدف الربح

الغرض الرئيسي هو القيام بنشاط تجاري مشترك لاقتسام الأرباح أو الخسائر.

03- المسؤولية المحدودة أو التضامنية :

تختلف حسب النوع ، ففي شركات الأموال مثل شركة المساهمة تقتصر مسؤولية المساهمين على قيمة أسهمهم بينما في شركات الأشخاص، مثل شركة التضامن فيسأل الشركاء عن جميع التزامات الشركة و ديونها ، وذلك لاتحاد ذمتهم المالية مع ذمة الشركة المالية .

04- الاسم التجاري:

يجب أن يكون للشركة اسم تجاري خاص يميزها عن غيرها من الشركات، وفي شركات الأشخاص غالباً ما يتكون اسمها من أسماء الشركاء المتضامنين.

05- قابلية الأسهم للتداول:

في شركات الأموال يمكن نقل حصص المساهمين بسهولة في سوق الأوراق المالية بينما في شركات الأشخاص فلا يتم تداول الحصص أو نقلها إلا بموافقة جميع الشركاء وبشروط معينة.

06- استمرارية الشركة :

لا تنحل الشركة عادة بوفاة أحد الشركاء أو انسحابه، خاصة في الشركات ذات المسؤولية المحدودة وشركات المساهمة.

07- الشكلية و الكتابة والشهر:

تتطلب الشركة القانونية توثيق العقد ونشره وقيدتها في السجل التجاري لتكتسب صفتها القانونية .:كما يجب أن يكون لها قانونها التأسيسي

Text N°:04 / Part N°:02

III- Types of Commercial (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)

02- 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.

03- 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.

04- 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.

In conclusion, all these types of companies are commercial companies, organized either with partners whose liability is unlimited, being joint partners as in a general partnership, which is based on trust and personal consideration, or consisting of both joint partners and limited liability partners as in a limited partnership, or only partners of the second type, whereby their shares in the company are represented in the form of specific stocks with a determined value, generally similar to a joint-stock company, and a limited liability company, which is based on capital and is not affected by the personality of the partner.

النص رقم: 04 / الجزء: 02

II- أنواع الشركات التجارية :

01- شركة التضامن:

شركة التضامن هي شركة 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)

02 - شركة التوصية البسيطة:

شركة التوصية البسيطة هي شركة تتكون من مجموعتين من الشركاء ، شركاء متضامنون وهم الشركاء الذين يتحملون المسؤولية الشخصية والمشاركة عن جميع التزامات الشركة ، والشركاء المحدودون الذين يكونون مسؤولين فقط في حدود مساهماتهم، والذين نادرا ما تكون أسهمهم قابلة للتحويل، و هذا يرجع إلى المصالح الشخصية.

03- شركة ذات مسؤولية محدودة(ش ذ م م) :

شركة ذات المسؤولية المحدودة هي شركة تجارية تقدر و 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.

04 - 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.

و خلاصة القول أن كل هذه الأنواع من الشركات هي شركات تجارية، منظمة إما بشركاء تكون مسؤوليتهم غير محدودة، بأن يكونوا شركاء متضامنين كشركة التضامن، حيث

تقوم على الثقة والاعتبار الشخصي، أو أنها تتكون من شركاء متضامنين وآخرين محدودي المسؤولية كشركة التوصية البسيطة، أو شركاء من النوع الثاني فقط، بحيث يتم تمثيل حصصهم في الشركة على شكل أسهم معينة ذات قيمة محددة، وهي متشابهة بشكل عام كشركة المساهمة، و الشركة ذات المسؤولية المحدودة، والتي تقوم على رأس المال ولا تتأثر بشخصية الشريك .

Text N°5: / Part N°:1

Criminal labor law

I-Definition of labor law :

Labor law mediates the relationship between workers, employers, trade unions, and the government, covering rights like fair wages, safe working conditions, and collective bargaining.

It is a subsidiary of The Private Law which regulates the relations which arise between the individuals. The Private Law aims at realizing personal interests

It includes individual rights (contracts, pay) and collective rights (unions), aiming to prevent exploitation. Key areas include working hours, termination rules, anti-discrimination, and benefit.

II-Definition of Criminal labor law :

Criminal labor law is a modern branch of law that addresses labor-related crimes committed by both employees and employers, aiming to regulate and punish violations of labor laws through penalties, often to protect the interests of both parties.

Criminal labor law defines as: « a set of rules that criminalize and deter certain actions committed by the offender in the course of performing his work, whether on behalf of the employing institution or for his own account ». It is also defined as: « the legal rules that criminalize acts that violate labor law and that are committed by the

worker while performing his work and within the employing institution ».

It is also known as : « a set of rules stipulated by the legislator with the aim of imposing criminal penalties for violations of the obligations established in the employment relationship ».

النص رقم: 05 / الجزء: 01

I- تعريف قانون العمل:

ينظم قانون العمل العلاقة بين العمال وأصحاب العمل والنقابات والحكومة، ويغطي حقوقاً مثل الأجور العادلة وظروف العمل الآمنة والتفاوض الجماعي. إنه فرع من القانون الخاص الذي ينظم العلاقات التي تنشأ بين الأفراد. يهدف القانون الخاص إلى تحقيق المصالح الشخصي.

إنه يشمل ذلك الحقوق الفردية (العقود، الأجور) والحقوق الجماعية (النقابات)، بهدف منع الاستغلال. وتشمل المجالات الرئيسية ساعات العمل، قواعد الفصل من العمل، مكافحة التمييز، ومكافحة المزايا

II- تعريف القانون العمل الجنائي:

القانون الجنائي للعمل هو فرع حديث من القانون يعالج الجرائم المتعلقة بالعمل التي يرتكبها كل من الموظفين وأصحاب العمل، ويهدف إلى تنظيم ومعاينة انتهاكات قوانين العمل من خلال العقوبات، غالباً لحماية مصالح كلا الطرفين.

و يعرف قانون العمل الجنائي على أنه: "مجموعة من القواعد التي تجرم وتردع بعض الأفعال التي يرتكبها الجاني أثناء أداء عمله، سواء نيابة عن المؤسسة التي يعمل بها أو لحسابه الخاص".

كما يعرف أيضاً على أنه: "القواعد القانونية التي تجرم الأفعال التي تنتهك قانون العمل والتي يرتكبها العامل أثناء أداء عمله وداخل المؤسسة المستخدمة".

و يعرف أيضاً على أنه: "مجموعة من القواعد التي يقررها المشرع بهدف فرض العقوبات الجنائية على المخالفات المتعلقة بالالتزامات المنصوص عليها في علاقة العمل".

Text N°: 05 / Part N°:02

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: 02

خصائص قانون العمل الجنائي

إن 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.

و مع 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.