

القرار رقم 36 ر م/س ض ب م/2013 المؤرخ في 17 افريل 2013

يحدد الشروط و الكيفيات المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف النقال من نوع GSM

إن مجلس سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية،

- بمقتضى القانون رقم 2000 - 03 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1421 الموافق 5 أوت سنة 2000 ، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ، لاسيما المواد 04،10،13
- بمقتضى القانون رقم 02-04 المؤرخ في جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- بمقتضى القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فيفري سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-141 المؤرخ في 03 صفر عام 1423 الموافق 16 ابريل سنة 2002، يحدد القواعد التي يطبقها متعاملو الشبكات العمومية للمواصلات السلكية و اللاسلكية من أجل تحديد تعريفه الخدمات المقدمة للجمهور.
- بمقتضى المراسيم الرئاسية المتضمنة تعيين رئيسة وأعضاء مجلس سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.
- بمقتضى المرسوم الرئاسي المتضمن تعيين المدير العام لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 01-219 المؤرخ في 10 جمادى الأولى عام 1422 الموافق 31 يوليو سنة 2001، يتضمن الموافقة على رخصة لإقامة و استغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM ولتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " اوراسكوم تيليكوم القابضة " المتصرفة باسم ولحساب شركة " اوراسكوم تيليكوم الجزائر ش ذ ا".
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-186 المؤرخ في 13 ربيع الأول عام 1423 الموافق 26 مايو سنة 2002، يتضمن الموافقة على سبيل التسوية على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " اتصالات الجزائر ش ذ أ " المتصرفة باسم ولحساب شركة " اتصالات الجزائر للهاتف المحمول".

« بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 04-09 المؤرخ في 18 ذي القعدة عام 1424 الموافق 11 يناير سنة 2004، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM، واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة " للشركة الوطنية للاتصالات المتنقلة " المتصرفة باسم ولحساب شركة " الوطنية للاتصالات الجزائر".

« بمقتضى القرار رقم 10/أخ/رم/س ض ب م س /12 المؤرخ في 07 مارس 2012، يحدد الشروط والكيفيات المطبقة على العروض الترويجية لمعاملتي الهاتف النقال من نوع GSM.

« بمقتضى النظام الداخلي لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

« اعتبارا للنتائج تقارير المديرية العامة المتضمنة بيان حالة العروض الترويجية التي أطلقها متعاملو الهاتف النقال من نوع GSM خلال سنوات 2010، 2011، 2012.

« اعتبارا لأهمية السهر على وضوح العروض الترويجية للمعاملين لكي تتماشى مع مصالح المستهلكين في ظل احترام منافسة عادلة.

« اعتبارا لأهمية الحفاظ على القواعد الأساسية المحددة لشروط وكيفيات الممارسات الترويجية الواجب على المتعاملين احترامها في إطار ترقية عروضهم و هذا بهدف استعادة المنافسة وتعزيزها في سوق الهاتف النقال من نوع GSM.

« اعتبارا للتحقيقات التي قامت بها مصالح سلطة الضبط والتي تبين أن بعض المتعاملين يبالغون في طرح مزايا هامة للمنتوجات المسبقة الدفع المرافقة لبيع الأجهزة المطرفية في السوق.

« اعتبارا لنص المادة 13 في المطة الأولى من القانون 03-2000 المشار إليه أعلاه و التي تنص على: " تتولى سلطة الضبط المهام الآتية:

- السهر على وجود منافسة فعلية ومشروعة في سوقي البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية باتخاذ كل التدابير الضرورية لترقية أو استعادة المنافسة في هاتين السوقين،

- (...) ".

« اعتبارا كذلك لأهمية التذكير بالقواعد المطبقة بغرض إعلام المستهلك وبالأخص:

• المادة 4 من القانون رقم 04-02 المشار إليه أعلاه، المعدل والمتمم، التي تنص على: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع".

• المادة 6 من القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم، المشار إليه أعلاه و التي تنص على: " يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة".

• المادة 8 من القانون 04-02 المعدل و المتمم، المشار إليه أعلاه و التي تنص على: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بأخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة

بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة".

• المادة 17 من القانون 03-09 المشار إليه أعلاه والتي تنص على: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

• المادة 18 من القانون 03-09 المشار إليه أعلاه و الذي ينص على: " يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول (...)، بطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.

«اعتبارا للمادة 28 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، المشار إليه أعلاه و التي تنص على: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه.

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

«اعتبارا للفقرة الثانية من المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 02-141 المشار إليه أعلاه والتي تنص على: " ينشر المتعاملون ومقدمو الخدمات بيانا مفصلا لتعريفات الخدمات المقدمة للجمهور ويعرضونه في مكاتبهم المفتوحة للجمهور وعلى مواقعهم على الإنترنت. ويسلمون لكل شخص بيان التعريفات المطبقة فيما يخص الخدمات المقدمة له أو المقترحة عليه، إذا طلب ذلك.

«اعتبارا أن سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بصفتها الضامن للمنافسة في قطاع المواصلات السلكية واللاسلكية تمتلك صلاحيات تنظيم سوق المواصلات السلكية واللاسلكية والتي تسمح لها باتخاذ تدابير وقائية وضمان منافسة عادلة في صالح مستعملي شبكات وخدمات المواصلات السلكية واللاسلكية.

«اعتبارا لأهمية إدراج شهر رمضان، لأسباب تتعلق بالتسيير الإجمالي السنوي للعروض الترويجية، في نطاق تطبيق هذا القرار.

« اعتبارا لمدولة مجلس سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية أثناء الاجتماع المنعقد بتاريخ 17 افريل 2013.

يقرر

المادة الأولى:

يهدف هذا القرار إلى تحديد شروط وكيفيات العروض الترويجية المطبقة على متعاملي الهاتف النقال من نوع GSM ومن بينها تلك التي يتم إطلاقها في شهر رمضان حيث أن النظام القانوني يخضع لشروط خاصة يحددها هذا القرار.

المادة 02:

يقصد بالعروض الترويجية كل عمل تجاري يقوم به متعامل الهاتف النقال من نوع GSM ويمنح ميزة في وقت محدد ، سواء أكان مالياً أو غير ذلك، قصد السماح على المدى القصير أو المتوسط بتطوير و/أو ترقية مبيعات المنتجات المتعلقة بخدمات النقال سواء أكانت ذات الدفع المسبق أو الدفع البعدي (الصوت Voix)، خدمة الرسائل القصيرة SMS، خدمة الرسائل المتعددة الوسائط MMS، GPRS/WAP) التي يسمح بها دفتر شروطه لتشجيع كل أو جزء من الجمهور لشراء أو الاشتراك في خدماته و / أو الولاء لمشتريها دون اعتبار برامج الولاء مثل العروض الترويجية بالمعنى المقصود في هذا القرار.

يغطي هذا التعريف أيضاً المبيعات التي يطلقها المتعاملون مباشرة على شكل باك يتضمن ميزات مثل الخصم على النفاذ، الرسائل القصيرة... الخ أو بطريقة غير مباشرة بحسب نفس الصيغة وبنفس الميزات، بواسطة متعهدي الأجهزة الطرفية GSM الذين يقومون بالإشهار لفائدة المتعاملين.

المادة 03:

يقصد بالمنتج سواء كان في الدفع البعدي أو الدفع المسبق سلة الخدمات (الصوت Voix)، خدمة الرسائل القصيرة SMS، خدمة الرسائل المتعددة الوسائط MMS، GPRS/WAP) تتضمن العرض القاعدي والخيارات الملحقة إن وجدت.

المادة 04:

يمتلك متعاملو الاتصالات الهاتفية النقالة GSM من نوع بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان، طبقاً لأحكام المادتين 07 و 08 للمنتجات المسوّقة ذات الدفع البعدي و المادتين 09 و 10 للمنتجات المسوّقة ذات الدفع المسبق ، في الرصيد الزمني الذي حدّد سقفه بحسب نماذج التقويمات الواردة في الملحق 1 باعتباره جزءاً من هذا القرار.

المادة 05:

يمتلك متعاملو الاتصالات الهاتفية النقالة من نوع GSM بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان، في الرصيد الزمني الذي حدّد سقفه طبقاً لأحكام كل من المادة 11 من هذا القرار والمتعلقة بالمنتجات المسوّقة ذات الدفع البعدي و المادة 12 المتعلقة بالمنتجات المسوّقة ذات الدفع المسبق .

المادة 06:

لا يمكن أن يتعلق كل عرض ترويجي إلا بالاشتراكات المحتملة للمنتوج وتمس داخل المنتوج كل من:

- العرض القاعدي للمتعامل حول المنتوج.
- إحدى الخيارات التي تكونه ، عند الاقتضاء.

المادة 07:

بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان، لا يمكن أن تتجاوز المدة القصوى للعرض الترويجي الخاص بالمنتوج المسوّق ذو الدفع البعدي 28 يوما . تتعلق هذه المدة القصوى بفترة اكتتاب العرض الترويجي.

و بخصوص المدة المتعلقة بالآثار الترويجية للمنتج المسوّق للدفع البعدي، فإنها تنتهي في أجل أقصاه 42 يوما التي تلي تاريخ اكتتاب العرض الترويجي.

المادة 08:

بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان، لا يمكن أن تقل المدة الفاصلة بين عرضين ترويجيين لنفس المنتج المسوّق ذو الدفع البعدي عن 42 يوما ابتداء من تاريخ نهاية اكتتاب أول عرض من العرضين الترويجيين.

لا يمكن أن تقل المدة الفاصلة بين عرضين ترويجيين متتاليين لمنتوجين مختلفين مسوّقين للدفع البعدي عن 14 يوما ابتداء من تاريخ نهاية اكتتاب أول عرض من العرضين الترويجيين.

المادة 09:

بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان، لا يمكن أن تتجاوز المدة القصوى للعرض الترويجي الخاص بالمنتوج المسوّق ذو الدفع المسبق 21 يوما . تتعلق هذه المدة القصوى بفترة اكتتاب العرض الترويجي.

و بخصوص المدة المتعلقة بالآثار الترويجية للمنتج المسوّق للدفع المسبق ، فإنها تنتهي في أجل أقصاه 21 يوما التي تلي تاريخ اكتتاب العرض الترويجي.

المادة 10:

بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان، لا يمكن أن تقل المدة الفاصلة بين عرضين ترويجيين لنفس المنتج المسوّق ذو الدفع المسبق عن 49 يوما ابتداء من تاريخ نهاية اكتتاب أول عرض من العرضين الترويجيين.

لا يمكن أن تقل المدة الفاصلة بين عرضين ترويجيين متتاليين لمنتوجين مختلفين مسوّقين للدفع المسبق عن 28 يوما ابتداء من تاريخ نهاية اكتتاب أول عرض من العرضين الترويجيين.

المادة 11:

خلال فترة رمضان، لا يمكن أن تتجاوز العروض الترويجية للمنتج ذو الدفع البعدي 28 يوما.

لا يمكن للمنتج المعني بالعرض الترويجي الذي يسبق مباشرة شهر رمضان أن يكون موضوع عرض ترويجي آخر خلال شهر رمضان إذا لم يسبق هذا العرض الأخير انقضاء 7 أيام بعد نهاية الترويج وآثاره.

المادة 12:

خلال فترة رمضان، لا يمكن أن تتجاوز العروض الترويجية للمنتج ذو الدفع المسبق 21 يوما.

لا يمكن للمنتج المعني بالعرض الترويجي الذي يسبق مباشرة شهر رمضان أن يكون موضوع عرض ترويجي آخر خلال شهر رمضان إذا لم يسبق هذا العرض الأخير انقضاء 7 أيام بعد نهاية الترويج وآثاره.

المادة 13:

خلال شهر رمضان، يتعلق العرض الترويجي بمنتج واحد فقط، ولا يمكن لأثره الزمني أن ينتشر أكثر من ثلاثة أيام من عيد الفطر.

المادة 14:

لا يسمح بالعروض الترويجية في الفترة التي تلي شهر رمضان، ولا يمكن استئنافها إلا بعد نهاية الفترة الفاصلة المقدرة ب 21 يوما.

المادة 15:

يُسمح بالعروض الترويجية المرافقة لشراء هاتف وهذا بمنح رصيد بالدقائق أو خصم على الفاتورة بالنسبة للعروض التسعيرية ذات الدفع البعدي التي تم اكتتابها صراحة بعقد ولكنها ممنوعة منعاً باتاً بالنسبة للعروض التسعيرية ذات الدفع المسبق.

المادة 16:

يلتزم المتعاملون بضمان معلومة واضحة وشاملة وصريحة وغير ملتبسة اتجاه زبائنهم حول تعريفات وشروط كل عرض ترويجي. و يجب عليهم بالإضافة إلى ذلك الامتناع عن كل إشهار من شأنه أن يُضلل المستهلكين و بالخصوص عبر عرض الفوائد أو الخصائص التي لا يمكن منحها فعلاً للمستفيدين فيما يخص المنتج المروج.

المادة 17:

يلتزم المتعاملون بإرسال كل عرض ترويجي إلى سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية في أجل أدناه 10 أيام قبل التاريخ المتوقع لدخوله حيز التنفيذ. يؤدي عدم احترام هذا الأجل إلى تأجيل الموعد المقرر فعليا من طرف المتعامل في العرض الخاص به.

لا يستثني إرسال العرض الترويجي إلى سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية قيام هذه الأخيرة باختبارها وذلك على ضوء المعطيات ذات الصلة و بموجب التشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 18:

يلتزم المتعاملون بعد تنفيذ كل العروض الترويجية بإرسال المعلومات التي تم تجميعها إلى سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية في أجل أقصاه 30 يوما بعد آخر يوم للآثار الترويجية، وهذا طبقا للمخطط الملحق بهذا القرار (الملحق 02) الذي يعد جزءا منه.

المادة 19:

إن هذا القرار صالح لمدة سنة ابتداء من تاريخ تطبيقه.

المادة 20:

يُكلف المدير العام لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية بمتابعة وتنفيذ هذا القرار.

المادة 21:

يُطبق هذا القرار ابتداء من تاريخ تبليغه دون المساس بالتعديلات التي تراها سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلوكية و اللاسلكية مفيدة لإضافتها خلال فترة صلاحيته و يتم نشره على الموقع الالكتروني لسلطة الضبط للبريد و المواصلات السلوكية و اللاسلكية.

عن المجلس

الرئيسة