

قرار المجلس رقم 02/أخ/رم/س ض ب إ إ/2019 المؤرخ في 2019/01/07

المحدد للشروط والكيفيات المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف الثابت والنقال

إن مجلس سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية،

- بمقتضى القانون رقم 18-04 المؤرخ في 24 شعبان عام 1439 الموافق 10 مايو سنة 2018، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، لاسيما المادتين 11 و 13 منه؛
- بمقتضى الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، المعدل والمتمم، المتعلق بالمنافسة؛
- بمقتضى القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، المعدل والمتمم، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية؛
- بمقتضى القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، المعدل والمتمم، 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 واللاسلكية من أجل تحديد تعريفه الخدمات المقدمة للجمهور؛
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 04-09 المؤرخ في 18 ذي القعدة عام 1424 الموافق 11 يناير سنة 2004، المعدل والمتمم، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM، واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة " للشركة الوطنية للاتصالات النقالة " المتصرفة باسم ولحساب شركة " الوطنية للاتصالات الجزائر، شركة ذات أسهم"؛
- بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-460 المؤرخ في 28 شوال عام 1426 الموافق 30 نوفمبر سنة 2005، المعدل والمتمم، يتضمن الموافقة، على سبيل التسوية، على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات السلكية واللاسلكية واستغلالها وتوفير خدمات هاتفية ثابتة دولية وما بين المدن وفي الحلقة المحلية للجمهور الممنوحة لشركة " اتصالات الجزائر، شركة ذات أسهم"؛

- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-405 المؤرخ في 28 محرم عام 1435 الموافق 02 ديسمبر سنة 2013، المعدّل والمتمّم، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " اتصالات الجزائر للهاتف النقال"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-406 المؤرخ في 28 محرم عام 1435 الموافق 02 ديسمبر سنة 2013، المعدّل والمتمّم، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " الوطنية للاتصالات الجزائر، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 14-312 المؤرخ في 17 محرم عام 1436 الموافق 10 نوفمبر سنة 2014، المعدّل والمتمّم، يتضمن الموافقة على رخصة لإقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية من الجيل الثالث وتوفير خدمات المواصلات للجمهور، الممنوحة على سبيل التنازل لشركة " أوبتيكوم تيليكوم الجزائر، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-235 المؤرخ في 02 ذي الحجة عام 1437 الموافق 04 سبتمبر سنة 2016، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية النقالة من الجيل الرابع (4G) واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " اتصالات الجزائر للهاتف النقال، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-236 المؤرخ في 02 ذي الحجة عام 1437 الموافق 04 سبتمبر سنة 2016، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية النقالة من الجيل الرابع (4G) واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " الوطنية للاتصالات الجزائر، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-237 المؤرخ في 02 ذي الحجة عام 1437 الموافق 04 سبتمبر سنة 2016، يتضمن الموافقة على رخصة إقامة شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية النقالة من الجيل الرابع (4G) واستغلالها وتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " أوبتيكوم تيليكوم الجزائر، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 17-108 المؤرخ في 08 جمادى الثانية عام 1438 الموافق 07 مارس سنة 2017، يتضمن الموافقة على تجديد رخصة لإقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM، ولتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " اتصالات الجزائر للهاتف النقال، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 17-195 المؤرخ في 16 رمضان عام 1438 الموافق 11 يونيو سنة 2017، يتضمن الموافقة على تجديد رخصة لإقامة واستغلال شبكة عمومية للمواصلات اللاسلكية الخلوية من نوع GSM ولتوفير خدمات المواصلات اللاسلكية للجمهور الممنوحة لشركة " أوبتيكوم تيليكوم الجزائر، شركة ذات أسهم"؛
- ◀ بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 01-109 المؤرخ في 09 صفر عام 1422 الموافق 03 مايو سنة 2001، يتضمن تعيين أعضاء مجلس سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛

- ◀ بمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرخ في 24 شعبان عام 1431 الموافق 05 غشت سنة 2010، يتضمن تعيين أعضاء مجلس سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛
- ◀ بمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1433 الموافق 22 مارس سنة 2012، يتضمن تعيين أعضاء مجلس سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛
- ◀ بمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرخ في 04 جمادى الثانية عام 1434 الموافق 15 أبريل سنة 2013، يتضمن تعيين المدير العام لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛
- ◀ بمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرخ في 16 رمضان عام 1437 الموافق 21 يونيو سنة 2016، يتضمن تعيين رئيس مجلس سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛
- ◀ بمقتضى المرسوم الرئاسي المؤرخ في 03 شعبان عام 1438 الموافق 30 أبريل سنة 2017، يتضمن تعيين أعضاء مجلس سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية؛
- ◀ بمقتضى النظام الداخلي لسلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية؛
- ◀ اعتبارا للمادة 13 من القانون رقم 04-18 المشار إليه أعلاه والتي تنص على: " تكلف سلطة الضبط بالقيام بضمان ضبط أسواق البريد والاتصالات الالكترونية لحساب الدولة، وفي هذا الإطار تتولى المهام الآتية:
 - السهر على وجود منافسة فعلية ومشروعة في سوقي البريد والاتصالات الإلكترونية باتخاذ كل التدابير الضرورية لترقية أو استعادة المنافسة في هاتين السوقين،
 - (...). "
- ◀ اعتبارا للمادة 4 من القانون رقم 02-04، المعدل والمتمم، المشار إليه أعلاه والتي تنص على: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع؛
- ◀ اعتبارا للمادة 6 من القانون رقم 02-04، المعدل والمتمم، المشار إليه أعلاه والتي تنص على: " يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة؛
- ◀ اعتبارا للمادة 8 من القانون رقم 02-04، المعدل والمتمم، المشار إليه أعلاه والتي تنص على: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بأخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة؛
- ◀ اعتبارا للمادة 28 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، المشار إليه أعلاه، والتي تنص على: "لن 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 منتجاته 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 للمادة 17 من القانون رقم 03-09، المعدل والمتمم، 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؛

« اعتبارا للمادة 18 من القانون رقم 03-09، المعدل والمتمم، المشار إليه أعلاه والتي تنص 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 للفقرة الثالثة من المادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 02-141 المشار إليه أعلاه والتي تنص على: "كلفت سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تطبيقا لأحكام القانون وأحكام هذا المرسوم، بتحديد مبادئ تحديد تعريفات الخدمات التي يقدمها متعاملو شبكات عمومية؛

« 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 للتطور المستمر للمؤشرات الاقتصادية والمالية الضرورية لاختبار عروض أسعار المواد والخدمات في سوقي الهاتف الثابت والنقال؛

« اعتبارا أنه من الضروري لسلطة الضبط التأكد من المحافظة على الظروف التي تسبق الفحص بدون تحفظ للنشرة التي تتضمن إشهار الأسعار التي يرسلها المتعامل؛

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

« اعتبارا لأهمية تأطير الشروط والكيفيات المطبقة على العروض الترويجية للمتعاملين من خلال القواعد الملزمة التي تسيّر تطوّر منتجاتهم وهذا بهدف استعادة المنافسة وتعزيزها في سوقي الهاتف الثابت والنقال؛

- « اعتباراً أن سلطة الضبط بصفتها الضامن للمنافسة في قطاع الاتصالات الإلكترونية تمتلك تملك صلاحيات تنظيم سوق الاتصالات الإلكترونية والتي تسمح لها باتخاذ تدابير وقائية وضمان منافسة عادلة في صالح مستعملي شبكات وخدمات الاتصالات الإلكترونية؛
- « اعتباراً للتبليغات المتكررة الصادرة من بعض المتعاملين والتي يلتمسون، من خلالها، من سلطة الضبط تمديد أو تجديد عرضهم الترويجي؛
- « اعتباراً لنتائج التحليل الذي قامت به مصالح سلطة الضبط حول العروض الترويجية لسنتي 2017 و2018، لاسيما التضاعف وطلبات تمديد أو تجديد العروض الترويجية؛
- « اعتباراً لمداولة مجلس سلطة ضبط البريد والاتصالات الإلكترونية أثناء الاجتماع المنعقد بتاريخ 2019/01/07.

يقرر

المادة الأولى:

إن موضوع القرار الحالي هو تحديد الشروط والكيفيات المطبقة على العروض الترويجية للمنتجات التي يوفرها متعاملو الهاتف الثابت والنقال بعد تبليغ سلطة الضبط بنشرتهم التي تتضمن إشهار الأسعار.

يُطبّق القرار الحالي على عروض الدفع البعدي والدفع المسبق.

المادة 2:

يقصد بالمنتوج سواء أكان في صيغة الدفع البعدي أو الدفع المسبق، سلة الخدمات (الصوت، خدمة الرسائل القصيرة، البيانات) التي تتضمن العرض القاعدي والخيارات الملحقه إن وجدت.

المادة 3:

يقصد بالعرض الترويجي كل عمل تجاري يقوم به متعامل الهاتف الثابت والنقال ويمنح امتياز في وقت محدد، سواء أكان مالياً أو غير ذلك، قصد السماح بتطوير و/أو ترقية بيع المنتج سواء أكان في شكل الدفع المسبق أو الدفع البعدي التي يسمح بها دفتر شروطه.

يغطي هذا التعريف أيضاً:

- المبيعات التي يطلقها المتعامل (الثابت أو النقال) على شكل باك (جهاز مطرفي به بطاقة SIM أو USIM) التي تتضمن امتيازات مثل الخصم على النفاذ، الصوت، البيانات، الرسائل القصيرة... الخ، التي تتم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة بحسب نفس الصيغة ونفس الامتيازات، بواسطة متعهدي الأجهزة المطرفية.

- المبيعات التي تتم من خلال نقاط البيع لشبكات التوزيع المباشرة وغير المباشرة، في إطار "التحديات" التي ينظمها المتعاملون بهدف زيادة المبيعات.

تكون برامج الوفاء التي يطلقها المتعاملون موضوع إعلام مسبق لسلطة الضبط.

المادة 4:

كل عرض ترويجي على منتج لا يمس داخل هذا المنتج سوى العرض القاعدي فقط أو خصائصه إن وجدت.

المادة 5:

يلتزم المتعاملون بإرسال كل عرض ترويجي إلى سلطة الضبط في أجل أدناه خمسة عشر (15) يوما قبل التاريخ المقرر لإطلاقه.

المادة 6:

تتمتع سلطة الضبط بأجل مدته خمسة عشر (15) يوما لفحص العرض الترويجي ابتداء من تاريخ استلام النشرة.

في حالة ما إذا تطلّب فحص العرض الترويجي معلومات إضافية، تملك سلطة الضبط أجل مدته عشرة (10) أيام ابتداء من تاريخ استلام النشرة لطلب المعلومات الإضافية. في هذه الحالة، يبدأ سريان أجل الخمسة عشرة (15) يوما انطلاقا من تاريخ استلام الملف الكامل.

المادة 7:

بالنسبة للفترة خارج شهر رمضان،

- لا يمكن أن يتعلق كل عرض ترويجي، في نفس الوقت، إلا بالمنتج واشتراكاته المحتملة.
- لا يمكن أن تتجاوز المدة القصوى للعرض الترويجي الخاص بالمنتج المسوّق ذو الدفع البعدي و/ أو المسبق أجل ثلاثون (30) يوما. تتعلق هذه المدة بالفترة التي يسمح فيها بالاكتمال للعرض الترويجي.
- تُحدّد مدة الآثار الترويجية للعرض الترويجي على المنتج المسوّق بأجل أقصاه اثنا عشرة (12) شهرا بالنسبة لصيغة الدفع البعدي وأربعة (04) أشهر بالنسبة لصيغة الدفع المسبق.
- يمكن تمديد فترة نفس العرض الترويجي على نفس المنتج بشكل استثنائي مرة واحدة ولمدة أقصاها ثلاثين (30) يوما.
- يجب إرسال طلب تمديد العرض الترويجي إلى سلطة الضبط في أجل مدته سبعة (07) أيام على الأقل قبل نهاية العرض.
- يمكن تجديد نفس العرض الترويجي لنفس المنتج مرة واحدة في السنة بشرط أن لم يكن قد تمّ تمديدها سابقا.

يجب توجيه طلب تجديد العرض الترويجي إلى سلطة الضبط في أجل مدته بسعة (07) أيام على الأقل قبل تاريخ إطلاقه المقرّر.

- ماعدا في حالة التمديد، يجب ألا تقل المدّة الفاصلة بين عرضين ترويجيين يتضمنان نفس المنتج المسوّق في صيغة الدفع المسبق والدفع البعدي عن مدة الآثار الترويجية للعرض الأول.
- يجب أن لا تقل المدة الفاصلة بين العرضين الترويجيين اللذين يتضمنان عرضين مختلفين مُسوّقين في صيغتي الدفع البعدي والدفع المسبق عن ثلاثين (30) يوما تسري ابتداء من تاريخ نهاية العرض الأول.

المادة 8:

خلال فترة رمضان،

- لا يجب أن تتجاوز فترة تسويق العروض الترويجية لصيغتي الدفع البعدي و/ أو الدفع المسبق عيد الفطر.
- لا يمكن أن يتعلق نفس المنتج سوى بعرض ترويجي واحد في نفس الوقت، يمكن أن تكون عدة منتجات موضوع عروض ترويجية في نفس الوقت.
- يجب أن لا تتجاوز مدة الآثار الترويجية لكل عرض ترويجي سبعة (07) أيام بعد عيد الفطر.
- لا يمكن لمنتج كان موضوع عرض ترويجي قبل شهر رمضان أن يكون موضوع عرض ترويجي خلاله شهر رمضان إلا إذا كان العرض الترويجي السابق، بما في ذلك آثاره، قد انتهت مدتها سبعة (07) أيام على الأقل قبل بداية شهر رمضان.

بعد شهر رمضان، لا يُسمح بالعروض الترويجية إلا بعد مرور أجل ثلاثون (30) يوما بعد عيد الفطر.

المادة 9:

يملك المتعاملون لأجل قدره ثلاثون (30) يوما لوضع عرض ترويجي جديد في السوق بعد فحصه بدون تحفظات من طرف سلطة الضبط.

إذا تجاوز هذا الأجل، يمكن إعادة تقديم العرض الترويجي مرة جديدة لدى سلطة الضبط.

المادة 10:

يلتزم المتعاملون بإعلام الجمهور بأسعار العروض الترويجية وكذا الشروط العامة للعروض باستعمال كل وسائل الاتصال لاسيما مواقعهم الالكترونية.

يلتزم المتعاملون بضمان معلومة واضحة وغير ملتبسة اتجاه زبائنهم حول تعريفات وشروط كل عرض ترويجي.

ويجب عليهم بالإضافة إلى ذلك الامتناع عن كل إشهار من شأنه أن يُضلل المستهلكين لاسيما عبر عرض الفوائد أو الامتيازات التي لا يمكن منحها فعلا للمستفيدين فيما يخص المنتج موضوع العرض الترويجي.

المادة 11:

لا يستتثي الموافقة على العرض الترويجي من طرف سلطة الضبط قيام هذه الأخيرة بإعادة فحصه بعد إطلاقه وهذا على ضوء تطور المعطيات ذات الصلة بالسوق وبموجب التنظيم المعمول به.

المادة 12:

يُطبّق القرار الحالي ابتداء من تاريخ اعتماده من طرف مجلس سلطة ضبط البريد والاتصالات الالكترونية ويتم نشره على موقعها الالكتروني.
يُبلّغ القرار الحالي إلى متعاملي الهاتف الثابت والنقال.

المادة 13:

يُكلّف المدير العام بمتابعة تنفيذ القرار الحالي.

عن المجلس

الرئيس