

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

أدى التقدم الصناعي و التكنولوجي الذي تشهده المجتمعات المعاصرة، والذي صاحبه تطور ملحوظ في إنتاج السلع و تقديم الخدمات المعروضة في الأسواق، إلى عدم التوازن في العلاقة التعاقدية بين المستهلك باعتباره الطرف الضعيف و المحترف باعتباره الطرف القوي لعلمه بخبايا وأسرار منتوجه، و حماية لرضا المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد، فرض المشرع الجزائري على عاتق المحترف، الالتزام بالإعلام بالمعلومات الجوهرية المتعلقة بالسلع و الخدمات¹. (المبحث الأول)

إضافة إلى ذلك، أقر المشرع التزامات أخرى مكتملة للالتزام بالإعلام، لكونها تعتبر من أهم ضمانات تمام الرضا في العقود التي يبرمها المستهلك، و ذلك عن طريق منحه فرصة للتروي و التفكير بشأن العقد قبل أن يعلن عن قبوله النهائي به، و كذا منح المستهلك الحق في الرجوع عن التعاقد خلال مدة معينة². (المبحث الثاني)

المبحث الأول: الالتزام بالإعلام

لقد ألزم المشرع الجزائري كل محترف بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك، سواء بصفة تلقائية أو بطلب من المستهلك ذاته، و ذلك طبقا للقواعد العامة الواردة في القانون المدني و كذا النصوص المتعلقة بحماية المستهلك.

و لتحديد مفهوم الالتزام بالإعلام، ينبغي تحديد تعريفه و مضمونه (المطلب الأول)، ثم دراسة كيفية تنفيذه و الجزاء المترتب عن الإخلال به. (المطلب الثاني)

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام و تحديد مضمونه

بهدف حماية رضا المستهلك سعى المشرع الجزائري للبحث عن آليات فعالة تهدف لتوفير الحماية له، و لتحقيق ذلك فرض المشرع على عاتق البائع الالتزام بالإعلام، فما المقصود بهذا الالتزام؟

الفرع الأول : تعريف الالتزام بالإعلام

يعرف الالتزام بالإعلام لغة أنه: "تحصيل حقيقة الشيء و معرفته و التيقن منه"، أما اصطلاحا فالإعلام: "عبارة عن بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا بشأن واقعة أو قضية ما"، كما يقصد به: "عملية توصيل الأحداث و الأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة"، و يشترط في الإعلام المصدقية والوضوح.

¹ سعيدة العائبي، الحماية الجزائرية لحق المستهلك في الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية، تخصص قانون جنائي، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2011-2012، ص. 24.

² يوسف شندي، أثر خيار المستهلك في الرجوع عن التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد، مجلة الشريعة و القانون، العدد 43، ص. 255.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

و على هذا الأساس، يعد الإعلام: "أحد أشكال الإتصال التي تقدم البيانات و المعلومات للجمهور بقصد تكوين أو تصحيح فكرة أو دعم الثقة في فكرة أو نظام ما يعتقد في نموذجيته".¹

وبهذا فالإلتزام بالإعلام هو: "تعريف المحترف للمستهلك بكيفية إستعمال المنتج بشكل الذي يحقق له أقصى مدى من الأهداف التي يبتغيها من شرائه"، أو هو: "اليوح للمستهلك بكل ما يجعله على بينة من عيوب الشيء المبيع وإدراك خصائصه و إبراز الإحتياجات التي يجب على المستهلك إتخاذها عند حيازته أو إستعماله للمنتج، وأن يحذره بوضوح من مغبة عدم إتخاذ هذه الإحتياجات"، أو أنه: "تنبيه وإعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسباً في ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد".²

و يعرف جانب من الفقه الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه: "إلتزام سابق على التعاقد يتعلق باللتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد آخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل و متتور على علم بكافة تفصيلات العقد".³

كما ذهب بعض فقه إلى تعريف الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد بأنه: "إلتزام عام و يتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات من شأنها إلقاء الضوء على واقعة أو عنصر ما من عناصر التعاقد، حتى يكون الطالب على بينة من أمره بحيث يتخذ قراره الذي يراه مناسباً على ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد".⁴

بناء على ما سبق، يتضح أنه يلزم على كل متدخل في عرض السلعة أو مقدم الخدمة، وقبل إبرام العقد، أن يزود من يتعاقد معه بالمعلومات الكافية عن الخصائص و الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة محل العقد.⁵

ولقيام الإلتزام بالإعلام لابد من توافر شرطين هما:

الشرط الأول: جهل الدائن بالإلتزام (المستهلك) بالمعلومات العقدية اللازمة لتكوين رضاه وجعله حراً سليماً، و الجهل مصدر من مصادر الضعف.

الشرط الثاني: علم المدين بالإلتزام (المهني أو المتدخل) بهذه المعلومات، فلا يكفي لقيام الإلتزام بالإعلام أن يكون الدائن جاهلاً ببيانات العقد، وإنما يشترط أيضاً أن يكون

¹- سعيدة العائبي، المرجع السابق، ص. 10

²- حاج بن علي محمد، تمييز الإلتزام بالإعلام عن الإلتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطرة للشيء المبيع، دراسة مقارنة، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 6، 2011، ص. 75.

³- سعيدة العائبي، المرجع السابق، ص. 10.

⁴- عبد الله ذيب محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الثقافة، عمان الأردن، ط الأولى، 2012، ص. 49.

⁵- عدنان إبراهيم مسرحان، حق المستهلك في الحصول على الحقائق (المعلومات و البيانات الصحيحة عن السلع و الخدمات)، دارسة مقارنة في القانونين الإماراتيين والبحرينيين، مجلة المفكر، العدد 08، نوفمبر 2012، ص. 13.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

المدين عالماً بهذه البيانات، وأن تكون المعلومات التي يتمحور حولها هذا الإلتزام مهمة لدرجة أن معرفتها من طرف المستهلك يكون لها تأثير في قراره بالتعاقد أو عدمه.¹

و يجد الإلتزام بالإعلام أساسه في نص المادة 352 من القانون المدني² ضمن أحكام عقد البيع، التي تشترط علم المشتري بالمبيع علماً كافياً من خلال بيان المبيع و تحديد أوصافه الأساسية، لذلك فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع و يصفه وصفاً نافياً للجهالة، بمعنى أنه يجب أن يكون كافياً لأن يرسم الشيء في ذهن المشتري رسماً يغني عن أي لبس أو جهالة.

و قد أكد هذا الإلتزام نص المادتين 17 و 18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، اللتان تضمنتا المعلومات و البيانات الواجب إدراجها في كل منتج لبيان خصائصه الجوهرية و كيفية الإستعمال والإحتياجات الواجب إتخاذها، وكذلك القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و الذي تضمن نصوصاً خاصة بالإعلام عن الأسعار و التعريفات و شروط البيع.

أما عن الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام، فهو يعتبر الإلتزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب إتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك، ولا بد أن تكون المعلومات التي تقدم من طرف المتدخلين أو الأعوان الإقتصاديين صادقة و نزيهة مما يحقق الشفافية في الممارسات التجارية التي نص عليها المشرع الجزائري في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المحددة للممارسات التجارية، أما من حيث إستيعاب المستهلك لهذه المعلومات فيعتبر الإلتزام بالإعلام هنا إلتزام ببذل عناية، فلا يسأل المتدخل أو العون الإقتصادي في حالة إقدام المستهلك على التعاقد دون استيعاب للمعلومات المقدمة إليه من طرفه.³

الفرع الثاني : تحديد مضمون الإلتزام بالإعلام

أوجبت النصوص القانونية في التشريع الجزائري المتعلقة بحماية المستهلك على المهني، تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية عن السلع و الخدمات، و لم تكتفي هذه النصوص بتحديد الأطراف بل حددت محل هذا الإلتزام بالبيانات الواجب أن يعلم بها المستهلك.

¹- نزهة الخلدي، الإلتزام بالإعلام ودوره في تنوير إرادة المستهلك ، حماية المستهلك ، دراسات وأبحاث في ضوء مستجدات القانون رقم 31.08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك ، سلسلة دراسات وأبحاث، منشورات مجلة القضاء المدني، الرباط، 2014، ص. 159.

²- المادة 352 في الفقرة الأولى من ق م ج تنص : " يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً و يعتبر العلم كافياً إذا إشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

³- ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و المصري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، كلية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2008-2009، ص. 2.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

كما ألزمت عارض المنتج و الخدمات إستعمال الوسائل المناسبة لإعلام المستهلك، مع وجوب أن تكون المعلومات التي تصل إلى المستهلك حقيقية و صادقة و مطابقة للمنتج أو الخدمة المعروضة.¹

إن الإلتزام بالإعلام المستهلك هو إلتزام يرمي إلى تنوير المستهلك و تمكينه من الإقدام على إقتناء المنتج أو الخدمة عن إرادة حرة و سليمة، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتج ومكوناته، إلا بناءً على البيانات التي تعطى له من قبل المهني، وهو إلتزام يجد مصدره في القانون مثله في ذلك مثل الإلتزامات التي تنشأ بنص قانوني و يكون القانون مصدرها المباشر.²

يقابل حق المستهلك في الإعلام، إلتزام المتدخل بالإدلاء بالمعلومات اللازمة لإتخاذ المستهلك قراره و هو على بصيرة، ولتحقيق الغاية المرجوة من هذا الإلتزام يجب أن يتضمن، تزويد المستهلك بالبيانات الخاصة بتعريف المنتج و إحتياطات إستعماله و التحذير من خطورته، و كذا الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع.

أولاً : الإدلاء بالبيانات الخاصة بتعريف المنتج و إحتياطات إستعماله

طبقاً للمادة 17 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه : "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، يلقي الإلتزام بالإعلام على عاتق المتدخل اتجاه المستهلك بسبب خبرته، لأنه يعرف مزايا المنتج أمام مستهلك يثق فيه ولا يعرف إلا ظاهر الأشياء، لذا يلتزم ببيان المعلومات الخاصة بالمنتج و التي بدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، سواء من حيث الفائدة المادية أو المعنوية.

و يدلي المتدخل بهذه المعلومات سواء كان المنتج خطيراً أم لا، فيتعين عليه إحاطة المستهلك علماً بالمنتج الذي في متناوله، فيبين مكوناته و خصائصه و تاريخ الإنتاج و تاريخ الصلاحية و كيفية الحفظ عليه، و كل المعلومات التي لو لم يعلمها المستهلك لما أقدم على شراء المنتج.

كما يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك حول كيفية إستخدام السلعة أو الخدمة، وذلك بإعطائه تعليمات حول كيفية الإستعمال حتى يتجنب الأضرار التي يمكن أن تنتج عن المنتج، وخاصة المنتج الخطير أو المعقد، و بدون هذه المعلومات يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المتوقعة من المنتج.³

¹ - سعيدة العائبي، المرجع السابق، ص. 24.

² - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-2012، ص. 117.

³ - شعباني نوال، إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012، ص. 73.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

ومن جملة النصوص القانونية التي تلزم المحترف بذلك: المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك¹، الذي ألغى بموجب المادة 63 منه، كلاً من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها ، و المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية الغذائية و عرضها.

إن الهدف من تقرير الالتزامات بالإعلام بالبيانات التي توضح حال المستهلك كميزاتها ومنتجاتها وخدماتها و ما يتهم غش البائعين، و عارضا لخدماتها، و يقصد بالغش في هذا المجال، ذلك التصرف بالماديات التي من شأنها حدوث تغيير في طبيعة السلعة، و خواصها أو تركيبها أو فائدتها، بحيث يفقد هاتبيعتها الأصلية أو يضعف من صفاتها، مثل هذا الغش يقو مع أخذنا عالمستهلكو إياها مهبالسلعة التبير غبشر أنها هي من جنسو طبيعة خالصة، و هو الصنف الذي يبيح عنه.

و عليها فإن إخبار المهني علماً بالبيانات المنشأ عنها أن يكفل هذا الأخير حماية لإرادته و صحتهم و أمنه، بالنظر لضعفها التقني جهله بخصائص هذا المنتج و خدماته².

ثانياً : التحذير من خطورة المنتج

لا يكفي أن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج على النحو الذي يكفل الإنتفاع به على أكمل وجه، بل يتعين عليه فضلاً عن ذلك، أن يحذره من مخاطر المنتج ذاته، و كذا المخاطر الناجمة عن استعماله أو حيازته.

و قد يكون المنتج خطير بطبيعته أي منذ إنتاجه، فخطورته هنا ضرورية لكي يؤدي الغرض المرجو منه كمواد التنظيف المنزلي و المواد القابلة للاشتعال³.

كما قد يكون المنتج خطير بعد خروجه من تحت يدي المنتج، نتيجة تفاعله مع عناصر خارجية عنه، كخمير عصير الفواكه تحت تأثير الحرارة.

كما يمكن يكون المنتج خطير نتيجة الاستعمال الخاطيء له أو الحيازة و التخزين غير السليم له أو التخلص منه غير الآمن، مما يسبب ضرراً للمستهلك سواء في شخصه أو في ماله.

و عموماً، ينبغي على المتدخل أن يوضح للمستهلك الإحتياجات الواجب مراعاتها في حيازته للمنتجات الخطيرة أو في استعمالها أو التخلص منه، وذلك عن طريق إمداده بكل التدابير الواجب إتخاذها للحيلولة دون ظهور الأخطار الكامنة فيها.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر. 18 نوفمبر 2013، العدد 58، ص. 08-17.

² - كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2010-2011، ص. 20.

³ - شعباني نوال، المرجع السابق، ص. 74.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

و يشترط في الإعلام بالتحذير حتى يحقق غرضه في تبصير المستهلك بمخاطر ووسائل تجنبها أن يكون واضحاً سهل الدلالة، وهذا حتى لا يفهم منه شيئاً آخر، فقد يفهم من عبارة "يحفظ في مكان بارد" بالنسبة لبعض المنتجات الغذائية كمشتقات الحليب أو العصائر، ضمان الاستفادة القصوى من مكونات المنتج أو ضمان الإنتعاش بالمنتج، في حين تعني أن تعرضها لدرجة حرارة عالية قد تتسبب في تسمم المستهلك، و قد يؤدي إلى وفاته.

كما يتعين أن يكون التحذير ظاهراً، و يكون ذلك بإختيار لون و نمط معين في طباعة موضوع التحذير، و بأن يكون لصيقاً بالمنتج و متصلاً به و يختلف ذلك باختلاف طبيعة المنتجات، فيوصى بحفر التحذير على جدار الزجاجاة نفسها بالنسبة للمنتجات المعبأة في زجاجات إذا كان يخشى سقوط بطاقة التحذير التي تلتصق على جسمها.

لذلك، يجب أن يكون كاملاً بحيث لا يقتصر المتدخل على الإفصاح عن جزء من المخاطر و إخفاء البعض الآخر، خصوصاً بالنسبة للمنتجات الدوائية و السامة و المنتجات المحفوظة و المعبأة في عبوات مغلقة، و إلا تحمل المحترف مسؤوليته عن ذلك.¹

ثالثاً : الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع

ألزم المشرع الجزائري كل عون اقتصادي سواء كان منتج أو موزع أو مقدم خدمات أو مستورد، قبل إبرام عقود البيع أو أداء الخدمة بضرورة إعلام المستهلكين بالأسعار و كذلك بشروط البيع، وهذا طبقاً لنص المادة 04 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

كما يلزم العون الاقتصادي حسب المادة 08 من هذا القانون، و قبل اختتام عملية البيع بتقديم كل المعلومات الصادقة و النزيهة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة، و شروط البيع الممارس للمستهلك، و كذا حدود المسؤولية العقدية المتوقعة لعملية البيع أو الخدمة، على أن يتضمن السعر الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل اقتناء سلعة أو تقديم خدمة حسب مضمون المادة 06 من القانون 02-04 سالف الذكر.

إن الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات يسمح للمستهلك بالمقارنة بين الأسعار و اختيار أفضل السلع أو الخدمات المناسبة له حسب قدرته الشرائية، مما يحقق حماية لمصالحه المادية.

¹ - شعباني نوال، المرجع السابق، ص. 75.

المطلب الثاني : كيفية تنفيذ الإلتزام بالإعلام و الجزاء المترتب عن الإخلال به

يعد الإلتزام بالإعلام المستهلك بتوفير المعلومات الضرورية حول المادة الإستهلاكية التزاماً هاماً لأنه يسهم في تعميق مدارك المستهلك ومعارفه و حقوقه في إنتقاء ما يحتاجه من سلع و خدمات، و لهذا يلتزم المحترف بتقديم كل المعلومات و الإرشادات و البيانات الكافية و التي تجعل من المستهلك قادراً على تحديد المنتج¹، وقد رتب المشرع على إخلال المهني بهذا الإلتزام جزاء مدني و آخر جنائي.

الفرع الأول : كيفية تنفيذ الإلتزام بالإعلام

طبقاً للمادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم أو بآية وسيلة أخرى مناسبة"، يتضح أن هناك عدة طرق لإعلام المستهلك كالوسم أو وضع علامة أو الإشهار بمختلف وسائله، وطالما أن الطرف الأكثر خبرة و الأوفر علماً هو الذي يلتزم بإمداد الطرف الآخر بالمعلومات المتعلقة بالمنتج محل العقد، فينبغي بداية تحديد أطراف الإلتزام بالإعلام، ثم التطرق لوسائل تنفيذه.

أولاً : أطراف الإلتزام بالإعلام

إن الإلتزامات القانونية مبنية على طرفين هما الدائن و المدين، و هذا ما أقرته النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، التي نصت صراحة على حق المستهلك في الإعلام، فهو الطرف الدائن بهذا الإلتزام، و ألفت واجباً على عاتق المتدخل أو العون الإقتصادي بإعلام المستهلك فهو الطرف المدين بهذا الإلتزام.²

1- تعريف المستهلك الدائن بالالتزام بالإعلام:

إن عبارة المستهلك مأخوذة من فعل " إستهلك " فيقال إستهلك المال أي أنفقه، و من ثم فإن لفظة إستهلك تأتي بمعنى النفاذ و الإنفاق .

و يعرف المستهلك حسب المفهوم الإقتصادي على أنه: " الشخص الذي يقوم بعملية الإستهلاك، و نعتي بالإستهلاك آخر العمليات الإقتصادية لإشباع الحاجات "، و يرى علماء الإقتصاد أن كل إنسان مستهلك، وأن الإستهلاك يمثل المرحلة الأخيرة من العملية

¹- بن داود إبراهيم، قانون حماية المستهلك وفق أحكام القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ط الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص 83 و 84.

²- سعيدة العائلي، المرجع السابق، ص. 25.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

الإقتصادية و التي تختلف عن العمليتين السابقتين لها و هما الإنتاج و التوزيع اللتان تهدفان إلى جمع و تحويل الثروات.¹

إن مصطلح المستهلك حديث العهد بالنسبة للفكر القانوني، لكنه قديم العهد بالنسبة للفكر الإقتصادي و منذ دخول هذا المصطلح في لغة القانون إهتم المختصون في هذا المجال بتحديد مفهومه، ذلك لأن مفهومه الإقتصادي لا يصلح كمفهوم قانوني، وقد صدرت عدة مؤلفات و مقالات تعرف الإستهلاك و المستهلك و يتفق أصحابها على أن المستهلك هو: " الشخص الذي يقتني و يستعمل منتجات و خدمات بهدف إشباع حاجات شخصية أو عائلية "، و لكنهم يختلفون حول ما إذا كان المهني نفسه يدخل في هذا المفهوم في حالة إذا طلب أو إستعمل هذه المنتجات أو الخدمات لأغراض مهنية، و قد وتولد عن ذلك رأيان، رأي يعطي مفهوماً موسعاً للمستهلك، و رأي يعطي مفهوماً ضيقاً للمستهلك.²

أ - الإتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:

يعتبر مستهلكاً وفقاً لهذا الإتجاه: " كل شخص يتعاقد بغرض الإستهلاك "، أي بغرض الإقتناء أو إستعمال المنتج أو الخدمة، فيعتبر مستهلكاً مثلاً كل من يقتني سيارة لإستعماله الشخصي، و من يقتنيها لإستعماله المهني مادام أن السيارة تستهلك في الحالتين عن طريق الإستعمال.

ووفقاً لهذا المفهوم يعتبر مستهلكاً المهني الذي يتصرف خارج مجال إختصاصه وذلك على أساس أن هذا المهني غير متخصص، يظهر كذلك في الواقع ضعيفاً مثله مثل المستهلك العادي كالفلاح الذي يعقد تأميناً على زراعته، و المحامي الذي يشتري أجهزة إعلامية لمكتبه، فالفلاح و المحامي في الأمثلة المذكورة كلهم يتصرفون خارج مجال إختصاصهم فهم إذن مشتركون عاديون، و قد يجد هؤلاء أنفسهم في مواجهة متعاقد محترف، و يكونون بالتالي في وضعية ضعف تشبه وضعية المستهلك عادي.

و توسع أنصار هذا الإتجاه إلى حد المناداة بإفاداة جميع المتعاقدين " الأضعف إقتصادياً " من قواعد الحماية، على أساس أن قرينة الضعف التي يتحدد بناءً عليها مفهوم المستهلك هي قرينة بسيطة.

و على النقيض من ذلك، إنتقد البعض هذا التوسع الغير المبرر في نطاق قانون المستهلك و رأوا أن الإعتداد بالمؤهلات الخاصة بكل مستهلك من شأنه أن يثير نزاعات

¹ - زعيبي عمار، حماية المستهلك في الجزائر نصاً و تطبيقاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008، ص. 6.

² - حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع عقود و مسؤولية، جامعة أمجد بوقرة بومرداس، 2009-2010، ص 17.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

لا نهاية لها و ينزع عن هذا القانون فعاليته، و هو مايقود إلى الحديث عن مفهوم المستهلك لدى أنصار الإتجاه الضيق.

ب-الإتجاه المضيق لمفهوم المستهلك:

ذهب هذا الإتجاه إلى إعتبار المستهلك هو: "كل من يستهلك بشكل غير مهني سلعاً إستهلاكية مخصصة لإستعماله الشخصي أو عائلي" ¹، و يعرف المستهلك وفقاً لهذا الإتجاه بأنه " كل شخص يتصرف لتحقيق أغراض لا تدخل في نشاطه المهني"، سواء تمثل المستهلك في الشخص الطبيعي أو الإعتباري للقانون الخاص و الذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني أي لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.²

و على ذلك، لا يكتسب صفة المستهلك وفقاً لهذا المفهوم من يتعاقد لأغراض مهنته كسراء سلعة عادة بيعها.....الخ.³

ج- موقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك:

يعتبر التشريع الجزائري من أوائل التشريعات العربية التي سنت قانون لحماية المستهلك، و بالرغم من ذلك، لم يرد تعريف للمستهلك في أول قانون جزائري يخص حماية المستهلك الذي صدر في 1989.

و لقد تدارك المشرع ذلك سنة بعد ها، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش، حيث عرفت المادة 2 الفقرة التاسعة منه المستهلك على أنه " كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتوجاً أو خدمة معدين للإستعمال الوسيط و النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

ثم جاء القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، محدداً لمفهوم المستهلك في المادة 3 منه حيث تنص فقرتها الثالثة منها على أن: " المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعاً قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني ".⁴

يلاحظ من هذه المادة أن مفهوم المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية شريطة أن تكون مجردة من الطابع المهني لها، فإعتراف المشرع لها بهذه الصفة يجعلها محل حماية قانون المستهلك.

أما القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش فقد تطرق إلى مفهوم المستهلك في المادة 3 الفقرة الثانية منها حيث تنص: "المستهلك هو كل شخص طبيعي

¹ - D. FERRIER, *La protection des consommateurs*, D., 1996, p. 14.

² - J.CALAIS-AULOY et F. STREINMETZ, *Droit de la consommation*, D., 5 édi., 2000, n° 7, p. 7.

³ - زعبي عمار، المرجع السابق، ص. 08 و 09.

⁴ - زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص. 43.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

أو معنوي يقتني، بالمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

فإذا كانت المادتين (3 من القانون 03/09 و المادة 3 من القانون 02/04) تعترف للشخص المعنوي بالحماية القانونية إلى جانب الشخص الطبيعي شريطة أن يكون إقتناء السلعة أو الخدمة للإستعمال النهائي، فإنه بالتمعن في مضمون المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المشار إليه سابقاً، فإنها تثير العديد من الشكوك و ذلك بنصها على الإستعمال " الوسيطى" للمنتوج، فلا شك في أن يكون الشخص الذي يقتني السلع من أجل إستعمالها الوسيطى شخصاً مهنيّاً، و بالتالي فيمكن أن يكون المستهلك أيضاً محترفاً و مثال ذلك شراء معدات ما لإعادة التصنيع، أو شراء منتوج لغرض المهنة و ليس للإستهلاك، و لعل المشرع قد قصد بتوسيع مفهوم المستهلك بالرغم من أن المواد الأخرى تتعارض مع هذه الصفة لكن يمكن الإستئناس من أن ذلك كان سهواً منه و النص الجديد هو ساري المفعول (المادة 3 من القانون 03/09).¹

يستخلص من التعاريف السابقة، أنه يجب توافر 04 عناصر لإكتساب صفة المستهلك و هي:

العنصر الأول: المستهلك قد يكون شخص طبيعى أو معنوي

أقر المشرع في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 سالف الذكر بأن المستهلك هو " كل شخص" أي أنه لم يحدد ما إذا كان الشخص طبيعى أو معنوي و لتجنب الغموض، تدارك الأمر في القانون 03/09 و حسم طبيعة المستهلك حين أدخل طائفة الأشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين.²

و لقد أحسن المشرع بذلك، حيث أن إعتبار الأشخاص المعنوية من المستهلكين المقرر حمايتهم، يجد تبريره في أنها أحياناً لا تمارس نشاطاً مهنيّاً تحصل منه على مواردها المالية أو على أسباب و جودها، و من ثم فإنها تشبه المستهلك العادي تماماً.

العنصر الثاني : المستهلك يقتني أو يستعمل بمقابل أو مجاناً

إستخدم قانون حماية المستهلك وقمع الغش للدلالة على شراء المنتج نفس اللفظ الوارد في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 و هو لفظ " يقتني" المنتج بالمقابل أو مجاناً، و الواقع أن لفظ " إقتناء" في غير محله تماماً لأن الإقتناء يكون دائماً بالمقابل، و على الأرجح فإن المشرع إما قصد بذلك المستعمل الذي لا يشتري السلعة و إنما يستهلكها فقط، أو أنه أراد أن يلتزم المتدخل بضمان سلامة المستهلك حتى ولو لم يبعه المنتج، أي أهده أو وهبه إياه المتدخل أو الغير و في هذه الحالة كان على المشرع إستخدام لفظ أوسع من " يقتني" و هو لفظ " يتحصل".

¹- زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص. 44.

²- شعباني نوال، المرجع السابق، ص 29.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

العنصر الثالث : الإستعمال النهائي للمنتوج أو الخدمة

يقرر قانون حماية المستهلك أنه حتى يعتبر شخصاً ما مستهلكاً يجب أن يتوجه إقتناء المنتوج أو الخدمة إلى الإستعمال النهائي، و هو ما أقرته المادة 3 من القانون 03/09 أي أن المستهلك هو الذي يهلك المنتوج نهائياً، غير أن المادة 2 من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، تنص على إعتبارها مستهلكاً ، المستهلك الوسيط الذي يعتبره البعض أنه المهني الذي يقتني المنتوج من أجل إستغلاله لحاجات مهنته، فهو هنا في نفس مرتبة المستهلك.

في حين يرى البعض أن المقصود بعبارة " الإستعمال الوسيط"، الواردة في المادة 2 من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ليس المتدخل و إنما المستهلك العادي، فلو هلة الأولى يتبين أن المشرع قد أخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك، غير أنه إذا واصلنا قراءة النص فإن الجزء الأخير منه يشير إلى المستهلك النهائي الذي يتصرف لسد حاجاته الشخصية لا المهنية.¹

العنصر الرابع : تلبية المستهلك لحاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل

به :

نلاحظ أن المشرع الجزائري قد أخذ بالإتجاه المضيق لتعريف المستهلك، وهذا بإقصائه للمستهلك المهني حتى لو تعامل خارج مجال تخصصه، و يشمل تعريف المستهلك كذلك الأشخاص الذين هم تحت كفالة المتدخل، و يقصد بلفظ " يتكفل " كل من هم تحت مسؤولية المستهلك، كما يشمل التعريف الحيوان، الذي يكفله المستهلك.

2-تعريف العون الإقتصادي المدين بالإلتزام بالإعلام :

يعرف قانون حماية المستهلك وقمع الغش المهني أو كما أسماه "المتدخل" بأنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للإستهلاك"²، و يقصد بعملية وضع المنتوج للإستهلاك و الإنتاج: "مجموع مراحل الإنتاج و الإستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و التجزئة".

و عليه، يمكن القول بأن المتدخل هو المنتج، المستورد، المخزن، الناقل، موزع الجملة و التجزئة... بحيث يدخل في مفهوم المتدخل كل نشاط مهني تجاري، صناعي، حرفي أو زراعي... متى كان بقصد توفير السلع و الخدمات للمستهلك.

أما في قانون المنافسة فيأخذ المتدخل اسماً آخرأ هو " المؤسسة" حيث عرفته المادة 1/03 من الأمر 03-03 المعدلة بموجب القانون 08-12 بأنه:" كل شخص طبيعي أو

¹ - شعباني نوال، المرجع السابق، ص 31 و 32.

² - لحراري (شالغ) ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012، ص. 20.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".

و سمي المتدخل في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بـ "العون الإقتصادي" و عرفته المادة 3 في فقرتها الأولى منه على أنه: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

كما سمي المهني بالمحترف حيث عرفته المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات (الملغى)¹ بأنه " كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع و على العموم هو كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك" المتدخل.²

و من خلال هذه التعاريف يستنتج أنه يدخل تحت طائفة المحترفين جملة من الأشخاص و هم:

❖ المنتج :

" كل متمهن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهداً و إهتماماً خاصين، فيكون له دور في تهيئتها و تنشئتها أو صنعها و توضيها و من ذلك خزنها في أثناء صنعها و قبل أول تسويق لها".³

❖ الصانع :

هو الشخص الذي ينجز بحكم حرفته أو صنعته أعمالاً متكررة تستوجب توفير معارف تقنية تتطابق و معطيات العلم سواءً كان يملكها بشخصه أو ظاهرياً بواسطة غيره، و لكن من المفروض أن يحوز ثقة أقرانه و المتعاملين معه بمؤهلاته" ، فهو يقوم بتحويل مواد أولية إلى سلع مصنعة.

❖ الحرفي :

عرفت المادة 10 في فقرتها الأولى من الأمر رقم 01/96 المتعلق بالصناعات التقليدية و الحرف⁴، الحرفي على أنه: " كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية و الحرف يمارس نشاطاً تقليدياً يثبت تأهيلاً و يتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل و إدارته نشاطه و تسييره و تحمل مسؤوليته".

¹- بموجب المادة 63 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر. 18 نوفمبر 2013، العدد 58، ص. 08-17.

²- كيموش نوال، المرجع السابق، ص. 06.

³- لحراري (شالح) ويزة، مرجع سابق، ص. 21.

⁴- الأمر رقم 96-01 المؤرخ في 10 جانفي 1996، يحدد القواعد التي تحكم الصناعات التقليدية و الحرف، ج.ر. 14 جانفي 1996، العدد 03.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

كما قد يكون القائم بالنشاط التقليدي شخص معنوي، كتعاونية الصناعة التقليدية و الحرف، أو مقولة الصناعة التقليدية و الحرف حسب المواد 13 إلى 21 من الأمر رقم 01/96 سالف الذكر.¹

❖ التاجر:

عرفته المادة الأولى من القانون التجاري على أنه: " يعد تاجراً كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً و يتخذه مهنة معتادة له مالم يقضي القانون بخلاف ذلك"، و لقد حدد القانون التجاري مختلف الأعمال التجارية التي إذا مارسها الشخص الطبيعي بصفة معتادة على سبيل الاحتراف و باستقلالية، إكتسب صفة التاجر، مع ما يترتب على هذا الوصف من آثار قانونية ، كما حدد أنواع الشركات التجارية و أحكامها بداية من تأسيسها.²

❖ المستورد:

لم يقدم الأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات الإستيراد و التصدير³ تعريف للمستورد، و يمكن تعريفه على أنه: " كل شخص يتولى مباشرة عمليات جلب المنتوجات من خارج الدولة على سبيل الإحتراف ".

❖ الموزع :

التوزيع هو مباشرة عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول إلى يد البائع بالجملة أو التجزئة، و عليه يقصد بالموزع: "كل شخص يباشر على سبيل الإحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول على يد الباعة بالجملة أو نصف الجملة".

❖ المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي و التجاري :

طبقاً لنص المادة 108 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية⁴ و المحدد لاختصاص المحاكم الإدارية بنظر المنازعات المتعلقة بها ، التي نصت على أن: " اختصاص المؤسسات العمومية المحلية ذات الصبغة الإدارية" يتضح أن هذه المادة لم تذكر المؤسسة العمومية ذات الصبغة التجارية و الصناعية، و بالتالي تكون قد أخضعتها إلى أحكام القانون التجاري، لأنها تمارس أنشطة الصناعة و التسويق و التوزيع.

¹ - علي فتاك، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، طالاولى، 2013، ص. 367.

² - سعيدة العائبي، المرجع السابق، ص. 26 و 27.

³ - الأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات الإستيراد و التصدير المؤرخ في 19 جويلية 2003.

⁴ - القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية و الإدارية، ج.ر. صادرة في 23 أبريل 2008، العدد 21.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

و عليه، يمكن اعتبار هذه المؤسسات كمحترفين و المتعاملين معها كمستهلكين يحظون بالحماية القانونية المقررة للمستهلك.

ثانيا : وسائل تنفيذ الإلتزام بالإعلام

يلتزم المحترف بتقديم كل المعلومات و البيانات و الإشارات الكافية التي تجعل من المستهلك قادراً على تحديد المنتج و يكون هذا بوصف المنتج أو الخدمة و تقديم البيانات الخاصة بالسعر، و هناك عدة طرق لإعلام المستهلك أهمها الوسم.

1- الوسم : هو وسيلة من بين الوسائل التي يستعملها المهنيون لإعلام المستهلكين بمواصفات المنتج أو الخدمة المؤداة، وقد تأكدت ضرورة إعماده بظهور الأسواق الكبرى حيث يلجأ المحترف إلى وضع الوسم على منتج ليبيّن خصائصه.

وقد تم تعريف الوسم من قبل المشرع الجزائري في المادة 2 في فقرتها السابعة من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش بأنه : " هو جميع العلامات و البيانات و عناوين المصنع أو التجارة و الصور و الشواهد و الرموز التي تتعلق بمنتج ما، و التي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يوافق منتجاً ما أو خدمة أو يرتبط بهما ".¹

كما عرف القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش الوسم في المادة 3 على أنه : " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها".¹

و يجب طبقاً للمادة 18 من القانون 03-09 أن تكتب بيانات الوسم و طريقة الاستعمال، باللغة العربية، و بطريقة واضحة و مرئية (ظاهرة) و مقروءة (سهلة الفهم) و متعذر محوها (الصيقة بالمنتج و متصلة به إذا أمكن ذلك سواء كانت مدونة على غلاف المنتج أو في صورة نشرة مرفقة معه)، بحيث لا تؤدي إلى أي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك.

يعتبر وسم المنتجات وسيلة لإعلام المستهلك، حيث تبرز فيه جميع العناصر الخاصة بالمنتج حسب طبيعته و صنفه، و عليه فالوسم يمثل البيانات الموضوعية على الغلافات أو العبوات و التي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك، إذ يساهم الوسم في إظهار العلامة التجارية و التعريف بها، كما يهدف في نفس الوقت إلى ضمان أمن المستهلك، حيث يبين له خطورة المنتجات، و هو بذلك يعمل على إيصال صورة حقيقة للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد اقتنائها.

¹ - بن داود إبراهيم، المرجع السابق، ص. 84 و 85.

2 - العلامات التجارية:

العلامة هي السمة المميزة التي يضعها التاجر على المنتجات التي يبيعها في محله التجاري و تسمى بالعلامة التجارية، أو التي يضعها الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها و تسمى بعلامة المصنع، و ذلك قصد تمييزها عن غيرها من السلع المشابهة لها المعروضة في السوق، و قد جمع المشرع الجزائري هذين النوعين من العلامات تحت اسم علامة السلعة، أما السمة التي يستعملها مقدم الخدمات لتمييز خدماته المقدمة فتسمى علامة الخدمة.¹

لقد عرف المشرع الجزائري² العلامة التجارية بأنها " كلالرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات والصور والأشكال المميزة للسلع و توضيبيها والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات تشخص طبيعياً ومعنوي عن سلع وخدمات غيره ".
وقد نص المشرع على الجزائري في المادة 03 من الأمر 03-06 المتعلقة بالعلامات، على وجوبية علامة السلعة و الخدمة، بقولها " : تعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة لبيع أو عرض لتلبيع عبر أنحاء التراب الوطني لا يطبق هذا الإلزام على السلع والخدمات التي لا تشخص طبيعتها وخصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ."

و تعتبر العلامة وسيلة لإعلام المستهلك، حيث يتمكن من خلالها من معرفة السلع المعروضة في السوق و تمييزها عن بعضها، و بهذا يتأتى له إجراء الإختيار الصائب، وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط.

3 - المعلقة :

هي بطاقة تعلق ليتم من خلالها توضيح المنتجات والخدمات المعروضة على جداول، و أسعار كل منها.

لقد ذكر المشرع الجزائري هذه الوسيلة بموجب المادة 1/05 من القانون 02-04، كطريقة لتنفيذ العون الاقتصادي للالتزامه بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع، كما ذكر وسائل أخرى على سبيل المثال لا الحصر كالوسم و العلامة، و بالرغم من ذلك يحق له إختيار أي وسيلة أخرى مناسبة لتنفيذ إلتزامه.

¹- فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية و التجارية، حقوق الملكية الأدبية و الفنية، سلسلة قانون الأعمال، ابن خلدون، طالسانية، 2006، ص. 201.

²- المادة (1) 2 من الأمر 06-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالعلامات، ج.ر. 23 جويلية 2003، العدد 44، ص. 23.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

لقد أُلزم المشرع في الفقرة 2 من المادة 5 من القانون رقم 02/04 بأن يتم كتابة الأسعار و التعريفات بصفة مرئية، أي أن تكون واضحة تسهل قراءتها بشكل لا يحدث لبساً أو شكاً في سعرها بالنسبة للمستهلك، و هذا ما يمكنه من إجراء الإختيار الصائب بين السلع و المنتوجات المعروضة.

كما وضع المشرع على عاتق المهني بموجب نفس الفقرة إعداد ووزن أو كيل السلع المعروضة للبيع أمام المشتري، و في حالة ما إذا كانت السلع مغلقة أو محدودة أو موزونة أو مكيّلة، فيجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.¹

الفرع الثاني : الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

يترتب عن إخلال المتدخل بالالتزام بإعلام المستهلك جزاءان أحدهما مدني أو الآخر جزائي.

أولاً : الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

يتضمن الجزاء المدني طبقاً لأحكام القانون المدني، حق كل شخص متضرر في طلب التعويض وفق أحكام المسؤولية التقصيرية، و ذلك نتيجة إخلال المتدخل بالالتزام بالإعلام و كذا إخلاله بالالتزام بالإعلام بالأسعار و شروط البيع، و هذا حسب نص المادة 23 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، و كذا المادة 65 من القانون رقم 02/04 التي تسمح للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين و لجمعيات حماية المستهلك برفع دعاوى أمام القضاء ضد كل عون إقتصادي خالف إلتزامه في الإعلام، كما يمكن لهؤلاء التأسيس كطرف مدني في الدعاوى أمام القضاء الجزائي.

و يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية توافر أركانها من خطأ و ضرر و علاقة سببية بينهما، و يقع عبء إثبات هذه الأركان على عاتق المدعي (المستهلك).

فضلاً عن ذلك، إذا نتج عن عرض السلع أو الخدمات إبرام عقد، فإن هذا العقد يمكن أن يكون محلاً للإبطال بسبب التدليس، وفقاً لما جاءت به المادتان 86 و 87 من القانون المدني، شريطة توافر شروطه، لكن يلاحظ في هذا الصدد أن التدليس و كذا نظرية عيوب الإرادة بصفة عامة، أصبحت محدودة الجدوى في توفير الحماية اللازمة لرضا المستهلك، لاسيما في إطار الالتزام بالإعلام، الذي يسري غالباً قبل إبرام العقد الاستهلاكي، كما أن هذه النظرية توفر الحماية لكل متعاقد شاب إرادته أحد العيوب، دون مراعاة لصفة الضعف فيه كمستهلك.²

ثانياً : الجزاء الجنائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

¹- كيموش نوال، المرجع السابق، ص. 15.

²- عبد الله ذيب محمود، المرجع السابق، ص. 28.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

ينبغي التمييز في هذا الصدد، بين الجزاء الجنائي المترتب عن مخالفة إلزامية وسم المنتج، وكذا مخالفة الالتزام بالإعلام والأسعار و التعريفات و شروط البيع.

1 -الجزاء الجنائي المترتب عن مخالفة إلزامية وسم المنتج:

تقتضي دراسة الجزاء المترتب عن مخالفة إلزامية وسم المنتج ، بيان إثبات هذه المخالفة، و إجراءات متابعتها و كذا العقوبة المقررة لها، طبقا للقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

أ - إثبات مخالفة إلزامية وسم المنتج:

بعد إجراء الرقابة من طرف الأعوان المكلفين ، عن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو أجهزة القياس أو فحص الوثائق¹، يتم تحرير محضر يدون فيها نتائج المراقبة و تحرر فيه المخالفة، و هذه الأخيرة تُكَيَّف حسب قانون حماية المستهلك و قمع الغش، على أنها جنحة عدم الوسم أو الوسم غير القانوني حسب المادة 78 منه.²

ب- الإجراءات الإدارية والتحفظية المقررة لمخالفة إلزامية وسم المنتج:

طبقا للمادة 53 من القانون 03-09 يجوز لأعوان الرقابة و قمع الغش أثناء قيامهم بالتحري و البحث عن مخالفة إلزامية وسم المنتج، اتخاذ التدابير التحفظية، التي تهدف إلى حماية صحة و سلامة المستهلك، و تتمثل هذه التدابير في :

❖ الحجز الفوري:

هو إجراء إداري وقائي يطبق على المنتجات التي ينعدم فيها الوسم أو تحمل وسمًا غير قانوني، و هذا الإجراء يدخل في إطار الرقابة الإدارية الواردة في المادة 14 من قانون 02/89³، وهذا الإجراء لم يرد بوضوح في قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09 ولكن يمكن أن يستتف من المادة 57 منه.

❖ الإيقاف المؤقت لنشاط المؤسسة:

تجيز المادة 65 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، لأعوان رقابة الجودة إيقاف نشاط المؤسسة التي ثبت عدم مراعاتها للقواعد المحددة في القانون إلى حين إزالة الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا الإجراء.

¹-المادة 18 من قانون 02/89 والمادة 30 من قانون حماية المستهلك.

²- بوقرين عبد الحليم، الجرائم الماسة بأمن و سلامة المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الجنائي و علم الإجرام، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، السنة الجامعية 2009-2010، ص. 36.

³-المادة 21 من قانون 02/89 الملغي.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

ج- متابعة مخالفة إلزامية وسم المنتج:

إذا ثبت أن المتدخل قد ارتكب جريمة مخالفة إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في القانون 03-09، يتم تسوية المتابعة وديا عن طريق إجراء الصلح معه أو متابعته قضائيا.

ج/1- إجراء الصلح :

يعتبر الصلح إجراء جديد استحدثه المشرع بموجب قانون حماية المستهلك في المواد من 86 إلى 93 منه، ويقصد به: "تسوية المخالفات أو الجرائم بطريقة ودية"، و يكون للأعوان المؤهلين قانونا فرض غرامة الصلح على مرتكب المخالفة، وبذلك يوضع حدا للمتابعة، إلا أن القانون اشترط في الصلح أن يكون في الجرائم المعاقب عليها بالغرامة فقط، كما لا يطبق في حالة تعدد المخالفات و في حالة العود.¹

طبقا للمادة 93 من القانون 03-09 تنقضي الدعوى العمومية إذا سدد المتدخل المخالف غرامة الصلح في الأجل المحددة، و قد حددت المادة 88 من نفس القانون مبلغ غرامة الصلح في هذه المخالفة يقدر ب 200000 دج .

ج/2- المتابعة القضائية لمخالفة إلزامية وسم المنتج:

يتم متابعة المتدخل قضائيا في حالة عدم تسديده لمبلغ الصلح أو في حالة ارتكابه مخالفة لا تتوافر على شروط الصلح ، و ذلك من خلال تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بهذه المخالفة من قبل المستهلك أو جمعيات حماية المستهلكين أو ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في المادة 25 من القانون 03-09، و إذا ثبت بعد التحقيق ارتكاب المتدخل لهذه الجريمة، يتم إحالة الملف من قبل وكيل الجمهورية إلى قسم الجنج على مستوى المحكمة، و يصدر في حقه إما الحكم بالبراءة أو الإدانة.

❖ أركان جريمة مخالفة إلزامية وسم المنتج:

يشترط لقيام جريمة مخالفة إلزامية وسم المنتج الذي يهدف إلى إعلام المستهلك توفر ركنيها و هما :

الركن المادي ويتمثل في إخلال العون الاقتصادي للالتزام بوسم المنتوجات، من خلال قيامه بفعل الامتناع عن تبليغ المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج أو التحذير من مخاطره حسب ما هو منصوص عليه في المادتين 17 و 18 من القانون 03-09 سالف الذكر.

¹ - بوقرين عبد الحليم، المرجع السابق، ص. 36.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

الركن المعنوي و المتمثل في قصد المتدخل القيام بهذه الأفعال مع إدراكه لذلك، لكن بالنسبة لهذه الجريمة بمجرد إقدام العون الاقتصادي على القيام بهذه الأفعال، يتحمل المسؤولية بصفة آلية باعتبار أن الركن المعنوي يتحقق بمجرد إتيان الفعل، وهو ما يفضي بطريقة غير مباشرة إلى نوع من المسؤولية المفترضة، نظرا لضالة الركن المعنوي في مثل هذه الجرائم.

❖ العقوبة المقررة لجريمة مخالفة إلزامية وسم المنتج:

لقد كان القانون 02/89 يعتبر جريمة عدم الوسم أو الوسم غير القانوني للمنتجات -دون أن يترتب عنها ضرر فعلي- مخالفة، وعاقب عليها بالحبس من 10 أيام إلى شهرين وبغرامة من 100 إلى 1000 دج أو بإحدى العقوبتين، وذلك استنادا إلى نص المادة 2/28 التي تعاقب على مخالفة المادة 3/3 من نفس القانون.

ونظرا للأهمية التي يحتلها الوسم كضمان لحماية المستهلك ارتقى المشرع بهذه المخالفة في مراتب الجرح، بموجب بقانون حماية المستهلك وقمع الغش، وعاقب عليها بغرامة رادعة تقدر بـ 100.000 إلى 1.000.000 دج وذلك استنادا إلى المادة 78 التي تعاقب على مخالفة المواد 17 و18 من نفس القانون.

علاوة على ما سبق، أقر القانون 03-09 بعقوبتين تكميليتين، فحسب نص المادة 82 من القانون رقم 03-09، يتم مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب هذه المخالفة، كما يجوز للقاضي طبقا للمادة 85 من القانون 03-09، أن يأمر بشطب السجل التجاري لمرتكب الجريمة إذا كان في حالة العود.¹

2- الجزاء الجنائي المترتب عن مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع:

لدراسة الجزاء المترتب عن مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع، ينبغي بيان إثبات هذه المخالفة، و إجراءات متابعتها و كذا العقوبة المقررة لها وفقا للقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

أ - إثبات مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع:

طبقا للمادة 50 من القانون 02-04 يجوز للموظفين المؤهلين بالتحقيق والتحري، أثناء إجراء التحقيق القيام بتفحص كلال مستندات الإدارة أو التجارية أو المالية أو الم حاسبية، وكذا أية وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوامندلك بحجة السر المهني، كما يمكنهما شتراط استلامها حيثما وجدوا القيام بحجزها، وتضافهذالمستنداتو الوسائل لمحجوزة بالمحضر ا لحجز أو ترجع في نهاية التحقيق، بعد هاتحرر وحسبالحالةمحاضر الجردو /أو محاضر إعادةالمستند اتالمحجوزة وتسلم نسخة منالمحاضر للمرتكبالمخالفة.

¹ - بوقرين عبد الحليم، المرجع السابق، ص. 157.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

وحسب المادة

51

يمكن للموظفين المؤهلين، القيام بحجز البضائع، كما يمكنهم الدخول للمحلات التجارية وقبول المكاتب والملحقات أو أماكن الشحن والتخزين أو الأيماكنا باستثناء المحلات السكنية التي يتبادلون فيها البضائع وفقاً لاجراءات محددة ها قانوناً لاجراءات الجزائية ويمارسون كذلك أعمالهم مخالفاً لنقل البضائع، ويمكنهم أثناء ذلك فتح أبوابها ومتابع حضور المرسلين والمرسلات إليها والناقل، وهذا ما نصت عليها المادة 52 من القانون 04-02 سالف الذكر.

تختتم التحقيقات المنجزة بتقرير تحقيق، إما بتثبيت المخالفات، فيكون عنظر يقتدر بتقرير محاضر تمت بليغها بالمدير الولائي المكلف بالتجارة، والذي يقوم بإرسالها إلى الوكيل للجمهورية المختصة إقليمياً، وهذا حسب المادة 55 من القانون 04-02 المذكور أعلاه.

وقد حدد قانون الممارسات التجارية في المواد 56 إلى

59 شروطاً شكلية للمحاضر وتقارير التحقيق، حيثاً وجب تحريرها دون نشاط أو إضافة أو قيد في الهوامش، تواريخها وأماكن التحقيقات المنجزة والمعانيات المسجلة، وتتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وكذا هوية مرتكب المخالفة والأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم.

هذا ويتم تصنيف المخالفة حسب أحكام هذا القانون، وفي حالة إمكانية توقيع غرامة المصالحة، يقوم الموظف باقتراح العقوبة، وفي حالة الحجز، فإنه يجب تبيناً ذلك كفاً المحضر ويرفب وثائق المنتجات المحجوزة.

8

ويتم تحرير هذا المحاضر في ظرف

أيام ابتداء من تاريخ انتهاء التحقيق، ويجب أن تكون قمتنظر فال موظفين الذين يعاينوا المخالفة، وهذا تحت طائلة البطالان،

ويبين فيها أنه قد تم إعلام مرتكب المخالفة بتاريخ ومكان تحريرها، وقد تم إبلاغه بضرورة الحضور أثناء التحرير، وإذا حضر هذا الأخير تحرير المحضر فإنه يوقعه، وفي حالة غيابه، أو في حالة حضوره فضاءها التوقيع ومعارضة غرامة المصالحة، يفيد ذلك كفاً المحضر.

تسجل المحاضر وتقارير التحقيق المحررة منظر فال موظفين في سجل خاص مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه، ويكون لها حجية قانونية حتى يطمع فيها بالتزوير.

ب- العقوبات الإدارية المقررة على مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات و شروط البيع:

تتمثل هذه العقوبات في:

• الحجز على البضائع والتجهيزات

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

إذا اضطحلأعو انالكافينباتحقيقاًلعون الاقتصاديقدارتكبمخالفةلالترام بالإعلام
بالأسعار و شروط البيعالمذكورةفيالمادة 39 المعدلة بموجبالقانون 10¹-06، فإنه
يمكنهماالقيامبحجز البضائع، وكذا حجز العتادو التجهيز انالتياستعملتفيارتكابها،
معالأخذبعينالاعتبارحقوقالغير
حسانالنية،وتكونالموادالمحجوزةمحلحضرمعدوقفاجراءاتمحددةعنطريقالتنظيم.

وحسبالمادة 40 منالقانون 02-04، فإنالحجز يكون:

❖ عينا:

وهوكلحجز ماديللسلع، وفيهتشتملالموادبالشمعالأحمر منظر فالأعو انالمؤهلين، وطبقاللمادة
41
،توضعهذهالموادتحتحراسمةرتكبالمخالفةإذاكانيمتلكمحلالتخزين، أماإذاالميكمنملكالهدهاأ
خيرة، فإنالحراسةتوكلإلإدارة أملاكالدولة، والتيقومبتخزينهافيأماكنتختارها
وتكونالموادالمحجوزةتحتمسؤوليةحارسالحجز إللغايةصدورقرارالعدالة، وتقعلعناتقمرتكبال
مخالفةالتكاليفالمربطةبالحجز.

❖ اعتباريا:

حسبالمادة 40 سالفةالذكر، كلحجز يتعلقبلسلعلايمكنلمرتكبالمخالفةأنيقدمهاالسببما، و
42
فيهذهالحالة، وطبقالمادة
منفسالقانون، يتمتحديدقيمةالموادالمحجوزةعلأساسسعر البيعالمطبقمنظرفمرتكبالمخالفة، أو ب
الرجوعإلسعر السوق، ويدفعالمبلغالناتجعنبيعالسلموضوعالحجز الاعتباريالخالزينةالعموم
ية.

وتتبعنفسالإجراءا تفيحالةالحجز العيني، وذلكعندمالايكمنلمرتكبالمخالفةتقديمالموادالمح
جوزةالموضوعةتحتالحراسة².

ويمكنلوالالمختصإقليميابناء علماقتراحالمدير الولا ئيالملكفبالتجارة أنيقردونالمروربا
لإجراءا تالقضائيةالمسبقة، البيعالفور يمنظر فمحافظالبيعبالمز ايدة للموادالمحجوزة، وفيهذهالحا
لتيودعالمبلغالناتجمنهذالبيعدبأمينخزينةالولاية إللغايةصدورقرارالعدالة أو تحويلهاجاناإلبال
هيئاتو المؤسساتا تالطابعالاجتماعيو الإنساني.³

وإذا اقتضبالأمر يتما تلافها منقبلمرتكبالمخالفة، وهذا بحضور المصالحالمؤهلةوتحتمر اقب
ها، وقدنصتعلبهذهالحالةالمادة 43 منالقانون 02-04

¹ - لقدتمإضافةالمواد 4 و 5 و 6 و 7 و 8 و 9 و 12 إلالموادسابقةالذكر وذلكبموجبالمادةالثامنةمنالقانون 10-06
التي تتضمنتعديلا لمادة 39 منالقانون 02-04.

² - نوال كيموش، المرجع السابق، ص. 91.

³ - مثلدور الرحمة أو مؤسسات الطفولة المسعفة أو الجمعيات الخيرية.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

وذلك في حال امتداد علسبب الحصر، و هيكونهذ هالموادس ريعة التلفأو إذا اقتضت ذلك حالة السوق أو لظ روف خاصة.

وطبقا للمادة 45،
في حالة صدور قرار يقضي برفع الحجز، فإن السلع المحجوزة تعود إلى صاحبها، وتتحمل لدولة التكاليفال مرتبطة بالحجز، وإذا كان موضوع هذا القرار مواد تم بيعها أو التنازل عليها مجاناً أو تم إتلافها، فإن صاحب بالمخالفة ليس تنفيذ من تعويض بقيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق منظر فها أثناء الحجز، كم الهأنيطل بمنا لدولة منح تعويضاً عن الأضرار الذي لحقهم جراء تنفيذ هذا الإجراء في حقه.

• المصادر:

يقصد بالمصادر في القانون الجنائي: "إضافة أمو المعينة ذات علاقة بالجرمة الملكية الدولة"، وتنص بالمصادر على أشياء تجوز حيازتها، وتكون هذ الأشياء في حوزة المحكوم عليه، وتعد عقوبة تلك ميالية جواز يتر كالحكم بها للقاضي.

وقد عرفتها المادة 15 من قانون العقوبات المعدل بموجب القانون 06-04-23 بأنها "الأيلولة النهائية إلى الدولة لئلا لم الأومجموعة أمو المعينة"، وقدم ك القانون 02-04 بموجب المادة 44 منها أحكاماً للقاضي بمصادر السلع المحجوزة في حال التمعينة.

وقدمت تعميماً للحكم بالمصادر على مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع، بموجب المادة 9 من القانون 06-10، التي عدل بالمادة 44 م ن القانون 04-02، وإذا كانت المصادر تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، فإن هذ هالمواد تسلم إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها و فبالإجراء اتالمعمول بها، والمحددة في قانون الإجراء اتالمدنية و النصوص المطبقة عل يها.¹

أما في حالة الحجز الاعتباري، فتكون المصادر على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها و منذ صدور حكم القاضي بالمصادر، فإن مبلغ بيع السلع المحجوزة يصبح كما كتسبب الخزينة العمومية.

• الغلق الإداري للمحلات التجارية:

إضافة إلى العقوبات بالحجز و المصادر، يجوز تطبيق عقوبة الغلق الإداري للمحلات التجارية، حسب المادة 46 و هذ المدة لا تتجاوز ستون يوماً، وذلك عند ارتكاب المهني للمخالفات المتعلقة بالالتزام بالإعلام بالأسعار و شروط البيع.

و قرار الغلق الإداري
يصدر عن الوالي المختص إقليمياً بناء على اقتراح مدير الولائي المكلف بالتجارة،

¹ - نوال كيموش، المرجع السابق، ص. 92.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

ويكون قرار الغلق قابلاً للطعن أمام العدالة، وفي حالة إلغائه يمكن للمهني المتضرر من صدور القرار، المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه، وذلك أمام الجهات القضائية المختصة.

• نشر القرار:

يعد نشر الحكم الصادر بالإدانة جزءاً مكمل للجزاء الأصلي، ويغلب النصح عليه في قواني حماية المستهلك، لمانه تأثير فعال في مكافحة الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك، حيث يصيب المحكوم عليه في نشره، لئلا يجوز الحكم بها إلا بالنشر علناً كصراحة.

والنشر قد يكون بالإعلان على جهة المنشأة أو في الصحف أو الإذاعة المرئية أو المسموعة، وذلك لإعلام المستهلكين المتعاملين بالجزء المبرم تكبته بما يحقق الهدف من العقوبة المتمثلة في فقدان الثقة في مرتكب الجريمة، وحرمانها وتقليل حجم مكاسبها المالية في المستقبل نتيجة لعزوف الجمهور عن التعامل معه.

لقد نصت المادة 48 على هذا الجزاء " يمكن للوالي المختص إقليمياً وكذا القاضي أن يأمر علناً بمرتكب المخالفة، وكذا المحكوم عليه نهائياً بنشر قرار اتهامه كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحر فبارزة في الأماكن التي يحددها".

ويلاحظ أن النشر قد خول جهتين بنشر قرار اتهامهما، وهما الوالي المختص إقليمياً، وهو الجهة الإدارية والقاضي هو سلطة قضائية، ومنحهما السلطة التقديرية الكاملة في توقيع العقوبة، حيث أنه لم يحدد المدة التي يتم خلالها نشر القرار، ولا الأمكنة التي يتم فيها ذلك حسبما جاء في المادة¹.

ج- متابعة مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع:

إذا ثبت ارتكاب العون الاقتصادي لمخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع، يتم تسوية المتابعة ودياً عن طريق إجراء الصلح معه أو متابعته قضائياً.

ج/1- إجراء المصالحة:

يجوز للمدير الولائي المكلف بالتجار القيام بإجراء المصالحة مع مرتكب المخالفة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون د.ج.، كما يجوز للوزير المكلف بالتجارة القيام بإجراء المصالحة عندما تكون المخالفة في حدود غرامة تفوق المليون د.ج. و تقل عن ثلاثة ملايين د.ج. حسب المادة 60 من القانون 04-02 سالف الذكر.

وطبقاً للمادة 61 من نفس القانون فإن المصالحة تنهي المتابعة القضائية، لكن في الحالات التي لا يمكن فيها إجراء المصالحة، وكذا في حالة عدم دفع الغرامة و في حالة العود، يتم اللجوء للمتابعة القضائية.

¹- نوال كيموش، المرجع السابق، ص. 93 و 94 و 95.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

ج/2- المتابعة القضائية لمخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع:

يتم متابعة العون الاقتصادي قضائياً من خلال تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بهذه المخالفة، و من قبل المستهلك أو جمعيات حماية المستهلكين أو الأعيان المؤهلون برقابة هذه المخالفات ، و إذا ثبت بعد التحقيق ارتكاب العون الاقتصادي هذه المخالفة، يتم إحالة الملف من قبل وكيل الجمهورية إلى قسم الجرح على مستوى المحكمة، و يصدر في حقه إما الحكم بالبراءة أو الإدانة.

• عقوبة مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع:

إن الجزاء المترتب عن إخلال العون الاقتصادي بالتزامه بالإعلام بالأسعار و التعريفات، منصوص عليه في المادة 31 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و التي أكدت على أن عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات يعد مخالفاً لأحكام المواد 4 و 6 و 7 من هذا القانون، و يعاقب عليه بغرامة مالية من 5000 إلى 100000 دج.

كما نصت المادة 32 من القانون 04-02 على عقوبة الالتزام بالإعلام بشروط البيع بقولها: "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفاً لأحكام المادتين 8 و 9 من هذا القانون، و يعاقب عليه بغرامة من 10.000 دجالي إلى 100.000 دج"، و يلاحظ أن المشرّع قد رفع الحد الأدنى للغرامة الموقعة في حالة ارتكاب هذه المخالفة بالمقارنة مع سابقتها.

المبحث الثاني : الالتزامات المكتملة للالتزام بالإعلام

لقد برزت الحاجة إلى حماية المستهلك من المخاطر التي قد يصادفها جراء إبرامه لعقد ما، مما دفع بالعديد من التشريعات إلى محاولة إيجاد وسائل قانونية مناسبة لحماية المستهلك بالنظر إلى عجز القواعد العامة عن توفير الحماية الكافية له، وكان من هذه الوسائل إعطاء المستهلك مهلة للتفكير و التروي (المطلب الأول) يكون للمستهلك من خلالها خيار التحلل من العقود التي أبرمها و بإرادة منفرد إذا اتضح أن السلع محل العقود لا تتلاءم مع احتياجاته وهو ما يسمى بخيار الرجوع عن التعاقد¹. (المطلب الثاني)

¹ - أيمن مساعدة وعلاء خصاونة، خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية و بيوع المسافة، مجلة الشريعة و القانون، العدد 46، ص. 159.

المطلب الأول: الالتزام بمنح المستهلك مهلة للتفكير قبل التعاقد

يلجأ المتدخل أو العون الاقتصادي عند إبرام عقود استهلاكية مع المستهلك إلى استخدام وسائل تسويقية عديدة بهدف بيع سلعته، دون منح المستهلك فرصة الكافية للتأمل في العقد وتقدير مدى حاجته للسلعة المعروضة، مما يؤثر على إرادته وعلى قراره بإبرام العقود، حيث لا يتأتى للمستهلك في هذه الحالة الوقت الكافي للتفكير في العقد أو السلعة التي تعرض عليه، وقد يتعرض إلى ضغط معنوي يدفعه إلى شراء سلعة ، ثم يكشف لاحقا بأنها لا تتناسب مع احتياجاته.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بمنح مهلة للتفكير قبل التعاقد و مبرراته

لا يمنح المستهلك عادة الفرصة الكافية لمراجعة العقود التي تعرض عليه من قبل المتدخل، وغالبا ما يستفيد هذا الأخير من قصر الوقت المتاح للمستهلك للنظر في العقد المعروض عليه.

و نظرا لأنه لا فائدة من إحاطة المستهلك بالمعلومات والبيانات دون إعطائه مهلة أو فرصة للتفكير قبل الإقدام على العقد، يعتبر الفقه أن حق المستهلك في التفكير والتدبر هو المكمل لحقه في الإعلام، فالقانون وإن كان لا يجبر المستهلك على التفكير قبل التعاقد، لكنه على الأقل يلزم المتدخل المتعاقد معه بترك فرصة للمستهلك حتى يفكر قبل إبرامه للعقد، وهذا يكفل له تقييم مزايا و عيوب العقد المزمع إبرامه.

الفرع الثاني: مجال تطبيق الالتزام بمنح مهلة للتفكير قبل التعاقد

تدخلت عدة تشريعات لتقرير هذا الالتزام من بينها التشريع الفرنسي الذي تدخل لحماية المستهلك من التسرع والتهور عند إبرام عقد الاستهلاك، وذلك من خلال منحه فرصة للتفكير والتريث قبل الإقدام على إبرام العقد بشكل نهائي.

هذه الوسيلة تقرر في فرنسا لأول مرة بموجب القانون الصادر في 12 يوليو 1971 في شأن التعليم بالمراسلة، حيث منح العميل (الدارس) مهلة لا تقل عن 6 أيام كاملة على الأقل قبل توقيع العقد أو رفضه وإلا كان العقد باطلا.

ثم توالت القوانين في هذا الاتجاه، و من أهمها ما نص عليه القانون الصادر في 10 يوليو 1978 الخاص بحماية المستهلك في عقود الإقراض، وبموجب هذا القانون في

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

مادته 5 يجب على المقرض الإبقاء على العرض المقدم إلى طالب الاقتراض لمدة 15 يوم، وبالتالي لا يستطيع المقرض العدول عن إيجابهم بهذه الفترة التي يسمح للمقترض بدراسة عقد القرض فيها في روية وهدوء، لأن قبوله و توقيعه يؤديان إلى انعقاد العقد بالشروط الواردة فيه.¹

ومع ذلك لم يكتف المشرع الفرنسي بها بل منح المقترض فرصة للعدول عن العقد بعد التوقيع مانحا إياه مهلة للتفكير والتدبر مقدارها سبعة أيام تبدأ من تاريخ قبول العرض المقدم من المقترض.

ثم عاد المشرع وسمح بتقصير مدة 15 يوم والحصول على توقيع المقترض بمجرد تقديم العرض، كما سمح باختزال مهلة التفكير الممنوحة بعد التوقيع خلال ثلاثة أيام، بناء على رغبة المقترض الذي غالبا ما يتعجل بهدف الحصول على قيمة القرض في أقصر وقت ممكن.

و هكذا كان التطبيق لمهلة التفكير والتدبر من خلال ماقررها القانون الصادر في 13 يوليو 1979 بشأن الإقراض العقاري.

وقد عاد المشرع الفرنسي وأكد ذلك فيقتنين الاستهلاك الصادر عام 1993 و هذا القانون منحا المقترض مهلة للتفكير والتدبر حددها بثلاثين يوماً علماً الأكثر وعشرة أياماً علماً الأقل.

و هذا يعني أن العميل (المقترض) ملزم بمهلة إجبارية مدتها 10 أيام، لا يستطيع تجاوزها أو الموافقة علناً على العرض المقدم إليه، وهذا المشرع عن إجبار العميل التريث عند تدبره وترويعه وتكون ينرضاهم تكتوياً صحيحاً متانياً متروياً.

يستخلص مما سبق، أن المشرع الفرنسي في القانون المشار إليها أعلاه يلزم أحد المتعاقدين بزيادة إيجابها نسيباً التعاقد، في صورة عدم وقوع عليه منه، معالته امهبالإبقاء على هذا الإيجاب قائماً لفترة محددة، تختلف باختلاف نوع العقد، وبانقضاء هذه المدة يقرر المخاطب الإيجاب هو المستهلك لقبولها التعاقد أو رفضه، وخلال هذه المهلة للتفكير والترويع والتحديد المشرع، لا يجوز للموجسحيا إيجابه الرجوع عفيها خلال هذه الفترة وبالتالي فهو إيجاب ملزم لمصالح المستهلك ككي ياتيردهم مهلا ومدروساً.²

و علماً بالعكس من ذلك، وبسبب عدم وجود نص مماثل للنص الفرنسي قانون حماية المستهلك الجزائي، فإن الأمر يقتضي الرجوع على قواعد العامة وحسب هذا القواعد، فالأصل أن الإيجاب غير ملزم، إلا إذا اقترب من مدة معينة للقبول، وهذا ما تنص عليه المادة 63 من القانون المدني الجرائي بقولها: " إذا عين معاد للقبول لالتزم الموجب بالبقاء على إيجابه بالانقضاء هذا الأجل".

¹ غازي خالد أبو عرابي، حماية رضا المستهلك (دراسة مقارنة بين قانون حماية المستهلك الإماراتي و تقنين الاستهلاك الفرنسي و مشروع قانون حماية المستهلك الأردني)، مجلة دراسات، علوم الشريعة و القانون، مجلد 36، العدد 1، 2009، ص. 191.

² غازي خالد أبو عرابي، المرجع السابق، ص. 192.

المطلب الثاني : حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد

يعد الحق في الرجوع عن التعاقد من أهم ضمانات تمام رضا المستهلك، وذلك في العقود التي يبرمها عن طريق منح فرصة للتروي والتفكير في شأنها قبل أن يعلن عن قبوله النهائي بها، لذلك ينبغي تحديد مفهوم حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد و مبرراته، ثم صورته وأخيرا، آثار حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد و ضمانات عدم تعسف المستهلك في استعماله.

الفرع الأول : مفهوم حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد ومبرراته

يعرف الفقه حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد على أنه: "الرجوع من أجل إلغاء الأثر القانونيين التصرف الذي تم بمحض الإرادة إتمامه " أو بتعبير أدق هو: "الإعلان عن إرادة مضادة يعترزم من خلاله المتعاقد الرجوع عن إرادته وسحبها، واعتبارها كأن لم تكن، وذلك بهدف تجريدها من أي أثر كان لها في الماضي أو سيكون لها في المستقبل".¹

كما أن هناك من عرف خيار الرجوع أنه: "سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلل منه، دون أن يتوقف ذلك على إرادة الطرف الآخر".

ويتمثل خيار الرجوع بحق المستهلك بإعادة النظر في العقد الذي أبرمه والعدول عنه خلال مدة محددة تختلف باختلاف محل العقد ويتم برد المبيع واسترداد الثمن، و تستخدم عدة مصطلحات في التعبير عن هذا الخيار، مثل حق الندم أو حق العدول، و فضل بعض الفقه استعمال مصطلح إعادة النظر في العقد للدلالة على حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد، لكونه يشمل إلى جانب حق المستهلك في الرجوع، حقه باستبدال السلعة دون أن يرجع في العقد المبرم، و بالرغم من تعدد المصطلحات إلا أنها تدل كلها على معنى واحد ألا و هو : تمكين المستهلك من التحلل من العقد بإرادته المنفردة.²

منحالمشرع الفرنسي للمستهلك بموجب قواعد أمرة من النظام العام لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، رخصة الرجوع والتبديل عليها" الحق
في إعادة النظر في المبيع، بشأن عمليات البيع بعدد، حيث منح المشتري يلمنتجات
في جميع عمليات البيع عبر المسافات الحقيقية عادة المبيع بالبائع، واسترداد الثمن
المدفوع أو استبدال المبيع خلال سبعة أيام من تاريخ التسليم.

وللوقوف على تفاصيل هذا الرخصة الممنوحة للمستهلك، ينبغي التعرض لنظامها ثم كيفية ممارستها:

¹- يوسف الشندي، المرجع السابق، ص. 257 و 258.

²- أيمن مساعدة وعلاء خصاونة، المرجع السابق، ص. 162.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

أولاً: نطاق الحق في الرجوع عن التعاقد

حق المشتري في إعادة النظر أو الرجوع، ينطبق على جميع عقود البيع التي تنتمي بين غائبين أو بين عابرين للمسافات. ويشمل ذلك البيع بطر يقال تلفزيون، و البيع عن طريق الكتالوجات أو النشر ات أو إعلاننا لسلع معينان الأسعار الجارية بالتعامل بها، ولم يفر فالمشتر عفاً للقانونا لفر نسيفي ممارسة هذا الحق بينا البيع ثم نفور يوبينا البيع بالتقسيط، كما لا يشتر ط لممارسة أنت بل غقيمة المبيع حدًا معينًا.

وهكذا يتضح أن المشتر عار اد حماية رضا المشتري بالذي لمير المبيع، ولم يتم كمن معاينته بحكمالم سافة التي تفصل بينا الباعو المشتري أو الخشية من تأثر الأخير بأسلوب عرض السلعة من خلال الإعلان ، لذلك جاء هذا التدخل بنصر يحل كيبخو لامشتر يا إعادة النظر خلال سبعة أيام في القانونا لفر نسيفي من تاريخ تسلما للمبيع أعقب معاينته:

إضافة إلى ذلك، فإن حق إعادة النظر لا يقتصر على المنتجات التي تشمل أيضاً الخدمات التي تتم عرضها عبر المسافات، كخدمات ذاكر الطيران أو الرحلات أو خدمات السياحة والفنادق.

ثانياً - ممارسة الحق في الرجوع عن التعاقد

يستطيع المشتري (المستهلك) ممارسة حقه في إعادة النظر في بيو عالمسافات أو البيو عن بعد بإحدى طريقتين:

الأولى - أن يطلب إعادة المبيع للبائع واسترداد الثمن.

الثانية - أن يطلب استبدال المبيع بآخر.

إن إعادة النظر عن طريق الرجوع عفاً للتعاقد يتطلب البأبير دامشتر يا البضاعة إلى البائع بحالة التي كانت عليها وقت التسليم، ولا يكون المستهلك ملزمًا عند استعماله حقه في إعادة النظر بتبرير ذلك، لأنظر وفالتعاقد، وعدم رؤية المبي عهيا المبرر الكافي، ولا يكون ملزمًا أيضاً بدفع ثمنه¹.

كما

يمكن للمستهلك (المشتري) ممارسة حقه في إعادة النظر بالطريقتين معاً، ويتم ذلك في الفر ضالتالي : إذا قام المشتري بطلب تغيير المبيع بآخر خلال المهلة المحددة قانوناً، ثم يتبين له بعد التغيير أن المبيع لا يصلح لجلس عمالاً المخصص من أجله، وعندئذ يطلب المبيع واسترداد الثمن، وبالتالي يكون عملياً قد مارس إعادة النظر رفيشقيه" التغيير - والرد".

¹ - غازي خالد أبو عرابي، المرجع السابق، ص. 192 و 193.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

يستخلص مما سبق، أنالمشرع عالفرنسي قد تدخلومنذمدة طويلة فيالعديدمنالقوانينلتوفير حماية حقيقية للمستهلك،منخلالمنحهمهلة للتفكير والتدبر،ثممنحهاأيضاًالحقفيإعادة النظر فيالمبيعخلاللمدة محددة فيالبيو عالتيتبر معنبعد.

وعلىالعكسمنذلكنلاحظأنالمشرع العجز انيرير غمأنهاصدر قانوناًحديثاًلحماية المستهلك إلاأن هلميتخذخطواتمشابهةلما اتخذ هنظير هالفرنسي،وبقنتمسكاًبالقواعدالتقليديةفينظرية العقد،خاصتةمبدأالقوة الملزمة للعقد.

ثالثاً: مبررات الرجوع عن التعاقد

إن تقرير هذا الخيار جاء لحماية المستهلك من الآثار السلبية لتطور وسائل التسويق والإشهار، فقد كان لبعض التقنيات المستخدمة في بعض العقود المبرمة مع المستهلك و خاصة عقود البيع المنزلية، أثر في حرمان المستهلك من إعطاء قراره بإبرام العقد بناء على إرادة واعية و مستنيرة، ففي مثل هذه العقود لا يكون أمام المستهلك فرصة للتأكد من صحة اختياره هو مدى ملائمة السلعة لاحتياجاته، فعلى الرغم من تمكن المستهلك من رؤية المبيع و بشكل كاف، إلا أنه مع ذلك غالباً ما يتخذ قراره بشكل متسرع و دون ترو، مما يببرر منحه حق الرجوع عن التعاقد.

ولهذا جاء خيار الرجوع لمنح المستهلك فرصة لإعادة النظر في قراره خلال مدة محددة، حيث حددها المشرع الفرنسي بشأن البيوع المنزلية بـ 7 أيام على الأقل من تاريخ إعلام المشتري بخيار الرجوع، حيث لاحظ أن القواعد العامة لا تكفي لضمان إرادة واعية و مستنيرة و غير متسرفة للمستهلك، لأنه أبرم عقدا بإرادته الحرة لا تقع لا تحت مفهوم الإكراه التقليدي و لا حتى الغلط، كما لم يتم ممارسة التذليس و الغبن في التعاقد معه، كما أن المبيع قد يخلو من العيوب مما يعني عدم إمكانية المستهلك فسخ العقد الذي ندم على إبرامه.

أما بالنسبة لبيوع المسافة، فعلى الأغلب يتعاقد المستهلك في هذه العقود على بضاعة لم يراها أو أنه رآها كصورة موجودة على شاشة الحاسوب أو التلفاز، مما قد لا يمكنه من أخذ الفكرة المناسبة والوافية عن السلعة التي يريد شراءها، مما يوجب إعطائه فرصة التراجع والعدول عن العقد الذي أبرمه في هذه الظروف.¹

وتوفير حماية فعالة للمستهلك اعتبر المشرع عالفرنسي حقاً لإعادة النظر من النظام العام، لأنه يهدف إلى حماية الرضاية التي تعد أهم ركز في العقد، و يترتب على ذلك أنها لا يجوز للمشتري أن ينيئناز لعنقه فيإعادة النظر، كما يقع باطلا كالاتفاق يحدد أو يقيد ممارسة المشتري لهذا الحق.

الفرع الثاني : صور حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد

¹ - أيمن مساعدة وعلاء خصاونة، المرجع السابق، ص. 167 إلى 170.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

إن لحق المستهلك في الرجوع عن التعاقد صورتين: الأولى حق الرجوع قبل إبرام العقد، والثانية: حق الرجوع بعد إبرام العقد.

1 حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد قبل إبرام العقد :

تقتضي القاعدة التقليدية في إبرام العقد، أنه ينعقد عند تلاقي إرادتي الطرفين ما لم يشترط القانون شكلاً معيناً لانعقاده، غير أن المشرع في إقراره لهذه الصورة من الرجوع، يعمد إلى تأخير إبرام العقد، ويعطيه للمستهلك مكنة العدول عن العقد، على الرغم من أن إرادتي الطرفين قد توافقت لإبرامه، مما يعني أن توافق الإيجاب مع القبول ليس كافياً لإنشاء العلاقة العقدية، وإنما لا بد من مرور مدة زمنية يحددها المشرع وعدم عدول المستهلك خلالها عن إبرام العقد، حتى تنشأ الرابطة العقدية.

وتتيح هذه المدة للمستهلك الفرصة الضرورية لكي يتدبر ويتروى في أمر التعاقد، فإذا وجده في مصلحته لم يعدل حتى تمر المدة المحددة، وعندها ينشأ العقد، وإن رآه غير ذلك رجع عن العقد برجوعه هذا فإنه يحول دون إبرام العقد، أي لا يفسخ العقد ولا ينهيه، وإنما يعطل إبرامه.¹

ويلاحظ أن هذه الصورة من صور الرجوع عن التعاقد، لم تكن معرفة لافياً للقانون المدني ولا فيقوانياً خاصة، قبل أن ينص عليها فيا للتشريعات الفرعية الخاصة بالتعليم بالمراسلة إذ تضمنت أيضاً يقضي بعدم إبرام العقد قبل مرور سبعة أيام أعلنتار يختسلم وسائل التعليم.²

ويلاحظ بصدد صورة الرجوع هذه، أن المشرع الفرنسي لميلز ما المتعلم إلا بدفع مبلغ معين لقاء ممارسة حق الرجوع، ولا يدفع تعويضاً للمتعاقد الآخر، لجبر ما قد يصيبه من ضرر من جراء الرجوع، حيث فرض علينا الأخير واجباتاً ضرر هب نفسه، إذ عليها أن تحتاط للأمر مسبقاً مادام معلماً أنهم حق المتعلم الرجوع عن العقد خلال المدة التي حددها المشرع والذي ر أن فيلزم ما المتعلم بالتعويض أيضاً وفيدفع مبلغاً من النقود لقاء الرجوع عن التعاقد، أمر أن ينفذ ويعلن تقيد ممارسة حق الرجوع هذا، بما يفوق تعليفه فرصة التدبير أو التروي، خاصة إذا وجد أن المبلغ الذي يلزمه أو قديله مبدفعهم مسبقاً يفوق مقدار تهالمالية، لذا فإن المشرع علم يقيد ممارسة هذه المكنة إلا بوجود ممارستها خلال مدة زمنية محددة.

ولتقييم هذه الصورة من صور الرجوع، يتضح أنها تساهم في عدم انتهاك مبدأ "القوة الملزمة للعقد"، خاصة وأن المتعاقد يرجع عن العقد، لم يبرم مادام أنهماز الفياطار مرحلة يحكمها مبدأ حرية التعاقد، كما أنها جانباً إيجابياً يجب عدم إغفال الإشارة إليه، وهو أن فرصة التدبير التي ما كان يفوقها اشتراطها نظر المركزها الاقتصادي والفني الضعيف في مواجهة الم تعاقد الآخر.

¹ - سليمان براك دايج، الرجوع والتشريع عن التعاقد في عقود الاستهلاك، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، العراق، المجلد 14، العدد 08، 2005، ص. 05.

² - المادة 09 من القانون رقم الصادر في 12 جويلية 1971، الخاص بالتعليم بالمراسلة.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

غير أن ذلك لا يلغي ما يمكن أن تنطوي عليه هذه الصور من جوانب سلبية، تتمثل في تأخير إبرام العقد مدة زمنية قد لا تكون ضرورية، إذا كان المستهلك أو المتعلم قد حسم أمر التعاقد، بشكل لا يمكن أن يعيد النظر فيه، كما أنها إذا أخذنا بهذه الصور، بصدد صور التعامل الأخرى، فإنها قد تؤدي إلى تعطيل القيمة الاقتصادية، لأنه تجعل للمتعاقد حياض السلع أو الخدمة محل التعاقد، مدة من الزمن، علماً بأن تعاقد بشأنها، ثمير جعل المستهلك على التعاقد، وربما يؤدي ذلك إلى انقراض التعاقد أخيراً بشأن ذات السلعة أو الخدمة.¹

2- حق المستهلك في الرجوع عن التعاقد بعد إبرام العقد:

إذا انعقد العقد صحيحاً و نافذاً ثبتت له القوة الملزمة للعقد، ومن ثم ما جاز لأي من تعاقدية أن يستقلاً بالغائه أو إنهائه²، بيد أن المشرع عفيقواً في حماية العقود التي يبرمها، رغم كونها عقوداً صحيحة و نافذة، و إذا كانت هذه الصور للرجوع عفيقواً على استنباط الجديدة إذ ترقى بجذورها إلى القانون المدني السويسري، إلا أنه نظر ألاما تتضمنه من مخرو و جعلى مبدأ القوة الملزمة للعقد، و ما تعرضت لها من النصف الثاني من القرن الماضي في إطار تشريعات حماية المستهلك، التي منحت للمستهلك هذه المكنة، مقررته الخروج جعلاً بالمبدأ التقليدي في القوة الملزمة للعقد، الذي استقر مدة طويلة من الزمن في القوانين المدنية.

و إذا كانت التشريعات التي أقرت هذه المكنة للمستهلك، لم تغفل تنظيمها تنظيمياً يحد من خطورة انتهاكها المبدأ القوي الملزمة للعقد، إلا أن ذلك لا يلغي خروجها عن المبدأ التقليدي في العقد، و بذلك تكتفي بإطار الاستثناء مقارنة بالأصل العام، و قد أخذت بهذه الصور للرجوع عن التعاقد، معظم النظم القانونية التي صدرت فيها تشريعات لحماية المستهلك.³

الفرع الثالث: آثار رجوع المستهلك عن التعاقد و ضمانات عدم تعسف في استعماله

إن الأثر الجوهرى الذي يترتب عن استعمال الحق في الرجوع عن التعاقد، هو زوال العقد بعد إبرامه، إن كان الرجوع قد تم خلال مدة زمنية بعد القبول، أو تعطيل إبرام العقد، إن كان الرجوع قد حصل قبل فوات المدة التي استلزم المشرع مضيها.⁴

يستطيع المستهلك ممارسة خيار الرجوع خلال فترة من تسلمه المبيع الذي قد يستعمله خلالها مما يؤدي إلى انفصال قيمته، و هو ما قد يؤثر على حقوق البائع و هذا يتضح بشكل أفضل في العقود الواردة على برامج الحاسوب و الأقراص المدمجة و التسجيلات الصوتية و غيرها، حيث أن مجرد الاستعمال و لو لمرة واحدة يؤدي إلى

1- سليمان براك دايج، المرجع السابق، ص 06 و 07.

2- المادة 106 من القانون المدني.

3- سليمان براك دايج، المرجع السابق، ص 07.

4- سليمان براك دايج، المرجع السابق، ص 19.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

إمكانية تحميل نسخة من البرنامج حتى بعد إعادته أو رده إلى البائع، و بذلك يكون المستهلك قد حصل على نسخة من البرنامج بدون مقابل، و نكون قد ألحقنا الضرر بالموارد أو بمؤلف البرنامج.

إن خيار الرجوع جاء بهدف حماية رضا المستهلك الذي يشتري البضائع عن بعد، لذلك فإن سلطاته على المال المتعاقد عليه لدى تسلمه له و الممنوحة له بموجب هذا الخيار، تقتيد بحدود هذا الهدف أي معرفة مدى ملائمة البضائع للغرض من شرائها و مطابقتها لما جاء في الصورة الموجودة على شاشة الحاسوب.

و لهذا لا يجوز للمستهلك التعسف في استعمال حقه بأن يتجاوز حدود الرؤية، و أن يستعملها بشكل يخرج عن حدود المؤلف من الاستعمال اللازم للتأكد من صلاحية السلعة و مدى ملائمتها لاحتياجاته، فلا يجوز أن يستعمل هذا الخيار يقصد الإضرار بالبائع، و لا يتجاوز الهدف و الحكمة من الخيار و استرداد الثمن أو حتى استبدالها بغيرها، و لهذا قرر المشرع الألماني على سبيل المثال، إلزام المستهلك بدفع تعويض عن استعماله للبضائع التي قرر ردها بموجب ممارسة لخياره في الرجوع.

الأصل أن يلتزم المستهلك بالمحافظة على البضائع و أن يبذل في ذلك عناية الرجل المعتاد ، لذلك يكون مسؤولاً عن أي تلف أو هلاك يصيب البضائع بسبب تقصيره في واجب العناية الملقى على عاتقه.

إن مقتضيات نظرية عدم التعسف في استعمال الحق تتطلب أن يرد المستهلك البضائع بحالتها وقت التسليم، و هو ما قد يصعب تحقيقه في العقود الواردة على منتجات سريعة الهلاك و التلف، خصوصاً في ضوء المدة المحددة لاستخدام حق الرجوع و التي لا تقل عن 7 أيام كما في التشريع الفرنسي.¹

لذلك قررت أغلب التشريعات التي أخذت بالحق في الرجوع، استثناء بعض البيوع الواقعة على أنواع محددة من البضائع، من هذا الخيار في الرجوع عن التعاقد، خاصة ما يتعلق ببرامج الحاسوب و التسجيلات الصوتية أو المرئية و غيرها كما سبق توضيحه آنفاً.

و يمكن أن يتعلق التعسف في استعمال الحق في التراجع في مدة هذا الخيار، لذلك بعض قررت تشريعات حماية المستهلك و بعض التوجيهات الأوروبية أن مدة خيار المستهلك في الرجوع عن التعاقد، لا تبدأ أصلاً إلا إذا قام البائع بإعلام المستهلك بخياره في الرجوع عن التعاقد، مثال ذلك التوجيه الأوروبية الخاصة بالبيوع المنزلية التي نصت في مادتها الخامسة على أن مدة العدول المحددة بـ 7 أيام لا تبدأ بالسريان إلا من تاريخ إعلام البائع للمستهلك بخياره في الرجوع عن العقد.

¹ - أيمن مساعدة وعلاء خصاونة، المرجع السابق، ص. 197 و 198.

الفصل الأول: الالتزامات القانونية المقررة لحماية رضا المستهلك

أما التوجيهية الأوروبية الخاصة ببيع المسافة فقد أخذت إتجاه آخر، حيث نصت في المادة السادسة منها على تحديد مدة الرجوع بـ 7 أيام من تاريخ تسلم البضائع على أن تصبح هذه المدة ثلاثة أشهر من تاريخ التسلم إذا لم ينفذ البائع التزامه بإعلام المشتري بخياره في الرجوع قبل إبرام العقد تطبيقاً للمادة الرابعة في فقرتها الأولى من هذه التوجيهية.

و عليه، يجب أن لا يعطى المستهلك المجال للتعسف في استعمال حقه ببرد البضائع أو فسخ العقد بمجرد وجود سلعة بسعر أقل أو بلون أفضل، حتى لا يكون استخدام خيار الرجوع وسيلة للإضرار ببائع البضائع، و من ثم فإن تحميل المستهلك تكاليف إعادة و إرجاع البضائع يعني إضفاء طابع الجدية على هذا الخيار، مما يفرض على المستهلك عدم اللجوء إلى هذه الوسيلة إلا إذا كانت البضائع لا تناسب احتياجاته فعلاً، وبالتالي سيكون أكثر تأملاً و تمهلاً قبل استخدام خيار الرجوع في العقد.

و عموماً، إن خيار الرجوع عفي عقد الاستهلاك من قبل المستهلك كخيار بين أمرين هما : إما المضي في العقد و استكمال التعاقد، و جعل العقد بائناً و نهائياً و اجبالتنفيذ غير قابل للرجوع عفيه، أو جعلها فذاً لازماً، و إمار فضالْعقد و اعتبار التعاقد غير قائم.

لذلك، ينبغي إحاطته بضمانات عدم تعسف المستهلك في استعمال هذا الحق، و ذلك من خلال استثناء بعض البيوع منه، كتلك التي لا يمكن إعادة البضائع فيها بالصورة التي تم تسليمها فيها، كما لا بد من النص صراحة على حدود سلطة المستهلك في استعمال السلعة، و كذلك تحميل المستهلك تكاليف إعادة البضائع و ذلك لضمان جدية المستهلك في اتخاذ قراره في الرجوع، و حماية البائع من تعسف المستهلك في ممارسة حقه في الرجوع عن التعاقد.¹

¹ - أيمن مساعدة و علاء خصاونة، المرجع السابق، ص. 199 إلى 201.