



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة- سعيدة - د. الطاهر مولاي



كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

التخصص : قانون أعمال

دور قانون حماية المستهلك في ترقية مصالح المستهلكين

مذكرة لنيل شهادة الماستر (ل.م.د)

إشراف الدكتورة:

إعداد الطالبات:

عمارة فتيحة

عمار عراب

أعضاء اللجنة المناقشة :

الدكتور : عمارة فتيحة جامعة سعيدة..... مشرفاً ومقرراً

الدكتور : عماني عبد الرحمن جامعة سعيدة..... رئيساً

الدكتور : فليح كمال عبد المجيد جامعة سعيدة..... عضواً مناقشاً

السنة الجامعية : 1439هـ / 1440هـ *** 2018م / 2019م

شكر وثقيل

قال الله تعالى: ﴿...لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ...﴾ سورة إبراهيم آية "٧"

فالحمد لله رب العالمين حمدا كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه والصلاة
والسلام على المصطفى الهادي الكريم

ثم بعد...

أوجه شكري وإحترامي وتقديري لأستاذتي الفاضلة الدكتورة "عمارة فتيحة" التي
تكرمت علي بالإشراف على هذه المذكرة وخصتني ببعض من وقتها، وأفادتني
بتوجيهها ونصحها

شكري لكل من ساهم من قريب أو من بعيد ليصل هذا العمل لشكله النهائي
شكري الخالص إلى كل من علمني حرفا من بحر العلم

عمارة عراب

إهداء

إلى كل من علمني كيف أوضف الحروف والكلمات إلى أبي وأمي

العزيرين على قلبي أطال الله وبارك عمرهما

إلى كل إخوتي وأخواتي وزوجتي وأبنائي الأعرأ أطال الله أعمارهم

إلى كل أولئك الذين مازالوا يناضلون من أجل إغتراف العلم و تحصيل

المعرفة وإرساء جذور العدالة

عمار

لقد عرف العالم تغيرات في ميادين متعددة بحثا عن تحسّن والرقي بمستوي معيشة الفرد وهذا من خلال وضع مناخ يتماشى مع مدى التطورات الحاصلة، في الوقت الراهن والتغيرات على مستوى استهلاك الأفراد فكان لتنوع السلع والخدمات المتوفرة والمتنوعة والتي تلي كل ما يحتاجه الفرد في حياته، وبقدر ما تحقّقه هذه الوفرة من جوانب إيجابية كبيرة، فإن لها سلبياتها الخطير على المستهلك كونه العنصر الأساسي الذي تقوم عليه التجارة في الوقت الحالي، فهو مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم تدخل المشرع بوضع ترسانة من التشريعات لحمايته، فأصبح بحاجة أكثر من أي وقت مضى إلى حماية قانونية من الغش في السلع والخدمات في مختلف مراحلها الإنتاج، الاستيراد، التخزين والتوزيع، والجزائر لم تكن بمنأى عن هذه التغيرات والتحوّلات، حيث شهد الاقتصاد الجزائري مرحلة جديدة، من مراحل تطوره وأخذ في التحوّل الواضح من نظام اقتصادي اشتراكي يعتمد على التخطيط المركزي وسيطرة القطاع العام إلى نظام اقتصادي حر يعتمد على اقتصاد السوق وعلى القطاع الخاص، فواكبت هذه التطورات لما لها من مزايا كبيرة تمثلت خاصة في النهوض بمستوى معيشة المستهلك الجزائري من خلال تنوع وتعدد السلع والخدمات، لكن في المقابل كان لها جوانب سلبية كثيرة، حيث غزت الأسواق منتجات يجهل طبيعتها ومصدرها وكانت هذه الوفرة على حساب الجودة والتنوع وأصبح المستهلك عرضة لمناورات وتلاعب الأعوان الاقتصاديين والتجار نتيجة الجشع والرغبة في تحقيق الربح على حساب سلامة المستهلك، الذي يدفع ثمن كل هذه الممارسات، وأمام هذه الحتمية كان لا بد من وجود آليات تكفل وتضمن الرقي والسمو في مصالح المستهلكين وهذا ما

دفع بالمشرع الجزائري إلى العمل جاهدا لخلق هذا المناخ من خلال وضع قاعدة قانونية تعمل على السمو بمصلحة المستهلك عند تعرضه لأي ضرر تكون مصلحته هي الأولى فجاءت مجموعة من القوانين تركز هذا المبدأ من خلال أول نص قانوني متعلق بحماية المستهلكين تحت رقم 89/02 الصادر في 1989/02/07م.

إن هذا لم يكن كافيا بحكم تطورات التي عرفها المجال الاقتصادي فكان لزاما على المشرع الجزائري مواكبة هذا التطور بسن هذا القانون يتماشى مع هذا التطورات في مجال السيرة والخدمات فجاء قانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25م متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهي أحكام كفلها قانون حماية المستهلك بغية ترقية مصالح المستهلكين وهو موضوع دراستنا في هذا البحث الذي سنتعرض له بالتفصيل من خلال دور قانون حماية المستهلك والآليات ووسائل الحماية التي يوفرها هذا القانون ومدى نجاعتها حيث يدور المحور الرئيسي لهذا الموضوع حول الحماية التي خص بها قانون حماية المستهلك وجاء اختيار هذا الموضوع كون دور قانون حماية المستهلك في ترقية مصالح المستهلكين موضوع متطور باستمرار نظرا لتغير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك وتغيرها وتفطن المشرع إلى ضرورة مواكبتها بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل، كذلك حساسية الموضوع وقلة الدراسات في هذا المجال، حيث أن القانون الجديد لم يعنى بالدراسة الكافية من طرف الباحثين رغم كونه جاء بآليات وقائية وردعية أكثر صرامة لحماية المستهلك في مواجهة المتدخل.

ذلك لأن التطورات الحاصلة في العالم، خصوصا في زمن العولمة والانفتاح الاقتصادي الذي كانت له فائدة على المستهلك من حيث الكم الهائل للمنتجات والسلع المتوفرة في الأسواق المحلية أو الدولية وكذا عامل الإسترداد والتصدير الذي نشط مؤخرا، والاهتمام بحماية المستهلك يتضاعف يوما بعد آخر خاصة بعد دخولنا للألفية الثالثة والتي وكبها تطور هائل وخطير لا سيما ما يتعلق بأساليب الانتاج والتسويق والدعاية، أدى إلى توحيد أنماطه في جميع أنحاء العالم وفي شتى المجالات.

كل هذه التطورات الهائلة زادة من مخاطر تعرض المستهلك للأضرار المختلفة، نظرا لنقص العلم وعدم الدراية بطبيعة هذه المنتجات، مما زاد من تفاقم الخطر الذي أصبح محققا بأمن المستهلك وتنوع المنتجات وتعقدتها، الأمر الذي أصبح معه المستهلك لا يميز ما بين المنتج المطابق والسليم والمنتج المقلد والمغشوش من حيث انتاجه وتركيبه وتسويقه إلى غاية وصوله إلى المستهلك الذي يعتبر الطرف الأخير والضعيف في هذه الحلقة المعقدة، فلهذا كان لزاما البحث عن آليات قانونية تتمشى وواقع الحال وتحمي المستهلك وتقيه مما قد يصيبه من أضرار جراء إقتناؤه منتوجا وسلع وحتى خدمات لا تلبي الرغبة المشروعة لهذا الأخير والتي يسعى المشرع سواءا الجزائري أو غيره إلى سن قوانين حازمة لإيجاد التدابير الفعالة التي تقي المستهلك وتحميه في ظل إقتصاد السوق.

إن حماية المستهلك أصبحت أمر ضروريا لا يمكن الاستغناء عليه خاصة في ظل التطور الاقتصادي الذي نشهده حاليا لذا أوجب المشرع وضع قواعد قانونية التي تجرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامه المستهلك وكذا حمايته من الناحية المادية وهذا لا يأتي إلا بوجود نصوص قانونية ذات فعالية لمحاربة الأنشطة المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمنافية

للمنافسة بوضع آليات وأجهر تتولى رقابة كل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين، وتوقيع العقاب على كلة المخالفين للقواعد والقوانين الموضوعة في ذلك ونظرا للأضرار التي يتعرض لها المستهلك، فقد قام المشرع الجزائري أو غيره بإيجاد أجهزة متخصصة في مجال الرقابة والدفاع عن حقوق المستهلكين، والتي تشرف على تطبيق وتنفيذ مختلف الأنظمة والقواعد بما يحقق أهدافه.

كما أن أهمية الموضوع في ظل ما يشهده من حيوية تشريعية محلية ودولية، وما يكتسبه من طابع تقني يستدعي الوقوف على مدى نجاعته وتحقيقه لحماية حقيقة للمستهلك وهو هذا هدف المشرع من هذا القانون.

إن حماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به هو أحد مهام ومسؤوليات الدولة الحديثة، وذلك من خلال سن التشريعات والقوانين كمرحلة أولى وتطبيقها على أرض الواقع من خلال الأعوان المكلفين بذلك كمرحلة ثانية، وتحقيق الحماية المنشودة من طرف المشرع لكافة أطراف العلاقة الاقتصادية خاصة المستهلك كونه يمثل الحلقة الأضعف في هذه المعادلة كمرحلة ثالثة، وقانون حماية المستهلك جاء لتحقيق هذه الغاية من خلال وضعه لآليات رقابية وردعية، وبناء على ما سبق تتمحور الإشكالية الرئيسية حول هذا البحث في محاولة الكشف عن القواعد والآليات التي جاء بها قانون حماية المستهلك، وما مدى فاعليته في الرقي بمصالح المستهلكين والدفاع عنها؟

إن دراسة هذا الموضوع يقتضي اتباع المنهج التحليلي، لان دراسة هذه القوانين تتطلب تحليلا وتمعنا للوقوف على آليات الحماية وما مدى فاعليتها على أرض الواقع مع اعتماد بشكل بسيط على المنهج التاريخي عند التعرض لمراحل تطور القوانين الخاصة لحماية المستهلك.

لبحث هذا الموضوع ارتأينا تقسيم دراستنا إلى فصلين، وفق التسلسل المنهجي وتناسق بين الفصول حيث تناولنا في الفصل الأول قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك، حيث أدرجنا فيه مبحثين الأول تحت عنوان ماهية حماية المستهلك، أما في المبحث الثاني فتناولنا الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك.

أما الفصل الثاني فتناولنا الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين، بمبحثين أولاً دور الهيئات الإدارية ذات النمط الحكومي ثم ثانياً دون الهيئات القضائية وجمعيات حماية المستهلك.

تمهيد:

أدى التقدم الصناعي والتطور التكنولوجي إلى ظهور منتوجات معقدة ذات تقنية متطورة لم تكن موجودة من قبل، ونظرا على زيادة الإقبال على استهلاكها نتيجة تطور وسائل الإعلام التي تتفنن فيها الشركات الإنتاجية الكبرى، والتي غالبا ما تكون مظللة بهدف تحقيق أقصى الأرباح. فرغم أن هذه المنتوجات تحقق الرفاهية والمتعة للمستهلك إلا أنها في الوقت نفسه تسبب له أضرار بليغة لكونه يقدم على استهلاكها دون أن يبالي بجسامة الأخطار التي تهدد سلامة جسده وممتلكاته، لذا كان لا بد من أن يتقرر للمستهلك عند اقتناء السلعة حق في مواجهة المنتج وكذا الموزع بإعلامه بحقيقة السلعة وعناصرها وصلاحياتها وكيفية تفادي المخاطر التي تنجم عن سوء الاستعمال، فالالتزام بالإعلام يعد إجراء وقائيا يتمثل في تقديم البيانات حول كيفية استخدام المنتج واستهلاكه وتحذيره من المخاطر¹.

في هذا الصدد عملت مختلف التشريعات تحت تأثير جهود القضاء على اتخاذ وسائل للحد من هذه الأضرار التي تلازم المستهلك في جميع مراحل حياته، إذ كان للقضاء الفرنسي دورا لا يستهان في إقرار نوع من الحماية للمستهلك، فكانت أول خطوة هي محاولة تفعيل نصوص القانون المدني

¹ صياد صادق، حماية المستهلك في القانون الجديد 03-09، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الادارية ، جامعة قسنطينة 1 سنة 2013-2014 ، ص 17.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

لضمان حماية أوسع للمستهلك، خاصة أن القواعد العامة الواردة حول ضمان العيوب الخفية لا تحقق

حماية فعالة لاسيما في مواجهة نوع من الأضرار التي تنجم عن العيوب والماساة بسلامة المستهلك .

في عملنا هذا سنقتصر على إلقاء الضوء حول ماهية حماية المستهلك كمبحث أول كما نقوم في

المبحث الثاني ببيان كيفية الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك كمبحث ثاني .

لقد كان لحياة الأفراد منذ القدم صراع من أجل إثبات الذات في شتى الميادين وخاصة، منها ما تعلق بحياته اليومية التي كان و ظل يصارع من اجل ضمان حقوقه، غير أن هذه الحقوق لا يمكن أن تأتي من العدم، إذ لا بد من توفر قوانين وهيئات تكفل هذه الحياة الكريمة و لذلك سعة هذه الهيئات إلى وضع تشريعات تتميز بالتطور والشمولية ، كما أنها صالحة في كل زمان ومكان من خلال تحديد المعنى الحقيقي للمستهلك، والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها هذه الهيئات من اجل ضمان حياة كريمة¹.

المطلب الأول : مفهوم حماية المستهلك و تطوره التاريخي.

طرح العديد من الفقهاء مفاهيم متعددة لحماية المستهلك، حيث يرى الفقيه لورنس أن المقصود بحماية المستهلك هو: الجهود التي تبذل لوضع المشتري علي قدم المساواة مع البائع فالمستهلك يرغبون في معرفة ما لذي يشترونه وما لذي يأخذونه، وما هي مدة صلاحية المنتج، وما إذا كان المنتج امن عند استخدام من طرف المستهلك وغير ضار بالبيئة وما إلى ذلك، فضلا عن أن المستهلكين لا يوردون أن يخدع ولا أن يغر بهم.

¹ صياد صادق ، مرجع سابق ص 33.

في حين يرى البعض الآخر أن الحماية هي توفير الأمان للمستهلك، قصد توفير الحياة الكريمة في خلق قدرات تساعده علي التصدي للممارسات الضارة بمصلحه، من خلال اتخاذ إجراءات تحقق ذلك في مختلف الاتجاهات¹.

أما البعض الآخر فيرى أنها ضمانات الحصول على كافة الحقوق قبل البائعين بمختلف ممارساتهم، سواء كان تجارا أو صناعي أو منفذ خدمات، في حين يرى آخرون بأنها رابطة اجتماعية في العلاقة بين المشترين والبائعين، لكن هذا التعريف يعطي أولوية وأهمية بالغة لجمعيات المستهلكين عن باقي السلطات الأخرى، بما فيها المستهلك والمتدخل خاصة وأنه بدونهم لا يمكن تحقيق هذه الحماية.

أما جانب آخر من الفقه عرف حماية المستهلك على أنها الجهد الهادف إلى زيادة وتنمية حقوق المشترين وعلاقتهم مع البائعين.

يستخلص من هذا التعريف أنه ركز علي المشترين لتفعيل حقوقهم دون تحديد من يكونون مع إغفال كلمة المستهلك، من جهة أخرى عدم ذكر كلمة متدخل الذي يختلف بدوره عن البائع، مما يوسع من دائرة الحماية ويخرجها من الهدف الموجه لها.

من خلال ما قيل فإن المقصود بالحماية يمكن حصره في قسمين، أولهما النجاح الفعلي لعملية الاستهلاك لكونها عملية اقتصادية، إما الشق الثاني فهو عبارة عن فكرة قانونية الغاية منها توفير أدنى شروط الحماية للمستهلك والحفاظ على حقوقه².

¹ د. صوفي حسن ابو طالب تاريخ النظم القانونية و الاجتماعية سنة 2007 م ص 142 .

² معروف عبد القادر، اليات القانونية لحماية صحة المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، جامعة عبد الحميد ابن باديس و لاية مستغانم ص 91.92

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

الفرع الأول: التطور التاريخي في حماية المستهلك:

لقد كان لحماية المستهلك عدة تطورات منذ العصور القديمة إلى وقتنا هذا سعة من خلالها التشريعات إلى وضع آليات تعمل على حماية الإنسان وضمان حقوقه في ظل فوضى السوق والمعاملات التجارية التي تسمت بنوع من الارتجالية كان الهدف منها تحقيق الربح فقط وهذا ما سنوضحه في الفرع الثاني¹.

أولاً: التطور التاريخي في المجتمعات القديمة :

لقد عرفت فكرة حماية للمستهلك منذ عهد المجتمعات القديمة ففي عهد الفراعنة كانت فكرة حماية المستهلك تتجلى من خلال تنظيمهم للحياة الاقتصادية والاجتماعية، فجاءت قوانين حور محب الصادرة سنة 1330 ق م شتملة على عدت مسائل تنظيمية في هذا المجال و أهمها ما تعلق بتحديد السعر القانوني للفائدة.

وفي عراق القديمة فكان لقانون أورنومو الفضل في تبين فكرة حماية المستهلك، واهم ما جاء فيه التعويض المادي، إضافة إلى قانون حمو رابي الذي جاء هو الآخر ببعض القوانين نذكر منها تحديد أثمان السعر وأتعاب الأطباء والجراحين.

في حين كان لقانون دراقو وتقنين سالون في العهد الإغريقي دور في خلق فكرة الحماية من خلال تكريس مبدأ المساوات وتحريم الربا الفاحش وتحديد سعر الفائدة أما الرومان فقد اهتموا بتنظيم

¹ معروف عبد القادر، مرجع سابق ص 91.92.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

الاقتصاد ومعاقبة مخالفه من خلال وضع قوانين تتعلق بشراء الحبوب وتجارها وارتفاع الأسعار، ومعاقبة كل ما يخالفها¹.

أما المجتمع الإسلامي وكما هو معلوم فانه يستمد معاملاته الاقتصادية والتجارية من وحي الشريعة الإسلامية، والتي تتميز بالكمال والسمة فالدين الإسلامي جاء للحفاظ على المساوات من خلال زرع مبدأ المساوات وإعطاء لكل ذي حق حقه، من خلال مكافحة العديد من التصرفات التي تضر بالأفراد ومنها الغش والاحتكار والربا وغيرها التي حرمها الدين الإسلامي وتتجلى أهم هذه الضوابط في عدم العبث بالميزان، وكذلك حرمت احتكار ووصف السلعة بالكذب وكتمان عيوب السلعة، ضف إلى ذلك تحريم الغش التجاري وتحريم التصرية.

ثانيا: التطور التاريخي في المجتمعات الحديثة:

أولا: الولايات المتحدة:

لقد كان ظهور فكرة حماية المستهلك في و.م.أ بناء علي الرسالة التي وجهها الرئيس الأمريكي جون كندي إلي الكون كرس في 16 مارس 1962، التي جاء فيها وضع قوانين يمكن للحكومة من خلالها تقوية التزاماتها اتجاه المستهلكين حيث نصت علي قوانين أهمها الحق في الإعلام حق الأمان وحق في الاختيار والحق في إسماع صوت المستهلكين، وكان لتطور التكنولوجي والصناعي وزيادة الإنتاج أدي إلي ظهور حركات حماية المستهلكين نتيجة الضعف الذي تعرض له² المستهلكين فتولد عنه اتحاد حركات حماية المستهلكين عبر العالم فكانت هناك قوانين في هذا المجال منها قانون

¹ معروف عبد القادر ، مرجع سابق ص94-95 .

² صياد صادق، مرجع سابق ص91.92.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

1872م بشأن الخداع وقانون 1890 م الذي ينظم صناعة الأغذية المحلية وهذه الأخيرة نجحت سنة 1930م بالاتصال بوزارة الصناعة من اجل وضع معايير الخاصة بالمنتجات المحلية وتبني هذا النهج كل من الرئيس جونسن وماكسو واستمر هذا التطور خاصة مع واوالمف نادر هو أشهر نشطاء هذه الحركة عبر العالم وامريكا .

ثانيا : في أوروبا:

كانت بدايتها سنة 1972م حيث بدأت تأخذ منحني تصاعديا بداية من سنة 1975م، من خلال قمة باريس بناء على التوصيات التي قدمت من خلال هذه القمة والتي تبنت فكرة إيجاد حلول من اجل حماية المستهلكين على المستوى الداخلي، واستمرت هذه الجهود فعملت كل دولت علي سن قوانين داخلية خاصة بها، فمثلا ألمانيا سنة 1976م أصدرت قانون خاص بشروط تعسفية ضد المستهلكين، ونفس الشيء بفرنسا وانكلترا سنة 1978م¹.

أما الوطن العربي فقد كان بالحقبة الاستعمارية انعكاس على المستوى الفكري للأفراد من اجل تبني هذه الحماية على أن هذا لم يمنع من وجود بعض المحاولات أثناء تلك الحقبة ومع موجة التحرر أظهرت عدت قوانين في هذا المجال ومع مرور الوقت، ومع التطور التكنولوجي والصناعي الذي شهده العالم العربي نذكر منها قانون لبنان سنة 2005م وكذلك مصر 2008م و المغرب 2011م وكلها قوانين تصب في مسالة حماية المستهلك².

¹ معروف عبد القادر ، مرجع سابق ص 94-95 .

² نور الدين علي بن ابي بكر الهيثمي مجمع الزوائد و منبع الفوائد كتاب البيوع.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

الفرع الثاني: التطور التاريخي لحماية المستهلك في الجزائر:

بعد الاستقلال لم تكن هناك فكرة لمسألة حماية المستهلك غير أن المشرع اوجد بعض النصوص القانونية في القانون المدني ضمت عدة نقاط من مسألة التدليس و الإكراه وشروط التعسفية في عقود الإذعان، إلا أن البداية الفعلية كانت سنة 1966م حيث قام المشرع بسن قوانين لحماية المستهلك من خلال تجريمه للخداع والغش لجرائم الخداع، و الغش والمضاربة وهو الأمر رقم 66 و 156 مؤرخ في 08/06/1966م. و.

وبعدها قانون رقم 82/ 09 الذي مهد لقانون حماية المستهلك، والمتعلق بقواعد حماية المستهلك وكذلك أحكام المرسوم رقم 266/90 المتعلق بالجودة وقمع الغش والمنتجات والخدمات .
وبعدها صدر قانون رقم 89/ 12 وبعدها قانون رقم 09/03 الذي الغي كل الأحكام السابقة.

المطلب الثاني : مجالات وخصائص حماية المستهلك وآلياته:

من اجل إعطاء معني دقيق ومحدد لمفهوم حماية المستهلك لابد من إبراز المجالات والخصائص، والآليات التي يركز عليها قانون حماية المستهلك بغية ضمان الحياة الكريمة للمستهلك وهذا الآليات إلا وفق تنظيمات وتشريعات تتكفل بذلك¹.

¹ عنلي بن عيسي ، جمعية حماية المستهلك و ترشيد الاستهلاك لذي المستهلك الجزائري ، ماخلة علمية بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، مركز الجامعي بوادي 2008 ص 243.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

الفرع الأول : مجالات حماية المستهلك :

إن مجالات حماية المستهلك متنوعة ومتعدد، فهي تستدعي توفير كافة الوسائل التنظيمية والتطبيقية تتماشى، والتطور التكنولوجي الحاصل قصد ضمان الحماية المناسبة للمستهلك

أولاً: حماية صحة المستهلك:

نظراً للتطور الذي يعرفه التطور الاقتصادي وفي شقه الصناعي بإنتاج السلع وتقديم الخدمات حيث أصبح يعتمد إنتاج هذه الأخيرة على مواد كيميائية معقدة كذلك استعمال آلات تحتوي على إشعاعات، كما أن رغبة المنتجين في تحقيق الربح السريع باستعمال طرق غير قانونية من خلال عرض سلع منتهية الصلاحيات أو استخدام مواد مضرّة بصحة المستهلك تحتويها تلك السلعة هذا كله في ضل الثقة التي يبديها المستهلك مع المنتج، حتمت على المشرع وضع قوانين تحمي المستهلك من عواقب تلك الإخطار، من خلال الإلزام المنتج للدعاية والإعلام¹.

ثانياً: حماية المصلحة الاقتصادية:

إن الغاية من هذه الحماية هو صون الجانب المالي للمستهلك وذلك من خلال توفير السلع والخدمات وهذا بأقل تكلفة ممكنة مع ما يتناسب مع القدرة الشرائية للمستهلك، إن المصلحة الاقتصادية تقتضي توافق بين السلعة المعروضة وما تقتضيه من مواصفات الجودة وما مدى ملائمتها لهذا الغرض الموجهة إليه والقدرة الشرائية للمستهلك، كما إن المصلحة الاقتصادية تستمر إلى مرحلة ما بعد البيع، من خلال المطالبة بالتعويض في حالة وقوع ضرر للمستهلك.

¹ معروف عبد القادر ، مرجع سابق ص 97.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

ثالثا: حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك:

تقتضي هذه الحماية أثناء إبرام العقود أن يتمتع المستهلك بالحرية المطلقة في ذلك، وكذا إبراز شخصية المستهلك العقود الالكترونية بكل شفافية وموضوعية دون ضغوط.

رابعا: حماية الكيان المعنوي للمستهلك:

هذه الحماية مرتبطة بالجانب الذاتي للمستهلك والذهني له، من خلال إلمامه بكافة المعلومات المتعلقة بالسلع وحيثيات السوق وهذا لا يأتي إلا من خلال إعلام الهادف تفرضه سلطة القانون¹.

الفرع الثاني: خصائص حماية المستهلك:

إن خصائص حماية المستهلك جاءت من اجل تنوير رأي المستهلك من خلال خلق جانب من العدل والمساوات، وكذلك توفير الديمومة الاستمرارية ، وكذلك إعطاء طابع العام كونها موجهة إلى كافة المستهلكين دون استثناء والغاية الوحيدة منها هي الوصول إلى رضا المستهلك.

أولا : خاصية العمومية:

إن الهدف التي جاءت من اجله هذه الحماية أنها موجهة إلى كافة المستهلكين دون استثناء حيث أنها تتميز بالعمومية ، حيث أن كل مستهلك له الحق في هذه الحماية

¹ معروف عبد القادر ، المرجع السابق ص 101-102.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

ثانيا :خاصية الاستمرارية:

يجب أن تكون هذه الحماية غير محددة لا بزمان ولا بمكان وإنما يجب أن تكون صالحة لكل المراحل حيث أن هذه الحماية لا تكتمل ولا تتم إلا بتحقيق كافة حقوق للمستهلك كما انه يشير إلى كل تطور حاصل في مجال الاستهلاك¹.

ثالثا : خاصية العدالة:

كما هو معلوم لدي المستهلك حقوق يجب أن يحصل عليها، كما أن عليه واجبات يجب عليه تحملها لهذا فان هذه الحماية جاءت لتحقيق نوع من التوازن والعدالة بين هذه الحقوق والواجبات، في الحياة اليومية للمستهلك أثناء قيامه بعملية الاستهلاك.

الفرع الثالث: آليات حماية المستهلك:

تقتضي حماية المستهلك توفير آليات من اجل الرقي والسمو بالجانب الاستهلاكي للأفراد، حيث أن هذه الآليات لا تأتي من العدم وإنما تقتضي توفير نصوص قانونية وتنظيمية من اجل الوصول إلى حماية كاملة، الهدف منها تحقيق رضا المستهلك في جميع المجالات الحياة الاقتصادية.

أولا: الآليات العلمية:

والمقصود منها حماية المستهلك من الأضرار التي قد تلحق به وهذا استنادا إلى معطيات عملية وعلمية، وهذا من خلال توفير مخابر ومراكز المراقبة وقمع الغش، إضافة إلى قيام بدورات تكوينية

¹ محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ،دار الكتاب الحديث الجزائر سنة 2006م ص 139.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

لفائدة الأشخاص المعنيين بالحماية وكذا إجراء الملتقيات بغية تنوير فكر المستهلك، وإرشاده إلى ما هو مفيد له دون المساس بصحته.

ثانيا: آليات اجتماعية:

تقتصر هذه الآلية على إنشاء جمعيات ومنتديات الهدف منها الدفاع عن مصالح المستهلكين، حيث يقوم بان بإنشائها أفراد من المجتمع تأسرها قانون الدولة، حيث أنها تتماشى والظروف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والثقافية المحيطة بها ومن أهم أدوارها، توعية المستهلكين من خلال وسائل الإعلام، إضافة إلى التنسيق بين الجهود والمبادرات لتوفير وسائل مختلفة للدفاع عن مصالح المستهلكين¹.

ثالثا: آليات القانونية:

وتتمثل في الحماية التشريعية والتي تقوم بإصدارها هيئات مختصة التي من شأنها تنظيم الممارسات والمعاملات بين المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين من جهة، و من جهة أخرى تحديد الضوابط والمقاييس التي يجب أن تكون عليها السلع والخدمات، وكذا تنظيم هيكل عمل الجمعيات والشروط التي تخضع لها السلع عند دخولها مجال السوق، وهذا كل ما تقرره المسؤولية المدنية والجنائية في مجال قانون الاستهلاك عند مخالفة التشريعات والقوانين المعمول بها².

¹ معروف عبد القادر ، مرجع سابق ص99

² مالكي محمد ، اليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن، مذكرة لنيل شهادة ماجستير كلية العلوم و القانون الادارية ، جامعة ابو بكر بلقايد ، جامعة تلمسان 2017-2018 ص 80.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

المطلب الثالث : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك

تكتسي مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 أهمية بالغة لاسيما انه قانون يستجمع الطابعين الوظيفي والجزائي، فهو ذو طابع وظيفي كونه يستهدف حماية فئة بعينها هي فئة المستهلكين اتجاه فئة أخرى هي فئة المهنيين وهاتان الفئتان هما اللتان يتحدد من خلالهما النطاق الشخصي لتطبيق قانون حماية المستهلك بما تضمنه من حقوق والتزامات، كما انه ذو طابع جزائي، كونه يرتب عقوبات جزائية علي مخالفة أحكامه، مما يجعل من تحديد نطاق تطبيق هذا القانون مقدمة لتحديد نطاق التجريم المتضمن فيه.

وتعتبر مسألة ضبط نطاق تطبيق بأبعاده المختلفة من مقتضيات الأمن القانوني المنشود، كونه يتيح للأشخاص مسبقا وعلى نحو منضبط معرفة القواعد القانونية التي تحكم علاقاتهم، وهو أمان تتعاضم الحاجة إليه إذا ما تعلق الأمر بقواعد ذات طابع جزائي.

ولقد تولت المادة الثانية من القانون رقم 03-09 تحديد نطاق تطبيقه، حيث نصت علي أن أحكام هذا القانون تطبق "على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، فمن خلال هذه المادة وأحكام أخرى تضمنها القانون رقم 03-09 فإن نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش يمكن رصده من خلال جوانب تالية:

اولا: من حيث الأشخاص:

تطبق لفائدة المستهلك تجاه كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك¹.

¹ محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09، المداخلة ضمن أعمال الملتقى الوطني 5 بكلية الحقوق جامعة الحقوق، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، أيام 8 و9 نوفمبر 2010، ص7.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

ثانيا: من حيث محل الاستهلاك:

تطبق على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك.

ثالثا: من حيث العقود:

تسري على عقود المعاوضة وكذا عقود التبرع.

وفي ما يلي ومن خلال هذه الجوانب الثلاث، سنحاول عرض وتحليل نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، واستحضار بعض ما يثار في هذا الصدد من إشكالات، عسانا بذلك نسهم في تحديد مسالة أولية غاية في الأهمية بالنظر لما يرتبط بنطاق تطبيق هذا القانون من آثار.

الفرع الأول: نطاق تطبيق قانون رقم 03-09 من حيث الأشخاص:

يعنى بأحكام القانون رقم 03/09 صنفين من الأشخاص، الأول هو المستهلك باعتباره المستهدف أساسا بالحماية في هذا القانون والمستفيد مما تضمنه من حقوق، والثاني هو المتدخل باعتباره المعني بتطبيق أحكام هذا القانون والمسؤول عما رتبته من التزامات، فما المقصود بالمستهلك والمتدخل ضمن أحكام هذا القانون.

أولا: المستهلك:

أما القانون رقم 03-09 فقد عرف المستهلك في المادة الثالثة منه بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجه للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"¹.

¹ معروف عبد القادر ، مرجع سابق ،ص101

يتضح من هذا التعريف أن المشرع جعل معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء، إذ أن ثبوت صفة المستهلك يقتضي أن يكون الغرض من اقتناء السلعة أو الخدمة هو سد حاجة شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به، أي أن يكون الغرض غير مهني، ما يعني بمفهوم المخالفة نفي صفة المستهلك عم من يقتني سلعة أو خدمة لغرض مهني أو استثماري .

ويؤكد ذلك أن المشرع نص في هذا التعريف على أن تكون السلعة أو الخدمة المقتناة موجهة للاستعمال النهائي للاستهلاك، ما يعني نفي صفة المستهلك عم من يقتني سلعا أو خدمات موجهة للاستعمال الوسيط، كونها بهذا الوصف تستخدم لأغراض مهنية كإعادة التصنيع والإنتاج والاستثمار وليس للاستهلاك.

وبهذا يكون المشرع قد تبني المفهوم الضيق للمستهلك و تفادي المآخذ التي سجلت على تعريف المستهلك في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش، الذي عرف المستهلك بأنه " كل شخص يقتني بثمان أو مجانا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو نهائي لسد حاجاته¹ .

الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، حيث ثار جدل فقهي حول مقصد المشرع من عبارة "الاستعمال الوسيط" بين من ذهب إلى أن المشرع قصد التوسع في نطلق تطبيق قواعد حماية المستهلك لتشمل حتى المحترف الذي يتصرف لأغراض مهنية استثمارية، وبين من رأي أن المشرع وقع تناقض حين جمع بين الاستعمال الوسيط والغرض الشخصي أو العائلي من

¹ معروف عبد القادر ، مرجع سابق ،ص101

الاقتناء في تعريف واحد للمستهلك ما يقتضي حذف عبارة "الاستعمال الوسيط درء لهذا التناقض، وهو ما استجاب له المشرع في تعريفه الأخير.

ومثال الغرض غير المهني اقتناء المواد الغذائية لتناولها او معدات للاستعمال الشخص ، و كذا الاستفادة من رحلات سياحية او دروس خصوصية للابناء ، او استاجار مسكن للسكنى ، او عقد ائتمان لسد حاجات شخصية . في المقابل يعتبر من قبيل الغرض المهني النافي لصفة المستهلك شراء التاجر للسلع قصد اعادة بيعها، او شراء المصنع معدات لمصنعه، او تعاقد شركة مع فنين وخبراء لتقديم مشورة الفنية في مجال نشاطها¹.

هذا ولم يشترط المشرع في تعريفه للمستهلك ان يكون الغرض من الاقتناء هو سد حاجة شخصية للمقتني ذاته الذي يصطلح عليه "المستهلك المتعاقد" ، بل اضى صفة المستهلك ايضا علي من يقتني سلعة او خدمة لسد حاجة شخص اخر ليس طرفا في عقد الاستهلاك و هو الذي يصطلح عليه " المستهلك المستفيد " كونه يعقب المستهلك متعاقب في الاستفادة من السلعة او الخدمة دون ان يكابد مشقة الحصول عليها .

كما يعتبر مستهلك حسب التعريف المذكور من يقتني سلعة او خدمة لسد حادة حيوان يتكفل به ، كان يشتري له علفا او يتعاقد مع مدرب لتدريبه او مع بيطري لمداواته ، و هذا يعكس الاهمية التي سار يحضى بها الحيوان لاسيما حيوان الصحبة نظرا لمنافعه الاقتصادية و البيئية وارتباطه بمصالح الافراد ، و تنامي نفود منظمات حماية البيئة و الحيوان .ويرى البعض ان المشرع بهذه اللفتة قد خرج عن نظرتة السابقة للحيوان باعتباره شئ من اشياء القانون المدني واعتباره

¹ محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص11.

شخصاً " جنينياً " من اشخاص القانون ، و تمهيداً لميلاد قانون داخلي للحيوان بعد اعلان منظمة اليونسكو لحقوق حيوان لعام 1978م¹.

وإذا كان الاصل ان يكون المستهلك شخصاً طبيعياً لكون تلبية الحاجة الشخصية او العائلية يناسب الشخص الطبيعي ، الا ان القانون 09-03 صرح بجواز اضافة صفة المستهلك علي الشخص المعنوي ، و هو موقف استقر عليه المشرع ايضاً عند تعريفه للمستهلك في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة علي الممارسات التجارية ، بينما لم يكن المرسوم التنفيذي 90-39 يصرح بذلك .في حين لم يتبين المشرع الفرنسي موقفاً موحداً بهذا الشأن ، فاحياناً صرح بإقصاء الشخص المعنوي من بعض نصوص حماية المستهلك ، فيما سكتنا احياناً آخري مفصلاً المجال امام القضاء.بينما مالت التوجيهات الأوروبية لحماية المستهلك نحو إقصاء الشخص المعنوي من نطاق تطبيقها ، وهو توجه أكدته محكمة العدل الأوروبية ، ودافع عنه جانب من الفقه².

هذا وقد ثار جدل فقهي ايضاً بشأن مدى مكانة بسط صفة المستهلك ومن ثم قواعد الحماية على من يقتني سلعة او خدمة لغرض استعمال المهني وغير مهني ، كالمقاول الذي يشتري سيارة بغرض استعمالها في مشاريعه و كذا تنقلاته العائلية .ففيما رأى البعض ان العبرة بالاستعمال الاساسي للسلعة او الخدمة اعمالاً لقاعدة ان الاساسي يحمل على الثانوي " l'emport sur

le principale l'accessoire

¹ كريمة جدل ، حماية المستهلك مداخلة حول الحماية القانونية للمستهلك ، جامعة الدكتور يحي فارس ، كلية الحقوق المدية يومي 16-17 ماي 2012 ص02.

² معروف عبد القادر ، مرجع سابق ص106

راى اخرون نفي صفة المستهلك عمن يتصرف لو جزئيا لاجل حاجاته المهنية تفاديا للغموض و الصعوبات العملية التي قد يثيرها تطبيق القاعدة المذكورة¹.

كما ثار الجدل بشأن الشخص الذي يبرم عقدا ضروريا لمهنته المستقبلية ، كمن يشتري او يستاجر محلا تجاريا ليمارس التجارة مستقبلا . وفي هذا الصدد اعتبرت محكمة النقض الفرنسية ان الغرض المهني للمتعاقد كاف لاستبعاد تطبيق قانون حماية المستهلك و لو لم يمارس المتعاقد المهنة بعد .

وقد توسع البعض درجة البحث في مدى امكانية مد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك ليشمل المدخر العادي في علاقته بالبنك ، وكذا بائع السلعة او مقدم الخدمة العرضي (غير محترف) عندما يتعامل مع مهني مختص في مجال المعاملة كالشخص العادي الذي يبيع سيارته الي محترف لتجارة السيارات . فالمدخر والبائع في الفرضين السابقين كلاهما غير محترف و يتعامل مع اشخاص محترفين مما يجعلهم في مركز ضعف تعاقدى لا يختلف كثيرا عن مركز المستهلك و ان كان النشاط الاقتصادي لهؤلاء يختلف عن نشاط الاستهلاك .

هذا و تجدر الاشارة الي ان القانون رقم 09-03 وان كان يستهدف حماية المستهلك بمعناه المذكور سلفا ، فان صياغة بعض احكامه توحى بانها تسري على كل مقتن للسلعة او الخدمة

عل بولحية بن بوخميس ، قواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها دار الهدى ، عين مليلة ، الجزائر سنة 2000 ص¹14.

مطلقا سواء حاز صفة المستهلك ام لم يحز ، مثال ذلك نص المادة 13 (باستثناء الفقرة 4)

المتعلقة بالضمان القانوني ، وكذا المادة 15 المتعلقة بالحق في التجربة¹.

كما ان تعلق كثير من احكام القانون رقم 09-03 بالسلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك

بصرف النظر عن صفة من يقتنيها كالحكام المتعلقة بالزامية النضافة و السلامة وامن المنتجات ،

يكفل الحماية في واقع الحال بكل من يقتني سلعة او خدمة معروضة للاستهلاك مستهلكا كان او

مهنيا ، ما من شأنه التقليل من اهمية صفة المستهلك كضابط لتطبيق احكام القانون رقم 09-

03 من الناحية الفعلية . و لعل ذلك ماتعكسه المادة الثانية من هذا القانون حينما ركزت حال

تحديدها لنطاق تطبيقه على محل الاستهلاك بدلا من شخص المستهلك .

ثانيا: المتدخل :

المتدخل هو الطرف المقابل للمستهلك في علاقة الاستهلاك و مقدماتها وفق تنظيم القانون 09-

03 ، فاذا كان المستهلك هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك و قمع الغش فان المتدخل هو

الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك².

ولقد عرفت المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتدخل بانه "كل شخص طبيعي او معنوي يتدخل

في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك" . ثم عرفت نفس المادة عملية وضع المنتج للاستهلاك بانها "

¹ شعباني حنين ، التزام المتدخل لضمان حماية المستهلك في ضوء قانون حماية القانون و قمع الغش ، مذكرة ماجستر ، في العلوم القانونية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وز ، سنة 2012 ص 29 .

² محمد عماد الدين عياط، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 مداخلته ضمن اعمال الملتقي الوطني الخامس لكلية الحقوق جامعة 20 اوت 1955 م حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 ايام 08-09 نوفمبر 2010 م ص 07 .

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

مجموع مراحل الإنتاج و الاستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و بالتجزئة ". كما عرفت

المنتج بأنه " كل سلعة او خدمة يمكن ان تكون موضوع تنازل بالمقابل او مجانا "

وعليه ، فمن خلال الجمع بين هذه التعريفات فان المتدخل هو " كل شخص طبيعي او معنوي

يتدخل في مجموع مراحل الإنتاج و الاستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و بالتجزئة سواء

تعلق الأمر بالسلعة او الخدمات¹.

ومن ثم فان مصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة او الخدمة و المستورد و المخزن و الناقل و الموزع

لها بالجملة او بالتجزئة . فكل ممتهن لواحد من هذه الانشطة يعتبر مت دخلا بغض النظر عن طبيعة

نشاطه تجاريا كان او لم يكن.

وبالنتيجة فان تعريف المشرع للمتدخل لا يكاذ يختلف عن تعريفه للمحترف (المهني) في المرسوم

التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات بانه " كل منتج او صانع او وسيط او

حرفي او تاجر او مستورد او موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عرض المنتج او

الخدمة للاستهلاك ..."

ان أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية

واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما برر تدخل المشرع من خلال قانون حماية

المستهلك و قمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدر من التوازن من خلال اثقال كاهل كل متدخل في

¹ قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 ، متعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

عملية وضع المنتج للاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ لفارق القدرات¹.

ان مد نطاق الحماية ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك من شأنه توسيع نطاق الحماية المستهلك من حيث الزمان ، اذ يجعل نطاق الحماية تمتد من مرحلة الانتاج وصولا لمرحلة الاستهلاك مروراً بمرحلة التوزيع و ما يتخلل من هذه المراحل من استيراد و نقل و تخزين ، مما يجعل مسألة حماية المستهلك مرعية في جميع مراحل العملية الاقتصادية دون تمييز ، وهو ما يوسع بدوره مجال رقابة الهيئات الادارية و جمعيات حماية المستهلك على احترام قواعد حماية المستهلك وقمع الغش.

ثانياً- نطاق تطبيق القانون رقم 03/09 من حيث المحل او الموضوع :

بحسب المادة 02 من القانون رقم 03-09 فان احكام هذا القانون تسري على كل سلعة او خدمة معروضة للاستهلاك ، فما المقصود بالسلعة و الخدمة كمحل للاستهلاك في هذا القانون ؟.

1- السلعة كمحل للاستهلاك :

عرف القانون رقم 03-09 السلعة بانها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل او مجاناً". وبذلك فان مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الاشياء التي تستهلك باول استعمال لها كالاغذية ، بل يشمل الاشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والآلات.

ولقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الاشياء المادية ، ما يعنى استثناء الاموال المعنوية ان تكون محل للاستهلاك كبراءات الاختراع و العلامات و الرسوم و النماذج الصناعية ، ولعل العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الاموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة لاساليب الرقابة و

¹ محمد عماد الدين عياض ، مرجع سابق ص 09.

المطابقة و التقيس التي تتطلب كيانا ماديا لتطبيقها. كما انها مقترنة بعالم الاعمال اذ لايتصور ان يقوم شخص بشراء براءة اختراع او علامة تجارية او محلا تجاريا لغرض غير مهني ، على ثمة من لايرى مانعا من ان تكون بعض الاموال المعنوية باعتبارها منتوجا ذهنيا محلا للاستهلاك¹.

ويلاحظ ان المشرع في القانون 03-09 لو يشترط ان تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولاً ، بخلاف ما كان عليه الامر في ظل المرسوم التنفيذي 39-90 المتعلق بمراقبة النوعية و قمع الغش الذي عرف السشلة بانها كل شيء منقول مادي يمكن ان يكون موضوع معاملات مادية "وهو ما يمكن ان تفسره ان لامانع في نظر المشرع من ان يكون العقار او المسكن محلا للاستهلاك و يخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك و قمع الغش وذلك ما دعا له البعض بالنظر للاهمية التي يحتلها المسكن في حياة الناس اليوم و لكون العمليات الواردة على العقار من بيع ة ايجار و غيرها اصبح يشرف عليها محرفون متخصصون ما يبرر حماية المستهلك في هذه المجالات.

كما ان المشرع لم يشترط عنصر الجدوية في السلعة محل الاستهلاك ، ومن ثم فان السلع المستعملة مشمولة باحكام القانون رقم 03-09 ويعتبر مستهلكا معنيا بقواعد الحماية من يقتني اشياء مستعملة تلبية لحاجاته الشخصية ، وهو موقف وجيه في ظل الاقبال الواسع على هذه التجارة في السوق الجزائرية اليوم².

¹ محمد عماد الدين عياض ،مرجع سابق ص11.

² المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المؤرخ في 30 يناير 1990م متعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

كما يخرج عن مفهوم السلعة الاشياء التي لاتقبل التعامل فيها اما بحكم طبيعتها او بحكم القانون و التي لاتصلح ان تكون محلا للحقوق المالية ، فمتى كان الشيء ماديا قابلا للتنازل عنه صح ان يكون محلا للاستهلاك سواء تم التنازل عنه بمقابل او مجانا.

2- الخدمة كمحل للاستهلاك :

عرفت المادة 03 من القانون رقم 09-03 الخدمة بانها " كل عمل يقدم ، غير تسليم السلعة ، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا او مدعما للخدمة المقدمة".

وعليه فان مفهوم الخدمة يشمل كل عمل او اداء قابلا لتقويم و بالنقود ، سواء كانت هذه الاداءات ذات طابع مادي كالاصلاح و التنظيف ، او ذات طابع مالي كالتأمين و الائتمان، او ذات طبيعة ذهنية او فكرية كالعناية الطبية و الاستشارات القانونية فكل هذه الخدمات يمكن ان تكون محلا للاستهلاك طالما ان غايتها هي سد حاجة شخصه او حاجة شخص اخرى او حيوان يتكفل به كالخدمات البيطرية¹.

ولقد تضمنت بعض احكام القانون رقم 09-03 فكرة "بيع الخدمة " على غرار شمول مصطلح "خدمة مابعد البيع " للسلع و الخدمات على السواء ، وهي فكرة غير مألوفة في لغة القانون لان الاداءات يقابلها " الاجر " وليس " الثمن " ، فالنشاطات المتعلقة بالخدمات لا يكون موضوعها المال لذا لاتدخل في نطاق البيع بمفهومه التقليدي الا ان هذا المفهوم ما فتىء يجتاح لغة القانون لاسيما من بوابة القانون الاقتصادي .

¹ محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص3.

وقد استثنى المشرع صراحة الالتزام بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة ، وابقى عليه التزاما مستقلا يقع على عاتق احد المتعاقدين وهو البائع في عقد البيع طبقا للمادة 364 من القانون المدني، وذلك تحقيقا للتناسق بين التشريعات .

هذا وان ما سبق ذكره بخصوص مدى خضوع المرفق العام لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش يصدق على الخدمات التي تقدمها هذه المرافق ، حيث يمكن بسط تطبيق احكام القانون 09-03 على خدمات المرافق العامة الاقتصادية ، وكذا الخدمات التي تقدمها المرافق العامة الإدارية بمقابل دون خدماتها المجانية حسبما يقرره جانب من الفقه ، وان كان القانون رقم 09-03 صرح بدخول كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً تحت نطاق تطبيقه ما يزيد من احتمال مكنة دخول حتى الخدمات المجانية للمرفق العام في نطاق متى انطبق عليها مفهوم الخدمة في هذا القانون.

الفرع الثاني: نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث العقود :

يقصد بالعقد هذا العقد الذي تتم من خلاله عملية الاستهلاك ، اي العقد الذي يقتني بموجبه المستهلك السلعة او الخدمة من المتدخل الاخير في عملية وضع المنتج للاستهلاك وهو عادة الموزع بالتجزئة ، و يصطلح الفقه على هذا العقد "بعقد الاستهلاك"¹.

وإذا كان الاصل ان عقود الاستهلاك تكون من قبيل عقود المعاوضة و العقود الملزمة لجانبين وتتم بوسائل التعاقد التقليدية ، فالى اي مدى يمكن ان تشمل هذه العقود العقود التبرعية و الملزمة لجانب واحد و عقود التجارة الالكترونية ؟

¹ محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقابل، المرجع السابق، ص63.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

1-تطبيق القانون رقم 03-09 على عقود التبرع و العقود الملزمة لجانب واحد :

بالرجوع الى المادة02 من القانون 03-09 نجدها تنص صراحة على ان " تطبق احكام هذا القانون على كل سلعة او خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل او مجاناً..."

وهو ماكدته المادة 3 في تعريفها للمستهلك بانه "كل شخص طبيعي او معنوى يقتني بالمقابل او مجاناً سلعة او خدمة ... " وكذا تعريفها لسلعة بانها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل او مجاناً".

وعليه اذا كان الاصل ان عقد الاستهلاك هو عقد معاوضة و ملزم لجانبين كونه يتم غالباً بمقابل ، فانه لاما ان يكون عقد تبرع وملزم لجانب واحد متى كان العرض مجاناً ، ومن ثم لايمكن استبعاد تطبيق قواعد حماية المستهلك بدعوى ان العقد يحقق مصلحة اقتصادية للمستهلك كونه متحرراً من اي التزام .

على ان التقديم المجاني للسلع والخدمات من طرف المهني ليس بالضرورة من باب التبرع بل يكون الهذف منه احيانا فائدة بعيدة المدى و هو الغالب في النشاط التجاري ، وذلك حينما يستعمل كاسلوب للترويج السلع و الخدمات ، حيث تعتمد بعض المؤسسات¹.

والشركات الى التوزيع المجاني لنماذج من منتوجها في المواسم و المعارض التجارية ، كما يلجأ البعض الى اسلوب البيع بالمكافأة وذلك باعطاء شيء مجاني مع المبيع ، و احيانا عن طريق الالعاب و مسابقات الحظ التي تنتهي بمنح جوائز للفائزين، بل ان المشرع يفرض احيانا تقدم الخدمة مجاناً كالخدمات التي قد يتطلبها تنفيذ الضمان القانوني المكفول للمستهلك بمقتضى المادة13 من القانون

¹صادق صياد، المرجع السابق، ص55.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

رقم 03-09 ، وحيث أن يكون العقد ملزماً لجانبا واحداً هو المتدخل المتعاقد دون أن يكون عقد تبرع لانتقاء نية التبرع لدى المتجمل ، بل أن عملية الاقتناء قد يتحول تكييفها من عقد إلى تصرف بإرادة منفردة كأن تاجد شكل وعد لجمهور المستهلكين بجائزة.

وعليه فإن الذين يحصلون على سلع أو خدمات مجانية هم مستهلكون تشملهم قواعد حماية المستهلك رغم أنهم تحصلوا عليها مجاناً مادامت قد عرضت للاستهلاك ، حتى وإن تم تم تقديمها من قبل المهني في سياق أعمال البرو الاحسان و التطوع كالتبرع للمؤسسات الخيرية أو دور الايتام ، ذلك ما يستشف من الاطلاق الذي صبغت به احكام القانون رقم 03-09 بهذا الخصوص¹.

وبذلك فإن المشرع جعل مناط تطبيق قواعد الحماية هو كون السلعة أو الخدمة موجهة للاستهلاك ، دون أن يعبر اهتماماً لمضمون التصرف الذي يؤثر عملية الاستهلاك ان كان بمقابل أو مجاناً ، وذلك يفيد ان المشرع يجعل مسألة حماية المستهلك مسألة مبدئية تثبتة تتجاوز الحسابات المالية للعقد ، وهو موقف مبرر كون حماية امن و سلامة المستهلك ورعاية مصالحه المادية و المعنوية المشروعة هدف أسمى من ان يكون محلاً للمساومات.

¹ صادق صياد، المرجع السابق، ص56.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك:

ان الالتزام بالإعلام بهذا التعبير الجديد المعروف في القواعد الخاصة بحماية المستهلك ، و الذي يهدف من خلاله الى تجسيد الشفافية في المعاملات التجارية ، ليس وليد هذه القواعد ، فهو التزام معروف في النظرية العامة للعقود بصورتين : صورة سلبية ، حيث اعتبر المشرع الجزائري تدلبسا السكوت العمدي عن واقعة او ملابسة من شأنها تغيير وجهة نظر المدلس عليه و احجامة عن التعاقد اذا علمها عن حقيقتها ، و صورة إجابيه كرسنها المادة 352 من القانون المدني الجزائري بما يعرف بلعلم الكافي بالمبيع كالالتزام يقع على عاتق البائع قبل المشتري¹.

وان كان المشرع الجزائري لم يغفل عنه امر تنظيم الالتزام بالإعلام في عقود القانون المدني -ولو بصورة سطحية- التي تتسم بالمساواة بين المتعاقدين ، فانه من الطبيعي ان يتطرق لتنظيم اكثر دقة لهذا الالتزام في عقود الاستهلاك التي لا تتسم اصلا بهذه المساواة

ومن خلال ما سبق فان تحديد مضمون هذا الالتزام في القواعد الخاصة يقتضي التطرق لمفهومه (اولا) ثم معالجه دوره في تنوير ارادة المستهلك (ثانيا) وتطبيقاته التي تكرس هذا التنظيم الخاص (ثالثا)

بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة جامعة الاسكندرية 2018، ص¹88.

المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام :

الالتزام بالإعلام ، هو التزام قانوني يقع علي عاتق المهني ، يتمثل في الادلاء بكل المعلومات التي من شأنها تنوير ارادة المستهلك عن طريق احاطته بكل ما يتعلق بالمنتج و بشروط التعاقد¹.

و الواقع ان الالتزام بالإعلام ، الناشئ في المرحلة السابقة علي التعاقد ، لا يقتصر دائما على مجرد الادلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد و بالمنتج ، اذ قد يتعدى ذلك الى واجب التحذير او النصيحة ، بالرغم من ان المشرع الجزائري لم يستعمل هذين المصطلحين لتعبير عن الالتزام بالإعلام ، و هذان الالتزامان ليسا التزامين مستقلين عن الالتزام بالإعلام ، بل هما صورتين مكملتين له، تجسدان صورته المتشددة ، فواجب التحذير يقع علي بائع الاشياء الخطيرة التي تستلزم عناية خاصة عند استعمالها ، اما الالتزام بالنصيحة فهو التزام يقدمه مؤدو الخدمات في الغالب ، لارتباط الخدمة بمسائل فنية و تقنية غير ملموسة ، كما يقع علي بائعي السلع تقديمه اذا تطلب الامر ذلك .

ومهما تكن صورة الالتزام بالإعلام فهو يبقى التزاما ببذل عناية لا تحقيق نتيجة، فالمهني لا يضمن تحقيق استيعاب المستهلك لما جاء في الاعلام فقدره الاستيعاب مسالة ذاتية تختلف من شخص الى اخر ، بالمقابل فالمهني ملزم باتباع ما جاء النص عليه قانونيا حول تجسيد الالتزام بالإعلام ، و يسال هذا مساءلة كلية اذا ثبت تقصيره في ذلك².

¹ بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المرجع نفسه، ص89.

عبد الحق ماني، المستهلك في الإعلام مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيثر، بسكرة، 2009، ص63².

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

المطلب الثاني: دور الالتزام بالإعلام في تنوير إرادة المستهلك :

يلعب الالتزام بالإعلام دورا هاما في تنوير ارادة المستهلك في المرحلة قبل التعاقدية ، فالمستهلك العالم بحدود العرض سيصبح قادرا على اقتناء المنتوجات التي هو بحاجة اليها فعلا والتي تتناسب مع رغباته المشروعة .

كما ان المستهلك العالم بحدود العقد الذي سيقدم على ابرامه ، سيجد نفسه قادرا على الدفاع عن مصالحه بنفسه ، فالالتزام المهني بإعلام المستهلك حول مغام العقده و مغارمه ، لا يضمن فقط الشفافية الاقتصادية ، بل يضمن كذلك تماسك العقود و استقرار المعاملات ، اذ يجسد مبدأ حسن النية في شكل التزام قانوني مفروض على المهني في المرحلة السابقة علي التعاقد من خلال تطبيقاته الواسعة الا ان هذا القول ليس معناه خلق جو من التفاوض بين المهني و المستهلك ذلك ان عقود الاستهلاك هي عقود اذعان ، و الالتزام بالإعلام لا يغير من هذه الطبيعة ، بل يساعد فقط في تكوين قناعة الطرف المدعن و اتخاذ قرار سليم برفض العقد برمته او قبوله برمته ، الا انه قد يشكل سببا قويا لمحاربة الشروط التعسفية ، اذا ادي احجام المستهلكين عن التعاقد بسبب وجود بنود تعسفية في العقود الى تهديد مصالح المهني الذي يضطر الى تعديل عقود النموذجية الانفرادية خصوصا اذا ما ادت الاجهزة المخول لها توعية المستهلك و اعلامه دورا فعلا في تنوير و تثقيف جماعة المستهلكين¹.

¹ عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص64.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

المطلب الثالث: تطبيقات الالتزام بالإعلام:

إذا كان الإعلام الذي جاءت به المادة 4 من المرسوم التنفيذي 306/06 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الاعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ، هو اعلام متصل بوثيقة العقد لتعلقه بشروطه ، فان المادة 3 من نفس المرسوم في اطار سرد العناصر الأساسية للعقود جاءت بأهم عنصرين عنصرين فيها¹ ، يتعلق الاول بخصوصيات السلع و او الخدمات وطبيعتها و يرتبط الثاني بالأسعار و التعريفات ، و ان كان هذان العنصرين يعبران عن بنود تعاقدية مكتوبة في كل الاحوال على اعتبار ان عقود الاستهلاك هي عقود مكتوبة ، فان المشرع قد شدد من التزامات المهني بخصوصهما حيث فرض عليه التزاما بالإعلام حولهما خارج وثيقة العقد في مرحلة العرض في السوق ، كمرحلة سابقة على التعاقد ، اضافة لمعاودة اعلام المستهلك بهما في اطار وثيقة العقد كغيرهم من البنود الاخرى ، من اجل حماية المستهلك من تعسف المهنيين و تلاعبهم بشأن هذين العنصرين و امكانية بسط الرقابة المطلوبة عليهما تجسيدا للشفافية الاقتصادية .

وعليه فتطبيقات الالتزام بالإعلام هي :

-الالتزام بالإعلام عن خصوصيات السلع و الخدمات

- الالتزام بإعلام الاسعار و التعريفات .

- الالتزام بالعلام حولشروط العقد

وقد عبر البعض عن هذه التطبيقات بالالتزام الخاص بالإعلام² .

¹ عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص64.

² عبد الحق ماني، المرجع نفسه، ص 67.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

الالتزام بالإعلام حول خصوصيات السلع و الخدمات:

أكد المشرع الجزائري على التزام المهني بإعلام المستهلك حول خصوصيات السلع و الخدمات في المادة 17 فقرة 01 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و التي جاء فيها: "يجب على كل متدخل ان يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للمستهلك بواسطة الوسم ووضع العلامات او بأية وسيلة اخرى مناسبة "

ومن خلال هذه المادة ، يتضح ان اعلام المستهلك بخصائص المنتج و خصوصياته هو حق مكفول له قانونا ، بغية تمكينه من معرفة المنتج بشكل يعطيه القدرة على الاختيار المطابق لرغباته المشروعة ، فيبرم العقد وهو قانع بما وقع اختياره عليه ، وهذا الحق يقابله التزام المهني بإعلامه بذلك بأية وسيلة محددة ، حيث ترك الحرية للمهني في اختيارها ما دامت تلي الغرض المقصود منها، الا انه في المقابل نص على اهم وسيلة مكرسة عمليا يتحقق من خلالها اعلام المستهلك بخصائص المنتج ، عبر جملة من النصوص القانونية ، عرفن هذه الوسيلة بالوسم ، لذلك سيتم التطرق لمفهوم الوسم و قواعده .

أ- مفهوم الوسم

عرف المشرع الجزائري للوسم و حدد له صورا عديدة¹.

تعريف الوسم :

عرف المشرع الجزائري الوسم في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ، بانه "جميع العلامات و البيانات و عناوين المصنع ما و التي توجد في اي تغليف او وثيقة او كتابة او وسمه او خاتم او طوق يرافق منتوجا ما او خدمة او يرتبط بهما "

¹ بوشارب إيمان، المرجع السابق، ص123.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

كما عرفه في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها كمايلي : "وسم : كل نص مكتوب او مطبوع او كل عرض بياني يظهر على البطاقة ، الذي يرفق بالمنتوج او يوضع قرب هذا الاخير لاجل ترقية البيع".

ووفقا للمادتين ، فالوسم ياخذ شكلين : فقد يظهر الوسم على غلاف السلع مباشرة مهما كان نوع هذا الغلاف ، بلاستيكي كغلاف العجائن او في شكل عبوة كحليب الاطفال او في قنينة كقارورات المياه المعدنية في صورة بيانات مكتوبة او في صورة رسوم و اشكال . وقد ياتي الوسم في وثيقة اخرى ترافق المنتوج ، كوثائق التعريف بالخدمات الفندقية المتوفرة في الفندق معين ، و ان كانت قواعد الوسم غير مهيأة لتطبيقها على الخدمات.

اولا: صور الوسم في القانون الجزائري:

احدث المشرع الجزائري ترسانة قانونية تتعلق بكيفية وسم اهم المنتوجات سيتم التعرض لاثنين منها على سبيل المثال¹:

-وسم السلع الغذائية :

نظمت احكام الوسم في مجال السلع الغذائية من خلال المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها ، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 ، وقد عرف هذا المرسوم في المادة 3 منها السلع الغذائية كما يلي : " مادة غذائية : كل مادة معالجة جزئيا او في شكلها الخام ، معدة لتغذية الانسان و تشمل المشروبات و علك المضغ و كذا جميع المواد المستعملة

¹ بوشارب إيمان، المرجع السابق، ص125.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

في صناعة المادة الغذائية او تحضيرها او معالجتها باستثناء مستحضرات التجميل او التبغ او المواد المستخدمة في شكل ادوية فقط".

وقد نص المشرع من خلال المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 على جملة البيانات التي يتضمنها وسم السلع الغذائية ، وهي :

- تسمية المبيع
- الكمية صافية للمواد المعبات مسبقا
- اسم الشركة او عنوانها او العلامة المسجلة و عنوان المنتج او الموضب او الموزع و المستورد ، اذا كانت المادة مستوردة¹.
- اليد الاصيلي او بلد المنشأ
- تحديد حصة الصنع
- طريقة الاستعمال و احتياطات الاستعمال في حالة ما اذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية
- تاريخ الصنع او التوضيب و تاريخ صلاحية الدنيا او في حالة المواد الغذائية سريعة التلف مكروبيولوجيا ، التاريخ الاقصى للاستهلاك
- قائمة المكونات
- الشروط الخاصة بالحفظ

¹ عبد الحق ماني، المرجع السابق، ص68.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

- بيان " نسبة حجم الكحول المكتسب " للمشروبات التي تحتوي على اكثر من 1.2 % من الكحول حسب الحجم¹ .

- اذا اقتضى الحال بيان " معالجة بالاشعاع العالمي بقرب اسم الغذاء مباشرة "

- وهذه البيانات تبقي الزامية الا انه يجوز الاعفاء من ذكر احدها او بعضها بقرار من الوزير

المكلف بحماية المستهلك ، و قمع الغش ، كما يجوز الاعفاء من ذكر احدها او بعضها اذا

اقتضت طبيعة المادة الغذائية ذلك كالاغفاء من بيان تحديد مكونات الفواكه و الخضر

الطازجة التي لم تقشر او تقطع او تخضع للمعالجة

وسم مواد التجميل و التنظيف البدني :

عولجت احكام وسم مواد التجميل و التنظيف البدني عن طريق المرسوم التنفيذي رقم 37/97 الذي

يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيها واسترادها وتسويقها في

السوق الوطنية

ويقصد بمواد التجميل و التنظيف البدني وفقا للمادة 2 من نفس المرسوم : ".... كل مستحضر او

مادة باستثناء الدواء ،، معد للاستعمال في مختلف الاجزاء السطحية لجسم الانسان ، مثل البشرة و

الشعر ، و الاظافر ، و الشفاه و الاسنان و الاغشية بهدف تنظيفها و المحافظة على سلامتها ، او

تعديل هيئتها ، او تعطيرها او تصحيح رائحتها"².

¹ المرسوم التنفيذي رقم 65/09، المؤرخ في 2009/02/7، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية العدد 10 المؤرخة في 2009/02/11.

² بوشارب إيمان، المرجع السابق، ص 130.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

وعن البيانات الالزامية التي يجب ان يشتمل عليها الوسم ، ليكون قانونيا فقد حددتها المادة 10 من نفس المرسوم كمايلي :

- "تسمية المنتج، مصحوبة على نحو مباشر لتعيينه ، ما لم تتضمنه التسمية نفسها ،

- الاسم او العنوان التجاري و العنوان او المقر الاجتماعي للمنتج ، او الموضب او المستورد، وكذا

بيان البلد المصدر اذا كانت هذه المواد مستوردة ، الكمية الاسمية وقت التوضيب ، معبرا عنها بوحدة

قياس قانونية ملائمة، تاريخ انتهاء مدة الصلاحية و الظروف الخاصة بالحفظ او الخزن، تاريخ صنع

المنتج او المرجع الذي يسمح على التعرف على ذلك في حالة ذكر عنصر مكون يدخل في التسمية

التجارية للمنتج ، يجب ذكر النسبة المستعملة منه - التركيب و الشروط الخاصة بالاستعمال ، و

مخاطر استعمال كما يحددهما القانون"¹.

ب-قواعد الوسم :

اذا كان لكل مادة او سلعة بيانات وسم تتلائم مع طبيعتها ، فانها بالمقابل تشترك جميعها في قاعدتين

اساسيتين ، جاء النص عليهما في المادة 18 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع

الغش بقولها : "يجب ان تحرر بيانات الوسم و طريقة الاستخدام و دليل استعمال وشروط ضمان

المنتج و كل معلومة اخرى منصوص عليها في التنظيم سارى المفعول باللغة العربية اساسا، وعلى

سبيل الاضافة يمكن استعمال لغة او عدة لغات اخرى سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية

و مقروئة متعذر محوها.

¹ شعباني حنين، المرجع السابق، ص 80 .

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

ومن خلال هذا النص يتضح ان هتين القاعدتين هما¹:

وجوب تحرير الوسم باللغة العربية، تأكيدا لما جاء النص عليه بموجب القانون رقم 05/91 الذي يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية في شتي مناحي الحياة، باعتبارها اللغة الرسمية للدولة الجزائرية ومقوم من مقومات الشخصية الوطنية، وفقا للمبادئ الدستورية، اضافة لكونها اللغة المتداولة بين المواطنين ويمكن استعمال لغات اخرى مألوفة بين الناس بحيث يسهل ادراكها على سبيل الاضافة ان يتسم الوسم بالوضوح بان ياتي بصورة مرئية و متعذر محوها وهو ما تفتقده اغلب السلع والمواد في السوق الجزائرية، حيث تشتمل على وسم صغير جدا في الحجم يصعب تميز ماجاء فيه احيانا كما ياتي في احيانا اخرى ممحوا نسبيا او غائبا تماما او ينقصه بيان الزامي كتاريخ الصلاحية مثلا.

2- الالتزام باعلام الاسعار والتعريفات:

ان اهم العناصر الاساسية التي يركز عليها المستهلك عند رغبته في شراء السلعة او الحصول على خدمة هو الثمن الذي سوف يدفعه مقابل حصوله عليها ، و عليه فان السعر بند اساسي في اي عقد استهلاك ، لذلك فرض المشرع الجزائري علة جماعة المهنيين التزاما باعلام الاسعار و التعريفات من خلال المادة 4 من قانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على ممارسات التجارية و التي تنص "البائع وجوبا اعلام الزبائن باسعار و التعريفات ، يشمل كل انواع التعاملات في السوق ، سواء في تلك التي تكون بين المهني ناو في تعامل هؤلاء مع المستهلكين -وان كان النوع الاول منه يخرج من مجال الدراسة - وهو ما ينسجم و هدف المشرع من تحقيق الشفافية في السوق لحماية المستهلك

¹صياد صادق، المرجع السابق، ص76.

وللالتزام باعلام الاسعار و التعريفات ضوابطه الخاصة كما له وسائل مهينة ، كرسها قانون

02/04 نفسه ضوابط اعلام الاسعار و التعريفات يهدف قيام مهني بالتزام باعلام الاسعار

و تعريفات على اكما وجه يقع عليه احترام مايلى¹:

- يجب ان يعبر المبلغ المعلن عنه في اطار الاعلام باسعار و التعريفات عن قيمة ما سيدفعه

المستهلك فعلا عند التعاقد ، وفقا لما نصت عليه المادة 6 من قانون 02/04 الذي يحدد

القواعد المطبقة على الممارسات التجارية " بقولها يجب ان توافق الاسعار و التعريفات المعلنة

المبلغ الاجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة او الحصول على خدمة".

- يجب الاعلام كل السلع المعروضة للبيع ، بشكل يمكن المستهلك من معرفة السعر وحده دون

الحاجة الي سؤال صاحب المحل.

- يجب ان يتم الاعلام عن الاسعار و التعريفات بالدينار الجزائري، على اساس ان العملة

الوطنية مالوفة عند المستهلكين².

- يجب ان يكون السعر المعلن عنه مرايا و مقروءا ، لايدعو الى الشك في انتسابه للسلعة التي

يتعلق بها.

¹ بوشارب إيمان، المرجع السابق، ص131.

² المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 488/05، المتعلق بوسم المواد الغذائية وعرضها.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

وسائل اعلام الاسعار و التعريفات :

هناك وسائل عامة و خاصة :

الوسائل العامة:

تنص المادة 05 الفقرة 01 رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة عن الممارسات التجارية على:

"يجب ان يكون اعلام المستهلك باسعار و تعريفات السلع و الخدمات عن طريق وضع علامات او

وسم معلقات او باي وسيلة اخرى مناسبة و هذه الوسائل هيا :

اولا العلامات :يجي مصطلح العلامات الى كل اشارة للسعر يضعها المهني كتابة بيده سواء تمت

الكتابة على الكرتون او ورقة عادية او ملصقات¹.

ثانيا -الوسم : تتعلق قواعد الوسم بالاساس بطبيعة المنتج كالتزام يقع على عاتق المنتج او المستورد

وليس بتحديد سعره كالتزام يقع على البائع النهائي و هذا ما اكدته المادة 02 من المرسوم التنفيذي

39/90 متعلقة برفابة الجودة و قمع الغش.

ثالثا المعلقات : وتدل على قوائم الاسعار مقابل المنتج المقدم كالعلاقات الموجودة في المقاهي و عند

اصحاب الوجبات السريعة .

¹ بوشارب إيمان، المرجع السابق، ص122.

الفصل الأول : قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك

الوسائل الخاصة للإعلام :

جاء في نص المادة 05 فقرة 04 من قانون 02/04 الذي يحدد قواعد المطابقة على الممارسات التجارية جاء فيها :

-تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الاسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط او بعض السلع وخدمات الخاصة عن طريق التنظيم¹.

كما جاء المرسوم التنفيذي 65/09 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار مطبقة في بعض قطاعات النشاط او بعض السلع و الخدمات معينة، حيث عرفت المادة 02 فقرة 02 منه الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار بانها : "طرق الإشهار حول الأسعار التعريفات المتعلقة بالسلع و الخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة لاسيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال كما ذكرت المادة 03 من هذا المرسوم على انها هي دعائم الإعلام الآلي ، والوسائل السمعية البصرية و الهاتفية ، لوحة الالكترونية ، الدلائل و النشرات البيانية .

الالتزام بالإعلام عن طريق شروط العقد² :

يمثل الالتزام بالإعلام عن شروط العقد صورة مباشرة المتعلقة بمرحلة إبرام العقد بالكشف عن البنود المكتوبة سواء اکتبه في الوثيقة العقدية ذاتها او في وثيقة أخرى لها صلة بموضوع العقد.

¹ بوشارب إيمان، المرجع السابق، ص 122

² بوشارب إيمان، المرجع نفسه، ص 123

خلاصة:

مما تقدم ذكره تبين لنا أن حماية المستهلك قد مرة بعدة مراحل جعلتها تتبنى فكرة حماية فعالة، الغاية منها تقديم حياة اقتصادية للفرد مبنية على السلامة وتحقيق أهداف المستهلك غير أن هذه الحماية تتطلب الالتزام بالإعلام بغية إعطاء فكرة واضحة للمستهلك، لما يقوم باستهلاكه حتى يتجنب كل ما يلحق به من ضرر من خلال التعريف بمختلف السلع والخدمات، التي يقدم على استهلاكها واقتناءها وهذا كله في ظل حماية قانونية تبنهاها المشرع من أجل التكفل بكافة حقوق هذا الأخير أي المستهلك.

تمهيد:

تعد حماية المستهلك من المواضيع الهامة والحساسة التي تمس الصحة العامة للمجتمع، ومع التطورات الحاصلة في العالم، خصوصا في زمن العولمة والانفتاح الاقتصادي العالمي لتحرير التبادل التجاري السلعي والخدمي الذي كانت له فائدة على المستهلك من حيث الكم الهائل للمنتجات والسلع المتوفرة في الأسواق المحلية والدولية وكذا عامل الاستيراد والتصدير الذي نشط مؤخرا ونظرا لإمكانية تعرض المستهلكين للأضرار جراء ذلك لاسيما أمام غياب المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية، فلهذا كان لزاما البحث عن آليات قانونية تتماشى والواقع الحالي وتحمي المستهلك وتقيه مما قد يسبب له ضررا جراء اقتناؤه منتجات وسلع وحتى خدمات لا تلبى الرغبة المشروعة لهذا الأخير، والتي يسعى المشرع سواء الجزائري أو غيره إلى سن قوانين حازمة لإيجاد آليات فعالة لحماية المستهلك من الغش والخداع التسويقي وذلك من خلال وضع ترسانة قانونية اعتمد فيها على جملة من الضوابط المعمول بها إقليميا ودوليا، ولهذا قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين: المبحث الأول دور الهيئات الإدارية ذات النمط الحكومي أما المبحث الثاني فتطرقنا إلى دور الهيئات القضائية وجمعيات حماية المستهلك.

المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية ذات النمط الحكومي:

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك و حمايته وتختلف مهم هذه الأجهزة و صلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم، سواء على المستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له فهناك هيئات إدارية، وأخرى قضائية وأخرى أمنية وأيضا ظهرت إلى الوجود هيئات أخرى مستقلة عن الأنظمة سابقة الذكر أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك وهي جمعيات حماية المستهلك.

المطلب الأول: دور وزارة التجارة:

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء مركزية أو خارجية أو جهوية أم فرعية أو عامة ولائية أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام و الأنشطة تمارسها عبر التنظيم ساري المفعول - لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02- 453 المؤرخ 17 شوال عام 1423 هجرية الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 ميلادية يحدد صلاحيات وزيرة التجارة والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك¹.

بناء على المادة 05 و منه والتي تنص على أنه : يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي:

¹المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 2002/12/21، المحدد لصلاحيات وزير التجارة.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.
- تقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات ، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها¹.
- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الإقتصاديين المعنيين من أجا تطوير الرقابة الذاتية.
- تشجيع تنمية المخابر تحاليل الجودة والتجارب و يقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.
- يساهم في إرساء قانون الإستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.
- يعد و ينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمشاكل التي يشجع إنشاؤها².
- يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال بمختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيية السلع والخدمات المعروضة للجمهور.
- وضبط المنافسة باقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط المنافسة نزيهة، وتوجيه والتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش.

¹ الأجهزة المكلفة بحماية صحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شهد بتاريخ 2019/05/17 على الساعة 11:00،

<http://www.dcw.biskra.dz>

² الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، المرجع السابق

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك و تنظيم المنافسة نذكر منها:

على المستوى المركزي:

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المؤرخ في 19 ربيع الأول عام 1435 هجرية الموافق

21 يناير سنة 1423 هجرية الموافق 21 ديسمبر 2002 ميلادية والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية

في وزارة التجارة فإنه حول لكل من المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها وكذا المديرية العامة

للقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية المستهلك وتنظيم المنافسة¹.

أ- المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها :

تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية الصحة وسلامة

المستهلك بحث تشرف على أربعة (04) مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة

التجارية مع السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السلمية والنزيهة، وكذا الاهتمام

بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط

النشاطات وتنظيم المنافسة وحماية المستهلك، والنتائج المتوصل إليها لكن المتأمل لذلك لا يمكن أن

نكون أمام² حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق إذ يقلل ذلك من

فرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك أو على الأقل

للرغبات المنتظرة عند طرح سلع و خدمات في السوق.

¹الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، المرجع السابق

²محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، 2006، الجزائر،

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

ب. المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تتنوع المهام المخلة للمديريات العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسومة التنفيذية رقم 14-18 السالف الذكر والمنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصريتها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الإختلالات التي تمس السوق وتعتمد على أربعة (04) مديريات تابعة لها هي:

1. مديرية مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة.

2. مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

3. مديرية مخابلق التجارب وتحليل الجودة.

4. مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

على المستوى الخارجي:

يتعلق الأمر في هذه الحالة، بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 15 صفر عام 1432 هجرية الموافق 20 يناير سنة 2011 ميلادية، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه: "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل¹:"

مديريات ولأية للتجارة (48).

¹ المرسوم التنفيذي رقم 11/09 المؤرخ في 20/01/2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

مديريات جهوية للتجارة (09).

تقوم هذه الصهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة ، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أما المديرية الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسعة (09) مديريات فإنها تعمل على على تنشيط وتقديم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة.

الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة:

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيفة في السوق حماية للمصالح المادية و المعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم هذه الهيئات تكمن في :

أ-المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC):

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 16 ذي القعدة عام 1433 هجرية الموافق 2 أكتوبر سنة 2012 ميلادية¹، وذلك تطبيقا لأحكام المادة 24 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 هجرية الموافق 25 فبراير سنة 2009 ميلادية و المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش – للمجلس الوطني لحماية المستهلكين دورا استشاري فهو جهاز رأي في المسائل المتعلقة بتطوير وترقية سياسة الحماية من

¹ المرسوم التنفيذي رقم 355/96، المؤرخ في 19/10/1996، المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 459/97، المتعلق بإنشاء شبكة المخابر.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات بل ييدي رأيه واقتراح تدابير من شأنها حماية صحة المستهلك¹.

ب-المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم(CACQE):

لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 6 محرم 1410 هجرية الموافق 8 غشت سنة 1989 ميلادية المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 4 شعبان عام 1424 هجرية الموافق 30 سبتمبر سنة 2003 ميلادية الذي يبين تنظيمه وعمله يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدوره ، يعين مديرا لتمثيل المركز، تتجلى أهداف المركز في مجالين:

أولها في المجال حماية صحة المستهلك و أمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعية للاستهلاك وتحسينها.

ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات². تقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء تحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 355/96، المؤرخ في 19/10/1996، المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 459/97، المتعلق بإنشاء شبكة المخابر.

² الأجهزة المكلفة بحماية مصاتلح المستهلكين، مديرية التجارة بسكرة، المرجع السابق.

ج- شبكة مخابر التجارب والتحليل النوعية (RAAQ):

لقد أنشأت مخابر التجارب والتحليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 35-355 المؤرخ في 6 جمادى الثانية عام 1417 هجرية الموافق 19 أكتوبر سنة 1996 المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-45 المتضمن غنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية ، وتنظيمها وسيرها.

بصدور المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 هجرية الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 ميلادية المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم في سنة 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، فأصبح يطلق عليها مديريةية مخابر التجارب وتحليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوجيه مناهج التحليل والتجارب التقنية لكل منتج.

يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشأة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني وبلغ عددها 11 مخبرا منها 04 مخابر جمهورية قصد تحسين هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل

واسع¹.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة، المؤرخ في 2002/12/21.

المطلب الثاني: دور إدارة الجمارك:

تلعب إدارة الجمارك ومجلس المنافسة دورا فعالا في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع.

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة ، لذا فقد أقر المشرع وضع نوعية من الرسوم على البضائع ، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع لحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45%، ففي هذا الإطار يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم التي لا تحبذ فرض رسوم جمركية عالية لكي لا تزيد من أسعار السلع، ولكي تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في تكلفة السلع والدليل على ذلك أنها كانت تطبق نسبة¹ 01% (واحد بالمائة) من المرسوم الجمركية على القليل من البضائع الواردة (تقريبا ما نسبته 80%) معفية من الرسوم الجمركية.

يمكن لغدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين في بينهم ، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك، ومثال ذلك عندما يتبين أن استيراد منتج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا ، أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات مشابهة أو منافسة لها مباشرة.

¹الأجهزة المكلفة بحماية مصالح المستهلكين مديرية التجارة بسكرة، المرجع السابق.

بصفة عامة لقد حولت المادة 241 فقرة 01 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنه : "يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية و أعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية و أعوان مصلحة الضرائب و أعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة قمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها "ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة. كذلك إذا تعلق الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري أن تطالب تدخل السلطات المدنية العسكرية ومد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم.

الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك:

بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى¹ دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي ، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه جمارك الحماية الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخضرات و المواد المغشوشة . كما يمكن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها

¹سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في الحقوق تخصص قانون اجتماعي، جامعة

الدكتور مولاي الطاهر -سعيدة- ، ص43

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح المعني بالأمر وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك.

المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك:

تنفيذا لسياسة الإصلاح الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لم واكبة النظام الاقتصادي أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "بمجلس المنافسة". والرأسمالي، فلقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة حيث أسندت له عدة اختصاصات منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة حيث أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للإنضمام في تكوين المجلس الأمر الذي قد يؤثر إيجابيا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ماله صلة بحماية وسلامة المستهلك¹.

الفرع الأول: تنظيم مجلس المنافسة

يقوم مجلس المنافسة بوظيفة أساسية في مجال تنظيم وضبط المنافسة في السوق، وهي وظيفة تقتضي تزويده بنظام قانوني خاص يسمح له بالتدخل كلما تعرضت المنافسة للتقييد أو العرقلة، وقد منحه المشرع صلاحيات واسعة في ذلك.

حيث عرف الأمر رقم 03/03 مجلس المنافسة على أنه سلطة إدارية، تتمتع الشخصية /القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة.

¹ سفير سماح، المرجع السابق، ص 44.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

بهذا النص يكون القانون قد وضع حدا للاستقلال الإداري الذي كان يتمتع به المجلس المنافسة في ظل الأمر 06/95، ويصبح بموجب تعديل 2008 تابعا من الناحية الإدارية لوزارة التجارة، بعد ما كان تابعا لرئاسة الحكومة في ظل الأمر 03/03 من المرسوم التنفيذي رقم 1241/11¹ الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسييره بقولها: "مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة ، ويوضح لدى الوزير المكلف بالتجارة، ويوضح نص الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة . ويعتبره هيئة إدارية مزودة بسلطات قضائية، الشيء الذي لم يكن واضحا في ظل الأمر 06/95.

الفرع الثاني : صلاحيات مجلس المنافسة في مجال الضبط وحماية المستهلك

مما لا شك فيه أن تنصيب مجلس المنافسة كان يهدف بالأساس إلى ترقية وحماية المنافسة وبالتالي ضمان حماية كافة العناصر العلاقة الاقتصادية وضمان التوازن فيما بينهما، بما فيها حماية مصالح المستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في هذه العلاقة، كما يبرز ذلك من أحكام القانون المتعلق بالمنافسة الذي جاء ليضع أسس قانون المنافسة والقواعد التي من شأنها تنظيم الممارسات و تصرفات الأعوان الاقتصاديين .

وباستقراء مختلف الأحكام التي جاء بها كل من أمر 03/03 المتعلق بالمنافسة، والقانون رقم 12/08 المعدل والمتمم للأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة و القانون رقم 05/10 الذي يعدل ويتمم الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة والرسوم التنفيذية رقم 241/11 الذي يحدد تنظيم مجلس

¹ سفير سماح، المرجع السابق، ص44

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

المنافسة وسيهره، نجد أ، المشرع قد أوكل لمجلس المنافسة نوعين من الصلاحيات، صلاحيات ذات طابع استشاري ورقابي وصلاحيات ذات طابع ردعي¹.

أولاً: الوظيفة الاستشارية لمجلس المنافسة

يتمتع المجلس بصلاحيات استشارية في مجال المنافسة، فالقانون حول هذه الوظيفة التي تأهله للقيام بهذا الدور تحقيقاً لأهدافه في حماية المنافسة، حيث له ان يبدي رأيه بشأن نصوص حيز التحضير أو حول المسائل التي لها صلة بالمنافسة.

وتعد الاستشارة أمام المجلس وسيلة في تناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة، ابتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين والجمعيات المهنية والنقابية وغيرها من الأشخاص التي لها أن تستشير مجلس المنافسة حول الامور التي لها علاقة بالمنافسة، لذلك يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت منه الحكومة ذلك، كما يستشار في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة.

ثانياً: الوظيفة الردعية لمجلس المنافسة:

بالإضافة إلى الدور الاستشاري لمجلس المنافسة يتمتع كذلك بصلاحيات أساسية تتمثل في اتخاذ القرارات إزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، وقبل أن يصدر المجلس قراراته ضمن الجلسات التي يحددها لهذا الغرض تتخذ أمامه إجراءات خاصة، تخوله في ذلك مختلف النصوص القانونية والتنظيمية صلاحيات مختلفة كإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء، الهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون أعمال منافية للمنافسة².

¹ سفير سماح، المرجع السابق، ص45.

² سفير سماح، المرجع نفسه، ص46

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

من خلال كل ما سبق يمكن القول بأن المستهلك هو أكبر متضرر من انعدام حرية المنافسة أو تقييدها، لأن ترك نظام السوق تحركه ممارسات عشوائية يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة، وما يستتبع ذلك من آثار ضارة على المستهلك، فالرقابة التي يمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك رغم المآخذ التي وجهت له في عدم تفعيل عمله على أرض الواقع.

فمجلس المنافسة هو الضابط الحقيقي والرئيسي للسوق، بحيث يتولى السهر على احترام قواعد المنافسة الحرة والنزيهة وبالتالي حماية المستهلك، كما أنط المشرع الجزائري بمجلسش المنافسة عدة صلاحيات واختصاصات تمكنه من الناحية المبدئية من أداء مهامه، لكن الحقيقة الراسخة في الميدان تجعل من هذه الأحكام مجرد حبر على ورق نظرا لعدم توفر العناصر الأساسية لبناء سوق منظمة ومضبوطة سواء من حيث تأطير عمل ونشاط المتعاملين الناشطين فيها، أو من حيث الظروف والوسائل التي يستلزم أو تتوفر فيها وينتج عن ذلك أن الهيئات المكلفة بالضبط والتأطير لا تتحكم في الأوضاع المعروضة في حالة وكل مناسبة، مما يجعلها غير فعالة وغير فعلية¹.

إن تحقيق مجلس المنافسة لأهدافه ينعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلك أول المستفيدين من الاقتصاد التنافسي، نظرا لما يتوفر له من حرية اختيار من حيث الجودة ومن حيث السعر، مما يجعله أقدر على التحكم في موارده وفي سلوكه الاستهلاكي، وقيام مجلس المنافسة بدوره سواء ما يتعلق بالدور الاستشاري أو الردعي هو حماية إضافية للمستهلك إضافة للحماية التي تمارسها الأجهزة الأخرى بمختلف اختصاصاتها.

¹ سفير سماح، المرجع السابق، ص46.

المطلب الرابع: دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك:

يمكن للوالي و رئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخلوا لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة و أمن المستهلك باعتبارها فردا من أفراد المجتمع.

الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك:

لوالى دور في حماية المستهلك على مستوى إقليم الولاية لفرض تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والمستهلك على هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية¹ مسؤول على ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة نهائية أو مؤقتة على الرأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة.

وهو المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي وذلك من خلال إشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار، التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش، وتظم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بمراقبة الجودة وقمع الغش، التي تهتم بالرقابة على المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.

وبالرجوع لقانون الولاية وفي المادة 114 منه فإن "الوالي مسؤول على المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العمومية.

¹ صياد صادق، المرجع السابق، ص75.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

وحسب المادة 1/03 والمادة 07 من المرسوم 9/91 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار، فالوالي يعتبر مسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار والتي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش.

وفي سبيل تطبيق القرارات التي يصدرها في مجال المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة توضع تحت تصرفه مصالح الأمن كما يتولى التنسيق بينهما¹.

وعليه فلما كانت صحة وسلامة الأفراد محل حماية فإنه يتعين على الوالي بصفته ممثلاً للحكومة أن يتخذ جميع الإجراءات والتدابير اللازمة التي من شأنها أن تكفل قدرًا من الحماية الضرورية لمنع الأضرار بشريحة المستهلكين، فتدخل الوالي عن طريق وسائل الضبط الإداري لتحقيق هذه الحماية يكون هدفه تحقيق المصلحة العامة في المجتمع وليس من أجل حسن تنظيم المرفق العام في حدود احترام وحماية النظام القانوني للحقوق والحريات العامة والفردية بصورة وقائية وفق فكرة البوليس الإداري التي تعتبر فكرة وقائية لحماية النظام العام بمدلوله ومفهومه الإداري أي المحافظة على الأمن العام والسكينة والصحة العامة بطريقة وقائية للتنظيم والعمل الإداري.

وعليه فإن الوالي باعتباره ممثلاً للدولة على مستوى إقليم ولايته، يعتبر مسؤولاً عن اتخاذ الاحتياطات اللازمة والضرورية للمحافظة على الصحة والنظافة العمومية، وكذا ضمان جودة ونوعية المواد الاستهلاكية المعروضة على المواطنين، وعليه فإن الوالي هو الذي يتحمل عبئ تطبيق السياسة الوطنية في مجال تطوير النوعية وحماية المستهلك وذلك بإتباع التوجيهات التي يصدرها إليه وزير التجارة، وبما

¹ صياد صادق، المرجع السابق، ص76.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

أن الوالي يسهر على تنفيذ القوانين والتنظيمات في كامل إقليم الولاية حسب المادة 113 من قانون الولاية فإنه ملزم بتطبيق كافة القوانين بما فيها قانون حماية المستهلك وقمع الغش ومختلف النصوص التنظيمية التي تحمي المستهلك في إقليم ولايته¹.

الفرع الثاني: دور البلدية في حماية المستهلك:

يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بسلطات شرطية البلدية، والتي يمارسها تحت سلطة الوالي، وذلك على أساس الصلاحية التي تسمح له بحماية المستهلكين على مستوى البلدية.

وبصفه ضابط الشرطة القضائية منح له المشرع صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر مما يحيط به من منتجات وخدمات معروضة للاستهلاك.

ومن مهامه سلطة مراقبة نوعية المنتجات والخدمات ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للاستهلاك والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية واتخاذ القرارات المناسبة في ذلك مع إحالة المخالفين على العدالة.

وفي هذا الإطار نبذه مكلف بالمساهمة، والمشاركة في أعمال واحترام القوانين، والتنظيمات المتعلقة بالنظافة، والصحة العمومية، من جهة أخرى لمشاركة رئيس المجلس الشعبي البلدي في مهامه خاصة ما يتعلق منها بالنظافة والصحة من خلال الدور الذي يلعبه المكتب البلدي للنظافة والذي تتمثل مهامه في ما يلي:

1. دراسة واقتراح التدابير اللازمة لضمان استمرار توفر النظافة والصرف الصحي في جميع المرافق

والأماكن العامة.

¹ الهيئات المكلفة بحماية المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، المرجع السابق. د.ص

2. اقتراح وإن تطلب الأمر، وضع إجراءات أو برنامج لحماية وتعزيز صحة المجتمع، لا سيما في

بمجال مكافحة الأمراض المعدية¹.

3. تنظيم مكافحة الحيوانات الضارة والقيام بعمليات التطهير، والقضاء على الحشرات.

4. السهر على تنفيذ، وإن تطلب الأمر مراقبة:

أ. النوعية البكتيرية للمياه الموجهة للاستهلاك المنزلي والتحقق من معالجته، عندما لا يكون تابعا

لهيئة عمومية أو خاصة.

ب. احترام شروط جمع النفايات الصلبة، التخلص منها، ومعالجة مياه الصرف الصحي.

ت. جودة المنتجات الغذائية والمواد الاستهلاكية والمنتجة والمخزنة.

ث. نوعية مياه الاستحمام.

¹ عبد الوهاب فاطمة وبن براهيم نور الهدى، آليات حماية المستهلك في ظل العولمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة واقتصاد المؤسسة، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، عين تموشنت، الجزائر، سنة 2014-2015، ص50.

المبحث الثاني: دور الهيئات القضائية وجمعيات حماية المستهلك:

يلعب القضاء وجمعية حماية المستهلك دورا هاما في حماية المستهلك وكلاهما يكملان بعضهما، حيث تؤسس الجمعية كطرف مدني من اجل حماية المستهلك، أما القضاء يمثل السلطة الفاصلة في النزاع القائم¹.

المطلب الأول: على مستوى السلطة القضائية:

وتتمثل السلطة القضائية فيما يلي:

1- النيابة العامة: هي الهيئة المنوطة بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام

القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون وتشكل النيابة العامة من وكيل الجمهورية

والنائب العام.

2- ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي

جهاز متكامل.

3- بمعنى أن أي عضو آخر من اعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر في

تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاء الحكم. بالإضافة إلى أن النيابة لا

تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقا للقانون.

¹ عبد الوهاب فاطمة وبن براهيم نور الهدى، المرجع السابق، ص51.

أ- وكيل الجمهورية:

بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام في مستوى اختصاص اقليم محكمته بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بالمستهلك كما يقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة ليحاكمو وفقا للقانون¹.

وهو الذي يمثل المجتمع أمام المحاكم ويطلب بتطبيق القانون ومن وظيفته تلقي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوي أو البلاغات ويقرر ما يتخذ في شأنها ويباشر بنفسه أو يأمر بإتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الجرائم المتعلقة بالنظام العام.

يبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي تنظر فيها ويطعن عند الاقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية.

وقد يصدر أوامر إما بحجز السلع أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة.

ب- النائب العام:

يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس قضائي.

يعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبط القضائي على مستوى المجلس القضائي وقد حول القانون للنائب العام أن يطلب من غرفة التهام النظر في أمر كل من تقع منه مخالفة أو تقصير في أداء عمله.

وقد يباشر النائب العام سلطاته عن طريق أعضاء النيابة العامة كل في حدود اختصاصاته المحلية.

¹ بولحية علي، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، الصادر بالجملة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ج3، سنة 2001، ص64.

ج- المحكمة:

هي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية ،وقد تكون المحكمة ابتدائية أو محكمة الجنايات، وتختص المحكمة بالنظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة أيا كان الشخص الذي ارتكبها وللمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي¹.

قد تكون المخالفة الصادرة من المحترف لا تكفي لمسأله فتصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة في جانب المحترف فتعاقبه وفقا للقانون، ويجوز للمحكمة إذا تكييف الموضوع تكييفاً خاطئاً نقلت به الدعوى عن حقيقتها وأعطتها حكماً قانونياً. كما أن تصدر أحكاماً بحجز المنتجات موضوع المخالفة وإتلافها أو إصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة.

وخلاصة القول فان للمحكمة دور هام في ردع المخالفين للقانون من جهة وحماية المستهلك بتعويضه تعويضا عادلا يجبر الأضرار التي أصابته من جهة أخرى².

¹ عبد الوهاب فاطمة وبن براهيم نور الهدى، المرجع السابق، ص53.

² علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص64.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

المطلب الثاني: دور جمعية حماية المستهلك:

إن جمعية حماية المستهلك تلعب دورا هاما في تنوير وتثقيف المستهلك، فهي بمثابة المرءات التي يستطيع من خلالها المستهلك معرفة ما هو مفيد له، من ما هو ضار عليه وبالتالي يمكن اللجوء إلى هذه الجمعيات التي يستطيع المستهلك الدفاع عن نفسه من خلالها، ولتقدير والإمام بهذه الجمعيات لابد من توضيح ما المقصود بها وما الدور المنوط بها.

الفرع الأول: مفهوم جمعية حماية المستهلك:

الجمعية هي منظمة حيادية تطوعية لا تهدف إلى تحقيق الربح، يؤسسها أشخاص من كافة فئات المجتمع النشطة في مجال معين.

إنشائها هو حق مكفول دستوريا وفقا للمادة 43 من الدستور 1996 التي جاء فيها: "حق إنشاء الجمعيات مضمون".

وقد ظهر أول نص قانوني ينضم الجمعيات، سنة 1987 بموجب القانون رقم 15/87 المتعلق بالجمعيات، الذي تم إلغائه بموجب القانون رقم 31/90 الساري المفعول لحد الآن.

وجمعيات حماية المستهلك هي جمعيات ذات طابع إجتماعي، وهي واحدة من أهم أصناف الجمعيات على اعتبار أنها تعالج قضايا أكبر طائفية على الإطلاق هي طائفة¹ المستهلكين الذين يمثلون الناس جميعا، ظهورها كان نتيجة حتمية بعدما تأكدت عدم كفاية أجهزة الدولة في توفير الحماية المطلوبة

¹ بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة للنشر، جامعة الإسكندرية 2018، ص140.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

منها لجماعة المستهلكين، مما اضطر هؤلاء بالتدخل بأنفسهم لحماية مصالحهم عن طريق التكتل في شكل جمعيات بعيدة كل البعد عن أي تأثير سياسي.

وتجدر الإشارة إلى إنعدام نص خاص ينظم جمعيات حماية المستهلك، لذلك فهي تستمد أحكامها من القانون رقم 31/90 المتعلق بالجمعيات العامة، وبعض القوانين المتعلقة بالاستهلاك على رأسها قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي دعم من دورها العلاجي تماشيًا مع التحولات الاقتصادية والمتطلبات العالمية.

لذلك فالرجوع لكيفيات تواجد جمعيات حماية المستهلك يقتضي الرجوع لأحكام القانون رقم 31/90، ولا يختلف دور جمعيات حماية المستهلك بصفة عامة عن دورها في مجال الشروط التعسفية، لذلك فالبحث عن مدى فاعليتها في هذا المجال يقتضي البحث في مهامها الأساسية في مجال حماية المستهلك¹.

أولاً: تأسيس جمعية حماية المستهلك:

نصت المادة 2 فقرة 1 من القانون رقم 31/90 المتعلق بجمعيات على ما يلي: " تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها وتجتمع في إطارها أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية غير مريح".

يتضح من خلال هذا النص أن الجمعية تنشأ على أساس تعاقدية، مما يعني أنها تخضع في تكوينها الشروط الموضوعية العامة المعروفة في نظرية العقد من تراضي، محل وسبب، إلا أن القانون 31/90 المتعلق بالجمعيات لم يؤكد على هذه الأركان بصورة مباشرة، على أساس أنها منظمة تنظيمية دقيقة في

¹ القانون رقم 31/90 المؤرخ في 1990/12/04، يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 53، المؤرخ في 1990/12/05.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

القانون المدني، إلى أنه ركز على جملة من الشروط تتعلق بتأسيس الجمعيات يتعلق بعضها بالأشخاص الذين يريدون تأسيسها ويرتبط بعضها الآخر بجملة من الإجراءات السابقة بإعطائها وصف الجمعية.

ثانيا: الشروط المتعلقة بالأشخاص الراغبين في تكوين الجمعيات:

حتى تعتبر أهلية مؤسسي الجمعيات كاملة، ينبغي أن يكون كحل واحد منهما راشدا، أي بالغاً لسن 19 سنة كاملة وفقاً للمادة 40 من القانون المدني الجزائري، جزائري الجنسية، متمتعاً بحقوقه المدنية والسياسية وأن لا يكون قد سبق له وأن قام بسلوك يناهض ثورة التحرير الوطني، وفقاً للمادة 4 من القانون 31/90 المتعلق بالجمعيات، تحت طائلة البطلان الجمعية بقوة القانون وفقاً لما تقرره المادة 5 منه كما يلي: "تعد الجمعية باطلة بقوة القانون في الحالتين الآتيتين... إذا لم تتوفر أعضاء المؤسسين الشروط المحددة في المادة 4 من هذا القانون"¹.

ولم يشترط المشرع الجزائري أن يكون المؤسسون أشخاصاً طبيعيين، إذا لا مانع من أن تتأسس الجمعية من أشخاص معنوية، على أن يحافظوا على الغرض الغير مريح لها. وبالنسبة لعدد مؤسسي الجمعية فالمشرع الجزائري اشترط أن يبلغوا 15 عضواً على الأقل، وفقاً للمادة 6 من القانون 31/90 المتعلق بالجمعيات².

¹ بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص144.

² دور الجمعيات في حماية المستهلك من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي الوادي، يوم 13 و14 أبريل 2008، ص278.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

ثالثا: إجراءات تكوين جمعية حماية المستهلك:

لقد تم التطرق إلى إجراءات تكوين جمعيات حماية المستهلك في المادة 7 من القانون 31/90 المتعلق بالجمعيات، حيث حددت جميع الإجراءات وكيفية الطرق والسبل من أجل تأسيس هذه الجمعيات نذكر منها بعض النقاط وهي:

- إيداع تصريح التأسيس لدى السلطات العمومية.

- القيام بشكليات الإشهار على نفقة الجمعية في جريدة يومية إعلامية واحدة على الأقل ذات توزيع وطني.

الفرع الثاني: مهام جمعيات حماية المستهلك:

تسعى جمعية حماية المستهلك إلى أن يكون صوت المستهلكين مسموعا، على النحو الذي يجعلهم قادرين فعلا عن الدفاع عن مصالحهم كل على أفراد، لذلك زودة بعدة صلاحيات لخصتها المادة 21 من قانون 03/09 المتعلق بحماية الشخصيات و قمع الغش كما يلي: "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه و توجيهه و تمثيله"¹.

¹ بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص145.

وعليه فإن مهام جمعيات حماية المستهلك هي :

—إعلام المستهلك و تحسيسه .

—مهام تمثيله

—فيما أضافت المادة 23 من نفس القانون مهام الدفاع عنه ، بحيث أعطت لها صلاحية التأسس

كطرف مدني في كل مرة يتعرض فيها المستهلك

أولاً: دور جمعيات حماية المستهلك في الإعلام:

يعتبر التثقيف حق من حقوق المستهلك الأساسية، الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة بقرارها

رقم 248/39 في 15 أبريل 1985 ، و هو دور منوط أساسا بجمعيات حماية المستهلك فإلى

جانب الإعلام المفروض على المهني ، تقوم جمعيات حماية المستهلك هي الأخرى باهتة المهمة.

ويتفق الإعلام الذي يقوم به كل من المهني و جمعيات حماية المستهلك في الغاية المرجوة منه، وهي

إعادة المساواة في العلم بين المستهلك و المهني إلا ان الإعلام الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك

هو إعلام موضوعي ، بعيد كل البعد عن كل هدف تجاري أو مهني يلعب دورا في تحسيس المستهلك

وتوجيهه و توعيته بهدف ترشيد الاستهلاك¹.

¹عناي بن عيسى جمعية حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، مداخلة لمقابلة في إطار الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، مركز الجامعي بوادي، يوم 14/13 أبريل

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

ومن أجل إعلام المستهلك تعتمد جمعيات حماية المستهلك على أقرب الوسائل إتصالا بجماعة المستهلكين و هي وسائل الإعلام كما تقوم إلى جانب ذلك بإصدار نشرات متخصصة و تنظيم محاضرات و أيام دراسية¹.

ثانيا: دور جمعية حماية المستهلك في التمثيل:

لا يقتصر دور جمعية حماية المستهلك في إعلام جمهور المستهلكين فقط بل يمتد دورهم إلى تمثيل هؤلاء في أهم الهيئات المستحدثة من قبل الدولة والتي تنشط في مجال الاستهلاك، وهو ما يجعلها تساهم في إعداد سياسة الاستهلاك، من خلال صوت المستهلك إلى الدولة مباشرة، مجسدة في هيئاتها.

فجمعيات حماية المستهلك لها حضور دائم بنص القانون في أهم هذه الأجهزة ، فهي عضوة في مجلس المنافسة عن طريق ممثلين لها وفقا للمادة 24 من القانون 12/08 المتعلق بالمنافسة، وهي كذلك عضوة بنصاب ممثلين، في تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين بموجب المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 272/92 الذي يحدد تكوينه واختصاصه، كما هي عضوة بممثلين إثنين كذلك، في لجنة الشروط التعسفية.

إلا أن تمثيلها للمستهلك أمام مختلف أجهزة الدولة، يبقى مجرد حبر على ورق في الغالب، أمام عدم وجود أغلب هذه الأجهزة على أرض الواقع².

¹ عنابي بن عيسى جمعية حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، مركز الجامعي بوادي، يوم 14/13 أفريل 2008

² المادة 10 من القانون 31/90 متعلق بجمعيات.

ثالثا: دور جمعيات حماية المستهلك في التقاضي:

أمام الدور الوقائي المنوط بجمعيات حماية المستهلك، حولها القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مكنه اللجوء للقضاء والتأسيس كطرف مدني للدفاع ليس فقط على المصالح المشتركة للمستهلكين كما نص عليه القانون الملغى رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في مادته 12 فقرة 2، بل حتى على المصالح الفردية للمستهلك، وهو مت يعتبر تدعيما قانونيا فعالا للدور العلاجي لمثل هذه الجمعيات، والذي زاد القانون رقم 03/09 من تدعيمة حينما نص على إمكانية الإعتراف لها بالمنفعة العمومية وبالتالي استفادتها من أحكام المساعدة القضائية¹.

المطلب الثالث: صور الجرائم الماسة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك:

أمام تعدد الجرائم الماسة بمصلحة المستهلك والتي لا يمكن سردها في هذا المقام، اخترنا التطرق إلى الأكثر وقوعا في المجتمع الجزائري، ونذكر منها كم من:

الفرع الأول: جريمة غش المستهلك:

يعود أصل الغش إلى الاصطلاح اللاتيني *fraus* أو *fraudis* ويقصد منه كل صور الغش والتحايل والخداع.

أما من الناحية القانونية فيقصد به كل فعل عمدي ايجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة بشكل يخالف القواعد المقررة لها في التشريع، أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها شرط عدم علم المتعامل الآخر به.

¹ علي بولحية قواعد العمل لحماية المستهلك، مرجع سابق، ص 66.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

نظرا لأهمية هذه الجريمة وخطورتها على المصلحة الاقتصادية للمستهلك رأينا ضرورة تسليط الضوء عليها من خلال تبيان أركانها من جهة، والعقوبة المقررة لها من جهة أخرى.

لجريمة الغش ركنين أساسيين يجب توفرهما من أجل توقيح العقاب على مرتكبها وهما الركن المادي، والركن المعنوي.

الركن المادي:

يتمثل غي معظم الأفعال الايجابية الواردة على السلعة سواء بإنقاص من خواصها، أو بإضافة مادة غريبة للسلعة بإتزاز شيء من مكوناتها، أو بإخفاء البضاعة تحت مظهر خداع من شأنه غش المستهلك.

كما قد يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة بالإمتناع عن القيام بفعل ما، كعدم الإعلان بمكونات المنتج، أو عدم الإعلان عن الأسعار والتعريفات وكذا شروط البيع¹.

الركن المعنوي:

يلزم المشرع لقيام جريمة الغش توافر القصد الجنائي لدى الجاني والذي نعني به العلم بأن ذلك الفعل يشكل جريمة وهذا لا جدال فيه ولا يعفي من المسؤولية إعمالا بالمبدأ "لا عذر بجهل القانون"، أما مسألة إثبات اتجاه إرادة الجاني القيام بهذا الفعل فهو متروك للسلطة التقديرية للقاضي الذي يحكم حسب قناعته.

¹ بو عوالي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، سنة 2012، الجزائر، ص106.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

الفرع الثاني: جريمة خداع المستهلك:

يعرف الخداع بأنه الوسائل الاحتمالية التي يستخدمها الشخص من أجل إيقاع شخص ما في الخطأ، أما المشرع الجزائري فلم يعرف معنى الخداع بل إكتفى فقط بإيراد الأفعال والطرق التي بها تتحقق، وهذا في المادة 62 من القانون رقم 07/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وهي¹:

كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة أو بأي طريقة كانت حول:

- كمية المنتجات المسلمة.

- تسليم المنتجات غير تلك المعنية مسبقا.

- قابلية استعمال المنتج.

- تاريخ أو مدد صلاحية المنتج.

- النتائج المنتظرة من المنتج.

- طرق استعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.

كما نصت على الأفعال التي تشكل خداعا المادة 920 من قانون العقوبات وهي:

"كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد":

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه

السلع.²

- سواء نوعها أو مصدرها.

¹ بو عوالي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 106.

² بو عوالي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية في القانون الجزائري، المرجع نفسه، ص 107.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

في جميع الحالات فإنه على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

تتكون جريمة الخداع كغيرها من الجرائم من ركنين: الركن المادي، والركن المعنوي.

- الركن المادي:

يتمثل في كل فعل يقوم به شخص بهدف إيقاع شخص ما في الغلط (وبما أننا بصدد دراسة موضوع

حماية المستهلك فهاذين الشخصين هما المهني والمستهلك)، الملاحظ أن المشرع لم يستلزم إستعمال

وسيلة ما لاعتبار فعل ما خداع، بل لم يتطلب أكثر من مجرد الكذب سواء كان بالإشارة أو شفويا.

الركن المعنوي:

يتمثل الركن المعنوي لجريمة الخداع فيتحقق القصد الجنائي بعنصرية العلم، والإرادة أي انصراف الجاني

إلى ارتكاب فعل خداع رغم علمه اليقين بأنه معاقب عليه¹.

الفرع الثالث: جريمة المضاربة غير المشروعة:

تعرف المضاربة الغير مشروعة بأنها عملية تدليسية تهدف إلى إحداث تقلبات غير طبيعية في السوق

بغية تحقيق أرباح ذاتية، ولخطورة هذه الممارسة على المصلحة الاقتصادية للمستهلك قام المشرع

بإدراجها ضمن مقتضيات قانون العقوبات كما نص عليها كذلك في الأرم رقم 03/03 المتعلق

بالمنافسة، ويشترط الإعتبار ممارسة مضاربة غير مشروعة والمعاقب عليها جزائيا توفر ركنين هما:

الركن المادي، والركن المعنوي، وإذا تخلف أحدهما فلا تقوم الجريمة.

¹ بو عوالي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص108.

- الركن المادي:

يتمثل في الإتيان أو القيام بفعل أو عمل أو أفعال أو أعمال فردية أو جماعية إيجابية، تكون صادرة عن الشخص أو أشخاص طبيعيين أو معنويين بطريقة مباشرة أو عن طريق وسيط أو الشروع في ذلك وتتجلى فيما يلي:

- أن يستعمل الفاعل إحدى الوسائل الخمس الوارد ذكرها على سبيل المثال الحصر في المادة 172 من قانون العقوبات.

- أن يؤدي هذا الفعل أو هذه الأفعال إلى خفض أو رفع مصطنع في أسعار السلع أو البضائع، أو الشروع في ذلك.

- أن تكون البضاعة محل التجريم تعد من البضائع الخاضعة سعرها لتقلبات السوق حسب قاعدة العرض والطلب، وليست من البضائع المقنن سعرها¹.

الركن المعنوي لجريمة المضاربة الغير المشروعة:

نقصد بالركن المعنوي إتجاه إرادة الجاني لإرتكاب الجريمة، وبالنسبة لجريمة المضاربة الغير المشروعة يكفي لقيام مسؤولية الجاني توفر الأركان التي يستلزمها القانون فيها أو مجرد الشروع في ارتكابها وذلك بإحداث عرقلة لحرية المنافسة وقانون العرض والطلب، من خلال خلق اضطرابات في الأسعار سواء بخفضها أو رفعها فإذا توفر العلم والإرادة قام القصد الجنائي العام لهذه الجريمة، أما القصد الجنائي

¹ بوضيعة أحسن، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، ط2، د.و.أ.ت، الجزائر، 2001، ص68-69.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

الخاص فهو أن يتوفر لدى الجاني نية تحقيق غاية ما من جريمته باستعمال الوسائل المنصوص عليها في المادة 172 من قانون العقوبات¹.

المطلب الرابع: العقوبات المقررة لكل من جريمة الغش، الخداع، المضاربة الغير مشروعة:

تختلف العقوبات المقررة لكل جريمة من هذه الجرائم كما يلي:

الفرع الأول: العقوبة المقررة لجريمة الغش:

يختلف الجزاء المقرر لجريمة الغش حسب جسامة الفعل والضرر الواقع على المستهلك، وبما أننا بصدد دراسة حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك فنتقيد بالعقوبات التي سلطها المشرع على المعني في هذا الإطار، ويمكن أن نلاحظ أن هذه العقوبات متعددة سواء كانت عقوبة الحبس، الغرامات المالية، غلق المحل التجاري، المصادرة.

الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الخداع:

يعاقب على جريمة الخداع بصفة عامة، وخداع المستهلك بشكل خاص بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة مالية تقدر من 8.000 دج إلى 80.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، وفي حالة استعمال المهني مكابيل خاطئة من أجل ارتكاب جريمة الخداع فإن العقوبة تشدد، وترفع إلى خمسة سنوات حبس وغرامة مالية قدرها 500 دج².

¹ الأمر رقم 156/66 متضمن قانون العقوبات.

² بو عوالي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 127.

الفصل الثاني : الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين

الفرع الثالث: جريمة المضاربة الغير مشروعة:

يعاقب على جريمة المضاربة الغير مشروعة بالحبس من 6 أشهر إلى 5 سنوات وبغرامة مالية من

5.000 دج إلى 100.000 دج إذا كان محل الجريمة أو سلا.

أما إذا كان محل جريمة المضاربة، أو شرع في ذلك على الحبوب أو الدقيق، أو المواد التي من نوعه

والمواد الغذائية أو المشروبات أو المستحضرات الطبية... الخ، فإن العقوبة تكون الحبس من سنة إلى

خمس سنوات والغرامة المالية من 1.000 دج إلى 10.000 دج.

يمكن أن نفسر سبب تحديد العقوبة إلى كون مواد محل المضاربة المنصوص عليها في المادة أساسية

بالنسبة للمستهلك وواسعة الاستهلاك لهذا حظيت بالحماية من قبل المشرع حماية للقدر الشرائية

للمستهلك وتحقيقا لمصلحته الاقتصادية¹.

¹ قانون رقم 09/08 المؤرخ في 25/02/2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.د.ش، عدد 21 المؤرخ في 23/04/2008.

خلاصة:

من خلال الفصل الثاني يتبين لنا أن حماية المستهلك، تقع على عاتق الدولة من جهة وهيئات المجتمع المدني متمثلة، في جمعيات حماية المستهلك غير أن هذه الحماية لا تكون فعلية إلا بتضافر جميع الجهود وخلق نوع من التواصل وطرح الأفكار، حتى يتسنى للمستهلك بناء نوع من الحماية تتماشى وتطورات الحاصلة في المجال الاقتصادي، من خلال طرح فكرة النقاش والحوار على جميع الأصعدة والهيكل التنظيمية المخول لها حماية المستهلك.

في نهاية هذه الدراسة، يتوجب علينا أن نعرض لأهم ما جاء فيها، مع إبراز النتائج التي توصلنا إليها، تعتبر مشكلة حماية المستهلك من أهم المشاكل التي تآرق أفكار الباحثين وعلماء القانون والاقتصاد، ما دفع للتشريعات بالاهتمام به وذلك بوضع نصوص قانونية تنظيمية تحمي المستهلك من جهة وتعاقب من يخالفها من جهة أخرى، والمشروع الجزائري قد أهمل هذا الموضوع لسنوات عديدة ولم يتناوله إلا مؤخرا بانتهاجه نظام الاقتصاد الحر، فموضوع حماية المستهلك موضوع حيوي لا يتعلق فقط بالمستهلكين وحدهم وإنما يتعلق كذلك بالنحو والتقدم الاقتصادي فهو يمثل موضوع الساعة خصوصا ونحن مقبلين على تحول اقتصادي كبير في سياستنا قائم على حرية السوق، مما زاد من حرية المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية، ونظرا لتطور السلع والخدمات التي تقدم للمستهلك كما ونوعا، وتعدد صور وأساليب تسويقها، أدى إلى بعض الأسواق أخيرا إلى عمليات احتيال وغش تجاري، مما صعب على المستهلك لحسن نيته من إمكانية كشف هذا الغش، فيقع فريسة لهذا الاستغلال وتصاب مصالحه المادية والشخصية بالضرر. هذا ما دفع بالتشريعات ومن بينهم التشريع الجزائري بإصدار قوانين لحماية المستهلك تتضمن مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج وذلك لتطور المعاملات الاقتصادية من جهة لوضع حد لعملية الغش من جهة أخرى، فألزمت الشركات المنتجة بالتقيد بها حفاظا على صحة المستهلك في أي مجال من المجالات الهامة والمتشعبة.

زيادة على ذلك فقد ألزمت المنتجون ومقدمي الخدمات بوضع على منتوجاتهم أو الخدمات التي يقدموها البيانات اللازمة التي تمكن المستهلك من الاستعمال الحسن للمنتوج أو الخدمة، وإعلامه بضرورة اتخاذ الاحتياطات اللازمة إن كان المنتوج ينطوي على خطر، دون أن يتجاهل التصريح والإعلام عن السعر الواجب دفعه من قبل المستهلك، وقد وضع المشرع الجزائري لأجل ذلك أجهزة حكومية للوقاية متخصصة في متابعة موضوعات حماية المستهلك.

ثم تناولنا بالدراسة آليات الرقابة المختلفة والتي أناط بها المشرع صلاحيات المراقبة وردع المخالفين حفاظا على امن وسلامة المستهلك، نجد الهيئات الإدارية بما تملكه من موارد بشرية ومادية لا زالت بعيدة عن توفير حماية حقيقية للمستهلك حيث اتسمت عملية المراقبة للسلع والخدمات من مرحلة الإنتاج إلى عملية عرض المنتوج للاستهلاك البساطة وافتقاد عنصر الصرامة في تطبيق النصوص القانونية على المخالفين، وهذا راجع لنقص الهياكل البشرية والمادية والوسائل الحديثة لعمليات المراقبة خاصة مع تطور أساليب الغش التجاري، وتفتح في هذا المجال تكثيف الدورات التكوينية لأعوان الرقابة من اجل مسايرة كافة المستجدات أما على المستوى التشريعي أوعلى مستوى تبادل الخبرات في مجال الرقابة ومكافحة الغش، كذلك تدعيم مختلف هذه الهيئات بالعنصر البشري كما ونوعا، نظرا لاتساع نطاق عملها وصعوبة الإحاطة والوقوف على جميع التجاوزات خاصة مع انتشار الأسواق الفوضوية والتهريب...، كما يجب الإسراع في تنصيب المجلس الوطني لحماية المستهلكين ومجلس المنافسة لمباشرة مهامهم التي خولها لهم القانون خدمة لمصالح المستهلك، واستحداث المشرع لشبكة الإنذار السريع التي من خلال دورها في التنسيق مع مختلف القطاعات داخليا وخارجيا، مما يسهل تبادل المعلومات واتخاذ الإجراءات المناسبة.

وبالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الرديعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها، وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي إن لم يقل انعدامه من جهة أخرى، ورغم وجود جمعيات حماية المستهلك على قلتها فإنه يعاب عليها عدم الفاعلية ومحدودية تأثيرها، ونقترح في هذا المجال توفير الدعم المالي. وضع المشرع الجزائري من اجل ضمان حماية المستهلك قواعد في مواجهة المتدخل، فالالتزام بالضمان القانوني والثقافي يتيح حماية أكبر للمستهلك إضافة للأحكام المنصوص عليها في القانون المدني، الالتزام بالسلامة هو ضمانه أخرى حيث جاء بمفاهيم جديدة كإلزامية امن المنتجات، فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار.

وكرس القانون الجديد الحق في الإعلام بإلقاء التزام على متدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة، حول خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها وكذا الإعلام بشروط البيع وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تنجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها، والوسم باعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك وحماية حقه في الاختيار عن دراية وعلم، كما ألزم المتدخل بمطابقة المنتوجات للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب عليه احترامها في المنتوج سواء كان سلعة أو خدمة.

إذا مما سبق يؤدي بنا القول إلى أن: أهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، وبرغم الجهد الكبير الذي تقوم به مختلف الهياكل والهيئات والجمعيات كما رأيناه سابقا، فإن أهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو وعي المستهلك نفسه بحقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر التي تحدق به، فيتعد عن الاستهلاك الترفي والمواد غير المراقبة والتي تباع في الأسواق وعلى قارعة الطريق... الخ، وتقترح في هذا المجال تخصيص برامج إرشادية وتثقيفية وإدخالها حتى في المناهج التعليمية بدءا من المرحلة الابتدائية، فيزداد وعي المستهلك وتبصره بحقوقه وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهها إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

إن نجاح قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 في تحقيق أفضل حماية ممكنة للمستهلك لمصالح المستهلك في مواجهة المتدخل، لا يتوقف على نصوص هذا القانون فحسب بل يمتد لأبعد من ذلك بتضافر جميع الجهود من أجهزة الرقابة الإدارية إلى دور جمعيات حماية المستهلك إلى دور القضاء إلى المستهلك نفسه، كما يجب على كل هذه الأجهزة وغيرها أن تساهم بطريق مباشر أو غير مباشر كل في مجال تخصصه في زيادة الوعي لدى المستهلك وتعريفه بحقوقه والمخاطر التي تواجهه وكيفية التعاون مع هذه الأجهزة في حال وجود خطر قد يمس بمصالحه، وهذا يشكل ضمانة إضافية له، لأننا في النهاية كلنا مستهلكون .

قائمة المصادر والمراجع :

❖ قائمة المصادر والمراجع :

❖ - المراجع:

❖ الكتب العامة:

❖ 1- بوصقيرة أحسن، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، ط2، د.و.أ.ت، الجزائر، 2001.

❖ 2- د.صوفي حسن ابو طالب تاريخ النظم القانونية و الاجتماعية سنة 2007 م.

❖ 3- نور الدين علي بن ابي بكر الهيثمي مجمع الزوائد و منبع الفوائد كتاب البيوع.

❖ الكتب الخاصة:

❖ 1- بوشارب إيمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الجامعة

الجديدة جامعة الاسكندرية 2018.

❖ 2- علي بولحية بن بوخميس ، قواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها دار الهدى

، عين مليلة ، الجزائر سنة 2000.

❖ 3- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار

الكتاب الحديث، 2006، الجزائر.

❖ 2- الرسائل والمذكرات الجامعية:

❖ 1- بوعوالي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير

في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة،

بجاية، سنة 2012، الجزائر.

❖ 2- سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر في

الحقوق تخصص قانون اجتماعي، جامعة الدكتور مولاي الطاهر -سعيدة- .

❖ 3- شعباني حنين ، التزام المتدخل لضمان حماية المستهلك في ضوء قانون حماية القانون و قمع

الغش ، مذكرة ماجستير ، في العلوم القانونية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وز ، سنة 2012.

❖ 4- صياد صادق ، حماية المستهلك في القانون الجديد 03-09، مذكرة تخرج لنيل شهادة

الماجستير في العلوم القانونية و الادارية ، جامعة قسنطينة 1 سنة 2013-2014.

❖ 5- عبد الحق ماني، المستهلك في الإعلام مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية،

جامعة محمد خيثر، بسكرة، 2009.

❖ 6- عبد الوهاب فاطمة وبن براهيم نور الهدى، آليات حماية المستهلك في ظل العولمة، مذكرة

تخرج لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إدارة واقتصاد المؤسسة، المركز الجامعي

بلحاج بوشعيب معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، عين تموشنت، الجزائر،

سنة 2014-2015.

قائمة المصادر والمراجع :

- ❖ 7- كريمة جدل ، حماية المستهلك مداخلة حول الحماية القانونية للمستهلك ، جامعة الدكتور يحي فارس ، كلية الحقوق المدية يومي 16-17 ماي 2012.
- ❖ 8- مالكي محمد ، اليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن، مذكرة لنيل شهادة ماجستير كلية العلوم و القانون الادارية ، جامعة ابو بكر بلقايد ، جامعة تلمسان 2017-2018.
- ❖ 9- معروف عبد القادر، اليات القانونية لحماية صحة المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، جامعة عبد الحميد ابن باديس و لاية مستغانم.
- ❖ 3- المداخلات:
- ❖ 1- عنلي بن عيسي ، جمعية حماية المستهلك و ترشيد الاستهلاك لذي المستهلك الجزائري ، مداخلة علمية بعنوان حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، مركز الجامعي بوادي . 2008 .
- ❖ 2- محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09، المداخلة ضمن أعمال الملتقى الوطني 5 بكلية الحقوق جامعة الحقوق، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، أيام 8 و9 نوفمبر 2010.
- ❖ 3- محمد عماد الدين عياط، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 03-09 مداخلة ضمن اعمال الملتقى الوطني الخامس لكلية الحقوق جامعة 20 اوت 1955 م حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03-09 ايام 08-09 نوفمبر 2010 م.

❖ 4- الملتقيات:

❖ 1- بولحية علي، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، الصادر بالمجلة الجزائرية للعلوم القانونية

والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، ج3، سنة 2001.

❖ 2- دور الجمعيات في حماية المستهلك من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل

الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي الوادي، يوم 13 و14

أفريل 2008.

❖ 5- المصادر الالكترونية:

❖ 1- الأجهزة المكلفة بحماية صحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شهد بتاريخ

2019/05/17 على الساعة 11:00، <http://www.dcw.biskra.dz>.

❖ 6- النصوص التشريعية و التنظيمية:

❖ 1- المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 488/05، المتعلق بوسم المواد الغذائية وعرضها.

❖ 2- المادة 10 من القانون 31/90 متعلق بجمعيات.

❖ 3- المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 21/12/2002، المحدد

لصلاحيات وزير التجارة.

❖ 4- قانون رقم 09/08 المؤرخ في 25/02/2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية

والإدارية، ج.ر.ج.د.ش، عدد 21 المؤرخ في 23/04/2008.

❖ 5- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

قائمة المصادر والمراجع :

❖ 6- القانون رقم 31/90 المؤرخ في 1990/12/04، يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية،

عدد53، المؤرخ في 1990/12/05.

❖ 7- مراسيم تنفيذية:

❖ 1- المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة، المؤرخ في

2002/12/21.

❖ 2- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990م متعلق بمراقبة الجودة و قمع

الغش.

❖ 3- المرسوم التنفيذي رقم 355/96، المؤرخ في 1996/10/19، المتمم للمرسوم التنفيذي رقم

459/97، المتعلق بإنشاء شبكة المخابر.

❖ 4- المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 2011/01/20، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية

في وزارة التجارة.

❖ 5- المرسوم التنفيذي رقم 65/09، المؤرخ في 2009/02/7، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة

بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية،

الجريدة الرسمية العدد 10 المؤرخة في 2009/02/11.

❖ 6- الأمر رقم 156/66 متضمن قانون العقوبات.

فهرس المحتويات

تشكر.....
إهداء.....
مقدمة.....أ.

07	الفصل الأول: قانون الحماية ودوره التوجيهي للمستهلك
09	المبحث الأول : ماهية حماية المستهلك
09	المطلب الأول : مفهوم حماية المستهلك و تطوره التاريخي
11	الفرع الأول: التطور التاريخي في حماية المستهلك
14	الفرع الثاني: التطور التاريخي لحماية المستهلك في الجزائر
14	المطلب الثاني : مجالات وخصائص حماية المستهلك وآلياته
15	الفرع الأول : مجالات حماية المستهلك
16	الفرع الثاني:خصائص حماية المستهلك
17	الفرع الثالث: آليات حماية المستهلك
19	المطلب الثالث : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك
20	الفرع الأول: نطاق تطبيق قانون رقم 09-03 من حيث الأشخاص
30	الفرع الثاني: نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث العقود
33	المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك
34	المطلب الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام
35	المطلب الثاني: دور الالتزام بالإعلام في تنوير إرادة المستهلك
36	المطلب الثالث: تطبيقات الالتزام بالإعلام
46	خلاصة

48	الفصل الثاني: الآليات القانونية لترقية مصالح المستهلكين
49	المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية ذات النمط الحكومي
49	المطلب الأول: دور وزارة التجارة
56	المطلب الثاني: دور إدارة الجمارك
56	الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك
57	الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك
58	المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك
58	الفرع الأول: تنظيم مجلس المنافسة
59	الفرع الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة في مجال الضبط وحماية المستهلك
62	المطلب الرابع: دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك
62	الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك
64	الفرع الثاني: دور البلدية في حماية المستهلك
66	المبحث الثاني: دور الهيئات القضائية وجمعيات حماية المستهلك
66	المطلب الأول: على مستوى السلطة القضائية
69	المطلب الثاني: دور جمعية حماية المستهلك
69	الفرع الأول: مفهوم جمعية حماية المستهلك
72	الفرع الثاني: مهام جمعيات حماية المستهلك
75	المطلب الثالث: صور الجرائم الماسة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك
75	الفرع الأول: جريمة غش المستهلك
77	الفرع الثاني: جريمة خداع المستهلك
78	الفرع الثالث: جريمة المضاربة غير المشروعة
80	المطلب الرابع: العقوبات المقررة لكل من جريمة الغش، الخداع، المضاربة الغير مشروعة
80	الفرع الأول: العقوبة المقررة لجريمة الغش
80	الفرع الثاني: العقوبات المقررة لجريمة الخداع
81	الفرع الثالث: جريمة المضاربة الغير مشروعة

82	خلاصة
84	خاتمة
89	قائمة المصادر والمراجع
الفهرس	