



جامعة د. مولاي الطاهر - سعيدة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



محاضرات في قانون حماية المستهلك

مطبوعة موجهة لطلبة السنة أولى ماستر

تخصص قانون الأعمال

الأستاذة: د. سويلم فضيلة

السنة الجامعية: 2022 - 2023

مقدمة

أدت التغيرات التي شهدتها الجزائر استجابة لمتطلبات التوجه إلى اقتصاد السوق وما تقتضيه من ضرورة إدخال تغيرات وآليات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية وكافة هيكلها، بالإضافة إلى المؤسسات العمومية الاقتصادية الفاعلة، إلى تكريس حرية المنافسة وتحرير الأسواق من القيود والعقبات التي تعيق تدفق وانتقال السلع والخدمات سواء داخليا أو دوليا.

وذلك على إثر فشل النظام الاشتراكي الذي انتهجته الجزائر بعد الاستقلال والقائم على إحتكار الدولة لمعظم النشاطات الاقتصادية، حيث عرف الاقتصاد الجزائري إصلاحات عميقة شرعت فيها الدولة الجزائرية منذ أواخر الثمانينات لاسيما بعد إنهيار أسعار البترول وتدهور الأوضاع الاجتماعية، الأمر الذي فرض عليها التخلي عن الإقتصاد الاشتراكي الموجه وتبني نظام الإقتصاد الحر، من خلال فتح المجال الإقتصادي أمام المبادرة الخاصة بخصخصة المؤسسات العمومية، وإزالة الإحتكارات العمومية، وإخضاع النشاط الإقتصادي لمبدأ المنافسة الحرة بعد انسحاب الدولة تدريجيا من الحقل الإقتصادي.¹

وهكذا استتبع هذا الانفتاح الاقتصادي ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية الغرض منها هو إشباع حاجيات المستهلك، إلا أن هذا الأخير أصبح محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته وسلامته ناهيك عن وجود مناورات وتلاعبات من قبل بعض التجار الذين يبحثون عن الربح السريع بعيداً عن كل روح تنافسية شريفة.

تمثل حماية المستهلك من أهم واجبات الدولة في الوقت الراهن، والتي يقع على عاتقها مسؤولية حماية المستهلك وضمان تقديم السلع والخدمات التي تلي رغبته المشروعة دون أن تشكل خطر على صحته وأمنه، وذلك بهدف تحقيق نوع من التوازن بين اعتبارات المصلحة الاقتصادية العامة وبين مصلحة المستهلك كفرد.

لذلك كان لزاما على الجزائر إعادة النظر في سياستها الاقتصادية المتبعة قصد وضع وسائل حماية وقمعية لحماية جمهور المستهلكين باعتبارهم الفئة الضعيفة التي ينبغي حمايتها، وأمام هذه الوضعية تدخل

¹- خميلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013-2014، ص. 06.

المشروع الجزائري بموجب القانون رقم 89 - 02 الصادر في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك¹، الذي يعتبر أول قانون كرس إرادة المشرع في حماية المستهلك الجزائري والذي حدد الخطوط العريضة لحقوق المستهلك في مواجهة المتدخل من خلال قانون مستقل بذاته.

وتماشيا مع التغييرات السريعة التي شهدتها السوق الجزائرية بعد الاعتراف بحرية التجارة والصناعة، وما صاحبته من ظهور مخاطر جديدة تهدد المستهلكين، حاول المشرع تدارك ذلك من خلال القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى أحكام القانون 89-02 السالف ذكره والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

كل ذلك يبرز سعي المشرع الجزائري من خلال قوانين المنافسة وحماية المستهلك إلى تنظيم المنافسة وتأطيرها قصد تحقيق الفعالية الاقتصادية من خلال وضع تسهيلات للدخول إلى الأسواق سواء تلك المتعلقة بالسلع أو الخدمات، وتحديد حقوق وواجبات الأعوان الاقتصاديين يمنحهم نفس المزايا، وكذا حرصه على قمع الممارسات غير الشرعية التي تتم فيما بينهم أوفي علاقتهم مع المستهلك.

بناء على ذلك، سيتم في إطار هذه المطبوعة دراسة مفهوم قانون حماية المستهلك في فصل تمهيدي، ثم آليات حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المعدل و المتمم في الفصل الأول، فيما سنخصص الفصل الثاني لآليات حماية المستهلك في قوانين الممارسات التجارية و التجارة الالكترونية، وذلك على النحو التالي:

¹ القانون رقم 89 - 02 الصادر في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر. العدد 06، الصادرة في 08 فبراير 1989 (الملغى) والذي حل محلها القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. العدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. العدد 35، الصادرة في 13 يونيو 2018.

فصل تهدي:

مفهوم قانون حماية المستهلك

تمثل حماية المستهلك من أهم واجبات الدولة في الوقت الراهن، و التي يقع على عاتقها مسؤولية حماية المستهلك و ضمان تقديم السلع و الخدمات التي تلبي رغبته المشروعة دون أن تشكل خطر على صحته و أمنه، و ذلك بهدف تحقيق نوع من التوازن بين اعتبارات المصلحة الاقتصادية العامة و بين مصلحة المستهلك كفرد.

يقصد بحماية المستهلك ضمان حصوله على حقوقه في مواجهة المتدخل، بحيث تمتد هذه الحماية لتشمل كافة المجالات المتصلة بالنشاطات الاقتصادية، ولتحقيق حماية فعالة للمستهلك ينبغي معالجة كل ما يحيط بتعاملاته مع المتدخل، حتى يصبح المستهلك مؤهلا لأن يؤدي دوره الإيجابي بإعتباره عنصر رئيسي في الحياة الاقتصادية، بناء على ذلك، تدخل المشرع الجزائري لسن قوانين خاصة بحماية المستهلك وقمع الغش و التي يعتبر الدعامة الأساسية لحماية حقوق هذا المستهلك.

و لتحديد مفهوم قانون حماية المستهلك، سيتم التطرق إلى تعريفه و تحديد أهدافه، ثم التعرض إلى نشأته و تطوره في الجزائر و كذا بيان علاقته بالقوانين الأخرى.

المبحث الأول: تعريف قانون حماية المستهلك و تحديد أهدافه

يعرف قانون حماية المستهلك بأنه: "مجموعة القواعد القانونية التي تنظم العلاقات بين المتدخل و المستهلك، بهدف توفير حماية لهذا الأخير بداية من مرحلة إنتاج السلع و تقديم الخدمات ثم التوزيع إلى عرضها النهائي للاستهلاك، و اقتنائها من قبل المستهلك".

وطبقا لأحكام المادة 01 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،¹ و من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تتمثل أهداف قانون حماية المستهلك في :

— تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك و قمع الغش، و التي تسري على كل متدخل في عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك في السوق.

¹ - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج. ر. 08 مارس 2009، العدد 15، المعدل و المتمم بالقانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج. ر. 13 يونيو 2018، العدد 35.

— تحديد و حماية قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية التي تطبق بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين.

المبحث الثاني : نشأة و تطور قانون حماية المستهلك

سيتم دراسة نشأة و تطور قانون حماية المستهلك على المستوى الدولي، ثم في الجزائر .

المطلب الأول : نشأة و تطور قانون حماية المستهلك على المستوى الدولي

يعتبر قانون حماية المستهلك حديث النشأة، حيث بدأت بوادره من الولايات المتحدة الأمريكية بمبادرة من الرئيس الأمريكي جون كينيدي بتاريخ 15 مارس 1962 في رسالة وجهها إلى الكونجرس الأمريكي حث فيها على وجوب وضع قوانين تهتم بحماية حقوق المستهلك، لكونه يشكل أكبر عدد في المجتمع و لا يتمتع بحماية كفاية.

كما شهدت فترة الستينيات بداية ميلاد حركة حماية المستهلك بالولايات المتحدة الأمريكية على يد أكبر ناشطيها و هو المحامي رالف نادر "Ralph Nader"، تركز على فكرة حماية المجتمع من مخاطر الاستهلاك، حيث تزامنت هذه الفترة مع تطور اقتصادي كبير، لاسيما مع بلوغ النظام الليبرالي أوج نموه، الأمر الذي أدى إلى زيادة إنتاج السلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك و تعقدتها، و بالتالي إزدياد استغلال المحترفين للمستهلكين، و بذلك برزت مخاطر المجتمع الاستهلاكي التي تهدد سلامة المستهلك.

نتيجة لذلك، اهتم المشرع الأمريكي بإصدار قوانين لمراقبة الإنتاج و التوزيع و حماية المستهلك، أهمها : قانون مكافحة الغش والخداع لسنة 1971، وقانون الموصفات القياسية لسنة 1890 وقانون تنظيم الإعلان الكاذب أو المضلل سنة 1938، وقانون البيانات الخاصة بالمنتجات سنة 1965.

و مع تطور حركة حماية المستهلك، على إثر نجاحها في الولايات المتحدة الأمريكية، انتقلت بعد ذلك لتشمل عدة دول في العالم لاسيما الدول الأوروبية، فبالنسبة لفرنسا، بدأت حركة حماية المستهلك بإنشاء العديد من جمعيات حماية المستهلكين أهمها الاتحاد الفدرالي للمستهلكين سنة 1951، ثم جاء تدخل المشرع الفرنسي الذي أصدر تحت ضغط جمعيات حماية المستهلك قانون توجيه التجارة والحرف

في 27 ديسمبر 1973 والقانون رقم 78-23 في 10 يناير 1978 المتعلق بحماية و إعلام المستهلكين عن المنتوجات و الخدمات لاسيما بالشروط التعسفية.

و قد تم إنشاء اللجنة الوطنية للاستهلاك كهيئة متخصصة في مجال حماية المستهلك سنة 1960، و التي حل محلها المجلس الوطني للاستهلاك سنة 1983، ثم تلا بعد ذلك إصدار العديد من النصوص الخاصة بحماية المستهلك و التي تم تجميعها في تقنين واحد بموجب قانون 93-949 المؤرخ في 26 جويلية 1993 بمثابة قانون للاستهلاك، و الذي عرف تعديلات مهمة بموجب قانون رقم 96/95 المؤرخ في 01 فيفري 1995 المتعلق بالشروط التعسفية، كما تم إصدار النصوص التنظيمية الخاصة بقانون الاستهلاك بموجب المرسوم رقم 97-298 المؤرخ في 27 مارس 1997، وقد عرف هذا القانون عدة تعديلات قبل إعادة تقنينه في 2016 ومع ذلك عرف عدة تعديلات كان آخرها في 2022.

و نتيجة نجاح حركة حماية المستهلك في عدة دول من العالم، ظهر الاهتمام بهذه الحركة في كثير من المواثيق الدولية، منها : الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر في 04-09-1964 الذي تضمن الإقرار بأهم الحقوق الأساسية للمستهلك، و إعلان الأمم المتحدة الخاص بحماية المستهلك الصادر في 09-04-1985 الذي وضع مبادئ و أهداف عامة لحماية المستهلك، كما تم إنشاء عدة منظمات تابعة للأمم المتحدة تعمل في مجال حماية المستهلك، أهمها : المنظمة الدولية لحماية المستهلك سنة 1960.

أما على مستوى الاتحاد الأوروبي، فقد بدأ الاهتمام بالمستهلك منذ 1972 من خلال التوصية الصادرة في قمة باريس لزعماء دول و حكومات السوق الأوروبية المشتركة، و بناء على هذه التوصية حدد مجلس وزراء السوق سنة 1975 برنامجا أوليا من أجل وضع سياسة لحماية و إعلام المستهلكين، نص فيه على الحقوق الأساسية للمستهلك.

كما ظهر الاهتمام بحماية المستهلك بالتوقيع على معاهدة ماسترخ المبرمة في 07 فيفري 1992 التي تضمنت جزء خاص بحماية المستهلكين، و في سنة 1995 تم إنشاء "لجنة المستهلكين" لتمثيل المستهلكين لدى اللجنة الأوروبية و تقديم استشارات حول قضايا المستهلكين.

المطلب الثاني: نشأة و تطور قانون حماية المستهلك في الجزائر

لقد مرت قوانين حماية المستهلك في الجزائر بـ 03 مراحل و هي:

أولا : المرحلة السابقة على إصدار القانون 89-02 المحدد للقواعد العامة لحماية المستهلك

لقد تبنت الجزائر منذ الاستقلال النظام الاشتراكي، حيث كانت الدولة آنذاك هي المتدخل المباشر في عملية الإنتاج والتوزيع و تفرض سلطتها في تنظيم المجال الاقتصادي، الأمر الذي لم يسمح بظهور الحركات التي تطالب بحماية حقوق المستهلك، و بالرغم من ذلك فقد صدرت في هذه المرحلة بعض القوانين التي تضمنت حماية للمستهلك في مجالات محددة، لكنها لم توفر له الحماية الكافية، حتى أنها لم تستعمل مصطلح المستهلك، و من هذه القوانين :

- الأمر رقم 75-47 المؤرخ في 17-06-1975 والذي عدل قانون العقوبات الجزائري حيث إستحدث جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية¹، من خلال المواد من 429 إلى 435 من قانون العقوبات.²

- الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ المؤرخ في 16 جويلية 1976، و الذي كان الغرض منه هو حماية المنتج.

- القانون المدني الصادر بموجب الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 الذي تضمن بعض النصوص العامة، كتلك المتعلقة بالالتزام بإعلام المشتري بالمبيع علما كافيا، و الالتزام بضمان العيوب الخفية... إلخ

لذلك فقد تميزت هذه المرحلة بعدم وجود حماية خاصة للمستهلك، نظرا لغياب نصوص قانونية خاصة بحماية المستهلك، و كذا غياب هيئات تتكفل الدفاع عن مصالح و حقوق المستهلك.

ثانيا : مرحلة صدور القانون 89-02 المحدد للقواعد العامة لحماية المستهلك

¹ - إبان الاحتلال الفرنسي طبق في الجزائر قانون 1905 المتعلق بالغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والمنتجات الزراعية هذا القانون الذي ضمن المشرع الجزائري بعض مواد في قانون العقوبات في المواد من 429 إلى 439، والتي تنص على غش وخداع المستهلك؛ ثم ما لبث المشرع أن عدلها بموجب الأمر 47/75 المؤرخ في جوان 1975 أين أبقى على المواد من 429 إلى 435 فقط.

² - الأمر رقم 66.156 المؤرخ في 08-06-1966 المتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم.

مع توجه الدولة إلى نظام اقتصاد السوق في نهاية الثمانينيات بادر المشرع الجزائري بسن أول تشريع يهدف إلى حماية المستهلك بموجب القانون 89-02 المؤرخ في 27-02-1989 الذي يحدد القواعد العامة لحماية المستهلك، الذي اعترف بالحقوق المشروعة للمستهلك، حيث تضمن مجموعة من الإجراءات التي تهدف إلى تحقيق التوازن في العلاقات بين المتدخل و المستهلك بهدف :

- ضمان سلامة المستهلك من المخاطر التي تمس بصحته و أمنه و مصالحه المادية.
 - تلبية الرغبة المشروعة للمستهلك بحصوله على منتوجات و خدمات مطابقة للمقاييس القانونية المعتمدة.
 - إنشاء أجهزة مخصصة بالرقابة في مجال حماية المستهلك، و منحها سلطة اتخاذ الإجراءات اللازمة لرقابة مطابقة المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.
- و قد أتبع المشرع هذا القانون بعدة قوانين ومراسيم تنظيمية أهمها :
- القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 يوليو 1989 يتعلق بالأسعار.
 - القانون رقم 89-23 المؤرخ في 19 ديسمبر 1989 يتعلق بالتقييس.
 - المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
 - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.
 - المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 6 جويلية 1992 الذي يتضمن إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلكين.
 - الأمر رقم 95-02 المؤرخ في 25 يناير 1995 يتعلق بالمنافسة.
 - المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها.

علاوة على هذا القانون، أصدر المشرع الجزائري القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹، الذي يهدف إلى حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين في علاقتهم بالمتدخلين أو الأعوان الاقتصاديين، من خلال منع كل إخلال بشفافية و نزاهة الممارسات التجارية، و الذي تم تعديله بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 و كذلك بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو سنة 2018.

ثالثا : مرحلة صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018

تبدأ هذه المرحلة بصدور القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، و الذي ألغى القانون 89-02 دون مراسيمه التطبيقية التي بقيت سارية المفعول إلى حين صدور مراسيم أخرى تعوضها، مع العلم أنه قد تم إصدار العديد من المراسيم تطبيقا للقانون 03-09 و التي عوضت و ألغت بعض المراسيم المتعلقة القانون 89-02 الملغى منها:

– المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 الذي يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ.

– المرسوم التنفيذي رقم 13-328 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 الذي يحدد شروط و كفاءات اعتماد المخابر قصد حماية المستهلك و قمع الغش.

– المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط والكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك.

– المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات.

– المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المتعلق بتحديد شروط وكفاءات استعمال المضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري.

¹ – القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. الصادرة في 27 جوان 2004، العدد 41 المعدل والمتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر. العدد 46، الصادرة في 18 أوت 2010، المعدل والمتمم بالقانون 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018، ج.ر. الصادرة في 15 يوليو 2018، العدد 42.

– المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

المبحث الثالث : علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى

يعتبر قانون حماية المستهلك من القوانين الحديثة، التي يهتم بحماية فئة معينة و هم المستهلكين، و بالرغم أنه قانون مستقل بذاته، إلا أن هناك عدة قوانين ذات صلة وثيقة به، أهمها:

المطلب الأول :علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة

يقصد بقانون المنافسة: " مجموعة القواعد القانونية التي تنظم مبادئ المنافسة الحرة التي تحكم ممارسة الأنشطة الاقتصادية الخاضعة لهذا القانون بين المؤسسات الاقتصادية أو الأعوان الاقتصاديين، بهدف ضمان السير الحسن للمنافسة الحرة داخل السوق".

و تظهر العلاقة بين قانون حماية المستهلك و قانون المنافسة، في كون أن المستهلك يمثل الهدف النهائي الذي تسعى كل مؤسسة أو عون إقتصادي لجذبه نحو سلعه و خدماته المعروضة في السوق، من أجل تحقيق أكبر ربح ممكن، فالهدف إذن من ممارسة الأنشطة الاقتصادية (إنتاج و توزيع و استيراد المنتوجات و تقديم الخدمات) هو الاستهلاك الذي يمثل وظيفة المستهلك، لذلك فإن أي مساس بحرية المنافسة فيه مساس بطريقة غير مباشرة بسلامة المستهلك و بمصالحه الاقتصادية.¹

المطلب الثاني: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الاقتصادي

القانون الاقتصادي هو مجموعة القواعد القانونية التي تنظم عمليات إنتاج و توزيع و عرض السلع و الخدمات للاستهلاك (الأنشطة الاقتصادية)، كما تجرم الأفعال التي تخل بالنظام العام الاقتصادي للدولة و التي يطلق عليها الجرائم الاقتصادية، و ذلك لكونها تهدد أمن و سلامة المستهلك و الأعوان الاقتصاديين و الاقتصاد ككل، و عليه يظهر أن هناك ارتباط وثيق بين القانون الاقتصادي و قانون حماية المستهلك حيث يهتم بتوفير حماية للمستهلك من كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحته و سلامته و كذا بمصالحه الاقتصادية.

¹ حسين شرواط، شرح قانون المنافسة (على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 12/08 المعدل والمتمم بالقانون 05/10 وفقاً لقرارات مجلس المنافسة)، دار هومة ميله، الجزائر، 2012، ص 23.

المطلب الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون المدني

القانون المدني هو مجموعة القواعد القانونية التي تنظم المعاملات المالية بين الأفراد دون التمييز بين صفة القائم بها، أما قانون حماية المستهلك فينظم العلاقات بين المستهلكين و المتدخلين في عمليات الإنتاج و التوزيع و تقديم الخدمات إلى مرحلة العرض للاستهلاك، و عليه فهناك علاقة وثيقة بين القانون المدني- باعتباره الشريعة العامة لكل القوانين- و قانون حماية المستهلك، حيث يستمد هذا الأخير أهم قواعده الأساسية الحمائية من القانون المدني أهمها : ضمان العيوب الخفية و الالتزام بالإعلام و الالتزام بالسلامة... إلخ

إضافة إلى ذلك تظهر العلاقة بينهما من حيث: القواعد العامة للعقود التي يمكن تطبيقها على عقود البيع بين المتدخل و المستهلك - أحكام عقد القرض الاستهلاكي - عقد الإذعان و الشروط التعسفية - أحكام المسؤولية المدنية (عقدية و تقصيرية) في حالة وقوع ضرر للمستهلك، كما تتضمن أحكام خاصة بمسؤولية المنتج.

المطلب الرابع: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون التجاري

القانون التجاري هو: " مجموعة القواعد القانونية التي تنظم مهنة التجارة (النشاط التجاري) و التي تطبق على التجار و الأعمال التجارية"، و بما أن النشاط التجاري يمثل أهم الأنشطة الاقتصادية، فإن هناك علاقة وثيقة بينه و بين قانون حماية المستهلك، ذلك أن التاجر سواء كان شخص طبيعي أو معنوي يعد أحد أصناف المتدخلين الذين يتعاملون مع المستهلك، و بالتالي فهو يخضع لتطبيق قانون حماية المستهلك.¹

المطلب الخامس: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الإداري

القانون الإداري هو: " مجموعة القواعد القانونية التي تحكم تنظيم الإدارة و نشاطها"، و تظهر العلاقة بين القانون الإداري و قانون حماية المستهلك من خلال خضوع المؤسسات العمومية الاقتصادية التي تمارس نشاطات تجارية و صناعية، و تقدم خدمات بمقابل مادي، لأحكام قانون حماية المستهلك،

¹ حسين شرواط، المرجع السابق، ص 23.

فهي تعد في علاقتها مع المنتفعين من خدماتها في مركز المحترف بالمستهلك، كشركة سونلغاز، مؤسسة بريد الجزائر... إلخ

كما تظهر العلاقة بين القانون الإداري و قانون حماية المستهلك، من خلال دور الهيئات الإدارية في العمل على إحترام النصوص الحمائية المتعلقة بالمستهلك، كأعوان المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش و أعوان مديرية التجارة و الوالي و رئيس المجلس الشعبي البلدي و الوالي... إلخ

المطلب السادس :علاقة قانون حماية المستهلك بقانون العقوبات

يتصل قانون حماية المستهلك اتصالا وثيقا بقانون العقوبات، فمن جهة يتضمن قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03-09 عقوبات جزائية توقع على كل كتدخل مخالف لأحكام هذا القانون، و التي تمس بأمن و صحة و أموال المستهلك.

كما يمتد الجزاء الجنائي إلى نطاق الممارسات التجارية (القانون 04-02) كالبيع المتلازم، رفض البيع، عدم الإعلام بأسعار و شروط البيع، عدم الفوترة... إلخ)

و من جهة أخرى هناك بعض الأحكام الجزائية خاصة بحماية المستهلك منصوص عليها في قانون العقوبات، كما هو الحال بالنسبة لجرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية (المواد من 429 إلى 435 من ق.ع) التي أحالت إليها المواد 68 و 69 و 70 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش).

علاوة على ذلك، فإن لكل من قانون الإجراءات الجزائية و قانون الإجراءات المدنية و الإدارية دور في تحديد إجراءات وصول المستهلك و جمعيات حماية المستهلكين إلى العدالة.

المطلب السابع : علاقة قانون حماية المستهلك بقانون حماية البيئة

قانون حماية البيئة¹ : هو "مجموعة القواعد القانونية التي تهدف لحماية المحيط الطبيعي و الاصطناعي الذي يحيط بالإنسان² وتمنع أي اعتداء عليه، كما تهدف إلى تنظيم المجالات المتعلقة بحماية البيئة".

و عليه يتضح أن قانون حماية البيئة يهدف إلى حماية الإنسان من المخاطر التي تمس بصحته و أمنه و بالإطار الطبيعي للحياة، أما قانون حماية المستهلك فيهتم بحماية صحة و أمن و أموال المستهلك في علاقته بالمتدخل لعرض منتجاته و خدماته، و عليه فكلما القانونين يشتركان في حماية صحة و أمن المستهلك، لاسيما من مخاطر تلوث المياه التي تعد مسألة استهلاكية و بيئية في ذات الوقت.

المبحث الرابع: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك

طبقا لنص المادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا، و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، يمكن تحديد نطاق تطبيق هذا القانون من حيث الأشخاص الخاضعين له و كذا من حيث موضوعه.

المطلب الأول: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص

يطبق قانون حماية المستهلك على أطراف العلاقات الاستهلاكية و هما : المستهلك و المتدخل.

الفرع الأول : المستهلك

يقصد بالمستهلك لغة : "الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك"، و من الناحية الاقتصادية يعرف المستهلك بأنه:"الشخص الذي يستعمل السلع و الخدمات ليفي بحاجاته و رغباته معينة، فإذا

¹ - القانون رقم 03/10 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، ج.ر. 20-07-2003، العدد 43، المعدل والمنتم

² - البيئة تشمل كل من البيئة الطبيعية : ماء، هواء، تربة، كائنات حية و غير حية، و كذلك البيئة الاصطناعية : المنشآت التي يقيمها الإنسان.

كان الاستعمال بهدف تصنيع سلع أخرى سمي بالمستهلك الوسيطى (استعمال وسيطى)، أما إذا كان الاستعمال بهدف إشباع احتياجات شخصية أو عائلية إلى غاية الإتلاف و الإنهاء (استعمال نهائى) سمي بالمستهلك النهائى.

بالنسبة للتعريف القانونى فقد تبنى المشرع الجزائرى المفهوم الضيق¹ للمستهلك حيث عرفه فى المادة 2/03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و مع الغش بأنه: "كل شخص طبيعى أو معنوى يقتنى بئمن أو مجاناً، سلعة أو خدمة معدين للاستعمال النهائى، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"، كذلك عرفه فى المادة 3 من القانون 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بأنه: "كل شخص طبيعى أو معنوى يقتنى سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

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

- 1- أن يكون الشخص طبيعى أو معنوى.
- 2- أن يقتنى أو يستعمل² بئمن أو مجاناً: إن المستهلك الذى يقوم بعملية الإقتناء يكون فى الغالب هو المستعمل المباشر لما اقتناه، لكن كثيراً ما يكون المستعمل من الغير كأفراد أسرة المقتنى مثلاً.
- 3- منتجاً أو خدمة معدة للاستعمال النهائى.
- 4- أن يكون الهدف مجرد من الطابع المهني : أي بهدف إشباع حاجات الشخصية للمقتنى أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.³

¹ - يتنازع التعريف الفقهي للمستهلك مفهومين أحدهما واسع و آخر ضيق: فأما الواسع فيقصد به: "الشخص الذي يسعى للحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات سواء لأغراضه الشخصية أو المهنية"، أما التعريف الضيق وهو الراجح فيعرف المستهلك بأنه: "كل من يقتنى أو يستعمل السلعة أو الخدمة لاستخدامها لأغراضه الشخصية أو العائلية".

² - مع العلم أن النص باللغة العربية للمادة 2/03 قد أسقط عبارة يستعمل (utilise) الواردة في صياغة هذه المادة باللغة الفرنسية:

³ - بولنوار عبد الرزاق، المهني و المستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية، دراسة في ضوء القانون الجزائري و الفرنسي، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد الأول، جوان 2009، ص. 232.

يعد الهدف المجرد من الطابع المهني هو المعيار الجوهري للتمييز بين المستهلك و المتدخل، و عليه يعد مستهلكا وفقا لهذا المعيار، كل من يقتني أو يستعمل السلعة أو الخدمة لهدف غير مهني، بمعنى شخصي أو عائلي.

الفرع الثاني : المتدخل

لقد عبر المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، عن الطرف الثاني في العلاقات الاستهلاكية بالمتدخل "l'intervenant"، حيث عرفته المادة 7/03 من هذا القانون بأنه : "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"، وهو نفس المصطلح الذي استعمله القانون 89-02 المتعلق بتحديد القواعد العامة لحماية المستهلك الملغى، في مقابل ذلك استعملت المراسيم التطبيقية لهذا القانون مصطلح المحترف أو المهني "le professionnel".

في حين استعمل المشرع الجزائري مصطلح العون الاقتصادي "l'agent économique" في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و الذي عرفته المادة 1/03 منه بأنه : "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

أما في مجال المنافسة، فقد استخدم المشرع مصطلح المؤسسة طبقا للمادة 1/03 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة و المعدلة بموجب القانون 08-12 و قد عرفتها بأنها : "كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد".

و عموما، يقصد بالمتدخل: "كل متدخل في إطار عملية وضع سلعة أو خدمة للاستهلاك، و هذه الأخيرة تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولى إلى العرض النهائي للاستهلاك، قبل الاقتناء من طرف المستهلك، و بذلك، يمكن إجمال أصناف النشاط المهني في كل من عمليات الإنتاج و التوزيع و الاستيراد أو تقديم الخدمات.¹

¹ جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2002، ص. 28

و يتضح مما سبق، أنه يشترط لاكتساب وصف المتدخل توافر الشروط التالية:

1- أن يكون الشخص طبيعي أو معنوي سواء خاضع للقانون الخاص أو العام: منتج أو تاجر أو حرفي أو مستورد أو موزع أو مقدم خدمات أو المؤسسات العمومية الاقتصادية.

2- أن يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي: أي طبقا للشروط التي تقتضيها كل مهنة، فإذا كان تاجرا ينبغي أن تتوفر فيه شروط إكتساب هذه الصفة، وكذلك بالنسبة للحرفي و المنتج و غيرهم، و يقصد بالنشاط المهني: "كل نشاط يتم بهدف الإنتاج أو التوزيع أو أداء الخدمات".

3- أن يكون الهدف إشباع احتياجاته المهنية.

بناء على ذلك، يمكن تعريف المتدخل بأنه : "كل من يتدخل في عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك، و يتمثل في كل شخص طبيعي أو معنوي سواء خاضع للقانون الخاص أو العام، يمارس بصفة دائمة الأنشطة الاقتصادية في إطار مهنته المعتادة".¹

المطلب الثاني : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع

يستخلص من مضمون المادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على أنه : " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً..."، أن نطاق تطبيق القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش من حيث الموضوع يشمل كل أنواع السلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك من قبل المتدخل لصالح المستهلك، بحيث يطبق هذا القانون على هذه السلع و الخدمات في جميع مراحل عمليات عرضها للاستهلاك، و ذلك من مرحلة الإنتاج و التوزيع و تقديم الخدمات إلى مرحلة عرضها النهائي للاستهلاك قبل اقتنائها من قبل المستهلك.

الفرع الأول : تعريف السلع و المنتوجات

¹ زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع "المسؤولية المهني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 51.

إن المقصود بالسلع تلك التي يتم الحصول عليها أو استخدامها من طرف المستهلك لهدف غير مهني، و بذلك فهي تشمل كل أنواع السلع، سواء تلك التي تنتهي من أول إستعمال (كالمواد الغذائية)، أو السلع ذات الاستعمال الطويل المدى (كالسيارات و الآلات المنزلية) أي التي تقبل الاستعمال المتكرر. و بالرجوع لأحكام قانون حماية المستهلك و قمع الغش في مادته 18/03، يمكن تعريف السلعة على أنها : " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا"¹، و طالما أن نص المادة لم يشر إلى الجدية في السلعة، فإن السلع المستعملة تعد محلا للاستهلاك.

إضافة إلى السلع استعمل المشرع مصطلح المنتج و عرفه في المادة 11/03 من القانون 03-09 بأنه : " كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"، و بذلك يتضح أن كل القانون 03-09 يعطي للمنتج تعريفا واسعا يشمل المنقول المادي (السلعة) و الخدمة، ما عدا العقارات، سواء تعلق الأمر بالمنتجات الزراعية أو الحرفية أو المصنعة، أو بالمنتجات المحلية أو المستوردة و سواء كانت منتجات خطيرة أو آمنة... إلخ

و على العكس من ذلك حصرت الفقرة 2 من المادة 140 مكرر من ق.م. مفهوم المنتج في المنقولات المادية فقط بنصها على بأنه : "كل منقول مادي قابل للتعامل فيه سواء كان زراعي أو صناعي، و سواء كان صلبا أو سائلا أو غاز أو في صورة تيار كهربائي..."

ونفس المضمون أكدت عليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش الصادر في 30-01-1990 على أن " المنتج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية "².

¹ - لقد عبر المشرع الجزائري عن مصطلح السلعة بالمال "le bien" في الصياغة الفرنسية لنص المادة 3 الفقرة 18 من القانون رقم 03-09 و هذه الترجمة غير متطابقة، لأن مصطلح المال يقصد به كل من المنقول و العقار و حتى المال المعنوي، و هو بذلك أوسع و أعم من عبارة السلعة، التي تقتصر على المنقول المادي فقط.

² - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج.ر العدد 05، الصادرة في 31 جانفي 1990، المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر العدد 61، الصادرة في 21 أكتوبر 2001.

وعليه، يلاحظ بأن المشرع يعتبر في بعض الأحيان المنتج سلعة مادية، وفي بعض الأحيان يعتبره خدمة، ومثل هذا التناقض بين المواد قد يزيد من فرص تأويل النصوص القانونية، بما لا يتناسب مع أهداف قانون حماية المستهلك.¹

الفرع الثاني : تعريف الخدمات

إضافة إلى السلع، يمتد الاستهلاك أيضا إلى الخدمات (les services) ، حيث عرفها المشرع الجزائري في المادة 17/03 من القانون 03-09 على أنها : "كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابع أو مدعما للخدمة المقدمة"، بمعنى أن الخدمة باعتبارها العمل المقدم الممكن تقديره نقدا، تعتبر محل لعقد الاستهلاك في حد ذاته، وبهذا فهي تختلف تماما عن الجهد المبذول في تسليم السلعة، الذي يدخل في نطاق الالتزام بالتسليم الذي يقع على عاتق المتدخل²، و الذي يعد بمثابة أثر مترتب عن عقد الاستهلاك يتعين عليه تنفيذه، حتى ولو كان هذا التسليم تابع أو مدعما للخدمة المقدمة.

و بناء على ذلك، يمكن تعريف الخدمة بأنها: " كل عمل أو أداء يمكن تقويمه نقدا ماعدا تقديم الأموال ذاتها"، و تختلف الخدمات باختلاف طبيعتها، فهناك بعض الخدمات ذات طبيعة مادية (كالتصليح، التنظيف، الفندقية)، و أخرى لها طبيعة مالية (كالتأمين، القرض)، والبعض الآخر ذات طبيعة فكرية أو ذهنية (كالعلاج الطبي، الاستشارات القانونية).³

الفرع الثالث: عقود الاستهلاك

يستخلص من مضمون المادة 02 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل والمتمم التي تنص على أنه : " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً..."، أن نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك يشمل كل المعاملات أو

¹ - زويير ارزقي، المرجع السابق، ص35

² - يعد الالتزام بالتسليم التزام مستقل يقع على عاتق البائع (المتدخل) في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني.

³ - بوعبيد عباسي، مفهوم المستهلك على ضوء العمل التمهيدي لمشروع قانون حماية المستهلك، المجلة المغربية للاقتصاد و القانون المقارن، العدد 37، 2002، ص. 177.

العلاقات الاستهلاكية التي تربط بين المتدخل و المستهلك، سواء كانت هذه العلاقات عقدية - و ذلك في حالة وجود عقد يربط بين المستهلك و المتدخل و الذي يطلق عليه عقد الاستهلاك- ، أو كانت غير عقدية - في حالة عدم وجود رابطة عقدية بينهما-.

يطلق الفقه على العقود المبرمة بين المستهلك و المتدخل أو المحترف مصطلح "عقود الاستهلاك" (contrat de consommation)، و ذلك نسبة لوظيفة الاستهلاك التي يؤديها المستهلك، و تكمن الحكمة لتسميتها بهذا المصطلح، هي الرغبة في حماية المستهلك في ظل تنوع السلع و الخدمات المعروضة عليه من قبل المتدخل أو المحترف.

أولاً: تعريف عقد الاستهلاك

يعرف الفقه عقد الاستهلاك على أنه: " كل عقد يبرم بين المستهلك و المحترف أو المهني"، أو بمعنى آخر هو: " التصرف القانوني الذي يسمح للمستهلك بالحصول على السلعة أو الخدمة بهدف إشباع حاجته غير المهنية أي الشخصية أو العائلية".

طبقاً لهذا التعريف فإن عقد الاستهلاك ليس عقداً من العقود الخاصة، بل هو عقد يستغرف مجموعة من العقود التي تشترك في عدة مميزات ألا وهي : صفة أطرافها، محلها و سبب إبرامها، فوصف عقد الاستهلاك يلحق بكل عقد يبرمه المستهلك لغرض غير مهني، سواء كان هذا العقد في حقيقته عقد بيع أو قرض أو إيجار أو مقاوله أو وكالة أو غيره، طالما أبرم لهدف مجرد عن الطابع المهني.

ثانياً: مميزات عقد الاستهلاك

إن الطبيعة الخاصة و المميّزة لعقد الاستهلاك ترجع أساساً إلى صفة أطرافه، و إلى محله، و كذا سبب إبرامه:

1- صفة أطراف عقد الاستهلاك:

تكمن الطبيعة المميزة لعقد الاستهلاك في كونه عقد مبرم بين طرفين يتمتعان بصفتين متناقضتين، ألا وهما المستهلك من جهة و المتدخل أو المحترف من جهة أخرى، لذلك فإنه يخرج من نطاق عقود الاستهلاك، العقد الذي يكون كلا طرفيه محترفين أو مستهلكين على حد سواء.

2- محل عقد الاستهلاك:

يشمل محل عقد الاستهلاك كل أنواع السلع و المنتجات و الخدمات المعروضة للاستهلاك.

3- سبب عقد الاستهلاك:

يقصد بركن السبب في عقد الاستهلاك الغرض من إبرامه، و المتمثل في إشباع حاجات غير مهنية للمتعاقد، (حاجيات لا تتصل بمهنته)، و إنما تبرم هذه العقود بهدف إشباع احتياجات شخصية أو عائلية (الاستهلاك النهائي).

ثالثا : طبيعة عقد الاستهلاك

قد يحصل المستهلك على ما يحتاجه من سلع أو خدمات عن طريق إبرام عقد رضائي (مساومة)، و لكنه غالبا ما يتم التصرف القانوني للاستهلاك بواسطة عقد إذعان، لذلك اتجهت غالبية التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك إلى إعتبار أن عقود الاستهلاك من عقود الإذعان، التي يقتصر فيها المستهلك على مجرد التسليم بشروط العقد دون مناقشة، و هذا ما يستخلص من مضمون المادة 4/03 من القانون 02-04 التي عرفت العقد المبرم بين المستهلك و المحترف بأنه : " كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق، مع إذعان الطرف الآخر، بحيث لا يمكن لهذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه. "

و إذا كان عقد الإذعان يشمل العقود المبرمة كتابة أو شفاهة، فإن هذا التعريف اقتصر على ذكر عقود الإذعان، التي تكون في مجموعها أو في جزء منها مكتوبة مسبقا، و هذا ما يستخلص صراحة من عبارة "حرر مسبقا".

مع العلم أن المقصود بالكتابة هنا ليس الكتابة الرسمية، و إنما مجرد إيراد الشروط العامة للتعاقد في الوثائق المختلفة التي تصدر عن العون الاقتصادي أو المحترف، كما هو الحال في طلب الشراء، الفاتورة، وصل التسليم... وغيرها، حسب ما أكدته الفقرة 2 من المادة 03 من القانون 04-02.

في الواقع، لقد إشتط المشرع الجزائري الكتابة في العقود المبرمة ما بين المستهلكين و المحترفين، بهدف حماية المستهلكين، فالعقد المكتوب يجعل المستهلك قبل أن يقدم على توقيع الوثائق المتعلقة بهذه العقود، مجبرا على مراجعة مضمون العقد والتفكير إذا ما كان فعلا يريد الإقدام على التعاقد أم لا، وهل هو راض بالشروط الواردة في ذلك العقد أم لا.

الفصل الأول:

آليات حماية المستهلك

في ظل القانون 09-03 المعدل والمتمم

تقتضي مسألة حماية المستهلك وضع الآليات اللازمة لحماية حمايته و ضمان حقوقه، من خلال توفير الضمانات التي تجسد هذه الحماية في مواجهة المتدخل، و كذا تفعيل آلية الرقابة على كافة مراحل الإنتاج و التوزيع و الاستيراد و تقديم الخدمات.

المبحث الأول : الضمانات القانونية لحماية المستهلك في ظل القانون 09-03

تدخل المشرع الجزائري بموجب القانون 09-39 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، من خلال فرض مجموعة من الالتزامات على عاتق المتدخل، بدءا من الإنتاج والاستيراد إلى التوزيع والعرض للاستهلاك، و تمثل هذه الالتزامات في حد ذاتها ضمانات تكفل الحماية للمستهلك.

المطلب الأول : الالتزام بالنظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها

لم يكن هذا الالتزام مجسدا بصورة واضحة في ظل قانون 02/89 الملغى، على خلاف قانون حماية المستهلك و قمع الغش الذي ألزم في مادته 6 المتدخلين بالسهر على احترام النظافة لكل من المستخدمين والأماكن ومحلات التصنيع والتحويل والتخزين والنقل، أي من وقت إنتاج المواد الغذائية إلى غاية وصولها ليد المستهلك.

و يقصد بالمادة الغذائية حسب المادة 02/03 من القانون 09-03: "كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو خام، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان بما في ذلك المشروبات و علك المضغ، و كل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية و تحضيرها و معالجتها، باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ".

و قد ألزم المرسوم التنفيذي رقم 17-140 مؤرخ في 11 أبريل سنة 2017، المحدد لشروط النظافة و النظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري¹، المتدخل بإتباع عدة ضوابط أهمها:

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 17-140 مؤرخ في 11 أبريل سنة 2017، المحدد لشروط النظافة و النظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، ج. ر. 16 أبريل 2017، العدد 24.

1- احترام ضوابط النظافة أثناء عمليات جني المنتوجات الأولية و نقلها و تخزينها ومعاملتها في مكان إنتاجها، حتى تكون هذه المنتوجات محمية من كل مصدر للتلويث أو الإلتلاف القابل لجعلها غير صالحة للاستهلاك البشري.

2- احترام ضوابط النظافة الصحية لمنشآت وتجهيزات تصنيع المواد الغذائية وتحويلها وتوضيبيها وتخزينها وتوزيعها وفق شروط تمنع تلوثها أو فسادها، حتى لا تشكل خطرا على صحة المستهلك وأمنه، مع ضرورة استعمال الماء الصالح للشرب لتنظيف الأواني والمعدات والتجهيزات الملامسة لهذه المواد، و للتعامل معها وتحويلها.

3- احترام ضوابط نظافة وسائل نقل المواد الغذائية من خلال تزويدها بالتهيمات والتجهيزات الضرورية لضمان حفظ جيد للمواد الغذائية المنقولة والحيلولة دون وقوع أي تلف لها يجعلها غير صالحة للاستهلاك .

4- فرض تدابير وقواعد النظافة على المستخدمين لتجنب كل تصرف من شأنه أن يؤدي إلى تلويث المواد الغذائية، مع خضوعهم لفحوصات طبية دورية ولعمليات التطعيم المقررة من الوزارة المكلفة بالصحة.¹

علاوة على نظافة المواد الغذائية، يلزم المتدخل بعرض مواد غذائية سليمة للاستهلاك، و يقصد بسلامة المادة الغذائية حسب المادة 06/03 من القانون 03-09: "غياب كلي أو وجود في مستويات مقبولة وبدون خطر في مادة غذائية ملوثة أو مواد مغشوشة أو سموم طبيعية أو أية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتج ضار بالصحة بصورة حادة أو مزمنة".

و طبقا للمواد 4 و 5 و 7 و 8 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، يتضح أنه لسلامة المادة الغذائية يجب احترام المواصفات والمقاييس المعمول بها في مجال الإنتاج والتصنيع من حيث:

¹ - زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار هومة، الجزائر، 2017، ص. 30-46.

1- احترام سلامة المواد الغذائية أثناء تصنيعها، و ذلك من خلال إحترامالمتدخل لنسبة الملوثات و المضافات الغذائية¹ المستعملة لأجل الحفظ المسموح بها قانونا، في أي مرحلة من مراحل الإنتاج و التصنيع.

2- احترام سلامة المواد الغذائية أثناء تجهيزها و تسليمها: إذ يجب ألا تؤدي المواد التي تستعمل في التغليف والتعليب إلى فساد هذه المواد التي قد تعرض صحة المستهلك للخطر.

3- احترام سلامة المواد الغذائية بضمنان سلامة المواد المعدة لملاستها مباشرة، لذلك ينبغي احترام سلامة المواد المعدة للتغليف و الأجهزة المستخدمة في إنتاج المواد الغذائية، سواء أثناء صنعها و عند استعمالها، و كذا احترام سلامة صنع المستحضرات المستخدمة لتنظيف هذه المواد الملامسة للأغذية.

المطلب الثاني : الالتزام بأمن المنتوجات

يجد الالتزام بأمن المنتوجات مصدره في نص المادة 09 من القانون 09-03 على أنه: " يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين"، وعليه سيتم تحديد المقصود بأمن المنتوجات.

الفرع الأول: تعريف أمن المنتج

عرف المشرع الجزائري الأمن في المادة الثالثة الفقرة الخامسة عشر من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على النحو التالي: " البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به العمل"، وباستقراء نص هذه المادة تلاحظ أن الأمن يتحقق بإيجاد نوع من التوازن بين كل العناصر المعنية أي مكونات وخصائص وكل ما يتعلق

¹ - المرسوم التنفيذي 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012 الذي يحدد شروط و كفاءات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج.ر. 16 ماي 2012، العدد 30.

بالخدمة أو السلعة بهدف التقليل من الأخطار التي قد تصيب المستهلك سواء في مصالحه المادية والمعنوية أو في صحته وذلك في حدود ما تسمح به القوانين وما يسمح به العمل.

أما فيما يخص المقصود بأمن المنتج فقد تعرض المشرع الجزائري إلى تعريفه في ظل القانون 09-03 وكذا المرسوم التنفيذي 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، فهذا الأخير أشار إلى السلعة المضمونة، فهي تكون كذلك عندما تستجيب لمتطلبات الأمن، المنصوص عليها في المادة 10 سالفة الذكر.

و يقصد بالمنتج المضمون حسب المادة 12/03 من القانون 09-03: " كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بما في ذلك المدة، لا يشكل أي خطر أو يشكل أخطارا محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج و تعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة و سلامة الأشخاص."

و طبقا لنص هذه المادة، يعتبر المنتج آمن عندما لا يشكل خطورة على صحة المستهلكين ولا يعرض سلامتهم للخطر، فالمعيار الذي يحدد الأمن بالنسبة للمنتجات هو التأكد من غياب المخاطر غير المألوفة أو التي تتجاوز مواصفات الأمن، مع الأخذ في عين الاعتبار ضرورة استخدامه في الأغراض المخصصة لها وبالشكل المعقول.

وإستنادا إلى نص المادتين 09 و 10 من القانون 09-03 على الالتزام بأمن المنتوجات¹، يمكن القول بأنه يعد المتدخل بموجب هذا الالتزام، ملزما بتقديم منتوجات مضمونة، تلبي الرغبة المشروعة للمستهلك، و لا تشكل خطر على صحته و أمنه و مصالحه، و من ثم يتوجب على المتدخل تقديم منتجات لا تشكل خطرا عند الإستعمال العادي أو المتوقع من طرف المستهلكين، و يشمل هذا الالتزام فئة الأطفال المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج غير الآمن.

¹ - تطبيقا لنص المادة 10 في فقرتها 6 صدر المرسوم التنفيذي 12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج.ر. 09 ماي 2012، العدد 28.

إن أهم ما يلاحظ عند تعريف أمن المنتجات أن المشرع الجزائري قد ربطه بالاستعمال المشروع المنتظر من السلعة والخدمة فلا يمكن أن نحقق أمن وسلامة المستهلك إلا عن طريق الخضوع للقواعد القانونية المنظمة لكل سلعة وخدمة سواء فيما يخص مكوناتها خصائصها تركيبها تغليفها وكذا كيفية عرضها واستهلاكها، وهذا ما نصت عليه المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات تطبيقا لنص المادة 10 من القانون 09-03، فقد تم تحديد مجال تطبيقه والاستثناءات الواردة عليه أي السلع والخدمات التي لا يطبق عليها هذا القانون.¹

الفرع الثاني: تحديد مجال تطبيق الالتزام بأمن المنتجات و الاستثناءات الواردة عليه

حددت المادة 02 من المرسوم التنفيذي 12-203 نطاق تطبيق هذا المرسوم على كل السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك كما هي محددة في أحكام 12 القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فبالنسبة للسلع لم يأت المشرع الجزائري في القانون 09-03 على ذكر أنواع السلع إلا أنه ذكر صور العملية الإنتاجية، ونص في القانون المدني على بعض صور المنتج منها: المنتج الزراعي المنتج الصناعي المنتج الحيواني، الصناعة الغذائية الصيد البحري والبري الطاقة الكهربائية أما الخدمة، فنجد أن المشرع الجزائري خص بالذكر في قانون حماية المستهلك خدمتين هما خدمة القرض الاستهلاكي وخدمة ما بعد البيع.

و باستقراء مضمون المادتين 03 و 04 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 يمكن تحديد الاستثناءات الواردة على الالتزام بأمن المنتجات في فئتين:

1-المنتجات العتيقة والتحف والمنتجات الغذائية الخام الموجهة للتحويل والبيوسيدات والأسمدة والأجهزة الطبية والمواد والمستحضرات الكيميائية، كون أنها تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة.

¹ - خميس سناء، التزام المتدخل بضمان أمن المنتج (دراسة على ضوء القانون 09-03 والرسوم التنفيذية 12-203)، مجلة دراسات و أبحاث، المجلد 11، العدد 02، 2019، ص. 541.

2- السلع والخدمات المحمية أو الخاضعة لتعليمات أمن خاصة تفرضها نصوص تنظيمية خاصة بها فلا يطبق عليها هذا المرسوم ما عدا الجوانب والأخطار التي لم تتكفل بها هذه التعليمات السلع والخدمات المحمية أو الخاضعة لتعليمات أمن خاصة تفرضها نصوص تنظيمية خاصة بها، فلا يطبق عليها هذا المرسوم، ما عدا الجوانب والأخطار التي لم تتكفل بها هذه التعليمات"

وعموما بتحليل المادتين 10 و 11 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يتضح لنا أن الأمن يتحقق من خلال مراعاة الشروط الفنية في الإنتاج من حيث التركيب والتغليف وإعلام المستهلكين بكيفية الاستعمال واحتياطات ذلك، وبهذا تكون المادتين بمثابة تكرار فكان على المشرع الجزائري إما حذفها أو إدراج كل جزء منها في الالتزام المخصص له.¹

المطلب الثالث : الالتزام بمطابقة المنتوجات

يقع الالتزام بالمطابقة على كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك، ويكون هذا في كل المراحل حتى قبل الإنتاج إلى غاية العرض النهائي للاستهلاك، و ذلك بهدف توخي عرض منتجات أو خدمات في السوق لا تستجيب للرغبة المنتظرة للمستهلك.²

يقصد بالمطابقة³ حسب المادة 11 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أن يلي المنتوج المعروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك سواء من حيث طبيعته وصفه ومميزاته الأساسية وتركيبه، ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال، أو الأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يقصد بها أيضا أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية، من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه، والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، وكيفية

1 - خميس سناء، المرجع السابق، ص. 540.

2 - يهتم القانون المدني بمطابقة محل المتفق عليه من طرف المتعاقدين، أما قانون حماية المستهلك وقمع الغش فيهتم بالمطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتوجات.

3 - عرف المشرع الجزائري المطابقة في المادة 18/03 من القانون 09-03 بأنها "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة ففي اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".

استعماله وشروط حفظه، والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه، و هذا يعني مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية.

و من خلال نص المادة 12 من قانون 09-03 بقولها: "يتعين علي كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول..."، يتضح أن المشرع قد فرض رقابة ذاتية على المتدخل، ولأن نشاطات المتدخل متعددة من إنتاج واستيراد وتوزيع... إلخ، ألزمت المادة أن تتناسب عملية المراقبة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها، وحجم وتنوع المنتجات التي يضعها للاستهلاك، مع مراعاة الوسائل التي يجب عليه يملكها في إطار تخصصه، طبقاً للعادات والتقاليد المتعارف عليها...، مع العلم أنه لا تعفي المتدخل من الالتزام بالمطابقة، إجراءات الرقابة التي يقوم بها أعوان قمع الغش المذكورين في المادة 25 من القانون 09-03.

و يتم الإشهاد على المطابقة بواسطة وضع علامة وطنية للمطابقة و/أو منح شهادة المطابقة على المواصفات القانونية الجزائرية من طرف المعهد الجزائري للتقييس تسلم للمتدخل بناء على طلبه، حيث يهدف هذا الإشهاد إلى إثبات جودة المنتجات و مطابقتها للمقاييس¹ و المواصفات القانونية و التنظيمية.

أما بالنسبة للمنتجات المستوردة فتمنح شهادة المطابقة من طرف الهيئات المؤهلة لبلد المنشأ والتي تكون معترفاً بها من طرف المعهد الجزائري للتقييس، وإذا كانت المنتجات لا تحمل علامة المطابقة الإلزامية فلا يسمح لها بالدخول إلى التراب الوطني.

و عموماً، يستخلص من مضمون المادتين 11 و 12 من القانون 09-03، أنه يجب توافر المواصفات القانونية و اللوائح الفنية في كل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك، و يقع على المتدخل

¹ - عرّف المشرع الجزائري التقييس في المادة 02 من فقرتها الأولى من القانون 04-04 المتعلق بالتقييس المعدل و المتمم بموجب القانون 16-04 على أنه: "النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك و متكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة، يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين".

تجب الملاحظة إلى أنه بعد تعديل هذه المادة بموجب القانون 16-04 أبقى المشرع على الفقرة الأولى منها، لكنه ألغى الفقرة الثانية التي كانت تنص على ما يلي: "و يقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول مشاكل تقنية و تجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفات متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين و الاجتماعيين".

واجب احترامها منذ مرحلة الإنتاج إلى غاية العرض للاستهلاك، حيث يهدف الالتزام بالمطابقة إلى ضمان سلامة المستهلك من خلال تلبية رغبته المشروعة بتقديم له منتجات و خدمات ذات جودة، و لا تشكل خطر على صحته و أمنه.

المطلب الرابع : الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع

الالتزام بالضمان¹ : هو التزام يتعهد بموجبه المتدخل بضمان سلامة المنتج الذي يقدمه للمستهلك من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه، ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج.

و يتمثل هذا الضمان المتعلق بالآثار القانونية المترتبة على تسليم سلعة أو خدمة غير مطابقة لعقد البيع و الذي يغطي العيوب الموجودة أثناء اقتناء السلعة أو تقديم الخدمة في: "كل بند تعاقدي أو فاتورة أو قسيمة شراء أو قسيمة تسليم أو تذكرة صندوق أو كشف تكاليف أو كل وسيلة إثبات أخرى منصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما".

و طبقا لنص المادة 13 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش²، يستفيد من الضمان بقوة القانون كل مستهلك مقني لأي منتج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو غيارا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية، و يمتد هذا الضمان إلى عيوب الخدمات المرتبطة باقتناء هذه المنتجات، لاسيما مايتعلق برزمها وبتعليمات تركيبها أو بتشغيلها عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل. (المادة 09 من المرسوم التنفيذي 13-327 المذكور أعلاه)، كما يمتد هذا الضمان القانوني أيضا إلى الخدمات، ويستفيد المستهلك من تنفيذ هذا الضمان دون أعباء إضافية، ويعتبر باطلا كل شرط يقضي بعدم الضمان.

¹ - يرجع أصل هذا الضمان إلى التزام البائع بضمان صلاحية المبيع المنصوص عليه في المادة 386 من القانون المدني، مع العلم أن هذا الالتزام يضمن صلاحية المبيع فقط دون الخدمات، كما يقتصر أثره على طرفي عقد البيع و هما البائع و المشتري.

² - تطبيقا لنص المادة 13 من القانون 03-09، صدر المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 الذي يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، ج.ر. 02 أكتوبر 2013، العدد 49، ص. 16.

و بموجب هذا الالتزام يعد المتدخل ملزماً بتقديم منتجات تجهيزية سليمة¹ أي خالية من العيوب، حتى تلبية الرغبة المشروعة للمستهلك من جهة و لا تمس بسلامة المستهلك من جهة أخرى، سواء من حيث أمنه و صحته و أمواله.

بناء على ذلك، يلتزم كل متدخل في عرض منتجات تجهيزية للاستهلاك، بضمان العيوب التي تطرأ عليها خلال فترة الضمان، التي تختلف حسب طبيعة كل منتج، شرط ألا تقل عن 06 أشهر² بالنسبة للمنتجات الجديدة و تقديم الخدمة، و 03 أشهر بالنسبة للمنتجات المستعملة³.

و طالما أن المشرع الجزائري لم يحدد طبيعة العيب الموجب للضمان، فإن المتدخل يعد ملزماً بضمان كافة العيوب التي تطرأ على المنتج في كل مراحل عملية عرض السلعة أو الخدمة للاستهلاك، مهما كانت طبيعة هذا العيب سواء كان خفياً أو ظاهراً أو عيباً يجعل المنتج غير صالح للاستعمال، أو عيب ناتج عن خطأ في تصميم وتكوين المنتج أو عن عدم مراعاة الأصول الفنية اللازمة عند صناعة المنتج أو عند عرضه للاستهلاك، مما قد يؤدي لإلحاقه أضرار بالمستهلك.

و استناداً لمضمون المادة 3 الفقرة 11 و 12 و 13 من القانون 09-03 فإن المشرع قد ربط تحديد المنتج المعيب بالمعايير التالية:

- عدم توفر السلامة المطلوبة في المنتج
- احتواء المنتج على عيب أو نقص فيه يضر بصحة و سلامة المستهلك أو بمصالحه المادية أو المعنوية.
- وجود خطورة يشكّلها هذا المنتج مما يؤدي به إلى إلحاق ضرر بالمستهلك.

¹ - لقد عرفت المادة 11/03 من القانون 09-03 المنتج السليم بأنه : " كل منتج خال من أي نقص و / أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة و سلامة المستهلك و / أو مصالحه المادية أو المعنوية."

² - المادة 16 من التنفيذ رقم 13-327 الذي يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ.

³ - المادة 17 من التنفيذ رقم 13-327 الذي يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ.

و عليه، يمكن القول أننا، نكون أمام عيب موجب للضمان لما لا يحترم المتدخل المعايير الواجبة لتحقيق السلامة، فيصبح هذا المنتج المعيب يهدد و يشكل خطرا على صحة و سلامة المستهلك فيتم تقدير وجود هذا العيب بالنظر للرغبة المشروعة للمستهلك.

لأجل ذلك ألزم المشرع المتدخل بتسليم شهادة الضمان للمستهلك التي تكون مرفقة بالمنتجات الخاضعة للضمان مع ضرورة ذكر البيانات التالية : اسم أو اسم شركة الضامن و عنوانه و رقم سجله التجاري و كذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء ، و اسم و لقب المقتني ، رقم و تاريخ الفاتورة أو تذكرة الصندوق أو قسيمة الشراء ، طبيعة السلعة المضمونة ، سعر هذه السلعة المضمونة ، مدة الضمان ، اسم و عنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان.

كما أكدت المادة 07 من المرسوم التنفيذي 13-327 المتعلق بتحديد الشروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، على استعمال بيانات الضمان الواردة في المادة 06 منه في مجال تقديم الخدمات إما عن طريق بند تعاقدى أو في فاتورة أو في قسيمة شراء أو أي وثيقة أخرى، و يكمن الغرض من إلزام المتدخل بتقديم شهادة الضمان، في تمكين المستهلك من إثبات زمن تسليم المنتج ، فيستطيع بذلك الرجوع على المتدخل و مطالبته بتنفيذ التزامه بالضمان في حالة ظهور عيب بالمنتج خلال فترة الضمان.

و حماية لحق المستهلك في المطالبة بتنفيذ الضمان، نصت المادة 08 من المرسوم التنفيذي 13-327 المذكور أعلاه، على بقاء الضمان ساري المفعول في كل مراحل عملية عرض السلعة أو الخدمة للاستهلاك، و حتى في حالة عدم تسليم المتدخل شهادة الضمان للمستهلك أو حتى عند عدم مراعاة البيانات الواجب ذكرها في شهادة الضمان الواردة في المادة 6 من المرسوم التنفيذي 13-327، أو ضياعها، حيث يحق للمستهلك في هذه الحالات المطالبة بالضمان عن طريق تقديم فاتورة أو قسيمة الشراء أو تذكرة صندوق أو أي وثيقة مماثلة أو أي وسائل إثبات أخرى.

كما نصت المادة 14 من القانون 09-03 على أن تقديم المتدخل لضمان آخر بمقابل أو مجاناً لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13، ويجب أن تبين بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة ترفق مع المنتج المقدم للمستهلك.¹

علاوة على ما سبق، يمكن للمستهلك أن يطالب بتجربة المنتجات المذكورة في المادة 13 من القانون 09-03 دون أن يعفي ذلك المتدخل من إلزامية الضمان (المادة 15 من القانون 09-03).

في إطار تنفيذ الضمان يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم خدمة، و يسري مفعول الضمان ابتداء من تسليم السلعة أو الخدمة، ويتجسد هذا الضمان عن طريق تسليم شهادة الضمان للمستهلك بقوة القانون.

أما فيما يتعلق بكيفية تنفيذ الالتزام بالضمان: فطبقاً لنص المادة 3/13 من القانون 09-03، و المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، ينفذ المتدخل التزامه بالضمان - في حالة ظهور عيب في المنتج أو الخدمة خلال فترة الضمان - و دون تحميل المستهلك أي مصاريف إضافية، بأحد الطرق الثلاثة الآتية:

- بإصلاح المنتج أو إعادة مطابقة الخدمة

- أو باستبداله

- أو رد ثمنه.

و في حالة العطب المتكرر فإما يستبدل المنتج أو يرد ثمنه (المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327).

أما في إطار الخدمة ما بعد البيع² وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج

¹ - زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص. 24.

² - هذا الالتزام تناوله لأول مرة القانون 09-03 المعدل والمتمم

المعروض في السوق، و هذا حسب المادة 16 من القانون 09-03، و يسري هذا الالتزام بقوة القانون، و يشمل كل الخدمات التي تؤدي بعد اقتناء المنتج.¹

المطلب الخامس : الالتزام بإعلام المستهلك

يقصد بإعلام² المستهلك إحاطته بكافة المعلومات ذات الصلة بالمنتج، حيث جاء في نص المادة 17 من قانون 03/09 أنه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك..."; و طالما أن المتدخل³ هو من لديه المعلومات الكافية عن المنتج أو الخدمة التي يعرضها، لذلك وجب عليه إعلام المستهلك، و ذلك من خلال تقديم إعلام حقيقي وموضوعي (غير مبالغ فيه)، خاصة إذا كان المنتج ذي طبيعة خطيرة أو تكنولوجيا معقدة.

فالالتزام بالإعلام هو إذن إلتزام يهدف إلى تلبية الرغبة المشروعة للمستهلك من خلال إحاطته بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج للانتفاع به على أكمل وجه، فهو لا يستطيع تحديد مواصفات المنتج ومكوناته و مخاطره إلا بناء على البيانات التي يقدمها له المتدخل.

أولا : كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام

هناك عدة طرق لإعلام المستهلك كوضع علامة أو الإشهار بمختلف وسائله، لكن أهم هذه الطرق هو الوسم، و قد عرفته المادة 03 الفقرة 04 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة ، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها ، بغض النظر عن طريقة وضعها".

¹ - زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص. 27.

² - يجد هذا الالتزام مصدره في نص المادة 352 من القانون المدني التي تنص على التزام البائع بإعلام المشتري بالمبيع علما كافيا، بذكر أوصافه الأساسية.

³ - لقد استعمل المشرع الجزائري مصطلح المتدخل في نص المادة 17 الأمر الذي يفهم منه أن الالتزام بالإعلام يقع على عاتق كل متدخل دون تمييز ما إذا كان منتج أو موزع أو تاجر أو مستورد أو مقدم خدمات...

يعتبر وسم المنتوجات وسيلة لإعلام المستهلك، حيث تبرز فيه جميع العناصر الخاصة بالمنتوج حسب طبيعته وصنفه، وعليه فالوسم يمثل جميع البيانات الموضوعية على الغلافات أو العبوات والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك حتى يتسنى له معرفة المنتج المراد اقتناؤه، كما تشمل هذه البيانات العلامة التجارية التي يساهم الوسم في إظهارها والتعريف بها وبالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها، إلا أنها تلعب دورا هاما وفعالا في إعلام المستهلك و تمييز المنتوجات المطروحة في السوق عن غيرها.

و قد اشترطت المادة 18 من القانون 09-03 أن تكتب بيانات الوسم و طريقة الاستعمال، باللغة العربية، و بطريقة واضحة و مرئية (ظاهرة) و مقروءة (سهلة الفهم) و متعذر محوها (لصيقة بالمنتوج و متصلة به إذا أمكن ذلك سواء كانت مدونة على غلاف المنتج أو في صورة نشرة مرفقة معه)، بحيث لا تؤدي إلى أي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك، كما اشترطت أن تكون بيانات الوسم كاملة تتضمن جميع المعلومات المتعلقة بالمنتوج و كافة مخاطره.

ثانيا : مضمون الالتزام بالإعلام

يشمل الالتزام بالإعلام، التزام المتدخل ب :

1- الإدلاء أو الإفضاء بالمعلومات اللازمة المتعلقة بالمنتوجات أو الخدمات، و التي تشمل التعريف بها (مكوناتها، خصائصها، كميتها، تاريخ إنتاجها، نهاية صلاحيتها...)، و كذلك كيفية استعمالها.

2- التحذير من خطورة هذه المنتوجات، ذلك أن الانتفاع بالمنتوج على أكمل وجه يقتضي من المتدخل تحذير المستهلك من مخاطر المنتج ذاته، و كذا المخاطر الناجمة عن استعماله أو حيازته.

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

– كما قد يكون المنتج خطير نتيجة تفاعله مع عناصر خارجية عنه، كتخمير عصير الفواكه نتيجة تعرضه لأشعة الشمس.

- كما يمكن يكون المنتج خطير نتيجة الاستعمال الخاطيء له أو التخزين غير السليم له أو التخلص منه غير الآمن، مما يسبب ضررا للمستهلك.¹

و طالما أن نص المادة 17 قد استعمل مصطلح المنتوجات بصفة عامة، فإن الالتزام بالإعلام يشمل كافة المنتوجات سواء الخطيرة أو غير الخطيرة، سواء التي تتسم بجديتها و تعقيدها أم لا.

المبحث الثاني : آليات الرقابة في مجال حماية المستهلك

تقتضي مسألة توفير حماية فعالة للمستهلك خضوع المتدخل عند ممارسته لعمليات الإنتاج و التوزيع و الاستيراد و تقديم الخدمات، للرقابة التي تمليها اعتبارات المصلحة العامة.

المطلب الأول : مفهوم الرقابة في مجال حماية المستهلك

يقصد بالرقابة في مجال حماية المستهلك : " خضوع المتدخل سواء كان شخص طبيعي أو معنوي لرقابة جهاز أو هيئة معنية يحددها القانون، بهدف القيام بالتحري و الكشف عن المخالفات المحددة في قانون حماية المستهلك".

و الرقابة قد تكون إجبارية إما تباشرها الدولة عن طريق أجهزة تابعة لها و تسمى بالرقابة الخارجية، أو تفرضها الدولة على المتدخل و تسمى بالرقابة الذاتية، و ذلك من خلال إجراء التحاليل و التجارب لكل المواد الأولية و النهائية للمنتوج قبل عرضه للاستهلاك حسب المادة 12 من القانون 09-03.

كما قد تكون الرقابة إختيارية يقوم بها المتدخل بإختياره أو بطلب منه حتى يضمن الجودة و الثقة في منتوجاته و خدماته، كعرض منتوجاته لرقابة هيئة علمية تمنح له شهادة أو علامة للجودة.²

المطلب الثاني : الأجهزة المكلفة بالرقابة في مجال حماية المستهلك في ظل القانون 09-

03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش

¹ - زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص. 60-61.

² - شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص. 27.

لقد أوكل المشرع الجزائري سلطة رقابة وتنظيم العلاقات التي تجمع المستهلك بالمتدخل إلى عدة أجهزة، سواء على المستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له، و عليه هناك هيئات إدارية، وأخرى قضائية، كما ظهرت هيئات أخرى غير رسمية، ألا وهي جمعيات حماية المستهلك.

الفرع الأول : الهيئات الإدارية

تتمثل هذه الهيئات في :

أولا : وزارة التجارة

تنوع المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك نظرا لتعدد المصالح التابعة لها، بالإضافة إلى هيئات أخرى متخصصة في مجال حماية المستهلك.

1- المصالح التابعة لوزارة التجارة:

تشمل هذه المصالح على المستوى المركزي كل من:

أ-المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها: تهتم بتنظيم المنافسة و ترقية جودة السلع و الخدمات و حماية لمستهلك، و تؤدي مهامها باتخاذ جميع التدابير اللازمة لحماية صحة وسلامة المستهلك، و من أهم المديريات التي تشرف عليها : مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك، لأنه لا يمكن توفير حماية كاملة للمستهلك في وجود منافسة مقيدة أو غير نزيهة في السوق، فذلك يقلل من فرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك عند طرح سلع وخدمات في السوق.

ب- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش: و تهتم هذه المديرية بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة و الممارسات التجارية غير المشروعة، من خلال إعداد برامج، وتعتمد على 04 مديريات تابعة لها هي: مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة - مديرية

مراقبة الجودة وقمع الغش - مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة - مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

أما على المستوى الخارجي: فتتمثل المصالح التابعة لوزارة التجارة في كل من: المديرية الجهوية للتجارة - المديرية الولائية للتجارة، و تسهر هذه المديرية على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة و حماية المستهلك، و تعمل المديرية الجهوية بالاتصال مع الإدارة المركزية وكذا المديرية الولائية للتجارة على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديرية الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

2- الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة :

لقد أنشأ المشرع الجزائري عدة هيئات متخصصة في مجال حماية المستهلك أهمها :

أ- المجلس الوطني لحماية المستهلكين :

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة استشارية يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار، كما يساهم في إعداد برامج و تنفيذها لمساعدة جمعيات حماية المستهلكين، و التعاون مع الوزارات المعنية.

ب- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم:

يعد هذا المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري حيث يشرف على المخابر و مديريات التفتيش، و يقوم إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية، و تتمثل أهدافه في:

— حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.¹

¹ شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك، حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري، بيت الأفكار، الجزائر، 2019، ص 35.

– الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير و مخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع و الخدمات.

ج- شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية:

يتمثل هدف هذه المخابر في القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج.

كما يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشئة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني قصد تحسين وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل واسع.

ثانيا: الولاية

يمكن للوالي إتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار، لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك.

ثالثا : البلدية

يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بصفة الضبطية القضائية، لذلك يمكن أن يمارس وظائفه في حفظ الصحة و الأمن و النظافة العمومية لضمان حماية صحة المستهلك.

رابعا : مجلس المنافسة

لقد أوكل المشرع الجزائري مهمة تنظيم المنافسة وضبط الأنشطة الاقتصادية لهيئة إدارية مستقلة تسمى " مجلس المنافسة"، بموجب الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، الذي يهدف إلى زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين ، حسب المادة الأولى منه، و بناء على ذلك سمح المشرع

الجزائري لجمعية المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة و الإستهلاك والتوزيع بالانضمام في تكوين المجلس.

خامسا : إدارة الجمارك

يتجلى دور إدارة الجمارك في مجال حماية المستهلك في حماية سلامة وصحة المستهلك من خلال مراقبة ومنع إدخال المنتجات المستوردة الممنوعة أو المغشوشة أو المقلدة.¹

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

1- حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك :

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق وكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، ويمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين فيما بينهم، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك.

وبصفة عامة لقد خولت المادة 01/241 من قانون الجمارك المعدل و المتمم² حق معاينة المخالفات الجمركية ضبطها للعديد للهيئات حيث تنص على أنه: " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة و قمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها"، ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلع محل المخالفة.

كذلك إذا تعلق بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري أن تطالب تدخل السلطات المدنية والعسكرية ومد يد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم.³

¹ شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص 29.

² القانون رقم 79 - 07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، ج.ر. الصادرة في 24 يوليو 1979 العدد 30، المعدل و المتمم بالقانون 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، ج.ر. الصادرة في 19 فبراير 2017، العدد 11.

³ شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص 30.

2- ضمان أمن وسلامة المستهلك :

بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطورها وتنمية المنتج المحلي، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه جمارك لحماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة.

كما يمكن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع كذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة أن تقوم في حال معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضا صريح للمعني بالأمر وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك.¹

الفرع الثاني : الهيئات القضائية

تتمتع الهيئات القضائية (النيابة العامة و القضاء الجنائي) بسلطة الرقابة في مجال حماية المستهلك، تتمثل في المتابعة القضائية و فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن المستهلك، سواء المنصوص عليها في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، أو تلك المنصوص عليها في قانون العقوبات و المتعلقة بحماية المستهلك، إضافة إلى القضاء المدني الذي يختص بالتعويض عن الأضرار المترتبة عن هذه المخالفات.²

الفرع الثالث : جمعيات حماية المستهلكين

لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب المادة 1/21 من القانون 09-03 و المتمثل في ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله³، و تخضع هذه

¹ شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص44

² للمستهلك المتضرر الخيار بين رفع دعوى التعويض أمام القاضي الجزائري والتأسيس كطرف مدني، أو رفعها أمام القاضي المدني.

³ تمثل هذه الجمعيات المستهلكين أمام المجلس الوطني لحماية المستهلكين ومجلس المنافسة و كذلك أمام القضاء، حيث تتأسس كطرف مدني أمام القضاء الجزائري أو ترفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني، و ذلك للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين قصد إصلاح الضرر الذي أصابهم.

الجمعيات فيما يخص إنشائها و تنظيمها و سيرها لأحكام القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات¹ الذي اعترف لها بالمنفعة العامة و تمتعها بالشخصية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها، و تزاول نشاطها سواء على المستوى الوطني أو المحلي في إطار الدفاع عن جماعة المستهلكين.

تعرف الجمعية على حسب القانون 06-12 المتعلق بالجمعيات² بأنها : تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي ...

ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع، غير أنه يندرج موزع نشاطاتها وأهدافها ضمن الصالح العام وان لا يكون مخالفا للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها.

لقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل و المتمم وذلك في المواد 21-22-23-24 .

أولا : الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

يقصد بالدور الوقائي ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وامن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامتها من الممارسات التي قد تشكل خطرا عليه، إذ غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين، وكذا لضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة قد يجعل الكثير من المستهلكين يجهلون حقوقهم.

1- الدور التحسيبي و الإعلامي :

يجب على جمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك وتوعيته عن كل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تهدد أمنه وصحته وتشمل هذه التوعية عدة مجالات منها:

- توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة ، أو غير معبئة بشكل قانوني .

¹ - القانون 06/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 يتعلق بالجمعيات، ج. ر. 15 جانفي 2012، العدد 02.

² المادة 02 من القانون 06-12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 يتعلق بالجمعيات، ج. ر. 15 جانفي 2012، العدد 02.

- منع شراء السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها.
- منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية.
- منع استهلاك المواد التي يعرف على أنها مقلدة، وان العلامة التي موضوعة على متنها مزيفة.¹

تسعى جمعيات حماية المستهلك في ذلك إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته .

كما تنص المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته وذلك بالنص على أن: " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه تمثيله... "

2- مراقبة الأسعار :

يتمثل دور هذه الجمعيات بمتابعة الأسواق وذلك بمدى مراقبة احترام إجراءات إشهار الأسعار، فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر من ضرورة وهذا بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو المنتجين الأجانب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا.²

إن جمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار ولا هي تمتلك السلطة التي تخول لها ذلك ولكن لا نغالي إن قلنا أنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.³

ثانيا : الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

¹ ارزقي زويير، المرجع السابق ، ص 203

² ارزقي زويير، المرجع نفسه، ص 207

³ صياد الصادق، المرجع السابق، ص 138

قد تتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين عندما تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة طرق، منها القيام بالدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية، أو الدعوى إلى المقاطعة للسلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد، وهذا الدور الذي تطلع به هذه الجمعيات أجازها المشرع بنص القانون سواء في قانون الجمعيات رقم 06-12 أو في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل و المتمم.¹

1- الإشهار المضاد :

ينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة لا على المتدخل، إذ كلما تثبت مخالفة المتدخلين للتنظيمات والمقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منها سحبها على الفور، أما إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إعلامهم بمخاطر السلع، وهذه الإجراءات حتى وان لم يتعرض لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة، ولا في قانون حماية المستهلك فانه تعتبر جد ضرورية وذلك من خلال منع المتدخل من الأضرار بالمستهلك وبالتالي منع طرح هذه السلع في السوق²

2- الدعوى إلى المقاطعة :

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة، فالقانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة، فلا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء وإنما يعاقب على رفض البيع، والمقاطعة هي دعوة المستهلكين لعدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد صحتهم وسلامتهم، في حين يعتبرها البعض أنها نوع من التوعية والتحسيس لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها .

غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة، من شأنه ترتيب مسؤولية إذا أساءت أو أخطأت في استعمال هذه الآراء، لذا لا بد عليها من الحيطة

¹ صياد الصادق، المرجع نفسه، ص 139

² ارزقي زويير، المرجع السابق، ص 220

أثناء أداء هذا الدور ووجوب أن تكون هادفة في هذا الإطار، الأمر الذي يجعل بعض رجال القانون يشترطون للقيام بالمقاطعة من أن:

– يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك.

– أن يؤسس أمر المقاطعة: فإن كان من الضروري التطرق لأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو من جانب قانون المنافسة، فإنه من الأجدر أن يتم سن نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة.¹

المبحث الثالث : المسؤولية القانونية المتدخل في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية

المستهلك وقمع الغش

إن إخلال المتدخل بأحكام قانون حماية المستهلك، يترتب عنه قيام مسؤوليته الجزائية أو المدنية أو كلاهما معاً.

المطلب الأول: المسؤولية الجنائية للمتدخل وفقاً لأحكام القانون 09-03 المتعلق بحماية

المستهلك و قمع الغش

تقوم المسؤولية الجنائية للمتدخل في حالة إخلاله بأحد الالتزامات المفروضة عليه بموجب القانون 09-03، ورغبة منه في تحقيق حماية فعالة للمستهلك حدد المشرع الجزائري بموجب هذا القانون، إجراءات خاصة ببحث ومعاينة المخالفات المرتكبة من طرف المتدخل، و ذلك بغية الكشف عن مختلف التجاوزات الممكن ارتكابها عند عملية عرض المنتوجات والخدمات للاستهلاك، كما حدد المشرع إجراءات متابعة هذه المخالفات بطريقة ودية أو قضائية، و ذلك بهدف تجسيد الحماية القانونية المقررة للمستهلك، و كذا ردع المتدخلين نتيجة إخلالهم بالالتزامات القانونية.

الفرع الأول: إجراءات البحث عن مخالفات المتدخل ومعاينتها

¹ ارزقي زويير، المرجع السابق، ص 220

سعيًا منه لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، أوكل المشرع الجزائري للأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من القانون 09-03 صلاحيات البحث والتحري عن المخالفات التي قد يرتكبها المتدخل، وبغية تجسيد مهامهم في مراقبة مدى احترام المتدخل للقواعد التي جاء بها قانون المستهلك وقمع الغش وكشف المخالفات على أكمل وجه، منحهم المشرع سلطات واسعة تتمثل في ممارسة الإجراءات الرقابية واتخاذ التدابير التحفظية وكذا فرض غرامة الصلح.

أولاً : ممارسة الأعوان المؤهلون بالرقابة للإجراءات الرقابية

يمارس الأعوان مهامهم طبقاً للمواد 29 و 30 من القانون 09-03، حيث يجوز لهم في أي وقت وبأي وسيلة وفي جميع مراحل عملية العرض الاستهلاك القيام برقابة مطابقة المنتوجات عن طريق فحص الوثائق أو بواسطة سماع المتدخلين المعنيين أو عن طريق المعاينات المباشرة، وعند الاقتضاء يتم أخذ عينات لتحليلها في مخابر معتمدة لهذا الغرض.¹

1- دخول المحلات المهنية وجمع المعلومات:

يحق لأعوان قمع الغش دخول المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ومحلات الشحن والتخزين أو إلى أي مكان ليلًا ونهارًا بما فيها ذلك أيام العطل، وهذا باستثناء المحلات ذات الطابع السكني التي يتم الدخول إليها طبقاً لأحكام قانون الإجراءات الجزائية، حيث يقوم أعوان الرقابة بالبحث في مدى توافر شروط النشاط المهني، من نظافة، وتوفير العتاد اللازم.

بالإضافة إلى ذلك، فإن المشرع قد منح لأعوان الرقابة حق تفحص كل وثيقة تقنية أو إدارية أو تجارية أو مالية أو محاسبية وكذا كل وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية، و يمكنهم ممارسة هذه المهام دون أن يحتاج في مواجهتهم بالسر المهني، حيث يحق لهم تفحص الوثائق وجمع المعلومات و يمكنهم طلب الإطلاع على هذه الوثائق في أي يد وجدت والقيام بحجزها. (المادة 33 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)

¹ - المواد 29-30 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

كما نصت المادة 07 من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه يتوجب على الإدارات العمومية أو الخاصة، أن تضع تحت تصرفهم المعلومات الضرورية لأداء مهامهم.¹

حيث يتعين على المنتج أو المستورد وبصفة عامة كل متدخل أن يضع تحت تصرف أعوان الرقابة شهادة المطابقة، بالإضافة إلى الرخصة المسبقة للإنتاج أو التسويق أو الاستيراد، بالنسبة للمنتوجات التي تتطلب ذلك كالأدوية والمواد السامة، إذ نصت المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة والتي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، على ضرورة استظهار الرخصة المسبقة للصنع قبل كل مراقبة.

2- المعاينة المباشرة:

تتم المعاينة المباشرة بالعين المجردة، وما تلاحظه من تجاوزات ومخالفات ظاهرة، و قد تكون بعض المخالفات بادية للأعين كتخلف الموسم على المنتوجات أو انتهاء مدة الصلاحية المدون عليها، أو ظهور علامات التلف من انتفاخ العبوات، أو بروز التعفنات، أو انعدام شروط النظافة والحفظ، كما قد تكون المعاينة بواسطة استعمال المكييل والموازين وأجهزة القياس التي تسمح بالكشف عن التجاوزات.

3- تحرير المحاضر:

يقوم الأعوان المؤهلون في إطار مهامهم الرقابية، بتحرير محاضر تدون فيها تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة، وتبين فيها وقائع المعاينة والمخالفات المسجلة والعقوبات المتعلقة بها، كما يجب أن تتضمن هذه المحاضر هوية وصفة العون الذي قام بالرقابة وكذا هوية ونسب ونشاط وعنوان المتدخل المعني بالرقابة، ويمكن إرفاق المحاضر المحررة بكل وثيقة أو مستند إثبات، و يكون لهذه المحاضر حجية قانونية حتى يثبت العكس. (المادة 31 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)²

¹ شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص 30.

² زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 75.

عند حضور المتدخل، تحرر هذه المحاضر من طرف العون الذي عاين المخالفات ويوقعها مع المتدخل المخالف، و في غياب هذا الأخير أو في حالة الرفض يقيد في المحضر ذلك.(المادة 32 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)

4- اقتطاع العينات:

في حالة عدم إمكانية إثبات المخالفة بالعين المجردة، يتم اللجوء إلى اقتطاع العينات من المنتج المشكوك في مطابقته، من أجل إخضاعها للتحليل في مخابر الجودة وقمع الغش.

تحدد كيفية اقتطاع العينات بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، حيث يتم اقتطاع ثلاث عينات متجانسة ومثلة للحصة موضوع الرقابة، و تشتمل لضمان عدم العبث بها أو تغييرها، مع وضع ختم على كل منها يحتوي على معلومات وبيانات حول المنتج و تاريخ الاقتطاع.

ترسل العينة الأولى للمخبر المختص بغية تحليلها، أما العينتان الباقيتان فتشكلان عينتان شاهدتان واحدة تحتفظ بها مصالح الرقابة التي قامت بالاقتطاع و الأخرى يحتفظ بها المتدخل المعني، للاستعانة بهما في حالة اللجوء إلى الخبرة المضادة. (المادة 40 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش) وتحتفظ العينتان الشاهدتان ضمن شروط الحفظ المناسبة.

استثناءً يتم اقتطاع عينة واحدة فقط ترسل إلى المخبر المؤهل قصد تحليلها: إذا كان المنتج سريع التشويه أو كان ممن لا يمكن اقتطاع منه أكثر من عينة بسبب وزنه أو حجمه أو كميته الضئيلة أو قيمته (المادة 41 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، كما يمكن للمصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش القيام باقتطاع عينة واحدة فقط في إطار الدراسات التي تنجزها. (المادة 42 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)

يقوم المخبر بفحص العينة المقتطعة عند وصولها، للتأكد من سلامة التشميع بحيث يستحيل إحداث تغييرات فيه، كما يتأكدون من سلامة الختم الموجود عليها، ثم يقوم المخبر بالتحليل أو الاختبارات أو التجارب للعينة المقتطعة ميكروبيولوجيا أو فيزيائيا أو كيميائيا.¹

يُعد المخبر فور انتهاء أشغاله كشوفات أو تقارير حول النتائج المتوصل إليها فيما يخص مطابقة المنتج، و يذكر فيها أيضا المناهج المطابقة للمقاييس الجزائرية المستعملة في التحليل أو الاختبارات أو التجارب بدقة و بالتفصيل، و في حالة عدم وجودها تستعمل المناهج المعترف بها على المستوى الدولي، المادة 37 من القانون (03-09) وترسل هذه الكشوفات أو التقارير إلى الجهة التي اقتطعت العينة في أجل ثلاثين يوما ابتداء من تاريخ تسلم المخبر إياها إلا في حالة القوة القاهرة. المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم (39-90)

و إذا تبين من خلال نتائج التحليل أن المنتج غير مطابق للمواصفات المطلوبة يتم اتخاذ التدابير التحفظية في مواجهة المتدخل. المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم (39-90)

5- الخبرة :

يقصد بالخبرة قانوناً: " المعرفة الفنية الخاصة بأمر معين والتي تتجاوز اختصاص القاضي القانوني وتتجاوز حدود المعاينة المباشرة"، لذا لا يتم اللجوء إلى الخبرة إلا في حالة قيام نزاع أمام الجهات القضائية.

و طبقاً لنص المادة 44 من القانون 03-09، يمكن لوكيل الجمهورية إذا رأى بعد الاطلاع على التقارير أو المحاضر المحالة إليه من طرف الأعوان المذكورين في المادة 25 أو طبقاً لكشوفات أو تقارير المخابر المؤهلة، و عند الحاجة و بعد التحقيق المسبق، إحالة الملف إلى القاضي المختص للشروع في المتابعة أو فتح تحقيق قضائي.

¹ زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 76.

في حالة احتمال الغش أو التزوير الناتج عن تحاليل أو اختبارات أو تجارب المخابر المؤهلة يشعر القاضي المختص المخالف المفترض أنه يمكنه الاطلاع على كشف أو تقرير المخبر، وتمنح له مهلة ثمانية (8) أيام عمل لتقديم ملاحظاته، وعند الاقتضاء يطلب إجراء الخبرة، و لا يمكن للمخالف المفترض أن يطالب بالخبرة بعد انقضاء هذه المهلة.¹ وسواء كانت الخبرة بطلب المخالف المفترض أو بمر من الجهة القضائية المختصة، يتم اختار خبيران، أحدهما من طرف الجهة القضائية المختصة والآخر من طرف المخالف المفترض، و يتم تعيين الخبيرين من طرف الجهة القضائية المختصة من الجدول الذي تعده المجالس القضائية.

وبصفة استثنائية يمكن للمخالف المفترض أن يختار خبير غير مقيد في القائمة المحررة بعد موافقة الجهة القضائية المختصة طبقاً لأحكام المادة 144 من قانون الإجراءات الجزائية، كما يمكن أن يكون أحد الخبيرين مسؤول المخبر الذي فحص العينة الأولى.² وتمنح الجهة القضائية المختصة مهلة للمخالف المفترض قصد اختيار الخبير، وله الحق في التنازل صراحة عن هذا الاختيار والاعتماد على استنتاجات الخبير الذي عينته الجهة القضائية، كما أنه إذا لم يتنازل ولم يختار خبيراً في الأجل المنوح تعيين الجهة القضائية المختصة تلقائياً خبيراً.

بعد تعيين الخبراء تخطر الجهة القضائية المختصة المخالف المفترض ليقدم العينة التي بحوزته، وذلك في خلال 08 أيام، ليتم تسليم العينتان الثانية والثالثة المقتطعتان للخبراء، وإذا لم يقدم المخالف المفترض العينة الثالثة سليمة خلال هذا الأجل لا تؤخذ هذه العينة بعين الاعتبار ويقوم الخبراء بالاستنتاج على أساس فحص العينة الثانية فقط.³

وفي الحالة التي اقتطعت فيها عينة واحدة طبقاً لأحكام المادة 41 من القانون 03-09 تقوم الجهة القضائية المختصة فوراً بنذب الخبراء المعينين في مجال الرقابة البكتريولوجية أو البيولوجية المحضة قصد

¹ المادة 45 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم

² المادة 46 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

³ المادتين 47 و 48 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

القيام باقتطاع جديد حسب الأشكال المنصوص عليها في القانون، قصد الفحص المشترك للعينة الجديدة ولا يمنع غياب أحدهما من إتمام الفحص واكتسابه الصبغة الحضورية¹.

يجرى الخبراء المتدربين التحليل أو الاختبارات أو التجارب في إطار الإجراء الحضورى في المخابر المؤهلة وفق مناهج التحاليل المعتمدة في هذه المخابر ، كما يمكنهم استخدام مناهج أخرى على سبيل الإضافة.²

الفرع الثاني: التدابير التحفظية المقررة لحماية المستهلك في القانون 09-03 المتعلق بحماية

المستهلك و قمع الغش

يقصد بالتدابير التحفظية في مجال حماية المستهلك : " مجموع الإجراءات التي يتم اتخاذها عند الشك في مدى صلاحية وسلامة المنتجات المعروضة للاستهلاك أو التي لم يتم عرضها بعد، وذلك بهدف إعادة المطابقة أو إعادة التوجيه أو تغيير التوجيه تطبيقاً لمبدأ الحيطة."

و عملاً بهذا المبدأ، خول المشرع الجزائري بموجب المادة 53 من القانون 09-03 لأعوان الرقابة و قمع الغش أثناء قيامهم بالتحري أو التحقيق عن المخالفات المرتكبة من قبل المتدخل، اتخاذ جملة من التدابير التحفظية قصد حماية المستهلك و صحته و سلامته و مصالحه، (المواد من 53 إلى 67 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش)، والمتمثلة في:

أولاً : الدخول المشروط للمنتج المستورد

حسب نص المادة 54 الفقرة 1 و 3 و 4 و 5 من قانون 03/09 يرخّص بهذا الإجراء لضبط مطابقة منتج مستورد عند الحدود على مستوى المناطق تحت الجمركة أو المؤسسات المتخصصة أو في محلات المتدخل، على ألا يتعلق ضبط المطابقة بسلامة وأمن المنتج، و يسمح هذا الدخول المشروط

¹ المواد 49 و 50 و 51 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل والمتمم.

² المادة 52 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المعدل والمتمم.

بجمركة المنتج موضوع ضبط المطابقة و ذلك على مستوى المؤسسات المتخصصة أو في محلات المتدخل، مع منع وضع هذا المنتج حيز الاستهلاك إلى غاية ضبط مطابقته.¹

ثانيا: رفض الدخول المؤقت للمنتج المستورد

استنادا إلى نص المادة 54 الفقرة 2 من قانون 03/09 يصرح بالرفض المؤقت لدخول منتج مستورد عند الحدود في حالة الشك في عدم مطابقة المنتج المعني وهذا لغرض إجراء تحريات مدققة أو لضبط مطابقته.

ثالثا: رفض الدخول النهائي للمنتج المستورد

و حسب الفقرة 6 من المادة 54 من القانون 03-09 يمكن لإجراء الدخول المشروط أن ينقلب إلى رفض نهائي بالدخول في حالة إثبات عدم مطابقة المنتج المستورد بعد إجراء التحريات المدققة، كما يمكن أن يصرح بالرفض النهائي لدخول منتج مستورد عند الحدود في حالة إثبات عدم مطابقته بالمعاينة المباشرة.

رابعا: الإيداع

يتمثل الإيداع في وقف منتج معروض للاستهلاك ثبت بعد المعاينة المباشرة أنه غير مطابق، ويتم ذلك بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك، ويتقرر الإيداع قصد ضبط مطابقة المنتج المشتبه فيه من طرف المتدخل المعني، فإذا لم يثبت عدم المطابقة بعد المعاينة يتم رفع الإيداع من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، و هذا حسب المادة 55 من قانون 03/09.

خامسا: الحجز

طبقا لنص المواد 57 و 4/59 و 61 مكرر من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إذا تبث عدم إمكانية ضبط مطابقة المنتج، أو إذا رفض المتدخل المعني إجراء عملية ضبط مطابقة منتوجه المشتبه به، أو إذا أثبت التحاليل و الاختبارات عدم مطابقة المنتج، أو في حالة المنتج المشتبه بالتقليد، يتم

¹ زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 78.

الحجز على تلك المنتوجات بغرض تغيير اتجاهها أو إعادة توجيهها أو إتلافها دون الإخلال بالمتابعة الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون ؛ و نظرا لخطورة هذا الإجراء يتطلب المرسوم التنفيذي 39/90 في مادته 2/27 إذن قضائي من أجل إجراء عملية الحجز باستثناء تلك الحالات المحددة في الفقرة 4 من نفس المادة.

و إذا كان المنتج صالحا للاستهلاك وثبتت عدم مطابقته إما أن يغير المتدخل المعني اتجاهه بإرساله إلى هيئة ذات منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر و شرعي، أو أن يعيد توجيهه بعد تحويله بإرساله إلى هيئة لاستعماله في غرض شرعي، و هذا وفقا لنص المادة 58 من قانون 03/09.

سادسا: السحب المؤقت

طبقا لنص المادة 59 من قانون 03/09، يتمثل السحب المؤقت في منع المتدخل من وضع المنتج للاستهلاك وذلك عند الاشتباه في عدم مطابقته بعد الفحص أو إثر اقتطاع العينات، و كذا في حالة المنتوجات المشتبهة بالتقليد¹، و ذلك طيلة الفترة التي تستغرقها عملية إجراء الفحوص والتحليل و المتمثلة في أجل 07 أيام² مع إمكانية تمديده إذا تطلبت الشروط التقنية للرقابة و التحليل أو الاختبارات أو التجارب ذلك، فإذا انقضى هذا الأجل دون إجراء تلك التحليل أو إذا لم يثبت عدم مطابقة المنتج، يرفع فورا تدبير السحب المؤقت.

و عندما يتحقق أعوان رقابة الجودة وقمع الغش من عدم مطابقة المنتج فإن البضاعة المعنية تسحب من حيز الاستهلاك - من طرف منتجها وفي حالة غيابه فمن طرف المتدخل في عرضها- و يتم الحجز عليها و يعلم فورا وكيل الجمهورية بذلك.

و حسب المادة 56 من القانون 03-09، إذا تبين لأعوان الرقابة وقمع الغش أن المنتج قابل للمطابقة ولا يشكل خطرا على المستهلك، يعذر المخالف باتخاذ التدابير اللازمة من أجل إزالة سبب عدم المطابقة، أو إزالة ما يتعلق بعدم احترام القواعد والأعراف المعمول بها في عملية العرض للاستهلاك

¹- هذه الحالة أضافها المشرع بموجب المادة 61 مكرر من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

²- حسب المادة 24 من المرسوم التنفيذي 39/90 "إذا لم تتم الفحوص في أجل 15 يوم يرفع إجراء السحب المؤقت، أما قانون حماية المستهلك وقمع الغش فقد قلص هذه المدة إلى 7 أيام.

عن طريق التغيير الجزئي أو الكلي للمنتوج وذلك على نفقة المتدخل المخالف، و في حالة عدم استجابته لذلك يتم الحجز على ذلك المنتوج.

سابعا : السحب النهائي للمنتوج

طبقا لنص المادة 62 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ينفذ السحب النهائي للمنتوج على نفقة المتدخل المعني و دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة، في الحالات التالية:

— المنتوجات التي ثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي انتهت مدة صلاحيتها.

— المنتجات التي ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك.

— حيازة المنتوجات دون سبب شرعي و التي يمكن استعمالها في التزوير.

— المنتوجات المقلدة.

— الآلات أو الأجهزة التي تستعمل للقيام بالتزوير.

و يعلم وكيل الجمهورية بذلك فوراً.¹

ثامنا: إتلاف المنتوج

يتمثل الإتلاف في عملية التخلص من المنتوج الذي ثبتت عدم مطابقته كونه يسبب ضرراً وخطراً على سلامة و صحة المستهلك، و ذلك كلما تعذر استعماله استعمالاً قانونياً أو اقتصادياً، سواء عن طريق الردم أو الحرق أو تشويه طبيعة المنتوج كتغيير طبيعته من الإستهلاك البشري إلى الإستهلاك الحيواني، و حسب المادة 64 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، يتم إتلاف المنتوجات المحجوزة بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو الجهة القضائية المختصة، على أن يتم تحرير محضر بالإتلاف يوقع عليه من طرف الأعوان والمتدخل المعني.

تاسعا: التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات

¹ زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 79.

تجيز المادة 65 من قانون 09-03 لأعوان مصالح حماية المستهلك وقمع الغش، القيام بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات لمدة أقصاها خمسة عشر (15) يوما قابلة للتجديد، إذا ثبت عدم مراعاتها للقواعد المحددة في هذا القانون، إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير، و ذلك دون الإخلال بالعقوبات الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون.

عاشرا: الغلق الإداري للمحلات التجارية

لقد أجازت المادة 65 من قانون 09-03 بعد تعديلها بموجب القانون 18-09 لأعوان مصالح حماية المستهلك وقمع الغش، القيام بالغلق الإداري للمحلات التجارية لمدة أقصاها خمسة عشر (15) يوما قابلة للتجديد، إذا ثبت عدم مراعاتها للقواعد المحددة في هذا القانون، إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير، دون الإخلال بالعقوبات الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون.

الفرع الثالث: إجراء الصلح

يعتبر الصلح إجراء جديد استحدثه المشرع بموجب قانون حماية المستهلك في المواد من 86 إلى 93 منه، ويقصد بالصلح تسوية المخالفات أو الجرائم بطريقة ودية، و يكون للأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها، وبذلك يوضع حدا للمتابعة، إلا أن المشرع اشترط لإجراء هذا الصلح شروط موضوعية و أخرى إجرائية :

أولا: الشروط الموضوعية للصلح : استنادا إلى نص المادة 87 من القانون 09-03 المعدل والمتمم، تتمثل هذه الشروط في:

- يكون الصلح في الجرائم المعاقب عليها بالغرامة فقط.
- لا يطبق الصلح في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل غرامة الصلح.

– لا يطبق الصلح في حالة العود: و يعد حالة عود في مفهوم هذا القانون قيام المتدخل بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنوات الخمس التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.¹

ثانيا: الشروط الإجرائية للصلح : تتمثل في:

– الإنذار لتسديد غرامة الصلح : يتم إنذار المخالف بدفع مبلغ الغرامة في أجل لا يتعدى 7 أيام من تاريخ تحرير المحضر.²

– دفع الغرامة : يتعين على المخالف أن يدفع مبلغ الغرامة خلال 30 يوم التي تلي تاريخ الإنذار، وفي حالة عدم استلام الإشعار في أجل 45 يوم من تاريخ الإنذار بالدفع، تبلغ المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش الجهة القضائية المختصة³ ، مع العلم أنه لا يقبل الطعن في القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح.⁴

ثالثا: آثار الصلح

طبقا للمادة 93 من القانون 09-03 تنقضي الدعوى العمومية إذا سدد المتدخل المخالف غرامة الصلح في الآجال المحددة، و قد حددت المادة 88 من نفس القانون مبلغ غرامة الصلح لكل مخالفة عدلناحو الآتي :

– انعدام سلامة المواد الغذائية المعاقب عليها في المادة 71 من القانون 09-03: خمسمائة ألف دينار(500.000 د.ج)

– انعدام النظافة و النظافة الصحية المعاقب عليها في المادة 72 من القانون 09-03: ثلاثمائة ألف دينار(300.000 د.ج)

¹ المادة 85 فقرة 2 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

² شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص 59.

³ المواد 90 و 92 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

⁴ المادة 91 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

– انعدام أمن المنتج المعاقب عليه في المادة 73 من القانون 09-03: أربعمئة ألف دينار(400.000 د.ج)

– انعدام رقابة المطابقة المسبقة المعاقب عليها في المادة 74 من القانون 09-03: أربعمئة ألف دينار (400.000 د.ج)

– انعدام الضمان أو عدم تنفيذ الضمان المعاقب عليها في المادة 75 من القانون 09-03: مائة ألف دينار(100.000 د.ج)

– عدم تجربة المنتج و المعاقب عليها في المادة 76 من القانون 09-03: مائة ألف دينار(100.000 د.ج)

– رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع المعاقب عليها في المادة 77 ق.ح.م بنسبة 10% من ثمن المنتج المقتنى.

– عدم وسم المنتج و المعاقب عليها في المادة 78 من القانون 09-03: أربعمئة ألف دينار(400.000 د.ج)

في حالة تسجيل عدة مخالفات على نفس المحضر، فإن مقدار غرامة الصلح يحدد باحتساب مجموع غرامات الصلح المستحقة لكل مخالفة، فيدفع المتدخل المخالف مبلغا إجماليا بمجموع تلك الغرامات.¹

الفرع الرابع: إجراءات المتابعة القضائية لمخالفات المتدخل

إذا ثبت أن المتدخل قد ارتكب جريمة منصوص عليها في القانون 09-03 يتم إما تسوية المتابعة وديا عن طريق إجراء الصلح معه أو متابعته قضائيا، يتم اللجوء للمتابعة القضائية في حالة عدم تسديد المتدخل المرتكب للمخالفة لمبلغ الصلح أو في حالة ارتكابه لمخالفة لا تتوافر على شروط الصلح، و ذلك من خلال:

¹ المادة 89 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

أولاً: تحريك الدعوى العمومية

يمكن للمستهلك أو جمعيات حماية المستهلكين أو الهيئات المكلفة بالرقابة تحريك الدعوى العمومية في حال ارتكاب المتدخل للإحدى الجرائم المنصوص عليها في المواد 68 و 69 و 70 و 79 و 83 و 84 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري، كما يمكن متابعة المتدخل عند ارتكابه للجرائم المنصوص عليها في المواد 71 و 72 و 73 و 74 و 75 و 76 و 77 و 78 و 80 و 81 و 82 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

ثانياً: مباشرة التحقيق

تعد الجرائم المنصوص عليها في القانون 03-09 في معظمها جنح، و التحقيق في الجرح لا يكون إلا بنص خاص، و لقد نص القانون 03-09 صراحة على جواز إجراء التحقيق في المواد 43 إلى 52 منه، طبقاً لأحكام قانون الإجراءات الجزائية.

ثالثاً: المحاكمة

إذا تثب بعد التحقيق ارتكاب المتدخل لجريمة منصوص عليها في القانون 03-09، يتم إحالة الملف من قبل وكيل الجمهورية إلى قسم الجرح على مستوى المحكمة، و إذا كانت الجريمة تمثل جنابة يتم إحالته إلى محكمة الجنايات على مستوى المجلس القضائي، و يصدر في حقه إما الحكم بالبراءة أو الإدانة.

الفرع الخامس: صور جرائم المتدخل في ظل القانون 03-09 المعدل والتمم

لقد جرم المشرع الجزائري في القانون 03-09 عدة أفعال مرتكبة من قبل المتدخل، تتمثل في:

أولاً : جريمة خداع المستهلك

نص المشرع الجزائري على هذه الجريمة بموجب المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، و يتمثل الركن المادي في جريمة خداع المستهلك في: فعل الخداع المشار إليه في

المادة 68 بقولها : "...كل من يخدع أو يحاول أن يخدع..."، و يقصد بالخداع : "تشويه الحقيقة في شأن واقعة بحيث يترتب عليه الوقوع في الغلط".

وينصب الخداع في هذه الجريمة على المنتوجات سواء كانت طبيعية أو صناعية، و يتعلق بمسائل حددتها المادة 68 حصرا تتمثل في : كمية المنتوجات المسلمة - تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقا - قابلية استعمال المنتوج - تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج - النتائج المنتظرة من المنتوج - طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج".

تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب القصد الجنائي، لذلك يشترط توافر نية الخداع لدى المتدخل وهي تتوافر بمجرد علمه بأن الوسيلة التي يتبعها من شأنها أن تؤدي إلى خداع المستهلك، مع العلم أن مجرد محاولة الخداع أو الشروع فيه يعاقب عليها المتدخل.

بالنسبة للعقوبات المقررة لهذه الجريمة، فقد أحالتها المادة 68 إلى نفس العقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، و المتمثلة في : الحبس من شهرين إلى 03 سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000 د.ج. أو بإحدى العقوبتين.¹

وتشدد العقوبة طبقا للمادة 69 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش بقولها: " ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه، إلى 05 سنوات حبسا و غرامة قدرها 500.000 د.ج.، إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة :

- الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة.
- طرق ترمي إلى التخليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتوج.
- إشارات أو ادعاءات تدليسية.
- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى."

¹ شلغوم رحيمة، المرجع السابق، ص 53.

ثانيا : جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني

تعتبر جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني جنحة معاقب عليها طبقا للمادة 431 من قانون العقوبات التي أحالت عليها المادة 70 من القانون رقم 09-03، وكعقوبة أصلية يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 دج إلى 100.000 د.ج.

و تمثل عناصر الركن المادي لجريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني في:

– تزوير منتج موجه للاستهلاك البشري أو الحيواني.

– عرض أو الوضع للبيع أو بيع منتجاً مع العلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البشري أو الحيواني.

– عرض أو الوضع للبيع أو بيع ، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني.

أما الركن المعنوي في هذه الجريمة فيتمثل في انصراف إرادة المتدخل إلى ارتكاب الأفعال السابقة عن قصد و إدراك ومع علمه أن الفعل معاقب عليه.

ثالثا : مخالفة إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها

يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد و نظافتها حتى لا تضر بصحة المستهلك، ويعد مرتكباً لمخالفة إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها، كل متدخل يقوم بمخالفة أحكام المواد من 04 إلى 07 من القانون 09-03 .

بالنسبة لعقوبة المقررة لمخالفة عدم احترام النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية فهي الغرامة ما بين 50.000 إلى 1.000.000 دج، وذلك استناداً إلى نص المادة 72 من ق 03/09 التي تعاقب على مخالفة أحكام المادة 6 و 7 من نفس القانون.

بينما تتراوح عقوبة مخالفة عدم احترام سلامة المواد الغذائية، فهي الغرامة من 200.000 إلى 500.000 دج، وذلك استنادا إلى نص المادة 71 من ق 03/09 التي تعاقب على مخالفة المادتين 4 و5 من نفس القانون.

رابعا :مخالفة إلزامية رقابة المطابقة المسبقة للمنتوجات

تتحقق مخالفة إلزامية رقابة المطابقة المسبقة للمنتوجات جنحة، عند ارتكاب المتدخل لسلوك مخالف لأحكام المادة 12، و يعاقب على هذه المخالفة بغرامة من 50.000 إلى 500.000 د.ج، وذلك استنادا إلى المادة 74 من القانون 09-03.

خامسا :مخالفة الخصائص التقنية للمنتوجات

تعد مخالفة الخصائص التقنية للمنتوجات جنحة، و تستلزم لتحقيقها عدم احترام المتدخل للخصائص التقنية للمنتوجات المنصوص عليها في المادة 11، و يعاقب على هذه المخالفة بغرامة من 500.000 إلى 1.000.000 د.ج، وذلك حسب المادة 73 مكرر من القانون 09-03.

سادسا : مخالفة إلزامية أمن المنتوجات

تقوم مخالفة إلزامية أمن المنتوج في حق كل متدخل في عملية الاستهلاك ثبت ارتكابه لأحد الأفعال المخالفة لنص المادة 10، و المعاقب عليها بغرامة قدرها من 200.000 إلى 500.000 دج، وذلك استنادا إلى نص المادة 73 من 03/09.¹

سابعا : مخالفة إلزامية الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج

تقوم مخالفة إلزامية الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج في حالة مخالفة المتدخل لقواعد الضمان المنتج المنصوص عليها في المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، و حسب نص المادة 75 من 03/09 يعاقب على هذه المخالفة بغرامة قدرها من 100.000 إلى 500.000 دج.

¹ زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 71.

ثامنا : مخالفة إلزامية تجربة المنتج

تقوم مخالفة إلزامية تجربة المنتج، في حالة إخلال المتدخل بحق المستهلك في تجربة المنتج المقتنى المنصوص عليه في المادة 15 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، و يعاقب على هذه المخالفة بغرامة قدرها من 50.000 إلى 100.000 دج، وذلك طبقا لنص المادة 76 من 03/09.

تاسعا : مخالفة إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع

طبقا لنص المادة 77 قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كل من يخالف إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من نفس القانون يعاقب بغرامة مالية تتراوح من خمسين ألف (50.000 د.ج) إلى مليون دينار (1.000.000 د.ج).

عاشرا : مخالفة إلزامية إعلام المستهلك

يشترط لقيام جريمة مخالفة إلزامية إعلام المستهلك إخلال المتدخل في تنفيذ التزامه بتبليغ المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج أو التحذير من مخاطره حسب ما هو منصوص عليه في المادتين 17 و 18، و يعاقب على هذه الجنحة بغرامة قدرها من 100.000 إلى 1.000.000 دج، حسب المادة 78 من قانون 03/09.

إحدى عشر : مخالفة حق العدول

طبقا لنص المادة 78 مكرر من القانون 03/09 تقوم هذه المخالفة في حالة مخالفة المتدخل للأحكام المتعلقة بحق العدول المنصوص عليه في المادة 19 من هذا القانون، سواء بجرمان المستهلك من استعمال حقه في العدول أو بفرض التزامات إضافية تقيد من استعماله لهذا الحق بما يخالف أحكام المادة 19 سالفه الذكر، كاشتراط دفعه لمصاريف إضافية، و يعاقب مرتكب هذه المخالفة بغرامة من 50.000 (خمسين ألف دينار) إلى 500.000 دج (خمسمائة ألف دينار).

اثني عشر : مخالفة قواعد التدابير التحفظية

تتمثل هذه الجنحة في إقدام المتدخل على بيع منتج مشمع أو مودع لضبط المطابقة أو تم سحبه مؤقتا من عملية عرضه للاستهلاك أو يخالف إجراء التوقيف للنشاط أو الغلق الإداري للمحلات التجارية، و حسب المادة 79 القانون 03/09 فانه يعاقب على هذه الجنحة كل متدخل يخالف أحد هذه التدابير الإدارية بالحبس من 06 أشهر إلى 03 سنوات و بغرامة قدرها من 500.000 إلى 2.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، و هذا دون الإخلال بالأحكام المنصوص عليها في المادة 155 ق.ع.

إضافة إلى ذلك، نصت المادة 80 من القانون 03-09 على دفع مبلغ بيع المنتجات موضوع هذه المخالفات للخزينة العمومية، و يقيم على أساس سعر البيع المطبق من طرف المخالف أو على أساس سعر السوق.¹

ثلاثة عشر : مخالفة الالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك

يجب أن تستجيب عروض القرض للاستهلاك لرغبات المستهلك المشروعة فيما يتعلق بشفافية و نزاهة العرض المسبق وطبيعته ومضمونه ومدة القرض وكذلك آجال تسديده، وفي حالة مخالفة هذه الالتزامات يعد المتدخل مرتكبا لمخالفة الالتزامات المتعلقة بعروض القرض للاستهلاك، و يعاقب على هذه الجنحة بغرامة قدرها من 500.000 إلى 1.000.000 دج، حسب المادة 81 من 03/09.

أربعة عشر: جريمة التقصير المفضي لمرض أو عجز أو وفاة المستهلك

طبقا للمادة 83 من القانون رقم 03-09 التي أحالت إلى نص المادة 432 من قانون العقوبات، يعاقب كل من يغش أو يعرض أو يضع للبيع أو يبيع منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب للالتزام بالأمن نتج عنه ضرر للمستهلك، سواء كان مرض أو عجز عن العمل، ويعاقب الجاني بالحبس من خمسة سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة مالية من 500.000 د.ج. إلى 1.000.000 د.ج.، وتمثل هذه الجريمة جنحة.

¹ زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 75.

وتشدد العقوبة في هذه الجريمة طبقا للفقرة الثانية من المادة 432 من قانون العقوبات لتأخذ وصف جنائية معاقب عليها بالسجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة وبغرامة من 1.000.000 د.ج إلى 2.000.000 د.ج.، إذا تسبب المنتج المغشوش أو الفاسد في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة، أما إذا تسببت تلك المنتوجات في موت شخص أو عدة أشخاص فتصل عقوبة الجنائية إلى السجن المؤبد.

خمسة عشر : جريمة عرقلة ممارسة مهام الرقابة

طبقا لنص المادة 84 من القانون 09-03 و التي أحالت إلى المادة 435 ق.ع، تتمثل هذه الجريمة في قيام المتدخل بعرقلة أو بأي فعل آخر من شأنه إعاقة إتمام مهام الرقابة التي يجريها الأعوان المذكورين في المادة 25 من القانون 09-03، وتعتبر هذه الجريمة جنحة يتمثل ركنها المادي في رفض تسليم الوثائق أو منع الدخول إلى المحال الصناعية أو محال التخزين أو البيع أو أية أفعال أخرى ترتكب من طرف المتدخل سواء كان صانع أو منتج أو بائع تاجر...إلخ، و تعد هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يشترط لقيامها توافر القصد الجنائي حال ارتكاب السلوك الإجرامي.¹

و يعاقب مرتكب هذه الجريمة بالحبس من شهرين إلى سنتين و بغرامة من عشرين ألف دينار(20.000 د.ج) إلى مائة ألف (100.000 د.ج)، و هذا دون الإخلال بالعقوبات المقررة في المادة 183 ق.ع و ما يليها، حيث و بالرجوع إلى تلك المواد يتضح أن جريمة العرقلة إذا اقترنت بالعنف أو التعدي تصبح جريمة عصيان، و تطبق العقوبات المنصوص عليها في المواد 184 و ما يليها.² و عليه، إذا ارتكب العصيان من طرف شخص أو شخصان، فالعقوبة المقررة هي الحبس من ثلاثة أشهر إلى سنتين و بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 د.ج) إلى مائة (100.000 د.ج) أو بإحدى هاتين العقوبتين، و إذا كان الجاني أو كلاهما مسلحا فيكون الحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات ونفس مقدار الغرامة، أما إذا كان العصيان قد وقع من طرف أكثر من شخصين فالعقوبة هي الحبس من

¹ زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 83.

² زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 83.

سنة إلى 3 سنوات و بغرامة من 20.000 د.ج إلى 100.000 د.ج.، و إذا استعملت الأسلحة من طرف هؤلاء فالعقوبة المقررة هي الحبس من سنتين إلى خمس سنوات والغرامة من 20.000 د.ج إلى 100.000 د.ج.

و تجدر الملاحظة، إلى أنه يجوز حسب المادة 85 من القانون 03-09 للقاضي الجنائي الحكم بضم الغرامات أي جمعها و ذلكفي حالة تعدد المخالفات، أما في حالة العود فتضاعف الغرامات، و يعد في حالة عود حسب نفس المادة، كل متدخل قام بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال 5 سنوات التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

الفرع السادس: العقوبات التكميلية المقررة لجرائم الاستهلاك في القانون 03-09

لقد نص القانون 03-09 على العقوبات التكميلية التالية:

أولا : المصادرة

حسب نص المادة 82 من القانون رقم 03-09، يتم مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المواد 68 - 69 - 70 - 71 - 73 - 78 من القانون 03-09، و قد اعتبر المشرع الجزائري المصادرة في مجال حماية المستهلك عقوبة تكميلية.

ثانيا : الشطب من السجل التجاري

طبقا للمادة 85 من القانون 03-09 يجوز للجهة القضائية المختصة بنظر النزاع أن تأمر بشطب السجل التجاري المخالف إذا كان في حالة عود، وهي عقوبة تكميلية جوازية يمكن للقاضي الحكم بها أو استبعادها.

المطلب الثاني : المسؤولية المدنية للمتدخل

طبقا للمادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على أنه : " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، يشمل نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك كل المعاملات أو العلاقات الاستهلاكية التي تربط بين المتدخل و المستهلك، سواء كانت عقدية - في حالة وجود عقد يربط بين المستهلك و المتدخل - أو غير عقدية.

الفرع الأول : المسؤولية العقدية للمتدخل

تنقسم المسؤولية المدنية للمتدخل إلى مسؤولية عقدية و مسؤولية تقصيرية، غير أنه في مجال حماية المستهلك فإن قيام مسؤولية المتدخل على أساس عقدي تثور بالنسبة للمتدخل البائع الذي يتعاقد مباشرة مع المستهلك، و يطبق في هذا الصدد نفس أركان قيام المسؤولية العقدية و المتمثلة في الخطأ العقدي و الضرر و العلاقة السببية بينهما.

و في إطار علاقته العقدية بالمتدخل أقر المشرع¹ للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية، حيث عرفه المشرع بأنه: " حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتج ما دون وجه سبب"، مشيراً إلى تحديد شروط وكيفيات ممارسة حق العدول وكذا آجال وقائمة المنتوجات المعنية عن طريق التنظيم.

الفرع الثاني : المسؤولية التقصيرية للمتدخل

بالنسبة للمسؤولية التقصيرية، فقد أورد المشرع الجزائري لها أحكام خاصة بموجب المادة 140 مكرر/1 من ق.م. التي تنص على أنه: " يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية"، بناء على ذلك سيتم دراسة المسؤولية التقصيرية للمنتج.

¹ - المادة 19 فقرة 2 من القانون 09-03 المعدل و المتمم بمقتضى القانون 18-09.

لقد أدرج المشرع الجزائري المادة 140 مكرر ق.م. المتعلقة بمسؤولية المنتج ضمن القسم الثالث المعنون ب: المسؤولية الناشئة عن الأشياء، بموجب القانون 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005.¹

أولا : شروط قيام مسؤولية المنتج عن الأضرار الناتجة عن منتوجاته المعيبة

من خلال نص المادة 140 مكرر ق.م. يتضح أن مسؤولية المنتج تقوم على ثلاثة شروط هي:

1- وجود منتج :عرفته المادة 140 مكرر/2 ق.م. بأنه: " كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات و الصناعة الغذائية و الصيد البري والبحري و الطاقة الكهربائية.".

2- وجود عيب في المنتج يسبب ضرر: يقصد بالعيب في المنتج الموجب للتعويض "كل نقص أو خلل في المنتج يترتب على استعماله إلحاق ضرر بصحة أو سلامة المستهلك أو مصالحه المادية أو المعنوية".

و يقتضي هذا الشرط وجود علاقة سببية بين الضرر و عيب المنتج و هذا يعني أن يكون الضرر اللاحق بالمستهلك نتيجة طبيعية لوجود العيب في المنتج بحيث يكون المتسبب في وقوعه، و يتم إثبات هذه العلاقة بكافة وسائل الإثبات.

3- وجود منتج: و هو كل شخص يتدخل في عملية الإنتاج سواء النهائي أو الجزئي أو إنتاج المواد الأولية.

بناء على هذه الشروط، يتضح أن مسؤولية المنتج مسؤولية موضوعية لا تقوم على أساس الخطأ و إنما على أساس الضرر الذي يسببه العيب في المنتج، سواء كان مادي أو معنوي.

يلزم المتضرر لحصوله على التعويض إثبات الضرر الذي أصابه و العيب في المنتج و العلاقة السببية بينهما بكافة وسائل الإثبات، و يتم التعويض طبقا للأحكام العامة في المسؤولية التقصيرية حسب المواد

¹ كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013، ص 37.

131 و 132 ق.م.، و في حالة إنعدام المسؤول عن الضرر الجسماني تتكفل الدولة بالتعويض طبقاً للمادة 140 مكرر 1 ق.م.¹

¹ كريم بن سخرية، المرجع السابق، ص 71-76.

الفصل الثاني:

آليات حماية المستهلك

في قوانين الممارسات التجارية والتجارة الالكترونية

تدخل المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم، و الذي تضمن نصوصاً قانونية خاصة بمكافحة هذه الممارسات المخالفة لمبادئ الشفافية والنزاهة و التي من شأنها المساس بحقوق المستهلك و الإضرار بها، و ذلك أسوة بنظيره الفرنسي و معظم التشريعات، رغبة منه في توفير حماية أكثر فعالية للمستهلك، تتلاءم مع هذه الظروف المستجدة في مجال العلاقات الاستهلاكية.

علاوة على ذلك، تعتبر المعاملات الإلكترونية وسيلة من الوسائل الحديثة للتجارة الإلكترونية وقد صاحبت عمليات التطور التكنولوجي والتقني، وكنتيجة لذلك أصبح المستهلك ضحية لهذه التقنيات المتطورة المستعملة في الدعاية والترويج وحتى التوزيع للسلع والخدمات، مع زيادة في حجم المخاطر والأضرار التي قد يتعرض لها المستهلكين جراء تعاملهم بهذه التقنيات المتطورة لاقتناء هذه المنتجات الحديثة، فمن جهة نجد أنه كلما زاد حجم المنتجات والسلع المتطورة زادت عيوبها وبالتالي أصبحت محفوفة بالمخاطر أثناء استعمالها واستهلاكها، ومن جهة ثانية تزايد الغش والخداع وأصبحت يشكلا تهديدا حقيقيا لحياة المستهلك.

المبحث الأول: حماية المستهلك في قانون الممارسات التجارية

يهدف مبدأ الشفافية إلى إزاحة كل غموض على النشاطات الاقتصادية، ومن أجل تحقيق الحماية اللازمة للمستهلك فرض المشرع على الأعوان الاقتصاديين التزامات يتوجب عليهم التقيد بها، وتمثل أول هذه الالتزامات في التزام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بالمعلومات الأساسية عن السلع والخدمات في مقدمتها الإعلام بالسعر وكذا شروط البيع وحدود المسؤولية المتوقعة، وثاني هذه الالتزامات الالتزام بتقديم الفاتورة للمستهلك في حال طلبها مع إجبارية تقديمها في التعاملات بين الأعوان الاقتصاديين.

المطلب الأول: حماية المستهلك من الممارسات المخلة بالشفافية

حاول المشرع بموجب القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم، تنظيم المعاملات التجارية من خلال فرض مجموعة من الأعباء أو الالتزامات على الأعوان

الاقتصاديين حماية للزبائن من جشعهم وطمعهم وهي الحماية التي برزت من وجهين الأول نص على مراعاة مصلحة المستهلك قبل التعاقد وذلك من خلال إلزام الأعوان الاقتصاديين بضرورة إعلامهم بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع أما الثاني فيكون بهذا إتمام العملية التعاقدية بهذه الالتزامات ترتب على عاتقهم من خلال الممارسات التجارية ماسة بشفافية الممارسات التجارية.¹

لذلك سيتم التطرق إلى هذه الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالإخلال بالالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع ثم إلى الممارسات غير المشروعة المتعلقة بالإخلال بالالتزام بتسليم فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها.

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع

نص المشرع بموجب المادة 4 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على أنه: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع".

ما يلاحظ على هذه المادة أن المشرع قد جاء بمفهوم عام للطرف الذي يجب أن توجه له سعر السلع والخدمات وشروط، الأمر الذي يحتمل أن يشمل كل من المستهلك والعميل الاقتصادي.

يعتبر إعلام المستهلك من الحقوق الأساسية له، التي تسمح له بالاختيار بين السلع والخدمات، التي تستجيب لحاجاته وبرغبته والاطلاع على الخصائص الأساسية للمنتجات والأسعار وشروط البيع، وبفضل إعلام البائع للمستهلك يتخذ هذا الأخير قراراته عن علم ودراية ويرشد استهلاكه مما يعود بالمنفعة عليه وعلى السوق وذلك بالقضاء على السلع والخدمات ذات النوعية الرديئة.²

¹ المواد من 4 إلى 13 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

² محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010، ص. 81.

ولتحديد مضمون الالتزام بالإعلام والأسعار والتعريفات وشروط البيع في مواجهة المستهلكين، سيتم التطرق إلى عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات ثم إلى عدم الإعلام بشروط البيع.¹

1- الإعلام بالأسعار والتعريفات: ألزم المشرع العون الاقتصادي بموجب المواد من 4 إلى 7 من

القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات، وذلك حتى يكون على علم بها. دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات ومن ثم يكون حر في التعاقد من عدمه كما أنه يجب البائعين ومقدمي الخدمات من ممارسة التمييز والتفضيل بين المستهلكين.

ويتحقق إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات بعدة وسائل، حيث نص المشرع في المادة 5 من القانون 04-02 على أنه: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، كما يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة ". وعليه يتبين أن إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات يكون أساسا بواسطة وضع علامات أو وسم أو معلقات .

يكون إعلام المستهلك بأسعارها عن طريق وضع علامات على جميع المنتجات والسلع الموجهة للبيع بالتفصيل، المعروضة لنظر الجمهور مهما كان مكان وجودها في واجهة المحل أو على منضدة البائع أو داخل المؤسسة ويجب وضع العلامة الحاملة للسعر على السلعة نفسها أو بالقرب منها ويجب أن تكون سهلة القراءة سواء كانت السلعة المعروضة خارج أو داخل المؤسسة وذلك حسب مكان عرض السلع.²

كما يكون هذا الإعلام بوضع المعلقة في الأماكن التي تقدم تلك الخدمات بحيث يسهل الإطلاع عليه من طرف الجمهور، ويجب أن يحتوي الأسعار المعلقة على جميع الرسوم الواجب دفعها لكل خدمة

¹ المواد من 04 إلى 13 من القانون 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

² محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 81.

مفتوحة ويجب أن يبين الإعلام بالأسعار مهما كانت الوسيلة المستخدمة لعملاء أو أية وسيلة أخرى، المبلغ الإجمالي الذي يقدمه المستهلك مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة.

ويجب أن يكون السعر المعلن عن محتويات التكاليف الإضافية المحتملة التي يتحملها المستهلك إن وجدت مثال مبلغ نفقات تسليم أو إرسال السلعة ويهدف هذا الإعلام هنا إلى تجنب مفاجأة المستهلك بالمصاريف التي يدفعها في مقابل اقتناء المنتج أو الاستفادة من الخدمات المعروضة.¹

2- الالتزام بالإعلام بشروط البيع:

تعتبر شروط البيع أساساً جوهرياً لانطلاق المفاوضات بين البائع والمشتري وذلك لإبرام العقد، لذلك فرض المشرع بموجب القانون 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، العون الاقتصادي إعلام المستهلك ببعض المعلومات النزينة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة، كما فرض عليه إطلاع المستهلك على شروط البيع أو تقديم الخدمة.

فبالنسبة لتقديم معلومات نزينة تتعلق بمميزات المنتج أو الخدمة لمستهلك، فقد نص المشرع على أنه: "يلزم البائع قبل اختتام البيع بإخبار المستهلك، بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزينة والهادفة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة.

أما فيما يخص إخبار المستهلك بشروط البيع، فقد نص المشرع أيضاً أن البائع ملزم بإخبار المستهلك ب: "شروط البيع الممارس و كذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"²

3- أهمية الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع :

يمكن إجمال أهمية الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع في الأسباب التالية:

- حماية هذا الزبون من التلاعب بالأسعار حتى لا يلجأ هذا الأخير بدوره إلى رفع الأسعار عند تعامله مع المستهلك نظراً لارتفاع أسعار تكلفة الإنتاج أو التوزيع.

¹ محمد الشريف كتو، مرجع سابق، ص 82.

² 1 المواد 4 و 8 من القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

- الأمر الثاني يكمن في أنه بعض الأحيان التعامل الذي يرمه عون اقتصادي مع غير من الأعوان خارج نشاطه الاعتيادي أو بتصرف لغايات شخصية يجعله مستهلكا في مواجهة البائع وأنه يتمتع بالحماية المقررة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش خاصة مع الوقت الذي تبناه المشرع الجزائري للمفهوم الضيق للمستهلك.¹

4- مدى إلزامية البائع وثيقة شروط البيع:

قد يطرح تساؤل حول معرفة ما إذا كان القانون يلزم الأعوان الاقتصاديين، بإعداد شروط البيع وتحضيرها مسبقا، لتقديمها إلى المشتري عند طلبها أم لا يلزم بذلك وبعبارة أخرى هل الالتزام بالإعلام بالجدول وشروط البيع لا يكون إجباريا إلا بالنسبة للأعوان والمؤسسات تكون قد أعدتها مسبقا؟ إن المادة الرابعة من القانون 04 - 02 التي تنص على أن: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بالأسعار وشروط البيع"، ولهذا فهي تلزم البائع أو مقدم مسبقا بهذا الاعلام.

والواقع أنه لو طلبت مؤسسة تسليمها وثيقة شروط البيع، فإن المؤسسة البائعة لا يمكنها تبرير عدم إعلام المؤسسة المشتري بهذه الشروط، على أساس عدم امتلاكها للوثيقة التي تتضمنها أو عدم إعدادها وتحضيرها لها، ولهذا فإن شروط البيع يجب أن تحضر وأن تعد مسبقا، وبمجرد طلبها تقدم إلى المؤسسة الطالبة لها.

الفرع الثاني: الالتزام بتسليم فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها

لقد عرف مفهوم الفاتورة تطورا ملحوظا فبعد أن كانت في فترة سابقة وسيلة لمراقبة الأسعار في السوق تحولت إلى أداة لمكافحة الغش الضريبي وعاملا في تعزيز حرية المنافسة ونزاهة وشفافية الممارسات التجارية.

ألزم المشرع الجزائري الأعوان الاقتصاديين بالتعامل بالفاتورة وهذا بغية تنظيم المعاملات التجارية وكذا مكافحة جرائم أخرى كجريمة الغش الضريبي بحيث تعتبر مصدر حيوي للإدارة الجبائية لمعرفة مركزها

¹ أرزقي زويير، المرجع السابق، ص 57.

المالي، لذا ألزم المشرع أن يكون كل بيع سلع أو تأدية الخدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها يلتزم البائع بتسليمها أو يطلبها المشتري¹.

1- الالتزام بتسليم الفاتورة للمستهلك :

نصت الفقرة الثالثة من المادة 10 على أنه يجب أن يكون بيع السلع وتأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون.

إن توفير الفاتورة أو ما يقوم مقامها المستهلك إعلام ما بعد التعاقد، يسمح له بإثبات حقوقه اتجاه البائع أو مقدم الخدمة لاسيما فيما يتعلق بحق ضمان السلع و أداء الخدمة.²

أ- بيانات الفاتورة :

أوجب المشرع على أن تحتوي الفاتورة على البيانات الإلزامية التالية:

أ-1- بيانات تتعلق بالبائع:

-اسم الشخص الطبيعي ولقبه.

-تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

-العنوان ورقما الهاتف والفاكس، وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء.

-الشكل القانوني للعون الاقتصادي، وطبيعة نشاطه.

-رأسمال الشركة عند اقتضاء.

-رقم السجل التجاري.

-رقم التعريف الإحصائي.

¹ المادة 10 من القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل و المتمم.

² محمد الشريف كنو، المرجع السابق، ص 90-91.

-طريقة الدفع، وتاريخ تسديد الفاتورة.

-طريقة تحرير الفاتورة، ورقم تسلسلها.

-تسمية السلعة المباعة و كميتها و/أو تأدية الخدمات المنجزة.

-السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة.

-طبيعة الرسوم و/أو الحقوق و/أو المساهمات، ونسبها المستحق.

-حسب طبيعة السلع المباعة و/أو تأدية الخدمات المنجزة وال يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا

كان المشتري معفى منه.

-السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم محرر بالأرقام والأحرف.

أ-2- بيانات تتعلق بالمشتري:

-اسم الشخص الطبيعي ولقبه.

-تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

-الشكل القانوني للعون الاقتصادي، وطبيعة النشاط.

-العنوان ورقما الهاتف والفاكس، وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء

-رقم السجل التجاري.

-رقم التعريف الإحصائي.

كما أوجب المشرع أيضا على أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان

مستهلكا.

ب- بدائل الفاتورة: أحيانا يمكن أن تحل بعض الوثائق التجارية محل الفاتورة حددها القانون، و

أهم هذه الوثائق بالنسبة للمستهلك هي وصل للصندوق¹.

¹ المادة 10 فقرة 4 من القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

المطلب الثاني: الممارسات المخلة بالنزاهة

نص المشرع في الفصل الثاني من الباب الثالث من قانون 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على ممارسة أسعار غير شرعية، في حين نص في الفصل الثالث منه على الممارسات التجارية التدليسية لذا سيتم دراسة ممارسة أسعار غير شرعية، ثم الممارسات التجارية التدليسية.

الفرع الأول: ممارسة أسعار غير شرعية

نص المشرع على هذا النوع من الممارسات تجارية غير المشروعة والمتمثل في ممارسة أسعار غير شرعية بموجب المادتين 22 و 23 من القانون رقم 04 - 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم سواء تم ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

1- تطبيق أسعار غير شرعية بطريقة مباشرة :

نص المشرع بموجب المادة 22 من القانون 04 - 02 على أنه: يجب على كل عون اقتصادي في مفهوم هذا القانون تطبيق هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصادق عليها للتشريع والتنظيم المعمول بها.

سبق القول أن قانون المنافسة نص على حرية تحديد السعر وفقا لقانون العرض والطلب كما نصت المادة 4 من الأمر رقم 03 - 03 بالمنافسة على ذلك تحديد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة. والمفروض أن حرية الأسعار في اقتصاد السوق هي القاعدة أما تحديدها فهو الاستثناء حيث هناك بعض السلع والخدمات، تكون أسعارها أو هوامش الربح محددة من قبل الأجهزة الحكومية أو تكون مسقفة أو مصادقا عليها.

ونظرا لاعتبارات كثيرة من أهمها القضاء على كل أشكال المضاربة التي تسبب في الارتفاع المفرط، وغير المبرر لأسعار السلع والخدمات. فالأسعار المحددة لا يمكن مخالفتها بالرفع من مستواها أو الخفض منها من طرف الأعوان الاقتصاديين لما في ذلك من ضرر بالمنافسين والمستهلكين والاقتصاد بشكل عام.

2- المخالفات الملحقة بأسعار غير شرعية بطريقة غير مباشرة:

نص المشرع بموجب القانون 04-02 على مجموعة من الممارسات، واعتبرتها ممارسة لأسعار غير شرعية، رغم أنها لا تنصب مباشرة على رفع الأسعار أو خفضها وإنما تنصب على استعمال حيل تؤدي إلى التأثير على السعر المقنن.

تمنع الممارسات التي ترمي لاسيما إلى:

– القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة.

– إخفاء الزيادات غير الشرعية في الأسعار.

– عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات المعنية، عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول به.

– تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع¹.

الفرع الثاني: الممارسات التجارية التدليسية

تعتبر الممارسات تدليسية حسب المادة 24 من القانون 04-02 تلك الممارسات التي ترمي إلى:

– دفع واستلام فوارق مخفية القيمة.

– تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة، وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات

– إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية التجارية.

كما تعتبر ممارسات تجارية تدليسية أيضا حسب المادة 25 من القانون نفسه:

¹ محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 108 – 109.

- حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية.
- مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.
- مخزون من المنتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.

الفرع الثالث: الممارسات التجارية غير النزهاء

يحتل المستهلك مكانة متميزة في السوق من خلال مساهمته في توجيه النشاط الاقتصادي، و ذلك لأن عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك التي يقوم بها العون الاقتصادي¹ لا تتم إلا بناء على دراسة طلبات هذا المستهلك، لذا فهو يعتبر أهم عنصر من عناصر السوق.²

يهدف المستهلك من وراء اقتنائه للسلع و الخدمات المعروضة للاستهلاك حصوله على أقصى فائدة منها تلبيةً لرغباته المشروعة و دون المساس بسلامته و مصالحه الاقتصادية، وحتى يتسنى للمستهلك تحقيق ذلك لا بد من حمايته كطرف ضعيف في معاملاته الاستهلاكية مع العون الاقتصادي لضمان حصوله على حقوقه، و كذا الحفاظ على نزاهة الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين، لأن المستهلك يمثل الطرف المستهدف من هذه الممارسات.

تعدّ المنافسة المشروعة الركيزة الأساسية في نظام الاقتصاد الحر، و ذلك لأن تطور الاقتصاد و تنميته يقتضي توفير بيئة اقتصادية مبنية على النزاهة، الأمر الذي يساهم في تحقيق منافسة شريفة و مشروعة بين الأعوان الاقتصاديين، و هذا ما سعى المشرع الجزائري إلى تحقيقه بموجب القانون رقم 04-

¹ - لقد كان المشرع الجزائري يستعمل عبارة المحترف في القانون رقم 89-02 المتعلق بحماية المستهلك - الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش- و كذا في مراسيمه التطبيقية التي لازالت سارية المفعول، ثم استعمل مصطلح العون الاقتصادي في القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، غير أنه عدل عن ذلك في القانون رقم 09-03 المذكور أعلاه و استخدم عبارة المتدخل.

² - آمال بوهنتالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الثامن، جانفي 2016، ص. 94 و 102.

02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹ و القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

لقد حاول المشرع الجزائري بموجب هذا القانون التصدي إلى الآثار السلبية للمنافسة غير المشروعة² من خلال إقراره لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية الذي يعتبر أهم ضمانة قانونية تساهم في مكافحة انتشار الممارسات التجارية غير النزيهة، بحيث يضمن من جهة منافسة شريفة بين الأعوان الاقتصاديين، و من جهة أخرى يكفل للمستهلك حرية إرادته في اختيار أفضل السلع و الخدمات وفقا لقدراته الشرائية، بمنأى عن تلاعب الأعوان الاقتصاديين، و من ثم الحيلولة دون وقوعه ضحية التضليل أو الخداع.³

لم يتعرض المشرع الجزائري لتعريف المنافسة المشروعة في القانون 04-02 سالف الذكر، لكن بالرجوع لمضمون المادة 26 منه يستخلص أن المنافسة غير المشروعة تشمل كل مخالفة للأعراف التجارية⁴ النظيفة و الشريفة، و التي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين⁵، و عليه يشترط لوصف أية ممارسة بأنها غير نزيهة توافر شرطين:

الشرط الأول: قيام عون اقتصادي بممارسة مخالفة للأعراف التجارية النظيفة و الشريفة.

الشرط الثاني: حصول تعدي على مصالح عون اقتصادي آخر أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين

مترتب عن هذه الممارسة.

¹ - المادة الأولى من القانون 04-02 المذكور أعلاه: " يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين و بين هؤلاء و المستهلكين. و كذا حماية المستهلك و إعلامه".

² - يطلق المشرع الجزائري في ظل أحكام القانون 04-02 سالف الذكر على أفعال المنافسة غير المشروعة عبارة "الممارسات التجارية غير النزيهة" و قد أدرجها ضمن الفصل الرابع من الباب الثالث من هذا القانون، بعنوان "نزاهة الممارسات التجارية".

³ - كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص. 04.

⁴ - يقصد بالأعراف التجارية جميع القواعد التي اضطرت و استقرت عليها المعاملات التجارية و ساد الاعتقاد بالزاميتها و ضرورة الخضوع لأحكامها، على أن تكون هذه الأعراف نزيهة و غير مخالفة للقانون طبقا لتدرج مصادر القانون التجاري.

⁵ - آمال بوهنتالة، المرجع السابق، ص. 104.

و من هنا يمكن القول، أن مجرد مخالفة العون الاقتصادي للأعراف التجارية النظيفة و الشريفة لا يكفي لاعتبار الممارسة غير نزيهة، إلا إذا نتج عن هذه المخالفة اعتداء على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين، وذلك بغض النظر عن وقوع أضرار تمس بهذه المصالح.

بناء على ذلك، يتضح أن المشرع قد أورد في نص المادة 26 من القانون 04-02 حظر قانوني عام يشمل في تطبيقه جميع صور الممارسات التجارية التي يتوافر فيها الشرطين اللازمين لوصفها بغير النزيهة، فضلا عن ذلك وسع المشرع من نطاق الحماية المقررة في هذه المادة بحيث لا تقتصر على العون الاقتصادي المنافس فحسب بل تمتد لتشمل حتى المستهلك والنظام الاقتصادي بوجه عام، و يظهر ذلك من خلال منع المشرع الاعتداء على مصالح أعوان اقتصاديين المنافسين، لأن هذا الاعتداء يمثل في الوقت ذاته اعتداء على مصالح المستهلك أيضا.

علاوة على هذا المنع العام، حظر المشرع أهم أنواع الممارسات التجارية غير النزيهة، التي يعتدي من خلالها عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر منافس له، من خلال تجريمها بمقتضى المادتين 27 و 28 من القانون 04-02.

بالرجوع لأحكام المادة 27 من القانون 04-02 يلاحظ أنها قد أوردت ثمانية صور من الممارسات غير النزيهة و التي تشكل أفعال غير مشروعة يسأل عنها العون الاقتصادي المنافس، و يمكن تصنيف هذه الممارسات إلى: الممارسات المؤدية لإحداث الخلط أو اللبس مع منتجات المنافس و زرع الشكوك في ذهن المستهلك، و الممارسات التي تهدف إلى تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس والتقليل من حجم منتوجاته أو قيمتها، و كذا الممارسات التي ترمي إلى إحداث الاضطراب في المشروع المنافس أو السوق، أما المادة 28 من ذات القانون فقد أضافت ممارسة أخرى غير نزيهة تتمثل في الإشهار التضليلي.¹

أولا: حماية المستهلك من جرائم التقليد

¹ - دغيش أحمد، المنافسة التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 2، العدد 1، 2016، ص. 04.

تعتبر جرائم التقليد من أخطر الممارسات التجارية غير النزيهة التي تمثل اعتداء على مصالح العون الاقتصادي المنافس، و على أمن و سلامة المستهلك و مصالحه في ذات الوقت، و لحماية المستهلك من هذه الجرائم لاسيما في ظل التطور التقني و التكنولوجي الذي ساهم في انتشارها، اهتم المشرع الجزائري بوضع أطر قانونية لهذه الممارسات غير النزيهة لتجنب ما يترتب عنها من تضليل للمستهلك و إثارة اللبس و الخلط في ذهنه، و تتمثل هذه الجرائم في تقليد العلامات أو المنتوجات أو الخدمات أو الإشهار التجاري.

تجب الملاحظة إلى أنه بالرغم من عدم تطرق المشرع الجزائري لتعريف التقليد في القانون 04-02 المذكور أعلاه، لكنه في المقابل حدد معياراً يستند عليه في تقدير وجود التقليد من عدمه، و المتمثل في: معيار خلق الإلتباس وتضليل المستهلك.

يقصد بهذا المعيار أن يترتب عن التقليد تشابه بين الشيء المقلد و الأصلي، و تكون العبرة بالتشابه الذي يؤدي إلى خلق الإلتباس وتضليل المستهلك، من خلال زرع الشكوك و الأوهام التي من شأنها إثارة اللبس و الخلط في ذهن المستهلك.

أما بالنسبة للمعيار المتبع في تحديد الشخص محل اللبس و التضليل الذي يمارس عملية الاقتناء فهو: معيار المستهلك العادي أي متوسط الحرص الذي يتنافس الأعوان الاقتصاديين لجذب انتباهه في سوق معينة، بحيث يؤدي التقليد إلى عدم تمكينه من إجراء عملية مقارنة دقيقة تجعله يكشف ويميز بين الشيء الأصلي و المقلد، بمعنى آخر عدم وجود أوجه تشابه واضحة بينهما في نظر هذا المستهلك، أما إذا كانت كذلك، فلا وجود للتقليد.¹

فيما يخص طرق التقليد لم يبيّن المشرع الجزائري الأفعال التي يمكن اعتبارها تقليداً سواء للعلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو لمنتجاته أو لخدماته أو لإشهاره التجاري، على الرغم من أن التقليد يعد أحد الاعتداءات التي يقوم بها بعض الأعوان الاقتصاديين خرقاً للحقوق التي يتمتع بها صاحب

¹ - صالحة العمري، صور المنافسة غير المشروعة وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية و إطارها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية و السياسية، العدد 17، جانفي 2018، ص.305.

العلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار التجاري الأصلي، و عموماً، يمكن أن يتمثل التقليد في استعمال عناصر مطابقة أو مشابهة للعلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار التجاري الأصلي، و ذلك من خلال التقليد بالنقل¹ و التقليد بالتشبيه².

ثانياً: حماية المستهلك من الإشهار التضليلي

عرف المشرع الجزائري الإشهار بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات، مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"³، و بمقتضى هذا التعريف يكون المشرع قد تبنى مدلول واسع للإشهار و ذلك من حيث عدم حصره للوسائل المستخدمة للإعلان عن السلع و الخدمات، و كذا من حيث عدم الإشارة إلى أطراف العملية الاشهارية (المعلن و الوكالة الاشهارية)، و لا إلى الطرف المتلقي له (مستهلك أو عون اقتصادي).

و عموماً، يمكن تعريف الإشهار التجاري في مجال حماية المستهلك بأنه: "كل إعلان عن السلع و الخدمات يهدف من خلاله المعلن إلى تعريف المستهلك بها، و جذب انتباهه إليها و التأثير على إرادته لحثه على التعاقد عليها، و ذلك باستعمال أية وسيلة من الوسائل الإشهارية"⁴.

ضماناً لمشروعية الإشهارات التجارية، منع المشرع الجزائري على العون الاقتصادي المعلن عرض إشهار تضليلي بموجب المادة 28 من القانون 04-02 و اعتبرها ممارسات غير نزيهة تؤدي إلى تضليل المستهلك.

1 - يتم التقليد في هذه الحالة عن طريق نقل عناصر العلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار التجاري الأصلي نقلاً مطابقاً بشكل كلي، بحيث يكاد تكون هذه العلامة أو المنتج أو الخدمة أو الإشهار المقلد مطابقاً كلية للأصلي، أو بشكل جزئي متى بلغت الاستعارة حد نقل الأجزاء الرئيسية حرفية منه، أو العناصر الأساسية المميزة له، أو بإدخال تعديلات عليه بصورة تؤدي إلى الخداع و التضليل و وقوعه في الخطأ.

2 - يقصد بالتقليد بالتشبيه تقديم علامة أو منتج أو خدمة أو إشهار مشابه بصورة تقريبية للعلامة أو للمنتج أو للخدمة أو للإشهار الأصلي من أجل خداع المستهلكين، بحيث يبلغ التشابه درجة كبيرة لا يعقل معها أن يكون مجرد مصادفة، مما يؤدي إلى خلق التباس لدى المستهلك.

3- المادة 3 الفقرة 3 من القانون 04-02 المذكور آنفاً.

4- سويلم فضيلة، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال المقارن، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2016-2017، ص. 18.

الإشهار التضليلي هو ذلك الإشهار الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، مما يوقعه في غلط، من خلال دفعه للتعاقد على سلعة أو خدمة يكتشف فيما بعد أنها على غير ما عرفه الإشهار عنها، و الإشهار التضليلي بهذا المعنى قد يصاغ في عبارات خادعة تعطي انطباعاً مغايراً للحقيقة، بشكل يعرض المستهلك إلى التضليل، سواء كانت المعلومات التي يتضمنها صادقة أو كاذبة¹، و في هذه الحالة يكون في صورة أفعال إيجابية تتمثل في إعطاء معلومات مضللة، كما قد يتم التضليل في صورة أفعال سلبية تكمن في إخفاء أو كتمان المعلومات اللازمة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها في الإشهار.

بناء على ذلك، يمكن تعريف الإشهار التضليلي بأنه: " كل إشهار يتعلق بسلعة أو خدمة يتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاءً كاذباً أو مصاغ بعبارات من شأنها أن تؤدي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلى خداع أو تضليل المستهلك، بهدف حثه على التعاقد على السلعة و الخدمة المعلن عنها"².

بالنسبة لصور الأفعال التضليلية فقد ذكرت المادة 28 من القانون 04-02، مجموعة من الأفعال الايجابية فقط و ذلك على سبيل المثال، و تتمثل في:

- كل التصريحات، أو البيانات أو التشكيلات التي يمكن أن تؤدي إلى التضليل، بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته.
- كل العناصر التي يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطاته.
- كل ما يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كان من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

¹ - عيسى حداد، حماية المستهلك وفقاً لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، أبريل 2017، ص. 330.

² - علي محمد جعفر، المرجع السابق، ص. 56.

في الواقع، تعد هذه المادة المذكورة أعلاه عاجزة عن بيان أهم صور و أساليب التضليل الاشهاري حيث اقتصر على ذكر ثلاث صور فقط، في حين أن هذه الأفعال التضليلية متنوعة و متعددة، و عليه قد يقع التضليل في الإشهار التجاري على عنصر أو أكثر من عناصر داخلية تتعلق بذاتية السلعة أو الخدمة المعلن عنها سواء تعلق بوجودها، طبيعتها، أصلها، خصائصها، فعاليتها، مكوناتها، جودتها، طريقة و تاريخ صنعها، كيفية استعمالها... إلخ، أو بالإشارات المميزة كالعلامة التجارية أو الاسم التجاري أو أية شارة مميزة أخرى، بحيث يكون من شأن هذا التضليل دفع المستهلك إلى الإقبال على تلك السلع أو الخدمات، و التي ما كان ليقبل عليها أصلاً لولا هذا الخداع، أو كان يمكن أن يقبل عليها، ولكن وفقاً لشروط مختلفة.

كما قد ينصب التضليل أيضاً على عنصر أو أكثر من العناصر الخارجية التي لا تدخل في تكوين السلعة أو الخدمة، لكنها تدخل في تكوين قناعة المستهلك لاتخاذ قرار الاقتناء من عدمه، و تتمثل في التضليل المتعلق بشروط البيع أو تقديم الخدمة كالسعر و طريقة الوفاء و التسليم و الضمان و الخدمة ما بعد البيع و غيرها ، و بالتضليل المتعلق بطرق البيع الترويجية كالبيع بالمكافأة، البيع الترويجي، البيع بالتخفيض... إلخ، و كذا التضليل المتعلق بالتزامات المعلن أو حقوق المستهلك.¹

تجب الملاحظة إلى أن المشرع قد نص على طائفة من البيوع المشروعة التي يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديون لتصريف و بيع سلعهم في فترات معينة، باستعمال بعض الأساليب و التقنيات غير العادية لجذب و إغراء المستهلكين، مقابل تقديم بعض المزايا لهم، و تتمثل هذه البيوع حسب نص المادة 21 من القانون 02-04 المذكور أعلاه في : البيع الترويجي، البيع بالتخفيض، البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، البيع في حالة تصفية المخزونات، البيع عند المعامل، بالإضافة إلى البيع بالحصصة الوارد ذكره في المادة 17 من نفس القانون.

في الواقع قد يترتب على هذه البيوع آثار سلبية ضارة بحقوق المستهلكين، الأمر الذي استدعى التدخل لمراقبتها بغية مكافحتها أو على الأقل التخفيف من آثارها، نتيجة لذلك أخضع المشرع الجزائري

¹ - سويلم فضيلة، المرجع السابق، ص. 308.

هذه البيوع للتنظيم¹، و تطبيقا لنص المادة 21 من القانون 04-02، تم إصدار المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المنظم لهذه البيوع الذي يحدد الشروط و كفاءات ممارستها، و الجزء المترتب عن مخالفة هذه الأحكام.²

بالرغم من أن المشرع الجزائري نص على هذه البيوع ضمن الممارسات التجارية غير الشرعية، لكنه لم يمنعها صراحة في المادة 21، و بذلك يتضح أن هذه البيوع لا تعتبر في حد ذاتها ممارسات غير شرعية، إلا إذا لم يحترم فيها العون الاقتصادي الشروط القانونية اللازمة المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المذكور أعلاه.

في مقابل ذلك، حرص المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المذكور أعلاه على حظر الاشهارات التضليلية التي تعرض بمناسبة هذه البيوع، بموجب المادة 28 منه التي أحالت إلى تطبيق العقوبة المقررة لهذه الاشهارات، بقولها: "كل إشهار يقوم به عون اقتصادي يمارس البيع بالتخفيض و البيع الترويجي و البيع في حالة تصفية المخزونات و البيع عند المعامل و البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، يكون مضمونه تضليليا يشكل ممارسة تجارية غير نزيهة و يعاقب عليها طبقا لأحكام المادة 38 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 و المذكور أعلاه".

الفرع الرابع: الممارسات التعاقدية التعسفية

حددت المادة 29 من القانون 04-02 البنود والشروط التي تعتبر تعسفية في العقود المبرمة بين المستهلك والبائع وهي كما يلي:

تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود المبرمة بين المستهلك والبائع لا سيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

- أخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك،

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 جوان 2006، يحدد شروط و كفاءات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع الترويجي و البيع في حالة تصفية المخزونات و البيع عند مخازن المعامل و البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ج.ر. 21 جوان 2006، العدد 41، ص. 05 - 09.

² - محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص. 103 - 104.

- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد
- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة
المستهلك،

- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية
التجارية للشروط التعاقدية

- التزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها،

- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته.

- التفرد بتغيير أجال تسليم منتج أو أجال تنفيذ خدمة

- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير
متكافئة.

و قد أقرت المادة 38 من القانون 04-02، بأن الممارسات التجارية التعسفية تعتبر مخالفة
للأحكام المادة 29 السالفة الذكر، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار جزائري (50.000
دج) إلى خمسة ملايين دينار جزائري (5.000.000 دج)

كما حددت المادة 05 من المرسوم التنفيذي 06-306 البنود التي تعتبر تعسفية والتي يقوم من
خلالها العون الاقتصادي بما يلي:

- تقليص العناصر الأساسية للعقود

- الاحتفاظ بحق تعديل العقد أو فسخه بصفة منفردة، بدون تعويض المستهلك

- عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ، إلا بمقابل دفع تعويض

- التخلي عن مسؤولياته بصفة منفردة، بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو

الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته،

– النص في حالة الخلاف مع المستهلك على تخلي هذا الأخير (المستهلك) عن اللجوء إلى أية وسيلة طعن ضده

– فرض بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد،

– الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من طرف المستهلك في حالة ما إذا امتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في التعويض في حالة ما إذا تخلى العون الاقتصادي هو بنفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه

– تحديد مبلغ التعويض الواجب دفعه من طرف المستهلك الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته، دون أن يحدد مقابل ذلك تعويضا يدفعه العون الاقتصادي الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته

– فرض واجبات أخرى غير مبررة على المستهلك الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب المستحقة بغرض التنفيذ الإجباري للعقد دون أن يمنحه نفس الحق.

– يعفي نفسه من الواجبات المترتبة عن ممارسة نشاطه

– يحمل المستهلك عبء الواجبات التي تعتبر من مسؤوليته.

و بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه الجوهرية كذلك ولغرض منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-306 والذي حدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، وقد أنشأت بصدد هذا المرسوم لجنة ذات طابع استشاري لدى الوزير المكلف بالتجارة تسمى لجنة البنود التعسفية.

حدد المشرع الجزائري النظام القانوني للجنة البنود التعسفية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 03 فيفري 2008 و الذي بموجبه تم تعديل تشكيلة لجنة البنود التعسفية، حيث تنشأ هذه الأخيرة لدى الوزير المكلف بالتجارة و هي ذات طابع استشاري، ويتمثل دورها في البحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين عن البنود التعسفية، وتقدم توصيات لوزير التجارة الذي يقوم بإدراج هذه الشروط التعسفية في إطار مراسيم تنفيذية، وبذلك تظهر أهمية الدور الذي تلعبه لجنة البنود التعسفية التي تهدف إلى تحقيق التوازن العقدي.

تتكون اللجنة من خمسة (5) أعضاء دائمين وخمسة (5) أعضاء مستخلفين يتوزعون كما يأتي:

ممثلان (2) عن الوزير المكلف بالتجارة مختصان في مجال الممارسات التجارية، ممثلان (2) عن وزير العدل حافظ الأختام مختصان في قانون العقود، ممثلان (2) عن مجلس المنافسة، متعاملان اقتصاديان (2) يمثلان الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود ممثلان (2) عن جمعيات حماية المستهلك مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود . يمكن اللجنة الاستعانة بأي شخص آخر بوسعه أن يفيدها في أعمالها.

علاوة على ذلك، حددت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 العناصر الأساسية التي

يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك كما يلي:

- خصوصيات السلع و/أو الخدمات وطبيعتها،
- الأسعار والتعريفات
- كفاءات الدفع
- شروط التسليم وأجاله
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم كفاءات الضمان ومطابقة السلع و/أو الخدمات
- شروط تعديل البنود التعاقدية
- شروط تسوية النزاعات
- إجراءات فسخ العقد.

المبحث الثاني: حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية

تظهر أهمية حماية المستهلك الإلكتروني¹ كونه الطرف الضعيف والأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث أصبح مقيد ورهينة لشروط المورد الإلكتروني² الذي يعتبر الطرف المسيطر والمذعن عند تعاقدته إلكترونيا من أجل شراء سلعة أو تلقي خدمة معينة بحاجة ماسة إليها، لذا وجب

¹ - المادة 06 الفقرة 03 من القانون رقم 18-05 تعرف المستهلك الإلكتروني على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقطن

بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي."

² - المادة 04/06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية تعرف المورد الإلكتروني على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع والخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية."

توفير له حماية سواء إن كانت هذه الحماية مدينة أو جزائية أو كلاهما معا، بحيث تكمن أهمية حماية المستهلك الإلكتروني من خطر اختلال التوازن في العلاقة التعاقدية في ضمان مصلحته في العقد الإلكتروني مع ضمان قيام مسؤولية المورد الإلكتروني في حالة إخلاله لأحد التزاماته اتجاه المستهلك الإلكتروني أو تقصيره فيها.

علاوة على ذلك، تثير المعاملات الإلكترونية مسألة أمن المستهلك، فقد تتطلب المعاملة أن يقدم المستهلك معلوماته الشخصية، مما يعرضه لخطر إساءة استعمالها من طرف المورد أو الغير، وهو ما يمثل انتهاك لخصوصية المستهلك وتهديدا لمصلحته المادية والمعنوية، ومن هنا بدت الحاجة لوضع آليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني إلى السوق الإلكترونية، فالثقة في التعامل التجاري الإلكتروني من أبرز ما يحتاجه المستهلك من أجل تلبية احتياجاته الشخصية، وبهذا تظهر ضرورة توافر الوسائل القانونية لضمان قيام المبادلات التجارية الإلكترونية آمنة وسليمة.

تأسيسا على ذلك، كرس المشرع الجزائري بموجب القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية¹ حماية المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية مدنيا و جزائيا.

المطلب الأول: حماية المستهلك الإلكتروني في مرحلة التسويق الإلكتروني

تتمثل العقود الإلكترونية في: " جميع عمليات اقتناء السلع و تقديم الخدمات التي تبرم عن بعد، دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافها، و باللجوء لتقنية الاتصال الإلكتروني باستخدام شبكة الانترنت"²، و هي بهذا المعنى تختلف عن العقود التقليدية من حيث إمكانية إبرامها دون التواجد المادي لأطرافها فلا يجمعها مجلس عقد حقيقي بل افتراضي، وذلك باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني.

علاوة على ذلك، تتميز العقود الإلكترونية عن العقود التقليدية من حيث عدم قدرة المستهلك على معاينة السلعة أو المنتج على حقيقته، و عدم إمكانية مقابلة المستهلك للمورد في مجلس عقد حقيقي، و كذا من حيث اعتماد هذه العقود على وسائل الدفع الإلكتروني و التوقيع الإلكتروني وطرق

¹ - القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر. الصادرة في 16 ماي 2018، العدد 28.

² - الفقرة 02 من المادة 06 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

الإثبات الإلكتروني، هذا ناهيك عن سهولة وسرعة تبادل الوثائق والمستندات المتعلقة بهذه العقود عن طريق الوسائط الإلكترونية بطريقة فورية.

كما تتميز التجارة الإلكترونية باعتمادها على وسائل الدفع الإلكتروني و سهولة وسرعة تبادل الوثائق والمستندات المتعلقة بمعاملاتها عن طريق الوسائط الإلكترونية بطريقة فورية، هذا ناهيك عن اعتماد معاملاتها على التعاقد عن بعد دون الحضور الفعلي و المتزامن لأطرافها باللجوء لتقنيات الاتصال الإلكتروني إضافة إلى التوقيع الإلكتروني وطرق الإثبات الإلكترونية.

وبالنظر لهذه السمات الخاصة التي تميز العقود الإلكترونية، و مراعاة للطرف الأضعف و الأقل خبرة و دراية في هذه المعاملات في مواجهة المورد الإلكتروني ألا وهو المستهلك، حرص المشرع الجزائري بموجب المواد 10 و 11 من القانون 05-18 على حماية رضا المستهلك الإلكتروني في المرحلة السابقة على التعاقد، من خلال تنظيمه للعرض التجاري الإلكتروني الذي يعرض بمقتضاه المورد منتجاته أو خدماته للمستهلك الإلكتروني حتى يتمكن من الإلمام الجيد بالبيانات والخصائص الجوهرية بهذه المنتجات والخدمات قبل اقتنائها، كعملية أولية إلزامية تكون سابقة على التعاقد الإلكتروني، إضافة إلى ذلك، فرض المشرع مراحل إلزامية ينبغي مراعاتها لتقديم طلبية منتج عبر وسائل الاتصال الإلكتروني.

الفرع الأول: ضوابط تقديم العرض التجاري الإلكتروني

من أهم عقبات التجارة الإلكترونية التي تحد من فعالية العقود الإلكترونية تلك المخاطر التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني، و التي يرجع سببها الرئيسي إلى طبيعة المعاملات الإلكترونية المبرمة عن بعد، و التي لا تمكن المستهلك من مقابلة المورد الإلكتروني في مجلس عقد حقيقي، و من معاينة جودة السلعة أو المنتوجات المعلن عنها للتأكد من حقيقتها سواء كانت أصلية أو مقلدة.

هذا فضلا عن نقص المعلومات لديه عن حقيقة الجودة والأسعار و ضعف قدرته التقنية مقارنة بالمورد الإلكتروني، و كذا جهله بما يمكن أن ينجر عنها من أضرار قد تصل إلى حد الجسامة بالنسبة إليه، كل ذلك يجعل من المستهلك الطرف الأضعف في علاقته التعاقدية مع المورد الإلكتروني.¹

تأسيسا على ذلك، تدخل المشرع الجزائري بموجب المادة 10 من القانون رقم 05-18 مؤكداً على وجوب: " ... أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبقة بعرض تجاري إلكتروني..."، وبذلك، يتضح أن العرض الإلكتروني في نظر المشرع الجزائري هو بمثابة التزام يقع على عاتق كل مورد إلكتروني في المرحلة السابقة على المعاملات الإلكترونية، بغية تمكين المستهلك الإلكتروني من الإطلاع على كافة البيانات الخاصة بالسلع والخدمات محل التعاقد وموردها.

أولاً: تعريف العرض التجاري الإلكتروني

للعرض التجاري الإلكتروني أهمية بالغة في تكوين رضا المستهلك الإلكتروني على السلعة أو الخدمة المعروضة عليه عبر شبكات الاتصال الإلكترونية، حيث يفيد في توضيح مضمون المعاملة الإلكترونية للمستهلك الإلكتروني حتى تكون إرادته حرة وغير مشوبة بغلط أو تدليس صادر عن المورد الإلكتروني، وبذلك يشكل العرض الإلكتروني إيجاب صادر عن المورد الإلكتروني وموجه إلى المستهلك والذي بدوره إذا وافق على جميع المعلومات والبيانات الجوهرية للسلعة أو الخدمة التي ارتضى اقتناؤها تكون إرادته حرة وقبوله سليم لإبرام العقد والمصادقة عليه إلكترونياً.²

يتم العرض التجاري الإلكتروني من خلال قيام المورد الإلكتروني بعرض منتوجاته سواء كانت سلعة أو خدمة على العميل أو المستهلك للتعرف عليها وعلى خصائصها ونوعيتها والاطلاع على بياناتها الجوهرية، وإذا كان العرض التجاري التقليدي يُمكن المستهلك من رؤية ومعاينة المنتج مباشرة، فإن الأمر على خلاف ذلك في حالة العرض التجاري الإلكتروني الذي تكون فيه المنتوجات معروضة

¹ - هدى زوزو، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق و الحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 04، أبريل 2017، ص. 324.

² فهمية قسوري، خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الإلكتروني طبقاً للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 01، المجلد 03، العدد 02، 2018، ص. 182.

عبر وسائل الاتصال الإلكتروني وبالتالي لا يمكن للمستهلك الإلكتروني معاينتها والتعرف عليها إلا من خلال ما يقدمه له المورد الإلكتروني من معلومات للإلمام بكل ما يتعلق بالسلعة.

بناء على ذلك، يندرج العرض التجاري الإلكتروني ضمن الإعلام الإلكتروني السابق على التعاقد كالتزام يقع على عاتق أحد المتعاقدين (المورد الإلكتروني) بأن يقدم للمتعاقد الآخر (المستهلك) عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد الرضا السليم والكامل وذلك بإعلامه بكافة التفاصيل المتعلقة بالعقد.¹ وهنا يكمن الفرق الجوهرى بين الالتزام بالإعلام بجميع مشتملات العقد والعرض التجاري الذي يتعلق بإعلام المتعاقد بتفاصيل السلعة والخدمة من معلومات وبيانات قبل إبرام العقد الإلكتروني.

وعليه، يعرف العرض التجاري الإلكتروني بأنه: "التزام قانوني سابق عن إبرام العقد الإلكتروني يلتزم فيه المورد الإلكتروني بإعلام المستهلك الإلكتروني بجميع المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل المعاملة الإلكترونية التي سيتم إبرامها".²

ثانياً: مضمون العرض التجاري الإلكتروني

نصت المادة 11 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية البيانات على أنه: "يجب أن يقدم المورد الإلكتروني العرض التجاري الإلكتروني بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر، المعلومات الآتية:

- رقم التعريف الجبائي، والعناوين المادية والإلكترونية، ورقم هاتف المورد الإلكتروني.
- رقم السجل التجاري أو رقم البطاقة المهنية للحرفي.
- طبيعة، وخصائص وأسعار السلع أو الخدمات المقترحة باحتساب كل الرسوم.
- حالة توفر السلعة أو الخدمة.
- كفاءات ومصاريف وآجال التسليم.

¹ بوطالة معمر، الالتزام بالإعلام في مرحلة المفاوضات على العقد التجاري الدولي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، المجلد 27، العدد 04، ديسمبر 2016، ص. 395.

² فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص. 188.

- الشروط العامة للبيع، لاسيما البنود المتعلقة بحماية المعطيات ذات الطابع الشخصي.
- شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع.
- طريقة حساب السعر عندما لا يمكن تحديده مسبقا.
- كفاءات وإجراءات الدفع.
- شروط فسخ العقد عند الاقتضاء،
- وصف كامل لمختلف مراحل تنفيذ المعاملة الإلكترونية،
- مدة صلاحية العرض، عند الاقتضاء،
- شروط وآجال العدول عند الاقتضاء.
- طريقة تأكيد الطلبية .
- موعد التسليم، وسعر المنتج موضوع الطلبية المسبقة وكيفية إلغاء الطلبية المسبقة عند الاقتضاء.
- طريقة إرجاع المنتج أو استبداله أو تعويضه
- تكلفة استخدام وسائل الاتصالات الإلكترونية عندما تحتسب على أساس آخر غير التعريفات المعمول بها."

يلاحظ من خلال استقراء مضمون المادة أعلاه أن العرض الإلكتروني يتضمن نفس البيانات الواردة في الالتزام بالإعلام، لذلك فهو يخضع للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في مجال إعلام المستهلك، لاسيما منها المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك¹ وتمثل مجموع هذه البيانات الحد الأدنى من المعلومات التي يجب أن يعلم بها المستهلك

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

الإلكتروني، فهي كفيلة بتنوير إرادته عند التعاقد، وهي بهذا المعنى تتضمن الشروط الأساسية للعقد حتى يكون إيجاباً صحيحاً وصالحاً لأن يقترن به قبول مطابق ينعقد به العقد.¹

لذا تعد كل البيانات الواردة في المادة 11 من القانون 18-05 المذكورة أعلاه الزامية وواجبة في كل عرض إلكتروني تحت طائلة المسؤولية العقدية للمورد الإلكتروني طبقاً للمادة 14 من هذا القانون بنصها على أنه: "في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني، يمكن المستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به".

كذلك يتضح من مضمون هذه المادة أن العرض الإلكتروني هو بمثابة إيجاب إلكتروني، بموجبه تتحدد شروط إبرام عقد البيع الإلكتروني من خلال تحديد مضمون السلعة أو الخدمة ومعلوماتها وبياناتها باعتبارها محل هذا العقد وكذا تحديد شروط الدفع و تسليم المبيع والآجال الخاصة بالتسليم وطرق الدفع الإلكترونية، بالإضافة إلى المعلومات الأساسية للمورد الإلكتروني الذي تعتبر شخصيته محل اعتبار في إبرام العقود الإلكترونية.²

علاوة على ذلك، نص المشرع على ضوابط العرض الإلكتروني والتي ألزم من خلالها كل مورد إلكتروني بأن يقدم عرضه بصورة مرئية أي مكتوبة حتى يتمكن المستهلك من الاطلاع عليه عن طريق النظر، فلا يتصور أن يكون في شكل تسجيل صوتي أو محادثة فقط، كما ألزمه بأن تكون المعلومات الواردة في العرض مفهومة أي واضحة ولا يشوبها أي غموض أو التباس، وكذا مقروءة أي مكتوبة بصيغة تسمح بقراءتها بسهولة.³

تجرب الملاحظة هنا، إلى أن المشرع الجزائري لم يحدد اللغة التي يجب على المورد الإلكتروني استعمالها في العرض الإلكتروني، لكنه في المقابل نص بمقتضى المرسوم التنفيذي 13-378 المحدد للشروط

¹ زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من التعبير والغبن في العقود الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص. 144.

² فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص. 192.

³ زياد إبراهيم النجار، المرجع السابق، ص. 144.

والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك في المادة 07 منه بوجوب استعمال اللغة العربية في إعلام المستهلك مع إمكانية استعمال لغة أو عدة لغات أخرى.

ثالثا: عقوبة مخالفة أحكام العرض التجاري الإلكتروني

قبل متابعة المخالفين لأحكام العرض التجاري الإلكتروني، يتوجب على الأعوان المنصوص عليهم في المادة 36 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، اقتراح غرامة الصلح عليهم وفق الإجراءات السابق ذكرها، وفي حالة عدم دفع الغرامة أو عدم امتثال المخالفين للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل 45 يوم يرسل المحضر إلى الجهة القضائية الخاصة¹، التي توقع عليهم العقوبات المقررة لهذه المخالفة متى ما تبث إدانتهم بارتكابها.

يتوجب على المورد الإلكتروني وهو بصدد عرضه لمنتجاته وخدماته عبر الاتصالات الإلكترونية، احترام مجموعة الضوابط المنصوص عليها في المادة 11 من القانون 18-05، والواردة على سبيل الحصر، والتي تقتضي أن تكون معاملاته الإلكترونية مسبوقة بعرض تجاري، وعند مخالفته لهذه الأحكام، توقع عليه عقوبة مالية تتمثل في غرامة من 50.000 د.ج إلى 500.000 د.ج في المادة 39 منه، وهذا دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض.

3- تعليق النفاذ إلى منصات الدفع الإلكترونية:

يترتب تعليق النفاذ إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني بمدة لا تتجاوز 06 أشهر طبقا لنص المادة 39 من القانون 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، في حالة مخالفة المورد الإلكتروني التزامه بتقديم إعلان نزيه وكذا بإعلام المستهلك الإلكتروني بشخصه أو نشاطه إلى جانب تقديم كل البيانات والمعلومات عن المنتج المعروف الاستهلاك عبر الانترنت المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من نفس القانون، حيث يتم إنشاء واستغلال منصات الدفع الإلكترونية المعتمدة في التجارة الإلكترونية في الجزائر بصفة حصرية من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر أو بريد الجزائر وموصولة بأي نوع من

¹ المادة 2/47 من القانون 18-05.

أنواع محطات الدفع الإلكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية طبقاً لنص المادة 27 من القانون 18-05.

الفرع الثاني: ضوابط تقديم طلبية منتجاً إلكترونياً

اشترط المشرع الجزائري¹ ضرورة مرور كل طلبية للمنتج إلكترونياً سواء كان سلعة أو الخدمة بثلاثة مراحل إلزامية و هي: مرحلة ضمان الشروط التعاقدية للمستهلك الإلكتروني، ثم مرحلة التحقق من تفاصيل الطلبية من قبله، و أخيراً التأكيد على الطلبية الذي يؤدي إلى تكوين العقد.

أولاً: مراحل تقديم طلبية منتجاً إلكترونياً

نصت المادة 12 من قانون رقم 18-05 السالف الذكر، على أنه: " تمر طلبية منتج أو خدمة عبر ثلاث مراحل إلزامية:

1- وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية.

2- التحقق من تفاصيل الطلبية من طرف المستهلك الإلكتروني، لاسيما فيما يخص ماهية المنتوجات أو الخدمات المطلوبة، والسعر الإجمالي والوحدوي، والكميات المطلوبة بغرض تمكينه من تعديل الطلبية وإلغائها أو تصحيح الأخطاء المحتملة.

3- تأكيد الطلبية يؤدي إلى تكوين العقد.

يجب أن يكون الاختيار الذي يقوم به المستهلك الإلكتروني معبراً عنه بصراحة.

يجب ألا تتضمن الخانات المعدة للملء من قبل المستهلك الإلكتروني، أية معطيات تهدف إلى توجيه إختياره.¹

¹ القانون رقم 18-05، السالف ذكره.

من خلال هذه المادة نلاحظ أن المشرع الجزائري قد إشتراط لتكوين رضا المستهلك الإلكتروني على السلعة أو الخدمة المعروضة عليه عن طريق وسائل الاتصال الإلكتروني، أن تمر عملية التعاقد بالمراحل المذكور أعلاه في المادة 12، وبالتالي يتحقق الإيجاب والقبول بين أطراف العقد الإلكتروني.

تعتبر هذه الطلبية بمثابة إيجاب صادر من طرف المورد الإلكتروني بعد تقديمها من قبل المستهلك الإلكتروني، وفي هذه الحالة يكون المورد الإلكتروني بمقام البائع في البيع التقليدي متى ما كان مالكا للمنتوجات سواء كان شخص طبيعي أو معنوي، أما إذا كان هذا المورد غير مالك للمنتوجات بل مجرد متعهد بتوفيرها وتسويقها نيابة عن البائع المالك الحقيقي لها، فيعد في هذه الحالة وسيط بين البائع والمستهلك الإلكتروني.

يتمتع المستهلك الذي يطلع على العرض التجاري الإلكتروني الموجه له بحرية قبول اقتناء السلعة أو الخدمة المعروضة في هذا العرض من عدمه، وهنا تبرز حرية المتفاوضين على أساس مبدأ حرية التعاقد في مرحلة التسويق الإلكتروني، وبالرغم من ذلك تبقى هذه الحرية التعاقدية مقيدة بوجود أن يكون إيجاب المورد الإلكتروني من خلال العرض التجاري الإلكتروني واضح المعالم ونافيا للجهالة بتضمنه للبيانات الجوهرية المحددة في المادة 11 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وبتطابق هذا العرض مع قبول المستهلك الإلكتروني من خلال تقديمه لطلبية المنتج الكترونيا، ينعقد العقد.¹

ثانيا: شروط وكيفيات تقديم الطلبية المسبقة الكترونياً

استناداً إلى المادة 06 في فقرتها 07 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، التي عرفت الطلبية المسبقة على أنها: "تعهد بالبائع يمكن أن يقترحه المورد الإلكتروني على المستهلك الإلكتروني في حالة عدم توفر المنتج في المخزون"، وكذا المادتين 15 و24 من هذا القانون، يمكن استخلاص شروط وكيفيات تقديم الطلبية المسبقة، فيما يلي:

- لا يمكن أن تكون الطلبية المسبقة محل دفع، إلا في حالة توفر المنتج في المخزون،

- إذا توافر المنتج تتحول الطلبية المسبقة بصفة ضمنية إلى طلبية مؤكدة،

¹ فهيمة قسوري، المرجع السابق، ص. 191.

- يجب على المورد الإلكتروني عدم الموافقة على طلبية منتج غير متوفر في مخزونه،
- في حالة دفع المستهلك الإلكتروني لثمن المنتج قبل توفره في المخزون، وجب على المورد إرجاع ذلك الثمن للمستهلك الإلكتروني دون المساس بحقه في التعويض.¹

ثالثاً: العقوبات المتعلقة بمخالفة أحكام طلبية منتج إلكترونياً

يتعين على الأعوان المنصوص عليهم في المادة 36 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، قبل متابعة المخالفين لأحكام طلبية المنتج إلكترونياً، اقتراح غرامة الصلح عليهم، وذلك وفق الإجراءات السابق ذكرها، وفي حالة عدم دفع الغرامة أو عدم امتثال المخالفين للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل 45 يوم يرسل المحضر إلى الجهة القضائية الخاصة²، التي توقع عليهم العقوبات المقررة لهذه المخالفة في حالة ثبوت إدانتهم بارتكابها.

وطبقاً لنص المادتين 11 و12 من القانون 05-18 السالف الذكر التي اشترطت لتكوين رضا المستهلك الإلكتروني صحيحاً على السلعة أو الخدمة محل العرض التجاري الإلكتروني، أن يمر بعدة مراحل والمتمثلة في الطلبية التي يقدمها المستهلك في حال قبوله للعرض الإلكتروني وينتهي بالتأكيد على الطلبية بعد التحقق من تفاصيلها، وتكون بذلك الطلبية بمثابة قبول صادر عن المستهلك الإلكتروني الذي وافق على كل المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة التي يريد اقتناؤها، أي موافقة وتأكيد على إبرام العقد بعد إطلاعه على العرض التجاري الإلكتروني.³

ويعاقب المورد الإلكتروني في حالة مخالفته لأحكام المادة 12 من القانون 05-18 التي فرضت احترام مراحل طلبية المنتج، وأن تكون مسبقة بعرض تجاري وفقاً لنص المادة 11 من هذا القانون التي حددت الحد الأدنى من المعلومات الواجب أن يحتويها هذا العرض، بغرامة من 50.000 إلى

¹ بريوة علاء الدين وبوضياف عبد الرزاق، الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقاً لأحكام القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 12، العدد 02، أكتوبر 2020، ص. 302.

² المادة 2/47 من القانون 05-18.

³ فهيمه قسوري، المرجع السابق، ص. 188.

500.000 د.ج.، وذلك طبقا للمادة 39 من هذا القانون، وهذا دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذ المورد الإلكتروني المخالف إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز 06 أشهر.

المطلب الثاني: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني

طبقا لنص المادة 19 من القانون 18-05: " بمجرد إبرام العقد يلتزم المورد الإلكتروني بإرسال نسخة إلكترونية من العقد إلى المستهلك الإلكتروني، و يقع عاتقه مجموعة من الالتزامات تتمثل في:

الفرع الأول: الالتزام بتنفيذ التزامات العقد بحسن نية

يعتبر المورد الإلكتروني مسئولاً وملتزماً أمام المستهلك الإلكتروني بتنفيذ الالتزامات الناشئة عن العقد بحسن نية حسبما نصت عليه المادة 18 من القانون رقم 18-05 في فقرتها الأولى على أنه: " يعد إبرام العقد الإلكتروني يصبح المورد الإلكتروني مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤدبي خدمات آخرين، دول المساس بحقه في الرجوع ضدهم "

ويمكن للمورد أن يتخلص من كامل المسؤولية أو جزء منها في حالة كان عدم التنفيذ عائد للمستهلك أو قوة القاهرة وهذا ما جاءت به الفقرة الثانية من المادة سالفه الذكر.

الفرع الثاني: الالتزام بتقديم الفاتورة للمستهلك

ألزم المشرع كل مورد الكتروني بضرورة التعامل بالفاتورة حتى بالنسبة للمعاملات الالكترونية، وتعتبر الفاتورة وسيلة فعالة لضمان شفافية المعاملة التجارية التي تمت بين المورد والمستورد والمستهلك سواء كانت قد أخذت الشكل الورقي أو الإلكتروني، وذلك لما تحتويه من بيانات ومعلومات تفصيلية تثبت والتعامل التجاري¹.

¹ فيروز قالية، التزامات المورد الإلكتروني في ظل قانون رقم 18-05 يتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، السنة 2020، ص 399.

وتأكيدا على ذلك، نصت المادة 20 من القانون رقم 18-05 أنه: " يترتب على بيع كل بيع لمنتوج أو تأدية خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية، إعداد فاتورة من قبل المورد الإلكتروني، تسلّم للمستهلك الإلكتروني".

الفرع الثالث: الالتزام بالتسليم واحترام آجاله

يقصد بالالتزام بتسليم المبيع محور عقد البيع أن يقوم المورد بتسليم الشيء المبيع " السلعة " ووضعه تحت تصرف المشتري "المستهلك " وقد يكون إما بتسليم فعلي أو حكمي وهو ما جاء في القواعد العامة أما بالرجوع للمعاملات التجارية الإلكترونية فيلتزم المورد الإلكتروني بالقيام بكل ما هو ضروري لنقل محل التعاقد إلى المستهلك على أن يتم ذلك في الوقت والمكان المناسبين، والذي يخضع إما لاتفاق الطرفين أو القواعد العامة وفي كل الحالات إما أن يكون فورا إبرام العقد أو بعده بأجل معين.

يتم التسليم بالطريقة التقليدية حيث يكون خارج شبكة الإنترنت حتى ولو أبرم العقد إلكترونيا، ويتم إما بإرادة طرفي العقد أو بالنظر لطبيعة محل التعاقد التي تسمح بالتسليم الإلكتروني، فقد يكون التسليم ماديا يد بيد، أو يوضع البضاعة في مخازن المشتري، وهو ما يسمى بالتسليم الفعلي¹، الذي يتم بكل طريقة من شأنها وضع المبيع تحت تصرف المستهلك بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق، كما قد يكون التسليم حكيمًا يتم بموجب تصرف قانوني يتم بالتراضي بين المتعاقدين على أن يتم التغيير صفة الجائز دون التغيير في الحيازة الفعلية للشيء محل التسليم²، وهذا ما نصت عليه المادة 21 من قانون 18-05.

علاوة على ذلك، يلتزم المورد باحترام آجال التسليم حسب المادة 22 من القانون 18-05، لأن آجال تسليم الشيء المبيع أو تأدية خدمة موضوع العقد له أهمية بالغة ويحقق حسن التنفيذ، فيمكن للمستهلك الإلكتروني إعادة إرسال المنتوج على حالته في أجل أقصاه 04 أيام عمل ابتداء من تاريخ التسليم الفعلي للمنتوج، دون المساس بحقه في المطالبة بالتعويض عن الضرر.

الفرع الرابع: التزام بمطابقة المنتوج

¹ نضال اسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، ط1، الإصدار الأول، عمان 2005، ص70.

² خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2007، ص224.

لا يكفي أن ينفذ المورد الإلكتروني التزامه بالتسليم، وإنما يقع على عاتقه الالتزام بتسليم الشيء مطابقاً لم تم الاتفاق عليه، فالمتعاقد عبر الانترنت يقوم بالشراء استناداً إلى عرض الأوصاف من قبل المورد الإلكتروني، لذا قمن واجب هذا الأخير بتسليم الشيء حسب الأوصاف المتفق عليه¹، وفي حالة ما إذا تم تسليم سلعة غير مطابقة لما تم الاتفاق عليه يلتزم المورد الإلكتروني باستعادة سلعته، ويطبق نفس الحكم في حالة ما إذا كان المنتج معيباً، كما يلتزم المورد بتسليم منتج جديد مطابقاً أو إصلاح العيب أو استبداله بمنتج آخر، وإن تعذر ذلك يتم إلغاء الطلبية واسترجاع المبالغ المدفوعة وهذا ما ورد في المادة 23 من قانون 18-05.

الفرع الخامس: الالتزام بعدم الموافقة على منتج غير متوفر

استناداً إلى المادة 24 من القانون 18-05 قانون التجارة الإلكترونية يلتزم المورد الإلكتروني بتسليم فاتورة إلى المستهلك فور بيعه المنتج المتفق عليه أو تأدية خدمة كما يحق للمستهلك الإلكتروني طلب هذه الفاتورة في شكلها القانوني أو الورقي.

الفرع السادس: التزام المورد الإلكتروني بحفظ سجلات المعاملات التجارية

يعد الالتزام بمسك وحفظ السجلات التجارية من أهم الالتزامات الملقاة على المورد الإلكتروني لكونه يعكس حقيقة مركزه المالي بشكل منتظم، مع إمكانية التقدير الجزائي للضرائب لذا فهو يعتبر وسيلة إثبات حقوق التجار²، و نتيجة التطور التكنولوجي ظهر ما يعرف بالسجل الإلكتروني والذي يعد من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المورد الإلكتروني، والغرض من حفظ سجلات تحديد الشروط اللازمة والملاحم الفنية الواجب توفرها في المعلومات المسجلة إلكترونياً وكذلك المدة اللازمة لصحة السجل الإلكتروني وشروط صلاحيته³.

الفرع السابع: التزام المورد الإلكتروني بضمان أمن المعطيات الشخصية

¹ محمد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع الإلكتروني رقم 15 لسنة 2004، دار الجامعة الجديدة، ط1، مصر 2007، ص198.

² رضا السيد عبد الحميد، الدفاتر التجارية الإلكترونية في القانون المصري والسعودي والإماراتي، مقالة من ندوة عقود التجارة الإلكترونية، العقود والاتفاقات في التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، أعمال المؤتمرات، 2008، مصر، ص127.

³ خالد ممدوح إبراهيم، المرجع السابق، ص229.

غالباً ما تتطلب التجارة الإلكترونية إدخال معلومات شخصية عن المستهلك من أجل إبرام العقد كتقديم لقبه ورقم هاتفه وبريده الإلكتروني ورقم المصرف الذي يتعامل معه وهو ما قد يتبرع للمورد إساءة استعماله وهو ما يعد انتهاكاً لخصوصية المستهلك. لذا يجب على المورد احترام البيانات الخاصة بعملائه والالتزام بعدم نشرها أو بث بياناتهم الشخصية أو البيانات المتعلقة بميولاتهم أو بياناتهم المصدقية¹. طبقاً لنص المادة 26 من قانون 05-18 فإنه يلتزم المورد الإلكتروني الذي يقوم بجمع المعطيات الشخصية ويشكل ملفات الزبائن أن لا يقوم إلا بجمع البيانات الضرورية، ولا يكون ذلك إلا بعد حصوله على موافقة من طرف المستهلك الإلكتروني، كما يلتزم بضمان أن المعلومات وسرية البيانات². في الواقع تتمثل الغاية من الحفاظ على البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني في ضمان الحق في الخصوصية للمستهلك خاصة و أن سرية البيانات والمعلومات يحقق قدر كبير من الثقة بين الطرفين خاصة لدى المستهلك لأنه يجعل معلوماته في مأمن من الاختراق والسرقة، كما أن الثقة هي أساس العملية التعاقدية بالنسبة للمستهلك³ في ظل انتشار وسائل التحايل التكنولوجية الحديثة.

¹ عبد الصمد حوالق ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية والقانونية، العدد 15، جانفي 2016، ص 127.

² راجع المادة 26 من القانون 05-18، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق.

³ عبد الصمد حوالق ، مرجع السابق، ص 127.

خاتمة

في ختام هذه المطبوعة يتضح لنا أنه بهدف مسايرة التطورات الاقتصادية التي يقتضيها تبني نظام اقتصاد السوق القائم على حرية المنافسة من جهة، وتماشيا مع تطلعات المستهلك في إشباع رغباته من السلع و الخدمات ذات مواصفات قياسية وجودة عالية وفق قدرته الشرائية من جهة أخرى، استحداث المشرع الجزائري أحكام قانونية تكرس حماية المستهلك بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، من أجل مكافحة مختلف الممارسات الماسة بصحة المستهلك وأمنه وسلامته، إضافة إلى تلك الممارسات التعسفية منها، رغبة منه في الحد من هذه الممارسات الماسة بشفافية ونزاهة الممارسات و في ذات الوقت بالمصالح الاقتصادية للمستهلك.

و تأكيداً على ذلك، حدد المشرع الجزائري بموجب المادة 01 من هذا القانون أهداف المتمثلة في تحديد مبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية، وكذا إعلام المستهلك.

بناء على ذلك، يمكن استخلاص النتائج التالية:

— تدخل المشرع الجزائري لتكريس مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية بما يوافق مصالح المستهلكين، لأن إخلال الأعوان الاقتصاديين بمبادئ المنافسة و حرية الأسعار، سيؤدي إلى لا محالة إلى المساس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلكين مما يؤثر سلبا عليه، هذا ناهيك عن الآثار الضارة لهذا الإخلال بميكانيزمات السوق و بالأعوان اقتصاديين فيه.

— تمتع الأعوان الإقتصاديين في ظل نظام اقتصاد السوق القائم على مبدأ حرية التجارة والاستثمار وتحرير الأسعار، بحرية المبادرة في ممارسة الأنشطة الاقتصادية، في مقابل ذلك، يقع على عاتقهم مسؤولية إتجاه المستهلكين خاصة في ظل تحول سعي المؤسسات الاقتصادية لتحقيق أقصى ربح ممكن، وتعظيم الحصة التسويقية مقارنة بالمؤسسات التنافسية، حتى ولو تم ذلك على حساب المستهلك.

— منح المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلكين إمكانية اللجوء إلى إجراء خبرات ودراسات تتعلق بالإستهلاك ونشر نتائجها، بالرغم من أن هذه الجمعيات لا تعد ضمن أشخاص قانون

المنافسة، إلا أن المشرع حرص على إشراكهم في الحد من الممارسات المقيدة للمنافسة والتي تؤدي إلى عرقلة المنافسة الحرة والحد منها، وهذا عن طريق إخطار مجلس المنافسة بالممارسات المقيدة للمنافسة من أجل متابعتها، هذا بالإضافة إلى إشراكهم في تشكيلة مجلس المنافسة بموجب القانون 08-12 المعدل للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.¹

— من أبرز الآثار المترتبة عن ممارسات الأسعار غير الشرعية على المتعاملين الاقتصاديين بصفة عامة و المستهلكين بصفة خاصة علاوة على المساس بالاقتصاد الوطني ككل، هو خلق الاضطرابات في السوق الجزائرية.

— مسألة حماية المستهلك من أهم المواضيع التي لا بد من الاهتمام بها على المستوى القانوني والعملي، وهذا ما دفع بالمشرع الجزائري للاهتمام بهذه المسألة بوضعه لجملة من النصوص التنظيمية والقانونية التي يحمي من خلالها المستهلك من مخاطر المعاملات الإلكترونية ويعاقب من يخالفها في عملية إنتاج و عرض وبيع السلع والخدمات، ومدركا بذلك لمدى ضرورة وخطورة هذا الموضوع خاصة في ظل اقتصاد السوق، وما نتج عنه من فتح مجال المنافسة مع ما تحمله من تأثير ايجابي وسلب في نفس الوقت على جمهور المستهلكين.

— تستلزم حماية المستهلك الإلكتروني في مجال المعاملات الإلكترونية والتي تتمتع بطبيعة خاصة ومعقدة نظرا لما تحتويه من عقود نوعية وعلاقات متشعبة قد يكون أطرافها من الأجانب، حماية حقوق هذا المستهلك من المخاطر التي قد يقع فيها نتيجة لعدم معرفته أو جهله للمعلومات الجوهرية والضرورية للعقد، وضمان حصوله على كامل هاته الحقوق في تعاملاته التجارية الإلكترونية.

— لذا أوجد المشرع الجزائري مجموعة من آليات قانونية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر المعاملات الإلكترونية في مواجهة المورد الإلكتروني، وهي آليات مستحدثة جاءت في قوانين منفصلة منها قواعد خاصة بالمعاملات الإلكترونية والتي أوردها المشرع في القانون 05-18

¹ بن عبد الله صبرينة، متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة من طرف مجلس المنافسة، مذكرة ماجستير، تخصص القانون العام للأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، 2012، ص18.

المتعلق بالتجارة الإلكترونية، وقواعد قانونية خاصة أخرى منها القانون 18-07 المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعيين في مجال معالجة المعطيات ذات الطابع الشخصي، وقواعد عامة المتمثلة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، والقانون المدني والذي يعتبر الشريعة العامة، وقد استحدثت المشرع هذه القوانين بغية مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال المعاملات التجارية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المصادر

1-القوانين:

- القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر. العدد 06، الصادرة في 08 فبراير 1989 (الملغى)
- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر. 08 مارس 2009، العدد 15، المعدل و المتمم بالقانون 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. 13 يونيو 2018، العدد 35.
- القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19-07-2003 المتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة، ج.ر. 20-07-2003، العدد 43.
- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر. الصادرة في 27 جوان 2004، العدد 41 المعدل والمتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر. العدد 46، الصادرة في 18 أوت 2010، المعدل والمتمم بالقانون 18-13 المؤرخ في 11 يوليو 2018، ج.ر. الصادرة في 15 يوليو 2018، العدد 42.
- القانون 12-06 المؤرخ في 12 جانفي 2012 يتعلق بالجمعيات، ج.ر. 15 جانفي 2012، العدد 02.
- القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن قانون الجمارك، ج.ر. الصادرة في 24 يوليو 1979 العدد 30، المعدل و المتمم بالقانون 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، ج.ر. الصادرة في 19 فبراير 2017، العدد 11.
- القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر. الصادرة في 16 ماي 2018، العدد 28.

2-الأوامر :

- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني المعدل والمتمم..
- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر 1386 الموافق ل 08 جوان 1966 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية العدل والمتمم.
- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر 1386، الموافق ل 8 جوان 1966 يتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 75-59 المؤرخ 20 رمضان 1395 الموافق ل 29 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل بالقانون 05-02 المؤرخ في 06 فبراير 2005 المعدل والمتمم.

2-المراسيم التنفيذية:

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر العدد 05، الصادرة في 31 جانفي 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر العدد 61.
- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ، الجريدة الرسمية عدد 56 الصادرة في 18 شعبان 1427 الموافق 11 سبتمبر 2006.
- المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 جوان 2006، يحدد شروط و كفاءات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع الترويجي و البيع في حالة تصفية المخزونات و البيع عند مخازن المعامل و البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ج.ر. 21 جوان 2006، العدد 41، ص. 05 - 09.

- المرسوم التنفيذي 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012 الذي يحدد شروط و كفاءات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج.ر. 16 ماي 2012، العدد 30.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط و الكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر. الصادرة 18 نوفمبر 2013، العدد 58.
- المرسوم التنفيذي رقم 17-140 مؤرخ في 11 أبريل سنة 2017، المحدد لشروط النظافة و النظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، ج. ر. 16 أبريل 2017، العدد 24.

ثانيا: المراجع

1-الكتب :

- زاهية حورية سي يوسف، دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار هومة، الجزائر، 2017
- حسين شرواط، شرح قانون المنافسة (على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 12/08 المعدل والمتمم بالقانون 05/10 وفقاً لقرارات مجلس المنافسة)، دار هومة ميلا، الجزائر، 2012.
- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- زياد إبراهيم النجار، قواعد حماية المستهلك من التغير والغبن في العقود الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك، حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري، بيت الأفكار، الجزائر، 2019

— كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، مصر،
2013

— محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية، وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-
02، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010.

— محمد حسين رفاعي العطار، البيع عبر شبكة الانترنت، دراسة مقارنة في ضوء قانون التوقيع
الالكتروني رقم 15 لسنة 2004، دار الجامعة الجديدة، ط1، مصر 2007.

— نضال إسماعيل برهم، أحكام عقود التجارة الالكترونية، دار الثقافة، ط1، الإصدار الأول،
عمان 2005.

2- الأطروحات و المذكرات الجامعية:

— جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، تخصص
عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2002

— آمال بوهنتالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية،
العدد الثامن، جانفي 2016.

— بن عبد الله صبرينة، متابعة الممارسات المقيدة للمنافسة من طرف مجلس المنافسة، مذكرة
ماجستير، تخصص القانون العام للأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة
عبد الرحمن ميرة، بجاية، الجزائر، 2012.

— بوعبيد عباسي، مفهوم المستهلك على ضوء العمل التمهيدي لمشروع قانون حماية المستهلك،
المجلة المغربية للاقتصاد و القانون المقارن، العدد 37، 2002.

— خميلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في
القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013-2014.

- زوبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع "المسؤولية المهني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
- سويلم فضيلة، حماية المستهلك من الإشهار التضليلي، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال المقارن، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2016-2017.
- كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010-2011.

3- المقالات :

- دغيش أحمد، المنافسة التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية، المجلد 2، العدد 1، 2016.
- بربوة علاء الدين وبوضياف عبد الرزاق، الجرائم الواقعة على المستهلك الإلكتروني وفقا لأحكام القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد 12، العدد 02، أكتوبر 2020.
- بوطبالة معمر، الالتزام بالإعلام في مرحلة المفاوضات على العقد التجاري الدولي، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، المجلد 27، العدد 04، ديسمبر 2016.
- بولنوار عبد الرزاق، المهني و المستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية، دراسة في ضوء القانون الجزائري و الفرنسي، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد الأول، جوان 2009.
- خميس سناء، التزام المتدخل بضمان أمن المنتج (دراسة على ضوء القانون 09-03 والمرسوم التنفيذي 12-203)، مجلة دراسات و أبحاث، المجلد 11، العدد 02، 2019.

- رضا السيد عبد الحميد، الدفاتر التجارية الالكترونية في القانون المصري والسعودي والإماراتي، ندوة عقود التجارة الالكترونية، العقود والاتفاقات في التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، أعمال المؤتمرات، مصر، 2008.
- صالحه العمري، صور المنافسة غير المشروعة وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية و إطارها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية و السياسية، العدد 17، جانفي 2018.
- عبد الصمد حوالمق ، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية والقانونية، العدد 15، جانفي 2016.
- عيسى حداد، حماية المستهلك وفقا لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، أبريل 2017
- فهيمة قسوري، خصوصية الحرية التعاقدية في العرض التجاري الالكتروني طبقا للقانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 01، المجلد 03، العدد 02، 2018.
- فيروز قالية، التزامات المورد الالكتروني في ظل قانون رقم 05-18 يتعلق بالتجارة الالكترونية، مجلة القانون والمجتمع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، السنة 2020.
- هدى زوزو، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الالكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق و الحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد 04، أبريل 2017.

الفهرس

01	مقدمة
05	فصل تمهيدي: مفهوم قانون حماية المستهلك
06	المبحث الأول: تعريف قانون حماية المستهلك وتحديد أهدافه
07	المبحث الثاني: نشأة و تطور قانون حماية المستهلك في الجزائر
10	المبحث الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى
13	المبحث الرابع: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك
24	الفصل الأول: آليات حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المعدل والمتمم
25	المبحث الأول: الضمانات القانونية لحماية المستهلك في ظل القانون 09-03
25	المطلب الأول : الالتزام بالنظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها
27	المطلب الثاني : الالتزام بأمن المنتوجات
30	المطلب الثالث : الالتزام بمطابقة المنتوجات
32	المطلب الرابع : الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع
36	المطلب الخامس : الالتزام بإعلام المستهلك
38	المبحث الثاني: آليات الرقابة في مجال حماية المستهلك
38	المطلب الأول : مفهوم الرقابة في مجال حماية المستهلك
39	المطلب الثاني : الأجهزة المكلفة بالرقابة في مجال حماية المستهلك في القانون 09-03

47	المبحث الثالث: المسؤولية القانونية المتدخل في ظل القانون 03-09
47	المطلب الأول : المسؤولية الجنائية للمتدخل وفقا لأحكام القانون 03-09
68	المطلب الثاني : المسؤولية المدنية للمتدخل.....
71	الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك في قوانين الممارسات التجارية والتجارة الالكترونية.....
72	المبحث الأول: حماية المستهلك في قانون الممارسات التجارية
72	المطلب الأول : حماية المستهلك من الممارسات المخلة بالشفافية.....
79	المطلب الثاني : حماية المستهلك من الممارسات المخلة بالنزاهة.....
91	المبحث الثاني: حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية.....
92	المطلب الأول : حماية المستهلك الالكتروني في مرحلة التسويق الالكتروني
102	المطلب الثاني : حماية المستهلك الالكتروني في مرحلة تنفيذ العقد الالكتروني
106	خاتمة
110	قائمة المصادر و المراجع
117	الفهرس