

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة -

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون اجتماعي

بعنوان:

الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري

تحت إشراف الأستاذ:

- طيطوس فتحي

من إعداد الطالبة:

- سفير سماح

أعضاء لجنة المناقشة:

بجامعة سعيدة رئيسا	أستاذ محاضر " ب "	د. هني عبد اللطيف
بجامعة سعيدة مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر " أ "	د. طيطوس فتحي
بجامعة سعيدة عضوا مناقشا	أستاذ محاضر " أ "	د. عثمان بن عبد الرحمن
بجامعة سعيدة عضوا مناقشا	أستاذ محاضر " أ "	د. بن عيسى أحمد
بجامعة سعيدة عضوا مناقشا	أستاذ محاضر " أ "	د. بوبكر بن فاطمة

الموسم الجامعي: 1437هـ-1438هـ، 2016م-2017م

قائمة المختصرات

أولا: باللغة العربية:

ق.م.ج ← قانون مدني

ق.إ.ج. ← قانون إجراءات جزائية

ص. ← صفحة

ص.ص. ← من صفحة إلى صفحة

ج.ر ← جريدة رسمية

ثانيا: باللغة الفرنسية:

CNPC → Le Conseil nationale pour la
protection des consommateurs

CACQE → Centre Algérien contrôle de la qualité
et 'emballage

AAPC → Association algérienne pour la
protection des consommateurs

IDEC → Association des intérêts et défense des
consommateurs

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِدَادًا لِكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ أَنْ تَنْفَدَ
كَلِمَاتُ رَبِّي وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مَدَدًا﴾.

صدق الله العظيم

﴿109﴾ سورة الكهف

إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من قال فيهما الله عزّ وجل:

﴿وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾

﴿24﴾ الإسراء

الوالدين العزيزين حفظهما الله

إلى إخوتي كل باسمه

إلى كل زملائي الذين قاسموني مشوار الدراسة

إلى كل أساتذتي ورفقاء دربي ...

وإلى كل من ساعدني ودعمني في إنجاز هذا العمل

لكم مني جميعا أهدي هذا العمل.

سفير سماح

كلمة شكر

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه أن وفقني لإعداد هذا العمل، وصل اللهم وبارك على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين.

جزيل الشكر والاحترام والتقدير للأستاذ "طيطوس فتحي" الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل، وتصويباته الرشيدة لي في إعداد المذكرة، فجزاه الله عنا كل خير إن شاء الله.

كما لا يفوتني في هذا المقام أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى لجنة المناقشة.

سفير سماح

مقدمة

يشهد هذا العصر نزعة استهلاكية واسعة ساهمت بشكل كبير في اكتساح المنتجات والسلع للأسواق، مما تترتب عليه ازدحام هذه الأسواق بأشكال من المنتجات لم تكن معهودة من قبل من سلع استهلاك (كالأغذية، والأدوية، والمنتجات الصيدلانية، ومستحضرات التجميل...، وكذا الآلات والأجهزة...)، ولا يزال العلم يقدم جديدا كل يوم، وقد قابل ذلك زيادة مضطردة ومكثفة في الإنتاج والتوزيع والعرض، حتى أصبح أمر الحصول على تلك السلع والمنتجات من أسهل الأمور وابتسطها.

كل ذلك لم يكن ليمر دون أن يترك أثره على حياة الإنسان، فمن جهة ترتب على الإنتاج الكبير ازدياد احتمال أن تفلت بعض السلع من رقابة المنتجين، وتخرج إلى الأسواق مشوبة ببعض العيوب التي تجعل استهلاكها أو استعمالها محفوفا بالمخاطر، بل إن الاعتماد المباشر على الآلة جعل من الممكن أن يخرج صنف بأكمله من السلع المعيبة إلى الأسواق، وفي انتظار أن ينبه المنتج إلى خطورة السلعة أو سحبها من السوق لتعديلها، يكون هذا المنتج قد ترك بصمته على أمن وسلامة المستهلك، وقد ساعد على هذا الأمر ازدياد حاجات الإنسان إلى المنتجات، فما كان يعتبر في الأمس من الكماليات التي لا يقبل عليها إلا فئات محدودة من أفراد المجتمع، أضحى اليوم من الضروريات التي لا غنى لأحد عنها، هذا من جهة.

ومن جهة أخرى فإن اعتناق الرأسمالية واعتماد السوق الحرة سمح لأي كان بعرض ما شاء في السوق، ويبقى على المشتري تمييز ما هو صالح وما هو غير ذلك، وقد يلجأ الكثير من المتدخلين - تحت وقع المنافسة - إلى شتى الطرق التي تمكنهم من الوصول إلى الربح السهل والسريع، دون مراعاة القواعد الأخلاقية والقانونية، أضف إلى ذلك أن أصحاب المشروعات التجارية الكبرى والمنتجين قد لا يتحرجون في اللجوء إلى الدعاية والإعلان المضلل (الكاذب)، وذلك من أجل ترويج منتجاتهم وإخفاء عيوبها.

كل ذلك أدى إلى عزل المستهلك عن المتدخل، وصار مقتني السلعة يعتمد بشكل أساسي على الوثائق المصاحبة للمنتج أو بعض البيانات المرفقة به، مما ترتب عنه ظهور أخطار من نوع خاص تأتي عن عدم كفاية البيانات أو عدم دقتها، أو نظرا لكتابتها بلغة لا يفهمها المستهلك.

فقد صدر أول نص قانوني متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، فكان أساس إرادة المشرع من خلال هذا القانون حماية المستهلك ومن ورائه حماية الاقتصاد الوطني، وذلك بموجب القانون رقم: 02/89 الصادر في 07 فبراير 1989، والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي حدد الخطوط العريضة وأطر حقوق المستهلك في قانون مستقل، تبعته مجموعة من المراسيم التنفيذية والقرارات تنظم كل مجال له صلة بحماية المستهلك ورعاية حقوقه شملت (وسم السلع الغذائية، الضمان، المطابقة، ... الخ).

وساير المشرع الجزائري التغيير الكبير والسريع الذي تشهده الساحة الاقتصادية خاصة في مجال التجارة وما يصاحبه من ظهور مخاطر جديدة لم تكن من قبل تهدد فئة المستهلكين، فكان تفتن المشرع في محله حيث جاء القانون رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009، والذي بموجبه ألغى أحكام القانون السابق والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، هذا القانون الجديد هو موضوع دراستنا في هذا البحث الذي سيتعرض له بالتفصيل سواء من حيث قواعد حماية المستهلك أو الآليات ووسائل حمايته الوقائية منها والردعية ومدى نجاعتها.

حيث يدور المحور الرئيسي لهذا الموضوع حول الحماية التي خص بها المشرع الجزائري المستهلك من خلال القانون رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وجاء اختيار هذا الموضوع نظرا لكون موضوع حماية المستهلك حديث نسبيا ومتطور باستمرار نظرا لتغيير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك في تغير دائم و تفتن المشرع

إلى ضرورة مواكبتها بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل، كذلك حساسية الموضوع وقلة الدراسات في هذا المجال، حيث أن القانون الجديد لم يعني بالدراسة الكافية من طرف الباحثين رغم كونه جاء باليات وقائية وردعية أكثر صرامة لحماية المستهلك في مواجهة المتدخل.

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

نظرا لحدثة موضوع آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري واجهت بعض الصعوبات في المراجع القانونية (الكتب) أثناء إعداد هذا الموضوع.

إن حماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به هو احد مهام ومسؤولية الدولة الحديثة، وذلك من خلال سن التشريعات والقوانين كمرحلة أولى وتطبيقها على ارض الواقع من خلال الأعوان المكلفين بذلك كمرحلة ثانية، وتحقيق الحماية المنشودة من طرف المشرع لكافة أطراف العلاقة الاقتصادية خاصة المستهلك كونه يمثل الحلقة الأضعف في هذه المعادلة كمرحلة ثالثة، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 جاء لتحقيق هذه الغاية من خلال وضعه لآليات رقابية ووقائية وردعية، وبناء على ما سبق تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذا البحث في محاولة الكشف عن القواعد والآليات القانونية الوقائية والردعية لحماية المستهلك، وما مدى فعالية هذه الحماية في ظل القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات التالية:

- ما هي الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك؟

- كيف يضمن المتدخل سلامة المستهلك؟

بعد التفكير في وضع ضوابط للموضوع ارتأيت تقسيم الدراسة إلى فصلين، وفق تسلسل منهجي وتناسق بين الفصول حتى لا يكون البحث أعرج.

حيث تناولت في الفصل الأول آليات الحماية القبلية للمستهلك في المبحث الأول وفيه تطرقت لدور الهيآت الإدارية في حماية المستهلك، أما المبحث الثاني فخصصته لدور الجمعيات في حماية المستهلك.

وتناولت في الفصل الثاني دور القضاء في إلزام العون الاقتصادي بضمان حماية المستهلك في المبحث الأول تطرقت لالتزام العون الاقتصادي بضمان سلامة المستهلك من خلال الالتزام بالضمان والإعلام والمطابقة، أما المبحث الثاني فخصصته لجزاءات الموقعة على العون الاقتصادي المخالف.

إن دراسة موضوع حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03/09 ومدى فعالية هذه الحماية على أرض الواقع يقتضي إتباع المنهج التحليلي والذي يقوم على جمع المعلومات والنصوص القانونية والآراء الفقهية ووضعها تحت مجهر النقد، لان دراسة هذه النصوص يتطلب تحليلها وتمحيصها للوقوف على آليات الحماية التي أقرها المشرع، ولكن قبل ذلك سأحاول تحديد بعض المفاهيم المتعلقة بالموضوع (كالمستهلك، المتدخل، العون الاقتصادي)، الالتزام بالأمن والسلامة)، من اجل تبسيط الموضوع وتقريب الأفكار.

أولاً: مفهوم المستهلك¹

1- المستهلك عند اللغويين اسم فاعل من استهلك، وتعني استنفذ أو فني أو هلك أو أكل، وتعني بالفرنسية Consommateur انظر احمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، طبعة 2005، ص22.

قبل صدور قانون حماية المستهلك وقمع الغش كان تعريف المستهلك يخضع لقانون 02/89 والمراسيم الملحقه به، ومن ذلك ما جاء في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش حيث نص على أن المستهلك " كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

وأولى الملاحظات التي سجلت على هذا النص هو أن المشرع ذكر المقتني للمنتج وأغفل ذلك المستعمل، فالمستهلك الذي يقتني هو غالبا من يستعمل المنتج أو الخدمة، غير أن استعمال هذا المنتج لا يقتصر عليه بل يتعدى إلى أفراد أسرته.

كما نص المشرع في التعريف السابق الذكر على عبارة " معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي " ولعل المشرع قصد من ذلك أن يشمل مفهوم المستهلك، المستهلك الذي يتصرف لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، و قد لاقت هذه العبارة تدمرا كبيرا من طرف الباحثين و الأساتذة ، نظرا لان المشرع يكون بذلك قد فجر مفهوم المستهلك ووسع فيه كثيرا، لهذه الأسباب وغيرها جاء تعريف المستهلك مغايرا تماما في قانون 03/09 حيث قصر اقتناء السلع على الاستعمال النهائي دون الوسيط، ولكنه اغفل مجددا الإشارة إلى مستعمل المنتج، وهي نقطة تسجل على المشرع، إذ جاء في المادة 03 من القانون السابق أن المستهلك " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر يتكفل به"، ومن نقاط الاختلاف بين النصين السابقين هو أن الأول ذكر مصطلح المنتج، بينما أورد الثاني مصطلح السلعة، ويعرف المنتج حسب نص المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي 39/90 السالف الذكر، على انه كل شيء مادي منقول يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية.

وقد أورد قانون 03/09 تعريفاً للمنتوج والسلعة، فعرف الأول على أنه "كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً"¹، بينما عرف القانون سالف الذكر السلعة على أنها "كل شيء مادي قابل للتنازل بمقابل أو مجاناً"، وعليه فإن كل الأموال المنقولة يمكن أن تكون محلاً للاستهلاك إذا تم اقتنائها أو استعمالها لغرض غير مهني.

ثانياً: المتدخل أو "العون الاقتصادي"

لم يكن مصطلح المتدخل وارداً بشكل واضح قبل صدور قانون 03/09، فقد كان المشرع ينص على المحترف أو المهني، والذي عرفته المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي 226/90 السالف الذكر "بأنه كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك".

وكلمة مهني أو محترف متأتية من حرفة أو مهنة، ومعناها في نطاق قانون حماية المستهلك كل نشاط منظم لغرض الإنتاج أو التوزيع وأداء الخدمات، وقد أوردت المادة 3 من قانون 03/09 تعريفاً للمتدخل بقولها: "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك"، وأهم ما يمكن أن نلاحظه على نص المادة أن المشرع لم يأتي بجديد، كل ما في الأمر أنه قصر التعريف الوارد في المادة 2 من الفقرة 1 من المرسوم التنفيذي 266/90 السالف الذكر على الفقرة الأخيرة منه، وعلى الرغم من ذلك فإن ما يحدد للتعريف الجديد أنه وسع من مفهوم المتدخل على ما كان عليه، حيث أضاف

1- نص المادة 10/03 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، عدد 5، بتاريخ 08 مارس 2009.

الأشخاص المعنوية إلى جانب الأشخاص الطبيعية، و عليه فان المتدخل كما قد يكون شخصا طبيعيا (منتج، مستورد، موزع، صانع، حرفي، وسيط، ...)، قد يكون أيضا شخصا معنويا كالمؤسسات والمنشآت الصناعية والتجارية.

ومن بين المفاهيم المرادفة للمتدخل مفهوم "العون الاقتصادي agent économique"¹، والذي يعرف على انه كل شخص أو مجموعة تشارك في النشاط الاقتصادي، وقد عرف المشرع العون الاقتصادي في نص المادة 03 من قانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بأنه "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ويمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

ويبدو أن المشرع من خلال إيراد مصطلح العون الاقتصادي وكذا المتدخل أراد أن يتفادى إشكالية التفرقة بين المهني والصانع والمنتج والموزع والمستورد، وأورد كل هذه المفاهيم ضمن مصطلح واحد حتى يوسع من دائرة المتابعة.

وعموما فان المتدخل أو العون الاقتصادي هو ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر من الأفضلية والتفوق أو المقدرة الفنية، بحيث يكون على معرفة تامة بما يقدمه من منتجات أو خدمات، مما يسمح له استنادا إلى هذه القدرة أن يكون في موقف أقوى من موقف المستهلك فنيا وقانونيا واقتصاديا².

ثالثا: أمن وسلامة المنتج

1- ليندة عبد الله، مداخلة تحت عنوان "المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13 و14 أبريل، 2008، ص19.

2- ليندة عبد الله، نفس المرجع، ص31.

إن الاجتهاد القضائي الفرنسي هو أول من كان سببا في ميلاد هذا الالتزام في بداية القرن العشرين بصدد عقد النقل، حيث أكد الاجتهاد القضائي أن الناقل ليس ملزم بنقل المسافر فحسب وإنما يجب عليه نقله سليما معافى. ومن عقد النقل تسلسل هذا الالتزام إلى عقود أخرى منها عقد العمل وصولا إلى عقد البيع مع نهاية هذا القرن، وقد تركز هذا الالتزام بصفة أصلية في فرنسا على إثر صدور قانون 21 جويلية 1983، والذي نص على أن "كل المنتوجات والخدمات في ظروف الاستعمال العادية أو ظروف كان يتوقعها المحترف بشكل معقول، أن تتوفر على السلامة المشروعة التي يجوز لنا انتظارها بشكل مشروع وألا تمس بصحة الأشخاص.

وقد اخذ المشرع الجزائري بهذا الالتزام وكرسه في الأول بنص المادة 02 من قانون 02/89، حيث فرضت أن تتوفر المنتوجات على كل الضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك وأمنه وتضرر بمصالحه المادية، وأهم ما يلاحظ على هذا النص، وحتى النص الفرنسي الذي سبقه انه لم يشير إلى فكرة العقد، وهو ما يؤكد أن الالتزام بالأمن والسلامة يقع على كل محترف يضع المنتج أو الخدمة في السوق، وبهذا لم يعد الالتزام بالسلامة حبيس الإطار التعاقدي الذي نشأ فيه.

وإذا كان المشرع الفرنسي قد جعل الالتزام بالسلامة عاما لكل شخص، فإن المشرع الجزائري قد قصره على المستهلك في حين أن هذا الالتزام من حق كل شخص عرضة للضرر الناتج عن المنتوجات أو الخدمات الموجودة في السوق، ونقصد بالأشخاص المستهلكين بالدرجة الأولى والمهنيين وكذا الغير، ومن بين الانتقادات التي وجهت لنص المادة 02 من قانون 02/89 والذي اقر بمبدأ الالتزام بالسلامة، انه ألزم أن تتوفر المنتوجات على كل الضمانات ضد كل المخاطر دون التفرقة بين الأخطار بطبيعتها وتلك الناتجة عن عيب في المنتج.

هذه الانتقادات جعلت البعض ينادي بضرورة تدارك النص وتقييده بقيد المشروعية والمعقولة حفاظا على المحترف وصونا للمستهلك.

وهو ما استجاب له المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09، حيث نص في مادته الثالثة على مفهوم الأمن والسلامة، فعرف الأول على انه "البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعينة بهدف التقليل من أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به القانون"، وعرف الثاني بأنه "الغياب الكلي أو الجزئي أو وجود في مستويات مقبولة وبدون خطر في مادة غذائية ملوثات أو سموم مغشوشة أو سموم طبيعية وأية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتج مضر بالصحة بصفة حادة أو مزمنة"، وألزمت المادة 04 منه المتدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك باحترام إلزامية سلامة هذه المواد والعمل على ألا تضر بصحة المستهلك.

كما ألزم المشرع أن تتوفر المنتوجات على الأمن وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه المادية، وذلك بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها في إطار الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى التي يمكن توقعها من قبل المتدخل¹.

¹ - المادة 09 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الأول

آليات الحماية القبلية للمستهلك

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

إن إخلال المتدخل بالتزامه اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف، بعرض مصالحه للخطر وقد تلحقه أضرار نتيجة لذلك، ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لا بد من وجود أجهزة قوية وفعالة وبدونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق ويفتقد الآلية ردع المخالفين له من المتدخلين وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص من خلال منحها سلطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية ويقصد بالرقابة خضوع شيء معين بذاته لرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون وذلك للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المقررة قانوناً.

تدخل السلطة الإدارية المختصة في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل الإنتاج حيث تقوم بتحريات لرقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات القانونية الخاصة بها.

وتشمل رقابة الدولة أيضاً، مدى تنفيذ المتدخل كافة الالتزامات الملقاة على عاتقه، لاسيما تلك المتعلقة بالإعلام عن طريق الوسم، وبصفة عامة مطابقة لكل المواصفات التي تحقق الرغبة المشروعة للمستهلكين.¹

ومن هذه الأجهزة نجد الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك، وستناول كل ذلك من خلال مبحثين رئيسيين.

المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به، ولأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة ومن قدرتها

¹ -صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2013 - 2014، ص 96.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

على دقة وسلامة التنفيذ حيث تنقل التجريم والعقاب من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية على أرض الواقع.

حيث تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصاتها كما سنرى لاحقا بدور فعال في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق منها بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية.

المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها

ترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة، حيث تتولى تنفيذ نظام مراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها من زاوية مدى مطابقتها لمعايير الجودة والصحة والأمان، حيث نجد وزارة التجارة ومختلف الهياكل التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات بالإضافة إلى الهياكل المركزية ومختلف المديريات الجهوية والولاية تسهر على حماية المستهلك وقمع الغش وهذا ما سيأتي تفصيله في هذا المطلب.¹

الفرع الأول: دور وزارة التجارة

إنّ المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعدّدة ومتنوعة، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أو خارجية أو جهوية أم فرعية أو عامة أم ولائية أم محلية بحيث كلّ مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول.

¹ - صياد الصادق، مرجع سابق، ص. 97 و 98.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453-21 ديسمبر سنة 2002 يحدّد صلاحيات وزير التجارة والذي يمنح لوزير التجارة كلّ الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك.

بناء على المادة 05 منه والتي تنصّ على أنّه: " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي:

- يحدّد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعينة شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.
- تقترح كلّ الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.
- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.
- تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.
- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.
- يعدّ وينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها.
- يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كلّ الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

كما نصت المادة 09 من نفس المرسوم على أن يسهر وزير التجارة على السير الحسن للهيكل المركزية واللامركزية والمؤسسات والهيئات التابعة لدائرته الوزارية.

الفرع الثاني: الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة والمكلفة بحماية المستهلك

حول المرسوم التنفيذي رقم 266/08 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك.¹

كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات " شبكة الإنذار السريع " مكلفة بمتابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم.

1- المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تكلف المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين بإعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وتكييفها وتنسيقها، وتحديد جهاز لملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعه.

كما تقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، لا سيما في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وهوامش الربح، كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية وكذا التنظيمات العامة والنوعية المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات وبحماية المستهلكين، وتظم هذه المديرية خمسة (05) مديريات فرعية وهي: (مديرية المنافسة والخدمات، مديرية الجودة والاستهلاك، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة، مديرية الدراسات والاستكشاف والإعلام الاقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية).

1- مرسوم تنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 19 أوت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر، عدد 48.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

2- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

من مهامها تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية المراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارة اللامشروعة والسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وتظم هذه المديرية أربع (04) مديريات فرعية وهي:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.
- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.
- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.¹

3- شبكة الإنذار السريع:

وتم إنشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، وذلك في المواد من (17-22)، حيث تهدف إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتوجات التي تشكل أخطاراً على صحة المستهلكين وأمنهم، وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتوجات الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا مصالحها الخارجية هذه المهام بالإضافة إلى تواصل شبكة الإنذار السريع بشبكات الإنذار الجهوية والدولية كما تربط هذه الشبكة العلاقات وتتبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلكين والجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلاً.

وتباشر شبكة الإنذار السريع كل عمل من شأنه:

1- المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 19 أوت 2008.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

- ضمان البث الفوري وبدون انتظار على المستوى الوطني أو الجهوي أو المحلي حسب طبيعة الخطر المعين، لكل معلومة من شأنها أن تؤدي إلى السحب الفوري من السوق لكل منتج من شأنه الأضرار بصحة المستهلك وأمنه.

- وضع المعلومات التي تحوزها والمتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتوجات على صحة المستهلكين وأمنهم في متناول المستهلكين.

تحدد كفاءات تنظيم وعمل شبكة الإنذار السريع بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.¹

تغطي هذه الشبكة مراقبة كافة أنواع السلع والخدمات الموجهة إلى الاستعمال النهائي للمستهلك، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، باستثناء المنتوجات التي تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة كالأسمدة والأجهزة الطبية، والمواد والمستحضرات الكيميائية.²

الفرع الثالث: المصالح الخارجية لوزارة التجارة

تم تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20 يناير 2011 والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة، وصلاحياتها وعملها، وحددت المادة 02 من هذا المرسوم مديريات ولائية وأخرى جهوية.

أولاً: المديريات الولائية للتجارة

حيث تتمثل مهامها في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك، وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع

¹ - المواد 20، 21 من المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06 مايو 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات.

² - المواد 03، 19 من نفس المرسوم.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

الغش، كما تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش وتساهم أيضا في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام....¹

وتتضمن المديرية الولائية للتجارة) فرق تفتيش يسيروها رؤساء فرق، وتنظم في مصالح عددها خمس (05)، ومن مهام المديرية نجد المصالح التالية: مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، ومصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، ومصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، ومصلحة المنازعات والشؤون القانونية، ومصلحة الإدارة والوسائل، وكل مصلحة تضم على الأكثر ثلاثة (03) مكاتب.²

ثانيا: المديرية الجهوية للتجارة

تتولى المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير وتقييم نشاطات المديرية الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم و/أو إنجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات.

تنظم المديرية الجهوية للتجارة المحدد عددها بتسع (09) في ثلاث (03) مصالح هي مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل، تتولى هذه المصالح مهام تأطير وتقييم نشاطات المديرية الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي و/أو إنجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات.³

¹ - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20 يناير 2011، والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

² - المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 09/11.

³ - المادة 10، 12 من المرسوم التنفيذي رقم 09/11.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

الفرع الرابع: الهيآت المتخصصة التابعة لوزارة التجارة

ويقصد بها تلك الهيآت التي حول لها المشرع مهام وصلاحيات خاصة بحماية المستهلك كاختصاص أصيل بموجب نصوص قانونية خاصة.

أولاً: المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC)

وهو هيئة حكومية استشارية، أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 1272/92¹، يتكون من ممثلي أربعة عشر وزارة إضافة إلى مدراء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والمعهد الوطني لضبط المقاييس والملكية الصناعية، وتسعة من ممثلي جمعيات المتدخلين وعشرة من ممثلي الجمعيات المعتمدة للمستهلكين الأكثر تمثيلاً، وينقسم المجلس إلى لجتين هما:

- لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها.
 - لجنة إعلام المستهلك والرزم القياسية.
- وتبقى مهامه استشارية وتقتصر على إبداء الآراء غير الملزمة في المجالات المتعلقة:
- بالتدابير الكفيلة بتدعيم امن المستهلك ووقايته من المخاطر الناتجة عن السلع والخدمات.
 - البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.
 - إعلام المستهلك وتوعيته وحمايته.
 - إعداد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها.²

1- مرسوم تنفيذي رقم 772/92 مؤرخ في 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر عدد 52، سنة 1992.

2- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص52.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

وفي القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث نص في المادة 24 منه على انه ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين، ومن مهامه حسب هذه المادة أيضا إبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك.

فهو جهاز استشاري في مجال حماية المستهلكين مكلف بإبداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك.¹

ثانيا: المركز الجزائري لمراقبة النوعية (CACQE)

تم إنشائه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03 الذي يبين تنظيمه وعمله.²

يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، يتمتع بدوره، يعين مديرا لتمثيل المركز، تتجلى أهدافه في المجالين:

- المساهمة في حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.
- التنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري العمل به في مجال نوعية السلع والخدمات.
- إجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها.

1- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 355/12 مؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

2- المرسوم التنفيذي رقم 318/03، مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 أوت 1998، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 59 الصادرة في 05 أكتوبر 2003.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

ثالثاً: شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية (RAAQ)

تم إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/96 والذي يتضمن كذلك تنظيمها وسيرها.¹

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في سنة 2002، أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها "مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة".

تكلف الشبكة بإنجاز كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة، وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات.²

يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشأة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني والبالغ عددها 11 مخبراً منها 04 مخابر جهوية قصد تحسين هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل واسع.³

المطلب الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

يتمتع كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات خولها لهم القانون، تحمي المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كل حسب مجال تخصصه الإقليمي والصلاحيات القانونية

1- المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج.ر عدد 62.

2- المادة 03 من نفس المرسوم.

3- الاجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهد بتاريخ 22 ماي 2017 على الساعة

16:00، <http://www.dcwiskra.dz>

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

المخولة لهم سواء فيما يتعلق بقانون الولاية أو قانون البلدية، فالوالي تمتد سلطاته على مستوى كامل تراب الولاية في حين تمتد صلاحيات رئيس البلدية على مستوى بلديته.

الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك

يعتبر الوالي مسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للتجارة التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والتحقيقات الاقتصادية ومراقبة النوعية وقمع الغش.¹

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلاً للدولة فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد حيث تنص المادة 108 من القانون رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 أنه يكون: "يسهر الوالي على وضع المصالح الولائية ومؤسساتها العمومية وحسن سيرها ويتولى تنشيط ومراقبة نشاطاتها طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما".²

فتطبيقاً لهذا المبدأ فإنه يتم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك، فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديرية التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك.

وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤولاً عن ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق

1- كالم حبيبة، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005، ص 86.

2- المادة 108 من قانون الولاية رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، جريدة رسمية رقم 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

بالمستهلك، كسحب المنتج مؤقتاً أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة مؤقتة على رأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة.¹

وهو المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي وذلك من خلال إشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش، وتضم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بمراقبة الجودة وقمع الغش، التي تهتم بالرقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.²

الفرع الثاني: دور رئيس البلدية في حماية المستهلك

يمارس رئيس البلدية وظائفه في مجال واسع ويطبق سلطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة.

- يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية أمّا فيما يخص اختصاصاته فإنّه بالرجوع إلى نص المادة 88 من القانون 11-10 المؤرخ 22 يونيو سنة 2011 ، المتعلق بالبلدية فإنّه: "يتولّى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي ما يأتي : السهر على حسن النظام والأمن العموميين وعلى النظافة العمومية " كما يتولّى إلى جانب ذلك طبقاً لنص المادة 94 الفقرة 02 من نفس القانون: " المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأموال " ، أمّا الفقرة 10 من نفس المادة 94 فإنّها تنص على أنّه: " يتولّى السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع " .

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 107.

2- كالم حبيبة، مرجع سابق، ص 87.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

- ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس البلدية اللجوء إلى استعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك قصد منع الإضرار بالمواطنين عامة والمستهلك خاصة، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة 93 من قانون البلدية إلى جانب هذا وحفظا لصحة الأفراد ونظافة المحيط، فإنّ البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقا لنص المادة 123 من قانون البلدية والتي تنص على أنه: " تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظه على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:

- توزيع المياه الصالحة للشرب.
- صرف المياه المستعملة ومعالجتها.
- جمع النفايات الصلبة ونقلها ومعالجتها.
- مكافحة نواقل الأمراض المتنقلة.
- الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور.
- صيانة طرقات البلدية.
- إشارات المرور التابعة لشبكة طرقاتها.

لقد صدر في سنة 1987 المرسوم التنفيذي رقم 87-146 مؤرخ في 30 يونيو سنة 1987 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة البلدية على مستوى بلديات الوطن ، كما يسهر طبقا للمادة 2 الفقرة 3 من نفس المرسوم على تحقيق وتنفيذ مراقبة نوعية المواد الغذائية ومنتجات الاستهلاك والمنتجات المخزونة و/أو الموزعة في مستوى البلدية.¹

المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

1- الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهده بتاريخ 22 ماي 2017 على الساعة

16:00 ، <http://www.dcwbskera.dz>

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

تنفيذا لسياسة الإصلاح الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي والرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "بمجلس المنافسة".

لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة¹، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة حيث أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس الأمر الذي قد يؤثر إيجابيا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك.²

الفرع الأول: تنظيم مجلس المنافسة

يقوم مجلس المنافسة بوظيفة أساسية في مجال تنظيم وضبط المنافسة في السوق، وهي وظيفة تقتضي تزويده بنظام قانوني خاص يسمح له بالتدخل كلما تعرضت المنافسة للتقييد أو العرقلة، وقد منحه المشروع صلاحيات واسعة في ذلك.³

حيث عرف الأمر رقم 03/03 مجلس المنافسة على انه سلطة إدارية، تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة.¹

1- تم إلغاء هذا الأمر بموجب الأمر رقم 03/03 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 12/08 المؤرخ في 25 يونيو 2008 والمتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد 36، الصادرة في 02 يوليو 2008، معدل ومتمم. نقلا عن صياد الصادق.

2- الاجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهد بتاريخ 22 ماي 2017 على الساعة 16:00 <http://www.dcwiskra.dz>

3- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 119.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

بهذا النص يكون القانون قد وضع حدا للاستقلال الإداري الذي كان يتمتع به مجلس المنافسة في ظل الأمر 06/95، ويصبح بموجب تعديل 2008 تابعا من الناحية الإدارية لوزارة التجارة، بعد ما كان تابعا لرئاسة الحكومة في ظل الأمر 03/03، ويبقى مع ذلك يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وكما نصت عليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 241/11 الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسييره بقولها: " مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة، ويوضح نص الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، فيعتبره هيئة إدارية مزودة بسلطات قضائية، الشيء الذي لم يكن واضحا في ظل الأمر 06/95.

الفرع الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة في مجال الضبط وحماية المستهلك

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

وباستقراء مختلف الأحكام التي جاء بها كل من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة والقانون رقم 12/08 المعدل والمتمم للأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة، والقانون رقم 05/10 الذي يعدل ويتمم الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة والمرسوم التنفيذي رقم 241/11 الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسييره، نجد أن المشرع قد أوكل لمجلس المنافسة نوعين من الصلاحيات، صلاحيات ذات طابع استشاري ورقابي وصلاحيات ذات طابع ردعي.

أولا: الوظيفة الاستشارية لمجلس المنافسة

1- المادة 23 من الأمر 03/03 المعدلة بموجب المادة 09 من القانون 12/08 المتعلق بالمنافسة.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

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

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

ثانياً: الوظيفة الردعية لمجلس المنافسة

بالإضافة إلى الدور الاستشاري لمجلس المنافسة يتمتع كذلك بصلاحيات أساسية تتمثل في اتخاذ القرارات إزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، وقبل أن يصدر المجلس قراراته ضمن الجلسات التي يحددها لهذا الغرض تتخذ أمامه إجراءات خاصة، تخوله في ذلك مختلف النصوص القانونية والتنظيمية صلاحيات مختلفة كإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء، الهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون أعمال منافية للمنافسة.¹

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

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 123.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

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

إن تحقيق مجلس المنافسة لأهدافه ينعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلك أول المستفيدين من الاقتصاد التنافسي، نظرا لما يتوفر له من حرية اختيار من حيث الجودة ومن حيث السعر، مما يجعله اقدر على التحكم في موارده وفي سلوكه الاستهلاكي، وقيام مجلس المنافسة بدوره سواء ما تعلق بالدور الاستشاري أو الردعي هو حماية إضافية للمستهلك إضافة للحماية التي تمارسها الأجهزة الأخرى بمختلف اختصاصاتها.¹

المطلب الرابع: دور إدارة الجمارك

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

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا فقد اقر المشرع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية

1- صياد الصادق، نفس المرجع، ص 129.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45%، ففي هذا الإطار يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم التي لا تحبذ فرض رسوم جمركية عالية لكي لا تزيد من أسعار السلع، ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في تكلفة السلع، والدليل على ذلك أنها كانت تطبق نسبة 01% (واحد بالمائة) من الرسوم الجمركية على القليل من البضائع الواردة (تقريبا ما نسبته 80% معفية من الرسوم الجمركية).

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

كما يمكن 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، ومثال ذلك عندما يتبين أن استيراد منتج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات مشابهة أو منافسة لها مباشرة.¹

الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك

1- الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهد بتاريخ 22 ماي 2017 على الساعة

16:00، <http://www.dcwiskra.dz>

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

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 تطوير وتنمية المنتج المحلي، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة. كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضا صريح من المعني بالأمر و في حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك.¹

المبحث الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك

بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة، فانه في اغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأت من أجله، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده وعدم تمكنه من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري البحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد حماية المستهلك، وهذا بوضع تكتلات للمستهلكين ومع مرور الوقت أصبح ذلك في شكل جمعيات تعرف بجمعيات حماية المستهلك.²

كما تعمل جمعيات حماية المستهلك على مساعدة الأجهزة الرسمية وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات المحددة قانونا، كما أن هدفها يتجاوز مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك ومصالح المتدخلين ويتجلى ذلك عن طريق مكافحتها للجرائم

1- الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، نفس الموقع.

2- ارزقي زوير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 203.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

المرتبطة بالممارسات التجارية كالتهريب، الغش والإعلانات المضللة والتي من شأنها إيذاء المستهلك في مصالحه المادية.¹

المطلب الأول: الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك

إن جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها إلى القانون رقم 06/12² المتعلق بالجمعيات الذي بموجبه اعترف المشرع الجزائري بالحق في تأسيس الجمعيات.

أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك فقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل السابع تحت عنوان "جمعيات حماية المستهلكين" في المواد: 21، 22، 23، 24.

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك

جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه.

تعرف الجمعية على حسب القانون رقم 06/12 بأنها: تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من اجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني، ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع.

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 131.

2- قانون رقم 06/12 المؤرخ في 2012/02/12، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية رقم 02 الصادر بتاريخ 2012/02/15.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

غير أنه يندرج موضوع نشاطاتها وأهدافها ضمن الصالح العام وان لا يكون مخالفا للشواهد والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها.¹

الفرع الثاني: تأسيس جمعيات حماية المستهلك

تتأسس جمعيات حماية المستهلك من أشخاص طبيعية و/أو معنوية، ويكون عدد الأعضاء المؤسسين كالأتي:

- عشرة (10) أعضاء على الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية.
 - خمسة عشر (15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل.
 - واحد وعشرون (21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاثة (03) ولايات على الأقل.
 - خمسة وعشرون (25) عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن اثني عشر (12) ولاية على الأقل.²
- ويخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي والى تسليم وصل التسجيل ويوضع التصريح التأسيسي لدى:

- المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.
- الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية.
- الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.³

1- المادة 02 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات.

2- المادة 06 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات.

3- المادة 07 من نفس القانون.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

ويكون نشاط هذه الجمعيات على المستوى الوطني كما هو الحال بالنسبة إلى:

- الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين (AAPC) المنشأة عام 1988.

- جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك (IDEC) المنشأة عام 1989.

أو يكون نشاط هذه الجمعيات على المستوى المحلي أي في إقليم جغرافي محدد داخل الدولة كما هو الشأن بالنسبة:

- جمعية حماية المستهلك والبيئة وهران أنشأت عام 1999.

- جمعية حماية المستهلك بتلمسان أنشأت عام 1997.

- جمعية حماية المستهلك والبيئة سطيف أنشأت عام 1999.

- جمعية حماية المستهلك غرداية أنشأت عام 2004.

- جمعية من أجل الحماية والدفاع على المستهلك - سكيكدة- أنشأت عام 1989.

وتلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، وقد أعطتها المشرع الجزائري الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وهناك وسيلتان تلجأ إليها عادة لتحقيق أهدافها، وهما "الدعاية المضادة والمقاطعة".

كذلك تلعب دورا فعالا في مجال التحسيس والتوعية إذ يعتبر ذلك من الواجبات الأساسية في تبيان المخاطر التي تهدد صحة وامن المستهلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد سمح لها القانون حق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد الحصول على التعويض وذلك بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون، أمام الجهات القضائية المختصة.¹

المطلب الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

1- صياد الصادق مرجع سابق، ص. ص 135 و136.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

يقصد بالدور الوقائي ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وامن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامته من الممارسات التي قد تشكل خطر 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.

الفرع الأول: الدور التحسيس والإعلامي

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.
 - 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.
- 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.¹

كما تنص المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 0/09 على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته وذلك بالنص على أن: " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله ... "

1- ارزقي زويير، مرجع سابق، ص 206.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

ولا يقتصر دور ومهام جمعية حماية المستهلكين على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو ما يسمح لهم بالدفاع عن أهدافهم وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة، وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات.

الفرع الثاني: مراقبة الأسعار

يتمثل دور هذه الجمعيات في متابعة الأسواق وذلك بمدى مراقبة مدى 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.¹

والملاحظ أن أسعار المنتجات غير ثابتة ترتفع بصورة مفرطة خاصة في المناسبات كشهر رمضان والأعياد والأزمات والكوارث، كما أن بعض المتدخلين يفرطون في رفع الأسعار بصورة تعسفية خاصة في المناطق النائية.

فجمعيات 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.²

المطلب الثالث: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

1- ارزقي زويير، نفس المرجع، ص 207.

2- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 138.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا في حال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل حيث يصبح الدور الوقائي لهذه الجمعيات عديم الجدوى وبدون فعالية.

وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حيث تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة أشكال، منها القيام بالدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية، أو الدعوة إلى المقاطعة للسلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد، وهذا الدور الذي تطلع به هذه الجمعيات أجازته المشرع بنص القانون سواء في قانون الجمعيات رقم 06/12 أو في قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.¹

الفرع الأول: الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر إجراءات أخرى وذلك بان تتخذ أسلوب آخر للتنديد بالممارسات غير النزيهة التي يقوم بها المتدخلون على حساب وامن المستهلك، وبالتالي لمنع الإضرار بالمستهلك فقد تقوم هذه الجمعيات بمواجهة فئة المتدخلين بالقيام بإشهار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك.

إذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة، فانه من جهة أخرى يعمل إلى دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة، أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك، وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة لا على المتدخل، إذ كلما تبث مخالفة المتدخلين للتنظيمات والمقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منه سحبها على الفور، أما إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إعلامهم بمخاطر السلع، وهذه

1- صياد صادق، نفس المرجع، ص 139.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

الإجراءات حتى وان لم يتعرض لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة، ولا في قانون حماية المستهلك فإنه تعتبر جد ضرورية وذلك من خلال منع المتدخل من الإضرار بالمستهلك وبالتالي منع طرح هذه السلع في السوق.¹

وأسلوب الدعاية المضادة والذي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان، يكون بإتباع هذه الجمعيات لطريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، بالنسبة للنقد العام يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير.

أما بالنسبة للنقد المباشر فيتمثل في نقد منتج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته.²

الفرع الثاني: 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 إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد صحتهم وسلامتهم، في الحين يعتبرها البعض هي نوع من التوعية والتحسيس لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها.

يبقى نجاح الدعوة إلى المقاطعة مرهون بمدى استجابة المستهلك لها، فلا يمكن أن تصل هذه الدعوة إلى الغاية المرجوة منها في الحين لا أحد يؤيدها أو يستجيب لها مهما كانت المنتوجات التي أدت بالجمعية إلى طلب مقاطعتها.

1- ارزقي زويير، مرجع سابق، ص220.

2- صياد الصادق، مرجع سابق، ص140.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة، من شأنه ترتيب مسؤوليتها إذا أساءت أو أخطأت في استعمال هذه الآراء، لذا لا بد عليها من الحيطة أثناء أداء هذا الدور ووجوب أن تكون هادفة في هذا الإطار، الأمر الذي يجعل بعض رجال القانون يشترطون للقيام بالمقاطعة من أن:

- أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك.
- أن يؤسس أمر المقاطعة.

حيث يشكل إجراء المقاطعة نتائج وخيمة على المتدخلين بحال اتخاذ ذلك بشأنهم، إذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابة جمهور المستهلكين لذلك الأمر، فكان من الضروري التطرق لأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو قانون المنافسة، ومن الأجدر أن يتم سن نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة، ومن جهة أخرى تنظيمه، كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء مقاطعة منتج أو متدخل، وكذا تحديد مدة معينة توجه مباشرة المتدخل الذي ثبتت مخالفته إما لقواعد المنافسة النزهاء أو لقانون حماية المستهلك، فانه لا يلجأ لهذا الأسلوب إلا كحل أخير.¹

المطلب الرابع: دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء

إن الاعتداء على حقوق المستهلك والمساس بسلامته أصبح أمراً مألوفاً، بالرغم من الإجراءات المتخذة من قبل الجهات المعنية لضمان الحماية له، وبما أن القضاء يعد جهازاً مكماً لهذه الجهات فيما يتعلق بمهمة الحماية والدفاع عن المستهلك والمحافظة على حقوقه، فمن الطبيعي أن يمارس المستهلك المضرور حقه في اللجوء إلى الهيئات القضائية المختصة قصد المطالبة بردع المخالفين

1- ارزقي زويير، مرجع سابق، ص.ص 218 و219.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

والتعويض عما لحقه من ضرر، وذلك تطبيقاً لحق الالتجاء إلى القضاء الذي يعد من الحقوق العامة المعترف بها لكل أفراد المجتمع.¹

ولم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش نوع الأضرار التي يمكن للجمعيات المطالبة بالتعويض عنها، لذا نستنتج أنه يمكن أن تطالب بتعويض كل الأضرار التي تصيب المستهلك، وهذا بخلاف القانون رقم 02/89 (الملغى)، الذي أعطى الحق للجمعيات في المطالبة بتعويض الضرر المعنوي فقط.²

الفرع الأول: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

تعد فكرة المصالح الجماعية "المشتركة" غير واضحة كفاية فقد أثارت صعوبة في تحديدها لأنها تقع على الحدود بين المصالح الفردية والتي يتولى حمايتها الفرد المتضرر، وبين المصالح العامة التي تهم المجتمع وتتولى حمايتها النيابة العامة، ويمكن أن نعرف المصالح الجماعية على أنها: "المصلحة المشتركة لمجموعة من الأفراد تجمعهم مهنة معينة أو يستهدفون غرضاً معيناً كالدفاع عن حقوق المستهلك أو غيرها، وهي ليست مجموع المصالح الفردية لهؤلاء الأفراد" وتعرف كذلك بأنها: "مجموعة الحقوق والامتيازات المخولة للمستهلك بموجب قوانين وتنظيمات خاصة".

حيث منح المشرع لجمعية حماية المستهلك الحق في رفع دعوى التعويض عن الضرر المعنوي اللاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، ولقبول هذه الدعوى يجب توفر شروط منها وقوع عمل غير مشروع ولم يشترط القانون الجزائري أن يشكل هذا العمل غير المشروع جريمة.

1- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام قسم الحقوق، فرع

التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص112.

2- صياد الصادق، مرجع سابق، ص145.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

إن الدعوى المرفوعة من قبل جمعيات حماية المستهلك تكون مقبولة من اجل ضمان احترام النصوص الحمائية سواء ذات الطابع الجزائي أو غير الجزائي، كما هو الشأن بالنسبة لجرائم الغش والخداع والإشهار الخادع ومحاربة الشروط التعسفية.

كذلك يجب أن ينجم عن العمل غير المشروع ضرر يلحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين كتضررهم جراء تناول مادة غائية غير مطابقة.

فإذا كانت الأضرار الفردية لعدة مستهلكين ناجمة عن نفس المنتج وتسبب فيها نفس المتدخل، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني، وهو أمر واضح، أما إدراج شرط المساس بالمصالح المشتركة للمستهلكين إذا تعرض مستهلك واحد للضرر فهو غير واضح، فهو لا يعني أن يتسبب المنتج في ضرر لعدة مستهلكين حتى تتمكن الجمعيات من الادعاء المدني، وهو ما يفهم من عبارة "عندما يتعرض مستهلك"¹.

فكان على المشرع إسقاط هذا الشرط وإعطاء الحق للجمعيات في الادعاء المدني في كل الحالات التي يتعرض فيها أي مستهلك لضرر ناجم عن المنتجات.²

وتظل سلطة القاضي قائمة في تقدير حدوث الضرر أولاً، وفي تحديد قيمة التعويض ثانياً، وبإمكانه أن يستجيب لطلبات الجمعيات كلها أو بعضها بحسب قدرتها على إقناعه بوجاهة ما تطلبه، كما أن مطالب الجمعية بالتعويض عن الضرر اللاحق بمجموعة من المستهلكين لعدد غير محدد بعينه يجعل من مسألة تقدير هذا الضرر وكذا التعويض المقابل له أمراً غاية في الصعوبة، لهذا كثيراً ما يميل القاضي إلى الحكم بتعويضات رمزية لا تفي بالغرض المطلوب.³

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 147.

2- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 151.

3- عمار زعي، "حماية المستهلك في الجزائر نصاً وتطبيقاً"، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007/2008، ص 111.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

إن الحماية القضائية التي تتولاها جمعيات حماية المستهلكين عن طريق دعوى جماعية ترفعها نيابة عن المستهلك، ورغم كون هذه الجمعيات الأقدر عن الدفاع عن مصالح المستهلكين من حيث المبدأ من المستهلك الفرد نفسه، إلا أننا نرى أن هذه الجمعيات لا تعرف كيف تجني فائدة واسعة من المحكوم عليهم، مما يجعلها تطالب من حيث الواقع بخالص ما أصابها من ضرر، وغالبا ما يقدر بطريقة رمزية وليس بما يعانیه الضحايا بالفعل، وإذا رغب الضحايا في التعويض عليهم أن يمارسوا دعواهم الخاصة، وهذا ما يفسر أن الجمعيات تلجأ أكثر إلى ما يسميه كثير من الفقهاء بالطرق الواقعية ووسائل أخرى للمقاومة.¹

إن لجوء جمعيات حماية المستهلكين ودفاعها عن المصالح المشتركة أمام القضاء ودفاعها عن المصالح المشتركة للمستهلكين حيث تأسس كطرف مدني، تصطدم بكثير من العقبات أهمها غلاء تكاليف التقاضي وعدم مقدرة الجمعية على تحمل نفقاتها، حيث وفي ظل القانون الملغى رقم 02/89 لم تمارس الجمعية هذا الحق كما يجب نظرا لغلاء نفقات التقاضي ومحدودية الموارد المالية لهذه الجمعيات، لكن المشرع ومن خلال القانون الجديد رقم 03/09 منحها حق الاستفادة من المساعدة القضائية وذلك بنص المادة 22 حيث: "... يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية".²

الفرع الثاني: انضمام جمعيات حماية المستهلك إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك

قد ترفع الدعوى من قبل المستهلك الفرد أو من قبل مجموعة من المستهلكين أمام القضاء ضد متدخل معين، وبالرجوع إلى المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والتي تنص على: " يكون

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص 148.

2- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 151.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

التدخل في الخصومة في أول درجة أو في أول مرحلة الاستئناف اختياريًا أو وجوبًا ولا يقبل التدخل إلا ممن توفرت فيه الصفة والمصلحة".¹

وبوجود شرطي الصفة و المصلحة في جمعيات حماية المستهلك يحق لها التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى إلى تحقيقها رافع الدعوى وهو المستهلك سواء بتأكيد ادعاءاته أو بإضافة طلبات إضافية.²

ويمكن للجمعية في هذه الحالة تدعيم الطلب الأولي الذي قام به المستهلك أمام القضاء، والمطالبة بوقف السبب الذي أنتج الضرر، مثلًا طلب إيقاف الإشهار التضليلي.³

وبالتالي يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الرافع للدعوى تحقيقها سواء بتأكيد ادعاءاته أو إضافة طلبات إضافية إلى الطلبات الأخرى.⁴

إن جمعيات حماية المستهلك وإن كانت مؤسسات معترف بها إلا أنها تبقى بعيدة عن احتلال أماكنها الطبيعية التي احتلتها في أماكن أخرى، بحيث أنها غير مندجة اجتماعيًا إذ تنقصها القاعدة الشعبية، والتي بدونها سيبقى محكومًا عليها البقاء على وضعيتها الحالية، وفي الغالب الأعم فإن عددها لا يتجاوز بضعة العشرات، كما أنها لا تمثل حركية كبيرة، ثم يجب الاعتراف أيضًا بأنها محدودة وإن إمكاناتها المادية لا تسمح لها بضمان استمرارية نشاطها، وإن واقعها الاجتماعي السياسي لا يمكن أن يتحقق إلا بشكل بسيط وثقلها المؤسساتي ضعيف.

والجدير بالذكر أنه وفي غالب النصوص التطبيقية والتنظيمية لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، فإن عمل جمعيات حماية المستهلك يبقى جد محدود في غياب آليات عملها، بالإضافة إلى

1- عمار زعي، مرجع سابق، ص112.

2- صياد الصادق، مرجع سابق، ص148.

3- عمار زعي، مرجع سابق، ص112.

4- ارزقي زويبر، مرجع سابق، ص214.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

عدم وجود المجلس الوطني لحماية المستهلك في الواقع، كما يمكن ملاحظة أن القانون الجديد جاء أكثر ردعية حيث تضمن في هذا المجال ستة وعشرون (26) مادة في مجال العقوبات بالنسبة للمخالفين بالمقابل نص على ثلاثة (03) مواد فقط تخص جمعيات حماية المستهلك إذا استثنينا المادة التي تنص على إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلك، فالجانب الردعي جد مهم لحماية مصالح المستهلك لكن يبقى غير كاف لوحده فيجب الاهتمام بالمقابل بدور المجتمع المدني ومن خلاله جمعيات حماية المستهلك خاصة في مجال التوعية والحملات التحسيسية، فقانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد اغفل التركيز على هذا الدور الذي نهيىب بالمشرع أن يتداركه من خلال النصوص التطبيقية لهذا القانون والتي لم توضع بعد.¹

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص. ص150 و151.

الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك

ملخص

تهدف الدراسة إلى بيان دور الإدارة في حماية المستهلك من خلال قرارات الضبط الإداري لأجل الحد من النشاطات الاقتصادية والتجارية الغير مشروعة والتي تؤثر بشكل مباشر على المستهلك، من خلال السحب المؤقت والنهائي لمزاولة النشاط التجاري وفرض قيود لأجل تنظيم وحماية المستهلك، وكذلك إلى بيان الهيئة الإدارية صاحبة الاختصاص في هذا المجال، كما بينت نتائج الدراسة أيضا الدور الوقائي للإدارة في مجال حماية المستهلك، ودور رئيس البلدية في حماية المستهلك من خلال المساهمة في تنظيم العمل التجاري وتنظيم الأسواق، ودور الوالي في منح الرخص وتقييد النشاط بما يضمن سلامة المستهلك، ودور الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك والذي يشكل احد صور الحماية الإدارية للمستهلك وتنظيم النشاط.

أما بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها، وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي إن لم نقل انعدامه من جهة أخرى.

الفصل الثاني

آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

إن الالتزام بالسلامة يتمثل في الجهد الذي يبذله المتدخل باحترام المقاييس التي من خلالها يكون المنتج الذي يقدمه للمستهلك لا يضر بصحته، وليس المقصود بالجهد بذل العناية بل تحقيق النتيجة، لأن هذه الأخيرة واضحة وهي عدم الإضرار بصحة المستهلك كما تنص المادة 09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش: "يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك، مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه..."¹

غير أن تطور أساليب الإنتاج والتوزيع في بلادنا، بالإضافة إلى ازدهار الاستيراد الناتج عن تحرير التجارة، أدى إلى تعزيز احتمال انفلات بعض المنتجات من الرقابة، وبالتالي وصولها إلى متناول المستهلك وهي غير آمنة بفعل تجاوزات المتدخلين، الذين يطرحون للاستهلاك منتجات مغشوشة أو مقلدة، فيتضرر المستهلك منها، وفي ظل الصعوبات التقنية والتفاوت الكبير بينه وبين المتدخل، أقر المشرع مسؤولية هذا الأخير عن ضمان سلامة المستهلك كآلية تضمن عدم تنصل المتدخلين من تنفيذ التزاماتهم.

قبل هذا، كان المشرع الجزائري يحمي المستهلك طبقاً للقواعد العامة في القانون المدني وفقاً لنظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية، فكان يوقع التزام المتدخل طبقاً للمسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام تعاقدية إضافة إلى إمكانية تحميله المسؤولية التقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسؤول علاقة تعاقدية حسب ما تشترطه المادة 124 من القانون المدني.

1- مواقي بناني احمد، الالتزام بضمان السلامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مجلة الفكر، العدد الخامس، ص.ص 415 و416.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

لقد أدرك المشرع الجزائري اتساع مشكلة اختلال التوازن بين المستهلك الضعيف اقتصاديا، وبين المتدخلين الذين يملكون القوة الاقتصادية والكفاءة التقنية في مجال الإنتاج والتوزيع، فأصدر القانون رقم 03/09، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي كرس المبادئ الأساسية لرقابة جودة المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك، وأهمها إجبارية توفر المنتوج على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك.

المبحث الأول: مجالات التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

تدخل المشرع الجزائري لضمان سلامة المستهلك بوضع قواعد صارمة لا تتسامح مع المتدخلين في عملية وضع السلع والخدمات للاستهلاك، فألقى على عاتقهم التزامات تكفل سلامة المنتوج خلال مراحل الإنتاج وحتى عندما يكون المنتوج في حوزة المستهلك والوفاء بها جدير بإعادة التوازن المفقود بين المتدخل والمستهلك وضمان امن المستهلك المقرر في المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وقد حدد هذا القانون موضوع الدراسة الالتزامات الواقعة على المتدخل، فهو يلتزم بإعلام المستهلك ومطابقة المنتوجات، وعندما يكون المنتوج في يد المستهلك فان المتدخل يلتزم بضمانها وضمان خدمة ما بعد البيع¹.

المطلب الأول: إلزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمة ما بعد البيع

يقصد بأساس الالتزام بضمان سلامة المنتوج، الأساس القانوني الذي يقوم عليه هذا الالتزام، أي مبرره القانوني²، فيلتزم المتدخل بضمان سلامة منتوجاته من كل عيب قد يشوبها حيث

1- شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 49.

2- علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2014، ص 221.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على استفادة كل مقتن للمواد التجهيزية من الضمان بقوة القانون، و نصت المادة 16 منه على خدمة ما بعد البيع من اجل تفعيل هذا الضمان، فقد أدى تطور وتنوع المنتوجات إلى ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني(الفرع الأول)، هذا بإقرار الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع وبيان كيفية تنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية

جاءت ضرورة إنشاء التزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمات، المتميز عن ضمان الصلاحية المكرس بموجب المادة 186 من القانون المدني، نتيجة لظهور الالتزام العام بضمان السلامة وثبوت قصور أحكام ضمان الصلاحية في حماية المستهلك(أولا) ونظرا لخصوصية العيب وفقا لهذا الالتزام الجديد بالسلامة(ثانيا).

أولا: قصور ضمان أحكام الصلاحية

أقر المشرع الجزائري أحكام ضمان الصلاحية بموجب المادة 386 ق.م، وقبل صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك(الملغى)، كانت هذه الأحكام تطبق على جميع المنتوجات، إلا أن تدفق المنتجات المعقدة وعالية التقنية على السوق الجزائرية، والتي يجهلها المستهلك في أغلب الأحيان، جعل المشرع ينشئ أحكاما خاصة بحماية المستهلك، فصدر القانون سالف الذكر، والمرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، نظرا لقصور أحكام ضمان صلاحية المبيع لمدة معينة لعدة اعتبارات، منها اقتصرها على ضمان السلع دون الخدمات، بالإضافة إلى قصور الضمان الإتفاقي.

ثانيا: خصوصية العيب وفقا للالتزام بضمان السلامة

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يختلف السبب الموجب للضمان - المكرس بموجب المادة 13 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 03 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات - عن السبب الموجب لضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني، فالأول يتحقق بمجرد حصول أي خلل في المبيع، يجعله غير صالح للعمل حتى ولو لم يوجد فيه عيب، أما الثاني، فهو يتحقق بمجرد اكتشاف العيب، حتى ولو كان المبيع صالحاً للعمل، ستظهر خصوصية العيب الموجب لضمان المنتوجات والخدمات وفقاً للالتزام بضمان السلامة من خلال تعريفه (1) وبيان شروطه (2)، حتى يتحقق الضمان.¹

1- تعريف العيب الموجب لضمان المنتوجات والخدمات

يجب بداية التنويه إلى أن المنتجات المعيبة التي تستوجب الضمان طبقاً للمادة 13 من قانون حماية المستهلك، أي كل المواد التجهيزية، غير أن المادة 02 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات عرفت المنتج الذي على المحترف ضمانه بأنه: "كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة".

لقد نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أن يضمن المتدخل "سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له و/أو من أي خطر ينطوي عليه".

لم يحدد المشرع المقصود بالسلامة التي يجب أن تنقص، فيجب الضمان، وقد ذكرنا سابقاً أن سلامة المنتوجات المعرفة بموجب المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، قصد بها المشرع سلامة المادة الغذائية، أما السلامة فقد عرفها بموجب المادة 3/2 من المرسوم التنفيذي

1- شعباني حنين نوال، نفس المرجع، ص 64.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، بأنها: " البحث عن التوازن الأمثل بين جميع العناصر المعنية والتي تستهدف التقليل من أخطار الجروح في حيز ما هو معمول به".

تنقص سلامة المنتج عندما يكون هناك عيب في تكوينه أو تصنيعه، ويكون مصدر خطر على المستهلك، كالعيوب في تصميم فرامل السيارات¹.

فأساس العيب الذي يستوجب الضمان بصفة عامة هو غياب الالتزام العام بالسلامة، والمساس بصحة وأموال المستهلك.

2- شروط العيب الموجب للضمان

لا يضمن المتدخل العيب في منتوجه، إلا بتوفر شرطين أساسيين هما: أن يحدث العيب خلال فترة الضمان (أ) وأن يرتبط هذا العيب بصناعة المنتج (ب).

أ- حدوث العيب خلال فترة الضمان

يضمن المتدخل صلاحية المنتج لفترة زمنية معينة، وتختلف تلك الفترة حسب طبيعة السلعة أو الخدمة على ألا تقل عن ستة أشهر، ونصت المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 على إمكانية منح ضمان اتفاقي مجاني للمستهلك أنفع من الضمان الخاضع للأحكام القانونية المعمول بها.

يقصد بعملية وضع المنتج للاستهلاك وفقا لأحكام حماية المستهلك: " مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة"².

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 64.

2- المادة 8/03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يثبت كل ضمان، مع اخذ طبيعة المنتج بعين الاعتبار، بشهادة يذكر فيها خصوصاً نوع هذا الضمان، وشروط التشغيل والبيانات الممثلة في: اسم الضامن وعنوانه، نوع المنتج المضمون وسعره، مدة الضمان مرفقا بعبارة " يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال".¹

كما أن النص على أن يتم الإثبات بتقديم شهادة الضمان وفقاً للمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90، ينقص من الحماية المفروضة للمستهلك، خاصة في حالة إضاعتها أو بالنسبة للمنتجات التي لا تستوجب تقديم الشهادة.

وقد نص المشرع على استفادة المستهلك من حق تجربة المنتج المقتنى على ألا يعني ذلك المتدخل مع إلزامية الضمان، وهنا كان على المشرع تنظيم مدة الاستفادة من التجربة أما إذا كانت تخصم من مدة الضمان، وما إذا كان المتدخل يضمن العيب في المنتج والضرر الناتج عن التجربة ذاتها.

ب- ارتباط العيب بصناعة المنتج²

يجب أن يرتبط العيب بصناعة المنتج حتى يضمنه المتدخل، فهو لا يضمن العيب الخارجي كالعيب الناجم عن سوء استخدام المنتج وهذا ما أكده الملحق الثاني من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 سالف الذكر، حيث نص في نموذج لشهادة الضمان على ما يلي:

"هذا الضمان لا يغطي الفساد الذي يتسبب فيه النقل والتركيب والتشغيل بطريقة غير مطابقة أو استعمال غير منصوص عليه في دليل الاستعمال".

1- المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات، المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، ج.ر. عدد 40.

2- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 66.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يقدم ضمان المنتوجات ميزة هامة للمستهلك، هي إعفائه من عبء إثبات عدم صلاحية المبيع للعمل، وبالتالي فحدوث الخلل أو العيب أثناء فترة الضمان، يعد قرينة على أن هذا مرتبط بصناعة الجهاز أو تصميمه، ولأن الضمان قاصر على عيوب التصنيع فهو لا يضمن إلا خطأ المتدخل، فيستبعد من نطاقه خطأ المستهلك والغير، كما لو أصبح المنتج غير صالح للاستعمال أو نقصت قدرته على توفير السلامة المطلوبة للمستهلك أثناء نقله من قبل الغير، أو أتلف نتيجة قوة قاهرة كما لو شب حريق في المنزل فتضرر المنتج.

الفرع الثاني: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع

تكمن ضرورة التزام المتدخل في ضمان سلامة المنتج من كل عيب يجعله غير صالح للاستعمال أو يؤثر على صحة وسلامة المستهلك، وفي سبيل تحقيق ذلك، حدد المشرع بدقة كيفية تنفيذ هذا الالتزام (أولاً)، ولكفالة حماية أكبر للمستهلك، أقر كيفية تنفيذ التزام آخر بعد انتهاء فترة الضمان، هو الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع (ثانياً)¹.

أولاً: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان

ينفذ الضمان بين طرفيه وهما المستهلك والمتدخل، لذا يتعين عليهما القيام بواجبهما على أكمل وجه حتى يأتي الضمان بشماره، فيلتزم المستهلك بإخطار المتدخل بوجود العيب (1)، حتى يتمكن هذا الأخير من تنفيذ التزامه حسب الطرق المحددة قانوناً (2).

1- إخطار المستهلك للمتدخل بوجود العيب

طبقاً للمادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ينبغي على المستهلك أن يخطر المتدخل بالعيب بمجرد ظهوره، والغاية منه تحاشي تفسير سلوك المستهلك بأنه

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 67.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب، ويستحسن للمستهلك أن يسرع في إخطار المتدخل بالخلل قبل تفاقمه وما ينجم عن ذلك من أضرار، فغالبا ما تنص وثيقة الضمان على ميعاد قصير للإخطار، وهنا كان على المشرع تنظيم هذه الفترة حتى لا يترك مجالاً لتعسف بعض المتدخلين.

لا يستلزم القانون شكلا معينا للإخطار، فحسب المادة 18 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، يمكن أن يتم الإخطار شفويا أو كتابيا، وبأية وسيلة تطابق التشريع المعمول به، ويمكن للمحترف حسب تعبير المادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، سألقة الذكر، أن يطالب بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتج.¹

2- طرق تنفيذ المتدخل التزامه بالضمان

يجب على المستهلك أن يقدم للمتدخل طلبه بتنفيذ الضمان، بمجرد ظهور العيب، ما لم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك، فإذا كان المستهلك عالما بالعيب فانه يكون ظاهرا، أما إذا كان لا يعلمه فهذا لا يعني انه خفيا، بل قد يكون ظاهرا، إذا كان من الممكن تبنيه عند فحص المنتج.

ويترتب على ذلك أن العيب لا يكون موجبا للضمان، إذا كان عدم علم المستهلك به راجعا يقينا، إما إلى إهماله في فحص المبيع، وإما إلى نقص خبرته، حيث يعتبر العيب في كلا الحالتين عيبا ظاهرا، ومثال ذلك العيب الذي يمكن كشفه من خلال الفحص الأولي مثلا كتجربة سيارة.

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 98.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

وترتيباً على ذلك أيضا يكون العيب ظاهراً، إذا كان المستهلك قد علم به، أو كان في استطاعته ذلك عند الفحص.¹

وفي حالة عدم تنفيذ إلزامية الضمان في اجل يطابق الأعراف المهنية، يجب على المستهلك أن ينذر المتدخل برسالة مسجلة مع إشعار بالاستلام أو ينذره بأية وسيلة أخرى تطابق التشريع المعمول به. وإذا لم يستجب له يمكنه أن يرفع دعوى الضمان عليه إلى المحكمة المختصة في اجل أقصاه عام واحد ابتداء من يوم الإنذار.²

أما إذا توفرت الشروط وقرر المتدخل تنفيذ التزامه بالضمان-الذي لا يتخلص منه إلا بإثبات عدم أخطاره من طرف المستهلك- فان القانون حدد طرق معينة لتنفيذ هذا الالتزام، حيث أقرت المادة 3/13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " يجب على كل متدخل ...، في حالة ظهور عيب بالمنتوج، استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته".

يتم استبدال المنتوج أو إصلاحه مجاناً وفي اجل يطابق الأعراف المعمول بها ويتحمل المتدخل جميع المصاريف لا سيما مصاريف اليد العاملة والإمداد بالمواد.³

فيجب على المتدخل أن يقوم باستبدال المنتوج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئياً أو كلياً على الرغم من إصلاحه، فيجب على كل متدخل خلال فترة الضمان

1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 2004، ص532.

2- المادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

3- المادة 08 من نفس المرسوم.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته.¹

ثانيا: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع

تعتبر خدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملاء الفراغ التشريعي الذي ساد قانون 02/89 (الملغى)، إذ لا تتوافق حماية المشرع للمستهلك بمجرد انتهاء مدة الضمان، بل ألزمت المادة 16 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع، حيث نصت على أنه: "في إطار الخدمة ما بعد البيع، 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 المعروض في السوق".

ترتكز خدمة ما بعد البيع على توفير وسائل مواتية للعناية بالمنتج، وعلى تدخل عمال تقنيين مؤهلين، وعلى توفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية، قصد صيانتها وتصليحها. فهي تشمل كل أنواع الخدمات التي تؤدي بعد نهاية الاقتناء، كالتسليم في مقر السكن وتركيب المنتجات.

غير أننا نلاحظ غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتجات، واقتصارها على السيارات وبعض الأجهزة الكهربائية، كما يلاحظ جهل أغلب المستهلكين بإلزامية تقديم هذه الخدمة بقوة القانون، وهو ما أدى إلى استقلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الالتزام وسيلة

1- المادة 07 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، والمادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

للدعاية عن منتجاتهم، فيضعون عبارة "خدمة ما بعد البيع متوفرة" على إعلاناتهم، ليس لإعلام المستهلكين وإنما لجذبهم نحو اقتناء منتجاتهم.¹

المطلب الثاني: التزام المتدخل بإعلام المستهلك

نظرا لتطور حاجات المستهلكين والصعوبات التي تواجههم في اقتناءها، لم يعد تدخل الدولة بتوفيرها لهم فقط بل تسعى لتحقيق لهم الحماية من المتدخل الأكثر دراية ومعرفة وتخصص، وبذلك ألفت النصوص القانونية بضرورة التزام المتدخل بإعلام المستهلك.²

ونظرا لاحتمال الخلط بين الإعلام والمصطلحات الأخرى ذات الصلة بإخبار المستهلك كالإعلان، يتوجب تحديده بدقة (الفرع الأول)، ولضمان التطبيق السليم لالتزام المتدخل بالإعلام حدد المشرع وسائل معينة لتنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تحديد الالتزام بالإعلام

اختار المشرع الجزائري منهج السوق الحرة ففتح باب المنافسة لاستقطاب العديد من الأعدان الاقتصاديين وتحقيق الرفاهية للمستهلك الذي اقر له حق حرية الإعلام في السوق، دون الخوف من جشع الأعدان الاقتصاديين إلى استعمال إعلام مزيف أو إعلام غير نظيف لإغراء المستهلك.³

فألزمت المادة 17 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج.

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص. ص69 و70.

2- علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة، 2015-2016، ص05.

3- سالم بوفليح، مداخلة بعنوان حق المستهلك في الإعلام، كلية الحقوق، جامعة المسيلة، ص18.

يقابل حق المستهلك في الإعلام، التزام المتدخل بالإدلاء بالمعلومات اللازمة لاتخاذ المستهلك قراره وهو على بصيرة، ولتحقيق الغاية المرجوة من هذا الالتزام، يجب أن يتضمن تزويد المستهلك بالبيانات الخاصة بتعريف المنتج واحتياطات استعماله (1)، والتحذير من خطورته (2).

1-البيانات الخاصة بتعريف المنتج واحتياطات استعماله

يلقى الالتزام بالإعلام على عاتق المتدخل اتجاه المستهلك، بسبب خبرته، لأنه يعرف مزايا المنتج، أمام مستهلك يثق فيه ولا يعرف إلا ظاهر الأشياء، لذا يلتزم ببيان المعلومات الخاصة بالمنتج والتي بدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، سواء من حيث الفائدة المادية أو المعنوية.

يدلي المتدخل بهذه المعلومات سواء كان المنتج خطيراً أم لا، إلا أن جانباً من الفقه، ذهب إلى أن هذا الالتزام يقع فقط على نطاق المنتجات الخطيرة التي تتسم بمخاطرها وتعقيدها، وهو قول لا يضمن سلامة المستهلك في شيء لأنه يؤدي إلى إعفاء المتدخل من هذا الالتزام الذي وجد أصلاً لضمان المساواة بينه وبين المستهلك، فيجب أن يعلم المتدخل المستهلك بكل البيانات التي تميز هذا المنتج عن غيره، لكي يستجيب لرغبة المستهلك في شراء المنتج، فيتعين عليه إحاطة المستهلك علماً بالمنتج الذي في متناوله، فيبين مكوناته وخصائصه وتاريخ الإنتاج ونهاية الصلاحية وكل المعلومات التي لو لم يعلمها المستهلك لما أقدم على شراء المنتج.¹

يجد الالتزام بالإعلام فيما يتعلق بكيفية استخدام الشيء أهمية خاصة في ضوء التطور العلمي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات، بحيث أصبح يتعذر على المستهلك الإحاطة بكل ما هو جديد في مجالات التقنية الحديثة بسائر أصنافها، وبالتالي أصبح

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص73.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يجهل الطرق الصحيحة للاستخدام الذي يحقق له الفائدة المرجوة من المنتج وخاصة عندما يكون هذا الشيء مبتكراً أو حديث الاستعمال، ومن ناحية أخرى قد يترتب على استعمال المنتج خطورة ما، لذا يجب على المتدخل إحاطة وإعلام المستهلك بمصادر هذه الخطورة وطرق تجنبها عملاً على حمايته من الأضرار التي قد تنشأ عنها، وخاصة في مجال المنتجات الحديثة.¹

تحتل هذه البيانات أهمية بالغة في ضمان أمن المنتجات، وهذا ما يستفاد من نص المادة 09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش حين نصت على أنه: "يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها ... وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها".²

2- التحذير من خطورة المنتج

لا يكفي أن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج، على النحو الذي يكفل الانتفاع به على أكمل وجه، بل يتعين عليه -فضلاً عن ذلك- أن يحذره من مخاطر المنتج ذاته وكذا المخاطر التي قد تنجم عن استعماله أو حيازته

قد يلحق الخطر بالمستهلك نتيجة استعماله للمنتج، سواء في شخصه أو في ماله أو في حيازته أو التخلص منه، فكم من ضرر يلحق به جراء استعمال خاطئ أو حيازة خاطئة أو تخزين غير سليم أو التخلص غير آمن.

1- عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص. 233 و234.

2- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص. 73.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

ينبغي على المتدخل أن يوضح للمستهلك الاحتياطات الواجب مراعاتها في حيازته للمنتجات الخطيرة أو في استعمالها، وذلك عن طريق إمداده بكل التدابير الواجبة اتخاذها للحيلولة دون ظهور الأخطار الكامنة فيها.¹

على أن التحذير لا يحقق غرضه في تبصير المستهلك بالمخاطر ووسائل تجنبها إلا إذا كان واضحاً سهل الدلالة، وهذا حتى لا يفهم منه شيئاً آخر، فقد يفهم من عبارة "يحفظ في مكان بارد" بالنسبة لبعض المنتجات الغذائية كمشتقات الحليب أو العصائر، ضمان الاستفادة القصوى من مكونات المنتج، أو لضمان الانتعاش بالمنتج، في حين تعني أن تعرضها لدرجة حرارة عالية قد تتسبب في تسمم المستهلك قد يؤدي إلى وفاته.

كما يتعين أن يكون التحذير ظاهراً، ويكون ذلك باختيار لون ونمط معين في طباعة موضوع التحذير، وبأن يكون لصيقاً بالمنتج ومتصلاً به ويختلف ذلك باختلاف طبيعة المنتجات، فيوصى بحفر التحذير على جدار الزجاجاة نفسها بالنسبة للمنتجات المعبأة في زجاجات إذا كان يخشى سقوط بطاقة التحذير التي تلتصق على جسمها.

لا يجب أن يقتصر المتدخل على الإفصاح عن جزء من المخاطر وإخفاء البعض الآخر بهدف زرع الثقة في نفوس المستهلكين، خصوصاً بالنسبة للمنتجات السامة والدوائية والمنتجات المحفوظة والمعبأة في عبوات مغلقة، وإلا تحمل مسؤوليته عن ذلك.²

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

أقرت المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الالتزام بالإعلام يتم بواسطة الوسم ووضع العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة والتي يقصد بها كل ما من شأنه إيصال

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص74.

2- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص75.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

المعلومات الكافية عن المنتج للمستهلك، فبالإضافة إلى الوسم (أولاً)، يتم الإعلام بإشهار الأسعار وشروط البيع (ثانياً).

أولاً: كيفية الإعلام عن طريق وسم المنتجات

عرفت المادة 4/3 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الوسم بأنه: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على 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".

فرض المشرع الوسم لأغراض إعلام المستهلك بشأن بعض المنتجات، وأهمها في القانون الجزائري: وسم السلع الغذائية والمنتجات المنزلية غير الغذائية، حيث نصت المادة 06 من المرسوم رقم 367/90 بأنه عبارة عن "البيانات أو الإرشادات أو علامات المصنع أو التجارة أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية معينة، والموضوعة على كل تعبئة أو وثيقة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوق، تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية أو متعلقة بها".

ويتحقق إعلام المستهلك بالنسبة للسلع الغذائية غير الجاهزة التعبئة عن طريق التعريف بها بواسطة تسمية خاصة تسجل على لافتة أو ما شابه ذلك.

أما السلع الغذائية الجاهزة التعبئة فيتم إعلام المستهلك عن طريق بطاقة تكون ضمن التغليف ذاته، إضافة إلى التسمية الخاصة.¹

1- محمد بودالي، مرجع سابق، ص. ص 77 و78.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

ونص المرسوم التنفيذي السابق في المادة 06 منه على البيانات الإلزامية التي يجب أن يشمل عليها وسم السلع الغذائية، فضلا عن التسمية الخاصة بالبيع وهي:

- قائمة التوابل عند الاقتضاء.
 - الكمية الصافية والمعبر عنها بوحدة النظام الطولي.
 - تاريخ الصنع بعبارة "صنع في ... " والتاريخ الأقصى لصلاحية استهلاكه بعبارة " يستهلك قبل ... " إضافة إلى الشروط الخاصة بالحفظ كحفظها في مكان بارد أو جاف أو حار.
 - اسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة وتوضيها أو توزيعها أو استيرادها. حتى يتمكن المستهلك من معرفة مصدر السلعة، كما تسهل عليه في حالة الإصابة بضرر مقاضاة الشخص المسؤول.
 - طريقة الاستعمال.
 - إضافة إلى ما قد يضيفه القانون أو التنظيم من بيانات إجبارية.¹
- ورغم النص على إجبارية إيراد هذه البيانات في الوسم، فإن القانون أجاز عند الضرورة عدم ذكر بعضها بموجب طلب يرسل إلى الوزارة المكلفة بالتنوع، باستثناء ما تعلق منها بالتسمية الخاصة بالبيع، وتاريخ الصنع والتاريخ الأقصى للصلاحية، والاسم أو العلامة.
- ويبقى الهدف من الوسم وذكر البيانات السابقة إما المحافظة على صحة وامن وسلامة الأشخاص كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الصيدلانية ومواد التجميل والتنظيف البدني والمنتجات الخطيرة.

وإما بهدف ضمان صدق العرض والأمانة في المعاملات كما هو الحال بالنسبة للمواد النسيجية.

1- محمد بودالي، نفس المرجع، ص78.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

فأوجب المشرع أن يكون الوسم وبياناته المختلفة مكتوبا باللغة العربية، فضلا عن كونها مرئية وسهلة القراءة، ويتعذر محوها، ولم يستبعد إضافة لغة أجنبية أخرى في الوسم لم يحددها، سواء بالنسبة لوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية أو السلع الغذائية والمواد المضافة إليها أو الإطارات المطاطية أو الدواجن المذبوحة أو مواد التجميل والتنظيف البدني أو المواد النسيجية المستعملة والمستوردة.

ولا شك أن الهدف الأساسي من ذلك هو الدفاع عن اللغة العربية، وحمايتها من غزو المصطلحات والتسميات الأجنبية، إضافة إلى إعلام المستهلكين وتيسير الفهم عليهم.¹

ثانيا: الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع:

-إعلام المستهلك بسعر المنتجات والخدمات:

والقصد من هذا الإعلان أو الإشهار كما ورد في نصوص الأمر السابق هو إعلام الزبون أو المستهلك بأسعار بيع السلع والخدمات وشروط البيع، بشكل يسمح له بالتعرف على أسعار المنتجات والخدمات دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات، ويجعله حرا في التعاقد من عدمه، كما أنه يجنب المتدخلين ممارسة التمييز والتفضيل المنهي عنه بين المستهلكين.

فإذا كان الإعلان عن الأسعار الخاص بالمتدخلين يتم بواسطة جداول الأسعار أو النشرات أو دليل الأسعار فان دليل الأسعار لفائدة المستهلكين يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات، وبكل وسيلة يكون من شأنها أن تحقق الغرض من الإعلان وهو إعلام المستهلك.

ويتم إعلام أسعار السلع والخدمات لفائدة المستهلكين بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع وعند الحاجة

1- محمد بودالي، مرجع سابق، ص 82.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

بشروطه وكيفياته الخاصة والتي يجب أن تبين بصفة مرئية ومقروءة على المنتج نفسه أو على غلافه، إذ لا يكفي أن نعلم كل مستهلك بصفة فردية، بل يجب أن يكون كل المستهلكون على علم قبل إبرام العقد عن السعر الذي سيطلب منهم والشروط التي ستوضع لهم، فالهدف هو جعل الشفافية في السوق والسماح أيضا لتطور المنافسة، وبالإضافة إلى ذلك فهذه القاعدة تؤكد على حماية المستهلكين.¹

-إعلام المستهلك بشروط البيع:

ربط المشرع الجزائري الإعلام المتعلق بشروط البيع، بالإعلام بالأسعار في نص المادة 53، وكان يحسن فصله، واعتباره إعلاما مستقلا عن الإعلام بالشيء المبيع (المنتج) أو الخدمة وعن الإعلام بالسعر ومعناه إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد أو حتى تلك الناشئة عن نصوص القانون.

وألزمت المادة 1/53 المتدخل بإعلام المستهلك بشروط البيع، فالسعر وحده ليس العنصر الحاسم أو الدافع إلى التعاقد فشروط البيع لها أثرها في تحديد قرار المستهلك بشراء المنتج أو تحصيل الخدمة من عدمه مثل شرط التسليم بالبيت، وشرط ضمان حسن عمل المنتج.

فتكفلت المادة 2/53 ببيان بعض شروط البيع وذكرت منها: كفيات الدفع، إضافة إلى التخفيضات والحسوم والمسترجعات. غير أن العناصر الأخيرة هي أقرب إلى السعر منها إلى شروط البيع.²

المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة للمنتجات

1- كالم حبيبة، مرجع سابق، ص36.

2- محمد بودالي، مرجع سابق، ص87.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

إن إصدار مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج هو أمر حيوي لحماية المستهلكين وكذلك لانتظام ونمو المعاملات الاقتصادية، وما يجري عليه العمل فعلا في دول نظام اقتصاد السوق هو أن كل ما يجري عليه التعامل له مواصفات قياسية تضمن حماية المستهلكين وانضباط المعاملات، فتشمل هذه المواصفات كل أنواع السلع المنتجة فتنص مثلا على أن تكون أقمشة التجنيد معالجة بمواد خاصة مقاومة للحريق.

والملاحظ أن عدد المواصفات الفنية القياسية المقررة في الوقت الحاضر محدود بالمقارنة مع الدول الأخرى، وكذلك أنه لا يجري تحديث هذه المواصفات بصفة مستمرة وبالسرعة الواجبة لمواكبة تطورات التكنولوجيا والمعارف العلمية فضلا عن أنها مواصفات وضعت أصلا مستهدفة مستوى متواضعا من الجودة والكفاءة وزيادة على ذلك فانه من الواضح أن هناك تسيبا كبيرا في مراقبة تنفيذ هذه المواصفات.¹

والمقصود بالمطابقة في قانون حماية المستهلك استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به.²

الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة

يشمل الالتزام بالمطابقة الذي فرضه المشرع على المتدخل احترام أصول المهنة، حيث لا يمكن الإلتقان والتفنن في طرق الإنتاج إلا باحترام المواصفات القانونية والقياسية الموضوعة لغرض ذلك، قصد الوصول إلى وضع منتج ذو جودة عالية خاليا من كل عيب أو نقص من شأنه المساس بصحة وسلامة المستهلك.³

1- شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، دار الشروق، القاهرة، ص21.

2- المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09.

3- ارزقي زويبر، مرجع سابق، ص134.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

أولاً: الالتزام باحترام المواصفات القانونية:

ففي الفصل الثالث من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وتحت عنوان إلزامية مطابقة المنتجات ألزم المشرع كل متدخل أن يحترم الرغبات المشروعة للمستهلك أثناء عرضه للمنتج وذلك من حيث طبيعته وصفه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته وكمياته وقابليتها للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله ومصدره والنتائج المرجوة منه، والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه¹.

فالمواصفات القانونية هي مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب على المتدخل احترامها في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة طوال فترة الإنتاج حتى الاستهلاك، حيث لا يمكن تصور تقديم شهادة المطابقة لمنتج ما في حين هو لا يستجيب شروط إنتاجه أو تم إنتاجه بطريقة مخالفة للمقاييس الموضوعية لذلك، الأمر الذي يؤدي إلى إقرار جزاءات مدنية وإدارية وجزائية تبعا للأضرار التي يلحقها بالمستهلك، كما يمكن اعتبار الالتزام بالمطابقة الصورة الحقيقية والسليمة لاحترام القواعد الآمرة المتعلقة باحترام المواصفات القانونية هذا ما أكده المشرع الفرنسي في المادة 212 فقرة 01 من قانون الاستهلاك تحت عنوان "الالتزام العام بالمطابقة"².

ثانياً: احترام المواصفات القياسية:

1- تعريف التقييس:

بالرجوع للمادة 02 من القانون رقم 04/04 المتعلق بالتقييس عرف بأنه: "لنشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة

1- المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09.

2- ارزقي زويير، مرجع سابق، ص 135.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين، ويقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين"¹.

2- أهداف التقييس

نصت المادة 3 من ذات القانون على أنه: يهدف التقييس على الخصوص إلى ما يأتي:

- أ- تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا.
- ب- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة وعدم التمييز.
- ج- إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية.
- د- تجنب التداخل والازدواجية في أعمال التقييس.
- هـ- التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق.
- و- اقتصاد الموارد وحماية البيئة.
- ز- تحقيق الأهداف المشروعة.

يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتج من وجه مباشر، غير أنه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة، ويتجلى ذلك من خلال أن التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة، وبذلك فإن السلامة تعتبر مظهرا من مظاهر المطابقة.²

1- المادة 02 من قانون 04/04 المتعلق بالتقييس، المؤرخ في 23 يونيو 2004، ج.ر. عدد 41.

2- ارزقي زويبر، مرجع سابق، ص 137.

الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية

أولاً: المواصفات الجزائرية

تقوم الهيئة الوطنية للتقييس ممثلة في "المعهد الجزائري للتقييس"¹ بمهمة إعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها بالإضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقاً.

1- المواصفات المصادق عليها

هي مواصفات ملزمة التطبيق، تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس إلى لجنة توجيه أشغال التقييس، والتي يرأسها الوزير المكلف بالتقييس، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع والموافقة عليه تتولى الهيئة تبليغه إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ، وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييس، ويشير قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية.²

- المواصفات المسجلة

فهي اختيارية التطبيق ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيه على الخصوص رقم التسجيل وتاريخه وبيان المقياس وتسميته.

ثانياً: مواصفات المؤسسة

1- المعهد الوطني للتقييس أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 69/98 المؤرخ في 21 فبراير 1998. نقلاً عن أرزقي زويير.

2- كالم حبيبة، مرجع سابق، ص 45.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

فهي بوجه خاص المنتجات وأساليب الصنع والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها، وعليه فمواصفات المؤسسة تمس خصوصا المنتج إجراءات الصنع والآلات المستعملة، وتطبق هذه المواصفات على مجموع وحدات وهياكل ومصالح نفس المؤسسة.

وهي مواصفات توضع أو تعد وتنشر بمبادرة من مديرية المؤسسة المعنية، مع مراعاة التشريع والتنظيم الخاص في مجال التقييس.

ويتم وضع نسخة من مواصفات المؤسسة بصفة إلزامية وبدون مقابل لدى الهيئة المكلفة بالتقييس، هذه الأخيرة تسهر وتراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية الجاري بها العمل، ويمكن لكل شخص يهمه الأمر أن يطلع عليها مجانا أو استخراج نسخة منها على حسابه الخاص.

ويمكن أن تكون مواصفات المؤسسة محل مواصفات مصادق عليها أي تعتمد كأنها مقاييس جزائرية، وهذا بعد الموافقة عليها بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناء على اقتراح من هيئة التقييس.¹

ثالثا: الإشهاد على مطابقة المقاييس الجزائرية

وهي علامة تشهد على مطابقة المنتجات للمواصفات الجزائرية وفقا للشروط التي يحددها الجهاز المكلف بالتقييس، يرمز إليها بالحرفين: ت.ج.

وتتم المصادقة على علامة المطابقة للمواصفات الجزائرية بموجب رخصة استعمال لوضع العلامة، ومنح شهادة المطابقة بعد تقديم الصانع لطلب في هذا الشأن ينتهي بإبرام عقد بين الطرفين.

1- كالم حبيبة، مرجع سابق، ص 46.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

ويلتزم الصانع بفصل العلامة المذكورة وتمييزها عن علامة الصنع الخاصة به، منعا للخلط الذي يقع فيه المستهلك فيقوده إلى الغلط.

وتتعلق الشروط التي يضعها الجهاز المكلف بالتقييس لمنح العلامة بشكل خاص بمستوى الوسائل التقنية والبشرية المستعملة في نظام الإنتاج، ويمدى التزام الصانع بها في صنع منتجاته وعرضها، مع رقابته على ذلك.¹

المبحث الثاني: إقرار مسؤولية المتدخل عن ضمان سلامة المستهلك

فرض المشرع الجزائري التزاما على كل متدخل بأن يعرض للاستهلاك منتجات تضمن سلامة المستهلك، ومع احتمال انفلات بعض المنتجات من الرقابة نتيجة تهاون أعوان الرقابة في أداء مهامهم، أو تحايل بعض المتدخلين، يزداد عدد المنتجات المغشوشة والمضرة بالمستهلك بصورة كبيرة.

لذا عمد المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلى إيجاد آلية أخرى -إضافة إلى الرقابة- تضمن تنفيذ المتدخلين لالتزامهم من خلال ردعهم، وهي إقرار المسؤولية الجزائية عن مخافة كافة الالتزامات المنبثقة عن الالتزام العام بضمان السلامة وكافة الأحكام المتعلقة بها (المطلب الأول).

كما يؤدي القول بوجود الالتزام بضمان السلامة إلى أحقية المستهلكين في مواجهة المتدخلين بالمسؤولية المدنية لجبر الضرر الذي تسببت فيه منتجاتهم غير السليمة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المسؤولية الجزائية للمتدخل

1- محمد بودالي، مرجع سابق، ص 98.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع، ونظرا لأهمية الحماية الجزائية للمستهلك في توفير الأمان وبعث الثقة في المنتجات، تدخل المشرع بوضع آليات وكيفيات متميزة لمتابعة المخالفين بأسلوب أكثر فعالية يراعي خصوصيات حوادث الاستهلاك (الفرع الأول)، ومتى تبت مخالفة المتدخل، يتم رده بتوقيع العقوبات المقررة عليه (الفرع الثاني).¹

الفرع الأول: كيفية متابعة المتدخل جزائيا

أقر القانون قواعد متميزة لتحكم قواعد الاستهلاك، تضاف إلى القواعد العامة في الإجراءات الجزائية، وتتميز المتابعة الجزائية للمتدخل في الخطأ الموجب للمسؤولية (أولا)، الذي بتحقيقه يتم تحريك الدعوى العمومية (ثانيا)، أين تظهر أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية (ثالثا)، من اجل ضمان الوصول إلى حكم منصف للطرفين (رابعا).

أولا- الخطأ الموجب للمسؤولية الجزائية للمتدخل

جعل المشرع الجزائري مسؤولية المتدخل الجزائية عن ضمان سلامة المستهلك قائمة على أساس الخطأ، فتقوم مسؤوليته بمجرد الإخلال بالالتزامات التي يفرضها قانون حماية المستهلك وقمع الغش أو القوانين المطبقة له، ويستنتج هذا من توقيع الجزاء متى وقعت مخالفة لأحكامه، كإخلال المتدخل بالتزامه بواجب إعلام المستهلك عن طريق وسم المنتوجات.

تقوم مسؤولية المتدخل الجزائية عن خطأه العمدي وغير العمدي، فالمشرع الجزائري قد سوى بينهما من حيث العقاب.

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص128.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

قد يكون الخطأ الذي تتحقق به المسؤولية الجزائية إيجابياً، كفعل شيء ينهي عنه القانون كتغليف المواد الغذائية بمواد تؤدي إلى التأثير على سلامتها، أو سلبياً عند الامتناع عن القيام بشيء يفرضه القانون كالامتناع عن إجراء الرقابة على مطابقة المنتوجات.¹

نستنتج انه يكفي لقيام المسؤولية الجزائية للمتدخل توفر عنصر الخطأ، والمتمثل في إخلاله بالواجبات الملقاة على عاتقه من اجل ضمان سلامة المستهلك، سواء كان الخطأ عمدياً أم لا، وسواء ترتب عن ذلك إضرار بالمستهلك أم لم يترتب، وهي كلها قواعد تم إقرارها من اجل ردع المخالفين وتوفير حماية أكبر للمستهلكين إذ يمكن التعبير عن الخطأ انه لائحي أي يتحقق بمجرد مخالفة النص القانوني.

ثانياً- تحريك الدعوى العمومية

يترتب على الخطأ المتمثل في مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمرتكب من طرف المتدخل، إلى المساس بصحة وسلامة المستهلكين، في هذه الحالة يتمتع المجتمع بسلطة المتابعة وتوقيع الجزاء، وهي تتمثل أساساً في سلطة النيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية (1)، كما أجاز القانون تحريكها عن طريق شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني (2).

1- اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى العمومية

تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع، ويقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إبلاغه بالمخالفة، وذلك عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من الغير، التي يمكن أن تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة، أو عن طريق شكوى المستهلك من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه إليه من طرف أعوان قمع الغش، كضباط الشرطة القضائية وأعوان الجمارك وأعوان

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 129.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

المديريات الولائية للتجارة، حيث نصت المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على انه: "إذا تبين من المحاضر المحررة... أو من التحاليل المتممة... أن الخدمة والمنتوج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش، ملفا يشتمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة".

كما نصت المادة 3/59 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على انه: "إذا تبث عدم مطابقة منتوج، يعلن عن حجزه، ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك".

يقرر وكيل الجمهورية بعد الاطلاع على الملف، ما سيخذه بشأن المخالفة ويباشر بنفسه، أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة.¹

2- شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني

إذا تضرر المستهلك من الجريمة التي ارتكبها المتدخل، يمكنه أن يدعي أمام قاضي التحقيق، مطالبا إياه بالتعويض الذي يشمل ما دفعه من ثمن وكذا الخسارة اللاحقة به من جراء إخلال المتدخل بالالتزام بضمان السلامة.

يقوم قاضي التحقيق بعرض شكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية الذي يبدي رأيه بشأنها، وإذا لم يكن قاضي التحقيق مختصا، أصدر بعد سماع طلبات النيابة أمرا بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية التي يراها مختصة حسب ما نصت عليه المادة 77 من قانون الإجراءات الجزائية.

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص131.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

ثالثاً- أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية للمتدخل

أولى قانون حماية المستهلك وقمع الغش عناية بالغة بالخبرة (1)، ويظهر ذلك من خلال الأحكام التي خصصها لتحديد سير الخبرة في مجال حماية المستهلك.

1- ضرورة الاستعانة بالخبرة في حوادث الاستهلاك

تعرف الخبرة بأنها: "إجراء يتعلق بموضوع يتطلب الإلمام بمعلومات فنية، لإمكان استخلاص الدليل منها".

تكتسي الخبرة أهمية بالغة في الإثبات الجزائي بصفة عامة، وتظهر هذه الأهمية بجلاء في مجال حوادث الاستهلاك التي باتت تتسم بالتعقيد خاصة مع تطور المنتجات واتساع أضرارها، لدى أولى لها قانون حماية المستهلك وقمع الغش العناية اللازمة، وهذا بتنظيمها وبيان أحكامها بالتفصيل.

يعتبر إجراء الخبرة لإثبات مسؤولية المتدخل من الإصلاحات التي جاء بها المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث انه لم يتطرق لهذا الإجراء في القانون رقم 02/89 (الملغى)، رغم أهميته التي تستنتج من خصوصية حوادث الاستهلاك التي تصب على معطيات علمية وتقنية، كمعرفة نسبة الملوثات المسموح بها قانوناً، والتي أدت إلى التسمم.

تختلف مهمة الخبير عن الشاهد، فالشهادة هي إدلاء بالمعلومات استناداً إلى ملاحظة حسية، سمعية أو المشاهدة، أما الخبرة فهي تقرير مبني على قواعد علمية أو فنية للوصول إلى نتيجة معينة.¹

2- سير الخبرة

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص132.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

نصت المادة 32 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 السالف الذكر على ما يلي: "تسلم في حالات الخبرة التي تأمر بها الجهة القضائية المختصة، العينة التي بقيت احتياطا لدى المصلحة التي سجلت العينات المقتطعة وكذلك العينة التي بقيت لدى الحائز، للخبراء الذين يجب عليهم أن يستعملوا المناهج الوطنية مع إمكانية استعمال مناهج أخرى".

يعذر المخالف مسبقا من طرف الجهة القضائية المختصة ليقدم خلال ثمانية أيام العينة الثالثة التي بحوزته كما هو منصوص عليه في المادة 40 من هذا القانون¹.

في حالة احتمال الغش أو التزوير الناتج عن تحاليل أو اختبارات أو تجارب المخابر المؤهلة، يشعر القاضي المختص المخالف المفترض انه يمكنه الاطلاع على كشف أو تقرير المخبر، و تمنح له مهلة ثمانية أيام لتقديم ملاحظاته، أو إجراء خبرة إذا اقتضى الأمر².

في حالة إذا ما اقتطعت عينة واحدة، فان المادة 49 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش نصت على قيام الجهة القضائية المختصة بنذب الخبراء المعنيين قصد القيام باقتطاع جديد حسب الأشكال المنصوص عليها.

عندما تطلب الخبرة من طرف المتدخل المخالف المفترض أو عندما تأمر بها الجهة القضائية المختصة، يتم اختيار خبيرين احدهما من طرف المخالف المفترض والآخر من طرف الجهة القضائية المختصة التي تعينهما طبقا للأحكام المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية³.

1- المادة 48 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

2- المادة 45 من نفس القانون.

3- المادة 46 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

تجدر الإشارة إلى أن الخبرة التي تم إجراؤها بمقتضى قانون حماية المستهلك وقمع الغش، تكون قابلة للطعن، ويتم تنفيذها بموجب الإجراءات المنصوص عليها في المواد من 143 إلى 156 من قانون الإجراءات الجزائية.

نلاحظ من الناحية العلمية أن رغم جوازية الخبرة، إلا أن القضاة يحرصون على ضرورة إجرائها، وبالرجوع للتطبيقات القضائية في الجزائر، نجد أنها تؤكد أن الخبرة في مجال حوادث الاستهلاك، سواء الطبية أو تلك المتعلقة بقمع الغش كثيرا ما ساهمت في تكوين قناعة القاضي.

رابعا-الحكم الجنائي على المتدخل المخالف لالتزامه بضمان سلامة المستهلك

يعتبر الحكم المرحلة الأخيرة في الدعوى العمومية حيث تكون المحكمة ابتدائية تختص بالنظر في مخالفات وجنح المتدخل، أو محكمة الجنايات عندما تشكل مخالفة المتدخل جنائية.

إذ تحكم المحكمة في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال يعتبرها القانون جريمة، والمعروضة عليها من طرف وكيل الجمهورية أو المحالة إليها من طرف غرفة الاتهام أو قاضي التحقيق بحسب طبيعة الجريمة.

قد تكون المخالفة الصادرة عن المتدخل لا تكفي لمساءلته، في هذه الحالة تصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة في جانبه فيتم معاقبته لإخلاله بواجبه في ضمان سلامة المستهلك وفقا للقانون¹.

الفرع الثاني: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف

أولى المشرع أهمية لعقاب مخالفة المتدخل للالتزامات المفروضة عليه بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لضمان وردع المتدخل للامتناع لها، خاصة وأنه ملزم بتنفيذ هذه الالتزامات

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص135.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

بموجب القانون، وجعلها المشرع من النظام العام بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفتها حماية لصحة وامن المستهلك فعاقب على مخالفة الالتزامات المتعلقة بضمان السلامة، وحرصا منه على جودة المنتوجات وتحقيقها للرغبات المشروعة للمستهلك اقر عقاب للمتدخل عند مخالفته لإلزامية رقابة مطابقة المنتوجات، ومن اجل ضمان المصالح المادية للمستهلك عقاب المتدخل عن مخالفته لإلزامية ضمان المنتوج والخدمات ما بعد البيع، ورغبة منه لحماية رضاء هذا الطرف الضعيف يجعله سليم ومبصر وحمايته من مخاطر المنتوجات التي قد تلحق به نتيجة عدم تحذيره من قبل المتدخل أقر جزاء على مخالفة هذا الأخير لإلزامية إعلام المستهلك.¹

1- مخالفة إلزامية رقابة مطابقة المنتوجات:

يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول،² غير أن العديد من المتدخلين يخالفون مثل هذا الالتزام نظرا لرغبتهم في استهداف الربح فقط غير مبالين من مدى مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلكين، ومن اجل ذلك نصت المادة 74 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على جزاء مخالفة مثل هذا الالتزام بتقريرها العقاب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).

2- مخالفة إلزامية ضمان المنتوج وتجربته وتنفيذ الخدمة ما بعد البيع:

جعلت المادة 13 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الالتزام بضمان المنتوجات المقتناة من النظام العام، بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفة أحكامه فهو التزام

1- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل

شهادة الماجستير فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014-2015، ص194.

2- المادة 12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

قانوني فرضه المشرع على كل متدخل يعرض منتوجاته للاستهلاك ونظرا لمثل أهمية هذا الالتزام في ظل تطور المنتوجات التي أصبحت تتسم بالتعقيد، حرص المشرع على ضمان تطبيقه من خلال إقراره لعقوبة على مخالفته بحيث نصت المادة 75 من القانون رقم 03/09، على معاقبة المتدخل بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).

كما منح المشرع للمستهلك الحق في تجربة المنتج المقتنى، فإذا ما خالف المتدخل إلزامية تجربة المنتج ومنعه من القيام بذلك عن قصد وإدراك فانه يعد مخالفا لأحكام المادة 15 من القانون رقم 03/09. فيعاقب المتدخل بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) طبقا للمادة 76 من القانون رقم 03/09، وفي حالة إخلال المتدخل بواجبه بتقديم الخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها بموجب المادة 16 من القانون رقم 03/09، يعاقب المتدخل طبقا للمادة 77 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج).¹

3- مخالفة إلزامية إعلام المستهلك:

يكتسي الالتزام بالإعلام بأهمية بالغة نظرا لجعل رضا المستهلك سليم ومبصر، ومن اجل ذلك ألزم المشرع المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، وفي حالة عدم تنفيذ المتدخل لالتزامه يعاقب طبقا لنص المادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كما نصت المادة 31 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على عقاب المتدخل عند مخالفته لعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار

1- منال بوروح، مرجع سابق، ص 195.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

(100.000 دج)، وعاقبت المادة 32 من القانون رقم 02/04 على عدم الإعلام بشروط البيع بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).¹

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل

نصت قوانين حماية المستهلك على حق المستهلك في الحصول على التعويض عن الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جراء ذلك أمام المحاكم المدنية.²

إن التعويض عن الأضرار التي ترتبها المنتجات والخدمات، يعد بلا شك أهم أثر يسعى المستهلك إلى الوصول إليه، غير أن هذا التعويض يكون دوماً كما سبقت الإشارة عن الضرر المباشر، أي أن يقدر الضرر الذي أحدثته المنتج بخطئه سواء كان ضرراً مادياً أو ضرراً معنوياً.³ فأقر المشرع قواعد خاصة بمجال حماية المستهلك تصب في مجملها في صالح المضرور (الفرع الأول)، لتسهل عليه الادعاء مدنياً أمام القضاء متى اخل المتدخل بالتزامه بضمان السلامة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: إقرار أحكام خاصة لصالح المضرور

عمل المشرع الجزائري في إطار إصلاح المنظومة القانونية الخاصة بحماية المستهلكين على إقرار قواعد متميزة تسهل على المضرور استيفاء حقه من المتدخل، نظراً لعدم فعالية القواعد التقليدية في مواجهة التطور الصناعي والاقتصادي، لذا جعل المسؤولية المدنية للمتدخل قائمة على أساس العيب.⁴

1- منال بوروح، نفس المرجع، ص 196.

2- مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والقانونية، المجلد 12، العدد 01، 2015، ص 176.

3- قنطرة سارة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016-2017، ص 93.

4- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 149.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

اتجه المشرع الجزائري إلى تبني فكرة المسؤولية القائمة على أساس العيب، وهو ما ذهب إليه القضاء الفرنسي بإنشاء نظام مستقل لمسؤولية المتدخل، حيث تطور أساس المسؤولية من الاعتماد على الخطأ الواجب الإثبات إلى تبني المسؤولية الموضوعية التي كرسها المشرع في القانون المدني.

يعود السبب في توجه التشريعات إلى الاعتماد على الضرر كأساس لمسؤولية المتدخل المدنية عن المنتجات، إلى الزيادة في إنتاج الآلات والمنتجات بالغة التعقيد وذات التقنية العالية، والتي يكون إثبات الخطأ بالنسبة إليها أمرا شديداً الصعوبة، نظراً لعدم إمكانية المستهلك المضور لان يلم بالخصائص التقنية والفنية لهذه المنتجات.

نستنتج انه تتحقق مسؤولية المتدخل المدنية طبقاً لهذه الأحكام متى تسببت المنتجات المعروضة للاستهلاك بضرر للمستهلك، فهي مسؤولية بقوة القانون.¹

الفرع الثاني: الدعاوى المدنية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة

أقام المشرع نظاماً خاصاً للمسؤولية المدنية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة يمكن للمضور الاستناد إليه للمطالبة بالتعويض²، فإذا اخل المتدخل بواجبه في ضمان سلامة المستهلك، ينشأ حق لهذا الأخير في رفع دعوى أمام القضاء متى توفرت فيه شروط رفع الدعوى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به.

تتميز دعوى التعويض أو دعوى المسؤولية، التي يرفعها المتضرر من المنتجات المعروضة للاستهلاك عن دعاوى التعويض الأخرى، نظراً لتمييز الالتزام بضمان السلامة فهي تختلف من حيث شروطها وكيفية التعويض عن الضرر.

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 151.

2- علي فتاك، مرجع سابق، ص 348.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

1- شروط دعوى التعويض عن ضرر المتوجات

لم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش شروط رفع دعوى التعويض، وإنما ترك ذلك للقواعد العامة المتمثلة في المادة 140 مكرر من القانون المدني، والتي نستنتج من خلالها أنه لا يمكن للمتضرر أن يرفع دعواه للمطالبة بالتعويض، ما لم ينشأ عيب أدى إلى ضمان سلامته (أ) وحدوث ضرر له (ب).

أ- وجود عيب أدى إلى عدم ضمان السلامة

يتعين على المستهلك المتضرر من المنتج المعروض للاستهلاك، أن يثبت وجود عيب في المنتج أدى إلى عدم ضمان سلامته، والأمر هنا لا يتعلق بخطأ ولا حتى بعيب كما في القواعد التقليدية، ولكن يتعلق بمسألة موضوعية هي عدم كفاية الأمن والسلامة في المنتج.

ب- حصول الضرر

الضرر هو الأذى الذي يصيب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له، يلتزم رافع الدعوى والمطالب بالتعويض فيها أن يقيم الدليل عن الضرر الذي أصابه كإصابته بحروق نتيجة انفجار آلة كهربائية.

2- كيفية التعويض عن الضرر

يتم تعويض المستهلك عن الضرر الذي أصابه، متى ثبتت مسؤولية المتدخل، وهذا وفق كيفيات محددة تتعلق بالأضرار المعوض عنها (أ)، بالإضافة إلى عناصر التعويض وأنواعه (ب).¹

أ- الأضرار المعوض عنها طبقاً لقانون حماية المستهلك

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 160.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يشمل التعويض وفقا للنصوص القانونية المعنية بالاستهلاك في التشريع الجزائري على جميع الأضرار التي تلحق المستهلك في صحته و/أو أمنه أو مصالحه المادية، وهذا ما يعرف بالضرر المادي، كما يشمل أيضا وفقا للنصوص العامة فيه الضرر المعنوي.¹

فقد نصت المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على وجوب عدم مساس الخدمة بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلك، وبما أن الخدمة تعد منتوجا، يلتزم المتدخل بضمان الأضرار المادية والمعنوية التي يتسبب فيها منتوجه.

- الأضرار المادية:

الضرر المادي هو الذي يصيب المضرور في حق من حقوقه التي يحميها القانون، سواء في جسمه أو في ماله.²

- الأضرار الجسدية:

يلتزم المتدخل وفقا للأحكام الحديثة الخاصة بضمان السلامة بضمان الأضرار التجارية والجسدية التي تصيب المستهلك، في حين يلتزم وفقا لأحكام العيوب الخفية بتعويض الأضرار التجارية فقط.³

ويقصد بالأضرار الجسدية كل ما يصيب الإنسان في جسده من إصابات أو عجز أو ما يؤدي إلى وفاته، بمعنى أمراض أو جروح أو حروق أو وفاة.

1- علي فتاك، مرجع سابق، ص 389.

2- علي فتاك، نفس المرجع، ص 389.

3- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 161.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

ويأخذ حكم التعويض عن الضرر الجسدي التعويض عن مصروفات العلاج بكافة أنواعه مثل نفقات الأطباء والفحوصات الطبية وغيرها من المصروفات الطبية، كما يأخذ أيضا حكم التعويض عن الضرر الجسدي التعويض عن العجز الكلي أو الجزئي، بالإضافة إلى التعويض عن عدم القدرة على الكسب الناجمة عن الإصابة البدنية.

-الأضرار التجارية:

وهي الأضرار الواقعة على شيء أو المتمثلة في هلاك شيء بما في ذلك السلعة المباعة ذاتها، بشرط أن يكون الشخص الواقع عليه الضرر قد تملك هذا الشيء أو استخدمه في غير أغراض تجارته أو أعمال مهنته أو حرفته.

وهكذا فان المسؤولية عن عيوب المنتجات تغطي كل النفقات اللازمة لتعويض الشيء الذي أصابه التلف أو الهلاك، وعلى وجه الخصوص ثمن شراء البديل والمصروفات المتعلقة بذلك مثل مصروفات الانتقال والمصروفات الإدارية وغيرها.¹

-الأضرار المعنوية:

لم يعرف القانون الضرر المعنوي الموجب للتعويض، بل اكتفت المادة 182 مكرر من القانون المدني بتعداد صورته، والمتمثلة في المساس بجزية المضرور أو شرفه أو سمعته، وفي مجال حماية المستهلك، فان الضرر غالبا ما يمس حرية المستهلك في اختيار المنتج الذي يحقق له السلامة والرغبة المشروعة، وغالبا ما تتميز الأضرار المعنوية بصعوبة تقديرها وبالتالي جبره². تجدر الإشارة إلى انه يتم التعويض عن الأضرار السالف ذكرها متى كانت مباشرة وطالما أن المسؤولية المدنية ترمي

1- علي فتاك، مرجع سابق، ص390.

2- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص162.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

إلى تحميل المتسبب في الضرر عبء التعويض عن الضرر الذي أحدثه، فلا بد أن يكون قد وقع فعلا وبصورة أكيدة.

ب- عناصر التعويض وأنواعه:

إذا ثبتت مسؤولية المتدخل، يقدر القاضي التعويض بالنظر إلى عناصر معينة، من اجل تنفيذه الذي يتخذ عدة أنواع.

عناصر التعويض:

إذا كان تقدير التعويض عن الضرر من المسائل الواقعية التي يستقل بها قاضي الموضوع، إلا أن تعيين عناصر الضرر التي يجب أن تدخل في حساب التعويض هو من المسائل القانونية التي تخضع لرقابة محكمة النقض.

فقد نصت المادة 182 من القانون المدني على أن يقدر القاضي التعويض إذا لم يكن محددًا في العقد ولا في القانون، وهو يشمل ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، حيث يدخل في تقدير التعويض نفقات العلاج وأجرة الطبيب ونفقات المستشفى، وما ضاع على المستهلك من كسب بسبب عجزه عن العمل.

أنواع التعويض:

يكون التعويض الذي يتحصل عليه المضرور إما عينيا أو بمقابل، وفي مجال مسؤولية المتدخل، تتميز أنواع التعويض الممكنة نظرا لتمييز هذه المسؤولية.

التعويض العيني:

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

يقصد به الحكم بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب المسؤول الفعل الضار الذي أدى إلى وقوع الفعل الضار، وهو طريقة ناجعة بالنسبة للمضرور، إذ يهدف إلى محو الضرر ما دام ذلك ممكناً.¹

غير انه لا يمكن اللجوء إلى التعويض العيني في مجال جبر الضرر الحاصل للمستهلك، وهذا لان الأمر لا يتعلق بعدم تنفيذ المدين لالتزامه، بل يتعلق بان الضرر قد لحق المضرور نتيجة عيب في المنتج.

التعويض بمقابل:

يندر أن يكون التعويض العيني ممكناً، خاصة بالنسبة للأضرار التي تتسبب فيها المنتوجات، هنا يتم التعويض بمقابل الذي يكون نقدياً أو غير نقدي.

التعويض النقدي:

يعتبر التعويض النقدي أنجع الطرق لجبر الضرر الناجم عن عيب في المنتج، إذ يكون التعويض مبلغاً من النقود، يدفعه المسؤول دفعة واحدة أو مقسماً، أو إيراداً مرتباً مدى الحياة، وفي الحالتين يجوز إلزام المدين باكتتاب تأمين (المادة 132 ق.م)، على أن يختار القاضي إحدى الطرق المناسبة للمضرور.

التعويض غير النقدي:

يكون التعويض غير نقدي عندما تحكم المحكمة بأمر معين على سبيل التعويض، كان تحكم بنشر الحكم على المتدخل بالجريدة وعلى نفقته، وهو ما نصت عليه المادة 132 من القانون المدني، ويبدو هذا النوع فعالاً في مجال حماية المستهلك، حيث يضمن توعية المستهلكين

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص164.

الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

حول المنتج الذي لا يحقق سلامة المستهلك، وما لذلك من أهمية في قمع المتدخلين الذين يخافون على سمعة منتوجهم.¹

1- شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 167.

ملخص

تهدف الدراسة إلى القواعد التي وضعها المشرع من خلال قانون حماية المستهلك من اجل ضمان حمايته في مواجهة المتدخل، فالالتزام بالضمان القانوني الاتفاقي يتيح حماية أكبر للمستهلك إضافة للأحكام المنصوص عليها في القانون المدني، والالتزام بالسلامة هو ضمان أخرى، فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتجات والخدمات.

خاتمة

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

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

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

وبالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها، وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي إن لم يقل انعدامه من جهة أخرى، ورغم وجود جمعيات حماية المستهلك على قلتها فإنه يعاب عليها عدم الفاعلية ومحدودية تأثيرها، ونقترح في هذا المجال توفير الدعم المالي للجمعيات لتقوم بمهامها وتحقيق برامجها في سبيل الدفاع على حقوق المستهلك.

وضع المشرع الجزائي من اجل ضمان حماية المستهلك قواعد في مواجهة المتدخل، فالالتزام بالضمان القانوني والاتفاقي يتيح حماية أكبر للمستهلك إضافة للأحكام المنصوص عليها

في القانون المدني، والالتزام بالسلامة هو ضمانة أخرى حيث جاء بمفاهيم جديدة كإلزامية امن المنتجات، فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتجات والخدمات.

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

إذا مما سبق يؤدي بنا القول إلى أن:

- أهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، وبرغم الجهد الكبير الذي تقوم به مختلف الهيئات والجمعيات كما رأيناه سابقاً، فإن أهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو وعي المستهلك نفسه بحقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر التي تحدق به، فيتعد عن الاستهلاك الترفي والمواد غير المراقبة والتي تباع في الأسواق وعلى قارعة الطريق... الخ، وتقتصر في هذا المجال تخصيص برامج إرشادية وتثقيفية وإدخالها حتى في المناهج التعليمية بدءاً من المرحلة الابتدائية، فيزداد وعي المستهلك وتبصره بحقوقه

وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهها إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية.

- إن نجاح قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 في تحقيق أفضل حماية ممكنة للمستهلك لمصالح المستهلك في مواجهة المتدخل، لا يتوقف على نصوص

هذا القانون فحسب بل يمتد لأبعد من ذلك بتضافر جميع الجهود من أجهزة الرقابة الإدارية إلى دور جمعيات حماية المستهلك إلى دور القضاء إلى المستهلك نفسه، كما يجب على كل هذه الأجهزة وغيرها أن تساهم بطريق مباشر أو غير مباشر كل في مجال تخصصه في زيادة الوعي لدى المستهلك وتعريفه بحقوقه والمخاطر التي تواجهه وكيفية التعاون مع هذه الأجهزة في حال وجود خطر قد يمس بمصالحه، وهذا يشكل ضمانة إضافية له، لأننا في النهاية كلنا مستهلكون.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

1-المصادر:

-القرآن الكريم

2-المراجع

الكتب

1- احمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ط 2005.

2- شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، دار الشروق، القاهرة.

3- علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2014.

4- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

5- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.

المذكرات الجامعية

- 1- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام قسم الحقوق، فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة، 2012-2013.
- 2- زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
- 3- شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 4- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2013 - 2014.
- 5- علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة، 2015-2016.
- 6- عمار زعبي، "حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا"، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007/2008.
- 7- قنطرة سارة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة محمد ملين دباغين، سطيف، 2016-2017.
- 8- كالم حبيبة، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005.

9- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014-2015.

المجلات:

1- مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والقانونية، المجلد 12، العدد 01، 2015

2- مواقي بناني احمد، الالتزام بضمان السلامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مجلة الفكر، العدد الخامس.

المداخلات:

1- ليندة عبد الله، مداخلة تحت عنوان " المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13 و14 أبريل، 2008.

2- سالم بوفليح، مداخلة بعنوان حق المستهلك في الإعلام، كلية الحقوق، جامعة المسيلة.

النصوص القانونية:

- قانون رقم 02/89 مؤرخ في 08-02-1985 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ج.ر، عدد 06 صادرة في 08-02-1989 (الملغى).
- قانون رقم 31/90 المؤرخ في 04-12-1990 المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية رقم 53 الصادر بتاريخ 04-12-1990.
- قانون رقم 04/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس.
- قانون رقم 03/09 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 5، بتاريخ 08 مارس 2009.

- قانون رقم 10/11 مؤرخ في 22 يونيو 201 يتعلق بالبلدية، ج.ر رقم 37 الصادرة بتاريخ 03 يونيو سنة 2011.
- قانون الولاية رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، ج.ر رقم 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.
- القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات.

المراسيم:

- مرسوم تنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 13 أوت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر، عدد 48.
- المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية بوزارة التجارة، المعدل، والمتمم.
- المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.
- مرسوم تنفيذي رقم 772/92 مؤرخ في 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر عدد 52، سنة 1992.
- المرسوم التنفيذي رقم 207/94 المؤرخ في 16-07-1994 ج.ر عدد 47، صادرة في 20-07-1994.
- مرسوم تنفيذي رقم 453/02 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة.
- المرسوم التنفيذي رقم 318/03، مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 أوت 1998، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 59 الصادرة في 05 أكتوبر 2003.
- المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20 يناير 2011، والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

- المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06 مايو 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات.
- المرسوم التنفيذي رقم 355/12 مؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.
- المرسوم التنفيذي رقم 241/11 مؤرخ في 08 شعبان عام 1432 الموافق 10 يوليو سنة 2011، يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره.
- المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها.

المواقع الإلكترونية:

- الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة
<http://www.dcw biskra.dz>

فهرس المحتويات

الفهرس

الصفحة	قائمة المحتويات
	الآية
	شكر وتقدير
	إهداء
	قائمة المختصرات
01	مقدمة
	الفصل الأول: آليات الحماية القبلية للمستهلك
10	المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك
11	المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها
11	الفرع الأول: دور وزير التجارة
13	الفرع الثاني: الهيكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك
15	الفرع الثالث: المصالح الخارجية لوزارة التجارة
17	الفرع الرابع: الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة
20	المطلب الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك
20	الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك
21	الفرع الثاني: دور رئيس البلدية في حماية المستهلك
23	المطلب الثالث: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك
23	الفرع الأول: تنظيم مجلس المنافسة
24	الفرع الثاني: صلاحيات مجلس المنافسة في مجال الضبط وحماية المستهلك
26	المطلب الرابع: دور إدارة الجمارك
27	الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك
28	الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك
28	المبحث الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك
29	المطلب الأول: الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك

29	الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك
30	الفرع الثاني: تأسيس جمعيات حماية المستهلك
32	المطلب الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك
32	الفرع الأول: الدور التحسيس والإعلامي
33	الفرع الثاني: مراقبة الأسعار
34	المطلب الثالث: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك
35	الفرع الأول: الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد
37	الفرع الثاني: الدعوى إلى المقاطعة
38	المطلب الرابع: دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء
38	الفرع الأول: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك
40	الفرع الثاني: انضمام جمعيات حماية المستهلك إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك
الفصل الثاني: آليات تنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك	
45	المبحث الأول: مجالات التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك
45	المطلب الأول: إلزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمة ما بعد البيع
46	الفرع الأول: ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية
50	الفرع الثاني: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع
54	المطلب الثاني: إلزام المتدخل بإعلام المستهلك
54	الفرع الأول: تحديد الالتزام بالإعلام
57	الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام
61	المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة للمنتوجات
62	الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة
65	الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية
67	المبحث الثاني: إقرار مسؤولية المتدخل عن ضمان سلامة المستهلك
67	المطلب الأول: المسؤولية الجزائية للمتدخل
68	الفرع الأول: كيفية متابعة المتدخل جزائيا
73	الفرع الثاني: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف

76	المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل
76	الفرع الأول: إقرار أحكام خاصة لصالح المضرور
77	الفرع الثاني: الدعاوى المدنية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة
85	خاتمة
قائمة المصادر والمراجع	
فهرس المحتويات	