



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
الجامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم الحقوق



الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور و الواقع

مذكرة لنيل شهادة الماستر

التخصص: القانون الإقتصادي

إشراف الأستاذ:

الدكتور : بن أحمد الحاج

من إعداد الطالبة:

- مسكين حنان

أعضاء لجنة المناقشة

رئيساً

مشرفاً ومقرراً

عضواً مناقشاً

عضواً مناقشاً

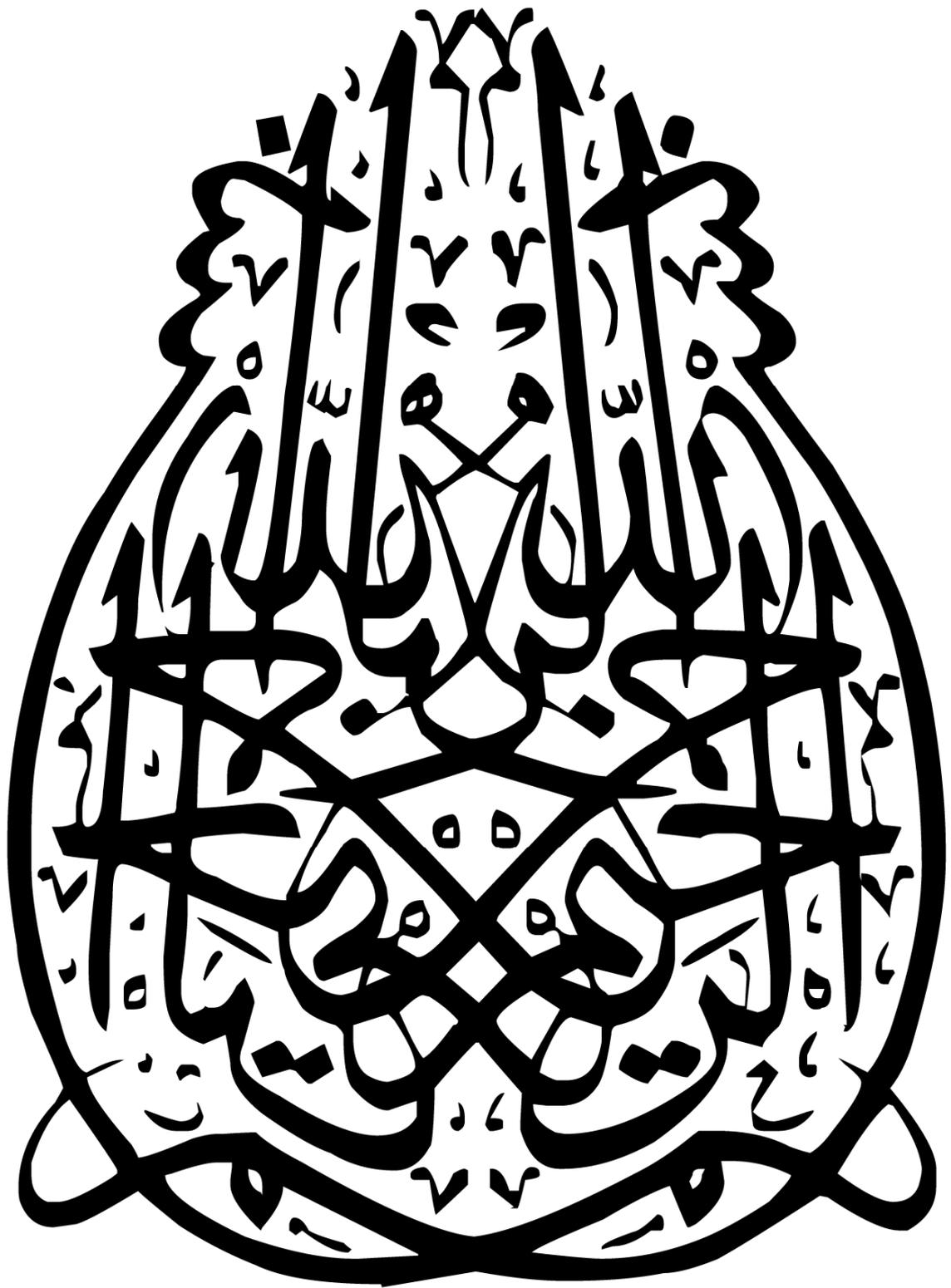
الدكتور : نابي عبد القادر

الدكتور : بن أحمد الحاج

الدكتور: بن عيسى أحمد

الدكتور: بن خدة سفيان

السنة الجامعية: 2015 – 2016



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"ولكن شكرتم لأزيدنكم"

أولاً لك الحمد ربي على كثير فضلك وجميل عطائك ووجودك الحمد لك ربي ومهما حمدنا فلن نستوفي حمدك والصلاة والسلام على من لا نبي بعده

إلى التي بحنانها ارتويت وبدفئها احتमित ، وبنورها اهتديت وبيصرها اقتديت ولحقها ما وفيت ، إلى من يشتهي اللسان نطقها ، وترقرق العين من وحشتها وتخشع الأحاسيس لذكرها ، إلى الشمعة التي تحترق من أجل أن تضيء لي الدرب، إلى أحلى ما في الوجود.

إلى التي رآني قلبها قبل عينها، و حضنتني أحشائها قبل يدها ، ذلك النبع الصافي ، إلى شجرتي التي لا تذبل ، إلى الظل الذي آوي إليه في كل حين "أمي أطال الله في عمرها"

إلى درعي الذي به احتमित ، وفي الحياة به اقتديت ، ركيزة عمري وصدر أمانتي وكبريائي

إلى رمز القوة والعطاء والجود والكرم والوفاء ، إلى من علمني محاسن الأخلاق.

إلى قدوتي الأولى ونبراسي الذي ينيّر دربي ، إلى من علمني أن أصمد أمام أمواج البحر الثائرة

إلى من رفعت رأسي عالياً افتخاراً به أبي العزيز رحمه الله و أسكنه فسيح جنانه

إلى من تفر العين برؤيتهم ويفرح القلب برفقتهم إخوتي : حلالي ، بن يحيى، سعيد ، محمد

و أخواتي الأعزاء : رابحة و عزة ، وخيرة ، وأخص بالذكر أختي الصغرى صورية التي كانت سند لي طوال مشواري الدراسي أسأل الله أن ينيّر دربها الدراسي

إلى صادقات الدرب عائشة ، أمينة، فاطمة ، وليلى ، إلى كل الزملاء الدراسة ممن عرفتهم في مشواري الدراسي

و أتوجه بالشكر و الائتمان إلى من ساعدني من قريب أو بعيد على انجاز هذا العمل المتواضع

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

كلمة شكر و عرفان

قال الموردي في أدب الدين والدنيا: « المتعمق في العلم كالسباح في البحر ليس يرى أيضا و لا يعرف طولاً ولا عرضاً، ولو كنا نطلب العلم لنبلغ غايته لكان قد بدأ العلم بنقضه ، ولكننا نطلبه لنقص في كل يوم من الجهل ونزداد في كل يوم من العلم.»، فالحمد لله الذي جعل طلب العلم سبيلنا وقدرنا على تحمل صعابه.

يشرفني أن أتقدم في اختتام هذا الجهد المتواضع بالشكر والعرفان والثناء الخالص إلى أستاذاي الفاضل الدكتور بن أحمد الحاج على تفضله وتواضعه الإشراف على هذه المذكرة وعلى تحمله عناء هذا البحث بقراءاته المركزة والمتكررة لفصوله، فضلا على ما وهبني إياه من وقته الثمين وإرشاداته القيمة مما ذلل من أمامي الكثير من الصعوبات فله مني كل تقدير واحترام وجزاه الله عني كل خير.

كما أثنى بالشكر والعرفان كل الجهود التي كانت عوناً لي في إنجاز هذه الدراسة، لذا أتقدم بعظيم الشكر والإمتنان لأعضاء المناقشة ، الذين تكرموا بقراءة هذه المذكرة ، فاقبضوا بذلك من وقتهم الثمين في سبيل توجيه النصح ، وتدارك النقص في المذكرة ، فجزاهم الله كل الخير .

قائمة أهم المختصرات

أولا: باللغة العربية

صالصفحة
ج ر الجريدة الرسمية
ق م جقانون المدني الجزائري
ق ع جقانون العقوبات الجزائري
ق م فقانون مدني الفرنسي
د طدون طبعة
جالجزء
طالطبعة
ق مقبل الميلاد
مج المجلد
مميلادي

ثانيا : باللغة الفرنسية

N°	Numéro
.	page.....	P
fascicule.....	Fasc
Ouvrage cité.....	OP.cit

مقدمة

إن موضوع حماية المستهلك ووسائل حمايته، بات من أهم المواضيع التي لا بد وأن توليها الحكومات أهمية بالغة خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي تشهده الساحة الاقتصادية الذي أدى إلى ازدياد ازدحام الأسواق وتنوع السلع و الخدمات نتيجة الإنتاج الضخم لهذه الأخيرة كما أدى انفتاح الأسواق التجارية إلى إزدياد الطلب على هذه المنتجات، مما إزداد معه الإقبال على الإستهلاك من قبل فئات مختلفة من المستهلكين . فنتيجة الخلل الواقع في العلاقة الإستهلاكية التي تنشأ بمناسبة عقد الإستهلاك بين المستهلك و العون الإقتصادي التي تجعله في مركز قوي أمام المستهلك ، فزيادة في الإستهلاك من أجل إشباع المستهلك لرغباته يؤدي به للدخول في علاقات تتسم معظمها بعدم التكافؤ ، ويتجلى ذلك في مركز المستهلك الدولي الذي يتصف به ، فاكتماب هذا الأخير لهذه الصفة كان سببه القضاء على التقنيات الحديثة على التوازن العقدي الذي كان يخيم على العلاقة التي تجمع المستهلك بالمتدخل نظرا لبساطة المنتجات آن ذاك ، لكن بعد ظهور هذا التنوع في المنتجات و اختلاف منتجها أصبحت تعرض في الأسواق ، إضافة لعرضها في المساحات التجارية الكبرى فلم يعد المستهلك قادرا على حسن اختيار المنتج الذي يتوافق مع رغباته المشروعة ، نتيجة احتكارهم لهذه الأسواق خاصة أن الكثير من المتدخلين لا يهتمون بمصالح المستهلك الاقتصادية ولا بسلامته الصحية ، وإنما همهم الوحيد هو تصريف أكبر قدر من منتجاتهم لكي تدر عليهم بالربح الوفير دون المبالاة بما يلاءم مصالح المستهلك . فهذا التطور جعل المنتجات تفقد تدريجيا خصائصها الأساسية نتيجة جشع المتدخلين وعدم الالتزام بما هو مقرر عليهم قانونا ، فأدى إلى إلحاق أضرار بالغة الخطورة نتيجة عرضهم لمنتجات معيبة ولا تتوافر على أدنى متطلبات الصحة و السلامة مهددة بذلك لحياة مستهلكيها وأموالهم ، بحيث لو علم المستهلك بمثل هذه الأضرار التي ستلحق به لما أقدم على اقتنائها ، كونه لا يملك قدرا من المعرفة و الدراية حول خبايا هذه المنتجات ، نظرا للتقنيات المتطورة التي صنعت بها هذه الأخيرة ومن ثمة تصبح تتسم بالتعقيد ، وبالتالي جعل المستهلك في مركز ضعف مقارنة بالمتدخل ، مما فتح المجال لهؤلاء المتدخلين للجوء لإستخدام طرق احتيالية ووسائل خداع لإقناع المستهلك بإقتناء المنتجات ، واللجوء كذلك للغش في المنتجات و تغيير هويتها الحقيقية بغية كسب الربح الغير المشروع على حساب مصالح المستهلكين ، ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل امتد إلى مخالفة المتدخل لكل القواعد الحمايية التي من شأنها توفير أدنى حد من الحماية للمستهلك نظرا للصفة الدولية التي يتميز بها هذا الأخير ، كما عرفت الأسواق التجارية انتشارا رهيبا للمنتجات المستوردة المقلدة التي لا تستجيب أغلبها للمقاييس المطلوبة ، فكل هذه العوامل أدت إلى ضرورة تدخل المشرع الجزائري إلى توفير حماية قانونية لهذا الأخير ليضمن من خلالها إعادة التوازن للعقد الإستهلاك لتدعيم المركز الإقتصادي الضعيف للمستهلك، ورغم ما أورده القانون المدني من نصوص قانونية ساهمت إلى حد ما في حماية رضا المستهلك من الوقوع في الغلط و التدليس و الإكراه والإستغلال إلا أنها لم تأتي بحماية فعلية للمستهلك ، مما جعل المشرع يدرك مشكلة اتساع اختلال التوازن بين المستهلك و المتدخل الذي يملك القوة الاقتصادية و الكفاءة التقنية في جميع مراحل عرض المنتجات للإستهلاك ومن أجل ذلك سارع لتكريس ضمانات لحماية المستهلك و قمع الغش ، فأصدر نصوص خاصة من خلال أحكام

القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي أظهر تطبيقه عدم ملاءمته مع متطلبات الوقت الراهن في مجال ضمان سلامة المستهلك الجزائري لذا قام المشرع بإلغائه في 2009 بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من أجل سد الثغرات القانونية في هذا المجال ، وتوضيح تدابير حماية صحة المستهلكين و سلامتهم من خلال إقرار التزام المتدخل بسلامة المستهلك ، حيث يتضمن النصوص القانونية التي تهدف إلى توفير الغرض المطلوب من حماية المستهلك . إذ جعله أداة حمائية يتصف بالطابع الوقائي والعلاجي و الردعي يستند عليه طائفة المستهلكين ، وهنا تكمن أهمية الدراسة في الوقوف على مدى كفاية الوسائل الموضوعية و التقنية التي جاء بها القانون الجديد في سبيل التغلب على العقبات التي رافقت تطبيق القانون رقم 89-02 و معرفة مدى ملائمة نصوص قانون حماية المستهلك مع الواقع . كما عمد على إثر ذلك إلى سن القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي يسعى من خلاله إلى تحقيق التوازن في العلاقة التعاقدية بين المتدخل و المستهلك ، وذلك من خلال حظره لبعض الممارسات التجارية التي تمس رضا المستهلك . ولقد ألقى المشرع على عاتق المتدخل إلتزامات في مختلف مراحل عرض المنتج للإستهلاك رغبة منه لحماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة الإستهلاكية نظرا لطبيعة عقد الإستهلاك وما أصبح يغلب عليه من طابع إذعان الطرف الضعيف ، وهذه الإلتزامات لا يمكنه التنصل منها و جعلها آ مرة من النظام العام بحيث لا يجوز الإتفاق على ما يخالفها وهي مطبقة على جميع المتدخلين وجميع المنتوجات سواء كانت محلية أم مستوردة . مما يستدعي على المتدخل الإلتزام بتحقيق سلامة و أمن المستهلك، ولحماية رضا المستهلك وجعله سليم و مبصر ألزمه القانون بإعلامه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوجات، لكي لا يبق جاهلا لخصائص هذه الأخيرة ، كما حدد للمتدخل الوسائل التي يتم الإعلام ولم يحصرها بغية توسيع الحماية للمستهلك ، إضافة إلى ذلك أوجد الوسائل القانونية الخاصة لحصول المستهلك على منتوجات مطابقة لرغباته المشروعة فألزم المتدخل بمطابقة المنتوجات للمقاييس و المواصفات المقررة قانونا بسبب الإنتشار السريع للمنتوجات المقلدة دون أن يراعي المتدخل مدى خطورتها وما مدى صلاحيتها للإستهلاك وقد يسرف المتدخلين في إنتاج منتوجات تشكل خطرا على سلامة و صحة المستهلك ، فكان لزاما إلقاء إلتزام بضمان المنتوجات و ضمان تنفيذ الخدمة ما بعد البيع إضافة للضمان المقرر له في القواعد العامة و المتمثل في ضمان العيوب الخفية و ضمان صلاحية المنتج للعمل لمدة معينة ، لكن غالبا ما لا يتلاءم هذا الأخير مع طبيعة المنتوجات ولا يكفل حصول المستهلك على حقه ، فراعى مختلف الجوانب و تحسبا منه لمخالفة المتدخل لهذه الإلتزامات عمد للتشديد على المتدخل بتحويل أجهزة متخصصة تعمل على مراقبة مدى سلامة و مطابقة و قابلية المنتوجات للإستهلاك، و أتبع ذلك بتوقيع جزاء وقائي على مخالفة المتدخل للقواعد المقررة في هذا القانون . وخوفا منه من إنفلات بعض المنتوجات من تطبيق الجزاء الوقائي عليها، إضافة لعدم فعالية الجزاء المدني الوارد في القانون المدني خاصة في قواعد المسؤولية المدنية سارع لتقرير جزاء جنائي أشد ردعا نظرا لعدم تنفيذ المتدخل للإلتزامات القانونية المقررة عليه، أو حتى عند لجوءها استعمال وسائل احتيالية خادعة و مغشوشة للحصول على فائدة غير مشروعة ويظهر هذا التشديد في إحالة العقاب لنصوص القانون

العقوبات بالنسبة للإقتصادية المرتكبة من قبل المتدخلين والمتمثلة في خداع أو محاولة الخداع المستهلك ، وجرمة الغش في المنتجات . و بالمقابل حدد عدة جزاءات جنائية إذ خص لكل مخالفة عقوبة على حدى تتنوع حسب طبيعة هذه المخالفة، فأقر لمثل هذه المخالفات العقاب بالجزاء البسيط المتمثل في الغرامة فقط وأتبع هذا العقاب بالنص على عقوبات تكميلية من أجل تفعيل هذا الجزاء الردعي وجمع الجرائم الإقتصادية .

ف نظرا للأضرار و الحوادث التي قد تسببها المنتجات والتي تلحق بالمستهلك، لكونها لا تستجيب لمتطلبات الأمن و السلامة ولا للمقاييس و المواصفات القانونية ، كما وقد يمتد أثر هذا الضرر إلى مستعملي المنتج عن طريق المستهلك، فلا يمكن للقواعد القانونية المقررة في القانون المدني توفير حماية أفضل لهم نتيجة إختلال القوى الإقتصادية، والكفاءة التقنية في مجال الإنتاج و التوزيع . ولم يتوقف المشرع عند هذا الحد وإنما جاء بتشريعات أخرى ذات الصلة بالمنافسة وتنظيم الممارسات التجارية بموجب القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية باعتبارها قوانين مكملة لقانون حماية المستهلك فهي الأخرى عملت نصوصها على تكريس حماية للمستهلك . نظرا لاهتمام قانون حماية المستهلك و قمع الغش بحماية المستهلك فقط، فهنا تكمن أهميته في مدى توفير الضمانات التي أتى بها لحماية فعالة لصحة و سلامة و أمن و مصالح و رغبات المشروعة للمستهلك والعمل على خلق توازن في العلاقة التي تجمع هذا الأخير بالمتدخل ، أم أنه مازال يشوب هذه الحماية قصور في بعض جوانب هذه الضمانات ، وبالتالي لا تكون كافية لحماية هذا الطرف الضعيف .

ويهدف هذا البحث إلى بيان القوانين التي تهتم بحماية المستهلك من خلال النصوص التي تحمي رضا المستهلك في مختلف مراحل إبرامه للعقد الإستهلاك ، كما تهدف هذه الدراسة إلى توعية المستهلك بوجود قانون يحميه ويسعى إلى إرضاء غايته، حتى تكون إرادته حرة و كاملة عن المنتج أو الخدمة المعروضة عليه . و كذا تحديد الجزاءات التي تترتب عن إخلال المتدخل لهذه الضمانات القانونية المفروضة عليه

ومن الأسباب التي دفعتنا إلى تناول هذا الموضوع نذكر منه:

الأسباب الموضوعية، والتي ترجع أساسا إلى التوجه الإقتصادي الحالي للجزائر وما تشهده من حرية لحركة السلع و الخدمات والتنوع الموجود في السوق من منتجات مستوردة ومحلية، مما قد يؤدي بفتنة من المحترفين وسعيا للربح السريع إلى إمتناع عن القيام بالتزامه بالإعلام المستهلك، وكذلك لإنتشار الشروط التعسفية في العقود لإستهلاكية

أما عن الأسباب الذاتية ، فتظهر من خلال الرغبة والإهتمام بدراسة موضوع الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع في إطار بحث علمي أكاديمي لأنه موضوع حيوي ويمس جميع المستهلكين دون إستثناء ، أما

عن الصعوبات التي واجهتني فإن أي باحث علمي تعترضه الصعوبات التي تختلف من باحث لآخر حسب طبيعة الموضوع محل الدراسة ، ومن الصعوبات التي واجهتني لإعداد هذا البحث هي :

_ أن موضوع محل الدراسة يتجاوزه عدة نصوص قانونية منها القانون المدني بإعتباره الشريعة العامة ، والقانون الجنائي وفي بعض الأحيان القانون التجاري الشيء الذي يتطلب جهدا و وقتا كثيرا لتجميع القوانين و المراسيم في هذا الصدد مختلفة .

- سعة الموضوع و تشعبه، إذ يعتبر موضوع حماية المستهلك من مواضيع الشائكة التي لا تزال تشغل بال المشرعين و الفقهاء و الباحثين بدليل التعديلات التشريعية المتجددة و المستمرة إلى يومنا هذا .

وإن أهمية هذا البحث تتجلى في عدة نواحي، منها أن موضوع حماية المستهلك يعد ترجمة فعلية لحقوق الإنسان حيث أن الحرية لم تعد مجموعة من النصوص ولا إعلانات، بل غدت مطلبا لكل إنسان والتزاما عاما لكل الدول ولم تعد تنحصر لا في مجرد حريات سياسية وفكرية فقط، بل إمتدت لتشمل الحقوق لاقتصادية أيضا . كما تبدو هذه الأهمية في أن هذه الحماية لا يختص بها قانون أو تشريع بعينه، بل كانت ولازالت تكفلها تشريعات متنوعة ومتفرقة تنتمي إلى فروع القانون المختلفة في طبيعتها وموضوعها والمقاصد التي تسعى إلى تحقيقها . كما أن موضوع حماية المستهلك يمس المجتمع ككل بإعتبارنا جميعا مستهلكين .

وفي إطار هذا البحث الذي يتمحور حول الحماية القانونية للمستهلك يمكن طرح الإشكالية التالية :

ما مدى فعالية قواعد قانون حماية المستهلك في توفير الحماية الناجعة للمستهلك ؟

للإجابة عن هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية والمتمثلة في :

من هو المستهلك في نظر المشرع الجزائري ؟ ماهي الضمانات القانونية التي أقرها المشرع لحماية المستهلك؟

وما مدى فعالية هذه الوسائل في توفير الحماية اللازمة للمستهلك؟ وما نوع المسؤولية المترتبة عن الإخلال

بقواعد حماية المستهلك ؟

في سبيل البحث عن الإجابة لهذه الإشكالية إعتدنا أكثر من منهج منها: المنهج التحليلي النقدي الذي يقوم على جمع النصوص والقواعد القانونية، و إستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بموضوع البحث، مع تحديد مدى نجاحها في تجسيد الحماية اللازمة للمستهلك ، وذلك بهدف الوقوف على معرفة مدى فعالية هذه الآليات على أرض الواقع مع الإعتداد على المنهج المقارن من خلال المقارنات الجزئية في بعض المواضع بين القانون الجزائري و القانون الفرنسي خاصة كون المشرع الجزائري إعتد عليه في الكثير من نصوصه . وإعتدنا المنهج التاريخي بشكل بسيط عند التعرض للتطور حماية المستهلك ، وكذا تطور القوانين الخاصة بحماية المستهلك في الجزائر .

ولإحاطة بجوانب هذا الموضوع ، سيتم تقسيم البحث إلى فصلين أساسيين نتناول في الفصل الأول { الإطار القانوني لحماية المستهلك } مفردين المبحث الأول لماهية حماية المستهلك ، أما المبحث الثاني فنتناول فيه {الوسائل القانونية الكفيلة بحماية المستهلك } ونتناول في الفصل الثاني { الإطار المؤسسي لحماية المستهلك }، في المبحث الأول منه نتطرق إلى {الرقابة المنتوجات المعروضة للإستهلاك}، أما المبحث الثاني خصصناه {للجزاء المترتب عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك } .

الفصل الأول

الإطار القانوني لحماية

المستهلك

تعتبر حماية المستهلك من القضايا الهامة خاصة في عصرنا الحالي حيث قل الوازع الديني لدى الأفراد كما أن ما يشهده العالم من نقلة نوعية سواء بالنسبة للنواحي الاجتماعية أو الاقتصادية أدى إلى تغيير في إنتاج السلع والخدمات و بالتالي تغيير السلوكيات الإستهلاكية لدى المستهلك وهذا الأخير بحاجة دائمة للحماية مهما كان النظام الاقتصادي الذي تتبعه الدول .

وعليه فإن موضوع المستهلك ووسائل حمايته، بات من أهم المواضيع التي تحتل مساحة واسعة من الإهتمام تعكس إلى حد كبير حجم التحديات التي تواجه مجتمعاتنا، بفعل الإنفتاح الاقتصادي الواسع و التدفق الإعلامي و الملاحظ أن المجتمعات قديما و حديثا إهتمت بمسألة حماية المستهلك من خلال ما سنته من نصوص قانونية هدفها تعريف المستهلك بحقوقه وحمايته من الغش التجاري في مختلف مراحل النشاط الاقتصادي.

وفي هذا المضمار لم يكن التشريع الجزائري منعزلا عن الإهتمام العالمي بقضية حماية المستهلك، فلقد قطع شوطا كبيرا في تكفل بمعالجة هذا الموضوع، من خلال عدة تشريعات أهمها القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي يعتبر اللبنة الأساسية الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك وأكثر من 30 مرسوم تنفيذي متعلق به. فالجزائر كانت بجانب حماية المستهلك و حماية صحة المجتمع وبالتالي المواطن وسلامته و ذلك من حماية سلامة وجودة السلع وكذا المنتجات عن أساليب الغش و الخداع، وكان هذا عن طريق سن جملة من النصوص التشريعية و التنظيمية التي حددت القواعد العامة لحماية المستهلك .

ونقصد بالحماية القانونية للمستهلك : "أن يدفع القانون عن المستهلك جميع الأفعال غير المشروعة و التي تشكل خطرا على صحته ، أو إضرار بماله و معاملاته ، بما يقرره من تجريم هذه الأفعال و فرض جزاءات على مرتكبيها " وهذه الحماية لن تتحقق إلا من خلال وضع إطار قانوني، و ترسانة فعالة من النصوص القانونية و التنظيمية لحمايته.

ولمعرفة ما مدى ما توصل إليه المشرع في هذا المجال ،سوف نتطرق في هذا الفصل إلى :

ماهية حماية المستهلك { المبحث الأول } ثم بعد ذلك نتطرق للوسائل القانونية الكفيلة بحماية

المستهلك {المبحث الثاني} .

المبحث الأول: ماهية حماية المستهلك

إن حماية المستهلك يعد حاليا أهم الموضوعات الرئيسة في سياسات الدول المتقدمة والمتخلفة. و مما لا شك فيه أن المواطن قد حظي بحماية مند الأزل، وهذا ما تجلّى في العديد من التشريعات القديمة والحديثة. وستعرض من خلال هذا المبحث إلى التطور التاريخي لتشريعات حماية المستهلك في الأنظمة القانونية المختلفة {المطلب الأول} ولا بد من تحديد الأشخاص المخاطبين بأحكام قانون حماية المستهلك وذلك من خلال التطرق إلى تحديد مفهوم المستهلك {المطلب الثاني} ومن الأجل إعطاء فاعلية أكثر لحماية المستهلك أقر المشرع مجموعة من القواعد لتوفير حماية أكثر للمستهلك {المطلب الثالث} و باعتبار عقد الإستهلاك الإطار المنظم للمفاعيل القانونية المترتبة على العملية الاستهلاكية التي تتم بين طرفيه المستهلك من جهة والمهني من جهة أخرى لذا كان لا بد من التطرق إلى تحديد تعريف لعقد الإستهلاك في القانون الجزائري {المطلب الرابع}.

المطلب الأول: التطور التاريخي لمفهوم المستهلك

لقد عرفت المجتمعات - وخلال مختلف عصور تطورها- تدخلا من السلطة في الإقتصاد، ونصوصا قانونية بغية حماية مستهلك¹. وإنه لمن الأهمية البالغة عند التعرض لموضوع حماية المستهلك الرجوع عبر صفحات التاريخ القديمة، محاولين تتبع مختلف المراحل التي مر بها تطور الحق في حماية المستهلك، ممعنين النظر إلى مختلف الحضارات و على مر العصور كي نبرهن على قدم هذا الحق و ليس كما يقول البعض أنه حديث النشأة و وليد عصر النهضة.²

و من خلال هذا المطلب سنعرج إلى التطور الذي أدى إلى ظهور حقوق المستهلك، وذلك وفق تسلسل تاريخي بدءا بتطور حماية المستهلك في المجتمعات القديمة {الفرع الأول} ثم نتناول تطور هذا الحق من خلال المجتمعات الحديثة {الفرع الثاني} والتي أعطت دفعا أكثر قوة لحقوق المستهلكين من خلال كفاح حركات حماية المستهلك خاصة مع مطلع الثورة الصناعية، وخاصة على المستوى الدولي {الفرع الثالث}، ومن خلال هذا التطور كان لزاما علينا الرجوع إلى تطور تشريع حماية المستهلك في الجزائر {الفرع الرابع}.

الفرع الأول: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة

إن التقنيات التي أكتشفت في العالم القديم لدليل واضح على مدى تقدم التشريعات القانونية لدى شعوبها فالمتصفح لصفحات الحضارات القديمة ومختلف الدراسات التاريخية المختلفة، يتبين له أن الحق في حماية المستهلك ليس كما يقول البعض أنه حديث النشأة، وإنما قد عرف هذا الحق مند الأزل وفي حضارات قديمة.

¹ أنظر: رباح غسان قانون حماية المستهلك الجديد ط 2، مكتبة زين الحقوقية و الأدبية، بيروت، 2011 ص 11

² أنظر: صياد الصادق: حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 09-03 المتعلق بالحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013 2014 ص 10

فقد إهتمت التشريعات القديمة، كالعراق الإغريق و الرومان، من خلال ماسنته من تشريعات تهدف إلى حمايته، فأرست بذلك قواعد هامة وهو ما سنتناوله من خلال هذا الفرع .

البند الأول: حماية المستهلك في العصر الفرعوني

بالرجوع إلى مختلف الرسوم والنقوش، والكتابات الهيروغليفية ومختلف الدراسات التاريخية لحضارة الفراعنة يتبين لنا الإهتمام الكبير في تنظيم المعاملات اليومية ووضع القواعد القانونية بين البائعين و المشترين، ونوه في العصر الفرعوني أنه لم يكن آنذاك نقود، فكان التعامل يتم عن طريق المقايضة أو البيع ، يقول الأستاذ الدكتور محمد السقا: "إن أول ما يثار بالنسبة لعقد البيع ، أنه لم تكن هنالك عملة نقدية حقيقية يتم بمقتضاها التعامل عند الفراعنة ، ومن هنا اختلط على الكثيرين الأمر فوحدوا ما بين البيع و المقايضة"¹. هذا و يعتبر قدماء المصريين من أوائل المهتمين بوضع قواعد لحماية المستهلك، وذلك مند القرن الخمسين قبل الميلاد (50 ق.م) .

ومن مجموعات القوانين المصرية التي وصلت إلينا أهمها قوانين الملك "حور محب" الصادر في 1330 (ق م) والتي تعتبر أهم القوانين الجنائية الاقتصادية حيث نجد في المادة الثانية من هذا القانون الجريمة الخاصة بالملتشين عديمي الذمة المتواطئين مع محصلي الضرائب، كما تنص المادة 10 منه على جريمة الخاصة بجمع الحبوب² : و استمر العمل بهذا القانون في مصر حتى غاية 1012 (ق م) ومن نصوص هذا التشريع الخاصة بحماية المستهلك أنه حدد السعر القانوني للفائدة فلا يجوز اشتراط فائدة سنوية أكثر من ثلث رأس المال، ولا يطالب بأكثر من ضعف الدين مهما طالت المدة وحرمت فائدة المركبة.

ومن صور حماية المستهلك أيضا منع الاحتكار إلا أن الدولة كانت هي المحتكرة ففي العصر البطلمي كانت الدولة تحتكر إنتاج الكثير من السلع الإستهلاكية، وكانت تتحكم في توزيعها أيضا و تحديد أسعارها إلا أنها لم تترك الأمر في باقي السلع للتجار بل أخضعت هذه السلع لرقابة دقيقة سواء في إنتاجها أو توزيعها.³

البند الثاني: حماية المستهلك في العراق قديما

بدأت هذه الحماية بإصدار "قانون أور نمو" والذي أصدره الملك أور نمو مؤسس أسرة أور الثالثة في سومر وبدأ حكمه سنة 2050 (ق م) ويعد من البوادر الأولى لحماية المستهلك وهو أقدم قانون مكتشف حتى الآن ليس في العراق فحسب بل في تاريخ العالم أيضا حيث أنه سبق شريعة حمو رابي بثلاث قرون .

¹ أنظر: محمود السقا، تاريخ القانون المصري، ط 1، مكتبة القاهرة الحديثة، 162 9 0 1970

² أنظر: باهور لبيب، من التاريخ الروماني ، مجموعات قوانين مصرية ، مجلة القانون و الاقتصاد، يناير 1 21941 ص 11

³ أنظر: مصطفى سيد أحمد إسماعيل صقر: فلسفة تاريخ النظم القانونية و الاجتماعية في مصر، ج 11 مكتبة الجلاء الجديدة بالمنصورة

وهو يعالج مواضيع متعددة¹ فقد احتوى على مواد تتعلق بالموازين، النقود، التأمين الإجتماعي، الفائدة وكذلك بالتعويض المادي ويعتبر أول قانون تكلم عن التعويض بدل القصاص.²

أصدر الملك أروكاجين² وتعد شريعته من الشرائع المميزة في العهد -البابلي القديم- فقد قضى على استغلال الضعيف، فمنع الأغنياء من شراء حيوانات و بيوت تابعيهم، إلا إذا تم ذلك برضاهم و دفعوا لهم السعر المناسب. ثم جاء بعده "تقنين أشنونا"، ويرجع هذا التقنين إلى أحد ملوك مملكة أشنونا، و اسمه "بلالا ما" و قد عالج مسائل قانونية متفرقة أهمها تحديد أسعار السلع ولإيجار والقرض .

ويعد "تقنين حمو رايب" أشهر القوانين على الإطلاق بالنسبة للعراق، فقد إهتم إهتماما بالغا بحماية المستهلك ويحتوي على ما يزيد عن 282 مادة بمعظم فروع القانون فعلى سبيل المثال لا عليه حصرا نجده يتحدث عن الغش في المادة 108 منه، فتنص على أن: "إذا لم تستلم صاحبه حانة الحبوب ثمنا للشراب و قبلت نقودا بالوزن الكبير و بدأ جعلت سعر الشراب أقل من قيمة الحبوب، فإنهم يثبتون ذلك ضدها و يلقون بها في ماء النهر".³

وعلى مدار السير في قانون حمو رايب نجد أن هذا القانون قد إهتم إهتماما بالغا بتحديد الأسعار، وكان الثمن السلع يحدد بالنقود وأحيانا بالإستناد إلى سلعة أخرى مثل القمع و الشعير، كذلك تضمن قانون حمو رايب تحديد بدل الإيجار و أجور الأطباء و أصحاب المهن الأخرى.⁴

البند الثالث: حماية المستهلك عند الإغريق

من الأشهر القوانين عند الإغريقين والتي تعرضت لحماية المستهلك نذكر منها:

- **تقنين درا كون** : وضع في أثينا حوالي عام 621 (ق م) (و ذلك لصياغة النظم القانونية في نصوص مدونة منعا للإحتكارها في أيدي الأشراف وتحقيقا لمبدأ المساواة .

وقد مكث قانون "درا كون" ما يقارب ثلاثين عام، ثم سرعان ما حل محله قانون "صولون" وكان قانون دراكون "معظم العقوبات التي توجد به هي عقوبة الإعدام .

تقنين صولون : أصدره صولون حاكم أثينا عام 600 (ق م) و يعود تاريخه إلى حوالي عشرين عاما تقريبا وأصدر هذا القانون ليخفف من وطأة الحالة الاقتصادية، التي تمر بها البلاد وخاصة الأمور التي تتعلق بالمستهلك، حيث تأثر الملك بالقانون المصري وأدخل تشريعات التي اقتبسها من مجموعة قوانين "بوخريس"

¹ أنظر: أحمد إبراهيم حسن، أصول تاريخ النظم القانونية و الاجتماعية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004 ص 368.

² - أحمد محمد محمود علي خلف الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)) دار الجامعة الجديدة للنشر 2005 ص 23

³ أنظر: محمود سلام زناي، قانون حمو رايب، مجلة العلوم القانونية و الاقتصادية، العدد الأول، يناير 1791 ص 4

⁴ أنظر: عبد المجيد محمد الحفناوي، تاريخ النظم الاجتماعية و القانونية، دار الهدى، الإسكندرية، 1974 1975 9 5 273 274

ومن خصائصه أن تشريعاته و أحكامه ساوت بين طبقات الشعب الواحدة ، ومن بين هذه التشريعات التي تتعلق بحماية المستهلك أنه وضع نظام المقاييس، و تحديد سعر الفائدة و تحريم الربا .¹

كما كانت هناك عقوبات تفرض على المخالفين لقانون الاحتكار المنظم من قبل الدولة والتي حددت من يجتكر مثل هذه الأشياء ، مثلا صناعة الزيت لا يجوز لشخص أن يبيع محصول الحبوب الزيتية إلا لشخص الذي حددته الدولة ، وكانت العقوبة دفع غرامتين مائتين إحداهما عقوبة عامة لارتكابه الجريمة ولذلك فإن حصيلتها كانت تؤول إلى الخزينة العامة، و الثانية تعويض الملتزم وهو الشخص المكلف من قبل الدولة بإحتكار صناعة الزيت.²

البند الرابع: حماية المستهلك في العصر الروماني

لاشك في أن القانون الروماني يعد من الأهم المصادر القانونية لدى بعض الدول المهتمة بالقوانين: وقد وجد في القانون الروماني من القوانين الحمائية للمستهلك فقد إهتم هذا الأخير بدوره بتنظيم الاقتصاد و المعاقبة على مخالفة التنظيم ، وقد عرف هذا القانون المميز نصوصا تتعلق باستيراد الحبوب و التجارة بها، و بإرتفاع الأسعار و بالتموين ، كما أن نصوصه عاقبت مخالف التسعيرة والأنظمة المتعلقة بالبائع والمشتري بعقوبات شديدة من ذلك منع من مزاوله المهنة التجارية، و المصادرة، و حتى الأشغال الشاقة، وكذلك الإعدام في بعض الأحيان.³

ومن خلال مدونة الألواح الإثني عشر التي صدرت في مدينة روما عام 45 (ق م) 5 ولتنظيم تموين البلاد بالسلع الغذائية ومنع الاحتكار و الحد من ارتفاع الأسعار، ولقيام بدور الرقابة أنشئوا وظيفة لمراقبة الأسواق و الأسعار عهدت إلى موظف خاص سمي "المحتسب" أو "حاكم السوق".⁴

و لذلك نجد أن الإمبراطور "جيسنتيان" قد أقر بوجود فسخ العقد إذا كان هناك غبن فاحش وكذلك أصدر الإمبراطور "دقلديانوس" بيانا لتحديد أسعار السلع ، كما أقر الإمبراطور "شارمان" بوضع حد أقصى للأسعار المحاصيل وفرض عقوبات على كل تاجر يحاول بيع السلع الضرورية بأسعار تزيد عن السعر المحدد .

ومن خلال ما سبق ، يظهر جليا أن الرومان إهتموا أكثر من غيرهم بحماية المستهلك، بتجريم احتكار السلع وتحديد لأسعار، و الردع بفرض عقوبات على المخالفين ، ويرجع سبب هذا الإهتمام لدى الرومان هو أخذهم من القوانين و الشرائع السابقة، حيث إقتبسوا من المصريين و الإغريق مع تغييرات طفيفة، وهذه المبادئ بدورها انتقلت إلى أوروبا في وقت لاحق .

¹ أنظر: أحمد إبراهيم حسن، المرجع السابق، ص 368

² أنظر: إسلام هاشم عبد المقصود سعد ، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني و الفقه الإسلامي (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة : الإسكندرية، 2014، ص 62

³ أنظر: إميل بجاني ، القانون الروماني ، معهد بيروت للحقوق ، دار النهار ، 2005 ، ص 39

⁴ أنظر: صوفي حسن أبو طالب ، تاريخ النظم القانونية وإجتماعية ، 2007 ، ص 142

البند الخامس : حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

يعتبر موضوع حماية المستهلك إما في شخصه أو في ماله من المصالح التي دعت الشريعة الإسلامية منذ نزولها إلى تحقيقها ما من حيث سن الأحكام الجزئية المتعلقة بجانب المعاملات ثم إن حماية المستهلك في شخصه أو ماله وسائر مصالحه إما من جانب الوجود و ذلك بسن الأحكام المثبتة لتلك المصالح ودعم أركانها و تثبيت قواعدها و تكميلها وإما من جانب عدم و ذلك بسن الأحكام التي تدفع الأضرار لهذه المصلحة أو تعيق تحقيقها أو بتقليل ما يعترضها من مخاطر .¹

وفي سبيل تحقيق ذلك ، أقرت الشريعة الإسلامية بعدة مبادئ و قواعد يمكن معالجتها من وجهتين إثنين:

✓ مبادئ الحماية المتعلقة بالشخص المستهلك

وضع الإسلام للمستهلك مجموعة من الضوابط الشرعية التي معها تستقيم أموره الاستهلاكية وذلك من خلال ترتيب حاجاته و متطلباته في الحياة وفي سبيل ذلك أقرت الشريعة الإسلامية جملة من المبادئ .

1- مبادئ الحماية من جانب الوجود

إن حماية المستهلك من خلال مراعاة مقاصد الشريعة من جانب الوجود- يعني لإتيان بكل ما من شأنه المحافظة على صحة المستهلك، ومحاولة الإبقاء عليه في سبيل الدوام ومن هذه المبادئ نذكر ما يلي :

-مبدأ اشتراط الأهلية في الإستهلاك: إن مبدأ إكتمال أهلية الإنسان حتى يكون صالحا لأن يعتد بأقواله و أفعاله شرعا يعتبر أساسا هاما من أصول الفقه الإسلامي فإكتمال الأهلية هي مناط التكليف لقوله صلى الله عليه وسلم: "رفع القلم عن ثلاث: عن النائم حتى يستيقظ، وعن المجنون حتى يعقل ، وعن الصبي حتى يحتلم"² فتصرفات الصغير و العاقل محمية من أية مسؤولية فيبيع هؤلاء و شرائهم و إيجارهم لا يقع صحيحا .على هذا الأساس فان مثل تصرفات المستهلك بإعتباره مقتنيا وسيطا كان أم نهائيا -لا تعتبر في الفقه الإسلامي تصرفاته صحيحة إلا إذا توفرت الشروط الآتية:

1- أن يكون المستهلك تام الأهلية، فان كان ناقصها فيشترط فيه إذن وليه أو وصيه .

2- أن يكون المبيع معلوما علما تاما للمستهلك

3- أن يكون ثمنه معلوما وحلالا غير محرم . و أن تكون صيغة العقد ناجزه و مفهومة للمتعاقدين

فلاحظ من خلال هذه الشروط أنها تعمل كلها على حماية الشخص المستهلك من النصب و الخديعة

و الغش.

¹أنظر: نور الدين حمشة مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي من خلال فقه المعاملات المالية : مداخلة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي معهد العلوم القانونية و الإدارية المركز الجامعي بالوادي يومي 14 و 19 أفريل 2008 : 105

² رواه أبو داود، الحديث رقم 1423

- النهي الزاجر عن الإسراف و الترف في الاستهلاك: إن التشريع الإسلامي لم يكتف بالبحث على الاعتدال والتوسط في الاستهلاك بإعتباره عاملا توجيهيا لحماية المستهلك، بل عضد ذلك بجانب تشريعي ملزم بجزئات ردعية أخروية كقوله تعالى: "وكلوا و اشربوا ولا تسرفوا، إنه لا يحب المسرفين" سورة الأعراف، الآية 31.

وقوله أيضا: "وإذا أردنا أن نهلك قرية أمرنا مترفيها ففسقوا فيها فحق عليها القول فدمرناها تدمرا" سورة الإسراء، الآية 05

- تطبيق نظام الحجر على السفه و المسرف: إضافة إلى الجزاءات الردعية أخروية هناك جزاءات عملية في الدنيا، كإجراء الحجر على السفهاء المبذرين¹. وذلك حماية حقوق السفه من الضياع وحقوق الغير مصداقا لقوله تعالى: "و لا توتوا السفهاء أموالكم التي جعل الله لكم فيها قيما و أرزقوهم منها" سورة النساء، الآية 05

✓ مبادئ الحماية المتعلقة بكيفية الاستهلاك

01- مبادئ الحماية من جانب الوجود

- تشريع نظام الخيارات في البيوع: إن الخيار في اصطلاح الفقهاء يعني أن يكون لأحد المتعاقدين أو كليهما حق فسخ العقد أو حق إمضاءه وتنفيذه.

وهذا الخيار ثابت بالسنة النبوية الشريفة لقوله صلى الله عليه وسلم: "البيعان بالخيار ما لم يتفرقا" رواه البخاري وعن ابن عمر رضي الله عنه أن الرسول صلى الله عليه وسلم: "إذا تبايع الرجلان فلكل واحد منهما الخيار ما لم يتفرقا" رواه مسلم. و الخيارات في الفقه الإسلامي تثبت بأحد أمرين:

الأول: بإشتراط العاقد نفسه، وهي نوعان: خيار التعيين وخيار الشرط.

الثاني: بتقرير الشارع الحكيم رعاية لصالح المتعاقدين من تغيير، وتجهيل و سوء نية الطرف الآخر صونا للرضا وهي خيار العيب، وخيار الرؤية وخيار التدليس وخيار الغبن².

وقد ثبت بما لا يدع شكاً أن لتشريع هذا المبدأ وهو الخيار في البيع دورا رئيسيا في حماية المستهلك² و يظهر ذلك من خلال:

- 1 - الخيار يمنح المستهلك المجال للتروي- و معاينة السلعة و التأكد من مواصفاتها، و يؤكد صفة العقلانية له
- 2 - يدفع عنه الغبن و الخديعة، و يحميه من ذهاب ماله هدرا، و يمنحه المدة الكافية للتأكد من مدى حاجته الفعلية.

- تشريع نظام التسعير: جاءت الشريعة الإسلامية لتحقيق مصالح الناس في الدنيا : و الآخرة و إقامة موازين العدل في التعامل بينهم تبادلا للمصالح من خلال عقود المعوضات مختلفة، و من القضايا المرتبطة بمبدأ العدل في المعاملات و اختلفت و جهات النظر في قضية التسعير .

¹ أنظر: أحمد بوزيان، المرجع السابق، ص 106 107

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

المراد بالتسعير - كما ذكره الإمام لشوكاني: "أن يأمر السلطان و نوابه أو كل من ولي من أمور المسلمين شيئاً أهل السوق أن لا يبيعوا أمتعتهم إلا بسعر كذا ، فيمتنعوا عن كل الزيادة عليه والنقصان لمصلحته" .
وعلى هذا فيكون في التسعير إلزام الناس ألا يبيعوا حاجاتهم أو سلعتهم، إلا بالسعر الذي أقرته الحكومة حماية للمستهلك¹ . وقد وضعت الشريعة ضوابط لتحقيق المصلحة من التسعير ؛ ومن ذلك ألا يتم التسعير إلا بمشورة أهل الخبرة و الدراية بأصول السوق و السلع و التجارة، وألا يتضمن هذا التسعير ظلماً للتجار أو المنتجين ، وأن يكون الهدف منه تحقيق العدل.²

اختلف الفقهاء حول مسألة التسعير فقال فريق منهم بتحريم التسعير بينما ذهب فريق آخر إلى وجوب التسعير.

أدلة القائلين برفض التسعير : يستدل هذا الرأي على موقفه :

من القرآن قوله تعالى: "يا أيها الذين امنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم"
سورة النساء، الآية 29

قالوا في وجه الدلالة: أن الآية إشتطت التراضي و إلزام صاحب السلعة بأن لا يبيع إلا بسعر معين مناف للتراضي .

من السنة النبوية : استدلو أيضاً أن الأصل في التسعير هو الحظر من السنة بما روي عن أنس بن مالك رضي الله عنه قال: غلا السعر على عهد الرسول الله صلى الله عليه و سلم فقالوا: يا رسول الله، سعر لنا فقال: "إن الله هو المسعر القابض الباسط الرزاق : و إني لأرجو أن ألقى ربي و ليس أحدكم منكم يطلبني بمظلمة في دم ولا مال"^{رواه الترمذي} ، فقد دعت الشريعة الإسلامية لحل مال الغير أن يطيب به نفس صاحبه و هذا المعنى منعدم فيمن فرض عليه السعر و منع من الزيادة و النقصان.³ فقد إستعمل الرسول عبارة ألا لا تظلمو ثلاث مرات و أنه لا يطيب مال إمريء إلا بطيب نفس منه .

أدلة القائلين بجوازية التسعير

قالوا :إذا كانت مصلحة الناس لا تتم إلا بالتسعير فليس ثمة مانع منه فقد ورد عن رسول الله أنه تدخل في التسعير عندما أمر بتقويم الجميع بقيمة المثل فقال : من أعتق شركا له في عبد فكان له مال يبلغ ثمن العبد

¹ أنظر : محمود أحمد أبو ليل، حكم التسعير في الفقه الإسلامي ، بحث مقدم في الشريعة و القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، يومي 6 7 ديسمبر 1998 ص 406

² لمزيد من المعلومات راجع كمال لدرع ، حماية المستهلك من المعاملات التعسفية ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص ، جامعة

الجيلالي اليابس ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر و التوزيع ، سيدي بلعباس ، أبريل 2005 166 0 5 172

³ أنظر : محمد محمد أحمد أبو سيد أحمد ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، ط 2 ، منشورات محمد علي بيضوت ، دار الكتب العلمية بيروت ، لبنان، 146 0 4 2004

قوم العبد قيمة عدل فأعطى شركاءه حصصهم و عتق عليه و إلا فقد عتق منه ما عتق ، فمن تعين عليه أن يبيع قدر له صلى الله عليه و سلم الثمن الذي يبيع به و يسعر عليه.

- إن عدم التسعير قد يؤدي إلى فوضى في البيع و الشراء ، و هذه الفوضى قد تؤثر على المسلم المستهلك خاصة إذا صاحبها ارتفاع في منتوجات الأساسية لذا كان من ضروري من التدخل لتحديد الأسعار.

- لم يرد في أحاديث الرسول صلى الله عليه و سلم أن تسعير حرام ، بل حذر من الاحتكار الذي يؤدي إلى رفع الأسعار، كما أنه لم يحدد الأسعار في كثير من السلع و الخدمات إلا أنه حدد مبادئ و أحكام لازمة التي تحكم عملية الشراء و البيع و الإيجار و نحوها.¹

ومن هنا نستطيع القول بأن الأصل في الإسلام عدم التسعير ، و أن جوازه مرهون بالحالات التي يلحق المستهلكون فيها ضرر لأن الضرر مقرر درؤه في الإسلام.²

- **تشريع نظام الحسبة في الإسلام:** بعد أن يتم تحديد الأسعار للبائعين، لابد من هيئة تنظيمية تتولى الإشراف على السوق لتتابع مدى التزام أهل السوق بأسعار المحددة، و كان المشرف على السوق يسمى المحتسب وهو مشتق من الحسبة وهي تعرف أنها : "لأمر بالمعروف إذا ظهر تركه ، و النهي عن المنكر إذا ظهر فعله"³ واصطلح عليها حديثاً "السلطة التي يمنحها ولي إلى من ينييه من الأشخاص أو الهيئات مهمتها مراقبة الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية، و السير على هدي الشارع الحكيم حماية للصالح العام .

حكم الحسبة : يستمد نظام الحسبة الشرعية من كتاب الله و سنة النبوية الشريفة :

من القرآن الكريم: قوله تعالى : "ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير، و يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون" سورة آل عمران ، الآية 104

من السنة النبوية: قوله صلى الله عليه و سلم : "من رأى منكم منكراً فليغيره بيده ، فإن لم يستطع فبلسانه فإن لم يستطع فبقلبه ، و ذلك أضعف الإيمان" رواه الإمام مسلم

و الواقف عند كتابات الأئمة ابن تيمية وابن القيم والماوردي يجد أن واجبات المحتسب قد شملت جميع النواحي الاقتصادية مما يأتي:

1-مراقبة الأسواق لمنع ما يقع فيها من غش و تدليس وتطيف في الكيل و الميزان. واختبار موازين السوق و مكاييلهم و فحصها

¹ أنظر : عبد العزيز محمد السويدي ، التسعير بين الهدي النبوي و القانون القطري، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون كلية الشريعة و القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة (يومي 6) 7 ديسمبر 1998 ص 456

² لمزيد من المعلومات راجع : خليفة بابكر الحسن ، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية ، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون ، كلية الشريعة و القانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، يومي 6 7 ديسمبر 1998 ص 445

³ أنظر : أبو يعلى الحنبلي ، الأحكام السلطانية. تعليق محمد حامد الفقي ، دار الكتب العلمية لبنان 1983 ص 284

2- منع جميع المحرمات من أن تتداول في السوق ، و إجبار البائعين على المنافسة الشريفة لتحقيق مصلحة التاجر و المستهلك

وهذا النظام الذي كان قائما آنذاك هو المعبر عنه اليوم في بلادنا(الجزائر) **بجهاز الرقابة.**

2- مبادئ الحماية من جانب عدم

1- النهي عن الغش والأمر بالصدق و الترغيب فيه: حرم الإسلام الغبن و الغش و الخداع و كل ما من شأنه أن يسلب مال الغير بالاحتتيال ، ولقد بين ذلك فيما رواه أبو هريرة رضي الله عنه: {أن رسول الله صلى الله عليه و سلم مر على صبرة طعام فأدخل يده فيها فنالت أصابعه منها بللا فقال : ما هذا يا صاحب الطعام قال : أصابته السماء يا رسول الله ، قال أفلا جعلته فوق الطعام حتى يراه الناس : من غشنا فليس منا}.¹ رواه مسلم وابن ماجه² و مر أبو هريرة رضي الله عنه برجل يبيع لبنا فنظر إليه ، فإذا هو قد أخلطه بالماء . فقال أبوهريرة : "كيف بك إذا قيل لك يوم القيامة خلص الماء من اللبن " رواه مسلم ¹.

و تظهر الأدلة السابقة حرص الإسلام على نبذ الغش و الخداع، وكل وسائل سلب مال الغير. كما جاء ديننا الحنيف و رغبتنا على الصدق، ونهانا عن الكذب لقوله تعالى : "يأيها الذين امنوا اتقوا الله و كونوا مع الصادقين" سورة التوبة ، الآية 119 . وبين صلى الله عليه و سلم : أن الصدق المبايعين يحل البركة في بيعها وكذبها يحرق بركة بيعها فقال : {البيعان بالخيار ما لم يتفرقا فإن صدقا و بينا بورك لهما في بيعها ، وان كذبا و كتما ، محقت بيعهما} رواه البخاري .

- **النهي عن التطفيف في الكيل و الميزان:** و نقصد بالتطفيف التغيير في الكيل و الميزان ، و المطففون هم "الذين يتقاضون بضاعتهم وافية إذا كانوا شراء و يعطونها للناس ناقصة إذا كانوا بائعين ... " مصداقا لقوله تعالى: "ويل للمطففين الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون. وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون ... " سورة المطففين ، الآية 03 02 01 فالله تعالى دعانا إلى ضرورة الوفاء بالكيل و الميزان ، فهو لا يكلف نفسا إلا وسعها .

وعليه ، فإن للإسلام يعتبر التلاعب في الكيل و الميزان مساسا بالعدالة التي ينشدها و إهدار للثقة .²

- **تحريم الاحتكار:** من الضوابط التي تحمي المستهلك في الشريعة الإسلامية تحريم الاحتكار هو: "حبس السلع التجارية على اختلاف أصنافها لتقل في السوق، و يرتفع ثمنها، و يتحكم المحتكر في بيعها بالإرباح التي يفرضها

¹أنظر: ساسي سقاش ، التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، عدد خاص جامعة جيلالي ليايس، مكتبة الرشد للطباعة و النشر و التوزيع، سيدي بلعباس، أبريل، 2005 ص 35 36

²أنظر: عبيد محمد إبراهيم ، حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة و القانون، كلية الشريعة و القانون جامعة الإمارات العربية المتحدة ، يومي 6 و 7 ديسمبر 1998 ص 6

وهناك من عرفه على أنه: " قدرة شخص أو عدة أشخاص طبيعيين كانوا أو معنويين على الإنفراد بإنتاج سلع مميزة_ أو عرضها أو توزيعها أو بيعها_ أو الإنفراد بأداء خدمة ما على مستوى السوق معين دون منافسة فعلية مما يؤدي إلى عرقلة حرية المنافسة و الإضرار بالاقتصاد و المستهلك " ¹.

و تجدر الإشارة إلى أن هناك عدة صور للاحتكار و لعل أهم هذه الصور التي تعرض لها الفقه الإسلامي بالتحليل و الدراسة نذكر **بيع الحاضر للبادي** ونقصد منه: "هو أن يتولى شخص من سكان البادية السلعة بقصد بيعها دفعة واحدة ، فيبيعها له الحضري تدريجيا فيضيق على الناس و يرفع ثمنها، أما صورة الثانية فتتمثل في **بيع تلقي الركبان** ونقصد به: " هو استقبال الشخص طائفة تحمل سلعا من طعام: أو غيره إلى البلد أو سوق فيشتريها منهم قبل وصولهم إلى السوق " ².

وقد شدد الإسلام على حرمة الاحتكار و الأدلة في ذلك كثيرة

من القرآن الكريم: قوله تعالى: "من يرد فيه بالحد بالظلم نذقه من عذاب أليم" سورة الحج، الآية، 20. ووجه الدلالة من الآية الكريمة أن الإحتكار ظلم، والظلم منهى عنه لما يترتب عنه من العذاب يوم القيامة.

ومن السنة النبوية: فقد ثبت أن النبي صلى الله عليه و سلم نهي عن الاحتكار، وعن اختزان السلع و إحتكارها و عرضها للبيع بأعلى لأسعار إضرارا بالمستهلكين حيث قال: "الجالب مرزوق ، و المحتكر ملعون" رواه ابن ماجه . وقوله أيضا: "لا يحتكر إلا خاطيء" رواه أبو داود : وروي عن ابن عمر رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: "من احتكر طعام أربعين يوما فقد برى من الله و برى الله منه " مسند لإمام أحمد

أما عن الحكمة من تحريم الاحتكار فهو تحريم لطرق الكسب غير المشروع ، وعملا بقاعدة الإسلامية التي تخصص لها جميع المعاملات بقوله صلى الله عليه و سلم : " لا ضرر ولا ضرار " ³ لما في الإحتكار من إضرار بالمستهلكين " وكذلك النهي عن أكل أموال الناس بالباطل.

- **نهى الشريعة الإسلامية عن أكل بعض المواد و حثها على النظافة:** فعلا بمبدئي الحيطة و الاحتياط

إهتمت الشريعة بغذاء الإنسان فحثته على النظافة في كل الأشياء و حرمت عليه أي شي قد يسبب ضررا لصحته و لذلك فقد حرم الله تعالى على الإنسان أكل بعض الأطعمة لضررها على صحته ذلك لأن في إجازة بيعها و لإتجار فيها تنويها لتلك المعاصي، و حملا للناس عليها أو تسهила لهم في اتخاذها وتقريبها لهم منها ، وفي تحريم بيعها و اقتنائها إهمال لها و إبعاد الناس عن مباشرتها. ⁴

¹ أنظر : أمال بن يطو حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الاسلامية و القانون المقارن ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية كلية الحقوق ، بن عكنون ، 2009 □ 2010 ص 24

² لمزيد من المعلومات راجع :إسلام هاشم عبد المقصود سعد ، المرجع السابق ، ص 192 وما يليها

³ مفادها هذه القاعدة الفقهية أن ضرر مرفوع بحكم الشرع ، وأنه ليس للإنسان أن يحدث للغير ولا لنفسه ، وإذا أحدثه للغير يجب عليه أن يزيله ، وليس أن يقابل الضرر بالضرر ، ولا الفساد بالفساد

⁴ أنظر : محمد بودالي المرجع السابق ، ص 59 60

وقد حرم الرسول صلى الله عليه و سلم بيعها بقوله عليه الصلاة و السلام: "إن الله و رسوله حرم بيع الخمر و الميتة و الخنزير و الأصنام" رواه البخاري و مسلم و قال أيضا: "إن الله إذا حرم شيئا حرم ثمنه" رواه أحمد و أبو داود .
كما تم تحريم بعض أنواع البيوع مثل البيع على البيع فهناك الرسول صلى الله عليه وسلم عن بيع أحدك منا على بيع أخيه ، كما وضع التشريع الإسلامي شروطا لصحة البيع فحتى يقع البيع صحيحا لا بد من توافر شروط منها ما يتصل بالعاقدين و منها ما يتصل بمحل العقد.
وكذلك تحريم بيع الغرر سواء كان تغريرا قوليا أو فعليا ، وتلقي الركبان وبيع الحاضر للبادي وكل تصرف يؤدي إلى رفع السعر على المسلمين بغير داع.¹

الفرع الثاني: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة

إن موضوع حماية المستهلك من المواضيع المهمة التي تلقى قبولا متزايدا من قبل جميع لأفراد: و الحكومات بما له من أهمية في تقرير الوعي الاستهلاكي خاصة في ظل المنافسة الحادة والتطور التكنولوجي إنطلاقا من مبدأ الحفاظ على المستهلك والتفكير بوسائل حمايته تكونت في العالم جمعيات حماية المستهلك و ظهور منظمة المستهلكين الدولي ذلك أن المجتمعات الحديثة هي الأخرى أعطت دفعة أكثر قوة لحقوق المستهلكين و خاصة مع الثورة الصناعية التي واكبتها.²

ومن خلال هذا الفرع سنعرض بالبحث عن ظهور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية {البند الأول} ثم تطور حركة حماية المستهلك في أوروبا {البند الثاني} لتتطرق بعدها لتطور هذه الحركة على المستوى الدولي {البند الثالث} وفي الختام نتناول التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر {البند الرابع}.

البند الأول: ظهور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية

إن حركة حماية المستهلك ظهرت أول ما ظهرت في القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية حيث ظهرت فكرة جمعية المستهلك في ثلاثينات القرن الماضي و تبلورت في الخمسينيات من نفس القرن ومن جانب آخر قد تم إصدار أول مجلة تحت عنوان "تقارير المستهلكين" معبرة عن نتائج اختبارات العلمية المتعلقة بجودة السلع الإستهلاكية الجديدة و مقارنة أسعارها و مساعدة المستهلك قدر الإمكان .³ و قد بدأت حركة حماية المستهلك بالرسالة الخاصة التي وجهها الرئيس الأمريكي "جون كندي" إلى الكونغرس في 15 مارس 1962 والتي تضمنت مجموعة من الحقوق أهمها: حق الأمان، حق الاختيار، حق سماع رأي المستهلك .

¹ - لمزيد من المعلومات راجع: رمضان علي السيد الشرنباصي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع 2004 ص 188 : 192

² أنظر: بنجاح مدني: آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإسلامية ، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007 2008 ص 23
³ أنظر: الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع و الغش التسويقي حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الثالث، إدارة المنظمات أعمال تحديات العالمية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، أبريل 2009 ص 03

وقد صدر أول قانون لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1872 بشأن الخداع و الغش ثم صدر قانون في عام 1884 الذي أنشأ إدارة الرقابة الحيوانية في وزارة الزراعة للإشراف على المواصفات الصحية للحيوانات ثم القانون 1890 الذي نظم صناعة الأغذية المحلية ووضع المواصفات القياسية لحماية المستهلك في هذا الشأن. و في عام 1927 أنشأت إدارة الغذاء و الدواء، وأصبحت هي المتولية لتنفيذ التشريع، وفي عام 1930 نجحت هذه الإدارة في أن تتصل بوزير الزراعة لوضع معايير لجودة المنتجات المحلية بعد أن كانت هذه الصناعة في حالة فوضى ضارة بالمستهلك. أما في عام 1938 صدر قانون حماية المستهلك من الإعلان الكاذب و المضلل وفي عام 1965 صدر قانون البطاقات التي تلصق على العبوات المختلفة، و قد بلغ عدد القوانين الخاصة بحماية المستهلك التي صدرت في الفترة ما بين 1962 و 1970 عشرين قانونا.

وقد كان للتطور الصناعي وزيادة الإنتاج الأثر الكبير في ظهور حركات حماية المستهلك نظرا لشعورهم بالضعف أمام البائع و المنتج، هذه الحركات أصبحت فيما بعد اتحادا عالميا و التي ناضلت من أجل إصدار قوانين لحماية المستهلك¹. ولذلك دأب رؤساء أمريكا ببعث رسالة مماثلة إلى الكونغرس يؤكدون فيها على ضرورة الإهتمام و الحرص على حقوق المستهلك، كما فعل الرئيس جونسون عام 1964 و الرئيس نيكسون عام 1969 هكذا أصبحت حركة حماية المستهلك إحدى ركائز السياسة إضافة إلى حركة حماية البيئة و حماية الطبيعة وفي بداية السبعينات قامت مجموعة نشطاء حركة المستهلك بقيادة "رالف نادر" بإعداد قائمة موسعة لحقوق المستهلكين و أضافوا ستة حقوق أخرى ليكتمل عددها إلى عشرة حقوق.

البند الثاني : تطور حركة حماية المستهلك في كندا وأوروبا

بعد مرور أعوام قليلة من ذلك انتقلت حركة حماية المستهلك من أمريكا إلى كندا، ثم إلى أوروبا ففي سنة 1947 نشأت أول منظمة الكندية اهتمت بمساعدة المستهلكين و هي الجمعية الكندية للمستهلكين، و قد شهدت سنوات السبعينيات و بداية الثمانينات حوادث عجلت ببروز تشريعات حماية المستهلك، ثم انتقل الموديل الأمريكي إلى بريطانيا حيث وضع ما يسمى بتقرير لجنة مالوني والذي تضمن الأسس العامة لحماية المستهلك و بذلك انتشرت جمعيات حماية المستهلك في جميع أنحاء بريطانيا ، ثم دعمت بإنشاء لإتحاد الوطني لجماعات المستهلكين والمركز الإستشاري للمستهلكين².

ومن بريطانيا امتدت الحركة إلى بلجيكا والنرويج والنمسا و ألمانيا، وهولندا وفرنسا وباقي دول الاتحاد الأوروبي واليابان . وتجدد الإشارة أنه عندما نشاء السوق الأوروبية بموجب معاهدة روما بتاريخ 25 مارس 1957 ، لم تتضمن هذه المعاهدة ما من شؤون المستهلكين، غير أن الإهتمام الأوروبي الجماعي بالمستهلكين بدأ في مطلع عام 1972

¹ أنظر: الداوي الشيخ المرجع نفسه ، ص 03

² أنظر: محمد بودالي تطور حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، عدد خاص، جامعة الجليلي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة و النشر و التوزيع، سيدي بلعباس ، الجزائر، أبريل 2005 ص 111 313 14

في شبه توصية صدرت في قمة باريس 0 وبناء على هذه التوصية حدد مجلس وزراء السوق في عام 1975 برنامجا أوليا من أجل سياسة لحماية وإعلام المستهلكين وتم الإعلان فيه عن الحقوق الخمسة الأساسية للمستهلك.¹

أما في فرنسا- فقد بدأت جمعيات حماية المستهلك في الظهور بشكل ملحوظ ، كما تدخل المشرع الفرنسي بإصدار قانون التوجيه التجاري و الحرفي بتاريخ 1973/12/27/ وقد برز هذا القانون في قرارات المجلس الأوروبي وسميت بالبرنامج الأول و الثاني للتجمع في 1975 /4/14 و 1981/5/19 □ اعتمادا على هذين القرارين قامت الدول الأوروبية بإصدار تشريعات متخصصة في مقاومة التعسف ضد المستهلك.²

وتجدر الإشارة إلى أن المستهلك في التشريع الفرنسي توجد له قوانين مكملة في معظم فروع القانون ولكن القانون الفرنسي قد بحث لنفسه عن مخرج لكثرة القوانين فأخرج قانون الاستهلاك كي يجمع قوانين المستهلك تحته و يضاف إلى ذلك أن هناك جمعيات لحماية المستهلك في فرنسا تعمل جاهدة لدفع أي خطر عن المستهلك وذلك من خلال الدفاع عن المستهلك حسب نصوص القانون 5 يناير 1988 الذي يجيز للجمعيات اللجوء للقضاء دفاعا عن مصالح المستهلكين.³ كما شهد التشريع الفرنسي في الفترة السابقة على صدور قانون الاستهلاك، بعض القوانين التي تعنى بطريق غير مباشر بحماية المستهلك من المنتج أو المتدخل، منها القانون الصادر عام 1905 الذي بموجبه تفرض عقوبات على خداع و غش السلعة و بدورها ساهمت الحكومة بإنشاء هيئات عديدة متخصصة منها: المعهد الوطني للإستهلاك و المجلس الوطني للإستهلاك و منذ منتصف السبعينيات أسست وزارة للإستهلاك ثم سكريتا ريا دولة للإستهلاك. وقد أستعمل مصطلح قانون الإستهلاك لأول مرة في فرنسا عام 1972 وقد صدر قانون 10 جانفي 1978 بشأن حماية و إعلان المستهلك حيث تم تمديد نطاق الحماية القانونية إلى المنتجات و الخدمات التي تخص المستهلك 0 وكذا القانون 10 جانفي 1992 الذي تضمن عدة نصوص في مجالات مختلفة لحماية المستهلك.⁴

و بعدها صدر مرسوم في 07-12-1984- و الذي حل محل المرسوم الصادر في سنة 1972 والمتعلق بتنظيم وضع البطاقات والبيانات في مجالات الغذائية، ثم تلاه الأمر الصادر في سنة 01-12-1986 المتعلق بحرية

¹ أنظر : فوزي فئات نشوء حركة حماية المستهلك في الدول المتقدمة، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، عدد خاص، جامعة جيلالي ليايس مكتبة الرشاد للطباعة و النشر و التوزيع، سيدي بلعباس، أبريل 2005 ص 31 00

² أنظر : علي بولحية بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري دار الهدى للنشر، عين مليلة، 2000، ص 14

³ أنظر : إسلام هاشم عبدالمقصود سعد ، المرجع السابق ، ص 72

⁴ أنظر : حمد لله محمد حمد الله □ مختارات من كتاب قانون الإستهلاك الفرنسي ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2001، : 35 434

الأسعار والمنافسة ، و الذي تضمن عدة نصوص بشأن المستهلك، و بعدها القرار الصادر في 03-12-1987 حل محل القرار الصادر في سنة 1971 المتعلق بتنظيم كيفية الإعلام للمستهلكين بالأسعار .
كما أعطى لجمعيات حماية المستهلك الحق باللجوء إلى القضاء للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين بموجب القانون الصادر في 05-01-1988 م.¹
وقد توج المشرع الفرنسي أخيرا كل هذه الجهود بإصدار مدونة الإستهلاك سنة 1993 التي جمعت بين ضفتها كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك المتفرقة في عدة قوانين.

البند الثالث: تطور حركة حماية المستهلك على الصعيد الدولي

إن عقد الاستهلاك قد يكون مجال اهتمام وطني، كما يمكن أن يكون مجال حماية دولية وفق ما جاءت به العديد من الاتفاقيات و المواثيق الدولية خاصة إذا اعتبرنا أن الإستهلاك أهم الحقوق المكفولة للإنسان ، وأيضاً أمام ذبوع لإستعمال الإنترنت و تحديثات العملة. وأمام تعاظم الجهود الدولية في مجال حماية المستهلك خاصة مع زيادة مشكلات حماية المستهلك، ساهم بشكل كبير في ظهور المنظمات دولية؛ وفي هذا الصدد قام رئيس اتحاد المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية بمبادرة إنشاء أول منظمة دولية تسمى "المنظمة الدولية للمستهلكين" في أبريل عام 1961 و قد بلغ عدد الأعضاء أكثر من مائة دولة ، و أكثر من مائتي عضو. وتتمتع هذه المنظمة بوضع مستشار لدى المجلس الاقتصادي و الاجتماعي لمنظمة الأمم المتحدة الأمريكية، و منظمة الأمم المتحدة للثقافة و العلوم " UNCECO " و منظمة التغذية العالمية " FAO " و يدير هذه المنظمة مجلس يتكون من خمسة عشر عضو ، لها أهداف تنصب في حماية مصالح المستهلك المادية والمعنوية.²

وقد أعلن المجلس الاقتصادي و الاجتماعي التابع للأمم المتحدة أن هناك علاقة تكامل بين حماية المستهلك و التنمية الاقتصادية ففي سنة 1977 طلب هذا المجلس من الأمين العام للأمم المتحدة إعداد دراسة عن المؤسسات و النصوص المتعلقة بحماية حقوق المستهلك لدى الدول الأعضاء ، وفي عام 1981 طلب المجلس مرة ثانية إعداد و تحضير مسودة تضم جملة المبادئ الهادفة لحماية المستهلك ، إلى أن وصل الأمر إلى اعتماد هذه المبادئ سنة 1985 تحت ما يسمى : "مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك، من أهم متضمنات هذه الوثيقة ما يلي :

- تحقيق الحماية الكاملة للمستهلكين في كل الدول
- حماية صحة و سلامة المستهلك من كل المخاطر الماسة به .
- تأسيس جمعيات و منظمة للمستهلكين حتى يتسنى لها المشاركة في حماية المستهلك حماية فعالة

-أما التعاون بين الحكومات على المستوى الإقليمي فيقتضي الإهتمام بالآتي:

¹ أنظر: ساسي سقاش ، المرجع السابق ، ص 141 42

² أنظر: حداد العيد، الحماية الدولية للمستهلك ، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة

بجاية، يومي 7 و 18 نوفمبر 2009 ص 8

● استحداث آليات لتبادل المعلومات المتعلقة بالسياسات و التدابير المتخذة في مجال حماية المستهلك

● التعاون في برامج و تثقيف المستهلك و وضع برامج مشتركة و المشاركة في وضع القوانين و الأنظمة و التعاون لتحسين شروط تقديم السلع الأساسية إلى المستهلك مع مراعاة السعر و الجودة . ولتأمين حماية أكثر للمستهلك تم إبرام معاهدات و الاتفاقيات، وفي هذا السياق نذكر:

1- اتفاقية فيينا لعام 1964 المؤرخة في 1 جويلية 1964 والتي تناولت حماية المشتريين في إطار عقود البيع الدولية الواردة على منقولات مادية .

2- اتفاقية لاهاي لسنة 1975 المؤرخة في 30 أكتوبر 1985 والتي تضع الضوابط المشكلة لحماية المستهلكين في مجال البيوع الدولية التي ترد على السلع والبضائع .

أما عن الحماية الإقليمية فإننا نجد على الصعيد العربي المنظومة الخليجية التي أنشأت هيئة المقاييس و المواصفات الخليجية ، و إنشاء المركز الدولي لحماية المستهلك بالإمارات العربية المتحدة ، و تم عقد المؤتمر الدولي لحماية المستهلك في الفترة بين 26 و 27 فبراير 2000. هذا كإشارة للاهتمام بشؤون المستهلك.¹

أما على المستوى الأوروبي نجد الإعلان الأوروبي لحماية المستهلك سنة 1973 و المتضمن لحقوق المستهلك في الحماية الصحية تم تأكيد على حق المستهلك في حماية مصالحه الاقتصادية و المالية و حقه في التعويض في كل ضرر يصيبه هذا بالإضافة إلى ما ورد في القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المعدل و المتمم بالقانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش .

البند الرابع: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر

الجزائر كغيرها من الدول لم تكن بمنأى عن التطورات التي شهدتها العالم، في مجال حماية مصالح المستهلك و تمتع لتطور التشريعي في الجزائر يستطيع أن يميز بين مرحلتين و سنتناول بالدراسة المرحلتين تباعا:²

أولا : المرحلة السابقة على صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

تميزت هذه المرحلة ببعض القوانين العامة والتي أسست أسس هامة لتحديد عقوبات بعض الجرائم، حيث تم تمديد العمل بالقوانين الفرنسية إلا ما يتعارض مع السيادة الوطنية و خلال هذه الفترة يمكن الحديث عن الغياب الكبير لحركة حماية المستهلك³ و الدفاع عنه و هذا راجع إلى الأسباب التالية :

1 - التدخل المباشر للدولة في تنظيم الحقل الاقتصادي، مما لم يسمح بظهور حركات تطالب بحقوق المستهلك

2- الفراغ القانوني الذي كانت تعيشه الجزائر بعد الاستقلال، حيث لم تعط اهتماما لحركات حماية المستهلك ذلك أن من أولوياتها استعادة السيادة و العمل على حمايتها - و التعارض بين النهجين اللبيريال الفرنسي و النهج

¹ أنظر: عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة ، ط 11 منشورات الحلبي الحقوقية ، 2007 ص 38

² المشرع الجزائري حمى المستهلك من خلال عدة تشريعات ، ففي القانون المدني أوجد المشرع نصوص تحمي رضا المستهلك من الغلط و التدليس و الإكراه و الإستغلال ، و حمايته من الشروط التعسفية في عقود الإذعان ، وكذا تجريم بعض الجرائم بموجب قانون العقوبات كجرمة الغش و التدليس ، بالإضافة إلى الحماية المقررة بموجب قواعد حماية المستهلك

الاشتراكي الجزائري الأمر الذي لم يسمح لها بالاقتباس ، فكان المشرع يحمي المستهلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني وفقا لنظريات عيوب الإرادة و العيوب الخفية،¹

وتجدر الإشارة إلى أننا خلال هذه الفترة لم نلاحظ أية حماية خاصة للمستهلك ، و أن القواعد القانونية المتوفرة على قلتها كانت تسري على كل شخص ، ولم يكن مصطلح المستهلك رائجا ولا معروفا و اقتصر الأمر على الإستعمال مصطلحات :البائع و المشتري ،و المنتج ،المنتج..... الخ .

و مع ذلك فقد سجلنا خلال هذه الفترة صدور قانونين ، يمكن إدراجهما في قانون حماية المستهلك وما يدل على ذلك أن المشرع الفرنسي نفسه أدخلهما في قانون الاستهلاك عام 1993 و هما :

1-الأمر رقم 47/75 الصادر بتاريخ 17 جوان 1975 و الذي استحدث بموجبه المشرع الجزائري جرائم جديدة أدخلها إلى قانون العقوبات في الباب الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع⁷ و التدليس في المواد الغذائية و الطبية .

2-الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ وكان الغرض منه حماية المنتج أصلا⁶ وإن تعدت الحماية لتشمل المستهلك أيضا وهي من أنواع حقوق الملكية الصناعية . بالإضافة إلى النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني المتعلقة بالسكوت التدليسي و الإلتزام بضمان العيوب الخفية والإلتزام بالإعلام² .

ثانيا:مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك

تميزت هذه المرحلة بإصدار القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و يعتبر هذا الأخير اللبنة الأساسية الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك، تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك .وقد لعب هذا القانون دورا هاما و حاسما في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر لسبب الرئيسي هو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه و تبنيها نظام الاقتصاد السوق وما يصحب ذلك زيادة مخاطر وأضرار يمكن أن تلحق بالمستهلك ، كما أن الجزائر تعتمد في سد جانب كبير من حاجياتها على منتوجات مستوردة من الخارج (سلع استهلاكية ، مواد طبية، منتجات صناعية) فتفتطن المشرع إلى ضرورة سن قوانين خاصة و الإصدار مجموعة من المراسيم التنفيذية، و العمل على دعم إنشاء مختلف الهيئا و الأجهزة المختلفة وأعقب هذا القانون جملة من النصوص التشريعية و التنظيمية ،كانت تصب جميعها في خانة وضع التدابير و الإجراءات التي من شأنها التأكد من ضمان جودة المنتجات، و الخدمات للحفاظ على صحة و سلامة المستهلك . و جاء بعده القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم:09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ليضيف حماية أكبر للمستهلك، و لمواكبة مختلف التغيرات و يساير الحركة التشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك، نظرا لتزايد المخاطر لحماية مصالحه المادية والمعنوية .

¹أنظر: حنين شعباي ،التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، مذكرة لنيل شهادةالماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة مولود معمور، تيزي وزو 2012 ص 8

² القانون المدني الصادر بموجب الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975

تُجدر الإشارة إلى أن تطور حركة حماية المستهلك سواء على المستوى الدولي⁴ أو في الجزائر أضحت مرهونة بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة ، حيث كثيراً ما أدت العوامل الاقتصادية المتحكمة في السوق إلى ظهور أزمات أثرت على الحياة الاجتماعية : و الاقتصادية للمستهلك.¹

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك

يعد مصطلح المستهلك حديث العهد بالنسبة للفكر القانوني، و قدّم العهد بالنسبة للفكر الاقتصادي بعد الإنتاج و التوزيع ، ومنذ دخول هذا المصطلح في لغة القانون اهتم المختصون في هذا المجال بتحديد مفهومه الاقتصادي لا يصلح لمفهوم قانوني ، وقد صدرت عدة مؤلفات و مقالات تعرف الإستهلاك و المستهلك² و لقد كان المستهلك محل اختلاف فقهي و قضائي، فتباينت تفسيرات كل واحد منها بصدد ضبط فكرة مفهوم المستهلك ، و بالمقابل ساهم التطور التاريخي عبر العصور في وضع تعريفات مختلفة للمستهلك.

ولمعرفة كيفية تعامل الفقه و الاجتهاد القضائي مع مفهوم المستهلك و موقف المشرع الجزائري سنقسم هذا المطلب إلى أربعة فروع ، نتطرق لتعريف المستهلك عند رجال الاقتصاد {الفرع الأول} □ ثم نحدد موقف الفقه و القضاء من تعريف المستهلك و ذلك من خلال الوقوف على مختلف الاتجاهات {الفرع الثاني} سوف نحاول تسليط الضوء على موقف المشرع الجزائري منه {الفرع الثالث} و في الختام نتطرق لحقوق و واجبات المستهلك {الفرع الرابع} .

الفرع الأول: التعريف الإقتصادي للمستهلك

قبل التطرق إلى التعريف الإقتصادي للمستهلك لابد من التطرق إلى التعريف اللغوي و الاصطلاحي للمستهلك .

أولاً: التعريف اللغوي للمستهلك

فالمستهلك هو: "من لا هم له إلا أن يضيفه الناس" فالمستهلك إسم فاعل من إستهلك بضم الميم و كسر اللام، و تعني *Consommateur* باللغة الفرنسية و المستهلك في اللغة مأخوذ من مادة هلك: المهلك،هلك، بهلك، و استهلك المال: "أنفقه و أنفذه"³

ثانياً: مفهوم المستهلك في الاصطلاح

¹ أنظر: صياد الصادق، المرجع السابق، ص 29

² أنظر: فتيحة حدوش ضمان سلامة المستهلك من المتوجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي ، ملخص لنيل درجة الماجستير في الحقوق في اطار مدرسة الدكتوراه ، فرع عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق ، جامعة أحمد بوقرة بومرداس 2009 2010 ص 16 17

³ أنظر: ابن المنظور، لسان العرب المحيط ، دار لسان العرب، بيروت، د ط ، د ت ، مادة هلك، مع 820 0 03

المستهلك اصطلاحاً هو: "من يقوم باستعمال السلع و الخدمات لإشباع حاجياته الشخصية و حاجيات من يعلوهم و ليس بهدف إعادة بيعها ، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"¹.

ثالثاً : مفهوم المستهلك في الاصطلاح الشرعي

الإستهلاك في الاصطلاح الشرعي هو: استخدام السلع و الخدمات فيما يحقق المنفعة للفرد، مع الالتزام بضوابط الشريعة ، و الاستهلاك المشروع الذي يدعو إليه الاقتصاد الإسلامي هو الذي يكون من حق المستهلك فعله، بشرط الحفاظ على مصلحته و مصلحة المجتمع .

أما المستهلك هو: "من يقوم باستعمال السلع و الخدمات لإشباع حاجياته الشخصية ، وحاجيات من يعلوهم وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها ، أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني " غير أن الاستعمال المستهلك للسلع و الخدمات في الاقتصاد الإسلامي، ينبغي أن يكون مقيد بضوابط الشريعة الإسلامية.

و يعرف المستهلك حسب المفهوم الاقتصادي على أنه: "الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك ، و نعني بالاستهلاك آخر العمليات الاقتصادية لإشباع الحاجات" و يرى علماء الاقتصاد أن كل إنسان مستهلك ، و أن الاستهلاك يمثل المرحلة الأخيرة من العمليات الاقتصادية و التي تختلف عن عمليتي الإنتاج و التوزيع اللتان تهدفان إلى جمع و تحويل الثروات.² و تستخدم كلمة المستهلك في المفهوم الاقتصادي لوصف نوعين من المستهلكين

✓ **المستهلك الفرد** : و هو ذلك الفرد الذي تقوم بالبحث عن سلعة أو خدمة ما، وشراءها باستخدامها الخاص أو العائلي .

✓ **المستهلك الصناعي أو المؤسسي**: ويشمل كل المؤسسات الخاصة و العامة التي تقوم بالبحث و شراء السلع و المواد التي تمكنها من تنفيذ أهدافها حيث تشتري المواد الخام الأولية أو المصنعة قصد إنتاج و تسويق سلع نهائية لكل من المستهلك النهائي أو المستهلك الصناعي .³

و تعني كلمة المستهلك في التحليل الاقتصادي: "الوحدة الاقتصادية الفردية التي تقوم بعملية الإنفاق الإستهلاكي في المجتمع؛ والمستهلك قد يكون فرداً أو أسرة تكتسب دخل معين يخصص الإنفاق أفرادها على السلع و الخدمات الإستهلاكية النهائية."¹

¹ أنظر: عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ج 200211

ص 138

² أنظر: عمار زعيبي حماية المستهلك في الجزائر نصاً و تطبيقاً، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008 ص 6

³ أنظر: محمد إبراهيم عابيد، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر ، الأردن ، ط 4 : 2004 ص 1

الفرع الثاني: التعريف الفقهي و القضائي للمستهلك

أصبح تحديد مفهوم المستهلك موضوع اهتمام كبير في الفقه و القضاء، خاصة بعد ظهور حركة الدفاع عن مصالح المستهلكين ، فكان محل خلاف واسع بين الفقهاء مما أدى إلى تباين آرائهم بصدد ضبط مفهوم للمستهلك بين التوسيع و التضيق .

أولاً: الإتجاه الضيق لمفهوم المستهلك

تذهب غالبية الفقه إلى تأييد هذا الإتجاه فيعد مستهلكا طبقا لهذا الإتجاه لما يقوم بالتصرفات القانونية لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، فالمعيار المعتمد من قبل أنصار هذا الإتجاه هو معيار الغرض من التصرف وهذا الإتجاه يرى أن من يتمتع بقوانين الحماية هم المستهلكون دون المهنيين الذين يتعاقدون في غير تخصصهم لأجل مهنتهم فتكون أي عملية استهلاكية يقوم غير المهني لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية تدخل في الحماية وأي عملية استهلاكية يقوم بها المهني في إطار مهنته لا تخضع للحماية ².

فالمستهلك وفقا لهذا الإتجاه هو: "كل شخص يتعاقد من أجل إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، سواء بقصد الاستغلال أو إستخدام مال أو خدمة" بمعنى الآخر المستهلك هو: "ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل ،أو يود الحصول أو استعمال منتجات لأغراض غير مهنية ، أي لا يقصد من اقتنائه لها الحصول على الربح".

وهذا التعريف مستوحى من تعريف اقترحه الفقيه "Cornu" الذي يعرف المستهلك على أنه : "كل مقتن بشكل غير مهني لمنتوج استهلاكي موجه لإستعماله الشخصي" ³. ويعرفه البعض الآخر أنه: "كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك -إبرام التصرفات- التي تمكنه من الحصول على منتجات من أجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلية" ⁴. وعليه، لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو من يقتني مالا أو خدمة لغرض مزدوج

¹ أنظر : حمودي علي ، دراسة حول الإنفاق الإستهلاكي للأسر الجزائرية ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2005، ص 15

² juris classeur , concurrence , consommation, contrats de consommation, volume 03 ,fasc. 800, 2009, P 07

³ Cornu, G la protection du consommateur, revaux de l association ,HenriCapitant, 1973 P 136

⁴ أنظر: أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، كلية الحقوق، جامعة الزقازيق، دار النهضة العربية، 1994، ص 23

(مهني وغير مهني) . وقد لاقى هذا الاتجاه قبولا واسعا على الصعيد الفقهي و التشريعي، نظرا لكونه أقرب إلى منطق الحماية القانونية المقررة أصلا لصالح الطرف الضعيف ، في العلاقة الاستهلاكية والذي غالبا ما يكون شخصا عاديا لا تتوافر لديه تلك الإمكانيات، و المؤهلات التي يجوزها المهني مهما كان نشاطه، فضلا على تميزه بالبساطة و الدقة القانونية وعدم إثارته للشكوك مما ييسر مسألة تطبيقه، بما يوفره من أمان لدى المستهلك . ومن الدول التي أخذت بهذا الإتجاه نذكر القانون المصري ، وذلك في القانون رقم 67 لسنة 2006

الانتقادات الموجهة إلى الإتجاه الضيق

يرى بعض الفقه أنه يأخذ على هذه التعاريف المعروضة ، أنها تضيق كثيرا من مفهوم المستهلك ،حيث نجدها تحصر هذا الأخير في طائفة الأشخاص الطبيعيين فقط ،مما يجعلنا نتساءل عن الأشخاص المعنوية وعن سبب إقصائها من طائفة المستهلكين ، أضف إلى ذلك أن هذه التعاريف تعتبر المستهلك مجرد شخص لاهم له سوى إشباع حاجاته الشخصية وحاجات أسرته من مأكلا ومشرب و ملبس في حين أن للشخص الطبيعي اهتمامات و أنشطة لا تدخل في عمليات لإشباع المادي بالمعنى الضيق إلا أنها رغم ذلك تعتبر لازمة لحياته، مثل عقد إيجار المسكن و عقد نقل الشخصية، و عقد القرض.... الخ¹ .

ثانيا:الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:

لقد أحدث التعريف الذي أعطاه الفقه حول تضيق مفهوم المستهلك، إشكالا حول مدى إمكانية التوسع من مفهوم المستهلك ليشمل فئة من الأشخاص الآخرين ، وهل بالإمكان توسيع الإستفادة من القواعد الحماية لقانون الاستهلاك إلى أشخاص آخرين .

يعتبر هذا الإتجاه أن المستهلك هو: "كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك من خلال السلعة أو الخدمة و يستوي في ذلك من يقتني تلك السلع و الخدمات، من أجل استعماله الشخصي أو العائلي ، ومن يقتنيها من أجل احتياجات المهنية ، على أن إعادة التصرف في تلك الأموال بيعها مثلا-و الذي يعتبر نشاط المميز للمهني لا يعتبر استهلاكا ،كمن يشتري سيارة لا لإستخدامه الشخصي بل لإعادة بيعها مرة ثانية.²

كما ذهب البعض الأخر من الفقهاء إلى القول بأن المستهلك هو: "ذلك الشخص الذي يبرم تصرفات قانونية من أجل استخدام مال ، أو الخدمة في تحقيق أغراضه الشخصية، أو أهدافه المهنية "، فالشخص الذي يشتري حاسوب لمكتبه ومن أجل احتياجاته المهنية ، لا يدخل في التعريف الضيق للمستهلك، و إنما يشمل الإتجاه الموسع . واعتبار المهني من قبيل المستهلكين وفقا لهذا الإتجاه، سنده أن المهني متى تصرف خارج مجال تخصصه المهني يعتبر كغير المهنيين، لأنه يبدو في الواقع كمستهلك عادي كالتاجر الذي يقيم جهاز للإنذار في متجره فهؤلاء يتصرفون خارج مجال اختصاصهم، و بالتالي فهم في وضع مشابه لوضعية المستهلك العادي، في مواجهة مهني يفوقهم

¹ أ نظر:ليندة عبد الله ، المستهلك و المهني مفهومان متباينان، الملتقى الوطني حول "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي" المنعقد في

معهد العلوم القانونية و الإدارية ، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008 ص 23

² أنظر: السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دار الجامعية للطباعة و النشر، 2003 ص 21

قوة، ويستند أنصار هذا الاتجاه في تحديد على معيار الخبرة الفنية و التقنية¹. ومن التشريعات التي اعتمدت مفهوما موسعا نجد القانون الألماني الصادر في 09 ديسمبر 1976 المتعلق بالشروط العامة للعقد و الذي وسع الحماية لتشمل كل من لم يتسن له مناقشة مضمون العقد بشكل حر حتى وان كان محترفا، وكذلك القانون الانجليزي لسنة 1977².

الانتقادات الموجهة إلى الاتجاه الموسع

لم يسلم الاتجاه الموسع من النقد إذ أن غالبية الفقهاء يملون إلى الأخذ بالإتجاه الضيق فقد وجهت له جملة من الانتقادات أهمها :

- 1- إن الاتجاه الموسع في تعريفه للمستهلك قد يخرج عن الهدف الذي توخاه المشرع، وهو حماية المستهلك الذي يكون غير متكافئ من الناحية الفنية أو الاقتصادية .
- 2- كما أنه ليس من المؤكد أن المهني الذي يتعاقد خارج نطاق اختصاصه شخص ضعيف² مثل المستهلك البسيط، و إن كان ذلك يتوقف على ظروف الحال فمن تعاقد لحاجات مهنته يكون -بوجه عام- أكثر خبرة من ذلك الذي يتعاقد لغرض خاص ، ويستطيع بالتالي أن يدافع عن مصالحه بشكل أفضل .
- 3- وأن المفهوم الموسع للمستهلك يجعل حدود قانون الاستهلاك غير مضبوطة بشكل دقيق، لمعرفة إذا ما كان المهني يعمل في إطار تخصصه أو لا ، مما يستلزم البحث حالة بحالة، لكن نتيجة هذا البحث غير مضمونة و احتمالية في حقيقة يجب على المتعاقدين معرفة القانون الذي ينطبق عليهم مسبقا ، و بهذا فإن المفهوم الضيق للمستهلك محدد نسبيا ، ينشئ أمانا قانونيا لا يتحقق في المعنى الواسع .
- 4- وقد رأى بعض الفقه أنه من قبيل الأمور المبالغ فيها في هذا المقام ، أن نكون بصدد معاملة بالمثل لأطراف ذوي قدرات غير متكافئة⁴ فصاحب المهنة حتى إذا كانت تعاقداته خارج مجال تخصصه، فانه ليس بالضرورة أن يكون مفتقرا لمقومات التعاقد ، شأنه شأن المتعاقد البسيط ، ذلك أن أهلية المهني و قدراته في مجال التفاوض أكبر بكثير و بالتالي تكون حاجته للحماية أقل حدة.

ثالثا : مفهوم المستهلك في الاجتهاد القضائي

لم يتوقف الخلاف الفقهي حول مفهوم المستهلك عند هذا الحد بل تحول إلى جدل قضائي و المشرع الفرنسي إعتد على المفهوم الضيق، حيث أفرد للمستهلكين حماية خاصة من الشروط التعسفية بموجب القانون رقم 23/78 المؤرخ في 10 جانفي 1978 المتعلق بحماية المستهلكين ضد الشروط التعسفية، مع الإشارة أنه أثار جدل فقهي و قضائي بفرنسا، نظرا لأن المادة 35 من ذلك القانون التي تنص على : "أن نصوص هذا القانون تتعلق فقط

¹ أنظر: بولنوار عبد الرازق، المهني و المستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية دراسة في ضوء القانون الجزائري و الفرنسي، مجلة دفاتر السياسة و القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، العدد الرابع، جانفي 2011 231

² أنظر: شبه سفيان، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في القانون الجزائري و القوانين المقارنة مجلة دفاتر السياسة و القانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، العدد الرابع جانفي 2011 227 0 12011

بالعقود المبرمة بين المحترفين و غير المحترفين أو المستهلك " و هنا ثار جدل كبير في تحديد مفهوم غير المحترف و هل يقصد به المستهلك نفسه أم لا؟

و لم تكن محكمة النقض الفرنسية ثابتة حول مفهوم المستهلك ،إذا فسرتة تفسيراً ضيقاً في قرار لها صادر في 15 أبريل 1986 ثم عدلت عن موقفها عاماً بعد ذلك إذ اعتبرت وكيل عقاري قام بشراء أجهزة إنذار لمخلاته مستهلكاً ،لأنه تصرف في غير مجال اختصاصه،وقد وضع القضاء الفرنسي بذلك مفهوم المستهلك المحترف مقتضى القرار الصادر 28 أبريل 1987 .¹

بداية 11995 أصبحت محكمة النقض الفرنسية تستعمل في قراراتها صيغة جديدة مضمونها "لا يعتبر مستهلكاً و لا يستفيد من قواعد الحماية الشخص، الذي يبرم عقداً له صلة مباشرة مع نشاطه المهني . وتعني هذه الصيغة بمفهوم المخالفة، أن قواعد حماية المستهلك تطبق فقط ،في حالة ما إذا كان العقد له علاقة غير مباشرة مع النشاط المهني ، و في غالب الأحيان تكيف العلاقة التعاقدية مباشرة ، و هذا المفهوم أقرب إلى المفهوم الضيق للمستهلك وبهذا تكون محكمة النقض الفرنسية قد تبنت المفهوم الضيق للمستهلك.

الفرع الثاني: التعريف التشريعي للمستهلك

إستجابة لتفادي الإضرار بالمستهلك و حماية له، عملت الجزائر على وضع ترسانة هائلة من النصوص القانونية و التنظيمية قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهها فعمد المشرع الجزائري إلى الإهتمام أكثر فأكثر بالإستهلاك و السعي لتوفير حماية فعالة للمستهلك.و يعتبر القانون 89-02 الحجر الأساسي لهذه الحماية ، و قد صدرت بعده عدة مراسيم تنفيذية توضح و تكمل قواعده بأحكام تنظيمية.²

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

وقد كانت حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الموجه، مقتصرة على بعض المواد ضمن القانون المدني ولم يكن لمصطلح المستهلك وجود في هذه المواد ، بل كان مصطلح المشتري هو السائد . و سنتناول بالتفصيل مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري خلال المرحلتين.

أولاً: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري السابق

من خلال القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك يلاحظ أن المشرع الجزائري لم يرد تعريف للمستهلك، بل اكتفى بوضع القواعد و الآليات العامة لحمايته.

وقد تدارك المشرع ذلك، سنة بعدها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش في مادته الثانية في فقرته الأخيرة ،حيث عرف المستهلك على أنه: "كل شخص

¹ أنظر: شبه سفيان، المرجع السابق 226 227

² أنظر : كمال زایت مقال بعنوان الحكومة تصادق على قانون حماية المستهلك، جريدة الخبر العدد 2053 يوم 14 ماي 42008 ص 2

يقتني بضمن أو بجانا منتوجا أو خدمة معدين للإستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به "

ومن خلال هذه المادة نقف على أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك معتبرا إياه فقط ذلك الشخص الذي يقتني المنتجات و الخدمات من أجل استعماله و إحتياجاته الشخصية لذلك فإن كان هدف الشخص من الإقتناء تلبية حاجاته المهنية فإنه لا يعتبر من قبيل المستهلكين ، وإنما يعتبر من قبيل المهنيين .

من خلال هذا التعريف الذي أورده المشرع الجزائري يمكن تسجيل الملاحظات التالية :

● إن إستعمال المشرع لعبارة "شخص يقتني" قد قصر دائرة الحماية على المقتني للمنتوج أو الخدمة فقط دون المستعمل لا يعنى بهذا الحماية.

● إن استعمال المشرع لعبارة "معددين للإستعمال الوسيط أو النهائي" يعد توسعا لا مبرر له لأنها تناقض ما يليها من عبارة "لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" فلا يمكن التوفيق بين الإستعمال لأغراض إستثمارية و إستعمال لسد حاجات شخصية أو عائلية وإلا فقد قانون حماية المستهلك كل خصوصيته و فلسفته التي يقوم عليها.¹

بالرجوع إلى نص المادة السابقة نجد أن المشرع تردد بين مفهومين للمستهلك¹ فلو نظرنا و ركزنا على لفظ "الوسيطي" لقلنا أنه أخذ بالمفهوم الموسع حيث مد نطاق الحماية "المستهلك الوسيطي" و هو المهني غير المختص الذي يبرم تصرفات تتعلق بمهنته " و إذا واصلنا قراءة النص نجد الجزء الأخير منه يشير إلى المستهلك النهائي الذي يتصرف لسد حاجاته الشخصية لا المهنية .

و يؤكد المشرع الجزائري موقفه في تبني المفهوم الضيق للمستهلك من خلال المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي 97-254 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة ، ثم يعزز نفس الموقف في الفقرة الثانية من ذات المادة بقوله: "لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتجات استهلاكية ، في مفهوم هذا المرسوم " .

ثانيا : مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري من خلال النصوص الجديدة

لقد شهد مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري، شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم من خلال النصوص القانونية التي استحدثتها حيث ورد في المادة 3/2 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية تعريف المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له و مجردة من كل طابع مهني " . و قد أضافت هذه المادة شيئا جديدا و هو إمكانية أن يكون الشخص الإعتباري أو المعنوي من صنف المستهلكين ، كما هو الحال بالنسبة للجمعيات الخيرية التي تمارس أنشطته غير مهنية و لا تهدف إلى تحقيق الربح بالقدر الذي تهدف فيه إلى غايات إنسانية و إجتماعية

¹ أنظر : صياد الصادق ، المرجع السابق ، ص 3837

كما عرفت المادة 1/3 من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 الصادر في 09 فبراير 2009 المستهلك في المادة 2/3 حيث تنص: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل، أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية، أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به". فإلضفاء صفة المستهلك على شخص ينبغي أن تتوفر فيه جملة من المواصفات:

1- أن يكون من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية: يتوافق كل من قانون رقم 09-03 والقانون 04-02 على اعتبار المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي، فأضاف المشرع طائفة الأشخاص المعنوية عندما تكون تصرفاتها مماثلة لتصرفات الأشخاص الطبيعية، فلا يكونوا في مركز قوة، وبالتالي هم في حاجة ماسة لأن تشملهم الحماية وكان على المشرع تحديد الأشخاص الاعتبارية المستفيدة من الحماية و عدم الاكتفاء بمعيار الغرض.¹

2- فعل الإقتناء: يتسم المستهلك بالوصف لإقتنائي إذ يلحظ على التعاريف السابقة أنها إستعملت كلها مصطلح "يقتني" " أما المستعمل فلا يمكنه لإستفادة من الحماية ، على الرغم من أن في الغالب الأحيان أن من يقتني السلعة هو من يستعمله، لكن يمتد هذا الإستعمال إلى أفراد أسرة المقتني، مما يستدعي تدارك هذا النقص ليشمل المقتني و المستعمل، فيكون فعل الإقتناء بمقابل لما يدفع المستهلك مقابلاً؛ أما أن عن المجانية فتكون عندما يعطى المنتج كهدية مثلاً.²

3- أن يستهلك المنتج بصفة نهائية: إعتبر قانون حماية المستهلك شخصا مستهلكا لما يكون الغرض من الإقتناء النهائي للمنتج ، فهذا الأخير أكثر دقة ووضوحا كونه جعل الغرض من الإستهلاك ، هو الإستهلاك الفوري و إلى إستعمالها حتى تستهلك متى كانت من الأشياء ذات الاستهلاك المتراخي ، فلا يعد بذلك الشخص مستهلكا طبقا لقانون حماية المستهلك من يقتني منتوجا بهدف إعادة بيعه ، لأن شرط الإستهلاك لم يتحقق هنا.

4- أن يلبي حاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به: شمل المشرع في تعريفه للمستهلك الشخص الذي يلبي حاجاته الشخصية أو حاجات عائلته دون حاجاته المهنية ، و يكون ذلك لما يشتري المستهلك غذاءه أو أجهزة منزلية لبيته، فيحقق بذلك الغرض الشخصي و العائلي من الإقتناء ومن ثمة يكون المستهلك بعيدا عن الطابع المهني عند تلبية حاجاته الشخصية.³ أو حاجة حيوان يتكفل به كغذاءه مثلاً .

¹ أنظر : بوسماحة الشيخ ، حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في أحكام القانون الجزائري، مجلة الخلدونية ، العدد 03، ماي 32009 ص 76

² أنظر : محمد بودالي ، مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة المج 12 العدد 24 42002 ص 44

³ ernnd stauder et Hildegard ، La protection des consommateurs acheteurs distance, volume 06 Pand 06, éditions RUYLANT, 1999 P103

فإذا كانت المادتين (الثالثة من قانون 03-09 و المادة الثالثة من القانون 04-02) تعترف للشخص المعنوي بالحماية القانونية إلى جانب الشخص الطبيعي، شريطة أن يكون إقتناء السلعة أو الخدمة للإستعمال النهائي فإنه بالتمعن في مضمون المادة الثانية من المرسوم 90-39 المشار إليه سابقا، فإنها تشير العديد من الشكوك وذلك بنصها على الاستعمال الوسيطى للمنتوج ، فلا شك في أن يكون الشخص الذي يقتني السلع من أجل استعمالها الوسيطى شخصا مهنيا ، و بالتالي يمكن أن يكون المستهلك أيضا محترفا ومثال ذلك: شراء معدات ما لإعادة التصنيع أو شراء منتوج لغرض المهنة وليس للاستهلاك ، و لعل المشرع قصد بتوسيع مفهوم المستهلك بالرغم من أن المواد الأخرى تتعارض مع هذه الصفة، لكن يمكن الإستئناس من أن ذلك كان سهوا منه و النص الجديد هو ساري المفعول (المادة 2من القانون 03-09) كذلك بالنسبة للأشخاص المعنوية التي تستفيد من الحماية ، فانه من الصعب جدا معرفة ما إذا الشخص المعنوي الذي يبرم عقود مع غيره قصد الحصول على منتجات متصرفا لأغراض مهنية أم لا كذلك هل معرفة ذلك سيؤدي بالمنتج لأن يسأل عن الغرض الذي يستعمل فيها هذا الشخص السلعة التي إقتناها فمعرفة الهدف من عملية الإقتناء له أهمية في التفرقة بين المهني و المستهلك .

وقد اختلف الفقه و القضاء في الدول الغربية عن الأساس الذي بموجبه يتمتع الشخص المعنوي بصفة المستهلك بين المؤيد و المعارض.

-ففي أولى قراراته عمل القضاء الفرنسي في شأن حماية المستهلك على إنكار هذه الصفة على الشخص المعنوي ،لكن في نفس الوقت إعترف له بإمكانية إستفادته من الحماية من البنود التعسفية ، طالما كان التصرف الذي قام به الشخص المعنوي لايدخل مباشرة في صميم نشاطه ، و بعد تعديل قانون الاستهلاك الفرنسي 15-03-2005 تبنت محكمة النقض فكرة أن الشخص المعنوي لا يعد مستهلكا بل "غير مهني" يمكن أن تمتد إليه الحماية بشأن الشروط التعسفية.¹

و الملاحظ أن المشرع الجزائري تأثر بنظيره الفرنسي فكان عليه أن يعترف بهذه الحماية في مجال "الشروط التعسفية" وأن يحدد الأشخاص المعنوية التي تستفيد من هذه الحماية ، وعدم الإكتفاء بمعيار الغرض من التعاقد أو أن يعفي الأشخاص المعنوية من هذه الحماية، كي يتجنب الوقوع في تناقضات هو في غنى عنها .

-إن المشرع الجزائري إعتبر الشخص المعنوي مستهلكا في قانون 2004 و 2009 و بالنظر إلى المرسوم رقم 06-306 المتعلق بالحماية من الشروط التعسفية نجد إشكالا في تبنيه لمصطلح واحد بشأن المهني الذي يطلق عليه لفظ العون الإقتصادي .

ومن خلال التعريف الذي وضعه المشرع لتحديد مفهوم المستهلك يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

- إن استعمال المشرع مصطلح "يقتني" يكون قد أخرج بهذا "المستعمل" من دائرة الحماية فالمقتني غالبا ما يستعمل السلعة أو الخدمة ، فماذا لو استعملت من طرف الغير لغرض غير مهني فعلى المشرع أن يتدارك هذا الخلل في الصياغة حيث تشمل الحماية المقتني بالإضافة للمستعمل .
- إن عقد الإستهلاك لا يقتصر على أطرافه فقط المحترف و المقتني، بل يمتد إلى الأشخاص الذين تتم لفائدتهم عمل الإقتناء فنص المشرع "أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به " فينبغي إعتبار الشخص الأخر والحيوان مستهلكين تمتد الحماية إليهم .
- إن عقد الإستهلاك هو من عقود المعاوضة ، بمعنى أن كلا طرفيه يأخذ مقابلا فالمنتج أو العارض للسلعة أو الخدمة يقدم منتوج أو خدمة، ويأخذ أجرا مقابل ذلك ، وهذا يتعارض مع نص المشرع في تعريف المستهلك ".....يقتني بمقابل أو مجانا .

¹أنظر : زويير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011 ص 444 45

بعد التطرق إلى تعريف المستهلك، نتطرق إلى تعريف المهني الطرف الثاني في عملية الإستهلاك . إن المحترف و على خلاف المستهلك هو: " من يتصرف كأصل عام لتلبية حاجيات حرفته و مهنته و يتصرف بقصد المضاربة، فيشتري الأشياء بقصد إعادة بيعها و يستأجر المكان ليتخذها محلا لمزاولة نشاطه و من ثم فإن المحترف هو طرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية.¹

وقد تعددت التسميات التي أطلقها المشرع للدلالة على المتدخل بمناسبة إصداره للنصوص التشريعية و التنظيمية حيث لم يستقر على مصطلح واحد ، إذ إستعمل بداية لفظ "محترف " و غيره إلى مصطلح عون اقتصادي ، ثم إلى تسمية المؤسسة و أخيرا إستقر على لفظ المتدخل .

تعرف المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات الملغى المحترف على أنه : "هو 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" كما هو محدد في المادة الأولى من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك إلا أن المشرع من خلال هذه المادة، لم يفرق بين المنتج والموزع و الوسيط إعتبره مهنيًا كل متدخل في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك .

ومن خلال هذا التعريف تأكد أن جوهر التمييز بين المستهلك و المحترف يتمثل في الغرض من النشاط أو التصرف، فالمستهلك يتعاقد بهدف تحقيق أغراض شخصية و عائلية، فإن المهني يتصرف بهدف تحقيق أغراض مهنته، ذلك أن المشرع أطلق تسمية مهني للتعبير على لفظ المحترف في المادة 7 و 8 من القرار التطبيقي للمرسوم السالف الذكر.²

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع طبقا للقانون 09-03 قد استحدث مصطلح جديد هو "المتدخل " ذلك أن المشرع كان يستخدم مصطلح المحترف للدلالة على المهني . وقد حدد المتدخل صراحة بموجب المادة 3/7 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، بكونه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتدخل في عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك .

أما في قانون المنافسة فيأخذ المتدخل إسمًا آخر هو "المؤسسة " حيث عرفته المادة 1/3 من الأمر 03/03 المعدلة بموجب القانون 08-12 و سمي المتدخل في القانون 04-02 بالعون الاقتصادي و عرفته المادة 1/3

وفي هذا الصدد تسأول الفقهاء ما مدى إعتبار الأشخاص الإعتبارية من طائفة المتدخلين؟

تختلف طبيعة الأشخاص الإعتبارية بين المرافق العامة الإقتصادية و المرافق العامة الإدارية

¹ أنظر : زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومه للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر □ 2009 ص 29

² القرار المؤرخ في 10/05/1994 المتضمن تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90/26 المؤرخ 15/05/1990 و المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، ج ر رقم 40 ، المؤرخة في 19/10/1990

✓ **المرافق العامة الاقتصادية** : تقوم هذه المرافق بمزاولة نشاط من جنس نشاط الأفراد مما يحقق الصالح العام لأفراد و المجتمع ، مثل مرفق النقل و البريد الخ ، فتخضع هذه المرافق لقواعد القانون الخاص و لإختصاص القضاء العادي في علاقاتها مع الغير ، و نظرا لما أصبحت تهدف إليه هذه المرافق من جلب للزبائن مستعملة بذلك لإشهار و غيرها من الوسائل ، و تقديمها للسلع و الخدمات ، كما أن المشرع عند تعريفه للمتدخل شمل الشخص المعنوي مهما كانت صفته حتى و لو كان تابعا للقانون عام ، فيمكن اعتبارها من طائفة المتدخلين هدفها الأساسي إرضاء رغبات المستهلك.¹

✓ **المرافق العامة الإدارية** : تزاوُل هذه المرافق نشاطا يختلف تماما عن النشاط الممارس من قبل الأفراد ، كما تتميز بخضوعها للقانون العام ولا تلجأ إلى وسائل القانون الخاص إلا إستثناء خاصة تلك التي تقدم خدماتها دون مقابل مثل مرافق العدالة و الشرطة و الدفاع ، فلا يعد المنتفعين منها من طائفة المستهلكين كونهم في مركز تنظيمي تحدده القوانين بطريقة موضوعية دون الإهتمام بشاغله ، و ثمة لا يمكن إعتبار هذه المرافق من قبل المتدخلين .

غير أن هناك نوعا من المرافق العامة الإدارية خاصة تلك التي تقدم خدمات بدون مقابل ، كالمستشفيات فهي تعد من فئة المستهلكين و المنتفعين منها من قبيل المستهلكين ، شرط أن لا يتميزوا بالإحترافية .²
فمن خلال ما سبق يمكن القول أن المشرع جاء بضمانة مهمة عند استخدامه لمصطلح "المتدخل" الذي شمل به جميع أنواع المتدخلين مهما كانت صفاتهم ، كما وسع من نطاق الحماية ليشمل الأشخاص المعنوية .

الفرع الرابع : حقوق وواجبات المستهلك

ترتبط حماية المستهلك بفكرة حقوق وواجبات المستهلك وترجع فكرة الإهتمام بحقوق المستهلك إلى عام 1962. حينما أعلن جون كيندي في إجتماع الكونغرس الأمريكي بتاريخ 15 مارس 1962 عن أربعة حقوق أساسية للمستهلك ، ثم تم إضافة أربعة حقوق أساسية أخرى لتصبح ثمانية حقوق .

ولقد تم الإحتفال باليوم العالمي لحماية المستهلك للمرة الأولى في 15 مارس 1983 والحقوق الأساسية على المستوى العربي هي نفسها التي إعتدتها الأمم المتحدة في قرارها رقم 348-39

ففي التاريخ الإسلامي عرف مبدأ حماية المستهلك عن طريق تحريم الغش ومتابعته في الأسواق و تشريع نظام الحسبة ، أما في الجزائر فقد أقر القانون رقم 02/89 قصد الحفاظ على صحة و أمن المستهلك و حماية مصالحه المادية و المعنوية ، و ذلك من خلال إقراره بجملة من الإلتزامات³

ومن خلال هذا الفرع سنفصل في هذه الحقوق و الواجبات على النحو التالي:

¹ أنظر : محمد بودالي مدى خضوع المرافق العامة لقانون حماية المستهلك و مرتفقها المرجع السابق ، ص 252 55

² أنظر: أحمد صالح علي ، مفهوم المستهلك و المهني في التشريع الجزائري ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية بن عكنون العدد 101 مارس 2011 ص 19

³ أنظر: محمد عيدات، تطورات حركة حماية المستهلك، عمان ، 2003 ص 6

أولاً: حقوق المستهلك: تتمثل أساساً في ما يلي:

1- حق الأمان: يعني هذا الحق توفير الحماية و السلامة من السلع و الخدمات الضارة التي تسبب خطورة على حياة المستهلك، لذا يجب على المنظمات أن تقوم بفحص و إختيار منتجاتها للتأكد من سلامتها من العيوب قبل عرضها في السوق .

2- الحق الحصول على معلومات: يعني ضرورة أن تتاح للمستهلك فرص الحصول على معلومات التي يحتاجها، الإلتخاذ الخيارات المناسبة دون التعرض للغش والتدليس، و الإعلانات المضللة، لذلك دعت الأمم المتحدة المنظمات في كافة أنحاء العالم إلى:

- ضرورة التعريف بالمنتج و مواصفاته ومدى خطورته وكيفية استعماله
- تقديم المعلومات الصحيحة و المجانية عن كل ما يتعلق بالمنتجات الموجودة في السوق وضرورة تبني

برامج

لتطوير المعلومات المتاحة للمستهلك بشكل دائم

3- حق سماع رأي المستهلك : أي إعطاء المستهلك الحق في إبداء رأيه حول مدى إشباع المنتجات حاجاته، بإعتبار المستهلك هو الحلقة الأساس في العملية الإنتاجية، لذا يجب على المنظمات أن تسعى للحصول على رضا المستهلك، وإقامة علاقات طويلة الأمد معه لكسب ولاءه ، وذلك من خلال بذل الجهود في تطوير و إبتكار المنتجات الحديثة بما يلي رغبات .

4- الحق في التمثيل أو المشاركة أي ضرورة إشراك المستهلك في وضع السياسات التي تممه ، وذلك من خلال سهيل إنشاء منظمات و جمعيات خاصة بحماية المستهلك ، وإعطاء الفرص لتلك المنظمات و الجمعيات للمشاركة في القرارات المتعلقة بحقوق المستهلك .

5- حق في التعويض: يضمن هذا الحق للمستهلك حصوله على تعويض عادل عما لحقه من أضرار نتجت عن إستخدام السلعة، أو الخدمة بشكل السليم و مع ذلك فإن السلعة أو الخدمة ألحقت به ضرراً نتيجة هذا الاستخدام كالتعويض عن التضليل أو السلع الرديئة أو خدمات غير مرضية، ويتطلب ذلك توفير الخدمات الأساسية لما بعد البيع، و الذي يشترط توفير الضمان لمدة معينة، إذ أن ذلك سيعزز من ثقة المستهلك في تعامله في السوق ، و يوفر درجة من الاستقرار.¹

تعزيراً لهذا الحق دعت الأمم المتحدة الحكومات إلى:

1- العمل على وجود جهات تعنى بالمستهلك، و يستطيع من خلالها الدفاع عن نفسه، وعن حقوقه في حالة تعرضه لأي ضرر.

¹ أنظر: أسامة خيرى، الرقابة حماية المستهلك و مكافحة الغش التجاري، ط 1 دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 44 47

2- يجب على المنظمات أن تقوم بحل المشاكل التي تنتج عنه أضرار تمس المستهلك و بطريقة عادلة و توفر الجهد.

3- أن توفر المنظمات بعض الخدمات التطوعية التي تعمل على التوعية و النصيحة للمستهلكين مثل الرد على استفسارات و شكاوى المستهلكين.

6- حق التثقيف: للمستهلك الحق في إكتساب المعارف و المهارات المطلوبة لممارسة لإختيارات الصحيحة بين المنتجات و أن يكون مدركا لحقوقه الأساسية و مسؤولياته و كيفية إستخدامها من خلال التوعية المستمرة ، و من هنا دعت الأمم المتحدة إلى ضرورة القيام بما يلي:

1-تنظيم إقامة برامج تثقيفية و دورات تدريبية من خلال وسائل الإعلام¹ و توعية المستهلكين بحقوقهم المشروعة من خلال المدارس

2- دعوة المنظمات الإنتاجية للمشاركة في برامج التوعية و التثقيف الخاصة بالمستهلك.¹

7- حق تأمين الإحتياجات الخاصة: وتشمل هذه الإحتياجات الأساسية: المأكل و الملبس والسكن الصحة والأمن والتعليم، السلع و الخدمات الأساسية الأخرى. و تشير بعض الدراسات إلى هذا الحق تحت اسم "حق الفرصة".

8- حق العيش في بيئة صحية: يكفل هذا الحق للمستهلك العيش و العمل في محيط، يضمن له بيئة خالية من المخاطر، وذلك من خلال ضمان كل لإجراءات الكفيلة وضع إستخدام غير المتوازن للبيئة و مكوناتها وتعزيزها لهذا الحق طالبت الأمم المتحدة بمايلي:

1-العمل على إيجاد و سن التشريعات الملزمة للحفاظ على البيئة و خاصة بالنسبة لتخزين و نقل المواد الخطرة
2- إلزام المصنعين و المنتجين بإتباع نظام الملصقات التحذيرية التي تبين مدى خطورة المنتج، و كيفية التصرف في حالة التعرض لخطر ذلك المنتج، و تعزيز استخدام المنتجات الآمنة بيئيا .

9- حق المقاطعة: يقصد به حق المستهلكين في الإجماع على عدم إستخدام ، و إقتناء منتجات منظمة معينة : إذا ما ثبت عدم إحترام تلك المنظمة لرغبات و حقوق المستهلكين ، أي حق المستهلك في مقاطعة أي منتج أو شخص أو خدمة لا تتواءم وحاجاته.²

وقد تم إعتقاد هذا المبدأ بناء على ما طبقه الزعيم الهندي الراحل "غاندي" من مقاطعة للمنتجات البريطانية.

ثانيا- واجبات المستهلك: يمكن إجمالها في مايلي:

1-التأكد من مصدر السلع بقراءة البيانات الخاصة بمصدر التجهيز ، وطلب قائمة الشراء من البائع .

¹- أنظر : أسامة خيرى، المرجع السابق : 50 949

2 - عدم الإنسيق وراء لإعلانات الكاذبة عن المنتجات .

3- التأكد من مضمون الضمان من البائع قبل شراء المنتجات .

4- التعاون مع الجهات المسؤولة عن حماية المستهلك في الإبلاغ عما تجده مخالفا؛ أي إبلاغ الجهات الرسمية أو الجمعيات المختصة لحماية المستهلك أحد فروعها عن نواحي السلع الغير المطابقة للمواصفات أو التي انتهت صلاحيتها، وعدم شراء أية سلعة مجهولة الهوية و غير محدد عليها البيانات ، ضمن البطاقة الإعلامية إلا من أماكنها الصحيحة ، و أن يمتنع عن شراء المواد و المنتجات و المصنوعات التي تعرض على قارعة الطريق.¹

المطلب الثالث: القواعد المتعلقة بحماية المستهلك

يهدف قانون حماية المستهلك أساسا إلى ضبط القواعد العامة المتعلقة بسلامة المنتجات و نزاهة المعاملات الاقتصادية، وذلك من خلال وضع جملة من القوانين و التي أرست العديد من المبادئ و القواعد و الآليات القانونية إذ تمثل هذه القواعد الركيزة الأساسية في حماية المستهلك.

ومن خلال هذا المطلب سنحاول التطرق لمفهوم حركة حماية المستهلك {الفرع الأول} _ لنعرج بالبحث عن المسوغات التي أدت إلى الإهتمام بحماية مصالح و حقوق المستهلكين { الفرع الثاني } ونظرا لإرتباط حركة حماية المستهلك بقانون حماية المستهلك كان لزاما علينا وضع تعريف له، و تبيان خصائصه {الفرع الثالث}، وتكتسي مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك أهمية بالغة سيما أنه يجمع بين الطابعين الوظيفي و الجزائي، لذا سنتناول نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من خلال { الفرع الرابع } .

الفرع الأول: مفهوم حركة حماية المستهلك

حماية المستهلك ليس مصطلحا فقهيها وإنما مصطلح إجتماعي حديث نقصد بها: "التدابير و الإجراءات التي تحافظ على حقوق المستهلكين ، وذلك حتى يكون لديهم ثقة في الأسواق و تلبية احتياجاتهم دون أن يتعرضوا لسوء معاملة أو تضليل "

و توجد عدة إسهامات في مجال تعريف حماية المستهلك من بينها: "حفظ حقوق المستهلك و ضمان حصوله عليها".² و هناك تعريف آخر يتمثل في أن حماية المستهلك: "عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الغش التجاري ، أو استغلاله، أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار أو الخضوع لظروف معينة " إذ يستنتج من هذا التعريف أن هذا المفهوم يجسد عملية حماية المستهلك مما يقدم له من سلع و خدمات قد تلحق به أضرار صحية اقتصادية أو إجتماعية ، سواء أن كان على علم بهذا الضرر أو لم يكن مدركا لها. ويرتبط مفهوم القياسية العالمية ، و تقوم الأجهزة الحكومية بهذا الدور بصفة أساسية ، بالإضافة إلى مؤسسات المجتمع المدني

¹أنظر: نجلة يونس محمد ، حركة حماية المستهلك و دورها في نشر وعي الإستهلاكي، دراسة إستطلاعية لعينة من المستهلكين في مدينة موصل كلية الإدارة و الإقتصاد ، جامعة موصل ، العدد 109 ، مج 434 2012

² أنظر: زكي خليل المساعد ، التسويق في المفهوم الشامل ، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن، 1997 ص 444

المتمثلة في الجمعيات المعنية بحماية المستهلك، و التي تهدف بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تعرض المستهلك حماية المستهلك، بمفهوم آخر: هو حركة المستهلكين والتي يعرفها kotler على أنها: "حركة إجتماعية تعمل على زيادة و تدعيم حقوق المشترين في علاقاتهم بالبائعين".¹ بمعنى أن هذه الحركة: تمثل ذلك الفعل لإجتماعي المنظم من طرف المستهلكين ، و الذي يهدف إلى تجسيد حق الإستماع لهؤلاء المستهلكين ، و ضمان إستعادة حقوقهم التي تم الإخلال بها من الأطراف الأخرى في التبادل مما سبب لهم نقص في الإشباع

إذن: تعرف الحركة الاستهلاكية بأنها: "حركة اجتماعية تهدف إلى تثبيت حقوق الأفراد، و المستهلكين و تذكير بعض المسوقين بمسؤوليتهم الاجتماعية، تجاه المستهلك خاصة و أفراد المجتمع عامة".

وتقوم فكرة حماية المستهلك على إبراز العناصر الأساسية التي يمكن حصره في مايلي :

1- أن حماية المستهلك هي مسؤولية عدة أطراف تشترك مع بعضه في تحقيق هذا الهدف

2- أن حركة حماية المستهلك تشمل التعاملات التجارية في حصول السلع و الخدمات

تعريف المستهلك بحقوقه و واجباته ، بما يرشد قراراته، و يوجهه إلى ما يحقق له أكبر حماية وقائية.²

و يقصد بها في النظم الوضعية زيادة حقوق و نفوذ المستهلك بالنسبة للبائع ، وحق المستهلك في أن يحصل على المعلومات الصحيحة و المفيدة على السلع و الخدمات التي يريد الحصول عليها حتى يتمكن من اتخاذ القرار المناسب حولها .

يقوم مفهوم حماية المستهلك على ثلاثة محاور رئيسية :

✓ **المحور الرقابي:** الذي يضمن سلامة المعروض من السلع و الخدمات و مطابقتها للمواصفات

للتدليس و الغش التجاري و التضليل و الخداع بكافة صوره و أشكاله.

✓ **المحور التشريعي:** هو القائم على أساس إعادة النظر في التشريع القائم، من أجل إيجاد مظلة حماية

لكافة حقوق المستهلك.

✓ **المحور التثقيفي و التعليمي و الإرشادي للمستهلك:** هو الذي يقوم عليه رفع وعي المستهلك

و تبصيره

الفرع الثاني : العوامل التي أدت إلى نشأة حركة حماية المستهلك

إن حركة حماية المستهلك بالرغم من وصفها بالقوة المميزة في السوق المعاصر، فإن العديد يعتقدون أن أقوى مدخل لهذه الحركة هو المجتمع الرأسمالي عامة ، و الأوربي خاصة و ذلك لأسباب عديدة منها:

²kotler ,Philip ,Marketing Management ,Analysis Planning and Control , 3rd edition ,newDelhi ,Prentic Hall,1979,p48

² أنظر : محمود محيو سحر النصر ، البعد الإقتصادي لحماية المستهلك ، ورقة مقدمة لمنتدى المرأة و حماية المستهلك ، القاهرة ، المحل القومي للمرأة، 2005، ص 28

- 1- لإستغلال الشديد للمستهلك و خاصة ذو الدخل المنخفضة
- 2- الإفراط المبالغ في العديد من الأنشطة التسويقية و التي لا مبرر لها على حساب المستهلك و الإفراط في وسائل الترويج المستخدمة و التعبئة و التغليف و مجالات أخرى
- 3 - عدم رضا المستهلكين بالإعلانات المضللة و غير الصادقة، وعدم توافر المعلومات عن السلع و الخدمات بصورة كافية
- 4 - زيادة موجة الأسعار و تكلفة الخدمات، مما أدى ذلك لتعرضهم لكافة أنواع الغش و الخداع و إنخفاض الجودة و تقديم سلع لهم غير مطابقة للمواصفات .
- 5- انخفاض الوعي الاستهلاكي للمستهلك ، و تقاعسه في التقدم للجهات المعنية في حالة وقوع ضرر من جهة، و عدم اهتمام الشركات بالشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين و المتعلقة بالسلع التي تنتجها من جهة أخرى.¹
- و عليه فإن حركة حماية المستهلك كانت دائما ترتبط مع الهياكل الخاصة في السوق، و انعكاساتها على المستهلك و المجتمع ، وبالتالي فإن أهداف حركة حماية المستهلك تتمثل في مايلي :
- 1- حماية المستهلك اتجاه أساليب الخداع و التضليل و الحيل .
- 2- التعهد بالالتزام بحقوق المستهلك و حمايته من التلاعب الحاصل في السلع التي يحتاجها.

الفرع الثالث : خصائص قانون حماية المستهلك

يمكن تعريف قانون الاستهلاك بأنه : "مجموعة من القواعد القانونية ، التي تحكم العلاقة بين المستهلك و المحترف، و كل متدخل في عملية العرض سواء كان منتج أو خدمة" أي ؛ مجموعة من القواعد التي تضمنها القوانين و الأنظمة التي تحكم العلاقة بين المتدخل و المستهلك ، والتي أتت خصيصا لحماية المستهلك هذا الأخير فهو يشمل قواعد عامة " .²

ويبقى المتأمل في قانون حماية المستهلك أن هناك علاقة وطيدة تربط هذا القانون بغيره من القوانين خاصة التقنين المدني و كذا القانون التجاري الذي أصبحت نصوصه تتجاوب مع الغرض الذي أنشأت من أجله.

إن قانون حماية المستهلك هو قانون عام و تتجلى وحدته من الناحية القانونية عند تفسير قواعده فإنها تكمل بعضها البعض، و إن كانت تنتمي إلى فروع مختلفة، و قد اعتمد المشرع الجزائري عند صياغة القواعد القانونية الخاصة بحماية المستهلك، صيغة العموم والتجريد، ونظرا لوحدة قانون حماية المستهلك تبلورت خصائص تجعل له ذاتيته مميزة عن سائر فروع القانون هي :

¹ أحمد إبراهيم عبد الهادي ، أمينة مصيلحي ، حماية المستهلك في مجال الخدمات الحكومية (دراسة ميدانية) بالتطبيق على محافظة المنوفية برعاية الجمعية العامة للمستهلك ، ومقدم للمؤتمر العام الأول لحماية المستهلك ، القاهرة ، 21 22 أكتوبر 1995 ص 6

² أنظر : محمد بودالي المرجع السابق ، ص 11 12

أولاً - الصياغة الفنية الخاصة: يتميز قانون حماية المستهلك بصياغة فنية خاصة للكثير من قواعده مثل تلك متعلقة بتحديد مقاييس مواصفات، و ضمان النظام القانوني الخاص بفرض حماية المستهلك من أخطار المنتجات التي تهدده: فضلا عن ذلك فإن قواعده تتطلب تضافر جهود كبيرة من أهل الخبرة في الطب و الهندسة و الخبرة الإلكترونية.

ثانيا- الصيغة الآمرة لقواعده : الهدف الأساسي لهذا القانون هو حماية المستهلك و مصلحته، و تحقيق هذه الحماية لا يتم إلا بفرض تنظيم أمر، لا يستطيع المنتجون، ولا المحترفون التهرب من الخضوع له و التحايل على أحكامه، و إحترام هذه القواعد يكون عن طريق وضع نظام الرقابة و التفتيش على المنشآت، و المحلات و عرض السلع، و المنتجات للتحقق من سلامة تطبيق قواعد هذا القانون، و تضمن الجزاء الجنائي الذي يترتب على مخالفتها بالإضافة إلى ما تحويه النصوص التنظيمية والتطبيقية من أحكام جزائية .

الرقابة: رأى المشرع أنه لكي يتم تطبيق قواعد وتنظيمات قانون حماية المستهلك يجب أن يضع نظام مراقبة المنتجات و الخدمات التي تعرض للاستهلاك للتحقق من توفر على المقاييس المتعددة و المواصفات التي تميزها والتأكد أن المنتج يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك، فيما يتعلق بالنتائج المرجوة منه. و قد حدد المشرع من خلال النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك و قمع الغش الجهات المؤهلة للقيام بالرقابة و معاينة المخالفات و إثباتها في محاضر، و لقيام أجهزة الرقابة بمهامها على أكمل وجه. حرص المشرع الجزائري على منحهم سلطات واسعة و هامة، سنفصل فيها في الفصل الثاني .

الجزاء الجنائي : عزز المشرع الطابع الأمر لقواعد حماية المستهلك، بالجزاء الجنائي على مخالفة أحكامه ويظهر ذلك من خلال ترتيب جزاءات مدنية وجزائية على مخالفة قواعد حماية المستهلك، مع الإحالة في الكثير منها إلى تطبيق مواد قانون العقوبات.

الفرع الرابع: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك

يجب توفر شرطين حتى ينطبق قانون حماية المستهلك هما:

الشرط الأول - وجود سلعة أو خدمة: وهي منتجات سواء كانت

صناعية وهي منتجات المتغيرة عن حالتها الطبيعية عن طريق عمل يدوي أو الآلي أو طبيعية و متمثلة في المنتجات الزراعية أو الحيوانية و النباتية التي تقدم للمستهلك بحالتها الطبيعية. أما الخدمات فهي عبارة عن كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ، ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له وقد تكون هذه الخدمات ذات طبيعة مادية كالأدوات الكهرومنزلية، أو طبيعية، أو مالية كالتأمين و القرض أو ذات طبيعة علمية كالخدمات الطبية و لإستشارات القانونية .

ويكمن تعريف المنتج أنه: "كل شي منقول مادي يمكن أن موضوع معاملات تجارية"¹

¹ أنظر : علي بولحية بن بوخميس ، المرجع السابق ، ص 19 717

الشرط الثاني - عرض السلعة أو الخدمة بغرض الاستهلاك: إن عرض السلعة يعد من قبيل الإيجاب لأن العرض يشخص التعاقد دون تحرير أركانه، و هي يمثل دعوة للتعاقد، وقد برز عرض السلعة أو الخدمة كمعيار لتطبيق قانون الاستهلاك. لكن السؤال الذي يثار في هذا الشأن هو هل يشترط في عارض السلعة أن يكون محترفاً أو منتجاً؟. للإجابة على ذلك يمكننا القول أن المشرع لم يحدد صفة العارض للسلعة و لم يقتصرها على المنتج أو المحترف و لكن بالرجوع الى نص في المادة 01 من القانون 89-02 نجد أن المشرع لم يشترط صفة المحترف أو المنتج كشرط لازم لعرض السلعة أو الخدمة وهذا حتى يسوي بين الأشخاص طالما تماثلت تصرفاتهم القانونية التي يقومون بها ومهما كان النظام القانوني للمتدخل في عملية الوضع للاستهلاك.¹

ومن ثم فإن قانون حماية المستهلك يطبق على المنتوجات و الخدمات من طور الإنشاء لأولي إلى غاية العرض النهائي للإستهلاك و قبل الإقتناء من طرف المستهلك، وذلك من أجل إستخدامه الشخصي أو العائلي و الذي لا صلة له بنشاطه التجاري أو المهني .

الفرع الرابع: عقد الاستهلاك في القانون الجزائري

بعدما ما كانت كلمة الإستهلاك من المصطلحات العلوم الاقتصادية أصبحت في يومنا هذا من العبارات القانونية تتركب من كلمتين أولهما العقد وثانيها الإستهلاك نتيجة للإمتزاجهما ولد ما يسمى بـ "عقد الاستهلاك" .

أولاً: تعريف عقد الاستهلاك

يطلق الفقه على العقود المبرمة بين المستهلك و المتدخل أو المحترف مصطلح عقود الاستهلاك، وذلك نسبة لوظيفة الإستهلاك التي يؤديها المستهلك ، وتكمن الحكمة لتسميتها بهذا المصطلح هي الرغبة في حماية المستهلك في ظل تنوع السلع و الخدمات المعروضة عليه من قبل المتدخل أو المتصرف. وهو يمثل الحلقة الأخيرة في سلسلة العملية الإنتاجية التي تحصل في إطار الجماعة.

إن الأمثلة على العملية الإستهلاكية مختلفة تبدأ عادة من الأغذية على أنواعها كألبسة، المركبات و الأدوات الكهربائية وكل ماله علاقة بالإستهلاك، حيث أن هذه العمليات تتجسد من خلال عقد الاستهلاك له طبيعة خاصة، ترجع إلى أطرافه أساسا لا إلى موضوعه الذي قد يكون اقتناء منتج أو سلعة.²

وعليه يعرف عقد الإستهلاك على أنه: "عقد مبرم بين كل من المستهلك و المتدخل فيتلقى المستهلك بموجب هذا العقد منتوجا مقابل دفعة مقابلا له ، فقد يكون هذا العقد يوصف على أنه عقد بيع أو عقد قرض أو عقد وديعة أو عقد إيجار أو أي عقد آخر يكون محله تقديم منتج يكون فيه المستهلك مذعنا".³

¹ أنظر: علي بولحية بوخيس ، المرجع السابق : ص 18 717

² أنظر : محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص 19 414

³ أنظر : بختة موالك ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية و الإقتصادية و السياسية، كلية الحقوق، بن عكنون

ج 37 ، رقم 02 1999 ص 23

وعلى ذلك يمكن تعريف عقد الاستهلاك بأنه: " تلك العقود التي يكون موضوعها توريد أو تقديم أشياء منقولة أو مادية أو خدمات لفرد هو المستهلك، وذلك من أجل استخدامه الشخصي أو العائلي، و الذي لا صلة بنشاطه التجاري أو المهني". و في هذا الإطار قد أشار دليل قانون حماية المستهلك في لبنان إلى أن قانون حماية يرمي العلاقة بين المستهلك و المحترف، أو العلاقة بين محترف مع محترف آخر في حال كانت الخدمة أو السلعة غير مرتبطة بنشاطه المهني . ولعل من الأهمية بمكان أن تطغى على عقد الاستهلاك بالمفهوم الذي أشرنا إليه معايير الجودة المتعلقة بالشروط المتضمنة في مثل هذا العقد علاوة على ضرورة أن تكون سلامة النية و المعاملة مترافقة مع إبرام و تنفيذ هذا العقد كغيره من العقود.

الفرع الثاني: خصائص عقد الاستهلاك

لعل أبرز ما يميز عقد الاستهلاك من خصائص هو كونه عقدا يتميز بأطرافه، ومحلّه و كيفية إنعقاد و التنظيم القانوني له.

فمن جهة أولى نجد أن أطراف هذا العقد مستهلك ضعيف يفتقر للقوة بالنسبة لما يملكه من معلومات حول السلعة أو الخدمة التي تعاقد عليها ، ذلك أن المستهلك في مركز اقتصادي أقل بالنسبة للمحترف ، علاوة على أن كافة المعلومات الدقيقة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل الاستهلاك متوفرة لدى المهني (المحترف) . وعلية يقع الالتزام بالإعلام . من هنا نلاحظ بأن التوازن العقدي بين الطرفين تشوبه شائبة ضعف المستهلك في مواجهة قوة المهني على كافة الأصعدة القانونية و الاقتصادية و المهنية.

أما من حيث تمييز عقد الإستهلاك بالنسبة لمحلّه من جهة ثانية . نجد أن محل هذا العقد يقع على سلعة أو خدمة يحتاجها الكثير من أفراد المجتمع ، مما يجعلهم بصفتهم مستهلكين بحاجة إلى تدخل المشرع لإضفاء مزيد من الحماية على تعاملاتهم في إطار عقود الاستهلاك، فعقد الإستهلاك قد يرد على مواد غذائية أو الحصول على خدمة معينة كالكهرباء، أو تأمين على الحياة بحيث أن المستهلك بحاجة لإشباع الحاجات الخاصة به .

ومن جهة ثالثة ومن حيث كيفية انعقاد هذا العقد فإن عقود الإستهلاك قد تنعقد في كثير من الأحيان بألية عقود الإذعان حيث يستقل فيها أحد المتعاقدين غالبا بوضع شروط التعاقد، مفصلة مقدما (وهو في هذه الحالة المهني/المحترف) بشكل لا يسمح بقبول المناقشة فيها من طرف الأخر(المستهلك) (حيث يقتصر دور هذا الأخير إما يقبل كافة الشروط العقد وإما يرفضها و غالبا ما يضطر إلى قبولها دون مناقشات أو مفاوضات من جانبه ¹ .

الفرع الثالث: التكييف القانوني لعقد الاستهلاك

¹ أنظر: فاتن حسين حوى ، الوجيز في قانون حماية المستهلك ط 11 منشورات الحلبي الحقوقية، 2012 ص 22 - 24

إن عقد الاستهلاك أصبح موضوعا مثيرا للجدل و المناقشة في الأوساط العلمية المهمة بدراسة القانون، ونظرا لانعكاس مظاهره على سلوك الفرد وعلى حياته الاجتماعية ، وعليه إن تحديد الوصف القانوني لعقد الإستهلاك مهم لمعرفة القواعد الواجبة التطبيق، و تسمى هذه العملية بالتهييف القانوني للعقد، و عملية التكييف تحتاج تفسير إرادة المتعاقدين، وإعطائها الوصف القانوني للقواعد المستقلة و البحث عن النصوص الواجبة التطبيق. وبما أن قواعد قانون حماية المستهلك قواعد أمره تتعلق بالنظام العام لا يجوز للمتعاقدين مخالفتها أو الاتفاق على ما يخالفها .

- وبالتالي يستوجب البحث أو التأكد من نية المقتني للمنتوج أو الخدمة ، وما إذا كانت تتجه إلى اقتناء المنتوج للإستهلاك الشخصي النهائي المباشر أو غير المباشر أو بقصد تحقيق الربح ، عن طريق إعادة بيعه أو تصنيعه فإذا كان يقصد من ورائه الاقتناء للإستهلاك النهائي و المباشر فالقانون الواجب التطبيق على العلاقة القانونية يكون قانون حماية المستهلك ، أما إذا كان يهدف من وراء ذلك تحقيق الربح فيطبق القانون المدني أو التجاري بحسب طبيعة المعاملة. ومن هنا يكيّف عقد الاستهلاك بأنه عقد من عقود المستحدثة، إلا أنه يتميز عن غيره من العقود الأخرى كونه يجمع بين طرفين أساسيين هما المستهلك و المحترف ليكون الهدف منه تنظيم العلاقة بينهما .

الفرع الرابع: التنظيم القانوني لعلاقات الاستهلاك

إن المستهلك يتعامل مع غيره في علاقة الإستهلاك على اتفاق يقصد به أن يقوم شخص بتقديم شيء ما أو خدمة مقابل أجر أو بدونه، ينظمها قانون حماية المستهلك و تنشأ بموجبه علاقة عقدية من نوع خاص تتصف بالمميزات التالية :

- 1- أنه عقد رضائي: حيث ينعقد بمجرد تبادل التعبير عن إرادتين متطابقتين ، فلم يشترط المشرع عقد الاستهلاك شكلا معينا أو خاصا بل قد يتم شفهيًا.
 - 2- أنه من عقود المدة: يلتزم المنتج أو العارض للسلعة بتقديم المنتوج أو الخدمة تتوفر على صلاحية للاستهلاك لمدة معينة من الزمن حسب طبيعة المنتوج أو الخدمة بحيث لا تقل في بعض المنتوجات عن ستة (6) أشهر مما يؤكد أن الزمن فيها ضروريا لقياس مدة العقد و عرض السلعة و ضمان العيوب الخفية .
 - 3- أنه عقد ملزم للجانبين : بحيث يرتب منذ إبرامه التزامات على عاتق كل من طرفيه أهمها الالتزام بتقديم منتوج معين بذاته أو أداء خدمة معينة من طرف المحترف أو أي شخص آخر تتوفر على جميع المواصفات و المقاييس القانونية ، و الالتزام بدفع مقابل ذلك إن وجد بالنسبة للمستهلك و استعمال المنتوج أو الخدمة وفقا لما تتطلبه من مقاييس أو شروط.وهو من عقود المعاوضة .
- وعليه يمكن القول أن علاقة المستهلك مع غيره من المنتج أو الوسيط أو العارض للسلعة تقوم على أساس تعاقدية، تخضع في كثير منها إلى قواعد خاصة استثنائية من القواعد العامة لتعلقها بالنظام العام ، وهذه القواعد الأمر لا يجوز مخالفتها.¹

¹أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 20 21

5- أنه يرد على منتج معين أو خدمة معينة : أنه لا يتصور وجود عقد الاستهلاك بغير وجود منتج أو خدمة معروضين للاستهلاك.

ضرورة حماية المستهلك من الشروط التعسفية

قد ترد شروط في عقد الإستهلاك بناء على إتفاق الأطراف ولا تكون مجحفة في حق أحد الطرفين ، ولكن يمكن أن تأخذ هذه الشروط طابع يعسفي ناتجة عن إستعمال السلطة الإقتصادية للمتدخل . وإن الرغبة في حماية المستهلك ذي المركز الضعيف وجدت في مجال عقود الاستهلاك مجالا واسعا للتطبيق وقد تعرض المشرع للشروط التعسفية لأول مرة في الفصل الخامس من الباب الثالث بعنوان "الممارسات التعاقدية التعسفية" ثم توالى النصوص التنظيمية لهذا الشرط الذي يمس التوازن العقد . وبالنظر إلى أهمية هذا الموضوع سنتطرق إلى تعريف الشرط التعسفي مع بيان صور الممارسات التعسفية . و بعد ذلك نتعرض إلى وسائل حماية المستهلك من الشروط التعسفية .

أولاً- تعريف الشرط التعسفي: لقد تعددت و تنوعت تعاريف الشرط التعسفي و من بين هذه التعاريف

البند الأول: التعريف التشريعي

بالرجوع للقواعد العامة نجد أن المشرع قد أضفى حماية على الطرف الضعيف في عقود الإذعان ومنح القاضي سلطة التدخل لتعديل الشروط التعسفية، أو إعفاء الطرف المدعن منها و ذلك في نص المادة 110 ق م إلا أنه لم يأت بتعريف للشرط التعسفي فالرجوع إلى المادة 3/5 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على ممارسات التجارية عرفت الشرط التعسفي على أنه : "كل بند أو الشرط بمفرده مشتركا مع بند واحد أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين الحقوق و واجبات أطراف العقد على الرغم من تعريف المشرع للشرط التعسفي إلا أنه لم يخلو من النقص و التناقض و عدم الدقة يظهر ذلك في فيما يلي:

1- لم يدقق المشرع في تبيان صفة أطراف العقد ، أي لم يبين أن مجال تطبيق الشرط التعسفي تكون بين المتدخل و المستهلك أو بين متدخل و متدخل آخر ضعيف اقتصاديا .

2- كما كان غامضا حول مدى قابلية تطبيق هذا النص على العقود المبرمة بين المتدخل و المستهلك أم يمتد نطاقها لتلك العقود المبرمة بين المتدخلين فقط .

و لكن بالرجوع إلى نص المادة نجد أن المشرع قد كرس حماية للمستهلك المتضرر من الشروط التعسفية تقوم على أسس موضوعية أكثر منها شخصية ، فوفق بذلك كونه لم يربط مفهوم الشرط التعسفي بمسائل ذاتية قد يتعذر إثباتها بالنظر للمركز الذي يتواجد فيه أطراف العلاقة الاستهلاكية ، بالإضافة إلى أخذه بمعيار الإختلال الظاهر بالتوازن، فأراد بتبنيه لهذا المعيار توفير حماية فعالة للمستهلك.¹

¹ أنظر: محمد بودالي ، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا و ألمانيا و مصر دارهومه للطباعة و النشر و التوزيع : بـ 10 2007 ص 26L23

البند الثاني : التعريف الفقهي

اهتم بعض الفقه بتعريف الشرط التعسفي نظرا لما ينطوي عليه من أهمية قانونية، فهناك من عرفه على أنه : " ذلك الشرط الذي يضعه المتدخل و يعرضه على المستهلك، بحيث يكون متعسفا في استعماله لسلطته الاقتصادية بغية حصوله على ميزة محففة"، كما يرى الفقه العراقي الشرط التعسفي على أنه " ذلك الشرط الذي يتضمن أحكاما تتنافى مع العدالة".¹

و على مستوى الفقه الجزائري نجد أنه تم تعريف الشرط التعسفي على أنه : "ذلك الشرط الذي يورده المحترف المتعاقد مع المستهلك و الذي يؤدي أعماله إلى عدم التوازن بين حقوق و التزامات الطرفين ، و هو يقدر وقت إبرام العقد بالرجوع إلى ظروف التعاقد، و موضوعه وحالة الطرفين لما تقتضي به العدالة".²

البند الثالث : معايير تحديد الشروط التعسفية:

بالرجوع إلى التعريف القانوني الذي تضمنته المادة 03 سالفة الذكر ، نلاحظ أن المشرع قد اعتمد معيار واحد للتعسف هو "الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات الطرفين" و هنا يستشف أنه أخذ بالمعيار الذي اعتمده المشرع الفرنسي في المادة 132 من القانون الإستهلاك الفرنسي ، بعد أن كان يعتمد على معيار النفوذ الاقتصادي و الميزة الفاحشة طبقا لنص المادة 35 من القانون الفرنسي الصادر في 01-01-1978 المتعلق بحماية و إعلام المستهلك، إلا أنها إعتبرتها معايير ذات طابع عام ، لذلك تمت عملية إصلاح قادت إلى إجراء تعديل على هذا التعريف و المتضمن في المادة 1/132 من قانون الإستهلاك الفرنسي ، و أصبحت الشروط التعسفية هي تلك التي تهدف إلى خلق عدم التوازن الظاهر بين حقوق و واجبات الطرفين في العقد.

و عليه يمكن القول لمعرفة التعسف نرجع إلى البحث عن عدم وجود توازن في العقد المبرم بين المهني و المستهلك ، و الناتج عن ضعف هذا الأخير أمام المهني القوي الذي يفرض عليه شروط بما يملكه من نفوذ و تفوق في القدرة التقنية ، و بإستغلاله لحاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة و إزاء كل ذلك فلا يكون أمامه إلا القبول أو الرفض الكامل للتعاقد دون إمكانية المناقشة فينعدم اختياره ، و ينتج عن هذا الخضوع عدم تعادل في ميزان حقوق و التزامات الطرفين.³

البند الرابع : صور الممارسات التعسفية

¹ أنظر: العطاوي راضية ، معالجة الشروط التعسفية في إطار القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق 2 بن عكون 2011 ص 23 24

² أنظر: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق ، ص 264

³ أنظر : نوال كيموش ، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة ، 2010 : 2011 0 1 959 60

نظرا لتنوع الشروط التعسفية وصعوبة حصرها بصورة مطلقة على الصعيد العملي ، أعد المشرع قائمة إسترشادية قانونية تتضمن ثمانية من الشروط التي يمكن إعتبارها تعسفية وهي واردة على سبيل المثال لا الحصر . نصت المادة 29 من قانون رقم 04-02 على بعض الصور التي قد يمارسها المهني ، والتي ينتج عنها اختلال في التوازن العقدي ويظهر من خلالها المستهلك كطرف ضعيف ليس بيده إلا الخضوع أو الرفض الكامل للمستهلك للتعاقد ، و يمكن إجمال هذه الصور في مايلي :

✓ **وجود اختلال في الالتزامات المتقابلة:** يتجسد هذا الاختلال من خلال ما نصت عليه المادة 11/29 حيث يأخذ البائع حقوقا أو إمتيازات لتقابلها حقوقا أو الالتزامات مماثلة للمستهلك، حيث أن هذا الأخير يبدو طرفا ضعيفا في مواجهة البائع الذي يستقل وحده بصياغة بنود العقد ، و يضمناها ما شاء من الشروط التي تخدم مصلحته ، و يقدمها جاهزة للمستهلك الذي لا يملك إلا أن يوافق عليها و إن يقبل ما بها من شروط مجحفة.¹

✓ **التفرد بتعديل شروط و آثار العقد:** تتجسد هذه الممارسات في المادة 29 الفقرات الثالثة و الرابعة و السابعة من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على ممارسات التجارية بالإضافة إلى فرض إلتزامات على المستهلك، و وضع الشروط المتوافقة مع مصلحته فقد يعمد المهني أيضا إلى استخدام سلطته و نفوذه عن طريق التفرد بتعديل عناصر العقد ، كتعديل الثمن أو تعديل محل العقد مثلا سواء كان عقد بيع أو تقديم خدمة دون أن يوافق المستهلك على ذلك وهو ما نصت عليه المادة 3/29 من ذات القانون.²

كما قد يقدم على تعديل شروط العقد و مثال ذلك جعل العقد يتضمن شرط عدم المسؤولية ، أو جعل عبء مصاريف النقل على عاتق المشتري ، وقد يصل هذا التعديل ليمس أجل تسليم المنتج، أو تنفيذ الخدمة ، و هذا ما يؤثر بشكل واضح على المستهلك مما يظهر الطابع التسلطي أو التحكيمي الذي يمارسه المهني في هذه الحالة.

✓ **رفض حق المستهلك في فسخ العقد:** إن حق الفسخ هو حق مشروع ممنوح لكل متعاقد في حالة عدم تنفيذ الطرف الأخر لالتزامه، طبقا لنص المادة 1/119 من القانون المدني ذلك أن كل عقد بيع السلع أو تقديم الخدمات هي عقود ملزمة للجانبين ، لكن و بما أن معظم العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين تكون عقود إذعان فإن البائع أو مقدم الخدمة قد يرفض حق المستهلك في فسخ العقد، إذا أحل هو بالتزام أو عدة التزامات في ذمته و هو ما نصت المادة 6/29 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر .

✓ **تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية :** إن التهديد بقطع العلاقة التعاقدية مجرد رفض الخضوع

¹-أنظر : نوال كيموش ، المرجع السابق ، ص 62

² القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر عدد 41 صادرة في 27-06-2004 المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15-08-2010

لشروط غير متكافئة، يعد من قبيل الإكراه الذي يؤدي إلى بطلان العقد وهو ما نصت عليه المادة 1/88 من القانون المدني، وهذا ما جعل المشرع في المادة 8/29 يعتبر هذا الشرط تعسفياً يعاقب عليه المهني في حالة ممارسته على المستهلك، إذ أن قطع العلاقة التعاقدية قد يجلب أضراراً مادية لهذا الأخير مما يجبره على القبول بالشروط غير المتكافئة المعروضة عليه و في هذا إهدار واضح للتوازن العقدي و مبدأ حرية التعاقد مما استدعى التدخل لحماية المستهلك الذي يعد طرفاً ضعيفاً، إضافة إلى حالات أخرى نصت عليها المادة 29 من قانون الممارسات التجارية و هذه الحالات واردة على سبيل المثال لا على سبيل الحصر .

البند الخامس : وسائل الحماية من الشروط التعسفية

إذا راجعنا القانون الجزائري عموماً، فإننا لا نصادف فيه مبدأ عام يضمن بشكل مباشر توازن العقد إلا أن القواعد العامة في القانون المدني تضمنت عدداً من التفinitionات التي يمكن أن يسهم إعمالها في محاربة عدم التوازن العقدي، و التي نذكر منها الغبن و الاستغلال، و قاعدة حسن النية حيث طبقاً للمادة 107 / 1 من ق م ج إعترفت للقاضي بأن يلزم المتعاقدين بتنفيذ العقد بشكل يتفق مع الطرف حسن النية .

أما عن الوسائل القانونية الخاصة لمكافحة الشروط التعسفية فنستخلص من نصوص القانون المدني بعض النقاط الكفيلة التي تضمن حماية المستهلك من الشروط التعسفية و تتمثل هذه النقاط في:

1- المادة 110 من القانون المدني الجزائري تحول للمستهلك اللجوء إلى القضاء للمطالبة بتعديل الشروط التعسفية الواردة في العقد الذي أبرمه، و تعتبر هذه المادة وسيلة تضمن حماية المستهلك من الشروط التعسفية التي يفرضها المحترفين و الشركات الاحتكارية

2- عدم جواز الإنفاق على سلب القاضي سلطة تعديل أو إلغاء بعض الشروط التي يراها أنها تعسفية - تنبه المشرع إلى ما قد يلجأ إليه المحترفون من تضمين عقودهم لشرط يستبعدون بموجبه سلطة القاضي في تعديل أو إلغاء الشروط التي يراها تعسفية، فنص على بطلان أي اتفاق أو شرط في هذا الشأن، و جعل من الطرف المدعى أو المستهلك في اللجوء إلى القضاء، و حق هذا الأخير في تعديل الشروط التعسفية أو الإعفاء منها حقا يتعلق بالنظام العام وضمن بذلك للمستهلك حماية جديدة.

3- تفسير عقود الإذعان : يملك القاضي الحق في تفسير العبارات الغامضة لمصلحة الطرف المدعى بموجب المادة 111 ق م، كما نصت المادة 112 ق م ج أنه: "غير أنه لا يجوز أن يكون تأويل العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المدعى" " و لو كان دائناً على أساس إذا كان هناك غموض أو لبس أو إبهام فمن العدل أن يتحمل هذا الأخير نتيجة تقصيره في إيضاح شروط العقد، و أن لا يستفيد من غموض الشروط التي أملاها و فرضها على المستهلك.¹

¹ أنظر : محمد بودالي، المرجع السابق، ص 262

ومن هذا المنطلق، و زيادة على النصوص الواردة بالقانون المدني و الرامية إلى حماية المتعاقد من عقود الإذعان نجد المشرع الجزائري تدخل مؤخرًا بنصوص صارمة في إطار الممارسات التجارية بغية حماية المستهلك من الشروط التعسفية ، وذلك بإيجاد حماية فعالة للمستهلك في إطار التعاقد مع المهنيين ، وبالرجوع إلى نص المادة 29 نجد أنها ذكرت الحالات السالفة الذكر على سبيل المثال لا الحصر بدليل إستخدام عبارة "لا سيما البنود" وعليه يمكن القول بأن المشرع قد ترك مجالًا واسعًا للقاضي في تقرير الشرط التعسفي ، و بالتالي فإن نص المادة في عمومها و شموله يعد أداة قوية في يد القاضي يحمي بها المستهلك من الشروط التعسفية.¹

- كما أن المادة 30 من القانون 04-02 و بهدف حماية المستهلك أحالت على التنظيم لغرض منع المزيد من الشروط التعسفية و تحديد العناصر الأساسية للعقود² و لهذا قد صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-30 المؤرخ في 10-09-2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية و قد نصت المادة 01 منه على أن هذا المرسوم جاء تطبيقًا للمادة 30 من القانون رقم 04-02²

وقد تضمن الفصل الأول من المرسوم التنفيذي 06-306 العناصر الأساسية للعقود و الواجب توافرها في العقود بين المهنيين و المستهلكين ، و تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك و نزاهة و شفافية العمليات التجارية و أمن و مطابقة السلع أو الخدمات وكذا الضمان و الخدمة ما بعد البيع ، بينما تضمنت المادة 03 هذه العناصر .

أما الفصل الثاني فقد تضمن البنود التي تعتبر تعسفية ، و ما يلاحظ أنه على خلاف ما جاء في المادة 29 التي حصرت الشروط التعسفية في العقود بين البائع و المستهلك فإن المادة 05 من المرسوم 06-306 قد أجمت كل الممارسات التي يقوم بها المهني يعني عقود البيع و عقود أداء الخدمة ، و قد ذكرت المادة مجموعة من البنود تتمثل في 12 حالة .

إن تحديد الحالات التي تعتبر فيها البنود تعسفية يعد أداة حماية قوية للمستهلك. و خاصة أنها تضمنت إمكانية حصوله على تعويض ، كما تعتبر وسيلة تسهيل على القاضي عند وجود مثل هذه النزاعات و تعزز رقابته القضائية على العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين. أما عن الحماية عن طريق منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية ، فمنها شرط عدم الضمان المنصوص عليه في المادة 7 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش— و بالإضافة إلى الرقابة القضائية فقد سخر المشرع وسيلة أخرى تتمثل في الرقابة الإدارية عن طريق إنشاء جهاز إداري للرقابة على الشروط التعسفية و هو لجنة البنود التعسفية وذلك بموجب الفصل الثالث من المرسوم التنفيذي رقم 06-03 وهي لجنة ذات طابع استشاري ، يرأسها ممثل الوزير المكلف بالتجارة تتكون من 7 أعضاء تكلف طبقًا للمادة 07 من المرسوم بمهام البحث في كل العقود المطبقة من طرف المهنيين على

¹ أنظر : نوال كيموش ، المرجع السابق ، ص 64

² المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10-09-2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ، ج ر عدد 56 ، صادرة في 11-09-2006

المستهلكين ، و البنود ذات الطابع التعسفي ، كما تصبغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة و المؤسسات المعنية ، إضافة إلى قيامها بكل دراسة أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكين

المبحث الثاني: الوسائل القانونية الكفيلة لحماية المستهلك

تناولت النصوص التشريعية و التنظيمية التي جاء بها المشرع الجزائري وفي مقدمتها القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك جملة من الالتزامات و الضوابط المفروضة على المتدخل في مختلف مراحل عرض المنتج للإستهلاك رغبة منه لحماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية ، و من أجل ذلك نوع من هذه الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل ¹.

وفي هذا الصدد سيتم تقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب تناول الإلتزام بالإعلام { المطلب الأول} والالتزام العام بالسلامة {المطلب الثاني} لنعرج بالبحث عن لالتزام بمطابقة المنتجات للمواصفات القانونية و القياسية {المطلب الثالث} وفي الختام نتناول الإلتزام المتدخل بالضمان في {المطلب الرابع} .

المطلب الأول : الإلتزام المتدخل بالإعلام المستهلك

لقد أزم المشرع الجزائري كل متدخل بالإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المعروضة للإستهلاك طبقا للقواعد العامة الواردة في القانون المدني ، و كذا النصوص المتعلقة بحماية المستهلك. و لتحديد مفهوم لالتزام بالإعلام سنقسم هذا المطلب إلى أربعة فروع نتطرق إلى تحديد مفهوم الإلتزام بالإعلام {الفرع الأول} و بتأكيد المشرع على ضرورة إعلام المتدخل للمستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج ينبغي معرفة مضمون هذا الإلتزام { الفرع الثاني} و نتيجة لهذا لالتزام وضع نظام خاص تكمله له و تشجيعا لحماية المستهلك عرف بنظام الوسم و التغليف مما يستدعي التطرق إلى دور الوسم في إعلام المستهلك { الفرع الثالث} و في الأخير نتناول لالتزام بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع { الفرع الرابع} .

الفرع الأول : مفهوم لالتزام بالإعلام

بهدف حماية رضا المستهلك سعى المشرع الجزائري للبحث عن آليات فعالة لتوفير الحماية له ، و لتحقيق ذلك فرض المشرع على عاتق المتدخل الإلتزام بالإعلام .

¹ أنظر :هجيرة دلوني ، الملتقى الوطني للإستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري ،كلية الحقوق مخبر القانون الخاص الأساسي ، تلمسان يومي 14 15 أفريل 2001 25 0 1

الإعلام لغة: هو معرفة حقيقة الشيء أي تحصيل حقيقة الشيء و معرفته و اليقين منه اصطلاحاً : فهو عملية تحصيل أفكار بواسطة وسائل سواء كانت مسموعة أو مكتوبة " و يشترط في إعلام المصدقية و الوضوح¹

وبهذا فالإلتزام بالإعلام هو : "تعريف المتدخل للمستهلك بكيفية استعمال المنتج بشكل الذي يحقق له أقصى مدى من الأهداف التي يبتغيها من شرائه

أو هو : " تنبيه و إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما بين عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره ، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسباً في ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد.² وهناك من يرى أن الإلتزام بإعلام نوعان :

الإلتزام ما قبل التعاقد بإعلام : ويقصد به ذلك الإلتزام الذي ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد وبالتالي فالضرر الناجم عن الإخلال به يترتب عليه قواعد المسؤولية التقصيرية .

الإلتزام التعاقدى بإعلام : هو ذلك الإلتزام الذي يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد .³

و بخصوص الإعلان عرفته المادة 3 من القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام، أما في مجال حماية المستهلك يعرف بأنه : " كل ما يستخدمه التاجر لحفز المستهلك على الإقبال على سلعة سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة " و هو ما يسمى بالإعلان الإستهلاكي ويمثل إحدى وسائل تمويل وسائل إعلام أما الإشهار هو : " عملية اتصال غير شخصي لحساب المؤسسة المشهورة التي تسدد ثمنه لصالح الوسائل المستعملة لبثه و يكون الإشهار منصب على السلع و خدمات غالباً ما تكون تجارية أو سياسية "

و يجب عدم الخلط بين الإشهار و الإعلام ، ذلك أن هذا الأخير يهدف إلى الترويج و جلب الزبائن فقط فعادة ما لا يتصف بالموضوعية كونه يركز على إبراز مزايا المنتوجات فقط، بينما ما يحتاجه المستهلك هو إعلام موضوعي بعيد عن التأثير على رضائه للقواعد المطبقة على ممارسات التجارية . كما أن إعلام أكثر موضوعية من إعلان الذي يخلو من قدر من المبالغة و التفتيح في التعبير وفي بيان أوصاف المنتجات و الخدمات ، إذ يهدف إلى تحقيق الكسب المادي، وعادة ما يكون مدفوع الأجر بحسب الوقت و المساحة التي تشتري من وسائل الإعلام .

و لقيام الإلتزام بالإعلام لابد من توافره على شروط هي :

¹ أنظر: جرعود الياقوت ، دور إعلام في حماية المستهلك ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، كلية الحقوق، جامعة البليدة العدد 202 جانفي 2012 ص 227

² أنظر: حاج بن علي محمد ، الوسم آلية قانونية لتفعيل المنافسة المشروعة ، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، مولاي طاهر، سعيدة ، يومي 5 و 4 نوفمبر 2015 ص 03

³ أنظر : عبد المنعم موسى ، حماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 366

1- أن يكون الإعلام كاملا و كافيا :لأن الهدف من الاقتناء هو الاستفادة من خصائص و صفات المنتج فينبغي أن يشمل الإعلام لكل جوانب المنتج ، فيقع على عاتق المتدخل ذكر كل المعلومات التي حددتها النصوص¹.

2- أن يكون الإعلام دقيقا و صادقا : ينبغي أن تكون البيانات المدلى بها تتميز بالدقة و الصدق من أجل الحفاظ صحة وسلامة المستهلك ، فالإعلام الذي يخلو من الدقة لا يؤدي الوظيفة المرجوة منه .

3- أن يكون ظاهرا و سهل القراءة : يتحقق ذلك لما يقتني المستهلك المنتج ، فيمكن أن يطلع على المعلومات بشكل سهل و واضح و مفسر و بإستعمال مصطلحات بسيطة .

و يجد الالتزام بالإعلام أساسه القانوني في نص المادة352 ق م ضمن أحكام عقد البيع التي تشترط علم المشتري بالمبيع علما كافيا و يتحقق العلم الكافي بالمبيع إما بالرؤية المادية له أو ببيان أوصافه الأساسية فهو يقوم مقام الرؤية المادية ، فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع و يصفه وصفا نافيا للجهالة².

و كما ينصب الوصف على بيان المبيع و أوصافه ، فإنه ينصب على طريقة استعماله و مكامن الخطورة فيه مما يجعلنا أمام الالتزام بالوصف يمكن ترجمته إلى التزام بالإعلام يحول للمشتري حق رفع دعوى عدم العلم الكافي بالمبيع³.

- و عليه لم يعد المشتري (المستهلك) محميا من خلال قواعد قانونية العامة فحسب ، و إنما و لقصور هذه القواعد لقد أصبح هذا الأخير محميا بنصوص قانونية خاصة و في القانون الجزائري نجد لالتزام بالإعلام الذي يعد أحد ركائز حماية المستهلك أساسه في أول قانون يخص حماية المستهلك و ذلك بمقتضى المادة 4 من القانون رقم89-02 المؤرخ في7 فيفري1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁴. ليؤكد مجددا هذا الالتزام في المادتين 17 و 18من القانون 09-03 اللتان تضمنتا المعلومات و البيانات الواجب إدراجها في كل منتج لبيان خصائصه الجوهرية و كفاءات الاستعمال و لاحتياجات الواجب اتخاذها ، و كذلك القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على ممارسات التجارية و الذي تضمن نصوصا خاصة بالإعلام عن الأسعار و التعريفات و شروط البيع و هو ما تضمنته المادة 08 من القانون رقم 04-02 هذا فضلا عن المادة 10 و 11 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30-01-1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.

¹Calais-Auloy jean et Steinmetz Frank, Droit de Consommation, 06 édition , éditions DALLOZ paris , 2003, P56

²أنظر :خليل أحمد حسن قدارة ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري ، ج 44 عقد البيع ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر2000 ص 61

³أنظر بودالي محمد ،المرجع السابق، ص 67

⁴ القانون رقم 89-02 المؤرخ في07-02-1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، ج ر العدد 06 ، المؤرخة في 8 فيفري1989 154 9 9

- أما عن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام فهو يعتبر التزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك ، أما من حيث إستيعاب المستهلك لهذه المعلومات فيعتبر للالتزام بالإعلام هنا للالتزام ببذل عناية فلا يسأل المتدخل في حالة إقدام المستهلك على التعاقد دون استيعاب للمعلومات المقدمة إليه من طرفه.¹

الفرع الثاني : مضمون الالتزام بالإعلام

إن للالتزام بالإعلام المستهلك هو التزام يرمي إلى تنوير المستهلك ، و تمكنه من لإقدام على اقتناء المنتج أو الخدمة عن إرادة حرة و سليمة فهو لاستطيع تحديد أوصاف المنتج و مكوناته ، إلا بناء على بيانات التي تعطى له من قبل المهني .

و يقابل حق المستهلك في الإعلام ، التزام المتدخل بالإدلاء بالمعلومات اللازمة لاتخاذ المستهلك قرار و هو على بصيرة و بالرجوع إلى النصوص القانونية ، نجد أن المشرع الجزائري قد تعرض للالتزام بالإعلام في كل من التقنين المدني بإعتباره الشريعة العامة و التي تحكم أغلب التصرفات كما تعرض له أيضا في قانون حماية المستهلك

أولا : مضمون للالتزام بالإعلام في ظل القانون المدني

نص المشرع الجزائري بضرورة التزام البائع بالإعلام المشتري بالمبيع طبقا لنص المادة 1/352 (ق م) ضمن أحكام عقد البيع . ومضمون هذا الالتزام يتمثل في تكوين معرفة كافية لدى المشتري حول المبيع و الأصل في العلم بالمبيع أن يكون برؤيته و تضيف المادة 352 (ق م) أسلوبين آخرين لتحقيق العلم بالمبيع وهما:

✓ أن يشمل عقد البيع على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بيانا يمكن من التعرف عليه .

✓ إقرار المشتري في عقد البيع بأنه عالما بالمبيع عن طريق ذكر المشتري في عقد البيع أنه يعرف المبيع أو

سبقت له رؤيته ، فيكون إقراره هذا حجة عليه، و لاستطيع بعد ذلك أن يطعن بدعوى الإبطال بعدم علمه بالمبيع.

و القاعدة التي تضمنتها المادة 352 مقررمة لمصلحة أي مشتري سواء كان محترفا أو مشتريا عاديا وعليه يجب على البائع تصريح بحقيقة الشيء المبيع، ويصفه وصفا منافيا لأي لبس أو جهالة.²

ثانيا : مضمون للالتزام بالإعلام في ظل قانون حماية المستهلك

¹ أنظر: ماني عبد الحق ، حق المستهلك في الإعلام ، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و المصري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية كلية الحقوق ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2008 2009 ص 2 4

² أنظر : أبو بكر بلقاسم ، الماتقى الوطني للإستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري ، مخبر القانون الخاص الأساسي ، جامعة أبو بكر بلقاسم تلمسان، يومي 15 14 أبريل 2001 ص 4

طبقا لنص المادة 17 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش¹ نجد أن المشرع شدد على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج سواء تعلق بكيفية الاستخدام أو مواصفات القانونية أو طبيعتها و منشئها ، و كذلك الإحتياجات اللازمة وتاريخ نهاية الصلاحية..... الخ . بالتالي فإن مضمون هذا الالتزام يتمثل في المعطيات المقدمة للمستهلك و التي تتيح له إمكانية اختيار المنتج حسب رغبته ولإشباع حاجاته .

- وعليه فواجب المتدخل بإعلام المستهلك لا يعفيه من تقديم النصيحة التي أصبحت ضرورية بالنسبة له و أيضا لاللتزام بتحذيره الذي يضمن للمستهلك عدم لإضرار بصحته خاصة مع تطور المنتوجات و تعقدتها مما يستدعي التمييز بينهما :

يعرف لاللتزام بالنصيحة أنه أكثر شدة من لاللتزام بالإعلام² بحيث يلتزم المتدخل بتقديم المعلومات للمستهلك مع اقتراحه للحل لأمثل الذي يوافق مصالح هذا الأخير فهو يتجاوز مجرد لإعلام البسيط و نكون بصدد تقديم المتدخل للنصيحة للمستهلك إذا انصب على منتوجات معقدة مثل الإعلام الآلي .

و عليه فإن الاللتزام بالنصيحة يتمحور حول أمرين :

نصيحة المستهلك من أجل حسن اختيارالمنتوج، و تقديم النصح من أجل تمكين المستهلك من للاستعمال لأمثل للمنتوج المقتنى، و في مقابل ذلك يقع على عاتق المستهلك إتباع النصائح المقدمة له ، و إلا عد مسؤولا عن المخاطر التي تلحقه .

كما يقع على عاتق المتدخل الاللتزام بالتحذير الذي يعد أكثر درجة من الاللتزام بالنصيحة لأنه يعتمد هذا الاللتزام للتأكيد على توجيه المستهلك و مساعدته على حسن اختيار المنتج و تحذيره حول الأخطار المرتبطة بالاستخدام أو حتى بمجرد حيازة المنتج في حالة عدم احترامه النصيحة المقدمة ، أو عدم إتباعه الطريقة المثلى للاستعمال³ . فيجد تطبيقا له في منتوجات التي تنطوي على خطورة قد تمس بصحة المستهلك .

و يشترط فيه أن يكون وافيا و كاملا يلفت إنتباه المستهلك إلى كافة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها و الوسائل الممكن استعمالها لتجنب هذه المخاطر ، و قد نصت صراحة على الاللتزام بالتحذير المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك .

¹ القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، ج ر عدد 15 ، مؤرخة في 08-03-2009

²Juris Classeur Concurrence , Information du consommateur , volume 02 fasc 845 , 2006 P 07

³Juris classeur , concurrence , consommation , tiquetage , volume 05 ,Fasc980 ,2007 ,P20

فمضمون الالتزام بالإعلام يتمثل في تقديم المعلومات التي تم المستهلك، ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل يمتد إلى تقديم النصيحة لتمكين المستهلك من اقتناء المنتج مع تحذيره من المخاطر التي ينجم عنها و هذا كله ينصب في مضمون تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك و اللذان يشكلان شكل من أشكال لإعلام الموضوعي¹.
و تجدر الإشارة إلى أن المشرع ألزم المتدخل بإعلام المستهلك و حدد ثلاثة أوجه لإعلامه وهي:

- 1- الإعلام بأسعار وشروط البيع
- 2- الإعلان حول خصائص الأساسية للمنتج
- 3- الإعلام عن حدود المتوقعة للمسؤولية و سنفصل في البحث فيها في الفروع الموالية

الفرع الثالث: دور الوسم في إعلام المستهلك

حدد المشرع في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش طرقا يتم بها إعلام المستهلك عن المنتوجات وهي واردة على سبيل المثال لا الحصر ، و من بين الطرق المعتمدة لإعلام المستهلك بالمنتج أو الخدمة نجد الوسم .
أولا: تعريف الوسم : يعتبر الوسم أحد طرق إعلام المستهلك بخصائص و عناصر المنتوجات و يعتبر هذا الأخير الوسيلة القانونية الأكثر شيوعا في أحكام حماية المستهلك و إعلامه و قد تعرض القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25-2-2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش في مادته 5/3 إلى تعريف الوسم ، و نشير كذلك إلى ما ورد في المرسوم التنفيذي رقم 90-367 الصادر في 10-11-1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها الذي عرف الوسم في المادة 3 منه ، كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30-01-1990 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش في مادته 7/2 منه².
فالوسم هو: " تلك البيانات الموضوعية على غلاف المنتج التي تعرف به و تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك بحيث يكون قادرا على قراءة هذه المعلومات بكل حرية و قادرا على إتباع الإرشادات المقدمة له لتمكينه من الاستعمال الصحيح للمنتج ، دون حاجة لأن يعود للمتدخل في كل مرة ، كما أن للوسم دور وصفي فيقدم للمستهلك وثيقة تحتوي كل المعلومات بصفة واضحة وسهلة الفهم و الاستيعاب³.

يفهم من نصوص المواد السابقة أن المشرع الجزائري وسع من مفهوم الوسم ليشمل جميع المعطيات و الوسائل القانونية للإعلام، و لعل الهدف من جعل الوسم كوسيلة لإعلام المستهلك، هو تمكين هذا الأخير من التعبير عن

¹ المشرع لم ينص صراحة على الالتزام بالنصيحة ولا على الالتزام بالتحذير ، إلا أنه يمكن إستخلاص مضمون الإلتزام بالإعلام النصيحة والتحذير كونهما يشكلان من أشكال الإعلام الموضوعي ، وعلى المشرع تدارك الأمر لما فيه من حماية للمستهلك والنص على هذين الإلتزامين في قانون المتعلق بحماية المستهلك

² المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 22-12-2005 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، ج ر العدد 5 ، الصادرة في 31 جانفي 1990 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001

³ Juris classeur, information du consommateur, op , cit , P 10

إرادته بشكل واعي و حر ، مما يستدعي أن تكون هذه البيانات الواردة في الوسم صحيحة و نزيهة ، وهذا ما أكد عليه المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات في مادته 10 والتي ألفت على عاتق المتدخلين عبء لإدلاء بالمعلومات الصحيحة.¹

ثانيا : شروط الوسم : حددت المادة 18 من القانون رقم 09-03 شروطا تتعلق بالوسم وتمثل في مايلي :

✓ **أن يكون الوسم مكتوب باللغة العربية :** أوجب المشرع أن يكون الوسم و بياناته المختلفة مكتوبا باللغة العربية فضلا عن كونها مرئية و سهلة القراءة و يتعذر محوها , ولم يستبعد إضافة لغة أجنبية أخرى في الوسم ولم يحددها لتدارك ما قد لا يفهمه المستهلك بلغة العربية شريطة أن تكون مفهومه لديه .

✓ **أن يكون الوسم وافيا كافيا :** يجب أن تكون المعلومات المقدمة كافية تجلب انتباه المستهلك لخصائص المنتج ، عناصره و أخطاره تعريفه بالإحتياجات اللازمة لتجنب حدوثها أو تدارك آثارها يفضي المتدخل بكل المعلومات و البيانات ،دون الإسهاب في عرض التفاصيل ،ولا ينبغي أن تصرف الاعتبارات التجارية .

✓ **أن يكون مفهوم و واضح :** يعني هذا الشرط أن تصاغ البيانات المعلومات في عبارات سهلة

تناسب

مع المستوى العلمي و المعرفي المفترض في الأشخاص الموجه إليهم المنتج بحيث يتحقق الأثر المرجو منه في الإرشاد و التحذير و التنبيه، و يجب الإبتعاد عن العبارات المعقدة والغامضة، ولا بد أن يستدل من عبارات التحذير الإشارة إلى الخطر ، و أنها ليست مجرد توصية بطريقة الحفظ أو الإستعمال .

✓ **أن يكون الوسم ظاهرا لصيقا بالمنتج :** يجب أن توضع المعلومات بصورة لصيقة بالمنتج لا تنفك

عنه بحيث يقع عين المستهلك عليها كلما أراد إستعماله ، بحيث أن تكون البيانات التحذيرية منفصلة عن البيانات الأخرى و تكتب بحجم أكبر لون مختلف .

ثالثا :مشمات الوسم : تنص المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش

على مايلي : " تحدد شروط و كفاءات تطبيق أحكام هذه المواد عن طريق التنظيم "" و قد أصدر المشرع الجزائري مجموعة من النصوص التنظيمية المتعلقة بوسم المنتوجات و تقتصر في هذا المقام على ذكر مشمات الوسم في بعض المنتوجات فقط :

• **مشمات وسم المنتوجات الغذائية :** بالرجوع إلى نص المادة 3/3 من القانون رقم 09-03

نجدها عرفت لنا المادة الغذائية : كما تم تعريفها في المادة 3 من المرسوم رقم 90-367 الصادر 10-12-1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22-12-2005 . وهو تقريبا نفس التعريف الوارد في القانون 09-03 السالف الذكر .

¹أنظر: أمازو لطيفة ، إلتزام البائع بتقديم المعلومات كالإلتزام تبعي بالتسليم، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية، كلية الحقوق بن عكنون : العدد 03 2009 ص97

ويطبق الوسم بالنسبة للمواد الغذائية حسب نص المادة 3 و 4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22-12-2005 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها على المواد الغذائية المعبئة و المواد الغذائية الغير معبئة ، و يتحقق إعلام بالنسبة للسلع الغذائية غير الجاهزة التعبئة عن طريق التعريف بها بواسطة تسمية خاصة تسجل على لافتة أو ما شابه ذلك؛ السلع الغذائية الجاهزة فيتم إعلام عن طريق بطاقة تكون ضمن التغليف ذاته إضافة إلى التسمية الخاصة .

- كما يتضمن الوسم الخاص بالمواد الغذائية مجموعة بيانات إجبارية نصت عليها المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90-376 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 11-12-2005 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها ، وكذلك إذا رجعنا إلى المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط و كفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك نجده عرف لنا الوسم¹ في المادة 15/3، كما بينت المادة 12 من نفس المرسوم التنفيذي البيانات الإلزامية للوسم و المتمثلة في : تسمية البيع للمادة الغذائية، قائمة المكونات الكمية الصافية المعبر عنها وفقا للنظام المتري الدولي ، تاريخ الإنتاج ، الشروط الخاصة بالحفظ والاستعمال ، طريقة الاستعمال و احتياطاتها البلد الأصلي أو بلد المنشأ .

نظرا لأهمية هذه المادة التي لها تأثير مباشر على صحة المستهلك يجب أن تكون بياناتها صادقة ، وخاصة تلك المتعلقة بتاريخ الصنع ، و مدة الصلاحية ، و المواد الداخلة في تركيبة المنتج² كما نصت المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المتعلق بتحديد شروط و كفاءات المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري على تبيين وجود مضافات غذائية ؛ أما إذا تعلق الأمر بمواد خطرة يجب أن يحتوي الوسم على تنبيهات التالية إشارة مادة خطرة ، إشارة يوضع بعيدا عن متناول الأطفال أو عبارة إشارة يحفظ في مكان بارد بعيدا عن الضوء و الشمس

● **مشمئتان وسم المنتجات المنزلية غير الغذائية :** نظمت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10-12-1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية الغير غذائية و عرضها ، كما حددت المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط و الكفاءات المتعلقة بإعلام المستهلك المنتجات غير الغذائية ، كما حددت المادة 38 من هذا المرسوم البيانات الإجبارية التي يجب أن يشتملها الوسم و هي :

تسمية البيع للمنتج، الكمية الصافية لهذا الأخير المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي ، البيانات الخاصة بالمتدخلين في سلسلة الاستهلاك ، تاريخ الإنتاج ، التاريخ الأقصى للاستعمال ، الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن، علامة المطابقة ، مكونات المنتج و شروط التخزين، بيان الإشارات و الرموز المبينة للإخطار ، و مثلما فعل المشرع الجزائري

¹ عرفت لنا المادة 3/15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الوسم الغذائي على أنه : " وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية ، قصد إعلام المستهلك"

² أنظر : شلي نبيل ، التزامات المهني اتجاه المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق : بن عكون ، 2009 ص 71

فيما يخص المنتجات الغذائية نجده أيضا في المنتجات المنزلية غير الغذائية قد عزز الإعلام الخاص بها بجملة من القرارات الوزارية منها القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24-3-1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الاستهلاك و شروطها و كفاءته ¹.

-وعليه لا يوجد إختلاف كبير بين البيانات الواجبة أن تتوفر في وسم المنتجات الغذائية عن تلك الواجبة في وسم المنتجات غير الغذائية طالما أن الهدف منها هو حماية المستهلك للحفاظ على صحته و سلامته ².

● **مشمولات وسم اللعب :** تطرقت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-494 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من المخاطر الناجمة عن استعمال اللعب ³ لتعريف اللعب أما المادة 6 من نفس المرسوم بينت البيانات الواجب توفرها في وسم اللعب و هي إجبارية ، كتسمية البيع ، و لإسم أو العنوان التجاري، طريقة الاستعمال و التحذيرات و بيانات لإحتياط الاستعمال مع ضرورة تحرير بيانات وسم مثل هذه المنتجات باللغة العربية أو لغة أخرى مكتملة لها طبقا للمادة 7 منه .

● **مشمولات وسم الخدمات :** أتى المرسوم التنفيذي رقم 13-378 بضمانة هامة متمثلة في تبينه لكيفية وسم الخدمات فلم يسبق وأن نصت المراسيم الملغاة على ذلك ، فأكدت المادة 52 من هذا المرسوم على أنه يقع وجوبا على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان ، بأي طريقة مناسبة بالخدمات المقدمة و التعريفات و حدود المسؤولية التعاقدية و الشروط الخاصة بتقديم الخدمة ، كما يقع على عاتقه لإدلاء بالبيانات المحددة في هذا المرسوم والتي نصت عليها المادة 55 من هذا المرسوم على أنها :إسم مقدم الخدمة و معلوماته الخاصة و عنوانه أو عنوان شركته و مقرها و عنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة ، رقم القيد في السجل التجاري أو في السجل الصناعة التقليدية و الحرف ، المعلومات المتعلقة بالرخصة ، تكاليف تقديم الخدمة ، مدة صلاحية العرض و سعره ، البنود المتعلقة بالضمان ، شروط فسخ العقد ، كما منعت المادة 56 من هذا المرسوم إعطاء المتدخل معلومات أو إشهار كاذب من شأنه إحداث لبس في ذهن المستهلك.

- أما عن بيانات وسم مواد التجميل و التنظيف البدني حددها المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المعدل و المتمم ⁴ من خلال المادة 10 منه ؛ أما عن وسم المواد الصيدلانية حددها المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 06 جويلية 1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية ¹ المستعملة

¹القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24-3-1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الاستهلاك و شروطها و كفاءته الجريدة الرسمية العدد 34 بتاريخ 27-5-1997 ص 85

²أنظر : جرعود الياقوت ، دور الإعلام في حماية المستهلك ، المرجع السابق 86 286 287

³المرسوم التنفيذي رقم 97-494 المؤرخ في 21-12-1997 المتعلق بالوقاية من المخاطر الناجمة عن إستعمال اللعب جريدة الرسمية رقم 85 المؤرخة في 24-12-1997 ص 12

⁴المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14-1-1997 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أفريل 2010 المتعلق بتحديد شروط و كفاءات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيها و استرادها و تسويقها في السوق الوطنية الجريدة الرسمية رقم 26 المؤرخة في 21-4-2010 ص 6

في الطب البشري في مادته 01 ، كما أكدت المادة 2 من ذات المرسوم على أن يكون هذا الإعلام مطابق للمواصفات المعتمدة لتسويق الأدوية و للأخلاق المهنية، ويشجع على الاستعمال الحسن للمنتوجات الصيدلانية ويكون مضمون و دقيق.²

رابعا: إعلام المستهلك في مجال الخدمات

يعتبر الالتزام بالإعلام في مجال الخدمات أكثر صعوبة من ناحية تقديره و تقديمه و على عكس الإعلام في مجال الخدمات ذات الطبيعة المادية ، فالخدمة أداء غير مادي يصعب ضمان إعلام مسبق عند درجة جودته ، فضمن في خدمة مطابقة لحاجات ورغبات المستهلك لا يمكن أن يقوم إلا على أساس اختصاص و جدية مقدم الخدمة نفسه وهو ما يفسر أن الإعلام المتعلق بالخدمات ينصب على مؤدي الخدمة نفسه، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ليصبح هو ذاته محل اعتبار شخصي.³ وقد عرف المشرع الجزائري الخدمة في المرسوم التنفيذي 90-39 هي "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له"

أما في القانون الجديد لحماية المستهلك و قمع الغش فقد عرف الخدمة من خلال نص المادة 3 منه و بالاستقراء المادة 19 منه تبدو نية المشرع واضحة في ضرورة إعلام المستهلك من طرف مقدم الخدمة إعلاما كافيا عن الخدمة من حيث جودتها كوضع الفهارس و جداول لبعض الخدمات إعلاما كافيا لاليس فيه ، ولا يسبب له ضررا ماديا أو معنويا ، فالخدمة هنا تشمل جميع النشاطات التي تقدم كأداء ما عدا عملية تسليم المنتج . ونستنتج من كل ما سبق أن للوسم دور في إعلام المستهلك يظهر من خلال :

✓ **الدور الإعلامي للوسم** : يتجلى دور الإعلامي في مقولة الأستاذ : "تكون حرا يعني تكون عالما" فالوسم يحقق العلم للمستهلك من خلال العناصر التي يتضمنها بأن يحتوي على كافة المعلومات اللازمة و الخاصة بالمنتج ، أو الخدمة مما يسمح للمستهلك بأن يتخذ قراره بشأن اقتناء المنتج ، أو عدم إقتناؤه بكل حرية.⁴

✓ **الدور الأمني للوسم** : يعتبر الوسم وسيلة يستعملها المتدخل للفت انتباه المستهلك للخطر الناجم عن استعمال المنتج، و يتميز عادة بشكله الواضح و كتابته بلون يختلف عن كتابة ولون الوسم الإعلامي، يستعمل فيه عبارات و رسوم تؤدي المعنى المقصود مثل "مضر بالصحة" "سم" "ممنوع تناوله"..... ونجدها خصوصا في المواد السامة وأكد على هذا الدور الأمني المشرع بموجب المادة 09 من القانون رقم 09-03 فالزم كل متدخل على

¹ المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 06-07-1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتوجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ، ج ر العدد 53 ، المؤرخة في 12-07-1992 _ 73

² المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 6-7-1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة ، ج ر رقم 53 المؤرخة في 12-7-1992 - ص 473

³ أنظر : محمد بودالي المرجع السابق ، ص 80

⁴ أنظر : جرعود الياقوت ، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود و المسؤولية ، كلية الحقوق بن عكنون ، جامعة الجزائر ، 2001 : 2002 ص 45

احترام إلزامية أمن المنتوجات في المادة 10/4 منه 0 وهذه البيانات من شأنها أن تمكن المستهلك من الانتفاع بالمنتوج دون عائق أو خطورة وفي إطار أمني أو وقائي¹.

✓ دور الوسم في الإعلام عن وجود علامة تجارية أصلية: يلاحظ أن المشرع من خلال المادتين 5/3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و المادة 7/2 من المرسوم التنفيذي 90-39 السالف الذكر على أنه أدرج في تعريف الوسم العلامة التجارية، بالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها، لكنها تلعب دورا هاما وفعالا في إعلام المستهلك عن المنتوج، إذ يساهم الوسم في إطار إعلام المستهلك في إظهار العلامة التجارية و التعريف بها، حيث تعمل على إصال صورة حقيقية للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد اقتناءها. وقد عرف المشرع الجزائري العلامة في المادة 2 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات ذلك أن العلامات التجارية تعتبر من أهم الوسائل التي تمكن المستهلك من التعرف على منتجات أو بضائع صانع أو تاجر بعينه دون غيره من الصناعات و التجار بما يضمن عدم تضليل جمهور المستهلكين و حمايته من التقليد في العلامات التجارية².

الالتزام بالإعلام عن طريق الإشهار: يعتبر الإشهار التجاري أهم وسيلة ترويجية يلجأ إليها المحترفين للوصول إلى جمهور المستهلكين بحيث يمكنهم من جمع المعلومات القادرة على توجيه اختيارهم نحو السلعة أو المنتج الذي يلائم احتياجاتهم.

لكن إذا خرج الإشهار عن إطاره المشروع تحول من أداة لإعلام المستهلك إلى أسرع طريق و أقله تكلفة من شأنها تضليل المستهلك متمثلة في الإشهار التضليلي³.

يعرف الإشهار على أنه: "كل رسالة موجهة للجمهور من أجل زيادة الطلب على المنتجات و الخدمات" ولقد عرف المشرع الجزائري الإشهار في نص المادة 3/3 رقم 02-04، و المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش⁴.

-وعليه نظرا لدور الإشهار التجاري في تأثير على إرادة المستهلك و حثه على التعاقد منع المشرع الصور التضليلية في هذه الممارسة التي توقع المستهلك في غلط يدفعه للتعاقد و ذلك حماية رضاه من خلال ردع الجانب الكاذب أو المضلل فيه، فمتى تعدى الإشهار إطاره القانوني نكون أمام إشهار كاذب أو إشهار مقارن

¹ أنظر: كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2004 2005 5 32 0

² أنظر: حاج بن علي، الوسم آلية قانونية لتفعيل المنافسة المشروعة، المرجع السابق، ص 7T6

³ يختلف الإشهار عن الوسم، فالوسم وسيلة إعلام إجبارية على عاتق المهني، في حين الإشهار التجاري وسيلة إعلام إختيارية يتخذها العون الإقتصادي بصفة إرادية لتعريف بمنتجاته، ولا يتميز بالموضوعية التي تتميز بها الوسم، ومع ذلك قد يصبح الوسم اشهارا إذا ظهرت البيانات المكتوبة مزايا المنتج و رغبت في شرائه، أنظر: سفيان بن قري، حدود مشروعية الإعلان التجاري، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك و المنافسة كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009 ص 04

⁴ أنظر: دنيا مباركة، الحماية القانونية لرضا مستهلكي السلع و الخدمات، مجلة طنحيس للقانون و الاقتصاد، العدد 3: 2003 ص 98

أو مضلل. طبقا المادة 12 من المرسوم التنفيذي 37-79 السالف الذكر ، وقد نصت المادة 41 من مشروع القانون المتعلق بالإشهار لسنة 1999 الذي لم يصادق عليه من طرف مجلس الأمة على تعريف الإشهار الكاذب و من جهة أخرى نصت المادة 43 من نفس المشروع على منع الإشهار الذي يحدث غموضا في ذهن المستهلك بخصوص طبيعة و طريقة الإنتاج و التركيبات الأساسية و مصدر أي مادة تكون موضوع إشهار .وعلى العموم فإن مصطلح الإشهار المضلل أوسع من الإشهار الكاذب فهو نشر معلومات خاطئة ، أما الإشهار المضلل فهو الذي يؤدي إلى تضليل المستهلك سواء باستعمال الكذب أو بدون استعماله ، أي الإشهار المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط و خداع فيما يتعلق بعناصر و أوصاف جوهرية للمنتج ، وقد حددت المادة 28 من القانون رقم 04-02 الحالات التي يعتبر فيها الإشهار تضليلا غير مشروع .¹

الفرع الرابع : لالتزام بالإعلام بالأسعار و شروط البيع

تطرق قانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، في مادته 4 الالتزام المتدخل بالإعلام عن الأسعار و شروط البيع ، و تكمن الغاية من الإعلام عن الأسعار في تمكين المستهلك من المقارنة بين مختلف لأسعار و اختياره للسعر الذي يناسبه ، كما أن الغاية من الإعلام عن الأسعار تتجسد في تحقيق شفافية الممارسات التجارية و تحقيق منافسة مشروعة طبقا لمبادئ حرية المنافسة فهذا الإعلام يحمي المستهلك من تعسف المتدخل .ومن خلال هذا الفرع سنتناول مضمون الالتزام بالإعلام بأسعار وطرق لإعلام عن أسعار السلع و الخدمات.

أولاً: مضمون الالتزام بأسعار : ما يلاحظ على المشرع الجزائري أنه أخرج الأحكام المتعلقة بالأسعار و إشهارها من النصوص المتعلقة بالمنافسة² بغرض إفرادها بنص خاص لأهميتها في تقرير حماية للمستهلك فصدر القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-06 الصادر في 15-08-2010 الذي نظم الإعلام بالأسعار في الفصل الأول "الإعلام بالأسعار و التعريفات و شروط البيع" وذلك في المواد

¹ أنظر : عادل قورة ، الحماية التشريعية للمستهلك في مصر ، ب المركز الإقليمي للبحوث و التوثيق في العلوم الاجتماعية أكاديمية البحث العلمي و التكنولوجيا ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية و الجنائية ، مصر ، ص 42

²نظم المشرع الجزائري الإشهار القانوني للأسعار لأول مرة في القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5-7-1989 المتعلق بالأسعار ، ج ر رقم 929 الصادرة في 19-7-1989 وذلك من خلال المادة 29 من الباب الرابع بعنوان "القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية" " وقد ألغي هذا القانون بموجب الأمر رقم 95-06 الصادر في 25 يناير 1995 : رقم 59 المؤرخة في 22-2-1995 المتعلق بالمنافسة وقد نص في مادته 54 إلى أن إشهار الأسعار إجباري ، وقد تم أيضا إلغاء هذا الأمر بموجب الأمر رقم 03-03 الصادر في 19-7-2003 : رقم 343 الصادرة في 20-7-2003 المتعلقة بالمنافسة .

وما يلاحظ على المشرع الجزائري استعماله لمصطلح الإشهار سابقا ثم إستبدله حاليا بمصطلح الإعلام وأن الإعلام بالأسعار هو إلتزام قانوني يقع على عاتق المهني ، فمن حق المستهلك قبل أن يقدم على اقتناء منتج أو خدمة و أن يعلم بالسعر أي بالمبلغ الإجمالي الذي يدفعه مقابل ذلك¹ . وقد فرق القانون رقم 02-04 في مادته 9² بين طرق إعلان عن الأسعار في العلاقات بين المحترفين أو متعاونين الاقتصاديين أنفسهم ، و بين طرق إعلان الأسعار بهدف إعلام المستهلكين . فإذا كان الإعلان عن الأسعار الخاص بالمحترفين يتم بواسطة جداول الأسعار أو النشرات أو دليل الأسعار، فإن إعلان الأسعار لفائدة المستهلكين يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات و بكل وسيلة يكون من شأنها أن تحقق الغرض من إعلام المستهلك. هذا إلى جانب أن المشرع قد ترك تحديد كفيات الأسعار و التعريفات المطبقة في بعض قطاعات النشاط إلى التنظيم و ذلك عن طريق إصدار مراسيم التنظيمية مثلما هو الحال مثلا في مجالات النقل و الخدمات الفندقية .

ثانيا : طرق الإعلام بأسعار السلع و الخدمات

حددت المادة 5 من القانون رقم 02-04 السالف الذكر طرق الإعلام بأسعار و التعريفات وهي وضع العلامات أو الوسم على النحو الذي سبق التطرق له، أو المعلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك وهذه الوسائل أو الطرق واردة على سبيل المثال فكان النص القانوني واسع من حيث تطبيقه.

1. العلامات : هي وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق و تمييزها عن بعضها وبهذا يتأتى له إجراء اختيار صائب ، وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في غلط، و هذا ما أكدت عليه المادة 2 من الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 06-03-2003 المتعلق بالعلامات³.

2. المعلقة : هي بطاقة تعلق ليتم من خلالها توضيح المنتوجات و الخدمات المعروضة في جداول ، و أسعار كل منها . كما وضع المشرع على عاتق المهني بموجب المادة 5 منها إعداد و وزن أو كيل السلع المعروضة للبيع أمام المشتري ، وفي حالة ما إذا كانت السلع مغلقة أو محدودة أو موزونة أو مكيّلة ، فيجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن⁴.

أما فيما يتعلق بطريقة كتابة السعر فقد ألزم المشرع أن تكون مرئية ، أي أن تكون مرئية و أن تكون واضحة تسهل قراءتها بشكل لا يحدث لبسا أو شكاً في سعرها بالنسبة للمستهلك⁵.

¹ أنظر : بحة موالك ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، المرجع السابق ، ص 30

² القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23-6-2004 المتعلق بالممارسات التجارية ، ج ر ، العدد 46 الصادرة في 18-8-2010

³ الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19-7-2003 المتعلق بالعلامات ، ج ر رقم 444 الصادرة في 23-7-2003

⁴ أنظر : محمد بودالي المرجع السابق ، ص 85

⁵ المادة 5 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

و تتدخل الدولة أحيانا في تحديد أسعار بعض السلع و الخدمات الخاصة التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد استشارة مجلس المنافسة منها الحبوب و الحضر الجافة ، حليب البقر الغاز و الكهرباء

3- تجسيد الإعلام بالسعر عن طريق الفاتورة: تناولها المشرع الجزائري في القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في الفصل الثاني "الفاتورة" في المادة 10 وما يليها. كما تناولها المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10-12-2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و سوف نتناول الفاتورة من حيث تعريفها و شروطها .

1. تعريف الفاتورة: لم يعرف المشرع الفاتورة لا بموجب القانون رقم 04-02 ولا بموجب النصوص التنظيمية المتعلقة بالفاتورة ، و إن كانت المادة 3 منه إعتبرت الفاتورة شكلا من أشكال لأشكال التي تحرر بها العقود في إطار الممارسات التجارية ، و عليه يمكن تعريف الفاتورة على أنها: " ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات تتمثل أساسا في سعر المنتج ، و قد تكون الفاتورة إلكترونية أي تحرر و ترسل عن طريق النقل الإلكتروني ، فيسمح بتبادل الفواتير بين الأشخاص عن بعد .¹

-تجدر الإشارة إلى أن المشرع من خلال المادة 3/10 من القانون رقم 04-02 والمرسوم التنفيذي رقم 05-468 في المادة 2 منه جعل التعامل بالفاتورة تخص نشاطات البيع دون أداء الخدمة ، وهذا سهو من المشرع في تحديد مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك ،بدليل أن قانون 99-01 المؤرخ في 16-01-1999 المتعلق بالفندقة على سبيل المثال ، قد فرض على الزبون (المستهلك) تسديد الفاتورات حيث نصت المادة 36 منه على أنه:"يلتزم الزبون بتسديد الفاتورات مقابل الخدمات التي قدمتها المؤسسة الفندقية". وهذا دليل قاطع على أن مجال التعامل بالفاتورة مع المستهلك يخص كذلك قطاع الخدمات .

2. شروط التعامل بالفاتورة: نظم المشرع شروط التعامل بالفاتورة بالمرسومين التنفيذيين رقم 95-305 وكذلك المرسوم التنفيذي رقم 05-468 وباستقراء هذه النصوص ، يجب أن تحتوي الفاتورة على بيانات متعلقة بالمشتري² و بيانات أخرى إلزامية منها أن تكون الفاتورة تحتوي على ختم و توقيع البائع إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني الذي يتم وفق كفاءات و اجراءات محددة بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالتجارة و المالية و بالموصلات السلكية و اللاسلكية³ مع ضرورة أن يذكر صراحة على هامش الفاتورة تكاليف النقل إذا لم تكن مفوترة على حدة أولا تشكل عنصرا من عناصر الوحدة . كما يجب أن تذكر الزيادات في السعر ، لاسيما الفوائد المستحقة عند البيع بالآجال و التكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع وأقساط التأمين ، فضلا على المبالغ

¹أنظر: سهام خامر : آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر يوسف بن خدة ، 2012 2013 ص 37

²المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10-12-2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم

الفاتورة الإجمالية وكفاءات ذلك ، ج ر عدد 80 ، الصادرة في 11-12-2005

³ المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المذكور أعلاه

المقبوضة على سبيل لإيداع وكذلك التكاليف المدفوعة لحساب الغير، و الفاتورة يجب أن تكون واضحة ولا تحتوي على أي شطب أو حشو.¹

- وعليه فإن الفاتورة تعتبر وسيلة لتنفيذ جانب من الالتزام بالإعلام عن أسعار المنتوجات ، ومن تم إثبات حق المستهلك في ذلك . فتكون الفاتورة وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية سواء للمهني أو المستهلك.²

ثالثا : الالتزام بالإعلام المستهلك بشروط البيع أو الخدمة

إضافة إلى إلتزام المهني بإعلام المستهلك بأسعار و التعريفات ، وضع المشرع على عاتقه بموجب المادة 8 من القانون رقم 04-02 التزاما آخر وهو الإعلام بشروط البيع . إلا أن مضمون هذه المادة لا يحدد لنا ولا يعرفنا بهذه الشروط ، وإن كان المشرع في نفس المادة يتكلم على ضرورة إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية ، حيث يمنح للمستهلك كل العناصر المقارنة التي تمكنه من إجراء اختيار صائب لما يعرض عليه من سلع و خدمات . وإن كان إعلام المستهلك بشروط أو عناصر الخدمة هو أكثر صعوبة من ناحية تقديمه ، ذلك أن الإعلام المتعلق بالخدمات ينصب على مؤدي الخدمة نفسه كما أشرنا سلفا ، مما جعل المشرع يتشدد في الشروط التي يفرضها في كل شخص مقدم الخدمة منه شروط الاعتبار الأخلاقي و التأهيل المهني وحتى الضمان المالي ، أو تطلبه لأهلية معينة .

المطلب الثاني : لالتزام العام بالسلامة

نشأ الالتزام بضمان سلامة المنتج ابتداء كإلتزام بضمان السلامة ولكنه سرعان ما إمتد ليصبح التزاما عاما بضمان سلامة المنتج ويتمتع الإلتزام بضمان سلامة المنتج بذاتية خاصة تشريعية ، كما يتمتع بذاتية موضوعية ويمكن جمع التزامات المتدخل في قانون حماية المستهلك و قمع الغش تحت التزام جامع هو "الالتزام بالضمان السلامة"¹ ولقد كان هذا لالتزام وليد الحاجة إلى توفير حماية لمقتني السلع و الخدمات نظرا لظهور أضرار لم تستوعبها النصوص السارية المفعول في وقت ما .

وتقتضي دراسة هذا الإلتزام الإمام بمجموعة من العناصر ، لذا سنقسم هذا المطلب إلى أربعة فروع ، نتناول مفهوم الإلتزام بالضمان {الفرع الأول} ، ثم نعرض بالبحث عن طبيعة الإلتزام بالسلامة {الفرع الثاني} أما {الفرع الثالث} نعالج من خلاله مضمون الإلتزام بالسلامة ، و في الختام سنتطرق إلى نطاق تطبيق الإلتزام بالسلامة {الفرع الرابع} .

الفرع الأول : مفهوم الإلتزام بالسلامة

¹ المادة 8 و 9 و 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف الذكر .

² أنظر : عبد المنعم موسى ، المرجع السابق ، ص 365

كان للإجتهد القضاء المدني الفرنسي الفضل في إنشاء لالتزام بالسلامة في بعض العقود ، فظهر بداية في عقد النقل في صورة إلتزام الناقل بضمان سلامة الراكب بموجب القرار الشهير لمحكمة النقض الفرنسية المؤرخ في 21 نوفمبر 1991

-وعليه فالالتزام بالسلامة هو: "التزام تبعي مفروض على مدين محترف، بعدم إلحاق أضرار بصحة أو سلامة الأشخاص. (مبدئيا الأضرار الجسمانية ولكن أيضا عند اللزوم الأضرار النفسية). بمعنى آخر : هو ممارسة المدين (الملتزم) سيطرة فعلية على كل العناصر التي يمكن أن تسبب ضرر للدائن المستفيد من السلعة أو الخدمة ، وهو إلتزام بتحقيق غاية و نتيجة وليس ببذل عناية¹. وحتى يقوم الالتزام بالسلامة لا بد من توافر شروط معينة : أولها وجود خطر يهدد سلامة المستهلك، و ثانيها أن يكون أمر الحفاظ على سلامة الجسدية لأحد الأطراف ملقى على عاتق أحد الطرفين ، وثالثها أن يكون المدين بالالتزام بالسلامة منتجا محترف².

إن الالتزام بالسلامة يمكن تأسيسه على نص المادة 107 من (ق م)) والهدف من هذا النص هو تأسيس المسؤولية المدنية للمتعاقد على لإخلال بالالتزامات أخرى تعتبر من مستلزمات العقد على رأسها لالتزام بالأمن و السلامة . كما نصت المادة 62 من القانون التجاري على إلتزام الناقل بضمان سلامة الراكب و أمنه ، و من هنا يظهر أن المشرع ضمن عقد النقل بالالتزام جديد هو الالتزام بالسلامة ، وتم تأكيد هذا الالتزام لأول مرة في القانون رقم 89-02 من خلال المادتين 2 و3 منه . وقد أسست هذه المادة الالتزام العام بالسلامة على عاتق المهني أو المنتج و أوجبت عليه أن يضمن في المنتوجات قواعد السلامة التي توفر للمستهلك ضمانات خاصة ضد كل خطورة أو عدم مطابقة هذه المنتوجات و التي يمكن أن تمس بصحة المستهلك أو تضر بمصالحه المادية ثم أكد ذلك حتى وإن لم ينص عليه صراحة من خلال نص المادة 140 مكرر ق م ج عندما أقر على أن المنتج يكون مسؤول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه اتجاه جميع الأشخاص ويقصد بالمنتوج المعيب هو: ذلك المنتج الذي لا يوفر السلامة اتجاه المستهلكين، أي الذي يخل فيه المنتج بالالتزام بالسلامة³. و قد تأكد موقف المشرع الجزائري باتخاذ الالتزام بالسلامة كإلتزام قانوني يقع على المنتج من خلال قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك ومع الغش و هو ما بينته المادة 09 منه .

الفرع الثاني: طبيعة لالتزام بالسلامة

لقد ثار جدل في الفقه و القضاء حول طبيعة الالتزام العام بالسلامة هل هو مجرد التزام ببذل عناية؟ أم هو إلتزام بتحقيق نتيجة ، ولهذا التفرقة من حيث الطبيعة أهمية بالغة في مجال إثبات اللزم لقيام المسؤولية .

¹ أنظر : مواقي بناني أحمد ، الإلتزام بضمان السلامة ، مجلة المفكر ، العدد العاشر، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، بدون سنة الطبع ، ص 415

² أنظر : محمد وحيد محمد علي، الإلتزام بضمان السلامة في بعض العقود ، دار النهضة العربية، القاهرة، ب ط ، 2001 08 01

³ أنظر : سهام المر : إلتزام المنتج بالسلامة ، دراسة مقارنة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق ، جامعة أبو بكر بالقائد، تلمسان 2008 09 21

1- الالتزام بالسلامة إلتزام ببذل عناية : إذا قلنا أن إلتزام المنتج هو إلتزام ببذل عناية يعني أنه لا يكفي المضرور أن يثبت حصول الضرر بفعل المنتج، بل عليه أن يقدم الدليل على خطأ المنتج المتمثل في عدم اتخاذ الإحتياطات اللازمة لعد الإضرار بالغير. و لهذا انتهت محكمة النقض الفرنسي في قرار وحيد لها إلى " أن البائع المحترف لا يلتزم فيما يتعلق بالأضرار التي يلحقها الشيء المبيع بالمشتري بتحقيق نتيجة"¹

2- الالتزام بالسلامة التزم بتحقيق نتيجة : إذ قلنا أن الالتزام بالسلامة هو التزم بتحقيق نتيجة هذا يؤدي إلى حصول المتضرر على التعويض في كل الحالات، فبمجرد إثبات أن الضرر حصل من جراء تدخل منتج أي أن عدم تنفيذ الالتزام بالسلامة يستنتج بمجرد وقوع الحادثة الضارة، ولا يمكن للمنتج عند إذن التخلص من مسؤوليته إلا بإثبات السبب الأجنبي.

وعلى هذا الأساس قضت محكمة Nanterre بمسؤولية منتج الدواء Coup - Fain الذي تسبب في إصابة سيدة بضغط الدم HTAP حيث حرصت أن المنتج لا يمكنه نفي المسؤولية إلا بإثبات السبب الأجنبي ، ومؤكدة أن لالتزام بالسلامة هو التزم بنتيجة .

غير أن الفقه أنتقد هذا الاتجاه لأن ذلك يؤدي إلى نتائج اقتصادية غاية في الخطورة، فالمنتجات المعاصرة تتسم بوجه عام بقدر من الخطورة و تتطلب الحيلة في استعمالها .

3- الالتزام بالسلامة التزم وسط بين الوسيلة والنتيجة

خلاصة القول أن الالتزام بضمان السلامة ليس التزم ببذل عناية، بل هو أكثر من ذلك، وليس هو التزم بتحقيق نتيجة فهو أقل.² فهو أكثر من الالتزام ببذل عناية، لأنه لا يتطلب إقامة الدليل على خطأ أو إهمال في جانب المنتج، فلا عبء بسلوك المنتج، وإنما بما ينطوي عليه المنتج من عيب.

كما أن هذا الالتزام أقل من الالتزام بتحقيق نتيجة، لأن إثبات الضرر وحده لا يكفي لحصول المستهلك على التعويض عما لحقه من ضرر جراء المنتج، بل عليه إقامة الدليل على وجود عيب تسبب في الضرر، وإثبات العيب ليس بالأمر الصعب خاصة وأن المادة 1386-3 عرفت العيب، كما أن الخبرة يمكنها النهوض بذلك .

و نحن نعتقد أن هذا المفهوم للالتزام بالسلامة يحقق مصلحة كل من المنتج والضحية فهو يوازن بين حرية المبادرة الفردية و تطوير الإنتاج، و بين الأمان و عدم المساس بسلامة الأشخاص و الأموال.³

الفرع الثالث: مضمون الالتزام العام بالسلامة

¹Casser 1^{er}, 16 mai 1984

²أنظر: جابر محبوب علي، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن العيوب المنتجات الصناعية المبيعة ، دراسة في القانون الكويتي و القانونين المصري و الفرنسي ، القسم الأول ، مجلة الحقوق الكويتية ، العدد 03 سبتمبر 1996 ص 278

³أنظر : قادة شهيدة ، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة) □ 1 ، دار الجامعة الجديدة، 2007 □ 205

لقد كرس المشرع مبدأ السلامة للمنتوجات و الخدمات من خلال قانون حماية المستهلك و قمع الغش حيث أفرد له :

- الفصل الأول بعنوان "إلزامية النظافة و النظافة الصحية للمواد الغذائية ، و سلامتها "
- الفصل الثاني يتمحور حول " إلزامية أمن المنتوجات " مما ينبغي التطرق لكل منها على حدى .

أولاً: إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية

نص المشرع على الالتزام بالسلامة في الفصل الأول بعنوان "إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية " فتتحقق سلامة المواد الغذائية بمراعاة المتدخل للخصائص التقنية لهذه الأخيرة التي تتغير من منتج إلى آخر، و عدم التوفر أو النقصان أو الزيادة في أحد خصائص هذه المنتوجات يؤدي إلى جعلها غير سليمة ، فأكدت المادة 4 من قانون 03-09 على ضرورة إحترام المتدخل لإلزامية سلامة المواد الغذائية و أن لاتضر بصحة المستهلك ، كما يمنع على المتدخل عدم احترامه لنسبة الملوثات و المضافات الغذائية المضافة لهذه المواد .

وقد نص المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المتعلق بتحديد شروط و كفاءات إستعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري في المادة 5 منه نص على ضرورة استغناء المضافات الغذائية للشروط التالية :

الحفاظ على القيمة الغذائية للمادة الغذائية و اعتبارها كمكون ضروري في الأغذية تحسين حفظ أو تثبيت المادة الغذائية أو خصائصها الذوقية العضوية استعمالها كمادة مساعدة في مرحلة للاستهلاك شرط ألا يكون استعمالها لإخفاء مفعول استعمال المادة الأولية ذات نوعية رديئة كما منعت المادة 5 من القانون رقم 03-09 وضع مواد غذائية للاستهلاك تحتوي على ملوثات بكمية غير مقبولة بالنظر إلى الصحة البشرية و الحيوانية ، و خاصة فيما يتعلق بالجانب السام مع ضرورة احترام المتدخل لشروط النظافة الصحية للمستهلكين و الأماكن و محلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين ، و وسائل نقل هذه المواد مع ضمانه عدم تعرضها للتلف¹.

ثانياً: إلزامية سلامة المواد الغذائية

تطرق لها المشرع في الفصل الأول بعنوان "..... سلامة المواد الغذائية" من القانون رقم 03-09 فلا تكتمل سلامة المادة الغذائية إلا بسلامة المواد المعدلة لملاستها ، ومع تطوير الوسائل المستعملة لحفظ هذه المنتوجات . حرص المشرع بموجب المادة 7 من قانون رقم 03-09 على ضرورة عدم احتواء أي مادة من غلاف أو آلات معدة لملاسة المواد الغذائية على اللوازم التي لا تؤدي إلى فسادها ، وأحال شروط و كفاءات استعمال المنتوجات

¹ المادة 06 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ر رقم 15 ، المؤرخة في 2009/3/8 ص 14

الموجهة لملازمة المواد الغذائية 8 وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم للتنظيم¹ 8 بموجب المادة 5 منه " يجب ألا تعد المواد المنصوص عليها في المادة 2 من المرسوم إلا بمكونات لا تنطوي على أي خطر بإصابة المستهلك في صحته "

وفي إطار المحافظة على صحة المستهلك لا يجوز وضع مواد سبق أن لامست منتجات أخرى غير غذائية موضع ملازمة لأغذية إلا بترخيص من الوزير المكلف بالتنوع .

ثالثا: إلزامية أمن المنتجات

خصص لها المشرع الفصل الثاني "إلزامية أمن المنتجات" و ضبطها بمعايير فأراد من ذلك حماية المستهلك بالدرجة الأولى ، بحيث جعله إلتزام يقع على عاتق كل متدخل ، وإحترامه لإلزامية أمن المنتجات ، مع اشتراطه عدم لإضرار بصحة المستهلك و ضرورة توفر هذه المنتجات بغية تفادي أي تلوث يصيب الأغذية .²

الموزعة للإستهلاك على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها والحفاظ على أمن ومصالح المستهلك³ فأخذ المشرع في المادة 9 من القانون رقم 03-09 بنفس معيار تقدير السلامة ، مستندا بذلك على المعيار الموضوعي ، أي الاستعمال المنطقي للمنتوج من قبل المستهلك⁴ و أمد نطاق حماية المستهلك في حالة الاستعمال الغير العادي للمنتوج و هذا يدخل ضمن الشروط الممكن توقعها من قبل المتدخلين⁵ فحددت المادة 10 من القانون رقم 03-09 معايير ينبغي على المتدخل إتباعها لتحقيق أمن المنتجات منها تركيبة المنتوج و تغليفه و شروط تجميعه و صيانتها تأثير المنتوج على المنتجات الأخرى عرض المنتوج و ووسمه و تبين إرشادات الاستعمال، و مخاطر استعمال المنتوج كما أكدت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات على ضرورة استجابة المنتوج للتعليمات التنظيمية المتعلقة بها في مجال أمن وصحة المستهلكين و حمايتهم خاصة من حيث مميزات السلعة ، شروط النظافة التي ينبغي أن تتوفر في أماكن الإنتاج و الأشخاص العاملين بها، مميزات و تدابير الأمن الأخرى المرتبطة بالخدمة و شروط وضعها في متناول المستهلك تدابير الملائمة لضمان مسار المنتوج .

- فالملاحظ أن المشرع حصر تطبيق الإلتزام بالسلامة على المنتجات الغذائية فقط ، ربما لتأثيرها المباشر على صحة المستهلك ، وهذا مالا نلمسه بالنسبة لإلزامية أمن المنتجات التي جعلها عامة تشمل كل المنتجات مهما

¹ المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 09-01-1991 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية و بمستحضرات تنظيف هذه المواد ، ج ر رقم 14 المؤرخة في 23-1-1991- ص 73

² المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المتعلق بالمواد المعدة لكي لا تلامس الأغذية بمستحضرات تنظيف هذه المواد ، ج ر رقم 4 المؤرخة في 23/1/1991 ص 73

³ أنظر المادة 09 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، السالف الذكر ، ص 414 15

⁴ أنظر : فونان كهينة ، الإفضاء بالصفة الخطيرة للمنتوج ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق ، جامعة البليدة العدد 2 : جانفي 2012 ص 230

⁵ Calais- Auloy j ean et steinmetez Frank , op,cit 287

كانت طبيعتها ، ولكنه حرص على مراقبة المتدخل عند تنفيذه لالتزامه بالسلامة في كل مراحل تدخله في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك¹ ورغبة من المشرع في حماية المستهلك أمد استفادته من الحماية حتى في حالة عدم تقيده بتعليمات المتدخل بشرط أن يستطيع هذا لأخير توقع شروط أخرى للاستعمال كونه يتفوق اقتصاديا على المستهلك طبقا للمادة 09 من القانون رقم 03-09 ، فيمكن استنتاج معيارين لضمان سلامة المستهلك وهما:

1- يجب أن يتناسب لالتزام بالسلامة مع ما يسعى إليه المستهلك ، بحيث ينبغي على المتدخل أن يتبع المعايير المحددة في القوانين و التنظيمات .

2- أن يتناسب لالتزام بالسلامة مع رغبات المشروعة للمستهلك و الاستعمال المشروع المنتظر للمنتجات .²

الفرع الرابع : نطاق تطبيق لالتزام بالسلامة

يعد الالتزام بضمان السلامة إلتزاما حديث النشأة ، و لمعرفة مجال تطبيق لالتزام العام بالسلامة لا بد من التطرق إلى نقطتين أساسيتين :

تطبيق لالتزام العام بالسلامة على الأشخاص (أولا)) وتطبيقه على السلع و الخدمات (ثانيا)

أولا : مجال تطبيق لالتزام بالسلامة بالنسبة للأشخاص

يتحدد نطاق لالتزام بضمان السلامة من حيث الأشخاص في الشخص الدائن بهذا لالتزام وهو المستهلك و الشخص المدين به وهو المتدخل .

1-الدائن بضمان السلامة في التشريع الجزائري: يستفيد من الالتزام بضمان سلامة حسب قانون حماية

المستهلك و قمع الغش المستهلك، و قد كان هذا المصطلح خلال العشريات الأخيرة موضوع إهتمام الفقه و القضاء و محاولة البحث عن الحماية الضرورية له، و بما أننا سبقنا وأن تطرقنا له سنكتفي بهذا القدر .

2- المدين بضمان السلامة في القانون الجزائري : يبرم المستهلك بمناسبة عمليات الاستهلاك عقود مع

المهني و الذي أطلق عليه المشرع تسمية المتدخل بإعتباره مقدم المنتج أو الخدمة ، وهو الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية وفي هذا الصدد نكتفي بذكر صور المتدخلين فقد عدت المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات بعض المتدخلين في عملية عرض المنتج للإستهلاك ، وهم المتدخلين الذين قصدتهم المادة 7/3 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش و ممثلين في مايلي :

✓ المنتج : هو كل من صنع منتوجا أو صناعا ، أو وسيطا أو حرفيا ، أو موردا أو غيره و إن صانع

المنتوج يعد متسببا لأصلي في عملية الإنتاج ، لذا تقع غالبية التزامات عليه كالتزام بالرقابة و الالتزام بالإعلام و متى تعدد المسؤولون كانوا متضامنين في التزامهم بالتعويض .

أنظر: كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 10

² أنظر: نوال شعبانى □ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة تيزي وزو ، 2012 ص 11

✓ **التاجر**: عرفته المادة 1 من القانون التجاري، و لقد حدد هذا الأخير مختلف الأعمال التجارية التي إذا مارسها بصفة معتادة و على سبيل الاحتراف و الاستقلال ، إكتسب صفة التاجر ، وهذا الوصف من آثار القانونية

✓ **-المستورد** : لم يقدم الأمر رقم 03-09 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات الاستيراد و التصدير تعريف المستورد ، و يمكن تعريفه على أنه: " كل شخص يتولى مباشرة عمليات جلب المنتوجات من خارج القطر على سبيل الاحتراف .

✓ **الموزع** : هو كل شخص يباشر على سبيل الاحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها ، أو صانعها أو مستوردها الأول إلى يد الباعة بالجملة أو نصف الجملة

✓ **الحرفي**: عرفته المادة 1/10 من الأمر رقم 96-01 المتعلق بالصناعات التقليدية و الحرف، وقد يكون القائم بالنشاط التقليدي شخصاً طبيعياً، أو شخص معنوي كتعاونية الصناعية التقليدية و الحرف أو مقاولة الصناعة التقليدية و الحرف طبقاً للمواد 13 إلى 21 من الأمر رقم 96-01 السالف الذكر.

✓ **الصانع**: ميز المشرع بين الصانع و المنتج ذلك أن الصانع يفترض فيه صناعة تحويلية لمادة أولية ، أما المنتج فقد يكون إنتاجه مادة أولية زراعية فالصانع هو شخص الذي ينجز بحكم حرفته أو صنعته أعمالاً متكررة تستوجب توفير معارف تقنية تتطابق و معطيات العلم

✓ **الوسيط**: لم يعرض المشرع الجزائري إلى تعريف الوسيط فيمكن تعريفه على أنه: " كل من يباشر على سبيل الاحتراف التوسط في تصريف منتوجات غيره ، إما على سبيل الوكالة ، أو سبيل السمسرة .¹

ثانيا : مجال التطبيق للالتزام بالسلامة من حيث الموضوع

تمثل المنتوجات - موضوع التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك ، فهو الذي يسبب ضرراً للمستهلك و يمس بسلامته المادية و المعنوية . ويأخذ مفهوم المنتج كل ما يقتنيه المستهلك من سلع و خدمات ، و يكتسي تعريفه أو تحديده أهمية بالغة لمعرفة المنتوجات الخاضعة لقانون حماية المستهلك ، وفي المقابل المنتوجات التي لا تخضع له كونها منظمة بقوانين خاصة .

1- المنتوجات الخاضعة لقانون حماية المستهلك

لقد عرفت المادة 3 من قانون حماية المستهلك المنتج: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً" و تعتبر المادة 2 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات أن المنتج هو : "كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة " .

¹ أنظر: علي فناك ، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج ، دار الفكر الجامعي ، الاسكندرية ، 2014 □ 366 368

كما عرفت المادة 2 من المرسوم رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش : " المنتج كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية

- وما يلاحظ أن المشرع من خلال المواد السابقة لم يميز بين المنتوجات الخطيرة و غير الخطيرة ، إذ يشمل التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك كل المنتوجات المعروضة للتداول في السوق مهما كانت طبيعتها (فقد عرف المنتج الخطير باعتباره كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون الذي عرفته المادة 3/12 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، والمادة 13/3 من قانون رقم 09-03 .¹

2- تقسيم المنتوجات إلى سلع و خدمات :

قسم المشرع الجزائري بموجب المادة 3 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المنتوجات إلى السلع و الخدمات

أ- السلع : تعرف المادة 3 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش السلعة بأنها : " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا " ، و يعرفها المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش الذي أطلق عليها تسمية البضاعة كمايلي : " البضاعة : كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ، و يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية "

و يمكن أن تكون جميع الأموال المنقولة محلا للاستهلاك إذا تم اقتنائها و استعمالها لغرض غير مهني مما يدل على اتساع نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع.

أنواع السلع : لم يحدد المشرع الجزائري أنواع السلع التي يلتزم المتدخل بضمان سلامتها و بالتالي ضمان سلامة المستهلك وهذا نظرا لكثرتها و اتساع مجالات الانتاج إلا أنه ذكر صور العملية الإنتاجية من خلال نص المادة 140 مكرر (ق م) التي عدت بعض منها : كالمنتوجات الزراعية و الصناعية ، و صناعة الغذائية ، و كذا منتوجات الصيد البري و البحري ، و تربية الحيوانات الخ .²

ب- الخدمة : يقصد بها كل مجهود يمكن أن يقوم بمقابل على أن لا يكون مال منقول ، و الخدمة قد تكون مادية كالفندقة و التنظيف ، أو مالية كالقرض ، تأمين ، أو فكرية كعلاج طبي ، إستشارة قانونية.

¹ كان المشرع يقر لالتزام بضمان السلامة في إطار المنتوجات الخطرة بطبيعتها ، التي تناولها المرسوم التنفيذي رقم 03-452 المتعلق بالشروط الخاصة بنقل المواد الخطرة عبر الطرقات ، حيث عرفت المادة 2 منه المادة الخطرة ، المرسوم التنفيذي سابق ، جريدة الرسمية ، عدد 75 ، صادرة 7 ديسمبر 2003 . بالإضافة إلى المنتوجات الخطرة بسبب عيب فيها والتي نصت عليها 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 الخاص بضمان المنتوجات و الخدمات مرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 متعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ج ر عدد 40 ، صادرة في 19 سبتمبر 2006

² أنظر المواد 3/10 من قانون حماية المستهلك ، والمادة 140 مكرر من القانون المدني ، وهذه الأخيرة أعطت بعض صور وليس كلها ، وذلك بإستعمال عبارة " لا سيما "

وقد قدم المشرع الجزائري تعريف للخدمة في قانون حماية المستهلك و قمع الغش من خلال المادة 3 منه : "الخدمة كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا: أو مدعما للخدمة المقدمة ". والمشرع استثنى عملية تسليم المنتج لأنها تعتبر من الإلتزامات التي تقع على عاتق البائع . ويشترط في الخدمة أن لا تمس مصلحة المستهلك المادية ، كأن لا تنسب خدمة التصليح مثلا لإنفجار جهاز المصلح و الإضرار بممتلكات المستهلك أو جسمه ، و أن لا تلحق به ضررا معنويا ، كعدم استجابتها وللغاية التي ينتظرها منها . و المشرع خص بالذكر في قانون حماية المستهلك و قمع الغش خدمتين هما : خدمة القرض الاستهلاكي والتي تناولها المشرع من خلال المادة 1/20 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش 6 لخدمة ما بعد البيع التي ستكون موضوع الدراسة عند معرض الحديث عن الضمان .

إذا كان مفهوم المنتج ينطبق على أكثر من المنتوجات ، إلا أن المشرع استبعد بعض المنتوجات من الحماية لكونها منظمة بقوانين خاصة ، و نظرا لخطورتها أو لتعقدها وبالتالي مساس بالمستهلك أو لتفرد نظامها القانوني عن المنتجات الأخرى ، ومن أهم هذه المنتوجات نذكر الأسلحة و المواد المتفجرة و المواد السامة و المخدرة و يبقى قانون حماية المستهلك الشريعة العامة يقوم بضمان لالتزام بالسلامة في مجالات معينة .

المطلب الثالث : الإلتزام بمطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية و القياسية

تشكل جودة المنتوجات حافزا مهما على إقبال المستهلك عليها لطمأنته حول طبيعتها فهذا تكون مطابقة لرغباته المشروعة و للمواصفات القانونية و للمقاييس المعتمدة . ويكون الغرض من وضع قواعد معينة لتجهيز و تسليم المنتج الوصول إلى إرضاء المستهلك فيحقق الهدف المنتظر منها .

-وعليه سيتم تقسيم هذا المطلب إلى أربعة فروع نتناول الإلتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية {الفرع الأول} الذي يعتبر من أهم الإلتزامات التي تقع على عاتق المتدخل إلى جانب الإلتزام بتقديم الضمان ، ثم نتطرق إلى الإلتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية {الفرع الثاني} بإعتبارها وسيلة هامة تحدد خصائص معينة لحماية صحة و أمن المستهلكين ، ولا بد من تحديد الهيئات المكلفة بالقيام بالتقييس {الفرع الثالث} ، وفي الختام نتطرق إلى إجراءات تقييم المطابقة {الفرع الرابع} .

الفرع الأول : الإلتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية

قد ينصرف التفكير حول مطابقة المنتوجات مطابقتها للمواصفات القانونية و المقاييس التنظيمية فحسب بل للمطابقة مفهوم أوسع هو المطابقة لرغبات المشروعة للمستهلك ، لذا يتعين تحديد مفهومها .¹

¹تختلف المطابقة في مجال حماية المستهلك عن تلك الموجودة في القانون المدني 364 (ق م) اختلافا جوهريا ، حيث تتميز المطابقة في القانون المدني في كونها مقتصرة على الإطار التعاقدية وهي تتضمن تقديم مبيع مطابق للمواصفات المحددة في العقد، أما المطابقة بموجب قواعد الاستهلاك فتتضمن مواصفات تحددها القوانين و اللوائح الفنية و التنظيمية .

- المطابقة المنتوج للطلبات المشروعة للمستهلك : يعطي المشرع للمطابقة مفهوما واسعا هو مطابقة المنتوجات لطلبات المشروعة للمستهلك ، كما حدده المشرع في نص المادة 11 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش على أنه : " يجب أن يلبي كل منتج معروض للإستهلاك ، الرغبات المشروعة للمستهلك... " ويتم تقدير هذه الرغبات المشروعة للمستهلك بالنظر إلى المعطيات التي ذكرتها المادة 11 في فقرتها 1 و2 من القانون رقم 03-09 وهي طبيعة المنتج ، صنفه و منشئه، مميزاته الأساسية ، هويته و كمياته قابليته للاستعمال. فالرغبة المشروعة للمستهلك أمر ذاتي يختلف من مستهلك لأخر وهي خاصة به فقد يبحث المستهلك على المطابقة الكمية، وقد تكون مطابقة وصفية أو وظيفية¹. فالحماية المستهلك يستدعي الأمر أن يكون المنتج مطابقا لطلبات المشروعة للمستهلك و للإستعمال المنتظر منه مع ضرورة إجراء المتدخل لرقابة ذاتية سابقة على عرض المنتج للاستهلاك لوقاية و حماية مصالح المستهلك مع احترام المقاييس و المعايير القانونية المعمول بها .

أما المطابقة بمفهومها الضيق فتتصرف إلى مطابقة المنتج أو الخدمة للمواصفات و اللوائح التنظيمية أي : المواصفات القانونية و القياسية المعتمدة .

أولا : تعريف الالتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية :

عرف المشرع الجزائري المواصفة من خلال المادة 3/2 من القانون رقم 04-04-04 ولتعرف على الالتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية سنتطرق إلى تعريف كل من المواصفات القانونية و نظامها القانوني .
يعتبر التزام المطابقة للمواصفات القانونية من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل ونعني بالمطابقة : " استجابة منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية و للمتطلبات الصحية و البيئية و الأمن الخاصة به " و يجب أن تتوافر المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة ، وقد نص المشرع على هذا الالتزام في نص المادة 1/10 و المادة 1/11 من القانون رقم 04-04 ، كما يجب أن تحدد المواصفات القانونية وصفا لطريقة استعمال المنتج ، وكذا الظروف الواجب توافرها أثناء استعماله و خطوات التركيب و صيانة المنتج .

فالمواصفات القانونية : "هي مجموعة الخصائص و المميزات التي يجب على المتدخل احترامها في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة طوال فترة لإنتاج في الاستهلاك"². و تطبيقا لذلك فقد تم إصدار القانون المتعلق بالتقييس وكذا القانون المتعلق بالنظام القانوني للقياس ، حيث يمثلان بشكل عام النشاط التقييسي في الجزائر³.

الفرع الثاني : الالتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية

أولا - تعريف المقاييس : على أنها وثائق التي تبين خصائص المنتج أو الخدمة هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتوجات و الخدمات ، وقد عرف التقييس في المادة 1/2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس

¹ أنظر : محمد بودالي - حماية المستهلك في القانون المقارن 4 المرجع السابق ، ص 283 284

² أنظر : زوبير أرزقي ، المرجع السابق ، ص 139

³ قانون رقم 90-18 المؤرخ في 31 جويلية 1990 المتعلق بالنظام الوطني للقياس ، ج ر عدد 35 الصادرة في 13 أوت 1990 .

وتعتبر فورتو و ميهيلون المقياس كوسيلة لأمن المستهلكين ، فالمقياس أو المعايير تحدد خصائص معينة لحماية صحة و أمن المستهلكين .

أما **المواصفات القياسية** فنقصد بها : "الخصائص التقنية أو وثيقة قانونية متاحة للجميع تم إعدادها بتعاون الأطراف المعنية: وباتفاق منها وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم : و التكنولوجيا و الخبرة تهدف إلى توفير المصلحة العليا لأمة، يكون مصادقا عليها من طرف هيئة معترف بها ¹.

وقد حددت أهداف التقييم من خلال المادة 3 منه . و على العموم يهدف التقييم بوجه عام للبحث عن مطابقة المنتج من وجه مباشر غير أنه يهدف بطريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة ، ذلك أن السلامة تعتبر مظهر من مظاهر المطابقة ويتوقف احترام المقاييس على مدى خضوعها للرقابة المستمرة من قبل الهيئات المكلفة براقبة الجودة و النوعية و قمع الغش

ثانيا : أنواع المواصفات القياسية

عرفت المادة 3/2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييم المواصفة على أنها: " وثيقة غير إلزامية توافق عليها هيئة تقيس معترف بها ، تقدم من أجل لإستخدام العام المتكرر للقواعد و لإشارات أو الخصائص المتضمنة الشروط في مجال التغليف و السمات المميزة أو اللصقات أو عملية أو طريقة إنتاج معينة "

فالتقييم ينقسم بدوره إلى التقييم الوطني المتجسد في المواصفات الوطنية ، كما يوجد التقييم الخاص المتجسد في تلك المواصفات المؤسساتية :

1 - المواصفات الوطنية : تقوم الهيئة الوطنية للتقييم ممثلة في "المعهد الجزائري للتقييم" بمهمة إعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية المصادق عليها و مواصفات المسجلة ².

الموصفات المصادق عليها : هي مواصفات ملزمة التطبيق تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقييم ، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع و الموافقة عليه و تتولى الهيئة تبليغه إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييم و يشير قرار المصادقة على مقياس المعتمد في الجريدة الرسمية .

المواصفات المسجلة : هي التي تكون اختيارية التطبيق يتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييم بعد أخذ رأي اللجان التقنية الوطنية فتدون فيها مقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي و يذكر رقم التسجيل ، تاريخه ، بيان المقاييس تسميته ¹.

¹أنظر : علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 28

² أنظر :المواد 12-13 من القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23-06-2004 ، المتعلق بالتقييم، ج ر رقم 41 المؤرخة 2004-06-27

2-الموصفات المؤسسة : يتم إعدادها بمبادرة من المؤسسة المعنية بالنظر إلى خصائصها الذاتية، تختص هذه المؤسسة بكل المواضيع التي ليست محل مواصفات جزائية، فهي توجه خصوصاً للمنتوج، إجراءات الصنع، الآلات المستعملة، وتوضع و تنشر بمبادرة من مديرية المؤسسة، مراعية بذلك القوانين المتعلقة بالتقييس. ولا يجوز أن تكون مواصفات المؤسسة مناقضة لخصائص المواصفات الوطنية، ويجب أن تبلغ هذه المواصفات إلى المعهد الجزائري للتقييس، ويمكن للموصفات المؤسسة أن تكون محل مواصفات مصادق عليها أي تعتمد كأنها مقاييس وطنية.²

ثالثاً: مراجعة المقاييس و إلغائها : يمكن إدخال تغييرات أو تحسينات أو إضافات أو إلغاء المقاييس الوطنية وهو ما نصت عليه المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره³ فمن حق المعهد الجزائري للتقييس القيام بهذه المراجعة، كما يمكن خلال 05 سنوات المنصوص عليها في المادة 19 من المرسوم سالف الذكر⁴، لكل طرف يهيمه الأمر المبادرة بطلب الفحص لدى المعهد الجزائري للتقييس.

الفرع الثالث : الهيئات المكلفة بالقيام بالتقييس

بالرجوع إلى المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره، نجد أنها حددت لنا الأجهزة المكلفة بالتقييس والتي تتمثل فيما يلي :

1-المجلس الوطني للتقييس :نصت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 السالف الذكر على أن هذا المجلس ينشأ من أجل الإستشارة - و تقديم النصح في ميدان التقييس مع اقتراح السياسة الوطنية للتقييس ويعمل على تقييم المطابقة، فهو جهاز مركزي و تقني و فني حددت المادة 03 من المرسوم السابق صلاحياته.⁵

2-المعهد الجزائري للتقييس : نصت المادة 7 من المرسوم السابق على أنه يقوم بالسهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات، و السهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس و ضمان توزيع المعلومات المتعلقة بالتقييس، كما أكدت المادة 7 من نفس المرسوم على أن للمعهد مهمة إعداد المواصفات الجزائرية و نشرها و توزيعها تطبيق الاتفاقيات و المعاهدات الدولية في مجال التقييس التي تكون الجزائر طرفاً فيها، فالمعهد الجزائري للتقييس يقوم بأدوار هامة من شأنها تنشيط و مراقبة مقاييس ومواصفات المنتوجات مما يؤدي إلى حماية المستهلك من المنتوجات الوطنية و الأجنبية التي لا تخترم المقاييس الوطنية .

¹أنظر :كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 46

²أنظر : جمال عياش قراءة التقييس في ظل القانون الجزائري، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول الحماية القانونية للمستهلك، جامعة المدية، يومي 16 و 17 ماي 2012 ص 05

³أنظر : جمال عياش المرجع السابق 02 05

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06-12-2005، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج ر رقم 80 المؤرخة في 11-12-2005

⁵أنظر :بودهان موسى، النظام القانوني للتقييس، دار الهدى، الجزائر، 2011 64 75

3- اللجان التقنية الوطنية : نصت عليها المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 كما حددت المادة من المرسوم السابق مهام هذه اللجان أهمها :

إعداد مشاريع برامج التقييس و إعداد مشاريع المواصفات ، و كذا تبليغ مشاريع المواصفات إلى المعهد الجزائري للتقييس قصد إخضاعها للتحقيق العمومي .

كما حدد المقرر المؤرخ في 18 جويلية 2007 المتضمن إنشاء لجان تقنية وطنية مكلفة بأشغال التقييس الذي أكد على إنشاء لجان تقنية وطنية مكلفة بالتقييس وهي أنظمة التسيير ، التبريد و التكييف ، أنظمة الصناعية و التكامل التجهيزات المنزلية ، الطاقة .

4- الهيئات ذات النشاطات القياسية : عرفتها المادة 2/9 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس على أنها : "هيئة تتولى نشاطات معترف بها في ميدان التقييس" فهي كيان يثبت كفاءته التقنية لتنشيط الأشغال في ميدان التقييس، ومن اختصاصات هذه الهيئات ، أنها تعد المواصفات القطاعية و تبلغها إلى المعهد الجزائري للتقييس و تسهر على توزيعها على الجهات المعنية .¹

وتجدر الإشارة إلى أنه توجد هيئات مركزية تباشر اختصاصها في مجال التقييس ، مثل وزارة الصناعة و المساهمة في تطوير الإستثمار ، وزارة التجارة ، وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، وزارة المالية ، وزارة السياحة وغيرها

الفرع الرابع : اجراءات تقييم المطابقة

للتأكد من قيام المتدخل بتنفيذ التزامه بمطابقة المنتج للمواصفات المعتمدة و اللوائح الفنية ينبغي القيام بإجراءات تقييم المطابقة و هذه الاجراءات هي وثائق ذات طابع تقييسي .

أولا : كيفية إجراء تقييم المطابقة : عرفت المادة 6/2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس هذا الإجراء⁴ حيث تتولى اللجان التقنية الوطنية مهمة إجراء تقييم المطابقة من أجل تطبيق المواصفات ، كما يتم إعداد اجراءات تقييم المطابقة من طرف القطاعات المبادرة⁴ ويتم تأسيس اجراءات تقييم المطابقة على المواصفات الدولية أو اللوائح الفنية المعادلة لها التي تكون قد صدرت عن دولة العضو في المعاهدة تكون الجزائر طرف فيها ، وتخضع كل إجراءات تقييم المطابقة الغير المؤسسة على دليل أو مواصفات دولية إلى تحقيق العمومي الذي يكون في فترة وعند القيام بتقييم المطابقة ، لا يجب أن يكون البحث عن ضمان كافي لمطابقة المنتوجات للوائح الفنية أو المواصفات الوطنية سببا للمبالغة في إجراء تقييم المطابقة فتهدف اجراءات التقييم إلى إثبات المتطلبات الخصوصية للمنتوجات أو نظام أو أشخاص ، أو هيئات تم احترامها وهي موافقة للمقاييس المعتمدة ، مما يسمح بوضع حد لغش المتدخلين ويلزمهم بالتقيد بهذه المواصفات بغية الحفاظ على مصالح المستهلك.

ثانيا : الآثار المترتبة على اجراءات تقييم المطابقة :

¹ أنظر المواد 11-12-13 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06-12-2005 - المتعلق بتنظيم التقييس و سيره ،، جريدة الرسمية رقم 80 المؤرخة في 11-12-2005 _ 05

يترتب على تقييم المطابقة للإشهاد عليها ، وقد عرفت المادة 10/2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييم فالشهادة المطابقة تعد بمثابة تأهيل للمنتوجات مهما كانت طبيعتها ، وتعتبر المرحلة الأخيرة التي تقوم بها الهيئة المكلفة بمراقبة تطبيق و احترام المقاييس المعتمدة ، وفي حالة تأكدها من إحترام هذه المواصفات يتم الإشهاد عليها بمطابقة المنتج للمواصفات المعتمدة .¹ فيرمي الإشهاد على المطابقة لإثبات جودة المواد المنتجة ومدى مطابقتها للمقاييس المعتمدة و للموصفات القانونية و التنظيمية ، وهذا ما أكد عليه المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 المتعلق بتقييم المطابقة² في مادته 2/3 ، كما حددت المادة 8 من هذا المرسوم التنفيذي الحالات التي تخضع لإشهاد فصت على أن الإشهاد على المطابقة يشمل : الإشهاد على المطابقة الخاص بالأشخاص و هو الذي يشهد فيه بالكفاءة محددة مسبقا ، وعلى النظام الذي يخص تسيير الجودة ، تسيير السلامة الغذائية ، كما لا يقتصر الإشهاد على مطابقة المنتوجات المنتجة محليا فقط بل يتعداه إلى الإشهاد على المنتوجات المستوردة

1 المنتوجات المحلية: يتم تحديد مواصفات المنتوجات في مجال الجودة بإجراء تحاليل الجودة و مراقبة مدى مطابقة المنتوجات عن طريق الاستعانة بوسائل مادية ملائمة و بالوسائل البشري المتخصصة و المؤهلة و كل هذا قبل عرضها للاستهلاك فيتم ذلك في مخابر التحاليل المعتمدة ، وشبكة مخابر التحاليل ليصدر في الأخير شهادة المطابقة التي تكون إلزامية³ فيختص المعهد الجزائري للتقييم لوحده بتسليم شهادات المطابقة الإلزامية للمنتوجات المصنعة محليا ، مع الترخيص بوضع علامة المطابقة الوطنية طبقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المتعلق بتقييم المطابقة .⁴

2 التوجات المستوردة : ألزم المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المتعلق بتقييم المطابقة ، المتدخل على ضرورة الخضوع لإجراءات تقييم المطابقة طبقا للمادة 13 منه كونه يحمل صفة المستورد هنا ، وقد أكدت على ذلك المادة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المحددة لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود و كفاءات ذلك حيث فرض القانون على المستورد أن يضع مواصفات المنتج في دفتر شروط أو في طلبية ، وأن يقوم بإجراء تحاليل الجودة و مراقبة مطابقة المواد المستوردة ، وهذا قبل دخولها وعرضها للاستهلاك

¹ أنظر: زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 141

² المادة 1/3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 06-12-2005، المتعلق بتقييم المطابقة، جريدة رسمية رقم 80 المؤرخة في 11-12-2005 10

³ أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق : ص 28

⁴ المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المتعلق بالمطابقة، "المعهد الجزائري للتقييم هو المخول الوحيد لتسليم شهادات المطابقة الإلزامية للمنتوجات المصنعة محليا التي ترخص وضع علامة المطابقة الوطنية...." ج ر رقم 80 ص 11

وبعد التحقق من مطابقة هذه المنتوجات يتم منحها العلامة الدالة على مطابقتها للمقاييس و المواصفات الجزائية وهي علامة (ت ج) معناها منتج جزائري وهذا طبقا للمادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05 - 465 المتعلق بتقييم المطابقة.¹

إذن: للوصول إلى تحقيق جودة المنتوجات يتم ذلك بمطابقة هذه الأخيرة للمقاييس و النصوص المقررة قانونا الذي يعد أداة لحماية المستهلك ، وهذا ما يجسد المفهوم الضيق للمطابقة .

المطلب الرابع : لالتزام بالضمان

وضع القانون حماية خاصة للمستهلك أثناء مرحلة تنفيذ العقد ، فالأصل أن عقد البيع من العقود الفورية فالمتدخل لا يلتزم بتقديم خدمات تالية على بيع للمستهلك .إلا أن قانون حماية المستهلك شكل استثناء على مبدأ فورية عقد البيع ، حيث أشار في المواد من 13 إلى 16 من القانون رقم 09-03 إلى مد أثار البيع و تراخي أعباءها على عاتق المتدخل لفترة تمتد بعد عملية بيع المنتج و تسليمه ، فإذا ظهر عيب في المنتج أو خدمة ، وكان يؤثر في قيمته أو نفعه فهذا يؤدي تطبيق الضمان القانوني .²

ومن خلال هذا المطلب سنعرج بالبحث عن أنواع هذا الضمان من خلال التطرق إلى الضمان القانوني {الفرع الأول} ، لنتناول بعدها الضمان الإتفاقي في {الفرع الثاني} ، ولالإلمام بمهدين الضمانين لا بد من معرفة أساس إلزامية الضمان {الفرع الثالث} ، وفي الختام نتناول طبيعة الإلتزام بالضمان {الفرع الرابع} .

الفرع الأول : الضمان القانوني

الضمان: هو التزام يتعهد فيه المخترف بسلامة المنتج الذي يقدمه من غير عيب فيه يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه و يسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج و الضمان هو حق من حقوق المستهلك يتم دون مصاريف إضافية و كل شرط مخالف لذلك يكون باطلا بطلانا مطلقا .
- وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري نظم أحكام ضمان العيوب الخفية في المواد 379-386 من القانون المدني، وفي هذا الصدد سنشير إلى أحكام الضمان في القواعد العامة بشكل مختصر، في حين سنفصل في أحكام الضمان في قانون حماية المستهلك .

أولا : قواعد الضمان في القانون المدني

نظرا للأهمية البالغة التي يكتسبها عقد البيع في المعاملات اليومية للأشخاص، فقد نظم المشرع الجزائري أحكامه بالتفصيل في المواد 351 إلى 421 ق م ج، وقد نص على أحكام ضمان العيوب الخفية في المواد من

¹لمزيد من المعلومات راجع: ناصر فتيحة ، مراقبة المطابقة للمنتوجات المستوردة ، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية ، كلية

الحقوق بن عكنون ، العدد 01 جوان 2012 ص 289-280

²أنظر : أمال جليل تأثير قانون حماية المستهلك على عقد البيع ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن ، كلية الحقوق

و العلوم السياسية ، جامعة وهران 2011 2012 ص 114

379 إلى 386 ق م ج. ولكن قبل التطرق لذلك يجب تعريف العيب، فهو " نقص خلا عنه أصل الفطرة السليمة"¹. أو هو " الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع، أو هو النقيصة التي يقتضي العرف سلامة البيع منها غالباً". أما المشرع فقد وضع عدة معايير في المادة 379 ق م ج لإعتبار العيب خفياً. و حتى يمكن للمتضرر من عيب المنتج أن يعود على المنتج (البائع) على أساس دعوى ضمان العيوب الخفية يجب أن تتوافر الشروط التالية:

- ✓ أن يكون العيب موجود وقت تسليم المبيع، أو ما يعبر عنه بقديم العيب.
- ✓ أن ينقص العيب من قيمة المبيع أو من نفعه أي يكون مؤثراً. و يؤول تقدير ذلك لقاضي الموضوع.
- ✓ أن يكون العيب خفياً، فلا يضمن المنتج (البائع) العيب الظاهر و يكون العيب خفياً حسب نص المادة 2/379 إذا لم يكن باستطاعة المشتري أن يستبينه وقت البيع، إذا فحص المبيع بعناية الرجل العادي أو أكد له المنتج خلو المبيع منها أو أخفاها غشا و في الحالتين الأخيرتين لا يمكن للمنتج أن يتخلص من الضمان . و حتى يستفيد المشتري من الضمان يجب عليه أن يبادر إلى فحص المبيع ومعاينته بعد تسليمه إما بنفسه أو بواسطة خبير فإذا ظهر له العيب و جب عليه أن يخطر البائع في أجل معقول حسب المألوف في التعامل، فإذا لم يتم بالإخطار أعتبر قابلاً بالشيء المبيع بعيبه، و يجوز أن يكون الإخطار شفاهة أو برسالة مضممة الوصول، ويقع على المشتري عبء إثبات ذلك. و يجب على المشتري أن يرفع الدعوى خلال أجل سنة من وقت التسليم الحقيقي للمبيع إلا إذا ثبت للمشتري أن البائع أخفى العيب غشا عنه، فتكون مدة التقادم 15 سنة من وقت البيع. أو في حالة الإتفاق على زيادة مدة الضمان.²

ثانياً : الضمان المقرر في قانون حماية المستهلك

نص المشرع على إلزامية الضمان و الخدمة مابعد البيع في الفصل الرابع من المادة 13 إلى 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و عرفت المادة 02 منه الضمان ، كما نظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 ديسمبر 1990 و المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات.³ بالرجوع إلى المادة 22 منه نجدها قد كفلت للمستهلك الضمان القانوني .

1- تعريف الضمان القانوني: عرفت المادة 2/3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الضمان القانوني على أنه: "الضمان المنصوص عليه في النصوص التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالآثار القانونية المترتبة على تسليم سلعة أو خدمة غير مطابقة لعقد البيع " وجعله من النظام العام .

¹ أنظر : عبد العزيز خليفة القصار: خيار العيب و تطبيقاته المعاصرة. مجلة الحقوق الكويتية . عدد 4. سنة 1996.ص 17

² أحمد معاشو ، المسؤولية عن تعويض الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة ، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، مديرية التدريب الدفعة ثامنة عشر ، 2007 2012 ص 20

³ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 10-09-1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، ج ر رقم 40 ، الصادرة في 19 سبتمبر 1990

2- موضوع الضمان : يختلف السبب الموجب للضمان المكرس في المادة 13 و المادة 03 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضممان المنتجات و الخدمات - عن سبب الموجب للضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني فالأول يتحقق بمجرد حصول أي خلل في المبيع يجعله غير صالح للاستعمال و حتى و لو لم يوجد فيه عيب أما الثاني يتحقق بمجرد اكتشاف عيب حتى و لو كان المبيع صالحا للعمل ،ستظهر خصوصية العيب الموجب لضمان المنتجات و الخدمات وفقا للالتزام بضمان السلامة من خلال تعريفه و بيان شروطه

أولا : تعريف العيب الموجب لضمان المنتجات و الخدمات: طبقا لنص المادة 13 من قانون رقم 09 - 03 نجد أن المنتجات المعيبة التي تستوجب الضمان هي كل المواد التجهيزية ،وهنا يفهم أن المواد غير التجهيزية غير معنية بالضمان ،غير أن المادة 02 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضممان المنتجات و الخدمات عرفت المنتج الذي على المحترف ضمانه بأنه : "كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة"، أي كل المنتجات التجهيزية و غير التجهيزية ، و هذا يؤدي إلى تناقض المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 و المادة 13 سألفة الذكر وبالتالي صعوبة تطبيق أحكام الضمان ،هل ينطبق على المنتجات التجهيزية فقط أم كل المنتجات ؟ و المشرع كان عليه تفادي بين قانون حماية المستهلك و النصوص التطبيقية له ، و النص على إلزامية ضمان كل المنتجات دون التفرقة بين ما إذا كانت تجهيزية أم لا خاصة وأن العيب الموجب للضمان يمس سلامة المستهلك ، إذ يعرف العيب الموجب للضمان بالنظر إلى نقص السلامة و ليس إلى انعدام أو نقص في الانتفاع به كما في القواعد العامة و قد عرفت المادة 12/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش مواصفات المنتج المضمون .

ولقد نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضممان المنتجات و الخدمات على أن يضمن المحترف : " سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه" ، فيتحدد العيب الموجب للضمان بالنظر إلى نقص السلامة المنتظرة ، ولذلك يستخدم المشرع مصطلحي الخطر و الأخطار ، فالمتدخل يضمن حياة غير خطيرة و سليمة للمنتج ، و تنقص سلامة المنتج عندما يكون هناك عيب في تكوينه أو تصنيعه ، ويكون مصدر خطر على المستهلك ، فالأساس العيب الذي يستوجب الضمان بصفة عامة هو غياب الالتزام العام بالسلامة ، و المساس بصحة و أموال المستهلك و يقدر العيب بناء على معيار موضوعي هو الرغبة المشروعة للاستهلاك من حيث : "طبيعة المنتج ، و صنفه و منشئه و مميزاته الأساسية و تركيبه.....وقابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن الإستعمال "

ثانيا : شروط العيب الموجب للضمان

لا يضمن المتدخل العيب منتوجه إلا بتوفر شرطين أساسيين هما :

1- حدوث العيب خلال فترة الضمان : يضمن المتدخل صلاحية المنتج خلال فترة زمنية معينة ، و تختلف تلك الفترة حسب طبيعة السلعة أو الخدمة . حدد المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مدة الضمان التي تتراوح بين 6 أشهر إلى 18 شهر ، أما عن مدة ضمان المنتجات غير واردة في المرسوم فالمدة كما حددتها المادة 16 منه لا تقل عن 6 أشهر. و يبدأ سريان مدة الضمان من يوم تسليم المنتج ليثبت المستهلك زمن التسليم ، أوجب المشرع

على المتدخل تقديم شهادة الضمان التي تتضمن بيانات عن الضامن و نوع المنتج و مدة الضمان ،وبيانات أخرى منها ضرورة كتابة " يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال " على أن تكون هذه الشهادة إجبارية بالنسبة للمنتوجات المحددة بموجب القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 السالف الذكر .وان كان على المشرع أن يجبر المتدخل بتسليم شهادة الضمان بالنسبة لجميع المنتوجات التي يشملها الضمان ،وليس المنتوجات المحددة في القرار فقط ، ويتم الإثبات بالتقديم شهادة الضمان طبقا لنص المادة 14 من المرسوم التنفيذي 90- 266 .¹

وقد نص المشرع الجزائري على ضمان العيب المؤثر على صلاحية المنتج للعمل من خلال نص المادة 368 من القانون المدني ، ونجد مثل هذا الضمان في المنتوجات دقيقة الصنع وسريعة التلف مثل آلات الميكانيكية و السيارات و الثلاجات ، و السبب في ذلك كون المستهلك يحتاج للضمان لكي يقتنيها خاصة لأنها سهلة تعيب بالنظر لدقتها . وقد نص المشرع على استفادة المستهلك من حق تجربة المنتج المقتنى طبقا لنص المادة 15 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، على ألا يعني ذلك المتدخل من إلزامية الضمان ، وإن كان يعاب على هذه المادة عدم تحديدها لمدة التجربة .

2-ارتباط العيب بصناعة المنتج : يقوم الضمان إلا على العيوب التي ترجع إلى صناعة المنتج ،أما إذا كانت بسبب خلل يعود للمستهلك فان الضمان لا يغطيه وهذا ما أكده الملحق الثاني من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 حيث نص في نموذج لشهادة الضمان على مايلي : " هذا الضمان لا يغطي الفساد الذي يتسبب فيه النقل و التركيب و التشغيل بطريقة غير مطابقة أو استعمال غير منصوص عليه في دليل الاستعمال "يقدم الضمان المنتوجات مميزة هامة للمستهلك هي إعفائه من عبء الإثبات 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 كما سبق الإشارة خطأ المستهلك و خطأ الغير ، وفي الحالة القوة القاهرة . ولتوفير حماية أكبر للمستهلك أقر المشرع التزام المتدخل بضمان خطورة المنتوجات و بالتالي فهو ضامن لكل المخاطر التي من شأنها تهديد صحة و أمن و مصالح المستهلك . لكن هذه الخطورة تختلف حسب طبيعة المنتوجات فقد نكون إمام منتوجات خطيرة بطبيعتها كالمنتجات السامة و المبيدات الأسلحة و المتفجرات.. الخ . أما المنتوجات الخطيرة بسبب عيب فيها فهي ليست خطيرة في حد ذاتها ، ولكن قد تصبح خطيرة لما يشوبها من عيوب في تصنيعها أو تصميمها فيؤدي إلى جعلها غير صالحة للاستعمال المخصصة لها وتصبح مصدر تهديد مستمر نظرا للخطورة التي تنطوي عليها .

وبالرجوع إلى القانون رقم 09-03 نجد أن المشرع لم يفرق بين المنتوجات الخطيرة بطبيعتها و المنتوجات الخطيرة بسبب وجود عيب فيها وهذا ما نلمسه في المادة 3/13 منه فالمتدخل ملزم بضمان كل العيوب التي تصيب المنتج ، فقد ربط المشرع معيار تحديد المنتج المعيب بثلاث شروط أساسية وهي :

¹ أنظر : نوال شعباني المرجع السابق ، ص 64

عدم توفر السلامة المطلوبة. احتواء المنتج على عيب أو نقص فيه وجود خطورة يشكلها هذا المنتج مما يؤدي به إلى إلحاق ضرر بالمستهلك وهذا ما نص عليه المشرع في القانون رقم 09-03

الفرع الثاني : الضمان لإتفاقي

الضمانات الاتفاقية كما يبدوا من مسماتها التي لا تقوم إلا بإتفاق مسبق بين طرفي العقد من منتج أو موزع و المشتري (المستهلك) وإذا كان الفقه قد تصور في وقت سابق أن الضمانات الاتفاقية ليست إلا نوعا من التعديل و التوسع في الضمانات القانونية الخاصة بالعيوب الخفية فإن استقلالية هذين النوعين من الضمانات أصبحت الآن أمرا مسلما به.¹

أولا :تعريف الضمان الإتفاقي هو: كل التزام تعاقدي محتمل يبرم إضافة إلى الضمان القانوني الذي يقدمه المتدخل لمثله لفائدة المستهلك ، دون زيادة في التكلفة أي يشترط أن تأخذ شكل التزام تعاقدي² والمشرع اعترف بحق استفادة المستهلك من الضمان لاتفاقي بتحقق شرطين :

1-يشترط أن تكون الزيادة مجانية

2-يشترط أن يكون أنفع من الضمان القانوني

ف نجد المشرع فنجد المشرع في المادة 384 من القانون المدني يجيز للمتعاقدين لإتفاق على تعديل أحكام الضمان بالزيادة أو النقصان أو بالإلغاء فهذه الضمانات لا تتعلق بالنظام العام إذ يجوز الإتفاق على تعديلها أو النقصان أو التخفيف منها أو الإغفاء كما يعتبر ضمان صلاحية المبيع لمدة محددة ضمان لاتفاقي بين البائع و المشتري لا ينتج آثاره القانونية إلا بوجود اتفاق صريح منشأ له.³

لكن المادة 10 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات اعتبرت أي مساس بأحكام ضمان المنتوجات و الخدمات يقع باطل ، ويتمثل إما الحد من شروط الضمان أو استبعادها أي لا يجوز الإتفاق على الإغفاء من الضمان القانوني في ظل قانون حماية المستهلك وهو ما أكدته المادة 14 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش : "..... كل ضمان آخر لا يلغي لإستفادة من الضمان القانوني " خلافا لما هو وارد في القانون المدني. حسب ما نصت عليه المادة 10 منه : "يطل كل شرط بعدم الضمان و يطل مفعوله"⁴ فالبنسبة للضمان

¹ أنظر: عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 78

² المادة 3/3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد الشروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات ج ر رقم 42 المؤرخة في 02-10-2013 _ 17. الذي جاء ليُلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات

³ أنظر: سليم سداوي ، حماية المستهلك ، الجزائر نموذجاً ، ط 1 ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر، 2009 ص 66 67

⁴ أنظر: مليكة منادي حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد ، مداخلة ، حول الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات و واقع المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة ، يومي 22 23 أبريل 2008 ص 5

لإتفاقي نجد أن المشرع الجزائري أجازته في المادة 14 من قانون حماية المستهلك ، والمادة 11 من المرسوم التنفيذي 90-266 التي أجاز للمحترف أن يمنح للمستهلك ضمانا اتفاقيات أنفع من الضمان القانوني ، لكن بشرط أن يكون هذا الضمان مجاني . وعليه فإن المشرع الجزائري قد شجع الضمان الإتفاقي أو التعاقد الذي يهدف إلى توسيع مجال الضمان بالإضافة إلى الحماية القانونية التي فرضها القانون للمستهلك.

ثانيا : كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان

ينشأ عن عقد الاستهلاك التزام بين طرفين وهما المحترف بصفته ملتزم في ضمان العيوب الخفية و المستهلك بإعتباره المستفيد من هذا الضمان ، وحتى يأتي الضمان ثماره ، حدد المشرع بموجب القانون 09-03 طرق يتم من خلالها تنفيذ هذا الضمان ، طبقا للمادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات⁸ والخدمات فمتى ظهر عيب في المنتوج⁸ يتعين على المستهلك القيام بإخطار المتدخل بهذا العيب حسب الأجل المتفق عليه بين الطرفين وهذا طبقا ورد في نص المادة 1/21 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 منه بنصه على : "لا يستفيد المستهلك من الضمان إلا بعد تقديم شكوى كتابية ، أو عن طريق أي وسيلة اتصال أخرى مناسبة لدى المتدخل " ولا يستلزم القانون شكلا معينا للإخطار فحسب المادة 18 من المرسوم المذكور أعلاه ، يمكن أن يتم الإخطار شفويا أو كتابيا وبأية وسيلة أخرى مناسبة لدى المتدخل¹.

وفي المقابل يكون من حق المتدخل إجراء معاينة حضوري تتم بحضور كلا الطرفين للتأكد من صحة وجود العيب فيمكن للمتدخل طلب مهلة 10 تسري ابتداء من تاريخ استلام الشكوى للقيام بمعاينة مضادة طبقا للمادة 2/21 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.²

ثالثا : طرق تنفيذ المتدخل لالتزامه بالضمان

أولا : مطالبة بتنفيذ الضمان وديا

إذا لم ينفذ المتدخل طلب المستهلك بالضمان في أجل يطابق الأعراف المهنية ، يقوم هذا الأخير بتوجيه إنذار للمتدخل يحثه فيه في تنفيذ التزامه بالضمان في أجل 7 ابتداء من تاريخ استلام الإشعار بالإنذار ، ويتم لإنذار برسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام أو عن طريق محضر قضائي أو أية وسيلة أخرى طبقا للتشريع المعمول به ومنحت المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 أجل ثلاثين يوما (30) للمتدخل لتنفيذ التزامه بالضمان تسري ابتداء من تاريخ التوقيع على الإشعار بالاستلام.

-إذا توافرت الشروط وقرر المتدخل تنفيذ التزامه بالضمان الذي لا يتخلص منه إلا بإثبات عدم إخطاره من طرف المستهلك . فإن القانون حدد 3 طرق لتنفيذ المتدخل التزامه بالضمان وطبقا للمادة 3/13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وهي :

¹الإخطار بالإجراء شكلي لقبول دعوى الضمان

² المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد شروط و كفاءات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ ، ج ر رقم 49 ، المؤرخة

في 02-10-2013

1- إصلاح المنتج : حسب المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ينبغي على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو لأموالهم بسبب العيب الموجود في المنتج ويعد إصلاح المنتج هو ضمان أول للمقتني رغبة في لإحتفاظ بالمنتج . وطلب الإصلاح هو حق للمشتري فقط، أما المحترف فلا يمكنه أن يختار هذا الطريق لأن في ذلك تعطيلاً للأحكام الضمان الأخرى . وحق المستهلك في طلب الإصلاح ليس حقاً مطلقاً حيث يكون ضمن شروط معينة منها: أن يكون لإصلاح أقل عبثاً لا يكلف البائع نفقات باهظة ، كما يجب ألا يغير الإصلاح من طبيعة المنتج بحيث يبقى يؤدي نفس الغرض المرجو منه .¹

2- حالة استبدال المنتج : إذا بلغ العيب الذي يطرأ على المنتج درجة من الجسامة ، بحيث تجعل المنتج غير قابلاً للاستعمال جزئياً أو كلياً حتى ولو تم إصلاحه وهو ما أكدته المادة من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 بقولها: " يجب على المحترف أن يقوم باستبدال المنتج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئياً أو كلياً على الرغم من إصلاحه" . ولا بد من توفر شرطين هما شرط تعذر إصلاح المنتج وإمكانية الاستبدال وفي كل الأحوال يتحمل المحترف المصاريف سواء في عملية الإصلاح . أو الاستبدال حيث تكون مجاناً و على نفقته"²

3 - رد ثمن المنتج : عند استحالة إصلاح أو استبدال المنتج ، مكن المشرع المستهلك المطالبة برد الثمن المنتج المقتني في حالة العطب المتكرر طبقاً لما نصت عليه المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 لكن هذا المرسوم لم يحدد متى يرد الثمن كاملاً ومتى يرد جزء منه ، على عكس المرسوم التنفيذي رقم 90-266 الذي نص على ذلك ، فقد حددت المادة 09 منه شروط رد الثمن هي :

يُرد جزء من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً و يفضل المستهلك الإحتفاظ بحد الثمن كاملاً إذا كان المنتج غير قابلاً للاستعمال كلية، وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب .³

4 - تعديل الخدمة و الخدمة ما بعد البيع

1- تعديل الخدمة : في مجال الخدمات يختلف الأمر عما هو عليه في المنتج المادي ، فالضمان في مجال الخدمات يكون بتعديل الخدمة أي بتغيير شروطها في حال إخلال المتدخل بالتزاماته حيث يستفيد المستهلك من تغيير في الخدمة لصالحه كأن يتحمل المتدخل نفقاتها دون المستهلك ، وهذا ما قصده المشرع في المادة 13 من قانون حماية المستهلك المتعلقة بالضمان بقوله: "..... أو تعديل الخدمة على نفقته....." أي على نفقة المتدخل .

2- خدمة ما بعد البيع : تعتبر خدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملاءمة الفراغ التشريعي الذي ساد القانون 89-02 (الملغى) إذ لا تتوقف حماية المشرع للمستهلك بمجرد انتهاء

¹ أنظر : سهام خامر ، المرجع السابق ، ص 47

² راجع المواد 6 و 7 و 8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 السالف الذكر

³ أنظر : سهام خامر ، المرجع السابق ، ص 47 48

مدة الضمان ، بل ألزمت المادة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع.¹

وتعرف الخدمة ما بعد البيع بأنها: " مجموعة من لأداء التي يلتزم البائع بها تاليا على تسليم المنتج للمشتري بهدف تيسير انتفاع هذا الأخير بالمبيع و استعماله " و تركز هذه الأخيرة على توفير وسائل مواتية لعناية بالمنتج وعلى تدخل عمال تقنيين و مؤهلين وتوفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية، قصد صيانتها و تصليحها² فهي تشمل كل أنواع الخدمات التي تؤدي بعد نهاية الإقتناء كالتسليم في مقر السكن و تركيب المنتجات و خدمة الصيانة و التصليح . ويلاحظ غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتجات و اقتصارها على السيارات و بعض الأجهزة الكهربائية كما يلاحظ جهل اغلب المستهلكين بإلزامية تقديم هذه الخدمة بقوة القانون ، وهو ما أدى إلى استغلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الالتزام وسيلة للدعاية عن منتجاتهم فيضعون عبارة "خدمة ما بعد البيع متوفرة" على إعلاناتهم ليس لإعلام المستهلكين و إنما لجذبهم نحو اقتناء منتوجهم .

ثانيا :المطالبة بتنفيذ الضمان قضائيا

بعد إستنفاد المستهلك للطريق الودي لمكالبة المتدخل بتنفيذ إلتزامه بالضمان ، ونتيجة لتعنته وعدم إمثاله لمطالب المستهلك لا يبقى أمام هذا الأخير إلا اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى للحصول على حقه بضمان المنتج .

شروط قبول دعوى الضمان

إضافة للشروط العامة المتمثلة في الصفة و المصلحة لقبول دعوى الضمان ، نص المشرع على شروط أخرى في المادتين 381 من القانون المدني للمستهلك الحق في الرجوع بدعوى الضمان على البائع q بشرط أن يخطر البائع بوجود العيب في الآجال المحددة ، أما بالنسبة للقواعد الخاصة بحماية المستهلك فيختلف الأمر كون الأمر الإعذار الذي يوجهه المستهلك للمتدخل في أجل ثلاثين (30يوم) الذي يسري من التوقيع على الإشعار بالإستلام ، فيعد الإعذار كشرط شكلي لقبول الدعوى أمام القضاء .

ويتم رفع الدعوى طبقا لنص المادة 2/18 من المرسوم التنفيذي 90-266 (الملغى) خلال أجل سنة تسري ابتداء من يوم توجيه الإنذار ولم ينص المرسوم التنفيذي رقم 13-266 على أجل لرفع دعوى الضمان ، بالتالي الرجوع إلى للقواعد العامة المخصصة لضمان العيوب الخفية و المقدر بسنة من يوم تسليم المبيع طبقا لنص المادة 1/383 من القانون المدني .

الفرع الثالث :أطراف الضمان

ينشأ عن عقد الاستهلاك التزام بين طرفين وهما :

1- الملتزم بضمان العيوب الخفية و هو المحترف

¹ راجع المادة 7 من القرار الوزاري المؤرخ في 10-05-1994 المتضمن كينيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات ، ج ر عدد 35

² أنظر: فدوى قهوجي ، ضمان عيوب المبيع فقها و قضاء ، دار الكتب القانونية ، القاهرة، 2008 ص 15

2 - المستفيد من هذا الضمان وهو المستهلك

أولاً: المدين في الضمان : إن المحترف هو الملتزم بضمان العيوب الخفية ، وينشأ الضمان على عاتقه بقوة القانون ويستطيع المستهلك أن يرجع على المحترف عارض المنتج للاستهلاك : إذا توفرت الشروط القانونية للضمان وقد يكون الملتزم بالضمان منتجا أو وسيطا ، أو موزعا أو تاجرا .

يمكن القول أن المنتج يلتزم بالضمان في مواجهة المستهلك إذا كان التصرف القانوني أي اقتناء المنتج قائم بين الطرفين دون وسيط فيكون المنتج ملزم مباشرة بالضمان ، وقد يكون هذا للالتزام بواسطة التاجر أو الوسيط الذي ينقل الضمان مع المبيع بوصفه من ملحقاته بحيث يصبح ملتزم بالضمان اتجاه الوسيط -الموزع- المحترف أو عارض السلعة . وقد يكون التزام الموزع تنفيذا لضمان التزام المنتج لمصلحة كل مستهلك أيا كان مكان الإقتناء بالتالي نكون بصدد شرط الضمان لمصلحة الغير يتعهد فيه الموزع في مواجهة المنتج بالالتزام بإصلاح المنتج لمصلحة المستهلك .

ثانيا : الدائن في الضمان : وينتقل الضمان مع انتقال المنتج سواء إلى الورثة بوصفهم خلفا : أو إلى المستهلك اللاحق بإعتباره خلفا خاصا: ويستطيع المستهلك اللاحق الرجوع على المستهلك السابق وأن انتقال دعوى الضمان مرتبطة بتوفر الشروط¹.

ويستوجب الضمان وفقا للقواعد العامة في الإثبات و يقع على عاتق من يتمسك به سواء من خلال وجوده أو التصرف المنشأ له ومدة الصلاحية إلا أن مثل هذه القواعد العامة لا يصل إليها المستهلك بسهولة نظرا لإجراءاتها المعقدة . أما عبء الإثبات في قانون حماية المستهلك لا يقع على المستهلك وإنما يقع عليه عبء إثبات التصرف القانوني أي اقتناء المنتج من المحترف و تاريخه و بالتالي الضمان مفروض بقوة القانون و المتعلق بالنظام العام بحيث لا يمكن التنازل عليه و الإتفاق على سقوطه .

الفرع الرابع: طبيعة الالتزام بالضمان

إن الالتزام بالضمان يعد التزاما قانونيا أو تعاقديا إلا أن الالتزام التعاقدية قد يكون إلزاما بتحقيق نتيجة أو التزام ببذل عناية . وإن تكييف الالتزام بالضمان يعد خطوة أولية لقياس إخلال المدين بالتزامه ، فإذا كنا بصدد التزام ببذل عناية يكفي المحترف أو العارض السلعة للاستهلاك للوفاء بالضمان إثبات بذله العناية المعتادة لإصلاح المنتج حتى ولو لم يتمكن من ذلك) أما إذا كنا أمام التزام بتحقيق نتيجة ، فإن تنفيذ الالتزام بالضمان يقتضي إصلاح الخلل بالمنتج وإعادته لأداء وظيفته المألوفة .

وقد استقر المشرع الجزائري على أن الضمان يعد التزام بتحقيق نتيجة ، بحيث نص في المادة 3 الفقرتين 2 و3 من القانون 89-02 المؤرخ في 07-02-1989. على أنه يجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج

¹أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 38 39 242 43

أو الخدمة للرغبات المشروعة للإستهلاك فيما يتعلق بطبيعته و صنفه⁷ و منشئه كما ينبغي أن يستجيب المنتج أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه الخ .

ويتفق هذا التكيف مع جوهر الضمان و الحكمة منه⁸ فالمخترف أو كل متدخل في عملية الوضع للإستهلاك يكفل للمستهلك صلاحية المنتج أو الخدمة و استمرار سلامة مدة زمنية معينة ، ويتعهد بإصلاح الخلل الذي يطرأ عليه خلال فترة الضمان . و الالتزام بالنتيجة يقع على عاتق المخترف سواء تعلق بتقديم قطع الغيار اللازمة أو استبدالها أو الأعمال الفنية التي يقتضيها إصلاح المنتج ولا يتم تنفيذ الالتزام بمجرد تحقيق النتيجة بل يجب أن يستجيب المنتج أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج الموجودة منه حسب طبيعة المنتج أو الخدمة أو الاستعمال المرجو منه ، و إن يقوم بذلك بنفسه أو عن طريق الغير.¹

في إطار جملة لالتزامات التقليدية التي وضعت على المتدخلين و التي تم التطرق إليها سابقا ، ولعل أهم هذه الالتزامات الجديدة هو التزام المتدخل في وقاية المستهلكين في بعض المنتوجات . وإن الحديث عن مبدأ الوقاية بإعتباره التزام على عاتق المتدخل ، يستدعي الحديث عن المواد الغذائية التي تحتوي عناصر معدلة وراثيا و الذي يثير جدلا كبيرا في مختلف الأوساط ، وعند مختلف الحساسيات بحيث أنه موضوع يهم الجميع^A وذلك لوجود مخاطر مؤكدة للمواد التي تحتوي على عناصر معدلة وراثيا سواء على الصحة^A أو على البيئة والتي يمكن تفسيرها بالاهتمام بالمجال الغذائي بالدرجة الأولى و تأكيد على وجود حماية فعلية للمستهلك الجزائري^A فقد أصبحت بعض الدول تشترط ذكر ما إذا كانت العناصر التي دخلت في تركيب سلعة المعدلة وراثيا وذلك بإعتماد الصياغة الآتية : "عناصر مصدرها معدل وراثيا"²

إن إلزام المتدخلين الاقتصاديين بوضع بيان عناصر معدلة وراثيا على المنتجات التي تحتويها لا يعتبر موقفا متخذا أوسع هذه المنتوجات : بل هو فقط استجابة لها بسبب الخوف لدى جمهور المستهلكين ، بل أكثر من ذلك هو ضمان الحق الهام يتمثل في حق المستهلك في الإعلام الذي يتيح له الإختيار عن معرفة كافية بحيث لا يجرم المستهلك: و لا يجل ضمانه في الحكم بصلاحيته هذه منتجات أو عدمها . وترد في إطار مبدأ الوقاية و وضع البيانات متعلقة بتاريخ الصنع مدة الصلاحية يجسد في هذه الأخيرة بين عبارتين تستخدمان للدلالة على هذه المعلومة تتمثل الأولى في عبارة "تاريخ مدة الصنع"³ أما العبارة الثانية فهي "يستحسن استهلاكه قبل" وهنا و بعد حلول التاريخ فإنه يمنع استهلاك هذه السلعة لفقدانها لكامل خصائصها .

¹ أنظر : علي بولحية بن بوخميس ، المرجع السابق ، ص 45

² أنظر : محمد الجيني، العلامات و الأسماء التجارية . . . الفكر الجامعي ، الإسكندرية 2000 ص 27

وفي نهاية هذا الفصل يمكن القول إن المتدخل ينبغي أن يتحلى بالأمانة⁸ و الصدق عند تعامله مع المستهلك وعدم وضعه لشروط تعسفية مجحفة في حقه ، كما يلتزم عند عرضه للمنتجات للاستهلاك بضمان سلامة⁸ و أمن المستهلك ضد كل المخاطر التي قد تلحق بهذا الأخير مع ضرورة استجابة هذه المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك ، ولن يأتي ذلك إلا بتزويد المتدخل لهذا الأخير بالمعلومات الدقيقة التي تخص خصائص المنتجات و بإحترامه للمقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و التنظيمية التي تقيد المتدخل و تلزمه بوضع منتجات مطابقة لها، كما يمتد نطاق حماية المستهلك إلى ضمان كل العيوب التي قد تعترى المنتجات التي يكتنيها المستهلك و ضمان خدمة مابعد البيع ، مما يوفر ذلك حماية حقيقية للمستهلك بإعتباره طرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية التي تربطه بالمستهلك .

ولن يتوقف نطاق حماية المستهلك عند هذا الحد ، بل يمتد إلى تكريس المشرع لجزاء مزدوج لمعاقبة المتدخل على مخالفته الأحكام قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، وهذا ما سنتناوله في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

الإطار المؤسسي

لحماية المستهلك

نظرا للأضرار الجمة التي يتعرض لها المستهلك: ونتيجة لكون الجزاءات المقررة في القانون المدني لم تعد كافية بحمايته ولا تخدم مصالحه فقد بادر المشرع لإيجاد ضمانات وآليات وقائية لتجنب الأضرار التي قد تلحق به ، فعمد إلى إيجاد أجهزة متخصصة في مجال الوقاية و الدفاع عن حقوق المستهلك ، تعمل على توفير لهذا الأخير منتجات خالية من المخاطر التي من شأنها الإضرار بسلامته الجسدية وبمصلحه بمنعها العرض للاستهلاك منتجات لا توافق المواصفات التي تكفل حماية صحة و أمن المستهلك ولا توافق رغباته المشروعة ، ففي حالة عدم احترام المتدخل لمثل هذه المواصفات تطبق عليه جزاءات إدارية بغية منعه من الإستمرار في الإضرار بالمستهلك ، وهنا يظهر دور الوقائي في إطار وقاية هذا الأخير .

غير أن تطور أساليب الإنتاج و التوزيع في السوق وكذا ازدهار عمليات الإستيراد الناتج عن تحرير التجارة الخارجية أدى إلى قصور قواعد المسؤولية المدنية في تكريس الحماية للمستهلك، كما أن تعزيز انفلات بعض المنتوجات من الخضوع للإجراءات الرقابة ومن ثمة عدم تطبيق الجزاءات الوقائية على مثل هذه المنتوجات التي قد تحتوي على خطر يمس بصحة و سلامة المستهلك ، وتصل إليه و هي غير آمنة بعدما يكون قد تلاعب بها المتدخلين سواء بالخداع أو الغش ، أو حتى عند مخالفتهم للالتزامات المفروضة عليهم أدى بالمشرع إلى إتيان بجزاءات ردعية تطبق قصد تحقيق حماية تامة للمستهلك ، ويظهر ذلك من خلال دور الجزاء الردعي في إطار الجرائم الاقتصادية.

وتفاديا للأضرار و المخاطر التي قد تلحق بالمستهلك كان لابد على المشرع الجزائي توفير إطار ملائم لضمان حماية وقائية للمستهلك فعمد إلى إنشاء أجهزة و هيئات للرقابة تسهر على ضمان حسن تطبيق القانون بجرصها على سلامة ما يعرض من منتوجات و خدمات في السوق الاستهلاكية.

لذا ارتأينا من خلال هذا الفصل إلى تحديد عنصران تقوم عليهما فكرة رقابة المنتوجات المقدمة في السوق التنافسية. فكان لابد من التطرق إلى ممارسة الرقابة على المنتوجات المعروضة للإستهلاك {المبحث الأول} ذلك من خلال تعريفها وتحديد أنواعها حسب المجال المطبق عليه سواء كان في مجال غذائي أو الطبي تجميلي..... الخ هذا بالإضافة إلى إبراز الهيئات المكونة لجهاز الرقابة المفروض في المجال الإستهلاكي، لنعرج بالبحث في الختام إلى جزاءات المترتبة عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك {المبحث الثاني}

المبحث الأول : رقابة المنتجات المعروضة للإستهلاك

يلتزم المتدخل بالإضافة إلى التقيد بالضوابط الفنية لإنتاج بإخضاع منتجاته للرقابة وهو التزام جوهري يقع عليه في كل مراحل الإنتاج مما يسمح له بالتأكد من سلامتها و اتخاذ ما يلزم في وقت مناسب ، وتعمل مجموعة من الأجهزة على ضمان مطابقة المنتجات و الخدمات لبعض منها دور وقائي يمنع وقوع الخطر ، وللبعض لآخر دوري بعدي قمعي يكشف حق استفتاء المطابقة .

إن دراسة الرقابة كآلية لضمان المطابقة يتطلب توضيح فكرة الرقابة من خلال هذا المبحث ، سنتناول تعريف الرقابة {المطلب الأول} ثم نتكلم عن دور الهيئات الإدارية في مجال حماية المستهلك {المطلب الثاني} ولا بد من التطرق دور جمعيات حماية المستهلك {المطلب الثالث} وفي الختام سيتم التطرق إلى دور مجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك {المطلب الرابع} .

المطلب الأول : تعريف الرقابة

ظهر موضوع الرقابة منذ الثورة الصناعية بعد أن كثر حجم المؤسسات خلال القرن 20م فأصبحت عملية الفحص عملية فنية منظمة ، ولقد قدمت للرقابة عدة تعاريف لتبسيط هذه العملية الفنية ، فهناك من عرفها بصفة عامة ، والبعض آخر عرفها بصفة خاصة ¹ .

ويلتزم المتدخل بإخضاع منتجاته للرقابة وهو إلتزام جوهري يقع عليه في كل مراحل الإنتاج مما يسمح له بالتأكد من سلامتها وسوف نتناول في هذا المطلب تعريف الرقابة {الفرع الأول} ثم نتناول خصائص الرقابة في {الفرع الثاني} ، ونظرا لتعدد الأشكال الرقابة سنحاول التطرق إلى صور الرقابة {الفرع الثالث} وفي الأخير نتناول كيفية ممارسة الرقابة على المنتجات {الفرع الرابع} .

الفرع الأول : تحديد مفهوم الرقابة

لتحديد نوع الرقابة التي تمارسها الدولة والتي عن طريقها تتدخل لحماية المستهلكين ، يجب أولا تحديد مصطلح الرقابة . يتخذ مصطلح الرقابة مفهوميين ، فهناك من عرفها بصفة عامة ، و بعض الآخر عرفها بصفة خاصة.

أولا : التعريف العام للرقابة

تعرف الرقابة بصفة عامة على أنها: "الرقابة أنشطة تنظيمية تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والخطط والنتائج منسجمة مع التوقعات والمعايير المستهدفة وفي حالة انحرافات تؤشر الأسباب وتتخذ الإجراءات

¹ أنظر : براق محمد ، عدنان مريزق وتحيات مليكة تومي: رقابة الجودة ودورها في حماية المستهلك مداخل في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي ، معهد العلوم القانونية و الإدارية للمركز الجامعي بالوادي ، يومي 13 و 14 أفريل 2000 ص 4003

التصحيحية اللازمة¹ وفي آخر هي: "خضوع شيء معين لرقابة هيئة أو جهاز يحدده القانون، للقيام بالتحري و الكشف على حقائق المحددة قانونا"²

نلاحظ أن هذين التعريفين يعرفان الرقابة كآلية فنية تستعمل للتحري و الكشف عن الحقائق و المقاييس المطلوبة قانونا في عملية ما فلم يحدد موضوع الرقابة و الجهاز المكلف بها .

ثانيا :التعريف الخاص لرقابة المنتوجات

يقصد برقابة المنتوجات : "مجموعة من الأنشطة المحددة و التي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه يتفق و يتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت سلفا . وهناك من عرفها على أنها : "ذلك الفعل الذي يقصد من ورائه التأكد من مطابقة المنتوج للمواصفات المتطلبة إما بموجب فعل سابق لعملية الإنتاج والإستراد و التوزيع متجسدا من خلال الترخيص والتصريح وقد يكون سابقا لعملية عرض المنتوج في السوق وهو العمل الذي يقوم به المتدخل وأخيرا قد يتجسد من خلال الفعل الذي تقوم به السلطة الإدارية المختصة عقب عرض المنتوج في السوق"³

من هذين التعريفين يتبين أن رقابة المنتوجات لا تهدف إلى إنتاج السلع و الخدمات لمستوى عالي ولكنها وظيفتها تهدف فقط إلى التأكد من أن ما تم إنتاجه يتطابق تماما و المواصفات الموضوعية أما تحديد مستوى الجودة فهذا يدرج تحت مفهوم تأكيد أو ضمان الجودة

الفرع الثاني : خصائص الرقابة

تتميز الرقابة التي تمارسها أجهزة الدولة المكلفة بحماية المستهلك بالخصائص التالية :

- 1 - جاءت هذه الرقابة لتكملة الفراغ الذي تتميز به الرقابة الذاتية التي يقوم بها المحترف أثناء مزاولته نشاطه في الإنتاج و التوزيع و البيع
- 2- تمارس هذه الرقابة أجهزة استشارية وإدارية تعمل على وقاية المستهلك قبل لإضرار به، لكن قد يتدخل عن طريق معيار السلطة العامة لما يفرض الجزاء سواء إداريا أو قضائيا
- 3- قد تكون هذه رقابة وقائية في البداية تمارسها أجهزة إدارية تابعة للدولة، عن طريق مجموعة من الوسائل المادية والبشرية عندما تمارس دورها في توعية وحماية المستهلكين، أو تكشف على مخالفات التي قد تمس المستهلك قبل وقوعها، كما يمكنها أن تكون قمعية عن طريق إيقاف التجاوزات المحترفين التي تشكل خطر

¹ أنظر: علي بولحية بن بوخميس جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية الج 39 عدد 01 22002 78

² أنظر: علي بولحية بن بوخميس القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 68

³ أنظر: علي فتال3 حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، المرجع السابق ص 249

على المستهلك وهو دور تتقاسمه الإدارة مع السلطة القضائية لما تمارس دورها التقليدي الذي يتمثل في توقيع الجزاء الجنائي .

4- تنصب هذه الرقابة على المنتوجات والخدمات التي تشكل خطر على المستهلكين أو شفافية الممارسات التجارية ويتعلق الأمر بإخلال المحترف بالتزامات التي تربطه أثناء التعامل مع المستهلكين، كعدم إشهار الأسعار أو عدم الفوترة

الفرع الثالث : صور الرقابة

يمكن تصنيف الرقابة إلى إلى عدة أشكال قد تكون رقابة إجبارية التي ينبغي على المتدخل للالتزام بها، كما قد تكون اختيارية تبقى لرغبة المتدخل ونظرا لاختلاف المنتوجات على بعضها البعض فتخضع بعض المنتوجات لرقابة سابقة) وقد تكون رقابة لاحقة ومن أجل ضمان السلامة للمستهلك اعترف المشرع للأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة بنوع آخر من الرقابة وهي الرقابة المستمرة .

أولا : الرقابة الإجبارية

هي تلك الرقابة التي تفرض على عاتق المتدخل لإخضاع المنتوجات لرقابة إجبارية قبل عرضها للإستهلاك بغية التأكد من مدى مطابقتها للمقاييس المحددة قانونا¹ . وأكد المشرع على مثل هذه الرقابة بموجب المادة 1/12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وقد تكون الرقابة الإجبارية ذاتية تباشر من المتدخل في مخبره المعدة لهذا الغرض ، وتحت مسؤوليته أو رقابة خارجية يمارسها جهاز خارجي على المنتج قبل تسويقه، كما هو الشأن بالنسبة للأدوية والمستحضرات الطبية إذ تخضع لرقابة وزارة الصحة فلا يمكن للمنتج أن يعرض للبيع إلا تحت عبارة "مسجل بوزارة الصحة" ويؤخذ على قانون حماية المستهلك و قمع الغش عدم تعيين رقابة المتدخل ما إذا كانت قبل شروع في الإنتاج أو أنها رقابة دورية تتم خلال كل مراحل الإنتاج ومن ثم صلاحيتها للعرض للاستهلاك. والأحسن جعلها رقابة دورية تتلاءم مع التجدد الدائم و التطور المعروف في مجال المواصفات التقنية .

ثانيا : الرقابة الاختيارية

نخضع المنتوجات المعروضة للإستهلاك لرقابة إجبارية تضمن مطابقتها وبالتالي سلامتها، غير أنه توجد رقابة اختيارية تتمثل أساسا في تلك التي يلجأ إليها المتدخلون لكسب ثقة المستهلكين وحتى يضمن ثقة إضافية لمنتوجاته

ونقصد بها رقابة التي يقوم بها المتدخل (المحترف) دون أن يكون ملزم بذلك حتى يضمن ثقة إضافية لمنتجاته كعرض المنتج لرقابة مخبر، أو هيئة عالمية تمنح شهادة أو علامة مميزة للجودة²

¹أنظر: جابر محجوب علي: ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المعيبة دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانونين المصري والكويتي دار النهضة العربية، القاهرة، بدون سنة النشر] ص 309

²أنظر: زاهية حورية سي يوسف2 المسؤولية المدنية للمنتج المرجع السابق ص 168

وتعتبر الهيئة العالمية I.S.O من أشهر الهيئات التي يتسابق الكثير من المنتجين للحصول على شهادة تثبت مطابقتهم لمواصفاتها¹. فعلى سبيل المثال تحصلت ENIEM على علامة الجودة من الجمعية الفرنسية. وهذا سيعزز ثقة المستهلكين في هذا المنتج .

ثالثا : الرقابة السابقة

تفرض هذه الرقابة على المنتوجات الموجهة للإستهلاك النهائي ، فيشترط فيها حصول المتدخل على رخصة مسبقة للإنتاج أو صنع منتوجات حتى يؤذن بتسويقها والمشرع رأى من الضروري حصول المتدخل على مثل هذه الرخصة لحماية المستهلك .²

وبالرجوع للمادة 12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 3 وما يليها من الأمر 04-03 المؤرخ في 19-7-2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها تفرض على كل المتدخل بممارسة نوع من الرقابة على ما يعرضه من سلع خدمات للاستهلاك سواء كانت من إنتاجه أو مستوردة فإنه ملزم برقابة ذاتية لما يعرضه ويقدمه للمستهلك كما اشترط المشرع في هذا المتدخل الذي يقوم بعملية المراقبة المسبقة شروط شخصية وأخرى مادية، منها الكفاءة والخبرة والمعرفة والتخصص أو توفير النظافة .³ فالرقابة المسبقة نجدها متنوعة ومتعددة حسب تعدد واختلاف المجالات والميادين المستعملة. ومن أهم هذه المنتوجات التي تتطلب حصول رخصة مسبقة كمنتوجات ذات الطابع السام، والمواد الصيدلانية وإذا حصل أن عرض المنتج في السوق منتوجا في السوق دون هذا الترخيص، يسأل عن الأضرار بالإضافة إلى سحب منتوجه .

رابعا : الرقابة اللاحقة

تجرى هذه الرقابة على المنتج الذي أكتمل صنعه وأصبح جاهزا للتسويق ، والاستهلاك، على مخرجات الأنشطة التنظيمية بعد انتهاء عملية التشغيل والإنتاج أي أن الرقابة اللاحقة تركز جهودها على المنتج النهائي. وتلعب الرقابة اللاحقة على المستوى التشغيلي ثلاث أدوار هي :

- تستخدم الرقابة اللاحقة كأداة لتقييم ومكافأة الموظفين
- تزود المدير التنفيذي بالمعلومات التي يحتاجها وذلك لتقييم فعالية الأنشطة التي تقع تحت سيطرتهم

¹أنظر: عاشور مريزق ومحمد غربي ، تسيير و ضمان جودة المؤسسات الصناعية الجزائرية ،مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، عدد 2 جامعة حسيبة بن بوعلي ، شلف ، 2004 ص 246

²أنظر: خديجة قمار L الرقابة و الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك بين الشريعة و القانون جامعة خميس مليانة ، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012 ص 171

³أنظر: سهام خامر، المرجع السابق ، ص 52

-تحذير وتنبية المسؤولين عن الحاجة الإدخال تعديلات على المدخلات أو العملية الإنتاجية نفسها.
أما على مستوى لإستراتيجي فإن الرقابة اللاحقة تزود الإدارة المعنية بالمعلومات التي تستخدم في عملية تغيير و تعديل خطط المنشأة التنظيمية. ويبقى الهدف من القيام بالرقابة اللاحقة هو بغية اكتشاف المخاطر التي قد تشكلها بعض المنتوجات المخالفة لما هو قانوني.¹

خامسا : الرقابة المستمرة

يخول للهيئات المكلفة بالقيام بالرقابة القيام في أي وقت، وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتج للاستهلاك عن طريق التحري للتأكد من مدى مطابقة المنتج بغية تفادي المخاطر التي قد تهدد المصالح المادية والمعنوية، وكذا أمن المستهلك فتمارس هذه الرقابة سواء كان المنتج في مرحلة الإنتاج أم التحويل أم التوزيع، الإيداع أو العبور النقل.....الخ، عن طريق القيام بمعاينات فجائية. وإذا تبين لهؤلاء أي إخلال يمكنهم اتخاذ الإجراءات الوقائية المحددة قانونا.²

الفرع الرابع : كيفية ممارسة الرقابة على المنتوجات

حرص المشرع على جعل المنتوجات المعروضة للاستهلاك مطابقة للمقاييس المحددة سواء وفقا للقانون أو التنظيم ومن أجل ضمان ذلك أقر ممارسة الرقابة على المنتوجات المحلية ونظرا لاختلاف المنتوجات وبغية تكريس حماية أفضل للمستهلك أهتم المشرع بالمنتوجات المستوردة كذلك وفرض عليها رقابة تختلف عن تلك الممارسة على المنتوجات المحلية.

أولا : مراقبة المنتوجات المحلية

تخضع المنتوجات المحلية لإجراءين من إجراءات الرقابة هما :

1-المعاينة المباشرة: نصت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على ممارسة الأعوان المكلفين قانونا بإجراء الرقابة عن طريق المعاينات المباشرة والفحوص البصرية أي ملاحظة مدى إحتواء الوسم على البيانات المحددة قانونا مع مراقبة تغليف المنتوجات حسب المقاييس المحددة قانونا ويتم ذلك بالإستعانة بأجهزة المكييل والموازن والمقاييس وبالتدقيق في الوثائق.³

2-المعاينة الغير المباشرة: تتميز بعض المخالفات بعدم إمكانية إثباتها إلا بعد فحصها وإجراء تحليل عليها من طرف جهات مختصة بعد أخذ عينات من أجل فحصها فتتم هذه المعاينة الغير المباشرة باقتطاع عينة عن طريق أخذ جزء من المنتج المعروض في السوق قصد تحليله طبقا لنص المادة 30 من قانون رقم 09-03 وقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الكيفية التي تتم بها عملية اقتطاع عينات المنتوجات من أجل إثبات مخالفة المتدخل M وفي حالة انعدام النصوص يتم اقتطاع حسب العرف المعمول

¹أنظر:أسامة الخيري، الرقابة و حماية المستهلك و مكافحة الغش التجاري، المرجع السابق، ص 145

²أنظر : كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 66

³راجع المواد 4 و 6 و 33 من القانون رقم 90-39 السالف الذكر

به حيث يوضع ختم على كل عينة بحيث يحتوي هذا الختم على وسمة تعريف. وبعد عملية اقتطاع العينات يتم تحليلها في مخابر مؤهلة والتي عرفتها المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المؤرخ في 1 جوان 1991 المتعلق بمخابر تحليلي النوعية على أنها: "كل هيئة تقوم باختبار وفحص وتجربة ومعايرة المادة والمنتج وتركيباتها أو تحديد بصفة أعم مواصفاتها أو خصائصها"

كما عرفتها المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي رقم 14-153 المؤرخ في 30 أفريل 2014 المحدد لشروط فتح مخابر التجارب وتحليل الجودة واستغلالها، فهذه المخابر لها دور وقائي متمثل في ترقية النوعية، وجودة المنتوجات بغية حماية الاقتصاد الوطني وحماية سلامة المستهلكين، وبالمقابل يعمل الأعوان المكلفون بتحليل العينات بالتأكد فور وصولها إلى المخبر من سلامة التشميع بحيث يستحيل إحداث تغييرات فيها ويتأكدون من سلامة الختم الموجود على العينة ثم يقوموا بتحليل العينات تحليلا ميكروبيولوجيا أو فيزيائيا أو كيميائيا ثم بعد ذلك يجر أعوان الرقابة فور انتهاء أشغالهم ورقة تحليل تسجل فيه نتائج التحريات التي قاموا بها فيما يخص مطابقة المنتوج وتبعث في أجل 30 يوما ابتداء من تاريخ تسليم المخبر إياها إلا في حالة قوة القاهرة فإذا تبين من عينة المنتوج أنه غير مطابق للمواصفات التي يجب أن تتوفر فيه فيتم تطبيق التدابير اللازمة على هذا المتدخل .

ثانيا : مراقبة المنتوجات المستوردة

لقد حدد المشرع الجزائري الجهة المكلفة بمراقبة نوعية المنتوجات المستوردة وقمع الغش على مستوى الحدود وكذلك الاجراءات اللازمة لمواجهة ذلك. يتطلب التفتيش إجراء فحص دقيق لكل المنتوجات المستوردة لضمان سلامته وتوفير الشروط الصحية فيه .الخ. في عملية التفتيش والمراقبة بمجرد إيداع المستورد ملف طلب دخول منتج مستورد إلى أرض الوطن على مفتشية الحدود المختصة إقليميا بعد تقديم الوثائق المطلوبة، من سجل تجاري ووصل الشحن بالإضافة إلى شهادة المطابقة وشهادة المنشأ.....الخ. ويخضع المنتج للفحص العام والفحص المكثف (المدقق)

1- الفحص العام : ويتمثل في فحص ملف الوثائق المودع لدى الجهة المعنية: والتأكد ميدانيا من مطابقة المنتج ونوعيته لا سيما شروط تداوله ونقله وتخزينه ومدى مطابقة البيانات المذكورة في الوسم أو الوثائق المرفقة ولا يتعدى الفحص 24 ساعة من تاريخ إيداع الملف .

2- الفحص المكثف (المدقق): ويتمثل في أخذ عينات للتحليل المخبري للتأكد من مطابقة المنتج للمواصفات والمقاييس القانونية ومدى استجابته للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص تركيبته ونسبة المقومات الأساسية، وطريقة الاستعمال.

ويجب أن تفوق مدة صلاحيته بنسبة 80% عند تاريخ التفتيش وإذا كانت نتائج الفحوص ايجابية يسلم إلى المعني مقرر عدم اعتراض دخول المنتج إلى الجزائر ،أما كانت النتائج سلبية فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول منتج إلى الجزائر.¹

المطلب الثاني: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

الأجهزة الإدارية هي الجهات المنوط بها تنفيذ القواعد القانونية التي تحمي المستهلك من الجرائم التي تهدده بالخطر أو تمسه بالضرر، وتنقل التجريم والعقاب من التشريع إلى الواقع العملي الذي يحقق الحماية على أرض الواقع.²

ولهذا تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصاتها كما سنرى لاحقاً بدور فعال في حماية المستهلك سواء فيما يتعلق بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر بالمستهلك من طرف المخالفين ،وهذه الهيئات الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 03-09 ودون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية .

وعليه فتدخل هذه الهيئات في تنظيم السوق حماية ودفاعاً على المستهلك ما هو إلا تنفيذاً للأدوار المكلفة ويقصد توفير حماية شاملة سواء على المستوى الوطني أو المحلي حسب طبيعة الهيئة المكلفة بذلك إذ تتنوع وتختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشأت من أجله.

لذا سنتولى من خلال هذا المطلب دراسة دور وزارة التجارة في حماية المستهلك {الفرع الأول}، ثم نعرض بالبحث عن دور الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة في حماية المستهلك {الفرع الثاني}، إضافة إلى هذه الهيئات المهمة بحماية المستهلك هناك هيئات المتخصصة {الفرع الثالث} وفي الختام نتناول دور مصالح الولاية و البلدية في حماية المستهلك.

الفرع الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك

لم ينص القانون الجزائري بتخصيص وزارة معينة مكلفة بحماية المستهلك: بل بقيت وزارة التجارة كجهاز مركزي يتولى النظر في مشاكل المستهلكين، وعلى هذا أساس حولت القوانين لوزارة التجارة عبر مصالحها المركزية والخارجية تنفيذ مضمون السياسة الوطنية لحماية المستهلك ومراقبة جودة المنتوجات والخدمات.

نظم المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 جوان 1994 والمتعلق بصلاحيات وزير التجارة فيما يتعلق بالجودة وحماية المستهلك بعدما كان يناط بهذه المهام لوزير الاقتصاد بموجب المرسوم التنفيذي رقم

¹أنظر: علي بولحية بن بوخميس1 القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري المرجع السابق ص 70 71
² أنظر: سعديّة فتي ، جرائم لإضرار بمصالح المستهلك ، دراسة مقارنة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق

و العلوم السياسية ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة 2008 2009 ص 74

90-189 المؤرخ في 23 جوان 1990 والتضمن صلاحيات وزير لإقتصاد ثم جاء المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة.

ففي مجال جودة السلع و الخدمات و حماية المستهلك ،فان وزير التجارة أصبح يكلف بمايلي :

1- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية و الهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن لاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية.

2- يقترح كل الاجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامة ويساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره يشارك في الأشغال الدولية و الجمهورية المختصة في مجال الجودة .

3- يعد و ينفذ إستراتيجية للإعلام والإتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية، كما أنه يشجع تنمية مخابر الجودة والتجارب ويقترح الاجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

4- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية .

- نستنتج أن وزارة التجارة هي الوزارة المكلفة بقمع الغش ومراقبة الجودة وحماية المستهلك، كما يستعين وزير التجارة في إطار أداءه لمهامه بالإتصال مع مختلف الدوائر الوزارية منها وزارة الداخلية والجماعات المحلية وزارة الدفاع الوطني وزارة الصحة والإسكان وزارة السياحة... الخ (المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 السالف الذكر)

أما في مجال الرقابة وقمع الغش فقد حددت المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 تلغي أحكام المادة 6 من المرسوم السابق تنظيم وتوجيه، ووضع حيز تنفيذ لمراقبة ومكافحة الممارسات التجارية غير شرعية الممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد كما يساهم في توجيه وتنسيق برامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش ما بين القطاعات وينجز كل تحقيق إقتصادي معمق وتخطر الهيئات القضائية عند الضرورة كما نصت المادة 9 من نفس المرسوم على أن يسهر وزير التجارة على السير الحسن للهيكل المركزية واللامركزية والمؤسسات التابعة لدائرته المركزية.

الفرع الثاني: الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك

ينفذ وزير التجارة مهامه في مجال الرقابة عن طريق أجهزة تابعة لوزارته³ تتمثل أساسا في ما يلي:

أولا : المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

لقد أدجت الصلاحيات المرتبطة بالجودة وأمن المنتوجات التي كانت في السابق من صلاحيات مديرية الجودة وأمن المنتوجات المنصوص عليها في المادة الأولى من المرسوم التنفيذي المؤرخ في 16 جويلية 1994 ضمن

³ أنظر : نوال شعباني ،التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء القانون حماية المستهلك و قمع الغش ،المرجع السابق ،ص109

صلاحيات المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها⁹ حيث تضطلع هذه المديرية بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك¹ وهي بدورها تنقسم إلى مديريات فرعية للتحكم في مهامها المتمثلة في:

- 1- إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وتكييفها¹ وتحديد الجهاز لملاحظة ومراقبة الأسواق ووصفه
- 2- اقتراح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، لاسيما في مجال التسعيرة، وتنظيم الأسعار وهوامش

الربح

- 3- تشارك في تحديد البيانات الوطنية³ وكذا التنظيمات العامة والتوعية المتعلقة بترقية جودة السلع

والخدمات

وتتضمن هذه المديرية خمسة (5) مديريات الفرعية وهي (مديرية الجودة والاستهلاك) مديرية المنافسة والخدمات مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة مديرية الدراسات لاستكشاف والإعلام الاقتصادي مديرية التقنين والشؤون القانونية)

ثانيا : المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

تعتبر المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش إحدى الهياكل الجديدة التي تم إرساءها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة- حلت محل المفتشة المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش. وتكلف المديرية العامة للرقابة وقمع الغش طبقا لنص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المنظم للإدارة المركزية لوزارة التجارة بالمهام² منها :

- 1- تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش والسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها
- 2- تطوير التنسيق ما بين القطاعات في مجالات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش وتعمل على تطوير علاقات التعاون الدولي في ميادين الرقابة الاقتصادية، مراقبة الجودة وقمع الغش

وتعتمد هذه المديرية في إطار تنفيذ مختلف المهام الموكلة إليها على أربعة مديريات تابعة لها وهي:

مديرية مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة / مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش/مديرية مخابر التجارب و تحاليل الجودة /مديرية و التحقيقات الخصوصية. (المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 السالف الذكر

ثالثا: شبكة الإنذار السريع

¹ أنظر : جمال حملاحي دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري و الفرنسي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير

تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق و العلوم التجارية ، جامعة أحمد بوقرة ، بومرداس ، 2005 2006 ص 52

² أنظر : نوال شعباني ، التزام المتدخل بضممان سلامة المستهلك في ضوء القانون حماية المستهلك وقمع الغش² المرجع السابق ص 109

استحدث المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في أمن المنتوجات بموجب المادة 17 منه شبكة للإنذار السريع¹ منشأة لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش مكلفة بمتابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم تتكون من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش رئيسا وأعضاء ممثلين عن وزارة حددتهم ذات المرسوم .

ومن المهام الموكلة لشبكة الإنذار السريع تغطية كل السلع والخدمات المسوقة عبر التراب الوطني والموجهة للاستعمال للمستهلك. وذلك في جميع مراحل عملية الوضع للاستهلاك، كما لهذه الشبكة أن تتواصل بشبكات الإنذار الجمهورية أو الدولية ولها كذلك الحق في تبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلا .

وتباشر هذه الشبكة كل عمل من شأنه ضمان البث الفوري ومن دون 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 لإضرار بصحة المستهلك أو أمنه كما لها صلاحية المعلومات التي تحوزها و المتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتجات على صحة المستهلك وأمنهم.²

الفرع الثاني : الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة

إن المشرع الجزائري وفي إطار إحاطة المستهلك بالحماية المادية و المعنوية سخر له عدة الهيئات المتخصصة تسعى لمراقبة السوق. ونقصد بالهيئات المتخصصة: تلك الهيئات التي حول لها المشرع مهام وصلاحيات خاصة بحماية المستهلك كإختصاص أصيل بموجب نصوص قانونية خاصة، وتمثل هذه الهيئات في ما يلي:

أولا : المجلس الوطني لحماية المستهلك

أنشأ هذا المجلس بموجب المادة 24 من القانون رقم 09-03 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وأعيد النص عليه بموجب المادة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 12-203- المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات ج ر رقم 28، المؤرخة في 09/05/2012 ص

² أنظر المواد 19 و 21 و 22 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المشار إليه أعلاه

يعد هذا المجلس هيئة حكومية استشارية، تم تأسيسه تحت رعاية وزارة التجارة حيث لا يجوز له أن يصدر قرارات، بل له فقط أن يبدي رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك¹ وهو بذلك يحقق الهدف الوقائي من خلال دوره التحسيس في إعلام المستهلكين و توجيههم . وتنبههم من المخاطر المنتجات² ويكون ذلك عن طريق لإعلام العام في الجرائد والراديو وشاشة التلفزيون وكذا من خلال الملتقيات والمحاضرات (الحماية الجنائية للمستهلك) .

أما فيما يخص تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك حددته المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 الذي يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته. ويجتمع المجلس في دورات عادية مرتين في السنة بناء على استدعاء من رئيسه، ويمكن أن يجتمع في دورات استثنائية كلما دعت الحاجة إلى ذلك، بناء على طلب من رئيسه وإما بطلب من ثلثي (3/2) أعضاءه

ثانيا : مهام المجلس الوطني لحماية المستهلك

نصت المادة 22 من نفس المرسوم³ على الإختصاصات الموكلة للمجلس ، بحيث يدلي المجلس بأراء و يقترح تدابير لها علاقة على الخصوص بما يأتي :

- 1- المساهمة في الوقاية من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها المنتوجات المعروضة في السوق، وتحسينها من أجل حماية صحة المستهلكين و مصالحهم المادية و المعنوية
- 2- ابداء رأيه في حول مشاريع القوانين التنظيمات التي يمكن أن يكون لها تأثير على لاستهلاك - وكذا على شروط تطبيقها البرامج السنوية لمراقبة الجودة و قمع الغش ، التدابير الوقائية لضبط السوق
- 3- جمع المعلومات الخاصة بمجال حماية المستهلكين و استغلالها و توزيعها ، واتخاذ التدابير الوقائية لضبط السوق : كما يمكن للمجلس المشاركة في ملتقيات إعلامية و إقامة علاقات مع الهيئات سواء على المستوى

¹ .Filali,F.Fettat ,A . oucenda ,alimentaire et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Alegerie ,Revue Algérienne des science juridique Economique et politique ,Alegerie,N°1,1998,P69

² المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 2 أكتوبر 2012 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك و اختصاصاته ، و يلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 6 يوليو 1992 ، المحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين و اختصاصاته الصادر بالجريدة الرسمية رقم 52 ، الصادرة بتاريخ 7 يوليو 1992

³ المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين ، ج ر عدد 56 الصادرة في 11 أكتوبر 2012

الوطني و الدولي فالمجلس يساهم في إعلام و توعية المستهلك بكل المعلومات التي تمهه حول طبيعة المنتوجات و كيفية استخدامها بإضافة للإعلام الذي يقدمه المتدخل للمستهلك مما يعزز حماية لهذا الأخير.¹ وفي إطار التكفل بالمهام المسندة إليه يعمل المجلس ضمن اللجان المتخصصة التابعة له²، إضافة لكل هذا فالمجلس ممثل بأعضاء في مختلف الهيئات المكلفة بحماية المستهلك مثل المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم ، و مجلس المنافسة.

ولكن رغم الصلاحيات الممنوحة للمجلس إلا أنه لا يؤدي دوره بفعالية كونه جهاز استشاري فقط مما يمنعه من تجسيد الآراء التي يبيدها لتقرير حماية فعالة للمستهلك ، كما أنه لا يملك الإمكانيات الكافية لمتابعة مدى جدية تطبيق القواعد الحمائية للمستهلك.³

ثانيا : المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم

يمثل الهيئة العليا لنظام الرقابة على المستوى الوطني ، تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 الذي تم تعديله بموجب المرسوم التنفيذي 03-318.⁴

أولا : تعريف المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم

هو مؤسسة عمومية ذات الطابع الإداري ، تتمتع بالشخصية المعنوية ولإستقلال المالي . يخضع لوصاية وزير التجارة الذي يعين له مديرا لتمثيله ، و يساعده في مهامه كاتب عام و رؤساء المخابر المركزية و لإقليمية ، ويتم تعيينهم من طرف السلطة الوصية بناء على اقتراح المدير. و هو يتشكل من :
مدير عام - و مجلس التوجيه - لجنة العلمية و تقنية

ثانيا : مهام المركز الجزائري

طبقا لأحكام المادتين 3 و 4 من المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المعدل و المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 89-147 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم و تنظيم عمله ، تتمثل مهام هذا الأخير في :
● تحقيق أهداف السياسة الوطنية في مجال النوعية لاسيما المساهمة في حماية صحة و أمن المستهلك ومصالحهم المادية و المعنوية ، وترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع و الخدمات.

¹Calais-Auloy ,et Steinmetz Frank ,op ,cit ,p75

²أنظر : بختة موالك المرجع السابق ، ص 62

³Filali .() .Fettat.(F) et oucenda.(A) ,op ,cit ,p69

⁴أنظر المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 1989/8/8 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية و الرزم و تنظيم عمله ، الجريدة الرسمية رقم 33 المؤرخة في 1989/8/9 ص 884 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 2003/9/30 رقم 59 المؤرخة في 3003 /10/5 .

- المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير، ومخالفة القوانين و التنظيمات المتعلقة بنوعية السلع و الخدمات ومعايبتها، كما يعمل على تطوير مخابر مراقبة النوعية و قمع الغش التابعة لها
 - يشارك في إعداد مقاييس السلع و الخدمات المعروضة للإستهلاك مع تأكده من مدى مطابقتها للمقاييس و الخصوصيات القانونية أو التنظيمية
- كما يقوم بالمساهمة بالتعاون مع السلطات المختصة في إبرام الاتفاقات و الإتفاقيات التي لها علاقة بموضوعه مع الهيئات الوطنية و الأجنبية كما يمكن الاستعانة بالخبرات الدولية المتخصصة وهذا ما حدث في إطار المشروع الجزائري الكندي الذي تضمن نظام يتمحور حول الوقاية وممارسة الرقابة بمختلف أشكالها في قطاع المواد الغذائية بهدف إيجاد غذاء صحي .

إن مراقبة نوعية المنتوجات بواسطة هذا المركز لا تؤدي إلى حماية المستهلك فقط ، بل يمتد نطاق الحماية إلى حماية الاقتصاد الوطني ، ومن ثمة الحصول على منتوجات ذات جودة عالية تلي رغبات المستهلك ¹.

ثالثا : شبكة مخابر التحليل النوعية

تعتبر مخابر تحليل النوعية أجهزة استشارية تقنية ، تساعد الإدارة في ممارسة الرقابة الهادفة إلى ضغط على المتدخل ، بغية تنفيذ التزامه بضمان سلامة المستهلك من كل أنواع الغش و التزيف في المنتوجات المعروضة للاستهلاك.

تم إنشاء هذه المخابر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-192 المتعلق بمخابر تحليل النوعية ² للقيام بمهام لإستشارة و المساعدة .

و تصنف مخابر تحليل النوعية إلى ثلاث فئات محددة بنص المادة 14 من ذات المرسوم ومتمثلة في مايلي

:

- ✓ الفئة الأولى: المخابر التي تعمل لحسابها الخاص، والمحددة في إطار المراقبة الذاتية للمتدخلين
- ✓ الفئة الثانية: مخابر تقديم الخدمات لحساب الغير
- ✓ الفئة الثالثة: المخابر المعتمدة في إطار قمع الغش

¹ أنظر: نوال شعباني ، المرجع السابق ، ص 110

² المرسوم التنفيذي رقم 91-192 مؤرخ في 01-06-1991 متعلق بمخابر تحليل النوعية ، الجريدة الرسمية عدد 27 ، صادرة في 02-06-1991

دعم المشرع الفئة الأخيرة من المخابر) وفي هذا الإطار تم إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحليل النوعية أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 66-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية و تنظيمها وسيورها¹.

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش .

تتكون هذه الشبكة من مجلس يضم عضوا وخمسة نواب ينتخبون لمدة ثلاث سنوات. وينقسم إلى خمسة لجان يشرف عليها وينشطها نواب الرئيس وهي :

✓ لجنة تأمين النوعية

✓ لجنة الصيانة

✓ لجنة التجهيز، لإعلام الآلي العلمي

✓ لجنة القياس والموازن

✓ لجنة طرق التحليل

وتقوم اللجان بوضع مخطط العمل يعرض على مكتب المجلس لمناقشته و إثراءه و المصادقة عليه ، وفيما يخص سيرها فهي تسير من قبل "مجلس الشبكة" الذي بدوره يتكون من أعضاء مؤهلين عالميا يمثلون مخابر هي بدورها تنتمي إلى الشبكة ، وهذا بحسب نص المادة 6 من المرسوم المذكور أعلاه وهذا المجلس يضع تحت إشراف وزارة التجارة التي تتولى أمانة المجلس ، كما أن صلاحيات هذا الأخير و كفاءات سيره و تنظيمه تحدد بقرار من الوزير المكلف بالتجارة طبقا للمادة 7 من نفس المرسوم².

صلاحيات شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية

تطلع هذه الشبكة بمهام وذلك حسب المادتين 2 و 3 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 السالف الذكر³ وهي :

- المساهمة في تنظيم مخابر و التحاليل و مراقبة النوعية ، وتطويرها
- المشاركة في إعداد سياسة حماية الإقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك

¹ المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 01-12-1997 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية ، جريدة رسمية رقم 04 ، المؤرخة في 07-12-1997

² أنظر : علي بولحية بن بوخميس ، المرجع السابق ، ص 62

³ المادة 2 و 3 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19-أكتوبر 1996 الذي ينظم شبكة مخابر التحاليل و النوعية الجريدة الرسمية العدد 262 المؤرخة في 19 أكتوبر 1996 ص 884

- تطوير كل عملية من شأنها أن ترقى نوعية السلع والخدمات ، وتحسين نوعية خدمات مخابر التجارب وتحليل الجودة
- تنجز كل الأعمال الدراسية والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة وكل الخدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وتحسين نوعية المنتوجات كما تتولى مراقبة نوعية المنتوجات المستوردة والمحلية عند إخطارها .

الفرع الثالث : المصالح الخارجية لوزارة التجارة

يمتد اختصاص وزارة التجارة للمستوى الخارجي والمجسد في المصالح الخارجية التابعة لها ، والمنصوص عليها بموجب 02 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 20 جانفي 2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعمله : "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل :

مديريات ولائية للتجارة

مديريات جهوية للتجارة

أولا : مديرية الولاية للتجارة

جاء هذا الجهاز ليحل محل المديرية الولائية للمنافسة و لأسعار ، فهي تحتوي على خمسة مصالح :

✓ مصلحة معالجة حماية المستهلك و قمع الغش

✓ مصلحة معالجة مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة

✓ مصلحة المنازعات و الشؤون القانونية

✓ مصلحة معالجة ملاحظة السوق والإعلام لاقتصادي

✓ مصلحة معالجة الإدارة و الوسائل¹.

فحسب المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11 التي حددت مهام هذه المديرية ، حيث تقوم هذه المديرية بتنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية و المنافسة والجودة وحماية المستهلك ، وتنظيم النشاطات التجارية و المهن المقننة و الرقابة الاقتصادية و قمع الغش . والدور الذي تلعبه المديرية الولائية للتجارة لحماية المستهلك ، يتمثل في تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات و المستعملين و المستهلكين في ميدان الجودة و أمن المنتوجات وذلك بالتنسيق مع مختلف الهيئات المكلفة بحماية المستهلكين .

ويمتد كذلك نطاق عمل المديرية الولائية للتجارة للحدود فنجد مفتشيات مراقبة الجودة و قمع الغش على مستوى الحدود البرية و البحرية، وفي المطارات بموجب المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11 بحيث تقوم بالسهر على تنفيذ الأحكام التشريعية و التنظيمية المتعلقة بالجودة و مطابقة المنتوجات الموجهة للتصدير

¹ أنظر : بن حميدة أحمد ، لإصلاحات التشريعية و التنظيمية في قطاع التجارة وآليات حماية المستهلك ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، كلية الحقوق ، جامعة البليدة، العدد 22 جانفي 2012 ص 384

والإسترداد وتراقب نوعية المنتوجات المستوردة وقمع الغش على مستوى الحدود ويبلغ عدد المديريات الولائية للتجارة بـ 48 مديرية .

ثانيا : المديرية الجهوية للتجارة

تعد هذه المديرية هي الثانية بعد المديرية الولائية للتجارة طبقا لنص 02 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها و عملها ، حلت محل المفتشيات الجهوية الإقتصادية وقمع الغش ، تشمل 9 (تسع) مديريات جهوية على مستوى الإقليم الوطني ولكل مديرية ثلاث مصالح ومن أهم مهام المديريات الجهوية للتجارة تتمثل في :

- ✓ إعداد برامج الرقابة بالتنسيق مع لإدارة المركزية و المديريات الولائية و السهر على تنفيذها
- ✓ برمجة و تنظيم و تنسيق عمليات الرقابة و التفتيش ما بين الولايات
- ✓ إجراء كل التحقيقات المخصصة المتعلقة بالمنافسة و الممارسات التجارية و الجودة و حماية المستهلك وسلامة المنتوجات .

تجدر الإشارة ، أنه بإضافة لهذه الأجهزة لا بد من الإشارة إلى لجنة أخرى لا يقل أهمية عن باقي الأخرى والمعروف بالإسم لجنة البنود التعسفية .

أولا : لجنة البنود التعسفية

أدرك المشرع خطورة تأثير الشروط التعسفية التي تكون محففة في حق المستهلك ، فرأى ضرورة إنشاء جهاز يتولى مهام الرقابة الإدارية متمثل في لجنة البنود التعسفية بمقتضى المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306. و نصت المادة 08 من هذا المرسوم على أنها تتشكل من أعضاء وهم¹:

ممثل عن وزير المكلف بالتجارة ، مختص في مجال الممارسات التجارية رئيسا و ممثل عن وزير العدل مختص في العقود، وعضو عن مجلس المنافسة ، ومتعاملين اقتصاديين عضوين في الغرفة الجزائرية للتجارة و الصناعة مؤهلين في قانون الأعمال و العقود ممثلين عن جمعيات حماية المستهلكين ذات طابع وطني مؤهلين في مجال قانون الأعمال والعقود، ويتم تعيين أعضاء اللجنة بقرار من الوزير المكلف بالتجارة بإقتراح من الوزراء و المؤسسات المعنية و ذلك لمدة خمس سنوات قابلة للتجديد². أما عن دورات اللجنة فإنها تجتمع في دورة عادية أو في دورة إستثنائية طبقا لنص المادتين 13 و 15 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 السالف الذكر .

ثانيا :صلاحيات لجنة البنود التعسفية

¹أنظر المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 2006/09/10 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ، ج ر رقم 56 المؤرخة في 2006/09/11 ص 18

²أنظر المادة 09 من المرسوم رقم 06-306 المذكور أعلاه

تضطلع لجنة البنود التعسفية بعدة مهام نصت عليها المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 وهي:

1- تبحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الإقتصاديين على المستهلكين و البنود ذات الطابع التعسفي ، كما تصيغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة و المؤسسات المعنية

2- يمكن أن تقوم بكل دراسة أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكين ، ويمكنها مباشرة كل عمل يدخل في مجال اختصاصها .

لكن الملاحظ على المشرع أنه لم ينص على ما توصي به اللجنة ، على خلاف المشرع الفرنسي الذي أجاز للجنة أن توصي بحذف أو تعديل الشروط التي يمكن أن تكون تعسفية مما فيه ضمانة للمستهلك¹ .

ومن خلال كل ما سبق يمكن القول أن لجنة البنود التعسفية التي يبقى رأيها استشاري حول الطابع التعسفي للشروط المدرجة في نماذج العقود أو العقود المبرمة ما بين المتدخلين و المستهلكين ، مما يجعل هذه الآراء تتخذ شكل توصيات ليست لها أية قوة إلزامية لا بالنسبة للأطراف ولا بالنسبة للغير ، سوى ممارسة ضغط معنوي على المتدخلين ومساعدة القضاة على سبيل الإستثناس في حالة وجود مثل هذه الشروط التعسفية أثناء نشوب نزاع و عرضه على القضاء ، مما يجعل دورها غير فعال على أرض الواقع كونه قاصرا على نماذج العقود أو العقود .

الفرع الخامس : دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك

يمكن للوالي و رئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية ، أن يتدخلوا لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة من شأنها مساس بصحة و أمن المستهلك بإعتباره فردا من أفراد المجتمع . و نتطرق من خلال هذا الفرع إلى دور رئيس المجلس الشعبي البلدي ، بإضافة إلى دور الوالي في حماية المستهلك .

أولا : دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

يتمتع رئيس البلدية بسلطة الضبط البلدي التي يمارسها تحت سلطة الوالي ، فهو يتمتع بالسلطات تحوله حماية المستهلكين على مستوى البلدية، بصفته ضابط الشرطة القضائية منح له المشرع صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر مما يحيط بت من منتجات و خدمات ومكان تصنيعا و تخزينها و نقلها و كيفية عرضها للإستهلاك ، والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات و المقاييس القانونية و التنظيمية و اتخاذ القرارات المناسبة في ذلك مع إحالة المخالفين على العدالة.²

وطبقا لذلك حولت المادة 25 من القانون المتعلق بحماية المستهلك دور مهما تتمثل في معاينة المخالفات و قمعها بإعتباره حاملا لصفة الضبطية القضائية عن طريق إستعماله لوسائل الضبط الإداري لتحقيق المصلحة العامة في المجتمع و المحافظة على النظام العام سواء كان سياسي أو حمائي ، ففكرة البوليس الإداري فكرة قانونية

¹أنظر : محمد بودالي الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري (دراسة مقارنة) ، المرجع السابق ، ص 31

²أنظر:علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق ، ص 62

تنظيمية للتمكن من حماية المستهلكين و توفير ضمانات كافية لهم¹ عن طريق إستعمال وسائل الضبط الإداري المتمثلة في لوائح الضبط و القرارات الفردية و القوة العمومية ، وهذا من أجل تفعيل رقابة المستمرة لضبط السوق و من ثمة حماية المستهلك .

ثانيا : دور الوالي في حماية المستهلك

يكتسب الوالي هو آخر صفة ضابط الشرطة ، فهو مسؤول على المحافظة على النظام والأمن و السلامة و السكينة العمومية حسب الشروط المحددة في القوانين و التنظيمات . وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضباط الشرطة القضائية مسؤول على ضمان صحة وسلامة المستهلك ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخص بصفة نهائية أو مؤقتة بناء على رأي أو بإقتراح من المصالح الولائية المختصة.² كما يمارس المجلس الشعبي الولائي في إطار الصلاحيات المخولة له بالمحافظة على الصحة العمومية والتجارة والأسعار وحماية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية طبقا للمادة 77 من قانون الولاية .

المطلب الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك في مجال حماية المستهلك

تعتبر جمعيات حماية المستهلك الملجأ الأساسي للمستهلك وذلك لما توفره من حماية كافية والدفاع عن حقوقه ، ويقع على عاتقها خلق توازن بين حقوق المستهلكين والمنتجين ، كما تهدف إلى محاولة إيجاد حلول لما تعنيه من عوائق لمحاربة الإرتفاع المستمر للأسعار.³

فمنح المشرع في المواد 21 و 22 و 23 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مهمتها العناية بشؤون المستهلكين ، أما عن تنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائها و سيرها و دورها ، فقد نظمها المشرع بموجب القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات⁴ ومن خلال هذا المطلب سنعالج مشاركة المجتمع المدني في حماية المستهلك من خلال تحديد مفهوم جمعيات حماية المستهلك {الفرع الأول} وجمعية حماية المستهلكين كأى جمعية أخرى لا تتأسس إلا إذا تحققت شروط تأسيسها {الفرع الثاني} وتوسعى هذه الأخيرة كغيرها من الأجهزة لتوفير حماية فعالة لحماية المستهلك من خلال دورها التحسيبي و الوقائي {الفرع الثالث} بالإضافة إلى دورها العلاجي {الفرع الرابع}.

الفرع الأول : مفهوم جمعيات حماية المستهلك

¹ أنظر: جميلة آغا ، دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية و الإدارية ، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005 233 0 5

² أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 62 63

³ أنظر: نبيل نصري ، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة ، مداخلة في الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل

الانفتاح الاقتصادي ، معهد العلوم القانونية و الإدارية ، المركز الجامعي بالوادي ، يومي 13 و 14 أبريل 2008 ص 166

⁴ قانون رقم 12-06 المؤرخ في 12-01-2012 المتعلق بالجمعيات ، ج ر رقم 02 المؤرخة في 2012/01/15

لقد انتشرت جمعيات حماية المستهلك بداية في البلدان الصناعية لأكثر من عشرين سنة ، غير أنها لم تظهر في الدول النامية إلا حديثاً¹. ففي الجزائر ظهورها حديث نسبياً وقليلة الانتشار مهمتها الأساسية حماية المستهلكين والأجل بلوغ الأهداف المسطرة لها أن تستخدم مختلف الوسائل التدخل وبشكل مكثف ومتنوع ، تدخلات ميدانية تحسيس أشغال التوعية... إلخ ، ويمكنها أن تكون وطنية بمعنى يمتد نشاطها لمجمل الوطن مثل الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين المنشأة عام 1988 م وكذلك جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك المنشأة عام 1989 م ؛ كما يمكن أن تكون هذه الجمعيات جهوية أو محلية منحصرة في مجال جغرافي محدد. ومن الطبيعي أن تكون أكثر من حيث العدد مثل : الجمعية حماية البيئة و المستهلك عام 1999 ، جمعية حماية المستهلك بتلمسان عام 1997 إلخ

تعرف جمعيات حماية المستهلك أنها : "هيئات تطوعية ، غير حكومية يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم و اختصاصاتهم ، لا تهدف إلى الربح ، وإنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه و ضمان الدفاع عنها ، عن طريق تنويره و توعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ، ورفع دعاوى قضائية نيابة عنه ."²

وقد عرفت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش جمعية حماية المستهلك على أنها : "هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون ، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه و توجيهه و تمثيله ، يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط و الكيفيات المنصوص عليها في التنظيم الساري المفعول ". ويقصد المشرع بضرورة أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك طبقاً للقانون وجوب إخضاعها لأحكام القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات ، خاصة الشروط المتعلقة بمؤسسي الجمعية وإجراءات التأسيس والضوابط المتعلقة بحقوق وواجبات الجمعية .

وبالرجوع إلى نص المادة 02 منه ، عرفت الجمعية حماية المستهلك على أنها : "تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة ، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم و وسائلهم تطوعاً ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة و تشجيعها ... "

¹ يرجع تأسيس جمعيات حماية المستهلك إلى الحركات الأمريكية و على رأسها رالف نادر التي قامت بالامتناع عن شراء بعض المنتجات تنديداً بغلاء المعيشة وطالبت بتحسين النوعية .

² أنظر: بختة دندان ، دور جمعيات حماية المستهلك ، مداخلة في الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات و واقع ، المركز الجامعي الطاهر مولاي ، سعيدة ، يومي 22 و 23 أبريل 2008 ص 01

فالمشرع اعترف بوجود الجمعيات ولم يقيد وجودها بمدة محددة بقدر ما قيدها بالغرض من إنشائها الذي يجب تحديده بدقة ، وأن لا يكون الهدف من وراءه تحقيق الربح .¹

الفرع الثاني : شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك

تتأسس جمعيات حماية المستهلكين كأي جمعية أخرى، إذا تحققت الشروط الموضوعية و الشكلية المنصوص عليها في القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات

أولا : الشروط الموضوعية لتأسيس جمعيات حماية المستهلكين

تتفرع الشروط الموضوعية إلى شروط متعلقة بمؤسسي أو مديري أو مسيري الجمعيات ، وشروط متعلقة بالجمعيات نفسها .

أولا : الشروط الموضوعية لتأسيس جمعيات حماية المستهلكين

تتفرع الشروط الموضوعية إلى شروط متعلقة بمؤسسي أو مديري أو مسيري الجمعيات ، وشروط متعلقة بالجمعيات نفسها

الشروط المتعلقة بالمؤسسي أو مسيري الجمعيات : تتمثل أساسا في :

- 1- أن يكونوا أشخاص راشدين . 2- أن يكونوا متمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية
- 3- أن تكون جنسيتهم جزائرية . 4 - و أن لا يكونوا قد سبق لهم سلوك مخالف لمصالح كفاح التحرير الوطني²

الشروط المتعلقة بالجمعيات : اشترطت المادة 02 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات

أن يتم تحديد موضوع الجمعية بدقة مع ضرورة تطابق تسمية الجمعية مع الغرض الذي أنشأت من أجله و أن لا تهدف إلى تحقيق الربح من وراء نشاطها ، بل يجب أن تأسس من أجل ممارسة نشاطا تطوعيا بدون مقابل

ثانيا: الشروط الشكلية لتأسيس الجمعية

تؤسس الجمعية قانونا بعد إتمام الإجراءات الشكلية المنصوص عليها في المادة 07 من قانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات بحيث يخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي و إلى تسليم وصل التسجيل الذي يتم تقديمه أمام المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات الموجودة على مستوى البلدية ، أما بالنسبة للجمعيات الموجودة على مستوى الولاية فيتم إيداع الوصل أمام المجلس الشعبي الولائي وبالنسبة للجمعيات الوطنية و الجمعيات المنشئة ما بين ولايات وطنية فأمام وزارة الداخلية تقوم بالإشهار بتأسيسها في جريدة يومية ، ويتوفر

¹أنظر: بن عنتر ليلي ، جمعيات حماية المستهلك ، موجودة أم تحتاج إلى الوجود ؟ ، مجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، كلية الحقوق ، جامعة بجاية، مجلة سداسية العدد 02 : 2010 175

²أنظر : فتيحة حدوش ضمان سلامة المنتوجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي ، المرجع السابق ص

هذه الشروط تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية و الأهلية المدنية التي تمكنها من مباشرة مهامها المتمثلة في حماية المستهلك .

وإذا تخلف شرط من الشروط الشكلية أو الموضوعية السالفة الذكر تبطل الجمعية بقوة القانون .¹

الفرع الثالث : الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

تسعى جمعيات حماية المستهلكين إلى تحسين و توعية المستهلك بالمخاطر التي تهدد أمنه و ماله ، أي لها دور توعوي² وهذا قبل حدوث ضرر للمستهلك ويتخذ هذا الإجراء الاحترازي عدة الأشكال كالتحسيس ومراقبة الأسعار.. الخ وفي هذا الصدد سنعرج بالبحث عن دور هذه الجمعية في تحسيس و توعية المستهلكين و دورها في مراقبة الأسعار و الجودة.

أولاً: الدور التحسيس الإعلامي : من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك بكل المخاطر التي تهدد أمنه و ماله ، كما تقوم جمعيات حماية المستهلك بتوجيه المستهلك و تعريفه بمختلف الهيئات الساهرة على ضمان أمنه الإستهلاكي ، والجهات التي بإمكانه اللجوء إليها عند الاعتداء على حقوقه³

بالإضافة إلى حق المستهلك في إعلامه من قبل المتدخل ، تعمل جمعيات حماية المستهلك على إعلامه و تقديم النصح له وذلك بمراقبة مدى توافر الوسم في المنتجات ومدى تطابق هذه الأخيرة مع المواصفات القانونية والتنظيمية ولفت انتباه المستهلك إلى إقتناء منتجات محلية وبثمن معقول فيتم إعلام المستهلك و توعيته باللجوء لوسائل حددتها المادة 24 من قانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات والمتمثلة في إصدار ونشر نشرات و مجلات و وثائق إعلامية و مطويات ، كما يمكن لها اللجوء لجميع وسائل الإعلام و الإتصال كالجرائد و التلفزيون والإنترنت ليتم عن طريقها تحسيس و إعلام المستهلكين ، وتعتمد الجمعيات أيضا إلى تقديم النصح و الإرشادات لكيفية التعامل مع السلعة الخدمة معروضة في السوق وتحذيرهم من المخاطر التي قد تنجم عنها ، ويمتد دور الجمعيات إلى قيامها بالدراسات و البحوث المرتبطة بالإستهلاك و بالمستهلك وذلك لمراقبة و ترقية نوعية السلع و الخدمات .⁴

¹ راجع المواد 2 و 5 و 10 من القانون رقم 12-06 السالف الذكر .

²Filali .() .Fettat.(F) et oucenda.(A) ,op ,cit ,p67

³ أنظر :نوال بن لحرش الدور التحسيس و الإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر،مجلة الندوات للدراسات القانونية ، العدد الأول، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة، 2013 ص 216

⁴أنظر: هامل الهواري ، دور الجمعيات في حماية المستهلك ،مجلة العلوم القانونية والإدارية ،كلية الحقوق،جامعة سيدي بلعباس عدد خاص أبريل 2005 ص 225_227

وتجدر الإشارة إلى أن الإعلام الذي تقدمه جمعيات حماية المستهلك يعد أكثر نفعا من الإعلام الذي يقدمه المتدخلين للمستهلكين لأنها تهدف من وراء هذا إلا إعلام إلى حماية المستهلك بجعل هذا الإعلام موضوعي ومبصر للارادتهم .

ثانيا : مراقبة الأسعار و الجودة : تهدف جمعيات حماية المستهلك إلى الحفاظ على القدرة الشرائية التي يهتم بها المستهلك فتسعى جاهدة إلى الحد من المغالاة في سعر المنتوجات ذات الإستهلاك المتكرر ، فتقوم بمراقبة مدى احترام المتدخلين للأسعار المفروضة من قبل الدولة خاصة بالنسبة للمنتوجات ذات طابع الإستراتيجي (الحليب، الخبز)

وتلزم المتدخلين بالإعلان عن أسعار المنتوجات لتمكن المستهلك من اختيار المنتج الذي يوافق رغباته المشروعة، كما تعتمد مراقبة مدى مطابقة السلع المعروضة في السوق للجودة المطلوبة ، مع الفحص المنتوجات لمعرفة مزاياها وعيوبها.¹

إن تدخل جمعيات حماية المستهلكين طبق الأحكام القانون رقم 02-04 و القانون رقم 09-03 وأحكام القانون المنافسة رقم 03-03 من خلال متابعة المستمرة للسوق لملاحظة مدى الإلتزام بمتطلبات حماية المستهلك فيما يخص الأسعار ودراسة الشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين و التحقيق فيها ، و إيجاد الحلول المناسبة لها .

الفرع الرابع: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا خلال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل: حيث يصبح الدور العلاجي لهذه الجمعيات عدم الجدوى و بدون فاعلية.²

وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حين تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة الأشكال وهذا الدور الذي تضطلع به الجمعيات أجازته المشرع بنص القانون سواء في قانون الجمعيات ، أو قانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش وفي هذا الصدد سنفصل في هذه الأشكال على النحو الآتي :

أولا : ممارسة الدعاية المضادة

يقصد بها نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق بإستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان ، وتقوم جمعيات بإتباع طريقتين هما النقد العام و النقد المباشر

¹ أنظر: زاهية سي يوسف ، الرقابة عن طريق الجمعيات حماية المستهلك ، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية

كلية الحقوق ، جامعة البليدة، العدد 02 جانفي 2012 ص 202

² أنظر: صياد الصادق، المرجع السابق ، ص 139

بالنسبة الأول يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير ، أما بالنسبة للنقد الثاني فبتمثل في نقد منتج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته .

وتعد هذه الوسيلة الإشهارية هجومية كون الخصائص المدلى بها في الرسالة الإشهارية المقدمة من طرف المتدخل لن يستفيد منها المستهلك بعد إقتناؤه للمنتوج. فتعمل جمعيات حماية المستهلك على تبيين الأضرار و المخاطر التي تنجر عنها وذلك عن طريق استعمال وسائل متعددة كالإشهار المقارن ، النشر في المجالات بشرط أن يكون هذا الإنتقاد موضوعي مع عدم إلحاق ضرر بالطرف المنتقد .¹

والملاحظ أن المشرع الجزائري لم يتطرق لهذا الإجراء في قانون حماية المستهلك ، فالإشهار أو الدعاية المضادة ضرورة يملئها الواقع فهي ضمن جوهر المهام والأهداف التي تسعى إليها جمعيات حماية المستهلك ، وهي لا تتعارض مع مضمون قانون حماية المستهلك، فهي تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال الإعلام و التحسيس والتمثيل

ثانيا :الدعوة للإمتناع عن الدفع

تمارس جمعيات حماية المستهلك هذه الوسيلة للضغط على المتدخلين قبل المستهلكين اللذين هم في مركز أضعف فتطلب من هؤلاء عدم دفع ثمن السلعة أو مقابل الخدمة التي تحصلوا عليها حتى يلي المتدخل مطالبهم ولكن لا يجوز الإمتناع عن الدفع الأغراض أخرى مثل تخفيض أسعار المنتوجات .²

ثالثا :الدعوى إلى المقاطعة

يسمىها البعض بالمتنازع عن الشراء و تعرف على أنها : "أمر أو شعار ترفعه جمعية للمستهلكين تطالبهم فيه بالتخلي أو الإنقطاع عن شراء منتج معين أو خدمة معينة ، أو التعامل مع شركة ما " وهي تأخذ شكل طلب صادر عن جمعية المستهلكين بالإمتناع أو التوقف عن شراء منتج معين ضار بسلامتهم و صحتهم . إلا أنه لا وجود لقاعدة قانونية تسري على المقاطعة سواء بالتجريم أو بالإجازة في التشريع الجزائري ، وهذا ما يجعلنا نتساؤل عن شرعية هذا الإجراء بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك .

إن قيام مستهلك ما بمقاطعة منتج ما معين لا يترتب ذلك أي مسؤولية تجاهه ، غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها جميع المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة من شأنه ترتيب مسؤوليتها كون الأمر بالمقاطعة يسبب ضرر للمهنيين بمقاطعة منتج أو خدمة ، ولهذا ورد في هذا الشأن رأيان أحدهما يطالب باستبقاء هذا الإجراء حيث اعتبره بمثابة إضراب العمال عن العمل والذي هو حق دستوري، ولآخر يقضي بمنعه كونه قد يلحق خسائر كبيرة بالشركات، وبما أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة بمنع هذا الإجراء أو إباحته

¹أنظر: سامية لموشية ، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخل في الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي معهد العلوم القانونية و الإدارية ، المركز الجامعي بالوادي، ي ومي 13 و 14، أبريل 2008 ص 286

²أنظر: محمد بودالي المرجع السابق ، ص 286

إذن: المقاطعة إجراء مشروع ما دام أنه لا يوجد نص يمنع المقاطعة الجماعية للمستهلكين لشراء منتج أو خدمة معينة . حيث أن القانون يعاقب على رفض البيع الصادر عن المهني ليس على رفض الشراء الصادر عن المستهلك ولا بد من توفرها على شرطين أساسيين هما :

✓ أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك.

✓ أن يؤسس أمر المقاطعة

- ومن الأمثلة على ما قامت به إحدى جمعيات حماية المستهلك في الجزائر بمناسبة شهر رمضان على إثر غلاء المعيشة بدعوها جمهور المستهلكين بمقاطعة اللحوم بنوعيتها الحمراء و البيضاء.¹

رابعا : التمثيل في الهيئات المتعلقة بحماية المستهلك

تساهم جمعيات حماية المستهلك في إعداد سياسة للإستهلاك ، وذلك بحضور ممثلين عنها في الهيئات التي تمثل المستهلك و تكفل له الحماية² وتعد كذلك من المكلفين بإخطار شبكة مخابر التجارب و تحليل النوعية عندما تتولى القيام بمراقبة نوعية المنتوجات المحلية أو المستوردة ، كما تبدي رأيها في المجلس العلمي و التقني للمركز الجزائري لمراقبة النوعية و التغليف و هي ممتثلة في المجلس الوطني لحماية المستهلكين و ممثلة أيضا بعضويين في مجلس المنافسة ، وهذه المشاركة لجمعيات حماية المستهلك في مختلف هذه الهيئات من شأنها أن تؤدي إلى نقل المشاكل التي تواجه المستهلكين و العمل على إيجاد حلول لها لتفاديها مستقبلا .

خامسا : الدفاع عن مصالح المستهلكين و حقوقه

إن قيام جمعيات حماية المستهلك بالدور الوقائي لا يكفي لتفادي جميع المخاطر و الأضرار التي قد تصيب المستهلك ، ومن أجل ذلك ينبغي اللجوء إلى القضاء لجبر الضرر .

و حول المشرع لها هذا الحق بموجب نص المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فيمكن لهذه الجمعيات تولي الدفاع عن مصالح المستهلكين نتيجة الأضرار الفردية التي فيها تسبب المتدخل ، فمنحها القانون صفة التقاضي بإسم المستهلكين أمام القضاء المدني ، كما يمكنها طلب تعويض عن الأضرار التي قد تلحق بهم وتجدر الملاحظة أن المشرع لم يحدد نوع الدعاوى التي يحق لجمعيات حماية المستهلك أن ترفعها ، وبهذا فقد فتح المجال أمامها في رفع أي دعوى بما فيها تلك المتعلقة بدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك³ . لذلك نجدها تمارس عدة أنواع من الدعاوى نذكر منها :

✓ **دعوى الدفاع عن المصالح الجماعية :** يمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني

¹ أنظر: سامية لموشية ، المرجع السابق، ص 287

² أنظر: معزوزي نوال ، دور جمعيات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك بين الشريعة و القانون ، جامعة خميس مليانة بجاية ، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012 ص 205

³ أنظر : نوال كموش حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية ، المرجع السابق، ص 112

طبقا للقانون رقم 09-03 المادة 23 منه، فتطالب بحقوق المستهلك ولا بد من توافر شروط:

- 1- أن تكون هناك مخالفة جزائية
- 2- ولا بد للمدعي المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدى كتابة الضبط المحكمة
- 3- لا بد أن يختار موطنا بدائرة اختصاص المحكمة لتابع لها القاضي التحقيق طبقا لنص المادة 76 قانون

الإجراءات الجزائية

✓ **دعوى الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين** : إستنادا لنص المادة 23 السالفة الذكر ، فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلكين رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين، وذلك متى توافرت الشروط :

- 1- لا بد أن يكون المستهلكين المتضررون أشخاص طبيعية أو معنوية لحقها ضرر سببه المتدخل نفسه
- 2- أن يكون الضرر اللاحق بهم ضرر شخصي .¹

✓ **دعوى إلغاء الشروط التعسفية** : مادام حق المطالبة بإلغاء الشرط التعسفي يثبت للمستهلك الضحية ، فإنه يثبت أيضا للشخص القانوني الذي يمثله ، وعليه يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى إلغاء الشروط التعسفية ، وتعد هذه الدعوى نوعا آخر من الدعاوى التي تمارسها الجمعيات للدفاع عن مصلحة الجماعة للمستهلكين .²

المطلب الرابع : دور مجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك

وجود هيئة تسهر على حماية المنافسة و ترقيتها أصبحت ضرورة حتمية بعدما أصدرت الجزائر أول قانون للمنافسة³ وقد أعلن المشرع الجزائري في الأمر 06-65 عن ميلاد هذه الهيئة حيث أطلق عليها "مجلس المنافسة" فقد أوكلت له مهمة تنظيم المنافسة وضبطها تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي الرأسمالي. يمكن تعريف مجلس المنافسة على أنه هو : " سلطة إدارية مستقلة ، تتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي] ويعتبر هيئة استشارية لدى الوزير التجارة ، يختص بالسهر على ضمان حرية المنافسة وشفافيتها] والعمل على اتخاذ كافة الإجراءات التي من شأنها أن تضع حدا لكل الممارسات الماسة بالمبادئ العامة للسوق الجزائرية .³

¹لمزيد من المعلومات راجع خيرة ساوس حق الجمعيات في التقاضي ، مجلة دفاتر السياسة و القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، العدد الثامن ، جانفي 2013 ص 06-120

²أنظر : نوال كيموش المرجع السابق، ص 113

³أنظر: فاطمي بحري، الحماية الجنائية للمستهلك المرجع السابق ص 177

وتعتبر جهاز الضبط العام مكلف بالسهر على حماية النظام الاقتصادي وعلى تطبيق ولاحترام المبادئ وأحكام قانون المنافسة وفي كل القطاعات النشاط الاقتصادي و المالي¹.

وقد عرفت المادة 23 من الأمر 03-03 المعدلة بموجب المادة 9 من القانون المتعلق بالمنافسة، كما نصت عليه المادة 02 من المرسوم من المرسوم التنفيذي رقم 11-241 الذي يحدد تنظيم المجلس المنافسة وسيهر بقولها: " مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي ، ويوضع لدى وزير المكلف بالتجارة"². يوضح النص الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة التي كانت محل جدل بين الفقهاء ، حيث اعتبره هيئة إدارية مزودة بسلطات قضائية الشيء الذي لم يكن واضحا في ظل الأمر 06/65

ومن خلال هذا **المطلب** سنحاول التطرق إلى تشكيلة مجلس المنافسة {الفرع الأول} بحيث خصه المشرع بتشكيلة معينة ، كما قام بتنظيم مصالح مجلس المنافسة على نحو يسمح له بممارسة مهامه على أكمل وجه مما يستدعي التطرق إلى هيكله {الفرع الثاني} [قد منح المشرع لهذا الأخير نوعين من الصلاحيات ،صلاحيات ذات طابع استشاري وقائي {الفرع الثالث} و صلاحيات ذات طابع قمعي ردعي {الفرع الرابع} .

الفرع الأول: تشكيل مجلس المنافسة

كان لمجلس المنافسة سابقا تشكيلة مغايرة عن تلك التي يتألف منها حاليا ،بإعتبره سلطة إدارية فإنه يتمتع بتنظيم داخلي لسير مختلف مصالحه.

أولا : أعضاء مجلس المنافسة

تغيرت تشكيلة مجلس المنافسة بموجب القانون رقم 08-12³. فقد كان يتكون من تسعة (9) أعضاء ،ثم رفع العدد إلى إثني عشر(12) عضو، كما لا نجد أثر للقضاة أو المستشارين فيه وينتمي أعضاءه إلى الفئات التالية :

¹أنظر: حبار أمال، دور مجلس المنافسة في تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة دكتور طاهر مولاي بسعيدة، يومي 17 و 18 نوفمبر 2015 ص 3

²المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 11-241 المؤرخ في شعبان عام 1432 الموافق ل 8 يوليو سنة 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيهر ، ج ر ج ر عدد 39 صادرة في 13 جويلية 2011 .

³المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 11-241 المحدد لتنظيم مجلس المنافسة و سيهر السالف الذكر

- ستة (6) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات و الخبراء الحائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية ماثلة وخبرة مهنية مددة 8 سنوات على الأقل في مجال القانوني أو الاقتصادي ،والتي لها مؤهلات في مجال المنافسة والتوزيع والاستهلاك
- أربعة (4) أعضاء يختارون ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا ذات مسؤولية ،حائزين على شهادة جامعية ،لم خبرة مهنية 5 سنوات على الأقل في مجال الإنتاج و التوزيع و الصرف و الخدمات المهنية الأخرى
- عضوان (2) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين .

- يعين لدى المجلس مقرر عام ،وخمسة مقررين ،حائزين على الأقل على شهادة الليسانس.¹
 أو ما يعادلها مع خبرة مهنية لا تقل عن خمس سنوات تتلائم و المهام المسندة إليهم .
 كما ينص القانون على تعيين أعضاء آخرين يدخلون ضمن تشكيلة مجلس المنافسة يشاركون في أشغاله
 □ : يكون لديهم الحق في التصويت .

- وتجدر الإشارة إلى أنه يوجد داخل مجلس المنافسة طاقم من الموظفين يسهرن على سيره الإداري يتأسسه أمين العام تختلف مهامه عن تلك المكلفة بتسيير المنافسة من حيث أنه لا يلعب دور في اتخاذ قرارات مجلس بل يؤدي مهام تقنية بحتة . ويضم الأشخاص التالية :

الأمين العام و مديرو المصالح ، الأعوان الإداريون و التقنيون وأعوان الخدمات

- يعين أعضاء المجلس بموجب مرسوم رئاسي لمدة 4 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة ، وتنتهي مهامهم بنفس الطريقة . ويمارسون وظائفهم بصفة دائمة . يختار الرئيس من بين أعضاء الفئة الأولى ،أما نائبا من بين أعضاء الفئة الثانية و الثالثة على التوالي .

الفرع الثاني :هيكل مجلس المنافسة

قام المشرع بتنظيم مصالح مجلس المنافسة على نحو يسمح له بممارسة مهامه على أكمل وجه ، وذلك من خلال إحاطته بعدة مصالح إدارية ، وجعل له نظام سير خاص .²

أولا : الأمانة العامة للمجلس

يتولى إدارة أمانة المجلس الأمين العام ، يشارك في أعمال المجلس بدون أن يكون له الحق في التصويت ينسق و يراقب أنشطة المصالح المختلفة لمجلس وهو ما نصت عليه المادة 05 من النظام الداخلي للمجلس .¹

¹ من الأجدر لو أن المشرع لإشترط لشهادة أعلى ، لأنه الشهادات العليا تفيد الشخص و الدراية الأكب

² أنظر : ويزة لحراري شالح ، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش و قانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في

القانون فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، 2010-2011 ص 146

ثانيا: المصالح الإدارية الأخرى

تتمثل هذه المصالح في أربعة مديريات حددها القانون، تضطلع بمهام مختلفة من أجل ضمان السير الحسن للمجلس و تتمثل في :

مديرية الإجراءات و متابعة الملفات : توكل لها مهام و صلاحيات منها:

- إستلام الإخطارات - معالجة البريد - إعداد الملفات و متابعتها في جميع مراحل الإجراءات على المستوى المجلس و الجهات القضائية المختلفة و تحضر جلسات المجلس

مديرية الدراسات و الوثائق و أنظمة الإعلام الآلي و التعاون : من مهامها:

وضع نظام للإعلام و الإتصال إنجاز الدراسات و الأبحاث ذات الصلة بمجال اختصاص المجلس - ترتيب الأرشيف و حفظه - تسيير برامج التعاون الوطنية و الدولية.

مديرية الإدارة و الرسائل : من مهامها :

- تسيير الموارد والوسائل المادية للمجلس - تحضير ميزانية المجلس و تنفيذها - تسيير وسائل الإعلام

الآلي للمجلس

مديرية تحليل الأسواق و التحقيقات و المنازعات : وكل إليها المهام التالية:

- القيام بتحليل الأسواق في مجال المنافسة - إنجاز و متابعة التحقيقات حول شروط ذات الصلة

بالمنافسة

- تسيير و متابعة المنازعات المتعلقة بالقضايا التي يعالجها المجلس.²

الفرع الثالث : الدور الإستشاري لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك

يحول القانون لمجلس المنافسة صلاحية الرد على الإستشارات و الإستفسارات التي تطلبها بعض الهيئات

وذلك في كل واقعة قانونية ذات صلة بالمنافسة ، بصفته خبير في مجال المنافسة³ وهذا ما نصت عليه المادة 34 من القانون 10-05 المتعلق بالمنافسة .

و لمجلس المنافسة نوعين من الإستشارات التي يقدمها نصت عليها المادة 34 من قانون المنافسة ، وهذا بإعتباره مختصا و له دراية كافية في مجال المنافسة ، ما لا تملكه السلطة التشريعية وتتنوع الإستشارات التي يقدمها مجلس المنافسة فقد تكون وجوبية ، كما قد تكون اختيارية .

¹ المرسوم الرئاسي رقم 96-44 مؤرخ في 17 يناير 1996 يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة ج ر عدد 5 الصادرة في يناير 1996

² راجع المواد 7-8-9-10 من المرسوم التنفيذي رقم 96-44 السالف الذكر

³ أنظر: ويزة لحارري شالح المرجع السابق، ص 147

نص المشرع على وجوب أخذ مجلس المنافسة عندما تلجأ الدولة إلى تقييد المبدأ العام الذي يقضي بتحديد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة، وذلك اعتماداً على قواعد المنافسة، حيث كانت هذه التدابير لا تتخذ إلا لمدة أقصاها 6 أشهر، وذلك بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، ويتم ذلك عن طريق التنظيم.¹ حيث كانت المادة 5 من القانون 08-12 قبل تعديل الأخير تنص على أنه: "يستشار إلزامياً في حالة إجراءات استثنائية للحد من إرتفاع....."

أولاً: الإستشارات الوجودية

يستشار مجلس المنافسة وجوباً في حالة إتخاذ إجراءات استثنائية للحد من إرتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة إرتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل نشاط معين أو منطقة جغرافية معينة.... "غير أنه و بعد تعديل المادة 4 و 5 من القانون رقم 08-12 بموجب القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة، تم إلغاء "الإستشارة الوجودية" و أستبدلت "باقترحات تدابير تحديد الهوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات على أساس اقتراحات يمكن أن تتقدم بها القطاعات المعنية إذا توافرت الأسباب المحددة قانوناً، وبالتالي لم يعد مجلس المنافسة يستشار وجوباً في مسألة تحديد هوامش الربح و تحديد الأسعار، بل بإمكانه أن يقدم اقتراحاته مثله مثل القطاعات الأخرى المعنية الأمر الذي يقلص من دوره.² وقد نصت المادة 8 من قانون حماية المستهلك على بعض الحالات التي لا بد من إستشارة مجلس المنافسة فيها وتقييد برأيه، وذلك في حالة طلب إحدى المؤسسات المعنية بإعتبار أن هذا الاتفاق أو العمل المدبر أو الاتفاقية أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و 7 من قانون المنافسة لا تستدعي تدخله. وقد تم تحديد كيفية تقديم طلب الإستفادة من هذا الترخيص بموجب التنظيم إضافة إلى ذلك، فكل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة لاسيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على السوق يجب أن يخضع ذلك لترخيص من مجلس المنافسة.³

ثانياً: الإستشارات الإختيارية

ترك المشرع الجزائري لجهات معينة المجال مفتوحاً في إستشارة مجلس المنافسة، ومنحها حرية الإختيار في إمكانية القيام بذلك أو الإمتناع عنه.

¹ أنظر: جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، المرجع السابق ص 160

² أنظر المادة 5 من المرسوم التنفيذي 11-108 المؤرخ 6 مارس 2011 المحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك، و كذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج و الإستيراد، وعند التوزيع بالجملة و التجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر و العادي و السكر الأبيض، الجريدة الرسمية عدد 2 الصادر في 6 مارس 2011

³ أنظر: فريزة قوعراب ردة الممارسات المنافية للمنافسة، مذكرة لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، 2009 ص 21

وقد نصت على هذا النوع من الإستشارة كل من المادتين 35 و 36 من قانون المنافسة، ويستفاد من هاتين المادتين أن المشرع قد قام بتعداد الأشخاص التي يكون لها الحق اللجوء إلى إستشارة مجلس المنافسة، ممثلة في الحكومة و المؤسسات و الهيئات، وكذا الجهات القضائية. غير أن حرية الإختيار الممنوحة لهاته الهيئات و الجهات مقيدة بموضوع إستشارة الذي يشترط أن يتعلق بمسائل محددة لها علاقة بالمنافسة، طبقا لنص المادة 36 من ذات القانون على أنه: "يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي و تنظيمي له صلة بالمنافسة، وعليه يمكن للحكومة أن تستشير مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة، لاسيما عندما يدرج هذا النص تدابير من شأنها.¹

- ✓ إخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما، أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم
- ✓ وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات
- ✓ حديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع

أما المادة 38 منه فقد سمحت للهيئات القضائية في استشارة المجلس في أي قضية متصلة بالممارسات المقيدة بالمنافسة وعموما يمكن استشارة مجلس المنافسة كل المصالح التابعة لرئاسة الحكومة وكذا الوزارات وكذا البلديات والمؤسسات الاقتصادية.²

أما عن مدى أخذ السلطة طالبة الاستشارة برأي مجلس المنافسة من عدم الأخذ، فهذا متوقف على قيام الهيئة الاستشارية باختصاصها. ورغم من أن مجلس المنافسة يمارس دور الهيئة الاستشارية إلا أن رأيه لا يجوز القوة لإلزامية بالحكومة غير ملزمة بالأخذ بهذه الاستشارات.³

الفرع الرابع : الدور القمعي لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك

ويقصد بالصلاحيات التنازعية تلك الصلاحيات التي تمكن مجلس المنافسة من متابعة الممارسات التي يرتكبها المؤسسات في إطار القيام بنشاطاتها الاقتصادية من أجل تعزيز قدرتها التنافسية بطريقة غير مشروعة تؤدي إلى إقصاء منافسيها، ومن ثم القضاء على المنافسة في السوق.⁴

- وعليه فالمجلس المنافسة يتمتع بوظيفة تنازعية في مجال الممارسات المقيدة بالمنافسة، حيث أنه يتدخل في جميع النزاعات و الخلافات المرتبطة بالمنافسة، كما يتمتع بالسلطة القرار في الأعمال المودعة أمامه و المتعلقة بتطبيق المواد من 6 إلى 12 من قانون المنافسة، فقد حدد المشرع الصلاحيات التنازعية لهذا الأخير بموجب

¹أنظر : كحال سلمى، مجلس المنافسة و ضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2010 92009 ص 51

²أنظر المادة 35 من القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة

³أنظر: زوبر أرزقي، المرجع السابق، ص 169

المادة 44 من قانون المنافسة، و أسند إليه مهمة إجراء التحقيقات حول مخالفة أحكام قانون المنافسة ، وكذلك فرض عقوبات على المخالفين.¹

أولاً: صلاحية القيام بالتحقيقات

إن قبول الإخطار من قبل مجلس المنافسة لا يعتبر دليل كافياً على وقوع ممارسات منافية ، إنما لابد أن يباشر تحقيق حول الوقائع المراد التحقيق فيها قصد إضفاء المشروعية على أعماله ، ويبقى على مجلس المنافسة أن يعمق التحقيق من أجل إثبات ما لا يدع مجالاً للشك وقوع الممارسات والأفعال المحظورة ، وعبء الإثبات الممارسات يقع على عاتق مجلس المنافسة يحقق المقرر في الطلبات و الشكاوى المرفوعة لدى المجلس والتي يسندها له مجلس المنافسة حيث يتولى مهمة فحص كل وثيقة مهما كانت طبيعتها ، ويقوم هذا الأخير بعد جمع و فحص الأدلة المتحصل عليها بتحرير تقرير أولي يدون فيه وقائع القضية التي تم التحقيق فيها ، ويبلغ رئيس المجلس هذا التقرير إلى الأطراف وكذا وزير التجارة ، و إلى كل من له مصلحة في ذلك ، ولهم أن يبدوا ملاحظاتهم في أجل لا يتعدى 3 أشهر.

بعد النهاية من التحقيق الأولي ، يتم وضع تقرير ختامي للقضية يسجل فيه ما أورده التحقيق في التقرير الأولي ويبين المخالفات المرتكبة ، ويقترح القرار الذي يتعين اتخاذه، ثم يودع لدى المجلس ليبادر بعده رئيس مهمة تبليغ الأطراف مع تحديد الجلسة التي يتم فيها الفصل.²

ثانياً : صلاحية توقيع الجزاء

بعد إجراء المداومات من طرف مجلس المنافسة في مواجهة المخالفين يتم إصدار قرارات لمعاقبة مرتكبي هذه المخالفات ، حيث تختلف العقوبات التي يوقعها المجلس حسب طبيعة المخالفة موضوع القضية ، وذلك على أساس معايير متعلقة بخطورة الممارسة المرتكبة و الضرر الذي يلحق بالاقتصاد و أهمية وضعية المؤسسة المعنية في السوق، فقد تكون العقوبات المالية أي غرامات ، أو تكون عبارة عن قرارات إدارية في شكل أوامر للمؤسسات

¹ لمزيد من المعلومات راجع شريف كتو محمد ، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 و القانون 02-04 بدون طبعة منشورات البغداددي، الجزائر، 2010 ص 61

² لمزيد من المعلومات حول التحقيق في الممارسات المقيدة للمنافسة و الفض فيها، راجع : شفار نبيه، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين / المستهلكين ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة وهران، 2012 2013 ص 164 إلى 170

المخالفة بالقيام بعمل أو الامتناع عن عمل ، كما له صلاحية إتخاذ الإجراءات التحفظية عن الممارسات التي قد تهدف إلى المساس بالمنافسة

بالإستقرار أحكام المواد من 56 إلى 62 من قانون المنافسة ، نجد أن كل العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة هي عقوبات آلية بدرجة الأولى ، فالمادة 57 من قانون المنافسة إعتبرت أن تنظيم و تنفيذ الممارسات المقيدة لمنافسة يعاقب عليها القانون بغرامة مالية تقدر مليوني دينار (2.000.000 دج) ، فكل شخص ساهم بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة ، يعتبر مرتكباً لمخالفة و يعاقب عليها.

وعليه ، فإن مجلس المنافسة يتمتع بسلطة إتخاذ مقررات و عقوبات المالية ، وذلك قصد وضع حد للممارسات المنافية وفقاً للأمر المتضمن قانون المنافسة ، وهذه السلطة التي يخولها له القانون تسمح له بضمان حرية المنافسة و عدم الإخلال بها .¹

ومن خلال ما سبق يمكن القول بأن المستهلك هو أكبر متضرر من إنعدام حرية المنافسة أو تقييدها، لأن ترك نظام السوق تحركه الممارسات العشوائية يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة ، وما يستتبع ذلك من آثار ضارة على المستهلك ، فالرقابة التي تمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك .²

فمجلس المنافسة هو الضابط الحقيقي و الرئيسي للسوق ، بحيث يتولى السهر على إحترام قواعد المنافسة الحرة و النزيهة ، وبالتالي حماية المستهلك ، ولكن من الناحية الواقعية يبقى هذا الجهاز مجرد حبر على ورق ، نظراً لعدم توافر العناصر الأساسية لبناء سوق منظمة ومضبوطة سواء من حيث تأطير عمل و نشاط المتعاملين الناشطين فيها

لكن ما يلاحظ أنه رغم هذه الالتزامات المفروضة على كل متدخل ورغم وجود أجهزة متعددة لمراقبة تطبيقها و احترامها. إلا أننا نجد في كل مرة تجاوزات و مخالفات لها في السوق الإستهلاكية ، مما يجعلنا نبحث عن آليات أخرى تكون ردية لهذا المتدخل لما يعرضه و يقدمه للمستهلك ، وهذا ما سنتناوله في المبحث الثاني.

¹ أنظر : بلقاسم عماري ، مجلس المنافسة ، مذكرة التخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء ، 2005 : 2006 0 6 26

² أنظر : صياد الصادق ، المرجع السابق ، ص 129

المبحث الثاني: جزاء الإخلال بقواعد حماية المستهلك

يترتب على إخلال المتدخل بمختلف الضمانات التي حددها قانون حماية المستهلك وقمع الغش جزاء مدني وممثل في المسؤولية المدنية ، ولم يتطرق قانون حماية المستهلك في نصوصه إلى الجزاء المدني المقرر على عاتق المتدخل المخل بالتزامه ، وربما السبب في ذلك أنه منصوص عليه في القانون المدني أو رأى أن قواعد المسؤولية المدنية الواردة في القواعد العامة أصبحت لا تتماشى مع طبيعة المستهلك وهي تخدم أكثر العلاقات التي يسود فيها التوازن بين الأطراف ، ورغبة من المشرع لتوفير حماية المستهلك و ردع المتدخل عمد في قانون حماية المستهلك إلى توقيع عقوبات جزائية في الإطار المسؤولية الجزائية للمتدخل .

ومن خلال هذا المبحث سنحاول التطرق إلى نظام مسؤولية المدنية للمتدخل {المطلب الأول} لنعرج بالبحث عن المسؤولية المدنية للمنتج بإعتبارها مسؤولية مستحدثة و معرفة إن كانت قواعدها تحمي المستهلك {المطلب الثاني} _ ولا بد من التطرق إلى الحماية الجزائية التي يوفرها المشرع للمستهلك من خلال إقراره للمسؤولية الجزائية للمتدخل {المطلب الثالث} وهذا وقد منح قانون حماية المستهلك للمستهلك المتعاقد عن بعد حماية إضافية عن تلك الممنوحة له بناء على اعتباره مستهلكا متعاقدا بالطرق التقليدية ، مما يستدعي التطرق إلى الحماية المقررة للمستهلك في العقود الإلكترونية {المطلب الرابع}.

المطلب الأول: إقرار المسؤولية المدنية للمتدخل

تعرف المسؤولية بوجه عام على أنها: "إلتزام الشخص بتحمل نتيجة أعماله التي منحها القانون في حالة إدانته¹ يترتب على إخلال المتدخل بالإلتزامات السابق بيانها جزاء مدني، يتمثل في المسؤولية المدنية والتي بدورها تنقسم إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية² . ولقد تأثرت القواعد العامة التي تنظم وتحكم المسؤولية المدنية و الجزائية للمتدخل بقانون حماية المستهلك وقمع الغش .

ومن خلال هذا المطلب سنتناول نظام مسؤولية المتدخل وفقا لقواعد القانون المدني {الفرع الأول} وذلك لمعرفة مدى تكريس أحكام المسؤولية المدنية للحماية المستهلك ، ولا بد من تحديد أركان قيام هذه المسؤولية {الفرع الثاني} لنعرج بالبحث عن أطراف تحريك دعوى المدنية {الفرع الثالث} وفي الختام نتطرق إلى أهم الجزاءات المدنية التي رتبها قانون حماية المستهلك على المتدخل في إخلاله بإلتزاماته {الفرع الرابع}.

الفرع الأول: نظام مسؤولية المتدخل وفقا لقواعد القانون المدني

تعرف المسؤولية المدنية على أنها: "مجموعة من القوانين التي تلزم من ألحق ضررا بالغير ،بجبره وذلك عن طريق تعويض يقدمه للمتضرر ،وعلى العموم هذا التعويض يتحمله المسؤول نتيجة إخلاله بإلتزام رتبه على عاتقه العقد أو القانون .والمسؤولية المدنية نوعان إما عقدية تقوم على أساس الإخلال بإلتزام عقدي بين الطرفين، أو مسؤولية

¹ أنظر : وعمر جبالي ، المسؤولية الجزائية للأعوان الاقتصاديين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998 ص 8 12

² أنظر: زويير أرزقي ، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، المرجع السابق ، ص 138

تقصيرية تقوم على أساس الإخلال بالالتزام قانوني وهو عدم الإضرار بالغير، والتي أسسها المشرع على أساس خطأ واجب الإثبات طبقا لنص المادة 124 من ق م ج .¹

تقوم مسؤولية المتدخل كلما ثبت تقصير من جانبه سواء في علاقته مع المستهلك المباشرة أو غير المباشرة ففي الحالة التي تكون علاقته به مباشرة يربطهما عقد الإستهلاك ، فالرجوع عليه يكون على أساس المسؤولية العقدية أما إذا كانت علاقة مع الغير أي الشخص الذي لحقه الضرر من المنتج دون أن يكون قد أبرم عقدا مع المتدخل فهنا يكون للمستهلك أو مستعمل المنتج الرجوع عليه على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية .

الفرع الثاني : أركان المسؤولية المدنية للمتدخل

يشترط المشرع لقيام المسؤولية المدنية العقدية أو التقصيرية توفر ثلاثة أركان و هي :

أولاً: الخطأ :

مسؤولية الشخص عن أي عمل يصدر منه و يسبب ضررا للغير لا يقوم إلا بتوافر عنصر الخطأ وهو : "إنحراف عن السلوك الرجل المعتاد مع إدراك الشخص لذلك ، فمتى إنحرف عن السلوك المعتاد وسبب ضرر للغير إعتبر مخطئا ، واستوجبت مسؤوليته .² غير أن الخطأ الذي تقوم عليه المسؤولية المدنية في قانون حماية المستهلك هو إخلال بالالتزام قانوني يفرضه القانون وقد يكون خطأ إيجابي أو سلبي سواء نسب إلى المحترف شخصيا أو لشخص خاضع لرقابته كالإخلال بالالتزام بالإمتناع عن الغش في المنتوجات و الخدمات المعروضة للإستهلاك أو عدم توفر المقاييس و المواصفات القانونية في المنتج أو الخدمة.³

ثانيا: الضرر

لا يمكن قيام المسؤولية بدون وجود ضرر فهو من العناصر الجوهرية للمسؤولية المدنية ، ويعرف الضرر على أنه: " الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه أو مصلحة مشروعة ، والضرر قد يكون مادي لما يسبب للمستهلك بخسارة مادية ، كما قد يكون ومعنوي عند التعدي على حقوق أو مصالح المستهلك الغير مالية .⁴

وعليه لا يكفي لقيام المسؤولية أن يقع خطأ، بل يجب أن يحدث الخطأ ضررا . والضرر واقعة مادية يجوز إثباتها بجميع الطرق كالبينة و القرائن.

- وتجدر الإشارة إلى أن الضرر شرطا لازما لتحقيق المسؤولية المدنية في قانون حماية المستهلك ،ويترتب عنه تعويض وبما أن هدف قانون حماية المستهلك هو تفادي وقوع الأضرار بالمستهلك أو المجتمع فإنه لا

¹أنظر: علي فيلاي ، لإلتزامات ، الفعل المستحق للتعويض ، ط 2 مرفم للنشر، الجزائر، 2010 ص 285

²أنظر: صبري سعدي ، شرح القانون المدني الجزائري، ج 2 ، دار الهدى للطبع ، ط2، الجزائر 2004 28 5

³ أنظر : علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، المرجع السابق، ص 90

⁴أنظر : علي فيلاي ، المرجع سابق ، ص 286

يشترط وقوع الضرر لقيام المسؤولية المحترفة الجنائية ، بل جعلها تقوم بمجرد عرضه للمنتوج أو الخدمة للاستهلاك وقبل اقتنائها من طرف المستهلك.

ثالثا: العلاقة السببية

تعد العلاقة السببية ثالث العناصر التي يجب توافرها في كل أنواع المسؤولية ، فينبغي أن تنشأ علاقة سببية بين الضرر الذي أصاب المستهلك المضرور وانعدام إحدى الالتزامات الواردة في قانون حماية المستهلك، فطبقا للقواعد العامة يتولى هذا الأخير إثباتها، وهنا قد يتعذر على المستهلك إثبات ذلك كون الأمر عسير عليه .¹

الفرع الثالث: أطراف تحريك دعوى المدنية

طبقا للقواعد العامة لكي ترفع الدعوى المدنية لا بد من توافر الشروط المنصوص عليها في المادة 459 من قانون إ م إ "لا يجوز لأحد أن يرفع دعوى أمام القضاء ما لم يكن حائزا لصفة و أهلية التقاضي وله مصلحة في ذلك" وهذه المواصفات لا نجدتها إلا في المستهلك أو ورثته، أو جمعية حماية المستهلكين

➤ **المستهلك** : كما سبق إشارة المستهلك هو : كل شخص طبيعي أو معنوي يقبني ، بمقابل أو مجاناً ، سلعة أو خدمة معدين للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " . وعليه ، فإن المستهلك متضرر نتيجة إستعماله لمنتوج ما له الحق اللجوء إلى العدالة للمطالبة بحقوقه.

➤ **الورثة** : في حالة وفاة المستهلك، يحق لورثته اللجوء إلى المحكمة للمطالبة بالتعويض عن الضرر المادي أو المعنوي الذي أصابهم .

➤ **جمعية حماية المستهلكين** : لا يستطيع المستهلك أن يحمي نفسه ومصالحه بصفة فردية، لذا كان لا بد من مشاركة المجتمع المدني له في تحقيق هذه الحماية عن طريق الإعتراف بوجود جمعيات لحماية المستهلكين التي تتمتع بحق التقاضي أمام القضاء للدفاع عن مصلحة جماعة المستهلكين ، وقد إعترف لها القانون المتعلق بالجمعيات بحق التقاضي أمام القضاء للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين .

أما عن المدعى عليه في دعوى مسؤولية المتدخل فالأصل أن يرجع المستهلك (المضرور) بالتعويض على محدثي الأضرار، وهم المتدخلون في عملية العرض أي : المنتج و الصانع، الحرفي و التاجر، مقدم الخدمة و الموزع الوسيط، وقد سبق الإشارة لهم سابقا عند معرض الحديث عن نطاق تطبيق الإلتزام بالسلامة .

غير أن القانون إستحدث إلى جانب هؤلاء شركات التأمين للتخفيف من مسؤولياتهم خاصة الموضوعية

الفرع الرابع : الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك

¹أنظر : ذهبية حامق ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق ، بن عكنون ، 2009: 2010 ص 312

- حدد المشرع مضمون لإلتزام بإعلام بمقتضى نصوص الخاصة بحماية المستهلك ، إلا أن هذه النصوص لم تتضمن أحكاماً منظمة للجزاءات المدنية المطبقة في حالة لإخلال بإعلام المفروض قانوناً .
- فيطرح التساؤل عن طبيعة المسؤولية في هذا الصدد .ولقد اختلفت نظرة الفقه إتجاه هذه المسألة على النحو التالي:
- إذ يرى البعض أن الضرر الذي ينتج عن عدم تنفيذ الإلتزام بإعلام يستوجب تحريك قواعد المسؤولية التقصيرية أي يوجد الإلتزام بإعلام سابق على التعاقد يخضع لقواعد المسؤولية التقصيرية .
- ويكيف البعض كتمان المحترف (المتدخل) لأحد البيانات أو المعلومات المعروضة لديه و الضرورية للطرف الآخر على أنه تدليس (لأنه صدر عمدا لدفع المستهلك للتعاقد .
- ويعالج جانب من الفقه هذه المسألة من خلال التمييز بين لإلتزام السابق على التعاقد ، ولإلتزام التعاقدية فيترتب على الإخلال بالإلتزام الأول تحريك قواعد المسؤولية التقصيرية ،أما الإخلال بالإلتزام الثاني فيترتب عليه تحريك قواعد المسؤولية العقدية .¹
- وإتجه البعض لآخر إلى إعتبار المسؤولية في حالة لإخلال بالإلتزام بإعلام قائمة على أساس إلتزام البائع بضمان العيوب الخفية ، فالضمان يمكن إعتباره جزءاً إنعدام الإعلان وعلى هذا الأساس يملك المشتري إما طلب فسخ العقد أو تخفيض الثمن ، فالمسؤولية هي عقدية ،أما إذا رجعنا إلى المشرع الجزائري وخاصة المادة 352 من ق م ج نجد حق في خيار الرؤية يثبت في حالة عدم وجود دليل على رؤية المشتري للمبيع ، ما لم يقر في العقد أنه على علم به. و القانون يعتبر أن المشتري وقع في غلط جوهري في شأن المبيع أساسه أن المشتري رأى الشيء بعد إبرام العقد ، وقد وجدته غير كافي لتحقيق الغرض الذي قصد تحقيقه من وراء اقتناء الشيء ، فأجاز له القانون أن يطالب بإبطال العقد وفقاً لأحكام العامة في نظرية الغلط ، لكنه غلط يختلف عن الغلط الذي يعتبر عيباً من عيوب الرضا ، فهو مفترض وكفي للمشتري أن يدعي أنه لم يرى شيء ، ولو يعلم به قبل إبرام العقد حتى يأخذ القاضي بإدعائه .
- أما عن الجزاءات المدنية المترتبة عن إنعدام الجودة في المنتجات والخدمات ، فمتى غاب في المنتج المباع المواصفات المطابقة للطلبات للمشروع للمستهلكين ، يكون للمستهلك إما التمسك بالقواعد التي سبقت إثارها والتي يمكن أن يلجأ إليها أي متعاقد آخر، كما يكون له التمسك بالقواعد الخاصة بعقد البيع والقواعد الخاصة بحماية المستهلك لاسيما في مجال ضمان العيوب الخفية و خدمة ما بعد البيع .أما بالنسبة لقواعد الضمان بنوعيه القانوني ولإتفاقي فإن المشرع اقر بمسؤولية المحترف(المتدخل) عن كل ضمان ينقل إلى علم المستهلك بأية وسيلة من الوسائل لاسيما الخطاب الإشهاري ، أو علامة الإسم .

¹ أنظر: السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، دار الجامعة الجديدة للطباعة و النشر، 2003 ص 163

أما فيما يخص خدمة ما بعد البيع فهي تشمل كل الخدمات بعد إبرام العقد المتعلق بالمنتج المباع ، ويمكن اعتبار الضمان بنوعيه جزء من الخدمة ما بعد البيع ضمن الأداءات التي يدفع المستهلك ثمن نقدي مقابل لأدائها دون أن يدخل ضمن ثمن البيع .

ويمكن للخدمات هي لأخرى أن تغيب فيها مواصفات المطابقة للرغبات المشروعة للمستهلكين ، حيث يلقي على صاحب الخدمة إلتزام بالسلامة والنجاعة ، وهو من الإلتزامات التي نص عليها القانون ، وإخلال به هو إخلال بإلتزام عقدي ولو لم يكن المتعاقدان قد صرحا به أثناء العقد ، فالقانون هو الذي فرضه فاندماج في العقد وأصبح له طابع عقدي باعتباره التزاما بتحقيق نتيجة ، فإن لم تتحقق الغاية كان المحترف (المتدخل) مسؤولا مسؤولية عقدية إتجاه زبائنه وهذا طبقا لنص المادة 176 من ق م ج فمتم إستحالة على المدين تنفيذ إلتزامه يكون ملزما بتعويض الأضرار الناجمة ، ولا توجد في القانون المدني الجزائري قواعد خاصة بمسؤولية المدين العقد به عن فعل شيء في حراسته ، ولما كان وجود شيء في حراسة المدين يجعل فعله منسوبا إليه فإنفجار محرك حافلة التي يستخدمها أمين النقل في نقل المسافرين ، وإهمال تدابير النظافة و الأمن بالنسبة لصاحب المطعم أو المقهى ، وإصابة الزبون في كل حالة بأضرار من جراء ذلك يؤدي إلى قيام مسؤولية أمين النقل ، وصاحب المطعم أو المقهى وهي مسؤولية عقدية أساسها نسب الفعل الشفهي أو فعل الشيء ، وهو لا يعتبر سبب أجنبي و لا تندفع به مسؤولية كل محترف .

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمنتج

قد تسبب المنتوجات التي يعرضها المتدخل للإستهلاك بإصابة المستهلكين بأضرار تمس مصالحهم المادية و المعنوية، ولذلك رأى المشرع ضرورة إيجاد آليات جديدة لحماية المستهلكين المتضررين من عيوب المنتوجات ، ومن أجل ذلك تولى تقرير نظام مسؤولية المنتج عن عيوب منتوجاته¹ ونص عليها في القانون المدني بموجب تعديل 2005 في المادة 1/ 140 مكرر.

ومن خلال هذا المطلب سنحاول التطرق إلى تعريف المسؤولية المدنية للمنتج {الفرع الأول} ثم البحث عن شروط قيامها {الفرع الثاني} لنعرج بالبحث عن أساس القانوني لمسؤولية المنتج {الفرع الثالث} وفي الختام نتناول الطبيعة القانونية لمسؤولية المنتج {الفرع الرابع}.

الفرع الأول : تعريف مسؤولية المنتج

يقصد بالمسؤولية المنتج تلك المسؤولية التي تقوم في حق هذا الأخير ، نتيجة الأضرار التي تسببها منتجاته للمستهلك: ونظام مسؤولية منتج نظام مستحدث يطرح العديد من المصطلحات التي يستوجب منا الوقوف عندها ويتعلق الأمر بالمصطلحات التالية :

¹ أنشأ المشرع المسؤولية المدنية من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15-09-1990 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات نظاما خاصا بمسؤولية المتدخل تقوم على فكرة أساسية موضوعية ، تطبق على كافة المتضررين من عيوب المنتجات .

أولاً- المنتج : لقد تطرق المشرع بتحديد مفهوم المنتج في مواقع مختلفة من قوانين حماية المستهلك و القانون المدني بصدور قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك بدأت الرؤية تتضح بخصوص مفهوم المنتج بصفة عامة¹. وتمت الإحالة إلى التنظيم في تعريف المنتج وهو ما ورد بالمرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش في المادة 2 منه: " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية ". أما في قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فتم تعريف المنتج في المادة 3 على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً".

ولم يتضمن القانون المدني الجزائري الصادر بموجب الأمر رقم 75-58 مفهوم المنتج، وإنما إستعمل فعل الشيء في المادة 138 من ق م ج. ولكن بصدور القانون رقم 05-10 فقد أورد تعريف المنتج في المادة 140 مكرر/2 و بالرجوع لنص المادة 140 مكرر نجد المشرع لم يعرف المنتج بل اقتصر على ذكر أنواع المنتجات

- ما يمكن ملاحظته على هذا التعريف أنه جاء مطابقاً لنص المادة 1386-3 ق م ف المصدر المباشر الذي استمد منه المشرع الجزائري نظام مسؤولية المنتج.

- اعتباره المنتج كل مال منقول دون أن يفرق بين المنقولات المادية و المنقولات المعنوية التي كان يستبعدها قانون حماية المستهلك رقم 89-02.

- إدراجه المواد المنقولة التي يمكن أن تدمج في العقارات بقوله "و لو كان متصل بعقار⁰ و إستبعاد العقارات في حد ذاتها من نطاق هذه المسؤولية التي تبقى خاضعة للنصوص الخاصة بها المتعلقة بمسؤولية المقاول و المهندس

- عدم اعتبار الخدمات بمثابة منتج- و بالتالي يكون المشرع قد استثناها
- لم يحدد المنتجات المعنية بهذه المسؤولية على سبيل الحصر، وإنما ذكرها على سبيل المثال وهذا ما يستشف من عبارة "لاسيما"- و هذا ما يفتح الباب للقضاء إلى إدخال أصناف أخرى من المنتجات .

ثانياً- المنتج: لم يرد مصطلح المنتج في القانون المدني إلا بعد تعديل أحكامه بموجب القانون 05-10 حيث نصت المادة 140 مكرر منه على أنه: " يكون المنتج مسؤولاً....." حيث حمل هذا النص المنتج مسؤولية الأضرار الناتجة عن عيب في منتوجاته دون تحديد لمفهوم المنتج، هذا ما يقتضي البحث عن معنى المنتج في القوانين الخاصة بحماية المستهلك².

¹كانت البداية في تعريف المنتج مع الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16-07-1976 المتعلق بتسمية المنشأ والذي عرفه في المادة 1/3 على أنه منتج كل: منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خام أو مجهز ".
²أنظر: المر سهام، إلزام المنتج بالسلامة، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص 24

وبالرجوع لقانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك نجده قد أشار للمنتج في المادتين 5 و 28 منه كأحد المتدخلين في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك فعل الإقتناء من قبل المستهلك ، بينما أحالت المادة 13 منه فيما يخص تحديد مفهوم الإنتاج و المنتج إلى التنظيم . أما المادة 2 من المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات أشارت للمنتج في تعريفها للحرفي .

و المشرع لم يقف عند هذا الحد وإنما جاء بفكرة المتدخل في المادة 8/3 من القانون رقم 09-03 وفكرة العون الاقتصادي من خلال نص المادة 1/3 من القانون رقم 04-02 من خلال العرض المختصر للنصوص القانونية ، المنتج هو كل شخص يتولى عرض المنتج

ومن خلال العرض المختصر للنصوص القانونية ، المنتج هو كل شخص يتولى عرض المنتج للإستهلاك .

ثالثا- المتضررين في القانون الجزائري : لم تحدد نصوص القانون المدني مفهوم المتضرر ، وقد حاول الفقه الإمام بهذا المصطلح و إعطاه تعريف خاص ، فقد عرفه الأستاذ الدكتور علي علي سليمان على أنه: "صاحب الحق في طلب التعويض من المسؤول"¹ . و لكن بإستقراء نص المادة 140 مكرر/¹ "يكون المنتج مسئول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية" . نلاحظ أن الأشخاص المضروبين نوعان، من تربطه بالمنتج علاقة تعاقدية" ومن لا تربطه بالمنتج علاقة تعاقدية.

فهذه المادة جاءت لتوحد بين نظامي المسؤولية وتوفر حماية أكبر سواء كانت الضحية متعاقدة أو من الغير و تسير عليهم سبل الحصول على التعويض مع تحقيق العدالة بينهم بإحضارهم لنظام قانوني واحد. خاصة و إذ علمنا أنهم قد يكونوا ضحية نفس . ولم يقف الأمر عند هذا الحد فلم يميز المشرع بين بعض المستهلكين . والمهنيين بل جعلهم في كفة واحدة، بحيث يمكن لكل مهني أصابه ضرر من جراء منتج معيب أن يطلب التعويض من منتجه.

ولنا في القضاء الجزائري ما يبرهن على ذلك حيث قضت محكمة جنابات سطيف في قضية الكثير الفاسد بتعويض مستشفى سطيف جراء ما أنفقته في علاج المرضى المتضررين الذين فاق عددهم 200 شخص.²

الفرع الثاني : شروط قيام المسؤولية المنتج

لقيام مسؤولية المنتج يجب على المتضرر أن يسعى إلى إثبات قيام أركانها الموضوعية ، ولقد حددت المادة 140 مكرر من ق م ج شروط مسؤولية المنتج ، وهي مسؤولية لا تقوم على أساس الخطأ أو العيب الخفي بالمعنى التقليدي وإنما تقوم على أساس عدم كفاية الأمان و السلامة في المنتوجات، فهي بذلك مسؤولية موضوعية بذاتها لا بد أن تتوافر فيها الشروط التالية:

أولاً: وجود عيب في المنتج

¹ أنظر : علي علي سليمان ، دراسات في المسؤولية المدنية ، ط 3 ديوان المطبوعات الجامعية، 1994_ ص 141

² أنظر: أحمد معاشو ، المسؤولية عن تعويض الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة، المرجع السابق 16 9 4

يعتبر عيب المنتج النقطة الأساسية في إقامة مسؤولية المنتج و الذي يتجاوز في مفهومه العيب المعروف في قواعد العيوب الخفية المقترنة بعقد البيع ، غير أن وجود العيب لا يكفي بل يجب أن يوضع المنتج في التداول من قبل المنتج حتى تقوم مسؤوليته. فالمشرع يشترط أن يكون هناك عيب في المنتج، غير أنه لم يعرفه كما فعل المشرع الفرنسي .

يعتبر العيب حجر الزاوية في نظام مسؤولية المنتج ، فهو الركن الذي يعوض قاعدة الخطأ دائرة في المسؤولية العقدية والمسؤولية التقصيرية على حد سواء ، ويكشف عن خصوصية هذا نظام الجديد من المسؤولية التي تتطلب من المتضرر إثبات وجود العيب في المنتج كونه السبب المباشر في جعل المنتج مصدرا للضرر .¹

بالإستقراء نص المادة 140 مكرر من ق م ج نجد أن المشرع استعمل مصطلح vic و لم يستعمل le default كما فعل المشرع الفرنسي بمقتضى المادة 1/1386 رغم أن الفرق بين المصطلحين شاسع فالأول هي الآفة الطارئة على المنتج، أما الثانية فتعني عدم استجابة المنتج لسلامة المشروعة . وقد عرف الدكتور بودالي محمد العيب بأنه: "عدم قابلية المبيع للإستعمال المعد له بحسب طبيعته أو تبعاً لإرادة الطرفين"²

وأمام غياب تعريف لمعنى العيب في القانون الجزائري ، فلا مناص من البحث عن معناه في القوانين التي جاءت لحماية المستهلك؛ فبالإستقراء نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 والتي تنص على مايلي :

"يجب على المخترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للإستعمال ، أو من أي خطر ينطوي عليه"، كما نصت المادة 06 من نفس المرسوم على أنه: "و يجب على المخترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب عيب....". ومن خلال هذه النصوص يستخلص أن المشرع وضع على عاتق المنتج إلزاماً بالسلامة إتجاه لأشخاص، وهذا ما تأكد من خلال المادة 03 من القانون رقم 09-03 . ولقد حدد المشرع الجزائري العيب الموجب للضمان بالنظر إلى نقص السلامة، وعرف لنا المنتج السليم في المادة 03 من القانون رقم 09-03 بأنه: "منتج خال من أي نقص أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة وسلامة المستهلك أو مصالحه المادية أو المعنوية"

- وعليه يكون هناك نقص في سلامة المنتج عندما يكون هناك عيب يضر بصحة المستهلك ، فأساس المسؤولية عما تحدثه المنتوجات من أضرار هو المساس بسلامة المستهلك في صحة جسده و أمواله.

ويتم تقدير العيب الموجود في المنتج ، بالنظر للسلطة التقديرية للقاضي حتى و لو إعتد الشخص على توقعه الذاتي³ المواصفات قد لا تتطابق مع التوقع المشروع للشخص العادي ، وهو المعيار الذي يتم على أساسه

¹ أنظر: سالم محمد ربيعان الغزوي ، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والإتفاقات الدولية ، ط 1 دار الثقافة لنشر والتوزيع

² أنظر : محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص 245

³ أنظر : علي فتاك ، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، المرجع السابق، ص 341 342

تقدير العيب. وإن كانت مطابقة السلعة الفنية في الإنتاج مؤشرا على خلوها من العيوب ، إلا أن التقدير النهائي لذلك يخضع للسلطة التقديرية للقاضي و الذي يراعي في إعتبره ترجيح التوقعات المشروعة للشخص العادي و المدعي غير ملزم بإثبات قدم العيب على خلاف ما هو الأمر عليه في الإلتزام بالضمان ، وإنما يكفي أن يثبت الضحية أن الضرر لم يمنح المنتج السلامة التي يمكن توقعها قانونا ، والمدعي غير ملزم أيضا بإثبات علم المنتج بالعيب وحتى تقوم مسؤولية المنتج يجب أن يكون المنتج المعيب الذي سبب ضررا قد وضع في التداول ويكون المنتج مطروحا للتداول طبقا للمادة 2 من لإتفاقية استراسبورج عندما يخرج من يد المنتج ، و ينتقل إلى شخص آخر . أما القانون الفرنسي فعرفه في المادة 1386 بقولها: "إن المنتج يكون مطروح للتداول عندما يخرج عن سيطرة الصانع أو الإستراد ومن في حكمها إراديا"¹ . أما في قانون حماية المستهلك الجزائري نجده جاء بمفهوم جديد هو عملية الوضع للإستهلاك² . فقد عرفه في المادة 3/8 بقولها: "عملية وضع المنتج للإستهلاك هي مجموع مراحل الإنتاج و لإستراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و بالتجزئة"³ و رغم أنها بهذا التعريف تختلف عن مفهوم الوضع في التداول الذي جاء به المشرع الفرنسي بأنه التحلي الإرادي عن المنتج، إلا أن العناصر التي تضمنها تعريف عملية الوضع في الاستهلاك تتضمن تحلي المنتج الإرادي عن المنتج.

ثانيا : حصول ضرر

وهو ما يصيب الشخص في حق من حقوقه أو مصلحة مشروعة³ بحيث يعتبر الضرر شرط لازم لقيام المسؤولية المدنية للمنتج في قانون حماية المستهلك، و تقوم مسؤولية المنتج متى نتج ضرر عن عيب في منتوجه فالأضرار التي يحدثها المنتج عديدة ، فقد تكون جسدية ، وقد يكون الضرر معنوي . فالأصل في المسؤولية الموضوعية أن تقوم على أساس من الاعتراف للمضروب بالحق في تعويض عادل من كل الخسائر و الأضرار التي تسبب فيها عيوب المنتوجات سواء كانت الأضرار الجسدية أو مادية⁴ .

ويشمل التعويض وفقا للنصوص الخاصة بالإستهلاك في التشريع الجزائري جميع الأضرار التي تلحق المستهلك في صحته أو أمنه أو مصالحه المادية وهذا ما يعرف بالضرر المادي⁵ . ويشمل كذلك الضرر المعنوي طبقا لما قرره المادة 182 مكرر من القانون لمديني الجزائري . و يبرر إقرار هذا النوع من أنواع التعويض في إطار

¹ أنظر دليل المستهلك الجزائري ، وزارة التجارة ، الجزائر ، نوفمبر 2011 ص 193

² إن عرض منتج للتداول يعتبر مصطلح جديد في القانون الفرنسي la mise en circulation du produit حيث نجد أصله في

التعليمة الأوروبية المؤرخة في 25 جويلية 1985

³ أنظر :محمد حسين ، الوجيز في نظرية الإلتزام في القانون المدني الجزائري، ب ط، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر 5 1983 ص

160

⁴ أنظر :محمد عبد القادر الحاج، مسؤولية المنتج و الموزع، دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي، ط5 دار النهضة

العربية، القاهرة، 2005 ص 239

⁵ أنظر المادة 9 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش

المسؤولية عن المنتجات المعيبة بالنظر إلى ما تفرضه مقتضيات حماية المستهلك من ضرورة الحصول على تعويض يشمل جميع الأضرار التي تلحقه.¹

ثالثا: قيام علاقة سببية بين العيب والضرر

وهي الصلة السببية التي تربط بين الخطأ و الضرر، وتفترض لتحقيق المسؤولية قيام السببية بين الفعل و الضرر الذي أصابه وأن توجد علاقة مباشرة مابين الخطأ الذي إرتكبه المسؤول و الضرر الذي أصاب المضرور. ولم يفرض المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك على المضرور أن يثبت العلاقة السببية بين خطأ المحترف و الضرر الذي أصابه بل أوجب على المستهلك أن يثبت وجود ضرر بسبب المنتج أو الخدمة لقيام مسؤوليته ، فلا تنتفي المسؤولية لإنعدام السببية وحدها . فيمكن أن تقوم بمجرد وجود خطأ أو حدوث ضرر كالإخلال بضمان إصلاح المنتج، أو رد ثمنه أو استبداله فتترتب عن ذلك مسؤولية المتدخل.²

الفرع الثاني الأساس القانوني لمسؤولية المنتج

إن فكرة الأساس القانوني لمسؤولية المنتج لا زالت تمثل محور الدراسات الباحثين ، فهي تتأرجح بين فكرة المخاطر وفكرة خطأ المنتج .

أولا: الخطأ كأساس لمسؤولية المنتج

بالرجوع إلى نصوص القانون المدني الجزائري وما وضعته من أحكام للمسؤولية المدنية نجدها قد رتبت هذه المسؤولية على أساس واحد هو "الخطأ" فمن حيث المبدأ فإن إثارة مسؤولية المنتج - متوقفة- في نطاق العقدي أو التصريحي على إثبات المضرور لخطأ المسؤول وهذا بالإستناد إلى المواد 124 و 136 من القانون المدني الجزائري³ فالدائن (المستهلك) مطالب بإثبات إنحراف المنتج في سلوكه و عدم توحيه لليقظة (و التبصر في مواجهة المستهلك المفتقد للدراية الفنية الكافية .إلا أن المادة 140 مكرر من قانون المدني المعدل والمتمم نصت على مايلي: " يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية".

فالخطأ قد يكون صادرا من المنتج شخصا ويتخذ عدة صور :كالخطأ في التصميم كأن يكون في التصميم خطأ في أو يكون دون مستوى ما بلغه التقدم التكنولوجي وقت تصميم السلعة، وكذا النقص في الإعلام و التحذير من جانب المنتج خاصة في فرض المنتجات الخطرة،فهو خطأ يتحمل مسؤوليته .

¹ أنظر: محمد عبد القادر ، المرجع السابق، ص 240

² أنظر: أنظر علي بولحية بن بوخميس ، المرجع السابق ، ص 133

³ أنظر: قادة شهيدة ، المرجع السابق ص 163

وقد يكون الخطر صادر من شخص خاضع لرقابته و تنفيذ لتعليمات صادرة إليه من المنتج ، متى كانت هذه الأوامر

والتعليمات واجبة التنفيذ¹ يكون المنتج مسؤولاً عن ذلك مدنيا و جزائيا في واجب الإشراف .

وبذلك تقع المسؤولية على عاتق المنتج الذي تفرض عليه شخصيا شروط وأساليب استغلال صناعته، وهذا ما ذهب إليه المشرع في المادة 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عندما ألزم على المنتج أو الموزع و بصفة عامة المتدخل في عملية الوضع أو يقوم بنفسه أو عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد لمطابقة المنتج للقواعد الخاصة به و المميّزة له.¹

غير أن هذه الفكرة كانت صالحة في زمن لم تكن النشاطات الإنتاجية و الصناعية تحمل أخطار و تهدد سلامة الإنسان في جسمه وأمواله. وكان من الصعب جدا في كثير من الحالات على الضحية إثبات خطأ المسؤول باعتبار أن الضرر من فعل الآلات أو المواد المستعملة وليس من فعل الإنسان.² فسرعان ما أدى التطور التكنولوجي إلى تزايد وتعاضم حوادث المنتجات والتي باتت تهدد أمن و سلامة الإنسان وأمواله. مما أدى إلى تراجع فكرة الخطأ كأساس قانوني لمسؤولية المنتجين تدريجيا، وذلك تماشيا مع النظام الإقتصادي و التكنولوجي، ونتيجة لذلك ظهرت نظرية المخاطر.

ثانيا : نظرية المخاطر كأساس قانوني لمسؤولية المنتج

نشأت نظرية تحمل التبعة (المخاطر) في القرن التاسع عشر بفرنسا ، ومن أبرز روادها سالي Salillaes الأستاذ جوسران Josserrand .

إن مؤدى هذه النظرية أن كل نشاط يمكن أن ينتج ضرر يكون صاحبه مسؤولاً عنه إذا ما تسبب في إيقاع ضرر بالغير ولو كان سلوكه غير مشوب بأي خطأ. وعرفت بنظرية الخطر المستحدث ورجحت كأساس لمسؤولية المنتج لعدة إعتبرات تعفي المتضرر من الإثبات خصوصا عند تعدد المنتجين وصعوبة تحديد مصدرها الضغط على المنتج للاعتناء بمنتجاته ، واتخاذ كافة الاحتياطات اللازمة للوقاية من أخطارها

وعليه؛ فالمسؤولية في ظل نظرية المخاطر مسؤولية موضوعية تتجاهل تماما سلوك الشخص الذي يتحمل تعويض الضرر اللاحق بالضحية³ جراء نشاطه، فهي تقوم على أساس الضرر ، ولا تقيم للخطأ أي وزن . فالعبارة إذا بالضرر الذي لحق هذا الأخير الذي يجب جبره. و المشرع الجزائري أخذ بالنظرية المخاطر كأساس قانوني

¹ - أنظر: علي فتاك ، المرجع السابق ص 222

² أنظر : محمد شكري سرور ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، ط 1 ، دار الفكر العربي، القاهرة 1983 22 32

³ أنظر : علي فيلال ، المرجع السابق، ص 240

تبنى عليه مسؤولية المنتج بموجب التعديل الذي حدث على القانون المدني في 20/06/2005 بموجب القانون رقم 05-10 من خلال المادة 140 مكرر حيث نجد أنه لا يشترط لقيام مسؤولية المنتج إثبات الخطأ بل تشترط لقيام هذه المسؤولية وجود ضرر نتيجة لعيب في المنتج . ولم يكتفي المشرع بوضع المبدأ العام الذي تبنى عليه مسؤولية المنتج بل وسع من دائرة الحماية، إذ حمل الدولة عبء تعويض الأضرار الجسمانية الناتجة عن المنتجات المعيبة سواء لعيب فيها أو لخطورتها طبقاً لنص المادة 140 مكرر 1: "إذا إنعدام المسؤول عن الضرر الجسماني ولم تكن للمتضرر يد فيه تتكفل الدولة بالتعويض عن هذا الضرر...."¹

و هناك من الفقه من ذهب إلى الجمع بين نظرية المخاطر ونظرية الخطأ، واعتمادهما بحسب الحالة ما إذا كان العيب في التصميم أو التصنيع أو التحذير² غير أننا نعتقد أن هذا الحل و إن كان منطقياً لحد ما فإنه يتميز بعدم الثبات و الانسجام ، خاصة و أن المنتج يكون تارة قادر على نفي مسؤوليته و تارة أخرى غير قادر على ذلك إلا بإثبات السبب الأجنبي. وأمام هذا الوضع المتأزم، نعتقد أن الأساس الذي يمكن أن تبنى عليه المسؤولية هو الالتزام بالسلامة الذي أنشأه القضاء الفرنسي و تبناه المشرع فيما بعد.

أما بالنسبة لمسألة تحديد الطبيعة القانونية لمسؤولية المنتج فهي تعتبر من المسائل الأساسية و الجوهرية من أجل معرفة النظام القانوني الذي تخضع له و يقصد بالطبيعة القانونية لمسؤولية المنتج تصنيفها ضمن إحدى النظامين الكلاسيكيين للمسؤولية سواء كانت عقدية أو تقصيرية.

إن مسؤولية المنتج ذات طبيعة مزدوجة فقد تكون مسؤولية عقدية ناتجة عن إخلال هذا الأخير بالالتزام الناشئة عن عقد الاستهلاك ، ويتعلق بالالتزام بضمان العيوب الخفية و الالتزام في الإعلام في حالة السلعة الخطيرة، ولعل أهم صيغ الحماية التي يحضى بها المستهلك بعد إبرام العقد هي حمايته من الآثار السلبية الناتجة عن العقد ، فيمكن أن يكون العقد قابلاً للإبطال طبقاً لنظرية عيوب الرضا فمثلاً إلتزام المهني بإعلام و تنوير المستهلك عن خصائص المنتج أو الخدمة محل العقد ، يؤثر الإخلال به على رضا المتعاقد بما يؤدي إلى تعيب الإرادة.³

وقد تكون مسؤولية تقصيرية في الحالة التي لا يوجد عقد بين المستهلك و المنتج . فهي تقوم بصفة عامة على أساس المسؤولية الموضوعية التي تقوم على أساس الضرر، وذلك بهدف توفير حماية أكبر للمضروب.⁴

ويعتبر المنتج مسؤولاً في الحالات التالية :

¹ أنظر : كريم بن سخرية ، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، ب : دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية

2013 : ص 131

² أنظر: محمد عبد القادر الحاج، المرجع السابق، ص 160 وما يليها، قادة شهيدة ، المرجع السابق، ص 204

³ أنظر : عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك ، المرجع السابق ص 380

⁴ أنظر: سهام خامر ، آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري ، المرجع السابق ، ص 95

- 1- عدم اتخاذ الاحتياطات المادية اللازمة في التعبئة أو التغليف أو عملية الإنتاج، أو التجهيز
 - 2- عدم الالتزام بالضوابط الفنية المعروفة في مجال الإنتاج مع إهمال التحقق من سلامة المواد الأولية الداخلة في صناعة المنتج
 - 3- التقصير في واجبات الحيطه و الحذر ، و طرح المنتج قبل إجراء الكشف عليه .
- وعلى هذا فإن المشرع قد منح للمتضرر عدة خيارات لرفع دعواه على المهني لإستفاء التعويض المناسب، ويكون ذلك في الأحوال تثار مسؤولية المنتج عن أفعاله الشخصية ، أو بإعتباره حارساً للأشياء .

الفرع الرابع : وسائل نفي مسؤولية المنتج

تترتب مسؤولية على عاتق المتدخل في حالة توافر شروطها - السالفة الذكر- التي تمت معالجتها ، وهي تتركز أساساً موضوعي لا شخصي . و القانون حول للمتدخل حق دفع المسؤولية في حالات معين¹ . غير أن المشرع الجزائري لم يضع وسائل خاصة لنفي مسؤوليته، كما هو الحال في القانون الفرنسي، ومن ثمة يجب الرجوع إلى القواعد العامة المنصوص عليها في ق م ج خاصة المادة 127 و المادة 2/138 . يستنتج من هاتين المادتين أن أسباب الإعفاء من المسؤولية هي القوة القاهرة وخطأ الضحية أو الغير.(السبب الأجنبي)

✓ القوة القاهرة

لم يعرف المشرع الجزائري القوة القاهرة، لكن نص عليها في المادتين 127 و 2/138 من القانون المدني الجزائري وترك مجال تعريفها إلى الفقه والقضاء حيث يعرفها بعض الفقه العربي بأنها "أمر غير متوقع حصوله، ولا يمكن دفعه، يؤدي مباشرة إلى حصول ضرر"² . وبإسقاط النصوص القانونية السابقة على مسؤولية المنتج نجد أن هذا الأخير تنتفي مسؤوليته تأسيساً على دفع القوة القاهرة بتوافر عنصرين هما : عدم توقع المنتج لها وعدم إمكانية دفعها، ويجوز الاتفاق بين المستهلك والمنتج على تحمل هذا الأخير المسؤولية في حال وقوع القوة القاهرة ويعد هذا الاتفاق نوع من التأمين الذي يشدد من المسؤولية ويضع مستعمل المنتج في منطقة الأمان³ .

غير أن القضاء الفرنسي أضاف عنصراً ثالثاً وهو أن تكون القوة القاهرة أمراً خارجياً عن المنتج ومستقلاً تماماً عن فعل المنتج ، ويرى القضاء الفرنسي أن البائع المهني لا يمكنه التحلل من إلتزامه بالضمان ولو أثبت الطابع الخفي للعييب، ولو كان غير متوقع ولا يمكن دفعه إلا أنه يفتقد إلى الطابع الخارجي.

¹ أنظر: طيب ولد عمر النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية

الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، 2009 ص 144

² أنظر: خليل أحمد حسن قداد، الوجيز في شرح القانون المدني، د ط ديوان المطبوعات الجامعية ، 2011 ص 143

³ أنظر : زاهية حورية سي يوسف ، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه : الجزائر، 2009 ص 323 325

✓ خطأ المضرور (المستهلك)

يعتبر خطأ المضرور وفقاً للقواعد العامة أحد وسائل دفع المسؤولية، والأصل أنه لا يرفع مسؤولية المنتج وإنما يخففها

وتطبيقاً لنص المادة 177 من القانون المدني، فإن ما يثيره المنتج في هذا الصدد من المظاهر الدالة على خطأ المضرور هو:

الإستعمال الخاطئ للمنتج: أي استعمال السلعة بطريقة غير عادية أو في غير الغرض المخصص له بطبيعتها. كأن يترك المضرور أحد الأجهزة الكهربائية يعمل بشكل متواصل فترة طويلة، بالمخالفة للتحذير الواضح في هذا الشأن من جانب المنتج، الأمر الذي يترتب عليه انفجاره، ومن ثم حدوث ضرر. ولا يكفي في سبيل التحلل من المسؤولية أن يثبت أياً من مظاهر الإستعمال الخاطئ وإنما يتعين عليه أن يقيم الدليل على أن الضرر يجد سببه في هذا النوع من الإستعمال.

عدم التحقق من صلاحية المنتجات للإستعمال: يكون المضرور مخطئاً - بداهة- إذا استعمل السلعة بعد إنتهاء التاريخ الصلاحية، خاصة حين يكون تاريخ الصلاحية ظاهراً أو لم يقتصر المنتج في إظهاره أما إذا قصر المضرور في فحص المنتج إستعمالها، مع إمكانية القيام بذلك، فإن الرأي جار على عدم إنزال الإهمال على المضرور منزلة الخطأ الجسيم الذي يمنح للمنتج فرصة التحلل من مسؤولية كلية.¹

- ومما تم ذكره فإنه قد يحدث أن يكون خطأ المضرور سبباً وحيداً ومنتجاً للضرر، وحينها يكون له أثر إيجابي في دفع المسؤولية. وقد يحدث أن يكون خطأ المضرور سبباً وحيداً في الضرر، لكن قد يشترك خطأ المسؤول، وخطأ المضرور، فكيف يمكن تقدير أثر كل منهما؟، وما مدى أهمية هذا التحديد في المسؤولية؟.

إن اجتماع خطأ المضرور وخطأ المسؤول يدفعنا إلى تصور فرضيتين:

الفرضية الأولى، إذا استغرق أحدهما الآخر وهي حالة المفاضلة المرتبطة بتغليب الخطأ الجسيم الذي يُجْبُ الخطأ الأقل جساماً، فإذا استغرق خطأ المنتج خطأ المضرور يلتزم المنتج بدفع كل التعويض، أما إذا استغرق خطأ المضرور خطأ المنتج تنتفي مسؤولية المنتج.

والفرضية الثانية و التي تعرف بصورة الخطأ المشترك، وهي الحالة التي لا تنقطع علاقة السببية بين الخطأ و بين الضرر، حيث يتحمل كل منهما خطأه، وبالتالي التعويض.²

✓ فعل الغير

¹ أنظر: كريم بن سخرية، المرجع السابق، ص 178 179

² أنظر: قادة شهيدة، المرجع السابق، ص 296

يمكن للمنتج أن يتخلص من مسؤوليته إذا أثبت أن الضرر يعود إلى عمل الغير. وتنسحب صفة الغير إلى كل شخص من غير المتضرر و المنتج أو من يسألون عنهم قانونا أو اتفاقا. ¹ كأن يقوم شخص بمناولة المستهلك مادة صيدلانية مخالفا بذلك التعليمات والمقادير التي حددها المنتج (الصيدي). و الغير قد يكون من المهنيين المتدخلين خلال مراحل إعداد و تهيئة وتوزيع المنتج ، فالغير هو الموزع، الناقل والبائع، ولتنصل من مسؤوليته يجب أن يثبت خطأ هؤلاء.

ثانيا: الأسباب الخاصة بانتفاء مسؤولية المنتج

رئينا أن المشرع الجزائري لم يقرر قواعد خاصة لنفي المنتج مسؤوليته، في مقابل ذلك وضع المشرع الفرنسي قواعد خاصة يمكن من خلالها للمنتج أن ينفي مسؤوليته و هو ما بينته المادة 1386-11 ق م ف.

✓ الدفع بعدم طرح المنتج للتداول

يستطيع المنتج أن يدفع مسؤوليته بإثبات أنه لم يطرح السلعة في التداول أو بإثبات أنها طرحت للتداول رغما عن إرادته بسبب سرقتها، أو خيانة المؤمن عليها لهذه الأمانة، لأن ثبوت إطلاق المنتجات في التداول بإرادة المنتج دليلا منه على إقامة العلاقة السببية بين الضرر و عيب السلعة، حسب المادة 1386-5 ق م ف - ويستطيع المنتج أيضا أن ينفي مسؤوليته بإثبات أن الشخص الذي قام بإصلاح المنتج قد أدخل تعديلات عليه. ²

هذا ويبقى الإشكال قائما في حالة المنتج المركب، والذي يتدخل فيه أكثر من منتج، و الرأي الراجح هنا، هو الاعتداد بلحظة التنازل عن السلعة من المنتج النهائي، فإذا ثبت عدم طرح هذا الأخير للسلعة للتداول انتفت مسؤوليته بصفة كلية. ³

✓ الدفع بعدم وجود عيب لحظة طرح المنتج للتداول

لا يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الحاصل نتيجة لتعييب المنتج إذا أثبت أن المنتج لم يكن معيبا وقت طرحه في السوق ، وأن هذا العيب نشأ في وقت لاحق ، أي أنها صممت بطريقة توفر الأمان المشروع الذي يمكن أن ينتظر. ⁴ وهذا ما تبناه المشرع الفرنسي من خلال المادة 1386/11 فقرة 02 من ق م ف

✓ الدفع بعدم طرح المنتج قصد الربح

¹أنظر : قادة شهيدة، المرجع نفسه، ص 298 ، محمد عبد القادر الحاج ، المرجع السابق، ص 215

²أنظر : زاهية حورية سي يوسف ، المرجع السابق ، ص 331

³أنظر : قادة شهيدة ، المرجع السابق ، ص 304

⁴أنظر : محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق ، ص 305

يستطيع المنتج أن يتحلل من المسؤولية إذا أثبت أنه لم يطرح المنتج للتداول بقصد الربح ، أو لممارسة نشاط المهنة، بل طرحه فقط بقصد إجراء تجارب أو أنه قام به تلبية لرغباته الشخصية . فحينها يكون المنتج متضررا في نفس الوقت فمن غير المنطقي أن يعرض نفسه.¹

✓ دفع مسؤولية المنتج باستحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي و التكنولوجي

يعد دفع مسؤولية المنتج باستحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي دفع حديث النشأة نسبيا، وأصطلح على تسميته بمخاطر التطور العلمي أو مخاطر النمو .

و يقصد بمخاطر التطور العلمي : تلك المخاطر التي لا تسمح حالة المعرفة الفنية و العلمية الثابتة وقت طرح المنتج للتداول بالتنبؤ به² . بمعنى آخر أن المنتج لم يستطع اكتشاف العيب: أو تجنبه لأن الحالة المعرفية والفنية والعلمية المتوفرة لديه وقت طرح المنتج للتداول لم تسعفه في ذلك، والنتيجة هي انتفاء مسؤوليته.³

و على هذا الأساس نصت المادة 4/11-1386 ق م ف : "المنتج يكون مسؤولا بقوة القانون ، إلا إذا أثبت أن حالة المعارف العلمية والتقنية وقت عرض المنتج للتداول لم تكن تسمح باكتشاف وجود العيب".

وقد لمح المشرع الجزائري بمخاطر التطور التكنولوجي في بعض النصوص القانونية ، منها المادة 06 0906 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش

✓ الإلتزام بالقواعد التشريعية و التنظيمية الآمرة

تنص المادة 5/11-1386 ق م ف " ..أو أن العيب يرجع إلى مطابقة المنتج للقواعد الآمرة المنبثقة عن التشريع أو التنظيم ". ومنه فإن المنتج لا يكون مسؤولا إذا أثبت أن العيب سببه يرجع إلى مطابقة المنتج للقواعد الآمرة للتنظيم التشريعي أو التنظيم اللائحي، أي أن المنتج يجب عليه إحترام القواعد القانونية التي تلزم صناعة المنتج بمواصفات معينة حتى ولو قصد بمخالفته أن يضيف أو يحسن تلك مواصفات⁴ ولا تترتب مسؤولية المنتج إن هو نجح في إثبات أن العيب لا يرجع لخضوعه وإذعانه للأنظمة " واللوائح الملزمة الصادرة له عن السلطات العمومية، بل يرجع العيب في المنتج إلى نظرية المعروفة في القانون الإداري بفعل الأمير **Fait de prince** أي إذا أثبت المنتج المدعى عليه أن الضرر لا يرجع إلى عيب في المنتج " و إنما يرجع إلى القاعدة الآمرة التي تلزمه بالإنتاج وفق طريقة معينة.⁵ غير أن المشرع الفرنسي وضع على عاتق المنتج التزام بتتبع المنتج

¹ أنظر : كريم بن سخرية ، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، المرجع السابق، ص 183 184

² أنظر : فتيحة حدوش، ضمان سلامة المستهلك من المنتوجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، المرجع السابق ص 113

³ أنظر : زاهية حورية سي يوسف ، المرجع السابق، ص 33

⁴ أنظر : كريم بن سخرية ، المرجع السابق، ص 184

⁵ أنظر : قادة شهيدة ، المرجع السابق، ص 307

خلال مدة 10 سنوات من تاريخ طرحه للتداول. فإذا علم بوجود العيب الناجم عن مطابقة المنتج للقواعد التشريعية. والتنظيمية الآمرة خلال هذه المدة التزم باتخاذ جميع التدابير التي تحول دون وقوع الضرر⁹ كسحب المنتج من السوق أو القيام بمحملات دعائية لذلك. كما أن مطابقة المنتج للقواعد والمواصفات الفنية المتعارف عليها أو حصوله على رخصة إدارية لتسويقه لا ينفي قيام مسؤولية المنتج، كما ذكرت ذلك المادة 10-1386 ق م ف

ويصلح هذا الدفع في القانون الجزائري، خاصة و أن المشرع وضع العديد من القواعد التشريعية و التنظيمية التي تين تنظم كيفية صنع وتركيب وحفظ و تغليف وتسويق العديد من المنتجات. وذلك طبقا لنص المواد 01 و 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

المطلب الثالث : إقرار المسؤولية الجزائية للمتدخل

تعتبر المسؤولية الجزائية من أهم الموضوعات التي تمس بشكل مباشر فلسفة القانون و الفقه الجنائي ، فهي تعتبر بوجه عام المحور الأساسي الذي يدور حوله الفلسفة الجنائية، وبالنظر لما توفره الحماية الجزائية للمستهلك من أمن و سلامة وبعث الثقة في المنتجات المعروضة للإستهلاك، إذ تتنوع القواعد الجنائية التي تحمي المستهلك بين قانون العقوبات و القوانين المكملة له وعلى العموم ، فالمسؤولية الجزائية بشكل عام هي تحمل الشخص تبعة عمله وعقابه على أساسه، ولكي يسأل الشخص جزائيا على جريمة إرتكبها لابد أن يكون أهلا لتحمل المسؤولية الجزائية بشرطها الإدراك أو التمييز وحرية الإرادة أو الإختيار.¹

و من خلال هذا المطلب سنميز بين نوعين من الجرح المرتكبة من قبل المتدخل التي تؤدي إلى الإضرار بمصالح المستهلك أوها الحماية الجزائية من جريمة الغش {الفرع الأول} _ و ثانيها الحماية الجزائية من جريمة الخداع

{الفرع الثاني} ولا بد من تحديد الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك {الفرع الثالث} وفي الختام نتناول غرامة الصلح كوسيلة لتخفيف من للمسؤولية الجزائية للمتدخل {الفرع الرابع}.

الفرع الأول: الحماية الجزائية من جريمة الغش في المنتجات الموجهة للإستهلاك

إن هدف المشرع من تجريم أفعال الغش هو ضمان سلامة المنتجات المطروحة للتداول، وتحمل المتدخل مسؤولية الجزائية خاصة في ظل تطور أساليب الغش بحيث يصعب على غالبية الناس إكتشافه ، مما يشجع على زيادة حالات الغش خاصة في كنف تطور التقنيات و تكنولوجيا الحديثة.²

وللوقوف على معالم هذه الجريمة لابد من التطرق لتعريفها ، ثم تبين أركانها .

أولا: تعريف الغش

² أنظر: فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك ، المرجع السابق ص 88

جريمة الغش: هي الفعل المنصوص و المعاقب عليه بمقتضى المواد 431 و 433 من قانون العقوبات والمادة 70 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، والمشرع لم يعرف الغش ، في حين يعرفه بعض الفقهاء على أنه : "كل فعل عمدي ينصب على سلعة معينة أو خدمة ، ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو في أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو منشئها"¹ . وهناك من عرفه على أنه: "كل فعل عمدي إيجابي ينصب على منتج ، فيكون مخالفا له أو بإنتزاع عنصر من عناصر المنتج : أو بإخفاء رداءته و إظهاره في صورة حسنة"²

و إذا كان موضوع الغش في قانون العقوبات حول أغذية الإنسان والحيوان أو مواد الطبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحية مخصصة للإستهلاك ، فإن الغش في قانون حماية المستهلك ينصب على كل المنتوجات سواء كانت مواد إستهلاكية ، أو مواد تجهيزية . كما ينصب على المنتوجات بإعتبارها منتوجا حسب نفس القانون ليشمل المنتوجات الموجهة للإستهلاك الحيواني .

ويختلف الغش عن الخداع كون هذا الأخير يقع دون هدف تزييف المنتج ، أما الغش فيقع على المنتج بغرض تزييفه ، فيستهدف من وراء الخداع تضليل المستهلك فقط دون المساس بجوهر المنتوجات ، أي دون إدخال تغيير على تركيبها . والهدف الذي قصده المشرع من وراء تجريم الغش هو لحماية الصحة العامة، ومن ثمة الحماية من المنتوجات المغشوشة ، بينما الهدف من تجريم الخداع هو لحماية أوضاع التعامل و الثقة بين المستهلك و المتدخل³ .

وقد حددت كل من المادة 70 من قانون حماية المستهلك و المادة 431 من قانون العقوبات الأفعال المادية

التي يتم بها الغش .

ثانيا: أركان جريمة الغش في المنتوجات

نكون بصدد جريمة الغش في المنتوجات المعروضة للإستهلاك متى توافر الركن الشرعي و الركن المادي و المعنوي

¹ أنظر : سهام المر المرجع السابق ، ص 178

² أنظر : عمر عيسى الفقي، جرائم قمع الغش و التذليل، المكتب الفني للموسوعات القانونية ، بور سعيد ، مصر، 1998 ص 80

³ أنظر : عبد الفضيل محمد أحمد ، جريمة الخداع التجاري في نظم مكافحة الغش التجاري السعودي مع الإشارة إلى القوانين الفرنسي و

المصري مجلة الحقوق الكويتية، العدد 404 1994 146

1- الركن الشرعي : يعتبر الركن الشرعي من أركان الجريمة لأنه لا عقوبة ولا جريمة إلا بنص ، ومنه نقصد بالركن الشرعي النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ، ويضع لها عقابا . و المشرع من خلال جريمة الغش حدد أساسها القانوني بمقتضى المواد 431 و 433 من ق ع ج و المادة 70 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش

2- الركن المادي لجريمة الغش: جريمة الغش جريمة شكلية تتم بمجرد فعل الغش دونما الحاجة الإنتظار النتيجة ، فالغش مجرم في حد ذاته. و قد أوردت المادة 431 ق ع ج الأفعال التي يتكون منها الركن المادي لجريمة الغش، فقد يعرض المتدخل منتجات للإستهلاك وتكون مغشوشة وذلك بتغيير عنصر من عناصر المنتج . أو دجه بمادة ليست من طبيعته . أو بعدم إحترامه للمقاييس المعتمدة قانونا . و لا يكفي مجرد الكتمان لقيام لاستهلاك بل ينبغي أن تتحقق بأساليب تنصب على منتج وعادة ما يتم بأح د الأفعال التالية:

- الغش بالإنتراع أو بالإنقاص : يقصد به سلب أو نزع كل : أو جزء من العناصر الجوهرية أو النافعة للمنتج مع إحفظاظه بنفس التسمية وبيعه بنفس الثمن على أنه المنتج الأصلي ، كنزع دسم اللبن الذي يقلل من خواصه الأصلية.¹ ويكون الغش بالإنقاص عادة مكملا للغش بالإضافة مثلما هو حاصل في الماركات العالمية للعطور².

- الغش بتغيير مظهر المنتج : تتمثل هذه الحالة في إخفاء مظهر المنتج الفاسد تحت طبقة من المنتج الجيد بصفة تجعل المستهلك يعتقد أنه من النوع الرفيع .

- الغش بالخلط أو الإضافة : و يتم ذلك بخلط السلعة بمادة أخرى مغايرة عنها في الكم و الكيف أو مادة من نفس الطبيعة ولكن بجودة أقل كخلط الحليب طبيعي بأخر صناعي ، ويكون هذا الخلط غير مرخص به قانونا بالإضافة إلى حالات أخرى كالغش في التصنيع ، و لإمتناع عن لإدلاء بخصائص المنتج..... الخ

ثانيا :الركن المعنوي

جريمة الغش جريمة عمدية ينبغي لقيامها توافر القصد الجنائي المتمثل في العلم بما في المنتج من غش مع اتجاه إرادة المتدخل إلى تحقيق هذا التزييف ، ويتم ذلك بالتلاعب بالمستهلك مع علمه بالطريقة التي عمد إليها

¹ أنظر :أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر

2005 ص 197

² أنظر: محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص 321

لجعل المنتوجات مغشوشة و رغبة من المتدخل في المساس بمصالح المستهلك بحصوله على فائدة غير مشروعة، ولكن ينتفي القصد الجنائي لدى المتدخل إذ ما قام بفعل الغش بهدف الاستهلاك الشخصي.¹

وتعد جريمة الغش في المنتوجات من الجرائم الوقتية التي تقع بمجرد ارتكاب فعل الغش ، ولا يشترط لقيامها إصابة المستهلك بضرر بل يكفي تحقيق أحد الأفعال المادية و عناصر الركن المعنوي لقيامها مما يجعلها تصنف ضمن جرائم الخطر.²

كما و يتساوى العقاب بين جريمة الغش التامة و الشروع فيها ، فيعد شروعا في الغش إذا أعد المتدخل كل الوسائل اللازمة للقيام بالغش لكنه يضبط عندما يبدأ بمباشرة تنفيذ الفعل ، رغم أن المشرع لم يتم النص لا بموجب المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش³ ولا بموجب المادة 431 قانون العقوبات على الأخذ بالشروع في غش المنتوجات كما فعل في جريمة خداع المستهلك مما لا يعد ضمانا لهذا الأخير .

الفرع الثاني : الحماية الجنائية من جريمة الخداع

إن النصوص العقابية حسب المواد 429 إلى 435 ق ع ج ترمي إلى قمع الغش و الخداع في السلع المبيعة أو الخدمات . و من أجل توسيع نطاق هذا القمع فإن المشرع لم يكتفي بعقاب من قام بالخداع و غش المتعاقد الآخر، بل عاقب أيضا على محاولة الخداع ، و كذا المساعدة في القيام بالخداع . لتعرف على جريمة الغش يستدعي التطرق لتعريف الغش، ثم تبيان أركان هذه الجريمة .

أولاً: تعريف الخداع

نظم المشرع جريمة الخداع بموجب المادتين 68 و 69 من قانون حماية المستهلك، والمادتين 430 و 429 من قانون العقوبات، غير أنه لم يتطرق لتعريف الخداع ، وإنما أورد أهم الطرق التي يتحقق بها ، بينما تكفل الفقه بوضع تعريف له فهو: " أعمال و أكاذيب يرتكبها شخص بهدف إظهار الشيء على غير حقيقته وإحاطته بمظهر مخالف ما هو عليه في الواقع . فهو تصرف من شأنه إيقاع أحد المتعاقدين في الغلط حول البضاعة ."⁴ نظرا لتداخل مفهوم الخداع مع مفاهيم مشابهة له إستدعى الأمر منا التمييز بينه وبينها، يتميز الخداع عن التدليس المدني بمايلي :

¹ أنظر: علي حسان لإلتزام بضمان الضرر عيوب المنتوجات ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية والسياسية ، كلية الحقوق بن عكنون، العدد 04 2011 ص 36

² أنظر: فتيحة خالدي ، الحماية الجزائرية للمستهلك دراسة في ضوء القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-2-2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، مجلة معارف ، العدد 8 ، جوان 2010 ، المركز الجامعي البويرة ، الجزائر 00 55

³ أنظر : عمر عيسى القيسي ، المرجع السابق ، ص 86

⁴ أنظر : رضا متولي وهدان ، الخداع الإعلاني و أثره في معيار التدليس ، ط 1 دار الفكر و القانون، المنصورة، 2008 08 90

من حيث كفاية الكتمان لقيام التدليس وعدم كفايته لقيام جريمة الخداع ، بالإضافة إلى أن ضرر الذي يصيب في التدليس يصيب المتعاقد فقط، أما الخداع فيصيب عامة الناس، كما أن التدليس يعد عيباً من عيوب الإرادة عند تكوين العقد، أما الخداع فهو تضليل أو حيلة قد يكون أثناء تكوين العقد ، كما قد تكون أثناء تنفيذه .

كما يتميز الخداع عن النصب. حيث أن الوسائل المطلوبة في جريمة النصب غير مطلوبة في جريمة الخداع الذي يكفي فيه مجرد الكذب. ويختلف عن الغش في كون الخداع ينجم عن سلوك إيجابي. أما الغش فلا بد أن يكون شياً سلبياً¹

ثانياً: أركان جريمة الخداع

تتحقق جريمة الخداع أو محاولة الخداع بتوفر الأركان التالية :

1- الركن الشرعي : وتقصده به النص المتضمن التجريم والعقاب على فعل الخداع طبقاً للمادة 429

فإن الخداع هو التحايل والتدليس : أو محاولة التحايل على المتعاقد في: طبيعة أو الصفقات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات لكل هذه السلع في نوعها : أو مصدرها ، أو في كمية الأشياء المسلمة أو في هويته.

و حسب المادة 429 من ق.ع.ج: " كل من يخدع أو يحاول خداع المستهلك حول: كمية المنتوجات المسلمة ، تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحية النتائج المنتظرة منه، طرقاً لإستعمال أو الإحتياجات اللازمة لإستعماله "

2- الركن المادي: تتم جريمة الخداع بسلوك إجرامي إيجابي ، أو سلبياً وقتي متمثل في فعل

التحايل و التدليس على المتعاقد أو الشروع فيه، كعناصر مكونة للركن المادي أي: أن الركن المادي يتجسد في صدور فعل مادي من المتدخل بصفته الجاني و المتمثل في خداع المستهلك بصفته المجني عليه ، و يتم ذلك بتوافر إحدى الوسائل المحددة في المادة 68 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش وهي:

- الخداع في كمية المنتوجات المسلمة: يقع الخداع في هذه الحالة إما على العدد أو المقدار أو

المعيار أو القياس ، أو الكيل بإستعمال طرق إحتيالية للزيادة أو النقصان في هذه الكمية ، وعلى سبيل المثال لما يخلط مادة جامدة مع مادة أخرى.²

- الخداع في تسليم منتوجات غير تلك المعنية مسبقاً : يتحقق في هذه الحالة الخداع لما يتم تسليم

المنتوجات غير تلك المعنية و المتفق عليها مسبقاً بين المتدخل و المستهلك ، فلا يكفي أن يستلم المستهلك المنتج و إنما ينبغي أن يسلمه مطابقاً لما تم الإتفاق عليه .

¹أنظر : نوال شعباني [إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك، المرجع السابق، ص 137

²أنظر: حسان علي ، المرجع السابق، ص 361 362

- الخداع في قابلية المنتج للإستعمال: يؤدي الخداع في طبيعة المنتج لتغيير خصائص هذا الأخير فيحدث في تركيب المنتج مما يجعله غير صالح للإستعمال من قبل المستهلك¹ مثل التصريح الذي يدلي به المتدخل حول مكيف هوائي أنه ذو إستعمال مزدوج أي بارد وساخن ثم يكتشف المستهلك بعد الإقتناء أنه يستخدم فقط للتبريد مما يجعل المستهلك يستفيد منه في فصل الصيف فقط .

- الخداع في الصفات الجوهرية للسلع : فالصفات الجوهرية هي الصفات الرئيسية التي يتضمنها الشيء موضوع العقد ، والتي تقوم عليها القيمة الحقيقية للبضاعة من وجهة نظر المتعاقد² : حيث لو علم المتعاقد بغياها لما أبرم العقد فتعتبر الدافع إلى التعاقد؛ كأن يشتري المتعاقد هاتف نقال على أنه جديد لكنه في حقيقة قد تم استعماله قبل شرائه، أما الخداع في الصفات الثانوية للمنتج فإنه لا يخضع للعقاب ، بإعتبار العقاب ينصب على الوقائع الجسيمة التي تلحق أضرار ملموسة بشخص المستهلك .³

- الخداع في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة للسلع: ويتم ذلك بإعطاء بيانات غير صحيحة حول تركيب السلع مغايرة لتلك المحددة في القوانين: أو وفقا للعادات التجارية المتعارف عليها ، أو طبقا لبيانات العقد أو بالرجوع إلى الفاتورة أو الإشهار أو التي تتضمن أحيانا المقومات اللازمة للمنتج⁴ فتقع جريمة الخداع حول التركيب أو حول نسبة المقومات اللازمة للمنتج بمجرد أن تكون السلع معروضة تحت إسم معين مختلفة في تركيبها ، و مواصفاتها ونسبة مقوماتها عن تلك المحددة قانونا ، إضافة إلى هذه الصور نصت المادة 68 أيضا على الخداع حول النتائج المنتظرة من المنتج⁸ والخداع حول طرق الإستعمال ، و الإحتياجات اللازمة لإستعمال المنتج ، و كذا الخداع حول نوع السلعة .

ثانيا :الركن المعنوي

جريمة الخداع في القانون الجزائري هي جريمة عمدية يتطلب لتوافر أركانها ثبوت القصد الجنائي لدى المتهم وبناء على ذلك لا يعاقب الجاني إلا إذا ثبت لديه قصد الخداع ، فالقانون لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي يقع فيه البائع أو التاجر إزاء المتعاقد الآخر لأن الخداع جريمة عمدية ، و أن حسن نية ينفي الخداع أما الإهمال حتى ولو كان جسيما فلا يعادل الخداع كونه صورة من صور الخطأ العمدي . فالمتدخل لا يعد مرتكب لجريمة الخداع إلا إذا كان سيء النية .⁵ وعليه لا بد من ثبوت القصد الجنائي وهو : علم المتدخل بأن الفعل مجرم و معاقب عليه أي توفره بعنصره العلم و الإرادة، وأن يكون مثبتا وقائما . و الأصل أن الشروع في الجنح غير معاقب عليه إلا بنص صريح ، وبما أن جريمة الخداع جنحة فقد نص المشرع صراحة على عقاب على

¹أنظر: أحمد محمد محمود علي خلف ، المرجع السابق ، ص 174

²أنظر: حسني أحمد الجندي، شرح قانون قمع التدليس و الغش، دار النهضة العربية، ط 2 : 1996 ص 201

³أنظر: أحمد محمد علي خلف، مرجع السابق ص 201

⁴ أنظر : محمد بودالي المرجع السابق، ص 313

⁵أنظر: فتيحة خالدي المرجع السابق ص 52

الشروع فيها ، بل أنه ساوى - من حيث العقوبة - بين الجريمة التامة و الشروع فيها، إستثناء من القاعدة العامة التي تقضي أن تكون عقوبة الشروع أخف من عقوبة جريمة التامة¹.

الفرع الثالث: الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك

يعد الجزاء من أجمع الوسائل التي من خلالها يبرز دور القضاء في مواجهة المخالفات عندما تمس صحة و أمن المستهلكين ، يترتب توقيعه متى خالف المتدخل بالإلتزامات المفروضة عليه، وتنوعت هذه العقوبات بين ما هو منصوص عليها في قانون حماية المستهلك ، و أخرى تضمنها قانون العقوبات .

أولاً: العقوبات المقررة بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش

أولى المشرع أهمية لعقاب المتدخل للإلتزامات المفروضة عليه بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش لضمان ردع المتدخل للامتنال لها، خاصة و أنه ملزم بتنفيذ هذه الإلتزامات بموجب القانون ، و جعلها من النظام العام بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفتها حماية لصحة و أمن المستهلك فوقع جملة من الجزاءات² تتمثل أساساً في:

✓ جزاء مخالفة إلزامية إعلام المستهلك

يكتسي الإلتزام بالإعلام أهمية بالغة نظراً لجعل رضا المستهلك سليم و مبصر ، ومن أجل ذلك ألزم المشرع المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج معروض للإستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة³ طبقاً للمادتين 17 و 18 . وفي حالة عدم تنفيذ المتدخل للإلتزامه يعاقب طبقاً لنص المادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بغرامة من مائة ألف دينار (1.00.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كما نصت المادة 31 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على عقاب المتدخل مخالفته لعدم الإعلام بالأسعار و التعريفات بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار

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

✓ جزاء مخالفة إلزامية مطابقة المنتوجات

يجب على كل متدخل طبقاً للمادة 12 من قانون رقم 09-03 من أن يعرض منتوجاته لرقابة مطابقة حتى يضمن عرض منتوجات سليمة للإستهلاك، وإخلال المتدخل بهذا للإلتزام يعرضه لعقوبة غرامة حددتها المادة

¹أنظر : محمد المرسي زهرة، الحماية القانونية للمستهلك في القانون دولة الإمارات العربية المتحدة، مجلة الحق، جامعة الإمارات العربية المتحدة مجلة الحق، 1997: ص 208

²أنظر : جمال حملاحي دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري و الفرنسي، المرجع السابق، ص 121 122

³ أنظر المواد 17 و 18 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة الرسمية رقم 15 22 15

74 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش من خمسين ألف دينار(50.000دج) إلى خمسمائة ألف دينار(500.000دج)

✓ جريمة مخالفة إلزامية ضمان المنتج و تجربته و تنفيذ الخدمة ما بعد البيع

الالتزام بضمان المنتجات هو إلتزام قانوني فرضه المشرع على كل متدخل يعرض منتجاته للاستهلاك طبقا لنص المادة 13 من القانون رقم 09-03 ونظرا لأهميته حرص المشرع على ضمان تطبيقه من خلال إقراره لعقوبة على مخالفته بحيث نصت المادة 75 من القانون رقم 09-03 على معاقبة المتدخل بغرامة من مائة ألف دينار(100.000دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000دج)، كما منح المشرع للمستهلك الحق في تجربة المنتج مقتنى¹.

وإذا ما خالف المتدخل إلزامية تجربة المنتج ومنعه من القيام بذلك عن قصد و الإدراك ، فإنه يعد مخالف لأحكام المادة 15 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش² فيعاقب بغرامة من خمسين ألف (50.000دج) إلى مائة ألف دينار (100.000دج) طبقا للمادة 76 من قانون رقم 09-03 وفي حالة إخلال المتدخل بواجبه في تقديم الخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها بموجب المادة 16 من قانون رقم 09-03 يعاقب المتدخل طبقا لنص المادة 77 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش بغرامة من خمسين ألف(50.000دج) إلى مليون دينار(1000.000دج)

✓ جزاء مخالفة إلزامية أمن المنتجات

ألزم المشرع الجزائري بموجب المادة 10 قانون 09-03 المتدخل بضرورة احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للإستهلاك من حيث مميزاته، تأثير المنتج على المنتجات الأخرى ، ورتب على إخلال المتدخل لعقوبة نص عليها المشرع في المادة 73 من قانون 09-03 بحيث يعاقب بغرامة من مائتي ألف ينار(200.000دج) إلى خمسمائة ألف دينار(500.000 دج) بالإضافة إلى هذه العقوبة نص قانون حماية المستهلك على عقوبة تكميلية في نص المادة 82 القانون 09-03 وهي مصادرة المنتج.

✓ جزاء مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية

¹ أنظر المادة 15 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر رقم 15 (15

² أنظر : فتحة خالدي الحماية الجزائية للمستهلك دراسة في ضوء القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 متعلق بحماية

المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق ، ص 49

يجب على كل متدخل يعرض منتجات غذائية للإستهلاك في أن يسهر على ضمان سلامتها ، وألا تضر بصحة المستهلك . وفي حالة مخالفة هذا الالتزام نصت المادة 71 بمعاقبته بغرامة من مائتي ألف دينار (200.000دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000دج) .

كما يتعين على المتدخل أثناء عرضه q أو وضعه للمواد الغذائية للإستهلاك أن يحترم شروط النظافة و النظافة الصحية للمستخدمين q و أماكن التصنيع أو التحويل أو التخزين q و وسائل نقل المنتجات وإذا خالف هذا لالتزام يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار(50.000دج) إلى مليون دينار(1.000.000دج) وهو ما نصت عليه المادة72 قانون رقم 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

✓ جزاء مخالفة المتدخل للإلتزامات التعاقدية عن طريق التعسف

لم يتطرق قانون رقم 09-03 للجزاء المقرر لمخالفة المتدخل للإلتزامات التعاقدية بجعلها تعسفية في حق المستهلك3، إلا أن المادة 38 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نصت على عقوبة الغرامة في حالة قيام المتدخل بالممارسات التعاقدية التعسفية المخالفة لأحكام المواد 26 و 27 و 28 و 29 من قانون رقم 04-02 من خمسين ألف دينار (50.000دج) إلى خمسة ملايين دينار(5.000.000دج)

ثانيا :العقوبات المقررة بموجب قانون العقوبات

نظرا لخطورة هذا النوع من المخالفات ، فإن المشرع بموجب قانون حماية المستهلك قد أحال عقوبة هذه الجرائم إلى ما هو مقرر في قانون العقوبات ، وشدد في هذه العقوبات لما تشكله من خطورة و تهديد لصحة و سلامة المستهلك

➤ عقوبة جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك

أحالت المادة 68 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش العقاب على جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك إلى نص المادة 429 من قانون العقوبات التي نصت على معاقبة المتدخل بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من ألفين دينار(2000دج) إلى عشرين ألف دينار (20.000دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين .

كما تشدد المشرع في عقاب جريمة الخداع بنصه في المادة 69من قانون رقم 09-03 على الظروف المشددة لهذه الجريمة، فرفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 من قانون حماية المستهلك ،التي تحيل العقاب إلى المادة 430 من قانون العقوبات إلى خمس (5 سنوات حبسا) وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000دج) إذا ارتكب الخداع أو محاولة الخداع بواسطة :

1 - الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة

2- طرق ترمي إلى التخليط في عمليات التحليل أو المقدار أو وزن أو كيل- أو تغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم منتج، إشارات أو إدعاءات تدليسية ،كتيبات أو منشورات أو نشرات أو

معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمة أخرى. كما نص المشرع على عقوبة تكميلية تضاف إلى العقوبات الأصلية وتتمثل في مصادرة المنتوجات، و الأدوات وكل وسيلة أخرى أستعملت لإرتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون¹

➤ عقوبة جريمة الغش في المنتوجات

أحالت المادة 70 قانون حماية المستهلك فيما يخص عقوبة جريمة الغش في المواد الموجهة للإستهلاك إلى نص المادة 431 قانون عقوبات، بحيث يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات⁰ وبغرامة من عشرة آلاف (10.000 دج) إلى خمسين ألف (50.000 دج)) بالإضافة إلى العقوبة المنصوص عليها في المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، ولم تتطرق المادة 70 من قانون حماية المستهلك ولا المادة 431 من قانون العقوبات إلى الشروع في التزوير أو الغش (كما هو في جريمة الخداع) (وهو أمر يجب تداركه لضمان حماية أكبر للمستهلك .

وإذا لحق المنتوج المغشوش أو المزور مرضا أو عجزا عن العمل، و خالف إلزامية أمن المنتوج ، فقد نصت المادة 83 من قانون العقوبات يعاقب المتدخل بالحبس من خمس سنوات إلى عشرة سنوات ، وبغرامة مالية من خمسمائة ألف (500.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج)

وتشدد العقوبة إلى السجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة) وبغرامة من مليون دينار (1.000.000 دج) إلى مليوني (2.000.000 دج)) إذا تسبب المنتوج المغشوش في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في إصابة بعاهة مستديمة ، ويتعرض المتدخل لهذه الجريمة لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص².

أما العقوبة التكميلية المقررة لجنحة الغش هي مصادرة المنتوجات و الأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لإرتكاب المخالفة المنصوص عليها في المادة 70 قانون حماية المستهلك .

وإذا نتج عن جريمة الغش أو الخداع أو مخالفة قواعد الأمن ضرر للمستهلك ترتب عنه مرضا أو عجز عن العمل فإنه حسب نص المادة 432 من القانون التي أحالت إلى نص المادة 83 من قانون حماية المستهلك يعاقب كل من يغش أو يعرض ، أو يضع للبيع أو يبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن بالحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات⁰ وبغرامة من 500.000 دج إلى 1000.000 دج وتمثل هذه الجريمة الجنحة.

➤ عقوبة مخالفة المتدخل للرقابة الإدارية و إجراءاتها

¹المصادرة هي : نزع ملكية مال أو أكثر من مالكه و إضافته على ملك الدولة بغير مقابل، وتتسم عقوبة المصادرة بأنها ذات طبيعة

مزدوجة فهي عقوبة جوازية لا وجوبية ، وهي تدبير احترازي عيني وقائي طبقا لنص المادة 20 ق ع ج

² المادة 3/2/83 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش

أكد المشرع على دور الرقابة قبي ضمان سلامة المستهلك ، لذلك جرم كل الأفعال الرامية إلى عرقلتها وحرصا

منه على ضمان فعالية الحماية الجزائية للمستهلك عاقب كل من خالف التدابير الإدارية المفروضة على المتدخل¹ . تطرق المشرع إلى عقوبة جريمة عرقلة مهام الرقابة في المادة 84 من القانون 03-09 والتي أحالت إلى المادة 435 من قانون العقوبات³ فكل من يعرقل أو يقوم بكل فعل آخر من شأنه أن يعيق إتمام مهام الرقابة التي تجرئها الأعوان المذكورين في المادة 25 من القانون 03-09 فيعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائة ألف (100.000 دج) (وهذا دون الإخلال بالعقوبات المقررة في المادة 183 من قانون العقوبات وما يليها . وبالرجوع إلى تلك المواد يتضح أن جريمة العرقلة إذا أقرنت بالعنف أو التعدي تصبح جريمة عصيان ، وتطبق عليها العقوبات المنصوص عليها في المواد 183 وما يليها .

أما في حالة مخالفة المتدخل للتدابير الإدارية المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإنه يتعرض للمساءلة الجزائية طبقا لنص المادة 79 من 03-09 والتي نصت على معاقبته بالحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2000.000 دج) أو بهاتين العقوبتين ، وتطبيق هذه العقوبة دون الإخلال بأحكام المادة 155 من قانون العقوبات، مع إضافة دفع بيع المنتجات موضوع هذه المخالفات للخزينة العمومية ، و يقيم على أساس سعر البيع المطبق من طرف المخالف أو على أساس سعر السوق .

تجدر الإشارة إلى أن الجرائم الإقتصادية سواء كانت جنح أو مخالفات المنصوص عليها بموجب القانون رقم 03-09 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش يتم ضم الغرامات طبقا للمادة 85 من القانون 03-09 ، كما ،

تضاف الغرامات في حالة العود، والسبب في مضاعفة الغرامة أن العود يعد ظرف مشدد، ويمكن للجهة القضائية المختصة إعلان شطب المخالف من السجل التجاري.

نستنتج من خلال دراسة العقوبات المفروضة على المتدخل أن المشرع بتجريمه لهذه الأفعال المرتكبة من قبل هذا الأخير قد كرس آليات جديدة لضمان فعالية الحماية الجزائية للمستهلك بإعتبارها ردعية أكثر ، ويتجلى ذلك في توقيعه للجزاء المناسب لكل جريمة حسب طبيعتها ، إلا أنها غالبا ما جاءت في شكل غرامات لا تتناسب مع إمكانيات المتدخلين الكبيرة، خاصة بالنسبة للجرائم التي أحالت لقانون العقوبات

الفرع الرابع: المصالحة كوسيلة للتخفيف من المسؤولية الجزائية للمتدخل

¹ أنظر : نوال شعباني المرجع السابق ، ص 147

تملك الإدارة المكلفة بحماية المستهلك عند معاينة بعض المخالفات¹ أن تتابع هذا الأخير بطريقة ودية عن طريق إدراج غرامة مالية² يحددها القانون طبقاً لنص المادة 86 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، ولقد إستثنت المادة 87 من قانون رقم 09-03 من نطاق فرض غرامة الصلح مايلي :

- إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها ، إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية ، وإما يتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك . بالمفهوم المخالفة أن غرامة الصلح لا تقررها الإدارة إلا في المخالفات المعاقب عليها بغرامة ، ولم تحدث أضرار و الإخلال بشكل من المطالبة بالتعويض
- في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح .
- في حالة العود : لم يرد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش تعريفاً لحالة العود ، بل نجد هذا الأخير في المخالفات المقررة لقانون القواعد المطبقة في الممارسات التجارية بموجب المادة 2/47 التي تنص على أنه : "يعتبر في حالة عود في مفهوم هذا القانون ، كل عون إقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه" وعليه لا بد ألا يكون المتدخل في حالة العود .

فغرامة الصلح لا تعد صلحاً مدنياً و لا عقوبة بالمعنى المنصوص عليه في قانون العقوبات ، وإنما هي إجراء موقع بواسطة الإدارة لإتاحة الفرصة للمتدخل للتسوية الودية مع الإدارة دون اللجوء إلى التسوية القضائية التي تتميز بإجراءاتها بالتعقيد و البطيء ، كما لغرامة الصلح دور هام في تنمية الموارد المالية للخزينة العمومية.³ وبالمقابل تلتزم الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش عند تقرير هذه الغرامة باحترام المقدار الذي يحدده القانون لكل مخالفة ، وإتباع إجراءات معينة في إخطار المتدخل من أجل تحصيلها بالنسبة لمقدار غرامة الصلح : تدخل المشرع وحدد طبقاً للمادة 88 مقدار الغرامة الواجب دفعها في كل مخالفة على حدة وهي نوعين:

- I. **الغرامة المحددة** : وهي الغرامة التي جعل لها المشرع حداً ثابتاً حيث تتدخل تشريعات حماية المستهلك وتضع حدوداً دنياً ، و أخرى قصوى حتى يمكن للإدارة أن توازن بين الأخطار و الأضرار الناجمة عن الجريمة وبين العقوبة المقضي بها ، حتى تحقق ردع الجناة و تتمثل أساساً في :
 - الغرامة المقدرة بثلاثمائة ألف دينار (300.000دج) : ويطبق هذا المقدار في مخالفات انعدام سلامة المواد الغذائية ، انعدام أمن المنتوجات، انعدام رقابة المطابقة المسبقة، وانعدام الضمان أو عدم تنفيذه .

¹ ليس جميع المخالفات تخضع بطريقة المتابعة الودية والتي تقتضي إلزام المتدخل المخالف بدفع غرامة صلح التي يحددها القانون ، بل هو طريق

مخصص لبعض المخالفات فقط .

² تعرف الغرامة على أنها إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الدولة المبلغ الذي حدده الحكم

³ أنظر : نادية مامش مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي 2012 ص 161

الغرامة المقدرة بمائتا ألف دينار (200.000 دج) تخص مخالفات انعدام النظافة ، والنظافة الصحية وغياب بيانات وسم المنتج.

الغرامة المقدرة بخمسون ألف دينار (50.000 دج) تنفرد هذه الغرامة مخالفة وحيدة هي مخالفة تجرية المنتج¹

.II. الغرامة النسبية : لا يحدد القانون هذه الغرامة بشكل ثابت ، وإنما يحدد مقدارها بالنظر إلى نسبة مئوية من القدرة المالية للمخالف².

ولقد انتهج المشرع الأسلوب في تحديد غرامة الصلح لمخالفة رفض تنفيذ الخدمة ما بعد لبيع وحددها بنسبة 10% من ثمن المنتج المقتنى طبقا للمادة 7/88 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .
وإذا سجلت عدة مخالفات على نفس المخضر يجب على المخالف أن يدفع مبلغا إجماليا لكل غرامات الصلح المستحقة طبقا للمادة 89 من قانون رقم 03-09 ولا يقبل أي طعن في القرار المحدد لمبلغ غرامة الصلح طبقا للمادة 91 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

أما بالنسبة للإجراءات فرض غرامة الصلح . تبادر الإدارة المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش تبليغ المتدخل المخالف في أجل أقصاه 07 أيام تسري إبتداء من تحرير المخضر عن طريق إنذاره برسالة موصى عليها مع إشعار بالإستلام، وله مهلة ثلاثين (30) يوما تلي تاريخ الإنذار لدفع مبلغ الغرامة، بحيث يتم الدفع مرة واحدة لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف، فيعلم هذا الأخير المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بحصول الدفع في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ دفع الغرامة.

و في حالة عدم استلام الإشعار في أجل خمسة و أربعين (45) يوما التي تسري إبتداء من تاريخ وصول الإنذار للمخالف ترسل المصالح المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا³.

ومن الآثار المترتبة على تسديد المخالف لمبلغ غرامة الصلح في الآجال، و الشروط المحددة قانونا هي إنقضاء الدعوى العمومية طبقا للمادة 93 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

المطلب الرابع: حماية المستهلك في العقود إلكترونية

¹ أنظر المادة 88 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش

² أنظر : أحمد محمد محمود علي خلف ، المرجع السابق ، ص 459

³ أنظر المادتين 90 و 92 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر رقم 15 □ 22

حماية المستهلك أمر أقرته الشريعة الإسلامية وتبنته التشريعات الوضعية ، لكن مع التطور الهائل لوسائل الاتصال والمعلوماتية أصبح من اللازم البحث عن الحماية لكل متعامل لأن مثل هذه الوسائل قلصت في الوقت و أزالته الحدود الجغرافية على رأسها الإنترنت .¹

فظهرت التجارة الإلكترونية وما رافقها من تطور بحيث أصبحت تتم عبر شبكة الإنترنت ، وأثرت تأثير كبير على النظام القانوني للعقود التقليدية ، فظهر ما يسمى بالتسويق عبر الإنترنت ، وما تبعه من إجراءات للوصول إلى التعاقد الإلكتروني الذي يمثل المستهلك أحد أطرافه في كثير من الأحيان .

فالعقد الإلكتروني هو : التقاء إيجاب صادر من الموجب ببيان عرض منتج بطريقة الكترونية ، سمعية أو

بصرية

أو كليهما على شبكة للاتصالات و المعلومات ، بقبول مصادق له صادر عن الطرف المقابل بذات الطرق دون الحاجة إلى التقاء الأطراف المادي و التقاء في مكان معين مع تحقيق عملية أو صفقة يرغب الطرفان في إنجازها² والمستهلك في مجال معاملات التجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال المعاملات التقليدية ، إلا أنه يتعامل عبر وسيط إلكتروني من خلال شبكة اتصالات عالمية، ومن ثم يحظى المستهلك الإلكتروني بنفس حقوق المستهلك العادي ويتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها له المشرع على أن يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني ، وكونه من العقود التي تبرم عن بعد بشبكة إلكترونية .³

ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى تحديد مفهوم المستهلك الإلكتروني بإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة لاستهلاكية ، والخطر الذي يتعرض له في إطار التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت أكبر من الخطر في التجارة التقليدية {الفرع الأول}، لنعرج بالبحث عن الحماية المقررة للمستهلك المتعاقد عن بعد قبل إبرام التعاقد {الفرع الثاني}، ثم نتناول الحماية المقررة له في مرحلة إبرام العقد {الفرع الثاني}، وفي الختام سيتم التطرق حمايته خلال مرحلة التنفيذ {الفرع الرابع}.

¹أنظر : كريم كريمة، مدى كفاية قواعد القانون المدني لحماية المستهلك الإلكتروني ، مجلة العلوم القانونية و الإدارية ، عدد خاص ، كلية

الحقوق جامعة الجليلي اليابس ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر و التوزيع ، سيدي بلعباس ، الجزائر، أبريل 2005 139

²أنظر : خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني، دراسة مقارنة ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2005 51 0 5

³أنظر : صياد الصادق ، المرجع السابق، ص 55

الفرع الأول: تعريف المستهلك المتعاقد عن بعد

المستهلك المتعاقد عن بعد هو: "المستهلك الذي يبرم عقدا مع مورد بشأن سلع، و خدمات في إطار نظام بيع، أو تقديم خدمات عن بعد من قبل المورد (المزود) الذي يستعمل تقنية الاتصال عن بعد، لغاية إبرام العقد عن بعد بما في ذلك إنشاء العقد في ذاته. و المستهلك في هذا لإطار كما سبقت لإشارة هو ذاته المستهلك في عملية التعاقد التقليدية لكنه فقط يتعامل مع وسائط لإلكترونية.¹

وقد انتبعت العديد من الدول للإسراع في وضع تشريعات تقوم بحماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، فجدد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية الصادر عن لجنة الأمم المتحدة لقانون التجاري الدولي²، وكذلك جهود لإتحاد الأوروبي من خلال مختلف التوجيهات، وعلى رأسها التوجيه رقم 97-07 الصادرة في 20-05-1997 عن البرلمان الأوروبي والمتعلق بالتعاقد عن بعد وحماية المستهلك في هذا المجال.

أما المشرع الجزائري وبالرجوع للمادة 2 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجدها تبسط نطاق تطبيق هذا القانون على: "كل سلعة أو خدمة معروضة للإستهلاك وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض لإستهلاك". فهي بهذا الإطلاق لم تحدد وسيلة محددة يتم من خلالها العرض للإستهلاك، لذا قد تتم بوسائل العرض التقليدية، أو الإلكترونية.

الفرع الثاني: الحماية المستهلك قبل إبرام العقد

باتت مسألة حماية المستهلك مدنيا عبر الإنترنت من المسائل الهامة، خاصة في وقتنا الحاضر الذي كثرت فيه ظاهرة التسوق عبر الانترنت، ونظرا لتفاوت ميزان القوى بين المهني و المستهلك، كان لابد من منح هذا لأخير حماية قبل إبرام التعاقد أي في مرحلة التفاوض، و حتى في مرحلتي إبرام العقد و تنفيذه.

أولا: حماية المستهلك المتعاقد الإلكتروني في مرحلة التفاوض

إن المستهلك المتعاقد عبر الإنترنت، يتعرض للعديد من المخاطر خاصة في مرحلة السابقة لإبرام العقد، وهذا ما جعله يحتاج لحماية تعزز موقفه، وخصوصا أنه غير قادر على معاينة الشيء المتعاقد عليه، لهذا تشددت التشريعات

¹ أنظر: فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 129

² للإطلاع على القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية، راجع الموقع التالي:

في إلزام المهني بتبصير المستهلك المتعاقد عبر الإنترنت بالمقارنة بالتعاقد التقليدي ، ويكون ذلك في مواجهة لإعلان التجاري ، وكذلك في حقه في لإعلام و التبصير السابق لمرحلة إبرام العقد .¹

1- حماية المستهلك في مواجهة لإعلانات التجارية الإلكترونية

الإعلان هو: كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على جمهور المستهلكين، بهدف إقناعهم بمزايا السلعة أو الخدمة، وما يمكن أن تحققه من فوائد بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة في ذلك ، ولا يختلف الإعلان الإلكتروني عن الإعلان التقليدي ، إلا في الوسيلة المستخدمة .

و الإعلان التجاري الإلكتروني الموجه إلى المستهلك قد يعتبر إيجابا إذا تضمن لإعلان الشروط الجوهرية والأساسية للتعاقد ، أما إذا لم يتضمن على الشروط الأساسية للتعاقد كبيان أسعار السلع ، و الخدمات عبر لإنترنت فإن الإعلان التجاري لا يعتبر إيجابا ، وإنما دعوة للتفاوض وتقوم قواعد حماية المستهلك في مواجهة الإعلانات الإلكترونية على قاعدتين أساسيتين هما :

- **اشتراط وضوح الإعلان الإلكتروني:** و يقصد به أن يتضمن لإعلان كل البيانات، و المعلومات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة والتي من شأنها خلق تفكير واع، متبصر يعمل على تكوين إرادة واعية مستنيرة لدى المستهلك قبل أن يقدم على إبرام العقد .²

- **منع الإعلان الإلكتروني المضلل :** نكون بصدد لإعلان مضلل متى تعدى هذا الأخير إطاره القانوني ونقصد بالإعلان التجاري المضلل هو: الإعلان متضمن معلومات تهدف إلى الوقوع في خلط فيما يتعلق بعناصر و أوصاف جوهرية للمنتج" . و الحكمة من اعتبار لإعلان الكاذب إعلانا مخادعا لأن كلاهما يوقعان المستهلك في غلط و خداع، و إن إستعمال الطرق لاحتياالية التي تؤدي بالمستهلك إلى التعاقد الإلكتروني تتيح له في حال إصابته بضرر جراء الإعلان الإلكتروني المضلل أن يستفيد من الحماية في القواعد العامة حيث تتمثل هذه الحماية بدعوى التدليس التي يرفعها المستهلك بوصفه متعاقدا مطالبا بإبطال العقد وفقا لقواعد المسؤولية التعاقدية ، أو التقصيرية كما يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى تنفيذ الإلتزام التعاقدية مطالبا المعلن بتسليمه مبيعا من ذات خصائص الشيء المعلن عنه ، وأشار هنا إلى أن إقرار أغلب التشريعات الحديثة لوسائل وقائية تهدف إلى

¹ أنظر : نصيرة خلوي ، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت ، دراسة مقارنة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2013 : 9

² لمزيد من المعلومات راجع : خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في المعاملات لإلكترونية ، دراسة مقارنة ، الدار الجامعية ، الإسكندرية

منع التضليل و الخداع في الإعلان الإلكتروني ، كحصول المستهلك على معلومات صحيحة عن المنتجات التي يشتريها ، وتجرىم الإعلان المضلل ساعد في توفير حماية وقائية للمستهلك.

ثانيا : حق المستهلك في الإعلام

للمستهلك الحق لإطلاع على خصائص المنتج عن طريق الإلتزام المفروض على المهني (المزود) والمتمثل في لإعلام عن كل ما يتعلق بالصفات، و المعلومات الجوهرية المتعلقة بالشيء محل التعاقد ، ويلتزم المهني بإعلام المستهلك بالآتي :

1- التبصير و التوضيح الخصائص المميزة للسلع والخدمات المفروضة بإعتبارها الدافع الرئيسي لدى المستهلك .

2- التبصير و التوضيح بثمان السلع والخدمات ، وما يتعلق بالبيانات لإلزامية منها إلتزام بضمان العيوب الخفية ، وعدم جواز لإتفاق على لإعفاء من هذا الشرط . كما يتحتم على البائع في إطار المعاملات التجارية قبل إبرام العقد توفير المعلومات التالية: هوية وعنوان وهاتف البائع أو مقدم الخدمة - وصف كامل لمختلف مراحل إنجاز المعاملة - طبيعة وخصوصيات سعر المنتج - كلفة تسليم المنتج ومبلغ تأمينه و الأداءات المستحقة- طرق وإجراءات الدفع ، و كذا آجال التسليم وتنفيذ العقد- إمكانية العدول عن الشراء وأجله - طرق إرجاع المنتج وإسترداد المبلغ.¹

الفرع الثاني : حماية المستهلك في مرحلة إبرام العقد

أغلب العقود التي تبرم عبر لإنترنت لا تتوافر فيها تفاوض أو مساومة ، إذ لا يكون للمستهلك حق في تعديل الشروط مما استدعى تدخل القانون لحمايته أثناء مرحلة إبرام العقد ، وذلك من خلال مكافحة الشروط التعسفية .

بما أننا سبق و أشرنا إلى تعريف الشرط التعسفي و معايير تحديده ، وصوه ، وسائل القانونية لحماية المستهلك عند معرض الحديث عن تعريف عقد الإستهلاك ، سنكتفي من خلال هذا الفرع إلى تبيان حقوق المستهلك أثناء إبرام العقد ، ذلك أن المستهلك يتمتع بحقوق عند التعاقد الإلكتروني يمكن حصرها في مايلي :

¹لمزيد من المعلومات راجع: آمنة سلطاني ، حماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد ، مداخلة حول الملتقى الوطني لحماية المستهلك في ظل لانتفاخ لاقتصادي ، معهد العلوم القانونية وإدارية ، المركز الجامعي بالوادي ، يومي 313 14 أبريل 1998

1- حق المستهلك في حماية بياناته الشخصية :

تتضمن المعاملات التي تقوم بها المستهلك ضمن شبكة الإنترنت معلومات تتعلق بحياته الخاصة كبيانات إسمية مقر إقامة المستهلك ، طبيعة عمله... الخ . وقد يسيء المهني (المزود أو المورد) إستخدام هذه البيانات ، ويتعامل معها في غير الأغراض المخصصة لها ، لذلك نجد التشريعات الحديثة ألزمت المتعاملين في إطار المعاملات الإلكترونية بضرورة وضع آليات حرمة الحياة الخاصة للمستهلك.¹

أما فيما يخص احترام خصوصية المستهلك ، يستوجب احترام سرية البيانات الخاصة بالعملاء بوصفهم مستهلكين ، وكذلك احترام حقهم في الخصوصية يقتضي الإلتزام بعدم نشر أو بث أي بيانات تتعلق بشخصياتهم أو حياتهم الخاصة ، وكذلك البيانات المصرفية الخاصة بهم ، وذلك ليضمن مأمّن البيانات من أي الإختراق و السرقة ومن ثم إساءة إستعمالها .

إضافة لحق المستهلك في لإطلاع على خصائص المنتج من خلال الإلتزام المفروض على المهني(المزود) فيما يتعلق بالصفات و المعلومات الجوهرية بالشيء محل التعاقد والتي سبق وأن أشرنا إليها

2- حماية المستهلك عند الدفع الإلكتروني

إن تسوق المستهلك و تعاقدته عبر الإنترنت يرتبط بالدفع الإلكتروني أو الصرافة الإلكترونية ، و يتم ذلك بواسطة بطاقات معدة لذلك منها : بطاقات الدفع الإلكتروني ، و بطاقة الإئتمان والتي تمثل بطاقة سحب تحوّل لصاحبها تحويل مبلغ مالي من حسابه الخاص إلى حساب البائع من خلال تقديم دليل إثبات الهوية

وقد تعرض المجلس لإقتصادي الأوروبي في دورته في 19 ماي 1998 لهذا الموضوع بعنوان تأمين نظم الوفاء، حيث أصدر توصية تهدف إلى المساهمة في إنعاش التجارة الإلكترونية ، وبحث في طرق حماية المستهلك و التاجر عند السداد ، وكيفية إمكان الإسترداد في حالة السداد بدون وجه حق و كيفية الحماية من المخاطر في حالة سرقة البطاقة أو فقدانها أو ضياعها وزيادة ثقة المتعاملين في أسلوب السداد الإلكتروني، وكيفية حماية هذه الوسائل فحماية المستهلك الإلكتروني تجعله في مأمّن من عديد المخاطر ، وكما يسهم في إعادة تشجيع هذا الأخير على الإقدام لمثل هاته الأساليب حتى يتوافر لديه عامل الثقة.²

¹لمزيد من المعلومات راجع: عبد الرحمان خلفي ، حماية المستهلك لإلكتروني في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة ، مجلة جامعة النجاح

والأبحاث العلوم لإنسانية، المجلد 2 ، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية ، الجزائر، 2013 13 27

²لمزيد من المعلومات راجع : حجازي عبد الفتاح بيومي ، المرجع السابق ، ص 79B0

حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك

يمثل التوقيع الإلكتروني أحد أهم مكونات الجانب التشريعي في مجال الأعمال و التجارة الإلكترونية خاصة أنه ينظم التعاقدات الإلكترونية و أعمال الدفع الإلكتروني عبر بطاقات الإئتمان ، فلقد أخذ حيزا كبيرا من اهتمامات التشريعات ، وهو ما أدى للبحث عن حماية المستهلك عند إستخدامه التقنيات الإلكترونية في التعاقد .

والدافع لحماية التوقيع الإلكتروني يعود للإعتبارات الأمن والخصوصية التي تتميز بها شبكة الإنترنت .وتختلف وتتعدد أشكال التوقيع الإلكتروني كالتوقيع البيومتري والتوقيع المفتاحي ، ومن التشريعات التي أولته إهتمام نجد القانون الفرنسي و قانون اليونسترال¹ اللذان أقر "مبدأ التكامل الوظيفي " الذي أقر فيه التوقيع الإلكتروني وجعله مساويا في جميع حججه للتوقيع الخطي ، وهو ما أكده المشرع من خلال المادة 327 من ق م

ج .

وعليه تظهر حماية التوقيع الإلكتروني للمستهلك من خلال وضع شروط لهذا التوقيع و متمثلة في :

- أن يكون التوقيع خاصا بالموقع
 - أن يتم إنشائه بوسائل يمكن أن تحتفظ بها الموقع تحت مراقبته الحصرية
 - أن يضمن مع الفعل المرتبط به صلة بحيث يكون كل تعديل لاحق للفعل قابلا للكشف عنه .
- وبالمقابل قام بتحريم بعض الأعمال المتعلقة به فالمستهلك يتعاقد إلكترونيا وبواسطة وسائل الإلكترونية فصعوبة تقليد، أو تزوير هذا التوقيع على نحو يضر بالمستهلك يؤدي إلى توفير الأمان في التعاقد الإلكتروني².

¹ وضعت الأمم المتحدة قانونين أي نمطين الأول يتعلق بالتجارة الإلكترونية والآخر بالتوقيع لإلكتروني ذي صبغة دولية استقت منه أغلب دول العالم وخاصة الدول العربية تشريعاتها الداخلية .

² راجع المادة 3 مكرر /² من المرسوم التنفيذي 162-07 الصادر بتاريخ 30-05-2007 الذي يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي 01-123 المتعلق بنظام الإستغلال المطبق على كل نوع من الأنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية

الفرع الرابع : حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

بعد تطابق الإيجاب و القبول ، وتحقيق إبرام العقد يقدم كل طرف إلتزامه بتنفيذ العقد ، وذلك بإتفاقيهما للمرور إلى مرحلة تنفيذ العقد ، ولاشك في امتداد حماية المستهلك إلى هذه المرحلة لئتمتع بحماية طبقا للنظرية العامة للعقد وحماية مستحدثة في مرحلة تنفيذ العقد .

أولاً: حماية المستهلك طبقا لنظرية العامة

إن قدوم المستهلك على التعاقد عبر الإنترنت لشراء منتج أو طلب خدمة لتلبية رغبته يستلزم خلو هذا المبيع من العيوب وصالح للغرض المطلوب ، لأنه لو علم بوجود العيب لما أقدم على التعاقد .
وبما أننا سبق و تطرقنا إلى لإلتزام المتدخل (المهني) بضمان العيوب الخفية ، سنكتفي من خلال هذا الفرع دراسة حق العدول بإعتباره أحد الآليات القانونية الحديثة التي لجأ إليها المشرع بقصد توفير الحماية فعالة لحماية المستهلك ، وهذا الحق يمثل في الواقع خروجاً على مبدأ القوة الملزمة للعقد¹.

ثانياً : الحماية المستحدثة للمستهلك في مرحلة تنفيذ العقد

يعتبر حق المستهلك في العدول عن عقد لإستهلاك عبر الإنترنت أو عقد لإستهلاك إلكتروني بصفة عامة من الوسائل التي لجأت إليها التشريعات الحديثة لحماية رضا المستهلك ، ومن الحقوق مستحدثة كذلك هو حق المستهلك بالإستعانة بهيئات حمايته ليساعده على مقابلة المهني الذي يتمتع بالخبرة التقنية ، و لإقتصادية ورغم تعدد المصطلحات التي تطلق على الحق في العدول (حق الخيار، مهلة التفكير، حق إعادة النظر) إلا أنها تدل على معنى واحد هو تمكين المستهلك من التحلل من العقد بتقدير كامل لإرادته ، و وفقاً لضوابط قانونية

◆ تعريف حق العدول

يقصد بالحق في العدول بأنه : سلطة أحد المتعاقدين بنقض العقد ، و التحلل منه دون توقف ذلك على إرادة الطرف آخر"². فحق العدول حق شخصي يخضع لتقدير المستهلك يمارسه وفق لما يراه محققاً لمصلحه .

¹ أنظر : أمنة سلطاني ، المرجع السابق ، ص 11

² أنظر : أيمن مساعدة و علاء خصاونة ، خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المنزلية وبيوع المسافة ، مجلة الشريعة والقانون ، العدد 646

وما يبرر هذا الحق هو: حماية رضا المستهلك بإمهاله فرصة التدبير، و التروي في الأمر العقد الذي أبرمه وتفاديا للأخطار المحدقة جراء ما تحمله المعاملات الحالية من دعاية، و إغراء في المجال الإلكتروني بالذات، فالحق في العدول يعد من النظام العام لا يحق للمستهلك التنازل المسبق عنه، فضرورة التدخل لحماية المستهلك كان لعدة عوامل منها: احترافية التاجر وتوظيفه للدعاية المغرية بهدف التعاقد، ضعف خبرة المستهلك في هذا المجال.

وحق العدول حق يقرره المستهلك بإرادته المنفردة، وهو محدد بالقانون و الإتفاق، ولا يشترط فيه موافقة الطرف الآخر. و الحق في العدول حق تعترف به مختلف التشريعات، ويتم ممارسة هذا الحق بطريقتين الأولى عن طريق إستبدال البضائع بغيرها، أو عن طريق رد البضاعة و إسترداد الثمن

■ مجال تطبيق حق في العدول

يمتد تطبيق حق العدول في البيع عن بعد وبالضبط بالنسبة للبيع الإلكتروني، وكذلك بالنسبة للإيجار والخدمات، ولكن هذا الحق يجد مجال تطبيقه عند إبرام العقود الخاصة بالحصول على بطاقة وفاء أو لإئتمان، لكن المشرع الفرنسي في نص المادة 20/121 من قانون الإستهلاك إستبعد بعض العقود من التطبيق و هي:

عقود توريد السلع و الخدمات التي يتحدد أثمانها وفق ظروف السوق، عقود توريد السلع التي يتم تصنيعها وفقا لخصوصيات المستهلك، أو بالمطالبة لشخصه أو أنها سريعة الهلاك والتلف، و عقود توريد الصحف و الدوريات و المجالات، وكذا عقود خدمات رهان و أوراق اليانصيب المصرح بها.

ثالثا: إجراءات ممارسة الحق في العدول

الشرط الوحيد لممارسة الحق في العدول هو أن يتم ضمن مهلة محددة عينها التوجيه الأوروبي، و المشرع الفرنسي بـ 7 أيام، غير أن المشرع لم يحدد شكلا خاصا لتعبير المستهلك عن عدوله عن العقد الذي سبق إبرامه وهي مدة مبدئية تحسب بالأيام كاملة، وإذا تضمنت آخر المدة يوم عطلة فإنها تمدد إلى اليوم الموالي لأول يوم عمل ويختلف حساب هذه المدة باختلاف محل العقد، فإذا كانت عبارة عن سلعة فمن يوم إبرام التسليم، أما إذا كان خدمة فمن لحظة إستغلال الخدمة، إذا كان المستهلك قد أكد كتابة على المعلومات المقدمة إليه من المحترف /

أما في الحالة معاكسة إذا لم ينفذ هذا الأخير إلتزامه المتعلق بتأكيد على الإعلام اللاحق للعقد فإنه يتعرض للمعاقبة بموجب التشريع الأوروبي، و التشريع الفرنسي المتمثلة في تمديد لأجال إلى 3 أشهر ، لكن إذا تدارك الأمر وقام بإعلام المستهلك خلال تلك المدة ترجع مدة 7 أيام وتحسب من وقت تنفيذ الإلتزام .

ومتى إستعمل المستهلك حقه في العدول خلال المدة القانونية ، يترتب على ذلك إلتزام المهني برد الثمن وذلك في أجل أقصاه 30 يوما طبقا لنص المادة 121-1/20 من قانون لإستهلاك الفرنسي . وفي حالة ما إذا إنقضت هذه المدة ولم يتم بإرجاع الثمن ، فإن كل يوم تأخير يصاحبه فوائد لصالح المستهلك . وإن ممارسة المستهلك لحقه في العدول يستتبع نقض العقد السابق إبرامه ، و يترتب على ذلك إلتزام برد السلعة إلى المهني أو التنازل عن الخدمة¹ .

ونتيجة لإزدياد حجم المعاملات التجارية عبر الأنترنت من جهة ، واختلال ميزان القوى بين المستهلك والمهني من جهة أخرى إتجهت غالبية القوانين المعنية بحماية المستهلك إلى ضرورة إنشاء تكتلات للمستهلكين في شكل جمعيات ، ولقد تعددت مظاهر هذه الأخيرة فقد تكون في شكل إتحادات كالإتحاد الدولي و العربي لحماية المستهلك ، وقد تكون في شكل هيئات خاصة كجمعيات حماية المستهلك على المستوى الوطني.

¹أنظر : كريم كريمة ، سبل حماية المستهلك أثناء إبرامه لعقد إلكتروني . مجلة الحقوق و العلوم السياسية ، العدد 9 ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة جيلالي ليابس، 2012 ، 198-208

خاتمة

من خلال دراستنا لموضوع حماية القانونية للمستهلك تبين لنا أن رغبة المشرع في تكريس حماية للمستهلك الذي غالبا ما يكون في مركز ضعف ، دفعت به للبحث عن آليات قانونية من شأنها التصدي لاختلال التوازن الذي ينصب على العلاقة التي تجمع المستهلك بالمتدخل ، والتي غالبا ما يترتب عنها إستغلال هذا الأخير لهذا الضعف بغية تحقيق مآربه. ومن أجل ذلك دعم المشرع هذه الحماية وسع من نطاق الأشخاص اللذين يمكن منحهم صفة المتدخل وجعل هذه الصفة تلازم كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك لعدم تنصل من المسؤولية. كما أن المشرع ألقى على عاتق المتدخل التزامات في مختلف مراحل عرض المنتج للاستهلاك رغبة منه في حماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة الإستهلاكية ، ومن أجل ذلك نوع من هذه الإلتزامات من الإلتزام بالسلامة والنظافة الصحية للمواد الغذائية و أمن المنتجات عن طريق وضعه لمنتجات لا تلحق أضرار بالمستهلك مع تحديده لمعايير تحقيق السلامة المنتظرة من قبل المستهلك ، وبغية تدعيمه لهذه الحماية ألزم المتدخل بضرورة إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج دون أن يؤكد على طبيعة هذه المعلومات خاصة الإعلام عن أسعار المنتجات ، وقد تدارك المشرع إلتزام المتدخل بالتحذير المستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وبالمقابل لم ينص على إلتزام المتدخل بنصيحة نظرا لعدم إمتلاكه للمعرفة و الدراية ، مما يعد قصورا في حماية هذا الأخير .

وبغية ضمان حصول المستهلك على منتجات سليمة ومضمونة و موافقة لرغباته المشروعة ألقى على عاتق المتدخل الإلتزام بمطابقة المنتجات للمواصفات و المقاييس القانونية وألحق ذلك بضرورة إجراء المتدخل لرقابة ذاتية قبل عرض المنتج للاستهلاك ولم يتغاضى المشرع على إلتزام المتدخل بضمان المنتج المعيب و تنفيذ الخدمة ما بعد البيع مع منح حق للمستهلك لتجربة المنتج، ومنحه حق الإستفادة من الضمان القانوني إلى جانب الضمان الإتفاقي . ويمتد هذا الضمان للخدمات أيضا ، ولكن يعاب على ذلك عدم قدرة المستهلك على التمييز بين الضمان قانوني و الضمان الإتفاقي لعدم خبرته ، وقلة معلوماته فيضيع على نفسه ما يتيح له هذا الأخير من مزايا .

ومن أجل كفالة إمتثال المتدخل لتنفيذ الإلتزامات الملقاة عليه كرس الرقابة كآلية وقائية وهذا بإخضاع جميع المنتجات سواء كانت محلية أو مستورة للرقابة في جميع مراحل عرضها للإستهلاك سواء كانت قبلية أو أثناء مرحلة العرض أو بعدية ، وقد تكون مستمرة (وأتبعها بتقرير تدابير تحفظية في إطار الإحتياط من وقوع الضرر مع استحداثه لغرامة الصلح التي تعد ضمانا للمستهلك كونها تعمل على قمع تصرفات المتدخلين دون اللجوء إلى القضاء ، وتحميل المستهلك مصاريف التقاضي ، وتميز إجراءاتها بالتعقيد و طول المدة . ورغم أن المشرع منح صلاحية ممارسة الرقابة لهيئات مؤهلة وهي متنوعة ، وبالنظر للتدخلات التي تقوم بها هذه الأخيرة وأعوان قمع الغش ، إلا أنها لا تغطي كل التجاوزات وغير كافية لقمع مخالفة المطابقة أو التقليد ، أو أي تصرف قد يمس

بسلامة المستهلك ويكمن ذلك في عدم وجود التعاون و التنسيق بين مختلف القطاعات ذات الصلة بحماية المستهلك وقمع الغش ، وعدم امتلاك الوسائل_ و الإمكانيات المواتية للقيام بالمهام الموكلة لهم وحتى عند اعتراف المشرع لجمعيات حماية المستهلك بمهام تحسيس و توعية المستهلك بعد قيامها بالتنقل_ وتفقد مدى مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية_ وكذلك عند ممارستها لحقها في التقاضي لم يتم تدعيمها بالوسائل القانونية و المادية التي تكفل لها قيامها بحماية المستهلك على أكمل وجه.

كما عمد القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى تشديد العقاب على المتدخل بتقريره لعقوبات ردية على عاتق المتدخل ، ولكن يعاب عليه بالنسبة لجنحتي خداع المستهلك والغش في المنتوجات إحالته لقانون العقوبات الذي لا يهتم إلا بتطبيق العقوبات السالبة للحرية ، وهذا غالبا ما لا يعد ضمانا للمستهلك ولا تتلاءم هذه العقوبة مع طبيعة الجرائم الاقتصادية لأن المساس بالذمة المالية للمتدخل هو الذي يكفل حماية المستهلك وحتى عند تقريره للعقاب على المخالفات الاقتصادية نص على غرامات تلاءم كل مخالفة حسب طبيعتها ، ولكنها قليلة لا تؤدي لردع المتدخل . و يلحظ على المشرع أنه لم ينص على عقوبات تكميلية غير المصادرة . و مضاعفة قيمة الغرامة في حالة العود .

فمن خلل هذا القصور في الضمانات الممنوحة لحماية المستهلك يمكن تقديم الإقتراحات التالية:

● ضرورة تعديل تعريف "المستهلك المقتني بإضافة مصطلح "يستعمل" بغية إمتداد الحماية لفئة المستهلكين المستعملين للمنتوج

● تضمين التربية لإستهلاكية في مناهج التعليمية

● العمل على تنظيم ندوات ولقاءات علمية لتفسير قانون لإستهلاك عبر مختلف الوسائل و المجالات

و لإستعانة بوسائل الإعلام المرئي " و المسموع لنشر ثقافة الإستهلاك

● إضافة الإلتزام بالنصيحة إلى جانب إلتزامات المتدخل الأخرى

● تدعيم التزام المتدخل بمطابقة المنتوج لمواصفات " ومقاييس مستحدثة و متطورة تماثل تلك المقاييس

المعمول بها دوليا بغية تحقيق جودة المنتوجات وحماية الرغبات المشروعة للمستهلك

● تنظيم أحكام المطالبة بتنفيذ الضمان بما يتلاءم و طبيعة المستهلك خاصة بالنسبة للمدة المقررة لرفع

دعوى الضمان أمام القضاء .

● تدعيم جمعيات حماية المستهلكين بتخصيص الدعم المالي لها من قبل الدولة ومنحها الإمكانيات

للتمكن من ممارسة الرقابة على المنتوجات و تسهيل لجوئها للقضاء للدفاع عن مصالح المستهلكين مع توسيع

مجال نشاطها في إطار الحماية من الشروط التعسفية .

● تفعيل دور الرقابة بتحديث الوسائل المعتمدة للقيام بالرقابة ، مع تدعيم أجهزة الرقابة بخبرات ذوي خبرة

وتأهيل ، وتسهيل مهام إجراء الرقابة .

- النص على جزاءات مدنية خاصة غير تلك الواردة في القانون المدني ، كإلزام المتدخل بتنفيذ التصريحات التي يقدمها للمستهلك عند إقبال هذا الأخير على إقتناء المنتج ثم يكشف أن هذه الخصائص غير موجودة فيه مع ضرورة تعديل أحكام المادة 140 مكرر ق م ج لتتماشى مع طبيعة المستهلك
- النص على الجزاءات جزائية في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، دون إحالة العقاب إلى قانون العقوبات بالنسبة لجنحتي خداع المستهلك والغش في المنتوجات ، مع النص على الشروع .
و أخيرا يمكن القول أن حماية المستهلك تتطلب تضافر و تناسق بين جميع الأطراف ذات العلاقة المباشرة والمتمثلة في (الدولة كمشرع و مراقب) المستهلك (كصاحب حق) المنتج (كصاحب مصلحة) إلى جانب هذه الأطراف لا ننسى جمعيات حماية المستهلك التي لها دور حيوي في قضية حماية المستهلك .

قائمة المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: قائمة المصادر

1 - القرآن الكريم

2- السنة النبوية

3 - النصوص القانونية

أولاً: النصوص التشريعية

1. الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8-6-1996 ، المتضمن قانون العقوبات ، المعدل و المتمم بموجب القانون 04-15 المؤرخ في 10-11-2004 - الجريدة الرسمية رقم 71 ، المؤرخة في 10-11-2004
2. القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، الجريدة الرسمية رقم 6 المؤرخة في 8 فيفري 1989 ملغى بموجب القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، الجريدة الرسمية عدد 15 ، الصادرة في 8 مارس 2009
3. القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-06-2004 ، المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27-06-2004 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 18-8-2010 الجريدة الرسمية رقم 46 ، المؤرخة في 18-8-2010
4. القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23-6-2004 ، المتعلق بالتقييس الجريدة الرسمية رقم 41 ، المؤرخة في 24-6-2004
5. قانون رقم 05-10 المؤرخ في 20-6-2005 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26-2-1975 المتضمن القانون المدني ، الجريدة الرسمية رقم 44 ، المؤرخة في 26-7-2005
6. القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12-1-2012 ، المتعلق بالجمعيات ، الجريدة الرسمية رقم 2 ، المؤرخة في 15-1-2012 .

ثانيا : النصوص التنظيمية

1. المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 8/8/1989 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية و الرزم و تنظيم عمله ، جريدة رسمية رقم 33 المؤرخة في 9/8/1989، المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30/9/2003 جريدة رسمية رقم 59 المؤرخة في 5/10/2003
2. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30-1-1990 ، المتعلق بمراقبة الجودة و قمع الغش ، جريدة رسمية رقم 5 المؤرخة في 31-1-1990 ، المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001 - جريدة رسمية رقم 61 ، المؤرخة في 21-10-2001
3. المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15-9-1990 ، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، جريدة رسمية رقم 40 المؤرخة في 19-9-1990
4. المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 9-1-1991 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية و بمستحضرات تنظيف هذه المواد ، جريدة رسمية رقم 4 ، المؤرخة في 23-1-1991
5. المرسوم التنفيذي رقم 91-192 مؤرخ في 01-06-1991 متعلق بمخابر تحليل النوعية جريدة رسمية عدد 27 صادرة في 02-06-1991
6. المرسوم الرئاسي رقم 96-44 مؤرخ في 17 يناير 1996 يحدد النظام الداخلي في مجلس المنافسة ، جريدة رسمية عدد 5 الصادرة في يناير 1996
7. المرسوم التنفيذي رقم 97-494 المؤرخ في 21-12-1997 المتعلق بالوقاية من المخاطر الناجمة عن استعمال اللعب جريدة الرسمية رقم 85 المؤرخة في 24-12-1997
8. المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 06-12-2005 ، المتعلق بتقييم المطابقة ، جريدة رسمية رقم 80 المؤرخة في 11-12-2005
9. المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10-09-2006 ، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ، جريدة رسمية رقم 56 ، المؤرخة في 11-9-2006
10. المرسوم التنفيذي رقم 11-241 المؤرخ في شعبان عام 1432 الموافق لـ 8 يوليو سنة 2011 تحدد تنظيم مجلس المنافسة و تسييره . 2012

11. المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 2 أكتوبر 2012 ، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك و اختصاصاته ، ويلغي أحكام المرسوم التنفيذي رقم 92-272 أنظر جريدة رسمية رقم 58 لسنة 2012

12. المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات ، جريدة رسمية رقم 28 المؤرخة في 2012 /05/09

13. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9-11-2013 ، المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك ، ج ر رقم 58 ، المؤرخة في 16-5-2013 يلغي أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-366 و المرسوم التنفيذي رقم 90-367 .

14. المرسوم التنفيذي رقم 13-327 ، المتعلق بتحديد الشروط و كيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ ، ج ر رقم 49 ، المؤرخة في 2-10-2013

ثالثا : القرارات الوزارية

1. القرار المؤرخ في 10/05/1994 المتضمن تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 26/90 المؤرخ 15/5/1990 و المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، جريدة رسمية ، عدد 35
2. القرار المؤرخ في 10/05/1994 المتضمن تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 26/90 المؤرخ 15/5/1990 و المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات ، جريدة رسمية ، عدد 35

ثانيا : قائمة المراجع

أولا : باللغة العربية

■ كتب عامة

1. أحمد إبراهيم حسن ، أصول النظم القانونية والإجتماعية ، دار المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية 2000
2. خليل أحمد حسن قداد ، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، ج ، عقد البيع ، ديوان المطبوعات الجامعية 2011
3. سعدي صبري ، شرح القانون المدني الجزائري، ج 2 ، دار الهدى للطبع ، ط2 ، الجزائر 2004
4. علي فيلاي ، لإلتزامات ، الفعل المستحق للتعويض ، ط 2 ، مرفم للنشر ، الجزائر، 2010

5. علي علي سليمان ، دراسات في المسؤولية المدنية ط3، ديوان المطبوعات الجامعية ، 1994
6. فدوى قهوجي ، ضمان عيوب المبيع فقها و قضاء ، دار الكتب القانونية ، القاهرة، 2008

■ الكتب المتخصصة

1. أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي ، كلية الحقوق ، جامعة الزقازق، دار النهضة العربي ، 1994
2. أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك ، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية ، مصر، 2005
3. أسامة الخيري، الرقابة حماية المستهلك و مكافحة الغش، ط 1 الـراية النشر و التوزيع عمان، 2015
4. إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والقفه الإسلامي، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2014
5. بن داود إبراهيم ، سلسلة إصدارات القانونية ، دار الكتاب الحديث ، 2013
6. بوهان موسى ، النظام القانوني للتقييس، دار الهدى ، الجزائر، 2011
7. حمد لله محمد حمد الله ﷻ مختارات من كتاب قانون الإستهلاك الفرنسي ، دار النهضة العربية القاهرة ، 2001
8. حمودي علي ، دراسة حول الإنفاق الإستهلاكي للأسر الجزائرية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، 2005
9. رضا متولي وهدان ، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس ، ط 22 دار الفكر و القانون المنصورة، 2008
10. رمضان علي السيد الشريطاني، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الجامعة الجديدة للنشر 2004
11. زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومه للطباعة والنشر و التوزيع الجزائر، 2009
12. زكي خليل المساعد، التسويق في مفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن 1779
13. سالم محمد رديعان الغزوي ،مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والإتفاقات الدولية ، ط 1 دار الثقافة لنشر والتوزيع، 2008
14. سعداوي سليم ، حماية المستهلك "الجزائر نموذجاً" ط 4 ط 1 دار الخلدزنية للنشر و التوزيع الجزائر، 2009

15. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دار الجامعة الجديدة للطباعة والنشر

2003

16. عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك دراسة في القانون المدني و المقارن، ط 1، عمان

2002

17. عبد الفتاح بيومي حجازي ، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية ، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي

الإسكندرية ، مصر ، 2002

18. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007

19. علي بولحية بن بوخميس ، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار

الهدى للنشر والتوزيع ، عين مليلة ، 2000

20. علي فتاك ، حماية المستهلك وتأثر المنافسة على ضمان سلامة المنتج ، دار الفكر الجامعي الإسكندرية،

2014

21. عمر جبالي ، المسؤولية الجزائرية للأعوان الإقتصاديين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998

غسان رباح ، قانون حماية المستهلك الجديد ، ط 1 ، مكتبة زين الحقوقية و الأدبية، بيروت 2011

22. فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، 2012

23. قادة شهيدة ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دراسة مقارنة، ط 1 ، دار الجامعة الجديدة ، 2007

24. كريم بن سخرية ، مسؤولية المدنية للمنتج و آليات التعويض المتضرر، د ط ، دار الجامعة الجديدة للنشر

الإسكندرية، 2013

25. محمد إبراهيم عابيدات ، سلوك المستهلك ، دار وائل للنشر، الأردن، ط 4 2004

26. محمد أحمد أبو سيد أحمد ، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي ، ط 2، منشورات محمد علي بيضوت دار

الكتب ، بيروت، لبنان، 2004

27. محمد بودالي ، الشروط التعسفية في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة مع القوانين فرنسا و ألمانيا و مصر

ب ط ، دار هومه للطباعة و النشر والتوزيع ، 2007

28. محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، دار الكتاب

الحديث، الجزائر، 2006

29. محمد شكري ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتوجاته الخطرة ، ط 1 ، دار الفكر الجامعي العربي القاهرة، 1983
30. محمد عبد القادر الحاج, مسؤولية المنتج والموزع دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي, ط 2, دار النهضة العربية , مصر , 2004.
31. محمد عبيدات ، حركة حماية المستهلك ، عمان ، 2003
- محمد وحيد محمد علي، الإلتزام بضمان السلامة في بعض العقود ، دار النهضة العربية، القاهرة، ب ط ، 2001 منشورات زين الحقوقية والأدبية 2011
32. مها سليمان محمد أبو طالب، ترشيد المستهلك و الإستهلاك ، دار القلم للنشر والتوزيع دبي، 1999
33. موفق حماد عبد ، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، ط 1 ، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية ، 2011
34. نجلة يونس محمد ، حركة حماية المستهلك و دورها في نشر وعي الإستهلاكي ، دراسة إستطلاعية لعينة من

المستهلكين في مدينة موصل ، كلية الإدارة و الإقتصاد ، جامعة موصل ، العدد 109 مج 434 2012

المقالات والمدخلات

1. أبو بكر بلقاسم ، الملتقى الوطني للإستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري ، مخبر القانون الخاص الأساسي جامعة أبو بكر بلقاسم تلمسان، يومي 14A15، أبريل 2001
2. أمال حبار دور مجلس المنافسة في تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة دكتور طاهر مولاي بسعيدة، يومي 17 و 18 نوفمبر 2015
3. بختة دندان ، دور جمعيات حماية المستهلك ، مداخلة في الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات و واقع ، المركز الجامعي الطاهر مولاي بسعيدة ، يومي 22 و 23 ،أفريل 2008
4. جمال عياش ، قراءة التقييس في ظل القانون الجزائري ، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول الحماية القانونية للمستهلك ، جامعة المدية يومي 616 717 2012

5. جميلة آغا ، دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية و الإدارية ، عدد خاص ، كلية الحقوق جامعة سيدي بلعباس، أفريل 2005
6. حاج بن علي ، الوسم كآلية قانونية لتفعيل المنافسة المشروعة ، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات لإقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولاي طاهر يومي 475 ، نوفمبر 2015
7. حداد العيد ، الحماية الدولية للمستهلك ، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، يومي 17A18، نوفمبر 2009
8. خديجة قمار ، الرقابة و الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك بين الشريعة و القانون ، جامعة خميس مليانة ، يومي 20A21، نوفمبر 2012
9. الداوي الشيخ ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع و الغش التسويقي، حالة الجزائر المؤتمر العلمي الثالث، إدارة المنظمات أعمال تحديات العالمية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، الأردن، أفريل 2009
10. كمال زایت ، مقال بعنوان الحكومة تصادق على قانون حماية المستهلك ، جريدة الخبر ، العدد 2053، يوم 14 ماي 2008
- 11- ليندة عبد الله ، المستهلك والمهني مفهومان متناقضان ، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي المنعقد في معهد العلوم القانونية والإدارية ، المركز الجامعي بالوادي يومي 13A14 ، أفريل 2008
- 12- محمد براق ، عدنان مريزق و مليكة تومي ، رقابة الجودة و دورها في حماية المستهلك ، مداخلة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي ، معهد العلوم القانونية والإدارية للمركز الجامعي بالوادي يومي 14 313 ، أفريل 2008
- 14- مليكة منادي ، حماية المستهلك أثناء تنفيذ العقد، مداخلة في الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع ، المركز الجامعي طاهر مولاي سعيدة يومي 22A23، أفريل 2008
- 15- هجيرة دلوي ، الملتقى الوطني للإستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري ، كلية الحقوق ، مخبر القانون الخاص الأساسي، تلمسان، يومي 14A15، أفريل 2001

المجالات

1. أحمد صالح علي، مفهوم المستهلك و المهني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية واقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق ، بن عكنون، العدد 1، مارس 2011
2. بختة موالك ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و لإقتصادية و السياسية ، ج 37 ، رقم 72 1999
3. جابر محجوب علي ، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن العيوب المنتجات الصناعية المباعة دراسة في القانون الكويتي و القانونين المصري والفرنسي ، القسم الأول ، مجلة الحقوق الكويتية ، العدد 73 سبتمبر 1996
4. جرعود الياقوت ، دور لإعلام في حماية المستهلك ، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق جامعة البليدة ، العدد 02، جانفي 2012
5. ذهبية حامق ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، ملخص رسالة دكتوراه دولة، مجلة المحكمة العليا ، العدد 2 2011
6. سقاش ساسي، التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص جامعة الجيلالي اليباس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع ،سيدي بلعباس،أفريل 2005
7. شبة سفيان ، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في القانون الجزائري و القوانين المقارنة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، العدد 4 ، جانفي 2011
8. عاشور مريزق و محمد غربي ، تسيير و ضمان جودة المؤسسات الصناعية الجزائرية ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا عدد 2، جامعة حسيبة بن علي ، شلف ، 2004
9. عبد الرزاق بولنوار ، المهني و المستهلك طرفان متناقضان في العلاقة لإستهلاكية دراسة في ضوء القانون الجزائري و الفرنسي ، مجلة دفاتر السياسة و القانون ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة العدد 4، جانفي 2011
10. علي بولحية بن بوخميس ، جهاز الرقابة و مهامه في حماية المستهلك ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و لإقتصادية و السياسية ، ج 39، عدد 91 2002
11. فتيحة ناصر، مراقبة المطابقة للمنتوجات المستوردة المجلة الجزائرية للعلوم القانونية وإقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق بن عكنون ، العدد 1، جوان 2012

12. فوزي فتات ، نشوء حركة حماية المستهلك في الدول المتقدمة ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص جامعة جيلالي اليابس، مكتبة الرشد للطباعة والنشر و التوزيع ، سيدي بلعباس ، أبريل 2005
13. كهينة قونان لإفشاء بالصفة الخطيرة للمنتوج، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق جامعة البليدة ، العدد 2 2012
14. لطيفة أمازو، التزام البائع بتقديم المعلومات كالتزام تبعي بالتسليم ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و لإقتصادية و السياسية، كلية الحقوق ، بن عكنون ، العدد 43 2009
15. ليلي بن عنتر ، جمعيات حماية المستهلك ، موجودة أم تحتاج إلى الوجود؟ ، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني العدد 2 4 كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2010
16. محمد بودالي ، تطور حركة حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص ، جامعة الجيلالي اليابس ، مكتبة الرشد للطباعة و النشر والتوزيع ، سيدي بلعباس ، أبريل 2005
17. محمد بودالي ، مدى خضوع المرافق العامة و مرفقتها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، مج 12، العدد 2 2002
18. مواقي بناني أحمد ، الإلتزام بضمان السلامة ، مجلة المفكر ، العدد العاشر، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة ، بدون سنة الطبعة
19. هامل الهواري دور الجمعيات في حماية المستهلك ،مجلة العلوم القانونية والإدارية ،كلية الحقوق، عدد خاص جامعة سيدي بلعباس أبريل 2005

الرسائل والمذكرات الجامعية

1. أحمد معاشو، المسؤولية عن تعويض الأضرار الناجمة عن المنتوجات المعيبة مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء مديرية التدريب الدفعة الثامنة عشر 2007 2012
2. آمال بن يطو حماية المستهلك من الإحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون المقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية كلية الحقوق بن عكنون، 2009 2010
3. آمال جليل، تأثير قانون حماية المستهلك على عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق و العلوم السياسية مدرسة الدكتوراه جامعة وهران 2011 2012

4. جرعود الياقوت عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون جامعة الجزائر، 2001 2002
5. جمال حملاحي دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق و العلوم التجارية جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2005 2006
6. حسان علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان المتوججات، دراسة مقارنة رسالة لنيل شهادة دكتوراه جامعة تلمسان 2012
7. زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2011
8. سعدية فتي جرائم الإضرار بمصالح المستهلك دراسة مقارنة مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة 2008 2009
9. السهام المر، الإلتزام المنتج بالسلامة، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان 2008 2009
- 10- سهام خامر آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري رسالة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2012 2013
- 11- طيب ولد عمر النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته دراسة مقارنة رسالة لنيل شهادة الدكتوراه كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2009
- 12- عبد الحق ماني حق المستهلك في لإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و القانون المصري مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008 2009
- 13- عمار زعيي حماية المستهلك في الجزائر نسا و تطبيقا مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص الأعمال كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007 2008

- 14- فاطمة البحري، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012
- 15- فتيحة حدوش ضمان سلامة المستهلك من المنتوجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع عقود والمسؤولية جامعة أحمد بوقرة بومرداس 2009 2010
- 16- كالم حبيبة، حماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية ن جامعة الجزائر 2001 2002
- 17- نادية مامش مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري تيزي 2009 2012
- 18- نجاح مدني، آليات حماية المستهلك في لإقتصاد الإسلامي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإقتصاد الإسلامي كلية العلوم الإجتماعية و العلوم الإسلامية جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007 2008
- 19- نصيرة خلوي الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت دراسة مقارنة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية كلية الحقوق و العلوم السياسية جامعة مولود معمري ن تيزي وزو 2013
- 20- نوال شعباني التزام المتدخل بضمن سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تيزي 2013 2012
- 22- نوال كيموش حماية المستهلك في إطار قانون قانون الممارسات التجارية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010 2011

ثانيا : مراجع باللغة الفرنسية

1. .Filali, F.Fettat,A . oucenda alimentaire et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algerie ,Revue Algerienne des sciences Juridique Economique et politique , Alegerie N°1,1998

2. Bernd Stauder et Hildegard, La protection des consommateurs acheteurs distance, volume 06 Pand 06, éditions RUYLANT, 1999
3. Calais-Auloy Jean et Steinmetz Frank, Droit de Consommation, 06 édition, éditions DALLOZ, Paris, 2003
4. Cornu, G la protection du consommateur, revaux de l'association Henri Capitant, 1973
5. Juris classeur, concurrence, consommation, ticketage, volume 05, Fasc 980, 2007
6. Juris Classeur, Concurrence, consommation, contrats de consommation, volume 03, fasc 800, 2009
7. Kotler, Philip Marketing, Analysis Planning and Control, 3rd edition new, Delhi Prentice Hall, 1979

الفهرس

الصفحة	الموضوع
1	مقدمة.....
5	الفصل الأول: لإطار القانوني لحماية المستهلك
6	المبحث الأول: ماهية حماية المستهلك.....
6	المطلب الأول: التطور التاريخي لمفهوم المستهلك
6	الفرع الأول: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة.....
17	الفرع الثاني : التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة.....
20	الفرع الثالث: تطور حركة حماية المستهلك على الصعيد الدولي.....
21	الفرع الرابع: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر.....
23	المطلب الثاني: مفهوم المستهلك.....
23	الفرع الأول: التعريف الاقتصادي للمستهلك.....
25	الفرع الثاني: التعريف الفقهي والقضائي للمستهلك.....
28	الفرع الثالث: التعريف التشريعي للمستهلك.....
34	الفرع الرابع: حقوق وواجبات المستهلك.....
37	المطلب الثالث: القواعد المتعلقة بحماية المستهلك.....
37	الفرع الأول: مفهوم حركة حماية المستهلك
38	الفرع الثاني: العوامل التي أدت إلى نشأة حركة حماية المستهلك.....
39	الفرع الثالث: خصائص قانون حماية المستهلك.....
40	الفرع الرابع: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك.....
41	المطلب الرابع: عقد لإستهلاك في القانون الجزائري.....
41	الفرع الأول: تعريف عقد لإستهلاك.....
42	الفرع الثاني: خصائص عقد لإستهلاك.....
42	الفرع الثالث: التكييف القانوني لعقد لإستهلاك.....
43	الفرع الرابع: التنظيم القانوني لعلاقات لإستهلاك.....
49	المبحث الثاني: الوسائل القانونية الكفيلة بحماية المستهلك.....
49	المطلب الأول: للإلتزام بالإعلام.....
49	الفرع الأول: مفهوم الإلتزام بالإعلام.....

51	الفرع الثاني : مضمون لإلتزام بالإعلام
53	الفرع الثالث: دور الوسم في إعلام المستهلك.....
59	الفرع الرابع: لإلتزام بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع.....
63	المطلب الثاني: الإلتزام العام بالسلامة
63	الفرع الأول: مفهوم الإلتزام بالسلامة
64	الفرع الثاني: طبيعة الإلتزام بالسلامة
65	الفرع الثالث: مضمون الإلتزام بالسلامة.....
67	الفرع الرابع: نطاق تطبيق الإلتزام بالسلامة.....
70	المطلب الثالث: الإلتزام بمطابقة المنتجات للمواصفات القانونية والقياسية.....
71	الفرع الأول: لإلتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية.....
72	الفرع الثاني : لإلتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية.....
73	الفرع الثالث: الهيئات المكلفة بالتقييس.....
74	الفرع الرابع:إجراءات تقييم المطابقة.....
76	المطلب الرابع: الإلتزام بالضمان.....
77	الفرع الأول: الضمان القانوني.....
80	الفرع الثاني: الضمان الإتفاقي.....
84	الفرع الثالث: أطراف الضمان.....
84	الفرع الرابع: طبيعة لإلتزام بالضمان.....
87	الفصل الثاني: الإطار المؤسساتي لحماية المستهلك.....
88	المبحث الأول: رقابة المنتجات المعروضة للإستهلاك.....
88	المطلب الأول: تعريف الرقابة
88	الفرع الأول :تحديد مفهوم الرقابة.....
89	الفرع الثاني:خصائص الرقابة.....
90	الفرع الثالث:صور الرقابة.....
91	الفرع الرابع: كيفية ممارسة الرقابة على المنتجات
94	المطلب الثاني: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....
94	الفرع الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك.....

95	الفرع الثاني الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة مكلفة بحماية المستهلك.....
97	الفرع الثالث: الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة.....
104	الفرع الرابع: دور جماعات المحلّية في حماية المستهلك.....
105	المطلب الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك في مجال حماية المستهلك
105	الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.....
106	الفرع الثاني: شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك.....
107	الفرع الثالث: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك في مجال حماية المستهلك
108	الفرع الرابع: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك.....
111	المطلب الرابع: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.....
112	الفرع الأول: تشكيل مجلس المنافسة.....
114	الفرع الثاني: هياكل مجلس المنافسة.....
115	الفرع الثالث: الدور الإستشاري لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك....
117	الفرع الرابع: الدور القمعي لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك.....
119	المبحث الثاني: جزاء لإخلال بقواعد حماية المستهلك.....
119	المطلب الأول: إقرار المسؤولية المدنية للمتدخل.....
119	الفرع الأول: نظام مسؤولية المدنية للمتدخل وفقا لقواعد القانون المدني.....
120	الفرع الثاني: أركان مسؤولية المدنية للمتدخل.....
121	الفرع الثالث: أطراف تحريك الدعوى المدنية.....
122	الفرع الرابع: الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك...
123	المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمنتج.....
123	الفرع الأول: تعريف مسؤولية المنتج.....
125	الفرع الثاني: شروط قيام مسؤولية المنتج.....
128	الفرع الثالث: الأساس القانوني لمسؤولية المنتج.....
131	الفرع الرابع: وسائل نفي مسؤولية المنتج.....
135	المطلب الثالث: إقرار المسؤولية الجزائية للمتدخل.....
136	الفرع الأول: الحماية الجزائية من جريمة الغش في المنتجات الإستهلاكية.....
138	الفرع الثاني: الحماية الجزائية من جريمة الخداع.....

141	الفرع الثالث: الجزاءات الجنائية المترتبة عن الإخلال بقواعد حماية المستهلك....
145	الفرع الرابع: المصالحة كجزاء لتخفيف من المسؤولية الجزائية للمتدخل.....
147	المطلب الرابع: حماية المستهلك في العقود الإلكترونية.....
148	الفرع الأول: تعريف المستهلك المتعاقد عن بعد.....
149	الفرع الثاني: حماية المستهلك قبل إبرام العقد.....
151	الفرع الثالث: حماية المستهلك أثناء إبرام العقد.....
153	الفرع الرابع: حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد.....
156	خاتمة.....
159	قائمة المصادر والمراجع.....
170	الفهرس.....