

جامعة عمار ثليجي - الأغواط
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

حماية المستهلك في عمليات تسويق المنتجات الغذائية

مذكرة تخرج مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص: قانون الأعمال

إشراف الدكتور:

- لحاق عيسى

إعداد الطالبين:

➤ هاشمي خيرة

➤ داودي نور الهدى

لجنة المناقشة:

الدكتورة: عكاكة فاطمة الزهراء.....رئيساً

الدكتور: لحاق عيسى.....مشرفاً ومقررأ

الأستاذ: بوديسة مصطفى.....عضواً مناقشأ

السنة الجامعية: 2018-2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

إن الشكر لله رب العلمين الذي خلق وهدى وأخرج هذا العمل بعون
وتوفيق منه جُمدته ونشكره وفقنا وأنعم علينا بنعمته وأكرمنا
بفضله وعطائه وأمدنا بالقوة وألهمنا الصبر لإجراز هذا العمل
ونتقدم بالشكر الجزيل والتقدير والامتنان إلى كل من تفضل ومد
لنا يد العون لإخراج هذا البحث إلى النور ونخص بالذكر أستاذنا
الفاضل " لحاق عيسى "

الذي كان السند القوي في هذا البحث وإرشادنا بنصائحه الهامة
فلم يبخل بوقته وعلمه لنخطو خطوة جُوالأفضل
والى كل من ساعدنا في إجراز هذا البحث من قريب أو بعيد

الاهـداء

أهـدي ثـمـرة جـهـدي المتواضع إلى:

الى الوالد الكـريم أطال الله في عمره وأدامه لي سندا وذخرا في هذه الدنيا
مدى الحياة. من غرس في قلبي حب الله وحب الناس متوجا بتعاليم
سامية نبيلة.

أغلى اسم نطقت به شفـتاي لأول مرة فانساب رحيقا ولج إلى اعماق
قلبي حنانه المتدفق وسعة قلبه الكبير المحب. إلى مصدر العطف كله.
إلى التي أحاطتني بمتني الرعاية. إلى شمعتي المضيئة إلى حبيبتي وأغلى
ما لدي في الوجود أـمي الغالية أمد الله في عمرها وحفظها لنا زهرة
البيت وريحـانته طول الزمان.

الى إخواتي وأخواتي أتمنى لهم دوام النجاح والتوفيق مكللا بالسعادة.
والى الكتكوت "صهيب ضياء الدين".
رفيقاتي وزميلاتي وكل الصديقات اللواتي عشنت معهن أجواء حميمية لا
تنسى

كل من أحببته يوما وأحبني يوماً.
كل من علمني حرفا فصرت له عبداً.
كل من ساندني يوما وأخلص لي في النصيحة و لو بكلمة طيبة.

هاشمي خيرة

إهداء

إلى الذين سهروا على تعليمي بتضحيات جسام مترجمة في
تقديسهم للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة، أمي وأبي حفظهما
الله ورعاهما

والى اخوتي واختي العزيزة

والى سندي في الحياة زوجي وابني الغالي معاذ الطيب

والى أساتذتي طوال مساري الدراسي

والى أصدقائي وزملائي

الى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع

داودي نور الهدى

مقدمة

يشهد العالم اليوم ثورة في مختلف المجالات، رغبة منه في تحسين مستوى معيشة الفرد وتحقيق مجتمع الرفاهية، ويعتبرًا الغذاء حقا ثابتا لكل إنسان لأنه أساس بقائه على قيد الحياة والحق في سلامته، ولم يعد حبيس عملية إنتاجية بسيطة بل تطور، وهذا تطور الكبير أدى إلى اكتساح منتوجات وسلع متنوعة ومتوفرة بأشكال لم تكن معهودة من قبل (كأغذية، والأدوية، والمنتوجات الصيدلانية)، وعادت بالمنفعة على المستهلكين بتوفير وتلبية حاجياتهم الغذائية.

ولما لها من جوانب إيجابية كبيرة، فإن لها سلبياتها خطيرة ولن تمر دون أن تترك أثر على حياة المستهلك لأنه العنصر الأساسي الذي تقوم عليه التجارة في وقتنا الحالي، فهو مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم تدخل المشرع بوضع ترسانة من التشريعات لحمايته، فأصبح بحاجة أكثر من أي وقت مضى إلى حماية قانونية.

والجزائر ليست بمنأى عن هذه التغيرات والتحولات، لأن الاقتصاد الجزائري شهد مرحلة جديدة وهي اعتماد الرأسمالية والسوق الحرة. حيث سمح لأي كان بعرض ما شاء في السوق، حيث غزت الأسواق منتجات يجهل المستهلك طبيعتها و مصدرها، وأصبح المستهلك عرضة لمناورات و تلاعب الأعوان الاقتصاديين من أجل تحقيق الربح السريع على حساب سلامة المستهلك، وأمام هذه الوضعية تدخل المشرع الجزائري لصالح حماية المستهلكين، وسلامة المنتوجات الذي أقرها بصفة واضحة وصريحة لأول مرة لما أصدر أول قانون خاص بحماية المستهلك من ورائه حماية الاقتصاد الوطني بموجب القانون رقم 02/89 الصادر في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة للمستهلك.

وساير المشرع الجزائري التغير الكبير و السريع حيث أعاد النظر في القانون السابق لسد ثغراته و أعاده بحلة جديدة بموجب القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009.

واعتبر هذا القانون الجديد قفزة نوعية و حقيقية حيث اهتم أكثر بالمستهلك و حمايته عن طريق أحكام أكثر وضوح و دقة و ابتعد عن التعميم الذي كان يعيب القانون 02/89 (الملغى).

اهتم المشرع من خلال القانون الجديد بحماية المستهلك بشكل لافت في مجال الأغذية و خصص لها فصلا كاملا ينظم سلامة هذه المنتوجات، من خلال تنظيم خصائصها الميكروبيولوجية، و تنظيم الحدود المسموح بها في مجال الملوثات، تنظيم المضافات الغذائية المدمجة في المواد الغذائية.

إنتهج المشرع في هذا الأسلوب الوقائي كأصل عام لتكريس الإلتزام بضمان سلامة المنتوجات، فقد فرض المشرع على المتدخل إلتزاما جديدا هو الإلتزام بمتابعة منتوجاته في السوق و العمل على إسترجاعها إذ شكلت خطرا على المستهلك.

و لإدارة حماية المستهلك و قمع الغش دور فعال في مواجهة الأخطار الغذائية و مراقبتها بشكل مستمر سواء في مرحلة الإنتاج أو التسويق.

إذا كانت الآليات الوقائية لحماية المستهلك من أخطار المنتوجات الغذائية، فإن واقع السوق و الإستهلاك لا يمكن التعويل عليها في ظل كثرة المنتوجات و تنوعها و العدد الهائل للمتدخلين الذي لا يهتم سوى الربح السريع على حساب صحة و سلامة المستهلك.

فكان على المشرع أن يضمن أسلوبا لحماية المستهلك من جميع المخاطر التي تلحق به من خلال فرض آليات رقابية ووقائية وردعية، ومتابعة المخالفات وتوقيع العقوبات الجزائية والمدنية.

ولعل كل ما ذكرناه سابقا يجعل من هذا الموضوع ذا أهمية بالغة، في ظل ما يشهده من حيوية تشريعية ولاسيما لأن جل الدراسات سابقة حول حماية المستهلك لم تتعرض بالدراسة فيما يخص حماية في مجال المنتجات الغذائية،

ويدور المحور الرئيسي لهذا الموضوع حول الحماية التي خص بها المشرع الجزائري المستهلك، وتسليط الضوء على المنتجات الغذائية وسلامتها، وجاء إختيار هذا الموضوع نظرا لكون موضوع حديث نسبيا ومتطور باستمرار نظرا لتغير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك في تغير دائم وتفتن المشرع إلى ضرورة مواكبتها بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل، وكذلك حساسية الموضوع وقلة الدراسات في هذا المجال.

ونظرا لحدثة هذا الموضوع إلا أنه واجهتنا بعض الصعوبات في المراجع القانونية(الكتب) أثناء إعداد هذا الموضوع.

إن دراسة موضوع حماية المستهلك في عمليات تسويق المنتجات الغذائية، يقتضي منا إتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الذي يقوم على جمع لمعلومات والنصوص القانونية والآراء الفقهية، لأن دراسة النصوص يتطلب تحليلها وتمحيصها، وعند الاقتضاء المنهج المقارن وكذلك الإعتماد على المنهج التاريخي بشكل بسيط عند التعرض لتطور حماية المستهلك والمنتجات الغذائية وتطور القوانين الخاصة بها في الجزائر.

وبناء على ما سبق تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذا البحث ما مدى نجاعة النصوص القانونية المتعلقة بالتسويق بالمنتجات الغذائية في حماية المستهلك؟

وللإجابة على هذه الإشكالية إرتأينا تقسيم الدراسة إلى فصلين، وفق تسلسل منهجي وتتسق بين الفصول حتى لا يكون البحث أعرج.

حيث نتناول في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للمستهلك، مفردين المبحث الأول مفهوم المستهلك والمنتجات الغذائية، أما المبحث الثاني مفهوم التسويق وأهداف ووظائفه وأهميته.

ونتناول في الفصل الثاني حماية المستهلك الناتجة عن تسويق المواد الغذائية في التشريع الجزائري، في المبحث الأول منه نتطرق إلى الآليات القبلية لحماية المستهلك والمبحث الثاني الآليات البعدية لحماية المستهلك، وفي الأخير نستنتج حماية المشرع للمستهلك الذي يعد الطرف الضعيف في العملية الإستهلاكية بتكريس آليات قانونية للتصدي لها من خلال مراقبة الأسواق ومراقبة المنتجات المعروضة فيها.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي

ان تحديد مفهوم المستهلك أمر في غاية الأهمية، وطرح عدة اشكالات وأربك حسابات بعض المشرعين، في تحديد مفهومه خاصة عند القانونيين لأنه عند باقي الفقهاء لا يطرح كثيرا اختلاف كما هو الحال عند الاقتصاديين حيث تعدد التعريفات وتختلف بشأن تحديد من هو المستهلك فنجد القانونيين يعرفه كل حسب الزاوية التي تنظر للمستهلك من خلالها لأنه العنصر الأساسي في عملية الاستهلاكية، ومحور، النشاط و موضوع أبحاث و الدراسات التسويقية من جهة ومن جهة أخرى حمايته من المنتجات الغذائية المعروضة في السوق للاقتناء، باعتبارها امر في غاية الأهمية مما جعل اهتماما كبيرا في ما ينتج عنها من مخاطر وأمراض التي تصيب المستهلك وتهدد سلامته.

سنحاول في هذا الفصل اعطاء بعض المفاهيم حول المستهلك والمنتجات الغذائية (المبحث الاول) ومفاهيم عن التسويق (المبحث الثاني).

المبحث الأول: مفهوم المستهلك:

للاستهلاك دورا أساسيا في حياة الانسان لماله من تأثيرات في حياته اليومية، فالعملية الاستهلاكية هي تلك العملية الاقتصادية التي يرمي الفرد من خلالها الى اشباع حاجاته اليومية والوقئية ويعتبر المستهلك عنصرا فعال فيها، وكذلك المنتوجات الغذائية لها دور كبير في حياة الانسان وهي أساس بقائه على قيد الحياة.

المطلب الاول: تعريف المستهلك والمنتوجات الغذائية:

يعد مفهوم المستهلك من المفاهيم التي أحدثت ثورة على المستوى الفقهي وعند الاقتصاديين، لذا سنحاول في هذا المطلب عرض بعض التعريفات وتحديد موقف المشرع الجزائري لان مفهوم المستهلك شهد تطورا كباقي التشريعات في العالم.

الفرع الاول: المستهلك:

قبل التطرق إلى الجانب التشريعي والإقتصادي يجب تعريف المستهلك من الجانب اللغوي والإصطلاحي.

1/التعريف اللغوي للمستهلك :

إن كلمة المستهلك مشتقة من فعل هلك بمعنى النفاذ أو فني أو هلك أو التهم أو اكل، فيقال استهلك المال بمعنى "أنفقه وأنفذه".

وفي اللغة الفرنسية كلمة consommateur والتي يقصد بها الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك فهو الفاعل الذي ستهلك الشيء¹.

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، ط1، منشأة المعارف، الاسكندرية، مصر، 2008، ص32.

2/التعريف الاصطلاحي للمستهلك :

هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات من اجل اشباع حاجاته الشخصية وحاجاته معنوية لهم وليس بهدف بيعها واستخدامها في نطاق نشاطه المهني ومن هنا فان مصطلح المستهلك شاملا سواء اقتنى الفرد سلعة أو خدمة ما سواء مرة أو عدة مرات فيطبق عليه مصطلح المستهلك¹.

3/تعريف المستهلك عند علماء الاقتصاد:

عرف الاقتصاديين المستهلك على انه كل فرد يشتري سلع أو خدمات لاستعمال شخصي أو الشخص الذي يحوز ملكية سلعة كما يعرفه البعض بأنه كل يخص من دخله على سلع ذات طابع الاستهلاكي لإشباع حاجاته الاستهلاكية حالا ومباشرة وعليه فان المستهلك في مفهوم الاقتصادي يقصد به " كل فرد يشتري سلعة وخدمة لاستعمالها الشخصي واشباع حاجاته ورغباته الشخصية وليس من أجل التصنيع، أو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة".

وبالتالي يعتبر الاستهلاك مرحلة الأخيرة في العملية الاقتصادية وعنده تنتهي عملية التداول خلافا للإنتاج والتوزيع اللذان يحتلان مرحلة متقدمة².

4/تعريف المستهلك في قانون الجزائري:

شهد مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري، وذلك من خلال نصوص القانونية التي استحدثتها، حيث ورد في المادة 3 من فقرة 2 من قانون 02/04 المتعلق بممارسة التجارية ما يلي:

¹ علي باحي، الحماية الجزائرية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2015/2016.

² السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك دراسة مقارنة، ط2، دار النهضة العربي، القاهرة، مصر، 1999، ص 7.

"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".¹

نستنتج من هذا التعريف أن المستهلك يشمل كافة الأشخاص الطبيعيين ومعنويين المجردة من طابع المهني.

كما عرفته المادة 3 من فقرة 1 من قانون رقم 03/09 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المستهلك، المعدل والمتمم بالمادة 75 من الأكر رقم 01-15 يتضمن انون المالية التكميلي لسنة 2015 والتي نصت على أنه: "كل شخص طبيعية أو معنوي يقتضي بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال الخارجي النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به".²

فالمستهلك هنا هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم عقودا مختلفة من شراء أو ايجار أو غيرها من أجل توفير ما يحتاجه من سلع ومواد وخدمات وأغذية لإشباع حاجياته ضرورية وكمالية دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها.

فموقف المشرع جزائري واضح وابقاء على صفة المستهلك بالنسبة للاستعمال الشخصي والعائلي، لكنه وسع من دائرة الحماية أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له.

ويعرف المتدخل بأنه: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للإستهلاك.

¹ القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحددة للقواعد مطبقة على ممارسات التجارية، جريدة رسمية العدد 41، المؤرخة في 2004/06/27 واحدة واربعين.

² القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، الصادر في 8 مارس 2009.

الفرع الثاني: المنتوجات الغذائية:

المنتجات الغذائية هي كل مادة قابلة للاستهلاك وتنقسم إلى قسمين منتجات غذائية طبيعية ومنتجات غذائية مصنعة.

1-المنتجات الغذائية الطبيعية:

هي كل مادة غذائية طبيعية لم تخضع لأية عملية صناعية قصد معالجتها أو لحفاظها ولتمديد مدة صلاحية مثل: الخضر والفواكه والتي لم يضاف إليها أية أسمدة كيميائية أثناء زرعها بحيث تستعمل بذور طبيعية عضوية وأسمدة عضوية مثل: فضلات الحيوانات.

2-المنتجات الغذائية المصنعة:

هي كل مادة غذائية خضعت لمعالجة قصد حفظها أو تمديد مدة صلاحيتها، وتعرضت لإضافة موارد كيميائية كالمواد الحافظة أو نكهات خاصة وتكون على شكل معلبات كرتونية أو حديدية أو زجاجية.

3-المنتجات الغذائية المعدلة وراثيا:

اخترنها التعديل الوراثي هو تعديل يتم فيه نقل الجينات من كائن إلى غيره والحصول على منتج جديد بصفات من حيث الحجم واللون والجودة والطعم والمنتجات وذلك لتعديل صفة معينة الأكثر استعمالا هي الخضر والفواكه وكذا في المجال الطبي والصيدلي لإيجاد أدوية جديدة.¹

¹www.aisa.lamalgeria.com كاتب سيف الدين، منتديات ستار تايمز، أرشيف التغذية والصحة، تاريخ الاطلاع،

يوم 17 مارس 2019 على الساعة 11:18.

- كما تجدر الإشارة إلى وجود منتجات غير غذائية وردت في المرسوم التنفيذي رقم 13-378 بحيث حدد لها فصلا كاملا، المواد 37 إلى المادة 50.¹

المطلب الثاني: الشروط المتعلقة بسلامات المنتجات:

- يجب على المتدخل أثناء عرض المواد الغذائية للاستهلاك أن يتأكد من سلامة المنتجات، وأن يلتزم باحترام خصائصها الميكروبيولوجية وأيضا احترام الشروط المتعلقة بالمضافات الغذائية.²

الفرع الأول: إحترام الخصائص الميكروبيولوجية:

إذا كانت المنتجات الغذائية هي أهم مصدر لبقاء الانسان حيا، فإنها من جانب آخر أول مصدر يهدد صحة المستهلك وسلامة إذا لم تراعى المواصفات المعدة سابقا عند انتاج أو تصنيع مختلف الأغذية، والاطار الغذائية تأتي أساسا من البكتيريا والجراثيم، وهي من أسباب فساد الأغذية وتلوثها.

-لذلك فإن المشرع اهتم كثيرا بالمواصفات الميكروبيولوجية للأغذية رغم صعوبة التحكم في الخطر الميكروبيولوجي.³

-إن المقصود بالمواصفات الميكروبيولوجية لمنتج غذائي، نوعية وكمية البكتيريا والجراثيم المتواجدة بهذا المنتج، ومنه فإن المواصفات الميكروبيولوجية تهدف إلى

¹ مرسوم التنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق ل 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

² عرفت مادة 6/3 من القانون 09-03 بأنها "سلامة المنتجات غياب كلي أو وجود في مستويات مقبولة وبدون خطر في مادة غذائية لملوثات أو مواد مغشوشة أو سموم طبيعية أو أية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتج مضرا بالصحة بصورة حادة أو مزمنة.

³ مصطفى بوديسة، حماية المستهلك من أخطار المنتجات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، جامعة الجزائر، ط1، سنة 2015، ص21.

سلامة المنتج الغذائي، وذلك بضرورة غياب كل خطر يمكن أن يتشكل من تواجد فطريات أو احياء مجهرية ممرضة أو ميكروبات سامة، أما الهدف الثاني فهو ضرورة غياب كل خطر على صحة المستهلك.

- لكن ومهما يمكن من أمر فإن غياب كلي للخطر يعد أمرا مستحيلا وإنما أصبح على إبقاء الخطر في مستوى أدنى قدر الامكان.

-لهذه الاسباب فإن المشرع قد أخضع تنظيم المواصفات الميكروبيولوجية للأغذية لكثير من الصرامة والشدة في تحديد مقاييس والمقادير القصوى لتواجد أنواع من البكتيريا والفطريات والجراثيم على بعض المواد الغذائية وهي اللحوم ومشتقاتها، الأسماك ومنتجات الصيد البحري، المصبرات، المنتجات الحيوية على البيض والمرطبات، الحليب ومشتقاتها، المياه والمشروبات غير كحولية، الدهون الحيوانية والنباتية، المنتجات المجففة، السكريات، الأطباق المطهية، أغذية الرضع والأطفال صغار السن.¹

عن طريق تحديد الحد الأدنى لعدد الجراثيم الموجودة في الغرام أو المليمتر من المنتج الغذائي المحلل، ويرمز (م1) بأن المنتج عند أو دونه ذا نوعية ميكروبيولوجية مرضية، أما الرمز (م2) يحدد المقدار الأقصى لعدد الجراثيم إن تجاوزه تكون نوعية المنتج غير مقبولة.

- والملاحظ أيضا أن المواصفات الميكروبيولوجية لجميع المنتجات التي نظمها المشرع قد حرص على أن تكون بكتيريا السلامونيا² والفطريات المعفنة وبعض المضادات الحيوية منعدمة في أي منتج غذائي يتم تحليله.

¹القرار الوزاري المؤرخ في 1994/07/23 المتعلق بمواصفات الميكروبيولوجية لبعض المواد الغذائية، ج ر، عدد

57 المعدل والمتمم بالقرار المؤرخ في 1998/01/24، ج ر، عدد3.

²مصطفى بوديسة، مرجع سابق، ص22.

- لكن وعلى الرغم من هذا يوجد بعض المتدخلين للأسف من لا يحترم هذه الضمانات التي وضعها المشرع حماية المستهلك آخرها قضية الحليب الجاف الذي يحمل علامة "لولي"، فقد دعت وزارة التجارة¹، بتاريخ 2014/2/12 المستهلكين تجنب اقتناء واستهلاك الحليب الجاف الكامل الدسم "لولي" نظرا للمخاطر التي يشكلها على صحة المستهلك، وأضحت الوزارة أن التحاليل الميكروبيولوجية التي أجرتها المديرية العامة للمراقبة الاقتصادية وقمع الغش على عينات من المنتج بأنه يحتوي على نسبة عالية من "بكتيريا القولون" وأن النسبة المسموح بها يجب أن لا تتجاوز 5 في المليمتر بينما التحاليل أثبتت وجود حوالي 300 من البكتيريا في المليمتر الواحد، وتعتبر هذه الكمية خطيرة على صحة المستهلك إذ أنها معدية وناقلة للأمراض، والسبب في ذلك أن مؤسسة "كوندي الحمير" المسؤولة عن توضيب هذه المادة لم تراعي إطلاقا شروط السلامة على مستوى التوضيب، كما قامت الإدارة بسحب كل المنتج من هذه المؤسسة وتوقيف إنتاج هذا النوع من الحليب إلى غاية اكتمال التحاليل والتحقيق مع المسؤولين.

الفرع الثاني: الشروط المتعلقة بالمضافات الغذائية:

- يقصد بالمضافات الغذائية تلك المواد الكيميائية أو الصناعية التي تضاف إلى الأغذية عمدا لتؤدي أغراض معينة، كتحسين نوعيتها أو حفظها من التلوث وعوامل الفساد، أو اكسابها لونا أو طعما أو نكهة أو قواما معينة أو حفظها لفترات طويلة.²

وقد عرف المشرع المضاف الغذائي بموجب المادة 3 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 بأنه كل مادة لا تستهلك عادة كمادة غذائية في حد ذاتها ولا تستعمل كملكون خاص بالمادة الغذائية.

¹ نفس المرجع، ص22.

² مرسوم تنفيذي رقم 12-214، مؤرخ في 2012/5/15 يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج ر، عدد30.

- تحتوي أو لا قيمة.

-تؤدي إضافتها قصد إلى المادة الغذائية لغرض تكنولوجي أو ذوق عضوي في أي مرحلة من مراحل الصناعة أو التحويل أو التحضير أو المعالجة أو التوضيب أو التغليف أو النقل أو التخزين لهذه المادة، إلى التأثير على خصائصها وتصبح هي أو أحد مشتقاتها، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، مكونا لهذه المادة الغذائية".

-وقد أثارت هذه المواد جدلا كبيرا حول سلامتها وأضرارها على صحة المستهلك، لكن هذا لا ينفى فوائدها حيث يصعب الاستغناء عنها في إنتاج الأغذية المصنعة، سيما وأن البعض من هذه المضافات مواد حافظة تعمل على وقف نشاط الميكروبات والقضاء عليها مثل: حمض البنزويك، ومنها ما هو مضاد للأكسدة ومثبت مثل: حمض الصوريك، ومنها ما هو معدل للحموضة مثل: خمضالاستيك، وآخر مثبت للون مثل نترات البوتاسيوم.¹

-وإن هذا الجدل المحموم حول رفض أو قبول استخدام المضافات الغذائية فإن جميع تشريعات الدول نصت على حل وسط وهو السماح باستخدام المضافات الغذائية لكن تحت شروط جد صارمة' تتمثل هذه الشروط في تحديد المضافات التي يسمح باستعمالها ودمجها في المنتوجات الغذائية، فقد اشارت المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 السالف الذكر بأنه: " لا يمكن أن توضع للاستهلاك وتدمج في المواد الغذائية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلا المضافات الغذائية المدرجة في الملحق الأول المذكورة أدناه والمرفقين بأصل هذا المرسوم".

ولتفادي الخطر فقد حدد المشرع سلفا قائمة المضافات المرخص بها لدمجها في المواد الغذائية، كما شدد أيضا على تحديد قيمة التركيزات قصوى للمضافات، بل وفي

¹مصطفى بوديسة، مرجع سابق، ص23.

حالة عدم وجود أي تحديد للكمية القصوى يستعمل بأقل مقدار ممكن حسب الطرق الحسنة للصنع¹، فقد أشارت المادة 07 من نفس المرسوم بأنه: "تحدد التركيزات القصوى للمضافات الغذائية للمنتوج النهائي بالشكل الذي يستهلك به وكما هو مبين في الملحق الثالث المرفق بأصل هذا المرسوم".

-ونظرا لكون بعض المواد المضافة تحمل أسماء عملية طويلة ومعقدة وقد تختلف مسمياتها من بلد إلى آخر ويصعب التعرف عليها، لذلك تم الاتفاق على استخدام رموز موحدة للدلالة على المواد المضافة وذلك رمز SIN تتبعه أرقام معينة تدل عليها.

-المشرع شدد على استعمال المضافات الغذائية المسموح بها، إذ لا يمكن استعمالها إلا لأغراض معينة أشارت إليها المادة 5 من نفس المرسوم السابق الذكر بأنه: "يجب أن يستوفي استعمال المضافات الغذائية الشروط الآتية:

- الحفاظ على القيمة الغذائية للمادة الغذائية.

-اعتبارها كمكون ضروري في أغذية الحماية.

-تحسين حفظ أو تثبيت المادة الغذائية أو خصائصها الذوقية العضوية بشرط ألا تغير من طبيعة المادة الغذائية أو نوعيتها بصورة من شأنها تغليب المستهلك.

-استعمالها كمادة مساعدة في مرحلة معينة من الوضع للاستهلاك بشرط ألا يكون استعمال المضاف الغذائي لإخفاء مفعول استعمال المادة الأولية ذات نوعية رديئة أو مناهج تكنولوجية غير ملائمة".²

¹عرفت المادة 317 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 السالف الذكر الطرق الحسنة للصنع بأنها "تستعمل هذه العبارة عند عدم وجود أي تحديد للكمية القصوى، غير أنه يجب استعمال المضافات الغذائية بأقل مقدار ممكن للحصول على المفعول المرجو"

²المادة 12 من نفس المرسوم.

- كما أنه يتوجب قبل استخدام أي مادة كمضاف غذائي اخضاعها لاختبارات السامة، ودراسة تركيبها الكيميائية ومدى مع تفاعلها مع جسم الانسان لتقييم اثارها على الصحة.

-المشروع تدارك النقائص التي كانت موجودة في مرسوم تنفيذي رقم 25/92 مؤرخ في 13/01/1992 الملغى، وأكد في المرسوم التنفيذي الحالي على وجوب وسم كل مضاف غذائي على أغلفة المواد الغذائية، وأيضا بوجوب ذكر بعض التنبيهات، بخصوص الآثار التي يمكن أن تلحقها بعض المضافات الغذائية بصحة المستهلك كالحساسية المفرطة أو آثار ملينة، أو عبارة لا ينصح بتناوله من طرف الأطفال بالنسبة لمحليات المائدة.

-إن احترام المتدخل لشروط سلامة المواد الغذائية عند التصنيع أو التسويق ليست بالكافية إذا لم تراعى نظافة الأماكن والتجهيزات أو الأشخاص المتواجدين بالقرب من هذه المنتجات.

المبحث الثاني: مفهوم التسويق:

يعتبر التسويق من الأنشطة الرئيسية وعنصر أساسي في السوق، الذي ثار بشأنه جدل واسع بين مختلف الباحثين والمفكرين لذا سنحاول في هذا العنصر الإشارة لأهم التعاريف المتعلقة بالتسويق وأهدافه ووظائف التي يقوم بها التسويق وكذلك أهمية البالغة له في العملية الاستهلاكية.

المطلب الأول: تعريف التسويق وأهدافه:

سنقوم في هذا المطلب بإعطاء تعريف التسويق لغة واصطلاحا والأهداف المرجوة من هذا التسويق.

الفرع الأول: تعريف التسويق لغة واصطلاحا:

1 - **التعريف اللغوي:** مصطلح التسويق مشتق من الكلمة اللاتينية (Mercari) والتي تعني المتاجرة.¹

¹ تم الاطلاع عليه بتاريخ 2019/04/15 الساعة 10:20 Blogspot.Com. [Http://E-Commerce20](http://E-Commerce20)

-التسويق في اللغة العربية مصدر من الفعل سوق، تسويقاً، فهو مسوق، والمفعول، مسوق للتعدي، أي تنقل السلع من المنتج إلى المستهلك.¹

-سوق البضاعة: صدرها، طلب لها سوقاً.

-سوقه امره: ملكه إياه.

ويقال تسويق بضاعة: إرسال البضائع إلى الأسواق للاتجار "عرض البيع".

2 - **التعريف الإصطلاحي:** عرفه الفقيه فليب كوتلر (Philip katler) التسويق أنه: مجموعة من المفاهيم الأساسية التي تربط مضامينها بالحاجات والرغبات الإنسانية والسلع والخدمات المتاحة، إضافة إلى ما تتطلبه من عمليات مبادلة وتعامل وأسواق.

-كما عرف بأنه: مجموعة الأنشطة البشرية التي تستهدف عمليات التبادل.²

-كما عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق (AMA) بأنه: نظام كلي متكامل لأنشطة الأعمال المصممة لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات القادرة على إشباع رغبات المستهلكين الحاليين والمتوقعين.

-كما يمكن تعريف التسويق من ثلاث نواح مختلفة:

3 - تعريف من الناحية الاقتصادية:

هو عملية التبادل بين البائع والمشتري للسلع والخدمات، ذات القيمة وعلى أساس المنافع المتبادلة.

¹ المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د.ط.م.ن.س.ن، ص655.

² بن خليفة مريم، التسويق الإلكتروني واليات حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية حقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف-2، 2016/2015، ص12.

3- تعريف من الناحية الإدارية:

التسويق يتم على أسس زمنية تصمم لحاجات ورغبات الأسواق المستهدفة ويدخل ضمنها عمليات التسعير والتوزيع وخدمات البيع البريدي وتتبنى جماعات البحث في الإدارة.¹

4- تعريف من الناحية القانونية:

عرفه المشرع الجزائري في نص المادة 2 فقرة 07 من المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بقوله: "التسويق مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة ونقلها وحيازتها قصد البيع أو التنازل عنها مجاناً، ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات..."²

الفرع الثاني: أهداف التسويق:

-النشاط التسويقي من الأنشطة الرئيسية في مختلف المؤسسات الإنتاجية والصناعية والخدماتية، وحتى الزراعية.

-وهذه المؤسسات تهدف من خلال قيامها بالنشاط التسويقي إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:³

¹ بن خليفة مريم، نفس المرجع، ص12.

² مرسوم تنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق ل 30 يناير سنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.ج.د.ع، السنة السابعة والعشرون، الصادر 1990/01/31

³ يحة عيسى، العلاوي عمر، بلحمير إبراهيم، تحليل السوق، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة 5الجزائر، 2007، ص19.

-تساعد أنشطة وفعاليات التسويق والمؤسسات الانتاجية في تقدير حجم الانتاج الممكن بيعه في السوق وذلك من خلال الاستفادة من نتائج دراسات وبحوث التسويق المطبقة من قبل المؤسسة.

-إيجاد الفرص التسويقية الممكن استغلالها على أساس أنه توجد بعض الدراسات التي اكتشفت وجود حاجات ورغبات غير مشبعة لدى المستهلكين في الأسواق المستهدفة.

-تساعد أنشطة التسويق المؤسسة على إشباع مختلف حاجات ورغبات المستهلكين في الاسواق، مما يجعلها تحقق أهدافها العامة والمحددة، كالبقاء والاستمرار، تقديم خدمات أفضل، تحقيق نسبة من الربح.

-ينتج عن الأنشطة التسويقية عدة منافع مرتبطة بالسلع كالمنفعة المكانية والمتعلقة بتوفير السلع في المكان المناسب للمستهلك، المنفعة الزمانية والمتمثلة في توفير السلع في الاوقات المناسبة للمستهلك، والمنفعة الحيازية متمثلة في تحويل ملكية السلعة من المنتج إلى المستهلك.

-غزو الأسواق الدولية من خلال اكتشاف الفرص التسويقية بالأسلوب غير المباشر التصدير أو ترخيص البيع أو الإنتاج.

-النمو وهو معيار آخر من معايير التسويقية ولديه دوافع قوية للنمو والتوسع كزيادة الطلب على المنتجات.¹

¹ يحة عيسى، العلاوي عمر، بلحمير ابراهيم، نفس المرجع، ص20،19.

المطلب الثاني: وظائف وأهمية التسويق

الفرع الأول: وظائف التسويق:

تسعى مختلف المؤسسات من أجل تحقيق أهدافها إلى صياغة جملة من الوظائف تكون في مجموعها أدوار ضمن الهيكل التنظيمي، وتستهدف السوق منها ما يلي:¹

1 - تخطيط السلع وتطويرها:

تحتوي السلع على بعض الخصائص التي تتفق مع حاجات المستهلكين ورغباتهم وهذا ما يتطلب استمرار العمل على تطويرها، ويجب على هذه الوظيفة أن تكون مستمرة ولا تتوقف عند حد معين من أجل التحول المستمر في رغبات المستهلكين.

-ومن خلال هذا يتضح أن السلعة إن لم يتم تخطيطها وتطويرها باستمرار سوف تتقادم ولا تلبي حاجات المستهلك التي هي في تغيير مستمر.

2- التمييز والتدرج:

ويقصد بهذه الوظيفة إعطاء مواصفات تعبر عن درجة الجودة التي يطلبها المستهلكون ويرغبون فيها، وتدرج يتضمن: المقياس، الحجم، الوزن.²

3 - البيع:

يقصد به القيام بمختلف الأنشطة التي تسهل على المشتري الحصول على السلع التي يرغب فيها، بالإضافة إلى تحديد المستهلك المحتمل، تنشيط الطلب، تقديم الخدمات للمشتريين.

¹ إيجة عيسى، لعلاوي عمر، بلحمير ابراهيم، نفس المرجع، ص22، 21.

² إيجة عيسى، مرجع سابق، ص22، 23.

4 - التخزين:

الاحتفاظ بالسلعة، وتؤدي من قبل المنتجين والوسطاء لتوفير السلع في الأوقات المناسبة لاستهلاكها أو استخدامها.

5 - النقل:

وتعرف وظيفة النقل على أنها كافة الخطوات الهادفة إلى إيصال السلع للمشتريين الراغبين فيها بالأوضاع المناسبة والوقت المناسب من خلال هذه الوظيفة يتم إيصال كافة المنتجات إلى المستهلكين المحتملين أو المرتقبين وفق الشروط المتفق عليها.

الفرع الثاني: أهمية التسويق:

-يلعب التسويق دورا أساسيا في تحقيق النمو الاقتصادي، ورفع مستوى المعيشة من خلال تقديم السلع والخدمات لإشباع حاجات ورغبات المستهلكين، والاستغلال الأفضل للمواد المتاحة.

-وازدادت أهمية التسويق بعد الثورة الصناعية وتبرز أهمية من خلال نقاط التالية:¹

2 - أهمية التسويق في الثقافة الاجتماعية:

-التسويق يمثل مصدر الاهتمام، حيث يتضمن العديد من الأنشطة اليومية التي يقوم بها الفرد، مثل شراء العديد من السلع، من نقاط البيع المختلفة ويشاهد الاعلانات التجارية في المجالات والصحف اليومية.

-وهذا يدل على أن الفرد جزء من السوق ويسعى إلى خدمته.

¹لجنة عيسى، نفس المرجع، ص24.

2 - أهمية التسويق بالنسبة للمؤسسة:

-تسعى كافة المؤسسات إلى تحقيق أهدافها المسطرة، وذلك باعتمادها على التسويق، لهذا يعد التسويق الفعال اهتمام جميع المؤسسات ومؤسسات الأعمال هي أكثر اهتمام بالنشاط التسويقي، لأن هذا النشاط يحقق للمؤسسة أهداف منها كالحصة في السوق، نسبة مئوية من الأرباح وغيرها من الأهداف.¹

3 - أهمية التسويق بالنسبة للمجتمع:

-إن التسويق يبدأ بالمنتج كفكرة ويستمر إلى ما بعد استهلاكه من طرف المستهلك النهائي، أو استعماله من طرف المستعمل الصناعي، كان مهما بالنسبة للمجتمع لتقاليد حسب المعاملة والتفاوض وسرعة التداول.

-والنشاط التسويقي يؤثر في تصميم وتنويع السلع وفي تحديد البرامج الانتاجية الرقابية عليها، ومن جهة أخرى يمثل عنصر الحركة الاقتصادية للمجتمع، ومؤشر لتطور الاقتصادي، لأن التسويق يحرك عجلة الاقتصاد.

-يقوم التسويق بتعريف المستهلكين بالمنتجات المتوفرة في السوق، وذلك عن طريق الترويج والعرض، فهو بهذا يؤدي دورا كبيرا في توجيه وترشيد سلوك المستهلكين اتجاه السلع المختلفة.

¹ نفس المرجع، ص 25، 26.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق نجد أن المستهلك هو الركيزة الأساسية التي يقوم عليها السوق وذلك كون أن المستهلك يعتبر أحد أطراف العملية الاستهلاكية.

ومع التطور التكنولوجي الذي مس مختلف المنتجات لا سيما المنتجات الغذائية، إلى تهافت المستهلكين لاقتنائها، إلا أن هذا التقدم أو التطور في المنتجات يؤدي إلى أضرار مختلفة قد تصيب المستهلكين وذلك لعدم احترام المتدخلين للمواصفات المتفق عليها أو التي يستلزمها القانون.

الفصل الثاني

حماية المستهلك الناتجة عن

تسويق المواد الغذائية

في التشريع الجزائري

تمهيد:

إن إخلال المتدخل بالتزامه باتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف وتعرض مصالحه للخطر وما يلحقه من أضرار ومن أجل حماية المستهلك، لا بد من وجود أجهزة قوية وفعالة، ومن أجل تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ومن جهة أخرى يجب حماية المستهلك من المتدخل الذي يقوم بعرض المنتوجات للاستهلاك.

ومن أجل حماية المستهلك من كل هذه المخاطر التي تهدد أمنه وسلامته وعدم تخوفه من اقتناء ما يسد حاجياته سنقوم تقسيم محور الدراسة في هذا الفصل الى مبحثين المبحث الأول الحماية القبلية للمستهلك والمبحث الثاني الحماية البعدية للمستهلك.

المبحث الأول: الحماية القبلية للمستهلك

إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية تطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لرقابة وتطبيق النصوص القانونية، من خلال منحها سطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية، ومن بين هذه الأجهزة نجد الهيئات الإدارية في المطلب الأول وجمعيات حماية المستهلك المطلب الثاني وهذا ما سنتناوله في هذا المبحث.

المطلب الأول: إلتزامات المتدخل ودور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك:

ونتطرق في هذا المطلب إلى الإلتزامات التي تقع على عاتق المتدخل التي يجب عليه أن يراعيها عند تعامله مع جمهور المستهلكين، كذلك تعتبر الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل حماية المستهلك من الجرائم الماسة به، حيث تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصاتها بدورها الفعال في حماية مصالح المستهلك، وهذه الأجهزة تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الأول: إلتزامات المتدخل: تتمثل هاته الإلتزامات فيما يلي:**1 - إلتزام شروط النظافة:**

تكتسي النظافة أهمية بالغة بالنسبة للسلامة الصحية للأغذية، لأن غيابها يؤدي إلى ظهور مصادر الخطر، وأشارت المادة 06 من القانون 03-09 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى أنه: " يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للإستهلاك أن يسهر على إلتزام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين والأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين، وكذا وسائل نقل هذه المواد

و ضمان عدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية، لذا فالمتدخل ملزم بمراعاة نظافة الأماكن والمعدات والمستخدمين أثناء عرض المواد الغذائية للإستهلاك (أولاً)، كما ينبغي عليه إحترام شروط عرض الأغذية للإقتناء (ثانياً).

2 - نظافة الأماكن والمستخدمين:

من أجل نظافة فعالة حدد القانون وسائل للتنظيف، إذ يجب إستعمال مستحضرات التنظيف التي توفر الضمانات الكافية لتفادي أي خطر تلوث الأغذية، ويقصد بمستحضرات التنظيف كل المواد التي تملك خصائص التنظيف المستعملة بمفردها أو مركبة مع أية مدة أخرى مدة لزيادة فعاليتها¹.

وفيما يخص أوقات وكيفيات التنظيف فإن أماكن تحضير المواد الغذائية يجب أن تنظف كل يوم، ولا يجوز القيام بعملية التنظيف ولا سيما عن طريق التجديد إلا بعد أن يتوقف كل نشاط كما يمنع الكنس الجاف منعاً باتاً².

وكذلك يجب صرف النفايات والفضلات والأوساخ كل يوم من أماكن العمل بوضعها في أكياس تغلق بعناية أو في أوعية معدة لذلك³.

كما يجب على المستخدمين الذين لهم علاقة بتداول الأغذية العناية والإهتمام بنظافة ثيابهم وأبدانهم⁴ ومنعهم من تناول التبغ أو التدخين في أماكن عملهم، ويجب أن يخضعوا

¹ المادة 03 من المرسوم رقم 91-04 المؤرخ في 19-01-1991، يتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومستحضرات التنظيف، ج ر، عدد 04.

² المادة 15 من المرسوم رقم 91-53 المؤرخ في 23-02-1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للإستهلاك، ج ر، عدد 09.

³ المادة 01 من نفس المرسوم.

⁴ المادة 23 من نفس المرسوم.

إلى فحوصات طبية دورية و لعمليات التطعيم المقررة من طرف وزارة الصحة التي تعد قائمة الأمراض أو الإصابات التي تجعل المصابين بها قابليين لتلويث الأغذية¹.

3 - شروط تحضير الأغذية للإقتناء:

يجب أن تكون المواد الأولية أثناء عمليات جنيها وتحضيرها ونقلها مطابقة للمقاييس القانونية، وتكون محمية من كل تلوث²، فإن كانت هذه المواد الأولية أصلها حيواني فلا بد قبل وضعها رهن الإستهلاك أن تخضع إلى تفتيش بيطري لأجل الحصول على الموافقة الصحية لها بوضع دمغات طوابع على اللحوم الموجهة للإستهلاك البشري³.

وإذا كانت المادة الأولية ذات أصل نباتي مثل الخضر والفواكه والحبوب الجافة يجب أن تكون سليمة من العيوب المضررة كتوطن الحشرات بها، ويجب أن لا تكون المنتجات مسقية بمياه قذرة⁴، وأما بخصوص المواد الأولية ذات الأصل المعدني كالمياه مثل: فيجب أن تكون مطابقة مع معايير الشرب أو النوعية⁵.

من بين الأساليب الفعالة لحفظ الأغذية ومنع تلوث استعمال أساليب التبريد والتجميد في درجات حرارة متغيرة بحسب طبيعة ومميزات كل مادة غذائية⁶.

¹ المادة 24 من نفس المرسوم.

² المادة 03 من نفس المرسوم.

³ مصطفى بوديسة، مرجع سابق، ص 26.

⁴ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 8-1-1994، المتعلق بنوعية الفواكه والخضر الطازجة الموجهة للإستهلاك وعرضها، ج ر، عدد14 الصادرة بتاريخ 16 - 03 - 1994.

⁵ المادة 112 من القانون رقم 05-12 المؤرخ في 04-08-2005، المتعلق بالمياه، ج ر، عدد 60 المؤرخة في 04-09-2005.

⁶ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21-11-1999 المحدد لدرجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد والتجميد المكثف للمواد الغذائية، ج ر، عدد 07 الصادر في 08-12-1999.

وهناك أسلوب آخر وهو عملية تجهيز المادة الغذائية عن طريق التغليف أو التعليب، بحيث يجب أن تستخدم فيها مواد لا تتفاعل مع المادة الغذائية إلى فسادها مثل أوراق الجرائد التي تم منعها¹.

بالرغم من كل هذه الضمانات الذي وضعها المشرع، فإن الواقع يثبت أن هذه القواعد لا تحترم من طرف المتدخلين خاصة فيما يخص الإلتزام بالنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها، ففي حصيلة نشاط الرقابة الإقتصادية وقمع الغش لوزارة التجارة²، خلال الثلاثي الأول لسنة 2014 سجلت 6173 مخالفة لهذا الإلتزام على المستوى الوطني أي بنسبة 42 المائة من مجموع المخالفات، وتعتبر نسبة مرتفعة جدا مقارنة بباقي المخالفات الأخرى.

الفرع الثاني: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها:

-تعود مهمة الاشراف على حماية المستهلك في الجزائر رسميا إلى وزارة التجارة، حيث تتولى نظام مراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها ومدى مطابقتها لمعايير الجودة والصحة والأمان، ونجد وزارة التجارة والهيكل التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات والهيكل المركزية.

1- دور وزارة التجارة:

-إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة³، وهذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه

¹ مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص 27.

² منشور على الموقع الرسمي لوزارة التجارة <https://www.commerce.gov.dz/ar>

³ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل قانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مأكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والادارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2013-2014، ص 97.

الوزارة سواء كانت مركزية أم فرعية أم ولائية أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول.

-صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك.

-بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي¹:

-يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.

-تقترح كل الاجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

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

-تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الاجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

-يعد وينفذ استراتيجيات الاعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المعنية والمستهلكين التي يشجع انشاؤها.

-يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الاجراءات اللازمة التي من

¹مرسوم التنفيذي رقم 453/02 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر، عدد ص85.

شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش.

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

2/الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة والمكلفة بحماية المستهلك:

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

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

1/المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

-تكلف المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين بإعداد الآليات القانونية لسياسة التجارية وتكييفها وتنسيقها، وتحديد جهاز الملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعها.

-كما تقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، لاسيما في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وهوامش الربح، كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية وكذا التنظيمات العامة والنوعية المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات وبحماية المستهلكين، وتضم هذه المديرية خمسة (05) مديريات فرعية وهي (مديرية المنافسة والخدمات، مديرية الجودة

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

والاستهلاك، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية وال مهن المقننة، مديرية الدراسات والاستكشاف والاعلام الاقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية).

2/ المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

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

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

- مديرية مراقبة الجودة و قمع الغش.

-مديري مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

-مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.¹

3/شبكة الإنذار السريع:

- وتم انشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، وذلك في المواد من (17-22)، حيث تهدف إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم، وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتوجات الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش وكذا مصالحها الخارجية هذه المهام بإضافة إلى تواصل شبكة الانذار السريع

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

شبكات الانذار الجهوية والدولية كما تربط هذه الشبكة العلاقات وتتبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلكين والجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلا وتباشر شبكة الإنذار السريع كل عمل من شأنه:

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

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

-تحديد كفاءات تنظيم وعمل شبكة الانذار السريع بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.¹

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

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

-يتمتع كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات خولها لهم القانون، تحمي المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كل حسب مجال تخصصه الإقليمي والصلاحيات القانونية المخولة لهم سواء فيما يتعلق بقانون الولاية أو قانون

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

²المواد 03، 19 من نفس المرسوم.

البلدية، فالوالي تمتد سلطاته على مستوى كامل تراب الولاية في حين تمتد صلاحيات رئيس البلدية على مستوى بلديته.

1 - دور الوالي في حماية المستهلك:

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

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

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

- وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤولاً عن ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الاجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتج مؤقتاً أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق

¹ سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون اجتماعي، جامعة د/الطاهر مولاي سعيدة، 2016-2017، ص20.

² المادة 207 من قانون الولاية رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، جريدة رسمية رقم 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.

المحل أو سحب الرخصة بصفة مؤقتة على رأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة.¹

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

2 - دور رئيس البلدية في حماية المستهلك:

- يمارس رئيس البلدية وظائفه في مجال واسع ويطبق سطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك.

- يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 88 من القانون 11-16 المؤرخ 22 يونيو سنة 2011، المتعلق بالبلدية فإنه: "يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي ما يأتي: السهر على حسن النظام والأمن العموميين وعلى النظافة العمومية".³

- كما يتولى إلى جانب ذلك طبقا لنص المادة 94 الفقرة 02 من نفس المرسوم⁴ المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأماكن، أما الفقرة 10 من نفس المادة

¹ صبياد صادق، مرجع سابق، ص 107.

² سفير سماح، مرجع سابق، ص 21.

³ المادة 88 من قانون 11-10 المؤرخ في 22 يونيو سنة 2011، المتعلق بالبلدية، ج.ر، عدد 37.

⁴ المادة 94 فقرة 02 والفقرة 10 من نفس المرسوم.

94 فإنها تنص على أنه: "يتولى السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة لبيع".

-ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس البلدية اللجوء إلى استعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك قصد منع الاضرار بالمواطنين عامة والمستهلك خاصة، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة 93 من قانون البلدية إلى جانب هذا وحفظ لصحة الأفراد ونظافة المحيط، فإن البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقا لنص المادة 123 من قانون البلدية والتي¹ تنص على أنه: "تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:

-توزيع المياه الصالحة للشرب.

-صرف المياه المستعملة ومعالجتها.

-مكافحة نواقل الأمراض المتقلة.

-الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور.

-صيانة طرق البلدية.

-إشارات المرور التابعة لشبكة طرقها.

¹المادة 123 من قانون البلدية.

المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك:

جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وفي الجزائر تخضع جمعيات حماية المستهلك من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها إلى القانون رقم 06/12¹، المتعلق بالجمعيات الذي بموجبه اعترف المشرع الجزائري بالحق في تأسيس الجمعيات.

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

فرع الأول: تأسيس جمعيات حماية المستهلك:

-تتأسس جمعيات حماية المستهلك من أشخاص طبيعية أو معنوية، ويكون عدد الأعضاء المؤسسين كالاتي:²

-عشرة (10) أعضاء على الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية.

-خمسة عشر (15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل.

-واحد وعشرون (21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاثة (03) ولايات على الأقل.

¹قانون رقم 06/12 المؤرخ في 12/02/2012، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية رقم 02 الصادر بتاريخ 15/02/2012.

²المادة 02 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات.

-خمس وعشرون (25) بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن اثني عشر (12) ولاية على الأقل.¹

-ويخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي وإلى تسليم وصل التسجيل ويوضع التصريح التأسيسي لدى:

-المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.

-الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية.

-الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.²

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

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

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

ويمكن الإشارة إلى المكتب الولائي بالأغواط "المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك

ومحيطه Apoce فهي منظمة وطنية وناشطة في ولاية وخارجها.

-ونذكر على سبيل المثال: القضية التي رفعها المكتب الوطني لولاية الأغواط رفع

شكوى ضد بعض صناعات القهوة مرحية وليس كلهم وسبب رفع هذه الشكوى هو خلط السكر في القهوة المرحية أو زيادة نسبته.

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

²المادة 07 من نفس القانون.

فرع الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك:

- تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، وأعطاهها المشرع الجزائري الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وكذلك تبني قضايا لدى الجهات العامة والخاصة.

1 - الدور التحسيس والاعلامي:

طبقا للمبدأ القائل: "الوقاية خير من العلاج"، يجب على جمعيات حماية المستهلك وتوعيته عن كل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تهدد أمنه وصحته وتشمل هذه التوعية عدة مجالات منها:

- توعية وتحسيس المستهلك الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد النظافة.

- منع شراء السلع التي لا تحتوي على اسم أو مكان صنعها.

- منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وتاريخ نهاية صلاحيته.

- منع استهلاك المواد التي يعرف على أنها مقلدة، أو مزيفة.

- كذلك تقوم الجمعية باستعمال وسائل الاعلام المختلفة مثل التلفزيون والاذاعة والاشهار على اتصال مباشر بالمستهلك وتلم بانشغالاته.¹

¹ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مأكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص206.

وكذلك تنص المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 على ضرورة اعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته وذلك بالنص على أن: "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله..."

2 - تنظيم ملتقيات وأيام دراسية:

نصت المادة 24 من القانون رقم 06/12 المتعلق¹ بالجمعيات على أنه بإمكان الجمعية في إطار التشريع المعمول به تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها.

نذكر على سبيل المثال: اليوم الجهوي لإعلام وتحسيس المستهلك حول مضار الاستهلاك وآليات الوقاية من التسممات الغذائية.

3 - مراقبة الاسعار:

يتمثل دور الجمعيات في متابعة الأسواق ومراقبة مدى احترام اجراءات اشهار الأسعار، وهذا الدور أصبح أكثر من ضرورة بسبب انفتاح أسواق السع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو المنتجين الأجانب، تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة لدولة وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة السوق وتطهيره من أي منتج لا يتوافق مع شروط المحددة قانونا.²

-وكذلك تجدر الإشارة إلى أن أسعار المنتجات غير ثابتة ترتفع في المناسبات كشهر رمضان والأعياد والأزمات والكوارث، كما أن بعض المتدخلين يفرطون في الأسعار بصورة تعسفية خاصة في المناطق النائية.

¹مادة 24 قانون رقم 06/12 مرجع سابق.

²ارزقي زوبير، نفس المرجع، ص207.

-الجمعيات ليس من مهامها تحديد الأسعار وليس لها السلطة في ذلك وإنما التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.¹

4 - تمثيل المستهلك أمام الجهات القضائية:

إن الاعتداء على حقوق المستهلك والمساس بسلامته أصبح أمرا مألوفا بالرغم من الاجراءات المتخذة من قبل الجهات المعنية لضمان الحماية له، وبما أن القضاء يعد جهازا مكملا لهذه الجهات فيما يتعلق بمهمة الحماية والدفاع عن المستهلك والمحافظة على حقوقه، فمن الطبيعي أن يمارس المستهلك المضرورة حقه في اللجوء إلى الهيئات القضائية المختصة قصد المطالبة بردع المخالفين والتعويض عما لحقه من ضرر، وذلك تطبيقا لحق الالتجاء إلى القضاء الذي يعد من الحقوق العامة المعترف بها لكل فرد.²

-لم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش نوع الأضرار التي يمكن للجمعيات المطالبة بالتعويض عنها، نستنتج أنه يمكن أن تطالب بتعويض كل الأضرار التي تصيب المستهلك، عكس قانون رقم 02/89 (الملغى) أعطى الحق بمطالبة التعويض عن الضرر المعنوي للمستهلك.³

-لجوء جمعيات حماية المستهلك ودفاعها عن المصالح المشتركة للمستهلكين حيث تتأسس كطرف مدني، تصطدم بكثير من العقوبات أهمها غلاء تكاليف التقاضي وعدم القدرة على تحمل نفقات في ظل القانون الملغى رقم 02/89 لم تمارس الجمعية هذا الحق كما يجب النظر لغلاء نفقات التقاضي ومحدودية الموارد المالية.

¹ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 138.

² سفير سماح، مرجع سابق، ص 36، 37.

³ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 145.

المشروع من خلال القانون الجديد رقم 03/09 منحها حق الاستفادة من المساعدة القضائية بنص المادة 22 حيث "... يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية".¹

- وترفع الدعوى من قبل المستهلك الفرد أو من قبل مجموعة من المستهلكين أمام القضاء ضد متدخل معين، وحسب المادة 194 من قانون الاجراءات المدنية تنص على: "يكون التدخل في الخصومة في أول درجة في أول مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا ولا يقبل التدخل إلا ممن توفرت فيه الصفة والمصلحة".

بتوفر شرط الصفة والمصلحة يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن مصالح التي يسعى الى تحقيقها رافع الدعوى "المستهلك" سواء بتأكيد ادعاءاته أو بإضافة طلبات إضافية.

- جمعيات حماية المستهلك إن كانت مؤسسات معترف بها إلا أنها تبقى بعيدة عن احتلال أماكنها الطبيعية، لأنها غير مندمجة اجتماعيا إن تنقصها قاعدة الشعبية، وبدونها تبقى محكوما عليها البقاء على حالها، وعددها لا يتجاوز بضعة العشرات، وأنها لا تمثل حركية كبيرة، ويجب الاعتراف أيضا بأنها محدودة الإمكانيات المالية لا تسمح لها باستمرارية نشاطها، وواقعها الاجتماعي والسياسي لا يمكن أن يتحقق إلا بشكل بسيط ونقلها المؤسساتي ضعيف، وكذلك تجدر الإشارة إلى عدم وجود مجلس الوطني لحماية المستهلك في الواقع.

¹سفير سماح، مرجع سابق، ص39، 40.

المبحث الثاني: الحماية البعدية للمستهلك:

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

-لذا قام المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى إقرار المسؤولية الجزائية في المطب الأول وكذلك مواجهة المتدخلين بالمسؤولية المدنية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المسؤولية الجزائية للمتدخل:

-تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع ولأهمية هذه الحماية في توفير الأمان وبعث الثقة في المنتجات، تدخل المشرع بوضع آليات وكيفيات متابعة المخالفين بأسلوب أكثر فعالية يراعي خصوصيات حوادث الاستهلاك، وإثبات مخالفة المتدخل وردعه بتوقيع العقوبة المقررة عليه.¹

فرع الأول: كيفية متابعة المتدخل جزائيا:

توجد قواعد متميزة تحكم قواعد استهلاك تضاف إلى القواعد العامة.

-تتضمن المتابعة الجزائية للمتدخل في الخطأ الموجب للمسؤولية، الذي تحققه يتم تحريك الدعوى العمومية، وهنا تظهر أهمية الخبرة في اثبات المسؤولية الجزائية، من أجل ضمان الوصول إلى الحكم منصف للطرفين.

¹شعباني حنين نوال، إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانوني، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزيوزو، 2012، ص130.

أولاً: الخطأ الموجب للمسؤولية الجزائية للمتدخل:

- جعل المشرع الجزائري مسؤولية المتدخل الجزائية قائمة على الخطأ، فتقوم مسؤوليته بمجرد الاخلال بالتزامات يفرضها قانون حماية المستهلك وقمع الغش أو القوانين المطبقة له، ونستنتج توقيع الجزاء متى وقعت مخالفة لأحكامه كالإخلال بإعلام المستهلك عن طريق وسم المنتوجات.

- وتقوم مسؤولية المتدخل الجزائية عن خطأ العمدي وغير العمدي، فالمشرع الجزائري قد سوى بينهما من حيث العقاب.

- يمكن أن يكون الخطأ الذي تتحقق به المسؤولية الجزائية ايجابيا، كفعل شيء ينهي عنه القانون تغليف المواد الغذائية بمواد تؤدي إلى التأثير على سلامتها، أو سلبيا عند الامتناع عن القيام بشيء يفرضه القانون الامتناع عن اجراء الرقابة على مطابقة المنتوجات.¹

- نستنتج أنه يكفي لقيام المسؤولية الجزائية للمتدخل توفر عنصر الخطأ، المتمثل في إخلاله بالواجبات الملقاة على عاتقه، سواء كان الخطأ عمديا أم لا، وهي قواعد تم اقرارها من أجل رد المخالفين وتوفير حماية أكبر للمستهلكين، ويمكن التعبير عن الخطأ بمجرد مخالفة النص القانوني.

ثانياً: تحريك الدعوى العمومية:

يترتب على الخطأ المتمثل في مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المرتكب من طرف المتدخل، المساس بصحة وسلامة المستهلكين، في هذه الحالة يتمتع

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص131.

المجتمع بسلطة المتابعة وتوقيع الجزاء، تتمثل في سلطة النيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية، وأجاز القانون تحريك شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني.

1/ اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى العمومية:

-تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع، ويقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إبلاغه بالمخالفة، وذلك عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من الغير، التي يمكن أن تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة، أو عن طريق شكوى المستهلك من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه إليه من طرف أعوان قمع الغش، كضابط الشرطة القضائية وأعوان الجمارك وأعوان المديرات الولائية للتجارة، تنص المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش على أنه: "إذ يتبين من المحاضر المحررة أو من التحاليل المتممة أن الخدمة والمنتوج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة و قمع الغش، ملفا يشتمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة".

-كما نصت المادة 03/59 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش على أنه:

"إذا ثبت عدم مطابقة منتوج، يعلن عن حجزه، ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك".

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

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص131.

2/شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني:

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

-يعرض قاضي تحقيق شكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية الذي يبدي رأيه بشأنها، وإذا كانت ليس من اختصاص قاضي التحقيق بعد سماع طلبات النيابة يصدر أمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية المختصة حسب نص المادة 77 من قانون الإجراءات الجزائية.

3/أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية للمتدخل:

-أولى قانون حماية المستهلك وقمع الغش عناية بالغة بالخبرة، وذلك من خلال الأحكام التي خضعها لتحديد الخبرة في مجال حماية المستهلك.

أ - ضرورة الاستعانة بالخبرة في حوادث الاستهلاك:

الخبرة هي "إجراء يتعلق بموضوع يتطلب الإلمام بمعلومات فنية لإمكان استخلاص الدليل منها".

-وللخبرة أهمية بالغة في الإثبات الجزائي بصفة عامة، وتظهر هذه الأهمية في حوادث الاستهلاك التي تتسم بالتعقيد خاصة مع تطور المنتوجات واتساع أضرارها لذا انهم بها قانون حماية المستهلك وقمع الغش بتنظيمها وبيان أحكامها.

تعتبر الخبرة إجراء لإثبات مسؤولية المتدخل من الاصلاحات التي جاء بها المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لأن القانون رقم 02/89 (الملغى) لم

يتطرق لهذا الإجراء، رغم أهميته لأنه يمكننا من معرفة نسبة المواد الملونة المسموح بها قانونا، والتي أدت إلى التسمم.

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

ب - سيرة الخبرة:

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

-ينذر المخالف مسبقا من طرف الجهة القضائية ليقدم خلال ثمانية أيام العينة الثالثة التي بحوزته كما هو منصوص عليه في المادة 40 من هذا القانون.²

-تطلب الخبرة من طرف المتدخل المخالف المفترض أو عندما تأمر بها الجهة القضائية المختصة، ويتم اختيار خبيرين أحدهما من طرف المخالف المفترض والآخر من طرف القضائية المختصة التي تعينها طبقا للأحكام المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزئية.³

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص132.

²المادة 48 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

³المادة 46 من نفس القانون.

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

4/الحكم الجنائي على المتدخل المخالف لالتزامه بضمان سلامة المستهلك:

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

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

في حالة وجود مخالفة صادرة عن المتدخل وتؤدي إلى لمسائلته وفي هذه الحالة تصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة في جانبه، وإذا ثبتت المخالفة يتم معاقبته بإخلال بواجبه في ضمان سلامة المستهلك وفقا للقانون.¹

الفرع الثاني: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف:

أعطى المشرع أهمية لعقاب مخالفة المتدخل للالتزامات المفروضة عليه بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذلك قانون العقوبات لردع المتدخل والامثال لها، وهو ملزم بتنفيذه هذه الالتزامات بموجب القانون، فيعاقب على مخالفة الالتزامات المتعلقة بضمان السلامة، حرصا منه على جودة المنتوجات وتحقيقها للرغبات المشروعة

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص135.

للمستهلك أقر عقاب للمتدخل من أجل حماية رضاء هذا الطرف الضعيف يجعله سليم ومبصر لحمايته من مخاطر المنتوجات التي تلحقه.

1/ مخالفة الزامية رقابة مطابقة المنتوجات:

-يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول،¹ غير أن العديد من المتدخلين يخالفون مثل هذا الالتزام نظرا لرغبتهم في استهداف الربح فقط غير مبالين من مدى مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلكين، ومن أجل ذلك نصت المادة 74 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على جزاء مخالفة مثل هذا الالتزام بتقريرها العقاب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).

2/ مخالفة الزامية ضمان المنتج وتجربته وتنفيذ والخدمة ما بعد البيع:

جعلت المادة 13 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،² الالتزام بضمان المنتوجات المقنتاة من النظام العام، بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفة أحكامه فهو، التزام قانوني فرض المشرع على كل متدخل يعرض منتوجاته للاستهلاك ولأهمية هذا الالتزام في ظل تطور المنتوجات التي أصبحت تتسم بالتعقيد، حرص المشرع على تطبيقه بتقريره للعقوبة على مخالفته نصت المادة 75 من القانون رقم 03/09 معاقبة المتدخل بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).

كذلك منح المشرع للمستهلك حق في تجربة المنتج المقنتى، إذا خالف المتدخل الزامية تجربة المنتج ومنعه من القيام بذلك عن قصد وإدراك فإنه يعد مخالفا لأحكام

¹المادة 12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

²المادة 13 من قانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 15 من قانون رقم 03/09، ويعاقب المتدخل بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) طبقا للمادة 76 من قانون رقم 03/09، وفي إخلال بخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من القانون رقم 03/09، يعاقب متدخل حسب نص المادة 77 بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1000.000 دج).¹

3/ مخالفة إلزامية إعلام المستهلك:

-الالتزام بإعلام المستهلك له أهمية بالغة نظرا لجعل رضا المستهلك سليم ومبصر، لذا أُلزم المشرع المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو أية وسيلة أخرى مناسبة، وفي حالة إخلال بالالتزام يعاقب المتدخل طبقا لنص المادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1000.000 دج) وكذلك نص المادة 31 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على عقاب المتدخل بعدم الاعلام بالأسعار والتعريفات بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) وكذلك في حالة عدم الإعلام بشروط البيع يعاقب المتدخل حسب نص المادة 32 من نفس القانون بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).²

وتجدر الإشارة إلى أن المادة 429 والمادة 315 من قانون العقوبات نصت على الغش والتدليس في المواد الغذائية والطبية.

¹المادة 77 من نفس القانون.

²المادة 31 و32 من قانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، ج.ر، 41 مؤرخ في 2004/06/27.

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل:

نصت قوانين حماية المستهلك على حق الحصول على التعويض عن الضرر الذي يلحقه به أو بأمواله من جزاء ذلك أمام المحاكم المدنية.

-التعويض عن الأضرار التي ترتبها المنتجات وهو الأثر الذي يسعى المستهلك الوصول إليها، ويقدر الضرر الذي أحدثه المنتج بخطئه سواء كان ضرار ماديا أو ضرار معنويا،¹ أقر المشروع قواعد خاصة لحماية المستهلك تصب في صالح المضرور (الفرع 1)، ولتسهيل الادعاء المدني أمام القضاء متى أحل المتدخل بالتزامه بضمان السلامة (الفرع 2).

الفرع الأول: أحكام خاصة لصالح المضرور:

عمل المشرع الجزائري في إطار إصلاح المنظومة القانونية الخاصة بحماية المستهلكين على إقرار قواعد متميزة تسهيل للمضرور استيفاء حقه من تدخله ولعدم فعالية القواعد التقليدية في مواجهة التطور الصناعي والاقتصادي، جعل المسؤولية المدنية قائمة على أساس العيب،² وتبنى المشرع الجزائري فكرة مسؤولية المدنية القائمة على العيب.

والسبب في توجه التشريعات إلى الاعتماد على الضرر وكأساس لمسؤولية المتدخل المدنية عن المنتجات، الزيادة في إنتاج الآلات والمنتجات بالغة التعقيد وذات التقنية العالية، ويكون إثبات الخطأ بالنسبة إليها أمر شديد الصعوبة، لعدم إتمام المستهلك المضرور بالخصائص التقنية لهذه المنتجات.

-تتحقق مسؤولية المتدخل المدنية طبقا لهذه الأحكام حتى تسببت المنتجات المعروضة للاستهلاك بضرر للمستهلك، فهي مسؤولية بقوة القانون.

¹سفير سماح مرجع سابق، ص75.

²شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص149، 151.

الفرع الثاني: الدعاوى المدنية الناشئة عن الاخلال بالالتزام:

-أقام المشرع نظاما للمسؤولية المدنية الناتجة عن الاخلال بالالتزام، يمكن للمضروور الاستناد عليه بالمطالبة بالتعويض، وإذا أخل المتدخل بواجبه، ينشأ للمستهلك الحق في رفع الدعوى أمام القضاء متى توفرت فيه شروط رفع الدعوى للمطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار.

تتميز دعوى التعويض التي يرفعها المتضرر عن المنتجات المعروضة للاستهلاك عن دعاوى التعويض الأخرى، وتختلف عنها حيث شروطها وكيفية التعويض عن الضرر.¹

1/شروط دعوى التعويض عن ضرر المنتجات:

لم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وإنما تركها للقواعد العامة المتمثلة في المادة 140 مكرر من القانون المدني، ونستنتج من خلالها أنه لا يمكن للمتضرر أن يرفع دعوى المطالبة بالتعويض ما لم ينشأ عيب أدى إلى ذلك، وحدث ضرر له.

أ/وجود عيب:

-يتعين على المستهلك المتضرر من المنتج المعروض للاستهلاك، ويثبت وجود عيب بالمنتج، والأمر لا يتعلق بخطأ ولا حتى بعيب كما في القواعد التقليدية، لكن يتعلق بعدم كفاية الأمن والسلامة في المنتج.

¹سفير سماح، مرجع سابق، ص76.

ب/ حصول الضرر:

الضرر هو الأذى الذي يصيب الشخص في حق من حقوقه أو مصلحة مشروعة له، يلتزم رافع الدعوى ومطالب بالتعويض فيها إقامة دليل عن الضرر الذي أصابه مثال: إصابة بإعاقة نتيجة استعمال آلة كهربائية.

2/ كيفية التعويض عن الضرر:

يكون تعويض المستهلك عن الضرر الذي أصابه، متى ثبتت مسؤولية المتدخل، وفق كليات محددة تتعلق بالأضرار المعوض عنها، وإضافة إلى عناصر التعويض وأنواعه.¹

أ/ الأضرار المعوض عنها طبقا لقانون حماية المستهلك:

-يشمل التعويض في التشريع الجزائري جميع الأضرار التي تلحق بالمستهلك في صحته أو أمنه أو مصالحه المادية، وكذلك حسب نصوص العامة تشمل الضرر المعنوي.²

-نصت المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على وجوب عدم مساس الخدمة بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلك، والخدمة تعد منتوجا، يلتزم المتدخل بضمان الأضرار المادية والمعنوية التي يسببها منتوجه.

-الأضرار المادية:

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

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص160.

²سفير سماح، مرجع سابق، ص78.

-الأضرار الجسدية:

-يقصد بها كل ما يصيب الإنسان في جسده من إصابات أو عجز أو ما يؤدي إلى وفاته، بمعنى مرض أو جروح أو حروق أو وفاة.

والتعويض عن الضرر الجسدي يكون بدفع مصروفات العلاج بكافة أنواعه مثل: نفقات الأطباء والفحوصات الطبية وغيرها من المصروفات، وكذلك التعويض عن العجز الكلي أو الجزئي.¹

الأضرار التجارية:

-هي الأضرار الواقعة على شيء أو المتمثلة في هلاك شيء ما كالسلعة المباعة ذاتها، بشرط أن يكون الشخص الواقع عليه الضرر قد تملك الشيء أو استخدمه في غير أغراض التجارية أو أعمال مهنته أو حرفته.

-فإن المسؤولية عن عيوب المنتوجات تغطي كل النفقات اللازمة لتعويض الشيء الذي أصابه التلف أو الهلاك، والمصروفات المتعلقة به مثل: مصروفات الانتقال والمصروفات الإدارية.²

الأضرار التجارية:

لم يعرف القانون الضرر المعنوي، بل اكتفت المادة 182 مكرر من القانون المدني بتعدد صورة متمثلة في المساس بحرية المضرور أو شرفه أو سمعته، وفي مجال حماية المستهلك، الضرر غالبا يكون بما يمس بحرية المستهلك في اختيار المنتج، وتجد الإشارة إلى أنه يتم التعويض عن الأضرار السالف ذكرها متى كانت مباشرة، وطالما أن

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص161.

²سفير سماح، مرجع سابق، ص79.

المسؤولية المدنية تحمل المتسبب في الضرر عبئ التعويض عن الضرر الذي أحدثه، فلا بد أن يكون قد وقع فعلا.¹

ب/ عناصر التعويض وأنواعه:

بثبوت مسؤولية للمتدخل، يقدر القاضي التعويض عناصر معينة، وتنفيذه الذي يتخذ عدة أنواع.

ب1 - عناصر التعويض:

- إن تقدير التعويض عن الضرر من المسائل الواقعية التي يستقل بها قاضي الموضوع، فقد نصت المادة 182 من القانون المدني على أن يقدر القاضي التعويض إذا لم يكن محددًا في العقد ولا في القانون، ويشمل ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، حيث يدخل في تقدير التعويض نفقات العلاج وأجرة الطبيب ونفقات المستشفى، وما ضاع على المستهلك من كسب بسبب عجزه عن العمل.

ب2 - أنواع التعويض:

- يكون التعويض الذي يحصب عليه المضرور إما عينيا أو بمقابل، وفي مجال مسؤولية المتدخل.

- التعويض العيني:

وهو الحكم بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب المسؤول الفعل الضار الذي أدى إلى وقوع الفعل الضار، وهو طريقة ناجعة بالنسبة للمضرور، إذ يهدف إلى محو الضرر ما دام ممكنا.²

¹ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 162

² مرجع نفسه، ص 164.

-لا يمكن اللجوء إلى التعويض العيني في مجال جبر الضرر الحاصل للمستهلك لأن الأمر لا يتعلق بعدم تنفيذ المدين لالتزامه، بل يتعلق بالضرر قد لحق المضرور نتيجة عيب في المنتج.

-التعويض بمقابل:

-يكون التعويض العيني ممكنا، خاصة بالنسبة للأضرار التي تتسبب فيها المنتجات هنا يتم التعويض بمقابل قد يكون نقدي أو غير نقدي.

-التعويض النقدي:

التعويض النقدي من أنجح الطرق لجبر الضرر الناجم عن عيب في المنتج، إذ يكون التعويض مبلغا من النقود، يدفعه المسؤول دفعة واحدة أو مقسما، أو مرتبا مدى الحياة، وفي حالتين يجوز إلزام المدين باكتتاب تأمين (المادة 132 قانون مدني)، ويختار القاضي الطريقة المناسبة للمضرور.

-التعويض الغير النقدي:

يكون التعويض النقدي بحكم المحكمة بأمر معين على سبيل التعويض كأن تتشر حكم المتدخل بالجريدة الرسمية وعلى نفقته، نصت عليها المادة 132 من القانون المدني، وهذا نوع من التعويض فعال في مجال حماية المستهلك، لأنه يقوم بتوعية المستهلكين حول المنتج الذي لا يحقق السلامة له وأهميته في قمع المتدخلين الذين لا يخافون على سمعة منتجهم.¹

¹شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص167.

خلاصة الفصل:

-تهدف الدراسة إلى بيان الإدارة في حماية المستهلك من أجل الحد من النشاطات الاقتصادية والتجارية الغير مشروعة والتي تؤثر بشكل كبير على المستهلك وفرض قيود لأجل تنظيم حماية المستهلك، وكذلك إلى بيان الهيئة الإدارية صاحبة الاختصاص في هذا المجال وأيضا دور رئيس البلدية في حماية المستهلك من خلال المساهمة في تنظيم العمل التجاري وتنظيم الأسواق، ودور الوالي في منح الرخص وتقييد النشاط بما يضمن سلامة المستهلك.

أما بالنسبة للجمعيات حماية المستهلك بالرغم من الدور المنتظر منها في التوعية والتحسيس واللجوء إلى القضاء، إلا أن واقعها يبقى دون الدور المنتظر بسبب العراقيل وجهود القوانين التي تحدد من فاعليتها ومن جهة قلة الدعم المادي أو انعدامه من جهة أخرى أيضا.

-كما بينت نتائج الدراسة أيضا القواعد التي وضعها المشرع من خلال قانون حماية المستهلك من أجل ضمان حمايته من المنتوجات وفي مواجهة المتدخل بالتزام قانوني اتفاقي يتيح حماية أكبر للمستهلك بإضافة إلى أحكام المنصوص عليها في قانون المدني، بوجود هذه الالتزامات يمكن للمستهلك الحصول على التعويض عما يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتوجات.

الخاتمة

من خلال دراستنا لموضوع حماية المستهلك في عمليات تسويق المنتجات الغذائية، تبين لنا رغبة المشرع في تكريس الحماية للمستهلك الذي غالبا ما يكون مركز ضعف مما دفعت به للبحث عن اليات قانونية من شأنها التصدي للاختلال التوازن الذي يخيم على العلاقة التي تجمع المستهلك بالمتدخل.

وعند تعريف قانون حماية المستهلك وقمع الغش لمصطلح المستهلك أتى بضمانة للأشخاص المعنوية لطائفة المستهلكين، ولكن يعاب على المشرع أنه قصر التعريف المستهلك الذي يقتني ولم يعتبر مستعمل المنتج مستهلكا إلا من يستعمل المنتج عن طريق مع الأخير، وما يلاحظ أن هذا التعريف يتعارض التعريف الوارد في المرسوم التنفيذي رقم 03/09 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، والسبب في ذلك كون هذا الأخير ليس نص تطبيقي للقانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وإنما هو نص تطبيقي للقانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك.

كما نوه المشرع من إلتزامات أو ضمانات الملقاة على عاتق المتدخل من ضمان سلامة المواد الغذائية من خلال احترامه للخصائص الميكروبيولوجية وتوفيره على مجموعة شروط متعلقة بالمضافات الغذائية بغية ضمان حصول المستهلك على منتجات سليمة.

يمكن القول أن ظهور التسويق في الساحة الاقتصادية لم يكن صدفة وإنما مر بمراحل ليصبح بعدها مفهوم حديث يهتم بسلوك المستهلك وهو بذلك يلعب دورا هاما في عصرنا الحالي خاصة في ظل العولمة فأى مؤسسة تهدف إلى الاستمرارية وبقاء حصتها السوقية أن تطبيق النشاط التسويقي بمختلف وظائفه التي بفضلها، تطور المؤسسة مبيعاتها وتنشيط الطلب على منتجاتها و الأخذ بعين الاعتبار العوامل الداخلية والخارجية التي تساعد على التوفيق بين أهدافها تلبية حاجات ورغبات المستهلك.

وأخيرا كرس المشرع الرقابة كآلية وقائية، وهذا بإخضاع جميع المنتوجات سواء كانت محلية أم مستوردة للرقابة في جميع مراحل عرض للاستهلاك، سواء كانت قبلية أو أثناء مرحلة العرض أو بعدية وقد تكون مستمرة وأتبعها بتقارير تدابير تحفظية في إطار الاحتفاظ من الضرر، مع استحداثه لغرامة الصلح التي تعد ضمانا للمستهلك كونها تعمل على قمع تصرفات المتدخلين دون اللجوء إلى قضاء وتحميل المستهلك مصاريف التقاضي، وتميز اجراءاتها بالتعقيد وطول المدة.

وفي الأخير نلخص جملة من اقتراحات التي نرجو من مشرع جزائري ان يوفرها من أجل حماية المستهلك كما يلي:

- مضاعفة اليات الرقابة خاصة على الأسواق ومراقبة مدى خضوعها للمواصفات والمقاييس.

- تعزيز دور مديريات التجارة وتدعيمها بالإمكانيات المادية والمعرفية التي تسهل عملية ضبط المخلين بالنظام العام للأسواق.

- تفعيل دور الجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك، واعطاءها دور فعال في نطاق الحماية المحلية للمستهلك.

- إعادة النظر في العقوبات والجزاءات المقررة لحماية المستهلك من أجل توفير حماية أكبر للمستهلك.

- توفير نظام كامل لحماية المستهلك من خلال تقديم منتجات آمنة وصحية.

- إلزام باحترام المواصفات العلمية للجودة بفرض تحسين المنتجات الغذائية.

قائمة المصادر
والمراجع

1. المصادر:

1 - القوانين:

1. قانون رقم 01-14 المؤرخ في 04 فيفري سنة 2014، المتعلق بالعقوبات، الصادر بالجريدة الرسمية عدد 07، مؤرخة في 16-02-2014.
2. قانون 02/89 مؤرخ في 08/02/1985 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك جريدة الرسمية، عدد60(الملغى).
3. القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، الصادر في 8 مارس 2009.
4. قانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، ج.ر، 41 مؤرخ في 27/06/2004.
5. قانون الولاية رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، جريدة رسمية رقم 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.
6. قانون 31/90 المؤرخ في 04/12/1990 المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية رقم 53.
7. قانون 10/11 مؤرخ في 22 يونيو 2011 يتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية عدد رقم 37 الصادرة بتاريخ 03 يونيو 2011.
8. القانون رقم 06/12، المتعلق بالجمعيات، الصادر في الجريدة الرسمية عدد 02 الصادر في 15/02/2002.
9. القانون رقم 12-05 المؤرخ في 04-08-2005، المتعلق بالمياه، الصادر بالجريدة الرسمية عدد 60، المؤرخة في 04-09-2005.

2 - القرارات الوزارية:

1. القرار الوزاري المؤرخ في 23/07/1994 المتعلق بمواصفات الميكروبيولوجية لبعض المواد الغذائية، ج ر، عدد 57 المعدل والمتمم بالقرار المؤرخ في 24/01/1998، ج ر، عدد3.

2. القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 08-01-1994، المتعلق بنوعية الفواكه والخضر الطازجة الموجهة للإستهلاك وعرضها، الصادر بالجريدة الرسمية عدد14، المؤرخة في 16-03-1996.
3. القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21-11-1999 المحدد لدرجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد والتجميد المكثف للمواد الغذائية، الصادر بالجريدة الرسمية عدد 07، المؤرخة في 08-12-1999.
- 3 - المراسيم التنفيذية:
 1. مرسوم التنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق ل 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
 2. مرسوم تنفيذي رقم 12-214، مؤرخ في 15/5/2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال الإضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج ر، عدد30.
 3. المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق ل 30 يناير سنة 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.ج.د.ع، السنة السابعة والعشرون، الصادر 1990/01/31
 4. مرسوم التنفيذي رقم 02/453 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر، عدد48
 5. مرسوم تنفيذي رقم 08/266 مؤرخ في 19 أوت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02/454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد48 .
 6. المرسوم التنفيذي رقم 12/203 المؤرخ في 06 ماي 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات.
 7. المرسوم التنفيذي 13/378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق ل9نوفمبر2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.
 8. المرسوم رقم 91-04 المؤرخ في 19-01-1991، يتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومستحضرات التنظيف، الصادر بالجريدة الرسمية عدد04.

9. المرسوم رقم 91-53 المؤرخ في 23-02-1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عرض الأغذية للإستهلاك، الصادر بالجريدة الرسمية عدد 09.

II. المراجع:

1 - الكتب:

1. السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري الإستهلاكي في سبيل حماية المستهلك دراسة مقارنة، ط2، دار النهضة العربي، القاهرة، مصر، 1999.
2. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين شريعة والقانون، ط1، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2008.
3. يحه عيسى، العلاوي عمر، بلحمير إبراهيم، تحليل السوق، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة 5 الجزائر، 2007،

2 - المذكرات الجامعية:

1. ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مأكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011،
2. بن خليفة مريم، التسويق الإلكتروني واليات حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية حقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف-2، 2016/2015.
3. سفير سماح، الليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص قانون اجتماعي، جامعة د/الطاهر مولاي سعيدة، 2016-2017،
4. شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزيوزو، 2012.
5. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل قانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مأكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والادارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2013-2014.

6. علي باحي، حماية المستهلك في القانون الجزائري، لنيل شهادة ماستر، جامعة عربي بن مهدي، أمالبواقي، 2015/2016.
7. مصطفى بوديسة، حماية المستهلك من أخطار المنتجات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، جامعة الجزائر، ط1، سنة 2015.

3 - المعاجم:

1. المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د.ط.م.ن.س.ن.

4 - مواقع التواصل الإلكتروني:

- 1- كاتب سيف الدين، منتديات ستار تايمز، أرشيف التغذية والصحة
- www.aisa.lamalgeria.com
- 2- <http://e-commerce20.blogspot.com>
- 3- الموقع الرسمي لوزارة التجارة
- <https://www.commerce.gov.dz/ar>

الفهرس

	شكر
	اهداء
1	مقدمة.....
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي	
06	تمهيد.....
07	المبحث الأول: مفهوم المستهلك.....
07	المطلب الأول: تعريف المستهلك والمنتجات الغذائية.....
07	الفرع الأول: المستهلك.....
07	الفرع الثاني: المنتجات الغذائية.....
11	المطلب الثاني: الشروط المتعلقة بسلامات المنتجات.....
11	الفرع الأول: احترام الخصائص الميكروبيولوجية.....
13	الفرع الثاني: الشروط المتعلقة بالمضافات الغذائية.....
16	المبحث الثاني: مفهوم التسويق.....
16	المطلب الأول: تعريف التسويق وأهدافه.....
16	الفرع الأول: تعريف التسويق لغة واصطلاحا.....
18	الفرع الثاني: أهداف التسويق.....
20	المطلب الثاني: وظائف وأهمية التسويق.....
20	الفرع الأول: وظائف التسويق.....
21	الفرع الثاني: أهمية التسويق.....
21	خلاصة الفصل.....
الفصل الثاني: حماية المستهلك الناتجة عن تسويق المواد الغذائية في التشريع الجزائري	
25	تمهيد.....

26	المبحث الأول: الحماية القبلية للمستهلك.....
26	المطلب الأول: إلتزامات المتدخل ودور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.
26	فرع الأول: إلتزامات المتدخل.....
29	الفرع الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.....
37	المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك.....
37	فرع الأول: تأسيس جمعيات حماية المستهلك.....
39	فرع الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.....
43	المبحث الثاني: الحماية البعدية للمستهلك.....
43	المطلب الأول: المسؤولية الجزائية للمتدخل.....
43	فرع الأول: كيفية متابعة المتدخل جزائيا.....
48	فرع الثاني: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف.....
51	المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل.....
51	الفرع الأول: أحكام خاصة لصالح المضرور.....
52	الفرع الثاني: الدعاوى المدنية الناشئة عن الاخلال بالالتزام.....
57	خلاصة الفصل.....
59	الخاتمة.....
62	قائمة المصادر والمراجع.....