

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي _ الأغواط
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة تخرج مقدمة ضمن مقتضيات نيل شهادة الماستر LMD في قانون الأعمال بعنوان:

تطور النظام القانوني لحماية المستهلك في التشريع الجزائري

إشراف الدكتورة:

طهاري حنان

إعداد الطلبة:

- بن دريس أبو بكر الصديق

- العبدالي محمد

لجنة المناقشة:

- د. خضرون عطاء الله رئيسا.

- د. طهاري حنان مشرفا ومقررا.

- د. يخلف عبد القادر مناقشا.

السنة الجامعية: 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"طلب العلم شاق ولكن له لذة ومتعة والعلم لا ينال إلا على
جسر من التعب والمشقة ومن لم يتحمل ذل العلم ساعة يتجرع
كأس الجهل أبدا"

عبد المحسن محمد القاسم

الاهداء

الى روح أبي الزكية الطاهرة

الى امي العزيزة حفظها الله وأطال في عمرها

الى أمي التي ربّني بركاهم بن دريس

الى الأخوة الأعزاء

الى أخوالي وخالتي وكل من يحمل لقب عيساوي

الى كل الاهل والاقارب

الى جميع الاصدقاء والزملاء

أهدي مشروع تخرجي هذا لكم وإلى من كان لي عوناً وسنداً.

بن دريس أبو بكر الصديق

الشكر

أحمد الله سبحانه وتعالى وأشكره الذي أنار لنا سبيل العلم والمعرفة

وعملاً بقول المصطفى صل الله عليه وسلم في الحديث الشريف "من لم يشكر الناس لم يشكر الله."

نتوجه في البداية بخالص الشكر وعظيم الامتنان الى مشرفتي الأستاذة طهاري حنان على كل الجهود والنصائح المقدمة لنا من طرفها لإنجاز هذه الدراسة.

كما لا أنسى أن أشكر زميلي في هذا العمل المتواضع السيد العبدالي محمد

وأتقدم بالشكر الى العائلة الكريمة على كل ما قدموه لي من تشجيعات ودعم

كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير الى كل عمال وإدارة كلية الحقوق بجامعة عمار ثليجي بالأغواط، وعمال المكتبة وكل هيئة التدريس بالكلية.

ولا يفوتني أن أتوجه بشكر خاص الى الزملاء نور الدين بيقع وديمح عمار والدكتور عيسى

لحاق وتجاني بوزيدي وصحراوي هجير وإلياس مشيكل

وفي الأخير نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان الى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

بن دريس أبو بكر الصديق

الاهداء

إلى من قرن الرحمن عبادته بهما

إلى من كان دعاؤها لي سنداً، إلى التي لم أجد كلمة توفي حقها

إلى نبراس وجودي ونبع الحنان.

أمي

حفظك الله لي وأطال في عمرك.

إلى سندي وظهري ومصدر ثباتي وعزيمتي

إلى تاج راسي

أبي

إلى أسرتي لكم جميعاً أهدي ثمرة جهدي.

العبدالي محمد

الشكر

أحمد الله سبحانه وتعالى وأشكره الذي أنار لنا سبيل العلم والمعرفة
نتوجه في البداية بخالص الشكر وعظيم الامتنان الى مشرفتي الأستاذة طهاري حنان على
كل المجهودات والنصائح المقدمة لنا من طرفها لإنجاز هذه الدراسة.
كما لا أنسى أن أشكر زميلي في هذا العمل المتواضع السيد بن دريس أبو بكر الصديق
وأتقدم بالشكر الى العائلة الكريمة على كل ما قدموه لي من تشجيعات ودعم
كما أتوجه بجزيل الشكر والتقدير الى كل عمال وإدارة كلية الحقوق بجامعة عمار ثليجي
بالأغواط، وعمال المكتبة وكل هيئة التدريس بالكلية.
وفي الأخير نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان الى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

العبدالي محمد

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى محاولة الوقوف على مدى تطور النظام القانوني لحماية المستهلك في الجزائر ومدى نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة في جمهور المستهلكين بالإضافة الى إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية، وذلك بسن قوانين أكثر صرامة وردعية وقائية وجنائية. حيث تم تحديد بعض المفاهيم الأساسية في الدراسة مثل مفهوم المستهلك وقواعد حماية المستهلك والنظام القانوني لحماية المستهلك وقمع الغش، وآليات حماية المستهلك بالإضافة الى القيام بدراسة تحليلية لقانون حماية المستهلك رقم 09-03.

وفي الأخير نخلص الى القول من خلال ما تم دراسته إن الحماية الجنائية للمستهلك بالرغم من جل التشريعات التي وضعها المشرع الجزائري وسعيه إلى تطبيقها على أرض الواقع، إلا انه لم يوفق إلى حد كبير في الحد من الجرائم التي تمس بالمستهلكين.

Summary :

This study aims to try to determine the extent of the development of the legal system for consumer protection in Algeria and the extent of spreading the healthy consumer culture in the consumer audience in addition to the fairness of the consumer who is a weak party in the consumer relationship, by enacting stricter laws and preventive and criminal penalties.

As some basic concepts were identified in the study such as the concept of consumer and the rules of consumer protection and the legal system for consumer protection and fraud suppression, and mechanisms of consumer protection in addition to carrying out an analytical study of the Consumer Protection Law No. 09-03.

Finally, we conclude by saying that what has been studied is the criminal protection of the consumer, despite the bulk of the legislation that the Algerian legislator has put in place and his endeavor to implement on the ground. However, he has largely been unsuccessful in curbing crimes that affect consumers.

المقدمة

المقدمة

المقدمة:

إن التغيرات التي تشهدها الجزائر في شتى المجالات خاصة التغيرات الجذرية التي يشهدها اقتصادها استجابة لمتطلبات الفترة الراهنة بالتوجه الى اقتصاد السوق وما تستلزمه هذه الفترة الانتقالية من ضرورة إدخال تغيرات وميكانيزمات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية وكافة هياكلها بالإضافة الى المؤسسات الإدارية والاقتصادية والتجارية الفاعلة وذلك للتخلص من المذهب الحمائي المعتمد في ظل النظام الاشتراكي الذي كان ينادي لتقييد التبادل مع العقبات التي تعيق تدفق وانتقال السلع عبر الحدود سواء كانت في شكل إيرادات أو صادرات .

وهكذا وقّعت الجزائر على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وانضمامها الى المنظمة العالمية للتجارة ويقتضي عليها الاندماج في الإقتصاد العالمي والذي لا يمكن أن يتجسد إلا باتخاذ الإجراءات اللازمة والتي تهدف الى تحرير المبادلات التجارية وإتباع المذهب الليبرالي الذي ينادي بأن تكون التجارة الدولية حرة لا تشوبها أي عقبات أو قيود التي تعيق تدفق المنتجات وتسويقها، وعليه فقد نجم عن هذا الانفتاح الاقتصادي وما يسوده من تحرير الأسواق ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية الغرض منها إشباع حاجيات ورغبات المستهلك، إلا أن هذا الأخير أصبح محل خطر نتيجة للوجود سلع قد تمس بصحته وسلامته ناهيك عن وجود مناورات وتلاعبات من قبل فئة من التجار الذين لا يهمهم إل الربح السريع على حساب المستهلك نتيجة للجشع الذي يرتابهم بعيدا عن كل روح تنافسية ونزاهة.

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني الذي يطلق عليه بالمشتري، فتغير مدلول المصطلحات كان تبعا

المقدمة

للظروف الاقتصادية التي مرت بها الجزائر بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول الى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية.

ومما لا شك فيه أن تحرير النشاط الاقتصادي من القيود التي كانت تعيقه سالفاً أهمها التدخل الكلي للدولة في التجارة الداخلية وتوليها تنظيم الأسواق بما تتناسب وسياساتها فإنه لا يعني بالضرورة الانسحاب الكلي من تنظيم الاقتصاد الوطني ذلك عند سن قانون المنافسة في سنة 1995، وكذا التأكيد الدستوري سنة 1996 الذي يؤكد على أن حرية التجارة والصناعة مضمونة بالدولة لا تزال هي صاحبة القرار في تنظيم الاقتصاد الوطني حيث انتقل دورها من الدولة الحارسة الى الدولة الضابطة ، وهذا يتناسب مع الفكر الليبرالي (1723-1790م) الذي دافع عنه الرجل الاقتصادي والفيلسوف اليوناني "أدام سميث" تحت شعار "دعه يعمل دعه يمر" بعيداً عن كل القيود والمعوقات الموضوعة من قبل الدولة إذ أن الحياة الاقتصادية للأمم لا بد أن تبنى على المنافسة الحرة المشروعة كشرط ضروري وأساسي في النظام الليبرالي والغاية منها تقديم سلع وخدمات للمستهلك.

وفي هذا الصدد أصدر المشرع الجزائري سلسلة من القوانين تصبو الى حماية المستهلك وتنظيم المنافسة ومن هذا المنطلق والذي نريد من خلاله التطرق لقضية حماية المستهلك في ظل هذا النظام أي المنافسة الشرسة وهذا النظام الذي لم تألفه لا السوق الجزائرية ولا المواطن الجزائري كمستهلك حيث كانت السوق الجزائرية لا تزال سوق فنية وغير مهياة لما يخفيه هذا النظام من أساليب عدة لنيل كثرة تدفق المنتجات ومن مختلف الجنسيات على التنوع والعرض الوفير فوجد نفسه أمام سوق غارقة بمختلف المنتجات. حتى أحيانا يصعب عليه التفريق بين السلع. ولا يعلم مصدرها ولا مكان صنعها ولا وسمها مما يجعل حياته مهددة بالخطر الأمني والصحي. وذلك بسبب وقوع ظاهرة الغش التجاري وتطور أساليبه مما يستدعي الأمر وجوب حماية قانونية فعالة وشاملة للمستهلك الجزائري.

المقدمة

لقد أصبحت حماية المستهلك أكثر من ضرورة ولا يمكن التصدي للممارسات التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية أكثر فعالية تحرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك وكذا تحميه من الناحية المادية. ومؤخرا كان أساس إرادة المشرع القانونية والسياسية في حماية المستهلك ومن ورائه الاقتصاد الوطني القانون الجديد رقم 03-09 الصادر في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ومن روائه سلسلة من النصوص التنظيمية.

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

إن دراسة موضوع حماية المستهلك في ظل قانون رقم 03\09 ومدى فعالية هذه الحماية على أرض الواقع يقتضي إتباع المنهج التحليلي النقدي، لأن دراسة هذه النصوص يتطلب منا تحليلها وتمحيصها للوقوف على آليات الحماية التي أقرها المشرع، وكذلك المنهج النقدي لمعرفة مدى فعالية هذه الآليات على أرض الواقع مع الإعتماد على المنهج التاريخي بشكل بسيط عند التعرض لتطور حماية المستهلك، وكذلك تطور القوانين الخاصة بحماية المستهلك في الجزائر، وإعتماد المنهج المقارن بشكل بسيط أيضا مقارنة بالمشرع الفرنسي كون المشرع الجزائري أعتمد عليه في الكثير من نصوصه.

المقدمة

1. أسباب اختيار الموضوع: يمكن إرجاع اختيار الموضوع الى:

1. أسباب موضوعية:

- يعد موضوع حماية المستهلك الجزائري موضوعا جديدا مقارنة بالقوانين التقليدية الاخرى على غرار القانون المدني وقانون العقوبات.

- لا يحظى المستهلك الجزائري بحماية قانونية فعالة وشاملة نظرا لما يتعرض اليه من خروقات في حقه، كعدم أمن وسلامة المنتجات المقدمة للاستهلاك.

المستهلك دائما في وضعية مركز ضعف عكس خصمه المهني أو المتعامل الاقتصادي الذي يتمتع بالقدرة الفنية والمالية.

2. أسباب ذاتية:

- بغية نشر الوعي الاستهلاكي بين جمهور المستهلكين، والحث على تكتلهم.

- نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة، حتى نحصل على مستهلك واعي وفاعل في المجتمع.

- إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاقتصادية عامة وفي العلاقة الاستهلاكية خاصة.

ترتبا لما تم التوصل إليه تظهر الإشكالية التي نحن بصدد دراستها والمتمثلة في السؤال الجوهرى كالاتى:

كيف تناول المشرع الجزائري النظام القانونى لحماية المستهلك عبر مختلف مراحله؟

2. أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في كونه موضوع الساعة وه الواقع المعيشي اليومي للمستهلك الجزائري، أيضا نرى أهمية الموضوع تكمن أن المستهلك الجزائري هو أولا مواطن جزائري وهو طرف يلعب دورا هاما ومحوريا في العلاقات الاقتصادية والتجارية بصفة عامة والعلاقة الاستهلاكية بصفة خاصة لذا يستوجب توفير حماية فعالة وشاملة له من طرف المشرع الجزائري.

3. أهداف الدراسة:

نلخص هذه الأهداف فيما يلي:

- ✓ الوقوف على مدى تطور النظام القانوني لحماية المستهلك
- ✓ نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة في جمهور المستهلكين
- ✓ إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية، وذلك بسن قوانين أكثر صرامة وردعية وقائية وجنائية.

4. منهج الدراسة:

ولمعالجة إشكالية هذا الموضوع بدون مسلمات مسبقة وهذا ما يقتضيه البحث الموضوعي، ارتأينا أن المنهج التحليلي والمنهج الوصفي هما المناسبان لهذه الدراسة لأنه يتبعن علينا تحديد المفاهيم بدقة: مفهوم المستهلك، قواعد حماية المستهلك، النظام القانوني لحماية المستهلك وقمع الغش، وآليات حماية المستهلك. ودراسة تحليلية للقانون حماية المستهلك رقم 09-03.

وفي نفس سياق ارتأينا الاستعانة بالمنهج التاريخي من خلال سرد علمي منطقي سياق تطور النظام القانوني لحماية المستهلك عبر مختلف مراحله.

5. منهجية الدراسة:

ولدراسة الموضوع والإجابة على الإشكالية اتبعنا المنهجية التالية: لقد قسمنا الموضوع الى فصلين، وكل فصل الى مبحثين:

حيث نتناول في الفصل الأول النظام القانوني لحماية المستهلك في المرحلة السابقة لصدور القانون رقم 03/09

ونتناول في الفصل الثاني الى النظام القانوني لحماية المستهلك في مرحلة ما بعد صدور القانون رقم 09-03.

وأخيراً، فإنه رغم الجهد الذي بذلناه فإننا لا نزعم أننا بلغنا الغاية، وألمنا بجميع جوانب الموضوع، فقد وقفنا دون

حد الكمال الذي ننشده، وحسبنا أن يكون هذا البحث بداية لتأصيل جديد لمجال النظام القانوني لحماية

المستهلك.

الفصل الأول

النظام القانوني لحماية المستهلك في

المرحلة السابقة لصدور القانون

رقم 09-03

تمهيد

مصطلح المستهلك أصبح في يومنا هذا من العبارات القانونية لذلك كان من الضروري إعطاء تعريف قانوني له خاصة مع الأهمية الكبيرة التي تحظى بها هذه الفئة، حيث أن القوانين الخاصة بحماية المستهلك تستهدف أساساً هذا الشخص من أجل تطبيق النصوص التي تضمن له الحماية.

ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لا بد من وجود أجهزة قوية وفعالة وبدونها يصبح قانون حماية المستهلك مجرد حبر على ورق ويفتقد الآلية لردع المخالفين له من المتدخلين وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص من خلال منحها سلطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية.

وقد تناولنا هذا الموضوع من خلال تقسيم هذا الفصل الى مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم المستهلك ونطاق تطبيق قواعد حمايته

المبحث الثاني: قواعد حماية المستهلك من الشروط التعسفية

المبحث الأول: مفهوم المستهلك ونطاق تطبيق قواعد حمايته

سنحاول في هذا المبحث ادراج بعض المفاهيم الأساسية المتعلقة بالمستهلك من خلال تقديم مفهوم شامل للمستهلك ونطاق تطبيق قواعد حمايته وفقا للتعريفات المقدمة لها. وكذا تقديم قواعد حماية المستهلك من الشروط التعسفية في مرحلة إبرام العقد ومرحلة تنفيذ العقد.

المطلب الأول: مفهوم المستهلك¹

للإحاطة بمفهوم المستهلك لابد من تعريفه في ظل تعدد واختلاف وتباين التعاريف في اللغة والاصطلاح، ولهذا سوف نتطرق الى هذه التعاريف أولا من الناحية اللغوية، ثم من الناحية الاصطلاحية، ومن الناحية الفقهية.

1. تعريف المستهلك

1.1. التعريف اللغوي للمستهلك:

إن كلمة المستهلك مشتقة من الفعل هلك بمعنى النفاذ والتغيير والتبديل واستهلك أي استنفذ أو أفني أو هلك أو التهم أو أكل، فيقال استهلك المال إي بمعنى "أنفقه وأنفذه"²، والاستهلاك هو الاستنفاد والإسراف والإهلاك، واسم الصفة هو مستهلك ويعني القابلية للفناء، واسم الفاعل من استهلك مستهلك بضم الميم وكسر اللام.

وفي اللغة الفرنسية كلمة **consommateur**³ والتي يقصد بها "الشخص الذي يقوم بعملية

الاستهلاك، فهو الفاعل الذي يستهلك الشيء"⁴

2.1. التعريف الاصطلاحي للمستهلك:

المستهلك اصطلاحا هو من "يقوم باستعمال السلع والخدمات من أجل إشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها واستخدامها في نطاق نشاطه المهني"⁵، ومن هنا فإن مصطلح

¹ علي ياحي، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي-2016، ص 7-

13

² ابن منظور، لسان العرب المحي، الجزء 3، دار لسان العرب، بيروت، ص.820.

³ جمال عبد الناصر، موسوعة في الفقه الإسلامي، المجلس الاعلى للشؤون الإسلامية، ج 8 ص124.

⁴ السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك دراسة مقارنة، ط.2، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1999، ص7.

⁵ عبد الفتاح بيومي حجاز، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2002، ص138.

المستهلك جاء شاملا، سواء اقتنى الفرد سلعة أو خدمة ما، سواء مرة أو عدة مرات فيطبق عليه مصطلح المستهلك.

وفي تعريف آخر فهو الشخص الذي يشتري منتجات للاستعمال الشخصي على أن يأخذ بعين الاعتبار متغيرات نابعة من الفرد ذاته ومتغيرات خارجية، وكذلك خصائص المنتج مع ضرورة الربط بين المتغيرات الثلاث، فحسب هذا التعريف نلاحظ أن إطلاق صفة "الشخص" على المستهلك يكشف الجوانب الاجتماعية حسب علماء الاجتماع، فالشخص حسب علماء الاجتماع يعني "وحدة للتحليل السوسيولوجي موضوع اجتماعي يخص بمكانة خاصة ويؤدي أدوارا اجتماعية تنطوي على مسؤوليات نحو ذاته، ونحو الآخرين بوصفه عضوا في مجتمع ومشاركاً في مثله وتقاليده الثقافية"¹.

والشخص هنا لا يقصد به صاحب الشأن في عملية التوزيع لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية فقط، وإنما هو المعنى ذو الشأن بهذه العملية في نطاق نشاطه المهني².

أ-تعريف المستهلك عند علماء الاقتصاد: عرف الاقتصاديين المستهلك على أنه كل فرد يشتري سلع أو خدمات لاستعمال الشخصي، أو الشخص الذي يحوز ملكية سلعة، كما يعرفه البعض بأنه كل من يحص من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي لإشباع حاجاته الاستهلاكية حالا ومباشرا.

وعليه فإن المستهلك في المفهوم الاقتصادي يقصد به كل فرد يشتري سلعة وخدمة لاستعمالها الشخصي وإشباع حاجياته ورغباته الشخصية وليس من أجل التصنيع، أو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة³.

وبالتالي فإن الاستهلاك في علم الاقتصاد يعتبر المرحلة الأخيرة في العملية الاقتصادية وعنده تنتهي عملية التداول، وهو خلافا للإنتاج والتوزيع اللذان يحتلان مراحل متقدمة⁴.

ب-التعريف الفقهي القانوني للمستهلك: انقسم الفقهاء في تعريف المستهلك إلى العديد من الاتجاهات، بين اتجاه ضيق من دائرة تعريفه واتجاه آخر موسع حيث يعرف:

¹ سيف الإسلام شوية، سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمية اقترح نموذج للتطوير. كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة عنابة، 2006، ص 18-19.

² حمد الله محمد حمد الله. حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دار القدس، فلسطين، 1997ص.8

³ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير. أشور عبد الحفيظ. دون تاريخ المناقشة. 2013-2014، ص 27.

⁴ السيد خليل هيكال. مرجع سابق.ص.8.

الفصل الأول: النظام القانوني لحماية المستهلك في المرحلة السابقة لصدور القانون رقم 09-03

-الاتجاه الموسع للمستهلك على أنه: " كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في الأغراض المهنية".

-الاتجاه الضيق والذي يعتبر بمثابة التعريف الراجح فيعرف المستهلك بأنه " الشخص الذي يسعى للحصول على حاجياته من مختلف السلع والخدمات، والذي نستخلص منه ما يلي¹ :

✓ بأن المستهلك هو الذي يسعى للحصول على السلع والخدمات لاستعمالها الشخصي، إي أن ينتفع بها دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة أو للبيع أو غير ذلك، وعليه فالمستهلك قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا.

✓ المستهلك لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه والحصول عليه.

✓ المستهلك هو ذلك الشخص الذي يحصل على السلع أو الخدمات بهدف غير مهني وهذه المنتجات تقدم له من طرف شخص آخر غالبا ما يكون محترفا والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى بعقد الاستهلاك.

لكن الأمر ليس كذلك فهناك منتجات يقتنيها شخص ما ويستعملها معه أشخاص آخرون سواء من قبل أفراد آخرين كأفراد العائلة الذي هم بالنسبة لعقد البيع من الغير وهذا الغير هو المستهلك في نفس الوقت لكنه يكون على الهامش من زاوية حق مرتبط بمفهوم العقد إما أن يحصل أو يستعمل، فالمستهلك يعتبر دائما شخصا الهدف غير مهني يقتضي وجود احتياجات خاصة والتي تعتبر بمثابة احتياجات الأشخاص الطبيعيين.

لكن تعترف لبعض الأشخاص المعنويين بصفة المستهلك متى كان نشاطها غير مهني ولا يهدف إلى تحقيق الربح من ذلك، مثل الجمعيات الثقافية الرياضية والدينية التي تسعى لتأطير الشباب وتحسين السلوكيات في المجتمع، فمثلا هؤلاء يمكنهم التمتع بالحماية المقررة في قانون الاستهلاك، أثناء إبرامها للعقود مع غيرها².

ج- تعريف المستهلك في التشريع الجزائري : واكب المشرع الجزائري في مجال ضمان حماية المستهلك تطور حركة حماية المستهلك في العالم خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي الذي عرفته الجزائر، وصدور أول قانون خاص بحماية المستهلك، حيث كانت هذه الحماية في ظل الاقتصاد الموجه مقتصرة على بعض المواد في القانون المدني التي لم يكن لمصطلح المستهلك وجودا حيث كان مصطلح المشتري هو المصطلح المعروف.

¹ يوسف عشيرة خديجة، ضمان خدمات ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري. مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات التطبيقية. جامعة حسينة بن بوعلوي، الشلف، 2011-2010 ص 10-09.

² زويير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، ص 46.

د-تعريف المستهلك في القانون رقم 89-02: لم يعرف المشرع الجزائري المستهلك في القانون 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك¹، بل اكتفى بوضع القواعد والأليات العامة لحمايته، إلا أنه تدارك ذلك فيما بعد وعرفه من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الصادر في 30-1-1990.

حيث كان أول تعريف قانوني للمستهلك تبناه المشرع الجزائري في هذا المرسوم في مادته الثانية في فقرتها الأخيرة، حيث عرفه على أنه " كل شخص يقتني بضمن أو مجانا منتجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"².

حيث أن المتأمل لهذا التعريف يمكن أن، يلاحظ أن المشرع قد قصر الحماية على المقتني للمنتج أو الخدمة فقط من خلال عبارة "شخص يقتني"، كما أن استعمال المشرع لعبارة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي، يعد توسعا لا مبرر له لأنها تناقض ما يليها من خلال عبارة "لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، حيث ينبغي أن تمتد إليهم الحماية لأن الاقتناء تم لفائدة تعميم، فعقد الاستهلاك لا يقتصر فقط على المحترف أو المقتني بل يمتد إلى الأشخاص الذين هم في كفالة المقتني³.

وعليه مما تقدم، نستنتج أن المشرع الجزائري تبني الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، حيث جعل الاستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك، مما يفيد استبعاد المهني، وهو ما جاء به المرسوم التنفيذي، 97-254 حيث نصت المادة 2 منه على أنه يقصد بالمنتج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم هو المنتج النهائي الموجه لاستعمال الشخصي للمستهلك، ولا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني منتجات استهلاكية⁴، حيث أن المستقر لهذه المادة في فقرتها الثانية يلاحظ استبعاد المهني من دائرة المستهلك، حيث استعمل عبارات

¹ القانون 89-02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد، 6 المؤرخة في 8-02-1989.
² المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش. الجريدة الرسمية. العدد. 5 المؤرخة في 31 يناير 1990 السنة السابعة والعشرون.

³ محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية دراسة مقارنة، طبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 31.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 254-97 المؤرخ في 8 يوليو، 1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، الجريدة الرسمية، العدد، 46 السنة الرابعة والثلاثين.

كل "شخص" وعبرة "الإستعمال الشخصي أو العائلي" توشي بما لا يترك مجالا للشك في أن المقصود بالشخص هنا هو الشخص الطبيعي دون ذكر الشخص المعنوي¹.

هـ-تعريف المستهلك من خلال النصوص الجديدة: شهد مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم، وذلك من خلال النصوص القانونية التي استحدثها، حيث ورد في المادة 3 من الفقرة 2 من القانون 02-04 المتعلقة بالممارسات التجارية ما يلي: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني"²

وكما عرفته المادة 3 من فقرة 1 من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009؛ المستهلك بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة لاستعمال الخارجي النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"³.

ومن خلال هذه التعاريف نستنتج أن المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبرم عقودا مختلفة من شراء وإيجار وغيرها من أجل توفير ما يحتاج إليه من سلع ومواد وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجياته الضرورية والكمالية والمستقبلية دون أن يكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء عن طريق إعادة تسويقها كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو المزارع.

فموقف المشرع الجزائري واضح تأكيد وإبقائه على صفة المستهلك بالنسبة لاستعمال الشخصي والعائلي، لكننه وسع من دائرة الحماية أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له، وهذا نظرا لتأثر المشرع بنظيره الفرنسي الذي قرر حماية الشخص المعنوي ضد الشروط التعسفية.

ملاحظة: يوجد اختلاف بين المشتري والمستهلك؛ فالمشتري يتخذ قرار الشراء وينفذه لكن قد ينتفع من السلعة وقد لا ينتفع، وقد يستفيد من الخدمة وقد لا يستفيد، وعليه فإن مصطلح المستهلك أعم وأشمل من المشتري.

¹ شلي الزين وبو تحت جلال، مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري. مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول " حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جامعة سكيكدة، كلية الحقوق، ملحقه عزابه، يومي 08 و 09 نوفمبر. 2010، ص 04.

² القانون رقم 04/02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية. العدد 41 المؤرخة في 06-2004. 27 السنة الواحدة والاربعين.

³ راجع المادة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد، 15 الصادر في 8 مارس 2009.

2. العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك¹

قبل التطرق لدراسة أهم العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك يجب أولا معرفة سلوك المستهلك، ومعرفة سلوك المستهلك يجب دراسة المستهلكين عندما يقومون بتبادل شيء ذي قيمة لمعرفة السلعة أو الخدمة التي تشبع حاجياتهم، وطبقا لهذا التعريف تتعلق دراسة المستهلك بالتعرف على كيفية قيامه اتخاذ القرارات التي تتعلق بتوجيه الموارد المتاحة له من وقت وجهد ومال لشراء واستهلاك السلع والخدمات التي تشبع حاجياته.

وهناك تعريف آخر لسلوك المستهلك يعرفه على أنه: "السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشترى ويستعمل ويقيم ويتخلص مع السلع والخدمات (بعد استعمالها)، والتي يتوقع أن تشبع حاجاته"².

1.2. عوامل تأثير البيئة

أ- **الثقافة**: تعتبر الثقافة بمثابة السلوك المكتسب للفرد، بحيث أن الفرد يكتسبها عن طريق العيش في مجتمع معين ولا يورثها، فمعتقدات الفرد وقيمه وعاداته من مكونات الثقافة التي تؤثر على الطريقة التي يستجيب بها لمواقف معينه في حياته اليومية.

كما تعرف الثقافة بأنها مركب من المعرفة والعقائد والفنون والأخلاقيات والقوانين والعادات والقيم والتقاليد المختلفة التي يكتسبها الفرد باعتباره عضوا في المجتمع، وبالتالي يمكن اعتبارها نمطا للسلوك الذي يتبعه أعضاء المجتمع الواحد³، كما عرفته أيضا على أنها النسخ المتكامل للخصائص المميزة للسلوك المكتسب التي يشترك فيها أعضاء مجتمع معين⁴.

وهناك من يعرفها على أنها مجموعة المعتقدات والقيم والعادات التي يتعلمها أفراد مجتمع معين والتي توجه سلوكهم كمستهلكين⁵.

ب- **الطبقات الاجتماعية**: تعرف الطبقات الاجتماعية على أنها مجموعة متجانسة من الأفراد لهم نفس القيم والاهتمامات والسلوكيات، أو يبدون أوجه مقاربة فيما يخص سلوكهم وأرائهم¹.

¹ علي باحي، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016، ص 13-18.

² عنابي بن عيسى. سلوك المستهلك عوامل تأثير البيئة. ج 1. ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر. 2010، ص 16-17.

³ نفس المرجع السابق. ص 112.

⁴ نفس المرجع السابق. ص 113.

⁵ نفس المرجع السابق. ص 143.

وهناك من يري أن الطبقة الاجتماعية هي بمثابة التقسيم الاجتماعي المدرج للمجتمع إلى مجموعات صغيرة ومتجانسة بالنسبة للاتجاهات والقيم وطرق المعيشة.

من خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن الطبقات الاجتماعية ما هي إلا محاولة من أجل ترتيب أفراد المجتمع، بحيث تتميز كل مجموعة بمكانة اجتماعية معينة وتتقارب في السلوك والآراء والقيم والاتجاهات وطرق المعيشة.

فالمجتمع يقسم أفرادَه وفق تدرج اجتماعي، حيث نجد في كل مجتمع أفراد مميزين ويشغلون في مراكز غاية في القوة والمكانة، بما أن نفس أفراد الطبقة الاجتماعية يميلون إلى سلوك مميز من حيث تفضيلاتهم المتشابهة للسلع والخدمات والتسوق في نقاط بيع مشتركة ومتابعة برامج ثقافية وترفيهية معينة وقراءة بعض الصحف والمجلات المحددة.

ج- الجماعة المرجعية: والتي تعرف على أنها "مجموعة من الأشخاص التي تؤثر إيجابيا أو سلبا على الفرد في اتجاهاته وسلوكاته وعلى حكمه التقويمي".²

كما تعرف أيضا بأنها: "أي شخص أو جماعة تستخدم كنقطة للمقارنة أو كنموذج للفرد في تكوين قيمه واتجاهاته وسلوكياته سواء كانت عامة أو خاصة".

ومن خلال التعريفان نستنتج أن الجماعة المرجعية:

✓ هي مجموعة من الأفراد تستعمل كمرشد للسلوك في مواقف مختلفة، كما هو الحال في الحزب السياسي، أو الجامعة أو الهيئات المختلفة.

✓ هي المجموعات التي يتطلع الفرد إلى الاقتداء بها باعتبارها الإطار المرجعي الأساسي لاتخاذ القرارات الشرائية.

✓ تلعب دورا هاما في التأثير على قيم الفرد واتجاهاته وسلوكياته المتعلقة بالاستهلاك والتأثير الممارس للاتجاهات من طرف هذه الجماعات، باعتبارها المرجعية ذات تأثير كبير على سلوك المستهلك وهي على سبيل المثال³ العائلة، الأصدقاء، الجمعيات الرسمية، جمعيات حماية المستهلك.

¹ نفس المرجع السابق، ص 175.

² عنابي بن عيسى، مرجع سابق، ص 175.

³ عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك عوامل تأثير البيئة، مرجع سابق، ص 175-176.

د- العائلة: للعائلة مكانه هامة في دراسة سلوكيات المستهلك، باعتبارها الجماعة المرجعية والمؤثر الأول، كما أنها الوحدة الاستهلاكية الطبيعية التي تقوم بشراء عدد كبير من السلع والخدمات ويتأثر سلوك العائلة بعوامل كثيرة منها الطبقات الاجتماعية والجماعات المرجعية، والمرحلة التي تهر بها العائلة من دورة حياتها وإذا كانت المرأة تعمل أولاً تعمل، ثم طبيعة المنطقة السكنية سواء كانت حضرية أو ريفية، بالإضافة إلى شخصية كل من الزوج والزوجة¹.

2.2. عوامل التأثير النفسية والشخصية

يتأثر السلوك الشرائي أو الاستهلاكي للفرد بمحددات ذاتية ترجع إلى المستهلك والمتمثلة في:

أ- الدوافع: والتي تعرف بأنها "عنصر انفعالي يعمل على توجيه سلوك الفرد نحو تحقيق بعض الأغراض، وقد يكون هذا العنصر خارجياً"، وهنا يصبح الدافع هدفاً يعمل الفرد على تحقيقه رغبة في التوصل إلى حالة من التوازن النفسي وقد يكون داخلياً، وهنا يصعب تحديد معناه نظراً لارتباطه بمجموعة من العوامل النفسية الداخلية للفرد، كما أنها عرفت أيضاً بأنها: "عامل داخلي لدى الفرد يوجهه وينسق بين تصرفاته وسلوكياته"، و مما تقدم نستنتج الخصائص التالية :

❖ لدوافع ليست منشئة للسلوك ولكنها توجهه وتحدد قوته

❖ الدوافع لا يمكن ملاحظتها مباشرة إنما يمكن الاستدلال على وجودها بملاحظة السلوك الظاهر للفرد،

وبالتالي فهي عبارة عن هيكل متداخل يعرف على أساس اشتراطات سابقة وسلوك لاحق يمكن من خلالها الاستدلال على نوعية الدوافع².

ب- الإدراك: يعرف على أنه استقبال الذهن لصور الأشياء والأفكار، أو الأحداث المدركة كما تبدو، أو كما تنقلها حواس الأفراد في إدراكهم لنفس المعلومات التي يتم بثها طبعا للاختلافات الفكرية والمعرفية والشخصية التي بينهم.

حيث عرف الإدراك بأنه: "المعلومات التي يتلقاها الفرد من المصادر المختلفة إلى نسقه الفكري، حيث يقوم الإدراك بالانتقاء منها وتفسيرها استيعاباً وفهماً بطريقته الخاصة، متأثراً بما لديه من خبرات ومعلومات وانطباعات وتصورات"³

¹ نفس المرجع السابق. ص 213..

² عنابي بن عيسى. مرجع سابق. ص. 32-33.

³ نفس المرجع السابق. ص 35

ج-التعليم: يعرف بأنه التغيير الدائم في ال سلوك الذي ينتج عن الخبرة المكتسبة من التجارب السابقة، والتي يتم تدعيمها بصورة أو بأخرى.

كما يعرف أيضا بأنه تراكم المعرفة عن طريق الخبرات المكتسبة بتكرار التجربة، وغير ذلك بما يؤثر على السلوك اتجاه التغيير. وعليه، فإن التعليم يشير إلى تغيير الخبرة المباشرة وغير المباشرة في سلوك الفرد، وهو يشمل عنصر التغيير الذي ينتج من التجارب والممارسات اليومية، التي تتخذ أشكالا مختلفة داخل الفرد كمواطن أو مستهلك.

د- العوامل الشخصية: ويقصد بها مجموعة الخصائص التي يتميز بها الفرد، والتي تحدد مدي استعدادة للتفاعل مع السلوك¹. "وما تقدم؛ يتبين أنه ليس من السهل اقتراح تعريف محدد لشخصية الإنسان يحدد لنا حقيقة الصفات أو الخصائص التي تكوّنهما.

وتوصف الشخصية عادة في ضوء مجموعة من الخصائص والصفات مثل: الثقة بالنفس، الكبرياء، التواضع، الخضوع والسيطرة، الطموح والمبادرة، العدوانية، وهذه الصفات هي التي تكشف عن سلوك الفرد في الحياة.

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك²

بغية التطرق لمفهوم نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك نقوم بالتطرق لتطرق لمفهوم حماية المستهلك من خلال المراحل السابقة لصدور قانون 89-02.

1. حماية المستهلك في ظل تشريعات المرحلة السابقة لصدور قانون 89-02

إن الحارس لتطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر يستطيع أن يمر بعدة مراحل، نبدأ تناولها بالمرحلة التي سبقت صدور القانون 89-02، وتميزت هذه المرحلة ببعض القوانين العامة والتي لم توفر للمستهلك الجزائري الحماية المطلوبة إلا أنها أسست أسس هامة منها:

الأمر رقم 47-75 والذي عدل قانون العقوبات الجزائري لها ستحدث بعض الجرائم منها الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وذلك من خلال المواد من 429 الى 435 من قانون العقوبات الجزائري.

¹ عنابي بن عيسى، مرجع سابق، ص 169.

² عماري الجيلالي وبكة سيدي احمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري دراسة حالة: المخبر الولائي للوقاية بالشلف. مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA، جامعة التكوين المتواصل مركز الشلف. 2012. ص 24.

- ❖ الأمر رقم: 76-65 بتسميات المنشأ، وكان الغرض منه حماية المنتج أصلا المؤرخ في 16 جويلية 1976. نلاحظ أن خلال هذه المرحلة أو الفترة حماية خاصة للمستهلك بل ولم يكن مصطلح المستهلك رائجا ولا معروفا استعملت المصطلحات مثل البائع والمشتري.
- ❖ بالإضافة الى بعض النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني الصادر بموجب الأمر: 75-58¹ المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتعلقة بالسكوت التدليسي والالتزام بالإعلام، وتلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية.
- ما نستخلصه مما سبق وما نلاحظه هو غياب الحماية الخاصة للمستهلك سواء من حيث غياب النصوص القانونية أو غياب الهيئات والأجهزة التي تدافع عن مصالح المستهلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن النصوص القانونية الموضوعية آنذاك لم تعرف المستهلك، بل تكتفي بذكر المشتري، المبيع... وهذا راجع لعدة أسباب أهمها:
- أ. أن الدولة هي التي كانت المتدخل المباشر في عملية الانتاج والتوزيع وبسط سلطتها في تنظيم الحقا الاقتصادي آنذاك وهو نظام الاقتصاد الاشتراكي أو نظام الاقتصاد الموجه، الأمر الذي لم يسمح بظهور الفئات والحركات التي تطالب بحقوق وحماية المستهلك.
- ب. الفراغ القانوني الذي كانت تعيشه الجزائر بعد الاستقلال لم يساعد أو يعطي اهتماما لحركات حماية المستهلك إذ كان الهدف الأول هو استعادة السيادة الوطنية والعمل على حمايتها.
- ج. الاختلاف في النظام الاقتصادي المتبع بين الجزائر وفرنسا حيث أن الجزائر اتبعت النظام الاشتراكي عكس فرنسا التي اتبعت النظام الرأسمالي، الأمر الذي أدى الى صعوبة في تطبيق القوانين الرامية الى حماية المستهلك إلا أن المشرع الجزائري في هذه الفترة أصدر قوانين تهدف الى حماية المستهلك.

2. حماية المستهلك في ظل القانون رقم 89 - 02. الى غاية 2009²

تبدأ هذه المرحلة بصدور قانون 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989¹ المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إذ أولى هذا القانون حماية كبيرة للمستهلك فجاء منظما لـ 30 مادة تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة وأهمها:

¹ زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2011، ص 27.

² عماري الجيلالي وبكة سيدي احمد المولود، مرجع سابق، 2012، ص 25.

- الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحة المستهلك وأمنه ومصالحه المادية.
- الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.
- الحق في التمثيل والتقاضي في إطار جمعيات حماية المستهلك وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.

- وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ اجراءات لازمة لرقابة جودة المنتجات والخدمات.

وتلي هذا القانون مجموعة من المراسيم التنفيذية نذكر منها:

المرسوم التنفيذي رقم: 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

المرسوم التنفيذي رقم: 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

المرسوم التنفيذي رقم: 90-366 المتعلق بوسم المنتجات الغذائية وعرضها.

المرسوم التنفيذي رقم: 92-41 يحدد شروط انتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وتكييفها وتسويقها في السوق الوطنية الى غير ذلك من المراسيم التنفيذية...، هذا وقد لعب هذا القانون دورا هاما في بلورة فكرة حماية المستهلك في المجتمع الجزائري إذ أنه الركيزة الأساسية في بلادنا للقول بوجود حماية خاصة للمستهلك، وذلك يعود لسبب جد هام وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه (النظام الاشتراكي) والتحول الى نظام اقتصاد السوق (النظام الرأسمالي) الذي قد يمس بمصلحة المستهلك، إذ مع مرور الوقت واتساع الأسواق والحاجة الملحة الى الاستثمارات زاد من حجم المنتجات المتدفقة وتنوع الخدمات التي تزيد من فرص المخاطر التي تهدد المستهلك، أصبحت الضرورة من أي وقت مضى لتدخل المشرع بسن قوانين خاصة مثل قانون المنافسة والعمل على دعم انشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطلب العمل، وشبكة مخابر التحاليل النوعية، مديرية المنافسة والأسعار بالولاية ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة...² الخ.

¹ يوسف عشيرة حديجة، ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية، جامعة حسينة بن بوعل، الشلف 2011، ص 10.

² زويير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 27-28.

1.2. أسباب تبني المشروع لهذا القانون: 02-89

يمكن أن نحصل أهم الأسباب التي كانت بمثابة الخلفية الأساسية لاستصدار قانون حماية المستهلك في سببين اثنين هما:

السبب الأول:

تحول الجزائر من نظام الاقتصاد الموجه أو الاشتراكي الى نظام الاقتصاد الحر أو اقتصاد السوق (الرأسمالي) والجزائر لا تزال سوق فتية عذراء تواجه لأول مرة أخطبوط السوق الحرة القادرة على التعامل مع أي كان وتحت أي لون من الألوان وما يصحب ذلك من مخاطر وأضرار يمكن أن تلحق بالمستهلك، فالسوق الجزائرية أصبحت مسرحا وميدان للصراع والمنافسة القائمة بين المنتجين والتجار والموزعين والمستوردين إلخ من المتدخلين في الحياة الاقتصادية، مما زاد من جلب مزايا تمثلت في النهوض بمستوى المعيشة للمستهلك على أساس تنوع، وتعدد السلع، حيث أصبح للمستهلك مجالا واسعا للاختيار هذا من جهة ومن جهة أخرى جلب سلبات وعيوب منها: تدني مستوى الجودة في السلع والخدمات وظهور المنافسة الغير شرعية.

السبب الثاني:

إن الجزائر تعتمد في سد جانب كبير من حاجياتها على منتوجات مستوردة من الخارج: سلع استهلاكية ومواد طبية ومنتجات صناعية ولن نبالغ إن قلنا أنها تشكل خطورة على صحة وأمن المستهلك لإخلالها بنظام الأمن وعدم الإلتزام لضمان سلامة المستهلك.

2.2. التجديدات التي أتى بها هذا القانون 02-89:

1. إن المطلع على قانون 02-89 يلاحظ بأنه قانون يهدف الى حماية المستهلك في كل مراحل العملية الاستهلاكية.

جاء في المادة الأولى منه: "إن عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولى الى العرض النهائي قبل الإقتناء من قبل المستهلك".

¹ يوسف عشيرة خديجة، ضمان خدمة ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، 2011، ص 11.

2. قانون حماية المستهلك يعمل على أن تصبح جميع المنتجات المعروضة للمستهلك معلومة المصدر، وتاريخ الصنع ومدة الصلاحية وكذلك كيفية الاستعمال وهذا حسب المادة الثانية منه.
3. أهم تجديد ورد في قانون حماية المستهلك 89-02 هو الالتزام العام بالسلامة ومقتضاها استجابة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك (المادة 03 منه).
- ويتميز الالتزام بالسلامة (أو الضمان) الوارد في قانون حماية المستهلك عن الالتزام بالسلامة في المجال التعاقدى حيث القانون المدني والاختلاف بينهما يمكن في وجهين:
- الوجه الأول:** الإلتزام العام بالسلامة حسب قانون حماية المستهلك هدفه توقع الخطر. ويتم عن طريق عمليات المراقبة لتفادي المخاطر قبل حدوثها وذلك من المادة 14 من ق (89-02) وكذلك عن طريق عمليات سحب المنتج الغير مطابق للمواصفات من مسار الاستهلاك في حين أن الإلتزام التعاقدى يضمن إصلاح الضرر الذي تسبب فيه المنتج أو الخدمة.
- الوجه الثاني:** الاختلاف في مجال التطبيق، فإذا كان الإلتزام التعاقدى يطبق على كل من يتمتع بصفته المتعاقد فإن الإلتزام بالسلامة حسب قانون 89-02 يطبق على كل مستهلك للسلع والخدمات سواء أكان متعاقدا أو لم يكن متعاقد¹.
4. قانون 89-02 نص على إجراءات إدارية صارمة تعمل على جعل كل ما يعرض للاستهلاك مطابقا للمواصفات القانونية وهي إجراءات وقائية أهمها: الغلق والمصادرة.
5. فيما يخص الحماية الجنائية للمستهلك نجد أن المادة 28 من قانون العقوبات وتحديد المواد: 429 الى 431، هذه المواد التي تحمي المستهلك من جرائم الغش والتدليس بالرجوع الى المواد السابقة الذكر وبالضبط الى المادة 429، نجد أنها تنص على جريمة خداع المتعاقد وبالتالي تفترض وجود العقد أما فيما يتعلق بقانون حماية المستهلك وتحديد المادة 28 منه فإن شرط العقد أصبح لا وجود له إذ تنص على: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية في هذا المجال تطبق على منتج أو وسيط أو موزع أو متدخل..."
- هذا الى جانب اتساع مجال تطبيق جريمة الخداع لتشمل أيضا مقدمي الخدمات.

¹ يوسف عشيرة خديجة، نفس المرجع السابق.

إنه ومن خلال ما سبق نلمس العديد من الضمانات التي أتى بها قانون 89-02 من خلال مجمل التجديدات والتي هي كلها لصالح المستهلك.

3. الحقوق التي منحها هذا القانون للمستهلك¹

✓ الحق بالحفاظ على صحته وسلامته عند استعماله بشكل ملائم، السلعة أو الخدمة فيما يخص الجودة والنوعية.

✓ الحق بالاستفادة من معاملة عادلة ودون تمييز من قبل المحترف المسؤول عن المنتج المعد للاستعمال المحلي أو التصدير.

✓ الحق بالإستحصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلق بالسلعة أو الخدمة إضافة إلى ثمنها وميزاتها وطرق استعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال.

✓ الحق باستبدال السلعة أو إصلاحها أو استرجاع ثمنها وكذلك إسترداد المبلغ الذي يكون قد سدده في لقاء الخدمة، في حال عدم مطابقتها لدى إستعمالها بشكل سليم، سواء المواصفات المتفق عليها أو المعمول بها أم للغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليها.

✓ الحق بتعويض كامل ومناسب عن الأضرار الناتجة عن استهلاك سلعة أو الانتفاع عن خدمة لدى الاستعمال بشكل سليم.

✓ الحق في إنشاء جمعية لحماية المستهلك والانتساب إليها.

✓ الحق بالتقاضي مباشرة بمفرده أو بواسطة جمعيات المستهلك جماعيا، لصون حقوقه أو التعويض عليه من الأضرار التي تكون قد لحقت به.

✓ تجدر الإشارة إلى أن تطور حماية المستهلك في الجزائر أضحي مرهونا بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة حيث كثيرا ما أدت العوامل الاقتصادية والتجارية المتحكمة في السوق تحت غطاء المنافسة إلى ظهور أزمات أثرت على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للمستهلك الجزائري.

فلقد أثرت المنافسة الحرة على إقتصاديات الدول ومنها الجزائر خصوصا لمساسها بأغلب مجالات الحياة، خاصة وأن الشعب الجزائري زادت كثافته بسرعة وبطريقة فوضوية، وقد إعترف القانون بهذا الأسلوب كحل اقتصادي

¹ موسى زهية، دروس في قانون الاستهلاك، الإرسال الثاني. 2006. ص6.

الفصل الأول: النظام القانوني لحماية المستهلك في المرحلة السابقة لصدور القانون رقم 09-03

نتيجة للأزمات التي عرفتھا الجزائر، بالرغم من ذلك لم يمنع من وضع قاعدة أساسية يسعى القانون لحمايتها ألا وهي حماية المستهلك.

وإستمر سريان مفعول قانون حماية المستهلك رقم 89-02 الى غاية سنة 2004 تاريخ إستصدار قانون تنظيم المنافسة والذي يعد بمثابة نقلة نوعية في مجال حماية المستهلك، حيث جاء بترتيبات جديدة وهي بمثابة تعديل ضمنى لقانون 89-02 وكذا إحداث قواعد قانونية جديدة تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية.

ما يميز هذه المرحلة هي المنافسة الحرة، إن لهذه الخيرة عدة سلبيات كما لها عدة مزايا، فالتقدم والازدهار الذي يشهده المجال الاقتصادي وما إنعكس ذلك على المجتمع لم يمنع ظهور عدة أمور سلبية ساهمت بشكل كبير في ظهور حركات حماية المستهلك وذلك يرجع للأضرار التي أصبحت تصيب المستهلك وكذا المخاطر التي أصبحت تهدد كيانه الاجتماعي.

والمرحلة الأخيرة التي مرت بها الجزائر في مجال حماية المستهلك بدأت من سنة 2009 تحديدا تاريخ استصدار قانون جديد لحماية المستهلك وهو قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى القانون الأول (89-02) وحل محله وهو ساري المفعول الى يومنا هذا. وسنفصل فيه في الفصل الثاني.

المبحث الثاني: قواعد حماية المستهلك من الشروط التعسفية¹

إن عدم كفاية قواعد القانون المدني وتعدد العلاقات التعاقدية بسبب الطبيعة التقنية للكثير من المواد، واتساع دائرة عقود الإذعان وتزايد الأضرار التي يتوخها المستهلكين، مما أدى بالمشروع الجزائري إلى سن قوانين ومراسيم تتضمن حماية مباشرة وخاصة بالمستهلك، بمنحه حقوق لمواجهة الامتيازات الطبيعية التي يتمتع بها المهني، والتي تقوده في النهاية للحصول على تعويض مناسب وكافي في حالة وجود عيب في تصميم ما قدم له أو في حالة تضليل أو وجود عيب خفي.

وعليه سنتولى بذكر أهم قواعد حماية المستهلك والوقوف على مدى فعاليتها في تحقيق حماية للمستهلك في مواجهة الشروط التعسفية خاصة في مرحلة إبرام العقد (المطلب الأول)، ثم التطرق للأهم قواعد حماية المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أثناء إبرام العقد

قد يلجأ المستهلكين إلى إبرام العقود مع المنتجين قصد تلبية حاجاتهم الشخصية والعائلية، لكن نظرا لعدم معرفة المستهلك بكل محتويات المنتج وليس لديه العلم الكافي بتلك السلعة ونتيجة لتفاوت بينه وبين المتدخل قد أقر المشروع الجزائري مسؤولية هذا الأخير وذلك بجملة من الإلتزامات التي تقع على عاتقه من بينها: نجد الإلتزام بإعلام المستهلك بكل المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج في (الفرع الأول).

كما قد يسعى بعض المنتجين إلى ترويج منتوجاتهم بمواصفات غير مطابقة لحقيقة الشيء المتعاقد عليه، لذلك حرص المشروع على ضرورة مطابقة المنتوجات للمواصفات والمقاييس المحددة قانونا (الفرع الثاني)

1. الإلتزام بإعلام المستهلك

إن الحق في الإعلام أصبح من المواضيع الأساسية والجد الحساسة، وهو إلتزام يقع على عاتق المتدخل¹، إلا أن إعلام المستهلك من طرف المتدخل ليس بفكرة جديدة وإنما منبثقة من القواعد العامة، فيما يعرف بخيار الرؤية الذي يلزم أن يكون المتعاقد على علم كافي بالمنتج، وللوقوف على مضمون

¹ هشماوي وهبة وحمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013، ص 36.

إلتزام بإعلام ينبغي إلقاء الضوء على تعريفه (أولاً)، ثم تبيان شروطه (ثانياً)، وبعد ذلك نتعرض إلى وسائل تنفيذ الإلتزام بإعلام (ثالثاً).

1.1 مضمون الإلتزام بإعلام

حق المستهلك في الإعلام يعني حقه في معرفة المنتج على نحو جامع خاصة في مواجهة تاجر المحترف ذي دراية واسعة تراكمت له الخبرة الطويلة في مجال المعاملات، الأمر الذي يستتبع معه وجود إختلال فادح في ميزان العلم بين هذين الطرفين المقبلين على التعاقد².

ويعرف هذا الإلتزام بأنه إلتزام سابق على التعاقد³، يتعلق بالإلتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد آخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة للإيجاد رضا سليم كامل ومنتور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد⁴.

وأكد المشرع الجزائري على إلزامية إعلام المستهلك في الفصل الثاني من الباب الثاني من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالتحديد في المادة 17 من هذا القانون التي تنص: "يجب على متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة كل الوسوم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

وعليه فقد ألزم المشرع بأن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج، وذلك بتبيان مكوناته وخصائصه وتاريخ الإنتاج وإنهاء الصلاحية، كذا كيفية إستخدام السلعة ومواصفاتها القانونية ولفت الإلتزام للمخاطر التي قد تنجر عن سوء إستخدامها.

فمن خلال ما سبق نستخلص أن الإلتزام بإعلام عنصرين يكمل أحدهما الآخر، فمن ناحية يعطي المستهلك نظرة عن كيفية إستعمال المنتج ومن ناحية أخرى يحدد له إحتياجات الواجب إتخاذها.

¹ يختلف الإلتزام بإعلام عن الإعلان في كون أن الإعلان يهدف إلى تحريك الرغبة لدى المستهلك وإغرائه للإقبال على السلع و المنتجات و الخدمات و ليس تنبيهه و إحاطته علما بالمكونات المنتج، أما الإلتزام بإعلام فيهدف إلى إحاطة المستهلك علما بالمعلومات الموضوعية عن طبيعة و أسعارها و مميزات المنتج تركيبة صلاحية السلع و الإنتفاع السليم لها و هو أيضا وسيلة لتصدي للدعاية الكاذبة، عبيدي محمد، «حق المستهلك في الإعلام»، يوم دراسي حول الوسوم وإعلام المستهلك، يوم 07 جويلية 2007، فندق الشيراتون، الجزائر. ص. 2.

² عبد الرحمن خلفي، " حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)" مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، عدد 01، الجزائر، 2013، ص. 6.

³ يختلف الإلتزام بإعلام قبل التعاقد و إلتزام بإعلام التعاقد، كون أن الإلتزام بإعلام قبل التعاقد ينفصل عن العقد و ينشأ في مرحلة سابقة على التعاقد، بينما إلتزام بإعلام التعاقد ينشأ بمناسبة تنفيذ العقد و لتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن التنفيذ أو إستخدام سلعة المباعة.

⁴ خليف مريم، " الإلتزام بإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، مجلة الدفاتر السياسية والقانون، العدد 04، الجزائر، 2011، ص. 205.

2.1. شروط الإلتزام بإعلام المستهلك

تنص المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل المثال الإضافة، يمكن إستعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة و متعذر محوها".

فحسب نص المادة يتضح أنه لكي يكون للإلتزام بإعلام دورا فعالا في ضمان صحة وسلامة المستهلك يجب توافر الشروط التالية:

✓ أن يكون الإعلام كاملا:

يجب أن تكون المعلومات المقدمة كافية لجلب إنتباه المستهلك لخصائص المنتج وعناصره أخطاره، تعريف بإحتياجات اللازمة لتجنب حدوثها أو تدارك أثارها، حيث تنص المادة 4/6 من مرسوم تنفيذي رقم 367/90 " يجب أن تشمل المنتجات الغذائية على تاريخ الصنع المعبر عنها، صنع في مكان كذا، والأجل الأقصى لصلاحية إستهلاكه والمعبر عنه-يستهلك قبل-وكذا الشروط الحفظ الخاصة".

✓ أن يكون مكتوبا باللغة العربية:

يجب أن يكون الإعلام مكتوبا باللغة العربية كأصل العام، إلا أنه كإستثناء على الأصل يمكن أن يحرر بلغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وأن تكون العبارات بسيطة وخالية من الغموض، بحيث تنص المادة 21 من القانون 91-05 المتعلق بتعميم اللغة العربية " تطبع باللغة العربية وبعدها لغات أجنبية الوثائق والمطبوعات والأكياس والعلب التي تتضمن البيانات التقنية وطرق إستخدام وعناصر التركيب وكيفيات الإستعمال¹ ".

كما تنص المادة 22 منه أيضا " تكتب باللغة العربية وجميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة في الجزائر ويمكن إستعمال اللغة العربية استعمالا تكميليا"، وهو ما نصت عليه أيضا المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-494 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن إستعمال اللعب².

¹ قانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991، المتضمن قانون تعميم إستعمال اللغة العربية، عدد3، الصادر في 16 يناير 1991.

² مرسوم تنفيذي رقم 97-494 مؤرخ في 21 ديسمبر 1997، يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن إستعمال اللعب، عدد 85، الصادر في 24 ديسمبر 1997.

يجب أن يكون الإعلام مرئياً حسب المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بمعنى واضحاً ومحرفاً بحروف كبيرة وبلون مختلف حتى يجذب إنتباه المستهلك أو مستعمل المنتج، وهذا ما جاءت به المادة 1/10 من مرسوم 97-37 " يجب أن يشتمل وسم مواد التجميل ...، على بيانات ملصقة، وتكون ظاهرة للعيان ميسورة القراءة وغير قابلة للمحو، مكتوبة باللغة الوطنية وبالغة الأخرى كإجراء تكميلي¹ .

✓ أن تكون البيانات لصيقة ومرتبطة بالمنتجات:

وهذا ما نصت عليه المادة 3 من مرسوم تنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية الغير الغذائية وعرضها بما يلي " يجب أن توضع المنتجات المذكورة في المادة 2 أعلاه والمخصصة للاستهلاك كما هي في التعبئة الصلبة ومحكمة السد تلصق بها بأحكام² " .

3.1. وسائل تنفيذ الإلتزام بإعلام

حسب المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الإلتزام بإعلام يتم بواسطة الوسم ووضع علامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة من شأنها إيصال معلومات كافية عن المنتج للمستهلك، وعليه فيتم تنفيذ الإلتزام بإعلام إما عن طريق الوسم (أ)، أو إعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع (ب)، ويعتبر الإشهار كأخطر وسيلة للإعلام (ج).

✓ الإعلام عن طريق الوسم

عرفت المادة 4/3 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الوسم بأنه: " كل بيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بالسلعة، تظهر على غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو ملصقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها " .

كما يعرف المرسوم التنفيذي المعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها الوسم بأنه: " وسم كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على بطاقة الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع " .

¹ مرسوم تنفيذي رقم 97-37 مؤرخ في 14 جانفي 1997، يتعلق بشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوطيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية المعدل و المتمم، عدد 4، الصادر في 15 جانفي، 1997.

² مرسوم تنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، متعلق بوسم السلع المنزلية الغير الغذائية، عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990 .

فمن خلال هذه المواد يتضح أن المشرع الجزائري لم يقدم تعريفا للوسم، فتارة يتطرق الى بيانات الوسم وتارة أخرى يحدد شكله وصوره الذي قد يكون النص مكتوب أو مطبوع أو رموز أو أشغال.

وعليه فالوسم هي جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتج سواء كان سلعة أو خدمة.

✓ الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع

أجبر المشرع المتدخل بأن يعلم عن سعر منتوجاته المعروضة للاستهلاك، بحيث تنص المادة 4 القانون رقم 04-02 على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع".

ويتم الإعلام عن أسعار السلع والخدمات بواسطة وضع العلامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة لأعلام المستهلك والتي يجب أن تبين بصفة مرئية ومقروءة على المنتج نفسه أو على غلافه.

✓ الإشهار التجاري كأخطر وسيلة للإشهار يعرف الإشهار على أنه: «كل إعلان يهدف إلى الترويج¹

السلع والخدمات مهما كان المكان أو الوسائل المستعملة وحث المستهلكين على مزيد من الاستهلاك سواء كان بصفة مباشرة أو غير مباشرة²».

وعرف المشرع الجزائري الإشهار في المادة 4/3 من القانون المحدد للقواعد المطبقة التجارية على الممارسات على أنه: «بلاغ موجه إلى الجمهور من قبل المنتج بقصد التعريف بالمنتج أو الخدمة معينة، وذلك بإبراز محاسنها بغرض ترك انطباع مقبول عنها لدى الجمهور المخاطبين بها مما يؤدي إلى إقباله على المنتجات والخدمات محل الإعلان.»

إلا أنه قد يلجأ المهني في بعض الأحيان إلى طرق قد توقع المستهلك في غلط يدفعه للتعاقد وهذا ما يسمى بإشهار التظليلي، ويعرف على أنه كل إعلان يتضمن إدعاءات أو إشارات أو عروض خاطئة من شأنها أن تخدع المستهلك أو مستعمل السلع والخدمات، وتحدث غموضا في ذهنه بخصوص طبيعة المنتج وطريقة إنتاجه

¹ يعرف الترويج على أنه: "كل تقنية بيع سلع مهما يكون شكلها و التي يرمي العون الاقتصادي عن طريقها إلى جلب الزبائن وكسب وفائهم" المادة 07 من مرسوم تنفيذي رقم 06-215. مؤرخ في 18 جوان 2006. يحدد شروط و كفاءات ممارسة البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، عدد 41، الصادر في 21 جوان 2006.

² R.égis Fabre, droit de la publicité et la promotion des ventes, édition Dalloz, Paris 1996, p13

والتركيبات الأساسية ومصدره، بما يوقع المستهلك في غلط أو عدم فهم سواء كان ذلك عن حسن النية أو سوء النية¹.

2. الإلتزام بالمطابقة

قد يعتمد بعض المنتجين إلى إخلال بحماية المستهلك و هذا بعدم مطابقة المنتج للموصفات من لون وشكل.... إلخ، لذلك قام المشرع الجزائري بنص على إلزامية أمن و مطابقة المنتجات للموصفات في الفصلين الثاني و الثالث من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ذلك و في كل مراحل الإنتاج إلى العرض النهائي للإستهلاك، لهذا سنتعرض لتعريف المطابقة (أولا)، و أنواع الموصفات (ثانيا)، و في الأخير نتناول الرقابة على المطابقة(ثالثا).

1.2. تعريف المطابقة²

يراد بالمطابقة في قانون حماية المستهلك مطابقة المنتجات سواء كانت سلع أو خدمات للمقاييس والموصفات القانونية والتنظيمية، وتعرف المطابقة حسب المادة 03 الفقرة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنها: " استجابة كل منتج موضوع للإستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".

2.2. أنواع المواصفات

لكي يكون للإلتزام بالمطابقة دور فعال في حماية المستهلك، يجب على المتدخل إحترام المواصفات القانونية وكذا المواصفات القياسية، بهدف الوصول إلى منتج ذو جودة عالية وعدم المساس بصحة وسلامة المستهلك.

أ -المواصفات القانونية: لقد نص المشرع الجزائري على إلتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية في نص المادة 10 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " يتعين على كل متدخل إحترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للإستهلاك فيما يخص مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه».

¹ ربيعة صبايحي، «حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري»، من أعمال الملتقى الوطني، للمنافسة وحماية المستهلك، جامعة بجاية، أيام 17 و 18 نوفمبر 2009، ص.100

² هشماوي وهيبه وهمودة بنجوى، مرجع ذكر سابقا، 2013، ص 42.

و تنص المادة 11 من نفس القانون على أنه : « يجب أن يلي كل منتج معروض للإستهلاك، رغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعة و صنفه...مميزاته الأساسية...الأخطار الناجمة عن الاستعمال»، فمن خلال هذه المواد نستنتج أن المواصفات القانونية هي المحدد الأساسي للجودة، سواء فيما يتعلق بطبيعة المنتجات أو الخدمة و كذا صنعها ومميزاتها الأساسية وتركيبها وكذا الأبعاد اللازمة والأوزان والمقادير و طريقة الاستعمال، فهذه الموصفات تعبر عن المميزات المطلوبة في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة وذلك بهدف تحقيق غرض معين، و في حالة إذا لم يتضمن المنتج الموصفات المذكورة سالفا فإنه لا يمنح بموجبه شهادة المطابقة و هذا ما قد يرتب عليه من جزاءات مدنية أو جنائية.

ب -المواصفات القياسية

لم يعطي قانون حماية المستهلك و قمع الغش تعريفا للمواصفات القياسية، و ترك المجال مفتوح لنصوص أخرى من بينها: نجد القانون المتعلق بالنظام الوطني للقياس¹، و كذا القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس حيث نصت المادة 1/2 منه على أن: " التقييس نشاط خاص متعلق بوضع أحكام ذات إستعمال موحد و متكرر في مواجهة المشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين، و يقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول مشاكل تقنية والتجارية تخص المنتجات والسلع و الخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين".

ويهدف التقييس إلى تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا وتخفيف من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التمييز إشراك الأطراف المعنية في التقييس، إحترام مبدأ الشفافية تجنب التدخل وازدواجية في أعمال التقييس، كما يهدف إلى التشجيع في الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الآثار المطابق²، وتحقيق الأهداف المشروعة³.

وعليه نستنتج أن المواصفات القياسية هي جملة من المعطيات والخصائص التقنية وطرق التحليل والتجارب اللازم إجراؤها على المنتجات، قصد التأكد من نوعيتها وجودتها والاطمئنان على تحقيق الأهداف المشروعة للمستهلك، والمواصفات القياسية نوعان:

¹ قانون رقم 90-18 مؤرخ في 31 يوليو سنة 1990، يتعلق بالنظام الوطني القانوني للقياس، عدد 35، الصادر سنة 1990

² يقصد بالأهداف المشروعة حسب المادة 4/2 من الأمر رقم 04-04، المتعلق بالتقييس على أنه : كل هدف يتعلق بأمن الوطني حماية المستهلكين، النزاهة في المعاملات التجارية، حماية صحة الأشخاص أو أمنهم، حياة الحيوانات أو صحتها الحفاظ على النباتات، حماية البيئة و كل هدف آخر من طبيعة ذاتها.

³ مضمون المادة 4 من القانون 04-04 المتعلق بالتقييس، مرجع نفسه.

✓ **المواصفات الوطنية:** حددت بموجب المادة 1 من المرسوم رقم 90-132 المتعلق بتنظيم التقييس وسيهر على أنها: «وحدات القياس، شكل المنتوجات وتركيبها، أبعادها، ولخاصيتها.... طرق الحساب.... وسم المنتوجات وطريقة استعمالها¹»، وهي بدورها تنقسم إلى مواصفات إجبارية يلتزم المتدخل باحترامها متى تعلقت بحماية الصحة، والأمن والبيئة، كما تتضمن مواصفات اختيارية للمتدخل الحرية في الأخذ بها أو تركها².

✓ **المواصفات المؤسسية:** هي التي تتعلق بوجه خاص بالمنتوجات و أساليب الصنع و التجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها أو الهياكل و المصالح التابعة لها، و هذا ما جاءت به المادة 17 من القرار الوزاري المتعلق بتنظيم اللجان التقنية و عملها³، ويتم وضع نسخة من المواصفات المؤسسية بصورة إجبارية لدى هيئة التقييس وهذه الأخيرة تسهر و تراقب مدى مطابقة للمواصفات الجزائرية و تتولى ترتيبها، و يمكن لكل شخص أن يطلع عليها مجانا أو استخراج نسخة منها على حسابه الخاص، و يستثنى من ذلك المواصفات ذات الطابع السري.

3.2. الرقابة على المطابقة

قد ينفرد أحد المتعاقدين بصياغة العقد بعيدا عن أي نوع من أنواع الرقابة، مما يتيح له فرض الشروط تعسفية على الطرف الآخر والتي أصبحت في الواقع لا يخلو منها أي عقد من العقود، وعليه فإن دراسة الرقابة كآلية لضمان المطابقة يتطلب تحديد تعريف لها (أ)، ومن جهة أخرى تحديد أنواع الرقابة (ب).

1.3.2. تعريف الرقابة

فالرقابة بوجه خاص هي خضوع الشيء معين لرقابة هيئة جهاز يحدد القانون للقيام بالتحري والكشف على الحقائق المحددة قانونا، أما بوجه عام فهي مجموعة من الأنشطة المحددة والتي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه يتفق ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له سلفا.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 90-132 مؤرخ في 15 ماي 1990، يتعلق بتنظيم التقييس و سيهر عدد، 20 الصادرة في 16 ماي 1990، معدل و متمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 2000-110 مؤرخ في 10 ماي 2000، عدد 28، الصادر في 14 ماي 2000.

² من بين المواصفات التي صدرت نجد :

- القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 27-04-1997، يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض.

- القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 31-05-1997، يحدد المواصفات التقنية للحليب الجاف، و شروط و كفاءات عرضه.

- القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 25-05-1997، يحدد المواصفات التقنية لأنواع السميد والقمح الصلب، وشروط و كفاءات عرضها.

ونشرت هذه القرارات في الجريدة الرسمية رقم 55، الصادر في 20 أوت 1997.

³ القرار الوزاري مؤرخ في 03-11-1990، المتعلق بالتقييس، عدد 54، الصادر في 12-12-1990.

2.3.2 أنواع الرقابة

قد تكون الرقابة إجبارية تباشرها الدولة عن طريق بعض الأجهزة التابعة لها ويكون المتدخل ملزم بها (1)، وقد تكون اختيارية أي أن المنتج غير ملزم بها بإخضاع منتجاته لهذا النوع من الرقابة ويكون حرا في اللجوء إليها بمحض إرادته (2).

الرقابة الإجبارية

فالرقابة الإجبارية هي التي تجبر المتدخل دخل في إخضاع منتجاته للرقابة قبل عرضها للاستهلاك وهذا للتأكد من مدى مطابقتها للموصفات والمقاييس المحددة.

و الرقابة الإجبارية قد تكون ذاتية تباشر من قبل المتدخل وتحت مسؤولية وذلك في مخبره المجهز لهذا الغرض و طبقا للنشاط الذي يزاوله، و هذه الرقابة تشمل المواد المنتجة محليا و المستوردة على حد سواء وهذا قبل عرض المنتج للاستهلاك، بحيث نصت المادة 02 من المرسوم 92-65 المتعلق بمراقبة المواد المنتجة محليا والمستوردة على ما يلي: " يجب على المتدخلين في مرحلة إنتاج المواد الغذائية و المنتجات الصناعية و استيرادها..... أن يقوموا بإجراء تحليل الجودة و مراقبة المواد التي ينتجونها.... يجب أن تخضع.... للتحليل قبل عرضها في السوق¹«، فمن خلال نص المادة يتضح أن المشرع الجزائري قد سوى بين المنتج و الموزع و المستورد و بائع التجزئة و اعتبارهم متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك، وأن يقوموا بالرقابة الذاتية للتأكد من مطابقة المنتج للمقاييس المحددة قانونا.

وقد تكون الرقابة الإجبارية خارجية والمقصود بها إخضاع المنتج قبل عرض منتجاته للاستهلاك لرقابة هيئة خارجية، لذلك يتجه القانون إلى تقييد إنتاج بعض المواد بضرورة الحصول على رخصة ومن أمثلة التي يمكن أن نطرحها في هذا الصدد:

➤ نجد أن الأدوية والمستحضرات الطبية، لا يمكن عرضها للاستهلاك إلا بعد الحصول على ترخيص من وزارة الصحة وإن حصل وأن عرضها المنتج دون هذا الترخيص فيكون مسؤولا عن الأضرار التي قد يسببها في مواجهة المستهلكين.

¹ مرسوم تنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فيفري 1992، متعلق بمراقبة المواد المنتجة محليا و المستوردة، عدد 13، الصادر في 19 فيفري 1992، المعدل و المتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 93-47 مؤرخ في 06 فيفري 1993 . ج.ج.ر.، ج عدد 09، الصادر في 10 فيفري 1993.

كما هو الحال بالنسبة للمواد السامة فنظرا للخطورة التي تشكلها على صحة المستهلك وحتى الحيوانات والنباتات، تخضع للحصول على رخصة مسبقة للإنتاج¹، ويتولى تسليمها مدير المركز الوطني للمراقبة النوعية والرمز وهذا بعد استشارة مجلس التوجيه العلمي والتقني الموسع والموجود على مستوى المركز وكذا وزير المكلف بالبيئة².

الرقابة الاختيارية

هي الرقابة التي يقوم بها المنتج بمحض إرادته، أي باختياره أو بطلب منه، كعرض منتج لرقابة مخبر شهير أو هيئة عالمية تمنح شهادة أو علامة مميزة للجودة مثل المنظمة العالمية للموصفات والمقاييس، ويكون من شأن هذا التصرف تسهيل تسويق هذه المنتجات وخلق الثقة لدى المستهلكين وزيادة إقبالهم على هذه المنتجات، وهذا ما يسمى بشهادة المطابقة بحيث يهدف الإشهاد إلى إثبات جودة المواد المنتجة محليا والمستوردة، ومطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية و تنظيمها.

المطلب الثاني: مرحلة تنفيذ العقد³

بعد انتهاء مرحلة إبرام العقد وتطابق الإيجاب و القبول، ينتقل طرفي العقد إلى المرحلة الحاسمة و هي مرحلة تنفيذ العقد أين يلتزم كل طرف بتنفيذ الإلتزامات الملقاة على عاتقه و الناتجة عن العقد، و من بين التزامات التي فرضها المشرع الجزائري على المهني إلتزام بضمان العيوب الخفية في (فرع الأول) ، كما يقع على عاتق المهني سواء كان منتج المواد أو مقدم الخدمات اتجاه المستهلك إلتزام آخر و هو الإلتزام العام بالسلامة في (الفرع الثاني).

1. إلتزام بضمان العيوب الخفية

رغم وجود ضمانات في الأحكام الشريعة العامة و التي تسعى إلى التحقيق الاستقرار في التعاقد كالتأمينات العينية والشخصية، والدعاوى مباشرة و غير مباشرة، إلا أن المشرع الجزائري رأى أن هذه الوسائل لا تمنح ضماناً كافياً للمستهلك مما أدى به إلى أن يضيف بجانب هذه الوسائل ضمانا خاصا يقع على عاتق المنتج و هو ضمان العيوب الخفية و، بناء عليه سيتم تناول هذا الفرع من خلال تعريف العيب الخفي (أولا) ثم تبيان شروطه (ثانيا)، على أن نصل في الأخير إلى دعوى ضمان العيب الخفي (ثالثا).

¹ مرسوم تنفيذي رقم 97-254 مؤرخ في 08 يوليو 1997، متعلق بالرخص المسبقة للإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع خاص، عدد 46، الصادر في 09 يوليو 1997.

² مادة 07 من مرسوم تنفيذي رقم 91-192 مؤرخ في 01 يونيو 1991، المتعلق بمخابر تحليل النوعية، عدد 27، الصادر بتاريخ 02 يونيو 1991.

³ هشماوي وهيبه وهمودة نجوى، مرجع ذكر سابقا، 2013، ص 46.

1.1. تعريف العيب الخفي:

من بين إلتزامات التي فرضها القانون على عاتق البائع إلتزامه بضمان العيوب الخفية، والتي نضمها المشرع الجزائري تحت أحكام العيوب الخفية و، ذلك في المادة 379 من الباب السابع ضمن العقود المتعلقة بالملكية، بحيث تلزم المادة 379 فقرة 1 من ق م ج السابقة الذكر البائع بضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت تسليمها إلى المشتري، أو إذا كان المبيع عيب ينقص من قيمته، أو غير صالح للإنتفاع به فيكون لهذا الأخير الرجوع على البائع في هذه الحالة على أساس أحكام الضمان¹.

لقد نظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بموجب مرسوم تنفيذي رقم 90-266 متعلق بضمان المنتوجات والخدمات وذلك في المادة 3 والتي تنص " يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتوج الذي يقدمه من اي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له ولأو من أي خطر ينطوي عليه". وهذا ما تأكده نص المادة 13 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش².

وفقا للنصوص القانونية والتنظيمات المتعلقة بهذا الشأن نستخلص أنه، ينشأ إلتزام البائع بضمان العيوب الخفية متى كان العيب ينقص من قيمة الشيء المبيع، لدرجة لو كان المشتري يعلم أن به عيبا لما أبرم العقد أصلا³، والعيب الذي يلحق بالمبيع هو العيب الذي يصيب المنتوج، أو الخدمة سواء في الأوصاف أو في الخصائص بحيث يجعلهما غير صالحين للهدف المعدين من أجله، بحيث يؤثر ذلك في جودة المبيع أو المنتوج وكميته وكفاءته.

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري جعل البائع ضامنا للعيوب الخفية في البيوع، سواء كان محلها عقارا أو منقولا، شيئا ماديا أو غير مادي، باستثناء البيوع القضائية والإدارية⁴ وهذا ما تؤكد نص المادة 385 من قانون المستهلك الجزائري، أما الضمان القانوني الخاص بالإستهلاك فهو يشمل المنتجات و الخدمات و هذا راجع لنص المادة 13 فقرة 2 و 1 من القانون 09-03 السالف الذكر.

¹ نادية مامش، مسؤولية المنتج دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة ماجستير في قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012 ص 8..

² تنص المادة 13 فقرة 1 و 2 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش " يستفيد كل مقتني منتوج سواء كان جهاز أو أداة عتاد أو مركبة أو أي تجهيزية من الضمان بقوة القانون ، ويمتد هذا الضمان بقوة القانون أيضا إلى الخدمات".

³ لطيفة امازوز، إلتزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، رسالة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011 ص 367.

⁴ محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة (دراسة مقارنة)، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005 ص 84.

2.1. شروط العيب الخفي

من الشروط التي يستوجب المشرع الجزائري توفرها في العيب لكي يكون محلا لضمان، أن يكون العيب قديما، مؤثرا، أن يكون خفيا، وفي الأخير يشترط عدم علم المشتري بالعيب.

➤ أن يكون العيب قديما: فالعيب الذي يلتزم المنتج بضمانه يجب أن يكون قبل تسليم المبيع للمستهلك، أما إذا وجد العيب بعد التسليم فلا يضمنه البائع، إلا إذا حدث عيب على المنتج بسبب عدم إتخاذ المنتج احتياطات اللائمة، أو عدم إعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج، ويقع عبئ الإثبات في هذه على المستهلك، و يستطيع ذلك بكل طرق الإثبات بإعتبار وجود العيب مسألة واقع.

➤ أن يكون العيب مؤثرا: يعتبر العيب مؤثر حسب مقتضى المادة 379 ق م ج متى كان العيب من شأنه إحداث نقص من قيمة المبيع، أو من منفعة.

وتجدر الإشارة أن المشرع الجزائري لم يقدم لنا تعريفا للعيب المؤثر، لكن بالرجوع إلى نص المادة 1641 من القانون الفرنسي التي تنص على أنه يكون العيب مؤثرا، إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث لو علم به المشتري وقت التعاقد لامتنع عن شراء أو يشتري بضمن أقل.

أن يكون العيب خفي : يقصد بالخفاء أن يكون العيب غير ظاهر، وأن يكون المشتري لا يعلم به وقت تسليم المبيع، أو أنه لا يمكن إكتشاف ذلك العيب ولو بذل المشتري عند تفحصه لشيء المبيع عناية الرجل العادي، وعليه إذا أثبت البائع أن العيب كان ظاهرا، أو أن العيب من الممكن إكتشافه ببذل عناية الرجل العادي سقط حق المشتري في الضمان.

ألا يكون المشتري قد علم بالعيب وقت إبرام عقد البيع : تطبيقا لفقرة الثانية من المادة 379 من ق م ج

نستخلص على أنه يسقط حق المشتري في الضمان العيوب الخفية في حالتين :

إذا علم المشتري بشيء المبيع وقت البيع، ولم يدي أية ملاحظة سقط عنه حق الضمان حتى ولو أثبت المشتري أن هذا العيب كان عيب خفي.

أو أن يكون المشتري قد علم بالعيب من شخص آخر غير شخص البائع، ففي كلتا الحالتين تبرئ ذمة البائع من الضمان، وعليه يقع على عاتقه عبء الإثبات أن المشتري كان يعلم بالعيب وقت تسليم المبيع وهي واقعة مادية يجوز إثباتها بكافة طرق الإثبات¹

3.1. دعوى ضمان العيب الخفي

لابد على المشتري قبل رفع دعوى الضمان، أن يلتزم ببعض الإجراءات و التي تكون سابقة لرفع دعوى تتمثل في وجوب تأكد المشتري من المبيع عند تسلمه و إخطار البائع بالعيب في أجل معقول، ثم يلجأ بعد ذلك إلى رفع دعواه في الميعاد القانوني² وهذا ما نصت عليه المادة 380 من ق م ج. و قد يكون الإلتزام بضمان قانوني و بتالي إذا ظهر العيب في المنتج فعلى المستهلك أن يخطر المنتج بهذا العيب في أجل المتفق عليه، و في حالة عدم الإتفاق بين الطرفين يحدد الأجل سبعة أيام من تاريخ الإلتزام بالضمان، و في حالة عدم تنفيذ المنتج التزامه يوجه له المستهلك إنذار و ذلك برسالة مسجلة مع إشعار بإستلام و إذا لم يستجيب له يمكن له أن يرفع دعوى ضمان إلى محكمة مختصة في أجل أقصاه سنة ابتداء من يوم إنذار وفقا لنص المادة 18 من مرسوم تنفيذي رقم 90-266، أما الضمان الاتفاقي فقد حددت مدة رفع دعوى الضمان بستة أشهر على الأقل من تاريخ الإخطار و لا يتم قبول الدعوى إلا إذا كان هناك إخطار سابق للمنتج من قبل المستهلك بوجود عيب في لأجل المعقولة³، و هذا ما جاء به نص المادة 16 من مرسوم تنفيذي 90-266 سالف الذكر.

أما فيما يتعلق بالتعويض نجد أن معظم القوانين الحديثة، والتي من بينها القانون الجزائري لم تميز بين العيب الجسيم والعيب البسيط حيث جاء لفظ العيب مطلقا في قوانين حماية المستهلك المختلفة دون أن تحدد لنوع العيب وهذا ما ورد في نص المادة 3 من مرسوم السالف الذكر، على أن «يضمن المحترف سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب».

¹ لطيفة أمازوز، المرجع السابق، ص 373.

² الحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، دراسة فقهية، قانونية وقضائية مقارنة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005. ص 459.

³ قرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 يتضمن كليات تطبيق مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر، 1990 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات، عدد، 40 الصادر في 05 جوان. 1994.

أما عن تقادم دعوى الضمان فقد حدد المشرع الجزائري مدة معينة لرفع دعوى الضمان وهي سنة من وقت التسليم فعلي للمبيع من طرف المشتري لا من يوم الإخطار، إلا أنه تنقضي دعوى الضمان بعد مرور سنة من يوم التسليم الفعلي حتى وان لم يكتشف المشتري العيب بعد ميعاد سنة¹، لكن برجع لنص المادة 384 ق م ج يجوز للمتعاقدین الإتفاق على زيادة الضمان أو أن الإنقاص منه.

غير أن إذا تعمد البائع على إخفاء العيب بالغش والتدليس فلا تسقط دعوى الضمان إلا بمضي 15 سنة من تاريخ إبرام العقد ويتحمل المشتري عبء الإثبات، لأن إخفاء العيب كان بغش من البائع وذلك بناء على المبدأ القائل على المدعى أن يثبت صحة ما يدعى خلاف الأصل.

2. الإلتزام العام بالسلامة

يعد إلتزام بضمان سلامة المستهلك التزاما جوهريا على عاتق المنتج، لذلك يتعين عليه أثناء عرض المنتوجات الغذائية للاستهلاك أن يحترم الشروط النظافة، و السهر على أن لا تضر بصحة المستهلك، لذلك سنحاول دراسة هذا الفرع من خلال التطرق إلى مضمون التزام العام بالسلامة (أولا) وبيان طبيعته (ثانيا)، على أن نصل في الأخير إلى نطاق التزام العام بالسلامة (ثالثا).

1.2. مضمون الإلتزام العام بالسلامة

نص المشرع الجزائري على حماية المستهلك في الباب الثاني من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وقد تناول مختلف الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين، ومن بينها إلتزام العام بالسلامة، بحيث يسعى بعض المنتجين إلى الغش منتجائهم قصد تحقيق المزيد من الربح. ومنعا لحدوث مثل هذه الحالات فإنّ المشرع وضع عدة الضوابط ومقاييس قانونية التي تضمن الحماية اللازمة للمستهلك وبالتالي أصدر نصوص تدرج كلها في إطار حماية المستهلك، ومن بينها نجد نص المادة 4م القانون رقم 09-03 السالف الذكر والتي تنص على أنه: ".... يجب على المتدخلين السهر على سلامة المواد الغذائية" وكذلك المواد 5، 6، 7، 8، من نفس القانون.

¹ لقد اعتبر المشرع الجزائري أن ميعاد تقادم دعوى الضمان هي سنة من تاريخ التسليم الفعلي، فإذا اشترى شخص سيارة بتاريخ 13-01-2000 وتركها في المستودع بتاريخ 05-02-2002 اكتشف أن السيارة فيها عيب فهنا لا يمكن للمشتري أن يرفع دعوى ضمان العيوب الخفية لفوات ميعاد سنة من تاريخ التسليم الفعلي. وكان على المشرع الجزائري أن يأخذ بميعاد سنة من تاريخ إكتشاف العيب وليس من وقت التسليم الفعلي.

2.2. طبيعة الالتزام العام بالسلامة

يعتبر الالتزام العام بالسلامة من مصطلحات جديدة التي ظهرت في منظومة القانونية الجزائرية، و التي لا يجب الخلط بينها و بين الإلتزام التعاقدي، ويظهر الفرق بينهما في كون الإلتزام العام بالسلامة يهدف إلى الوقاية من المخاطر، أما الإلتزام التعاقدي فهو يتعلق بتعويض عن الأضرار الناتجة عن السلعة أو الخدمة، كما أن إلتزام التعاقدي يركز على الجانب المادي، عكس الإلتزام العام بالسلامة يتعلق بإجراءات الحماية المتعلقة بالمستهلك، كما يظهر الفرق بينهما في اعتبار أن إلتزام التعاقدي يقتصر فقط على أشخاص الذين يحزون على صفة المستهلك، أما إلتزام العام بالسلامة يشمل جميع المستهلكين المستعملين السلعة و الخدمات سواء كانوا متعاقدين أو من الغير.

3.2. نطاق التزام العام بالسلامة

- ✓ من حيث الأشخاص: فالإلتزام بالسلامة لا يقتصر فقط على فئة المستهلكين بل يمتد إلى كل شخص يتعرض للضرر من المنتجات أو الخدمات التي تعرض في السوق، بل تشمل حتى المهني خارج مجال تخصصه له الحق في السلامة، و ذلك سواء كان الإستعمال في ظروف عادية¹ أو غير عادية².
- ✓ من حيث الموضوع: فإن مجال تطبيق إلتزام بالسلامة من حيث الموضوع يقتصر على السلع والخدمات.
- ✓ السلع: قد يسبب في بعض الأحيان إستعمال السلع أضرار تمس بصحة وسلامة المستهلك سواء كانت هذه السلع غذائية أو غير الغذائية، ومن أمثلة التي يمكن طرحها في هذا الصدد: حادثة الكاشير الفاسد التي عرفت كل من مدينة سطيف وقسنطينة لسنة 1999 والتي أدت إلى وفات 17 شخص وإصابة 200 شخص، وكذلك الزلزال الذي وقع في مدينة بومرداس وتسبب في أضرار بشرية ومادية الناتجة عن الغش في مواد البناء (الحديد والإسمنت)، والتسمم الذي ينشأ عن تناول بعض الأغذية.
- ✓ الخدمات : لقد نص القانون الجزائري على إلتزام بالسلامة للأول مرة في عقد النقل وذلك في المادة 62 من القانون التجاري³ بخصوص نقل الأشخاص بقولها: " يجب على ناقل الأشخاص، أن يضمن أثناء مدة النقل سلامة المسافر، و أن يوصله إلى الوجهة المقصودة....."، و بالتالي فالمقدم الخدمة ليس فقط

¹ فالظروف العادية مثلا يجب على منتج السيارات أن يتوقع أن مستعمل السيارة قد يستعمل سرعة تفوق السرعة المسموح بها قانونا، مثلا منتج المحاة يجب أن يتوقع أنه في حالة تصنيعها بشكل يشبه المسكرات قد تقع في يد الأطفال و تسبب لهم أضرار صحية.

² ظروف الغير العادية فمثلا: منتج السيارات لا يجب عليه أن يتوقع أن السيارات السياحية سوف تستعمل عوض السيارات الرياضية، فالمصنع في هذه الحالة غير ملزم بسلامة.

³ المادة 62 من أمر 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق ل 26 سبتمبر، 1975 المتضمن القانون التجاري المعدل و المتمم

الفصل الأول: النظام القانوني لحماية المستهلك في المرحلة السابقة لصدور القانون رقم 09-03

ملزم بنقل المسافر وإنما نقله سليماً و معافى، ولقد إمتد هذا إلتزام على عدة عقود من بينها عقود الفنادق ، تعليم الرياضة وكذا على عقد البيع¹ .

فيجب على المحترف أن يتخذ جملة من الإحتياطات اللازمة لضمان سلامة و أمن مستعملي المنتجات و الخدمات نذكر منها:

إتخاذ إحتياطات عند تصميم السلعة وتصنيعها: ففي شأن المنتجات الغذائية يلزم القانون ذكر كل ما يتعلق بتركيبها، ومقاديرها، وطريقة تداولها و مدة صلاحيتها، مثلاً مواد الكيمائية بحيث يلزم المنتج بوضع مثل هذه السلع في عبوات متينة و جامدة، و عليها بطاقة تحمل بيانات معينة بالمنتج وهذا ما نصت عليه المادة 3 من المرسوم 90-266، أما المنتجات غير غذائية كمواد الكهرومنزلية فيشترط أن تتضمن على البيانات غير كاذبة، خصوصاً ما تعلق بكيفية استخدامها نظراً للخطورة التي تنجم عنها.

* إتخاذ الإحتياطات لدى تسليم السلعة: فيجب على المنتج سواء كان بائع أو موزع أن يتخذ الإحتياطات لازمة عند تسليم المنتج طبقاً للغرض الذي صنعت من أجله، وكذلك بما يتناسب مع رغبات المستهلك على نحو يستحيل معه حدوث الضرر وهذا ما نصت عليه المادة 9 و 10 من القانون 09-03.

¹ الحسين بن الشيخ أث ملويا، المرجع السابق، ص 315.

خلاصة الفصل

يتضح مما سبق، أن موضوع حماية المستهلك كما سبق التطرق إليه من المواضيع التي لا يستهان بها وجد حساسة، والتي تناولتها مختلف التشريعات من بينها الجزائر لكن نلاحظ أن المشرع الجزائري قد أهمل هذا الموضوع لسنوات عديدة ولم يتناوله إلا مؤخرا بإنتهاجه لنظام إقتصاد الحر، وذلك منذ سنة 1989 وهو تاريخ وضع القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي ألغاه المشرع وأبقى على قواعده التنظيمية إلى حين صدور القانون الجديد سنة 2009.

ويعتبر المستهلك في المجتمع الاقتصادي حجر الزاوية والركيزة الأساسية وبالتالي فإن المجتمعات المتقدمة عموما لم تعد تنظر للمستهلك باعتباره عنصرا هامشيا في المعادلة الإقتصادية، وباتت عملية حماية المستهلك جزءا مهما في أي مشروع للإصلاح الإقتصادي في مختلف دول العالم.

الفصل الثاني

النظام القانوني لحماية المستهلك في

مرحلة ما بعد صدور القانون

رقم 09 - 03

تمهيد

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

وقد تناولنا هذا الموضوع من خلال تقسيم هذا الفصل الى مبحثين:

المبحث الأول: قواعد حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك رقم 09-03

المبحث الثاني: دور الهيئات المكلفة بحماية المستهلك من الشروط التعسفية.

المبحث الأول: قواعد حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك رقم 09-03¹

تكتسي مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 أهمية بالغة سيما وأنه يستجمع الطابعين الوظيفي والجزائي، فهو ذو طابع وظيفي كونه يستهدف حماية فئة بعينها هي فئة المستهلكين تجاه فئة أخرى هي فئة المهنيين، وهاتان الفئتان هما اللتان يتحدد من خلالهما النطاق الشخصي لتطبيق قانون حماية المستهلك بما تضمنه من حقوق والتزامات، كما أنه ذو طابع جزائي كونه يرتب عقوبات جزائية عند مخالفة أحكامه مما يجعل من تحديد نطاق تطبيق هذا القانون أمرا ضروريا لتحديد نطاق التجريم الوارد فيه، وعليه فإن ضبط نطاق التطبيق بأبعاده المختلفة يحقق الأمان القانوني للأشخاص من خلال معرفتهم مقدما وعلى نحو منضبط القواعد القانونية التي تحكم علاقاتهم سيما إذا ما تعلق الأمر بقواعد ذات طابع جزائي².

المطلب الأول: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03: من حيث الأشخاص

تكتسي مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09/03 من حيث الأشخاص أهمية كبيرة من خلال تحديد الدائن والمدين بالحماية المقررة قانونا لصالح المستهلك، هذا الأخير هو الدائن باعتباره الطرف الجدير والمستفيد من هذه الحماية لما تضمنه من حقوق، في مواجهة المتدخل فهو المدين بهذا الالتزام الذي ألقاه على عاتقه قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

1. المستهلك

أقر قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الدائن بالحماية التي تتضمنها أحكامه هو المستهلك، وهنا تكمن ضرورة تعريف المستهلك لتحديد الأشخاص المعنيين بهذه الحماية، فلقد عرف القانون رقم 09-03 المستهلك في المادة 03: "منه بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

¹ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، جامعة قسنطينة 1، ص 43.

² محمد عماد الدين عياض، مداخله ضمن أعمال الملتقى الوطني الخامس بكلية الحقوق بجامعة 20 أوت 1955. سكيكدة حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03. أيام 08-09. نوفمبر 2010. ص 1.

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

ويؤكد ذلك أن المشرع نص في هذا التعريف على أن تكون السلعة أو الخدمة المقتناة موجهة للاستعمال النهائي أي للاستهلاك، ما يعني نفي صفة المستهلك عمن يقتني سلعا أو خدمات موجهة للاستعمال الوسيط كونها بهذا الوصف تستخدم لأغراض مهنية كإعادة التصنيع والإنتاج والاستثمار وليس للاستهلاك¹.

هذا ولم يشترط المشرع في هذا التعريف أن يكون الغرض من الاقتناء هو سد حاجات شخصية للمقتني ذاته وهو الذي يطلق عليه "المستهلك المتعاقد"، بل اعتبره مستهلكا أيضا من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة شخص آخر ليس طرفا في عقد الاستهلاك وهو الذي يصطلح عليه البعض بـ "المستهلك المستفيد" كونه يعقب المستهلك المتعاقد في الاستفادة من السلعة أو الخدمة دون أن يكابد مشقة الحصول عليها . حيث أستخدم قانون حماية المستهلك وقمع الغش للدلالة على شراء المنتج نفس اللفظ الوارد في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 وهو لفظ "يقتني"، وبالتالي فقد اسقط المستعملين من دائرة المستهلكين، فالمستهلك الذي يقتني هو غالبا من يستعمل المنتج أو الخدمة، ولكن كثيرا ما يتم استعمالها من طرف الغير كأفراد أسرة المقتني، وهو أمر يجب تداركه في هذا التعريف، نفس الشيء يقال عن اقتناء المنتج بمقابل أو مجانا فإن لفظ "يقتني" في غير محله تماما، لأن الاقتناء يكون دائما بمقابل، وعلى الأرجح فإن المشرع قصد بذلك المستعمل الذي لا يشتري السلعة وإنما يستهلكها فقط، أو أنه أراد أن يلتزم المتدخل بحماية المستهلك حتى ولم يبعه المنتج كهدية أو هبه، وفي هذه الحالة كان على المشرع استخدام لفظ أوسع من "يقتني"، وهو لفظ "يتحصل"².

كما يعتبر مستهلكا أيضا من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة حيوان يتكفل به، كأن يشتري له علفا أو يتعاقد مع مدرب لتدريبه أو مع بيطري لمداواته، وهذا يعكس الأهمية التي صار يحظى بها الحيوان سيما حيوان الصحبة، نظرا لمنافعه الاقتصادية والبيئية وارتباطه بمصالح الأفراد، وتنامي نفوذ منظمات حماية البيئة والحيوان، ويرى البعض أن المشرع بهذه اللفتة قد خرج عن نظرته السابقة للحيوان باعتباره شيئا من أشياء القانون المدني واعتباره

¹ محمد عماد الدين عياض. مرجع ذكر سابقا. ص 3.

² شعابي حنين (نوال)، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012. ص 30.

شخصا "جنينيا" من أشخاص القانون، وتمهيدا لميلاد قانون داخلي للحيوان بعد إعلان منظمة اليونسكو لحقوق الحيوان لعام 1978 .

ويطرح لفظ "يتكفل"، الذي أستخدمه المشرع تساؤل حول المقصود بالكفالة هل يقصد بها الكفالة تلك الموجودة في القانون المدني أم في قانون الأسرة؟ ، وما هي وضعية الأشخاص الذين يقطنون مع المستهلك ولكنه لا يتكفل بهم؟، لعل المشرع يقصد بلفظ "يتكفل" كل من هم تحت مسؤولية المستهلك، فكل هذه التساؤلات أوجدها التعبير غير الدقيق للمفاهيم باعتماد ألفاظا غامضة وتحتل عدة تأويلات، وهو ما يجعل من التطبيق السليم لقانون حماية المستهلك أمرا بالغ الصعوبة.

وإذا كان الأصل أن يكون المستهلك شخصا طبيعيا كون تلبية الحاجة الشخصية أمر يناسب الشخص الطبيعي، إلا أن المشرع صرح بإمكانية خلع صفة المستهلك على الشخص المعنوي، وهو موقف عام استقر عليه المشرع، إذ تنبأه أيضا في تعريفه للمستهلك في القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وذلك بخلاف المشرع الفرنسي الذي لم يتبنى موقفا موحدا بهذا الشأن، فأحيانا يصرح بإقصاء الشخص المعنوي من بعض نصوص حماية المستهلك، في حين سكت أحيانا أخرى مفسحا المجال أمام القضاء، الذي اعترف في بعض أحكامه للشركة التجارية، والنقابة، وحتى الحزب السياسي، بصفة المستهلك، في حين اتخذ موقفا مغايرا في أحكام أخرى متأثرا بتيار فقهي واسع يرى قصر صفة المستهلك على الشخص الطبيعي .

لقد أقر المشرع في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 بأن المستهلك هو "كل شخص... أي أنه لم يحدد ما إذا كان المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا، ولتجنب الغموض، تدارك الأمر في القانون رقم 09-03 وحسم طبيعة المستهلك حين أدخل طائفة الأشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين.

2. المتدخل

يعد وصف "المتدخل" الوصف المقابل للمستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فلقد كان المشرع الجزائري يعبر عن المدين في مواجهة المستهلك بصفته دائما بلفظ "المحترف" كما هو الشأن في المرسوم التنفيذي رقم: 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات وغيرها من المراسيم، حتى جاء القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث أعتمد المشرع على مصطلح "المتدخل"، وهو مصطلح أستحدثه المشرع لم يكن من قبل.

فإذا كان "المستهلك" هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك وقمع الغش فإن "المتدخل" هو الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك.

ولقد عرفت المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتدخل بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"، ثم عرفت نفس المادة عملية وضع المنتج للاستهلاك بأنها " مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة"، وعرفت نفس المادة في الفقرة 08 و 09 الإنتاج بأنه "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب و توضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول".

ومن ثم فإن مصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة أو الخدمة والمستورد والمخزن والناقل والموزع لها بالجملة أو بالتجزئة، فكل ممتن لأحد هاته الأنشطة يعتبر مت دخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه.

وبالنتيجة فإن تعريف المشرع للمتدخل لا يكاد يختلف عن تعريفه للمحترف (المهني) في المرسوم التنفيذي 266-90¹ المتعلق بضمان المنتجات والخدمات¹، بأنه " كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك"...

إن أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما برر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن من خلال إثقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ من طرف المتدخل².

الملاحظ أنه فيما عدا استبدال المشرع لمصطلح المحترف بمصطلح جديد هو المتدخل فإن القانون لم يأت بجديد سوى حذف تعداد المتدخلين في عملية عرض المنتجات للاستهلاك وهو ما كان عليه تبيان تحديد المتدخلين الذين ألزمهم بحماية المستهلك وبالتالي سهولة تطبيق القانون على المخالفين منهم فقد يكون المتدخل (منتج، وسيط، حرفي، مستورد، موزع...)، كذلك قد يكون المتدخل شخصا طبيعيا (كالتاجر) أو شخصا معنويا (كالشركة) مدينا للحماية للمستهلك باعتباره دائما³.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات (جريدة رسمية عدد 40 لسنة 1990) وهو من النصوص التطبيقية للقانون 89-02 (الملغى).

² محمد عماد الدين عياض. مرجع ذكر سابقا. ص 7.

³ شعابي حنين (نوال)، مرجع ذكر سابقا. ص 16.

إن مختلف التعريفات التي جاء بها المشرع الجزائري تتشابه فيما بينها في إعتبار المهني محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه كما أن المشرع لم يفرق بين المنتج والموزع والوسيط واعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك، الأمر الذي يجعل مصطلح "المتدخل" الواردة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد مصطلحا عاما يدخل تحت غطاءه كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للاستهلاك.

مدى اعتبار المرافق العامة من المتدخلين:

إن أهم تقسيم للمرافق العامة هو ذلك الذي يميز بين المرافق العامة الإدارية والمرافق العامة ذات الطابع التجاري والصناعي أي المرافق الاقتصادية، رغم ذلك يقر الفقه بصعوبة وضع معيار دقيق يمكن من تحديد طبيعة هذه المرافق نظرا لتعدد وتنوع مظاهر النشاط الإداري، لذلك يعتمد إلى استعمال أسلوب التعريف السلبي، بأن المرفق العام الإداري هو المرفق الذي ليس له طابع صناعي وتجاري، ولم يتم العثور على معيار إيجابي يميز بينهما.

➤ المرافق العامة الاقتصادية:

تتميز المرافق الاقتصادية بمزاولتها لنشاط شبيه لنشاط الأفراد والذي كثيرا ما يؤدي إلى استعار المنافسة بينها، بما تحقق صالح الأفراد، ومن أمثلتها مرافق النقل بالسكك الحديدية ومرافق توريد الماء والغاز والكهرباء، وقد دأب مجلس الدولة في فرنسا على تحرير هذه المرافق من قيود ووسائل القانون العام على الأقل فيما يتعلق بالجوانب المالية وكذا طرق الإدارة.

فلقد رأى الفقه الإداري الحديث، وأكدت محكمة التنازع الفرنسية على تحرير المرافق ذات الطابع الصناعي والتجاري من قيود وسائل القانون العام في علاقتها مع المتفاعلين بها وإخضاعها للقانون الخاص، ولاختصاص القضاء العادي وهو ما أكدته مجلس الدولة الفرنسي بعد ذلك في كثير من قراراته.

لقد اعتبر المشرع الجزائري المؤسسات العمومية الاقتصادية شركات تجارية، ما يبرر دخولها ضمن مفهوم المتدخل واعتبار المتفاعلين من خدماتها مستهلكون يستفيدون من الحماية التي قررها القانون رقم 09-03¹.

➤ المرافق العامة الإدارية:

وإذا كان هذا هو شأن المرافق العامة الاقتصادية، فإن المرافق العامة الإدارية هي التي تزاوّل نشاطا يختلف عما يزاوّل الأفراد عادة وهي المرافق التي قامت على أساسها مبادئ القانون الإداري الحديث، وهي تتميز

¹ أ. محمد عماد الدين عياض، مرجع ذكر سابقا، ص 8.

بمخضوعها التام للقانون العام ولا تلجأ إلى وسائل القانون الخاص إلا استثناءً، وخاصة تلك التي تقدم خدماتها دون مقابل، ومن أمثلتها: مرافق العدالة والشرطة والدفاع والطرق وغيرها وبالتالي لا يمكن اعتبار المنتفعين بالمرافق العامة الإدارية مستهلكين.

ويميل الاعتقاد اليوم في فرنسا إلى اعتبار المرافق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بمقابل مثل المستشفيات، من المتدخلين والمنتفعين بها من فئة المستهلكين حيث يتمسكون بأحكام قانون حماية المستهلك.

ومهما يكن فإن الجانب الجزائي من قواعد قانون حماية المستهلك تبقى حتى ولو تعلق الأمر بمرفق إداري كما هو الحال في الغش في بيع السلع والمواد الغذائية¹.

مما سبق فإن التمييز بين المستهلك والمتدخل يبدو واضحاً وجلياً، إذ أن المتدخل خلاف المستهلك يتصرف لتلبية حاجات مهنته أو حرفته فهو يستأجر الأمكنة لأغراض تجارية، ويشترى السلع والبضائع في سبيل إعادة بيعها، ويشترى الأدوات والمعدات ليستعملها في ممارسة مهنته وحرفته ويقترض النقود من أجل تمويل مشروعه، فهو بالطبع خلاف المستهلك الذي يقدم على اقتناء هذه الأشياء لسد حاجاته الشخصية والعائلية.

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 من حيث المحل (الموضوع):

تمثل المنتوجات التي يتم اقتناؤها من أجل الاستعمال النهائي موضوع ومحل التزام الحماية التي أقرها المشرع لصالح المستهلك بصفته دائناً في مواجهة المتدخل المدين بالحماية، وبالرجوع إلى المادة 02: من قانون حماية المستهلك نجد أنها تنص تطبيق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، فأحكام هذا القانون تطبق على المنتوجات التي قد تكون سلعا أو خدمات معروضة للاستهلاك.

¹ شعباني حنين (نوال)، مرجع ذكر سابقاً. ص. 21.

1. السلعة كمحل للاستهلاك

تختلف التعاريف وتباين في ضبط مفهوم موحد "للمنتوج"، فالمشرع الجزائري لم يضع تعريف موحد، حيث وفي بعض نصوصه قصر المنتوج على السلعة المادية فقط وفي بعض النصوص القانونية الأخرى أضاف الخدمة للسلعة المادية وأطلق عليهما مصطلح "المنتوج".

وبالرجوع لقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم: 09-03 نجد المشرع قد وضع كل من السلعة والخدمة في مصطلح واحد حيث نصت الفقرة 10 من المادة 03 "المنتوج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"، وعرف السلعة في نفس المادة في الفقرة 17 "السلعة: كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".

وبذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية، بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والآلات.

هذا وقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الأشياء المادية، ما يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلا للاستهلاك كبراءات الاختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية، ولعل العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة والتفتيش التي تتطلب وجودا ماديا لتطبيقها، بالإضافة لاقتراحها بعالم الأعمال إذ لا يتصور مثلا أن يقوم شخص بشراء براءة اختراع أو محل تجاري أو علامة تجارية لغرض غير مهني، وإن كان ثمة من لا يرى مانعا من أن تكون بعض الأموال المعنوية كمنتوج ذهني محلا للاستهلاك.

ويلاحظ أن المشرع في القانون رقم 09-03 لم يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولاً، بخلاف ما كان عليه الأمر في المرسوم التنفيذي رقم (90-39) المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش الذي عرف السلعة "بأنها كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات مادية"، وهو ما يمكن تفسيره أن لا مانع في نظر المشرع من أن يكون العقار أو المسكن محلا للاستهلاك ويخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وهو ما دعا له البعض، بالنظر إلى الأهمية التي يحتلها المسكن في حياة الناس اليوم وبالنظر إلى أن العمليات الواردة على العقار من بيع وإيجار أصبح يشرف عليها محترفون متخصصون ما يبرر حماية المستهلك في هذه المجالات، كما أن المشرع لم يشترط عنصر الجدية في السلعة محل الاستهلاك، ومن ثم فهي مشمولة بأحكام القانون

رقم (03-09) ويعتبر مستهلكا من يقتني أشياء مستعملة لاستعماله الشخصي، وهو موقف وجيه في ظل الإقبال الواسع عليها في السوق الجزائرية اليوم¹.

وهنا نخب بالمشرع أن يشملها هي أيضا بالنص الصريح، لأن البيانات التي يجب العلم بها من طرف المستهلك الخاصة بالسلع المستعملة، ليست تلك التي تتعلق بالسلع الجديدة، وإن كانت تتشابه في بعضها ومثال ذلك بيع السيارات المستعملة، حيث يلتزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بأوصاف السيارة المستعملة المباعة، بما ييسر على المستهلك الوقوف على قيمة السيارة وصلاحياتها، وملاءمتها للغرض من الشراء، ومن أهم البيانات والمعلومات التي تهم المستهلك معرفتها بهذا الخصوص، سنة الصنع، وطرازها أو نوعها، وسعة محركها، والعدد الحقيقي والصحيح للكيلومترات التي قطعتها، والاستعمال السابق لها والغرض الذي كانت مخصصة للاستعمال فيه، وأصل ومصدر الأجزاء الجوهرية لها، والحوادث السابقة التي تعرضت لها السيارة، ومدى جسامته الحادث، ونوع الإصلاحات التي أجريت عليها وكافة المعلومات الخاصة بالحالة العامة للسيارة وحالة أجزائها.

2. الخدمة كمحل للاستهلاك

إلى جانب السلع نجد الخدمات والتي هي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك، ويقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي، وكذلك خدمات شركات الاتصالات والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسب الآلي والصناعات المرتبطة به ونشاط شركات السياحة وقطاع الإنشاءات والتعمير ومكاتب الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والخبراء والمستشارين الأجانب.

وقد عرفت المادة 03 من القانون رقم (03-09) الخدمة بأنها " كل عمل يقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"

وقد استثنى المشرع صراحة الالتزام بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة، وأبقى عليه التزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع المحترف في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني، تحقيقا للتناسق بين التشريعات.

¹ أ. محمد عماد الدين عياض، مرجع ذكر سابقا، ص 10.

وبخصوص مدى خضوع المرفق العام لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش يصدق على الخدمات التي تقدمها هذه المرافق، حيث يمكن بسط تطبيق أحكام القانون رقم 09-03 على خدمات المرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي، وكذا الخدمات التي تقدمها المرافق العامة الإدارية بمقابل دون خدماتها المجانية حسبما يقرره جانب من الفقه، وإن كان القانون رقم 09-03 نص صراحة بدخول كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً تحت نطاق تطبيقه، ما يزيد من احتمال إمكانية دخول الخدمات المجانية للمرفق العام العمومي في نطاقه متى انطبق عليها مفهوم الخدمة في هذا القانون.

المبحث الثاني: دور الهيئات المكلفة بحماية المستهلك من الشروط التعسفية

إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به، ولأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة ومن قدرتها على دقة وسلامة التنفيذ حيث تنقل التجريم والعقاب من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية على أرض الواقع. حيث تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصاتها كما سنرى لاحقا بدور فعال في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق منها بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية.

المطلب الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك

ترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة، حيث تتولى تنفيذ نظام مراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها من زاوية مدى مطابقتها لمعايير الجودة والصحة والأمان، حيث نجد وزارة التجارة ومختلف الهياكل التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات بالإضافة إلى الهياكل المركزية ومختلف المديرات الجهوية والولاية تسهر على حماية المستهلك وقمع الغش وهذا ما سيأتي تفصيله في هذا المطلب¹.

1. دور وزارة التجارة

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

لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453-21 ديسمير سنة 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 يأتي:

¹ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2014، ص 97-98.

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

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

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

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

➤ يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.

يعد وينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها.

➤ يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من 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 للهيكل المركزية واللامركزية والمؤسسات والهيئات التابعة لدائرته الوزارية.

2. الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة والمكلفة بحماية المستهلك

حول المرسوم التنفيذي رقم 266/08 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحيات حماية المستهلك¹.

كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم 12/203 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 مرسوم تنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 19 أوت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، عدد 48.

1.2. المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

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

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

2.2. المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

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

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.
- مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.
- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية¹.

3.2. شبكة الإنذار السريع:

وتم إنشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، وذلك في المواد من (17-22) حيث تهدف إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتجات التي تشكل أخطار على صحة المستهلكين وأمنهم، وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتجات الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا مصالحها

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

الخارجية هذه المهام بالإضافة إلى تواصل شبكة الإنذار السريع بشبكات الإنذار الجهوية والدولية كما تربط هذه الشبكة العلاقات وتبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلكين والجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلاً.

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 الأضرار بصحة المستهلك وأمنه.

➤ وضع المعلومات التي تحوزها والمتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتوجات على صحة المستهلكين وأمنهم في متناول
تحدد كفاءات تنظيم وعمل شبكة الإنذار السريع بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش¹.

تغطي هذه الشبكة مراقبة كافة أنواع السلع والخدمات الموجهة إلى الاستعمال النهائي للمستهلك، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، باستثناء المنتوجات التي تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة كالأسمدة والأجهزة الطبية، والمواد والمستحضرات الكيميائية².

3. المصالح الخارجية لوزارة التجارة

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

1.3. المديريات الولائية للتجارة

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

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

² المواد 03، 19 من نفس المرسوم.

التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش وتساهم أيضا في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام¹....

وتتضمن المديرية الولائية للتجارة فرق تفتيش يسيروها رؤساء فرق، وتنظم في مصالح عددها خمس (05)، ومن مهام المديرية نجد المصالح التالية: مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، ومصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، ومصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، ومصلحة المنازعات والشؤون القانونية، ومصلحة الإدارة والوسائل، وكل مصلحة تضم على الأكثر ثلاثة (03) مكاتب².

2.3. المديرية الجهوية للتجارة

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

تنظم المديرية الجهوية للتجارة المحدد عددها بتسع (09) في ثلاث (03) مصالح هي مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل، تتولى هذه المصالح مهام تأطير وتقييم نشاطات المديرية الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي و/أو إنجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات³.

4. الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة

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

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

² المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 09/11.

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

1.4. المجلس الوطني لحماية المستهلكين CNPC

وهو هيئة حكومية استشارية، أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم،¹ 272/92 يتكون من ممثلي أربعة عشر وزارة إضافة إلى مدراء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والمعهد الوطني لضبط المقاييس والملكية الصناعية، وتسعة من ممثلي جمعيات المتدخلين وعشرة من ممثلي الجمعيات المعتمدة للمستهلكين الأكثر تمثيلا، وينقسم المجلس إلى لجتين هما:

➤ لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها.

➤ لجنة إعلام المستهلك والرزم القياسية.

وتبقى مهامه استشارية وتقتصر على إبداء الآراء غير الملزمة في المجالات المتعلقة:

➤ بالتدابير الكفيلة بتدعيم امن المستهلك ووقايته من المخاطر الناتجة عن السلع والخدمات.

➤ البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.

➤ إعلام المستهلك وتوعيته وحمايته.

➤ إعداد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها.²

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

فهو جهاز استشاري في مجال حماية المستهلكين مكلف بإبداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك.³

2.4. المركز الجزائري لمراقبة النوعية CACQ

تم إنشاءه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03 الذي يبين تنظيمه وعمله.⁴

¹ مرسوم تنفيذي رقم 772/92 مؤرخ في 06 يوليو، 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، الجريدة الرسمية، عدد 52، 1992.

² محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 52.

³ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 355/12 مؤرخ في 02 أكتوبر، 2012 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته

⁴ المرسوم التنفيذي رقم، 318/03 مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 أوت، 1998 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية عدد 59 الصادرة في 05 أكتوبر 2003.

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

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

3.4. شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية RAAQ

تم إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/96 والذي يتضمن كذلك تنظيمها وسيرها¹.

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

تكلف الشبكة بإنجاز كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة، وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات².

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

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

² المادة 03 من نفس المرسوم.

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

يتمتع كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات حولها 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 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 الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرات الولائية للتجارة التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والتحقيقات الاقتصادية ومراقبة النوعية وقمع الغش¹.

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلاً للدولة فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد حيث تنص المادة 108 من القانون رقم 07/12 المؤرخ في 21 فبراير 2012 أنه يكون: "يسهر الوالي على وضع المصالح الولائية ومؤسساتها العمومية وحسن سيرها ويتولى تنشيط ومراقبة نشاطاتها طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما².

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

وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤولاً عن ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك، كسحب المنتج مؤقتاً أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة مؤقتة على رأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة³.

¹ كالم حبيبة، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005، ص 56.

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

³ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 107.

وهو المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي وذلك من خلال إشرافه 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 للاستهلاك¹.

2. دور رئيس البلدية في حماية المستهلك

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

➤ يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 88 من القانون 11-10 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" ، كما يتولى إلى جانب ذلك طبقا لنص المادة 94 الفقرة 02 من نفس القانون: "المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأموال" ، أما ما الفقرة 10 من نفس المادة 94 فإنها تنص على أنه: "يتولى السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع.

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

○ توزيع المياه الصالحة للشرب.

○ صرف المياه المستعملة ومعالجتها.

¹ كالم حبيبة، مرجع سابق، ص. 87.

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

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

3. دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

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

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

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

1.3. تنظيم مجلس المنافسة

يقوم مجلس المنافسة بوظيفة أساسية في مجال تنظيم وضبط المنافسة في السوق، وهي وظيفة تقتضي تزويده بنظام قانوني خاص يسمح له بالتدخل كلما تعرضت المنافسة للتقييد أو العرقلة، وقد منحه المشرع صلاحيات واسعة في ذلك¹.

حيث عرف الأمر رقم 03/03 مجلس المنافسة على أنه سلطة إدارية، تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة².

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

1.1.3. صلاحيات مجلس المنافسة في مجال الضبط وحماية المستهلك

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

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

¹ صياد الصادق، مرجع سابق، ص. 119

² المادة 23 من الأمر 03/03 المعدلة بموجب المادة 09 من القانون 12/08 المتعلق بالمنافسة

الوظيفة الاستشارية لمجلس المنافسة

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

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

الوظيفة الردية لمجلس المنافسة

بالإضافة إلى الدور الاستشاري لمجلس المنافسة يتمتع كذلك بصلاحيات أساسية تتمثل في اتخاذ القرارات إزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، وقبل أن يصدر المجلس قراراته ضمن الجلسات التي يحددها لهذا الغرض تتخذ أمامه إجراءات خاصة، تخوله في ذلك مختلف النصوص القانونية والتنظيمية صلاحيات مختلفة كإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء، الهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون أعمال منافية للمنافسة¹.

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

فمجلس المنافسة هو الضابط الحقيقي والرئيسي للسوق، بحيث يتولى السهر على احترام قواعد المنافسة الحرة والنزيهة وبالتالي حماية المستهلك، كما أنط المشرع الجزائري بمجلس المنافسة عدة صلاحيات واختصاصات تمكنه من الناحية المبدئية من أداء مهامه، لكن الحقيقة الراسخة في الميدان تجعل من هذه الأحكام مجرد حبر على ورق نظراً لعدم توفر العناصر الأساسية لبناء سوق منظمة ومضبوطة سواء من حيث تأطير عمل ونشاط المتعاملين

¹ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 123.

الناشطين فيها، أو من حيث الظروف والوسائل التي يستلزم أن تتوفر فيها وينتج عن ذلك أن الهيئات المكلفة بالضبط والتأطير لا تتحكم في الأوضاع المعروضة في كل حالة وكل مناسبة، مما يجعلها غير فعالة وغير فعلية.

إن تحقيق مجلس المنافسة لأهدافه ينعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلك أول المستفيدين من الاقتصاد التنافسي، نظراً لما يتوفر له من حرية اختيار من حيث الجودة ومن حيث السعر، مما يجعله أقدر على التحكم في موارده وفي سلوكه الاستهلاكي، وقيام مجلس المنافسة بدوره سواء ما تعلق بالدور الاستشاري أو الردعي هو حماية إضافية للمستهلك إضافة للحماية التي تمارسها الأجهزة الأخرى بمختلف اختصاصاتها¹.

4. دور إدارة الجمارك

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

1.4. حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

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

فقد خولت المادة 241فقرة 01 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنه: يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية و أعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها

¹ صياد الصادق، نفس المرجع، ص 129.

ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة. كذلك إذا تعلق الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري أن تطالب تدخل السلطات المدنية والعسكرية ومد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم.

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

2.4. ضمان أمن وسلامة المستهلك

بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي، حيث يمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة. كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضا صريح من المعني بالأمر وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك.

خلاصة الفصل

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

الخاتمة

الخاتمة

من خلال الدراسة التي قمنا بها حول موضوع الحماية الجنائية للمستهلك في ظل التشريع الجزائري نستنتج أن هناك العديد من التشريعات التي سعى المشرع الجزائري إلى وضعها لتوفير حماية أكبر للمستهلك في ظل الانتهاكات التي قد يتعرض لها في السوق في ظل تدفق المنتجات الأجنبية والسلع المغشوشة والمقلدة، والتي أحيانا يجهل حتى مصدرها مع كثرة التلاعبات، فإن تدخل المشرع كان موفقا من خلال سن ترسانة قانونية لحماية المستهلك إزاء أي صورة من صور الجرائم الماسة به.

حيث عمدنا إلى محاولة الالمام بتعريف المستهلك من الناحية اللغوية والاصطلاحية ومن الناحية الفقهية والقانونية، ثم التطرق الى تعريف وتوضيح بعض المفاهيم التي لها صلة بمصطلح المستهلك.

ثم بعدها التطرق الى دراسة اهم العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك والتي تختلف حسب البيئة والمجتمع والثقافة، ثم دراسة تطور السياسات التشريعية المتعلقة بحماية المستهلك من خلال دراسة مضمون قانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك من الغش والخداع.

ومن ثم تناولنا نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك من خلال تشريعات حماية المستهلك في ظل المرحلة التي سبقت قانون 02-89 وفي ظل مرحلة هذا القانون الى غاية 2009، والحقوق التي منحها هذا القانون للمستهلك.

ومن خلال المبحث الثاني للفصل الأول تطرقنا الى قواعد حماية المستهلك من الشروط التعسفية أثناء إبرام العقد وفي مرحلة تنفيذ العقد.

ثم كان التطرق في الفصل الثاني الى قواعد حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك رقم 03-09 من حيث الأشخاص ومن حيث المحل (الموضوع). ثم التفصيل في آليات حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك رقم 03-09.

هذا وقد سعى المشرع الجزائري إلى معالجة المشاكل التي يتعرض إليها المستهلك والقضاء إلتزامات على عاتق المهني، فقد ألزم المنتجون ومقدمي الخدمات بوضع على منتجاتهم التي يقدمونها البيانات اللازمة التي تمكن المستهلك من الاستعمال الحسن للمنتج أو الخدمة، وحمايته من المناورات التجارية التدليسية والتي من شأنها

الخاتمة

المساس لحقوقه المنتهكة ومصالحه المادية والمعنوية، وإعلامه بضرورة اتخاذ احتياطات ان كان المنتج يحتوي على خطر، لم يقف المشرع الجزائري عند هذا الحد فقد قام بحماية المستهلك من التعسف الذي قد يتعرض إليه باعتبار أنه قد يلجأ بعض المهنيون إلى فرض بعض الشروط المجحفة من شأنه الإخلال بتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.

بالإضافة للدور الفعال الذي تلعبه الدولة في حماية المستهلك من الغش والحفاظ على صحته وسلامته، وحتى تتجسد هذه الحماية وضع المشرع الجزائري الهيئات ومهمتها تكمن في مراقبة الأعوان الاقتصادية أثناء مباشرة لنشاطهم، وخول للمستهلك الحق في اللجوء إلى القضاء وذلك لحماية حقه المعتدى عليه. يبقى أن نشير إلى أن مسؤولية حماية المستهلك تقع بدرجة الأولى على المستهلك نفسه قبل أن تكون الهيئات الإدارية والقضائية مسؤولة عن حمايته، فلا بد عليه أينما كان أن يكون واثقا من نفسه وواعيا لحقوقه دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتوجات اقل قيمة، وقل أمنا وبالتالي فان أقصر طريق لحماية المستهلك هو وعي المستهلك نفسه.

وما نستخلصه من خلال ما سبق عرضه أن رغم محاولة المشرع في تفادي النقائص والثغرات القانونية التي كانت موجودة في ظل القانون 02-89 السابق ذكره خاصة في مجال توسيع من النطاق الحماية إلا أن القانون الجديد لم يستجيب لتطلعات المستهلكين في توفير الحماية الكافية وفعالة لهم ويتجلى ذلك من خلال الاستنتاجات التالية:

❖ لم يأتي قانون حماية المستهلك وقمع الغش بجديد فيما يخص بتعريف المستهلك باستثناء إضافة الأشخاص المعنوية ضمن طائفة المستهلكين، وكذلك لم يحدد الأشخاص المعنوية التي تستفيد من الحماية.

❖ وما لاحظناه من خلال دراستنا أن القانون الجزائري منها القانون المدني، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش قد سكت عن تعريف لشروط التعسفية مما أجبرنا العودة إلى التعريفات التي وضعتها القوانين أخرى، لكن هناك إشارة لتعريف الشروط التعسفية من خلال القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على القواعد التجارية.

❖ عدم وجود محاكم خاصة بقضايا حماية المستهلك فهي حاليا تعالج ضمن المخالفات التجارية.

الخاتمة

❖ كذلك من خلال التعاريف المختلفة للمستهلك نلاحظ أن المشرع الجزائري تبني الموقف الضيق للمستهلك، وهذا يعني عدم امتداد الحماية إلى المهنيين الذين لا يقومون باقتناء المنتج لحاجاتهم الشخصية، وإنما لمهنتهم لكن خارج مجال تخصصهم.

❖ عدم وجود الحماية الفعلية للمستهلك في مجال الشروط التعسفية وهذا راجع إلى العديد من العوامل: عدم جدية الجهات المسؤولة عن حمايته، غياب الوعي الجماعي لدى المستهلك ... إلخ.

وبالتالي فإن موضوع حماية للمستهلك ليس بحاجة إلى تشريعات جديدة وإنما هو بحاجة إلى تطبيق تلك القوانين والنصوص التشريعية التنظيمية بصورة أكثر فعالية.

يمكن تفادي النقائص الوارد في قانون حماية المستهلك وذلك من خلال الإقتراحات التالية:

✓ إزالة التعارض بين قانون حماية المستهلك والنصوص التطبيقية له وهذا بإصدارها في أقرب الآجال خاصة بالنسبة للأحكام الخاصة بتعريف المستهلك وتحديد أحكام الضمان.

✓ نقترح على المشرع إدراج نص قانوني، أو مادة قانونية تقوم من خلالها بتعريف الشروط التعسفية سواء في القانون المدني أو قانون حماية المستهلك، ومراقبة الشروط المحففة في العقود المبرمة بين المنتجين والمستهلكين.

✓ توسيع نطاق اعمال نظرية عيوب الارادة والالتزام بالإعلام لتحقيق الحماية الجدية للمستهلك نتيجة لضعفه الاقتصادي والعلمي، اضافة الى تعزيز احكام حماية المستهلك ومكافحة الشروط التعسفية.

✓ مضاعفة أليات الرقابة خاصة على الأسواق وعلى حركة تدفق السلع والمنتجات ومراقبة مدى خضوعها للمواصفات والمقاييس العالمية والدولية.

✓ توفير حماية أكبر لأعوان الرقابة من خلال تشديد العقوبات ضد الأشخاص التي تعيق وتعرق عمل أعوان الرقابة.

✓ تعزيز دور مديريات التجارة وتدعيمها بالإمكانات المادية والمعنوية التي تسهل عملها ضبط المخلين بالنظام العام لأسواق والمحلات التجارية.

✓ نشر ثقافة الاستهلاك لدى المستهلكين من خلال النشرات وأيام الدراسية التي تزيد من وعيهم حول الأخطار التي قد يتعرضون لها وكيفه ضمان حقوقهم والمطالبة بها.

الخاتمة

ننتهي الى القول إن الحماية الجنائية للمستهلك بالرغم من جل التشريعات التي وضعها المشرع الجزائري وسعيه إلى تطبيقها على أرض الواقع، إلا انه لم يوفق إلى حد كبير في الحد من الجرائم التي تمس بالمستهلكين وهذا راجع الى العديد من العوامل والأسباب والمتثلة في نقص الوعي لدى المستهلك والمتدخل وعدم التطبيق الفعلي للعقوبات مما يترك منافذ وثغرات قانونية يتملط بها الجاني من العقاب.

المراجع

قائمة المراجع

المراجع والمصادر:

أولاً: النصوص القانونية

القوانين:

1. القانون 02-89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. الجريدة الرسمية. العدد. 6 المؤرخة في 8-02-1989.
2. القانون رقم 90-18 مؤرخ في 31 يوليو سنة 1990، يتعلق بالنظام الوطني القانوني للقياس، عدد 35، الصادر سنة 1990.
3. القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991، المتضمن قانون تعميم إستعمال اللغة العربية، عدد 3، الصادر في 16 يناير 1991
4. القانون رقم 04/02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41 المؤرخة في 27-06-2004، السنة الواحدة والاربعين.
5. القانون رقم 04/02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41 المؤرخة في 27-06-2004 السنة الواحدة والاربعين.

المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية. العدد. 5 المؤرخة في 31 يناير 1990. السنة السابعة والعشرون.
2. المرسوم التنفيذي رقم 90-132 مؤرخ في 15 ماي 1990، يتعلق بتنظيم التقييس و سيره، عدد، 20 الصادرة في 16 ماي 1990، معدل و متمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 2000-110 مؤرخ في 10 ماي 2000، عدد 28، الصادر في 14 ماي 2000.
3. المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات (جريدة رسمية عدد 40 لسنة 1990) وهو من النصوص التطبيقية للقانون 89-02 (الملغى).

قائمة المراجع

4. المرسوم التنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، متعلق بوسم السلع المنزلية الغير الغذائية، عدد 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.
5. المرسوم التنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فيفري 1992، متعلق بمراقبة المواد المنتجة محليا والمستوردة، عدد 13، الصادر في 19 فيفري 1992، المعدل والمتمم بموجب مرسوم تنفيذي رقم 93-47 مؤرخ في 06 فيفري 1993، عدد 09، الصادر في 10 فيفري 1993.
6. المرسوم التنفيذي رقم 92/772 مؤرخ في 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، عدد 52، 1992.
7. المرسوم التنفيذي رقم 97-37 مؤرخ في 14 جانفي 1997، يتعلق بشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية المعدل والمتمم، عدد 4، الصادر في 15 جانفي 1997.
8. المرسوم التنفيذي رقم 97-254 مؤرخ في 08 يوليو 1997، متعلق بالرخص المسبقة للإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع خاص، عدد 46، الصادر في 09 يوليو 1997.
9. المرسوم التنفيذي رقم 97-494 مؤرخ في 21 ديسمبر 1997، يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن إستعمال اللعب، عدد 85، الصادر في 24 ديسمبر 1997.
10. المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المؤرخ في 8 يوليو 1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها. الجريدة الرسمية. العدد 46 السنة الرابعة والثلاثين.
11. المرسوم التنفيذي رقم 03/318 مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 89/147 المؤرخ في 08 أوت 1998، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرقم وتنظيمه وعمله، عدد 59 الصادرة في 05 أكتوبر 2003.
12. المرسوم التنفيذي 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، عدد 48.

القرارات الوزارية:

1. القرار الوزاري مؤرخ في 03-11-1990، المتعلق بالتقييس، عدد 54، الصادر في 12-12-1990.
 2. القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 يتضمن كفايات تطبيق مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، عدد 40 الصادر في 05 جوان 1994.
 3. القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 27-04-1997، يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض.
 4. القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 31-05-1997، يحدد المواصفات التقنية للحليب الجاف، وشروط وكفايات عرضه.
 5. القرار الوزاري المشترك مؤرخ في 25-05-1997، يحدد المواصفات التقنية لأنواع السميد والقمح الصلب، وشروط وكفايات عرضها.
- ونشرت هذه القرارات في الجريدة الرسمية رقم 55، الصادر في 20 أوت 1997.

ثانيا: الكتب

1. ابن منصور، لسان العرب المحيط، الجزء 3، دار لسان العرب، بيروت.
2. الحسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، دراسة فقهية، قانونية وقضائية مقارنة، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
3. حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دار القدس، فلسطين، 1997.
4. السيد خليل هيكل. نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك دراسة مقارنة. ط. 2. دار النهضة العربية: القاهرة. مصر. 1999.
5. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
6. عمر محمد عبد الباقي. الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، ط 1، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر. 2008.
7. عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك عوامل تأثير البيئة، ج 1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

قائمة المراجع

8. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
9. محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية دراسة مقارنة، طبعة 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
10. موسى زهية، دروس في قانون الاستهلاك، الإرسال الثاني، 2006.

ثالثا: الاطروحات والمذكرات

1. زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، المشرف كتنو محمد الشريف بتاريخ 14 أبريل 2011 (2011-2012).
2. سيف الإسلام شوية، سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية اقتراح نموذج للتطوير، كلية الآداب والعلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة عنابة، 2006.
3. شعباني حنين (نوال)، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012.
4. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، أشور عبد الحفيظ، 2013-2014.
5. علي يحيى، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016.
6. عماري الجيلالي وبكة سيدي احمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري دراسة حالة: المخبر الولائي للوقاية بالشلف. مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA، جامعة التكوين المتواصل مركز الشلف. 2012.
7. كالم حبيبة، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005.

قائمة المراجع

8. لطيفة اماروز، إلزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، رسالة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
9. نادية مامش، مسؤولية المنتج دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة ماجستير في قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
10. هشماوي وهيب وحمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2013.
11. يوسف عشيرة خديجة، ضمان خدمات ما بعد البيع وقمع الغش في قانون المستهلك الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات التطبيقية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2010-2011.

رابعاً: المقالات

- 1- خليفي مريم، "الالتزام بإعلام الإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، مجلة الدفاتر السياسية والقانون، العدد 04، الجزائر، 2011.
- 2- عبد الرحمان خلفي، "حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الجزائري (دراسة مقارنة)" مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)، عدد 01، الجزائر، 2013.

خامساً: المداخلات

- 1- ربيعة صبايحي، حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري، من أعمال الملتقى الوطني، للمنافسة وحماية المستهلك، جامعة بجاية، أيام 17 و18 نوفمبر 2009.
- 2- شلي الزين وبو تمحت جلال. مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري. مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول "حماية المستهلك في ظل القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. جامعة سكيكدة. كلية الحقوق. ملحقة عزابه. يومي 08 و9 نوفمبر 2010.
- 3- محمد عماد الدين عياض، مداخلة ضمن أعمال الملتقى الوطني الخامس بكلية الحقوق بجامعة 20 أوت 1955. سكيكدة حول حماسة المستهلك في ظل القانون رقم 09-03. أيام 08-09. نوفمبر 2010.

قائمة المراجع

سادسا: الموسوعات

1. جمال عبد الناصر .موسوعة في الفقه الإسلامي .المجلس الاعلى للشؤون الاسلامية.ج.8.

سابعا: المراجع الأجنبية:

1- Régis Fabre, droit de la publicité et la promotion des ventes, édition Dalloz, Paris 1996,p13.

الفهرس

الموضوع		
		الاهداء
		الشكر
		الملخص
1-6		المقدمة
الفصل الأول: النظام القانوني لحماية المستهلك في المرحلة السابقة لصدور القانون رقم 03-09		
8		تمهيد
9	مفهوم المستهلك ونطاق تطبيق قواعد حمايته	المبحث الأول:
17-9	مفهوم المستهلك	المطلب الأول:
23-17	نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك	المطلب الثاني:
24	قواعد حماية المستهلك من الشروط التعسفية	المبحث الثاني:
32-24	في مرحلة إبرام العقد	المطلب الأول:
39-33	في مرحلة تنفيذ العقد	المطلب الثاني:
40		خلاصة الفصل
الفصل الثاني: النظام القانوني لحماية المستهلك في مرحلة ما بعد صدور القانون رقم 03-09		
42		تمهيد
43	قواعد حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك رقم 03-09	المبحث الأول:
47-43	نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09: من حيث الأشخاص	المطلب الأول:
51-48	نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 من حيث المحل (الموضوع)	المطلب الثاني:
52	دور الهيئات المكلفة بحماية المستهلك من الشروط التعسفية.	المبحث الثاني:
58-52	دور وزارة التجارة في حماية المستهلك	المطلب الأول:
65-59	دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.	المطلب الثاني:

الفهرس

66		خلاصة الفصل
71-86		الخاتمة
78-73		قائمة المراجع
80		الفهرس