



كلية الحقوق والعلوم السياسية.

قسم الحقوق.

حماية المستهلك في إقتصاد السوق

مذكرة لنيل شهادة الماستر

تخصص: قانون اعمال

إعداد الطالبتين: - هجيرة عدلا حين بإشراف: د. رشيد محمودي

- صباح سابق

أعضاء لجنة المناقشة:

الأستاذ: أ. عيسى جيرون..... رئيسا.

الأستاذ: د. رشيد محمودي..... مشرفا ومقررا.

الأستاذ: د. خيرة بن سالم..... عضوا.

تاريخ المناقشة: 2019/07/02

السنة الجامعية: 2019/2018

إهداء

الحمد لله الذي فطرني على طاعته وشكره.

إلى نبع الحب والحنان،

إلى والديّ العزيزين

إلى أعلى وأعز إنسان على قلبي أبي العزيز والذي أحمل اسمه بكل افتخار والذي كان يمني
النفس برؤيتي أخرج رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه.

إلى التي جعلت الحياة حلوة في عيوني، عزيزتي ورفيقة دربي، طريقي وسبيلي إلى الجنة
غاليتي الفريدة أمي الحبيبة.

إلى من شاركوني رحم أمي إخوتي

إلى أعز الأصدقاء والزملاء

وخاصة زميلي في العمل الأستاذ المحامي مساهل منير

وزميلتي في الدراسة والعمل العابدي شريفة

وإلى كل طلبة كلية الحقوق والعلوم السياسية وخاصة طلبة تخصص قانون أعمال

إلى كل من تذكره قلبي ولم يكتبه قلبي.

أهدي ثمرة جهدي.

ع. هجيرة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم
اللهم إني أحمدك وأشكرك شكر الشاكرين وصلي اللهم وسلم على نبيك محمد
وخاتم الأنبياء والمرسلين.

وبعد:

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى:
من أرضعتني الحب والحنان إلى رمز الحب وبلسم الشفاء إلى القلب
الناصح بالبياض أمي الغالية أطال الله عمرها وحفظها.
إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم، إلى القلب الكبير
أبي العزيز أطال الله عمره وحفظه.
إلى النفوس البريئة إلى رياحين حياتي: بنات و أولاد إخواتي
إلى إخواتي وأخواتي.
إلى كل طالبات والطلبة بالدراسة، تخصص قانون أعمال.
إلى كل زملائي في العمل.

س. صباح

الشكر

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا
على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى إنجاز هذا
العمل.

نتوجه بجزيل الشكر والإمتنان إلى كل من ساعدنا
من قريب

أو من بعيد على إنجاز هذا العمل

ونخص بالذكر الأستاذ المحترم المشرف

الدكتور " رشيد محمودي " الذي لم ييخل علينا

بتوجيهاته

ونصائحه القيمة التي كانت عوناً لنا في إتمام هذا البحث

وكل الأساتذة وعمال جامعة جيلالي بونعامة

بالأخص قسم الحقوق

هجيرة وصباح

قائمة المختصرات

أولاً : باللغة العربية

ج ر: الجريدة الرسمية

ص: الصفحة

د س: دون سنة النشر

ج ر ج د ش: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

ط: الطبعة

ع: العدد

ص ص: من الصفحة إلى الصفحة

ثانياً : باللغة الفرنسية

Op.cit : (opère citato), référence précédemment citée.

مقدمة

أولت التشريعات الحديثة أهمية بالغة لحماية المستهلك وهذا نتيجة للإتفاقيات الدولية المبرمة في هذا المجال حيث بدأت بوادر هذه الحماية في الولايات المتحدة الأمريكية (وتحديدا في سنة 1962) أين صرح الرئيس الأمريكي جون كندي أن كلمة المستهلك تشمل جميعا دون إستثناء.

ومضت سنوات على هذا التصريح إلى أن إعتمدت الجمعية العامة للأمم المتحدة في قرارها رقم 39/248 الصادر بتاريخ أبريل 1985، مبادئ وقواعد كونت في مجموعها حقوق المستهلك ويتمحور أغلبها في: حقه في العلم بمواصفات السلعة، وحرية الإختيار، كما له الحق في الشكوى في حالة وجود أي عيب في السلعة، كما له الحق في الحصول على أفضل السلع والخدمات بالإضافة إلى حقه في العيش بمناخ صحي وبيئة نظيفة.

وتجلت رغبة المشرع الفرنسي في حماية المستهلك في إصداره بتاريخ 1978 قانونين أساسيين أولهما رقم 87-22 يتعلق بإعلام المستهلك وحمايته في مجال المنتجات والخدمات¹، وتلاهها قانون رقم 79-596 المؤرخ في 13/07/1979 المتعلق بحماية المقرضين في المجال العقاري²، والمشرع الجزائري مثله مثل التشريعات المختلفة الأخرى تبين له أن المستهلك يحتاج إلى حماية خاصة تكمل الحماية التي تقررها القواعد العامة في نظرية العقد وفي المسؤولية المدنية، فرأى من الضروري اللجوء إلى وسائل قانونية خاصة تجسد هذه الحماية فقام بإصدار القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك³ الذي يعد الركيزة الأساسية واللبنة الأولى في إقرار صرح هذه الحماية.

وأصدر بعده عدة مراسيم تنفيذية توضح وتكمل قواعده بالأحكام تنظيمية إلا أنه نتيجة التوجه الإقتصادي الحالي بالجزائر الذي رفق لإنسحاب الدولة من الحقل الإقتصادي وتشجيع القطاع الخاص أدى بالفئة من التجار وسعيا للربح إلى إغراق السوق بالسلع المغشوشة وغير المطابقة للمواصفات المحددة قانونا هذا ما دفع المشرع إلى إعادة النظر في هذا القانون بإلغائه

¹ قانون رقم 87-22 المؤرخ في 1987 المتعلق بإعلام المستهلك وحمايته في مجال المنتجات والخدمات.

² قانون رقم 79-596 المؤرخ في 13/07/1979 المتعلق بحماية المقرضين في المجال العقاري.

³ قانون رقم 89/02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 06 المؤرخة في 08/02/1989، الامانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989.

كلية وإصدار قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش 2009/02/25 لخلق نوع من التوازن بين المستهلك والمتدخل وهذا لحماية المستهلك كطرف ضعيف في علاقته مع العون الإقتصادي.

وبالنظر إلى الحماية التي أقرها المشرع الجزائري فهي متنوعة ومتعددة الجوانب بحيث كانت لدينا رغبة جامحة إلى الخوض في غمارها بالتركيز على موضوع بحثنا وهو حماية المستهلك في إقتصاد السوق حيث سلطنا الضوء على القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك¹ وقمع الغش الذي يخدم بحثنا.

ويهدف هذا البحث إلى بيان القوانين التي تهتم بحماية المستهلك من خلال النصوص التي تحمي رضا المستهلك في مختلف مراحل إبرامه للعقد الإستهلاك، كما تهدف هذه الدراسة إلى توعية المستهلك بوجود قانون يحميه ويسعى إلى إرضاء غايته.

ومن الأسباب التي دفعتنا إلى تناول هذا الموضوع نذكر منه:

الأسباب الموضوعية، والتي ترجع أساسا إلى التوجه الإقتصادي الحالي للجزائر وما تشهده من حرية لحركة السلع والخدمات والتنوع الموجود في السوق من منتوجات مستوردة ومحلية، مما قد يؤدي بفئة من المحترفين وسعيا للربح السريع إلى إمتناع عن القيام بالتزامه بالإعلام المستهلك، وكذلك إلتزامه بضمان المنتوجات وخدمة ما بعد البيع، ومطابقة هذه المنتوجات للمواصفات القانونية والقياسية، وأليات التي وضعها المشرع لحماية المستهلك في مواجهة² المتدخل.

أما عن الأسباب الذاتية، فتظهر من خلال الرغبة والإهتمام بدراسة موضوع الحماية القانونية للمستهلك في إطار بحث علمي لأنه موضوع حيوي ويمس جميع المستهلكين دون إستثناء. أما عن الصعوبات التي واجهتنا فإن أي باحث علمي تعترضه الصعوبات التي تختلف من باحث لآخر حسب طبيعة الموضوع محل الدراسة، وأيضا كونه تتجاوزه عدة

1 قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009.

نصوص قانونية منها القانون المدني بإعتباره الشريعة العامة، والقانون الجنائي وفي بعض الأحيان القانون التجاري الشيء الذي يتطلب جهدا ووقتا كثيرا لتجميع القوانين والمراسيم في هذا الصدد مختلفة.

كما يعتبر موضوع حماية المستهلك من مواضيع الشائكة التي لا تزال تشغل بال المشرعين والفقهاء والباحثين بدليل التعديلات التشريعية المتجددة والمستمرة إلى يومنا هذا.¹ وإن أهمية هذا البحث تتجلى في عدة نواحي، منها أن موضوع حماية المستهلك يعد ترجمة فعلية لحقوق الإنسان حيث أن الحرية لم تعد مجموعة من النصوص ولا إعلانات، بل إمتدت لتشمل الحقوق لاقتصادية أيضا. كما تبدو هذه الأهمية في أن هذه الحماية لاتخص قانون أو تشريع بعينه، بل كانت ولازالت تكفلها تشريعات متنوعة ومتفرقة تنتمي إلى فروع القانون المختلفة في طبيعتها وموضوعها والمقاصد التي تسعى إلى تحقيقها.²

وفي إطار هذا البحث الذي يتمحور حول حماية المستهلك يمكن طرح الإشكالية التالية:

هل قواعد قانون حماية المستهلك ساهمت في تحقيق الحماية اللازمة للمستهلك؟

للإجابة عن هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية والتمثلة في:

من هو المستهلك والمتدخل بصفة عامة بإعتبارهما طرفي العلاقة الإستهلاكية؟ وماهي الوسائل القانونية التي أقرها المشرع لحماية المستهلك؟

وما مدى فعالية هذه الوسائل في توفير الحماية اللازمة للمستهلك؟ وما هي أليات والضمانات التي وضعها المشرع لحماية المستهلك؟

في سبيل البحث عن الإجابة لهذه الإشكالية إعتدنا أكثر من منهج منها: المنهج التحليلي الذي يقوم على جمع النصوص والقواعد القانونية، وإستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بموضوع البحث، مع تحديد مدى نجاحها في تجسيد الحماية اللازمة للمستهلك، وذلك بهدف

¹ مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص قانون إقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، 2015 2016، ص 02.

² نفس المرجع، ص 03.

الوقوف على معرفة مدى فعالية هذه الآليات على أرض الواقع مع الإعتداد على المنهج المقارن من خلال المقارنات الجزئية في بعض المواضع بين القانون الجزائري والقانون الفرنسي خاصة كون المشرع الجزائري إعتد عليه في الكثير من نصوصه.

ولإحاطة بجوانب هذا الموضوع، سيتم تقسيم البحث إلى فصلين أساسيين نتناول في الفصل الأول (مضمون فكرة حماية المستهلك في إقتصاد السوق) مفردين المبحث الأول (مفهوم المستهلك في إقتصاد السوق)، أما المبحث الثاني فننتاول فيه (الوسائل القانونية الكفيلة بحماية المستهلك) ونتناول في الفصل الثاني (آليات حماية المستهلك في ظل إقتصاد السوق)، في المبحث الأول منه نتطرق إلى (دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك)، أما المبحث الثاني خصصناه (دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك).

الفصل الأول:

مضمون فكرة حماية المستهلك في إقتصاد السوق

تعتبر حماية المستهلك من القضايا الهامة خاصة في عصرنا الحالي التي تعي إهتمام من طرف الدول سواء المتقدمة أو المتخلفة، ومع التطور والإنتفاح الملحوظ على صعيد إقتصادي والتدفق الإعلامي أدى إلى تغيير في إنتاج السلع والخدمات، الامر الذي إقتضى توفير حماية للمستهلك مهما كان النظام الإقتصادي الذي تتبعه الدول من خلال سن تشريعات وقوانين هدفها إرشاد المستهلك وتعريفه بحقوقه وحمايته من الغش التجاري في مختلف الأنشطة الإقتصادية، ولمعرفة ما مدى ما توصل إليه المشرع في هذا، سوف نتطرق في هذا الفصل إلى:

مفهوم حماية المستهلك في إقتصاد السوق (المبحث الأول) ثم بعد ذلك نتطرق إلى الوسائل القانونية الكفيلة بحماية المستهلك (المبحث الثاني).

المبحث الأول: مفهوم حماية المستهلك في اقتصاد السوق.

أصبحت مسألة حماية المستهلك إحدى المواضيع العامة والرئيسية في سياسات الدول التي تأخذها بحسبان لجهة ارتباط هذا النوع من الحماية بضرورات وأهداف تنمية المجتمعات، الأمر الذي جعل دول المتقدمة والنامية وحتى تلك السائرة في طريق النمو إلى اعتماد قوانين وتشريعات وسياسات إقتصادية تهدف أساسا إلى حماية المستهلك في تعاملاته مع الغير من خلال إعادة التوازن للعقد المبرم بين المهني مقدم السلعة أو الخدمة الذي يعرف كطرف متفوق إقتصاديا في علاقته مع المستهلك الذي يعتبر الطرف الضعيف في هذه العلاقة كونه يجهل المعلومات الكافية والضرورية حول هذه السلعة أو الخدمة والتي تجعله يستخدمها افضل استخدام بما يحقق له الغرض الذي من اجله قام بإبرام العقد، لهذا سنتناول أطراف العلاقة الإستهلاكية¹ (المطلب الأول)، ثم نتطرق إلى بيان نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك طبقا للقانون 03/09 (المطلب الثاني) .

المطلب الأول: أطراف العلاقة الإستهلاكية

يعتبر الاستهلاك النشاط الاقتصادي الذي يمارسه جميع الافراد في المجتمع من مستهلكين للحصول على سلع وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار مناسبة إشباعا لحاجاتهم وتحقيقا لرفاهيتهم، ومن أجل الحصول على ذلك يقوم المستهلكون بعقد الاتفاق مع أصحاب السلع أو مقدمي الخدمات تحدد فيها حقوق وواجبات كل طرف ضمن عملية الاستهلاك، ولكي يتضح لنا طرفي عقد الاستهلاك من هنا كان لا بد من تسليط الضوء على تعريف كل منهما، عبر معرفة ما مقصود بالمستهلك (الفرع الاول)، وكذلك المهني (المحترف) الطرف الاخر في العقد (الفرع الثاني).

¹ شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 03-08-2012، ص12.

الفرع الأول: المستهلك.

يعتبر المستهلك أحد طرفي العلاقة الإستهلاكية الذي يتعاقد مع الطرف الآخر و هو المتدخل الذي يمتلك قوة اعمال اقتصادية ومعلومات التفصيلية تؤهله لان يكون في مركز اقوى من المستهلك¹.

أولاً: مفهوم المستهلك

تعددت المفاهيم و اختلفت بشأن تحديد مفهوم المستهلك و هذا باختلاف المجال و ما يترتب عليه من آثار، و ذلك ما سنتناوله فيما يلي:

يعرف المستهلك في اللغة: بانه من استهلك المال أو الشيء، أي من أنفق المال أو الشيء **إصطلاحاً:** هو من يقوم باستعمال السلع وخدمات لسد حاجاته الشخصية وحاجياته من مأكّل ولبس بهدف اعادة بيعها او تحويلها او استخدامها في نطاق نشاط مهني.

1. مفهوم المستهلك في الإصطلاح الشرعي: المستهلك في الاصطلاح الشرعي هو:"من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني"².

2. حسب المفهوم الاقتصادي: يعرف المستهلك على أنه:"الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك ونعني بالاستهلاك آخر العمليات الاقتصادية لإشباع الحاجات" ويرى علماء الاقتصاد أن كل إنسان مستهلك، وأن الاستهلاك يمثل المرحلة الأخيرة من العمليات الاقتصادية والتي تختلف عن عمليتي الإنتاج والتوزيع اللتان هدفان إلى جمع وتحويل الثروات³. وتستخدم كلمة المستهلك في المفهوم الاقتصادي لوصف نوعين من المستهلكين:

¹ المستهلك عند اللغويين اسم فاعل من استهلك، وتعني استنفذ أو فني أو هلك أو أكل، وتعني بالفرنسية

Consommateur، انظر احمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، طبعة 2005، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص 22.

² عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ج1، 2002، ص 138

³ عمار زعبي حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008، ص 6.

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

المستهلك الصناعي أو المؤسسي: ويشمل كل المؤسسات الخاصة والعامة التي تقوم بالبحث وشراء السلع والمواد التي تمكنها من تنفيذ أهدافها حيث تشتري المواد الخام الأولية أو المصنعة قصد إنتاج سلع وتسويق سلع نهائية لكل من المستهلك النهائي أو المستهلك الصناعي¹.
و تعني كلمة المستهلك في التحليل الاقتصادي: " الوحدة الاقتصادية الفردية التي تقوم بعملية الإنفاق الإستهلاكي في المجتمع، والمستهلك قد يكون فردا أو أسرة تكتسب دخل معين يخصص الإنفاق أفرادها على السلع والخدمات الإستهلاكية النهائية " ².

3. تعريف المستهلك في الفقه والقضاء والتشريع الجزائري:

إذا ما اردنا معرفة التعريف الفقهي للمستهلك، نجد ان اراء قد اختلفت في إعطاء تعريف محدد للمستهلك، فهناك من تبني المفهوم الضيق، وهناك من تبني المفهوم الواسع:
- **المفهوم الضيق:** إن دعاء هذا الاتجاه ويمثلون أغلبية الفقه يتجه إلى تبني المفهوم الضيق ويكون فيه مستهلكا كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ويخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة³.
كما ذهب البعض إلى تعريف المستهلك وفقا للاتجاه الضيق بأنه " كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك-إبرام التصرفات - التي تمكنه من الحصول على المنتجات والخدمات، من أجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلية"⁴.

¹ محمد إبراهيم عابيدات، سلوك المستهلك ، ط 4، دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص1

² عبد الفتاح بيومي حجازي، مرجع سابق، ص 138.

³ د. محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط1، 1986م، ص06.

⁴ د. حسن عبد الباسط الجميحي، حماية المستهلك، حماية خاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك، بحث منشور بمجلة الدراسات القانونية، تصدرها كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد 13، سنة 1991، ص247.

من خلال التعريفات السابقة، يتضح أن هذا الاتجاه ضيق من مفهوم المستهلك وجعل هذه الصفة تلحق بمن يتحقق فيه شرطان:

-الشرط الأول : أن يكون المستهلك قد تحصل على المنتج أو الخدمة للغرض الشخصي أو العائلي.

-الشرط الثاني : أن يكون محل عقد الاستهلاك منتوجا أو خدمة¹.

ووفقا لهذا الاتجاه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو يقتني مالا أو خدمة لغرض مزدوج (مهني وغير مهني)

ولقد ساق أنصار هذا الاتجاه عدة حجج من أجل استبعاد المحترف من الحماية، منها أن المحترف الذي يتصرف من أجل حاجات مهنته سيكون أكثر تحفيزا من الشخص الذي يتصرف لغرض خاص،

وبالتالي سيحسن الدفاع عن نفسه، وإذا تصادف وجود محترف في وضعية ضعف، فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة، لا بقواعد قانون الاستهلاك.

ويبدو هذا الاتجاه المقيد لفكرة المستهلك هو الأقرب في رأي معظم الفقهاء إلى بيان ذاتية المستهلك، فضلا عن تميزه بالبساطة والدقة القانونية وعدم إثارته للشكوك مما يبسر مسألة تطبيقه بما يوفره من أمان لدى المستهلك².

- **المفهوم الواسع:** يتجه فريق من الفقهاء إلى توسيع في مقصود بالمستهلك بحيث يشمل كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة للأغراض الشخصية أو الأغراض المهنية ويهدف هؤلاء إلى مد نطاق القانونية أي المهني حينما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته، وهناك من أنصار هذا الإتجاه من دعى إلى جعل مصطلح المستهلك مرادفا لكلمة مواطن وذلك بالنظر إلى المصلحة، فمصلحة المستهلك تكون حينما تنشأ علاقة تبادلية بين

¹ محمد بودالي، محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة لقانون حماية المستهلك ومرتفعها دار الكتاب الحديث، الجزائر، ص 24.

² نفس المرجع، ص 24.

المواطنين والعديد من المؤسسات ومختلف أنواع الأخرى للأعمال داخل المجتمع وعليه يعتبر المستهلك كل شخص يتعاقد بهدف الإستهلاك أي من أجل إستعمال الأموال والخدمات سواء كان ذلك للإستعمال الشخصي أو المهني بشرط عدم إعادة بيعها. لأنه في هذه الحالة لا تتحقق فرضية الإستعمال أو الإستخدام فحسب هذا الإتجاه إذا تحقق شرط الإستعمال والإستخدام للمنتوج أو الخدمة عد الشخص مستهلك سواء كان مهني أو غير مهني¹.

وفي هذا المضمار لم يكن التشريع الجزائري منعزلا عن الإهتمام العالمي بقضية حماية المستهلك، فلقد قطع شوطا كبيرا في تكفل بمعالجة هذا الموضوع، من خلال عدة تشريعات أهمها القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي يعتبر اللبنة الأساسية الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك وأكثر من 30 مرسوم تنفيذي متعلق به. فالجزائر كانت بجانب حماية المستهلك وحماية صحة المجتمع وبالتالي المواطن وكذا المنتجات عن أساليب الغش والخداع، وذلك من خلال حماية سلامة وجودة السلع وسلامته، وكان هذا عن طريق سن جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي حددت القواعد العامة لحماية المستهلك².

ونقصد بالحماية القانونية للمستهلك: "أن يدفع القانون عن المستهلك جميع الأفعال غير المشروعة والتي تشكل خطرا على صحته، أو إضرار بماله ومعاملاته، بما يقرره من تجريم هذه الأفعال وفرض جزاءات على مرتكبيها " وهذه الحماية لن تتحقق إلا من خلال وضع إطار قانوني، وترسانة فعالة من النصوص القانونية والتنظيمية، وسنتناول ذلك فيما يلي³:

ثانيا: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري السابق:

لم يضع المشرع الجزائري تعريفا للمستهلك من خلال القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك بل إكتفى بوضع القواعد والآليات العامة لحمايته. لكن وفي وقت لاحق

¹ محمد بودالي، مرجع سابق، ص24.

² القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، مرجع سابق.

³ مسكين حنان، مرجع سابق، ص06

تبنى المشرع الجزائري أول تعريف قانوني للمستهلك من خلال المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش في المادة 02 الفقرة الأخيرة، حيث عرف المستهلك على أنه: "كل شخص يقتني بثمن أو مجان منتوجا أو خدمة معد للإستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"¹.

من نص هذه المادة نستنتج أن المشرع تبنى الإتجاه الضيق لمفهوم المستهلك وذلك لكونه جعل الإستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك مما يفيد إستبعاد المهني وهذا تؤكد المادة 2 من المرسوم 254/97 حيث نصت على أنه "يقصد بالمنتوج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم المنتج النهائي الموجه للإستعمال الشخصي للمستهلك، لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم". حيث عرفت المنتج الإستهلاكي بأنه المنتج النهائي الموجه للإستعمال الشخصي للمستهلك، ولا تعتبر المواد المستعملة في إطار النشاط المهني كمنتجات إستهلاكية².

قصر صفة المستهلك على الشخص الطبيعي والدليل على ذلك العبارة المستعملة في النص والتي توحي بما لا يدع مجال للشك في ان المقصود بالشخص هنا الشخص الطبيعي دون غيره.

ثالثا: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري من خلال النصوص الجديدة:

لقد شهد مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم وذلك من خلال النصوص القانونية التي استحدثتها، حيث عرفت المادة 2 فقرة 3 من قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية والتي عرفت المستهلك على أنه:

¹ المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 م المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش (ج ر: 1990/05) وهو نص تطبيقي للقانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

² المرسوم التنفيذي رقم 254/97 مؤرخ في 08 يونيو سنة 1997 يتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص وإستيرادها.

كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له مجردة من كل طابع مهني¹

كما عرفت المادة 3 فقرة 1 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلع أو خدمات موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به².
يتضح من خلال هذا التعريف الذي أورده المشرع الجزائري يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

- إن استعمال المشرع لعبارة " شخص يقتني " قد قصر دائرة الحماية على المقتني للمنتوج أو الخدمة فقط دون غيره فالمستعمل حسبه لا يعنى بهذه الحماية.
- اتساع نطاق تطبيق مفهوم المستهلك وقانون حماية المستهلك من حيث الموضوع مادامت كل الأموال يمكن أن تكون محلا للاستهلاك، إذا كانت لغرض الاستعمال الشخصي³.
- إن استعمال المشرع لعبارة " معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي " يعد توسعا لا مبرر له لأنها تتناقض ما يليها من عبارة " لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " فلا يمكن التوفيق بين الاستعمال لأغراض استثمارية واستعمال لسد حاجات شخصية أو عائلية وإلا فقد قانون حماية المستهلك كل خصوصيته وفلسفته التي يقوم عليها⁴.

¹ المادة 2 من قانون 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27-26-2004 المعدل والمتمم بموجب قانون رقم 10-606 المؤرخ في 18/08/2010، الجريدة الرسمية رقم 46 المؤرخة في 18/08/2010.

² المادة 3 من قانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بالحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013-2014، ص 37 .

⁴ نفس المرجع، ص 38.

-إن عبارة" أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به "ينبغي أن تمتد إليهم الحماية لأن الاقتناء تم لفائدتهم فعقد الاستهلاك لا يقتصر على أطرافه فقط المحترف المقتني بل يمتد إلى الأشخاص الذين هم في كفالة المقتني¹

و توجد عدة إسهامات في مجال تعريف حماية المستهلك من بينها" :حفظ حقوق المستهلك وضمان حصوله عليها. وهناك تعريف آخر يتمثل في أن حماية المستهلك:"عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني لحماية المستهلك من الغش التجاري، أو استغلاله، أو سوء تقديم خدمة ما عن طريق الاحتكار أو الخضوع لظروف معينة " إذ يستنتج من هذا التعريف أن هذا المفهوم يجسد عملية حماية المستهلك مما يقدم له من سلع وخدمات قد تلحق به أضرار صحية اقتصادية أو إجتماعية، سواء أن كان على علم بهذا الضرر أو لم يكن مدركا لها²

الفرع الثاني: المهني (المحترف).

لم يكن مصطلح المتدخل واردا بشكل واضح قبل صدور قانون 03/09 ، فقد كان المشرع ينص على المحترف أو المهني، والذي عرفته المادة 1/2 من المرسوم التنفيذي 226/90السالف الذكر" بأنه كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك"³.

إن كلمة مهني أو محترف متأتية من حرفة أو مهنة، ومعناها في نطاق قانون حماية المستهلك كل نشاط منظم لغرض الإنتاج أو التوزيع وأداء الخدمات، وقد أوردت المادة 03 من قانون 03/09 تعريفا للمتدخل بقولها "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية

¹ زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص444 .

² محمود محيو سحر النصر، البعد الإقتصادي لحماية المستهلك، ورقة مقدمة لمنندى المرأة وحماية المستهلك، القاهرة، المحل القومي للمرأة، 2005، ص 28.

³ ليندة عبد الله، مداخلة تحت عنوان " المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13 و 14 أبريل، 2008، ص1.

عرض المنتج للاستهلاك¹، واهم ما يمكن أن نلاحظه على نص المادة أن المشرع لم يأتي بجديد، كل ما في الأمر انه قصر التعريف الوارد في المادة 2 من الفقرة 1 من المرسوم التنفيذي 226/90 في الفقرة الأخيرة منه²، وعلى الرغم من ذلك فان ما يحمى للتعريف الجديد انه وسع من مفهوم المتدخل على ما كان عليه، حيث أضاف الأشخاص المعنوية إلى جانب الأشخاص الطبيعية، وعليه فان المتدخل كما قد يكون شخصا طبيعيا (منتج، مستورد، موزع، صانع، حرفي، وسيط...)، قد يكون أيضا شخصا معنويا كالمؤسسات والمنشآت الصناعية والتجارية. ومن بين المفاهيم المرادفة للمتدخل مفهوم "العون الاقتصادي agent économique"³، والذي يعرف على انه كل شخص أو مجموعة تشارك في النشاط الاقتصادي، وقد عرف المشرع العون الاقتصادي في نص المادة 03 من قانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بأنه "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ويمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها." ويبدو أن المشرع من خلال إيراد مصطلح العون الاقتصادي وكذا المتدخل أراد أن يتفادى إشكالية التفرقة بين المهني والصانع والمنتج والموزع والمستورد، وعموما فان المتدخل أو العون الاقتصادي هو ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر من الأفضلية والتفوق أو المقدرة الفنية، بحيث يكون على معرفة تامة بما يقدمه من منتجات أو خدمات، مما يسمح له استنادا إلى هذه القدرة أن يكون في موقف أقوى من موقف المستهلك فنيا واقتصاديا وقانونيا².

1 القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مرجع سابق.

2 المرسوم التنفيذي رقم 90-226 مؤرخ في 25 يوليو 1990، يحدد حقوق العمال الذي يمارسون وظائف عليا في الدولة وواجباتهم، جريدة رسمية رقم 31 المؤرخة في 28 جويلية 1990.

3 ليندة عبد الله، مرجع سابق، ص.ص 19 و 31.

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك طبقا للقانون 03/09

حددت المادة الثانية من القانون رقم 03-09 نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك على كل سلعة أو خدمة معروضة للإستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، وعليه يمكن تحديد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش من حيث الأشخاص، و من حيث المحل، ومن حيث العقود¹:

الفرع الاول: نطاق تطبيق القانون رقم 03-09 من حيث الأشخاص:

إن طرفي العلاقة الإستهلاكية طبقا لأحكام القانون رقم 03-09 هما المستهلك و المتدخل²، فالأول هو المستهلك الذي يجب حمايته بمقتضى هذا القانون والمستفيد بما يضمن له من حقوق، والثاني هو المتدخل باعتباره المعني بتطبيق أحكام هذا القانون والمسؤول عما رتبته من التزامات. فما المقصود بالمستهلك والمتدخل ضمن أحكام هذا القانون؟
أولا: المستهلك:

إن معيار تحديد صفة المستهلك حسب المادة 03 من قانون 03-09 التي تنص على انه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"³. فالغرض من الإقتناء هو سد حاجة شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به و يؤكد ذلك أن المشرع نص في هذا التعريف على أن تكون السلعة موجهة للإستعمال النهائي أي للإستهلاك و هذا ما يفيد نفي صفة المستهلك عن من يفتني سلع أو خدمات موجهة للإستعمال الوسيطي.

على عكس تعريف المشرع للمستهلك في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش، الذي عرّف المستهلك بأنه "كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو

¹ محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد 09، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة الجزائر، جوان 2013، ص62.

² قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

³ السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دار الجامعة، 2003، ص21.

خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به¹.

كما أن المشرع لم يشترط في تعريفه للمستهلك أن يكون الغرض من الاقتناء هو سد حاجة شخصية للمقتني ذاته بل للمستهلك أن يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة شخص آخر ليس طرفا في عقد الاستهلاك².

و أيضا هو الحال بالنسبة للشخص الذي يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة حيوان يتكفل به كما هو منصوص عليه في المادة 03 من قانون 03-09 كأن يشتري له علفا أو يتعاقد مع مدرب لتدريبه أو مع بيطري لمداواته³.

كما أن المشرع في قانون 03-09 لم يقتصر صفة المستهلك على الشخص طبيعي فقط بل أضيف صفة المستهلك أيضا على الشخص المعنوي، نفس الشيء إعتد عليه عند تعريفه للمستهلك في القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على خلاف المرسوم التنفيذي 39-90 الذي لم يصرح بذلك⁴.

ثانيا: المتدخل:

في القانون القديم سمي بالمحترف أو المهني ، حيث يعد وصف المتدخل هو الوصف المقابل للمستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش فهو المدين في مواجهة المستهلك الذي يعتبر دائن. فإذا كان المستهلك هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك و قمع الغش فإن المتدخل هو الملزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتجات للإستهلاك. ولقد

¹ المرسوم التنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش (جريدة رسمية: 05 / 1990). وهو نص تطبيقي للقانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. ولقد نصت المادة 94 من القانون 09-03 على إلغاء القانون رقم 02-89 وبقاء نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها. وفي كل الأحوال فإن تعريف المستهلك في المرسوم 39-90 يعتبر ملغى ضمنا وقد أعاد تعريفه القانون رقم 03-09.

² طرح البحور علي حسن، عقود المستهلكين الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 141 ما بعدها.

³ المادة 03 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

⁴ محمد عماد الدين عياض ، مرجع سابق، ص 64.

عرفت المادة 3 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"¹. و عرفت نفس المادة في الفقرة الأخيرة الإنتاج بأنه: " العمليات التي تتمثل في تربية المواشي و جمع المحصول، و الجني و الصيد البحري، و الذبح، و المعالجة، و التصنيع، و التحويل، و التركيب، و توشيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه و هذا قبل تسويقه الأول". وعليه، فإن مصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة أو الخدمة والمستورد والمخزن والناقل والموزع لها بالجملة أو بالتجزئة.

وبالنتيجة فان تعريف المشرع للمتدخل لا يكاد يختلف عن تعريفه للمحترف (المهني) في المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات 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..."²

إن أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك الذي هو في مركز ضعيف كون المتدخل له قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية. لهذا تدخل المشرع عن طريق فرض التزامات عليه من أجل حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ لفارق القدرات³.

كما أن المتدخل قد يكون شخصا طبيعيا كما قد يكون شخصا معنويا كالشركات والمؤسسات.

الفرع الثاني: نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث المحل أو الموضوع:

¹ المادة 03 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 51 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات (جريدة رسمية عدد 40 سنة 1990) وهو من النصوص التطبيقية للقانون 89-02 (الملغى).

³ محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص 68.

بحسب المادة 2 من القانون رقم 03-09 فإن أحكام هذا القانون تسري على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، فما المقصود بالسلعة والخدمة كمحل للاستهلاك¹ في هذا القانون؟
أولاً: السلعة كمحل للاستهلاك:

عرّف المشرع الجزائري السلعة في المادة 17/03 من قانون رقم 03-09 أنها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً"². وبذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية، بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والآلات.

ولقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الأشياء المادية فقط، ما يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلاً للاستهلاك (كبراءات الاختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية). ويلاحظ أن المشرع في القانون رقم 03-09 لم يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئاً منقولاً، بخلاف ما كان عليه الأمر في ظل المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش الذي عرّف السلعة بأنها "³ 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 محلاً للاستهلاك ويخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

ثانياً: الخدمة كمحل للاستهلاك:

من نص المادة 3 من القانون رقم 03-09 التي عرفت الخدمة بأنها " كل عمل يقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً للخدمة المقدمة".

يتبين لنا أن مفهوم الخدمة يشمل كل عمل أو أداء قابلاً للتقويم بالنقود، سواء كانت هذه الأداء ذات طابع مادي (كالإصلاح)، أو ذات طابع مالي (كتأمين)، أو ذات طبيعة ذهنية

¹ د. جمال النكاس، "حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي"، مجلة الحقوق الكويتية، جامعة الكويت، السنة 13، عدد 2، ص 112.

² قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

د.محمد بودالي، مرجع سابق، ص 29.³

أو فكرية (كالعناية الطبية)¹، فكل هذه الخدمات يمكن أن تكون محلا للاستهلاك طالما أن غايتها هي سد حاجة شخصه أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به (كالخدمات البيطرية). كما تضمنت بعض أحكام القانون رقم 03-09 فكرة "بيع الخدمة" على غرار شمول مصطلح "خدمة ما بعد البيع"² للسلع والخدمات على السواء.

وقد استثنى المشرع صراحة الالتزام بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة، وأبقى عليه التزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع في عقد البيع طبقا للمادة 364 من القانون المدني.

الفرع الثالث: نطاق تطبيق القانون رقم 03-09 من حيث العقود:

إن العلاقة التي تربط المستهلك بالمتدخل هو قيام هذا الأخير بتزويد المستهلك بالسلعة أو الخدمة من خلال عملية التعاقد التي تتم بينهما ، ويصطلح الفقه على هذا العقد بـ "عقد الاستهلاك".

وإذا كان الأصل أن عقود الاستهلاك تكون من قبيل عقود المعاوضة والعقود الملزمة لجانبين وتتم بوسائل التعاقد التقليدية³، فإلى أي مدى يمكن أن تشمل هذه العقود العقود التبرعية والملزمة لجانب واحد وعقود التجارة الالكترونية؟

أولا: تطبيق القانون رقم 03-09 على عقود التبرع والعقود الملزمة لجانب واحد:

بالرجوع إلى المادة 2 من القانون 03-09 نجد أنها تنص صراحة على أن "تطبيق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا..." وهو ما أكدته المادة 3 في تعريفها للمستهلك بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا

¹ محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص 71.

² حيث تشمل الخدمة ما بعد البيع بحسب المادة 16 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كل منتج معروض في السوق، فيما يستغرق مفهوم المنتج بحسب المادة 3 من نفس القانون السلع والخدمات.

³ د. محمد بودالي، مرجع سابق، ص 30.

سلعة أو خدمة ... " وكذا تعريفها للسلعة بأنها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً"¹.

وعليه إذا كان الأصل أن عقد الاستهلاك هو عقد معاوضة وملزم لجانبين كونه يتم غالبا بمقابل، فإنه لا مانع أن يكون عقد تبرع وملزم لجانب واحد متى كان العرض مجانا، ومن ثم لا يمكن استبعاد تطبيق قواعد حماية المستهلك بدعوى أن العقد يحقق مصلحة اقتصادية للمستهلك كونه متحررا من أي التزام².

كما يلاحظ أن المشرع من خلال استعماله مصطلح " المقابل" وليس " الثمن"، يدل من الناحية النظرية أن عقد الاستهلاك ليس بالضرورة هو عقد بيع، وإنما يمكن أن يكون المقابل الذي يلتزم به المستهلك غير النقود، الأمر الذي يفيد أنه يمكن تصور عقد الاستهلاك في صورة عقد مقايضة أو في صيغة وفاء بمقابل.

ثانيا: تطبيق أحكام القانون رقم 09-03 في مجال عقود التجارة الالكترونية:

إن الثورة التي أحدثتها التجارة الالكترونية في نطاق أنظمة التجارة في تاريخ البشرية³، من خلال شبكة الانترنت، و مع التطور الهائل حيث أصبح كل شيء يشتري بواسطة أي حاسب آلي متصلا بالشبكة في أي مكان كان، وأضحت مختلف المنتجات المحلية والعالمية تتدفق على المستهلك من ملابس وكتب وموسيقى ومنتجات غذائية وكذا خدمات البنوك والتأمين والنقل والسياحة والاشتراكات في الصحف والمجلات.

وأمام هذا التطور أصبح يثور تساؤل حول كيفية حماية المستهلك في هذا النوع من التعاقد، وإمكانية تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش في هذا المجال، في وقت لم يخصص المشرع الجزائري تنظيما خاص لحماية المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية⁴؟

¹ المادة 3 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15 سنة 2009.

² محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص72.

³ د. أسامة أحمد بدر، " حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني"، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 20.

⁴ د.أسامة أحمد بدر، مرجع سابق، ص20.

من نص المادة 2 في القانون رقم 09-03 نجد المشرع بسط نطاق تطبيق هذا القانون "على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، وعلى كل متدخل، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". مما يفيد من نص المادة أنه لم يتم تحديد وسيلة يتم من خلالها العرض للاستهلاك، لذا فقد يتم بوسائل العرض التقليدية أو الالكترونية، وسواء تعلق العرض بسوق تقليدية أو الكترونية¹.

فالمستهلك في مجال معاملات التجارة الالكترونية هو نفسه المستهلك في مجال المعاملات التقليدية، كون أن المستهلك يتعامل بوسيط إلكتروني ومن خلال شبكة اتصالات عالمية، ويتمتع المستهلك الإلكتروني بنفس حقوق المستهلك العادي و نفس الحماية القانونية التي يقرها له المشرع. على أن يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني وكونه من العقود التي تبرم عن بعد وعبر شبكة الكترونية².

إلا المشكل يثور حينما يقتني المستهلك السلع والخدمات عبر الوسيط الإلكتروني، فيكون العقد حينئذ إلكترونيًا كبيع برامج الإعلام الآلي والبرامج السمعية والبصرية من أفلام وموسيقى ومكتبات إلكترونية يتم تسليمها عبر الشبكة مباشرة عن طريق التحميل أو التمكين من التصفح. لهذا سعت التشريعات المقارنة لحماية المستهلك في إطار المعاملات الالكترونية.

المبحث الثاني: الوسائل القانونية الكفيلة لحماية المستهلك

تناولت النصوص التشريعية والتنظيمية التي جاء بها المشرع الجزائري أهمها القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك مجموعة من الالتزامات والضوابط المفروضة على المتدخل عبر مختلف مراحل عرض المنتج للاستهلاك وذلك حماية للمستهلك

² محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص 73.

³ د. خالد إبراهيم ممدوح، "حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 19.

باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، و عليه نبرز أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل¹ في سبيل توفير الحماية للمستهلك.

وفي هذا الصدد سيتم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب نتناول الإلتزام بالضمان المنتوجات والخدمة ما بعد البيع (المطلب الأول) لنعرج للحديث عن الإلتزام بالإعلام (المطلب الثاني) وفي الختام نتناول الإلتزام بمطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية والقياسية (المطلب الثالث)

و هذه الإلتزامات التي فرضها المشرع الجزائري لضمان سلامة المستهلك في مواجهة المتدخل تتمثل في الجهد الذي يبذله هذا الأخير باحترام جملة من الإلتزامات وذلك حتى يأمن للمستهلك الخدمة المطلوبة و المنتج الذي لا يضر بصحته، وبالتالي فالمقصود بالجهد هنا ليس بذل العناية بل تحقيق النتيجة وذلك حتى لا يضر بصحة المستهلك كما تنص المادة 09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش: " يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك، مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وان لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه" ...²

قبل هذا، كان المشرع الجزائري يحمي المستهلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني وفقا لنظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية، فكان يوقع التزام المتدخل طبقا للمسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام تعاقدية وفي حالة عدم وجود علاقة تعاقدية بين المستهلك والبائع حيث يمكن تحميل هذا الأخير مسؤولية تقصيرية طبقا لنص المادة 124 من القانون المدني.

¹ هجيرة دلوني، الملتقى الوطني للإستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر الاساسي، تلمسان يومي 14 15 أبريل 2001، ص 25 .

² موقاي بناتي أحمد، الإلتزام بضمان السلامة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مجلة الفكر، العدد الخامس، ص.ص 415 و 416.

ومع اتساع مشكلة اختلال التوازن بين المستهلك الذي هو في مركز ضعيف اقتصاديا وبين المتدخل الذين هو في مركز قوة اقتصاديا باعتبار أن هذا الأخير يملك الكفاءة التقنية في مجال الإنتاج والتوزيع الذي يكون مختص فيه، ونتيجة لعدم التوافق في الفرص أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 03/09، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي كرس المبادئ الأساسية لرقابة جودة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.¹

وعليه فسن مثل هذه القوانين وتشريعات من قبل المشرع الجزائري في مواجهة المتدخلين القائمين على عملية وضع السلع والخدمات للاستهلاك لضمان سلامة المستهلك، وذلك من خلال الإلقاء على عاتقهم جملة من الالتزامات التي تكفل سلامة المنتج خلال مراحل من أجل ضمان امن المستهلك كما قرره في المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش². وقد حدد هذا القانون موضوع الدراسة الالتزامات الواقعة على المتدخل، فهو يلتزم بإعلام المستهلك ومطابقة المنتجات، وضمان خدمة ما بعد البيع.

المطلب الأول: إلزام المتدخل بضمان المنتجات والخدمة ما بعد البيع

يقصد بأساس الالتزام بضمان سلامة المنتج، الأساس القانوني الذي يقوم عليه هذا الالتزام، أي مبرره القانوني³، وذلك ما نصت عليه المادة 13 من قانون حماية المستهلك. كما نصت المادة 16 منه على خدمة ما بعد البيع من أجل تفعيل هذا الضمان، حيث أدى تطور وتنوع المنتجات إلى ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني (الفرع الأول)، مع بيان كيفية تنفيذ هذا الإلتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع (الفرع الثاني).

الفرع الأول: ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية

¹ مواقي بناتي أحمد، مرجع سابق، ص 416.

² شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 60

³ علي فتاك، حماية المستهلك وتأثيره على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2014، ص 221.

مع ظهور الالتزام العام بضمان السلامة وثبوت قصور أحكام ضمان الصلاحية في حماية المستهلك جاءت ضرورة إنشاء التزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمات¹، المتميز عن ضمان الصلاحية المكرس بموجب المادة 186 من القانون المدني (أولا) وكذلك لخصوصية العيب وفقا لهذا الالتزام الجديد بالسلام (ثانيا).

أولا: قصور ضمان أحكام الصلاحية

نص المشرع الجزائري في المادة 386 ق.م على أحكام ضمان الصلاحية ، حيث كانت هذه الأحكام تطبق على جميع المنتوجات قبل صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)، و مع تطور الذي تشهده السوق العالمية من المنتجات عالية التقنية و المعقدة نظيرا مع السوق الجزائرية، والتي يجهلها المستهلك في أغلب الأحيان، مما دفع بالمشرع إلى إنشاء أحكاما خاصة بحماية المستهلك نظرا لقصور أحكام ضمان صلاحية المبيع لمدة معينة لعدة اعتبارات، منها اقتصارها على ضمان السلع دون الخدمات، بالإضافة إلى قصور الضمان الإتفاقي²، فصدر القانون سالف الذكر، و المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات³.

ثانيا :خصوصية العيب وفقا للالتزام بضمان السلامة

يختلف السبب الموجب للضمان منصوص عليه في المادة 13 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 03 من المرسوم التنفيذي⁴ المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات -عن السبب الموجب لضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني، فالأول

¹ علي فتاك، مرجع سابق، ص221.

² نفس المرجع، ص222.

³ المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر، عدد 40، صادرة في 19 سبتمبر 1990.

⁴ المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، مرجع سابق.

يتحقق بمجرد حصول أي خلل في المبيع، يجعله غير صالح للعمل حتى ولو لم يوجد فيه عيب، أما الثاني، فهو يتحقق بمجرد اكتشاف العيب، حتى ولو كان المبيع صالحاً للعمل، حيث تظهر خصوصية العيب الموجب لضمان المنتجات والخدمات وفقاً للالتزام بضمان السلامة من خلال تعريفه (1) وبيان شروطه (2)، حتى يتحقق الضمان¹.

1- تعريف العيب الموجب لضمان المنتجات والخدمات

تجدر بنا الإشارة حسب نص المادة 13 من قانون حماية المستهلك أن المواد التجهيزية هي منتجات معينة تستوجب ضمانها حماية للمستهلك، إلا أن المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات عرفت المنتج الذي على المتدخل ضمانه: " كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة" كما نصت المادة 03 من نفس المرسوم التنفيذي على أن يضمن المحترف "سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له و/أو من أي خطر ينطوي عليه".

من هنا لم يحدد المشرع المقصود بالسلامة، وقد ذكرنا سابقاً أن سلامة المنتجات حسب المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش قصد بها المشرع سلامة المادة الغذائية، أما السلامة المعروفة بموجب المادة 3/2 من المرسوم التنفيذي المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، بأنها: " البحث عن التوازن الأمثل بين جميع العناصر المعنية والتي تستهدف التقليل من أخطار الجروح في حيز ما هو معمول به".

تنقص سلامة المنتج عندما يكون هناك عيب في تكوينه أو تصنيعه، ويكون مصدر خطر على المستهلك، كالعيوب في تصميم فرامل السيارات².

فأساس العيب الذي يستوجب الضمان هو غياب الالتزام العام بالسلامة، والمساس

بصحة وأموال المستهلك.

2- شروط العيب الموجب للضمان

¹ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 64.

² شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 64.

حتى يضمن المتدخل العيب الموجود في منتوجه لا بد من توفر شرطين أساسيين هما:
حدوث العيب خلال فترة الضمان (أ) وأن يرتبط هذا العيب بصناعة المنتج (ب)

أ- حدوث العيب خلال فترة الضمان

تختلف الفترة الزمنية التي يضمن فيها المتدخل صلاحية المنتج، و ذلك حسب طبيعة السلعة أو الخدمة بحيث لا تتجاوز ستة أشهر، حيث نصت المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 على إمكانية منح ضمان اتفاقي مجاني فهو أنفع للمستهلك من الضمان الخاضع للأحكام القانونية المعمول بها¹.

ووفقا لأحكام قانون حماية المستهلك عملية وضع المنتج للإستهلاك تعرف على النحو الآتي:

"مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة".

وحتى نثبت ضمان المنتج نأخذ بعين الإعتبار طبيعته وذلك من خلال الشهادة يتم تحديد فيها نوع الضمان، وشروط التشغيل والبيانات المتمثلة في: اسم الضامن وعنوانه، نوع المنتج المضمون وسعره، مدة الضمان مرفقا بعبارة " يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال"². وهذا ما نصت عليه المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90، على أن يتم الإثبات بتقديم شهادة الضمان لحماية المستهلك. كما نص المشرع على إستفادة المستهلك من حق تجربة المنتج الذي إشتهراه بشرط إلزامية ضمانه من قبل المتدخل، الأمر الذي كان يتوجب على المشرع تنظيم مدة الاستفادة من التجربة أما إذا كانت تخصم من مدة الضمان، وما مدى مسؤولية المتدخل بضمان عيب في المنتج والضرر الناتج عن التجربة ذاتها.

ب- ارتباط العيب بصناعة المنتج

¹ نفس المرجع، ص 65.

² المادة 14 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات، المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، ج ر عدد 40.

حتى يضمن المتدخل العيب بمنتوج يجب يكون سبب العيب مرتبط بصناعته¹ ، فهو لا يضمن العيب الخارجي كالعيب الناجم عن سوء استخدام المنتج وهذا ما أكده الملحق الثاني من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 سالف الذكر، حيث نص في نموذج لشهادة الضمان على ما يلي:

"هذا الضمان لا يغطي الفساد الذي يتسبب فيه النقل والتركيب والتشغيل بطريقة غير مطابقة أو استعمال غير منصوص عليه في دليل الاستعمال"²

حيث يقدم ضمان المنتوجات للمستهلك ميزة هامة هي إعفائه من عبء إثبات عدم صلاحية المبيع للعمل، وبالتالي فحدوث الخلل أو العيب أثناء فترة الضمان، يعد قرينة على أن هذا مرتبط بصناعة الجهاز أو تصميمه، فيستبعد من نطاقه خطأ المستهلك والغير، كما لو أصبح المنتج غير صالح للاستعمال أو نقصت قدرته على توفير السلامة المطلوبة للمستهلك أثناء نقله من قبل الغير، أو أتلف نتيجة قوة قاهرة كما لو شب حريق في المنزل فتضرر المنتج³.

الفرع الثاني: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع

في سبيل تحقيق المتدخل ضمان سلامة المنتج من كل عيب يجعله غير صالح للاستعمال أو يؤثر على صحة وسلامة المستهلك، حدد المشرع بدقة كيفية تنفيذ هذا الالتزام (أولاً)، ولتوفير حماية أوفر للمستهلك، أقر كيفية تنفيذ التزام آخر بعد انتهاء فترة الضمان، هو الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع (ثانياً)⁴.

أولاً: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان

ينفذ الضمان بين طرفي العلاقة الاستهلاكية هما المستهلك والمتدخل، لذا يجب عليهما القيام بالتزاماتهما على أكمل وجه حتى يأتي الضمان بثماره، فيلتزم المستهلك بإخطار المتدخل بوجود العيب(1) ، حتى يتمكن هذا الأخير من تنفيذ التزامه حسب الطرق المحددة قانوناً (2).

¹ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 66

² نفس المرجع، ص.ص 66 و 67.

⁴ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 67.

1- إخطار المستهلك للمتدخل بوجود العيب

من نص المادة 18 من المرسوم التنفيذي يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، يلتزم المستهلك بإخطار المتدخل بالعيب بمجرد ظهوره، والغاية منه تحاشي تفسير سلوك المستهلك بأنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب¹، ومن أحسن أن يسرع المستهلك في إخطار المتدخل بوجود خلل في منتج قبل ظهوره للمستهلك تداركا للأضرار الناجمة عن ذلك، ففي غالب الأحيان تكون شهادة الضمانمدة صلاحيتها قصيرة لإخطارالمستهلك، لهذا كان على المشرع تنظيم هذه الفترة حتى لا يترك مجالاً لتعسف بعض المتدخلين.

لا يستلزم القانون شكلاً معيناً للإخطار، فحسب المادة 18 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، يمكن أن يتم الإخطار شفويًا أو كتابيًا، وبأية وسيلة تطابق التشريع المعمول به، ويمكن للمحترف حسب تعبير المادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، سألقة الذكر، أن يطالب بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتج².

2- طرق تنفيذ المتدخل التزامه بالضمان

يجب على المستهلك أن يقدم للمتدخل طلبه بتنفيذ الضمان، بمجرد ظهور العيب، ما لم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك، فإذا كان المستهلك عالماً بالعيب فإنه يكون ظاهرًا، أما إذا كان لايعلمه فهذا لا يعني انه خفياً، بل قد يكون ظاهرًا، إذا كان من الممكن تبنيه عند فحص المنتج.

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

¹ المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، مرجع سابق.

² شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 98.

وترتيباً على ذلك أيضاً يكون العيب ظاهراً، إذا كان المستهلك قد علم به، أو كان في استطاعته ذلك عند الفحص¹.

وفي حالة عدم تنفيذ إلزامية الضمان في أجل يطابق الأعراف المهنية، يجب على المستهلك أن يندّر المتدخل برسالة مسجلة مع إشعار بالاستلام أو يندره بأية وسيلة أخرى تطابق التشريع المعمول به وإذا لم يستجب له يمكنه أن يرفع دعوى الضمان عليه إلى المحكمة المختصة في أجل أقصاه عام واحد ابتداء من يوم الإنذار².

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

يتم استبدال المنتج أو إصلاحه مجاناً وفي أجل يطابق الأعراف المعمول بها ويتحمل المتدخل جميع المصاريف لا سيما مصاريف اليد العاملة والإمداد بالمواد⁴.

فيجب على المتدخل أن يقوم باستبدال المنتج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئياً أو كلياً على رغم من إصلاحه، ففي حالة ظهور عيب في المنتج خلال فترة الضمان المحددة على كل متدخل استبدال أو تصليح أو إرجاع ثمن المنتج أو تعديل الخدمة على حسابه⁵.

ثانياً: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 2004، ص 532.

² المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، مرجع سابق.

³ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 98.

⁴ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 98.

⁵ المادة 07 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، والمادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

تعتبر خدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملاءمة الفراغ التشريعي الذي ساد قانون 02/98 (الملغى)، إذ لا تتوافق حماية المشرع للمستهلك بمجرد إنتهاء مدة الضمان، بل ألزمت المادة 16 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع، حيث نصت على أنه: "في إطار الخدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"¹.

ترتكز خدمة ما بعد البيع على توفير وسائل مواتية للعناية بالمنتج، وعلى تدخل عمال تقنيين مؤهلين، وعلى توفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية، قصد صيانتها وتصليحها. فهي تشمل كل أنواع الخدمات التي تؤدي بعد نهاية الاقتناء وتركيب المنتجات، كالتسليم في مقر السكن. غير أننا نلاحظ غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتجات، واقتصرها على السيارات وبعض الأجهزة الكهربائية، كما يلاحظ جهل أغلب المستهلكين بالإلزامية تقديم هذه الخدمة بقوة القانون، وهو ما أدى إلى استقلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الالتزام وسيلة للدعاية عن منتجاتهم، فيضعون عبارة "خدمة ما بعد البيع متوفرة" على إعلاناتهم، ليس لإعلام المستهلكين وإنما لجذبهم نحو اقتناء منتجهم²

المطلب الثاني: التزام المتدخل بإعلام المستهلك

إن إلزام المشرع الجزائري المتدخل بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المعروضة للإستهلاك تعتبر حماية له وذلك من خلال ترفير الحماية لهم من المتدخل الذي له دراية ومعرفة وتخصص كافي في هذا المجال، من خلال سن نصوص قانونية تلزم المتدخل بضرورة إعلام المستهلك² وحتى لا يتم الخلط بين الإعلام والمصطلحات

¹ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص.ص 69 و 70.

² علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، جامعة د. الطاهر مولاي، سعيدة، 2015-2016، ص.05.

الأخرى ذات الصلة بإخبار المستهلك كالإعلان، يتوجب علينا تحديد مفهومه (الفرع الأول)، ولضمان ذلك الالتزام حدد المشرع وسائل معينة لتنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تحديد مفهوم الالتزام بالإعلام

بهدف حماية رضا المستهلك سعى المشرع الجزائري للبحث عن آليات فعالة لتوفير الحماية له، ولتحقيق ذلك فرض المشرع على عاتق المتدخل الإلتزام بالإعلام، الذي يتوجب علينا الوقوف على تعريف الإعلام حلى النحو التالي:

الإعلام لغة: هو معرفة حقيقة الشيء أي تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته واليقين منه.

اصطلاحاً: فهو عملية تحصيل أفكار بواسطة وسائل سواء كانت مسموعة أو مكتوبة¹ ويشترط في الإعلام المصدقية والوضوح¹، وبهذا فالإلتزام بالإعلام هو: "تعريف المتدخل للمستهلك بكيفية استعمال المنتج بشكل الذي يحقق له أقصى مدى من الأهداف التي يبتغيها من شرائه أو هو: "تنبيه وإعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر مابين عناصر التعاقد المزعم إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره حتى يتخذ القرار المناسب أثناء إبرامه العقد. وبخصوص الإعلان عرفته المادة 3 من القانون العضوي رقم 05-12 المستهلك يعرف² بأنه: "كل ما يستخدمه التاجر لحفز المستهلك على الإقبال على سلعة سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة" وهو ما يسمى بالإعلان الإستهلاكي ويمثل احدى وسائل تمويل وسائل لإعلام

¹ جرعود الياقوت، دور الإعلام في حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة البليدة، العدد 202 جانفي 2012، ص227

² قانون رقم 05/12 المؤرخ في 04 أوت 2005 يتضمن قانون المياه، الجريدة الرسمية عدد، 60، صادرة في 04 سبتمبر 2005.

² حاج بن علي محمد، الوسم آلية قانونية لتفعيل المنافسة المشروعة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الإقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مولاي طاهر، سعيدة، يومي 4 و5 نوفمبر 2015، ص03.

³ القانون رقم 03 /09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

أما الإشهار هو: " عملية اتصال غير شخصي لحساب المؤسسة المشهورة التي تسدد ثمنه لصالح الوسائل المستعملة لبثه ويكون الإشهار منصب على السلع وخدمات غالبا ما تكون تجارية أو سياسية " . ويجب عدم الخلط بين الإشهار والإعلام، ذلك أن هذا الأخير يهدف إلى الترويج وجلب الزبائن فقط فعادة ما لا يتصف بالموضوعية كونه يركز على إبراز مزايا المنتجات فقط، بينما ما يحتاجه المستهلك هو إعلام موضوعي بعيد عن التأثير على رضاه للقواعد المطبقة على ممارسات التجارية.

حيث اختار المشرع الجزائري منهج السوق الحرة ففتح باب المنافسة لاستقطاب العديد من الأعوان الاقتصاديين وتحقيق الرفاهية للمستهلك الذي اقر له حق حرية الإعلام في السوق، دون الخوف من جشع الأعوان الاقتصاديين إلى استعمال إعلام مزيف أو إعلام غير نظيف لإغراء المستهلك¹.

فألزمت المادة 17 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³ المتدخل بإعلام المستهلك إعلاما كاملا وكافيا، دقيقا و صادقا، و أن يكون ظاهرا وسهل القراءة وهذا ما نصت عليه المادة 352 ق م من خلال تزويد المستهلك بكافة المعلومات اللازمة عن المنتج المراد إقتناؤه لاتخاذ قراره وهو على بصيرة، ولتحقيق ذلك الالتزام، يجب تزويد المستهلك بالبيانات الخاصة بتعريف المنتج واحتياطات استعماله، والتحذير من خطورته.

-أولا : البيانات الخاصة بتعريف المنتج واحتياطات استعماله

على المتدخل اتجاه المستهلك إعلامه بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج سواء تعلق بكيفية الاستخدام أو مواصفات القانونية أو طبيعتها ومنشئها، وكذلك الإحتياطات اللازمة وتاريخ نهاية الصلاحية، و ذلك بسبب خبرته، لأنه يعرف مزايا المنتج، فعليه الإلتزام ببيان المعلومات الخاصة التي يتعذر على المستهلك الحصول عليها ، فيجب أن يعلم المتدخل

المستهلك بكل البيانات التي تميز هذا المنتج عن غيره، و إحاطته وإعلامه بمصادر هذه الخطورة وطرق تجنبها عملا على حمايته من الأضرار التي قد تنشأ عنها، وخاصة في مجال المنتجات الحديثة¹.

فهذه البيانات في غاية الأهمية لضمان أمن المنتجات، وهذا ما يستفاد من نص المادة 09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي نصت على: "يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها... وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها"².

-ثانيا: التحذير من خطورة المنتج :

كما يقع على عاتق المتدخل من ناحية أخرى الالتزام بالتحذير الذي يعد أكثر درجة من الالتزام بالنصيحة لأنه يعتمد هذا الالتزام التأكيد على توجيه المستهلك ومساعدته على حسن اختيار المنتج وتحذيره حول الأخطار المرتبطة بالاستخدام أو حتى بمجرد حيازة المنتج في حالة عدم احترامه النصيحة المقدمة. إذ لا يكفي أن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج، بل يتعين عليه أن يحذره من مخاطر المنتج ذاته وكذا المخاطر التي قد تتجم عن استعماله أو حيازته قد يلحق الخطر بالمستهلك نتيجة استعماله للمنتج، سواء في شخصه أو في ماله أو في حيازته أو التخلص منه، فكم من ضرر يلحق به جراء استعمال خاطئ أو حيازة خاطئة أو تخزين غير سليم أو تخلص غير امن³.

لأنه يعتمد هذا الالتزام للتأكيد على توجيه المستهلك ومساعدته على حسن اختيار المنتج وتحذيره حول الأخطار المرتبطة بالاستخدام أو حتى بمجرد حيازة المنتج في حالة عدم احترامه النصيحة المقدمة، أو عدم إتباعه الطريقة المثلى للاستعمال. فيجد تطبيقا له في منتجات التي تنطوي على خطورة قد تمس بصحة المستهلك. ويشترط فيه أن يكون وافيا

¹ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 233 و 234.

² شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 73.

³ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 74.

وكاملا يلفت إنتباه المستهلك إلى كافة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها والوسائل الممكن استعمالها لتجنب هذه المخاطر، وقد نصت صراحة على الالتزام بالتحذير المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 13 - 378 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك¹.

على أن التحذير لا يحقق غرضه في تبصير المستهلك بالمخاطر ووسائل تجنبها إلا إذا كان واضحا سهل الدلالة، وهذا حتى لا يفهم منه شيئا آخر، فقد يفهم من عبارة "يحفظ في مكان بارد" بالنسبة لبعض المنتجات الغذائية كمشتقات الحليب أو العصائر، ضمان الاستفادة القصوى من مكونات المنتج، أو لضمان الانتعاش بالمنتج، في حين تعني أن تعرضها لدرجة حرارة عالية قد تتسبب في تسمم المستهلك قد يؤدي إلى وفاته.²

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

لا يجب أن يقتصر المتدخل على الإفصاح عن جزء من المخاطر وإخفاء البعض الآخر بهدف زرع الثقة في نفوس المستهلكين، خصوصا بالنسبة للمنتجات السامة والدوائية والمنتجات المحفوظة والمعبأة في عبوات مغلقة، وإلا تحمل مسؤوليته عن ذلك².

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

حدد المشرع في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الالتزام بالإعلام يتم بواسطة الوسم ووضع العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة والتي يقصد بها كل ما من شأنه إيصال المعلومات الكافية عن المنتج للمستهلك، فبالإضافة إلى الوسم (أولا)، يتم الإعلام بإشهار الأسعار وشروط البيع (ثانيا).

¹ نفس المرجع، ص.ص، 74 و 75.

² شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص74.

أولاً: كيفية الإعلام عن طريق وسم المنتجات

عرفت المادة 4/3 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الوسم بأنه "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"¹.

فرض المشرع الوسم لغرض مهم وهو إعلام المستهلك بشأن بعض المنتجات، وأهمها في القانون الجزائري وسم السلع الغذائية والمنتجات المنزلية غير الغذائية، حيث نصت المادة 06 من المرسوم رقم 367/90 بأنه عبارة عن "البيانات أو الإرشادات أو علامات المصنع أو التجارة أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية معينة، والموضوعة على كل تعبئة أو وثيقة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوق، تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية أو متعلقة بها"². ويتحقق إعلام المستهلك بالنسبة للسلع الغذائية غير الجاهزة التعبئة عن طريق التعريف بها بواسطة تسمية خاصة تسجل على لافتة أو ما شابه ذلك. أما السلع الغذائية الجاهزة التعبئة فيتم إعلام المستهلك عن طريق بطاقة تكون ضمن التغليف ذاته، إضافة إلى التسمية الخاصة.

ونص المرسوم التنفيذي السابق في المادة 06 منه على البيانات الإجبارية التي يجب أن يشمل عليها وسم السلع الغذائية³، فضلا عن التسمية الخاصة بالبيع وهي:

- قائمة التوابل عند الاقتضاء.
- الكمية الصافية والمعبر عنها بوحدة النظام الطولي.

¹ نفس المرجع، ص75.

² المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق ب المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر عدد50 ، صادرة في 21 نوفمبر 1990 معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 ، ج.ر عدد83 ، صادرة في 25 ديسمبر 2005 .

³ المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها المؤرخ في 10 نوفمبر 1990.

-تاريخ الصنع بعبارة" صنع في ... "والتاريخ الأقصى لصلاحية استهلاكه بعبارة " يستهلك قبل ... "إضافة إلى الشروط الخاصة بالحفظ كحفظها في مكان بارد أو جاف أو حار.
-اسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة وتوضيها أو توزيعها أو استيرادها .حتى يتمكن المستهلك من معرفة مصدر السلعة، كما تسهل عليه في حالة الإصابة بضرر مقاضاة الشخص المسؤول.
-طريقة الاستعمال.

-إضافة إلى ما قد يضيفه القانون أو التنظيم من بيانات إجبارية ورغم النص على إجبارية إيراد هذه البيانات في الوسم، فإن القانون أجاز عند الضرورة عدم ذكر بعضها بموجب طلب يرسل إلى الوزارة المكلفة بالتنوع، باستثناء ما تعلق منها بالتسمية الخاصة بالبيع، وتاريخ الصنع والتاريخ الأقصى للصلاحية، والاسم أو العلامة.
ويبقى الهدف من الوسم وذكر البيانات السابقة إما المحافظة على صحة وامن وسلامة الأشخاص كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الصيدلانية ومواد التجميل والتنظيف البدني والمنتجات الخطيرة.

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

ولا شك أن الهدف الأساسي من ذلك هو الدفاع عن اللغة العربية، وحمايتها من غزو المصطلحات والتسميات الأجنبية، إضافة إلى إعلام المستهلكين وتيسير الفهم عليهم¹.

ثانيا :الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع:

¹محمد بودالي، مرجع سابق، ص 82.

1- إعلام المستهلك بسعر المنتجات والخدمات:

والقصد من هذا الإعلان أو الإشهار كما ورد في نصوص الأمر السابق هو إعلام الزبون أو المستهلك بأسعار بيع السلع والخدمات وشروط البيع، بشكل يسمح له بالتعرف على أسعار المنتجات والخدمات دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات، ويجعله حرا في التعاقد من عدمه، كما أنه يجنب المتدخلين ممارسة التمييز والتفضيل المنهي عنه بين المستهلكين¹. فإذا كان الإعلان عن الأسعار الخاص بالمتدخلين يتم بواسطة جداول الأسعار أو النشرات أو دليل الأسعار فإن دليل الأسعار لفائدة المستهلكين يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات، وبكل وسيلة يكون من شأنها أن تحقق الغرض من الإعلان وهو إعلام المستهلك، ويتم إعلام أسعار السلع والخدمات لفائدة المستهلكين بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع وعند الحاجة بشروطه وكيفياته الخاصة والتي يجب أن تبين بصفة مرئية ومقروءة على المنتج نفسه أو على غلافه² إذ لا يكفي أن نعلم كل مستهلك بصفة فردية، بل يجب أن يكون كل المستهلكون على علم قبل إبرام العقد عن السعر الذي سيطلب منهم والشروط التي ستوضع لهم، فالهدف هو جعل الشفافية في السوق والسماح أيضا لتطور المنافسة، وبالإضافة إلى ذلك فهذه القاعدة تؤكد على حماية المستهلكين .

2- إعلام المستهلك بشروط البيع:

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

¹ كالم حبيبة، مرجع سابق، ص36.

² كالم حبيبة، نفس المرجع، ص36.

وألزمت المادة 1/53 المتدخل بإعلام المستهلك بشروط البيع، فالسعر وحده ليس العنصر الحاسم أو الدافع إلى التعاقد فشروط البيع لها أثرها في تحديد قرار المستهلك بشراء المنتج أو تحصيل الخدمة من عدمه مثل شرط التسليم بالبيت، وشرط ضمان حسن عمل المنتج¹.

فتكفلت المادة 2/53 ببيان بعض شروط البيع وذكرت منها: كفيات الدفع، إضافة إلى التخفيضات والحسوم والمسترجعات. غير أن العناصر الأخيرة هي أقرب إلى السعر منها إلى شروط البيع².

المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة للمنتجات

تختلف المطابقة في مجال حماية المستهلك عن تلك الموجودة في القانون المدني 364 ق.م. اختلافا جوهريا ، حيث تتميز المطابقة في القانون المدني في كونها مقتصرة على الإطار التعاقدية وهي تتضمن تقديم مبيع مطابق للموصفات المحددة في العقد، أما المطابقة بموجب قواعد الاستهلاك فتتضمن مواصفات تحددها القوانين و اللوائح الفنية و التنظيمية، أي أن المطابقة هي : " استجابة منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والأمن الخاصة به" ³ ويجب أن تتوافر المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة أي إحترام أصول المهنة.

الفرع الأول :احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة

عرف المشرع الجزائري المواصفة من خلال المادة 3/2 من قانون 04-04⁴ ولتعرف على الإلتزام بالمطابقة للمواصفات القانونية سنتطرق إلى تعريف كل من المواصفات القانونية ونظامها القانوني.

¹ محمد بودالي، مرجع سابق، ص 87.

² نفس المرجع ، ص 87.

¹ قانون 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية ،عدد 41 صادرة في 27 جوان 2004.

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

كما عرفت المادة 2 ف3 من قانون 04/16 المتعلق بالتقييس¹ على أنها : " وثيقة تصادق عليها هيئة التقييس المعترف بها، تقدم من أجل الإستعمال المشترك و المتكرر ، القواعد و الإرشادات أو الخصائص لمنتج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة، و يكون إحترامها غير إلزامي ، كما يمكن أن تتناول جزئيا أو كليا المصطلحات أو الرموز أو الشروط في مجال التغليف و السمات المميزة أو اللاصقات لمنتج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة".

من خلال هاتين المادتين يمكن القول أن المواصفة عبارة عن إعطاء وصف لمادة أو سلعة سواء كانت مادة أولية أو منتج نهائي، والهدف من ذلك توفير أكبر قدر ممكن من حماية للمستهلك.

كما يعتبر التزام بالمطابقة للمواصفات القانونية من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل، وقد نص المشرع على هذا الالتزام في نص المادة 10- 1 و المادة 11-1 من القانون رقم 04/04، كما يجب أن تحدد المواصفات القانونية وصفا لطريقة استعمال المنتج، وكذا الظروف الواجب توافرها أثناء استعماله وخطوات التركيب وصيانة المنتج².

أولا :الالتزام باحترام المواصفات القانونية:

في الفصل الثالث من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وتحت عنوان إلزامية مطابقة المنتجات ألزم المشرع كل متدخل أن يحترم الرغبات المشروعة للمستهلك أثناء عرضه للمنتج³.

فالمواصفات القانونية: "هي مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب على المتدخل احترامها في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة طوال فترة لإنتاج في الاستهلاك . "وتطبيقا لذلك فقد تم إصدار القانون المتعلق بالتقييس وكذا القانون المتعلق بالنظام القانوني للقياس، حيث يمثلان

قانون رقم 16- 04 المؤرخ في 19 يونيو 2016 المعدل و المتمم للقانون 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 و

المتعلق بالتقييس¹.

² القانون 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس، مرجع سابق.

³ المادة 11 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

بشكل عام النشاط التقييس في الجزائر يشمل الالتزام بالمطابقة الذي فرضه المشرع على المتدخل احترام أصول المهنة¹ ، و ذلك قصد الوصول إلى وضع منتج ذو جودة عالية خاليا من كل عيب أو نقص من شأنه المساس بصحة وسلامة المستهلك.

حيث لا يمكن تصور تقديم شهادة المطابقة لمنتج ما في حين هو لا يستجيب شروط إنتاجه أو تم إنتاجه بطريقة مخالفة للمقاييس الموضوعة لذلك، الأمر الذي يؤدي إلى إقرار جزاءات مدنية وإدارية وجزائية تبعا للأضرار التي يلحقها بالمستهلك، كما يمكن اعتبار الالتزام بالمطابقة الصورة الحقيقية والسليمة لاحترام القواعد الآمرة المتعلقة باحترام المواصفات القانونية هذا ما أكدته المشرع الفرنسي في المادة 212فقرة 01 من قانون الاستهلاك تحت عنوان "الالتزام العام بالمطابقة"².

ثانيا :احترام المواصفات القياسية:

1-تعريف التقييس:

يعرف التقييس حسب المادة 02 من القانون رقم 16-04 على أنه : "النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة، يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين"³.
فالتقييس نشاط ذو منفعة عامة للبشرية حيث تتولى الدولة تدعيمه و ترقيته.

2-أهداف التقييس :

وفقا للنصوص القانونية فإن التقييس ذو أهمية بالغة إذ هناك العديد من المنظمات التي ولت كل إهتمامها للمواصفات القياسية و لجودة السلع و الخدمات لإرضاء حاجات عملائها حيث ان المشرع حدد لنا أهداف التقييس من خلال نص المادة 3 من القانون 04/04 المتعلق بالتقييس إلى ما يأتي:

¹ أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص135.

² نفس المرجع ، ص87.

المادة 2 من قانون 16-04 المتعلق بالتقييس، مرجع سابق.³

تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا، التخفيف من العوائق التقنية للتجارة وعدم التمييز، إشراك الأطراف المعنية في التقييم واحترام مبدأ الشفافية، تجنب التداخل والازدواجية في أعمال التقييم، التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق، اقتصاد الموارد وحماية البيئة، وتحقيق الأهداف المشروعة¹.

الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية

أولا: المواصفات الجزائرية

تقوم الهيئة الوطنية للتقييم ممثلة في " المعهد الجزائري للتقييم² " بمهمة إعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها بالإضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقا.

1- المواصفات المصادق عليها هي مواصفات ملزمة التطبيق، تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقييم إلى لجنة توجيه أشغال التقييم، والتي يرأسها الوزير المكلف بالتقييم، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع والموافقة عليه تتولى الهيئة تبليغه إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ، وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييم، ويشير قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية³.

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

ثانيا: مواصفات المؤسسة

¹ أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص 137.

² المعهد الوطني للتقييم أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 69/98 المؤرخ في 21 فبراير 1998. نقلا عن أرزقي زوبير.

³ كالم حبيبة، مرجع سابق، ص 45.

فهي بوجه خاص المنتجات وأساليب الصنع والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها، وعليه فمواصفات المؤسسة تمس خصوصا المنتج إجراءات الصنع والآلات المستعملة، وتطبق هذه المواصفات على مجموع وحدات وهياكل ومصالح نفس المؤسسة. وهي مواصفات توضع أو تعد وتنشر بمبادرة من مديرية المؤسسة المعنية، مع مراعاة التشريع والتنظيم الخاص في مجال التقييس¹.

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

ويمكن أن تكون مواصفات المؤسسة محل مواصفات مصادق عليها أي تعتمد كمقاييس

جزائرية.

ثالثا: الإشهاد على مطابقة المقاييس الجزائرية

وهي علامة تشهد على مطابقة المنتجات للمواصفات الجزائرية وفقا للشروط التي يحددها الجهاز المكلف بالتقييس، يرمز إليها بالحرفين: ت.ج. وتتم المصادقة على علامة المطابقة للمواصفات²

هذا بعد الموافقة عليها بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناء على اقتراح من هيئة التقييس الجزائرية بموجب رخصة استعمال لوضع العلامة، ومنح شهادة المطابقة بعد تقديم الصانع لطلب في هذا الشأن ينتهي بإبرام عقد بين الطرفين. ويلتزم الصانع بفصل العلامة المذكورة وتمييزها عن علامة الصنع الخاصة به، منعا للخلط الذي يقع فيه المستهلك فيقوده إلى الغلط.

¹ نفس المرجع، ص 46.

² كالم حبيبية، مرجع سابق، ص 46.

وتتعلق الشروط التي يضعها الجهاز المكلف بالتقييس لمنح العلامة بشكل خاص بمستوى الوسائل التقنية والبشرية المستعملة في نظام الإنتاج، ويمدى التزام الصانع بها في صنع منتجاته وعرضها، مع رقابته على ذلك¹.

مما سبق نخلص إلى أن المشرع تبنى نطاق تطبيق واسع نسبياً للقانون رقم 03-09. فمن حيث الأشخاص جعل مسؤولية حماية المستهلك على عاتق كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك.

كما أن المشرع وإن تبنى المفهوم الضيق للمستهلك باعتباره معيار الغرض الشخصي كضابط لصفة المستهلك، فإن بسط نطاق تطبيق أحكام القانون رقم 03-09 من حيث المحل على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك وسّع من نطاق الحماية ليشمل في الواقع كل مقتن مهما كانت صفته.

كما تتجلى سعة نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش في كونها تسري على كل اقتناء لسلعة أو خدمة سواء كان بمقابل أو مجاناً، ما شأنه دخول عقود التبرع بالإضافة

¹ محمد بودالي، مرجع سابق، ص 98.

لعقود المعاوضة ضمن طائفة عقود الاستهلاك التي قد تأخذ بدورها شكل عقود التجارة الإلكترونية.

و يمكن القول إن المتدخل ينبغي أن يتحلى بالأمانة والصدق في تعاملاته مع المستهلك الذي يعتبر في مركز ضعف مقارنة مع المتدخل الذي هو في مركز قوي كما يجب عليه عدم وضع شروط تعسفية مجحفة في حق المستهلك، كما عليه يجب عليه عند عرض المنتجات للاستهلاك أن يضمن سلامة وأمن المستهلك ضد كل المخاطر التي قد تلحق الأذى لهذا الأخير مع ضرورة استجابة هذه المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك، وذلك باحترامه للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تقيد المتدخل وتلزمه بوضع منتجات مطابقة وضمن لها، كما يمتد نطاق حماية المستهلك إلى ضمان كل العيوب التي قد تعترى المنتجات التي يكتنيها المستهلك خدمة ما بعد البيع.

ولن يتوقف نطاق حماية المستهلك عند هذا الحد، بل يمتد إلى وضع المشرع أليات لحماية المستهلك في حالة مخالفة المتدخل لأحكام قانون حماية المستهلك، وهذا ما سنتناوله في الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

آليات حماية المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته ويتنوع دور هذه الأجهزة المنشأة تبعاً للغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بمراقبة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف فيما بينهم. حيث أن إخلال المتدخل بالتزامه اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف، يعرض مصالحه للخطر وقد تكلفه أضرار نتيجة لذلك وبدون هذه الأجهزة يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق، ويفتقد آلية ردع المخالفين له من المتدخلين وعليه تم نشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص¹. وعليه نجد هناك هيئات إدارية وأخرى قضائية وقد ظهرت للوجود هيئات أخرى مستقلة عن النظامين السالف ذكرهما وهي جمعيات حماية المستهلكين. وهذه أهم الأجهزة المنشأة في القانون الجزائري والتي كلفت بالدفاع عن مصالح المستهلك، لغرض معرفة هذا الدور الذي تلعبه في إطار حماية المستهلك ومدى فاعليتها لمواجهة أهم المخاطر التي تحيط به.

حيث تطرقنا في هذا الفصل إلى مبحثين أساسيين:

الأول بعنوان: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.

والثاني بعنوان: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك.

¹ قوعيش ناصر الدين، دور مصالح الرقابة الاقتصادية في حماية المستهلك دراسة حالة مديرية التجارة لولاية مستغانم، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسات، 2017-2018، ص 16

المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.

إن الهيئات الإدارية بإختلاف إختصاصاتها تطلع على دور فعال في حماية مصالح المستهلك من سواء من الجانب الوقائي وهذا لغرض تجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو الجانب العلاجي الردعي عند إلحاق المستهلك بضرر من طرف المخالفين، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي غياب هذه الأخيرة تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية حيث سنتناول في هذا المبحث مطلبين:

الأول: الإدارات ذات الصلة بحماية المستهلك

أما الثاني: المجلس المنافسة.¹

المطلب الأول: الإدارات ذات الصلة بحماية المستهلك:

إن رغبة المشرع الجزائري هي القضاء على كل ممارسة من شأنها المساس بالمستهلك لم يتوانى في إعطاء المهنيات الإدارية صلاحية رقابة مدى تطبيق القواعد والقوانين المتعلقة بحماية المستهلك وسنذكر أهم هذه الإدارات خلال الفروع الآتية:

أولاً: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها، ثانياً: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي الوطني، ثالثاً: دور الجمارك.

الفرع الأول: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها.

تعتبر وزارة التجارة الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك ولها مهام متعددة ومتنوعة، ولقد جاء التأكد على دور وزارة التجارة في الجزائر فيما يخص حماية المستهلكين في عدة نصوص قانونية تتمثل في الشخص الوزير والمديريات العامة التي تعمل تحت وصايته ولقد تعرض القانون الجزائري لتحديد صلاحيات وزير التجارة ضمن المرسوم التنفيذي رقم

¹ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 98.

02- 453 الصادر في 21 ديسمبر 2002 الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة والذي يمنح

لوزير التجارة كل الصلاحيات في اطار حماية مصالح المستهلك.¹

حيث جاء في المادة 05 منه " أن وزير التجارة أصبح مكلف بمايلي:

1. يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن

الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية

2. اقتراح كل الإجراءات المناسبة في اطار وضع العلامات وحماية العلامات التجارية

والتجمعات الاصلية ومتابعة تنفيذها.

3. يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية

للتحاليل في مجال الجودة.

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

5. يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره.

6. يعد وينفذ استراتيجية الاعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من المخاطر الغذائية وغير

الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية وجمعيات المستهلكين التي يشجع إنشاؤها.

أما في مجال الرقابة وقمع الغش فهو يقوم بتنظيم ووضع حيز تنظيم المراقبة ومكافحة

الممارسات غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة والغش والمرتبطة بالجودة والتقليد.²

وفيما يخص المديرية التابعة لوزارة التجارة والتي تلعب دور في حماية المستهلك نجد:

1. المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها.

2. المديرية العامة للرقابة وقمع الغش.

¹ مهيريس دلال، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص

قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015 2016، ص 43.

² المرسوم التنفيذي رقم 02-433 الصادر في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة.

أولاً: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها:

تقوم هذه المديرية في إطار أداء مهامها بجميع النشاطات المرتبطة بإعداد الأليات القانونية لسياحة التجارية وتكييفها وتنسيقها، وتقوم بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك، وتحديد جهاز لملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعها، كما تقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وهوامش الربح، كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية وكذا التنظيمات العامة والنوعية المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات وبحماية المستهلكين¹، بحيث تشرف على خمس مديريات التي تقسم بدورها الى مديريات فرعية وهي: (مديرية المنافسة والخدمات، مديرية الجودة والاستهلاك، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة، مديريات الدراسات والاستكشاف والاعلام الاقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية).

ثانياً: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تتشكل المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش إحدى الهياكل الجديدة التي تم ارساؤها بموجب المادة 4 من المرسوم التنفيذي 454/02 وتقوم هذه المديرية بعدة مهام من بينها:

- تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارة اللامشروعة
- السهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها. وتضم هذه المديرية أربع (04) مديريات فرعية وهي:

1. مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

2. مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

¹ طرفي آمال، التنظيم المنتج بمطابقة منتوجاته في ظل القانون 03/09، رسالة ماستر، جامعة البويرة، كلية الحقوق، 2013، ص46.

3. مديرية التعاون والتحقيقات وقمع الغش.¹

ثالثا: المصالح الخارجية لوزارة التجارة:

بالرجوع الى المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 09 /11 المؤرخ في 20 يناير 2011 المتضمن المصالح الخارجية لوزارة التجارة، وصلاحياتها وعملها، وحددت المادة 02 من هذا المرسوم نجدها تنص على أنه: تنظم المصالح الخارجية لوزارة التجارة في شكل.

أ- المديرية الولائية للتجارة.

تقوم بعدة مهام فهي تقوم في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك كما تقوم أيضا في تطوير الاعلام وتحسين المهنيين والمستهلكين، بالتنسيق مع جمعياتهم، ومن بين مهامها أيضا اقتراح جميع الإجراءات الرامية الى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق وكذا حماية المستهلك.²

كما تضم المديرية الولائية للتجارة الحدودية مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية وفي المطارات، تم إنشاؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 105/98 المؤرخ في 1998/03/31 وتتمثل هذه المفتشية في:

مفتشية الحدود لمراقبة الغش:

يتولى هذا الجهاز السهر على تنفيذ الاحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالجودة ومطابقة المنتجات الموجهة للتصدير والاستيراد.

كما تعد الجهة المختصة بمراقبة المنتجات المستوردة وقمع الغش على مستوى الحدود، على أساس أن المنتجات يجب أن تكون مطابقة للمواصفات المحددة قانونا قبل عرضها للاستهلاك داخل التراب الوطني.³

¹ مضمون المادة رقم 4 من القانون 454/02 المعدل والمتمم.

² سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماستر، جامعة سعيدة، 2016/2017، ص15.

³ نفس المرجع، ص 16

ب- المديریات الجهوية للتجارة.

تقوم بتنشيط وتوجيه وتنظيم المديریات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وفي هذا إنجاز التحقيقات الاقتصادية حول المنافسة والتجارة الخارجية والجودة وأمن المنتجات. كما تقوم بتنظيم برامج الرقابة وعلى السهر على تنفيذها، بالاتصال مع الإدارة المركزية والمديریات الولائية للتجارة وتنسيق عمليات المراقبة ما بين الولايات. إنجاز التحقيقات الاقتصادية التي تتطلب فرقا متعددة التخصصات وذات اختصاص جهوي مع تنظيم ووضع فرق متخصصة للتكفل بهذه المهام. إنجاز حصائل دورية مع أنشطة المديریات الولائية للتجارة. القيام بتفتيش المديریات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي ومصالح الهيئات الموضوعية تحت وصاية وزارة التجارة مع السهر على احترام المقاييس وكيفيات إجراءات سيرها وتدخلاتها.¹

وتنظم المديریات الجهوية للتجارة المحددة عددها بتسع (09) في ثلاثة (03) مصالح: مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الاعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل. تتولى هذه المصالح تأطير وتقييم المديریات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي و/أو إنجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك من المنتجات².

الفرع الثاني: الهيئات المركزية المتخصصة.

من أجل تحقيق حماية فعالة لمصالح المستهلك تم استحداث هيئات متخصصة تتمتع

¹ مهريس دلال، مرجع سابق، ص 47.

² المادة 10، 12 من المرسوم التنفيذي رقم 90/11، المتضمن المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

بصلاحيات خاصة دون غيرها وهي :

أولاً- المجلس الوطني لحماية المستهلكين: لقد نصت على إنشاء هذا الجهاز المادة 24 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ويظهر دوره في حماية المستهلك من خلال إبداء رأيه واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك. أما عن تشكيلة هذا المجلس واختصاصاته فقد أحالنا المشرع إلى التنظيم¹ غير أنه مرت سنتين منذ صدور هذا القانون ومراسيمه التنظيمية غير موجودة مما يستوجب العودة إلى المراسيم المتعلقة بالقانون القديم²، وهذا ما نصت عليه المادة 94 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³ وهذا إن دل على شيء فهو يدل على غياب الإرادة في تحقيق التغيير وضمان حماية فعلية وفعالة للمستهلك مما نتساءل عن جدوى إلغاء القانون القديم وصدور القانون الجديد إن كانت الأهداف التي دفعت إلى ذلك غير موجودة.

ثانياً- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم.

أنشأ هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المتضمن إنشاء المركز وتنظيمه عمله⁴.

يلعب هذا الجهاز دوراً في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك كونه يعمل على :

- اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع المعمول به في مجال نوعية السلع والخدمات.

1 - راجع المادة 24 من القانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

2 - لقد نص المشرع على تشكيلة واختصاصات المجلس الوطني لحماية المستهلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته

3 - تنص المادة 94 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، على أنه: " تلغى أحكام القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وتبقى نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها.

4 - "مرسوم تنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8 أوت 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج.د.ش عدد 59 مؤرخ في 5 أكتوبر سنة 1989، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، ج.ر.ج.د.ش عدد 59، المؤرخ في 5 أكتوبر 2003.

– إجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذلك للمواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها.

ثالثاً-شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية

أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97-459 المتضمن شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية.¹ لكن بصدور المرسوم التنفيذي رقم المتضمن تنظيم الادارة المركزية لوزارة التجارة في ادخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها مديريةية مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش هدفها يتمثل في.

- القيام بالرقابة.
- التأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش.
- وكذا العمل على احترام اجراءات التحاليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج.

الفرع الثالث: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.

إن لكل منهما دور وقائي في حماية المستهلك ذلك لما يملكه من سلطات واسعة اتخاذ القرارات والإجراءات الإدارية في الوقت المناسب.

أولاً: الوالي.

يعتبر الوالي في إطار أداء مهامه ممثلاً للدولة ومسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للتجارة التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والتحقيقات الاقتصادية ومراقبة النوعية وقمع الغش، حيث يسهر

¹ مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 نوفمبر، 1996 يتعلق بتنظيم شبكة مخابر التحاليل والنوعية، ج.ر.ج.د.ش عدد 62 مؤرخ في 20 نوفمبر 1996 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 06 ديسمبر، 1997 ج.ر.ج.د.ش عدد 80 المؤرخ في 07 ديسمبر 1997.

الوالي على وضع المصالح الولائية ومؤسساتها العمومية وحسن سيرها ويتولى تنشيط ومراقبة نشاطاتها طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما .

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

وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤول عن ضمان سلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي الى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتج مؤقتاً أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة مؤقتة على رأي وباقتراح من المصالح الولائية المختصة.¹

وهو المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حقوق المستهلك على المستوى المحلي وذلك من خلال اشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش، وتنظيم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بمراقبة الجودة وقمع الغش، والتي تهتم بالمراقبة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك¹.

ثانياً: رئيس المجلس الشعبي البلدي

لقد منح المشرع رئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحيات عديدة في مجال حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك بصفة ضابط الشرطة القضائية أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع الى نص المادة 88 من القانون 10-11 المؤرخ في 22 يونيو 2011 المتعلق بالبلدية فإنه " يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي ما يأتي: السهر على حسن النظام والامن العموميين وعلى النظافة العمومية " وكما يتولى الى جانب ذلك طبقاً لنص المادة 94 فقرة 2 من نفس القانون: " المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص

¹صياد الصادق، مرجع سابق، ص107.

والأملاك، أما الفقرة 10 من نفس القانون: فإنها تنص على أنه " يتولى السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع".¹

ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس البلدية اللجوء الى إستعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك قصد منع الإضرار بالمواطنين عامة والمستهلك بصفة خاصة، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحيات على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة 93 من قانون البلدية 10/11، الى جانب هذا وحفاظا على صحة الافراد ونظافة المحيط، فإن البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية طبقا لنص المادة 123 من قانون البلدية والتي تنص على أنه " تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لا سيما في مجال ما يأتي:²

1. توزيع المياه الصالحة للشرب.
2. صرف المياه المستعملة ومعالجتها.
3. جمع النفايات الصلبة ونقلها ومعالجتها.
4. مكافحة نواقل الأمراض المتنتقلة.
5. الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور.
6. صيانة طرقات البلدية.
7. إشارات المرور التابعة لشبكة طرقاتها.

لقد صدر في سنة 1987 المرسوم التنفيذي رقم 87-146 المؤرخ في 30 يونيو 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/أو الموزعة على مستوى البلدية.

¹ الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهد بتاريخ 22 ماي 2019 على الساعة

00:16، <http://www.dcw.biskra.dz>

² <http://www.dcw.biskra.dz>, opcit.

الفرع الثالث: دور الجمارك

تلعب إدارة الجمارك دور فعال في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الافراد والبضائع.

فقد خولت المادة 01/241 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنه: " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية أعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ¹، كذا الأعوان المكلفين بالتحريات الإقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة. ونفس الامر 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 مهامهم².

مما يلاحظ أن الجمارك هي خط الدفاع الأول وأول جهة حكومية تتولى إستقبال ومعاينة الإرساليات الواردة، فدورها مهم جدا في مكافحة الغش التجاري.

كما تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الاجمالية 45% ومن هذا المنظور يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم التي لا تحبذ فرض رسوم جمركية عالية لكي لا تزيد من أسعار السلع ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في

¹ حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2006/2005، ص61.

² سفير سماح، مرجع سابق، ص27.

تكلفة السلع، والدليل على ذلك أنها كانت تطبق نسبة 1% (واحد بالمائة) من الرسوم الجمركية على القليل من البضائع الواردة (تقريبا ما نسبة 80% معفية من الرسوم الجمركية)¹. كما يمكن للإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المنافسين فيما بينهم، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد نص يلزمها بذلك ومثال على ذلك عندما يتبين أن استيراد منتج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا أو يهدد بإلحاق ضرر خطير يفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات مشابهة أو منافسة لها مباشرة.²

ومن أجل ضمان أمن وسلامة المستهلك تقوم إدارة الجمارك حسب نص المادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دور هذه الأخيرة في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك، نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتج موجه الى السوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي.

حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة، كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر وفي حالة رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طبقا للترخيص بذلك.³

المطلب الثاني: الإدارات ذات الصلة بحماية المنافسة.

¹ مهريس دلال، مرجع سابق، ص50.

² سفير سماح، مرجع سابق، ص.ص 27 و 28.

³ سفير سماح، مرجع سابق، ص29.

حماية للمنافسة الحرة وترقيتها وبغية تنظيم السير العادي للسوق ومحاربة كل الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة، قام المشرع الجزائري بإنشاء هيئة تسهر على حماية المنافسة وتطبيق قانون المنافسة وهي تسمى مجلس المنافسة.

الفرع الأول: مجلس المنافسة

لقد ظهر مجلس المنافسة لأول مرة في الجزائر عند صدور الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة¹، ومن بين المهام التي أسندت له رقابة السوق بهدف السهر على حسن سير اللعبة التنافسية.

ويلعب مجلس المنافسة دورا مهما في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من خلال تمتعه بعدة صلاحيات: تنازعية attribution contentieuse والتي سوف نتطرق إليها في المبحث الثاني، وأخرى ذات طبيعة استشارية attribution consultative من خلالها إلزام المشرع الجزائري مجلس المنافسة بالرد على الاستشارات والتفسيرات التي تتقدم بها بعض الهيئات، من أجل الإستفسار عن واقعة قانونية لها علاقة بالمنافسة بصفته خبير مختص في مجال المنافسة ويمكن تقسيم هذه الاستشارات إلى فئتين: استشارة وجوبية وأخرى اختيارية².

أولا- الإستشارة الوجوبية

منح القانون لبعض الأشخاص³ الحق في استشارة مجلس المنافسة في بعض المسائل التي لها علاقة بالمنافسة بالدرجة الأولى وبالمصلحة الاقتصادية للمستهلك من جهة ثانية، وبما أن موضوع البحث يندرج حول حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك سوف نسلط الضوء على العناصر التي لها علاقة بالموضوع بالدرجة الأولى.

¹ أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995 متعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 09 مؤرخ في 22 جانفي 1995.
² ناصري نبيل، " حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و14 أفريل 2008، ص166.
³ فمثلا الحكومة ملزمة باستشارة مجلس المنافسة في بعض المسائل ذات الصلة بالمنافسة كوضع نصوص تنظيمية من شأنها الإخلال بالمنافسة مثلا مسألة تحديد بعض أسعار السلع والخدمات، كما تقوم كذلك بعض المؤسسات باستشارة مجلس المنافسة عندما ترغب في القيام ببعض الممارسات التي يمكن أن تؤثر على المنافسة كالتجميعات الاقتصادية، الاتفاقيات المحصورة... الخ.

ثانيا - الإستشارة الإختيارية:

تكون استشارة مجلس المنافسة اختيارية، كون أن الأطراف الفاعلة في السوق لها الحرية في طلب رأي مجلس المنافسة أو الاستغناء عنه. ويمكن تقديمها من قبل عدة أشخاص كالجماعات المحلية وكذا الجمعيات المهنية والنقابية.

ثالثا - إخطار مجلس المنافسة.

لقد منح قانون المنافسة لجمعيات حماية المستهلك الحق في إخطار مجلس المنافسة عند قيام المهني بممارسة تمس المنافسة من جهة والمصلحة الاقتصادية للمستهلك من جهة أخرى¹.

تنص المادة 15 من المرسوم الرئاسي رقم 96-44 الذي يحدد النظام الداخلي المجلس المنافسة² على الشروط الشكلية التي يجب أن يرد عليها الإخطار:

- كوجوب وروده في أربع نسخ - كما يجب أن يتضمن تسمية الجمعية، مقرها، والأعضاء الذين يمثلونها.

فيقوم مجلس المنافسة تبعا لذلك بالاستماع الجمعية حماية المستهلك، باعتبارها طرفا في طرفا في النزاع. وبعد قيام مجلس المنافسة بالتحقيقات اللازمة يصدر قراره سواء بإدانة المهني وبالتالي تسليط إحدى العقوبات التي ذكرناها سابقا، أو ببراعته، ويحق لجمعية حماية المستهلك استئناف قرارات مجلس المنافسة أمام مجلس قضاء الجزائر، الغرفة التجارية خلال أجل شهر واحد من تاريخ تبليغه به³.

- سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (ARPT)

¹ مرسوم تنفيذي رقم 241\11 مؤرخ في 10 يوليو 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره، ج ر ج د ش رقم 39 مؤرخ في 13 يوليو 2011.

² مرسوم رئاسي رقم 96-44 مؤرخ في 17 جانفي 1996، يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة، ج.ر.ج.د.ش. عدد 05، مؤرخ في 21 جانفي 1996.

³ بن عنتر ليلي، "جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج إلى وجود؟" المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، العدد 02، 2009، صص 184-185.

من بين السلطات الإدارية المستقلة التي لها دورا في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، فقد أصدرت قرارا يرمي إلى حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك موضوعه تحديد الشروط والأحكام المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف النقال من نوع GSM من أجل إضفاء الشفافية اتجاه المستهلكين ومنع التحايل عليهم والإضرار بمصلحتهم الاقتصادية.¹

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية بعين الدفلى (دراسة تطبيقية) أولاً- مكاتب الرقابة

1- مكتب الاستقبال: هو مكتب يستقبل العينات الغذائية والمائية مع وثائق المعلومات الخاصة بها وأيضا استقبال الأشخاص المرضى والمتضررين سواء التسممات الغذائية كمستهلكين أو كمرضى مصابين عاديين.

2- مكتب رئيس المصلحة: وهو المكتب الخاص برئيس مصلحة المخبر الولائي للوقاية وهو المشرف العام والرئيسي على المخبر، ويشرف على جميع عمليات البحث والكشف والتشخيص للجراثيميات العامة والمختلفة للمستهلكين كالتسمم وكذا الإشراف على كل التشخيصات والتحاليل الخاصة بالمرضى الآخرين (المصابين) بالفيروسات الأخرى.

3- مخبر الجرثوميات العامة (الطفيليات): وهو مخبر يقوم بعملية الكشف عن الجراثيم المتسببة في التسممات العامة المختلفة منها الغذائية التي لها علاقة بالاستهلاك.

4- BK السل: هو مخبر يشرف على تشخيص المريض والكشف عن داء (جرثوم -ميكروب) المسمى "باسيل دو كوك" "Bacille de Coke" هذا الجرثوم مصدره الفحم الحجري عندما يحترق، ويتنقل مع الغاز والدخان المنبثق أثناء الاحتراق، من أعراضه ضيق في التنفس، والصداع في الرأس والغثيان والضعف والشلل.

¹ قرار رقم 02/س/خ/م/س ض ب م/11، مؤرخ في 12 جانفي 2011 يحدد الشروط والأحكام المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف من نوع GSM منشور على الموقع www.arpt.dz، 2019/05/25، 11:45.

5- مخبر حمي المستنقعات: هو مخبر يقوم بالكشف عن الجراثيم التي يكون مصدرها المستنقعات (المياه القذرة، المياه الراكدة والقذورات).

6- مخبر الجرثوميات (ماء، الأغذية): يقوم هذا المخبر بتحليل العينات الغذائية المستهلكة التي تسببت في التسمم والضرر بالمستهلك ثم البحث والكشف عن الجرثوم الرئيسي المتسبب في التسمم الغذائي، كذلك لأن المياه تخضع كذلك للتحاليل مهما كانت مكوناتها، وأكثر الجراثيم المتنبية في التسممات الغذائية والمائية بنسبة ما يقارب 95% هو ستافي لوكوك وحده.

7- مخبر الأمراض الداخلية (السرطان): تقوم مصلحة هذا الخبر باستقبال المريض المصاب مع المعلومات واللوائح الخاصة بالتحاليل للدم وهي مهام وقائية علاجية خاصة بالصحة منها الكشف عن السرطان من طرف طبيب مختص من خلال تحليل دم المريض ثم الاطلاع على النتائج من طرف الطبيب لتتم متابعته.

ثانيا- الإجراءات المتخذة أثناء كشف حالة التسمم الغذائي بسبب الغش (دراسة تطبيقية)

أ- النصوص المتخذة في جريمة الغش:

1- تحديد طبيعة الغش:

- المسؤول:

- العنوان الاجتماعي: بيع الحلويات.

- البائع: السيد: - تاريخ الازدياد: بمليانة ولاية عين الدفلى. - من: ... - و: ...

- السجل التجاري: رقم سلم من طرف السجل المحلي ولاية عين الدفلى

- عنوان المقر الاجتماعي: مليانة ولاية عين الدفلى

2- المنتج: الحلويات: عدم إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها.

3- طبيعة المخالفة: والتي تمثل في بيع:

- منتج مسموم وغير صالح للاستهلاك.

- الغش في المنتج.

ب- النصوص المتخذة في جريمة الغش حسب الحالة:

النصوص المعنية:

* المادة 62 الفقرتين 01 و02 من ق 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على: "ينفذ السحب النهائي من طرف الأعوان المذكورين في المادة 25 من هذا القانون دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة في الحالات الآتية:

- المنتجات التي تثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي انتهت صلاحيتها.

- المنتجات التي ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك".

* المادة 04 من ق 03-09 السالف الذكر: التي تنص "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك، إقرار إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على ألا تضر بصحة المستهلك".

* المادة 05 من نفس القانون يمنع وضع مواد غذائية للاستهلاك تحتوي على ملون بكمية غير مقبولة بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية وخاصة فيما يتعلق بالجانب السام له.

ج- الجزاءات المقررة لهذه الحالة:

* المادة 70 الفقرتين 01 و02 من القانون 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص على ما يلي:

"يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من : يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني".

* المادة 71 من ق 03-09 تنص على: "يعاقب بغرامة من مائ ألف دينار (200000دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500000دج) كل من يخالف إلزامية سلامة المواد الغذائية المنصوص عليها في المواد 4، 5 من هذا القانون".

* المادة 03 فقرة 01 من ق 03-09 وتنص على: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات كل من يغش أو يعرض البيع أو يبيع كل

منتوج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون إذ ألحق هذا المنتوج بالمستهلك مرضاً أو عجزاً عن العمل".

* المادة 82 من ق 09-03 وتتص "إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد: 68-69-70-71-73-78 من هذا القانون، تصدر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون".

* المادة 69 الفقرة 03 إذ تتص "ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 من هذا القانون إلى خمس (05) سنوات حبساً وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500000 دج) إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة: - إشارات أو إدعاءات تدليسية". لقد حاولنا من خلال هذا الفصل بإسقاط جانب من الجزء النظري للدراسة على الواقع العملي معتمداً في ذلك على ما تحصلنا عليه من معلومات أثناء التريص، حيث بدأنا بتقديم المخبر الولائي للوقاية يشمل لمحة تاريخية عن المخبر، ثم التطرق إلى تنظيم المخبر الولائي للوقاية وبعدها إلى مهام هذا المخبر ثم بعد ذلك إلى الهيكل التنظيمي له.

شرح صلاحيات كل مصلحة (مخبر) على حدى

- ولاحظنا أنه لا يزال من الأعوان الاقتصاديين لا ينفذوا الالتزامات الواقعة على عاتقهم أي المفروضة عليهم من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية، إلا أن أعوان المخبر لا يتفانون في أداء المهام المنوطة لهم خاصة في مثل هذه الحالات الخاصة بالتسمم الغذائي وذلك بمراعاة جميع المصالح المعنية التي لها شأن في هذه الحالة والمخولة قانوناً وإثارة المسؤولية الجنائية والمدنية وذلك بالتقارير اللازمة والنتائج والملاحظات المصحوبة من أجل أن يأخذ القانون مجراه في هذه الحالة.

المبحث الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك

نظراً لعدم مقدرة المستهلك على الدفاع عن حقوقه بمفرده بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة فإنه في أغلب الأحيان لا تفي بالعرض الذي أنشأت من أجله وبالتالي حماية المستهلك بقيت غير كافية، فأراد المستهلك أنه

بإمكانه مساعدة الدولة في مراقبة تطبيق القوانين الخاصة بحماية المستهلك،¹ حيث تطرقنا في هذا المبحث إلى مطلبين:

الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك.

والثاني: دور القضاء.

المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك.

تعد الجمعيات من أبرز المؤسسات التي تنشط المجتمع المدني والتي تعتبر من بين حقوق الإنسان العامة، لذا قام المشرع الجزائري من خلال القانون 31/90 بمنح المستهلكين إنشاء جمعيات لحماية أنفسهم بصفة رسمية حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والاصلية بمجرد تأسيسها.²

نظرا للدور الذي تقوم به الدولة أولت أهمية بالغة لإنشاء جمعية حماية المستهلكين وقد حولها القانون عدة صلاحيات تقوم بها مما أصبح من الواجب تواجد هذه الجمعيات وإنتشارها على مستوى الوطن بسبب الإنفتاح الإقتصادي على سلع وخدمات متنوعة معروضة على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أو أجانب حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الإدارية وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة السوق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات المحددة قانونا ويتجلى هدفها أيضا عن طريق مكافحتها للجرائم المرتبطة بالممارسات التجارية كالتهريب والإعلانات المضللة والتي من شأنها إيذاء المستهلك في مصالحه المادية وقد توسع دور هذه الجمعيات أيضا بصدر القانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الذي أعطى لها الحق في رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون إقتصادي قام بمخالفة أحكام قانون المنافسة كما يحق لها أن تتأسس كطرف في الدعاوى الجزائية وللحصول على تعويض الضرر الذي يلحق بالمستهلك.³

¹ صياد صادق، مرجع سابق، ص129.

² عبد النور بوتوشنت، "دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك"، مجلة العلوم القانونية، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عدد12، 208، ص120.

³ نفس المرجع، ص ص121، 122.

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.

إن القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات قد عرف الجمعية بأنها " تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضية والبيئي والخير والإنساني، ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع.

غير أنه يندرج موضوع نشاطاتها وأهدافها ضمن المصالح العام وأن لا يكون مخالفا للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والأداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها.¹ فقد عرف القانون رقم 03/09 فقد عرفت الجمعية في المادة 21 " كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله". وخلاصة القول نقول أن هذه الجمعيات تهدف إلى إسناد المستهلك وحمايته من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها.

وتخضع الجمعية في تأسيسها إلى عدة شروط مايلي²:

أولا: بالنسبة للشروط المتعلقة بالأشخاص يجب أن يكونوا:

بالغين 18 سنة وما فوق ومن جنسية جزائرية متمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية وأيضا غير محكوم عليهم بجناية أو جنحة تنتافى مع مجال نشاط الجمعية ولم يرد اعتبارهم بالنسبة للأعضاء المسيرين.

بالنسبة للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الخاص يجب أن يكونوا مؤسسين طبقا للقانون الجزائري وناشطين عند تأسيس الجمعية، غير ممنوعين من ممارسة نشاطهم.

¹ قرنة أحلام، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، كلية الحقوق، 2017-2018، ص16-17.

² مهريس دلال، مرجع سابق، ص29.

وتؤسس الجمعيات بحرية من قبل أعضائها المؤسسين ويجمع هؤلاء في جمعية تأسيسية بموجب محضر اجتماع يحرره محضر قضائي.

وتصادق الجمعية العامة التأسيسية على القانون الأساسي للجمعية وتعيين مسؤولي هيئاتها التنفيذية.¹

ويكون الأعضاء المؤسسين كالاتي:

عشرة (10) أعضاء بالنسبة للجمعيات البلدية وخمسة عشرة (15) عضوا بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل، وواحد وعشرون (21) عضوا بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات على (03) ولايات على الأقل وخمسة وعشرون (25) عضوا بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين على إثني عشرة (12) ولاية على الأقل.²

ثانيا: بالنسبة لشروط الجمعية

يخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي وإلى التسليم وصل تسجيل ويودع التصريح التأسيسي لدى:

1. المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.

2. الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية.

3. الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

يودع التصريح مرفقا بكل الوثائق التأسيسية من طرف الهيئة التنفيذية للجمعية ممثلة في شخص.

رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا مقابل وصل إيداع تسلمه وجوبا الإدارة المعنية مباشرة بعد تدقيق حضوري لوثائق الملف.

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

1. الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين المنشأة عام 1988

¹ المادة 02 من قانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات.

² المادة 02 من نفس القانون.

2. جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك المنشأة عام 1989.

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

1. جمعية حماية المستهلك والبيئة وهران أنشأت عام 1999.

2. جمعية حماية المستهلك تلمسان أنشأت عام 1997.

3. جمعية حماية المستهلك والبيئة سطيف أنشأت عام 1999.

4. جمعية حماية المستهلك غرداية أنشأت عام 2004.

5. جمعية من أجل الحماية والدفاع عن المستهلك سكيكدة أنشأت عام 1989.¹

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة وأعطاهها المشرع الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك ونشرها على حقيقتها وتحت مسؤوليتها، وهناك وسيلتان تلجأ اليها عادة لتحقيق أهدافها وهما الدعاية المضادة والمقاطعة.

أما في مجال التحسين والتوعية تلعب الجمعية دورا فعالا إذ تعتبر ذلك من الواجبات الأساسية في تبيان المخاطر التي تهدد صحة وأمن المستهلك هذا من زاوية ومن زاوية أخرى فقد سمح لها القانون حق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد الحصول على التعويض وذلك بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون أمام الجهات القضائية المختصة.²

الفرع الثاني: الدور الوقائي والردعي للجمعيات.

هناك دورين للجمعيات في حماية المستهلك دور وقائي ودور ردعي.

أولا: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.

¹ المادة 07 من نفس القانون.

² نفس القانون.

يقصد به الإجراء الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك قبل حدث الضرر وقبل المساس بصحة وأمن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامته من الممارسات التي قد تشكل خطر عليه، ويظهر ذلك من خلال غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين، وحتى يتم ذلك لابد من تحسيس وإعلام المستهلك، وعن طريق مراقبة الجودة والأسعار.

1/ دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والاعلام.

من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلكين إعداد برامج تعليمية وتربوية خاصة بالثقافة الاستهلاكية بهدف توعية المستهلك من الأضرار التي تهدد أمنه وصحته وتشمل هذه التوعية عدة مجالات منها:

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

- منع شراء السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها.
- منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية.
- منع استهلاك المواد التي يعرف أنها مقلدة، وأن العلامة التي موضوعة على متنها مزيفة، كما تقوم بإعداد برامج إعلانية وإذاعية معدة للبحث أو للنشر عبر وسائل الاعلام وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي يلم بانشغالاته.¹

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

كما تقوم بجمع ونشر المعلومات والتحليل والإختبارات المتعلقة بالسلع والخدمات.²

¹ أرزقي زويبر، مرجع سابق، ص 206.

² نفس المرجع، ص 207.

وهذا مانصت عليه المادة 24 من القانون 06/12: يمكن للجمعية في إطار التشريع المعمول به القيام بما يأتي:

تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها، إصدار ونشر نشریات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها في ظل إحترام الدستور والقيم والثوابت الوطنية والقوانين المعمول بها.

كما أنها تتلقى الشكاوى عبر الخط العائد للجمعية واحالتها الى الوزارات المعنية، و لا يقتصر دور مهام جمعيات حماية المستهلكين على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهذا ما يسمح لهم بالدفاع عن أهدافهم وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات وبالعضوية في المجلس الوطني للتفتيش والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات.¹

2/ دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة

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

ثانيا: الدور الردعي للجمعيات.

تقوم بالدفاع عن المستهلك في حالة وقوع الضرر الذي يمس بصحته أو ماله وهي تقوم بذلك بعدة طرق منها الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهة القضائية، ولقد اعترف المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك بحق الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية

¹وجدي الحركة، حماية المستهلك بين دور الجمعيات ودور الدولة، موقع الإتحاد العربي للمستهلك، 2010/12/19، (المؤتمر الثاني عشر للإتحاد العربي للمستهلك// <http://www.conumersarab.org/>) ، (اطلع عليه في: 2019/04/15، (21:00

سواء في قانون الجمعيات رقم 06/12 أو في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

حيث تنص المادة 23 من القانون 03/09 على: عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني.¹

إلى جانب ذلك فإن جمعيات حماية المستهلك لا تمتلك السيولة المالية الكافية لمباشرة جميع الدعاوى المتعلقة بالمستهلك لذا تسلط طرق أخرى للدفاع عنه ولعل أهم هذه الإجراءات الدعوة إلى المقاطعة والإشهار المضاد وهي عبارة عن وسائل تتخذها جمعيات حماية المستهلك للضغط على المنتجين حتى يتخلوا عن الممارسات التجارية غير الشرعية. وهذا الدور الذي تضطلع به هذه الجمعيات بالنسبة للدعاية المضادة أو الإشهار المضاد.²

1/ الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد:

قد تقوم هذه الجمعيات بمواجهة فئة المتدخلين بالقيام بإشهار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك، إذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة، ومن جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة، أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك، وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموماً على السلعة لا على المتدخل، إذ كلما تثبت مخالفة المتدخلين للتنظيمات والمقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منه سحبها على الفور³، أما إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إبلاغهم بمخاطر السلع، وهذه الإجراءات حتى وإن لم يتعرض

¹ بولحية علي بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2008، ص 67.

² نفس المرجع، ص 68.

³ بختة داندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول "حماية المستهلك تشريعات ودفاع"، المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة، يومي 22-23 أبريل، 2008، ص 43.

لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة والا في قانون حماية المستهلك فإنه تعتبر جد ضرورية وذلك من خلال منع المتدخل عن الاضرار بالمستهلك وبالتالي منع طرح هذه السلع في السوق وأسلوب الدعية المضادة الذي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان، ويكون باتباع هذه الجمعيات لطريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، بالنسبة للنقد العام يتم بنشر بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير أما بالنسبة الى النقد المباشر فيتمثل في نقد منتج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته.¹

2/ الدعوى الى المقاطعة:

إن الحث على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة هو أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين فالقانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة ولم ينص على إباحته وبما أن الاصل في الأشياء الإباحة فإن المقاطعة تعتبر إجراء مشروعاً مادام أنه لا يوجد نص صريح يمنع المقاطعة الجماعية للمستهلكين لشراء منتج معين. فلا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء الصادر عن المستهلك وإنما يعاقب على رفض البيع الصادر عن المنتج، والدعوة إلى المقاطعة يمكن إستعمالها كوسيلة لحماية المستهلك من الإعلان التجاري المضلل وإلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد صحتهم وسلامتهم، فهي يعتبرها البعض هي نوع من التوعية والتحسين لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها.²

يبقى نجاح الدعوة الى المقاطعة مرهون بمدى استجابة المستهلك لها، فلا يمكن أن تصل هذه الدعوة إلى الغاية المرجوة منها، في حين لا أحد يؤيدها أو يستجيب لها مهما كانت المنتوجات التي أدت بالجمعية إلى طلب مقاطعتها غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات

¹ بختة داندان، مرجع سابق، ص44.

² أرزقي زويير، مرجع سابق، ص.ص 218 و219.

تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة، من شأنه ترتيب مسؤوليتها إذا أساءت أو أخطأت في استعمال هذه الآراء، التي لا بد عليها من الحيطة أثناء أداء هذا الدور ووجوب أن تكون هادفة في هذا الإطار،¹ الأمر الذي يجعل بعض رجال القانون يشترطوا للقيام بالمقاطعة من أن:

- تتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك

- أن يؤسس أمر المقاطعة.

حيث يشكل إجراء المقاطعة نتائج وخيمة على المتدخلين في حال اتخاذ ذلك بشأنهم، إذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابة جمهور المستهلكين لذلك الأمر، فكان من الضروري التطرق الى أسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو قانون المنافسة، ومن الأجدر أن يتم سن نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة، ومن جهة أخرى تنظيمية، كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء مقاطعة المنتج أو متدخل، وكذا تحديد مدة معينة، توجه مباشرة المتدخل الذي ثبتت مخالفته إما بقواعد المنافسة النزيهة أو لقانون حماية المستهلك، فإنه لا يلجأ الى هذا الأسلوب إلا كحل أخير.²

المطلب الثاني: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك.

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الإقتصادي، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك، ومن ثم فرض التوازن الذي كان لزاما للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الإقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على: تخضع أحكام هذا القانون لإختصاص الجهات القضائية.

¹ قرنة أحلام، مرجع سابق، ص 207.

² نفس المرجع، ص 208.

ولم يورد المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك إجراءات جديدة تتفرد بها الهيئات القضائية عن أدوارها المعروفة، لذا سنتطرق لدور النيابة العامة بإعتبارها ممثلة المجتمع في قمع الجرائم بداية من مباشرة الدعوى العمومية إلى غاية صدور الحكم، كما يمكن لقضاة الحكم من التدخل في المنازعات المتعلقة بالإستهلاك والعمل على حماية المستهلك بما يمليه القانون الأمر الذي يجعل تكوين قضاة في هذا المجال جد ضروري.¹

الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.

النيابة العامة هي هيئة عمومية قضائية نص عليها قانون الإجراءات الجزائية ويعد أعضاؤها قضاة يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون.

تقوم النيابة العامة بعدة إختصاصات في المجال القضائي، خاصة في إطار ممارسة الدعوى العمومية، ويزداد دورها يوما أو بعد يوم نظرا لتراجع تدخل الدولة في الحياة الإقتصادية الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من الضروري التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.²

إتصال النيابة العامة بالدعوى العمومية لا يهدف إلى حماية بعض الحقوق الخاصة للأفراد أو الدفاع عن المصالح الفردية، بل أنها تعمل على حماية المصالح العامة أو الحماية الشرعية في المجتمع وتطبيق القانون تطبيقا سليما لتحقيق السير الحسن للعدالة، ومن خصائص النيابة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل، بمعنى أي عضو من أعضاء النيابة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر في تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع بإستقلال تام أمام قضاة الحكم بالإضافة أن النيابة العامة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقا للقانون³

¹ أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص.ص 183 و 184.

² المادة 29 من أمر رقم 66-155، المؤرخ في 08/06/1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.

³ بولحية علي بن بو خميس، مرجع سابق، ص.ص 64-65.

فعلى النيابة العامة مادامت تحمي مصالح المجتمع ان تقوم بكل ما من شأنه أن يصون صحة وسلامة الأفراد في تحقيق النمو والرفاهية.

وتدخل النيابة العامة في المجال الإقتصادي والتجاري لا يتنافى ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف إذ يتجلى دورها في إطار حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر مما كان عليه في السابق، خاصة مع ظهور أفات إجتماعية وإقتصادية جديدة نتيجة لعجز الإدارة في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك، وذلك بتوقيع الجزاء وفي هذه الحالة الإختصاص محتكر من قبل القاضي¹.

وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن المستهلك تلعب النيابة العامة دورا هاما بالتنسيق مع مختلف الهيئات المكلفة بحماية المستهلك إذ يمكن لمصالح حماية الجودة وقمع الغش أو شبكة المحابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي تقع من قبل المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية الغير النزيهة وظهور الأسواق السوداء، الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك²

وتنظم النيابة العامة في هيكلها مجموعة أعضاء ولكل عضو إختصاصات محددة إستنادا إلى القواعد المنظمة لهم القضاء الجنائي وهم وكيل الجمهورية والنائب العام.

أولا: وكيل الجمهورية:

بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل النيابة العامة على مستوى المحاكم والذي أعطاه القانون صلاحيات تحريك الدعوى العمومية يساعده في أداء مهامه وكيل جمهورية مساعد واحد أو أكثر بحسب الأحوال فتتنص المادة 35 من قانون الإجراءات الجزائية يمثل وكيل الجمهورية النائب العام لدى المحكمة بنفسه أو بواسطة أحد مساعديه وهو يباشر الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي بها مقر عمله ويلعب وكيل الجمهورية كمساعد للنائب العام

¹ بولحية علي بن بو خميس، مرجع سابق، ص65.

² زويير أرزقي، مرجع سابق، ص184-186-187-188.

على المستوى المحكمة دورا مهما في وظيفة المتابعة والإتهام طبقا لأحكام المواد 1-29-36 من قانون الإجراءات الجزائية فهو يحتل مركزا مهما في جهاز النيابة بإعتبره عنصر رئيسي وفعال في تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها ولوكيل الجمهورية في مباشرته لإختصاصاته مكان إقليمي ونوعي يحددان من حيث الصفة والدرجة.¹

ويباشر وكيل الجمهورية على مستوى إختصاص محكمته على مراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات التي تمس بالمستهلك كما تقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة ليحاكموا وفقا للقانون وهو الذي يمثل المجتمع أمام المحاكم ويطلب بتطبيق القانون ومن وظيفته تلقي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوى أو البلاغات ويقرر ما يتخذ بشأنها وفي هذا الصدد تنص المادة 32 من قانون الإجراءات الجزائية: يتعين على كل سلطة نظامية وكل ضباط أو موظف عمومي يصل إلى علمه أثناء مباشرته مهام وظيفته خبر جنائية أو جنحة إبلاغ النيابة العامة بغير ثوان وأن يوافيها بكافة المعلومات ويرسل إليها المحاضر والمستندات المتعلقة بها.²

ويباشر وكيل الجمهورية بنفسه أو يأمر بإتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الجرائم المتعلقة بالنظام العام ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي تنتظر فيها ويطعن عند الإقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية وقد يصدر أوامر إما بحجز السلعة أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة.

ثانيا: النائب العام:

هو صاحب الحق الأصلي في الدعوى الجنائية وإستعمالها وله كافة الإختصاصات التي يقرها القانون لأعضاء النيابة بإعتبره أحدهم وإن كان يتميز عنه بأصالته وإمتداد سلطته إلى أنحاء الإقليم كافة. ويوجد على مستوى الجهاز القضائي الجنائي نائبان عامان أحدهما على

¹ بولحية علي بن بوخميس، مرجع سابق، ص66.

² نفس المرجع، ص66.

مستوى المحكمة العليا والآخر على مستوى المجلس القضائي¹. ولكي تلعب النيابة العامة دورها الأساسي في قمع الغش المخول لها بموجب قانون الإجراءات الجزائية فإن القانون يفرض التزام إعلام وكيل الجمهورية بالمخالفات المرتكبة التي تدخل في إختصاصه الإقليمي. يتم إبلاغه بوقوع المخالفات عن طريق التوجهات التي يتلقاها من الغير والتي يمكنها أن تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة أو عن طريق شكوى الطرف المضرور من المخالفة أو عن طريق محضر أو تقرير موجه من طرف أحد أعوان الدولة لضباط الشرطة. أحد أعوان الجمارك أو أعوان المديرية العامة للمنافسة والإستهلاك وقمع الغش فمتى تبين من المحاضر التي يحررها أعوان المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش أو من تلك التحاليل المخبرية على عدم مطابقة المنتج للمواصفات القانونية والتنظيمية يكون ملفا يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة². أما إذا كان الأمر يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فإنه في حالة ثبوت جرائم أو ميكروبات بيولوجيا أو عدم مطابقة المنتج موضوع العينة للمواصفات والمقاييس القانونية يحول الملف إلى مصلحة المنازعات لمديرية المنافسة والأسعار التي تقوم بإرسال الملف إلى وكيل الجمهورية بالمحكمة المختصة إقليميا والذي يتكون من:

محضر المخالفة، محضر إقتطاع عينة أو العينات، محضر سحب المنتج من العرض للإستهلاك، بطاقة إستعمال المهني بالإضافة إلى التحاليل الفيزيائية والكيميائية كشف التحاليل الجرثومية.

إذا قام المحترف بإخلال إحدى إلتزاماته الخاصة بشفافية الممارسات التجارية. قد نصت المادة 2/55 من القانون 02/04 على أنه في حالة ثبوت المخالفة فإن محضر الإثبات يبلغ

¹سعاد داودي، النيابة العامة وإختصاصاتها في القانون الجزائري، موقع ستار تايمز، 2012/02/17، (اطلع عليه في: <http://www.startimes.com/t=30192100>)، 12:00، 2019/05/15.

² نفس المرجع.

إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليمياً بإعتباره أن متابعة المخالفات المنصوص عليها في القانون 02/24 من إختصاص الجهة القضائية. وإذا تم التبليغ بواقعة جريمة من طرف الإدارة المختصة عن طريق المحضر القضائي الذي يبيت وقوع المخالفة إلى وكيل الجمهورية فيقوم هذا الأخير بمواصلة الإجراءات لكن في حالة عدم توفر الأدلة الكافية يأمر إما بحفظ الملف لكن يمكن أن يتم تحريكها إذا ظهرت أدلة قوية و متماسكة³ ويمكن أن يأمر بمباشرة التحقيق الابتدائي.¹

الفرع الثاني: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك.

إلى جانب النيابة العامة فلقضاة الحكم صلاحيات النظر في النزاعات الناتجة عن الإضرار بالمستهلك نتيجة الممارسات المنافية للتجارة، حيث يقع على القضاة عندما تكون الدعوة مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالإستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني، ونظراً للنتائج التي قد تترتب نتيجة عدم الإعتماد على المعيار، فإن المحاكم قد تلجأ إلى معيار آخر الذي يأخذ حالة كل مستهلك ضحية على حدى وذلك بالنظر إلى مستواه الثقافي والوضعية التي تعرض لها، وبالتالي يكون المعيار الذي يأخذ بالمستهلك المتوسط الذكاء كمرجع لتقدير مدى وجود الخطأ الذي يعاقب عليه القانون في إطار العلاقة الإستهلاكية.²

يمكن للقضاة بموجب الإختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالنزاعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة.

أما إذا كان موضوع رفع الدعاوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائياً فللمستهلك الخيار بين رفعاً أمام القضاء الجزائي والتأسيس كطرف مدني وأن يرفع دعواه أمام القسم المدني، كما

¹ المادة 55 من القانون 02/04، المتعلق بالممارسات التجارية.

² جديدي معراج، الوجيز في الإجراءات الجزائية مع مراعاة التعديلات الجديدة، 2012، ص22.

يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية التي سبق ذكرها.

تعد المحاكمة المرحلة الأخيرة التي تنتهي عندها الدعوى العمومية والتي يبدي فيها المتهم دفعاته دفاعا عن نفسه بصدور حكم بإدانة المتهم أو براءته وذلك بحكم جنائي صادر عن هيئة قضائية وفاصل في موضوع الدعوى وينبغي الفصل على وجه السرعة حتى يتحقق للأحكام قدر من الردع العام.¹

خلاصة الفصل:

¹ جديدي معراج، مرجع سابق، ص 23

لقد تناولنا في هذا الفصل الأليات التي وضعها المشرع لحماية المستهلك في ظل إقتصاد السوق وهذه الأليات تتمثل في هيئات أسندت إليها مهمة الرقابة وتطبيق القواعد الموضوعية ومن الهيئات التي تناولتها في هذا الفصل هي الهيئات الإدارية والهيئات القضائية بالإضافة إلى جمعيات حماية المستهلك.

فالهيئات الإدارية لها دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد الموضوعية كما أنها تكفل حماية في كل جوانبه وهي تعتبر الأقرب للمستهلك في التعامل وأيضا لجمعيات حماية المستهلك دور فعال في حماية المستهلك فهي تهدف إلى تمثيل المستهلك أساسا وأيضا تقوم بالدفاع عن مصالحه وحقوقه.

ولإكمال الهدف المرجو من الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك لا بد من تدخل الهيئات القضائية لتحقيق الهدف المرجو فهي السلطة المخولة لتوقيع العقاب.

خاتمة

خاتمة:

في ختام دراستنا توصلنا إلى قناعة مفادها أن مسألة حماية المستهلك بصفة عامة، وحماية مصلحته الاقتصادية على وجه الخصوص، قد قطعت شوطا كبيرا بالمقارنة مع السنوات الماضية، بفضل الجهود الكبيرة التي قام بها المشرع رغبة منه في مسايرة التطورات الاقتصادية والاجتماعية، وتماشيا مع تطلعات المستهلك في الحصول على احتياجاته ، و إشباع رغباته وفق قدراته المالية وتكون في ذات الوقت ذو مواصفات قياسية وجودة عالية.

من أجل تحقيق الأهداف السالفة الذكر قام المشرع باستحداث منظومة قانونية، كان لها الفضل الكبير في إزالة الغموض عن بعض المصطلحات التي كانت محل جدال فقهي كلفظ المستهلك، و المهني باعتبارهما أطراف عقد الاستهلاك، و كذلك التقليل من الممارسات الماسة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك، و ذلك من خلال حظر و منع بعض الممارسات كرفض البيع أو تقديم الخدمة للمستهلك، الرفع المفرط للأسعار السلع والخدمات...إلخ، ووضع إطار قانوني للبعض الآخر كحصول المهني على رخصة إدارية لممارسة بعض البيوع، كالبيع الترويجي و البيع بالتخفيض، البيع بالمكافأة....إلخ .

كما دعم هذه النصوص التشريعية - أو إن صح التعبير الحماية النظرية-، بتكريس مجموعة من الآليات المختلفة فمنها من لها دور وقائي تمنع وقوع الضرر على المستهلك كتكريس مبدأ إعلام المستهلك سواء بميزات المنتج، بالأسعار و التعريفات أو بشروط البيع، تساعد على اتخاذ القرار السليم عند قيامه باقتناء سلعة أو طلب خدمة، إلى جانب فرض رقابة على السوق عهدت لمختلف الأجهزة الموجودة سواء على المستوى المركزي أو المحلي. و آليات أخرى لها دور قمعي تتمثل في توقيع الجزاءات المختلفة إدارية كانت توقعها سواء الإدارة التقليدية، أو مجلس المنافسة باعتباره سلطة إدارية مستقلة أم جزائية تعود للاختصاص الأصيل للقضاء .

رغم أهمية هذه الجهود التي قام بها المشرع الى أن هذا لا يمنعنا من تقديم بعض الملاحظات المهمة ، منها ما تعلق بقانون حماية المستهلك الذي ورغم صدوره مؤخرا إلا أنه لم يختلف كثيرا عن سالفه، و لم يأت بجديد يذكر، كما أنه لم يأخذ بعين الاعتبار للانتقادات التي قدمت سابقا للقانون القديم كونه أغفل الكثير من الأمور، كما نأخذ على المشرع عدم إصداره لمراسيمه التنظيمية رغم مرور قرابة ثلاث سنوات على صدوره، والتي أرجعها البعض إلى غياب الإرادة الحقيقية في التغيير، فمعظم المواد التي استحدثها المشرع من خلال هذا القانون و التي من المفترض أن توفر حماية أكبر لمصالح المستهلك المختلفة جامدة و غير قابلة للتطبيق، كما نلاحظ من هذا القانون بأنه نقل حرفي لبعض النصوص التنظيمية للقانون القديم، ونعطي على سبيل المثال المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.

نفس الإنتقاد نقدمه لكل من قانون المنافسة الذي عدل مؤخرا إلا أنه أظهر عدم فعاليته، و أحسن دليل على ذلك كثرة الممارسات التي تمس المصلحة الإقتصادية للمستهلك، ولو كان ذلك بطريقة غير مباشرة، والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و الذي بدوره أدخلت عليه تعديلات من خلال رفعه للغرامات التي توقع على العون الإقتصادي إلى حدود قصوى، إلا أنها غير كافية، وغير ناجعة في تأمين حماية للمصلحة الإقتصادية للمستهلك فهو يتعرض يوميا لشتى أنواع الممارسات التجارية غير النزيهة وغير شرعية.

أما بالنسبة لأليات التي كرسها المشرع لتساند هذه النصوص التشريعية فهي لم تكفل للمستهلك الحماية المرجوة، سواء لجهل المستهلك بوجودها لإنعدام الثقافة اللازمة في مجال الإستهلاك، أو لإنتشار الفساد في بعض منها و بمجرد أن يتقدم المستهلك بشكوى أمامها لا تؤخذ بعين الإعتبار بسبب الرشاوي التي يدفعها المهني، والبعض الآخر ليس موجود أصلا أو معطل و أحسن مثال مجلس المنافسة، فدورها في مجال حماية المستهلك حبر على ورق أو بمعنى أصح نظري. بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك في هذا المجال فهو هامشي أو منعدم أصلا، أحسن مثال على ذلك ما يتعرض له المستهلك مؤخرا من رفع مفرط لأسعار

المواد الأساسية دون سبب يذكر وانعدام بعضها في السوق حتى أصبحت هذه الممارسات تطل ولأسف الأدوية، فنتساءل أين هي من كل هذا؟

ليأتي في الأخير دور القضاء باعتبار توقيع الجزاء المادي من إختصاصه الأصيل من الفترض ، إلا أن يكون له دورا فعالا إلا أنه العكس هو الذي حصل فطول الإجراءات و صعوبة إثبات بعض الممارسات التي تقع على المستهلك دفعت المستهلك و الجمعيات على حد سواء على عدم اللجوء إليه ربحا للوقت والمال.

أمام هذه النقائص وجدنا ضرورة إعطاء بعض إقتراحات ونخص بالذكر:

- إدراج مادة حول حماية المستهلك في المناهج التعليمية لتعليم التلاميذ بحقوقهم ويكون لهم ثقافة في حماية المستهلك.
- الإسراع في إصدار المراسيم التنظيمية المتعلقة بقانون حماية المستهلك و قمع الغش.
- إعادة النظر في القانون المتعلق بالجمعيات سواء بتعديل أحكامه، أو إلغائه ليتماشى مع التطورات الراهن، و يعمل على تسهيل منح الإعتماد للجمعيات لتشجيع على إنشائها.
- تفعيل دور مجلس المنافسة كهيئة إدارية مستقلة تعمل على حماية المستهلك .
- العمل بقوة للقضاء على الأسواق الموازية، أو على الأقل تنظيمها ليتمكن أعوان أجهزة الرقابة من القيام بدورهم على أكمل وجه.
- الرفع من المساعدات المالية المقدمة للجمعيات لتتمكن من القيام بدور أكثر فعالية.
- الرفع من مبلغ المساعدة القضائية الممنوح للجمعيات لتشجيعها على اللجوء إلى القضاء في حالة الضرر بمصالحها.

قائمة

المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: النصوص القانونية والتنظيمية:

القوانين:

• القوانين العادية:

1. قانون رقم 79-596 المؤرخ في 13/07/1979 المتعلق بحماية المقرضين في المجال العقاري.
2. قانون رقم 87-22 المؤرخ في 1987 المتعلق بإعلام المستهلك و حمايته في مجال المنتجات و الخدمات.
3. قانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 06 المؤرخة في 08/02/1989، الامانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989.
4. قانون 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية عدد 41 صادرة في 27 جوان 2004.
5. قانون 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27-26-2004 المعدل والمتمم بموجب قانون رقم 10-606 المؤرخ في 18/08/2010، الجريدة الرسمية رقم 46 المؤرخة في 18/08/2010.
6. قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية ،عدد 15 سنة 2009 .
7. قانون رقم 05/12 المؤرخ في 04 أوت 2005 يتضمن قانون المياه، الجريدة الرسمية عدد، 60، صادرة في 04 سبتمبر 2005 .
8. قانون البلدية رقم 10/11، المؤرخ في 22 يوليو 2011 المتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية، عدد 37 المؤرخة في 01 شعبان 1432 هـ الموافق لـ: 03 جويلية 2011.

9. قانون رقم 04/16 المؤرخ في 19/06/2016، المعدل و المتمم للقانون 04-04 المؤرخ في 23/06/2004 و المتعلق بالتقييس.

• الأوامر:

1. الأمر رقم 66-155، المؤرخ في 08/06/1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.

2. الأمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995 متعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 09 مؤرخ في 22 جانفي 1995.

3. الأمر رقم 01-04 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصصتها، (جريدة رسمية: 47 / 2001).

4. الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم (جريدة رسمية: 43/2003).

5. الأمر رقم 03 - 03. المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 43 مؤرخ في 20 جويلية 2003.

• المراسيم:

1. المرسوم التنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8 أوت 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج.د.ش عدد 59 مؤرخ في 5 أكتوبر سنة 1989، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، ج.ر.ج.د.ش عدد 59، المؤرخ في 5 أكتوبر 2003.

2. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش (جريدة رسمية: 05 / 1990). وهو نص تطبيقي للقانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

3. المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 51 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات (جريدة رسمية عدد 40 سنة 1990) وهو من النصوص التطبيقية للقانون 89-02 (الملغى).

4. المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر. عدد 50، صادرة في 21 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر. عدد 83، صادرة في 25 ديسمبر 2005 .

5. المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

6. مرسوم رئاسي رقم 96-44 مؤرخ في 17 جانفي 1996، يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 05، مؤرخ في 21 جانفي 1996.

7. المرسوم التنفيذي رقم 90/11، المتضمن المصالح الخارجية لوزارة التجارة.

8. مرسوم تنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 نوفمبر 1996 يتعلق بتنظيم شبكة مخابر التحاليل والنوعية، ج.ر.ج.د.ش عدد 62 مؤرخ في 20 نوفمبر 1996 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 06 ديسمبر 1997، ج.ر.ج.د.ش عدد 80 المؤرخ في 07 ديسمبر 1997 .

9. المرسوم التنفيذي رقم 97/254 مؤرخ في 08 يونيو سنة 1997 يتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص وإستيرادها.

10. المرسوم التنفيذي رقم 02-433 الصادر في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة.

11. المرسوم التنفيذي رقم 11\241 المؤرخ في 10 يوليو 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره، ج.ر.ج.د.ش رقم 39 مؤرخ في 13 يوليو 2011

ثانياً: الكتب:

1. السيد خليل هيكل، "نحو قانون إداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1979.

2. زكي خليل المساعد، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
3. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، ج1، 2002.
4. السيد محمد السيد عمران، "حماية المستهلك أثناء تكوين العقد"، دار الجامعة، 2003.
5. عمر محمد عبد الباقي، نالحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، سنة 2004.
6. محمد إبراهيم عابيدات، سلوك المستهلك، دار وائل للنشر، الأردن، ط 4: 2004.
7. أحمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، طبعة 2005.
8. أسامة أحمد بدر، " حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني "، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
9. خالد إبراهيم ممدوح، "حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
10. طرح البحور علي حسن، "عقود المستهلكين الدولية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
11. بولحية علي بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2008.
12. جديدي معراج، الوجيز في الإجراءات الجزائية مع مراعاة التعديلات الجديدة، 2012، ص22.
13. علي فتاك، حماية المستهلك وتأثيره على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2014.
14. محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة لقانون حماية المستهلك ومرتققها دار الكتاب الحديث، الجزائر.

ثالثاً: الأطروحات والرسائل الجامعية:

1. محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط1، 1986م.
2. حملاحي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2006/2005.
3. عمار زعبي حماية المستهلك في الجزائر نسا وتطبيقا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص الأعمال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008.
4. شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 08-03-2012.
5. طرفي آمال، التنظيم المنتج بمطابقة منتوجاته في ظل القانون 03/09، رسالة ماستر، جامعة البويرة، كلية الحقوق، 2013.
6. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بالحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2014/2013.
7. علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، جامعة د. الطاهر مولاي، سعيدة، 2015-2016.
8. مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، مذكرة لنيل شهادة الماستر في تخصص قانون إقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، 2016/2015.

9. مهيريس دلال، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016/2015.
10. سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماستر، جامعة سعيدة، 2017/2016.
11. قرنة أحلام، حماية المستهلك من الإعلانات التجارية المضللة، مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في الحقوق، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، كلية الحقوق، 2018-2017.
12. قوعيش ناصر الدين، دور مصالح الرقابة الإقتصادية في حماية المستهلك دراسة حالة مديرية التجارة لولاية مستغانم، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسات، 2017-2018.

رابعاً: التظاهرات العلمية:

1. هجيرة دلوني، الملتقى الوطني للإستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر الاساسي، تلمسان يومي 14 15 أبريل 2001.
2. محمود محيو سحر النصر، البعد الإقتصادي لحماية المستهلك، ورقة مقدمة لمنندى المرأة وحماية المستهلك، القاهرة، المحل القومي للمرأة، 2005.
3. ليندة عبد الله، مداخلة تحت عنوان " المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13 و 14 أبريل، 2008.
4. ناصري نبيل، " حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008.

5. بختة داندان، دور جمعيات لحماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول " حماية المستهلك تشريعات ودفاع"، المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة، يومي 22-23 أبريل 2008.

6. حاج بن علي محمد، الوسم آلية قانونية لتفعيل المنافسة المشروعة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مولاي طاهر، سعيدة، يومي 4 و 5 نوفمبر 2015.

خامساً: المجلات والدوريات:

1. حسن عبد الباسط الجميحي، حماية المستهلك، حماية خاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك، بحث منشور بمجلة الدراسات القانونية، تصدرها كلية الحقوق، جامعة أسيوط، العدد 13، سنة 1991.

2. بن عنتر ليلي، "جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج إلى وجود؟" المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد 02، 2009.

3. جرعود الياقوت، دور الإعلام في حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة البليدة، العدد 202 جانفي 2012.

4. جمال النكاس، "حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي"، مجلة الحقوق الكويتية، جامعة الكويت، السنة 13، عدد 2.

5. عبد النور بوتوشنت، "دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك"، مجلة العلوم القانونية، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عدد 12، 208.

6. محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، مجلة دفاتر السياسة و القانون، العدد 09، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة الجزائر، جوان 2013.

7. مواقي بناتي أحمد، الإلتزام بضمان السلامة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مجلة الفكر، العدد الخامس.

سادساً: المواقع الإلكترونية:

1. وجدي الحركة، حماية المستهلك بين دور الجمعيات ودور الدولة، موقع الإتحاد العربي للمستهلك، 2010/12/19، (المؤتمر الثاني عشر للإتحاد العربي للمستهلك / <http://www.conumersarab.org/>، (اطلع عليه في: 2019/04/15، 21:00).
2. سعاد داودي، النيابة العامة وإختصاصاتها في القانون الجزائري، موقع ستار تايمز، 2012/02/17، (<http://www.startimes.com/t=30192100>)، (اطلع عليه في: 2019/05/15، 12:00).
3. الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهد بتاريخ 22 ماي 2019 على الساعة 16:00، <http://www.dcwbskbra.dz>
4. قرار رقم 02/س/خ/ر م / س ض ب م/11، مؤرخ في 12 جانفي 2011 يحدد الشروط والأحكام المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف من نوع GSM منشور على الموقع www.arpt.dz ، 2019/05/25 ، 11:45.

الفهرس

1.....مقدمة

الفصل الأول: مضمون فكرة حماية المستهلك في إقتصاد السوق

7.....المبحث الأول: مفهوم حماية المستهلك في إقتصاد السوق

7.....المطلب الأول: أطراف العلاقة الإستهلاكية

8.....الفرع الأول: المستهلك

8.....أولاً: مفهوم المستهلك

11.....ثانياً: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري السابق

12.....ثالثاً: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري من خلال النصوص الجديدة

14.....الفرع الثاني: المهني (المحترف)

16.....المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك طبقاً للقانون 03/09

16.....الفرع الأول: نطاق تطبيق القانون رقم 03-09 من حيث الأشخاص

16.....أولاً: المستهلك

17.....ثانياً: المتدخل

19.....الفرع الثاني: نطاق تطبيق القانون رقم 03-09 من حيث المحل أو الموضوع

19.....أولاً: السلعة كمحل للاستهلاك

20.....ثانياً: الخدمة كمحل للاستهلاك

20.....الفرع الثالث: نطاق تطبيق القانون رقم 03-09 من حيث العقود

21.....أولاً: تطبيق القانون رقم 03-09 على عقود التبرع والعقود الملزمة لجانب واحد

21.....ثانياً: تطبيق أحكام القانون رقم 03-09 في مجال عقود التجارة الإلكترونية

23.....المبحث الثاني: الوسائل القانونية الكفيلة لحماية المستهلك

24.....المطلب الأول: إلزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمة ما بعد البيع

25.....الفرع الأول: ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية

25.....أولاً: قصور ضمان أحكام الصلاحية

25.....ثانياً: خصوصية العيب وفقاً للالتزام بضمان السلامة

28.....الفرع الثاني: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع

- أولاً: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان 29
- ثانياً: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع 31
- المطلب الثاني: التزام المتدخل بإعلام المستهلك 32
- الفرع الأول: تحديد مفهوم الالتزام بالإعلام 32
- أولاً: البيانات الخاصة بتعريف المنتج واحتياجات استعماله 34
- ثانياً: التحذير من خطورة المنتج 34
- الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام 36
- أولاً: كيفية الإعلام عن طريق وسم المنتجات 36
- ثانياً: الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع 38
- المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة للمنتجات 39
- الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة 40
- أولاً: الالتزام باحترام المواصفات القانونية 41
- ثانياً: احترام المواصفات القياسية 41
- الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية 42
- أولاً: المواصفات الجزائرية 42
- ثانياً: مواصفات المؤسسة 43
- ثالثاً: الإشهاد على مطابقة المقاييس الجزائرية 43
- خلاصة الفصل 45

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك

- المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك 59
- المطلب الأول: الإدارات ذات الصلة بحماية المستهلك 59
- الفرع الأول: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها 59
- أولاً: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها 61
- ثانياً: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش 61
- ثالثاً: المصالح الخارجية لوزارة التجارة 62

- 64..... الفرع الثاني: الهيئات المركزية المتخصصة
- 64..... أولاً- المجلس الوطني لحماية المستهلكين
- 64..... ثانيا- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرمز
- 65..... ثالثا-شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية
- 65..... الفرع الثالث: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي
- 65..... أولاً: الوالي
- 66..... ثانيا: رئيس المجلس الشعبي البلدي
- 68..... الفرع الثالث: دور الجمارك
- 70..... المطلب الثاني: الإدارات ذات الصلة بحماية المنافسة
- 70..... الفرع الأول: مجلس المنافسة
- 70..... أولاً- الإستشارة الوجوبية
- 71..... ثانيا- الإستشارة الإختيارية
- 71..... ثالثا- إخطار مجلس المنافسة
- 72..... الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للمخبر الولائي للوقاية بعين الدفلى (دراسة تطبيقية)
- 72..... أولاً- مكاتب الرقابة
- 73..... ثانيا- الإجراءات المتخذة أثناء كشف حالة التسمم الغذائي بسبب الغش (دراسة تطبيقية)
- 76..... **المبحث الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك**
- 76..... المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك
- 77..... الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك
- 78..... أولاً:الشروط المتعلقة بالأشخاص
- 78..... ثانيا: الشروط الجمعية
- 80..... الفرع الثاني: الدور الوقائي والردعي للجمعيات
- 80..... أولاً: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

82.....	ثانيا: الدور الردعي للجمعيات.....
85.....	المطلب الثاني: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك.....
85.....	الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.....
87.....	أولا: وكيل الجمهورية.....
88.....	ثانيا: النائب العام.....
89.....	الفرع الثاني: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك.....
91.....	خلاصة الفصل.....
93.....	خاتمة.....
99.....	قائمة المصادر والمراجع.....
108.....	الفهرس.....