



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الجيلاي بونعامة خميس مليانة
كلية الحقوق و العلوم السياسية



قسم : الحقوق

مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر في الحقوق و العلوم السياسية
تخصص قانون الاعمال

موضوع البحث :

ضمانات حماية المستهلك في خدمات الإتصال
في التشريع الجزائري

الأستاذة المشرفة :

الدكتورة بعلوج أسماء

من إعداد الطالبة:

♦ عبد المطلب آمال

أعضاء لجنة المناقشة :

رئيسا

د. مرياح صليحة

مقرا

د. بعلوج أسماء

ممتحنا

د. سعدي مصطفى

السنة الجامعية: 2021 / 2022

كلمة شكر وعرهان

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه ان وفقني

لإعداد هذا العمل وصل اللهم وبارك على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه

أجمعين

جزيل الشكر والاحترام والتقدير للأستاذة " بعلوج أسماء " التي تفضلت بالإشراف على هذا

العمل , وتصويباتها الرشيدة لي في إعداد المذكرة , فجزاها الله عنى كل خير

إن شاء الله

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

كما أتقدم بالشكر لأساتذة وعمال قسم الحقوق بجامعة الجبلالي بونعامه بخميس مليانة وكل

من قدم لي يد العون من قريب او من بعيد لانجاز هذا العمل وإخراجه في هذه الحلة , جزاهم

الله عنى خير جزاء

عبد المطلب امال

اهداء

هدي ثمرة جهدي المتواضع الى من قال فيهما الله عز وجل :

واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا

(24) الاسراء

الوالدين العزيزين حفظهم الله

الى زوجي و أبنائي لؤي و قصي

الى اخوتي كل باسمه

الى كل زملائي الذين قاسموني مشوار الدراسة

الى كل من ساعدني ودعمني في انجاز هذا العمل

لكم مني جميعا اهدي هذا العمل

عبد المطلب امال

واكبت الجزائر كغيرها من دول العالم الحركية التشريعية في مجال حماية المستهلك , نظرا لتطور انماط وحجم الاستهلاك و نتيجة تزايد المخاطر التي تهدد المستهلك خاصة مع تبنيها للاقتصاد الحر وتحرير التجارة فلم تعد القواعد المقررة في القانون المدني توفر لوحدها الحماية التي ينشدها المشرع فصدر اول قانون خاص بحماية المستهلك 02/89 والذي تم إلغاؤه تم صدر القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

اذا يعتبر موضوع حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصال من اهم المواضيع لكونه يرتبط بفئة واسعة من المجتمع ألا وهي فئة المستهلكين حيث ان المستهلك والذي يعتبر اهم عضو في عجلة الاستهلاك يدخل في معاملات تجارية يومية مع مقدمي الخدمة الاتصالية لاجل تلبية حاجياته مما يجعل منه في الكثير من الاحيان عرضة للغش دون المراعاة لمصالحه.

وحتى لا يكون المستهلك ضحية لهاته الظاهرة استوجب على المشرع الجزائري تكريس رغبته لحماية المستهلك و الذي غالبا ما يكون في مركز ضعف في البحث عن آليات وقائية فعالة، و تعزيز محاربة هاته السلع المقلدة بإجراءات ردية من أجل إحداث التوازن

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الواجهة التشكر الإهداءات الملخص فهرس المحتويات
أ-ج	مقدمة
25-04	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك في مجال خدمات الإتصال
04	تمهيد
05	المبحث الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر
05	المطلب الأول: المرحلة السابقة على صدور قانون حماية المستهلك
06	المطلب الثاني:مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك
07	المطلب الثالث: مفهوم المستهلك
07	الفرع الأول: تعريف المستهلك في اللغة و الاصطلاح و الاصطلاح الشرعي
08	الفرع الثاني: تعريف المستهلك في الفقه والقضاء والتشريع الجزائري
11	المبحث الثاني : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09
11	المطلب الاول : نطاق تطبيقه من حيث الاشخاص
14	المطلب الثاني : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 من حيث المحل (الموضوع)
14	الفرع الاول : السلعة كمحل للاستهلاك
15	الفرع الثاني : الخدمة كمحل للاستهلاك:
16	المطلب الثالث : نطاق تطبيق القانون رقم 03-09 (من حيث العقود):
16	الفرع الاول : التطبيق القانون رقم 03-09 على عقود التبرع والعقود الملزمة لجانب واحد :
18	الفرع الثاني : تطبيق أحكام القانون رقم 03-09 (في مجال عقود التجارة الالكترونية
19	المبحث الثالث: ماهية خدمات الاتصال
19	المطلب الأول: مفهوم خدمات الاتصال وخصائصها
19	الفرع الاول :تعريف الخدمات :

فهرس المحتويات

20	الفرع الثاني: خصائص الخدمات
21	الفرع الثالث: انواع الخدمات
23	الفرع الرابع: انواع خدمات الاتصال
24	المطلب الثالث : أبعاد خدمات الاتصال
25	خلاصة الفصل
27	الفصل الثاني : الإطار التنظيمي القانوني لحماية المستهلك
27	تمهيد
28	المبحث الأول: دور السلطات الاقتصادية المستقلة
28	المطلب الأول: سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية
28	الفرع الاول : المرحلة الأولى
30	الفرع الثاني :استحداث مؤسسة ضابطة لقطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية
37	الفرع الثالث :صلاحيات سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية:
39	الفرع الرابع :دور سلطة الضبط للبريد والمواصلات في حماية المستهلك :
40	المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك
41	الفرع الاول : الدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك:
43	الفرع الثاني :الدور القمعي لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك :
44	المبحث الثاني: دور المجتمع المدني و القضاء في حماية مستهلك في مجال خدمات الاتصال
44	المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك
44	الفرع الاول : مفهوم جمعيات حماية المستهلك:
45	الفرع الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك
46	الفرع الثالث: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك
51	المطلب الثاني : دور الهيآت القضائية في حماية المستهلك :
51	الفرع الأول : دور النيابة العامة في حماية المستهلك
52	الفرع الثاني : دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك :
52	الفرع الثالث : دور النائب العام في حماية المستهلك :

فهرس المحتويات

53	الفرع الرابع : دور المحكمة في حماية المستهلك :
53	الفرع الخامس : تحريك الدعوى العمومية
57	خلاصة :
59	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

مفصلة

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة في مختلف المجالات رغبة منه في تحسين مستوى معيشة الفرد وتحقيق مجتمع الرفاهية , وفي ظل مناخ العولمة وماتبعه من تغير في انماط وحجم الاستهلاك , حيث اصبحت السلع والخدمات متوفرة ومتنوعة وتلبي كل ما يحتاجه الفرد في حياته , ويقدر ماتحققه هذه الوفرة من جوانب ايجابية كبيرة فان لها سلبياتها الخطيرة على المستهلك كونه العنصر الاساسي الذي تقوم عليه التجارة في وقتنا الحالي , فهو مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم تدخل المشرع بوضع ترسانة من التشريعات لحمايته فأصبح بحاجة اكثر من أي وقت مضى الى حماية قانونية من الغش في السلع والخدمات في مختلف مراحلها .والجزائر لم تكن بمنأى عن هذه التغيرات والتحولت , حيث شهد الاقتصاد الجزائري مرحلة جديدة من مراحل تطوره , فواكبت هذه التطورات لمالها من مزايا كبيرة تمثلت خاصة في النهوض بمستوي معيشة المستهلك الجزائري من خلال تنوع وتعدد السلع والخدمات كما ادى انفتاح الاسواق التجارية الى ازدياد الطلب على هذه المنتجات , وازداد معه الاقبال على الاستهلاك من قبل فئات مختلفة من المستهلكين حيث اصبح التنوع في المنتجات واختلاف منتجاتها تعرض في الاسواق , اضافة لعرضها في المساحات التجارية الكبرى فلم يعد المستهلك قادرا على اختيار المنتج الذي يتوافق مع رغباته المشروعة نتيجة احتكارهم لهذه الاسواق. واصبح المستهلكون كثيرا مايقف في موقف ضعيف من حيث حماية حقوقهم ومصالحهم مقارنة مع مقدمي الخدماتومرد ذلك في كثير من الاحيان عدم الحصول على المعلومات والمعارف والمهارات وكذلك تأثير قوي خارجية وعوامل اخرى , وتتخذ الحكومات والمنظمات الدولية بما في ذلك الاتحاد الدولي للاتصالات الاجراءات اللازمة لتزويد مستهلكين بالمبادئ التوجيهية والمساعدة من خلال السياسات والتنظيم ,ونشر المعلومات والتعليم والتدريبوقد اصبح الكثير من مقدم الخدمة لايهتمون بمصالح المستهلك , وانما همهم الوحيد هو تصريف اكبر قدر من منتجاتهم لكي تذر عليهم بالربح الوفير حتى امكانية استخدامهم طرق احتيالية ووسائل خداع لاقناع المستهلك باقتناء المنتجات واللجوء كذلك للغش ,مما ادى الى ضرورة تدخل المشرع الجزائري الى توفير حماية قانونية لهذا الاخير بالرغم ماوردته القانون المدني من نصوص قانونية ساهمت الى حد ما في حماية المستهلك من الوقوع في الغلط والتدليس والاكراه والاستغلال الا انها لم تاتي بحماية فعلية للمستهلك , مما جعل المشرع يدرك مشكلة اتساع اختلال التوازن بين المستهلك ومقدم الخدمة الذي يملك القوة الاقتصادية والكفاءة التقنية في جميع مراحل عرض المنتجات للاستهلاك.

ومن اجل ذلك سارع المشرع لتكريس ضمانات لحماية المستهلك وقمع الغش فاصدر نصوص خاصة من خلال احكام القانون 02/89 المتعلقة بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي اظهر تطبيقه عدم ملائمة مع متطلبات الوقت الراهن في مجال ضمان سلامة المستهلك وقمع الغش من اجل سد الثغرات القانونية في هذا

مقدمة:

المجال حيث يتضمن النصوص القانونية التي تهدف الى توفير الغرض المطلوب من حماية المستهلك اذا جعله اداة حمائية يتصف بالطابع الوقائي والعلاجي والردعي يستند عليه طائفة المستهلكين وبما ان موضوع البحث تضمن حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصال فان سلطة الضبط للبريد والمواصلات قد جسدت تلك الفكرة من خلال الدور الذي تقوم به حيث تعمل كسلطة تنظيمية تارة وسلطة رقابة تارة وحتى سلطة تحكمية وعقابية تارة اخرى ,مما يؤكد خصوصية هذه السلطة ودورها وهنا تكن اهمية الدراسة في الوقوف على مدى كفاية الضمانات القانونية التي جاء بها المشرع في سبيل التغليب على العقوبات التي رافقت تطبيق القانون رقم 02/89 ومعرفة مدى ملائمة نصوص قانون حماية المستهلك مع الواقع. محاولة اثراء البحوث العلمية في هذا الميدان خصوص لحدثة الموضوع .

أما الاهمية العملية تكمن في توعية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات بوجود ضمانات قانونية تحميه ويسعي الى ارضاء غايته.

بيان القوانين واليات التي تهتم بحماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات .

الدراسات السابقة :

-خديجة سرير الحرتسي .دور سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية كألية لتكريس الدولة الضابطة في الجزائر,اطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص ,كلية الحقوق ,جامعة الجزائر 1,السنة الجامعية 2018/2017

- صياد الصادق ,حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ,مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والادارية ,قانون الاعمال , كلية الحقوق جامعة قسنطينة 1,السنة الجامعية 2014/2013

الاشكالية :

هل كرس النظام القانوني الجزائري ضمانات فعالة من اجل حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات ؟

المنهج المعتمد :

في سبيل تحقيق الغرض من هذا البحث , تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم وصف بعض المفاهيم من جهة وتحليل وتفحص بعض النصوص القانونية من جهة اخرى .

صعوبة البحث :

بصدد دراستي لهذا الموضوع والبحث والتقصي عنه ,قد واجهة العديد من الصعوبات لعل اهمها نقص المراجع المتخصصة في هذا المجال .وكذلك تفرع وتشعب النصوص القانونية في مجال حماية المستهلك وكثرتها ,هذا ما يجعل محاولة الالمام بالموضوع ودراستها وتحليلها امرا ليس بالهين

تقسيم البحث :

لتحقيق اهداف الدراسة وللاجابة على التساؤلات تم تقسيم البحث الى فصلين , حيث كل فصل يندرج تحته مجموعة من المباحث

الفصل الأول :

تضمن الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات يندرج تحته ثلاث مباحث خصصت المبحث الأول لتطور التشريعي لحماية المستهلك يتناول هو الآخر مطلبين , المطلب الأول المرحلة السابقة على صدور قانون حماية المستهلك , في حين المطلب الثاني خصص للمرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك,اما المبحث الثاني فتناولت فيه نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش اين خصص المطلب الاول منه لنطاق تطبيقه من حيث الأشخاص , والمطلب الثاني تطرقت فيه الى نطاق تطبيقه من حيث المحل , والمطلب الثالث نطاق تطبيقه من حيث العقود,اما المبحث الثالث فتطرق الى ماهية خدمات الاتصالات تضمن ثلاث مطالب المطلب الاول خصصت لمفهوم وخصائص خدمات الاتصالات اما المطلب الثاني فتناولت فيه انواع خدمات الاتصالات المطلب الثالث ابعاد خدمات الاتصالات.

الفصل الثاني:

الإطار التنظيمي القانوني لحماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات يندرج تحته هو الآخر مبحثين المبحث الاول تناولت فيه دور هيئات الضبط المستقلة في حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات من خلال مطلبين , المطلب الاول تطرقت الى دور سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والمطلب الثاني دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك ,اما المبحث الثاني فتناولت دور المجتمع المدني والقضاء في حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات من خلال مطلبين المطلب الاول دور جمعيات حماية المستهلك المطلب الثاني دور القضاء في حماية المستهلك.

الفصل الأول :

الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك
في مجال خدمات الإتصال

تمهيد الفصل الاول :

يعد موضع حماية المستهلك من المواضيع التي تلقى الاهتمام, اذا تظهر العلاقة الاستهلاكية بوجود الخلل الذي يبرز في ان هناك طرف ضعيف هو المستهلك تجاه طرف اخر قوي هو مقدم الخدمة وباعتبار ان موضوع حماية المستهلك من اهم المواضيع التي تشغل بال الدولة في الاقتصاد الوضعي, ويقع على عاتقها واجب توفير هذه الحماية خاصة من الناحية التشريعية فقد كانت التشريعات التي صدرت قبل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش دورا في هذه الحماية, وقصد تعزيز حماية المستهلك من اى شكل من اشكال الممارسات غير المشروعة استحدثت المشرع الجزائري القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

المبحث الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر

الجزائر كغيرها من الدول تأثرت في بالحراك الذي شهده العالم في مجال حماية مصالح المستهلك والمنتبع للتطور التشريعي في الجزائر يمكنه تمييز مرحلتين أساسيتين الأولى مرحلة ما قبل صدور قانون حماية المستهلك المرحلة الثانية هي مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك .

المطلب الأول: المرحلة السابقة على صدور قانون حماية المستهلك

لقد أدى سيادة النهج الاشتراك الذي تبنته الجزائر بعد الاستقلال وتبني الدولة للاقتصاد الموجه إلى عدم وجود حاجة لسن قوانين وتشريعات حمائية للمستهلك باستثناء البعض منها، واستمر الوضع على ما هو عليه حتى أواخر الثمانينات،

ففي سنة 1962 صدر قانون أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها مع القوانين الوطنية.¹

هذه الفترة لم تسمح للمشرع الجزائري الاقتباس من القوانين الفرنسية في مجال حماية المستهلك نظرا لعدم تبلور حركة حماية المستهلك في فرنسا نفسها، كما أدى التعارض في النهج الليبرالي الذي انتهجته فرنسا مع النهج الاشتراكي الذي تبنته الجزائر هذا التعارض امتد إلى القوانين الاقتصادية الأمر الذي لم يسمح بالاقتباس منها.

فكان المشرع الجزائري يحمي مستهلك 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 إضافة إلى إمكانية تحميله المسؤولية التقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسئول علاقة تعاقدية حسب ما تشترطه المادة 124 من الأمر رقم 75-58 مؤرخ في 26/09/1975 م المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.²

¹ محمد بودالي. تطور حركة حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والادارية ، عدد خاص ،جامعة جيلالي الياس ، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع ،سيدي بلعباس ،أفريل 2005 ص45

² شعباني حنين نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012، ص 08.

المطلب الثاني:مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك

تميزت هذه المرحلة بإصدار القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.¹

حيث يعتبر هذا الأخير أول نص قانوني يحمي المستهلك والذي تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك، والتي تمحورت حول الالتزام العام بالسلامة الصحية،

وضرورة مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية، وإلزامية الضمان، وإلزامية الإعلام، وإلزامية الأمن الاقتصادي.²

كما أقر للمستهلك حق التمثيل أمام القضاء من طرف جمعيات المستهلكين، وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات للدفاع عن حقوق المستهلك، كما منح صلاحيات للأجهزة المختصة لممارسة دور الوقاية حماية لمصالح المستهلك التي أقرها هذا القانون.³

و أعقب هذا النص جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية كانت تصب جميعها في خانة وضع التدابير والإجراءات التي من شأنها التأكد من ضمان جودة المنتجات والخدمات للحفاظ على صحة المستهلك وسلامته وحماية مصالحه المادية والمعنوية.

فحماية صحة المستهلك من حماية سلامته وجودة السلع والمنتجات وكذا الخدمات من أساليب الغش والخداع عن طريق سن جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي حددت القواعد العامة لحماية المستهلك.

حيث شملت هذه النصوص شقين أساسيين، الشق الأول تضمن الأحكام المتعلقة بالمقاييس والشروط والمعايير الواجب مراعاتها و احترامها في عملية الإنتاج وعرض السلع والخدمات.

¹ القانون رقم 89 / 02 المؤرخ في 07 / 02 / 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخ في 08 / 02 / 1989، الأمانة العامة الحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1989.

² كريم قش، دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك، مجموعة أعمال ملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"المركز الجامعي الوادي أيام 13-14 افريل 2008،ص 31.

³ محمد بودالي، مرجع سابق ، ص 49

والشق الثاني تناول النظام القانوني للمؤسسات والمرافق التي تسهر على تأطير ومراقب مدى احترام هذه المقاييس والمعايير والشروط من طرف المتعاملين في السوق سواء أكانوا صناعيين أو مستخدمين أو رؤساء أو تجار.¹

يمكن القول أن قانون 02 / 89 قد لعب دورا هاما وحاسما في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر لسبب رئيسي وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه وتبني نظام اقتصاد السوق الذي يكون فيه المستهلك في خطر محقق اتجاه المخاطر التي تلحقه من تزايد حجم المنتوجات والخدمات وتنوعها، فكان تقطن المشرع الجزائري في محله، إذ يكتسي أهمية بالغة من خلال سن قوانين خاصة، والعمل على دعم إنشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، و المرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن، وطب العمل وكذا شبكة، مخابر التجارب وتحليل النوعية، ومديريات المنافسة والأسعار بالولاية، و مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش².

وجاء بعده القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 09/03، والمؤرخ في 25 فيفري 2009 ، ليضيف حماية أكبر للمستهلك لمواكبة مختلف التحولات التشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك نظرا لتزايد المخاطر التي تهدد مصالحه المادية والمعنوية.

المطلب الثالث: مفهوم المستهلك

يعد مفهوم المستهلك من المفاهيم التي أحدثت ثورة على المستوى الفقهي، كما طرحت إشكالات هذا المفهوم من خلال الممارسة القضائية فتباينت الاتجاهات بين التضييق والتوسع في تحديد مفهوم المستهلك

الفرع الأول: تعريف المستهلك في اللغة و الاصطلاح و الاصطلاح الشرعي

أولا: تعريف المستهلك لغة : المستهلك هو "من لا هم له إلا أن يضيفه الناس ". فالمستهلك إسم فاعل من استهلك بضم الميم وكسر اللام وتعني بالفرنسية consommateur ."

¹ سليم سعداوي، حماية المستهلك، الجزائر نموذجاً، دار الخلدونية، 2009، ص 16-17.

² - موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الاسلامي ، المجلس الاعلى للشؤون الاسلامية ج8، ص124

والمستهلك في اللغة "مأخوذة من مادة هلك، الهلك، هلك، يهلك، وأستهلك المال" أنفقه وأنفذه¹

ثانيا: مفهوم المستهلك في الاصطلاح: المستهلك اصطلاحا: "هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من بعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني²

ثالثا : 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 المهني²."

الفرع الثاني: تعريف المستهلك في الفقه والقضاء والتشريع الجزائري

إن المتفحص في مفهوم المستهلك لدى الإقتصاديين لا يلاحظ كثير اختلاف كما هو الشأن بين فقهاء القانون و القضاء، حيث تباينت تفسيرات كل واحد منهما في محاولة لضبط فكرة مفهوم المستهلك، وأمتد هذا الخلاف إلى تشريعات قانون المستهلك حيث تضاربت المواقف بشأن النصوص القانونية،

هذا إن كان لتعريف المستهلك نصيب في هذه النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك، وانقسموا إلى اتجاهين اثنين بين الإطلاق والتقييد، وتكمن أهمية تحديد مفهوم المستهلك في تحديد الفئة التي تشملها الحماية من غيرها.³

أولا : تعريف المستهلك في الفقه :

لم يوفق الفقه القانوني في إعطاء تعريف موحد للمستهلك فلا يزال الخلاف بين الفقهاء، حيث ظهرت تجلياته في اتجاهين اثنين بين من يتبنى المفهوم الضيق وبين اتجاه يدعو لتبني المفهوم الموسع (المطلق)

¹ - ابن منظور، لسان العرب المحيط ببيروت، دار لسان العرب، دط، دت، مادة هلك، مج3، ص820

² - عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الاسكندرية، دارالفكر الجامعي، دط، ج1،

2002م، ص138

³ - مرجع نفسه، ص138

الإتجاه الضيق لمفهوم المستهلك

إن دعاء هذا الإتجاه يمثلون 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 الحرفة¹

كما ذهب البعض إلى تعريف المستهلك وفقا للإتجاه الضيق بأنه: "كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك-إبرام التصرفات - التي تمكنه من الحصول على المنتجات والخدمات، من أجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلية²

الإتجاه الموسع لمفهوم المستهلك :

يتجه فريق من الفقهاء إلى التوسع في المقصود بالمستهلك، بحيث يشمل كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية , ويهدف هؤلاء إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني حينما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته، لقد أنتقد أنصار الإتجاه الموسع دعاء التضييق في مفهوم المستهلك ففي نظرهم كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي من أجل استعمال الأموال والخدمات سواء كان ذلك للاستعمال الشخصي أو المهني فحسب هذا الإتجاه إذا تحقق شرط الاستخدام أو الاستعمال للمنتج أو الخدمة عد الشخص مستهلكا سواء كان مهنيا أو غير مهني .

ثانيا : مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري

إن المشرع الجزائري خلال مراحل تطوره في مجال ضمان حماية المستهلك واكب كغيره تطور حركة حماية المستهلك في العالم خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي الذي تبنته الجزائر، وصدور أول نص قانون خاص بحماية المستهلك حيث كانت هذه الحماية في ظل الاقتصاد الموجه مقتصرة على بعض المواد ضمن القانون المدني.

¹ - حسن عبد الباسط جميعي , حماية المستهلك , الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك , بحث منشور بمجلة الدراسات القانونية , تصدرها كلية الحقوق جامعة اسبوط , العدد 13 , 1991, ص247

² - محمد بودالي , مرجع سابق , ص24

ولم يكن لمصطلح المستهلك وجود في هذه المواد بل كان مصطلح المشتري هو السائد، وبتناول بالتفصيل مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري في المرحلة السابقة على صدور أول قانون مستقل خاص بحماية المستهلك ثم نتناول مفهومه من خلال النصوص الجديدة

❖ مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري السابق :

من خلال القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يقم نفسه في وضع تعريف للمستهلك بل اكتفى بوضع القواعد والآليات العامة لحمايته لكن وفي وقت لاحق تبنى المشرع الجزائري أول تعريف قانوني للمستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، في مادته الثانية في فقرته الأخيرة حيث عرف المستهلك على أنه: "كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"¹.

من خلال هذه المادة يمكننا أن نستنتج أن المشرع الجزائري قد تبنى الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، وذلك لكونه جعل الاستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك، مما يفيد باستبعاد المهني، ومما يؤكد هذا الرأي ما جاء به المرسوم التنفيذي 254/97 حيث نصت المادة 2 منه على أنه "يقصد بالمنتوج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم المنتج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك، لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتوجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم 131

. باستقراء هذه المادة لاسيما الفقرة الثانية منها، نلاحظ أنه تم استبعاد المهني من دائرة المستهلك، وبالتالي تبنى المفهوم الضيق للمستهلك من طرف المشرع الجزائري، فهذه العبارات توحى بما لا يدع مجالاً للشك في أن المقصود بالشخص هنا هو الشخص الطبيعي دون غيره²

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخة في 31/01/1990، الامانة العامة لحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990م

² - شلبي الزين وبتمجت جلال، مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول "حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" جامعة سكيكدة، كلية الحقوق، ملحقة عزابة يومي 08 و09 نوفمبر 2010م، ص 04

❖ 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 ورد في المادة الثالثة الفقرة الثانية من قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية تعريف المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني سلعا قدمت للبيع، أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني.¹

من خلال هذا التعريف الذي جاء به المشرع يشمل مفهوم المستهلك كافة الأشخاص الطبيعية أو المعنوية المجردة من الطابع المهني.

كما عرفت المادة 03 الفقرة 01 من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم: 09/ 03 المؤرخ في 25 فبراير 2009م بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به". بالنظر إلى المادتين السابقتين يتضح موقف المشرع في تأكيده وإبقائه على صفة المستهلك بالنسبة للاستعمال الشخصي أو العائلي، لكنه وسع من دائرة الحماية أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له.

المبحث الثاني : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09

المطلب الاول : نطاق تطبيقه من حيث الاشخاص

يعني باحكام القانون رقم 03/09 صنفين من الاشخاص الاول هو المستهلك باعتباره المستهدف اساسا بالحماية في هذا القانون و المستفيد مما تضمنه من حقوق والثاني هو المتدخل باعتباره المعنى بتطبيق احكام هذا القانون و المسؤول عما رتبته من التزامات.²

• اولا المستهلك

¹ - القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41 المؤرخة في 27/06/2004، الامانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 2014.

² - عماد الدين عياض، مدخلة ضمن اعمال الملتقى الوطني الخامس بكلية الحقوق، جامعة الجزائر 20 اوت 1955 سكيكدة، حول "حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03/09 ايام 08 و 09 نوفمبر 2010، ص 03

أقر قانون حماية المستهلك وقمع الغش ان الدائن بالحماية التي تتضمنها احكامه هو المستهلك ,وهنا تكمن ضرورة تعريف المستهلك لتحديد الاشخاص المعنيين بهذه الحماية فلقد عرف القانون رقم 03/09 المستهلك في المادة "03" منه بأنه "كل شخص طبيعي او معنوي يقتني بمقابل او مجانا سلعة او خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجته الشخصية او تلبية حاجة شخص اخر اوحيوان يتكفل به "

من هذا التعريف نستخلص ان المشرع جعل معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء أي يكون الغرض غير مهني ,أي ان الغرض من اقتناء السلعة او الخدمة هو سد حاجة شخصية او حاجة شخص اخر او حيوان يتكفل به .

يؤكد ذلك ان المشرع نص في هذا التعريف على ان تكون السلعة او الخدمة المقنتاة موجهة لاقتناء هو سد حاجات شخصية للمقتني ذاته وهو الذي يطلق عليه "المستهلك المتعاقد"¹

وإذا كان الاصل ان يكون المستهلك طبيعيا كون تلبية الحاجة الشخصية امر يناسب الشخص الطبيعي ,الا ان المشرع صرح بإمكانية خلع صفة المستهلك على الشخص المعنوي ,وهو موقف عام استقر عليه المشرع اذ تبناه ايضا في تعريفه للمستهلك في القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولقد اقر المشرع في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 93/90 بان المستهلك هو كل شخص " أي انه لم يحدد ماإذا كان المستهلك شخصا طبيعيا او معنويا ,ولتجنب الغموض تدارك الامر في القانون 03/09 وحسم طبيعة المستهلك حين ادخل طائفة الاشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين .

ومن تعريف المستهلك من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش يفهم ان المستهلك المشمول بالحماية هو المستهلك العادي غير المهني ويستدل على ذلك بعبارة "الاستعمال النهائي " الواردة في تعريف المستهلك ,ومفاده الاقتناء من اجل الاستهلاك الفوري او خلال مدة من الزمن على ان يكون استهلاك السلعة او الخدمة على شكلها النهائي الموجودة عليه دون اخضاعها الى تغيرات وتحويلات وبذلك يخرج من دائرة مفهوم المستهلك من يقتني السلع ويغير منها لانه بذلك يكون قد انتج منتوجا مغاير للاول وبالتالي القواعد الحماية لاتشمله¹

في الاخير يبقى ان نشير الى ان مهمة وضع تعريف دقيق جامع وشامل "للمستهلك" هو عمل تقني وفني وهو اختصاص اصيل للفقهاء واقحام المشرع نفسه في وضع هذا التعريف وغيره سوف يثير تعارضا واشكالات من

¹ - لحراري (شالغ) لويذة ,حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة ,مذكرة ماجستير في القانون المسؤولية المهنية ,كلية الحقوق والعلوم السياسية ,جامعة مولود معمري ,بتيزي وزو. 2012,ص15

الناحية النظرية والتطبيقية ويفرع القانون من روحه ونبتعد عن الهدف المرجو من التطبيق السليم لنصوص هذه القوانين بسبب هذا الغموض في التعاريف والمفاهيم نهيب بالمشرع مراعاة هذا الجانب

• تانيا المتدخل

يعد وصف "المتدخل" الوصف المقابل للمستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش فلقد كان المشرع الجزائري يعبر عن المدين في مواجهة المستهلك بصفته دائما بلفظ "المحترف" كما هو الشأن في المراسيم، حتى جاء القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث اعتمد المشرع على مصطلح "المتدخل" وهو مصطلح استحدثه المشرع لم يكن من قبل فاذا كان المستهلك " هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك وقمع الغش فان "المتدخل" هو الملزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك .

ولقد عرفت المادة 03 من القانون 03/09 المتدخل بانه "كل شخص طبيعي او معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك "

ومن ثم فان مصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة او الخدمة والمستورد والمخزن والناقل والموزع لها بالجملة او بالتجزئة، فكل متمهن لاحد هاته الانشطة يعتبر مت دخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه.

وبالنتجة فان تعريف المشرع للمتدخل لا يكاد يختلف عن تعريفه للمحترف (المهني) في المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات¹

بانه كل منتج او صانع او وسيط او حرفي او تاجر او مستورد او موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن اطار مهنته في عرض المنتج او الخدمة للاستهلاك (.....)

ان اهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما برر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 266/9 مؤرخ في 31 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، جريدة الرسمية عدد 40 سنة 1990 وهو من النصوص التطبيقية للقانون 02/89 (الملغى)

ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن من خلال ائقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال الشئ من طرف المتدخل¹

-ان مختلف التعريفات التي جاء بها المشرع الجزائري تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني محترفا في المجال الذي يباشر فيه نشاطه كما ان المشرع لم يفرق بين المنتج والموزع والوسيط واعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك الامر الذي يجعل المصطلح "المتدخل" الواردة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد مصطلحا عاما يدخل تحت غطائه كل من قام بدور في العلاقة الانتاجية من مراحلها الاوول الى غاية وضع المنتج للاستهلاك²

-مما سبق فان التمييز بين المستهلك والمتدخل يبدو واضحا وجليا ,اذ ان المتدخل خلاف المستهلك يتصرف لتلبية حاجات مهنته او حرفته فهو يستأجر الامكنة لاغراض تجارية .ويشتري السلع والبضائع في سبيل اعادة بيعها ويشتري الادوات والمعدات ليستعملها في ممارسة مهنته وحرفته .عكس المستهلك الذي يقدم على اقتناء هذه الاشياء لسد حاجاته الشخصية والعائلية

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

الفرع الاول : السلعة كمحل للاستهلاك

:تختلف التعاريف وتتباين في ضبط مفهوم موحد للمنتج فالمشرع الجزائري لم يضع تعريف موحد ,ففي بعض نصوصه قصر المنتج على السلعة المادية فقط,وفي بعض النصوص القانونية الاخرى اضاف الخدمة للسلعة المادية واطلق عليهما مصطلح "المنتج" وبالرجوع لقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 نجد قد وضع كل من السلعة والخدمة في مصطلح واحد حيث نصت الفترة 10 من المادة 03 "المنتج" كل سلعة او خدمة يمكن ان يكون موضوع تنازل بمقابل او مجانا وعرف السلعة في نفس المادة في الفترة 17 "السلعة: كل شئ مادي قابل للتنازل عنه بمقابل او مجانا ,

كما نلاحظ ان المشرع في القانون 03/09 لم يشترط ان تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولا بخلاف ما كان عليه الا مر في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش الذي عرف السلعة "بانها

¹ - ارزفي زويبير , ص48

² - محمد عماد الدين عياض , مرجع سابق , ص 07

كل شيء منقول مادي يمكن ان يكون موضوع معاملات مادية " وهو ما يمكن تفسيره ان لا مانع في نظر المشرع من ان يكون العقار او المسكن محلا للاستهلاك ويخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وهو ما دعا له البعض¹

بالنظر إلى الأهمية التي يحتلها المسكن في حياة الناس اليوم وبالنظر إلى أن العمليات الواردة على العقار من بيع وإيجار أصبح يشرف عليها محترفون متخصصون ما يبرر حماية المستهلك في هذه المجالات.

كما أن المشرع لم يشترط عنصر الجدية في السلعة محل الاستهلاك، ومن ثم فهي مشمولة بأحكام القانون رقم (03-09) ويعتبر مستهلكا من يقتني أشياء مستعملة لاستعماله الشخصي، وهو موقف وجيه في ظل الإقبال الواسع عليها في السوق الجزائرية اليوم

الفرع الثاني: الخدمة كمحل للاستهلاك:

إلى جانب السلع نجد الخدمات والتي هي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك، ويقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي، وكذلك خدمات شركات الاتصالات والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسب الآلي والصناعات المرتبطة به ونشاط شركات السياحة وقطاع الإنشاءات والتعمير ومكاتب الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والخبراء والمستشارين الأجانب²

وقد عرفت المادة 03 من القانون رقم رقم(03-09) الخدمة بأنها كل عمل يقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة وقد استثنى المشرع صراحة الالتزام بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة، وأبقى عليه التزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع المحترف في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني، تحقيقا للتناسق بين التشريعات³.

¹ - ارزقي زويبير ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق قرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011 ، ص48

² علي ابراهيم،"منظمة التجارة العالمية، جولة أرجواري و تقنين نصب العالم"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998،ص193.

³ محمد بودالي، مرجع سابق، ص30.

وبخصوص مدى خضوع المرفق العام لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش يصدق على الخدمات التي تقدمها هذه المرافق، حيث يمكن بسط تطبيق أحكام القانون رقم (03-09) على خدمات المرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي، وكذا الخدمات التي تقدمها المرافق العامة الإدارية بمقابل دون خدماتها المجانية حسبما يقرره جانب من الفقه، وإن كان القانون رقم (03-09) نص صراحة بدخول كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً تحت نطاق تطبيقه، ما يزيد من احتمال إمكانية دخول الخدمات المجانية للمرفق العام العمومي في نطاقه متى انطبق عليها مفهوم الخدمة في هذا القانون.¹

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

يقصد بالعقد هذا العقد الذي تتم من خلاله عملية الاستهلاك، أي العقد الذي يقتني بموجه المستهلك السلعة أو الخدمة من المتدخل الأخير في عملية وضع المنتج للاستهلاك وهو عادة الموزع بالتجزئة، ويصطلح الفقه على هذا العقد بـ " عقد الاستهلاك .

وإذا كان الأصل أن عقود الاستهلاك تكون من قبيل عقود المعارضة والعقود الملزمة لجانبيين وتتم بوسائل التعاقد التقليدية، فإلى أي مدى يمكن أن تشمل هذه العقود التبرعية و الملزمة لجانب واحد وعقود التجارة الالكترونية ؟

الفرع الأول : التطبيق 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 " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً.. " وهو ما أكدته المادة 3 في تعريفها للمستهلك بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة ... وكذا تعريفها للسلعة بأنها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً

وعليه إذا كان الأصل أن عقد الاستهلاك هو عقد معاوضة وملزم لجانبيين كونه يتم غالباً بمقابل، فإنه لا مانع أن يكون عقد تبرع و ملزم لجانب واحد متى كان العرض مجاناً، ومن ثم لا يمكن استبعاد تطبيق قواعد حماية المستهلك بدعوى أن العقد يحقق مصلحة اقتصادية للمستهلك كونه متحرراً من أي التزام .

¹ على ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص18

على أن التقديم المجاني للسلع والخدمات من طرف المهني ليس بالضرورة من باب التبرع بل يكون الهدف منه أحيانا فائدة بعيدة المدى وهو الغالب في النشاط التجاري ، وتلك فيما يستعمل كأسلوب لترويج السلع والخدمات . حيث تعتمد بعض المؤسسات والشركات إلى التوزيع المجاني لنماذج من منتجاتها في المواسم والمعارض التجارية ، كما يلجأ البعض إلى أسلوب البيع بالمكافأة وذلك بإعطاء شيء مجاني مع الشيء المبيع ، وأحيانا عن طريق الألعاب ومسابقات الحظ التي تنتهي بمنح جوائز للفائزين ، بل إن المشرع يفرض أحيانا أن تقدم الخدمة مجانا كالخدمات التي قد يتطلبها تنفيذ الضمان القانوني المكفول للمستهلك بمقتضى المادة 13 من القانون رقم 03-09) . وحينئذ يكون العقد ملزما لجانبا واحدا هو المتدخل المتعاقد دون أن يكون عقد تبرع لانقضاء نية التبرع لدي المتدخل . بل إن عملية الاقتناء قد يتحول تكييفها من عقد إلى تصرف بإرادة منفردة كان تأخذ شكل وعد الجمهور المستهلكين بجائزة¹ .

وعليه فإن الذين يحصلون على سلع أو خدمات مجانية هم مستهلكون تشملهم قواعد حماية المستهلك رغم أنهم تحصلوا عليها مجانا مادامت قد عرضت للاستهلاك ، حتى وإن تم تقديمها من قبل المهني في سياق أعمال البر والإحسان والتطوع كالتبرع للمؤسسات الخيرية أو دور الأيتام ، ذلك ما يستشف من الإطلاق الذي صيغت به أحكام القانون رقم 03-09 بهذا الخصوص .

وبذلك فإن المشرع جعل مناط تطبيق قواعد الحماية هو كون السلعة أو الخدمة موجهة للاستهلاك ، دون أن يعبر اهتماما لمضمون التصرف الذي يوطر عملية الاستهلاك إن كان بمقابل أو مجانا ، وذلك يفيد أن المشرع يجعل مسألة حماية المستهلك مسألة مبدئية ثابتة تتجاوز الحسابات المالية للعقد ، وهو موقف مبرر كون حماية أمن وسلامة المستهلك ورعاية مصالحه المادية والمعنوية المشروعة هدف أسمى من أن يكون محلا للمساومات.

وأخيرا يلاحظ أن المشرع استعمل مصطلح " المقابل وليس " الثمن " ، مما يدل من الناحية النظرية أن عقد الاستهلاك ليس بالضرورة هو عقد بيع ، وإنما يجوز أن يكون المقابل الذي يلتزم به المستهلك غير النقود ، ما يجوز معه تصور عند الاستهلاك في صورة عقد مقايضة أو في صيغة وفاء بمقابل

¹ - محمد عماد الدين عياض ، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، دفاتير السياسة والقانون العدد التاسع ، جوان

الفرع الثاني : تطبيق أحكام القانون رقم 09-03 (في مجال عقود التجارة الالكترونية

يقصد بالعقد هنا العقد الذي يجسد عملية الاستهلاك، وبصطلح الفقه على هذا العقد بعقد الاستهلاك . لقد فرضت التجارة الالكترونية نفسها لتحدث ثورة جديدة في نطاق أنظمة التجارة في تاريخ البشرية، فعبر شبكة الانترنت أصبح كل شيء قابلا للشراء ببساطة بواسطة أي حاسب آلي متصلا بالشبكة وفي أي مكان كان¹. وأمام تقنيات ثورة الاتصالات هذه، و ما نتج عنها من بعد مكاني وجغرافي بين المتدخل والمستهلك يثور التساؤل حول كيفية حماية المستهلك في هذا النوع من التعاقد، حيث لم يخصص المشرع الجزائري تنظيما خاص لحماية المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية.

بالرجوع إلى المادة 2 في القانون رقم (09-03) تجدها تبسط نطاق تطبيق هذا القانون على "كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، وعلى كل متدخل، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"².

و بهذا الإطلاق لم تحدد وسيلة محددة، و إنما اكتفت بوسائل العرض سواء التقليدية أو الالكترونية.

فالواقع أن المستهلك في مجال معاملات التجارة الالكترونية هو نفسه المستهلك في مجال المعاملات التقليدية، كل ما في الأمر أنه يتعامل عبر وسيط إلكتروني ومن خلال شبكة اتصالات عالمية، ومن ثم يحظى المستهلك الالكتروني بنفس حقوق المستهلك العادي ويتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرها له المشرع، على أن يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الالكتروني وكونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة الكترونية³.

فعلى المشرع التدخل لعلاج القصور التشريعي الكبير، بماكبة و مسايرة التقدم الرقمي الإلكتروني الحديث، وضرورة الإسراع في إصدار قانون كامل ومستقل ينظم كافة المعاملات الإلكترونية، والعقود التجارية عبر الإنترنت، وحقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك الإلكتروني، وحجية التوقيع الإلكتروني في الإثبات، والدليل

¹ - شعباني حنين نوال , التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012،ص21

² - أسامة أحمد بدر، «حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني» دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005،ص20

³ - خالد ابراهيم ممدوح ,حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية "دار الجامعة ,الاسكندرية ,2007م,ص90

الرقمي، و يحدد الجهات صاحبة الاختصاص في منح الشهادة الإلكترونية، و طرق التعامل معها، و كذا جهات التوثيق و غيرها من القضايا الحديثة المستجدة.¹

المبحث الثالث: ماهية خدمات الاتصال

تضمن هذا المبحث اهم الخدمات الاتصال من خلال التعرف عليها وعلى خصائصها وذكر انواعها كما تم ادراج ابعاد خدمات الاتصالات

المطلب الأول: مفهوم خدمات الاتصال وخصائصها

الفرع الاول: تعريف الخدمات :

اختلفت وتعددت وجهات نظر الكتاب في تحديد مفهوم الخدمة فقد عرفها (كولتر) على أنها "نشاط أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، يكون أساسا غير ملموس لا يمكن نقل ملكيتها من شخص لآخر، تكون مرتبطة بمنتج مادي".²

في حين عرفها آخر على أنها: "نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن او مع خاصية الحيازة، وليس نتيجة انتقالها للمالك"³

وتعرف خدمات الاتصال

على أنها: التركيبة التي تشمل التسهيلات للتقنيات و الإجراءات القانونية التي تساند الاتصالات، من خلال استخدام الأجهزة والبرمجيات والكوادر المتخصصة ووسائل الاتصال التي تربط هذه الأجهزة لنقل المعلومات بين مواقع ووحدات متفرقة،و تشمل الخدمة الاتصالية مختلف الأجهزة والمعدات مثل: (خطوط الهاتف،

¹ - بلحاج العربي، «الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري(دراسة مقارنة)، دار النشر

2010،ص 32

1- Kotlerdubi, marketing managment, 14é edition français, réalitée, par delphine manceau, paris, france, 2003,p464.

2-تيسير العجارمة، لتسويق السياحي، دار الحامد لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005،ص20.

المايكروويف، الكابلات، الأقمار الصناعية، أجهزة التحكم، أجهزة ربط الشبكات)، وتعد الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) إحدى شبكات الاتصال العالمية.¹

نستنتج من خلال التعارف السابقة أن خدمة الاتصال تمتاز بأنها :

- ◆ تقدم من طرف جهة مختصة.
- ◆ تكون بوسائل تكنولوجية.
- ◆ تهدف لنقل الأخبار والمعلومات.

الفرع الثاني: خصائص الخدمات

تمتاز خدمات الاتصال كغيرها من الأنواع الأخرى للخدمات بعدة خصائص يمكن حصرها في الآتي :

1/ اللامحسوسية: إن أبرز ما يميز الخدمة عن السلعة أنها غير ملموسة أي ليس للخدمة وجود مادي أبعد من أنها تنتج أو تحضر ثم تستهلك أو يتم الانتفاع بها عند الحاجة إليها، من الناحية العلمية فإن عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد، فالمستفيد من الخدمة يكون قادرا على إصدار إبداء رأي بالخدمة، استنادا إلى تقييم محسوس من خلال حواس البصر الشم والتذوق قبل شرائه الخدمة.²

2/ التلازمية: ترتبط الخدمات عموما بعملية الاستهلاك المباشر لها، حيث أن السلع يمكن أن تمر بمراحل التصنيع والتخزين والبيع ليتم إليك استهلاكها في مرحلة أخيرة، بينما الخدمة تمثل حالة استهلاك مرتبطة مع وقت إنتاجها، لأنها تنتج وتباع للاستهلاك والانتفاع منها في ذات الوقت، كما هو الحال في الخدمات الشخصية المقدمة، وعموما فإن الخدمات لا يمكن أن تمنح شخصا إلى غير منتجها لأنها متلازمة معه .³

ويترتب عن خاصية التلازمية ما يلي:⁴

¹ سناء عبد الكريم الخانق، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في عمليات إدارة المعرفة، الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، جامعة بسكرة الجزائر، نوفمبر 2005، ص07.

² حميد الطائي واخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2006 ص 199.

³ تامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم، الطبعة العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص219.

⁴ ربحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص313.

- ◆ وجود علاقة مباشرة بين مؤسسة الخدمة لخدمه والمستفيد.
- ◆ ضرورة مشاركة المستفيد من الخدمة في إنتاجها وهي الخاصية الأساسية حيث لا يمكن أداء العديد من الخدمات دون توفرها.
- ◆ زيادة درجة العميل إلى حد كبير بمعنى ان المستفيد قد يصر على طلب الخدمة من شخص معين أو أشخاص معينين.

3/عدم التجانس: وهي عدم القدرة على تمييز الخدمات وخاصة تلك التي تعتمد في تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح، فيصعب على مورد الخدمة أن يعتمد بان تكون خدماته متماثلة ومتجانسة دائماً، فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة معين لها مثلما يفعل منتج السلع بهذا يصبح من الصعوبة بمكان على طرفي التعامل (المورد والمستفيد) التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها.¹

4/ الفنانية والزوال: تعني بها أن الخدمات قابلة للتلف أي عدم القدرة على تخزينها لأن قابلية الخدمة للتلف تعني بأن المؤسسة لا تستطيع تخزين خدماتها، وهي حالة تعني إما استعمالها أو التخلي عنها، ولذلك فإن المنفعة المتأنية من الخدمة تكون سريعة التلاشي وان معظم الخدمات تظهر وتزول خلال فترة معينة يصعب على المشتري الحصول عليها في فترات أخرى.

5/عدم التملك: هناك عدد من الباحثين أضافوا هذه الخاصية التي تنطلق مبرراتها اساساً من ان الخدمة ينتفع منها مستخدمها فقط ولا يمكن التمتع بحق ملكياتها، فتكون الاستفادة من الخدمات المقدمة على مقدار ما يستطيع دفعه من مال.²

المطلب الثاني: أنواع خدمات الاتصال

يمكن التطرق أولاً لأنواع الخدمات بشكل عام ثم التطرق لأنواع خدمات الاتصال :

¹ حميد الطائي بشير العلق، تسويق الخدمات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 43.

² احسان دهش جلاب، التسويق وفق منظور فلسفي ومعرفي معاصر، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص

الفرع الثالث : انواع الخدمات

1. حسب الدرجة الاعتمادية: حسب هذا النوع يمكن التمييز بين¹ :

خدمات تعتمد في تقديمها على الإنسان بدرجة كبيرة.

خدمات تعتمد في تقديمها على الآلات بدرجة كبيرة.

2. حسب أهداف ودوافع مقدم الخدمة:

قسم كولتر و ارمسترونغ هذا النوع من الخدمات إلى نوعين هما:²

الخدمات الخاصة غير الربحية: خدمات تقدم من طرف مجموعة من الأفراد أو المؤسسات أو الجمعيات الخيرية والمساجد.

الخدمات الربحية: تقدم بدافع الربح مثل المؤسسات الخاصة كخطوط النقل وشركات السياحة.

3. حسب الزبون :وتشمل كلا من³

- خدمات استهلاكية: تقدم لإشباع حاجات مؤسسة مثل: السياحة، التأمين على الحياة، الصحة.....الخ -
خدمات الأعمال المنشأة: تقدم لأشباع حاجات المؤسسة كما هو الحال في الاستثمارات الإدارية، المحاسبية القانونية والمالية.

4/ حسب درجة الاتصال بالمستفيد: حسب هذا النوع نجد⁴

خدمات ذات اتصال شخصي عالي: خدمات الطبيب والمحامي وخدمات النقل .

خدمات ذات اتصال شخصي منخفض: كخدمات الصراف الآلي.

¹ محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 210.

² نظام موسى سويدان، شفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الاردن، 2003، ص 232.

³ زكرياء عزام و آخرون، مبادئ التسويق الحديث، دار المسيرة لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص252.

⁴ حميد الطائي، بشير العلق، مرجع سابق، ص28.

الفرع الرابع : أنواع خدمات الاتصال

بعد التطرق لأنواع الخدمات يمكن التطرق لأنواع خدمات الاتصال وهي :

• خدمات الهاتف :

تعتمد على الاتصالات اللاسلكية التي شهدت مؤخرا تكنولوجيا ادت إلى توجه بعض الدول الأوروبية نحو نظام umts (universel mobile télécommunication système) لذلك فمؤسسات الاتصال العالمية وضعت في مخططاتها الدخول إلى دائرة ما يعرف بالجيل الثالث للنقل وعليه بانث مشاريع النظام القديم GSM ليست ذات ربحية عالية، و نقص الاهتمام بها.

لقد ساعد على تطوير هذا النوع من الهواتف في ازدياد المؤسسات المتخصصة به وخدمات القيمة المضافة و انخفاض أسعاره، بالمقابل ساهم في تحقيق النمو الداخلي لقطاع الاتصالات والحفاظ على مصالح العلماء والمستخدمين وادي إلى زيادة ودفع العجل الاقتصادية كما أنه يعتبر احد أدوات التجارة الإلكترونية .

• شبكة الإتصال الإلكترونية:

تعتبر شبكات الإلكترونية من أهم الوسائل التي تساهم في عملية نقل وتوزيع البيانات والمعلومات داخل المؤسسة ومحيطها الخارجي، وهناك ثلاثة أنواع هي¹:

أ/الانترنت :هي شبكة الشبكات حيث شهدت تطورا مذهلا رافق تطور الحواسيب ووسائل الاتصال و اتسعت لتواكب اتساع عدد المستخدمين لها، وتعد الانترنت من الثورات التكنولوجية التي شهدها العالم نهاية القرن الماضي، إذ تساهم بشكل مباشر في دفع وتيرة نمو العديد من الاقتصاديات العالمية ومن أهم تطبيقات الانترنت نذكر: البريد الالكتروني، مجتمعات تبادل الافتراضي..... الخ¹

ب/ الانترنت :هي بنية تحتية تكنولوجية تستخدم بروتوكولات من الأمن و الحماية السرية تسمى الجدران النارية بحيث لا يسمح بالوصول إليها، إلا المستخدمين المخولين فقط و الانترنت وسيلة فعالة جدا للإدارة المعلومات داخل المؤسسة .

ج/ الإكسترنات :إن الاكسترنات تقوم بتزويد العاملين في داخل المؤسسة باحتياجاتهم من المعلومات، فإن شبكة الاكسترنات تصمم لتلبية احتياجات المستفيد من خارج المؤسسة من موردين، عملاء و حملة أسهم هذه الشبكة

¹ طه حسين نوي، التطور التكنولوجي و دوره في تفعيل إدارة المعرفة بمنظمة الأعمال، أطروحة دكتوراه،(غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر 2010 /2011،ص107.

لتلبية حاجات الناس من المعلومات و متطلبات المؤسسات الأخرى، الموجودة في بيئة الأعمال و تستخدم تقنيات حماية يتطلب الدخول إليها كلمة مرور لأن الشبكة غير موجهة للجمهور العام.

المطلب الثالث : أبعاد خدمات الاتصال

تتمثل أبعاد الخدمة في الخدمة الجوهر و خدمات تكميلية داعمة فالخدمة الجوهر تشير إلى الفائدة الأساسية التي يرغب المستفيد الحصول عليها من الخدمة , بينما تشير الخدمات التكميلية الى اشياء اخرى ضرورية للحصول على خدمة متكاملة راقية²

وقد شبه لوفلوك كريستوف ابعاد الخدمة بزهرة اطلق عليها تسمية " زهرة الخدمة ", ففي المؤسسات الخدمية الفاعلة والمنظمة بشكل علمي , تكون الزهرة منفتحة واوراقها نضرة , اما في المؤسسات الخدم الضعيفة فان الزهرة تكزن ذبلة واوراقها كذلك , حيث سرعان ما تتساقط بفعل نسمة هواء بسيطة بينما الزهرة النضرة تقاوم الرياح العتية حتى لو افترضنا ان قلب الزهرة في المؤسسات الضعيفة يكون متماسك فان اوراقها غالبا ما تكون ذابلة, مما يؤشر حقيقة عجز المؤسسة على تقديم خدمات تكميلية داعمة للمستفيد خصوصا في ظل المنافسة الشديدة عندما يعد الجوهر بمثابة تحصيا حاصل , بينما الخدمات التكميلية الداعمة هي الاله في عملية تقديم الخدمة¹

2-طه حسين نوي , المرجع نفسه,ص108

خلاصة الفصل

استجابة لتفادي الأضرار بالمستهلك وحماية له عملت الجزائر على وضع ترسانة هائلة من النصوص القانونية والتنظيمية وكان القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش من بين النصوص التي نظمت فكرة الحماية وذلك من خلال التطور التشريعي لقانون حماية المستهلك بالإضافة الى مجال تطبيقها لهذا القانون وذلك قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات كما عمد المشرع الجزائري الى الاهتمام اكثر فاكثر باستهلاك خدمات الاتصال والسعي لتوفير حماية فعالة للمستهلك فاجد بذلك وسائل خاصة يضمن بها الحصول على خدمات تلبي رغبات .

الفصل الثاني :

الإطار التنظيمي القانوني

لحماية المستهلك

تمهيد:

اصبحت حماية المستهلك محل اهتمام التشريعات في الدول نظرا لاهميتها , وهذا لما يشهده السوق من منافسة في المنتجات المعروضة والمشرع الجزائري كغيره من المشرعين قد نص في مجال حماية المستهلك , على عدة قوانين ونصوص في هذا المجال , حيث اصدر عدة تشريعات بغية الحماية القانونية للمستهلك في هذا الاطار اصدر عدة قوانين كالقانون المدني والتجاري والاداري والجنائي , وفي بعض القوانين الخاصة كقانون حماية المستهلك رقم 12/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي الغي بالقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث

كما اصدر مجموعة من الضمانات لتحقيق هذا الغرض والتي تدور حول القواعد القانونية التي تكفل هذه الحماية اضافة الى ضبط السوق من خلال منح صلاحيات واسعة لسلطات الضبط منها سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية الى جانب مجلس المنافسة ولاننسى دور جمعيات حماية المستهلك ودور الهيئات القضائي في ذلك.

المبحث الأول: دور السلطات الاقتصادية المستقلة

تطرقنا في هذا لمبحث الى اهم السلطات الاقتصادية المستقلة التي سعت الى حماية المستهلك من خلال سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الى دور مجلس المنافسة

المطلب الأول: سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية

تعتبر تجربة الجزائر في هذا المجال حديثة نوعا ما حيث لم يعرف هذا النوع من السلطات في القانون الجزائري إلى غاية سنة 1990، حيث تم إنشاء أول هيئة تدخل في مفهوم السلطات الإدارية المستقلة، وهي المجلس الأعلى للإعلام، الذي أنشئ بموجب القانون رقم 70 /90 الذي نص في المادة 59 منه صراحة على ما يلي: "يحدث مجلس أعلى للإعلام و هو سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي" ، لكن هذه السلطة لم تتم طويلا حيث تم حل هذا المجلس سنة 1993.¹

ولقد مر إنشاء سلطات الضبط المستقلة في الجزائر على مرحلتين:

الفرع الاول : المرحلة الأولى

شهدت هذه المرحلة إنشاء عدة سلطات فقط في الفترة ما بين 1990 و 2000 حيث أن المشرع الجزائري استحدث في هذه الفترة السلطات التالية:²

- المجلس الأعلى للإعلام: تم إنشاء سنة 1990

- مجلس النقد و القرض: تم إنشاؤه بموجب القانون رقم 10/90 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالنقد و القرض.

- اللجنة المصرفية: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 90-10 المؤرخ في 14 أبريل 1990 المتعلق بالنقد و القرض.

- لجنة تنظيم و مراقبة عمليات البورصة: تم إنشاؤها بموجب المرسوم التشريعي رقم 10/93 المؤرخ في 23 مارس 1993، المتعلق ببورصة القيم المنقولة

1 - موسى رحموني الرقابة القضائية على سلطات الضبط المستقلة في التشريع الجزائري،مذكرة ماجستير في العلوم القانونية و الادارية، تخصص قانون إداري و إدارة عامة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، 2012-2013ص35

2 - وليد بوجملين،سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري،دار بلقيس للنشر،2015، الجزائر،ص 17

- مجلس المنافسة: تم إنشاؤه بموجب الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة .

- وسيط الجمهورية: تم إنشاؤه بموجب المرسوم الراسي رقم 113/96 المؤرخ في 23 مارس 1996.

- المرحلة الثانية:

امتدت هذه المرحلة ما بين سنتي 2000 و2006، حيث لوحظ تسارع انشاء سلطات الضبط المستقلة ف الجزائر، وذلك باستحداث تسعة سلطات ادارية مستقلة وهي¹:

1- سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 03-2000

المؤرخ في 05 أوت 2000، و المتعلق بالقواعد العامة للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية

2- الوكالة الوطنية للممتلكات المنجمية: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 10/01 المؤرخ في 03 جويلية

2001، المتعلق بالمناجم

3- لجنة ضبط الكهرباء و الغاز: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 01/02 المؤرخ في 05 فيفري 2002

المتعلق بالكهرباء و توزيع الغاز عن طريق القنوات

4- سلطة ضبط المحروقات و الوكالة الوطنية لتأمين موارد المحروقات: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم

07/05 المعدل و المتمم بالأمر 10/06 المؤرخ في 26 جوان 2006

5- سلطة ضبط النقل: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 11/02 المؤرخ في 24 ديسمبر 2002 المتضمن قانون

المالية لسنة 2003

6- سلطة ضبط الخدمات العمومية للمياه: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 12/05 المؤرخ في 04 أوت

المتعلق بالمياه

7- الهيئة الوطنية للوقاية من الفساد و مكافحته: تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 01/06 المؤرخ في 20

فيفري 2006 المتعلق بالوقاية من الفساد ومكافحته

1- وليد بوجملين، مرجع سابق، ص، ص، 18-19

الفرع الثاني :استحداث مؤسسة ضابطة لقطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية

تلعب المؤسسة الضابطة لقطاع البريد و المواصلات السلكية واللاسلكية دور مهم في تحقيق المصلحة العامة و الخدمة العامة و ذلك من خلال تسييرها و تنظيمها للقطاع المضبوط و ارتب فصل المشرع الجزائري بين قطاع البريد و قطاع المواصلات السلكية واللاسلكية استحداث هيئة جديدة تقوم بضبط القطاعين ، سميت في القانون رقم 03-2000 المتضمن القواعد العامة للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ب " سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية " ¹

حيث جاءت نص المادة 10 من القانون رقم 03-2000 بنص صريح تضمن ما يلي تنشأ سلطة ضبط مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي " ، و بالتالي سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية ، تدخل في اطار ما يسمى بسلطات الضبط المستقلة او السلطات الادارية المستقلة ، و التي تعتبر مؤسسات جديدة ، من بين المؤسسات التي يتكون منها جهاز الدولة في الجزائر ، و التي انشئت من أجل ضبط النشاط الاقتصادي ، و ذلك بعد تراجع الدولة عن التدخل في المجال الإقتصادي و المالي.²

• اولا :تعريف سلطة ضبط البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية

نظرا لعدم إعطاء تعريف قانوني صريح وواضح لسلطة الضبط المستقلة و كذلك عدم إعطائها تحديدا معينا في النظام المؤسساتي للدولة، سنركز على العناصر المكونة لها وهي السلطة و الضبط و الاستقلالية باعتبارها من أهم الخصائص المميزة لهذه السلطة ³

انطلاقا من نص المادة 10 من القانون رقم 03/2000 المتضمن القواعد العامة للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، التي تنص صراحة على أنه"تنشأ سلطة ضبط مستقلة" يتضح جليا اعتبار سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية سلطة ضبط مستقلة مما يعني قيامها على ثلاث عناصر أو معايير.

• ثانيا : مدلول عبارة ' سلطة ضبط مستقلة

انطلاقا من نص المادة 10 من القانون رقم 03-2000 المتضمن القواعد العامة للبريد و المواصلات السلكية واللاسلكية ، التي تنص صراحة على أنه " تنشأ سلطة ضبط مستقلة يتضح جليا اعتبار سلطة الضبط للبريد و

1 - نادية ضريفي، المرفق العام بين ضمان المصلحة العامة وهدف المردودية حالة عقود الامتياز , اطروحة دكتوراه في

الحقوق ,القانون العام ,جامعة الجزائر ,كلية الحقوق ,السنة الجامعية 2011,ص316

2 - مجدوب قوراري ,سلطات الضبط في المجال الاقتصادي (لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة وسلطة الضبط للبريد والمواصلات نموذجين),مذكرة ماجستير في القانون العام ,كلية الحقوق ,جامعة تلمسان ,السنة الجامعية2009/2010 ,ص40

3 - موسى رحموني ,مرجع سابق ص23

المواصلات السلكية و اللاسلكية سلطة ض مستقلة مما يعني قيامها على ثلاث عناصر أو معايير سيتم تفصيلها كما يلي :

أ/ معيار السلطة

استعمل مصطلح " السلطة في القانون المؤسس لسلطة الضبط للبريد و المواصلات السلا و اللاسلكية و الذي يقابله باللغة الفرنسية مصطلح (autorite) ، على خلاف مص السلطة الذي يعبر عن السلطات الثلاث (تنفيذية ، تشريعية ، قضائية) و الذي يقابله بالا الفرنسية مصطلح (pouvoir) للدلالة على السلطة العامة ، مع الإشارة الى أن مصط السلطة من الناحية اللغوية يقصد به التسلط و التحكم و السيطرة ، حيث عرفها احد الكت بأنها " الحق في أن توجه الآخرين و تأمرهم بالاستماع اليك و طاعتك و السلطة تتط القوة ، غير أن القوة بلا سلطة ظلم و استبداد ، و عليه فان السلطة تعني الحق " ¹.

فالسلطة الادارية المستقلة ظهرت أساسا من اجل ضبط بعض القطاعات التي كانت محتكرة ا من قبل الدولة و بذلك فمعيار السلطة الممنوح لسلطة الضبط المستقلة للبريد و المواصلات لا يعني أنها بمثابة سلطة رابعة في الدولة ،

بعدالسلطة التنفيذية و القضائية و التشريعية ، و انما هو معيار منح لها نظرا للصلاحيات و الاختصاصات المخولة لها من اجل ضبط السوق والتي كانت اختصاصات اصيلة للسلطة التنفيذية و القضائية و حتى التشريعية ، بمفهوم المخالفة ان هذه الهيئة اعطيت لها صفة السلطة نظرا لإعطائها بعض السلطات من اجل تسيير القطاع الاقتصادي و المالي التي قد تصل الى حد السلطات التنظيمية والعقابية¹

كما تعني كلمة سلطة صلاحية اتخاذ القرارات النافذة ، و ليس مجرد الاقتصار على الاستشارات فقط ، أي ممارسة هذه الهيئات لامتيازات السلطة العامة في اتخاذ القرارات النافذة . الملاحظ بالنسبة للمشرع الجزائري هو استعمال عدة تسميات للدلالة على سلطات الضبط المستقلة منها السلطة ، الوكالة ، اللجنة مما يشكل عدم التناسق في استعمال المصطلحات² .

1 - الكاهنة ارزيل ، دور لجنة الاشراف على التامينات في ضبط سوق التامين، مقال منشور في مطوية الملتقى الوطني حول سلطات الضبط المستقلة في المجال الاقتصادي و المالي ،كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ،جامعة بجاية ، يومي 23-24ماي 2007، ص ص 107-108

2 - موسى رحموني ، مرجع سابق ، ص 24

و مع عدم تطرق النصوص القضائية و حتى الاجتهادات القضائية لتعريف السلطة ، لابد من اللجوء الى الفقه من اجل الامام بالمقصود بها.¹

فمعيار السلطة الذي تتمتع به سلطة الضبط المستقلة ، يعني انها ليست مجرد سلطات انما نظرا لتمتعها بسلطات حقيقية لاتخاذ القرار ، و لكن هذه السلطة استشارية فقط ، المخولة لها باتخاذ القرار هي مأخوذة من صلاحيات السلطة التنفيذية . غير ان التساؤل الذي يثار ، هو حول ما اذا كانت هذه السلطة المستقلة لا تتمتع الا بسلطة ابداء الرأي أو التحقيق أو الاقتراح ، فهل هذا ينفي عنها معيار السلطة ، و بالتالي لا يمكن ادراجها في دائرة السلطات الادارية المستقلة ؟

نجد في هذا الاطار عدة قانونيين منهم (René Chapus) ، يرون أن السلطة الادارية المستقلة بدون سلطة فعلية تقوم أساسا على صلاحية اتخاذ القرار النافذ لا يمكن ان تتميز بصفة السلطة ، كما استثنى قسم من الفقه بعض الهيئات من خانة السلطات الادارية المستقلة ، و ذلك بسبب عدم الزامية قراراتها و لكن من جهة ثانية ، نلاحظ ان المشرع صنف بعض الهيئات على أنها سلطات ضبط مستقلة ، بالرغم من انها لا تتمتع بصلاحيات اتخاذ القرارات النافذة ، غير أن مجلس الدولة الفرنسي حسم هذا الامر و اورد في تقرير له ان مسألة اصدار سلطات الضبط المستقلة لقرارات نافذة ام غير نافذة ، مسألة غير مهمة ، مادامت هذه السلطة تتمتع بقدرة التأثير و الاقناع التي سوف ترتب نفس النتيجة المترتبة على اتخاذ القرار النافذ ، و بذلك يتضح اتساع عنصر السلطة ، ليتضمن صلاحيات اتخاذ القرار النافذ و كذا القدرة على التأثير من خلال صلاحيات الاستشارات والاقتراحات و ابداء الرأي على أن يكون لها تأثير القرارات النافذة.²

أما فيما يخص أساس السلطة المخولة لهيئات الضبط المستقلة ، فهي ترجع أساسا الى جملة الصلاحيات الموكلة لهذه السلطات ، و التي تهدف اساسا الى ضبط السوق التي كانت مخولة للسلطة التنفيذية ، و بعد تراجع الدولة عن التدخل في المجال الاقتصادي والمالي ، حولت هذه الصلاحيات لصالح سلطات الضبط المستقلة .

و بذلك تكون سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ، قد أوكلت لها صلاحيات كانت في السابق تدخل في اختصاصات الوزير المكلف بالبريد و المواصلات بالاضافة إلى تمتع هذه السلطة بسلطة

1 - رنا سمير اللحام ، السلطات الادارية المستقلة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت لبنان ، الطبعة الاولى ، 2015 ، ص23
2-Rachid zouaimia ;les autorites administratives independantes et la regulation
économique en Algérie.ibid. p21

2 - ياسين بن برح ، الضبط الاداري في فكر القانون الوضعي والشريعة الاسلامية ، مكتبة ، الوفاء القانونية للنشر ، مصر ، الطبعة الاولى ، 2014 ، ص14

توقيع العقوبات التي هي في الأصل من مع اختصاصات السلطة القضائية ، مما يجعل معيار السلطة ثابت بالنسبة لهذه الهيئة

مع التأكيد على عدم وجود تعريف واضح و دقيق للسلطة الادارية المستقلة ، حيث أعطيت بعض الخصائص و الصلاحيات التي تتمتع بها هذه السلطة ، و على المكانة الهامة التي تحتلها هذه السلطة في الجهاز الإداري للدولة خاصة و انها بعيدة عن كل نظام وصائي او رئاسي .

ب/ معيار الضبط

بداية و بالرجوع الى مختلف القواميس الخاصة باللغة العربية ، فنجد ان كلمة الضبط بشكل عام ، تحمل عدة معاني بينها :

الدقة في التحديد حيث يقال ضبط الأمر أي حدده على وجه الدقة . - الاتقان أو الاحكام : اي القيام بالأمر دون تقصير او اهمال ، اذ يقال ضبط البلاد اي قام بأمرها قياما ليس فيه نقص .¹

اما المقصود بهذا المصطلح باللغة الفرنسية ، فهو يحمل عدة معاني منها تغيير reglage أو تنظيم ، régulation ، هذا و يقصد بالضبط في معناه العام " تنظيم الدولة تنظيما وقائيا يكفل سلامة المجتمع ، أو هو التنظيم الهادف الى المحافظة على امن و سلامة الدولة و المجتمع ، و هو يعتبر من المهام اربعة من اهداف انشائها .

ان مصطلح الضبط " انبثق انطلاقا من العلوم الطبيعية والتكنولوجية ، ليتم إدخاله تدريجيا أي أن الضبط يمارس من طرف جهاز والهدف منه هو خلق والحفاظ على التوازنات المبنية على التنافسية في قطاعات محددة والتي لا يمكن الحفاظ عليها نظرا لقوة الفاعلين في القطاع وبالمثل ، يرى البروفيسور Gérard Marcou أن الضبط هو :

" une fonction de la puissance publique qui tend à établir un compromis entre des objectifs et des valeurs économiques et non économiques , pouvant être antinomiques , dans le cadre d'un marché concurrentiel

¹ - ياسين بن برح , مرجع سبق ذكره، ص14

أي أن الضبط هو " وظيفة للسلطة العامة التي تهدف إلى إقامة وفاق بين الأهداف والقيم الاقتصادية وغير الاقتصادية ، والتي يمكن أن تكون متناقضة ، في سوق تنافسية .¹ "

أما نظام الضبط ، فهو عبارة عن نظام وقائي ، تقوم الدولة في ظلّه بتنظيم المجتمع تنظيمًا وقائيًا ، فتراقب بذلك نشاط الأفراد و تدرس احتمالات الاخلال بالنظام العام ، و تسعى لعدم وقوعها² .

كما عرفه البعض الآخر بأنه حق الإدارة في فرض القيود على الأفراد للحد من حرياتهم قصد حماية النظام العام .

أما الضبط القضائي فهو يعمل على كشف عن الجرائم و مرتكبيها لتقديمهم الى المحكمة و معاقبتهم .

أما الضبط العام فهو يهدف إلى الحفاظ على النظام العام بعناصره الثلاث الأمن العام الضبط العامة ، السكينة العامة . أما الضبط الإداري الخاص فهو يعمل على تنظيم بعض أنواع النشاط و يعهد به الى سلطة الضبط القضائي فهو يعمل على كشف عن الجرائم و مرتكبيها لتقديمهم الى المحكمة و معاقبتهم .

أما الضبط العام فهو يهدف الى الحفاظ على النظام العام بعناصره الثلاث الأمن العام الضبط العامة ، السكينة العامة .

أما الضبط الإداري الخاص فهو يعمل على تنظيم بعض أنواع النشاط و يعهد به الى سلطنة إدارية خاصة أما عن المبادئ الأساسية لسلطة الضبط للبريد والمواصلات كسلطة إدارية مستقلة فقد جاء استحداث السلطات الإدارية المستقلة عامة ، وسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية خاصة ، لضمان ثلاث أهداف أو مبادئ أساسية تتمثل في :

• مبدأ الحياد (l'objectif de neutralité)

يعتبر مبدأ الحياد من أهم المبادئ التي تتمتع بها سلطة الضبط والذي كرسته جملة النظريات الاقتصادية والممارسات القانونية ،

1 - Jean –philippe KOVAR Jérôme Lasserre CAPDEVILLE ;OP .CIT .P11

2 - محمد محمد عبده امام ، المبادئ العامة في الضبط الإداري ، دراسة مقارنة ، مكتبة الوفاء القانونية للنشر ، الاسكندرية ، مصر ، الطبعة الاولى 2014 ، ص ص 11-12

هذا و يهدف هذا المبدأ أساسا الى ضمان استقلالية سلطة الضبط عن كل مايرتبط بها سواء كانت الجهات المنشئة لها ، أو المتعاملين معها. ويسمي البعض هذا المبدأ بمبدأ عدم التحيز والذي يعني اساسا ابعاد السلطة السياسية عن التسيير المباشر¹ .

كما نشير الى ان الاصلاح الذي صدر على اثر القانون المنظم لقطاع المواصلات السلكية واللاسلكية في فرنسا سنة 1996 ، فتح هذا القطاع بشكل كلي امام المنافسة ، غير أن صدور هذا القانون لم يترتب عنه التخلي عن الخدمة العامة ، ولذلك جاءت عدة نصوص قانونية من اجل اعطاء تعريف للمنافسة المضبوطة وذلك بالتأكيد على أن المنافسة لا تعني التخلي عن الخدمة العامة ، وهذا ما أكدته المادة 32-1 من القانون الفرنسي المنظم للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، التي تحدثت عن اخلال التوازن بين المنافسة والخدمة العامة وذلك كمايلي :

-حرية ممارسة النشاطات .

- المحافظة وتطوير الخدمة العامة .

- استقلالية وظيفة الضبط بالنسبة لوظائف استغلال الشبكات اوتقديم الخدمات مع الاشارة الى ان الضبط في فرنسا كوظيفة يمارس من قبل الوزير المكلف بالمواصلات وسلطة الضبط للمواصلات وذلك باسم الدولة² . غير أن انشاء سلطة ضبط مستقلة سنة 1997 بمقتضى المادة 36 من قانون البريد والمواصلات ، اثارت اشكالية أساسية بين دور الدولة المساهمة وبين دورها كدولة ضابطة.

لذلك اثير اشكال هام بشأن مبدأ الحياد الذي يقتضيه قانون السوق ، وذلك من اجل ارساء المصدقية لوظيفة الضبط ، و لذلك كان لزاما التفرقة و الفصل بين الدورين ، أما بالنسبة للمشرع الجزائري و تحديدا بالقانون 03-2000 و الذي يدخل في جملة الاصلاحات الاقتصادية التي عرفتها الجزائر من أجل التحول من الاقتصاد الموجه الى اقتصاد السوق ، فهو يهدف أساسا الى الفصل بين صلاحيات الاستغلال وصلاحيات الضبط ، وذلك لرقابة سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية .

و الذي عمل أساسا على تحديد المهام والصلاحيات المخولة للوزارة والتي تقوم أساسا على اعداد السياسة العامة للقطاع ، وكذا وضع التنظيمات والعمل على رقابة تنفيذها .

¹ - وليد بوجملين ،سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري،دار بلقيس للنشر،2015، الجزائر،ص 30

على خلاف الصلاحيات التي أوكلت لسلطة ضبط البريد والمواصلات ، مع تكريس فتح المجال للمتعاملين لدخول سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، مع احترام الشروط العامة المحددة بموجب القانون ، مع ضرورة الاخذ بعين الاعتبار الميادين التي لا تتنازل عنها الدولة كصلاحيات اصدار الطابع البريدية وكل مايتعلق بالخليص البريدي كما جاء القانون 2000-03 بجملة المبادئ والأهداف التي تعد عماد اقتصاد السوق ، وهي مبدأ الحياد ، مبدأ الشفافية ومبدأ المنافسة الحرة ،

• **مبدأ الشفافية** تلتزم سلطة الضبط بهذا المبدأ في تعاملها ، بحيث على هذه السلطة ان تفصح على مختلف مشاريعها و كذا السياسات التي تتبعها .

• مبادئ الاستمرارية و الفعالية

يقوم مبدأ الاستمرارية اساسا على القضاء على كل انواع التجاورات التي لا تتماشى و الأهداف المسطرة من قبلها ، و ذلك بالعمل على ارساء قواعد العدالة و المساواة في هذا القطاع .

اذ يقوم على ضمان تنمية مستمرة للسوق ، و لتجسيد ذلك على السلطة المكلفة بذلك ان تكسب الثقة ، و أن تحقق الاستقرار في التسيير عن طريق قراراتها المتخذة ، ذلك أن عنصر استقلالية السلطة ، كذا كفيات تعيين أعضائها يمكنها من اداء عملها في إطار الاستمرارية مع الاشارة الى دور المرفق العام الذي يقوم أساسا على اشباع المصلحة العامة ، اي أن المرفق العام يجب ان يعمل بصفة منتظمة ومستمرة مع الاشارة الى ان هذا الهدف تلتزم به الادارة بالدرجة الأولى ، فهي ملزمة بضمان سير العمل في المرافق التي تعمل على ادارتها سالم تقم قوة قاهرة توقف هذا الالتزام .

أي ان المرفق العام يجب ان يعمل بصفة منتظمة ومستمرة مع الاشارة الى ان هذا الهدف تلتزم به الادارة بالدرجة الأولى ، فهي ملزمة بضمان سير العمل في المرافق التي تعمل على ادارتها مالم تقم قوة قاهرة توقف هذا الالتزام¹

كما يلتزم بهذا الهدف اصحاب الامتياز ، متى كان المرفق العام موضوعا لامتياز ، فيقع على صاحب الامتياز الالتزام بتشغيل المرفق العام الموكل له بشكل طبيعي حسب ماهو وارد في دفتر الشروط ، كما يكون هذا الهدف ملزما للمتعاملين في القطاع ، و ذلك على حسب الشروط المحددة في دفتر الشروط للحصول على

¹ - مونية جليل، مرجع سابق. ص ص 27-28

الرخصة ، اذ لا يمكن لصاحب الرخصة توقيف توفير الخدمات دون أن ترخص له سلطة الضبط تحقيقا لهدف الاستمرارية .

اما عن هدف الفعالية (l'objectif d'efficacité) فيتجسد هذا الهدف أساسا في جملة الصلاحيات المخولة لسلطة الضبط كسلطة تسوية النزاعات وسلطة توقيع العقوبات والتي تعتبر من أهم عناصر تحقيق الضبط الفعال.¹

ج/ معيار الاستقلالية:

تأخذ استقلالية هذه السلطة شكلين وهما: استقلالية عن السلطة السياسية و استقلالية عن القطاعات المضبوطة

فالمشرع الجزائري، قد كرس استقلالية سلطة الضبط للبريد و المواصلات في القانون المنشئ لها حيث نص هذا القانون صراحة على إنشاء سلطة ضبط مستقلة.

و عليه نقول أن سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية هي سلطة طالما أنها ليست مجرد هيئة استشارية، إضافة إلى تحويلها سلطة اتخاذ القرار و سلطة الفصل في النزاعات و هي سلطة ضبط إدارية لتمتعها بسلطة ضبط القرار المضبوط، و هي مستقلة كونها لا تخضع لأي وصاية أو تسلسل هرمي عليها.²

الفرع الثالث: صلاحيات سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية:

إن سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية تمارس صلاحياتها المخولة لها بموجب المادة 13 من القانون 03/2000 وذلك عن طريق تقديمها اقتراحات نصوص تنظيمية خاصة بقطاعي البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية مع الأخذ برأيها فيما يخص ملائمتها أو لزوم اعتماد نص تنظيمي يتعلق بقطاع البريد و المواصلات.

¹ - وليد بوجملين ، مرجع سابق، ص33

² - jean-philippe kovar ,jerame lasserre capdeville, droit de la régulation bancaire RB edition ,2012 pn (traduction en arabe

سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ليس لها سلطة تنظيمية حقيقية و لا يمكنها إصدار أنظمة في مجالها القطاعي إلا في حالة ما إذ تم استشارتها من قبل الوزير المكلف بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، و يكون ذلك على هيئة مشاريع نصوص، كونها لا تملك صلاحية إصدار القرار

و لقد حددت المادة 13 من القانون 03/2000 على اختصاص سلطة الضبط بمنح تراخيص الاستغلال و اعتماد تجهيزات البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية،¹

و كذا تحديد المواصفات و المقاييس التي يجب أن تتوفر، بالإضافة إلى اختصاص سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية بإجراء منح التراخيص في إطار إنشاء أو استغلال الشبكات أو تقديم الخدمات مع تكريس مبادئ الموضوعية و عدم التميز و الشفافية

بالنسبة للصلاحيات الاستشارية:

تعتبر الوظيفة الاستشارية لسلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية وسيلة للتدخل في إعداد النصوص القانونية، وذلك فيما يخص النشاطات المضبوطة من قبلها و ذلك باقتراح القوانين و التنظيمات المتعلقة بقطاعي البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية.²

وقد جاء الاساس القانوني للمهام الاستشارية لسلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية في نص المادة 13 من القانون 03-2000 المتعلق بالبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية³

نلاحظ ان الاستشارة المقدمة من قبل سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية , لاتأخذ شكلا واحدا وانما تكون اما في شكل استشارة اجبارية او اختيارية.

اولا : الاستشارة الاجبارية :

يقصد ان السلطة الادارية لابد ان تستشير ولكن دون ان يكون لزاما الاخذ بالرأي المعطى ,ت فمتى لم تقرر الرجوع عن اتخاذ القرار , يكون عليها اما وضع نص يتماشى والمشروع المقترح على هذه الهيئة التي استشيرت , او الاخذ باقتراح هذه الهيئة.

1 - مجدوب قوراري , مرجع سابق , ص117

2 - المادة 14 من القانون الجديد رقم 04/18 المؤرخ في 10ماي 2018 , السابق الذكر , ص10التي تقابل رقم 03/2000

3 - عائشة نشادي , السلطة التنظيمية في النظام الاقتصادي الجزائري ,رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام , جامعة الجزائر 01 ,كلية الحقوق ,السنة 2016/2015 ,ص156

ثانيا : الاستشارة الاختيارية .

هي تلك الاستشارة المقدمة من طرف سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية لاي جهة تنشط في مجال البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية , فهو قرار غير ملزم لجهة القرار, اذا تبقى هذه الاخيرة حرة في اتخاذ القرار

وعليه من نص المادة 13 يتضح ان الاستشارة تكون الزامية وواجبة بالنسبة للوزير المكلف بالبريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية , وتكون غير ملزمة واختيارية بالنسبة للجهات الاخرى¹

وبالرجوع للواقع نجد ان معظم النصوص القانونية الصادرة عن الوزير المكلف بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية تم اصدارها بعد استشارة سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية , او بموجب اقتراح منها

الفرع الرابع : دور سلطة الضبط للبريد والمواصلات في حماية المستهلك :

تهدف سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الى حماية مصالح المستهلكين في مجال خدمات الاتصال من خلال اتباع لوائح تنظيمية ومعايير معتمدة دوليا لتنظيم العلاقة بين مقدم الخدمة و مستهلك وتضمن حصول الاخير على خدمات الاتصالات في بيئة تنافسية صحية , باعتبار المستهلك هو احد الاعمدة الاساسية في اي سوق , وبالإضافة وفي هذا الاطار ايضا تقوم سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بتحديد الالتزامات القائمة على مقدمي الخدمات وتضع نظاما معزز الرصد الامتثال لهذه الالتزامات والقواعد , ومايضمن مبدء المنافسة العادلة التي تصب في مصلحة المستخدمين وكحالة عن دور سلطة الضبط في حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات:

حالة الغاء الخدمات التي تسحب الرصيد لجميع الشبكات حيث قامت سلطة الضبط باطلاق كود جديد يستطيع المستخدم من خلاله الغاء جميع الخدمات مختصر موحد بحيث يستطيع المستهلك او المستخدم التابع لاي شبكة محمول من الغاء جميع الخدمات مجانا دون الحاجة عن اكواد ووسائل الغاء لكل خدمة من الخدمات الاخرى

1 - عائشة نشادي , مرجع سبق ذكره ,ص156

حيث أصبح بالإمكان الان الغاء الخدمات ذات القيمة المضافة والعروض المضافة التي تستنزف رصيد مستهلك او مستخدم كخدمة رنتي وغيرها من العروض عبر الكود القصير التالي *154#

حيث يبحث الكثير من مستخدمي الهاتف النقال في الجزائر موبليس - اوريدو - جيزي عن طريقة الغاء جميع الخدمات او الاشتراكات التي تستهلك الرصيد بشكل يومي او شهري ويتم الاشتراك فيها عادة عن طريق الخطأ حيث انا هذه الخدمات تبدأ بشكل مجاني لفترة معينة ثم بعد ذلك تبدأ في خصم جزء من الرصيد مقابل تلقي اخبار رياضية او فنية او معلومات دينية وعامة الخ .

حيث جاء هذا الاجراء نظرا لكثرة الشكاوى التي تصل الى سلطة الضبط حول كيفية الغاء جميع الخدمات والتي تتضمن الاشتراك بدون علم المستخدم او المستهلك وارتفاع تكلفة هذه الخدمات¹¹

تهدف السلطة من خلال هذا الاجراء بالتعاون مع متعاملي الهاتف النقال الى تحسين تجربة المشتركين في خدمات الهاتف النقال من خلال اللجوء الى حلول مبسطة ومتاحة.

تحرص سلطة الضبط الى حماية حقوق مستهلكي خدمات الاتصالات في الجزائر وايضا تلبية احتي

اجتياجاتهم , والاستجابة لشكاوهم وتمكينهم من اختيار انسب الخدمات بكل شفافية وتيسير الاجراءات والتعاملات الخاصة بها.

المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

وجود هيئة تسهر على حماية المنافسة و ترقيتها أصبحت ضرورة حتمية بعدما أصدرت الجزائر أول قانون للمنافسة،وقد أعلن المشرع الجزائري في الأمر 06/65 عن ميلاد هذه الهيئة حيث أطلق عليها "مجلس المنافسة"

فقد أوكلت له مهمة تنظيم المنافسة و ضبطها تنفيذ السياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي الرأسمالي ، يمكن تعريف مجلس المنافسة على أنه هو "سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية القانونية و الاستقلال المالي، و يعتبر هيئة استشارية لدى وزير التجارة،

¹ من اجتهاد الطالبة

يختص بالسهر على ضمان حرية المنافسة و العمل على اتخاذ كافة الإجراءات التي من شأنها أن تضع حدا لكل الممارسات الماسة بالمبادئ العامة للسوق الجزائرية (1)

ويعتبر جهاز الضبط العام مكلف بالسهر على حماية النظام الاقتصادي و على تطبيق و احترام المبادئ و أحكام قانون المنافسة و في كل قطاعات النشاط الاقتصادي و المالي(2)

وقد عرفت المادة 23 من الأمر 03/03 المعدلة بموجب المادة 9 من القانون المتعلق بالمنافسة، كما نصت عليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 241/11 الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره بقولها: " مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، و يوضع لدى وزير المكلف بالتجارة" (3)

يوضح النص الطبيعية القانونية لمجلس المنافسة التي كانت محل جدل بين الفقهاء حيث اعتبره هيئة إدارية مزودة بسلطات قضائية الشيء الذي لم يكن واضحا في ظل الأمر 06/65

الفرع الاول : الدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك:

+ يخول القانون لمجلس المنافسة صلاحية الرد على الاستشارات و الاستفسارات التي تطلبها بعض الهيئات ، وذلك في كل واقعة قانونية ذات صلة بالمنافسة بصفته خبير في مجال المنافسة(4)

وهذا ما نصت عليه 34 من القانون 05/10 المتعلق بالمنافسة

ولمجلس المنافسة نوعين من الاستشارات التي يقدمها نصت عليها المادة 34 من قانون المنافسة، وهذا باعتباره مختصا و له دراية كافية في مجال المنافسة، مالا تملكه السلطة التشريعية وتتنوع الاستشارات التي يقدمها مجلس المنافسة فقد تكون وجوبية، كما قد تكون اختيارية نص المشرع على وجوب أخذ مجلس المنافسة عندما تلجأ الدولة إلى تقييد المبدأ العام الذي يقضي بتحديد أسعار السلع و الخدمات بصفة حرة، وذلك اعتمادا

1- فاطمة البحري، الحماية الجنائية للمستهلك ،بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم

السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2012، ص 177

2- جبار أمال، دور مجلس المنافسة في تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الدكتور طاهر مولاي بسعيدة يومي، 17 و 18 نوفمبر

2015

3- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 241/11 المؤرخ في شعبان 1432 الموافق ل 8 يوليو 2011 يحدد تنظيم مجلس

المنافسة و سير، الجريدة الرسمية عدد 39 صادرة في 13 جويلية 2011

4- لويزة لحراري شالح مرجع سابق، ص45

على قواعد المنافسة، حيث كانت هذه التدابير لا تتخذ إلا لمدة أقصاها 6 أشهر، وذلك بعد أن أخذ رأي مجلس المنافسة و يتم ذلك عن طريق التنظيم حيث كانت المادة 5 من القانون 12/08 قبل تعديل الأخير تنص على أنه: "يستشار إلزاميا في حالة إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع..".

أولاً: الاستشارة الوجوبية:

يستشار مجلس المنافسة وجوبيا في حالة اتخاذ إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل نشاط معين أو منطقة جغرافية معينة

غير أنه بعد تعديل المادة 4 و 5 من القانون رقم 12/08 بموجب القانون رقم 05/10 المتعلق بالمنافسة تم إلغاء "الاستشارة الوجوبية" باقتراحات تدبير تحديد الهوامش و اربح و أسعار السلع والخدمات على أساس اقتراحات يمكن أن تتقدم بها القطاعات المعنية إذا توافرت الأسباب المحددة قانونا، و بالتالي لم يعد مجلس المنافسة يستشار وجوبيا في مسألة تحديد هوامش الربح و تحديد الأسعار بل بإمكانه أن يقدم اقتراحات مثله مثل القطاعات الأخرى المعنية الأمر الذي يقلص من دوره⁽¹⁾؛

وقد نصت المادة 8 من قانون حماية المستهلك على بعض الحالات التي لا بد من استشارة مجلس المنافسة فيها وتقيد برأيه ، وذلك في حالة طلب احدى المؤسسات المعنية باعتبار

ان هذا الاتفاق او العمل المدير او الاتفاقية او ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و7 من قانون المنافسة لا تستدعي تدخله،

ثانيا : الاستشارة الاختيارية :

ترك المشرع الجزائري لجهات معينة المجال في استشارة مجلس المنافسة ، ومنحها حرية الاختيار في امكانية القيام بذلك او الامتناع عنه وقد نصت على هذا النوع من الاستشارة كل من المادتين 35 و36 من قانون المنافسة

وقد نصت على هذا النوع من الاستشارة كل من المادتين 35 و 36 من قانون المنافسة و يستفاد من هاتين المادتين أن المشرع قد قام بتعداد الأشخاص التي يكون لها حق اللجوء إلى استشارة مجلس المنافسة ، ممثلة

1- جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة للممارسات التجارية، ص160

في الحكومة و المؤسسات و الهيئات، كذا الجهات القضائية، غير أن حرية الاختيار الممنوحة لهاته الهيئات و الجهات مقيدة بموضوع استشارة الذي يشترط أن يتعلق بمسائل محددة لها علاقة بالمنافسة، طبقا لنص المادة 36 من ذات القانون على أنه "يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي و تنظيمي له صلة بالمنافسة، وعليه يمكن للحكومة أن تستشير مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة، لاسيما عندما يدرج هذا النص تدابير من شأنها (1)

* إخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما، أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم.

* وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

* جديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع.

أما المادة 38 منه فقد سمحت للهيئات القضائية في استشارة المجلس في أي قضية متصلة بالممارسات المقيدة بالمنافسة و عموما يمكن استشارة مجلس المنافسة كل المصالح التابعة لرئاسة الحكومة، وكذا الوزارات، وكذا البلديات و المؤسسات الاقتصادية(2)

اما عن مدى اخذ السلطة طالبة الاستشارة يراي مجلس المنافسة من عدم الاخذ فهذا متوقف على قيام الهيئة الاستشارية باختصاصها , وبرغم من ان مجلس المنافسة يمارس دور الهيئة الاستشارية الا ان رأيه لا يحوز القوة الالزامية فالحكومة غير ملزمة بالاخذ بهذه الاستشارات (3) .

الفرع الثاني :الدور القمعي لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك :

ويقصد بالصلاحيات التنازعية تلك الصلاحيات اتي تمكن مجلس المنافسة من متابعة الممارسات التي ترتكبها المؤسسات في اطار القيام بنشاطاتها الاقتصادية من اجل تعزيز قدرتها التنافسية بطريقة غير مشروعة تؤدي الى اساء منافسيها ومن تم القضاء على المنافسة في السوق . وعليه فالمجلس المنافسة يتمتع بوظيفة تنازعية في مجال الممارسات المقيدة بالمنافسة حيث انه يتدخل في جميع النزاعات والخلافات المرتبطة بالمنافسة . كما

1- كحال سلمى، مجلس المنافسة و ضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون

الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2010/2009، ص 51

2- المادة 35 من القانون رقم 05/10 المتعلق بالمنافسة،

3- عاشور نصر الدين ، ضمانات حماية المستهلك بموجب قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك ، مجلة العلوم الانسانية،

العدد محمد خيضر بسكرة، 2017 ص 255

يتمتع بالسلطة القرار في الاعمال المودعة امامه والمتعلقة بتطبيق المواد من 6 الى 12 من القانون المنافسة, وقد حدد المشرع الصلاحيات التنازعية لهذا الاخير بموجب المادة 44 من قانون المنافسة واسند اليه مهمة اجراء التحقيقات حول مخالفة احكام قانون المنافسة وكذلك فرض عقوبات على المخالفي.

المبحث الثاني: دور المجتمع المدني و القضاء في حماية مستهلك في مجال خدمات الاتصال

في هذا المبحث سوف نتناول جهازين يتمثل الاول في دور جمعيات حماية المستهلك في مجال خدمات الاتصالات والثاني جهاز القضاء.

المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك

بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة فإنه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأت من أجله، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده و عدم تمكنه من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري البحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد حماية المستهلك ، و هذا بوضع تكتلات المستهلكين و مع مرور الوقت أصبح ذلك في شكل جمعيات تعرف بجمعيات حماية المستهلك (1) كما تعمل جمعيات حماية المستهلك على مساعدة الأجهزة الرسمية و تتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق و تظهيرها من أي منتج لا يتطابق و المواصفات المحددة قانونا كما أن هدفها يتجاوز مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك، و يتجلى ذلك عن طريق مكافحتها للجرائم المرتبطة بالممارسات التجارية كالتهريب، الغش و الإعلانات المضللة و التي من شأنها إيذاء المستهلك في مصالحه المادية(2)

الفرع الاول : مفهوم جمعيات حماية المستهلك:

جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون ,تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه وتحسيسه .

تعرف الجمعية على حسب القانون رقم 06/12 بأنها: تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة، يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض

1- ارزقي زوبير، مرجع سابق , ص 203

2- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية تخصص قانون أعمال،جامعة قسنطينة 2014،2013،ص 96

غير مريح من أجل ترقية الأنشطة و تسجيلها، لاسيما في المجال المهني و الاجتماعي و العلمي و التربوي و الثقافي و الرياضي و البيئي و الخيري و الإنساني، يجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة و يجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع.

غير أنه يندرج موضوع نشاطاتها و أهدافها ضمن الصالح العام، و أن لا يكون مخالفا للثوابت و القيم الوطنية و النظام العام و الآداب العامة، وأحكام القوانين و التنظيمات المعمول بها⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

تسعى جمعيات حماية المستهلكين إلى تحسين و توعية المستهلك بالمخاطر التي تهدد أمنه و ماله، أي لها دور توعوي، وهذا قبل حدوث ضرر للمستهلك و يتخذ هذا الإجراء الاحترازي عدة أشكال كالتحسيس و مراقبة الأسعار

أ/ الدور التحسيسية الإعلامي:

من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك بكل المخاطر التي تهدد أمنه و ماله، كما تقوم جمعيات حماية المستهلك بتوجيه المستهلك و تعريفه بمختلف الهيئات الساهرة على ضمان أمنه الاستهلاكي و الجهات التي بإمكانه اللجوء إليها عند الاعتداء على حقوقه⁽²⁾

بالإضافة إلى حق المستهلك في إعلامه من قبل مقدمي الخدمات، تعمل جمعيات حماية المستهلك على إعلامه و تقديم النصح له، وذلك بمراقبة مدى توافر الجودة و تطابقها مع المواصفات القانونية و التنظيمية، ولفت انتباه المستهلك إلى استعمال خدمات بثمن معقول فيتم إعلام المستهلك و توعيته باللجوء لوسائل حددتها المادة 24 من قانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات و المتمثلة في إصدار و نشر نشرات و مجلات و وثائق إعلامية و مطويات ، كما يمكن لها اللجوء لجميع وسائل الإعلام والاتصال كالجرائد و التلفزيون و الانترنت ليتم عن طريق تحسيس و إعلام المستهلكين، و تعتمد الجمعيات أيضا إلى تقديم النصح و الإرشادات لكيفية التعامل مع الخدمة معروضة في السوق و تحذيرهم من المخاطر التي قد تتجم عنها.

1- المادة 02 من القانون رقم 06/12 المؤرخ في 12/01/2012 المتعلق بالجمعيات الجريدة الرسمية، العدد 2، 2012
2- نوال بلحشر، الدور التحسيسية و الإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مجلة الندوات للدراسات القانونية، العدد الأول، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 2013، ص 2016

ويمتد دور الجمعيات إلى قيامها بالدراسات و البحوث المرتبطة بالاستهلاك و بالمستهلك و ذلك لمراقبة و ترقية نوعية الخدمات⁽¹⁾

وتجدر الإشارة إلى أن الإعلام الذي تقدمه جمعيات حماية المستهلك يعد أكثر نفعا من الإعلام الذي يقدمه مقدمي الخدمة لمستهلكي خدمات الاتصال، لأنها تهدف من وراء هذا الاعلام إلى حماية المستهلك بجعل هذا الإعلام موضوعي ومبصر لإرادتهم.

ب/ مراقبة الأسعار و الجودة:

تهدف جمعيات حماية المستهلك إلى الحفاظ على القدرة الشرائية التي يهتم بها المستهلك فتسعى جاهدة إلى الحد من المغالاة في سعر المنتجات ذات الاستهلاك المتكرر.

إن تدخل جمعيات حماية المستهلكين طبقا لأحكام القانون رقم 02/04 و القانون رقم 03/09 و أحكام القانون المنافسة رقم 03/03 من خلال المتابعة المستمرة للسوق لملاحظة مدى الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك فيما يخص الأسعار و دراسة الشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين و التحقيق فيها، و إيجاد الحلول المناسبة لها⁽²⁾.

الفرع الثالث: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل رديعية دفاعية و هذا من خلال وقوع الضرر على مستهلك خدمات الاتصال من طرف مقدمي الخدمة، حيث يصبح الدور العلاجي لهذه الجمعيات عديم الجدوى و بدون فاعلية⁽³⁾.

وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حيث تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة أشكال و هذا الدور الذي تضطلع به الجمعيات أجازته المشرع لنص القانون سواء في قانون الجمعيات، أو قانون المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و في هذا الصدد سنفصل في هذه الأشكال على النحو الآتي:

1- هامل الهوارى، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية و الادارية، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس،

عدد خاص أبريل 2005، ص، 225-227

2- زاهية سي يوسف ، الرقابة عن طريق الجمعيات حماية المستهلك، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، كلية

الحقوق ، جامعة البلدية ، العدد 02 جانفي 2012، ص 202.

3- صياد الصادق، المرجع السابق، ص 139

أ/ ممارسة الدعاية المضادة:

يقصد بها نشر انتقادات عن الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان، وتقوم جمعيات إتباع طريقتين هما النقد العام و النقد المباشر.

بالنسبة لأول يتم نقد بعض نماذج الإنتاج، مما يكشف عن حرية التعبير، أما بالنسبة للنقد الثاني فتمثل في نقد خدمة معينة بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته

تعد هذه الوسيلة الإشهارية هجومية كون الخصائص المدلى بها في الرسالة الإشهارية المقدمة من طرف مقدمي الخدمة لن يستفيد منها المستهلك بعد اقتناه للمنتج، فتعمل جمعيات حماية المستهلك على تبيين الأضرار و المخاطر التي تنجر عنها و ذلك عن طريق استعمال وسائل متعددة كالإشهار المقارن، النشر في المجالات بشرط أن يكون هذا الانتقاد موضوعي مع عدم إلحاق ضرر بالطرف المنتقد (1)

و الملاحظ أن المشرع الجزائري لم يتطرق لهذا الاجراء في قانون حماية المستهلك، فالإشهار أو الدعاية المضادة ضرورة يملئها الواقع فهي ضمن جوهر المهام و الأهداف التي تسعى إليها جمعيات حماية المستهلك من خلال الإعلام و التحسيس و التمثيل:

ب/ الدعوة للامتناع عن الدفع:

تمارس جمعيات حماية المستهلك هذه الوسيلة للضغط على مقدمي الخدمة قبل المستهلكين للذين هم في مركز أضعف فتطلب من هؤلاء عدم دفع مقابل الخدمة التي تحصلوا عليها فيما يلي مقدمي الخدمة مطالبهم ، ولكن لا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى مثل تخفيض مقابل الخدمة(2)

ج/ الدعوة إلى المقاطعة: يسميها البعض بالمتنازع عن الشراء و تعرف على أنها: "أمر شعار ترفعه جمعية المستهلكين تطالبهم فيه بالتخلي أو الانقطاع عن شراء خدمة معينة، أو التعامل مع شركة ما" وهي تأخذ شكل طلب صادر عن جمعية المستهلكين بالامتناع أو التوقف عن اقتناء خدمة ما.

1-سامية لموشية ، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة في الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية و الإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص286
1-محمد بودالي، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القوانين فرنسا و ألمانيا و مصر، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، 2007، ص 31

إلا أنه لا وجود لقاعدة قانونية تسري على المقاطعة سواء بالتجريم أو بالإجازة في التشريع الجزائري، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن شرعية هذا الإجراء بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك.

إن قيام مستهلك ما بمقاطعة خدمة ما معينة لا يترتب ذلك أي مسؤولية تجاهه ، غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها جميع المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة من شأنه ترتيب مسؤوليتها كون الأمر بالمقاطعة يسبب ضرر للمعنيين بمقاطعة خدمة من إذن المقاطعة إجراء مشروع ما دام أنه لا يوجد نص يمنع المقاطعة الجماعية للمستهلكين لشراء منتج أو خدمة معينة، حيث أن القانون يعاقب على رفض البيع الصادر عن المهني ليس على رفض الشراء الصادر عن المستهلك و لا بد من توفرها على شرطين أساسيين هما

- أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك

- أن يؤسس أم المقاطعة

د /الدفاع عن مصالح المستهلكين و حقوقه:

إن قيام جمعيات حماية المستهلك بالدور الوقائي لا يكفي لتقادي جميع المخاطر و الأضرار التي قد تصيب المستهلك، ومن أجل ذلك ينبغي اللجوء إلى القضاء لجبر الضرر. وخول المشرع لها هذا الحق بموجب نص المادة 23 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش فيمكن لهذه الجمعيات تولي الدفاع عن مصالح المستهلكين، فمن جهاز القانون صفة التقاضي باسم المستهلكين أمام القضاء المدني، كما يمكنها طلب التعويض، و تجدر الملاحظة أن المشرع لم يحدد نوع الدعاوى التي يحق لجمعيات حماية المستهلك أن ترفعها، و بهذا فقد فتح المجال أمامها في رفع أي دعوى بما فيها تلك المتعلقة بالدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك⁽¹⁾

ولذلك نجدها تمارس عدة أنواع من الدعاوى نذكر منها:

- دعوى الدفاع عن المصالح الجماعية: يمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني طبقا للقانون رقم 03/09 المادة 23 منه، فتطالب بحقوق المستهلك و لا بد من توافر شروط:

- أن تكون هناك مخالفة جزائية

1- نوال كموش ، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010.2011، ص112

- لا بد للمدعى المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدى كتابة ضبط المحكمة
- لا بد أن يختار موطنا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق طبقا لنص المادة 76 من قانون الإجراءات الجزائية

هـ/ دعوى الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين:

استنادا لنص المادة 23 السالفة الذكر فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلكين وذلك متى توافرت الشروط:

- 1- لا بد أن يكن المستهلكين المتضررون أشخاص طبيعية أو معنوية لحقها ضرر سببه المتدخل نفسه
- 2- أن يكون الضرر اللاحق بهم ضرر شخصي⁽¹⁾

إن لجوء جمعيات حماية المستهلكين و دفاعها عن المصالح المشتركة أمام القضاء و دفاعها عن المصالح المشتركة للمستهلكين، حيث تأسس كطرف مدني تصطدم بكثير من العقبات أهمها غلاء تكايف التقاضي و عدم قدرة الجمعية على تحمل نفقاتها، حيث في ظل القانون الملغى رقم 02/89 لم تمارس الجمعية هذا الحق ، كما يجب نظرا لغلاء التقاضي و محدودية الموارد المالية لهذه الجمعيات، لكن المشرع و من خلال القانون الجديد رقم 03/09 منحها حق الاستفادة من المساعدة القضائية، و ذلك بنص المادة 22 حيث "... يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية"⁽²⁾

و/ دعوى إلغاء الشروط التعسفية:

مادام حق المطالبة بإلغاء الشرط التعسفي يثبت للمستهلك الضحية، فإنه يثبت أيضا للشخص القانوني الذي يمثله، و عليه يمكن لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى إلغاء الشروط التعسفية، وتعد هذه الدعوى نوعا آخر من الدعاوى التي تمارسها الجمعيات للدفاع عن المصلحة الجماعية للمستهلكين⁽³⁾

و بوجود شرطي الصفة و المصلحة في جمعيات حماية المستهلك يحق لها التدخل و الدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الراجع للدعوى تحقيقها سواء بتأكيد ادعاءاته أو إضافة طلبات إضافية إلى الطلبات الأخرى.

1- خيرة ساوس، حق الجمعيات في التقاضي، مجلة دفاتر السياسة و القانون، كلية الحقوق

2- نوال كموش ، المرجع نفسه، ص113

3- شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو 2012-2013، ص 151

ويمكن للجمعية في هذه الحالة تدعيم الطلب الاول الذي قام به المستهلك امام القضاء والمطالبة بوقف السبب الذي انتج الضرر , مثلا طلب ايقاف الاشهار التضليلي .

وبالتالي يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الرافع للدعوى تحقيقها سواء بتأكيد ادعاءاته او اضافة طلبات اضافية الى الطلبات الأخرى.

ان جمعيات حماية المستهلك و إن كانت مؤسسات معترف بها إلا أنها تبقى بعيدة عن احتلال أماكنها الطبيعية التي احتلتها في أماكن أخرى، بحيث أنها غير مندمجة اجتماعيا إذ تنقصها القاعدة الشعبية، و التي بدونها سيبقى محكوما عليها البقاء على وضعيتها الحالية.

و في الغالب الأعم فإن عددها لا يتجاوز بضعة العشرات، كما أنها لا تمثل حركية كبيرة ثم يجب الاعتراف أيضا بأنها محدودة و إن إمكانياتها المادية لا تسمح لها بضمان استمرارية نشاطها، و إن واقعها الاجتماعي السياسي لا يمكن أن يتحقق إلا بشكل بسيط و ثقلها المؤسساتي ضعيف.

و الجدير بالذكر أنه و في غالب النصوص التطبيقية و التنظيمية لقانون حماية المستهلك و قمع الغش، فإن عمل جمعيات حماية المستهلك يبقى جد محدود في غياب آليات عملها بالإضافة إلى عدم وجود المجلس الوطني لحماية المستهلك في الواقع،

كما يمكن ملاحظة أن القانون الجديد جاء أكثر ردية حيث تضمن في هذا المجال ستة و عشرون 26 مادة في مجال العقوبات بالنسبة للمخالفين بالمقابل نص على ثلاثة (03) مواد فقط تخص جمعيات حماية المستهلك إذا استثنينا المادة التي تنص على إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلك، فالجانب الرديجى جد مهم لحماية مصالح المستهلك لكن يبقى غير كاف لوحده فيجب الاهتمام بالمقابل بدور المجتمع المدني ومن خلاله جمعيات حماية المستهلك خاصة في مجال التوعية و الحملات التحسيسية " فقانون حماية المستهلك و قمع الغش الجديد اغفل التركيز على هذا الدور الذي ذهب بالمشروع ان يتداركه من خلال النصوص التطبيقية لهذا القانون و التي لم توضع بعد⁽¹⁾

1- صياد الصادق، مرجع سابق، ص، ص، 150-151

المطلب الثاني : دور الهيآت القضائية في حماية المستهلك :

تحقيقاً لهدف القانون في الحفاظ على النظام في المجتمع وتحقيق العدل بين الناس ، كفل المشرع للمستهلك الذي كان ضحية مخالفة القاعد القانونية ، حق رفع الدعوى للمطالبة بحماية حقوقه .

فحق الالتجاء إلى القضاء هو حق من الحقوق العامة المعترف بها لأفراد المجتمع ، وهو يدخل في نطاق الحريات العامة المكفولة دستوري

فالحماية الإجرائية للمستهلك تتم عن طريق الدعوى التي يرفعها بنفسه للدفاع عن مصالحه وحصوله على الحماية القضائية لحقه الذي اعتدي عليه ، وقد تتم هذه الحماية عن طريق دعوى جماعية تتولاها جمعيات المستهلكين نيابة عن المستهلك والتي تم التعرض لها سابقاً في خلال هذه الدراسة ، والنيابة العامة تحريك دعوى عمومية من تلقاء نفسها في حال المساس بمصالح المستهلك كما سيأتي تفصيله لاحقاً ، ومن هنا تبرز الأهمية الكبيرة لجهاز القضاء بمختلف هيئاته في ضمان حماية وقائية من خلال صلاحيات البحث والتحري من جهة وعلاجية في حالة الاعتداء على هذه المصالح عن طريق ردع المخالفين وتوقيع الجزاء من جهة أخرى .¹

الفرع الأول : دور النيابة العامة في حماية المستهلك :

بحسب الأصل هي المخولة قانوناً بتحريك الدعوى العمومية ، ففي كل حالة يكون فيها مساس بمصالح المستهلكين جريمة ، فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوة العمومية فهي الهيئة المنوط بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون.

ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل ، بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر في تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاة الحكم ، بالإضافة إلى أن النيابة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقاً للقانون²

فتدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتنافى ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف ، إذ يتجلى دورها في مجال حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر مما كان عليه في السابق ، خاصة مع ظهور آفات

1 - صياد الصادق، مرجع سابق،ص،ص،150-151

2 - المادة 140 من دستور 1996م

اجتماعية و اقتصادية جديدة نتيجة لعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك ، وذلك بتوقيع الجزاء المادي الملموس على المحترف متى تسبب بسلوكه في الساس بالمستهلك ، وفي هذه الحالة فالاختصاص محتكر من قبل القاضي ، لهذا فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائيا ، وهذا النوع من وهذا النوع من الجرائم ينظر فيه أمام المحاكم الجزائية¹

الفرع الثاني : دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك :

بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام على مستوى اختصاص إقليم محكمته ، يقوم وكيل الجمهورية بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بالمستهلك ، كما يقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة ليحاكموا وفقا للقانون ، وهو الذي يمثل المجتمع أمام المحاكم ويطالب بتطبيق القانون ، ومن وظيفته تلقي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوي والبلاغات ويقرر ما يتخذ في شأنها ، ويباشر بنفسه أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الحقيقة وعن الجرائم المتعلقة بالنظام العام ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي تنظر فيها ويطعن عند الاقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية² .

وفي مجال السحب المؤقت أو النهائي للمنتوج وتنفيذه من طرف الأعوان المكلفين بذلك فقد أشارت المواد: (59،62،63) من قانون حماية المستهلك وقمع العش على وجوب إعلام وكيل الجمهورية بكل هذه الإجراءات بقولها : " .. ويعلم وكيل الجمهورية بذلك فورا . "

فوكيل الجمهورية له دور أساسي في حماية مصالح المستهلك من خلال البحث والتحري و طلب إجراء التحقيقات والمتابعة في حال تعرض المستهلك لخطر يمس مصالحه المادية أو المعنوية .

الفرع الثالث : دور النائب العام في حماية المستهلك :

النائب العام يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس قضائي ، ويعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبط القضائي على مستوى المجلس القضائي ، وقد خول القانون للنائب العام أن يطلب من غرفة الاتهام النظر في كل أمر من تقع منه مخالفة أو تقصير في أداء عمله ، وقد يباشر النائب العام سلطاته عن طريق أعضاء النيابة العامة كل في حدود اختصاصاته المحلية .

1 - محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دراسة مقارنة في القانون الفرنسي ، مرجع سابق ، ص 673

2 - حملاحي جمال ، مرجع سابق ، ص 10

الفرع الرابع : دور المحكمة في حماية المستهلك :

المحكمة هي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية ، وقد تكون المحكمة الابتدائية أو محكمة الجنايات وتختص المحكمة بالنظر في جميع الدعاوي الناشئة عن أعمال أو أفعال يعتبرها القانون جريمة أيًا كان الشخص الذي ارتكبها ، وللمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالف ونوع الفعل الإجرامي ،

قد تكون المخالفة الصادرة من المحترف لا تكفي لمساءلته فتصدر المحكمة حكما بالبراءة ، أو تكون المخالفة ثابتة في جانب المحترف فتعاقبه وفقا للقانون ، ويجوز للمحكمة إذا كيف الموضوع تكييفًا خاطئًا نقلت به الدعوى من حقيقتها وأعطتها حكما قانونيًا¹.

ان لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه في مواجهة مقدم الخدمة تواجهه الكثير من الصعوبات ، لذا دعا القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة ، والمتضمن المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك ، الحكومات إلى ضرورة وضع التدابير القانونية أو الإدارية لتمكين المستهلك أو المنظمات ذات العلاقة للحصول على تعويض عن طريق إجراءات رسمية تكون سريعة ورخيصة التكاليف وميسرة ،

ففي الغالب نجد المستهلك ينظر إلى القضاء والمحاكم على أنه عالم مجهول ، فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها ، وأنه ضعيف في مواجهة المتدخلين الذين هم أكثر تمرسا منه وأفضل وضعا ماليا منه ، ضف إلى ذلك تكاليف الدعوى (أتعاب المحامي ، الطبيب ، ...) ، وبطء إجراءات التقاضي ، كل يجعل المستهلك في كثير من الأحيان يعزف عن اللجوء إلى القضاء الذي هو حق من حقوقه ووسيلة لحصوله على حقوقه المادية والمعنوية وردع المخالفين من المتدخلين .

الفرع الخامس : تحريك الدعوى العمومية

أضفى المشرع الجزائري حماية المستهلك من خلال سن التشريعات التي تهدف إلى حماية مصلحته التعاقدية ، وكذا مصلحته الصحية وسلاسته .

لقد قام المشرع الجنائي بمقتضى الأمر 66/155 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات بحماية المستهلك من خلال تجريمه للخداع والعش بالإضافة إلى عدة قوانين ومراسيم إلى غاية صدور القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك

1- على بولحية بن بوخيخ ، مرجع سبق ذكره ، ص65

إلا أن أهم ضمانات وضعها المشرع للمستهلك في الدعوى العمومية التي تعتبر اختصاصا أصيلا للسلطة القضائية ..

بمعنى آخر هي تلك الرابطة التي تربط الطرف المتضرر (المستهلك) بالعدالة قصد استيفاء حقه -فالمقصود بالدعوى العمومية ومن أهم الأطراف الذي يحق لهم تحريكها وطبقا لمبدأ الشرعية في القانون الجنائي فلا يحق للسلطة القضائية ولا التنفيذية إنشاء جرائم أو توقيع عقوبات ما لم ينص عليها التشريع¹.

تنص المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية " الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها ويباشرها رجال القضاء أو الموظفين المعهود إليهم بها بمقتضى القانون ، كما يجوز أيضا للطرف المضرور أن يحرك هذه الدعوى طبقا للشروط المحددة في هذا القانون².

تنص المادة 29 من نفس القانون " تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون ، وهي تمثل أمام كل جهة قضائية ، ويحضر ممثلها المرافعات أمام الجهات القضائية المختصة بالحكم ، ويتعين أن ينطق بالأحكام في حضوره ، كما تتولى على تنفيذ أحكام القضاء ولها في سبيل مباشرة وظيفتها أن تلجأ إلى القوة العمومية ، كما تستعين بضباط وأعوان الشرطة القضائية .

أولا :رفع أو تحريك الدعوى العمومية من طرف المستهلك :

ترفع الدعوى أصلا من الشخص الذي وقع عليه الاعتداء وهو صاحب الصفة في رفع الدعوى ، حيث يقوم هذا الأخير برفع الدعوى للحصول على حقه الذي تم الاعتداء عليه جنائيا ، فللمستهلك المواطن العادي الحق في رفع وتحريك الإجراءات الجنائية ضد المتهم وهذه مكنة تمكن الشخص أو المستهلك من تحري العدالة³

إذ أن القاعدة العامة أن النيابة العامة وحدها صاحبة الاختصاص الأصيل برفع الدعوى الجنائية في جميع الجرائم (مخالفة- جنحة- أو جناية) باعتبارها تراعي المصلحة العامة وكون هذه الجرائم تعد اعتداء على مصالح الجماعة .

إلا أن جل التشريعات حرصت على الإبقاء على هذا الحق للمضرور من الجريمة حماية للمصالح الفردية على نطاق واسع ، وعلى ذلك تمكين للمستهلك أن يرفع دعوى جنائية بنفسه للدفاع عن مصلحته أو حقه الذي أعتدي عليه وكون هذه الجرائم تعتبر جرائم اقتصادية مالية تجعل من المستهلك جاهلا بالحقوق

1 - فاطمة بحري . مرجع سابق, ص32

2 - المادة الاولى من القانون 155/66 المتضمن قانون الاجراءات الجزائية

3 - روم عطية موسى نو , الحماية الجنائية للمستهلك من الغش في مجال المعاملات التجارية , دار المطبوعات الاسكندرية

2014, ص. 471

المكفولة له قانونا في مواجهة المنتج أو التاجر أي بمعنى آخر سمح القانون استثناء للمضور بجريمة جنحة أو مخالفة ما عدا الجنايات أن يدعي مباشرة أمام جهة الحكم ، بتكليف المتهم بالحضور أمامها ، هذا الحق مقيد ببعض الجرائم المحددة بالقانون سلفا المادة 337 مكرر " وفي الحالات الأخرى يجب الحصول على ترخيص مسبق من وكيل الجمهورية. وفي كل الحالات فإن المدعي المدني الذي يكلف المتهم تكليف مباشر بالحضور أمام محكمة الجرح أو المخالفات يجب أن يودع مبلغا ماليا أمام كتابة ضبط المحكمة المدعى أمامها يقدر هذا المبلغ وكيل الجمهورية¹.

تانيا : تحريك الدعوى العمومية من طرف جمعية حماية المستهلك :

إذا كان الأصل أن ترفع أو تحرك الدعوى من صاحب الحق نفسه ، فإنه استثناء أناط القانون لهيئات معينة رفع الدعوى لمصلحة جماعية أو مشتركة معينة وهذا ما جاء به القانون 31/90 في مادته 16 الفقرة الثانية التي نصت على أن الجمعية لها الحق في أن تمثل أمام القضاء وتمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية . وتلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية ، ولكي يكون للجمعيات الحق في اللجوء إلى القضاء لا بد أن تتوفر فيها شرطان هما أن تأسيس الجمعية قانونا وله² وبالرجوع إلى القانون 03/09 ولا سيما المادة 21 منه التي جاء فيها " جمعية حماية المستهلكين هي جمعية منشأة طبقا للقانون ، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله .

كما جاء في المادة 23 أيضا من نفس القانون 09/03 : " عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل أو ذات أصل مشترك ، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني بشرط أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي ، أي بمعنى آخر لكي يتسنى لجمعيات حماية المستهلك الادعاء مدنيا أمام القضاء الجزائي ، يجب أن يكون التصرف الذي أقدم عليه مقدم الخدمة يشكل جريمة معاقب عليها جزائيا ، وأن يكون الضرر قد مس المصالح المشتركة للمستهلكين وهناك يمكن لجمعية حماية المستهلك أن : تطالب بالتعويض بقصد إصلاح الضرر الذي لحق بالمصلحة الجماعية وذلك باسم الجمعية ولحسابها كشخص معنوي

1 - عائشة مزاري, علاقة قانون المستهلك بقانون المناقسة , مطكرة لنيل شهادة ماجستير, جامعة وهران, 2013, ص 235

2 - عبد الله اوهابية , مرجع سابق , ص 68

ثالثا : تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة :

تحريك الدعوى العمومية هو أو إجراء تقوم به النيابة العامة للمطالبة بتطبيق قانون العقوبات على من أخل بنظام الجماعة بمخالفة أوامر ونواهي القوانين العقابية . حيث تتمثل إجراءات تحريك الدعوى العمومية بطلبات وكيل الجمهورية لقاضي التحقيق يفتح تحقيق طبقا للمادة 67 ق ! ج وإقامة الدعوى أمام محكمة الجناح والمخالفات بتكليف المتهم بالحضور أمامها والمثول الفوري أمام العدالة للمتلبس بجنحة التلبس طبقا للمواد 39 مكرر إلى 39 مكرر 7 , وكون المستهلك المتضرر قد يتعرض أمام مقدم الخدمة بجريمة الإعلانات الكاذبة أو جريمة الخداع أو الغش .

أن تحقيق الحفاظ على النظام في المجتمع وتحقيق الحماية الجزائية للمستهلك التي تتم عن طريق الدعوى التي يرفعها بنفسه ، وقد تتم هذه الحماية بدعوى جماعية تتولاها جمعية حماية المستهلك ، كما أن للنيابة العامة حق تحريك الدعوى العمومية في هذا المجال من تلقاء نفسها في حالة المساس بمصالح المستهلك فالنيابة العامة هي صاحبة الاختصاص الأصلي في ذلك فهي الهيئة المنوط بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون . فتدخل النيابة في المجال التجاري والاقتصادي يتجلى دورها في حماية المستهلك وذلك بتوقيع الجزاء المادي المحسوس (الملموس) على مقدم الخدمة متى تسبب بسلوكه في المساس بالمستهلك ، فالسلطة القضائية هي الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفين متى شكلت سلوكياتهم نوع من الجرائم التي يعاقب عليها القانون جنائيا . حيث يقوم وكيل الجمهورية بتحريك الدعوى العمومية ضد مرتكبي المخالفات وبيباشر بنفسه جميع الإجراءات اللازمة أما في مجال حماية المستهلك فيما يخص إجراء الخبرة ، فإن الأعوان المكلفين بذلك يحيلون ملف الخبرة إلى وكيل الجمهورية ، وكذلك تقوم المخابر تقديم الكشوفات والذي يحيله بدوره إلى قاضي التحقيق والذي يحيله بدوره إلى القاضي المختص إذا ما رأى أنه يجب الشروع في المتابعة فوكيل الجمهورية له دور أساسي في حماية المستهلك من خلال البحث والتحري وطلب إجراء التحقيقات والمتابعة في حال تعرض المستهلك لخطر يمس مصالحه المادية أو المعنوية بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه المحكمة بمرحلة أخيرة من مراحل الدعوى العمومية وذلك بسألة المحترف ، كما لها أن تصدر أحكاما - حجز المنتجات موضوع المخالفة واتلافها وإصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرة تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة¹

1 - الصادق صياد . مرجع سابق , ص ص155-157

خلاصة الفصل الثاني :

لقد تناولت في هذا الفصل الضمانات التي وضعها المشرع لحماية المستهلك , وهذه الضمانات تتمثل في هيئات اسندت اليها مهمة الرقابة وتطبيق القواعد الموضوعية ,

ومن الهيئات التي تناولتها في هذا الفصل الهيئات الاقتصادية المستقلة والهيئات القضائية باضافة الى جمعيات حماية المستهلك .فالهيئات لها دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد الموضوعية كما انها تكفل حماية للمستهلك في كل جوانبه وهي تعتبر الاقرب للمستهلك في التفاعل وايضا لجمعيات حماية المستهلك دور فعال في حماية مستهلك خدمات الاتصال

خاتمة

ختامنا لبحثي يمكن القول ان حماية المستهلك في بلادنا اصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع خاصة وان الجزائر قد توجهت الى الاقتصاد الحر الذي ادى الى عجز الانظمة القانونية التقليدية التي اصبحت غير كافية لحماية المستهلك في مجال خدمات الاتصال فتنبنى المشرع الجزائري نظام اكثر ملائمة مع متطلبات الوضع الراهن وذلك من خلال وضع مجموعة من الضمانات التي تحمي المستهلك اضافة الى قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 .

حيث اكد المشرع الجزائري اهتمامه بضمان حماية المستهلك وذلك بغرض رقابة على السوق تمارسها سلطات الضبط المستقلة في هذا المجال كسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية بالاضافة الى دور جمعيات حماية المستهلك التي لعبت دورا كبير في تجسيد فكرة حماية المستهلك واخير الى الهيئات القضائية التي ساهمت هي الاخر في حماية المستهلك من خلال فرض عقوبات على المخالفين

وبعد استعراضنا اهم ضمانات التي كرسها المشرع لضمان وسلامة وحماية المستهلك نصل الى جملة من النتائج المتعلقة ببعض الضمانات التي اعطيت في نطاق حماية المستهلك من خلال قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نوردها في مايلي :

- اهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر , وبرغم الجهد الكبير الذي تقوم به مختلف الهياكل والهيئات والجمعيات والخدمات كما رأينا سابقا فان اهم دور يمكن ان يحقق افضل حماية للمستهلك هو وعي المستهلك نفسه بحقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر التي تحدق به .

ونقترح في هذا المجال تخصيص برامج ارشادية وتثقيفية وادخالها حتى في المناهج التعليمية بدءا من المرحلة الابتدائية , فيزداد وعي المستهلك وتبصيره بحقوقه , وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهها الى ما يحقق له القدر الاكبر من الحماية .

- ان نجاح قانون حماية مستهلك وقمع الغش 03/09 في تحقيق افضل حماية ممكنة للمستهلك في مجال خدمات الاتصالات , لايتوقف على نصوص هذا القانون فحسب بل يمتد لأبعد من ذلك بتضافر جميع الجهود من اجهزة الرقابة كسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الى دور جمعيات حماية المستهلك الى دور القضاء الى المستهلك نفسه .
- كما يجب على كل هذه الاجهزة وغيرها ان تساهم بطريق مباشر او غير مباشر كل في مجال تخصصه في زيادة الوعي لدى المستهلك وتعريفه بحقوقه والمخاطر التي تواجهه .
- وكننتيجة توصلنا إلى أن المشرع أنشأ سلطة إدارية مستقلة - نسبية - لضبط سوق الاتصالات السلكية و اللاسلكية على غرار السلطات الإدارية المستقلة المؤسسة على مستوى القطاعات الاقتصادية الأخرى المحررة، و منحها سلطات هامة و متنوعة لتحقيق دور ضبط سوق الاتصالات.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أ- الكتب:

1. أسامة أحمد بدر، «حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني» دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005
2. بلحاج العربي، «الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة)»، دار النشر 2010
3. بوجملين وليد، سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري، دار بلقيس للنشر، الجزائر 2015
4. البكري تامر، التسويق أسس ومفاهيم، الطبعة العربية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 219
5. بودالي محمد، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري (دراسة مقارنة مع القوانين فرنسا و ألمانيا و مصر، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، 2007،
6. دهش جلاب احسان، التسويق وفق منظور فلسفي ومعرفي معاصر، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010،
7. سعداوي سليم، حماية المستهلك، الجزائر نموذجاً، دار الخلدونية، 2009،
8. صالح المؤذن محمد، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008
9. الطائي حميد واخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2006 .
10. عليان ربحي مصطفى، أسس التسو حميد الطائي بشير العلاق، تسويق الخدمات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009،
11. عزام زكرياء و آخرون، مبادئ التسويق الحديث، دار المسيرة لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008
12. علي ابراهيم، منظمة التجارة العالمية، جولة أرجواري و تقنين نصب العالم، دار النهضة العربية القاهرة، 1998

المجلات:

1. بلحشرش نوال ، الدور التحسيسى و الإعلامى لجمعيات حماية المستهلكين فى الجزائر، مجلة الندوات للدراسات القانونية، العدد الأول، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 2013
2. بن بوخيس على يحيى جهاز الرقابة ومهامه فى حماية المستهلك ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية ، الج ر 39 ، عدد 91، 2002
3. سي يوسف زاهية ، الرقابة عن طريق الجمعيات حماية المستهلك، مجلة البحوث و الدراسات القانونية و السياسية ، كلية الحقوق ، جامعة البلدية ، العدد 02 جانفى 2012
4. ساوس خيرة ، حق الجمعيات فى التقاضى، مجلة دفاتر السياسة و القانون، كلية الحقوق ،قانون لمندى الجزائري(دراسة مقارنة)، دار النشر 2010.
5. عاشور نصر الدين ، ضمانات حماية المستهلك بموجب قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك ، مجلة العلوم الانسانية، العدد محمد خيضر بسكرة، 2017 -
6. هامل الهوارى، دور الجمعيات فى حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية و الادارية، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، عدد خاص أبريل 2005

ت- الندوات و الملتقيات:

1. جبار أمال، دور مجلس المنافسة فى تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة فى الملتقى الوطنى التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة ، كلية الحقوق و العلوم السياسية،جامعة الدكتور طاهر مولاي بسعيدة يومى، 17 و 18 نوفمبر 2015
2. عيافى عماد الدين ، مداخلة ضمن أعمال الملتقى الوطنى الخامس، بكلية الحقوق بجامعة 1955/ 08/ 20 بسكيكدة، حول حماية المستهلك فى ظل القانون رقم 03 /09 ، أيام 08-09 نوفمبر 2010..
3. المرسوم التنفيذى رقم 90
4. الشاهد الياس ، دور أجهزة الرقابة فى حماية المستهلك فى الجزائر " مجموعة أعمال الملتقى الوطنى حول حماية المستهلك فى ظل الانفتاح الاقتصادى، المركز الجامعى الوادى ، أيام 13-14 أبريل 2008
5. عبد الكريم الخانق سناء ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات فى عمليات إدارة المعرفة، الملتقى الدولى حول اقتصاد المعرفة، جامعة بسكرة الجزائر، نوفمبر 2005

قائمة المراجع:

6. قش كريم ، دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك، مجموعة أعمال ملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"المركز الجامعي الوادي أيام 13-14 افريل 2008.
7. لموشية سامية ، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة في الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية و الإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أفريل 2008،
8. ماديو ليلي ، تكريس الرقابة القضائية على سلطات الضبط المستقلة في التشريع الجزائري، أعمال الملتقى الوطني حول السلطة الادارية المستقلة، سنة 2007 ص

ث- الرسائل الجامعية:

1. ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-
2. البحري فاطمة ،الحماية الجنائية للمستهلك ،بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2012
3. رحموني موسى ،الرقابة القضائية على سلطات الضبط المستقلة في التشريع الجزائري،مذكرة ماجستير في العلوم القانونية و الادارية، تخصص قانون إداري و إدارة عامة، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة باتنة، 2012-2013
4. زعمي عمار ، حماية المستهلك في الجزائر نسا وتطبيقا ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق تخصص الاعمال ,كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر , بسكرة , 2007/208
5. شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو 2012
6. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الإدارية تخصص قانون أعمال،جامعة قسنطينة، 2013،2014
7. طه حسين نوي، التطور التكنولوجي و دوره في تفعيل إدارة المعرفة بمنظمة الأعمال، أطروحة دكتوراه،(غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر 2010 / 2011

قائمة المراجع:

8. قوراري مجدوب ,سلطات الضبط في المجال الاقتصادي (لجنة تنظيم ومراقبة عمليات البورصة وسلطة الضبط للبريد والمواصلات نموذجين),مذكرة ماجستير في القانون العام ,كلية الحقوق ,جامعة تلمسان ,السنة الجامعية2009/2010
9. كحال سلمى، مجلس المنافسة و ضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس،2009/2010
10. كموش نوال ، حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر،2011.2010
11. لحراري (شالغ) لويزة ، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش و قانون المنافسة ، مذكرة ماجستير في القانون ، المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمّر

ج - المراسيم القانونية

1. المادة 140من دستور 1996م
2. القانون رقم 89 / 02 المؤرخ في 07 / 02 / 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06 المؤرخ في 08 / 02 / 1989، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1989
3. القانون رقم 05/10 المتعلق بالمنافسة
4. القانون رقم 06/12 المؤرخ في 12/01/2012 المتعلق بالجمعيات الجريدة الرسمية العدد 2012
5. لمرسوم التنفيذي رقم 90 / 266 مؤرخ في 31 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات (جريدة رسمية عدد 40 لسنة 1990) و هو من النصوص التطبيقية للقانون 89 / 02.
6. المرسوم التنفيذي رقم 11/241 المؤرخ في شعبان 1432 الموافق ل 8 يوليو 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة ، الجريدة الرسمية عدد 39 صادرة في 13 جويلية

د- المراجع باللغة الاجنبية:

1. Kotlerdubi, marketing managment, 14é edition français, réallitée, par delphine manceau, paris, france, 2003,p464.
2. jean-philippe kovar ,jerame lasserre capdeville, droit de la régulation bancaire RB edition,2012 pn (traduction en arabe)

الملاحق