

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

محاضرات حول قانون الاستهلاك
والتجارة الإلكترونية

ألقيت على طلبة السنة الأولى ماستر: تخصص قانون الأعمال
(السداسي الأول)

من إعداد: د. قوسم غالية
أستاذة محاضرة "ب"

السنة الجامعية 2020 - 2021

مقدمة

مادة قانون الاستهلاك والتجارة الإلكترونية هي مادة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، حيث تتيح هذه المادة للطلاب معرفة قانون الاستهلاك والأسباب التي أدت إلى نشأته وتطوره التاريخي ونطاق تطبيقه، وكذا معرفة الحماية المقررة للمستهلك والقوانين التي تحمي المستهلك الإلكتروني من خلال الآليات القانونية التي كفلها المشرع الجزائري لحماية حقوقه المادية والمعنوية في ظل قوة المتدخلين ماديا ومعرفيا وجهل المستهلك لحقوقه، حيث تهدف هذه المادة إلى تمكين الطلبة من الإلمام بالنصوص القانونية التي تحمي المستهلك التقليدي أو الإلكتروني خصوصا القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش(المعدل والمتمم)⁽¹⁾، والقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽²⁾، وهذا في الجزائر.

أدت التنمية الاقتصادية إلى ظهور نوع من المجتمع تم تكييفه بـ "مجتمع استهلاكي"، بالتالي كان من الضروري تنظيم العلاقات الناتجة عن هذا الاستهلاك، ومن هنا ولد "قانون الاستهلاك" في البلدان الغنية. لا يمكن تبرير وجود قانون الاستهلاك دون الحق في الاستهلاك وهو الحق في الحصول على ما هو ضروري للطعام والملبس والسكن والعلاج، باختصار لتلبية على الأقل، احتياجات الإنسان الأساسية، بالطبع، يذهب هذا الحق في الاستهلاك إلى أبعد من ذلك بما أنه يمكن اعتباره كذلك هو حق كل إنسان في الوصول إلى الثروات المنتجة من قبل مجتمعا.

الحق في الاستهلاك ليس امتيازاً مرتبطاً بالثروة، فهو موجود في أي مجتمع، حتى الأقل تطورا، لأن صفة الإنسان هي الوحيدة التي تمنح لكل فرد، في مجتمع معين، الحق في الوصول إلى المنتجات التي تسمح للإنسان أن يكون له وجود لائق وكريم بقدر الإمكان.

الحق في الاستهلاك هو، في نهاية المطاف، ناتج عن الحق في الحياة، وحق كل شخص في العيش بكرامة. في الدول الغنية، بدأ التركيز على أفضل تربية للاستهلاك، بحيث يجب أن يتعلم كل مستهلك أن يستهلك بشكل أفضل وأن يستهلك بشكل مختلف أيضا.

لقد أحدثت نماذج الاستهلاك المكثفة بالفعل أثارا ضارة في البلدان النامية وجعلت من المرغوب والعاجل وضع قانون الاستهلاك في جميع البلدان، حتى الأشد فقرا. يجب أن يكون أي شخص، غنيا أو فقيرا، قادرا على المطالبة بممارسة الحقوق الممنوحة عادة للمستهلكين.

لقد أسهم التطور التكنولوجي والمعلوماتي واتساع شبكة الإنترنت إلى حدوث تغييرات وتطورات مسّت جميع الميادين، وامتد استعمال الرسائل الإلكترونية والإنترنت إلى المجال الاقتصادي والتجاري، وأدى إلى حدوث

¹ - قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد15، الصادر في 8 مارس 2009 معدل ومتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، ج.ر.ج.ج. عدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.

² - قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج. عدد 28، الصادر في 16 ماي 2018.

تغيرات جوهرية في بيئة الأعمال التجارية، وظهر نمط جديد من أنماط التجارة ألا وهو "التجارة الإلكترونية" والتي أصبحت من بين القطاعات الأسرع نموا في الاقتصاد العالمي وذات أهمية كبرى باعتبارها مجالا خصبا وعاملا مؤثرا في زيادة المقدرة في تسويق المنتجات وتوفير المعلومات والخدمات التجارية الإلكترونية، وهذا ما أدى إلى تأثر النظام القانوني لعقود الاستهلاك التقليدية وعرف ما يسمى بالعقود الاستهلاك الإلكترونية، والذي يعتبر المستهلك أو ما يسمى في هذا المجال بالمستهلك الإلكتروني أحد أطرافه الأساسية، ونظرا لكون مجال التجارة الإلكترونية تتعدد فيه المخاطر التي يتعرض لها هذا الأخير، هنا ظهرت الحاجة الملحة إلى حمايته.

في الجزائر، أزم المؤسس الدستوري السلطات العمومية على العمل على حماية المستهلكين، بشكل يضمن لهم الأمن والسلامة والصحة وحقوقهم الاقتصادية، وبذلك أصبحت حماية المستهلكين واجبا دستوريا يقع على عاتق السلطات العمومية.

وبالتالي سنركز بحثنا من خلال المحاضرات، ووفقا للبرنامج المخصص للمادة المعنية، على مضمون الإطار القانوني الخاص بحماية المستهلك سواء التقليدي أو الإلكتروني في الجزائر، ومن أجل ذلك سنقوم بتحديد الإطار المفاهيمي لقانون حماية المستهلك (الفصل الأول)، ثم نتطرق لتلك الحماية (الفصل الثاني).

الفصل الأول: تحديد الإطار المفاهيمي لقانون حماية المستهلك

يجب أن يكون قانون الاستهلاك ترجمة تشريعية وتنظيمية للأخلاقيات الاقتصادية التي بموجبها يجب عدم تسليم المستهلك باليد والقدم إلى أولئك الذين يمتلكون سلطة المال أو الذين هم في حالة احتكار، وبشكل أكثر تحديدا، يجب أن تؤدي كرامة المستهلك البشري إلى الاعتقاد بأنه يجب عليه أن يتصرف كمستهلك مسؤول، ولكن من الضروري أحيانا مساعدة المستهلك على تحمل المسؤولية وعدم الاستسلام لصفارات إنذار المجتمع الاستهلاكي عندما لا تسمح موارده المالية بذلك.

باعتبار قانون الاستهلاك يضم مجموعة القواعد التي تنظم العلاقات الناتجة عن الاستهلاك، فهو يطبق على عقد الاستهلاك وهو عقد يبرم بين طرفين يسمى الأول المستهلك ويسمى الثاني المهني، فالأطراف في عقد الاستهلاك هي التي تضي عليه هذه الصفة، وتعطيه خاصيته التي تميزه عن غيره من العقود.

إن عقد الاستهلاك ليس من العقود الخاصة لأن مفهومه يتسع ليشمل عددا من العقود الخاصة، إن لم نقل كل هذه العقود، ذلك أن هذه الأخيرة تختلف طبيعتها باختلاف صفة أطرافها، وتصبح عقود استهلاك كلما اكتسب أحد أطرافها صفة المستهلك واكتسب الآخر صفة المهني، يطبق ذلك على عقد القرض أو عقد الوديعة أو عقد الإيجار أو عقد المقاولة أو أي عقد آخر يكون محله تقديم منتج، ولذلك فإن معرفة عقد الاستهلاك تقتضي معرفة أطرافه وموضوعه.

لقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها لتحدث ثورة جديدة في نطاق أنظمة التجارة في تاريخ البشرية، فعبير شبكة الإنترنت أصبح كل شيء قابلا للشراء ببساطة بواسطة أي حاسب آلي متصلا بالشبكة في أي مكان، وأمام

تقنيات ثورة الاتصالات هذه، وما نتج عنها من بعد مكاني وجغرافي بين أطراف العقد الإلكتروني، يثور التساؤل حول مدى إمكانية تطبيق قواعد قانون حماية المستهلك في هذا المجال.

نتطرق من خلال هذا الفصل إلى ماهية قانون حماية المستهلك **(المبحث الأول)** ونطاق تطبيقه في الجزائر **(المبحث الثاني)**، ثم نبحت عن مدى إمكانية تطبيقه في مجال التجارة الإلكترونية **(المبحث الثالث)**.

المبحث الأول: ماهية قانون حماية المستهلك

يحتاج المستهلكون جميعا إلى الاطمئنان من ناحية السلع والخدمات التي يحصلون عليها، وأنهم سوف يستفيدون من المنتج الذي تم شراؤه بشكل كامل، أو حتى من خدمة ما مقابل ما يدفعونه من مال، فماذا لو كانت المنتجات والخدمات غير مرضية؟ أو بها عيوب تجعل المنتج غير قابل للاستفادة منه، من هنا جاءت أهمية وضع الدول قانون حماية المستهلك، والذي يحفظ حقوق المستهلك من وجود عيوب بالمنتج، أو أي مشكلات أخرى تظهر في عملية الاقتناء.

لدراسة ماهية قانون حماية المستهلك، يتطلب دراسة مفهومه **(المطلب الأول)** وتقديم لمحة عن تطوره التاريخي **(المطلب الثاني)**، ثم نتناول التطور القانوني لحماية المستهلك في الجزائر **(المطلب الثالث)**.

المطلب الأول: مفهوم قانون حماية المستهلك

لتحديد مفهوم قانون حماية المستهلك، يتعين تعريفه وبيان أساس وجوده **(الفرع الأول)**، ثم نتطرق إلى طريقه **(الفرع الثاني)**، وأخيراً نتناول علاقته بالقوانين الأخرى **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول: تعريف قانون حماية المستهلك وأساس وجوده

نتطرق أولاً إلى تعريف قانون حماية المستهلك ثم إلى أساس وجوده.

أولاً: تعريف قانون حماية المستهلك

يُعتبر قانون الاستهلاك فرعاً مستقلاً بحد ذاته يتميز بخصائص قانون الأعمال، حيث يتمحور مجاله في العلاقة التي تربط بين المؤسسات الاقتصادية مهما كانت طبيعتها القانونية بالمستهلكين في ظلّ مناخ الأعمال. يُقصد من قانون الاستهلاك مجموعة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي تهدف إلى حماية المستهلك وضمان حقوقه في مواجهة المتعاملين الاقتصاديين الذين يمارسون نشاطات اقتصادية في السوق الخاضع لقانون المنافسة⁽¹⁾.

في الجزائر، يتمثل قانون الاستهلاك أساساً في قواعد قانون حماية المستهلك لسنة 2009 والذي تليه سلسلة من النصوص التطبيقية والتنظيمية لتأطير المجال القانوني لحماية المستهلك، وتجدر الإشارة إلى أنه قد سبقته بعض النصوص كمحاولة من المشرع لإضفاء حماية أكبر للمستهلك منها إضافة المادة 140 مكرر من

¹ - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، بيت الأفكار، الدار البيضاء، 2019، ص. 3.

التقنين المدني الصادر في سنة 2005⁽¹⁾، والتي كرّست المسؤولية المدنية للمنتج وغيرها من النصوص التي يُحاول المشرّع بموجبها رسم الخطوط العريضة للسياسة الاقتصادية للبلاد كان آخرها صدور القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

يُقصد، انطلاقاً مما سبق ذكره، بقانون حماية المستهلك: « مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم العلاقة بين المستهلك والمتعامل الاقتصادي وكلّ متدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك، سواء سلعة أو خدمة، والهدف منها حماية المستهلك»⁽²⁾.

ثانياً: أساس وجود قانون حماية المستهلك

يتأسس وجود قانون حماية المستهلك على ثلاث ملاحظات:

- المستهلكون هم في مرتبة ضعف أمام المتعاملين الاقتصاديين.
- الوظيفة الأساسية للقانون هي حماية الضّعيف من القوي.
- عجز القانون المدني التقليدي عن تأمين حماية المستهلكين.

1- المستهلكون في مرتبة ضعف أمام المتعاملين الاقتصاديين

أكدت مختلف الدراسات التي اهتمت بتطور حماية المستهلك على وجود فجوة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، فالأولون هم في مركز أسمى بالمقارنة بالمستهلكين، ويظهر ذلك من خلال العقود التي تُبرم بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك والتي توصف بأنها من عقود الإذعان التي تتضمن شروط مسبقة يُملئها المتعامل الاقتصادي مسبقاً، وما على المستهلك إلاّ قبولها أو رفضها. كان من الضروري، في هذا الإطار، تدخّل التشريعات لوضع حدّ للممارسات التعسفية التي يمكن أن يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك⁽³⁾.

يتمثل الأساس القانوني لحماية المستهلك في ضعف مركزه القانوني باعتباره الطرف الضّعيف تقنيا واقتصاديا في علاقته مع المهني المحترف الذي يملك القدرة الاقتصادية والخبرة الفنيّة الكبيرة في عقود الاستهلاك. وبما أنّ العلاقة التي تنشأ بين المستهلك والمهني تفرضها مقتضيات الحياة الاجتماعية والاقتصادية القائمة، فلا بدّ من البحث عن القواعد والنظم القانونية الكفيلة بتوفير الحماية التي يحتاجها المستهلك بهدف ضبط التوازن العقدي بين طرفي العقد، وتحقيق التوازن بين المصالح المتعددة، وصولاً لازدهار المجتمع. لن يتحقّق هذا

1 - حيث نصت المادة 140 مكرر/1 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج. عدد 78 الصادر في 30 سبتمبر 1975، (معدل ومتمم) على ما يلي:

" يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية."

2 - راجع المادتين 1 و 2 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

3 - إريزيل الكاهنة، "الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري،

تيزي وزو، عدد 2، 2011، (ص.ص. 123-149)، ص.ص. 127 - 128.

الأمر إلا من خلال فرض التوازن بين المطالب المتناقضة، أي تحقيق التوازن ما بين مصلحة المنتج أو المهني وحماية المستهلك.

2- الوظيفة الأساسية للقانون هي حماية الضعيف من القوي

تتمثل الوظيفة الوحيدة للقانون أو على الأقل الوظيفة الأساسية له في حماية الضعيف من القوي، لأن الحياة في المجتمع غير ممكنة لوجود أشخاص يقعون دائماً ضحية للتعسف السلطوي. يهدف القانون بحمايته للضعفاء إذن إلى تنظيم مجتمع يسوده السلام، دون الوقوع في المثالية المفرطة. يمكن القول بأنّ الفعالية تلتحق هنا بالآداب والأخلاق، وبما أنّ الاتفاق قائم حول حماية الفلاحين والأجراء والتجار والصغار، فلما لا تكون هي نفسها الأسباب للدافعة لحماية المستهلك.

يحتاج المستهلك إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وتتبع أهمية توفير حماية المستهلك من أنّه يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، فالرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين، ومقدمي الخدمات لاتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة.

3- القواعد العامة في القانون المدني عاجزة عن تأمين حماية المستهلكين

توجد، بالفعل، حلول في القانون المدني ضدّ بعض حالات عدم التوازن التعاقدية: نظرية عيوب الرضا⁽¹⁾ ونظرية الضمان في البيع⁽²⁾. لكن لا يمكن للمستهلك الوصول إلى حلول القانون المدني هذه لأنّها تقتض طعون قضائية فردية وهذا، بعد إبرام العقد وحتى بعد تنفيذه.

من أجل ضمان توازن العلاقات بين المستهلكين والمهنيين يتعيّن على المشرّع وضع قواعد أكثر فعالية من قواعد القانون المدني. إنّ الاستهلاك ظاهرة جماهيرية. غالباً ما تكون المصالح صغيرة، إذا درسناها حالة بحالة. ولكن، إذا جمعناها تصبح بالغة الأهمية من حيث أبعادها المكانية والزمنية.

يجب أن تكون للقواعد الجديدة دور وقائي وجماعي لم توجد في القانون المدني. نحاول مثلاً سحب المنتجات من السوق قبل تسبّبها في إحداث الأضرار أو إزالة الشروط التعسفية قبل إبرام العقود.

الفرع الثاني: طرق قانون حماية المستهلك

يستعمل المشرّع الجزائري طرقاً متعددة لخلق التوازن في العلاقات بين المهنيين والمستهلكين تُقدّم بصفة ثنائية، وهذه الأخيرة هي محل اختيار للمشرّع. بصفة عامة، هذه الطرق مستعملة بالجمع.

أولاً: أغلبية نصوص قانون حماية المستهلك آمرة

1 - أنظر المواد 81 و82 و86 و87 و89 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

2 - مثلاً في ما يتعلق بضمان العيب الخفي في المبيع راجع المادة 379 وما يليها من الأمر رقم 75-58 نفسه.

أغلبية نصوص قانون الاستهلاك آمرة تلقي التزامات على عاتق المهنيين وترتب عقوبات. ولكن يوجد في هذا القانون قواعد غير ملزمة ويوصى المهنيون باحترامها.

ثانياً: الإعلام والحماية

إعلام المستهلكين يعني الاعتراف بأنهم قادرين على الدفاع عن مصالحهم بأنفسهم، والقانون يخول لهم الوسائل لذلك. حماية المستهلكين تعني أنهم على الرغم من معرفتهم المسبقة بالإعلام، يمكنهم أن يقعوا ضحية التعسف، حيث لا يمكنهم تقاضي ذلك: وهذا، فالقانون يُزيل مباشرة هذه التعسفات (الإساءات). إلزام الإعلام وتأسيس آجال للتفكير تعاد إلى الطريقة الأولى (الإعلام)، في حين يعود إلغاء الشروط التعسفية أو تنظيم مضمون العقد إلى الطريقة الثانية (الحماية). يرجع الاختيار بين هاتين الطريقتين إلى التجربة (الخبرة) وليس إلى الاستدلال.

ثالثاً: الوقاية والتعويض

تتجنب بعض الأحكام الضرر للمستهلكين، مثلاً: الأحكام التي تؤدي إلى سحب المنتجات الخطيرة من السوق أو إزالة بعض الشروط التعسفية في أنواع العقود، وأحكام أخرى تهدف إلى تعويض الضرر المحقق مثلاً: في حالة المسؤولية الناشئة عن فعل المنتجات أو إلغاء الشروط التعسفية في العقود المبرمة سابقاً. والجمع بين الطريقتين ضروري، فالوقاية أفضل. لكن، ولأنه لا يمكن توقع كل الحالات، نجد أن المشرع لا يهمل التعويض.

رابعاً: وسائل فردية، ووسائل جماعية

تعود الحلول الفردية إلى تصوّر تقليدي للقانون الخاص: كلّ عقد متميز عن غيره وكل ضحية لها حقوق خاصة بها، وقانون الاستهلاك يدعم هذه الحلول الفردية بالتنظيم، مثلاً: المسؤولية الناشئة عن فعل المنتجات. لكن الاستهلاك ظاهرة جماهيرية، ولهذا أسست القوانين المعاصرة حلولاً جماعية للحماية.

غالباً ما تكون لقواعد الوقاية ميزة جماعية: تجنّب مصدر الأضرار، يعني حماية كلّ المستهلكين الذين يمكن أن يقعوا ضحايا. هنالك حلول جماعية ذات طابع إجرائي مثل: الطعون التي ترفعها جمعيات المستهلكين.

الفرع الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى

لقانون حماية المستهلك علاقة وطيدة مع مختلف القوانين الأخرى لما يتّسم به من روابط وثيقة بها وأهمّها: القانون المدني والقانون التجاري وقانون العقوبات وقانون الإجراءات وقانون المنافسة وقانون حماية البيئة.

أولاً: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون المدني

يُنظّم القانون المدني أساساً- باعتباره الشريعة العامة- كافة العلاقات بين مختلف الأفراد دون تمييز بين نوع التصرف أو صفة القائم به. وعليه، فإنّ قانون حماية المستهلك يُنظّم علاقات معينة تتمثّل في العلاقات بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين أو كلّ متدخل في عملية العرض. كلا القانونين المدني وحماية المستهلك يؤثر ويتأثر بالآخر، لأنّ العلاقة بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك تكون محل عقود القانون الخاص في

بعض الحالات. والأمر كذلك في مجال ضمان العيوب الخفية التي تحوز على أهمية خاصة للمستهلك وتدخل ضمن مجال أو نطاق قانون حماية المستهلك⁽¹⁾. وبالتالي، فبعض نظريات القانون المدني مثل: الالتزام بالإعلام تحوز على أهمية خاصة للمستهلكين⁽²⁾.

ثانياً: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون التجاري

لا يهتم قانون حماية المستهلك بالتجار فقط، لكن بكل المتعاملين الاقتصاديين والمتدخلين في عملية العرض للاستهلاك (عرض سلع أو خدمات)، في حين يهتم القانون التجاري بالتجار فقط⁽³⁾. لكن هناك أحكام في القانون التجاري يمكن ربطها بقانون حماية المستهلك مثلاً كتلك المتعلقة بتنظيم الأساليب التجارية كالإشهار وتلك المتعلقة بتحديد من هو التاجر وشروط اكتساب هذه الصفة باعتباره قد يكون هو الطرف الثاني إلى جانب المستهلك في عقد الاستهلاك، حيث يعتبر التاجر في هذه الحالة هو المتدخل⁽⁴⁾.

ثالثاً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون العقوبات

يتضمن قانون العقوبات أحكاماً عقابية تخص حماية المستهلك، كما يتضمن قانون حماية المستهلك أيضاً أحكاماً جزائية تعاقب على الأفعال المخالفة لنصوصه والتي تمس بأمن وصحة وأموال المستهلك وكيفية مراقبتها من طرف ضباط الشرطة القضائية وأعاون ومفتشي الإدارة بما يؤكد الصلة الوثيقة بين القانونين⁽⁵⁾.

رابعاً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون الإجراءات

لقانون الإجراءات دور وتأثير على قانون حماية المستهلك سواء تعلق الأمر بقانون الإجراءات المدنية⁽⁶⁾ أو الجزائية⁽⁷⁾، لأنه يجب تسهيل الوصول إلى العدالة، وفي هذا الشأن تم تبسيط الإجراءات واستفادت الجمعيات من حقّ النقاضي لحماية المستهلكين

1 - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، 2000، ص ص. 21 - 22.

2 - كإلتزام البائع بإعلام المشتري ببيان المبيع وأوصافه الأساسية؛ راجع المادة 352 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

3 - حيث عرفت المادة الأولى من الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري (ج.ر.ج.ج. عدد 101، الصادر في 19 ديسمبر 1975، (معدل ومتمم))، التاجر كما يلي:

" يعد تاجراً كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً ويتخذه مهنة معتادة له، ما لم يقض القانون بخلاف ذلك."

4 - حددت المطة السابعة من المادة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك، المقصود بالمتدخل في مفهوم أحكام هذا القانون كما يلي:

" المتدخل: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

5 - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 22.

6 - قانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.ج. عدد 21، الصادر في 23 أبريل 2008.

7 - أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج.ج. عدد 48 الصادر في 10 جوان 1966 (معدل ومتمم).

خامسًا: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة

نجد من بين الوسائل القانونية للانتقال من الاقتصاد الميسر إلى اقتصاد السوق قانون المنافسة باعتباره «مجموعة من القواعد التي تحكم التنافس بين المؤسسات الاقتصادية من أجل البحث والحفاظ على الزبائن»⁽¹⁾، في حين أنّ قانون حماية المستهلك هو مجموعة من القواعد القانونية التي تحكم العلاقة بين المتعاملين الاقتصاديين أو كلّ متدخل في عملية عرض سلعة و/أو خدمة للاستهلاك وفئة خاصّة من الزبائن وهي المستهلكين، وهي قواعد تهدف إلى حماية المستهلكين.

لاشكّ أنّ المسألة التي أصبحت اليوم محل رعاية واهتمام من قبل الدّول، هي مسألة العناية بمصالح المستهلكين والتكفل بها في إطار قوانين المنافسة⁽²⁾، فإذا كانت المنافسة تهدف إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية، فإنّ غايتها النهائية هي خدمة المستهلكين وإسعادهم⁽³⁾.

إنّ الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك أمر فرضته قواعد اقتصاد السوق على أساس أنّ هناك متعاملين يمارسون التّجارة والصّناعة، عملية الإنتاج وعملية التوزيع في جو تنافسي بشرط أن يكون مشروعًا، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، وجود مستهلكين يقتنون مختلف السلع والخدمات التي يعرضها المتعاملون الاقتصاديون في السوق مقابل دفعهم لأثمان.

غير أنّ تلك الموازنة ليست متكافئة على أساس أنّ المتعامل الاقتصادي هو الطرف القوي والمستهلك هو الطرف الضّعيف، أي طغيان النشاط التنافسي على حقوق المستهلك⁽⁴⁾. ومن هنا، يتدخل كلّ من قانون المنافسة وقانون الاستهلاك لمحاولة فرض التكافؤ بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك، وهذا بفرض شروط ممارسة المنافسة في السوق على المتعامل الاقتصادي من جهة، واحترام وحماية حقوق المستهلك كحقّه في الإعلام المسبق بالسلع والخدمات والأسعار التي يعرضها، وكذا أن يكون المنتج مطابقًا للموصفات والمقاييس مع منع المتعامل الاقتصادي من فرض جملة من الشروط التعسفية في مواجهة المستهلك. وفي نهاية المطاف يكون لدينا مستهلكًا أكثر اشتراطًا ومسؤولية.

1- BENNADJI Chérif, " Le droit de la concurrence en Algérie", Revue algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques, n° 3, 2000, p.143.

2 - أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم على التوالي بموجب القانونين التاليين:

- قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر.ج. عدد 36، الصادر في 02 جويلية 2008.
- قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر.ج. عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.

3 - نصت المادة الأولى من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة على ما يلي:

"يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفايدي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين."

4 - إرزيل الكاهنة، "الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك"، المرجع السابق ذكره، ص 148.

بصفة عامة، تكون لقواعد المنافسة نتائج بالنسبة للمستهلكين كتنوع السلع والخدمات البديلة وبأسعار تنافسية يُحددها قانون العرض والطلب، وفي المقابل قواعد قانون حماية المستهلك لها تأثير على المنافسة، وبذلك يمكن دمج (جمع) المادتين الاستهلاك والمنافسة فيما يسمى قانون السوق.

سادساً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون البيئة

يخضع قانون حماية المستهلك وقانون البيئة إلى نفس الفلسفة ويحذران من مخاطر النظام الاقتصادي الذي يبحث دائماً عن المردودية في الإنتاج على حساب البشرية. ومن خلال المضمون، نجد أن قانون البيئة يتميز على قانون الاستهلاك: فيهدف الأول إلى حماية الأشخاص ضدّ مخاطر محيطهم الطبيعي، فيما يبحث الثاني عن حمايتهم ضدّ المتعاملين الاقتصاديين الذين يزودونهم بسلع وخدمات. يمكن التقارب بين القانونين مثل: تلوث المياه فهو في آن واحد مسألة بيئية واستهلاكية. وبذلك، يبرز تأثير كلا من القانونين من حيث صحة وأمن المستهلك⁽¹⁾.

المطلب الثاني: لمحة عن التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك

يهدف المشرع، وهذا منذ القدم، إلى حماية الطرف الضعيف في حلقة التعاقد، حيث تفاوت فيها التدخل التشريعي على حسب التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية على مرّ الزمن، ويتفق الكثير على أنّ قانون الاستهلاك ظهر في الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية، غير أنّ الحقيقة غير ذلك، حيث نجد بعض القواعد القانونية التي تنظم العلاقات بين البائع والمشتري في المجتمعات القديمة. نجد أنّ الشريعة الإسلامية بدورها اهتمت برعاية حقوق المستهلك المادية والمعنوية، كما أعطت المجتمعات الحديثة دفعة أكثر قوة لحقوق المستهلكين من خلال كفاح حركات حماية المستهلك، خاصة مع الثورة الصناعية التي واكبتها. جعل هذا الضغط وعوامل أخرى مختلف تشريعات العالم تؤسس قوانين خاصة بحماية المستهلك بما فيها التشريع الجزائري.

لذلك كان لزاماً علينا التطرق للتطور التاريخي لقانون حماية المستهلك، أي نتطرق لمدى تدخل المشرع عبر العصور في وضعه للحماية المقررة للمستهلك وهذا من خلال دراسة التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة (الفرع الأول) ثم نتناول حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية (الفرع الثاني) وبعد ذلك، نشرع في دراسة التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة (الفرع الثالث).

الفرع الأول: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة

نتطرق إلى حركة حماية المستهلك من خلال أهمّ الحضارات القديمة في العالم وهي حضارة وادي الرافدين في العراق القديم وحضارة وادي النيل في مصر القديمة وبالأخص عصر الفراعنة، فضلاً عن الحضارتين الإغريقية والرومانية.

¹ - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 23.

أولاً: حماية المستهلك في العراق القديم

كانت السلطات القديمة في العراق تسعى إلى أن تُسَير التطوّرات الاجتماعية وإلى تعديل القوانين بما يتماشى مع التطور بشتى مجالات الحياة وبالأخص في العصور البابلية والآشورية، فعملت على تطوير تنظيم التعاملات الاقتصادية التي هي ضرورية لأيّ مجتمع، فقد أصدر (حمورابي) مجموعة من القواعد الاقتصادية التي تُنظّم العلاقات الاقتصادية بين البائعين والمشتريين ومعاينة من يخالف منهم هذه التشريعات والقواعد، فضلاً عن إعلانه عن هذه التشريعات ضمن فلسفتها التي عُرفت بمسألة حمورابي، كما أنّ القوانين الآشورية الأخرى سبقته أمثال (أوركاجينا وأورنمو) ما يؤيد اهتمام المشرعين القدامى بالأسواق والأسعار والمكاييل والموازن⁽¹⁾.

بدأت حماية المستهلك في العراق القديم بإصلاحات (أوركاجينا) أحد ملوك سلالة لكش الأولى حوالي سنة 2355 ق.م، حيث جاء قانون (أوركاجينا) بإصلاحات تُعدّ من أقدم الإصلاحات الاقتصادية، ف قضى على استغلال الضّعيف بمنع الأغنياء من شراء حيوانات وبيوت تابعيهم إلاّ إذا تمّ برضاهم ودفعوا لهم السّعر المناسب⁽²⁾. وتضمن إلغاء الضرائب التي كانت مفروضة على الشعب خلاف القانون وإعادة العدل والحرية للمواطنين وأزال الظلم والاستغلال عنهم".

تلى هذه المرحلة صدور قانون (أورنمو) الذي صدر عن الملك (أورنمو) مؤسس أسرة أورالثالثة في سومر، والذي بدأ حكمه عام 2050 ق.م. يُعدّ هذا القانون من أول الشرائع المدونة والتي تتكوّن من 30 مادة تُؤكّد على « نشر العدالة وتوطيد الحقّ في البلاد وقضائه على الفوضى التي كانت تعمّ البلاد وتوطيد العدالة، كما ثبتّ الموازين والمكاييل وقضى على الاستغلال»⁽³⁾.

ثم جاء قانون الملك "بلالاما" حوالي 1950 ق.م والذي أصدر قانون "أشنونا" وقد عالج بموجبه مسائل قانونية متفرقة أهمها تحديد أسعار بعض السلع والإيجار والقرض⁽⁴⁾.

امتازت قوانين حمورابي بأنّها «تضمنت مبادئ للملكية الفردية وحرية التعاقد، كما توصل إلى مفاهيم قانونية جديدة كالعقود الباطلة، كما كان موفقاً في تنظيم مسألة التبادل التجاري المستند إلى الزراعة المتطورة، وأنّ قوانينه خالية من الأحكام الدينية». ومن أهم الجوانب الرئيسية لقوانينه أنّها اتجهت نحو كلّ من :

1 - «إذ أنّه تضمن أحكام شديدة لحماية الضعيف من حكم القوي.

2 - كما أنّه حدّد أجور العديد من الأعمال.

1 - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، أطروحة كجزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في تخصص فلسفة الاقتصاد العام، مكتب كركوك، جامعة سانت كليمنتس العالمية، 2015، ص. 51.

2 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2014، ص. 8.

3 - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص. 52.

4 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 8.

3 - وحدد أسعار بعض الحاجات الضرورية (كالقمح والزيت والصوف).

4 - كما وضع أجوراً رسمية للعامل «(1)».

ثانياً: حماية المستهلك عند الفراعنة

تبيّن النقوش والرسومات والكتابات الهيروغليفية التي وصلت إلينا، ومختلف الدراسات التاريخية لحضارة الفراعنة الاهتمام الكبير لتنظيم الحياة الاقتصادية والاجتماعية والتي تحمي المستهلك بالمفهوم الحالي. يُعتبر قدماء المصريين من الأوائل المهتمين بوضع قواعد لحماية المستهلك، حيث يرجع ظهور التشريع في مصر القديمة إلى القرن الخمسين قبل الميلاد عندما عرفت الكتابة. وكان أول تدوين للقوانين المصرية يرجع إلى القانون الذي أصدره الملك "توت" إله القانون، بما له من سلطة إلهية وتشريعية عام 4241 ق.م. أما مجموعة القوانين المصرية التي وصلت إلينا، فأهمها قوانين الملك "حورمحب" الصادرة في 1330 ق.م والتي تعتبر من أهم القوانين الجنائية الاقتصادية، حيث تضمنت المادة الثامنة من هذا القانون الجريمة الخاصة بالمفتشين عديمي الذمة المتواطئين مع محصلي الضرائب، كما تضمنت المادة العاشرة منه الجريمة الخاصة بجمع ضرائب الحبوب.

استمر العمل بهذا القانون في مصر في العصر البطلمي والروماني عام 2012 ق.م. ومن نصوص هذا التشريع الخاصة بحماية المستهلك أنه حدّد السعر القانوني للفائدة، فلا يجوز اشتراط فائدة سنوية أكثر من ثلث رأس المال، كما لا يجوز المطالبة بأكثر من ضعف الدين مهما طالّت المدة، وحرّمت الفائدة المركبة(2). كانت العقوبات الجنائية تخصّ الأفعال التي تنمّس المصلحة الاقتصادية للبلاد مثل تزيف النقود أو المصالح الاقتصادية للأفراد المستهلكين مثل الغشّ في الميزان والمكاييل، وكانت عقوبة الفاعل في هذه الحالات قطع اليد(3).

ثالثاً: حماية المستهلك عند الإغريق

من أهم القوانين التي تعرضت لحماية المستهلك، نذكر:

- تقنين دراكون: وضع قانون دراكون في أثينا حوالي عام 621 ق.م، وذلك لصياغة النظم القانونية في نصوص مدونة منعاً لاحتكارها في أيدي الأشراف، وتحقيقاً لمبدأ المساواة(4).
- تقنين سولون: ظهر قانون (سولون) أيضاً في أثينا على يد حاكمها سولون بعد قانون دراكون وذلك بسبب ضغط الشعب، وقد حرم القانون الربا الفاحش والرق وأقر الديمقراطية والمساواة والحدّ من السلطة الأبوية،

1 - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص 52_53.

2 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 7.

3 - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص. 54.

4 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 9.

إلا أنه قسّم الشعب إلى طبقات أربع تبعًا لثروتهم. يعود تاريخ قانون (صولون) إلى نحو عشرين عام تقريبًا بعد صدور قانون دراكون، وأهم ما جاء فيه تحديد سعر الفائدة وتحريم الربا الفاحش⁽¹⁾.

رابعًا: حماية المستهلك عند الرومان

استلهم المُشرّع الأوروبي معظم التشريعات العربية في وضع قوانينها من القانون الروماني، سواء قانون الألواح الاثني عشر عام 451 ق.م أو غيره من القوانين التي كانت تنظم تمويل البلاد بالسلع الغذائية ومنع الاحتكار والحدّ من ارتفاع الأسعار.

اهتمّ الرومان بالمستهلك خاصة عند تعرض الإمبراطورية إلى أزمات، فكان الأباطرة يعملون على تفادي هذه الأزمات بإصدار قوانين خاصة عندما أدت الأزمات الاقتصادية في الإمبراطورية إلى زيادة الفوارق بين الطبقة العامة وطبقة الأشراف، فطالب العامة بمساواتهم بطبقة الإشراف لأنه لم تكن هناك مساواة بينهم في الحقوق أمام القانون. ولهذا، ظهر قانون الألواح الاثني عشر وغيره من القوانين.

كما تمّ إنشاء وظيفة مراقبة السوق عن طريق حاكم السوق "Edile curule" في عام 367 ق.م، ويتجلى دوره في مراقبة الأسواق والأماكن العامة، وله أيضا اختصاص قضائي فيما يتعلّق بالبيع كالنظر في المنازعات بين المتعاقدين في السوق. ومن مهماته مراقبة الجمعيات والإشراف على تمويل المدينة واتخاذ الإجراءات اللازمة لمنع ارتفاع الأسعار، وعلى الأخص بالنسبة للقمح مثل مصادرة كميات كبيرة من الإنتاج الزراعي خاصة وقت القحط والمجاعة، وقد عثر على وثائق بردية تعود إلى نهاية القرن الأول ق.م بها قوائم التمويل وكمياتها وأثمانها⁽²⁾.

بالنسبة للاحتكار والحدّ من ارتفاع الأسعار:

فقد لجأ الأباطرة الرومان إلى اتباع سياسة التسعير لتنظيم الحياة الاقتصادية، وتعاقبت هذه الإجراءات على يد (تيبير) في القرن الثالث و(ديوكليتان وجوليان لابوستات) في سنة 363 ق.م، ثمّ أصدرت تشريعات تعاقب على اختزان السلع والمحاصيل بغرض رفع أسعارها، بلغت هذه العقوبات حد المصادرة والنفي المؤبد.

ومن ذلك قانون (جوليا) الذي يعاقب على من يحتفظ بالسلعة ويتسبب في ارتفاع أسعارها ليصيب بذلك ربحا. وضع الإمبراطور (دقلديانوس) لعام 284-305 م قواعد وقوانين تتعلّق بتحديد الأسعار الضرورية، ظلت طيلة ثلاثة قرون إلى غاية زمن الإمبراطور (حستيان) الذي حكم ما بين 802-506 م وحظر البيع بأكثر من السعر الذي تحدده العادات القديمة. ثمّ جاء الإمبراطور (شارلمان) 802-805 م الذي وضع حدًا أقصى لأسعار

¹ - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص. 54.

² - بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة أبو بكر القايد، تلمسان، 2013، ص ص. 13_14.

المحاصيل وفرض عقوبات على كل تاجر يحاول بيع السلع الضرورية بأسعار تزيد على السعر الطبيعي حين تقل السلع⁽¹⁾.

أنشأ القانون الروماني أيضا في ذمة البائع التزامات عن طريق دعوى يرفعها المشتري تسمى (دعوى الشراء) التي يمكن الإشارة إلى أهمها بما يلي:

1 - الالتزام بالامتناع عن الغش: وذلك في مرحلة إبرام العقد أو مرحلة تنفيذه، بل اعتبره القانون الروماني جريمة مبطلّة للتصرف، إذ قصد به استعمال الخداع على شخص بقصد إيقاعه في الخطأ، فيحق للمجني عليه رفع دعوى ضدّ الجاني لاستعادة حقوقه.

2 - الالتزام لضمان العيوب الخفية: والتي من شأنها الإنقاص من قيمة المبيع أو من نفعه، ولا يكفي عدم علم المشتري بهذا العيب، وإنما ينبغي ألا يكون في مقدوره العلم به، وأن يكون العيب موجودا عند إبرام العقد. فإذا اكتشف العيب في المبيع، يحكم على البائع بالتعويض عن طريق دعوى تحمي عقد البيع وهي (دعوى الشراء)⁽²⁾.

الفرع الثاني: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

يُقرّ المنصفون بأنّ الشريعة الإسلامية تتميز عن القانون بثلاث ميزات جوهرية هي: الكمال، السمو، الدوام، وهي تستمد هذه المميزات من الأصول التي نشأت عنه، فهي من عند الله تعالى ومن صنعه، واستهدفت الشريعة الإسلامية في حمايتها للمستهلك الحياة الإنسانية كلها باعتبار المستهلك عضوا فيها. تستلزم هذه الحماية المحافظة على الأمور التي تقتضي المحافظة عليها على حياة الإنسان أيّا كان مستهلكا أو غير مستهلك، وتُعرف هذه الأمور بالكليات الخمس وهي: المحافظة على الدين والنفس والنسل والمال والعقل⁽³⁾. لم يُستعمل مصطلح "حماية المستهلك" من طرف الفقهاء، لأنّ مصطلح الحماية كان يستعمل في وصف القاصر أو الضعيف العاجز، ويُفترض أن يكون المستهلك بالغًا، عاقلًا، قادرًا، أي كامل الأهلية في اختيار ما يريد استهلاكه، وبالتالي لا يطلق لفظ الحماية عليه، لكن الأفعال التي يتصرّف بالمستهلكين قد بينوا أحكامها وأثارها كما هو الحال بالنسبة للغش في السلع، والتطيف والاحتكار والتدليس والخديعة، كما بينوا أحكام الغبن وأوجبوا الأمانة والصدق في المعاملات وإتقان الصنعة، من خلال الموعظة وإسداء النصيحة وردع المخالفين من خلال قواعد الحسبة حفاظا على أمن الناس وطمانينتهم فيما يستهلكون⁽⁴⁾. وقد أحاط التشريع الإسلامي عقود البيع بأحكام وضوابط وقواعد

1 - بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، المرجع السابق، ص. 14.

2 - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص. 55_56.

3 - صباد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 11.

4 - المرجع نفسه.

تذلل أمام البائع سبل الحصول على المال بالطرق السلمية المشروعة وتحمي المشتري من الغش والغبن والاحتكار⁽¹⁾.

تضمّنت الشريعة الإسلامية إذن مجموعة من القواعد والمبادئ والضوابط التي لو طبقت تطبيقاً شاملاً حققت الخير للمستهلك وحتى المنتج، وللشخص والمجتمع. ويضيق المقام لتناولها تفصيلاً ولكن نعطي بعض النماذج منها. أولاً: الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من نفسه

يتسم المستهلك المسلم الصالح الملتزم بشرع الله تعالى بسلوك سوي في اختيار ما يشتريه. ومن الضوابط الشرعية في هذا المقام، الالتزام بقاعدة الأولويات الإسلامية حيث يبدأ بالإنفاق على الضروريات ثم الحاجيات والكماليات ولا يسرف ولا يبذر ولا يقلد الغير تقليد الأعمى. كما أنه يتجنب شراء المحرّمات والخبائث ملتزماً بقول الله تعالى « وَجِلِّهِمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهُمُ الْخَبَائِثَ » (سورة الأعراف - الآية 157) وقوله تبارك وتعالى « وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ » (سورة الأعراف - الآية 31).

وقال الرسول صلى الله عليه وسلم: «كلّ ماشئت والبس ماشئت دون إسراف أو مخيلة» (رواه الإمام أحمد في المسند).

ولا يمكن أن يوجد هذا المستهلك المنضبط بشرع الله تعالى إلاّ عن طريق التنشئة الصالحة على المنهج الإسلامي ومنهج تربوي اقتصادي إسلامي⁽²⁾.

ثانياً: الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من غش المنتج

أمر الإسلام المنتج بتجنب إنتاج المحرّمات والخبائث كما أمر الرسول صلى الله عليه وسلم بإتقان الصنع في الحديث «إنّ الله يحب من أحكم إذا عمل عملاً أن يتقنه»؛ كما أمر الإسلام بعدم الغش، فقال الرسول صلى الله عليه وسلم « من غشنا فليس منا »، وعليه، يجب ترشيد النفقات حتّى تكون الأسعار في متناول المستهلك العادي⁽³⁾.

ثالثاً: الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من جشع التّجار

تضمّنت الشريعة الإسلامية مجموعة من الضوابط التي تحكّم المعاملات مع التّجار. فقد أمر الإسلام بحريّة المعاملات في الأسواق وأن تكون خالية من الغش والتدليس والمقامرة والجهالة والغرر والمعاملات الربوية وكلّ صيغ أكل أموال النّاس بالباطل، فعلى سبيل المثال: حرّمت الشريعة الإسلامية الغش لأنّه صورة من صور ضياع الأموال. وحرّمت الرّشوة لأنّها من نماذج ابتزاز أموال المستهلك، كما حرّمت الاحتكار. وعن معقل بن

¹ - النعاس صديقي وخيرة نوري، "حماية المستهلك من المنظور الإسلامي"، مجلة آفاق للعلوم، مجلد 5، عدد 3، 2020، (ص ص. 366_379)، ص. 372.

² - سيف عبد اللطيف عبد الحليم محمد، "حماية المستهلك من اضطرابات السوق (دراسة فقهية معاصرة)"، مجلد 5، العدد 34 لحوالية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، 2018، (ص ص. 664_758)، ص ص. 692_693؛ <https://bfdajournals.ekb.eg>

³ - المرجع نفسه، ص ص. 694_694.

سيار قال: « قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من دخل في شيء من أسعار المسلمين ليغليه عليهم، كان حقا على الله، تبارك وتعالى، أن يقعه بعظم من النار يوم القيامة"»⁽¹⁾.

يفيد هذا الحديث بأن الاحتكار الضار بالناس والمضيق عليهم حرام، لأنه يؤدي إلى غلاء أقواتهم، وارتفاع أسعار احتياجاتهم ومتطلباتهم، وغلاء ذلك أمر ضار بالمسلمين وحرام لذاته.

لقد رغب الإسلام التجار في التمسك بالصدق والأمانة وحذر من الكذب، فقد قال الله تعالى: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ» (سورة التوبة- الآية 119) وقال أيضا: «وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ لَنَجْعَلَنَّ لَهُمْ مِمَّا نَشَاءُ مِنْ مَالِنَا وَمِمَّا نَحْنُ نَسِئُونَ وَالَّذِينَ يَتَّبِعُوا مِثْلَ مَا نَحْنُ نَسِئُونَ لَنَجْعَلَنَّ لَهُمْ مِنْ مَالِنَا وَمِمَّا نَحْنُ نَسِئُونَ» (سورة النساء - الآية 69).

وحزمت الشريعة الإسلامية التطفيف وشددت في ذلك بأغلب العبارات والترهيب، حيث خصصت سورة باسم المطففين، واستهلت بذكر جزائهم : «وَيَلْلُمُطْفِفِينَ (1) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (2) وَإِذَا كَالُوا لَهُمْ أَوْ رَزَوْنَهُمْ يَخْسَرُونَ (3)» (سورة المطففين- الآية 1، 2، 3)⁽²⁾، وبذلك حرم الإسلام العبث بالمكاييل وإنقاص الميزان.

وفي الأخير، ركزت الشريعة الإسلامية على مبدأ الأخوة في التعامل بين الأفراد لقوله عليه الصلاة والسلام : «المسلم أخو المسلم لا يظلمه ولا يسلمه»⁽³⁾ وقوله عليه السلام « لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحب لنفسه»⁽⁴⁾.

الفرع الثالث: التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك في المجتمعات الحديثة

نصت أغلب التشريعات على قواعد قانونية تهدف إلى حماية المستهلكين وذلك عبر مراحل، حيث تم التنصيص على بعض الأفعال بالتدرج على حسب درجة انتشارها، فمثلا نجد أن أغلب التشريعات جرمت الغش والخداع والتدليس في المرحلة الأولى، ثم ابتدأ الحث على إعلام المستهلك و حماية حقوقه المكفولة دستوريا بالعقاب على كل من يخالف تلك القواعد، وستعرض لذلك من خلال إلقاء الضوء على تطور الحماية في كل من القانون الأمريكي والقانون الأوروبي وفي بعض القوانين العربية.

أولاً: ظهور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية

1 - أخرجه البيهقي في شعب الإيمان، 13/ 510 رقم (1071)، فصل في ترك الاحتكار؛ حول هذا الموضوع، أنظر، سيف عبد اللطيف عبد الحليم محمد، " حماية المستهلك من اضطرابات السوق (دراسة فقهية معاصرة)"، المرجع السابق، ص. 695.

2 - بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، المرجع السابق، ص. 16.

3 - رواه البخاري، باب لا يظلم المسلم المسلم ولا يسلمه، 862/02 رقم 2310؛ حول هذه النقطة، أنظر، اسطنبولي محي الدين، "دور الشريعة الإسلامية في حماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البلدة، عدد 2، جانفي 2012، (ص ص. 374_378)، ص. 375.

4 - رواه البخاري، باب من الإيمان أن يحب لأخيه ما يحب لنفسه، 14/01 رقم 13؛ حول هذا الموضوع، اطلع علنا اسطنبولي محي الدين، "دور الشريعة الإسلامية في حماية المستهلك"، المرجع السابق ذكره.

تُعدّ التجربة الأمريكية هي الأقدم في مجال حماية المستهلك، حيث ظهرت بها بوادر حماية المستهلك بوقت مبكر قياساً مع دول العالم الأخرى، حيث صدر أول قانون له علاقة بحماية المستهلك في عام 1872 بشأن الخداع والغش، ثم صدر قانون آخر في عام 1884 الذي أنشأ إدارة الرقابة الحيوانية في وزارة الزراعة للإشراف على المواصفات الصحية للحيوانات. ثم صدر قانون 1890 الذي ينظم صناعة الأغذية المعلبة ووضع المواصفات القياسية اللازمة لحماية المستهلك بهذا الشأن. وفي عام 1927، أنشأت إدارة الغذاء والدواء المتولية تنفيذ التشريع. أما في 1930، قام وزير الزراعة بوضع معايير لجودة المنتجات المعلبة بعد أن كانت هذه الصناعة في حالة فوضى ضارة بالمستهلك. وفي عام 1938، صدر قانون حماية المستهلك من الإعلان الكاذب والمضلل⁽¹⁾.

إلا أنّ فكرة الاهتمام بحقوق المستهلك وانتشارها ترجع إلى عام 1962، حيث كان النداء الذي أطلقه الرئيس الأمريكي "جون كينيدي" والمعروف بلائحة حقوق المستهلك في خطابه أمام الكونغرس الأمريكي في 15 مارس 1962 من أول المبادرات التي تدعو المجتمعات إلى ضرورة حماية طائفة المستهلكين والذي جاء فيه:

« إنّنا كلنا مستهلكين ونحن نمثّل المجموعة الاقتصادية الأكثر أهمية، وأنّ ثلثي نفقات الاقتصاد القومي يقوم بها المستهلكون، ومع ذلك فإنّهم يمثّلون المجموعة الاقتصادية الوحيدة غير المنظّمة بشكل فعّال والذي لا قيمة لوجهة نظرها⁽²⁾»، وقد تضمّنت لائحة حقوق المستهلك مجموعة من الحقوق وهي:

الحقّ في الأمان والحقّ في الحصول على المعلومات والحقّ في الاختيار والحقّ في الاستماع إليه.

* **الحقّ في الأمان:** يعني هذا الحقّ توفير الحماية والسّلامة من السّلع والخدمات الضّارة التي تسبّب خطورة على حياة المستهلك.

* **الحقّ في الحصول على المعلومات:** للمستهلك الحقّ في الحصول على المعلومات المتعلقة بالمنتجات التي يرغب في شرائها حتّى تتكوّن لديه الصورة الكاملة ويكون قادراً على اتخاذ القرار الصائب دون التعرّض للغش والتدليس والإعلانات المضلّة.

* **الحقّ في الاختيار:** يضمن هذا الحقّ حرية المستهلك في اختيار المنتجات التي يرغب في الحصول عليها من بين السّلع المتعددة وبأسعار تنافسية مع ضمان الجودة.

* **الحقّ في الاستماع إليه:** أي إعطاء المستهلك الحقّ في إبداء رأيه حول مدى إشباع المنتجات لحاجاته، وباعتبار المستهلك هو الحلقة الأساسية في العملية الإنتاجية، لذا يجب على المؤسسات أن تسعى

1 - بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، المرجع السابق، ص. 25

2 - مزارى عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 25 جوان

للحصول على رضا المستهلك وإقامة علاقات طويلة الأمد معه لكسب ولاءه، وذلك من خلال بذل الجهود الحثيثة في تطوير وابتكار المنتجات الحديثة وبما يلبي رغباته(1).

بدأ المستهلكون في الولايات المتحدة في تنظيم أنفسهم للدفاع عن مصالحهم، وبهذا ظهرت بوادر حركة حماية المستهلك "Le consumerisme" على يد أكبر نشيطها المحامي رالف نادر (Ralph NADER) الشاب الذي انتصر في العام 1980 على الشركة العظمى جنيرال موتور (General Motors) عندما انتقد وبين أن مركباتها غير آمنة.

كما لعبت لائحة حقوق المستهلك التي أعلن عنها الرئيس الأمريكي السالف الذكر دورًا هامًا في مسيرة حماية المستهلكين إذ اصطبحت كشعار لدى أغلب دول العالم الحالي، حيث لاقت رواجًا كبيرًا لاسيما بين الأوساط الشعبية التي تمثل الأغلبية، بل حتى السياسيين ورجال القانون، الأمر الذي أدى بالتشريعات الحديثة إلى تبني هذه الأسس كإحدى الركائز الأساسية التي تنطلق منها حماية المستهلك(2).

ثانيًا: تطوّر حركة حماية المستهلك في أوروبا

كان الاهتمام الأوروبي بحماية المستهلك مطلع عام 1972، بالرغم من أن السوق الأوروبية أنشأت في 1959 إلا أن بنود إنشاء هذه السوق لم تحمل ما يفيد حماية المستهلك، ولم تذكر أي حقوق لهم، هذا باعتبار أن المستهلك في تلك الفترة كان هو الطرف الضعيف، علاوة على غياب حركات وجمعيات حماية المستهلك في تلك الفترة.

بدأت حماية المستهلك في أوروبا تأخذ طريقها إلى الوجود في قمة باريس التي انتهت بإصدار شبه توصية لزعماء دول وحكومات دول السوق الأوروبية، حيث أنه في سنة 1975 تم الاتفاق على برنامج لحماية المستهلك، أعلنت فيه عن الحقوق الأساسية للمستهلك(3).

كانت جهود الدول الأوروبية في هذه الفترة مُنصبة على إيجاد سبل التنسيق بينها في سبيل حماية مواطنيها في معاملاتهم الاستهلاكية الداخلية والخارجية، كما شهدت كل دولة على حدة في هذه الفترة تطورات هامة على المستوى الداخلي فيما يخص حماية المستهلك، وفي حقيقة الأمر أن سنوات الستينيات شهدت عدّة اجتماعات وأسست عدّة لجان كان هدفها التنسيق بين مجموعة الدول الأوروبية، وكُلّلت في الأخير بصدور الإعلان الأوروبي لحماية المستهلك سنة 1973، تضمن هذا الإعلان حقوق أساسية للمستهلك، كالحق في

1 - أحمد السيد طه كردى، " إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية"، كلية التجارة، جامعة بنها، تم إعداده في 2011، وتم نشره على الموقع الإلكتروني: <https://consumer1.blogspot.com>، بتاريخ: 9 ديسمبر 2013.

2 - زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص. 27.

3 - معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك _ دراسة مقارنة _ ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون المدني الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017، ص. 101.

الحماية الصحية وحماية المصالح الاقتصادية والمالية مع الحقّ في التّعويض والحقّ في الإعلام، تشجيع إنشاء الجمعيات والهيئات التي تقوم بتوجيه المستهلك وحماية حقوقه⁽¹⁾.

أصدرت الدّول الأوروبية تشريعات متخصصة في مقاومة التّعسف ضدّ المستهلك، بحيث أصدرت ألمانيا تشريع اتحادي يتعلق بمقاومة الشّروط التعسّفية ضدّ المستهلك الواردة ضمن الشروط العامة في العقود النموذجية "عقود الإذعان" وذلك بتاريخ 09 ديسمبر 1976 ثمّ صدر في إنجلترا قانون خاص بالشروط المجففة في العقد، ثمّ صدر القانون الفرنسي رقم 78-23 المؤرخ في 10 جانفي 1978 ثمّ تلاه في لوكسنبو صدور قانون خاص بالحماية القانونية للمستهلكين بتاريخ 25 أوت 1983 ثمّ قانون حماية المستهلك بتاريخ 16 جوان 1984. وفي البرتغال، صدر قانون رقم 85-446 بتاريخ 25 أكتوبر 1985 يهدف إلى حماية المستهلك، ثمّ في هولندا قانون حماية المستهلك بتاريخ 18 جوان 1987 وفي بلجيكا قانون تنظيم ممارسة وإعلام المستهلكين في 14 جانفي 1991⁽²⁾.

ثالثاً: تطوّر حركة حماية المستهلك في الوطن العربي

لقد سيطرت قوى الهيمنة الاستعمارية على خيارات ومقدرات الوطن العربي، فكان هناك تشتت في البناء الاجتماعي والمؤسّساتي وتشتت ثقافي، انعكس هذا كلّه على بناء منظمات المجتمع المدني، وكذلك على ظهور مؤسّسات أو جمعيات لها اهتمامات مرتبطة بالإنسان مهمتها حماية المستهلك والدّفاع عن مصالحه وحقوقه، وهذا لا يعني أنّه لا توجد هناك مؤسّسات سواء ارتبطت بالجهاز الحكومي أو لها مهام أو وظائف تتعلق بحقوق وشكاوى المستهلك، ولكن لم تكن فعالية هذه المؤسّسات بحسب الأهداف التي أسّست من أجلها⁽³⁾.

كما أنّ التشريعات لم تكن بمستوى ما ينبغي أن تكون عليه. تشير الدّراسات إلى أنّها ظهرت في مصر بواخر تتمثّل في جملة من النّصوص والتشريعات منذ عام 1883 تضمنتها مواد في عدد من القوانين تتعلّق بالغشّ سواء بالمأكولات أو الأدوية أو كلّ ما يشتريه المستهلك، أمّا في تونس والأردن، فقد صدر قانون ضبط الأسعار عام 1970 و1972، أمّا في المغرب، فقد صدر في سنة 1971 قانون يحدّد مواصفات المنتوجات الخدمية⁽⁴⁾، وأمّا في الجزائر، كما سنرى ذلك أدناه، فقد صدر في عام 1989 قانون يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽⁵⁾.

1 - معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك _ دراسة مقارنة _، المرجع السابق، ص. 101-102.

2 - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص. 14.

3 - معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك _ دراسة مقارنة _، المرجع السابق، ص. 103 .

4 - سالم محمد عبود، " حقوق المستهلك ومنهجية حمايته - مدخل حضاري مع الإشارة للعراق -، مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، (ص

ص. 1_29)، ص. 8؛ <https://www.iasj.net>

5 - قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج. عدد 6، الصادر في 8 فيفري 1989 (ملغى).

ظهرت، في أواخر القرن العشرين، حركة حماية المستهلك وبشكل واسع في الوطن العربي حيث بدأت جمعيات تأخذ دورها كما في اليمن والعراق والسودان والإمارات العربية المتحدة وقطر، وبشكل فاعل وسّعت حكومات هذه الدول الجهات المتخصصة في حماية المستهلك، وكذا سن قانون خاص بحماية المستهلك وقد تأسس الاتحاد العربي للمستهلك ومقره في عمان بعضوية الجهات العاملة في الأقطار العربية ومشاركة مؤسسات وأجهزة رقابية تعني بحقوق المستهلك التي لا توجد فيها جمعيات، ويمكن الإشارة إلى أنّ حركة حماية المستهلك قد أخذت منحى جماعي من خلال تشغيل الاتحاد العربي للمستهلك الذي مقره (عمان - الأردن) الذي يمثل بدرجة لها وقوة دافعة للجهود العربية المختلفة نحو مظلة حقيقة لحماية المستهلك في دولنا الذي طالما ومازال يتعرّض لشتى أنواع التعسف والاستغلال. بدأ الاحتفال بيوم المستهلك العالمي في الخامس عشر من شهر مارس/فبراير عام 1997 كيوم للمستهلك العربي تجدد فيه الأنشطة والفعاليات من أجل حماية المستهلك العربي⁽¹⁾.

أقر المؤتمر العربي الأول لحماية المستهلك، المنعقد في مقر جامعة الدول العربية في 7 أبريل 1997 تكوين اللجنة التأسيسية للاتحاد العربي لحماية المستهلك من جمعيات حماية المستهلك في كل مصر والإمارات ولبنان، على أن يفتح باب الانضمام لبقية الدول العربية وأن يكون هذا الاتحاد غير حكومي لاحقاً، وعلى هامش المؤتمر الوطني الأول لحماية المستهلك والذي عقد بدعوة من الجمعية الوطنية لحماية المستهلك في عمان خلال الفترة من 29 سبتمبر إلى 2 أكتوبر 1998، وبمشاركة جمعيات ومنظمات حماية المستهلك والدفاع عنه في الأقطار العربية تم تأسيس الاتحاد العربي للمستهلك الذي انضمت إليه الدول العربية التي أسست فيها جمعية حماية المستهلك⁽²⁾.

أقر المؤسسون النظام الداخلي للاتحاد الذي تضمن المبادئ والأهداف التالية:

- توفير الحماية للمستهلك العربي من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تؤدي إلى مخاطر على صحته وحياته والدفاع عن مصالحه.

- تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية عن كافة السلع والخدمات مما يمكنه من ممارسة حقه في الاختيار من بين سلع وخدمات متعددة تتفق ورغباته واحتياجاته وإمكانياته الشرائية.

- حماية المستهلك العربي من الإعلانات المضللة التي تبث من خلال مختلف وسائل الإعلام.

- ضرورة وجود بطاقة البيان على السلع بشكل واضح وصحيح ومطابق للواقع.

- تمثيل المستهلك أثناء وضع السياسات الحكومية ذات العلاقة بالمستهلك بما يضمن تطوير المنتجات والخدمات وضمان جودتها والحصول على الخدمات الضرورية له (الغذاء، الماء، الكساء، المأوى والخدمات

¹ - سالم محمد عبود، " حقوق المستهلك ومنهجية حمايته - مدخل حضاري مع الإشارة للعراق -"، المرجع السابق، ص ص. 8-9.

² - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص. 174 .

الصّحية والتّعليمية) والتّعويض عليه في حال وقوع الضّرر وتوعيته لممارسة حقّه في اختيار واتّباع الاستراتيجية لترشيد استهلاكه والعيش في بيئة صحية وسليمة خالية من الأخطار له ولالأجيال القادمة.

- حتّى الأقطار العربيّة على إنشاء جمعيات ومنظّمات لحماية المستهلك وإتاحة الفرصة للمستهلكين العرب.

- التّعاون والتّنسيق بين الجمعيات والمنظّمات العربيّة المعنية بحماية المستهلك وتبادل المعلومات الإرشادية التي تهدف إلى توعية المستهلك (مجلّات ونشرات) وعقد ندوات ومؤتمرات وإصدار مجلة عربيّة حول حماية المستهلك، وترسل الدّراسات والبحوث التي تعني به المستهلك العربيّ.

- تبادل المعلومات حول السّلع والخدمات المستوردة أو المنتجة محلياً والتي تبين فسادها أو عدم جودتها أو كونها مقلّدة لحماية المستهلكين

_ إتاحة الفرصة للدول العربيّة للاستفادة من خدمات المخابر وتعزيز التعاون فيما بينها وبين الاتّحادات الإقليميّة والعالميّة.

_ تشجيع استهلاك السلع والمواد المنتجة في الأقطار العربيّة وتحسين جودتها والسعي لتقارب التشريعات والقوانين العربيّة المتعلقة بحماية المستهلك⁽¹⁾.

رابعاً: تطوّر حركة حماية المستهلك على الصعيد الدّولي

نُبيّن تطور حركة حماية المستهلك على الصعيد الدّولي، وذلك من خلال المنظّمات الدوليّة وموائيقها والمنظّمات المتخصّصة التابعة للأمم المتحدة والتي تعمل في مجال حماية المستهلك وأخيراً من خلال الاتفاقيات الدوليّة الخاصة بحماية المستهلك.

1- المنظّمات الدوليّة وموائيقها كآلية لحماية المستهلك

ننظرّق للحلف التعاوني الدّولي والإعلان لحقوق المستهلك، ثمّ الأمم المتحدة والإعلان الخاص بحماية المستهلك.

أ- الحلف التعاوني الدّولي والإعلان العالمي لحقوق المستهلك

أصدر الحلف التعاوني الدّولي بتاريخ 04 سبتمبر 1969 إعلاناً عالمياً لحقوق المستهلك حيث تضمّن هذا الإعلان أن للمستهلك خمسة حقوق رئيسية تتمثّل فيما يلي:

- الحقّ في مستوى معقول من التّغذية والملبس والسكن.
- الحقّ في مستويات مناسبة من البيئة الأمانة والخالية من التلوّث.
- الحقّ في الحصول على سلع غير مغشوشة بأسعار عادلة وبتنوع معقول وفرص اختيار جيّدة.
- الحقّ في الحصول على المعلومات الصحيّحة والموثوق بها عن السّلع والخدمات.

¹ - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونيّة، المرجع السابق، ص ص. 174_175.

- الحقّ في التّأثير على الحياة الاقتصادية والمشاركة الديمقراطيّة في إدارتها.

يُعتبر هذا الإعلان بمثابة دعوة إلى العمل موجّهة إلى المستهلكين، الأفراد والمنظّمات الحكومية وغير الحكومية من وجهة نظر حماية المستهلكين وتنمية اهتماماتهم في جميع أنحاء العالم⁽¹⁾.

ب - الأمم المتّحدة والإعلان الخاص بحماية المستهلك

أقرّت الأمم المتّحدة في 09 أبريل 1985 بموجب قرارها المرقم 39-248 المبادئ الإرشادية لحماية المستهلك كنموذج يعبّر عن الاتّفاق الدّولي على مفاهيم حماية المستهلك، رغم التّفاوت في نمو حركة حماية المستهلك بين الدّول المختلفة، حيث ترمي هذه المبادئ إلى الأهداف التالية:

-مراعاة مصالح واحتياجات المستهلكين في جميع الدّول وحقّهم في الحصول على منتجات آمنة.

-مساعدة البلدان على تحقيق ومواصلة توفير الحماية لسكّانها كونهم مستهلكين.

-تمهيد السبيل أمام أنماط الإنتاج والتّوزيع التّيتلبي احتياجات المستهلكين ورغباتهم.

- تشجيع المستويات الرّفيعّة لأداب السّلوكة للعاملين بإنتاج السّلع والخدمات وتوزيعها.

- مساعدة البلدان على الحدّ من الممارسات التّجارية المسيئة التّيتتبّعها، أي من المؤسّسات على

الصعبيدين الوطني أو الدّولي والتي تؤثر على المستهلكين تأثيراً ضاراً.

- تسهيل إنشاء جمعيات مستقلة لحماية المستهلك.

- تشجيع تطوير أوضاع السّوق بما يوفّر للمستهلكين مجالات أكثر للاختيار وبأسعار أدنى.

- تعزيز التّعاون الدّولي في مجال حماية المستهلك⁽²⁾.

أقرّت الجمعية العامّة للأمم المتّحدة في قرارها رقم 39-248 المذكور أعلاه مجموعة من الحقّوق التي تمّ الاعتراف بها للمستهلكين: حقّ الصّحة والأمان، الحقّ في حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين، الحقّ في المعرفة والتّربية، الحقّ في طعون فعّالة والحقّ في مشاركة الحركات الاستهلاكية من أجل صياغة القوانين والتنظيمات⁽³⁾.

طلبت الجمعية العامّة للأمم المتّحدة من الحكومات اتّباع سياسات حماية المستهلك وتحديد أولوياتها وفقاً للظّروف الاجتماعيّة والاقتصاديّة التّيتحقّق احتياجات السّكان ومصالحهم دون أن تقف هذه الإجراءات كحواجز

أمام التّجارة الدّولية وتكون متماشية مع الالتزامات التّجارية (المبادئ التّوجيهية لحماية المستهلك) الآتية:

-توفير السّلامة المادية للمستهلك.

-تعزيز وحماية المصالح الاقتصاديّة للمستهلك.

¹ - حداد العيد، " الآليات الدولية لحماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونيّة والسياسيّة، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البليدة، عدد 2، جانفي 2012، (ص ص. 379_383)، ص. 381.

² - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص. 68.

³ - RAYMOND Guy, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, LexisNexis, Paris, 2017, p. 10.

- ضمان السّلامة وجودة السّلع الاستهلاكية والخدمات.
- تحقيق تسهيل التّوزيع للسّلع الاستهلاكية والخدمات الأساسية.
- تشجيع التّدابير التّيتمكّن المستهلكين من الحصول على تعويض.
- وضع برامج التّثقيف والإعلام.

-تدابير خاصة متعلّقة بالمواضيع تعطي الأولوية للمستهلك في مجالات محددة تمسّحياته⁽¹⁾.

كتب الفقيه "نيكول لوروو Nicole L'HEUREUX" بشأن هذا القرار رقم 39-248 السّالف الذّكر

المتضمّن المبادئ التّوجيهية (الإرشادية) لحماية المستهلك كمايلي:

« هذه المبادئ التّوجيهية ليست ملزمة للدّول الأعضاء. وتمّ تكيفها بأنّها قانون غير ملزم تمّ اعتمادها بهدف توفير إطار للممارسات الوطنية في مجال حماية المستهلك والعمل بها كدليل للمسؤولين الإداريين في الدّول التّيوافقت عليها»⁽²⁾.

2- المنظّمات المتخصّصة التابعة للأمم المتّحدة والتي تعمل في مجال حماية المستهلك

نذكر من أهم المنظّمات المتخصّصة التابعة للأمم المتّحدة والتي تعمل في مجال حماية المستهلك مايلي:

أ- مؤتمر الأمم المتّحدة

يعمل مؤتمر الأمم المتّحدة من خلال المؤتمرات التّييعقدها كلّ أربع سنوات من أجل ضمان توفير مواصفات الجودة اللازمة في السّلع المتبادلة بين الدّول⁽³⁾.

ب- لجنة النقابات الدّولية

تعمل لجنة النقابات الدّولية من أجل إقرار دساتير مهنية ملزمة تتضمّن مصالح المستهلكين وتبادل المعلومات بين النقابات في الدّول المختلفة لتوحيد بعض القواعد الواردة في هذه الدساتير المهنية⁽⁴⁾.

ج - المنظّمة الدّولية للمستهلك

ساهم تعاظم الجهود الدّولية لحماية المستهلك، خاصة مع زيادة مشكلات حماية المستهلكين، بشكل كبير في ظهور المنظّمة الدّولية للمستهلك التّيأسست سنة 1960 من قبل خمس منظّمات للمستهلكين جمعت كلّ من الولايات المتّحدة الأمريكية، بلجيكا، بريطانيا، هولندا وأستراليا، وقد بلغ عدد الأعضاء فيها في حدود 1995 أكثر من مائة دولة وأكثر من مئتي (200) عضو، علماً أنّه يشترط في الدّول والمنظّمات المنخرطة فيها المقاييس التالية:

-ألا يكون لها أهداف تجارية.

¹ -جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص ص. 71_74.

² - RAYMOND Guy, Droit de la consommation, op-cit, p. 10.

³ -حداد العيد، " الآليات الدولية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 382.

⁴ - المرجع نفسه.

- أن تكون متمتعة باستقلالية تامة.

- ألا تلجأ إلى الإشهار في منشوراتها أو في مجالاتها.

- أن تكون قادرة على تطبيق قوانين المستهلك المستمدة من الميثاق العالمي لحقوق الإنسان ومن المواثيق الدولية، وتلك المحددة في المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك والتي أصدرتها الأمم المتحدة في 09 أبريل 1985 تحت الرقم 39-248(1).

للمنظمة الدولية للمستهلك دوراً استشارياً لدى المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة، ولعدة منظمات، وهاكل متخصصة تابعة للأمم المتحدة مثل: اليونسيف والمنظمة العالمية للصحة والمنظمة العالمية للأغذية والزراعة، علماً أنها تنجز أنشطتها عبر مكاتبها المنتشرة في أرجاء العالم، حيث أنه لديها مكاتب قارية تتمثل في:

- مكتب آسيا والمحيط الهادي الذي مقره بماليزيا (بيتنق).

- مكتب أمريكا اللاتينية وجزر الكاريبي بالشيلي (سانديغو).

- مكتب أوروبا وأمريكا الشمالية وأستراليا (بلندن).

- مكتب أفريقيا بزمبابوي (هراري)، ومكتب إقليمي بالسنغال (دكار) يغطي أفريقيا الغربية والوسطى (2).

تسهر المنظمة الدولية للمستهلك على حماية المستهلك في العالم كله، كما تسهر على تطبيق حقوقه الأساسية الثمانية بالتعاون مع مختلف الأعضاء الآتية:

- الحق في توفير الحاجيات للمستهلك.

- الحق في السلامة.

- الحق في الإعلام.

- الحق في الاختيار.

- الحق في تمثيل المستهلك.

- الحق في التعويض.

- الحق في بيئة سليمة (3).

3 - الاتفاقيات الدولية الخاصة بحماية المستهلك

إذا ما تمّ النظر في حجم التبادل التجاري بين الدول، نجد أنّ هذا الأخير يعرف انتشاراً وارتفاعاً مهولاً، فبالمقابل نجد أنّ التعاون الدولي في مجال حماية المستهلك لا يساير هذا التطور بالعمل على تطوير المنظومة

1 - حداد العيد، " الحماية الدولية للمستهلك"، أعمال الملتقى الوطني: " المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق أبوداؤ، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17_18 نوفمبر 2009، (ص ص 179_191)، ص. 186.

2 - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 28.

3 - حداد العيد، " الحماية الدولية للمستهلك"، المرجع السابق، ص. 187.

القانونية في مجال الحماية. وهكذا، تبقى الجهود المبذولة في هذا الاتجاه في حقيقتها جدّ قليلة ولا توفّر الحماية الكافية للمستهلكين، ولا تغطي في غالبيتها جميع العمليات الاستهلاكية. من بين هذه الجهود نجد اتفاقية "فيينا" واتفاقية "لاهاي".

أ - اتفاقية فيينا لسنة 1980

حاولت الأسرة الدولية، من خلال هذه الاتفاقية، وضع إطار لتنظيم المعاملات فيما بينها وكانت من أهم مصادرها القانونية ما يتبناه العُرف والعادات التجارية الدولية وما تقرّره المبادئ التي تقوم عليها التجارة الدولية، وما تقرّره الإعلانات العالمية لحقوق المستهلك. تعالج الاتفاقية الالتزامات بالمطابقة في عقد البيع الدولي، حيث انصبّت جهودات الأسرة الدولية نحو التوحيد الدولي في مسائل تتصل بالمعاملات التجارية الدولية⁽¹⁾.

ب - اتفاقية لاهاي

تمّ التوقيع على اتفاقية "لاهاي" في 30 أكتوبر 1985 والتي تضع بعض الصّوابط التي تشكّل إطاراً من الحماية للمستهلكين في مجال البيوع الدولية التي ترد على البضائع والسلع الإنتاجية⁽²⁾.

دعا التطور الذي عرفه الاقتصاد العالمي الكثير من الدول إلى إنشاء (اتفاقية الجات) وتحويلها بعد ذلك إلى منظمة التجارة العالمية، الأمر الذي كان له انعكاسات على المستهلك على المستوى العالمي والعربي، وكان نشوء المنظمة من السمات البارزة لذلك التطور ومحاولة لتنظيم السوق الدولية، وتحويل العالم إلى سوق واحدة تضمن حرية حركة رأس المال على الأقل فيما يخص تبادل السلع والخدمات، وذلك من خلال اتفاقية الجات. و« يرجع إنشاء هذه الأخيرة إلى المجلس الاقتصادي والاجتماعي للأمم المتحدة في فيفري 1946 الذي قرّر عقد مؤتمر دولي لكنه فشل بسبب عدم موافقة الولايات المتحدة الأمريكية، لكن تمت الموافقة خلال الاجتماعات على اتفاقية عامة للتعريفات الجمركية والمعروفة باسم الجات عام 1947 ليتم بعد ذلك عقد ثمانية جولات حتى تحوّلت إلى المنظمة العالمية للتجارة عام 1994»⁽³⁾.

وهنا، يمكن الإشارة بالدور الفعال الذي تلعبه المنظمات الدولية في مجال حماية المستهلك عن طريق القرارات والتوصيات التي تصدرها في هذا الشأن، زيادة على السهر على تفعيل هذه التوصيات في تشريعات الدول الموقعة على الاتفاقية، ولا يختلف اثنان حول الدور الوازن الذي تضطلع به هذه المنظمات في هذا المجال⁽⁴⁾.

المطلب الثالث: التطور القانوني لحماية المستهلك في الجزائر

1 - حداد العيد، " الآليات الدولية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 382.

2 - جليل ابراهيم محمود، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، المرجع السابق، ص. 82.

3 - المرجع نفسه، ص. 81_82.

4 - المرجع ذاته، ص. 82.

لم تواكب الجزائر في البداية الحركة العالمية بشأن حماية المستهلك بسبب طبيعة النظام الاقتصادي الذي انتهجه بعد الاستقلال، والذي تميّز باحتكار الدولة للتجارة الداخلية والخارجية من خلال مؤسسات عمومية أوكلت لها مهمة الاستيراد. أما من الناحية الإدارية، فلا يوجد هيئة متخصصة في الرقابة وقامت بهذه المهمة وزارة الفلاحة ومصالحها الخارجية - مصلحة قمع الغش- ، وكان عدد أعوانها محدودا ومهمتهم الرئيسية قمع الغش بشكل عام وليس في إطار حماية المستهلك، بل لحماية الاقتصاد الوطني⁽¹⁾.

في عام 1982، تمّ تحويل هذه المصلحة من وزارة الفلاحة إلى وزارة التجارة، وذلك للقيام بقمع الغش ورقابة الأسعار والتحقيقات الاقتصادية⁽²⁾.

كما أنّ المتنبع لحركة حماية المستهلك وتطوّر التشريعات الخاصة بذلك في الجزائر، يستطيع التمييز بين مرحلتين هما:

- المرحلة السابقة لصدور أول قانون لحماية المستهلك لسنة 1989 (الفرع الأول).

- مرحلة صدور قانون حماية المستهلك لسنة 1989 وما بعدها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المرحلة السابقة لصدور أول قانون لحماية المستهلك لسنة 1989

تبدأ المرحلة السابقة لصدور أول قانون لحماية المستهلك في الجزائر وهو القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، من صدور قانون 31 ديسمبر 1962 الذي يقبل العمل بالقوانين الفرنسية باستثناء ما يتعارض مع السيادة الوطنية، فبعد الاستقلال في السنة ذاتها، يعود سبب غياب حركة حماية المستهلك في هذه الفترة إلى عدّة أسباب أهمها:

- التدخل المباشر للدولة في تنظيم الحق الاقتصادي، الأمر الذي يسمح بظهور الفئات والحركات التي تطالب بحقوق وحماية المستهلك.

- الفراغ القانوني الذي كانت تعيشه الجزائر بعد الاستقلال والذي يساعدها على الاهتمام بحركات حماية المستهلك، إذ كان الهدف الأول هو استعادة السيادة والعمل على حمايتها.

- الاختلاف في النهج الاقتصادي المتبع بين كلّ من الجزائر وفرنسا، إذ أنّ الجزائر اتبعت النظام الاشتراكي عكس فرنسا المتبعة للنهج الرأسمالي، الأمر الذي أدى إلى صعوبة تطبيق القوانين الرامية إلى حماية المستهلك في الجزائر⁽³⁾.

إلا أنّ ذلك لم يمنع المشرع الجزائري، في هذه الفترة، من إصدار قوانين يمكن إدراجها ضمن القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك، ويتمثّل الأول في الأمر رقم 75-47 الصادر في 17 جوان 1975⁽¹⁾، والذي

1 - معيوف هدى، " تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر"، مجلة التكامل الاقتصادي، جامعة دراية، مجلد 5، عدد 3، 30 سبتمبر 2017، (ص ص. 194_211)، ص. 195.

2 - مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج.ج.ج. عدد 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

3 - زوبرير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 29.

استحدث بموجبه المشرع الجزائري جرائم أدخلها إلى قانون العقوبات⁽²⁾، في الباب الرابع تحت عنوان «الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية».

أوجد المشرع الجزائري من خلال التقنين المدني الصادر بأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، نصوصا تحمي المستهلك من الغلط والتدليس والإكراه والاستغلال وجعل العقد قابلا للإبطال لمصلحته، كما يحمي القانون المدني المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الإذعان، فيجيز للقاضي أن يعدل الشروط أو أن يعفي المستهلك منها باعتبارها الطرف الضعيف في العلاقة العقدية ويجعل باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك، ويحميه من العبارات الغامضة في هذه العقود، ويجعل تفسيرها في مصلحة المستهلك كطرف مدعن. كما له الحق في التعويض عما أصابه من الضرر بسبب الإخلال بالالتزامات التي ترتبها العقد، وله الحق أيضا في كل من الإعلام المقرر لمصلحة المشتري في عقد البيع، والالتزام بضمان العيوب الخفية⁽³⁾.

كما صدر الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ⁽⁴⁾ والهدف منه حماية المنتج والمنتج ويتعدى بعدها إلى حماية المستهلك، كما تم صدور القانون رقم 85-05 المؤرخ في 16 فيفري 1985 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها، وحمى المشرع المستهلك بصفة غير مباشرة في المجال الصحي. كما تم صدور القرار الوزاري المشترك في 07 مارس 1987 المتعلق بتعاونيات الاستهلاك ذات الطابع الاجتماعي ولا تهدف إلى تحقيق الربح، والهدف من إنشائها المساهمة في حماية القدرة الشرائية للعامل عن طريق ضمان تمويل المشتركين فيها تمويلًا منتظما⁽⁵⁾.

هذا أبعد ما وصل إليه المشرع الجزائري في سبيل حماية المستهلك، ففي تلك الفترة كانت الجزائر تعتمد على الاقتصاد الموجه، حيث تهيمن الدولة على الاقتصاد الوطني سواء في التجارة الداخلية أو الخارجية، فهي المنتج والمستورد والموزع في آن واحد، أضف إلى ذلك دعم الدولة للسلع وما صاحبه من ندرة المنتجات، فتحوّل اهتمام المستهلك الجزائري بالدرجة الأولى إلى مجرد الظفر بتلك السلع فقط دون الاهتمام بجودتها أو مدى أمنها. ومما يلاحظ في هذه الفترة، غياب أية حماية خاصة للمستهلك، وأن القواعد القانونية المتوفرة موجّهة لحماية كافة الأشخاص دون النظر إلى إذا كانوا من المستهلكين أم لا، فمصطلح المستهلك لم يكن معروفا أصلا لدى المشرع الجزائري.

الفرع الثاني: مرحلة صدور قانون حماية المستهلك لسنة 1989 وما بعدها

1 - أمر رقم 75-47 مؤرخ في 17 جوان 1975، يتضمن تعديل الأمر رقم 66_156 المؤرخ في 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج. عدد 53، الصادر في 4 جويلية 1975.

2 - أمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج. عدد 49، الصادر في 11 جوان 1966 (معدل ومتمم).

3 - بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، المرجع السابق، ص ص. 26_27.

4 - أمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 جويلية 1976، يتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر.ج.ج. عدد 59 الصادر في 23 جويلية 1976.

5 - يونس زين ومعيوف هدى، "حماية حقوق المستهلك في الجزائر"، مجلة المعارف، قسم العلوم الاقتصادية، عدد 20، جوان 2016، (ص ص. 433_448)، ص ص. 437_438.

عاشت الجزائر أزمة اقتصادية ابتداء من سنة 1986 نتيجة ضعف مداخيل الجزائر من العملة الصعبة على إثر انخفاض أسعار النفط، مما انعكس سلبا على الاقتصاد الوطني. ظهرت كذلك مشاكل أخرى زادت من تدهور الحالة المعيشية للمواطن الجزائري نتيجة غلق العديد من المؤسسات العامة، وعدم قدرتها على مواصلة أنشطتها بصورة طبيعية، مما أدى إلى تسريح أغلب عمالها. أمام هذه الظروف، قامت فكرة مفادها الشروع في إصلاحات اقتصادية عميقة مسّت حتى بالمنظومة القانونية الجزائرية، الأمر الذي زاد من تأكيد فكرة أن الانفتاح الاقتصادي وفتح المبادرة للخواص قصد المشاركة في تنشيط الحياة الاقتصادية في البلاد أمر لا خيار له⁽¹⁾، فصدر المرسوم رقم 88-201 في 18 أكتوبر 1988 يتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخوّل للمؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفرّد بأيّ نشاط أو احتكار للتجارة.

رغم تعديل الدستور الجزائري في سنة 1989، فإنّه لم ينص صراحة على التوجّه والتحوّل نحو الاقتصاد الحرّ ومع ذلك ظهرت بوادر النظام الجديد في ظل الدستور نذكر منها:

- القانون رقم 89-02 المتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي لعب دورا هاما في بلورة فكرة حماية المستهلك في المجتمع الجزائري ويعتبر الركيزة الأساسية ليقول بوجودها، ويعود ذلك لسبب هام هو الانسحاب التدريجي للدولة من الحقل الاقتصادي الموجّه (النظام الاشتراكي) والتحوّل إلى اقتصاد السوق الذي قد يمسّ مصلحة المستهلك⁽²⁾، إذ أنّ الجزائر لا تزال سوقا فتية عذراء تواجه ولأوّل مرّة أخطبوط السوق الحرة القادرة على التعامل مع أيّ كان وتحت أيّ لون من الألوان وما يصحب ذلك من مخاطر وأضرار يمكن أن تلحق بالمستهلك، لذلك وجب أخذ الحيطة والحذر ذلك أمّن دخول الجزائر اقتصاد السوق، بقدر ما جلب من مزايا تمثّلت في النهوض بمستوى معيشة المستهلك على أساس تنوّع وتعدّد السلع والسلع البديلة، بحيث أصبح للمستهلك مجالا واسعا للاختيار بقدر ما جلب من عيوب منها تدني مستوى الجودة في السلع والخدمات وظهور المنافسة غير الشرعية هذا من جهة. ومن جهة أخرى، تعتمد الجزائر في سدّ جانب كبير من حاجياتها على منتجات مستوردة من الخارج: سلع استهلاكية ومواد طبية ومنتجات صناعية...، ولن نبالغ إن قلنا بأنّ بعض السلع المستوردة تشكّل خطورة على صحة وأمن المستهلك، بل ليس سرا أنّ بعض هذه المنتجات لا تتوافر فيها احتياطات الأمان اللازمة لضمان سلامة المستهلكين.

إلى غاية عام 1989، ظهرت الحماية في شكل عقوبة قضائية للمسؤولية سواء كانت جزائية أو مدنية. وضع المشرّع في عام 1989 نصّا وقائيا للأخطار المتصلة بالمنتجات أو الخدمات وسمح للإدارة بأن تنظّم أو تمنع استعمال هذه المواد (Produits). يقوم هذا النصّ الوقائي (ce dispositif de prévention) خاصة على

¹ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 11.

² - معيوف هدى، "تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر"، المرجع السابق، ص. 197-198.

أساس وجود التزام عام لأمن المستهلك (Obligation générale de sécurité) يوجب على المهنيين أن يضعوا في السوق منتجات أو خدمات تستجيب لضمان موافق لرغبات المستهلكين. لا يعني هذا الالتزام حتماً اتخاذ إجراءات جزائية، غير أنه يبرر بعض الإجراءات الإدارية مثل سحب المنتج الذي يمثل خطراً جسيماً (أو وشيك) يهدد صحة أو أمن المستهلك. يكمن الهدف في البحث عن المخاطر وتفاذي الأضرار التي يمكن أن تنتج عن بعض المنتجات والخدمات المعروضة في السوق.

إلى جانب ما تقدم، يوجد التزامين آخرين:

- الالتزام بالضمان (L'obligation de garantie).

- الالتزام بالمطابقة (L'obligation de conformité).

تم إصدار قانون حماية المستهلك (1989/02/07) في 30 مادة موزعة على ثلاث أبواب.

الباب الأول: أحكام عامة في 13 مادة،

الباب الثاني: يتضمن أحكاماً إجرائية،

الباب الثالث: يتضمن أحكاماً جزائية في خمس مواد.

يظهر، من خلال هذه الأبواب، أن المشرع الجزائري يرى المستهلك كضحية وليس كطرف فعال.

أصدر المشرع الجزائري، بعد ذلك، مجموعة من المراسيم التنفيذية تطبيقاً للقانون رقم 89-02 من أهمها:

- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش (معدل

ومتتم)⁽¹⁾؛

- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات

(ملغى)؛

- مرسوم تنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير

الغذائية وعرضها (ملغى)؛

- مرسوم تنفيذي رقم 91-53 مؤرخ في 23 فيفري 1991، يتعلق بشروط الصحة المطلوبة عند عملية

عرض الأغذية للاستهلاك (ملغى)؛

- مرسوم تنفيذي رقم 92-41 مؤرخ في 04 فيفري 1992، يحدد شروط إنتاج مواد التجميل والتنظيف

البدني وتسويقها؛

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 90_39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 5، الصادر في 31 جانفي

1990، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج.، عدد 61، الصادر في 21 أكتوبر 2001.

- مرسوم تنفيذي رقم 92-43 مؤرخ في 04 فيفري 1992، يتعلّق بالرّخص المسبقة لإنتاج المواد السّامة أو التي تشكّل خطراً من نوع خاص؛

- مرسوم تنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فيفري 1992، يتعلّق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محلياً أو المستوردة؛

- مرسوم تنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 06 جويلية 1992، يتعلّق بالمجلس الوطني لحماية المستهلكين.

في سنة 1996، سنّ المؤسس الدستوري نصّاً صريحاً يتمثل في المادة 37 من الدستور الجزائري لسنة 1996 التي تنصّ على أنّ:

«حرية التجارة والصناعة مضمونة، وتمارس في إطار القانون»⁽¹⁾.

لا يعني الاعتراف بمبدأ حرية التجارة والصناعة، آنذاك، بالضرورة الانسحاب الكلي لدور الدولة في بناء الاقتصاد الوطني، وإتّما الغرض منه التحوّل من الدولة المتدخلة إلى الدولة الضابطة مع فتح المبادرة للقطاع الخاص بعد أن كانت أغلب النشاطات مغلقة في وجهه، وكذا تحرير التجارة الخارجية. كما أنّه لا يمنع بقاء المؤسسات الوطنية التي لها مكانة في السوق من ممارسة أنشطتها ومنافستها للمؤسسات الخاصة التي تنشأ للغرض نفسه هذا من الناحية الاقتصادية. أمّا من الناحية القانونية، فإنّ الاعتراف بمبدأ حرية التجارة والصناعة في الدستور يضيف عليه قيمة قانونية كبرى وحماية أسمى لسمو الدستور على باقي النصوص القانونية⁽²⁾.

لعلّ المشرّع الجزائري أراد أن يسبق الأحداث من خلال اعترافه بداية بحرية المنافسة وحمايتها من كلّ ممارسة منافية لها من خلال إصدار أول قانون جزائري يتعلّق بالمنافسة سنة 1995⁽³⁾. ثمّأقرّ المؤسس الدستوري، في سنة 1996، مبدأ حرية التجارة والصناعة صراحة، إثر التعديل الدستوري لسنة 1996.

لا يقتضيا لاعتراض بمبدأ حرية التجارة والصناعة في الجزائر، كسبيل للمخرج من مختلف الأزمات التي عرفتتها الجزائر، بالضرورة ترك هذا المجال بدون تنظيم لأنّ ذلك سيؤدي إلى نتائج جدّ وخيمة على الاقتصاد الوطني وعلى المستهلك بصفة خاصة. لذا كرّس المؤسس الدستوري من خلال نص المادة 37 من الدستور

1 - الدستور الجمهورية الجزائرية لسنة 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996، المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، ج.ر.ج.ج. عدد 76، الصادر في 08 ديسمبر 1996، المعدل والمتمم بالقانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 أبريل 2002، المتضمن تعديل الدستور، ج.ر.ج.ج. عدد 5، الصادر في 14 أبريل 2002، ثمّ بالقانون 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، المتضمن التعديل الدستوري، ج.ر.ج.ج. عدد 63، الصادر في 16 نوفمبر 2008، ثمّ بالقانون رقم 16-01 المؤرخ في 06 مارس 2016، المتضمن التعديل الدستوري، ج.ر.ج.ج. عدد 14، الصادر في 07 مارس 2016، ثمّ بالمرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر 2020، المتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر 2020، ج.ر.ج.ج. عدد 82، الصادر في 30 ديسمبر 2020.

2 - زويبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 13.

3 - أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 فيفري 1995، يتعلّق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج. عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995 (ملغى).

الجزائري لسنة 1996 مبدأ حرية التجارة والصناعة لجعل هذه الأخيرة مضمونة ولكن من جهة أخرى قيدها بحيث يتم ممارستها في إطار القانون.

إضافة إلى الانشقاقات التنظيمية التي بدت على الإطار القانوني لحماية المستهلك بعد مرور عقد من الزمن على سريانه، فإن الدولة خضعت لبعض الإملات الدولية لإعادة النظر في تلك المنظومة خاصة مع دخولها في تفاصيل المفاوضات المجرة مع الاتحاد الأوروبي ومنظمة التجارة العالمية. وقد كان مطلوباً منها إجراء ملائمة المرجعية الوطنية للحماية مع المرجعية الدولية وأن ترقى قوانينها إلى القدر الذي تتوفر فيه المستويات المقبولة للضمان والسلامة والأمن فيما يطرح في أسواقها من منتجات وخدمات.

ومن جهته، أكد اتفاق الشراكة الأوروالجزائري المبرم سنة 2002 والساري المفعول بموجب المرسوم الرئاسي 05-159⁽¹⁾، في مادته 65 على ضرورة التعاون بين الجانبين في مجال حماية المستهلك وعلى وجوب التوفيق بين أنظمتها والتقريب بينها.

بينما وعلى صعيد جولات التفاوض مع منظمة التجارة العالمية، استدعى التسريع في الإطار القانوني الكفيل بإتاحة الحركة الحرة والسريعة للسلع، التطبيق الفعلي من الحكومة الجزائرية للاتفاقات المتعلقة بالعراقيل التقنية للتجارة (O.T.C)، ودونما نسيان النص في المرجعية الوطنية على فكرة التدابير الصحية والصحة النباتية. ترجمت هذه الانتظارات الدولية من الجزائر رغبة سياسية في إجراء التطويرات والتصحيحات المناسبة، فتحت ورشة قانونية لمهابة الإطار القانوني الوطني مع قرينه الدولي. وغنى عن الذكر هنا، أنّ عملية التصحيح هذه تميّزت بقدر كبير من الغزارة التشريعية والتنظيمية، نكتفي بعرض أهم موجهاتها القانونية:

- تعديل قانون المنافسة بموجب الأمر رقم 03-03 وذلك بإجراء إصلاحات عميقة على الأمر 95-06، تتيح مجالاً أوسع للمنافسة في السوق، والتّمين شأنها تحسين ظروف معيشة المستهلكين.

- إصدار القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁾. يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه. حيث يحدّد هذا القانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية من أجل تدعيم المنظومة التشريعية المنظمة للمجال التجاري بصفة عامّة وحماية المستهلك بصفة خاصّة من الأشكال الجديدة للتحايل والغش والتلاعب، لما لهذه الأشكال من قدرة على تضليل المستهلك بشأن السلع

¹ - مرسوم رئاسي رقم 05-159 مؤرخ في 27 أبريل 2005، يتضمن التصديق على الاتفاق الأوروبي المتوسطي لتأسيس شراكة بين الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية من جهة، والمجموعة الأوروبية والدول الأعضاء فيها من جهة أخرى، الموقع ببالونسيا يوم 22 أبريل 2002، وكذا ملاحقه من 1 إلى 6 والبروتوكولات من رقم 1 إلى رقم 7 والوثيقة المرفقة به، ج.ج.ج. عدد 31، الصادر في 30 أبريل 2005.

² - قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ج.ج. عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004 (معدل ومتمم).

والخدمات التي تقدم له، ونخص بالذكر في هذا الصدد الفصل الخامس من الباب الثالث منه المعنون بالممارسات التعاقدية التعسفية والتي استحدثت ولأول مرة فكرة حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري، وهذا على هدي ماسارت عليه التشريعات المقارنة من ضرورة استعادة التوازن المفقود في علاقات المهنيين بالمستهلكين⁽¹⁾.

- إصدار القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس⁽²⁾، ومعه تم إنشاء المعهد الجزائري للتقييس بهدف ترقية عملية مطابقة المنتجات والخدمات مع المقاييس الدولية، وهو ما من شأنه أن يصب في صالح المستهلك عن طريق تحسين نوعية وجودة السلع والخدمات.

- التعديلات الهامة للشريعة العامة (التقنين المدني) ونخص بالذكر المادة 140، 140 مكرر، المستحدثة والتي أسست لمبادئ المساءلة المدنية للمنتج القائمة على افتقاد السلامة في المنتج، وركزت على فكرة الضحية سواء كان متعاقدًا أو من الغير، متماشية بذلك مع ما استحدثته أحكام التوجيه الأوروبي لسنة 1985 وما رسخته القوانين الأوروبية على هديه كان آخرها القانون الفرنسي رقم 98-189 المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة.

- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية والتعديلات التي لحقته في سنة 2008، 2010.

- صدور القانون رقم 08-13 المعدل والمتمم للقانون المتعلق بترقية الصحة وما تضمنته لأحكام جديدة بالنسبة لطرح المنتجات الصيدلانية في السوق ليتوج هذا المسار بصدور القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بتاريخ 08 مارس 2009، المستخلص أساسًا من المشروع الذي قدمته وزارة التجارة في جويلية 2004 والذي أعاد النظر في سياسة الحماية وأضفى قدرًا من الصرامة وملاحقة ومتابعة الأعوان الاقتصاديين المخالفين لأحكامه⁽³⁾، حيث نصت المادة 94 من القانون 09-03 السالف الذكر على ما يلي:

« تلغى أحكام القانون 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق لـ 07 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وتبقى نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها ».

يتدخل القانون لإضفاء حماية خاصة للمستهلك الإلكتروني، سواء في مواجهة المخاطر الناجمة عن التعاقد عبر الشبكة الإلكترونية بحد ذاتها، أو في مواجهة تعسف المهني، الذي يكون في وضعية اقتصادية تخوله فرض شروط العقد على المستهلك الإلكتروني. ومهما تكن طريقة التعاقد فإن المستهلك الإلكتروني يبقى مستهلكًا

¹ - قادة شهيدة، "التجربة الجزائرية في حماية المستهلك: بين طموح وتطور والنصوص وافتقاد آليات تطبيقها"، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، العدد 1، 2014، (ص ص. 11_29)، ص. 16.

² - قانون رقم 04-04 مؤرخ في 23 جوان 2004، يتعلق بالتقييس، ج. ر. ج. ج. عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004 (معدل ومتمم).

³ - قادة شهيدة، "التجربة الجزائرية في حماية المستهلك: بين طموح وتطور والنصوص وافتقاد آليات تطبيقها"، المرجع السابق، ص ص. 16_17.

كغيره، ويخضع للقواعد التقليدية لحماية المستهلك. ومراعاة لخصوصية وسيلة التعاقد الإلكتروني، يتدخل القانون بتشريعات خاصة بالمعاملات الإلكترونية لحماية المستهلك الإلكتروني من مخاطر التعاقد عبر الشبكة الإلكترونية⁽¹⁾ ومن هذه التشريعات:

في غياب قانون مستقل لإثبات الإلكتروني، اكتفى المشرع الجزائري بتنقيح الأحكام القانونية الخاصة بالإثبات في التقنين المدني بمناسبة تعديله سنة 2005، وذلك من خلال المواد 323 مكرر و323 مكرر 1 و327 فقرة 2 منه.

- قانون رقم 09-04 مؤرخ في 05 أوت 2009 يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها⁽²⁾؛

- قانون رقم 15-04 مؤرخ في أول فيفري 2015 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين⁽³⁾، والذي جاء بقواعد تحمي المستهلك الإلكتروني من مخاطر التعاقد في عالم مجرد عبر شبكة إلكترونية، ويفرض علما لتعاقد نقل العقد من العالم المجرّد إلى العالم المادي وتوثيق العقد من طرف شخص ثالث حدده القانون؛

- قانون رقم 18-04 مؤرخ في 10 ماي 2018 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية⁽⁴⁾؛

كما أنالتجارة الإلكترونية برمتها في حاجة إلى وضع إطار قانوني لها يحمي المستهلك الإلكتروني، ممّا دفع بالمشرع الجزائري إلى إصدار القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 يتعلّق بالتجارة الإلكترونية، السابق ذكره.

ثمّ جاء القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018 ليعدّل ويتمّ القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، السابق ذكره.

المبحث الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك في الجزائر

حدّدت المادة 2 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، نطاق تطبيق قواعده، حيث نصّت على ما يلي:

1 - سعدون يسين، " الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني"، مجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 1، 2016، (ص ص. 314_331)، ص. 331.

2 - قانون رقم 09-04 مؤرخ في 5 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بالإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر.ج. عدد 47، الصادر في 16 أوت 2009.

3 - قانون رقم 15-04 مؤرخ في أول فيفري 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكترونيين، ج.ر.ج. عدد 06، الصادر في 10 فيفري 2015.

4 - قانون رقم 18-04 مؤرخ في 10 ماي 2018 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج.ر.ج. عدد 27، الصادر في 13 ماي 2013.

«تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك».

تعتبر مسألة تحديد نطاق تطبيق قواعد قانون حماية المستهلك بأبعاده المختلفة من مقتضيات تحقيق الأمن القانوني المنشود، كونه يسمح بتحديد من هم الأشخاص المستفيدين من الحماية المضمونة من خلال قواعد هذا القانون (المستهلكون) وكذا تحديد الأشخاص الملزمون باحترام تلك القواعد (المهني وكل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك).

تحدد المادة المذكورة أعلاه نطاق تطبيق القانون من حيث (الفرع الأول) ومن حيث الموضوع الذي يكمن في السلعة أو الخدمة المعروضة مجانا أو بمقابل لاستهلاك (الفرع الثاني).

المطلب الأول: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص

نتعرض من خلال المطلب لتحديد الأشخاص التي تشملهم الحماية القانونية بموجب قانون حماية المستهلك لسنة 2009 وذلك عن طريق تحديد المستهلك الجدير بهذه الحماية (الفرع الأول)، ثم تحديد الطرف الآخر في العلاقة التعاقدية في عقد الاستهلاك وهو المهني الذي عرفه هذا القانون بالمتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: المستهلك محور الحماية القانونية

يحتاج المستهلك إلى الحماية سواء على المستوى الوطني أو الدولي، وتتبع أهمية توفير حماية المستهلك من أنه يمثل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية. فالرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين، ومقدمي الخدمات لاتباع أساليب غير مشروعة لإثراء التشريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختلفة. يُعتبر المستهلك أهم طرف في السوق، إذ هو محور العملية الاقتصادية برمتها، ولذلك لا بد من توفير التوازن بين أطراف كل هذه العملية (المستهلك والمنتج والتاجر...).

ويعرف الاستهلاك لدى علماء الاقتصاد بأنه: «المرحلة الأخيرة من التطور والتقدم الاقتصادي وهو يختلف عن الإنتاج والتوزيع اللذين يكونان المراحل الأولى والتمثلة في جمع وتحويل وتوزيع الثروات»⁽¹⁾. استند رجال القانون على هذا التعريف لإعطاء تعريف للاستهلاك بأنه: «آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية لإشباع الحاجات»⁽²⁾.

يُعتبر المستهلك في المفهوم الاقتصادي الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك⁽³⁾.

1 - المرشدي أمل، "تحليل مميز لقانون الاستهلاك"، 25 ديسمبر 2016، <https://www/mohamah.net>

2 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 1، مارس 2011، (ص 179-198)، ص. 182.

3 - المرجع نفسه.

أصبح المستهلك موضوع اهتمام الفقه القانوني، وإن كان لتعريف المستهلك نصيب في النصوص القانونية المرصودة لحماية المستهلك، وعلى هذا الأساس سنقوم بدراسة مفهوم المستهلك في الفقه، ثم نقدّم تعريف القانون الجزائري له.

أولاً: مفهوم المستهلك في الفقه

انقسم الفقه حول تعريف المستهلك إلى اتجاهين، بين التوسّع والإطلاق وبين التضييق والتقييد. وعلى هذا الأساس، سنتناول الاتجاه الموسّع والاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك.

1 - الاتجاه الموسّع لمفهوم المستهلك

يتّجه فريق من الفقهاء إلى تبني مفهوم واسع للمستهلك، بحيث يشمل هذا المصطلح لديهم كلّ من يقتني المنتج أو الخدمة لغرض شخصي أو لغرض مهني⁽¹⁾.

ذلك أنّ المهني إذا تعامل خارج تخصصه، فإنّه سوف يجد نفسه في مركز ضعف، لأنّه يكون في حكم الجاهل لأمر، مثل الطبيب الذي يتصرّف خارج الميدان الطبي، ويشترى المعدات الطبية لعيادته، والمحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لمكتبه، لسدّ حاجاته المهنية.

من الواضح أنّ هذا الاتجاه يأخذ بمعيار التخصص أو الخبرة، وهو بهذه الطريقة يوسّع من نطاق الحماية القانونية للمستهلك لتشمل المهنيين الذين لا خبرة لهم في العقود التي يكونون أطرافاً فيها، مع مهنيين مختصّين، وبالتالي يكونون أهلاً لاكتساب صفة المستهلك⁽²⁾.

ويؤخذ على هذا الاتجاه أنّه يجعل حدود قانون الاستهلاك غير دقيقة تماماً لمعرفة ما إذا كان المهني يعمل في إطار تخصصه أم لا حتّى يمكننا تحديد القانون الواجب التطبيق عليهم، والحقيقة عكس ذلك، إذ يجب على المتعاقدين معرفة القانون الواجب التطبيق، والذين سيخضعون له مسبقاً⁽³⁾. وبهذا يكون المفهوم المضيّق للمستهلك أكثر دقّة.

2 - الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك

أيدّ غالبية الفقه لهذا الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك، حيث يصفه بذلك الشخص الذي يقتني المنتج أو الخدمة لأغراض شخصية أو عائلية مستبعداً المهني عن نطاق المستهلك⁽⁴⁾.

ويؤكّد هذا الفريق بأنّ المهني يخرج عن نطاق المستهلك، لأنّ مهنته تؤهّله وتمكّنه من مواجهة من يكون في مركزه، وبحكم اختصاصه يكون له من الخبرة والدراية والمعرفة ما يجعله على قدم المساواة مع المتخصّصين مثله.

1 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 10.

2 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 184.

3 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 184_185.

4 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 10.

وعلى هذا الأساس، لا يُعتبر مستهلكاً من يتعاقد لأغراض مهنية، كما يستبعد من هذا التعريف، ولا تنطبق عليه صفة المستهلك، من يقتني منتجاً أو خدمة لغرض مزدوج، بمعنى أن يقتني السلعة أو الخدمة لغرض مهني وآخر غير مهني، في الوقت نفسه، كأن يشتري وكيل عقاري سيارة يستعملها في تنقلاته الخاصة مع عائلته إلى جانب استعمالها في جولاته المهنية.

ومن مزايا هذا الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك، أنه يساعد على تحقيق الأمن القانوني المنشود للمستهلك، والذي لا يتحقق في ظلّ تبني مفهوم موسّع لصفة المستهلك⁽¹⁾.

ثانياً: مفهوم المستهلك في القانون الجزائري

قدّم المشرّع الجزائري تعريفاً تشريعياً للمستهلك، لذا فإننا نتساءل عن موقفه في هذا التعريف، وماهية العناصر التي يمكن أن تستخلصها من هذا التعريف لاعتبار الشخص مستهلكاً.

1- تعريف القانون الجزائري للمستهلك

وفقاً لأحكام المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، السابق ذكره، فإنّ المستهلك هو: « كلّ شخص يقتني بئمن أو مجاناً، منتجاً أو خدمة معيّن للاستعمال الوسيط أو النهائي لسدّ حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به ».

وعرّفته المادة 2/3 من القانون رقم 04-02، المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، المذكور سابقاً، على أنّه: «كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة أو خدمة للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجرّدة من كلّ طابع مهني».

وعرّفته المطة الأولى من المادة 3 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بأنّه: « كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجّهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به ».

يظهر إذن، من خلال هذا التعريف، أنّ المستهلك المشمول بالحماية هو المستهلك غير المهني الذي يقتني سلعة أو خدمة لتلبية رغبة خاصة به شخصياً أو شخص آخر من عائلته أو حيوان متكفل به⁽²⁾.

انطلاقاً ممّا سبق ذكره، نر أنّ المشرّع الجزائري أيّد الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك واتبعه، بحيث يتطابق تعريفه مع رأي أغلبية الفقهاء (الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك) في هذا الشأن. بالإضافة إلى ذلك، نجد بأنّ السياسة التشريعية الهادفة إلى حماية المستهلكين، كان منطقتها وهدفها الأول هو حماية الطرف الضعيف في العقد، الذي هو الشخص العادي، الذي يبرم التصرفات القانونية بهدف إشباع الحاجات الشخصية والعائلية. أمّا موقف المهني حينما يبرم تصرفات قانونية من أجل خدمة أغراضه المهنية، فإنّ عدم تخصّصه لا

¹ - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 185-186.

² - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 10.

يعني أبداً أنه ضعيف، فهو من ناحية ليس ضعيفاً من الناحية الاقتصادية، وهو من ناحية أخرى يستطيع أن يلجأ إلى خبير يعوّضه نقص خبرته طالما أن ما يبرمه من تصرفات قانونية تتعلّق بمهنته أو تجارته⁽¹⁾.

2 - عناصر التعريف القانوني للمستهلك في الجزائر

يُستفاد من خلال التعريفات السابق للمستهلك، بأنّ على الشخص أن تتوفّر فيه جملة من العناصر أو المواصفات حتّى يمكن إضفاء صفة المستهلك عليه. وأهمّ هذه العناصر هي:

- أن يكون مقتني المنتج من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية.

- أن يكون محلّ الاستهلاك منتجاً.

- أن يكون الغرض من الاستهلاك الحاجات الخاصة.

أ - أن يكون مقتني المنتج من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية

يجب أن يكون الذين يقتنون أو يستعملون السلع أو الخدمات أشخاصاً طبيعية أو معنوية.

يتّضح من خلال تعريف السلطة التنفيذية للمستهلك وفقاً لأحكام المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 السابق ذكره، أنّ هذا الأخير، أي المستهلك، هو كلّ شخص طبيعي، طالما أنّ الغرض من الاستهلاك هو سدّ حاجات شخصية تُعتبر في الأصل حاجات الشخص الطبيعي، وبذلك تكون السلطة التنفيذية قد أقصت الشخص المعنوي من إمكانية اعتباره مستهلكاً.

وقد يكون هذا الأمر مقبولاً إذا تعلّق الأمر بصحة الأفراد، لكن هناك أشخاصاً معنوية من القانون الخاص، كالجمعيات ذات الأهداف غير المهنية، والتي لا تهدف إلى تحقيق الربح، والتي عادة ما تكون تصرفاتها مماثلة لتصرفات الأشخاص الطبيعية، والذين (أي الأشخاص المعنوية) لا يكونون دائماً متفوقين اقتصادياً، فيكونون بالتالي في حاجة ماسّة إلى أن تشملهم الحماية المقرّرة للأشخاص الطبيعيين المستهلكين⁽²⁾.

تدارك المشرّع الجزائري هذا الأمر، وعرّف المستهلك في الماد 2/36 من القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاري (المعدّل والمتمّم) بأنّه «كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قُدّمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت أو مجرّدة من كلّ طابع مهني».

وبهذا، يكون المشرّع قد حسم الأمر واعتبر المستهلك كلّ شخص طبيعي أو معنوي. وقد أكّد المشرّع الجزائري هذا الموقف من خلال المطّة الأولى من المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ (المعدّل والمتمّم) عندما عرّف المستهلك بأنّه كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفّل به.

1 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص ص. 186_187.

2 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص ص. 188_189.

وفي هذا المجال، يُطرح السؤال التالي: ما هو المستهلك المقصود، هل هو المستهلك النهائي الذي يلبي حاجاته الشخصية أو حاجة أشخاص آخرين، أو المستهلك الوسيط الذي يشتري السلع والمواد لا ليستهلكها، وإنما من أجل تحويلها وتصنيعها. لكن بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر، نجد أنّ المقصود من المستهلك في هذا المجال هو المستهلك النهائي دون الوسيط⁽¹⁾.

ب - أن يكون محلّ الاستهلاك منتجًا

نستخلص بالرجوع إلى نصّ المطة الأولى من المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أنّ المستهلك هو «كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال...».

كما جاء في نصّ المطة العاشرة من المادة ذاتها تعريف المنتج كما يلي:

«كلّ سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً».

إذن، نتوصل، انطلاقاً ممّا سبق ذكره، أنّه لكي يكون الشخص مستهلكاً يجب أن يكون محل الاستهلاك منتجاً (وهذا ما سنتطرق إليه بالتفصيل عند تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع).

ج - أن يكون الغرض من الاستهلاك تلبية الحاجيات الخاصة

نجد، بالرجوع إلى نصّ المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أنّ المستهلك هو: «كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به».

نتوصل، في ضوء هذه الأحكام، إلى أنّ هناك عنصران أساسيان يسمحان بتحديد مفهوم المستهلك: الاستعمال النهائي للسلعة أو الخدمة، والاستعمال للاحتياجات الخاصة⁽²⁾.

ففيما يتعلّق بالشّروط الأولى (العنصر الأول)، فإنّ الشخص حتّى يُصبح مستهلكاً، عليه أن يقتني سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي. وهذا يؤدي إلى عدم تمتّع هذا الشخص بصفة المستهلك لمّا يكون المنتج (سلعة أو خدمة) موجهة للتحويل قبل إعادة بيعه في السوق.

أمّا فيما يخصّ بالشّروط الثاني (العنصر الثاني)، فإنّ الشخص حتّى يصبح مستهلكاً، عليه أن يكون اقتناؤه للسلعة أو للخدمة تلبيةً لحاجته الخاصة. وهذا أيضاً يؤدي إلى عدم تمتّع هذا الشخص بصفة المستهلك لمّا يتعلّق الاقتناء بسلع أو خدمات في إطار ممارسة نشاط مهني⁽³⁾.

¹ - كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية (وفقاً للأمر 03-03 والقانون 02-04)، منشورات بغدادية، الجزائر، 2010، ص ص.

² - ZOUAIMIA Rachid, Droit de la concurrence, Maison d'édition Belkeise, Alger, 2012, p. 117

³ - Ibid.

في الأخير، يُعتبر عنصر الغرض من الاستهلاك نقطة الفصل الحاسمة في التفرقة بين المستهلك والمهني، ذلك أنّ غرض المستهلك من حصوله على المنتج هو سدّ حاجته الشخصية أو حاجات عائلته بما فيها حاجات الحيوانات التي يتكفل بها.

الفرع الثاني: المهني وكلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك

المهني هو الطرف الثاني في عقد الاستهلاك، ذلك أنّ المستهلك يبرم، بمناسبة عمليات الاستهلاك، عقوداً مع المهني التي تُسمى "عقود الاستهلاك"، فبالنسبة للمستهلك، قد يعتبر المنتج أو الموزّع بائعاً بالمعنى المعروف في القانون المدني إذا تعلّق الأمر بالحصول على سلع كمشراء الغذاء والملابس والدواء، كما قد يكون محلّ العقد خدمة مقدّمة.

سنتناول في هذا المجال موقف الفقه والمشرّع من مفهوم المهني، ثمّ مدى اعتبار أشخاص القانون العام من المهنيين.

أولاً: موقف الفقه والمشرّع الجزائري من مفهوم المهني

يدلّ تعبير مهنة على كلّ نشاط منظمّ هدفه الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمات، وكانت التجارة ولا تزال، هي أول أشكال هذه الأنشطة المنظمة، لذلك كانت أهم هذه المهن على الإطلاق؛ غير أنّه مع تطوّر الحياة الاقتصادية والاجتماعية وازدياد متطلبات حاجات المجتمع، ظهر الكثير من أصحاب المهن الحرة إلى جانب هؤلاء المنتجين أو الصّناعيين كالأطباء والمحامين وغيرهم كثير. سنبحث عن موقف الفقه من مفهوم فكرة المهني، ثمّ نبيّن موقف المشرّع الجزائري من ذلك.

1- التعريف الفقهي للمهني

إذا اختلفت تعاريف الفقه للمهني، فإنّ المرجع المشترك لها والذي كان بمثابة الأساس، هو تعريف التوجيه الأوروبي للمهني⁽¹⁾. فعرفه البعض بأنّه: « المهني هو الشخص الطبيعي أو المعنوي، العام أو الخاص، والذي يتصرّف لأغراض تدخل في نطاق نشاطه المهني، سواء أكان تجارياً أم صناعياً أو حرفياً أم حرّاً أم غير ذلك: إنّ الطبيعة المعتادة والمنظمة لنشاطه هي التي تصنع قوّة المهني: وهو في ممارسة هذا النشاط، أكثر دراية وكفاءة من المستهلك»⁽²⁾.

¹⁻ Une définition du professionnel avait été donnée dans la directive n°2011/83/UE, relative aux droits des consommateurs : « Le professionnel est toute personne physique ou morale, qu'elle soit publique ou privée, qui agit, y compris par l'intermédiaire d'une autre personne agissant en son nom ou pour son compte, aux fins qui entrent dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale en ce qui concerne des contrats relevant de la présente directive. » ; Sur ce point, voir, RAYMOND Guy, Droit de la consommation, op-cit, p. 53.

²⁻ RAYMOND Guy, Droit de la consommation, op-cit, p. 54.

كما تمّ تعريف المهني كما يلي: « كلّ شخص طبيعي أو معنوي، خاص أو عام، والذي يظهر في العقد كمهني محترف، فهو الشخص الذي يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني، سواء كان هذا النشاط تجاري أم صناعي أو زراعي، فيملك مكانا أو محلا تجاريا بقصد ممارسته لنشاطه، أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها»⁽¹⁾.

كما عرّفه البعض الآخر من الفقه كما يلي: « المهني هو كلّ شخص طبيعي أو معنوي، يتصرّف في إطار نشاط معتاد ومنظّم، بحيث يقوم من خلال هذا النشاط بالإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات»⁽²⁾.

استنادًا إلى هذا التعريف، نلاحظ أنّ مهنة المهني قد تكون صناعية أو تجارية أو زراعية أو فنية أو مهنة حرّة، وقد يكون المهني شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا⁽³⁾.

إنّ المعيار الذي يحدّد مدى اتّخاذ الشخص (الطبيعي أو المعنوي) لصفة المهني هو معيار الاعتياد على ممارسة النشاط في إطار منظّم، والذي بموجبه يظهر المهني صاحب خبرة ودراية عالية في مجال مهنته. واستنادًا إلى تفوّقه هذا، تظهر ضرورة إفادة الطرف الآخر المتعاقد معه، وهو المستهلك، بحقوق خاصّة تكون في مجملها التزامات تقع على عاتق المهني.

بالإضافة إلى ذلك، يشترط أن يتكرّر القيام بالنشاط المتعلق بمهنته، دون اشتراط الامتحان الذي يُعتبر لازمة لاعتبار الشخص تاجرًا، كما أنّه لا يهم نوع النشاط الذي يمارسه سواء أكان نشاطا تجاريا أو مدنيا أو فنيا، بشرط أن يتعاقد في إطار تخصّصه المهني⁽⁴⁾.

كما يُشترط في المهني أيضا أن يكون نشاطه المهني منظّمًا، لأنّه بالتنظيم يكون الشخص فعّالا وقادرا على توقّع الأضرار التي يمكن أن يسببها نشاطه للغير، دون اشتراط أن يكون هذا التنظيم على أعلى مستوى، وأن يكون المهني متفوّقا في عمله، والتفوق هنا هو نتيجة طبيعية للتنظيم. وهذا يعني أن يملك المهني من المهارات والمؤهلات التي تجعله يتفوق في عمله، باعتباره صاحب خبرة ومهارة ودراية عالية مقارنة مع عامة المستهلكين، استنادا إلى المعلومات التي يملكها⁽⁵⁾.

2 - مفهوم المهني وكلّ متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك في القانون الجزائري

1 - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، المرجع السابق، ص. 29.

2 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 191.

3 - موالك ب.، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، مجلد 36، عدد 2، 1999، (ص ص. 23_64)، ص. 32.

4 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 191.

5 - المرجع نفسه، ص. 192.

قدّم المُشرّع الجزائري تعريفاً تشريعياً للمهني ولطلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك. لذا، فإننا نتساءل عن موقفه في هذا التعريف، وماهية العناصر التي يمكن أن نستخلصها من هذا التعريف لاعتبار الشخص مهنيًا.

أ- التعريف القانوني للمهني ولكلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك

المهني هو الطرف الثاني في عقد الاستهلاك. يتجلى مفهومه من خلال المادة 3 من القانون 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ حينما بيّنت مجموع مراحل عرض (وضع) المنتج للاستهلاك، وهي تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي للاستهلاك قبل الاقتناء من قبل المستهلك⁽¹⁾، حيث عرّفت عملية وضع المنتج للاستهلاك في مطّتها (8) كما يلي: «مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة».

فكلّ متدخّل في أية مرحلة من هذه العملية يُعتبر مهنيًا، حيث عرّفت المادة ذاتها في مطّتها (7) المتدخّل كما يلي:

« - المتدخل: كلّ شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك».

ويبدو ممّا سبق، أنّ المتدخّل هو نفسه المهني، كما أنّ الهدف الذي توخاه المُشرّع الجزائري من توسيع طائفة المتدخلين، هو توسيع مجال حماية المستهلك حتّى يتمكّن هذا الأخير من اختيار الشخص الأكثر ملاءمة. وبهذا، يكون قد ألقى الالتزامات المذكورة في قانون حماية المستهلك على عاتق كلّ مهني سواء كان بائعًا، منتجًا، مستوردًا أو موزعًا. كما أنّه لم يخص هذه الالتزامات بالمهني في علاقته بالمستهلك، بل يفهم بأيّ متعامل معه⁽²⁾.

عرّفت المادة 3/1 من الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة، المهني تحت تسمية المؤسسة كما يلي:

«كلّ شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد».

كما عرّفت المادة 3/1 من القانون رقم 02-04، المتعلّق بالممارسات التجارية، المهني تحت تسمية العون الاقتصادي بأنّه:

«كلّ منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها».

يتأكّد، من خلال هذه التعريفات للمهني، أنّ جوهر التمييز بين المستهلك والمهني يتمثّل في الغرض من النشاط أو التصرف. فإذا كان المستهلك يتعاقد من أجل اقتناء أغراض شخصية أو عائلية، فإنّ المهني يتصرّف

¹ - موالك ب.، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 32.

² - سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 7، عدد 2، 2018، (ص ص 11_30)، ص. 19.

بهدف تحقيق أغراض مهنية بحتة كأن يستأجر التاجر محلاً تجارياً لممارسة تجارته أو يشتري سلعة قصد إعادة بيعها.

ب - عناصر التعريف القانوني للمهني ولكل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك

يُستفاد من خلال التعريفات السابقة للمهني (المتدخل) بأنه يجب أن تتوفر لدى الشخص جملة من العناصر أو المواصفات حتى يمكن إضفاء صفة المهني عليه.

وأهم هذه العناصر هي:

- أن يكون الشخص شخصاً طبيعياً أو معنوياً.

- عرض المنتجات للاستهلاك.

ب1- أن يكون الشخص شخصاً طبيعياً أو معنوياً

استند المشرع الجزائري في تعريفاته للمهني، وبصفة خاصة في تعريفه للمتدخل، والتي سبق التطرق إليها أعلاه، إلى المعيار العضوي الذي يستوجب وقفة نحدد من خلالها الطبيعة القانونية لهذا الشخص. إذ جاءت المطة (7) من المادة 03 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي عرفت المتدخل بصفة مطلقة بشكل يسوي بين الشخص الطبيعي مهما كانت صفته، "منتج"، "مصنع"، "حرفي"، "تاجر"، "مستورد"، "موزع"، "ممول"، "مورد" وبين الشخص المعنوي مهما كانت طبيعته القانونية خاضع للقانون العام أو خاضع للقانون الخاص، وبأي شكل كان مؤسسة عمومية اقتصادية، مرافق عمومية ذات طابع صناعي وتجاري⁽¹⁾.

ب2- عرض المنتجات للاستهلاك

يستند المشرع الجزائري في تعريف المتدخل على المعيار الموضوعي والمتمثل في عرض المنتجات على المستهلك، فهو كل شخص ستخذ من نشاط سواء إنتاج أو توزيع أو استيراد أو تقديم خدمة، مهنة معتادة⁽²⁾. وقد عرّف المشرع الجزائري عملية وضع (عرض) المنتج للاستهلاك من خلال المادة 3 المطة (8) منها كما يلي:

«مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة».

¹ - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 12.

² - المرجع نفسه، ص. 13.

يتدخّل المهني في عملية العرض المنتج للاستهلاك أساسا بغرض الحصول على مقابل في شكل أرباح أو أتعاب للخدمة أو السلعة التي يقدمها. واستثناءً، قد يتمّ عرض المنتج على المستهلك دون مقابل مثل: التبرعات التي تدخل في إطار النشاطات التي تقدّمها الجمعيات(1).

يعتمد المهني على نشاطه كمصدر للكسب، حيث يلجأ إليه على وجه الاعتياد والتنظيم بغاية الحصول على عوائد مالية، فلا يعقل أن يتعب ويجهد نفسه دون الحصول على مقابل، والإشكال أنّ البعض يسعى للكسب بطرق غير مشروعة بالتحايل وخداع المستهلك، مستغلا معارفه التقنية والفنية التي يمتاز بها المهني في مجال اختصاص نشاطه(2).

يلجأ المهني أثناء مزاولته نشاطه إلى استعمال طرق لصرف منتجاته دون تحقيق الربح، بوسائل مشروعة كالبيع بالتخفيض والبيع في حالة تصفية المخزونات(3)، وبوسائل غير مشروعة كإعادة البيع بالخسارة(4)، عرض أو بيع بأسعار مخفضة تعسّفا(5)، وأحيانا يقدم على التنازل على منتجاته دون مقابل على شكل تبرع لصالح فئة من المستهلكين - مثلاً مراكز المسنين أو دار اليتامى- على غرار الأعمال التي تؤدّيها الجمعيات بصفة تطوعية ولأغراض غير مربحة.

يُعتبر المستفيد من المنتجات التي تقدّم مجاناً مستهلكاً ومقدّمها مهنيّاً (متدخّلاً) رغم أنّه لا يتحصل على عوائد مالية، ممّا جعل بعض المؤلفين يرون أنّ التمتع بصفة المهني غير مرتبط بمعيار غاية نشاط المهني، سواء يهدف إلى تحقيق عوائد مالية أو لا(6).

ثانياً: مدى اعتبار أشخاص القانون العام من المهنيين

طُرِح الإشكال بشأن المرافق العامة ومدى اعتبارها من المهنيين، ومدى اعتبار المنتفعين من خدماتها من المستهلكين للاستفادة من الحماية التي يوفّرها قانون حماية المستهلك. يجري التمييز - منذ عهد طويل في ظلّ القانون الإداري - بين المرافق العامة الإدارية والمرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري، أي المرافق الاقتصادية(7).

1 - نظم المشرع الجزائري نشاط الجمعيات من خلال القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 جانفي 2012، المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج. عدد 2، الصادر في 15 جانفي 2012.

2 - أكسوم عيلاّم رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، الطور الثالث (ل.م.د) في القانون، تخصص: قانون خاص داخلي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 12 جوان 2018، ص ص. 26_27.

3 - راجع المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 جوان 2006، المحدد لشروط البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ج.ر.ج.ج. عدد 41، الصادر في 21 جوان 2006.

4 - اطلع على المادة 10 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق ذكره.

5 - راجع المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

6 - أكسوم عيلاّم رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص ص. 27_28.

7 - بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامة ومرتبقيها لقانون حماية المستهلك"، مجلة إدارة، الجزء 12، عدد 2، 2002، (ص ص. 31_56)، ص.

1 - المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري

يُعتبر هذا النوع من المرافق حديث النشأة، وهي تقوم على أساس مزاولة نشاط من جنس نشاط الأفراد، مثل مرفق النقل والبريد وتوزيع المياه. لا تقتصر هذه المرافق على الهيئات الإدارية فحسب، بل قد يزاول الأفراد نشاطا مماثلا للنشاط الذي تزاوله هذه المرافق، مما يحفز المنافسة بينهما التي تؤدي إلى الصالح العام للأفراد والمجتمع. وقد نادى الفقه، وأقر ذلك القانون الجزائري، إلى تحرير هذه المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري من قيود وسائل القانون العام، في علاقاتها مع المنتفعين بها، بل خضوعها للقانون الخاص ولاختصاص القضاء العادي.

استبعد المشرع الجزائري منازعات المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري، من اختصاص القضاء الإداري، وبالنتيجة تكون من اختصاص القضاء العادي وتخضع للقانون الخاص⁽¹⁾.

ولمّا كان نشاط هذا النوع من المرافق العامة اقتصاديا وتجاريا ومماثلا لنشاط الأفراد، فإنّ هذا الأمر يجعل هذه المرافق العامة في وضعية منافسة إزاء الأفراد، بهدف جذب الزبائن باستعمال أساليب التسويق الحديثة كالإشهار والإعلانات. إنّ الإجابة عن التساؤل حول مدى اعتبار المرافق العامة من المهنيين، تكون إجابة إيجابية؛ بالنسبة لهذه الفئة من المرافق العامة التي تخضع لقواعد القانون الخاص ولاختصاص القضاء العادي في علاقتها مع الغير.

ذلك أنّ المرفق العام ذو الطابع الصناعي والتجاري، وباعتباره أصبح يقدم خدمة أو سلعة أكثر فردية، قد تحوّل إلى مهني يهدف، بشكل أساسي، إلى إرضاء المنتفع قبل أن يهدف جزئيا إلى تحقيق المصلحة العامة، هذا المنتفع الذي يتحول هو الآخر إلى مستهلك في العلاقة التي تربطه بالمهني⁽²⁾.

إذن بالنسبة للمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري، لا يثار أيّ إشكال باعتبارها خاضعة لقانون المنافسة وقانون حماية المستهلك، فهي متدخّلة بقوّة القانون⁽³⁾.

2 - المرافق العامة الإدارية

المرافق العامة الإدارية هي التي تزاول نشاطا يختلف عما يزاوله الأفراد عادة. وهي المرافق التي قامت على أساسها مبادئ القانون الإداري الحديث، وهي تتميز بخضوعها للاتم للقانون العام، ولا يلجأ إلى وسائل القانون الخاص إلاّ استثناءً، وخاصّة تلك التي تقدم خدماتها دون مقابل، ومن أمثلتها: مرافق العدالة والشرطة

1 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 193.

2 - المرجع نفسه، ص. 193_194.

3 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 12.

والدِّفاع وغيرها⁽¹⁾. يُجمع الفقه على عدم اعتبارها من فئة المهنيين، ولا يصح وصف المنتفعين من خدماتها بالمستهلكين⁽²⁾، إذ هم في مركز تنظيمي تحدده القوانين والنظم بطريقة موضوعية بغض النظر عن شاغله⁽³⁾. غير أنّ هناك أنواعا من المرافق العامة الإدارية، وخاصة تلك التي تقدّم خدماتها بمقابل مثل: المستشفيات، أصبح الاعتقاد اليوم في فرنسا يميل إلى اعتبارها من المهنيين، وإلى اعتبار المنتفعين منها من قبيل المستهلكين الذين يجوز لهم التمسك بقواعد الحماية الخاصة التي يضمنها قانون حماية المستهلك، شرط أن يكونوا غير مهنيين⁽⁴⁾.

بالنسبة للجزائر، وبما أنّ المرافق العامة ذات الطابع الإداري لا تخضع لقواعد المنافسة، وأنها مربوطة في نظامها وطريقة عملها بنصوص قانونية وتنظيمية خاصة بالإدارة، فإنّها إذن لا تُعدّ متدخّلاً ولا تخضع لقانون حماية المستهلك⁽⁵⁾.

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع

نتطرّق في هذا المجال إلى تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع والتمثّل في محل عقد الاستهلاك والذي حدّده المشرّع الجزائري من خلال المادة 2 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ كما يلي:

«تطبق أحكام هذا القانون على كلّ سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا...».

أورد المشرّع الجزائري في تعريفه للمستهلك لفظي "سلعة" و"خدمة"، فالمستهلك هو من يقتني سلعة أو خدمة؛ هذا من جهة، ومن جهة أخرى، حدّد المشرّع المقصود من المنتج، وذلك من خلال المطة 10 من المادة 3 من القانون المذكور أعلاه، كما يلي:

«المنتج: هو كلّ سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا،».

وقد أورد المشرّع الجزائري في تعريفه للمتدخّل لفظ "المنتجات"، فالمتدخّل هو من يتدخّل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك.

هذا وإن وضع المشرّع الجزائري تعريفا للمنتج باعتباره محل (موضوع) عقد الاستهلاك، فإنّه لم يحدّد بدقّة ووضوح المعايير التي تجعل الشيء المنقول أو الجهد يأخذ وصف منتج حتّى تنطبق عليه القواعد القانونية الخاصة، لذا سنتطرّق إلى تحديد مفهوم المنتج محل الاستهلاك (الفرع الأوّل) ثمّ نتناول معايير ضبط وصف المنتج (الفرع الثاني).

1 - بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص.55.

2 - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 194.

3 - بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص.55_56.

4 - المرجع نفسه، ص. 56.

5 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 12_13.

الفرع الأول: مفهوم المنتج محل الاستهلاك

حدّد القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ المقصود من المنتج بأنّه كلّ سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً، كما سبق أن ذكرناه أعلاه. علاوة على ذلك، حدّد المشرّع الجزائري من خلال المطة 11 من المادة 03 من القانون نفسه المقصود من منتج سليم ونزيه وقابل للتسويق بأنّه: «منتج خال من أي نقص و/أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة وسلامة المستهلك و/أو مصالحه المادية أو المعنوية».

كما تضمّنت المطة 12 من المادة ذاتها المقصود من منتج مضمون بأنّه: «كلّ منتج، في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بما في ذلك المدة، لا يشكل خطر أو يشكل أخطار محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص». وفي الحالة العكسية، يعتبر المنتج منتجاً خطيراً، والذي عرّفه المشرّع من خلال المطة 13 من المادة 3 السالفة الذكر كما يلي: «كلّ منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون المحدد أعلاه».

يبدو أنّ هذه النصوص جاءت لتوضّح مفهوم المنتج من خلال ذكر الأوصاف والخصائص التي يجب أن تكون فيه، وهي أن يكون سليماً ونزيهاً وخالياً من أي عيب حتّى يكون قابلاً للتسويق⁽¹⁾. وقد وسّع المشرّع الجزائري من مفهوم المنتج سواء تمّ اقتناؤه من قبل المستهلك بمقابل أو مجاناً. ويشمل المنتج السلعة أو الخدمة، لذا نتطرّق لمفهوم السلعة ثم الخدمة كمحل للاستهلاك.

أولاً: السلعة محل الاستهلاك (المنتج عبارة عن سلعة)

عرّفت المطة 17 من المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، السلعة بأنّها:

«كلّ شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً».

وبذلك، فإنّ مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية، بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والآلات⁽²⁾.

نلاحظ، من خلال التعريف القانوني للسلعة، أنّ السلع تعدّ أشياء مادية أي ملموسة، فهي عين مادية يتحصل عليها المستهلك بمقابل أو بدون مقابل. وعليه، لا تأخذ السلع وصف المنتج إلّا إذا اتّسمت بالطابع المادي الملموس⁽³⁾، ممّا يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلاً لاستهلاك كبراءات الاختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية. ولعلّ العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير

¹ - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص. 125.

² - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، دفا تر السياسة والقانون، عدد 9، جوان 2013، (ص.ص. 61_76)، ص. 70.

³ - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص.ص. 125_126.

محسوسة، ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة والتقييس التي تتطلب كيانا ماديا لتطبيقها. كما أنها مقترنة بعالم الأعمال، إذ لا يتصور أن يقوم شخص بشراء براءة اختراع أو علامة تجارية أو محلا تجاريا لغرض غير مهني⁽¹⁾.

فالمنتج (السلعة) هو كلّ شيء ملموس يلبي حاجة معينة لدى المستهلك، سواء أكان مادة أولية محوّلة أو غير محوّلة، بمعنى أن يكون المنتج في شكله النهائي يستهلك مباشرة من قبل المستهلك بهدف إشباع حاجاته. وقد يستهلك المنتج النهائي فوراً كالمأكولات والكهرباء والغاز، فهي منتجات غير دائمة " produits non durables" أو يستهلك في مدة أطول أو تدريجياً قصد إشباع حاجاته الدائمة "produits durables" كالمنتجات التي تدوم طويلاً مثل: الآلات الكهربائية والسيارات وغيرها. وقد يكون المنتج غير نهائي كالمواد الأولية مثل: القمح الذي يصنع به الخبز أو الخشب الذي يصنع به الأثاث⁽²⁾.

تشمل المنتجات المادية المنتجات الغذائية والمنتجات غير الغذائية مثل: مواد التنظيف والتجميل والملابس والآلات المختلفة الصناعية والزراعية وغير ذلك من الأشياء المادية.

يقتصر مفهوم المنتج في مجال السلع في القانون الجزائري على الشيء المنقول المادي وفقاً للمادة 1/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، التي تعرّف المنتج على أنه: «كلّ شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية».

تحصر المادة مفهوم المنتج (السلعة) في المنقولات، وهي الأشياء غير المستقرة وغير الثابتة، ويمكن نقلها من دون تلف، فتكون قابلة للتوزيع. وتخرج من دائرة التعريف العقارات لأنها على خلاف المنقولات مستقرة وثابتة بحيزها ولا يمكن نقلها دون تلف⁽³⁾.

إذن، يخرج من دائرة المنتج العقار باستثناء الأموال المتصلة به والتي تدخل في تركيبه أو تكون متصلة به اتصالاً متيناً⁽⁴⁾.

إنّ إخراج المُشرّع الجزائري العقار من قائمة المنتجات غير منطقي ويُعدّ قصوراً، فالمواطن الجزائري يتعامل في العقارات، فهو يستهلك ويقتني عقارات، إذ هناك مشاكل عديدة في اقتناء العقار في مجال الترقية العقارية. لذا كان على المُشرّع ألاّ يستثني مستهلك العقار، لأنّ هذا الأخير يحتاج إلى نفس الحماية التي يحتاج إليها مستهلك علبة الطماطم أو معجون الفواكه أو غيرها⁽⁵⁾.

1 - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 70.

2 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 126.

3 - حول تعريف العقار، راجع المادة 683 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

4 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 126.

5 - سي يوسف زاهية حورية، "تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين المدني جزائري"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزء 5، عدد2، 2010، (ص ص.61_76)، ص ص. 69_70.

هذا ويتطلب القانون أن تكون السلع مطابقة لمواصفات قانونية، وقد تضمنت المطة 5 من المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، متطلبات خاصة في المنتج تتمثل في مجموعة الخصائص التقنية والقانونية للمنتج، والتي يجب احترامها. بمعنى أنه يجب في جميع الحالات أن يستجيب للرغبات المشروعة للاستهلاك لاسيما فيما يتعلق بطبيعته وصفه ومصدره ومميزاته الأساسية وتركيبته، والمقومات اللازمة له وكمياته، ومقاييس تغليفه، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، وكيفية استعماله والاحتياجات الواجب اتخاذها من أجل ذلك، وعمليات المراقبة التي أجريت عليه والنتائج المرجوة منه⁽¹⁾.

كما لم يشترط المشرع الجزائري أن تكون السلعة محل الاستهلاك جديدة، ومن ثم فإن السلع المستعملة مشمولة بأحكام القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ويُعتبر مستهلكاً معنيا بقواعد الحماية من يقتني أشياء مستعملة تلبية لحاجاته الشخصية، وهو موقف وجيه في ظل الإقبال الواسع على هذه التجارة في السوق الجزائرية اليوم.

كما يخرج من مفهوم السلعة الأشياء التي لا تقبل التعامل فيها إما بحكم طبيعتها أو بحكم القانون والتي لا تصلح أن تكون محلاً للحقوق المالية، فمتى كان الشيء مادياً قابلاً للتنازل عنه، صح أن يكون محلاً للاستهلاك سواء تم التنازل عنه بمقابل أو مجاناً⁽²⁾، وسواء أنتج محلياً أو خارجياً. وبذلك، تظهر أهمية وصف السلع على أنها منتج من حيث إقرار مسؤولية المهني (المتدخل) وبالتالي تقرير تطبيق قواعد حماية المستهلك⁽³⁾.

ثانياً: الخدمة محل الاستهلاك (المنتج عبارة عن خدمة)

عرّفت المطة 16 من المادة 3 من القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الخدمة بأنها:

« كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة ». يتضح، من خلال هذا التعريف، بأن مفهوم الخدمة يشمل كل عمل أو أداء قابل للتقويم بالنقود، سواء كانت هذه الأداء ذات طابع مادي كالإصلاح والتنظيف، أو ذات طابع كالي كالتأمين والائتمان، أو ذات طبيعة ذهنية أو فكرية كالعناية الطبية والاستشارات القانونية، فكل هذه الخدمات يمكن أن تكون محلاً للاستهلاك طالما أن غايتها هي سد حاجة شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به كالخدمات البيطرية⁽⁴⁾. وعليه، تعد الخدمة أساساً عملاً وجهداً يقدمه المحترف للمستهلك، فهي أشياء غير ملموسة ضرورية للمستهلك، إذ تكون هذه الخدمات مرتبطة مباشرة بالكيان المادي للسلع، حيث تكون متصلة اتصالاً وثيقاً بها فلا تستكمل منفعة المستهلك بالسلع إلا بأدائها، وهي خدمات ما بعد البيع كأعمال التجهيز والصيانة والإصلاح. وقد

1 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 126.

2 - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 71.

3 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 127.

4 - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 71.

تكون منفصلة عن السلع عندئذ تكون منتوجا قائما بحدّ ذاته مثل الخدمات المصرفية والمالية والتأمين والنقل والطاقة والاتصالات والسياحة والفندقة⁽¹⁾.

يُستثنى من الخدمة عملية تسليم السلعة التي تعتبر التزاما من الالتزامات التي تقع على عاتق المهني، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة، إذ أبقاه (التسليم) المُشرع التزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين مثل: التزام البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في عقد البيع طبقا للمادة 1/364 من القانون المدني، وذلك تحقيقا للتناسق بين التشريعات⁽²⁾.

يجب أن توفر الخدمة مستوى حماية عالية لصحة وسلامة المستهلك، وهذا تطبيقا لنصّ المطّة 12 من المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، هذا من جهة، ومن جهة أخرى، لا يجب أن تمسّ هذه الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية، وأن لا تسبّب له ضررا معنويا. وقد يتمّ اقتناء الخدمات بمقابل من خلال الشراء مثلا أو تُقتنى مجانا كالمحامي الذي يقدم استشارة قانونية مجانا لموكله.

نصّت المادة 1/16 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، على ما يلي: «في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كلّ الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق».

وبناءً على نصّ المادة 2/16 ذاتها والذي جاء كما يلي:

«تحدد شروط وكيفيات الخدمة ما بعد البيع، عن طريق التنظيم».

تمّ صدور المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 31 ماي 2021، المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع⁽³⁾.

وأكد هذا الأخير، من خلال المادة 2 منه، على أنّ أحكامه تطبّق على السلع الموجهة للمستهلك وهذا بعد انتهاء فترة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان.

أراد المُشرع الجزائري، من خلال المادة 16 المذكورة أعلاه، إعطاء دعامة أقوى لحماية المستهلك بإضافة ضمان آخر إلى جانب الضمان المنصوص عليه في المادتين 18 و19 من القانون ذاته (القانون رقم 03_09

¹ - حوحو بيمينه، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 127.

² - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 71.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 21-244 مؤرخ في 8 جوان 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، ج.ر.ج. عدد45، الصادر في 9 جوان 2021.

المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، وجعله مربوطاً به بحيث تبدأ مدته بانتهاء هذا الأخير أو عندما لا يكون للضمان دور إيجابي⁽¹⁾.

ويقصد، في مفهوم المرسوم التنفيذي رقم 21-244 السابق ذكره بخدمة ما بعد البيع: «مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك، بمقابل أو مجاناً، مثل خدمات التصليح المؤقت، والتصليح، والصيانة، والتركيب، والمراقبة التقنية، والنقل، وكذا توفير قطع الغيار التي يقصد منها كلّ القطع المنفصلة بما في ذلك اللواحق»⁽²⁾.

كما يقصد، في مفهوم المرسوم ذاته، بمفهوم مقدم خدمة ما بعد البيع: «كلّ عون اقتصادي أو شخص آخر طبيعي أو معنوي يوكل إليه عرض خدمات ما بعد البيع للمستهلك»⁽³⁾.
خدمة ما بعد البيع هو التزام على عاتق المتدخل اتجاه المستهلك وهو التزام متميز ومستقل بذاته عن الالتزام بالضمان⁽⁴⁾.

تشمل الخدمات ما بعد البيع خدمة الصيانة والإصلاح كما هو مبين في المادة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المذكورة أعلاه.

تتمثل خدمات الصيانة كما حدّتها جمعية المعايير الفرنسية "AFNOR"⁽⁵⁾ في أنّها كافة الأعمال الوقائية التي تهدف إلى المحافظة على المنتج حتى يؤدي وظيفته المحددة على الوجه الأكمل، ويحتفظ بكفاءة تشغيله لمدة طويلة فتكون بواسطة مراقبة المنتج ومتابعته لفترة زمنية محددة، وغالباً ما تكون الصيانة دورية كما هو الحال عليه في السيارات، وقد تتطلب الصيانة استبدال قطع غيار. تختلف الصيانة حسب طبيعة المنتج، حيث قد تتطلب كفاءات عالية مثل الأجهزة الإلكترونية المعقّدة⁽⁶⁾.

فيما يخصّ خدمات الإصلاح، يتعيّن على المهني (المتدخل) أن يوفّرها عندما يقتضي الأمر ذلك، وهي أن يقوم بالإصلاحات اللازمة عندما يتطلب ذلك المنتج (السلعة) حتى يتمكن المستهلك من الانتفاع به دون أيّة متاعب، فيتعيّن إصلاح العطب استبدال قطع غيار. تختلف عملية الإصلاح حسب كبيعة نوعية المنتج، إذ تتطلب هذه العملية كفاءات وخبرة عالية في بعض المنتجات الإلكترونية المعقّدة كالمنتجات الخاصة بالإعلام

1 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 24.

2 - راجع المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 8 جوان 2021، المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، المرجع السابق ذكره

3 - المرجع نفسه.

4 - بوهنتاله أمال وقداش سلوى، "واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، عدد 6، 2017، (ص ص. 196_218)، ص. 206.

5 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 128.

6 - المرجع نفسه، ص ص. 128_129.

الآلي أو المعدّات الإلكترونية، حيث يتم الإصلاح عن بعد وبطريقة إلكترونية كإصلاح موقف فيروس الإنترنت(1).

يتلقّى المتدخل في إطار التزامه بخدمة ما بعد البيع مقابلا يدفعه المستهلك له ولا يدخل في ثمن البيع. حيث يقوم المتدخل بإصلاح المنتج أو صيانته، إذا طلب المستهلك منه ذلك لكن بمقابل مادي يدفعه هذا الأخير، ولا يجوز للمتدخل رفض أداء التزامه، إلاّ أنّه يجوز الاتفاق بين المتدخل والمستهلك على أن يكون الإصلاح أو الصيانة في إطار خدمة ما بعد البيع مجاني. كأن يتمّ الاتفاق على أن تكون أوّل صيانة أو إصلاح أوّل عيب يظهر بالمنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل، وذلك في سبيل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بشرائه وزيادة رضاه(2).

الفرع الثاني: معايير ضبط وصف المنتج

لم يُحدّد المشرّع الجزائري بوضوح المعايير التي بواسطتها يكتسب الشيء المادي أو غير المادي صفة المنتج لينتقل تطبيق قواعد حماية المستهلك، سواء من حيث وجوب توافر المنتج على الصفات الإلزامية القانونية التي ذكرناها من قبل، أو من حيث توقيع التزامات خاصّة على عاتق المهني، أو من حيث إقرار حماية خاصّة للمستهلك.

فيما يخصّ المنتج وفقا لقواعد حماية المستهلك الجزائري، هناك معايير يمكن استخلاصها من قواعد حماية المستهلك نفسها، حيث يتّضح من المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، خصوصاّ المادّات 8 و9 و11 منها التي ركّزت على معيار الإنتاج والتسويق والاستهلاك، هذا يعني أنّ الشيء يكتسب صفة المنتج عندما يمرّ بعمليات ثلاثة وهي عملية الإنتاج، ثمّ عملية التسويق، وأخيرا عملية الاستهلاك.

أوّلاً: المنتج محل الإنتاج

يعني الإنتاج، كمفهوم اقتصادي في عصرنا الحديث، كلّ نشاط إنساني يؤدي إلى خلق منتجات مادية أو غير مادية بهدف إشباع الحاجة الإنسانية(3).

حدّد المشرّع الجزائري المقصود من الإنتاج في مفهوم أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ، من خلال المادّة 9 من المادة 3 منه، كما يلي: « الإنتاج: العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركييب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأوّل».

1 - المرجع ذاته، ص. 129.

2 - بوهنتاله أمال وقداش سلوى، "واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر"، المرجع السابق، ص ص. 207_208.

3 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 130.

يُستنتج من هذا التعريف أنّ الإنتاج يكون نشاطا صناعيا في الغالب، يتمثل في صنع المنتج وتوضييه وتحويله ويمتد إلى عمليات أخرى تتمثل في تقديم المنتج في شكله الطبيعي كجني المحصول الزراعي أو صيد الأسماك(1).

حيث يُقصد بعملية الإنتاج مجموعة مراحل التشغيل التي تجري على المادة أو المواد لأغراض تحويلها من صورتها الأولية إلى صورتها الإنتاجية المطلوبة. بمعنى أن تلك الأشياء التي كانت في الأصل طبيعية قد حصل عليها تغيير بفعل المنتج، أو الصانع، فأصبحت منتجات صناعية، فإذا كانت حيوانات يكون ذلك بتربيتها وذبحها أو اصطياها، وإذا كانت ثمار فبجنيها. تشمل عملية الإنتاج كذلك معالجة الأشياء الطبيعية وتصنيعها وتركيبها وتوضيها وتخزينها لتسويقها، لأنّ الإنسان لا يستطيع إشباع حاجياته مباشرة من الطبيعة دون تدخّله، ولكن يجب أن تمر الأشياء الطبيعية بالعملية الإنتاجية المتمثلة في المجهود الإنساني، الذي يحولها إلى سلع وخدمات تشبع حاجاته المعيشية اليومية(2).

ثانياً: المنتج موضوع التسويق

التسويق نشاط إنساني على خلاف أنشطة أخرى كالإنتاج والاستهلاك، كما أنّه ليس مقصوراً فقط على السلع المادية، وإنّما يشمل الخدمات أيضاً.

يُعدّ التسويق نشاطاً اقتصادياً هاما يهدف بدوره إلى إشباع حاجات الفرد في المجتمع من خلال تداول مختلف المنتجات، ويقوم التسويق على فكرة تداول السلع والخدمات. استخدم المشرّع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ هذا المصطلح بخصوص المنتج، وحتّى يأخذ الشيء المادي وغير المادي وصف المنتج، يجب أن يكون مرتبطاً بعملية التداول، وهو ما يُستخلص من نصّ المطة 11 من المادة 3 من القانون السالف الذكر حين أوردت ما يلي:

«منتج سليم ونزيه وقابل للتسويق». ومفهوم "قابل للتسويق" هو طرح المنتج للتداول أو وضعه في السوق.

تبدأ عملية تسويق المنتج بعد انتهاء عملية الإنتاج، فهي المرحلة الثانية التي تلي الإنتاج. وهذا ما نستخلصه من تعريف المشرّع الجزائري للإنتاج من خلال المطة 9 من المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، حيث جاء فيها ما يلي:

«الإنتاج: العمليات التي تتمثل في تربية المواشي...، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل

تسويقه الأول».

¹ - موالك بختة، "التعليق على الأمر 03-03 الصادر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، الجزء الأول"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزء 41، عدد 1، 2004، (ص.ص 18_70)، ص. 38.

² - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص.ص 130_131.

على سبيل المثال، اعتمد قرار المحكمة الأوروبية الصادر بتاريخ 15 ماي 2001، على مفهوم التسويق عند توضيحه لمفهوم طرح الشيء للتداول حتى يكتسب وصف المنتج، حيث جاء في مجمل قولها أن المنتج الذي يطرح للتداول هو المنتج الذي يخرج من سياق عملية الإنتاج المقامة من قبل المنتج ويدخل في عملية التسويق في الحالة التي كان عليها ليعرض على الجمهور قصد الاستهلاك⁽¹⁾.

لكن ما يُلاحظ أن تحديد تاريخ طرح المنتج للتسويق مسألة هامة لتقرير مسؤولية المنتج التي تكون بمجرد طرح المنتج للتسويق، لأنّه سيكون مسؤولاً بقوة القانون عن أيّ ضرر يلحق بالغير. ولا يجب أن يتم تداول المنتج من دون رضا المنتج الذي يمتلكه⁽²⁾، ففي حالة سرقة منتج لم يتم عرضه للتداول من قبل المنتج، لا يمكن لمن يحوزه أن يستفيد من الحماية المقررة للمستهلك⁽³⁾.

ثالثاً: المنتج محل الاستهلاك

يُعد الاستهلاك آخر مرحلة من الدورة الاقتصادية بعد عملية الإنتاج والتوزيع، والتي تجمع بين المتعامل الاقتصادي أو المهني (المتدخل) وبيت شخص المستهلك⁽⁴⁾.

يجب أن يكون الشيء المادي أو غير المادي مرتبطاً بعملية الاستهلاك حتى يأخذ وصف المنتج، وتُعد عملية الاستهلاك مرحلة من مراحل النشاط الاقتصادي، والذي من خلاله يتم إشباع رغبات المستهلك وحاجاته، ويُعد عنصر الاستهلاك أهم ميزة لإعطاء الشيء المادة أو غير المادي وصف المنتج. مفهوم عملية الاستهلاك مفهوم اقتصادي أكثر منه قانوني، مرتبط أساساً بسلوك المستهلك في استهلاكه للشيء لتحقيق منفعة مباشرة⁽⁵⁾.

حدّد المشرّع الجزائري المقصود من "عملية وضع المنتج للاستهلاك" في مفهوم أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، من خلال المطة 8 من المادة 3 منه، كما يلي:

« - عملية الاستهلاك وضع المنتج للاستهلاك: مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة ».

وقد يكون الاستهلاك بمقابل أو مجاناً.

فكل متدخل في عملية عرض السلعة أو الخدمة للاستهلاك يكون مسؤولاً اتجاه المستهلك، ضمن إطار مهنته.

المبحث الثالث: مدى إمكانية تطبيق قانون حماية المستهلك في مجال عقود التجارة الإلكترونية

1 - حول هذه المسألة، راجع، حوحو يمينية، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 131.

2 - حوحو يمينية، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 131_132.

3 - أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 45.

4 - إرزيل الكاهنة، "الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك"، المرجع السابق ذكره، ص. 125.

5 - حوحو يمينية، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 132.

بعد اتساع مستخدمي الإنترنت في العالم، بدأ مفهوم الحماية الإلكترونية للمستهلك يتبلور، والذي يعني الحفاظ على حقوق المستهلك وحمايته من الغش أو الاحتيال أو شراء بضائع معشوشة باستخدام أدوات شبكة الإنترنت التي تستطيع الوصول إلى كل مكان وتمارس تأثيرا يتجاوز أحيانا الأدوات التقليدية في الواقع.

ومع انتشار التعامل بالتجارة الإلكترونية، فإن هذه الأخيرة أدت إلى ظهور مفاهيم جديدين للمستهلك والمتدخل المتعاقد معه في إطارها، وكذلك ظهور مفاهيم جديدة خاصة بالمنتجات الإلكترونية أو الرقمية موضوع التعاقد الإلكتروني.

إن المستهلك في نطاق تعاملات التجارة الإلكترونية هو ذاته المستهلك في عملية التعاقد التقليدية، لكنه يتعامل فقط من خلال وسائط إلكترونية، مؤدي ذلك أن له كافة الحقوق والمزايا التي يتمتع بها المستهلك في نطاق التجارة التقليدية، بالإضافة إلى مراعاة خصوصية أن عقده يتم بوسيلة إلكترونية⁽¹⁾.

فالبحث عن مدى إمكانية تطبيق قانون حماية المستهلك في مجال عقود التجارة الإلكترونية يحتاج أولا تحديد نطاق تعاقد المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية (المطلب الأول) ثم نتطرق إلى محدودية إمكانية تطبيق قانون حماية المستهلك في هذا المجال (المطلب الثاني).

المطلب الأول: نطاق تعاقد المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية

كان السلوك التجاري والاقتصادي للمستهلك دائما وليد الحاجة والظروف، فمثلا التاريخ الاقتصادي للبشرية ما هو إلا ردود أفعال لتلبية الاحتياجات المتغيرة واللانهائية للإنسان، فالتجارة الإلكترونية لم تنشأ بقرار أو تشريع، بل ظهرت استجابة لمتطلبات السرعة في العملية التجارية، ثم ظهرت بعد ذلك القوانين المنظمة لها. والتجارة الإلكترونية تطبيق لفكرة العولمة Mondialisation، فالعلاقات القانونية الناشئة عن هذه التجارة ليست مقيدة بدولة معينة، لكنها تنساب عبر الدول بل هي علاقات عابرة للقارات⁽²⁾، فقد يكون مثلا: البائع من إنجلترا والمشتري أو المستهلك من الجزائر.

يمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكترونية يتقابل فيه البائعون والموردون والوسطاء والمستهلكون وتقدم فيه السلع والخدمات في صورة رقمية أو افتراضية، ويتم دفع ثمنها بالنقود الإلكترونية⁽³⁾.

تعتبر التجارة الإلكترونية أحد استخدامات الاتصالات الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، وتعني الأعمال التجارية التي تتم بين المتعاقدين عن طريق التبادل الإلكتروني للبيانات⁽⁴⁾. لذا، نتطرق أولا لمفهوم التجارة الإلكترونية (الفرع الأول) ثم لمفهوم العقد الإلكتروني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية

1 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص. 25.

2 - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 7.

3 - المرجع نفسه.

4 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص. 1.

نتناول أولاً تعريف التجارة الإلكترونية مع بيان موقف المشرع الجزائري منه، ثم أشكالها، وأخيراً أهميتها بالنسبة للمستهلك.

أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية (مع بيان موقف المشرع الجزائري منه)

تُعرّف التجارة الإلكترونية بأنها: «كافة الأنشطة التجارية للبضائع والخدمات التي تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات وعبر شبكة اتصال دولية وباستخدام التبادل الإلكتروني للبيانات لتنفيذ العمليات التجارية سواء تمت بين الأفراد أو بين الأفراد والهيئات»⁽¹⁾.

يمكن أن نورد مثلاً: تعريف منظمة التجارة العالمية لها الذي اعتمده في بيان لها بعد المؤتمر الذي عقده في ماي 1998 بخصوص التجارة الإلكترونية على أنها: «مجموعة متكاملة من العمليات التي تغطي الإنتاج والترويج والبيع والتوزيع للمنتجات من خلال شبكة الاتصالات وأدواتها مثل: الهاتف، الفاكس، التلفزيون، شبكة الإنترنت»⁽²⁾.

نلاحظ أن هذا التعريف يشمل جميع الأنشطة الناشئة عن العلاقات ذات الطابع التجاري سواء كانت تعاقدية أم لا، لكن يُعاب عليه أنه حصر الأنشطة التجارية في المنتجات فقط وأهمل الخدمات⁽³⁾.

لكن ينبغي عدم الخلط بين مصطلح التجارة الإلكترونية ومصطلح الأعمال الإلكترونية، فهما ليسا مصطلحين مترادفين وإنما مصطلحان مختلفان. فالأعمال الإلكترونية أوسع مجالاً وأكثر شمولية، فهي تشمل التجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية والحكومة الإلكترونية وشركات التأمين الإلكترونية، في حين أنّ التجارة الإلكترونية نشاط تجاري ولاسيما تعاقدات حول طلب السلع والخدمات باستخدام وسائل إلكترونية وضمن بيئة إلكترونية⁽⁴⁾.

في حين عرّف المشرع الجزائري التجارة الإلكترونية من خلال المادة 6 من القانون رقم 18-05، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المذكور سابقاً، كما يلي:

« التجارة الإلكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد إلكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بُعد لمستهلك إلكتروني، عن طريق الاتصالات الإلكترونية ».

نبدي ملاحظة حول تعريف المشرع الجزائري للتجارة الإلكترونية والتي تتمثل في أنّ هذا التعريف هو تعريف بسيط للتجارة الإلكترونية، إذ أنه يعبر عن بعض أشكالها وهي ما يهمنّا في إطار دراستنا، وهي التجارة

1 - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، المرجع السابق، ص.8.

2 - حابت آمال، التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 30 سبتمبر 2015، ص.7.

3 - المرجع نفسه.

4 - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، المرجع السابق، ص.10.

الإلكترونية التي يتعامل في إطارها المستهلك سواء مع وحدة الأعمال أو الحكومة، وهذا ما نبينه في النقطة الموالية عند دراسة أشكال التجارة الإلكترونية.

ثانياً: أشكال التجارة الإلكترونية

تتخذ التجارة الإلكترونية أكثر من شكل للمعاملات الإلكترونية، فنذكر منها: التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال ووحدة أعمال أخرى (B. to B.) والتجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك (B. to C.) والتجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك (G. to C.) والتجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C. to C.).

1 - التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال ووحدة أعمال أخرى (B. to B.)

تعتبر التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال ووحدة أعمال أخرى من أقدم أشكال التجارة الإلكترونية، فكانت تتم عبر شبكات خاصة واتسع نطاقها بوجود شبكات الإنترنت ودخولها المجال التجاري. تتم بين وحدات الأعمال (الشركات مثلاً) بعضها البعض من أجل الحصول على السلع والخدمات مثل: عمليات البيع التي تتم بين الشركات الكبرى مع الشركات الصغرى، أو بين تجار الجملة وتجار التجزئة، أو بين المنتجين والتجار⁽¹⁾. نلاحظ في هذا الشكل من التجارة الإلكترونية غياب المستهلك كمتعامل فيها. وهذا الشكل لم يشمل تعريف المشرع الجزائري للتجارة الإلكترونية الذي حصر فيه طرفاها في المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني.

2 - التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك (B. to C.)

يتضمن هذا النوع من التجارة الإلكترونية المعاملات التجارية التي تتم بين وحدات الأعمال (الشركات أو المنتجين) والمستهلكين (عملائهم الحاليين والمرتقبين) من خلال وسائط إلكترونية خاصة منها شبكة الإنترنت. تتمثل هذه المعاملات في عرض السلع والخدمات والتسويق والدعاية لها وبيعها من خلال شبكة المعلومات، كما تتضمن مختلف عمليات الدفع والتسديد وعمليات التسليم وفقاً لطبيعة السلعة أو الخدمة المقدمة، ويُطلق على هذا النوع من التجارة الإلكترونية اسم "تجارة التجزئة الإلكترونية"⁽²⁾.

يشهد هذا النوع من التجارة الإلكترونية تطوراً واسعاً نظراً لانتشار ثقافة الإنترنت بين الأفراد على مستوى مختلف الدول، مما أدى إلى ظهور تقدم كبير في تكنولوجيا المعلومات وانتشار الحسابات الشخصية والهواتف المحمولة وحاسبات الجيب واستخدام كل هذه الوسائل في المعاملات والاتصالات. بالإضافة إلى إدراك القائمين على الأعمال أهمية استعمال الوسائل الإلكترونية في الاتصال بالعملاء (المستهلكين) وتوظيفها في هذا

1 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص.29.

2 - فطناسي عبد الرحمان وفنديس أحمد، " مفهوم التجارة الإلكترونية، تقديرها، وبيان مدى أهميتها"، الملتقى الوطني حول: " الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 05-18"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، يومي 2 و3 أكتوبر 2018، (ص.48_69)، ص.55.

الإطار⁽¹⁾. ونلاحظ في نطاق هذا الشكل من التجارة الإلكترونية تعامل المستهلك مع وحدة الأعمال (المورد الإلكتروني مثلا بالنسبة للجزائر).

3 - التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك (G. to C.)

يتمثل هذا النوع من التجارة الإلكترونية في كلّ المعاملات التي تجمع بين المستهلكين والحكومة التي تعمل باستمرار على تطوير ما تقدمه من خدمات للجماهير، سواء تعلق الأمر بالحصول على المعلومات والبيانات، أو تلبية بعض المطالب وبأقل التكاليف، وذلك باستخدام وسائط إلكترونية زفي مقدمتها شبكة الإنترنت. يتضمّن هذا النوع من التجارة الإلكترونية عرض الإدارات الحكومية للإجراءات واللوائح والرسوم ونماذج المعاملات على الإنترنت بشكل يمكّن كلّ الشركات والأفراد من الاطلاع عليها والقيام بإجراء المعاملة إلكترونيا دون الحاجة إلى التعامل مباشرة مع مكتب حكومي. كما يمكن أن تشمل بعض المعاملات المالية بطريقة إلكترونية كدفع الضرائب والرسوم التجارية ورسوم الجمارك، أو تسديد رسوم أحد الخدمات الحكومية باستخدام شبكة الإنترنت⁽²⁾. نلاحظ في نطاق هذا الشكل من التجارة الإلكترونية تعامل المستهلك مع الحكومة (المورد الإلكتروني).

4 - التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C. to C.)

ظهر هذا الشكل من التجارة الإلكترونية مؤخرا، وهو يعني تبادل السلع والخدمات بين المستهلك والمستهلك مباشرة، حيث يقوم بعض الأشخاص بوضع إعلانات تجارية على مواقعهم أو مواقع أخرى تسمح للأفراد أن يعلنوا من خلالها عن بيع مقتنياتهم وأملكهم أو خبراتهم وخدماتهم. واتّسع ذلك الأمر حتّى ظهر ما أطلق عليه اسم "المزادات الإلكترونية"، فيضع الشخص ما يريد بيعه ويقوم المستهلكون الآخرون بالمزايدة على الثمن⁽³⁾. نلاحظ في مثل هذا النوع من التجارة الإلكترونية أنّ طرفا العلاقة المتعاملات في إطارها هما المستهلكان، وهذا لم يشمل تعريف المشرّع الجزائري للتجارة الإلكترونية الذي حصر طرفاها في المورد الإلكتروني والمستهلك الإلكتروني.

ثالثًا: أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك

تعود أهمية التجارة الإلكترونية إلى الفوائد التي تحقّقها على المستوى العالمي والمحلي، كما تحقّق فوائد للمتعاملين الاقتصاديين (منتجين، موزعين، تجّار وغير ذلك). بالإضافة إلى فوائدها بالنسبة للمستهلك محور دراستنا، والتي نذكر بعضًا منها أدناه.

1 - فطناسي عبد الرحمان وفنديس أحمد، " مفهوم التجارة الإلكترونية، تقديرها، وبيان مدى أهميتها"، المرجع السابق، ص. 55.

2 - المرجع نفسه، ص. 55_56.

3 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 70.

1 - توفير المنتج بشكل مستمر والاختصار في الوقت والجهد

من الفوائد التي يجنيها المستهلك من جراء التجارة الإلكترونية، هي أن تكون الأسواق الإلكترونية مفتوحة طوال العام ولا يحتاج المستهلك إلى عناء الوقوف أو الانتظار في طابور لشراء منتج معين، ولا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من مجرد نقر على المنتج المبين على شاشة الكمبيوتر، وإدخال بعض المعلومات الخاصة به⁽¹⁾.

2 - منح المستهلك الاختيار بين مختلف الأسعار والسلع والخدمات

تساعد التجارة الإلكترونية على زيارة مختلف أنواع المتاجر على الإنترنت وتزود الزبائن بالمعلومات الكافية عن مختلف المنتجات، الأمر الذي يمكنهم من المقارنة بين أسعار وأشكال السلع والخدمات المتوفرة، ويُتيح أمامهم خيارات كثيرة على شاشة الكمبيوتر دون إضاعة الوقت بسبب التنقل من مكان لآخر بحثاً عن السلعة المناسبة والسعر الأقل⁽²⁾.

3 - إمكانية تعامل المستهلك في الأسواق المحلية والعالمية

يستطيع المستهلك التعامل في الأسواق المحلية والعالمية بضغطة واحدة على جهاز الكمبيوتر لطلب السلعة أو الخدمة المعروضة دون حاجة إلى الدخول في علاقة مباشرة مع البائع، وهذا رغم تباعد المكان والموقع بينهما⁽³⁾.

4 - تحقيق رضا المستهلك

من أهم ما يترتب عن التجارة الإلكترونية هو حدوث تفاعل كبير بين المستهلكين والمؤسسات، حيث أصبح بإمكان المستهلك الدخول على موقع أية مؤسسة وتلقي معلومات تفصيلية بخصوص منتج أو سلعة معينة في غضون ثواني معدودة، مما يساعده على اتخاذ القرار المناسب بشأن هذا المنتج. كما تسمح التجارة الإلكترونية بالتسليم السريع للعديد من المنتجات خاصة الرقمية منها (كالبرمجيات، المطبوعات، الفيديو)، بالإضافة إلى تمكين الزبون من إبداء رأيه في السلع وطرح مختلف انشغالاته، وفسح المجال للمؤسسة لدراسة سلوك المستهلكين والقيام بالتعديلات المناسبة على السلع، مما يزيد في التفاعل بين المستهلك والمؤسسة وتحقيق رضا المستهلكين⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: مفهوم العقد الإلكتروني

تختلف التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية من حيث أن الأولى تتم عن طريق الاتصالات الإلكترونية، بدليل أن المشرع الجزائري لما عرف التجارة الإلكترونية وإن كان بتعريفها البسيط، فإنه بيّن أنها تتم عن طريق تلك

1 - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، المرجع السابق، ص.8.

2 - فطناسي عبد الرحمان وفنديس أحمد، " مفهوم التجارة الإلكترونية، تقديرها، وبيان مدى أهميتها"، المرجع السابق، ص. 58.

3 - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكترونية، المرجع السابق، ص.8.

4 - فطناسي عبد الرحمان وفنديس أحمد، " مفهوم التجارة الإلكترونية، تقديرها، وبيان مدى أهميتها"، المرجع السابق، ص. 58.

الاتصالات. وبذلك تتم المعاملات التجارية الإلكترونية عن طريق عقود تبرم عبر وسيط إلكتروني، واصطاح عليها بالعقود الإلكترونية. لذا نتطرق بداية لتعريف العقد الإلكتروني ثم نستخلص خصائصه.

أولاً: تعريف العقد الإلكتروني

تعتبر العقود الإلكترونية العصب الأساسي للتجارة الإلكترونية حيث ترتبط بها.

تضمن التوجيه الأوروبي الصادر في 2000/06/08 تحت الرقم CE./31/2000 المتعلق بالتجارة الإلكترونية في المادة 9.1 تعريفاً للعقد المبرم عبر الوسيلة الإلكترونية مع الاعتراف بأثاره القانونية الذي جاء في مجمل تعريفه أنّ العقد الإلكتروني في مفهوم التوجيه الأوروبي، هو العقد الذي يدخل ضمن طائفة العقود المبرمة عن بُعد، والتي تتم حصرياً بواسطة تقنية اتصال عن بعد دون سواها. بمعنى أنّ عقد البيع الإلكتروني هو العقد الذي يبرم بوسيلة من وسائل الاتصال الإلكترونية التي تُمكن التعاقد عن بُعد، وفي الزمان نفسه دون التقاء الأطراف المتعاقدة جسدياً، مركزاً على دور الوسيلة الإلكترونية⁽¹⁾.

أورد الجانب الفقهي عدّة تعريفات للعقد الإلكتروني، فمنهم من حصره في العقد المبرم عبر الإنترنت، التي تتيح التعاقد في عالم افتراضي دون التقاء أطرافه متجاهلاً الوسائل الإلكترونية الأخرى، ومنهم من اشترك وسيلة اتصال مسموعة ومرئية للتعاقد تمكّن من التفاعل بين طرفيه. وقد ركّز رأي آخر على الوسيلة الإلكترونية بصفة عامة دون حصرها في شبكة الإنترنت⁽²⁾.

في حين عزّف المُشرّع الجزائري العقد الإلكتروني بعد أن عزّف التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال نص المادة 6 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما يلي: «العقد الإلكتروني: العقد بمفهوم القانون رقم 02-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتم إبرامه عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه باللجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني».

نلاحظ أنّ المُشرّع الجزائري، عند تعريفه للعقد الإلكتروني، قد أحالنا فيما يتعلّق بمفهوم العقد إلى القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والذي جاء تعريف العقد في المادة 3 منه، النقطة 4 منها كما يلي:

«عقد: كلّ اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه،

1 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 8.

2 - المرجع نفسه، ص. 8_9.

يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة سلفاً».

ثانياً: خصائص العقود الإلكترونية

تتميز العقود الإلكترونية بمجموعة من الخصائص، نذكر منها: أنها ذات طابع عالمي وانفتاحي وأنها عقود تتم عبر وسيط إلكتروني، وهذه الخاصية تعد من أهم مظاهر خصوصيتها، وأنها عقود تُبرم عن بُعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه وتتعلق بسلع أو خدمات.

1 - الطابع العالمي للعقود الإلكترونية

تتميز العقود الإلكترونية بالعالمية لتغطيتها العالم ولا تقتصر على دول دون غيرها، لكونها تتم عن طريق الإنترنت.

2 - الطابع الانفتاحي للعقود الإلكترونية

إذ يتاح الدخول إلى التجارة الإلكترونية لكل من يرغب الاشتراك.

3 - عقود تتم عبر وسيط إلكتروني

يتّضح، من خلال التعاريف المقدمة للعقد الإلكتروني سابقاً، أنها كلها جاءت مركزة على الوسيلة الإلكترونية، تتصدرها شبكة الإنترنت، ولا شك أنّ العقد الإلكتروني يكتسب الصفة الإلكترونية باستخدام الوسيلة الإلكترونية، ويقصد بالوسيلة الإلكترونية أنها: "الوسيلة المستخدمة في الانعقاد، حيث تتوسط بين المتعاقدين وتمكن من توصيل رضا الطرفين عن طريقها، وإن كان العقد الإلكتروني هو العقد المبرم بواسطة الوسائل الإلكترونية للاتصالات عن بعد، إلا أنّ شبكة الإنترنت ليست وسيلة عادية كالوسائل الإلكترونية الأخرى، إذ لا تُعد مجرد وسيلة مادية تستعمل في التعاقد، وإنما هي وسيلة مميزة تمكن من تلاقي الإيجاب والقبول، من خلال التفاعل الذي يقارب المتعاقدين بصفة افتراضية، ويجعلها على اتصال مباشر. وهي كذلك وسيلة قوية شديدة التأثير على إرادة المتعاقدين، حيث تحول الإرادة الشخصية إلى إرادة رقمية تتصف بالآلية، فتحل الإرادة الآلية محل الإرادة الشخصية للمتعاقدين، التي تتخذ شكل أرقام مما يستوجب إثبات تلك الإرادة في شكل رقمي (إلكتروني)، لهذا يتعين تقدير الأهمية القانونية لهذه الإرادة ومدى قدرة الإرادة الرقمية في مطابقة الإرادة الشخصية للأطراف"⁽¹⁾.

يستخلص من تعريف المشرع الجزائري للعقد الإلكتروني أنّ الصفة الإلكترونية تتحقق في العقد بالجوء حصرياً لتقنية الاتصال الإلكتروني عند إبرامه. أمّا بالنسبة لتنفيذه، فيمكن أن يتم إلكترونياً، وإذا تعذر ذلك يمكن أن يتم تنفيذه مادياً.

¹ - حوحو بيمينه، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص ص. 10_12.

لم يحدّد المُشرّع الجزائري من خلال قانون التّجارة الإلكترونيّة لسنة 2018 المقصود بالاتصالات الإلكترونيّة، ولكن بالرجوع إلى القانون رقم 04-18 المحدد للقواعد العامّة المتعلّقة بالبريد والاتصالات الإلكترونيّة⁽¹⁾، فإنّنا نجدّه قد حدّد المقصود من الاتصالات الإلكترونيّة من خلال المادة 10 - النقطة 1 منها كما يلي:

« اتصالات إلكترونية: كلّ إرسال أو تراسل أو استقبال علامات أو إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات أو بيانات أو معلومات مهما كانت طبيعتها، عبر الأسلاك أو الألياف البصرية أو بطريقة كهرومغناطيسية».

4 - العقود الإلكترونيّة، عقود تُبرم عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه

أكد المُشرّع الجزائري، عند تعريفه للعقد الإلكتروني، على إلزامية إبرامه عن بُعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه.

5 - العقود الإلكترونيّة، عقود تتعلّق بسلع أو خدمات

يتعلّق موضوع التّجارة الإلكترونيّة بسلع أو خدمات، فإذا ركزنا على التّجارة الإلكترونيّة التي تتمّ بين وحدات الأعمال والمستهلكين، فإنّ هذا النوع من التّجارة الإلكترونيّة والذي يطلق عليه بـ "التسوق الإلكتروني" أو "التّجارة التجزئة الإلكترونيّة"، وهو ما يهتمّنا في نطاق دراستنا هذه، حيث تتمّ الصفقة مع المستهلك مباشرة، حيث تقوم وحدة الأعمال بعرض منتجاتها على متاجر إلكترونية افتراضية على شبكة الويب وتعرض وتروّج لبضائعها وتعتد الصفقات مع المستهلكين الراغبين.

فمن يرغب في التعاقد بهذا الطريق (الإلكتروني)، يدخل على مواقع الشركات التجارية ويستطيع قراءة شروط التعاقد ومقارنة الأسعار ورؤية السلع من خلال الكاتالوج الإلكتروني الذي يجسد صوراً أو رسوماً للسلع المعروضة. ومن خلال ذلك، يستطيع أن يتخذ قراره بالشراء فيتمّ التعاقد والدفع إلكترونيًا (من خلال إحدى وسائل الدفع الإلكترونيّة المعتمدة والتي تتفق عليها الأطراف المتعاقدة)، أو يتمّ الدفع يدويًا مع احترام مقتضيات المادة 27 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتّجارة الإلكترونيّة، وقد يتمّ تسليم السلعة إلكترونيًا إذا أتيحت ذلك كأن تكون السلعة المشتراة عبارة عن كتب أو برامج كمبيوتر، وقد يتمّ التسليم يدويًا بعد ذلك، من خلال مندوب الشركة البائعة⁽²⁾.

كما تشمل التّجارة الإلكترونيّة مجال الخدمات أيضًا. فيمكن حجز تذاكر الطيران من خلال مواقع شركات الطيران، كما يمكن التعاقد مع الشركات السياحية وحجز الغرف بالفنادق، وكذلك الخدمات البنكية وغيرها من

1 - قانون رقم 04-18 مؤرخ في 10 ماي 2018 يحدّد القواعد العامّة المتعلّقة بالبريد والاتصالات الإلكترونيّة، المرجع السابق ذكره.

2 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 2.

خلال الإنترنت. ويمكن الحصول على جميع أنواع الاستشارات والخدمات الطبية والتعليمية والمحاسبية والهندسية وأية خدمة تعتمد عمومًا على المعلومات من المحتمل أن تلحق بالخدمة الإلكترونية⁽¹⁾.

ولا شك أنّ لهذه الخصائص التي ذكرناها والتي يتميز بها العقد الإلكتروني تأثيراتها في نظامها القانوني، وتجعل له بعض القواعد الخاصة تخرج به عن القواعد العامة في نظرية العقد التي وضعت أساسًا لتنظيم التعاقد العادي في صورته التقليدية.

المطلب الثاني: محدودية إمكانية تطبيق قانون حماية المستهلك في مجال عقود التجارة الإلكترونية

أدت التجارة الإلكترونية إلى ظهور مفاهيم جديدة متعلقة بعملية الاستهلاك الإلكتروني (الفرع الأول)؛ ورغم أنّ لهذه التجارة أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلك، فإنّ ذلك لا يمنعه من التعرّض لمخاطر في إطارها، والتي تبرر حاجته إلى حماية "مكثّفة" مقارنة بالمستهلك التقليدي، والتي يعجز قانون حماية المستهلك رقم 03-09 من توفيرها له (الفرع الثاني).

الفرع الأول: ظهور مفاهيم جديد في إطار عملية الاستهلاك الإلكتروني

أثر تعامل المستهلك في إطار التجارة الإلكترونية على مفهوم أطراف العلاقة الاستهلاكية، كما أثر على مفهوم موضوع (محل) التعاقد الإلكتروني من أجل الاستهلاك.

أولاً: ظهور مفهوم جديد لأطراف العلاقة الاستهلاكية في إطار التجارة الإلكترونية

نتطرّق أولاً لتحديد المفهوم الجديد للمستهلك، ثمّ للمتدخل المتعاقد معه في إطار التجارة الإلكترونية.

1 - ظهور مفهوم جديد للمستهلك: المستهلك الإلكتروني

سنبحث عن رأي الفقه حول تعريف المستهلك الإلكتروني، ثمّ نبيّن موقف المشرّع الجزائري من ذلك. وعلى هذا الأساس، سنقوم بدراسة تعريف الفقه للمستهلك الإلكتروني ثمّ نتناول تعريف المشرّع الجزائري له.

أ - تعريف الفقه للمستهلك الإلكتروني

يُجمع الفقه على أنّ المستهلك الإلكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي، ويكون الفرق بينهما في وسيلة التعاقد، حيث أنّ المستهلك الإلكتروني يتعاقد عن بُعد عبر وسائل إلكترونية⁽²⁾.

عرّف الفقيه "علي أحمد صالح المهداوي" المستهلك الإلكتروني كما يلي:

« كلّ من يحصل، بواسطة التعاقد بالوسائل الإلكترونية، على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل،

إشباعاً لحاجته الشخصية أو حاجة الآخرين»⁽³⁾، كما عرّفه الفقيه "إبراهيم عبيد علي آل علي" بأنّه:

1 - المرجع نفسه.

2 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 78.

3 - محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك - التقليدي والإلكتروني -، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص. 42.

« كلّ من يقوم باستعمال السلع أو الخدمات لإشباع حاجاته أو حاجات من يعولهم، ولا يهدف لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نشاطه المهني، وأن يتم التعاقد بشأن تلك السلع أو الخدمات بالوسائل الإلكترونية الحديثة»⁽¹⁾.

جاء في تعريف آخر للفقير "خالد ممدوح إبراهيم" للمستهلك الإلكتروني ما يلي:
«المستهلك الإلكتروني هو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتلقى السلع أو الخدمات من المهني لغير الأغراض التجارية ويستلمها ماديا أو حكما سواء بمقابل أو بدون مقابل عبر شبكات الاتصال الإلكترونية»⁽²⁾.

وفي تعريف آخر للفقيرة "هدى حامد قشقوش" للمستهلك الإلكتروني، جاء فيه: «إنّ المستهلك في نطاق التجارة الإلكترونية هو المتعامل في نطاق هذه التجارة والمتعاقد بالطبع الذي يتلقى الإعلان عن السلعة أو شرائها»⁽³⁾.

وفي الأخير، عرّف الفقيه "مصطفى أحمد أبو عمرو" المستهلك بأنّه: «كلّ شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد بوسيلة تقليدية أو إلكترونية بشأن المنتجات التي تلزمه هو وذويه والتي لا ترتبط بمهنته أو حرفته»⁽⁴⁾.

ب - تعريف المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني

بظهور المعاملات الإلكترونية التي تتم عن طريق وسائل الاتصال الحديثة، دأب المشرع الجزائري إلى تحديد الإطار القانوني للعلاقة التعاقدية الإلكترونية التي تتم بين المستهلك الإلكتروني مع "كما سنرى لاحقا" المورد الإلكتروني، وذلك بغية حماية مصلحة المستهلك هذا، حيث عرّفه المشرع الجزائري بموجب الفقرة 3 من المادة 6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه:

«كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقبلي بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي».

يتميز المستهلك الإلكتروني، من خلال هذا التعريف، عن نظيره التقليدي بالاستعانة بالاتصالات الإلكترونية. أما في غير ذلك، فإنّ تعريفه يتطابق مع تعريف المستهلك التقليدي، حيث يمكن أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا يقبلي المنتج بعوض أو مجانا بغرض الاستعمال النهائي؛ إلا أنّ المشرع الجزائري اشترط في ظلّ تعريف المستهلك الإلكتروني (وحتى عند تعريفه للتجارة الإلكترونية) أن يقوم بالحصول على المنتج عن طريق الاتصالات الإلكترونية من قبل شخص تتوفر فيه صفة المورد الإلكتروني.

1 - المرجع نفسه.

2 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 79.

3 - المرجع ذاته.

4 - المرجع نفسه.

كما نلاحظ، من خلال هذا التعريف، أنه تم إسقاط عبارة "من أجل تلبية حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به" منه والتي تفيد الغرض الشخصي من اقتناء واستعمال المنتج، وهنا يُثار إشكال قانوني: هل يقصد المشرع الجزائري من هذا الإسقاط التوسيع في مفهوم المستهلك الإلكتروني بالمقارنة مع المستهلك التقليدي؟ حيث أنّ الشخص يمكن أن يكون مستهلكا إلكترونيا، سواء كان اقتناؤه واستعماله النهائي للسلع أو الخدمات تلبية لحاجته الخاصة (الشخصية أو العائلية أو حيوان يتكفل به)، أو في إطار تعامله خارج نطاق واختصاص المهني. كالشخص الذي يشتري غسيل الأواني لاستعماله لغسل الأواني الخاصة بمطعمه.

تتجلى فائدة التمييز بين المستهلك التقليدي (العادي) والمستهلك الإلكتروني في تحديد القانون الواجب تطبيقه على الواقعة، فالمستهلك تحكمه القوانين الداخلية الخاصة بحماية المستهلك، والقواعد العامة فيما لم يرد به نص خاص. أمّا المستهلك الإلكتروني، فتحكمه القواعد القانونية الخاصة بحماية (المتعامل) بالوسائل الإلكترونية، والقواعد العامة في حماية المستهلك العادي، فيما لم يرد ببعض الوقائع بنص خاص، فضلا عن القواعد الدولية المنظمة للمعاملات والتجارة الإلكترونية⁽¹⁾.

2 - ظهور مفهوم جديد للمتدخل المتعاقد مع المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية

نتطرق بداية إلى موقف الفقه من تحديد صفة المتدخل (المهني) الإلكتروني، ثم نتناول موقف المشرع الجزائري من تحديد هذه الصفة.

أ - موقف الفقه من تحديد صفة المتدخل (المهني) الإلكتروني

اعتبر الفقه في فرنسا أنّ تحديد صفة المتدخل (المهني/المحترف) ضمن المعاملات الإلكترونية مازال غامضا، وأنه ينبغي تحديد صفة المستخدم الذي يمارس البيع عبر الشبكة عموما، والمتدخل عبر الشبكة خصوصا⁽²⁾.

بصياغة أخرى، هل البائع عبر الشبكة يشمل البائع بمفهوم القواعد العامة، وأيضا المتدخل (المهني) بمفهوم قواعد حماية المستهلك؟

إذ توجد عروض متنوعة على مواقع شبكة الإنترنت صادرة عن فئة تمارس البيع، وتشمل هذه الفئة البائع غير المهني الذي يكتفي بالتسجيل عبر الموقع، كما تشمل الشركات والمؤسسات التجارية والمنتجين التي تتصف بالاحترافية⁽³⁾.

أدى تطوّر وسائل الاتصال وظهور شبكة الإنترنت، واستخدامها في عرض السلع والخدمات من قبل المحترف مرة أخرى إلى اختلال في العلاقة التعاقدية بسبب الوسيلة المستعملة، الأمر الذي استلزم توسيع حجم الحماية القانونية للمستهلك وتحقيق التوازن التعاقدية بين المهني والمستهلك في المعاملة الإلكترونية، مما أدى

1 - محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك - التقليدي والإلكتروني -، المرجع السابق، ص. 43.

2 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 49.

3 - المرجع نفسه، ص. 46.

إلى إعادة النظر في تحديد مفهوم المهني الذي يمارس نشاطه عبر الشبكة، بحيث تقع عليه التزامات إضافية عن تلت المقررة سابقاً بسبب الوسيلة المستخدمة في عرض منتجاته⁽¹⁾.

وتّم الاعتقاد أنّه من الأفضل استعمال مصطلح "بائع عبر الخط" لتمييزه عن البائع التقليدي، وعن المتدخّل (المهني) التقليدي ليشمل كلا من البائع والمتدخّل (المهني) الذي يبيع عبر شبكة الإنترنت، سواء كان له موقع إلكتروني خاص به أو كان مسجلاً لدى موقع معيّن، فتقع عليهما نفس الالتزامات الناتجة عن الوسيلة المستعملة في البيع، بالإضافة إلى الالتزامات الأخرى المقررة في القواعد العامة أو القواعد الخاصة⁽²⁾.

ب - موقف المشرّع الجزائري من تحديد صفة المتدخّل (المهني) الإلكتروني

نتطرّق بداية لظهور مفهوم جديد للمتدخّل في قانون التجارة الإلكترونية الجزائري وهو المورد الإلكتروني، مع اشتراط المشرّع الجزائري بعض الشروط لممارسته للتجارة الإلكترونية.

ب1- التعريف القانوني للمورد الإلكتروني

جاء المشرّع الجزائري بقانون حول التجارة الإلكترونية ليطلق على المتدخّل مصطلح "المورد الإلكتروني" في المادة 4/6 منه، كما يلي:

« كلّ شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية ». «

ما يفهم من هذا النصّ هو أنّ هذا التعريف يقتصر على المورد الإلكتروني، فهو يختلف عن التعريف الذي أورده المشرّع في القانون رقم 09-03 السالف الذكر بشأن المتدخّل، إذ اقتصر فقط على الذي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات.

وعليه، فإنّ هذا التضييق أو التقصير الذي جاء في التعريف المورد في ظلّ القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية والذي قد ينطبق على المورد المادي في إطار التجارة التقليدية، لا يتوافق مع النشاط التجاري الإلكتروني كون أنّ المورد الإلكتروني في مجال التجارة الإلكترونية يستعين بالوسائط الإلكترونية التي تضيف عليه وصف الإلكتروني. ومن ثمّ، فإنّ عملية اقتراح توفير منتج أو تسويقه للاستهلاك تستوجب تدخل بعض الفئات لاسيما المواقع الإلكترونية المخصصة التي تعرض عليها منتجات الموردين وتُعد بمثابة متاجر افتراضية، إذ يساهم هؤلاء المتدخّلين في التحكّم في المحتوى المعلوماتي للعملية الاستهلاكية الإلكترونية مثلاً: متعهد

1 - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 49.

2 - المرجع نفسه، ص. 50.

الإيواء⁽¹⁾، فهو ليس صاحب الخدمة أو السلعة المعروضة، وهو مسؤول كالمورد أو المهني صاحب السلعة أو الخدمة تجاه المستهلك الإلكتروني.

وبالتالي، فإنّ اقتصار تعريف المشرّع الجزائري في قانون التجارة الإلكترونية السالف ذكره للمورد عن صاحب السلعة أو الخدمة المعروضة للتسويق، يجعل باقي المتدخلين خارج هذا التعريف من جهة، ومن جهة أخرى، لم يحدّد هذا القانون المراكز القانونية لهؤلاء المتدخلين، وطبيعة علاقتهم بالمستهلك الإلكتروني، ومن ثمّ مجال حماية هذا الأخير إذا استوجب اقتناؤه للخدمة أو السلعة التي يحتاجها المرور بهؤلاء المتدخلين للوصول إلى المورد.

ب2- شروط ممارسة المورد للتجارة الإلكترونية

وضع المشرّع الجزائري بعض الشروط التي تتوقف عليها ممارسة المورد لنشاط التجارة الإلكترونية وهي:

- القيد في السجل التجاري أو سجل الصناعات التقليدية والحرفية، حسب الحالة.

- نشر موقع إلكتروني أو صفحة إلكترونية على الإنترنت، مستضاف في الجزائر بامتداد "com.dz".

- يجب أن يتوفّر الموقع الإلكتروني للمورد الإلكتروني على وسائل تسمح بالتأكد من صحته⁽²⁾.

تتطلب ممارسة المورد لنشاطه المهني عبر الإنترنت ضرورة حصوله على عنوان إلكتروني لموقع أو صفحة يقوم من خلالها بالتعريف بنفسه وبنشاطه وبعرض منتوجاته فيها، حيث يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يتبضع في المتاجر الافتراضية على شبكة الإنترنت، وذلك بفضل إدخال العناوين الإلكترونية للمواقع والصفحات الخاصة بالمهني الذي يقوم بعرض المنتج الذي يرغب المستهلك باقتنائه عن بُعد عبر وسائل الاتصال الإلكترونية⁽³⁾.

يتمّ منح أسماء النطاق⁽⁴⁾ من قبل هيئة وطنية مؤهلة، إذ لا يمكن ممارسة نشاط التجارة الإلكترونية إلا بعد إيداع اسم النطاق لدى مصالح المركز الوطني للسجل التجاري⁽⁵⁾، الأمر الذي يمكّن المورد من الحصول على بطاقة وطنية للموردين الإلكترونيين واكتساب صفة المورد الإلكتروني، وهذا ما كرّسته المادة 42 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية⁽⁶⁾.

1 - إن متعهد الإيواء هو الذي يؤمن لكل شخص، إنشاء المواقع عبر الإنترنت واستغلالها، وتقديم خدمة تخزين المعطيات، وتوفير الوسائل التقنية لمستخدمي الإنترنت؛ ولمزيد من المعلومات حول متعهد الإيواء راجع، بوخالفة حدة، "النظام القانوني لمتعهد الإيواء عبر الإنترنت"، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، عدد 14، 2017، (ص ص. 291_298)، ص. 291.

2 - راجع المادة 8 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق ذكره.

3 - أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 33.

4 - حيث عرفت الفقرة الأخيرة من المادة 6 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، اسم النطاق كما يلي: "عبارة عن سلسلة أحرف و/أو أرقام مقيسة ومسجلة لدى السجل الوطني لأسماء النطاق، وتسمح بالتعرف والولوج إلى الموقع الإلكتروني".

5 - اطلع على نص المادة 9 من القانون نفسه.

6 - راجع المادة 42 من القانون ذاته.

ثانياً: ظهور مفاهيم جديدة خاصة بالمنتجات الإلكترونية محل الاستهلاك

نتطرق إلى المقصود من المنتج الإلكتروني ثم خصوصيته.

1 - المقصود من المنتج الإلكتروني

بداية، يجب الإشارة إلى أنّ المشرّع الجزائري منع، من خلال المادة 3 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، التعامل عن طريق الاتصالات الإلكترونية فيما يتعلق بما يأتي:

- لعب القمار والرّهان واليناصيب.

- المشروبات الكحولية والتبغ.

- المنتجات الصيدلانية.

- المنتجات التي تمسّ بحقوق الملكية الفكرية أو الصناعية أو التّجارية.

فيمنع التعامل بهذه المنتجات حتّى ولو كانت على سبيل الهبة أو منحها مجاناً للمستهلك الإلكتروني، حفاظاً على سلامة وأمن المستهلك الصحية من خلال منع التعامل بالمنتجات الصيدلانية. وكذا الحفاظ على الأمن العام بالنسبة للحالات الأخرى⁽¹⁾.

على غرار المنتج التقليدي، قد يكون المنتج الرقمي سلعة أو خدمة. وقد نتج المنتج الإلكتروني عن استعمال الرقمية في المعاملات الإلكترونية عبر الإنترنت. ونعني بالمنتج الرّقمي، المنتج الذي يسلم عبر شبكة الإنترنت، حيث أصبح يأخذ المفهوم العام والشامل للتوقيع الإلكتروني من حيث الاستعمالات المختلفة له كونه يتحوّل إلى أرقام أو حروف أو أشكال أو رموز⁽²⁾، لهذا، نتطرق بداية للمقصود من السلعة الإلكترونية ثم المقصود من الخدمة الإلكترونية.

أ - المقصود من السلعة الإلكترونية

تعدّ السلع الرقمية سلعة مادية في الأصل، تباع كمنتج مادي في الأسواق التقليدية، لكن بفضل التكنولوجيا الرقمية يتمكّن المحترف من تحويلها من شكلها المادي إلى شكل رقمي، فتصبح مجرد معلومة من المعلومات الرقمية التي تعبر شبكة الإنترنت، كبيع الكتب والمجلات والصحف والأفلام والمؤلفات والأغاني والصّور والفيديوهات والأشرطة والدروس والبرامج الآلية، إذ يتمكّن المستهلك من اقتنائها وبدون تكلفة التسليم في منزله أو مكتبه أو في أيّ مكان متواجد فيه⁽³⁾.

¹ - بولحية شهيرة ولحلل شهرزاد، "أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس - بريكة، عدد 3، 2019، (ص ص 103_116)، ص. 110.

² - حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 134.

³ - المرجع نفسه.

على سبيل المثال، حدّد المشرّع الجزائري، من خلال المادة 3 من القانون رقم 15-13 المتعلّق بأنشطة وسوق الكتاب⁽¹⁾، المقصود من مفهوم هذا القانون بما يأتي:

«- الكتاب الرقمي: مؤلف بأسلوب رقمي يوجه للنشر والتوزيع.

- الكتاب المرقم: مؤلف سبق نشره على دعائم ورقية وأعيد نسخه بأسلوب رقمي.

- بيع الكتاب بالطريقة الإلكترونية: نشاط يتمثل في بيع الكتاب في دعائم ورقية و/أو دعائم أخرى عبر الإنترنت.

- بائع الكتاب بالطريقة الإلكترونية: هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم ببيع الكتاب على دعائم ورقية و/أو دعائم أخرى بطريقة إلكترونية».

ب - المقصود من الخدمة الإلكترونية

سهّلت شبكة الإنترنت ظهور خدمات إلكترونية متعددة ومتنوعة متّصلة بالنشاطات التجارية يمكن اقتناؤها عن بُعد، لم تكن ممكنة في الماضي القريب كتوفير الخدمات البنكية والمصرفية والحكومية، فأصبحت وسيلة يمكن بيعها وشراؤها وتوزيعها سواء تعلّقت بخدمات ما بعد البيع كخدمات الصيانة والضمان عن بُعد، التي يمكن إجراؤها عندما تكون طبيعة المنتج الإلكتروني تسمح بذلك كبرامج الإعلام الآلي. وفي هذه الحالة، تُعد هذه الخدمات من مستلزمات المنتج المادي ومرتبطة به، أو الخدمات القائمة بذاتها والتي تباع كمنتج مستقل كالاستشارات الطبية والقانونية والمالية أو أعمال الهندسة أو الحلول الرقمية الخاصة ببرامج الكمبيوتر أو تصميم موقع إلكتروني أو خدمات التصديق الإلكتروني أو غيرها⁽²⁾.

2 - خصوصية المنتج الرقمي

يتّضح ممّا تقدم أنّ المنتج الرّقمي يشمل على مميزات خاصة ينفرد بها. تتمثّل الميزة الأولى في اللامادية، فهو منتج غير ملموس، كما يتميّز بأنّه معلومة رقمية تأخذ شكلا من أشكال الحروف أو الأرقام أو الرموز المستخدمة في تكنولوجيا المعلومات. أمّا الميزة الثالثة، فتتمثّل في سرّيته حيث تستخدم في شأنه تكنولوجيا الأرقام للحفاظ على سرّيته، وهذا عكس المنتج التقليدي الذي يباع ويسلم علنيا، كونه معلومة من المعلومات التي تمرّ عبر الشبكات، فهي تتعرّض لأخطار السرقة والتخريب والتغيير، وكذلك الاستساخ والتقليد من قبل المخترقين. وبهذا، يواجه المنتج الرقمي الفني مثلا عملية القرصنة. لذلك، ارتبط المنتج الرّقمي بمسألة أمن المعلومات وسلامتها حتّى يمكن تحقيق خصوصية وسريّة المنتج الرّقمي من هذه الأخطار وحصرها فقط في أصحابها بواسطة تقنيات التشفير المستخدمة في مجال التّجارة الإلكترونية⁽³⁾.

¹ - قانون رقم 15-13 مؤرخ في 15 جويلية 2015، يتعلّق بأنشطة وسوق الكتاب، ج.ر.ج. عدد 39، الصادر في 19 جويلية 2015.

² - حوحو يمينه، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص. 135.

³ - المرجع نفسه، ص ص. 135_136.

الفرع الثاني: مخاطر التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك ومبررات حمايته المكثفة

نتطرق إلى مخاطر التجارة الإلكترونية التي يتعرض لها المستهلك في إطارها، ثم نتناول مبررات تكثيف الحماية لهذا الأخير مقارنة بالمستهلك التقليدي.

أولاً: مخاطر التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك

تتمثل مخاطر التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك في العيوب والسلبيات الناجمة عن هذه التجارة، ويمكن إيجاز أبرز هذه المخاطر فيما يلي:

- خلق جو من عدم الثقة أو فقدان الثقة التي قد تكون موجودة لدى بعض المستهلكين مع بعض الشركات أو البائع، خاصة إذا لم يكن معروفاً أو معلوماً، حيث أنّ هذه الحالة سوف تؤدي حتماً إلى التقليل من العمل ضمن إطار التجارة الإلكترونية.

- النصب والتحايل أو الغبن الغشّ الذي قد يتعرض لها المستهلك من قبل البعض، بوصفهم بائعين أو مستهلكين للقيام بأعمال الغشّ. قد يتعرض المستهلك كذلك إلى أفعال إجرامية نتيجة ضعف أو جهله لطرق البيع والشراء الإلكتروني وهي معروفة بجرائم الاعتداء الواقع على التوقيع الإلكتروني⁽¹⁾.

فعلى سبيل المثال، وفيما يتعلق بجريمة النصب عبر شبكة الإنترنت، يعرف النصب على أنه سلب أو الاستيلاء على ثروة الغير أو البعض منها أو الشروع فيها بالاحتيال، إما باستعمال أسماء وصفات كاذبة أو سلطة خيالية أو اعتماد مالي أو بإحداث الأمل بالفوز بشيء، ويختلف النصب عن السرقة في كون النصب يتم برضاء المالك تحت تأثير التدليس الجنائي وتحت تأثير الوسائل الاحتيالية. أما السرقة، فإنّ المال المسروق يأخذه الجاني من غير رضاه صاحبه ويتوافقان من حيث محل الاعتداء أو موضوعه مال منقول مملوك للغير⁽²⁾.

أمثلة عن قضايا النصب عبر الإنترنت في الجزائر:

من أبرز جرائم النصب عبر الإنترنت في الجزائر، نجد:

- تسويق منتجات شرطة خاصة: نذكر هنا كمثال شركة "QNET". تعتمد هذه الشركة في تسويق منتجاتها على مندوبي مبيعات من فئة الشباب، خاصة الطلبة الجامعيين، حيث يخضع كلّ مندوب لتكوين في مجال التسويق والتنمية البشرية عن طريق عقد لقاءات تكوينية على مستوى أماكن خاصة أو فنادق، كما يقوم ممثلي هذه الشركة باستدراج منخرطين من مختلف فئات المجتمع، من خلال إيهامهم بالاستفادة من عدّة امتيازات على غرار رحلات سياحية إلى كلّ من دبي وتركيا، لتلقي تكوين في تخصصات مختلفة للحصول على شهادات عليا، حيث تتمثل طريقتها في جلب زبائن يقومون بشراء منتج.

¹ - مولاي عاشور، "التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالجرائم السيبرانية"، مجلة الشرطة العلمية والتقنية، عدد 4، 2019، (ص ص. 44_45)، ص. 45.

² - حسيني عبد الرزاق، "النصب والاحتيال عبر شبكة الإنترنت"، مجلة الشرطة العلمية والتقنية، عدد 4، 2019، (ص ص. 46_48)، ص. 46.

- عروض بيع مركبات عبر بعض الشبكات: تتم عملية العرض والطلب من قبل العارضة والزبائن الراغبين في اقتناء السيارات، على موقع "واد كنيس" مع وضع صور للمركبات، أسعارها، كذا أرقام الهاتف، قصد الاتصال للحصول على المزيد من المعلومات، إلا أنه بعد الاتفاق بين الطرفين وإتمام عملية البيع والشراء، يكتشف الشاري أنّ مركبته بها عيوب لم يتمّ إخباره بها من طرف البائع من قبل، بل يصل في بعض الأحيان إلى اكتشاف أنّ المركبة مسروقة ووثائقها مزوّرة.

- نصب بعض وكالات السياحة والأسفار: تقوم بعض وكالات السياحة والأسفار عبر المواقع الخاصة بها، بتقديم عروض قصد الحصول على تأشيرات السفر خاصة إلى الدول الأوروبية، إذ يشترطون على المهتمين بهذه العروض تقديم ملفات خاصة مع دفع مبالغ مالية مسبقة، حيث إنّ أغلب الضحايا من الشباب الراغبين في الهجرة، وتوضع تحت تصرف هؤلاء صفحاتهم الخاصة وأرقام الهواتف للحصول على معلومات أوفر، علاوة على إمكانية ملأ أو سحي الاستثمارات الخاصة بالتأشيرة، مع إمكانية إرسال الملفات عبر البريد، كذا دفع المستحقات المالية بحسابات بريدية جارية. إلا أنه بمرور الوقت ومع تسجيل أكبر عدد من الطلبات تقوم ذات الوكالات بالاختفاء أنّه لا تردّ على اتصالات الزبائن، وفي بعض الأحيان يتمّ تغيير المقرّ إلى وجهة مجهولة.

- عرض سلع للبيع: حيث تقوم بعض المواقع بعرض سلع، خاصة مواد التجميل، لكثرة الطلب عليها من قبل فئة النساء خصوصا، كالعطور ومواد التجميل، حيث يوهمون ضحاياهم أنّها سلع أصلية لعلامات تجارية عالمية معروفة وبأسعار تنافسية، إذ يفتحون المجال للاتصال بهم، وتتمّ عملية استلام السلع، إلا أنه يتّضح فيما بعد أنّها منتجات مقلّدة، وفي بعض الأحيان لا تصل السلع إلى أصحابها رغم تسديدهم لثمنها عن طريق صبّ المبالغ المالية في حسابات بريدية وبنكية⁽¹⁾.

تثير التجارة الإلكترونية مشاكل القانون الواجب التطبيق⁽²⁾، في ظلّ وجود ثغرات في التشريعات الدولية والاتفاقيات التي تعالج مسألة التجارة الإلكترونية خاصة وأنّ هذه التجارة ذات بُعد اقتصادي دولي يستوجب معالجته بتشريعات دولية ووطنية⁽³⁾.

1 - حول قضايا المتعلقة بالنصب عبر الإنترنت في الجزائر، أنظر، حسيني عبد الرزاق، "النصب والاحتيال عبر شبكة الإنترنت"، المرجع السابق، (ص 46_47).

2 - وقد نصت المادة 2 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، على ما يلي:
"يطبق القانون الجزائري في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية في حالة ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني:

_ متمتعا بالجنسية الجزائرية، أو

_ مقيما إقامة شرعية في الجزائر، أو

_ شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري،

أو كان العقد محل إبرام أو تنفيذ في الجزائر."

3 - مولاي عاشور، "التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالجرائم السيبرانية"، المرجع السابق، ص. 45.

ثانياً: مبررات الحاجة إلى الحماية "المكثفة" للمستهلك الإلكتروني

باتّساع استخدام الشبّكة العنكبوتية في إبرام مختلف المعاملات الإلكترونية عبر مختلف أنحاء المعمورة، ونظراً لخصوصيات هذا الوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات، فإنّ مسألة حماية الطّرف الضّعيف من هذه العلاقة، وهو المستهلك الإلكتروني، قد بدأ يتبلور مفهومها على صعيد مختلف التّشريعات القانونية، ولكن هذه الحماية ظهرت نتيجة مبررات عديدة منها ما يعود للطبيعة التقنية للوسط الذي تبرم فيه هذه المعاملات، ومنها مبررات قانونية كما سنوضحها أدناه.

1 - مبررات حماية المستهلك الإلكتروني التقنية

تكمن مبررات حماية المستهلك الإلكتروني التقنية في التطوّر الحديث في شبكة الإنترنت وحاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية وكذا افتقاره إلى التّوفير المعلوماتي والتقني.

أ - التطوّر الحديث في شبكة الإنترنت

تعدّ شبكة الإنترنت من أحدث خدمات التّقدّم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع الهاتف الذّكي أو اللّوح الإلكتروني أو جهاز الحاسوب، والتي تتألّف من الملايين من أجهزة الحواسيب المتّصلة مع بعضها البعض وشبكة الإنترنت، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السّلع والخدمات بطريقة سهلة. يُمثّل التطوّر التقني في هذا الجانب واقعا عالميا يأتي كلّ لحظة بالجديد، ممّا ينبغي أن يقود إلى تحسّن الرّوابط التجارية بين المورد والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية⁽¹⁾، غير أنّ الجانب السّليبي لهذا التطوّر التقني يتجسّد في قهر المستهلك بطريقة تبدو عدوانية، ممّا ينبغي أن يُؤثّر على الوصف القانوني لعقد التّجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي يتمّ في موطن ومحل إقامة المستهلك⁽²⁾، ويتمثّل ذلك في غياب الاتّصال المادي بين المورد والمستهلك وعدم رؤية المنتج⁽³⁾.

ب - حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية

إنّ حاجة المستهلك إلى السّلع والخدمات الإلكترونية التي تقدّم عبر شبكة الإنترنت (كالخدمات السياحية، والمصرفية، والتأمين، وبيع تذاكر الطيران، والحجز في الفنادق، ...) تدفعه إلى الإقبال عليها وإبرام التصرفات من خلال الشبّكة العنكبوتية، فحاجة المستهلك للخدمات الإلكترونية تتبع من كونها توفّر منتجات وخدمات ذات جودة عالية وبأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع التجارية، ممّا يؤدّي إلى زيادة المنافسة بين هذه المواقع لتقديم أفضل الخدمات؛ غير أنّه وبالرّغم من حاجة المستهلك لهذه الخدمات، إلّا أنّه قد يفنقر إلى الخبرة والدراية

¹ - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017، ص ص 15_16.

² - عبدالله زيب عبدالله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 9 جويلية 2009، ص ص 30_31.

³ - سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، المرجع السابق، ص. 13.

والمعرفة في مجال تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي يدفعه إلى الدخول في علاقات من خلال مواقع وهمية تُعرضه للاحتيال والخداع. ومن هنا، كانت الحاجة للبحث عن حماية المستهلك بشكل مُلح وواضح(1).

ج - افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني

إن افتقار المستهلك يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت، علاوة إلى المشاكل التي قد تواجهه عند التعمق في هذه الشبكة، ويتجلى ذلك من خلال ما يواجهه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة. بالإضافة إلى ما سبق، فإن عدم معرفته بشبكة الإنترنت قد يؤدي به إلى الوقوع ضحية حيل وخداع قراصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي(2).

كما أن إقدام المستهلك على إبرام العقد دون تفكير وتروي، وذلك تحت الضغط النفسي الذي تمارسه الدعاية المتطورة والتي تكون خادعة ومضللة نتيجة استخدام تقنيات حديثة تعمل على إغرائه، خاصة أنه يرى نموذجاً عن السلعة وليست لديه الفكرة المناسبة الوافية عن السلعة التي يريد شراءها، فهو طرف ضعيف في الجانب المعرفي والفني في مواجهة المهني المتفوق في هذه المجالات(3).

2 - قصور قانون حماية المستهلك في ضمان الحماية اللازمة له في إطار التجارة الإلكترونية

تتمثل أهم المبررات التي دفعت إلى ضرورة توفير حماية مشددة للمستهلك الإلكتروني أساساً في قصور النصوص القانونية التقليدية في توفير الحماية الكافية للمستهلك الإلكتروني، فمثلاً لو تمعنا في مجمل القواعد التي قررها المشرع الجزائري لحماية المستهلك التقليدي بموجب القانون رقم 09-03 والنصوص التنظيمية الصادرة بشأنه، يمكن القول بأنه وإن كانت هذه القواعد على درجة عالية من الأهمية في حماية المستهلك، فإنها غير كافية لحماية المستهلك الإلكتروني الذي يُبرم تعاقداته في طبيعة تقنية لكونها تتسم بخصوصيات تميزها عن المعاملات التقليدية، حيث يلتقي المستهلك التقليدي (العادي) بالمهني وجهاً لوجه، ويتم التعاقد بشكل مادي ملموس، عكس المستهلك الإلكتروني الذي يُبرم التعاقدات بدون الحضور المادي له وللمتعاقدين معه من جهة، وبدون إمكانية معاينة السلعة أو الخدمة بشكل ملموس، مما يجعله يحتاج إلى الحصول على ضمان أكبر وإعلام أعمق بمحل التعاقد حتى يكون على بينة بما هو مقدم عليه(4).

مع ذلك وبالرجوع إلى المادة 2 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجدها تُبسط نطاق تطبيق هذا القانون « على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، وعلى كل متدخل، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك »، فهي بهذا الإطلاق لم تحدد وسيلة محددة يتم من خلالها العرض

1 - عزوز سعدي، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، مجلد 2، عدد 2، 2018، (ص.ص. 257-265)، ص. 262.

2 - خميخ محمد، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، المرجع السابق، ص. 17.

3 - سي يوسف زاهية حورية، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، المرجع السابق، ص. 13.

4 - عزوز سعدي، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، المرجع السابق، ص. 262.

للاستهلاك، لذا فقد يتمّ بوسائل العرض التقليدية أو الإلكترونية، وسواء تعلّق العرض بسوق تقليدية أو إلكترونية(1).

فالواقع هو أنّ المستهلك في مجال معاملات التّجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال المعاملات التقليدية، كلّ ما هناك أنّه يتعامل عبر وشيطة إلكتروني، ومن خلال شبكة اتّصالات عالمية، ومن ثمّ يحظى المستهلك الإلكتروني بنفس حقوق المستهلك التقليدي ويتمتع بنفس الحماية القانونية التي يقرّها له المشرّع، على يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني وكونه من العقود التي تبرم عن بُعد وعبر شبكة إلكترونية(2).

وعليه، فإنّ أحكام القانون رقم 03-09 تسري على السّلع والخدمات المعروضة سواء المعروضة بشكل تقليدي أو إلكتروني من حيث نظافتها وسلامتها وأمنها وكذا مطابقتها والالتزام بضمان صلاحيتها وخدمة ما بعد البيع المتعلّقة بها(3). والدليل على ذلك، إخضاع المادة 35 من القانون رقم 05-18، المتعلّق بالتّجارة الإلكترونية(4)، المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، أي بما فيه القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ. على أنّ تطبيق قواعد حماية المستهلك يكون أيسر حينما يقتصر دور الوسيط الإلكتروني على إبرام العقد فقط، في حين يتمّ تنفيذ العقد خارج الوسيط الإلكتروني من حيث تسليم السلعة أو تقديم الخدمة ودفع المقابل. وذلك حينما يتعلّق العقد بسلع أو خدمات لا تقبل، بطبيعتها، التّداول الإلكتروني كالملابس والسّيارات وخدمات النّقل والإيواء(5).

إلا أنّ الإسقاط قد يتعدّر بشأن السّلع والخدمات الإلكترونية التي بطبيعتها يتمّ تداولها عبر الوسيط الإلكتروني، فيكون العقد حينئذٍ إلكترونيًا خالصًا ما دام أنّه يُبرم ويُنفذ إلكترونيًا، كبيع برامج الإعلام الآلي والبرامج السمعية والبصرية من أفلام وموسيقى ومكتبات إلكترونية، يتمّ تسليمها عبر الشّبكة مباشرة عن طريق التحميل أو التمكين من التصفّح.

ومع ذلك، فإنّه لا يجب أن يحجب هذا الإسقاط، وإنّ بدا من الناحية النظرية آليا وبسيطا، عنا حقيقة خصوصية العقد الإلكتروني والوسيط الذي يتمّ من خلاله، وكونه من العقود التي تُبرم عن بُعد وعبر شبكة عالمية، ممّا يُثير إشكالات فنية وقانونية قد لا يُجدي معها مجرد الإسقاط(6). وهو ما سعى لتداركه المشرّع الجزائري الذي اعتنى بحماية المستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية كإصداره للقانون رقم 05-18 المتعلّق بالتّجارة الإلكترونية.

1 - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 73.

2 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 53.

3 - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 74.

4 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 53_54.

5 - محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، المرجع السابق، ص. 74.

6 - المرجع نفسه، ص. 75.

الفصل الثّاني: حماية المستهلك في الجزائر

يتمثل أساس قانون حماية المستهلك في ضعف مركزه القانوني باعتباره الطرف الضّعيف تقنيا واقتصاديا في علاقته مع المهني المحترف الذي يملك القدرة الاقتصادية والخبرة الفنية الكبيرة.

تتعدّد التعريفات الخاصّة بحماية المستهلك، ومن أبرز هذه التعريفات أنّ حماية المستهلك هي الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظّمات بالدولة نحو توفير السلع أو تقديم الخدمات للمستهلك بأقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية من خلال المتغيّرات البيئية السائدة بالدولة⁽¹⁾.

يرى البعض أنّ حماية المستهلك هي مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه⁽²⁾.

يذكر تعريف آخر أنّ حماية المستهلك تعني الإجراءات اللّازمة لحماية كلّ شخص يسعى للحصول على سلعة أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية⁽³⁾.

تأتي الحماية في العملية الاستهلاكية لمعالجة ضعف المستهلك وتحسين أوضاعه، فالمستهلك كان منذ القديم عرضة لأخطار الغشّ في السلع بالرغم من النطاق الضيق لاحتياجاته الحياتية وتعاملاته الاستهلاكية. وعلى هذا، فإنّ حماية المستهلك بمنظور المعطيات الحديثة المتعلّقة بالعملية الاستهلاكية يُقصد بها رعاية المستهلك ومعاونته في الحصول على ما يلزمه من مواد وخدمات، وذلك بأسعار معقولة في كلّ الأوقات وتحت كافة الظروف مع دفع أية أخطار وعوامل من شأنها الإضرار بمصالحه أو تُؤدّي إلى خداعه أو تضليله؛ أي أنّ حماية المستهلك بوجه عام ترتبط بضمان حقوقه في مجال العملية الاستهلاكية من خلال وسائل تكفل إيجاد التوازن التعاقدية بين المستهلك والطرف الآخر في عقد الاستهلاك.

تكمن أهمية توفير الحماية للمستهلك في كونه الطرف الضّعيف في التعاقد، بينما يتواجد المهنيون في مركز القوة في مواجهة المستهلكين، وأيضاً في كون التعاقد في المعاملات الإلكترونية يكون عن بُعد ولا يكون المنتج محل التعاقد بين يدي المستهلك، ونظراً للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ولحماية المستهلك من مخاطر ما يقنتيه من سلع وخدمات ولوقايته من شرّ الوقوع ضحية لنزعتة الاستهلاكية، لذلك وجب على القانون أن يتعرّض لحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية لاستخراج الآليات اللّازمة لإعادة التوازن في العلاقات الاستهلاكية بما يرفع الضرر والخطر عن المستهلك.

بما أنّ العلاقة التي تنشأ بين المستهلك والمهني تفرضها مقتضيات الحياة الاجتماعية والاقتصادية القائمة، فلا بدّ من البحث عن القواعد والنّظم القانونية الكفيلة بتوفير الحماية التي يحتاجها المستهلك - سواء التقليدي أو

1 - أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، دار النهضة العربية، 1997، ص.192.

2 - سرى صيام وأحمد الطيب وأيسر فؤاد، الحماية التشريعية للمستهلك في مصر، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، القاهرة، 1999، ص. 7.

3 - حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.

الإلكتروني - بهدف ضبط التوازن العقدي بين طرفي العقد، وتحقيق التوافق بين المصالح المتعددة، وصولاً لازدهار المجتمع⁽¹⁾.

يخضع المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، إذ تركز حماية المستهلك في الجزائر، تجاه المتدخل أو المورد الإلكتروني وهذا تبعاً لطبيعة العقد - عقد استهلاك تقليدي أم إلكتروني - من خلال مختلف الالتزامات الملقاة على عاتق هذا الأخير في ظلّ قواعد حماية المستهلك الواردة في قانون حماية المستهلك وقانون التجارة الإلكترونية (المبحث الأول) وكذا تتم حمايته في مواجهة التعسف في عقود الاستهلاك (المبحث الثاني) ومن خلال مختلف الأجهزة والهيكل المكلفة بحمايته (المبحث الثالث).

المبحث الأول: تنوع التزامات المتدخل أو المورد الإلكتروني في إطار قواعد حماية المستهلك

رغبةً من المشرع الجزائري في حماية المستهلك، الطّرف الضّعيف في العلاقة الاستهلاكية، زمن أجل ذلك نوع من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل في عقد الاستهلاك التقليدي، كما يلتزم بها المورد الإلكتروني في عقد الاستهلاك الإلكتروني، تجاه المستهلك وخاصة بعد ازدياد الأضرار التي تمسّ بصحته وهي: الالتزامات بالنظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها (المواد من 4 إلى 8 منه)، الالتزام بالمطابقة (المادتين 11 و12 منه)، الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع (المواد من 13 إلى 16 منه)، الالتزام بالإعلام (المادتين 17 و18 منه).

اعتبر المشرع، إضافة إلى ذلك، أنّ كلّ المنتجات الموضوعة للاستهلاك يجب أن تكون مضمونة وتتوفّر على الأمن والسلامة بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منه، وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وسلامته، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين (المادتين 9 و10 من القانون نفسه).

إنّ الثقة في السوق الإلكترونية من أبرز ما يحتاج إليه المستهلك في سبيل تلبية احتياجاته الشخصية، حيث أنّ الحماية القانونية للمستهلك، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد أو في مرحلة إبرام العقد الإلكتروني أو في مرحلة تنفيذ العقد الإلكتروني، تُعتبر مهمة جداً بسبب أنّ المستهلك يمكن أن يكون طرفاً ضعيفاً.

في الجزائر، صدر القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والذي بعد أن حدّد التزامات المستهلك الإلكتروني في الفصل الرابع من الباب الثاني منه (المادتين 16 و17 منه)، قام بتحديد واجبات المورد الإلكتروني ومسؤولياته تجاه المستهلك الإلكتروني، خلال الفصل الخامس من الباب نفسه (المواد من 18 إلى 26 منه).

¹ - علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 181.

أخذًا منّا في عين الاعتبار لمحتوى البرنامج المقرّر للمادة موضوع الدّراسة (الاستهلاك والتّجارة الإلكترونيّة) هذا من جهة. ومن جهة أخرى، لعدم إمكاننا في هذا المقام الخوض في تفاصيل كلّ الالتزامات المذكورة أعلاه سواء بالنسبة للمتدخّل أو المورد الإلكتروني، فإنّنا سنعرّض لدراسة التزامين من هذه الالتزامات ألا وهما: الالتزام بضمان المطابقة (المطلب الأوّل) والالتزام بالإعلام (المطلب الثّاني).

المطلب الأوّل: التزام المتدخّل أو المورد الإلكتروني بضمان المطابقة

أدى التّقدم الصناعي والتكنولوجي الحديث في مجال الإنتاج والتوزيع إلى ظهور العديد من السّلع والخدمات على اختلاف أنواعها وأحجامها، فضلاً عمّا تنطوي عليه من دقّة وتعقيد من الناحية الفنيّة، ممّا يترتّب عليه صعوبة التّحقّق من مدة مطابقة هذه المنتجات في غياب الخبرة والتخصّص لدى المستهلك⁽¹⁾.

كما أنسياسة الإنتاج الاقتصادي التي انتهجتها الدّولة الجزائريّة وتكريس مبدأ حرية الإنتاج والاستيراد، سمحبريّة تبادل المنتجات بصفة خاصّة الخدمات بصفة عامّة، وأدى أيضاً إلى جعل الأسواق الجزائريّة حاويات ومفارغ لمختلف المنتجات الأجنبيّة، وخاصّة إذا علمنا أنّ الجزائر هي بلد مستورد أكثر منه منتج. فإن كان هذا الكمّ الهائل من المنتجات قد حقّق رفاهية المستهلك الجزائري بتوفير كلّ ما هو ضروري وكما لي له، إلّا أنّه يقدم على اقتنائها دون أن يتقنّ أحياناً إلى الأضرار الجسيمة التي قد تلحق به إذا كانت غير مطابقة للمواصفات القانونيّة⁽²⁾.

يُعتبر الالتزام بالمطابقة من أهمّ الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخّل أو المورد الإلكتروني عند تولي مهمة الإنتاج، فبعدما كنّا نتحدّث، في ظلّ القانون المدني، عن مطابقة المحلّ المتفق عليه من طرف المتعاقدين⁽³⁾، أصبحنا نتحدّث، في ظلّ أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ وحتّى في ظلّ أحكام قانون التّجارة الإلكترونيّة، عن المطابقة للمواصفات القانونيّة والقياسية قصد حماية أمن وسلامة المستهلك، إذ ألقى المُشرّع الجزائري على عاتق المتدخّل الالتزام بالمطابقة في الفصل الثّالث من الكتاب الأوّل من قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ، وألقى أيضاً على عاتق المورد الإلكتروني بموجب المادة 23 من قانون التّجارة الإلكترونيّة، كما كرّس آليات من أجل تجسيد هذا الالتزام والمتمثّلة في: الرقابة كوسيلة لضمان الوفاء بهذا الالتزام (الفرع الأوّل) كما قرّر مسؤولية المتدخّل أو المورد الإلكتروني على الإخلال بضمان المطابقة (الفرع الثّاني).

1 - قرواش رضوان، "ترقية المركز القانوني للمستهلك (دراسة مقارنة بين القواعد العامة والخاصة بحماية المستهلك)"، مجلة الاجتهاد القضائي، مخر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، مجلد 9، عدد 14، 2017، بسكرة، (ص ص. 299_324)، ص. 305.

2 - سي يوسف زهية حورية، "رقابة المنتجات المستوردة، آلية لحماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونيّة والاقتصاديّة، معهد الحقوق، المركز الجامعي لتامنغست، عدد 11، 2017، (ص ص. 9_23)، ص. 9.

3 - راجع المادتين 353 و379/من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

الفرع الأول: الرقابة كوسيلة للوفاء بالالتزام بضمان المطابقة

قبل البحث عن ماهية الرقابة كوسيلة للوفاء بالالتزام بضمان المطابقة، يجب علينا التطرق أولاً إلى ماهية الالتزام بضمان المطابقة.

أولاً: ماهية الالتزام بضمان المطابقة

نتناول في مجال ماهية الالتزام بضمان المطابقة، المقصود من مطابقة المنتجات ومضمون الالتزام بضمان المطابقة، وأخيراً الإشهاد على المطابقة.

1- المقصود من مطابقة المنتجات

نتطرق أولاً إلى المقصود من مطابقة المنتجات في ظل قانون حماية المستهلك ثم في نطاق قانون التجارة الإلكترونية.

أ - المقصود من مطابقة المنتجات في ظل قانون حماية المستهلك

كرّس المشرع الجزائري الالتزام بضمان مطابقة المنتج باعتباره التزاماً قانونياً لا عقدياً من خلال نصّ المادة 11 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث استوجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك. ومن جهة أخرى، حدّدت المطة 18 من المادة 3 من القانون نفسه المقصود من المطابقة في مفهوم أحكام هذا القانون كما يلي:

«- المطابقة: استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به».

نستنتج، من خلال كل ما سبق ذكره، أنّ للمطابقة معنيان، أحدهما واسع يرجع إلى الغرض من هذه المطابقة ألا وهو الاستجابة للرغبات المشروعة والمنظرة من طرف المستهلك، والآخر ضيق بمعنى مطابقة المنتج للمواصفات القانونية والقياسية.

ب- المقصود من مطابقة المنتجات في ظل قانون التجارة الإلكترونية

تعدّ من الالتزامات الهامة التي ألقاها المشرع الجزائري على عاتق المورد الإلكتروني من خلال القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، إلزامية تسليم غرض مطابق للطلبية، وهذا ما يفهم ضمناً من نصّ المادة 1/23 من منه، والتي ألزمت هذا المورد باستعادة سلعته في حال تسليمه غرض غير مطابق للطلبية، حيث جاء فيها: « يجب على المورد الإلكتروني استعادة سلعته في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية ... ».

مع ذلك، فإنّ هذا لا يعني إعفاء المورد الإلكتروني من الالتزام بضمان مطابقة المنتج وفقاً لقانون حماية المستهلك المذكور سابقاً، إذ أخضعت المادة 35 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، كما نصّت المادة 2/36 من القانون نفسه على ما يلي:

« تتمّ كفاءات الرقابة ومعاينة المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون حسب نفس الأشكال المحددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما، لا سيما تلك المطبقة على الممارسات التجارية وعلى شروط ممارسة الأنشطة التجارية وعلى حماية المستهلك وقمع الغشّ ».

2 - مضمون الالتزام بضمان مطابقة المنتجات

يشمل الالتزام بضمان مطابقة المنتجات احترام المواصفات القانونية والقياسية، ويكون هذا الالتزام حتى قبل الإنتاج إلى غاية العرض النهائي للاستهلاك ويترتب هذا الالتزام في كلّ الأوقات والمراحل⁽¹⁾. أصبحت المواصفات القانونية والقياسية المأمّن الوحيد الذي يطمئن إليه المستهلك في ضوء الانفتاح الاقتصادي والمنافسة الشرسة وتطور شروط الإنتاج والتوزيع وتعدّد تركيب بعض السلع من الناحية الفنية، والتي أصبح المستهلك عاجزاً أمامها عن الاختيار السليم لعدم قدرته الوقوف على الصفات الحسنة لها وكيفية استعمالها واستهلاكها. فالمخاطر التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ضرورة جعلت الدولة تتدخل لتقديم ضمانات عديدة للمستهلك، للتقليل من مخاطر شرائه سلعة أو آلة غير مطابقة للمواصفات تضمن سلامته⁽²⁾.

أ - مطابقة المنتجات للمواصفات القانونية

يُعتبر الالتزام بالمطابقة من أهمّ الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل، لأنّ له مهمة وقائية أكثر تتمثّل في حماية صحة وأمن المستهلك.

يجب أن تتوافر المواصفات القانونية في كلّ المنتجات الموجهة للمستهلك، حيث تنصّ المادة 10 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ على أنّه:

«يتعيّن على كلّ متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخصّ:
- مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته،...».

كما نصّت المادة 11/1 من القانون نفسه على أنّه:

« يجب أن يلبي كلّ منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله ».

بالتالي، يقع على عاتق المتدخل أو المورد الإلكتروني احترام المواصفات القانونية التي تعبر عن الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتجات، وذلك منذ بداية مهمة الإنتاج إلى غاية الاستهلاك، لأنّه إذا كان

¹ - خالدي فتيحة، "الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، أعمال الملتقى الوطني: "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق أبوداؤ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، أيام 17_18 نوفمبر 2009، (ص ص. 346_387)، ص. 368.

² - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 88.

المنتج مطابقا للمواصفات القانونية، فإنه يمكن منحه شهادة المطابقة، كما يعتبر الالتزام بالمطابقة الصورة الحقيقية لاحترام القواعد الأمرة المتعلقة باحترام المواصفات القانونية. وبالرجوع إلى مفهوم المطابقة من خلال المادة 12 من القانون ذاته، هو مطابقة القوانين والتنظيمات السارية المفعول⁽¹⁾.

ب - مطابقة المنتوجات للمواصفات القياسية

نتيجة للتطور التكنولوجي والصناعي زادت المخاطر التي تهدد البشرية من جراء الإقبال المتزايد للمستهلكين على اقتناء منتوجات متنوعة ومعقدة، حدّد القانون المتعلق بالتقييس المقاييس والمواصفات في كلّ سلعة أو خدمة تعرض للاستهلاك والاستعمال.

يُعتبر التقييس أداةً ضرورية لتنظيم وتطوير الاقتصاد الوطني وأنه على وجه الخصوص يهدف إلى حماية المستهلك وتحسين نوعية المنتجات⁽²⁾.

نتناول في هذا المجال دراسة تعريف التقييس وأهدافه وأخيرا نتطرق إلى الإطار المؤسّساتي له.

ب1- تعريف التقييس

يُعرف التقييس حسب المنظمة الدولية للتقييس "إيزو" بأنه: «وضع وتطبيق قواعد لتنظيم نشاط معيّن لصالح جميع الأطراف المعنية وبتعاونها وبصفة خاصّة لتحقيق اقتصاد متكامل مع الاعتبار الواجب لظروف الأداء ومقتضيات الأمان»⁽³⁾.

يُعرف التقييس أيضا بأنه: «وضع وثائق مرجعية تتضمن حلولاً لمشاكل تقنية وتجارية تتعلق بالمنتجات والأموال والخدمات التي تطرح بشكل متكرر في العلاقات الاقتصادية والعلمية والاجتماعية للشركاء والمتعاملين»⁽⁴⁾.

أمّا المشرّع الجزائري، فقد حدّد المقصود من التقييس من خلال الفقرة 1 من المادة 2 من القانون رقم 04-04-2016⁽⁵⁾، كما يلي:

« - التقييس: النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة، يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معيّن».

1 - قسوري فهيمة وفاضل سارة، "التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في إطار القانون رقم 09-03"، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، عدد 14، 2017، بسكرة، (ص ص. 433_456)، ص. 437.

2 - المرجع نفسه، ص. 438.

3 - تواتي نصيرة، " دور مطابقة المنتوجات للمقاييس القانونية في حماية المستهلك على ضوء القانون رقم 16-04 المتعلق بالتقييس"، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، عدد 14، 2017، بسكرة، (ص ص. 457_466)، ص. 461.

4 - المرجع نفسه.

5 - قانون رقم 16-04 مؤرخ في 19 جوان 2016، يعدل وينتم القانون رقم 04-04 مؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالتقييس، ج.ر.ج. عدد 37، الصادر في 22 جوان 2016.

فالمقاييس والمعايير تحدّد خصائص معينة لحماية وأمن المستهلك، ويقصد بها الأعمال التقنية التي تحتوي عليها المنتجات بما يميّزها عن غيرها⁽¹⁾.

ب2- أهداف التقييس

بالرجوع إلى المادة 3 من القانون رقم 04-04 المتعلّق بالتقييس، المعدّلة بموجب المادة 3 من القانون رقم 16-04 المذكور أعلاه، فإنّ التقييس يهدف على الخصوص، إلى ما يلي:

- تحسين جودة السلع والخدمات، ونقل التكنولوجيا،
- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التمييز،
- إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية،
- تجنّب التداخل والازدواجية في أعمال التقييس،
- التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق،
- ترشيد الموارد وحماية البيئة،
- الاستجابة لأهداف مشروعة لاسيما في مجال الأمن الوطني وحماية المستهلكين وحماية الاقتصاد الوطني والنزاهة في المعاملات التجارية، وحماية صحّة الأشخاص أو أمنهم وحياة الحيوانات أو صحتها والحفاظ على النباتات وحماية البيئة وكل هدف آخر من الطبيعة ذاتها.
- يهدف التقييس، بوجه عام، للبحث في مطابقة المنتج من وجه مباشر، غير أنّه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة، ويتجلى ذلك من خلال أنّ التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة، وبذلك فإنّ السلامة تعتبر مظهرا من مظاهر المطابقة⁽²⁾.

ب3- الإطار المؤسّساتي للتقييس

خوّل المشرّع الجزائري مهمة التدخّل في التقييس لعدّة هيكل وأجهزة منها: المجلس الوطني للتقييس، المعهد الجزائري للتقييس، اللجان التقنية الوطنية للتقييس، الهيئات ذات النشاطات التقييسية.

ب3-1- المجلس الوطني للتقييس

تمّ إنشاء المجلس الوطني للتقييس بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلّق بتنظيم التقييس وسيره⁽³⁾، ويتمّ تعيين أعضائه بقرار من الوزير المكلف بالتقييس لمدة ثلاث سنوات قابلة للتجديد، بناءً

1 - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 27.

2 - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 140.

3 - مرسوم تنفيذي رقم 05-464 مؤرخ في 6 ديسمبر 2005 يتعلّق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر.ج. عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005 (معدل ومتم).

على اقتراح من السلطة والجمعية التي ينتمون إليها بحكم كفاءتهم⁽¹⁾.
خول القانون لهذا الجهاز عدّة وظائف وصلاحيات ذات طابع استشاري، في مجال التقييس منها:
- اقتراح عناصر السياسة الوطنية للتقييس.

- اقتراح الاستراتيجيات والتدابير الكفيلة بتطوير النظام الوطني للتقييس وترقيته.
- تحديد الأهداف المتوسطة والبعيدة المدى في مجال التقييس⁽²⁾.

ب3-2- المعهد الجزائري للتقييس

بالرجوع إلى نصّ المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، يُكلّف المعهد الجزائري للتقييس بعدّة صلاحيات نذكر منها:

- السهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات.
- إنجاز الدراسات والبحوث وإجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس.
- تحديد الاحتياجات الوطنية في مجال التقييس.
- السهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس.

- تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجهوية للتقييس، التي تكون طرفا فيها.

بالرجوع إلى المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 98-69، المتضمّن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس والمحدّد بقانونه الأساسي⁽³⁾، نجد بأنّ المعهد الجزائري للتقييس هو مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي.

ب3-3- اللجان التقنية الوطنية للتقييس

تطبيقا لنصّ المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، فإنّه تنشأ لكلّ نشاط أو مجموعة أنشطة تقييسية، لجنة تقنية وطنية للتقييس، ويتمّ إنشاؤها بمقرّر من المدير العام للمعهد الجزائري للتقييس، وتحلحسب الأشكال نفسها.

تُكلّف اللجان التقنية الوطنية للتقييس، كلّ حسب اختصاصها، بعدّة صلاحيات منها:

- إعداد مشاريع برامج التقييس.
- إعداد مشاريع المواصفات، وفقا لإجماع أطراف أصحاب المصلحة.

¹ - اطلع على نصّ المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 16-324 المؤرخ في 13 ديسمبر 2016، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 والمتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر.ج.ج. عدد 73، الصادر في 15 ديسمبر 2016.

² - راجع المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، المرجع السابق ذكره.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 98-69 مؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر.ج.ج. عدد 11، الصادر في أول مارس 1998، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-20 المؤرخ في 25 جانفي 2011، ج.ر.ج.ج. عدد 06، الصادر في 30 جانفي 2011.

- تبليغ مشاريع المواصفات إلى المعهد الجزائري للقياس، قصد إخضاعها للتحقيق العمومي.
- القيام بالفحص الدوري للمواصفات الوطنية.
- فحص مشاريع المواصفات الدولية والجهوية الواردة من اللجان التقنية المماثلة التابعة للهيئات الدولية والجهوية، والتي تكون الجزائر طرفاً فيها.
- المساهمة في إعداد اللوائح الفنية بناءً على طلب الدوائر المعنية.

3-4- الهيئات ذات النشاطات التقييسية

بالرجوع إلى الفقرة 8 من المادة 2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالقياس، المعدلة بموجب المادة 2 من القانون رقم 04-16، فإنه يُقصد بهيئة ذات نشاط تقييسي كل هيئة لديها المؤهلات التقنية الكافية للقيام بأنشطة في ميدان التقييس على المستوى القطاعي أو المؤسسة.

وتطبيقاً للمادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسييره، فإنه يعتبر هيئة ذات نشاط تقييسي، كل كيان يثبت كفاءته التقنية لتنشيط الأشغال في ميدان التقييس، ويلتزم بقبول مبادئ حسن الممارسة المنصوص عليها في المعاهدات الدولية.

وتُعَدُّ الهيئات ذات النشاطات التقييسية المذكورة في المادة 11 أعلاه، المواصفات القطاعية وتبليغها إلى المعهد الجزائري للقياس وتسهر على توزيعها بكل وسيلة ملائمة.

3 - الإشهاد على المطابقة

للتأكد من قيام المتدخل أو المورد الإلكتروني بتنفيذ التزامه بمطابقة المنتج للوائح الفنية والمواصفات الوطنية، ينبغي القيام بإجراءات تقييم المطابقة وهذه الإجراءات هي وثائق ذات طابع تقييسي⁽¹⁾.

وعرّفت المادة 2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالقياس، المعدلة والمتممة بموجب المادة 2 من القانون رقم 04-16، الإشهاد بالمطابقة بأنه:

«نشاط يهدف إلى منح شهادة، من طرف ثالث مؤهل، تثبت مطابقة منتج أو خدمة أو شخص أو نظام تسيير، للوائح الفنية أو للمواصفات أو للوثائق التقييسية أو للمرجع الساري المفعول».

ويتمّ الإشهاد على مطابقة منتج ما للوائح الفنية بتسليم شهادة المطابقة و/أو تجسيده بوضع وسم المطابقة على المنتج أو على تعبئته⁽²⁾.

وسم المطابقة للوائح الفنية وسم إجباري لجميع المنتوجات الخاضعة للائحة أو عدة لوائح فنية جزائرية⁽³⁾.

1 - راجع المادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم التقييس وسييره، المرجع السابق ذكره.

2 - اطلع على المادة 06 من القانون رقم 04-16 المؤرخ في 19 جوان 2016، المعدل والمتمم للقانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالقياس، المرجع السابق ذكره.

3 - أنظر المادة 7 من القانون نفسه.

تحدد شروط وضع وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة عن طريق التنظيم⁽¹⁾.

بناءً على ذلك، صدر المرسوم التنفيذي رقم 17-62 المؤرخ في 7 فيفري 2017، المتعلق بشروط وضع وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة⁽²⁾.

ثانياً: ماهية الرقابة

برزت فكرة الرقابة بظهور الثورة الصناعية كأثر لكبر وتزايد حجم المؤسسات الإنتاجية خلال القرن العشرين والتي حققت الرخاء الاقتصادي، لكنها بيّنت الكثير من المآسي للأفراد لعدم إخضاع المنتوجات للفحص والتفتيش. ومن هنا، ظهرت إرادة قوية من قبل فئات متضررة لإخضاع ما يطرح في السوق للرقابة⁽³⁾. ولذلك يجدر بنا التطرق إلى مفهوم الرقابة إجراءات رقابة ضمان مطابقة المنتج.

1 - مفهوم الرقابة

لدراسة مفهوم الرقابة، يتطلب ذلك دراسة تعريفها، خصائصها والهدف منها.

أ - تعريف الرقابة

تعرف الرقابة بأنها مجموعة من الأنشطة التنظيمية التي تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والخطط والنتائج منسجمة مع التوقعات والمعايير المستهدفة. وفي حالة وجود انحرافات، تتخذ الإجراءات التصحيحية اللازمة. وتعرف الرقابة بصفة خاصة بأنها مجموعة من الأنشطة المحددة والتي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه يتفق ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له مسبقاً. وتعرف الرقابة أيضاً، بأنها التحقق من توفر المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تميزها والتأكد من أن المنتج يستجيب للرغبات المشروعة للاستهلاك⁽⁴⁾.

لكن يمكن وضع تعريف أكثر دقة للقول بأنها مجموعة من الإجراءات التي تتخذ من قبل المتدخل نفسه ومن قبل هيئة أخرى للتأكد من مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية، وكذا من خلوها من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها للمستهلكين⁽⁵⁾.

1 - اطلع على المادة 06 من القانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 جوان 2016، المعدل والمتمم للقانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالتقييس، المرجع السابق ذكره.

2 - مرسوم تنفيذي رقم 17-62 مؤرخ في 7 فيفري 2017، يتعلق بشروط وضع وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة، ج.ر.ج. عدد 9، الصادر في 12 فيفري 2017.

3 - سي يوسف زهية حورية، "رقابة المنتوجات المستوردة، آلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 13.

4 - المرجع نفسه، ص. 13_14.

5 - المرجع ذاته، ص. 14.

ب - خصائص الرقابة

الرقابة إجراء ضروري للتأكد من مطابقة المنتج للمواصفات القانونية والمقاييس المعتمدة، وتتميز بعدة خصائص منها:

- إنها رقابة مزدوجة تمارس من قبل المتدخل (أو المورد الإلكتروني) أو الهيئة الإدارية.
- إنها رقابة تمارس للتأكد من مطابقة المنتج - الوطني أو المستورد على حدّ سواء - للمواصفات القانونية والمقاييس المعتمدة.

حيث أكد على ذلك نصّ المادة 7 من الأمر رقم 03-04، المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها⁽¹⁾، والذي جاء كما يلي:

« يجب أن تكون المنتجات المستوردة مطابقة للمواصفات المتعلقة بنوعية المنتجات وأمنها، كما هو منصوص عليه في التشريع والتنظيم المعمول بهما».

كما أنه من جهة أخرى، نصّت المادة 2 من الأمر رقم 03-04، المذكور أعلاه، المعدلة والمتممة بموجب المادة 2 من القانون رقم 15-15 المؤرخ في 15 جويلية 2015، على ما يلي:

«تنجز عمليات استيراد المنتجات وتصديرها بحرية، طبقاً لأحكام هذا القانون، وذلك دون الإخلال بالقواعد المتعلقة بالآداب العامة، وبالأمن والنظام العام، وبصحة الأشخاص والحيوانات، وبالثروة الحيوانية والنباتية، وبوقاية النباتات والموارد البيولوجية، وبالبيئة، وبالتراث التاريخي والثقافي».

- إنها رقابة وقائية تمارس قبل وقوع الأضرار بالمستهلك، وهذا كما سنوضحه عند التطرق إلى نقطة إجراءات رقابة ضمان مطابقة المنتج أدناه.

ج - الهدف من الرقابة

يتمثل الهدف الأساسي من إجراء الرقابة في تحقيق المطابقة، أي مطابقة المنتجات سواء المحلية أو المستوردة للمقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية، وهذا تجسيدا لمبدأ حماية المستهلك، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، حماية السوق الوطني من دخول منتجات أجنبية مقلدة ومغشوشة⁽²⁾.

2 - إجراءات رقابة ضمان مطابقة المنتج

باستقراء النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك وبالخصوص القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أنّ هناك نوعان من الرقابة؛ الأولى يُمارسها المتدخل أو المورد الإلكتروني الذي

¹ - أمر رقم 04-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلّق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 15_15 المؤرخ في 15 جويلية 2015، ج.ر.ج. عدد 41، الصادر في 29 جويلية 2015.

² - سي يوسف زهية حورية، "رقابة المنتجات المستوردة، آلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 15_16.

يضع المنتج للاستهلاك ويُسمى هذا النوع من الرقابة بـ "الرقابة الذاتية"، والثانية تقوم بها الجهات الإدارية المختصة وهي مكتملة للأولى ويُسمى هذا النوع من الرقابة بـ "الرقابة الإدارية".
أ - الرقابة الذاتية كآلية وقائية

نصت المادة 12 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، على أنه:

« يتعين على كلّ متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول

تتناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل حسب حجم وتنوع المنتجات التي يضعها للاستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لاختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال.

لا تعفي الرقابة التي يجريها الأعوان المنصوص عليها في المادة 25 من هذا القانون، المتدخل من إلزامية التحري حول مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التنظيمية السارية المفعول».

وبذلك، أوجب المشرع أن تستجيب وتتوافق المنتجات قبل وأثناء تواجدها في السوق مع النظم السارية الخاصة بسلامة وصحة الأفراد وحماسية المستهلكين، ووضعت المادة ذاتها التزاماً بالرقابة الذاتية يكون المسؤول الأول عنها المنتج لهذا المنتج، إذا ما تمّ تصنيعه في الجزائر، أو المستورد لها⁽¹⁾، إذا كانت المنتجات قد تمّ استيرادها من الخارج، ذلك أنّ المنتج هو الأقدر على القيام بهذه الرقابة والتحري والتفتيش وفي وقت مبكر، وبذلك يمنع من طرح المنتجات غير المطابقة في السوق.

لقد تشدد المشرع بخصوص هذا الالتزام، حيث لم يفرضه على منتج المنتج وحسب، بل فرضه كذلك على كلّ متدخل في عملية عرضه للاستهلاك سواء كان منتجاً أو موزعاً أو مستورداً. فيجب على كلّ هؤلاء التأكد من مدى كون السلع أو الخدمات التي يريدون عرضها في السوق متوافقة مع التنظيم الساري، ويُطلق على هذا النوع من الرقابة "الرقابة الإلزامية".

تجدر الإشارة إلى وجود رقابة أخرى تُسمى بـ "الرقابة الاختيارية"، فهي الرقابة التي لا يُعدّ المتدخل أو المورد الإلكتروني ملزماً بإجرائها، ولكنه قد يلجأ لها بمحض إرادته حتّى يضمن ثقة إضافية لمنتجاته، ويسمح بزيادة الإقبال عليها كعرض المنتج على مخبر معتمد أو هيئة عالمية تمنح له شهادة أو علامة متميزة بالجودة بغية ضمان نوعية ثابتة في منتجاته⁽²⁾.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 467_05 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفية ذلك، ج.ر.ج. عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005.

² - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015، ص. 147.

أصدرت السّلطة التنفيذية المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المتعلّق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة⁽¹⁾ من أجل تحديد طرق وإجراءات رقابة مطابقة المنتجات المحلية والمستوردة وتحديد مدى مطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تتعلّق بها وذلك قبل عرضها في السّوق.

أوجبت السّلطة التنفيذية على المتدخّلين، في مرحلة إنتاج المواد الغذائية والمنتجات الصناعية واستيرادها أو توزيعها، أن يقوموا بإجراء تحليل للجودة ومراقبة مطابقة المواد التي ينتجونها أو يتولون المتاجرة بها أو يكلفون من يقوم بذلك القيام، علاوة على قيامهم بالفحوص الضرورية بالاعتماد على الوسائل المادية الملائمة لذلك وعلى فنيين مؤهلين دائمين داخل المصنع، وإلا فعلى الصّانع أن يلجأ إلى التعاقد مع المراكز المتخصصة في مراقبة الجودة⁽²⁾، وذلك حسب المواد 3 و4 من المرسوم التنفيذي المذكور آنفا.

من الملاحظ أنّ السّلطة التنفيذية لم تستلزم مراقبة المنتجات المستوردة عند دخولها إلى التراب الوطني فحسب، بل إنّ هذه المراقبة تستمر حتّى بعد دخول المنتج المستورد إلى السّوق، وذلك بفرضها رقابة ميدانية مفاجئة والتي يقوم بها أعوان المراقبة المكلفين والتابعين لمديريات المنافسة والأسعار والمفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغشّ، وذلك في أسواق الجملة والتجزئة. حيث ألزمت المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المذكور سابقا، فيما يخصّ المواد المستوردة ان تعدّ شهادة المطابقة سواء على مستوى وحدات الإنتاج أو عند الشّحن للتصدير وفي المرسى أو لدى وصولها عندما يفرغها المستورد، وذلك باستعمال وسائله الخاصّة في المراقبة أو باللّجوء إلى خدمات مصانع مخابر التحاليل أو أيّة هيئة وطنية أو أجنبية للمراقبة. أمّا إذا كان المنتج المستورد مصحوبا بشهادة المطابقة، يمكن عرضه في السّوق بعد القيام بعملية التخليص الجمركي⁽³⁾.

ب - الرّقابة الإدارية كآلية وقائية

نصّت المادة 29 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ على أنّه: « يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه، بأي وسيلة وفي أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، برقابة مطابقة المنتجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصّة بها». يفهم من نصّ المادة 25 من القانون نفسه، أنّه بالإضافة إلى ضابط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخّص لهم بموجب النصوص الخاصّة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفة أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغشّ

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فيفري 1992، يتعلّق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة، ج.ر.ج.ج.ج. عدد 13 الصادرة في 19 فيفري 1992 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 93_47 مؤرخ في 6 فيفري 1993، ج.ر.ج.ج. عدد 9، الصادر في 10 فيفري 1993.

² - قرواش رضوان، "مطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، مجلد 5، عدد 1، 2014، (ص.ص. 232_256)، ص. 249.

³ - المرجع السابق، ص. 250.

التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك. وبذلك، حدّدت المادة 25، المذكورة، الأعوان المؤهلين بإجراء الرقابة السابقة.

بذلك يكون لهؤلاء الأعوان دور مزدوج، دور ضبط إداري يتمثل في الوقاية من جرائم الغش والتدليس باتخاذ التدابير التحفظية والوقائية عن طريق التحقيق والتحري، ودور الضبط القضائي المتمثل في تحرير المحاضر حول وقائع الغش والتدليس وإجراء الخبرة التي تنتهي بالمتابعة الجزائية، ويعتبر هذا الدور كنتيجة للدور الأوّل الذي يمثّل الضبط الإداري⁽¹⁾.

حرصت السلطة التنفيذية أيضا على إنشاء مفتشيات على مستوى الحدود، وتتمثل هذه المفتشيات في المديرية الولائية المختصة إقليمياً، وألقى عليها التزاما برقابة المطابقة، وهذا طبقا للمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة وكيفيات ذلك، والتي تنصّ على ما يلي:

« تمارس مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة على مستوى المراكز الحدودية البرية والبحرية والجوية. وتقوم بذلك المفتشيات الحدودية التابعة للإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، طبقا للكيفيات المنصوص عليها في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990، المعدل والمتمم والمذكور أعلاه.»

بناءً على هذا النص، ألزمت السلطة التنفيذية المفتشيات الحدودية بالسهر على حماية وأمن وسلامة المستهلك عن طريق مراقبة مدى مطابقة كل المنتوجات المستوردة⁽²⁾.

بالرجوع إلى القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم، فإن اختصاص أعوان قمع الغش يتمثل في القيام بالتحريرات حول مراقبة السلع والخدمات ومعاينة الجرائم، وذلك من خلال القيام بمباشرة الإجراءات المنصوص عليها بنصّ المادة 30 من القانون رقم 09-03 السالف ذكره، وذلك بالقيام بالرقابة عن طريق الدخول إلى الأماكن التي توجد فيها المنتجات أو تؤدي فيها الخدمات وعن طريق فحص الوثائق و/أو بواسطة سماع المتدخلين المعنيين، أو عن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس، وتهتم عند الاقتضاء، باقتطاع العينات بغرض إجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب كما تتم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود، قبل جمركتها.

¹ - قرواش رضوان، "مطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في القانون الجزائري"، المرجع السابق، ص. 250.

² - سي يوسف زهية حورية، "رقابة المنتوجات المستوردة، آلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 11.

الفرع الثاني: إقرار المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بضمان المطابقة

ضمانًا لتنفيذ الالتزام بضمان مطابقة المنتج، حوّل المشرّع الجزائري للإدارة المكلفة بمراقبة الجودة وقمع الغشّ، سلطات واسعة في اتخاذ تدابير في إطار المسؤولية الإدارية للمتدخّل أو المورد الإلكتروني، كما رتب مسؤولية جزائية عليه ومسؤولية مدنية بالرجوع إلى أحكام القانون المدني.

أولاً: المسؤولية الإدارية عن الإخلال بضمان المطابقة

باعتبار إجراء مطابقة السلعة أو الخدمة التزاماً قانونياً يقع على عاتق المتدخّل أو المورد الإلكتروني، فإنّ مسألة الإخلال به تؤدي إلى ترتيب عدّة نتائج والتي تعتبر بمثابة تدابير. تعتبر التدابير التحفظية ومبدأ الاحتياط من أهمّ الصّلاحيات المخوّلة للأعوان من أجل قمع الغشّ قصد حماية المستهلك وصحته وسلامته ومصالحه.

يظهر اهتمام المشرّع الجزائري بهذا الإجراء من خلال القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المعدّل والمتمّم، حيث خصّص 15 مادة من الفصل الأول منه المعنون بـ "التدابير التحفظية ومبدأ الاحتياط" في الباب الرابع المعنون بـ "قمع الغشّ".

في إطار تطبيق مبدأ الاحتياط، يمكن للأعوان السماح بالدخول المشروط أو رفض الدخول للمنتجات المستوردة عند الحدود والإيداع والحجز والسحب المؤقت أو النهائي للمنتجات أو إتلافها والتوقيف المؤقت للنشاطات أو الغلق الإداري للمحلّات التجاريّة طبقاً للأحكام المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك⁽¹⁾.

ثانياً: المسؤولية الجزائية عند عدم الالتزام بضمان المطابقة

نظراً لما توفّره الحماية الجزائية للمستهلك من أمن وسلامة له وبعث الثقة في المنتجات المعروضة للاستهلاك، تدخّل المشرّع الجزائري بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ، المعدّل والمتمّم، ردعاً لكلّ من تسوّل له نفسه التلاعب بمصالح المستهلك المحمية قانوناً، وذلك من خلال اللجوء إلى عقوبات جزائية تتمثّل في العقوبات الأصلية والعقوبات التكميلية.

1 - العقوبات الأصلية

هناك عقوبات أصلية تتعلّق بجرائم الخداع والغشّ، وأخرى تتعلّق بعدم القيام برقابة المطابقة المسبقة أو بمخالفة الخصائص التقنية أو بيع منتج مشمّع أو مودع لضبط المطابقة أو سحبه مؤقتاً أو مخالفة إجراء التوقيف المؤقت للنشاط أو الغلق الإداري للمحلّات التجاريّة.

أ - جرمي خداع أو غشّ المستهلك

نتطرّق إلى جريمة خداع المستهلك، ثمّ إلى جريمة غشّه.

¹ - راجع المواد من 53 إلى 67 من القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المرجع السابق ذكره؛ ولمزيد من التفاصيل حول هذا الموضوع، راجع، حوحو يمينية، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 49_52.

أ1- جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك

نتطرق إلى تعريف خداع المستهلك ثم إلى أركان قيام جريمة خداع المستهلك وعقوبتها.

أ1-1- تعريف خداع المستهلك

لم يُعرّف المشرّع الجزائري الخداع، لكن الفقه عرّفه بأنه إلباس أمر من الأمور مظهرًا يخالف حقيقة ما هو عليه⁽¹⁾.

فالخداع هو القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته، لذلك يُعتبر الخداع من الوسائل الاحتيالية التي يستخدمها الشخص ليقوع غيره في الخطأ، وهو يتمّ بنشاط إيجابي ملموس، فلا يكفي فيه مجرد الكتمان، بحيث يجب أن تتحقّق فيه ممارسات تقع على الشيء نفسه ليحدث الخطأ المطلوب بالتأثير على فكر المستهلك عن طريق إظهار الشيء على غير حقيقته.

لذلك لا بدّ أن تكون الوسيلة التي يستعملها الجاني في جريمة الخداع موجّهة إلى الشّخص المتعاقد دون المساس بطبيعة البضاعة الحقيقية، وعلى ذلك فإنّ الخداع ينصبّ على طبيعة المنتج أو على خصائصه الأساسية. كما قد ينصبّ على مكونات السلعة أو نوعها أو كميتها⁽²⁾، كأن يكون المنتج مقلداً أو به عيب ذو خطورة على أمن وسلامة المستهلك.

يهدف المتدخّل من وراء ذلك إلى الحصول على فائدة مالية باستبداله للمنتج الذي توافق مع الرغبات المشروعة للمستهلك بمنتج أقل قيمة من المنتج الأوّل⁽³⁾.

أ1-2- أركان قيام جريمة خداع المستهلك

تتحقّق جريمة الخداع أو محاولة الخداع يتوفر كلّ من الرّكن المادي والرّكن المعنوي.

أ1-2-1- الرّكن المادي

يتجسّد الرّكن المادي في صدور فعل مادي من المتدخّل بصفته الجاني والمتمثّل في خداع المستهلك بصفته المجني عليه، ويتمّ ذلك بتوفر إحدى الوسائل والطرق المجدّدة في المادة 68 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، كانت حول:

- كمية المنتوجات المسلمة.
- تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقاً.
- قابلية استعمال المنتج.
- تاريخ أو مدّة صلاحية المنتج.
- النتائج المنتظرة من المنتج.

¹ - براهيمي هانية، "جزء الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتجات"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال"، عدد 3، 2017، (ص ص. 58_77)، ص. 69.

² - المرجع نفسه.

³ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 176.

- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج.

أ1-2-2- الركن المعنوي

لم يُشر القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إلى ضرورة توفّر نية الخداع، ولكن نظرا لما يلحق المستهلك من ضرر بمصالحه المادية، يؤدي ذلك إلى جعل جريمة الخداع جريمة عمدية ينبغي توافر القصد الجنائي العام، أي انصراف إرادة الجاني (المتدخل أو المورد الإلكتروني) إلى تحقيق الواقعة الإجرامية مع العلم بتوافق أركانها وبأن القانون يعاقب على ذلك. ولقيام القصد الجنائي ينبغي أن إرادة الجاني قد اتّجهت إلى إثبات الفعل المادي وهو الخداع أو الشروع فيه والعلم بما في ذلك من تجريم⁽¹⁾.

أ1-3- عقوبة جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك

أحالت المادة 68 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، العقاب على جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك إلى نصّ المادة 429 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون العقوبات، المعدّل والمتمّم⁽²⁾، والتي يُفهم منها أنه تتمّ معاقبة المتدخل أو المورد الإلكتروني بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

كما تسدّد المشرّع في عقاب جريمة الخداع بتحديثه، في المادة 69 من القانون رقم 03-09 المذكور آنفاً، للظروف المشدّدة لهذه الجريمة، فرفع العقوبات إلى 5 سنوات حبساً وغرامة قدرها 500.000 دج، إذا ارتكب الخداع أو محاولة الخداع بواسطة:

- الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزوّرة و غير مطابقة،

- طرق ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغشّ في تركيب أو وزن أو حجم المنتج،

- إشارات أو ادّعاءات تدليسية،

- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أيّة تعليمات أخرى.

ونصّت المادة 429 في فقرتها الأخيرة من قانون العقوبات، على أنه يقع على مرتكب الجريمة، إعادة الأرباح التي يحصل عليها بدون حق، وهي تُدفع للخزينة العمومية للدولة كمقابل للضرر العام الذي قام به نتيجة لمخالفته للقوانين الاقتصادية⁽³⁾.

أ2- جريمة الغشّ في المنتجات الموجهة للاستهلاك

يستدعي التعرّف على جريمة الغشّ التطرّق إلى تعريف الغشّ، ثمّ تبين أركان تحقّق جريمة الغشّ في المنتجات الموجهة للاستهلاك ثمّ تحديد عقوبتها.

¹ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 183.

² - راجع نصّ المادة 429 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات، المرجع السابق ذكره.

³ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 185.

أ2-1- تعريف الغش في المنتوجات الموجهة للاستهلاك

بالرجوع إلى المادة 70 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أنّ المشرع الجزائري استعمل لفظ "التزوير" بدلاً من لفظ "الغش" الذي يُعتبر الأفضل في مجال المنتجات، لأنّ لفظ "التزوير" ينصبّ أكثر على الوثائق.

لم يُعرّف المشرع الجزائري الغش، ولكنالفقهاء اهتموا بتعريفه. فهناك من يعرفه بأنّه: «فعل عمدي إيجابي ينصبّ على سلعة ممّا يعنيه القانون ويكون مخالفا للقواعد المقررة له في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها وبشرط عدم علم المتعاقد الآخر به»⁽¹⁾.

وعرّفه البعض الآخر:

« كلّ تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكل أو مظهر سلعة تختلف عنها في الحقيقية، وذلك بقصد الاستفادة من الخواص المسلوّبة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن.

فالغش يقع على صنف المبيع أو المبيع المعد للبيع، بحيث لا يكفي فيه مجرد الكذب الذي يوجّه إلى المتعاقد، وإنّما يتحقّق بطرق تقع على الشيء نفسه فتغير من طبيعته لا من نفسية وفكر المتعاقد»⁽²⁾.

أ2-2- أركان قيام جريمة الغش في المنتوجات الموجهة للاستهلاك

تتحقّق جريمة الغش في المنتوجات الموجهة للاستعمال بتوفّر كلّ من الركن المادي والركن المعنوي.

أ2-2-1- الركن المادي

قد يعرض المتدخّل أو المورد الإلكتروني منتوجات للاستهلاك وتكون مغشوشة، وذلك بتغيير عنصر من عناصر المنتج أو دمجها بمادة ليست من طبيعته أو بعدم احترامه للمقاييس المعتمدة قانوناً، ولا يكفي مجرد الكتمان لقيام الغش، بل ينبغي أن يتحقّق بأساليب تنصبّ على المنتج، وقد عاقبت المادة 70 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات، كلّ من:

- يزور أيّ منتج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني،

- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع منتجاً يعلم أنّه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البشري أو

الحيواني،

¹ - براهيمي هانية، "جزاء الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتجات"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال"، المرجع السابق، ص. 71.

² - المرجع نفسه، ص. 71_72.

- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع، مع علمه بوجهتها، مواداً أو أدواتاً أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني.

أ2-2- الركن المعنوي

جريمة الغش جريمة عمدية ينبغي لقيامها توافر القصد الجنائي المتمثل في العلم بما في المنتج من غش تجاه إرادة المتدخل (الجانبي) إلى تحقيق هذا التزييف والتزوير، ويتم ذلك بالتلاعب بالمستهلك مع علمه بالطريقة التي عمد إليها لجعل المنتجات مغشوشة، ورغبة من المتدخل في المساس بمصالح المستهلك بحصوله على فائدة غير مشروعة⁽¹⁾.

أ2-3- عقوبة جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك

تعد جريمة في المنتجات الموجهة للاستهلاك جنحة يعاقب عليها القانون بموجب المادة 431 من قانون العقوبات، بالحبس من سنتين إلى 5 سنوات وبغرامة من 10.000 دج إلى 50.000 دج.

وبما أن جريمة الغش تؤدي إلى جعل المنتج خطيراً على صحة المستهلك عن طريق غش أو عرض أو وضع للبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن، وألحق بالمستهلك مرضاً أو عجزاً عن العمل، فرأى المشرع ضرورة تشديد العقاب على المتدخلين المعنيين بموجب المادة 83/2 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فقرر عقوبة السجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وبغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج، إذا تسبب هذا المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة.

ويتعرض هؤلاء المتدخلون لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص (المادة 83/3 من القانون السابق الذكر).

وقد أحالت المادة 83/1 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، عند تشديد العقاب حول كل من يغش أو يعرض أو يضع للبيع أو يبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن إذا ألحق هذا المنتج بالمستهلك مرضاً أو عجزاً عن العمل، إلى نص المادة 432 من الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، فيعاقب المتدخل بالحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج.

لكن يلاحظ على المادة حصرها لتشديد العقاب على المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة فقط، عكس المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي شملت كل المنتجات مهما كانت طبيعتها، وهذا فيه حماية للمستهلك⁽²⁾.

¹ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 189.

² - المرجع نفسه، ص. 190-191.

ب - عقوبة عدم القيام برقابة المطابقة المسبقة أو مخالفة الخصائص التقنية

يُعاقب بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج كل من يُخالف إلزامية رقابة المطابقة المسبقة المنصوص عليها في المادة 12 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهذا تطبيقاً لنص المادة 74 من القانون نفسه.

ويُعاقب بغرامة من 500.000 دج إلى 1.000.000 دج كل من يخالف الخصائص التقنية المنصوص عليها في المادة 11 من القانون رقم 03-09 السالف ذكره، وهذا تطبيقاً لنص المادة 73 مكرر من القانون ذاته.

ج - عقوبة بيع منتج مشتمع أو مودع لضبط المطابقة أو سحبه مؤقتاً أو مخالفة إجراء التوقيف المؤقت للنشاط أو الغلق الإداري للمحلّات التجارية

دون الإخلال بالأحكام المنصوص عليها في المادة 155 من قانون العقوبات، يعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من يبيع منتجاً مشتمعاً أو مودعاً لضبط المطابقة أو سحبه مؤقتاً من عملية عرضه للاستهلاك (المادة 79 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش).

تنص المادة 80 من القانون رقم 03-09 نفسه على ما يلي:

«إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المادة 79 أعلاه، يدفع مبلغ بيع المنتجات موضوع هذه المخالفات للخزينة العمومية ويقيم على أساس سعر البيع المطبق من طرف المخالف أو على أساس سعر السوق».

2 - العقوبات التكميلية

زيادة على تقرير المشرع الجزائري، في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، العقوبات السالبة للحرية وكذلك للعقوبات المسة بالذمة المالية للمتدخل والتمثلة في الغرامات، فقد أتت بعقوبة تكميلية هامة، بموجب المادة 82 منه، المتمثلة في مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب كل من جرمي الخداع والغش. فالمصادرة عبارة عن تملك الدولة المبالغ والأشياء محل الجريمة، يتم ضبطها جبراً عن صاحبها وبغير مقابل، فهي عقوبة تكميلية يقضي بها وجوباً وأحياناً تكون تخيرية.

يُشترط للحكم بالمصادرة أن يكون المنتج محل الجريمة قد ضبط فعلاً، لأن غير ذلك لا يجوز القضاء بالمصادرة، ولا يجوز وقوعها على منتج آخر يماثله من حيث القيمة، أو إلزام المتدخل بدفع مبلغ من النقود يُعادل قيمة هذا المنتج⁽¹⁾.

كما توجد عقوبات تكميلية أخرى لم يتطرق المشرع إليها بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وإنما هي واردة في القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية؛ فتضمننا المادة 43

¹ - بوروج منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 192.

منه إغلاق المحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 30 يوماً، فهذه العقوبة يتمّ تقريرها من أجل منع مزاوله العمل الممارس من قبل المتدخل، كون هذا المحلّ يساعد ويهيئ الذروف الملائمة لاقتراف الفعل الإجرامي.

كما نصّت المادة 48 من القانون المتعلّق بالممارسات التجارية على إمكانية طلب الوالي المختصّ إقليمياً والقاضي الفاصل في النزاع أن يأمر على نفقة المتدخل بنشر القرار القاضي بالإدانة كاملاً أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحدّدانها، والهدف من وراء ذلك التشهير بالجريمة التي ارتكبتها المتدخل والمساس بسمعته المهنية كجزاء له وتنبه المستهلكين الذين يتعاملون معه إلى مدى خطورة أفعاله⁽¹⁾.

توجد عقوبات تكميلية أخرى منصوص عليها بموجب المادة 18 مكرّر من قانون العقوبات، كحلّ الشّخص المعنوي والإقصاء من الصّفقات العمومية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات، المنع من مزاوله نشاط أو عدّة أنشطة مهنية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات، الوضع تحت الحراسة القضائية لمدة لا تتجاوز 5 سنوات. ولكن المشرّع الجزائري لم يتطرّق إليها في القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، وتمّ أيضاً الاعتراف صراحة بمعاينة الشّخص المعنوي عن جرائم الخداع والغشّ بموجب المادة 435 مكرّر، وأحال العقاب إلى المادة 18 مكرّر والمادة 18 مكرّر 2 من قانون العقوبات، ممّا جعل قانون العقوبات يتماشى مع تعريف المتدخل الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ الذي يشمل المتدخل الشّخص الطبيعي والمعنوي⁽²⁾، وكذلك تعريف المورّد الإلكتروني الوارد في قانون التجارة الإلكترونية الذي يشمل أيضاً الشّخص الطبيعي والشّخص المعنوي⁽³⁾.

ثالثاً: المسؤولية المدنية عن عدم الالتزام بضمان المطابقة

أورد المشرّع الجزائري مبدأ المطابقة كالتزام عقدي في القانون المدني ضمن قواعد ضمان تخلف الوصف من خلال نصّ المادة 1/379 من القانون المدني، كما أورده في المادة 353 من القانون نفسه عند تنظيمه للبيع بالعينة.

وبالتالي، يتولّد عن إخلال المتدخل بالتزامه بمطابقة المنتج قيام مسؤوليته العقدية، شريطة توفّر أركان المسؤولية المدنية، إذ في حالة ثبوت مسؤولية المتدخل يمكن للمستهلك استيفاء حقّه بعدة وسائل تمثل جزاءات عن الإخلال بمطابقة المنتج.

1 - أركان المسؤولية المدنية عن عدم مطابقة المنتج

تقوم المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالمطابقة عن الخطأ والضّرر والعلاقة السببية.

¹ - بورج منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 192_193.

² - المرجع نفسه، ص. 193.

³ - راجع المادة 6 من القانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلّق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق ذكره.

أ - الخطأ

يتمثل الخطأ في الإخلال بالالتزام التعاقدى، وهو عدم تنفيذ المتدخّل للالتزام أو تنفيذه على نحو معيب على غير ما يتطلبه العقد، كتسليم كمّية من المبيع أقل من المتفق عليه أو بضائع غير صالحة للاستعمال أو غير مطابقة للمواصفات المتفق عليها في العقد.

ب - الضرر

يشترط المشرّع لقيام المسؤولية المدنية العقدية عن الإخلال بالالتزام بالمطابقة تحقّق الضرر، فبدونه لا تقوم المسؤولية، باعتبار أنّ لا دعوى دون مصلحة، فإذا انتفى الضرر فلا مسؤولية. وتتمثّل طبيعة الأضرار في الأضرار التجاريّة، أي ما لحق المضرور من خسارة وما فاته من كسب⁽¹⁾، رغم أنّ الأضرار التي تسبّبها المنتجات قد تتجاوز حدّتها الأضرار التجاريّة ألا وهي الأضرار الجسمانية⁽²⁾.

ج - علاقة السببية

نصّت المادة 1/182 من القانون المدني على ما يلي:

« ... ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن في استطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول ».

وتعرّف العلاقة السببية بأنّها نسبة الضرر إلى المدعى عليه أو إلى الأشخاص أو الأشياء التي يسأل عنها، ولا يكفي أن يُنسب الضرر إلى المتدخل بل يجب أن يثبت أنّه مسبب للضرر، وذلك بتسليمه منتوجا غير مطابقا للعقد⁽³⁾.

2 - الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتج

طبقاً للقواعد العامة في القانون المدني، إذا لم ينفذ البائع أو المتدخّل التزامه بالمطابقة يكون مسؤولاً عن عدم الوفاء بالتزامه، وأمكن للمشتري المستهلك أن يطلب تنفيذ الالتزام عينياً أو أن يدفع بعدم التنفيذ وإلاّ جاز له حقّ طلب فسخ العقد مع التعويض.

أ - التنفيذ العيني أو التعويض عند استحاله

يجوز للمستهلك أن يطلب التنفيذ العيني لعدم مطابقة المنتج، إذا أخلّ الطرف الآخر بالتزاماته العقدية، بإجبار المدين بالالتزام - بعد إعداره - على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً، متى كان هذا ممكناً، غير أنّه إذا كان في التنفيذ العيني إرهاقا للمدين، جاز له أن يقتصر على دفع تعويض نقدي إذا كان ذلك لا يلحق بالدائن ضرراً جسمياً⁽⁴⁾. وقد يتمثّل التنفيذ العيني في إصلاح أجزائه غير المطابقة.

1 - راجع المادة 182 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

2 - سي يوسف زاهية حورية، "تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري"، المرجع السابق، ص. 63.

3 - بولعراس مختاروكيحل كمال، "المسؤولية العقدية عن الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتجات الغذائية في التشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 7، عدد 2، 2018، (ص ص. 31_53)، ص. 41.

4 - راجع المادة 176 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

وقد يتمّ التنفيذ العيني بطريقة استبدال المنتج غير المطابق، إذا أخل المتدخل بالتزامه بمطابقة بضمان المطابقة، وذلك عند فشل محاولة مطابقة المنتج.

ب - الدّفع بعدم التّنفيد

يمكن للمستهلك أن يمتنع عن تنفيذ التزامه كدفع ثمن المبيع إذا لم يتم المتعاقد الآخر (المتدخّل) بتنفيذ ما التزم به كتسليم مبيع مطابق لما اتفق عليه في العقد، حيث نصّت المادة 123 من القانون المدني على ما يلي: « في العقود الملزمة للجانبين إذا كانت الالتزامات المتقابل مستحقة الوفاء جاز لكل من المتعاقدين أن يمتنع من تنفيذ التزامه إذا لم يتم المتعاقد الآخر بتنفيذ ما التزم به ».

ويترتّب عن دفع المستهلك بعدم التنفيذ وقف التنفيذ والتزاماته حتّى يتبيّن موقف المتدخّل. فإذا قام هذا الأخير بتنفيذ التزامه بالمطابقة، تعيّن على المستهلك تنفيذ التزاماته. وبالتالي، فإنّ إيقاف أحد طرفي العقد لالتزاماته استنادا إلى جزاء الدّفع بعدم التنفيذ، لا ينهي العقد نهائيا على خلاف فسخ العقد⁽¹⁾.

ج - فسخ العقد مع التّعويض

يُقصد بالفسخ حلّ العلاقة التعاقدية بسبب إخلال أحد المتعاقدين في تنفيذ التزامه⁽²⁾، ويجوز أن يتمّ الفسخ بحكم قضائي⁽³⁾، أو بطريق الاتّفاق بموجب شرط فاسخ⁽⁴⁾، وتطبيقا لذلك نصّت المادة 1/119 من القانون المدني على ما يلي:

«في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه جاز للمتعاقد الآخر بعد إعداره المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك».

وبالتّالي، إذ تعدّ التنفيذ العيني لالتزامه بمطابقة المنتج، مع التعويض إن اقتضى الأمر ذلك، فإنّ القانون المدني يُجيز للمستهلك حقّ طلب فسخ العقد بعد إعدار البائع مع التعويض إن اقتضى الأمر ذلك. فإذا فسخ العقد أعيد المتعاقدان إلى الحالة التي كانا عليها قبل العقد، أي على كل من المتدخّل والمستهلك أن يردّ إلى الطرف الآخر ما تحصّل عليه بسبب العقد مع التعويض إن اقتضى الأمر ذلك. وإذا استحال ذلك، جاز الحكم بالتعويض⁽⁵⁾.

في الأخير، تجدر الإشارة إلى أنّ المشرّع الجزائري، في إطار قانون التجارة الإلكترونية، قد أولى عناية لحماية المستهلك الإلكتروني، ويبرز ذلك في إعطاء مهلة كافية له حدّدها بأربعة (4) أيام عمل لردّ المنتج غير

1 - بولعراس مختاروكيحل كمال، "المسؤولية العقدية عن الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتجات الغذائية في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص ص. 44_43.

2 - المرجع نفسه، ص. 44.

3 - راجع المادة 119 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

4 - اطلع على نص المادة 120 من الأمر نفسه.

5 - أنظر المادة 122 من الأمر ذاته.

المطابق إلى المورد الإلكتروني، دون تحمّله التكاليف، وذلك حسب المادة 2/23 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية والتي جاء فيها:

« يجب على المستهلك الإلكتروني إعادة إرسال السلعة في غلافها الأصلي، خلال مدّة أقصاها أربعة (4) أيام عمل ابتداءً من تاريخ التسليم الفعلي للمنتج، مع الإشارة إلى سبب الرفض، وتكون تكاليف إعادة الإرسال على عاتق المورد الإلكتروني » الذي ألزمه المشرع الجزائري باستعادة سلعته، في حالة تسليم غرض غير مطابق للطلبية، وهذا وفقا للمادة 1/23 من القانون نفسه، ويفهم من نصّ الفقرة 3 من المادة نفسها ما يلي: ويلزم المورد الإلكتروني بما يأتي:

- تسليم جديد موافق للطلبية، أو
- استبدال المنتج بأخر مماثل أو
- إلغاء الطلبية وإرجاع المبالغ المدفوعة دون الإخلال بإمكانية مطالبة المستهلك الإلكتروني بالتعويض في حالة وقوع ضرر.

ويجب أن يتمّ إرجاع المبالغ المدفوعة خلال 15 يوما من تاريخ استلامه المنتج، طبقا لنصّ الفقرة الأخيرة من المادة ذاتها.

المطلب الثاني: التزام المتدخّل أو المورد الإلكتروني بالإعلام

يُعتبر عقد الاستهلاك من أهمّ العقود التي يرد عليها الالتزام بالإعلام، وهو عقد يتمّ بين المستهلك - التقليدي أو الإلكتروني - الذي يفتقد إلى المعرفة الكاملة حول تركيب وخصائص المنتج الفنية، والمتدخّل أو المورد الإلكتروني الذي يتمتّع بالاحتراف والتخصّص والخبرة، ما أتاح له الإحاطة بكلّ الفئيات التقنية المتعلقة بالمنتج، ويتعيّن على كلّ متدخّل أو مورد إلكتروني إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتوفرة لديه عن المنتج⁽¹⁾.

كما تمّ تزويد الالتزام بالإعلام بوسائل تمثّل آليات تكفّل التنفيذ الفعال له.

انطلاقا ممّا سبق ذكره، نتطرّق بداية إلى مفهوم الالتزام بالإعلام (الفرع الأول)، ثمّ نتناول وسائل تنفيذه

(الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام

نتوصل إلى تحديد مفهوم الالتزام بالإعلام من خلال تحديد كلّ من تعريفه وصوره وموضوعه (محلّه)، وطبيعته القانونية، وأخيرا أجزاء الإخلال بهذا الالتزام.

¹ - بركات كريمة، "التزام المتدخّل بسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية"، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية، جامعة ألكلي محند أولحاج بالبويرة، عدد 17، 2014، (ص ص. 99_136)، ص. 122.

أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام

نعرف في هذا المقام الالتزام بالإعلام لغة واصطلاحاً، ثم نبحث عن المقصود منه فقهاً وتشريعياً.

1- التعريف اللغوي والاصطلاحي للالتزام بالإعلام

يُعدّ اصطلاح الالتزام بالإعلام من المصطلحات المركبة التي يتوقّع تعريفها على تعريف أجزائها كمايلي:

الالتزام لغة: مصدر الفعل التزم يلتزم التزاماً بالشيء إذا أوجبه على نفسه.

الإعلام لغة: الإعلام لغة هو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه.

كما يعرف أيضاً الإعلام أنه إدراك الشيء بحقيقته، واليقين والمعرفة، ويُقال عرف بالشيء أي عرفه وتيقن

منه⁽¹⁾.

أمّا المقصود من الإعلام اصطلاحاً هو عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة، مسموعة، مرئية أو مكتوبة، ويشترط فيه المصادقية والوضوح⁽²⁾.

2- التعريف الفقهي للالتزام بالإعلام

تعدّدت الألفاظ التي استخدمها فقهاء القانون للدلالة على الالتزام بالإعلام وتباينت آراؤهم حول تعريفه. من هذه الألفاظ الإدلاء بالبيانات، تقديم المعلومات، الأخبار، الإعلام، التّنوير والتّبصير والإفضاء، فقد عرفه بعض الفقه المصري بأنه: «التزام سابق على التّعاقّد يتعلّق بالالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللّازمة لإيجاد رضا سليم كامل متّور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد أو طبيعة طرفيه أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلمّ ببيانات معيّنة أو يحتّم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يستلزم بناءً على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات»⁽³⁾.

كما ذهب جانب آخر من الفقه المصري إلى تعريف الالتزام بالإعلام بأنه: «التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللّازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه، بل تحذيره إذا استدعى الأمر ذلك»⁽⁴⁾.

أمّا بالنسبة للفقه الفرنسي، فقد عرف جانب منه هذا الالتزام بأنه: «قيام أحد المتعاقدين (الذي يكون في مركز أقوى من المتعاقد الآخر) بإخطار أو إعلام أو تحذير الطرف الآخر بكافة البيانات عند إبرامه للعقد والتي تساهم في تكوين الرضا الحرّ والمستنير، والتي تمكّن المتعاقد الضعيف من الإقدام على العقد عند إبرامه أو

1 - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقاً لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، مجلة الحقوق والحريات، عدد 4، 2017، (ص ص. 23_48)، ص. 26.

2 - سي يوسف زاهية حورية، "الالتزام بالإفضاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مجلد 4، عدد 2، 2009، (ص ص. 55_78)، ص. 55.

3 - نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999، ص ص. 15_16.

4 - الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك - دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص. 114.

التحلل منه إذا شاء، ثم إيجاد نوع من التعاون بين الطرفين لتنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع موجبات حسن النية في التعامل، وحماية الثقة المشروعة في العقد»⁽¹⁾.

من جهة أخرى، ذهب جانب آخر من الفقه الفرنسي إلى القول بأن: «الالتزام بالإعلام هو التزام بالإدلاء بالبيانات اللازمة لانعقاد العقد، وهو التزام مستقل، ويقصد به التزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر في مرحلة تكوين العقد البيانات اللازمة لتبصير رضاه بمضمون هذا العقد، بناءً على الثقة المشروعة بينهما»⁽²⁾. الملاحظ من مختلف التعريفات أنها تتناول الالتزام بالإعلام من ناحية الصفة الوظيفية لهذا الالتزام في العلاقة العقدية، إذ تتركز على بيان دوره في تكوين رضا سليم ومستتير للمتعاقد الآخر، كما أنها تحصر الالتزام بالإعلام على شخص المتعاقد⁽³⁾.

باعتبار عقود التجارة الإلكترونية ترتبط بالعملية الاستهلاكية، فإن نجاحها يتوقف على مدى توفير الحماية القانونية للمتعاملين بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة، فتطور هذا الشكل الجديد للمبادلات التجارية مرهون بوجود ضمانات تحترم حقوق الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية.

والواقع أن ذاتية عقود الاستهلاك الإلكترونية هي التي تُضفي إلحاحا أكبر على وجوب علم المتعاقد الطرف الأضعف (المستهلك) بظروف العقد والجوانب الفنية لمحل التعاقد، فالحق في الإعلام يرتبط بشكل كلي بعامل الثقة الضرورية لإتمام الصفقات التجارية، والذي يقع حاجزا أمام هذا النوع من البيع الإلكتروني، الأمر الذي استدعى تعزيزه وترسيخه كالالتزام يقع على عاتق المورد الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية كأحد الضمانات الخاصة أو المستحدثة السابقة على التعاقد ووجه من أوجه حماية المستهلك في هذا السياق⁽⁴⁾.

يقف المستهلك الإلكتروني، أمام هذا النوع من العقود، موقف الحائر في اختيار السلع والخدمات المناسبة مما يحتاج ومما هو معروض من جهة. ومن جهة أخرى، فإن طبيعة هذه العقود اللامادية تفرض على المستهلك عدم القدرة على معاينة وملازمة المنتج محل الطلب بكل تفاصيله وخصائصه الدقيقة أو التحقق من أي عيب قد يشوبه. وأمام ما يعترض المستهلك الإلكتروني من إشكالية عدم العلم بماهية المنتج الإلكتروني محل التعاقد إلى جانب عدم معرفة هوية المورد الإلكتروني المتعامل معه على الموقع التجاري الإلكتروني، فإنه كان لزاماً

1 - حول هذا التعريف، أنظر، بوالكور رفيعة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص. 17.

2 - المرجع نفسه، ص. 17.

3 - إقولي/أولدراج صافية، "الالتزام بالإعلام: تنوير لرضا المستهلك"، يوم دراسي حول: "الحماية القانونية للمستهلك - واقع وأفاق"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الخميس 26 أبريل 2018، (ص. 1_18)، ص. 3.

4 - خليفي مريم، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، دفاثر السياسة والقانون، عدد 4، 2011، (ص. 201_223)، ص. 202.

فرض على عاتق المورد الإلكتروني الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني من أجل تنوير وتبصير إرادة المستهلك الإلكتروني عديم الخبرة وغير المحترف وهذا قبل إبرام العقد الإلكتروني⁽¹⁾.

وعرّف جانب من الفقه الالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني بأنه:

« التزام يقع على عاتق التاجر الإلكتروني أو مقدم الخدمة الذي يتعاقد مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية الحديثة بمقتضاه يخبر المستهلك بشخصه وبياناته التجارية وبكافة البيانات الجوهرية المتعلقة بالعقد والتي بناءً عليها يتخذ المستهلك قراره بالإقدام على التعاقد أو عدم التعاقد بناءً على إرادة حرة مستتيرة»⁽²⁾.

إن، وكما نلاحظ فإنّ الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في العقود الإلكترونية لا يختلف عن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد في العقود التقليدية.

3- التعريف التشريعي للالتزام بالإعلام

لقد اهتمّ المشرع الجزائري في الإعلام سواء كان هذا المستهلك تقليدياً أو إلكترونياً، وهذا لكونه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية التي تربطه بمنتجي ومزودي ومسوقي السلع والخدمات، إذ ألقى على عاتقهم الالتزام بالإعلام.

جاء المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام⁽³⁾، ليعرّف الإعلام من خلال نص المادة 15/3 منه كما يلي:

« إعلام حول المنتجات: كل معلومة متعلّقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي ». فموجب هذا النصّ، نلاحظ أنّ السلطة التنفيذية لم تفرّق بين فكرة الالتزام بالإعلام وفقاً للطرق التقليدية وفكرة الالتزام بالإعلام وفقاً للطرق الإلكترونية بقدر اهتمامها بوجود تنوير إرادة المستهلك، حيث نجد أنّ المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المذكور أعلاه⁽⁴⁾، وإن لم تنصّ صراحة على الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني إلاّ أنّها أشارت إليه بنصّها على ما يلي:

1 - جعفر الزهرة وشريبط وسيلة، " الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني - دراسة على ضوء القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية-، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 51، 2020، (ص ص.712_725)، ص. 713.

2 - كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 280.

3 - مرسوم تنفيذي رقم 13_378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر.ج.ج.، عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

4 - راجع نص المادة 5، كاملاً، من المرسوم التنفيذي نفسه.

«...قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد...». وبهذا، تكون السلطة التنفيذية قد فرقت بين المعلومات والبيانات الواجب تقديمها قبل التعاقد وبعده، بدليل ورودها في المادة 5 السالفة الذكر كمايلي: «... تقدّم كلّ البيانات الإلزامية قبل التسليم». يمكن بالتالي اعتباره اعترافاً قانونياً بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد الإلكتروني⁽¹⁾. وبإصدار المُشرّع الجزائري للقانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية، نجد أنّه قد أورد الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني، إذ ألقى على عاتق المورد الإلكتروني مسؤولية إعلام المستهلك الإلكتروني بكلّ الشروط القانونية وبكلّ المعلومات والمواصفات الخاصة بالمنتج محلّ الطلب، وذلك بموجب المواد 11 و12 و13 منه.

ثانياً: صور الالتزام بالإعلام

أصبحت الالتزام بالإعلام من أهمّ مبادئ الحماية المقرّرة لحماية المستهلك بدءاً من المرحلة السابقة للتعاقد إلى مرحلة إبرام العقد. وقد ثار جدل فقهي كبير فيما إذا كان الالتزام بالإعلام ينشأ قبل التعاقد وأثناءه، فيكون التزاماً سابقاً عن التعاقد، أم في مرحلة تنفيذ العقد، فيكون التزاماً تعاقدياً.

1- الالتزام قبل التعاقد بالإعلام

سجّل الفقه من خلال مختلف التعريفات التي قدّمها بشأن الالتزام بالإعلام وجود التزام عام بالإعلام أو الإخبار في مرحلة تكوين العقد، ويشكّل هذا الالتزام إحدى ميكانيزمات التوازن العقدي المتعلّق بالجودة وأيضاً باستعمال المنتج، ويكون بذلك هذا الالتزام سابقاً عن التعاقد. يفرض القانون على عاتق المتدخّل التزاماً بإعلام المستهلك قبل التعاقد بكافة البيانات والمعلومات التي تمكّنه من حسن الانتفاع بالمنتج وتجنب أضراره⁽²⁾. وبما أنّ الالتزام قبل التعاقد بالإعلام ينشأ في المرحلة السابقة لإبرام العقد، فالضرر الناجم عن الإخلال به يترتّب عليه تطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية، فيكون المتدخّل في مثل هذا الالتزام ملزماً بإعلام المستهلك حول الخصائص الأساسية للمنتج، وكذلك حول شروط العقد، كون المتدخّل ارتكب الخطأ خارج الإطار التعاقدية⁽³⁾.

أسّس الالتزام قبل التعاقد بالإعلام على نظرية عيوب الرضا، ويعتبر كل نقص في الإعلام حول المميزات الأساسية للمنتج كافياً من أجل اعتبار رضا المستهلك معيباً، وإمكان طلب إبطال عقد الاستهلاك.

1 - جقريف الزهرة وشريط وسيلة، "الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني - دراسة على ضوء القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية"، المرجع السابق، ص. 715.

2 - بركات كريمة، "التزام المتدخل بسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية"، المرجع السابق، ص. 123_124.

3 - بوروج منال، "التزام المتدخل بإعلام المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 (المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش)"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، مجلد 55، عدد 2، 2018، (ص. 301_322)، ص. 303.

ويعاقب القانون على الغلط والتدليس⁽¹⁾، فمن حق المستهلك أن يطلب من المتدخل أن يعلمه بالبيانات والمعلومات التي تكفل له التعاقد على بصيرة، وأن يتمتع عن كتمان عمدي لأية معلومة من شأنها التأثير على رضاه، وهو ما يجعل الالتزام بعدم السكوت إلزاماً بالمصارحة والتبصير⁽²⁾، إذ أنّ المستقر عليه قانوناً وعملاً أنّ الكتمان هو أحد وسائل التدليس، والتدليس الذي يجرمه المشرع بمناسبة الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يُشترط فيه درجة من الجسامة ولا يقتضي فيه نية التضليل، لأنّ نية التحايل مستخلصة من مجرد كتمان البيانات والمعلومات⁽³⁾.

ومن مميّزات الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أنه يتّصف بالعمومية والوقائية والاستقلالية.

فيُقصد بالعمومية: أنّه التزام سابق ويطبّق على جميع العقود. أمّا الوقائية: فبالنظر لما يهدف له من حماية العقود مستقبلاً من خطر الإبطال، فهو يؤدّي إلى إنارة رضاء المستهلك قبل إبرام العقد. فيستبعد بذلك إبطال العقد للغلط أو التدليس. أمّا بالنسبة لخاصية الاستقلالية: فتعود للهدف من تقرير مثل هذا الالتزام كالتزام مستقلّ في مواجهة التوازن العقدي في المرحلة السابقة على إبرام العقد⁽⁴⁾.

2- الالتزام التعاقدى بالإعلام

يوجد الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام في مرحلة إبرام العقد. أمّا الالتزام التعاقدى بالإعلام، فيتفرّع عن العقد ذاته، ويتعلّق بمرحلة تنفيذه، ويترتّب عن مخالفته المسؤولية العقدية⁽⁵⁾.

يرى جانب من الفقه أنّ الالتزام بالإعلام (من خلال مختلف التعاريف التي قدّمها بشأن الالتزام بالإعلام) هو التزام عقدي، حيث أنّه يتعلّق بمرحلة تنفيذ العقد، فيُعدّ تطبيقاً للمبدأ الذي يقضي بتنفيذ العقد بحسن نية، ممّا يترتّب على الإخلال به تطبيق أحكام المسؤولية العقدية، فمثل هذا الالتزام يُخالف حسب طبيعة العقد وحسب خصائص هذا الأخير، فيكون تبعياً للعقد وليس مستقلاً عنه مثل الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام⁽⁶⁾.

لكن نظراً لصعوبة الفصل بين هذا الأخير والالتزام التعاقدى بالإعلام، يُعدّ الالتزام بالإعلام التزاماً مستقلاً وضرورياً لضمان توازن العقد. وهذا هو الموقف الذي اتّبعه المشرع الجزائري في المادة 17 من القانون 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، بحيث ألقى هذا الالتزام بالإعلام على عاتق طرف واحد وهو المتدخل فقط، ولم يميّز إن كان هذا الالتزام تعاقدياً أم غير تعاقدى، فجعله عامّاً يقع على كلّ مراحل عرض المنتج

1 - راجع المادتين 83 و86 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

2 - بركات كريمة، "التزام المتدخل بسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية"، المرجع السابق، ص. 124.

3 - صبايحي ربيعة، "حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري"، أعمال الملتقى الوطني: "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق أبوداو، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17_18 نوفمبر 2009، (ص.ص. 92_118)، ص. 96.

4 - بوروح منال، "التزام المتدخل باعلام المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)"، المرجع السابق، ص. 303.

5 - بركات كريمة، "التزام المتدخل بسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية"، المرجع السابق، ص. 124.

6 - بوروح منال، "التزام المتدخل باعلام المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)"، المرجع السابق، ص. 303.

للاستهلاك⁽¹⁾. وفي جميع الأحوال، أن الإعلام سواء كان قبل التعاقد أو أثناءه أو عند تنفيذ العقد، فهو يهدف إلى تبصير المستهلك⁽²⁾.

ثالثاً: مضمون الالتزام بالإعلام

حسب نصّ المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فإنّه يجب على كلّ متدخّل أن يُعلم المستهلك بكلّ المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأيّة وسيلة أخرى مناسبة.

كما تضيف المادة 8 من القانون 02-04 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة بأنّه يتعيّن على البائع، قبل اختتام عملية البيع، إخبار المستهلك - بأيّة طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج - بالمعلومات التّزيهية والصادقة المتعلّقة بمميّزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة. أمّا المادة 4 من القانون نفسه، فيفهم منها بأنّ البائع يتولّى وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع.

حدّدت المواد 11 و12 و13 من قانون التجارة الإلكترونيّة مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني والذي يتمثّل في معرفة المستهلك الإلكتروني لهوية المورد الإلكتروني بالدرجة الأولى، إلى جانب جملة من البيانات التفصيلية لماهية المنتج محلّ الطلب بالدرجة الثّانية، بالإضافة إلى بيان شروط وبنود العقد بالدرجة الثّالثة.

من خلال النّصوص المذكورة أعلاه، نتوصّل إلى أنّ المعلومات التي يلتزم بها المتدخّل أو المورد الإلكتروني بتقديمها للمستهلك تتعلّق أساساً بخصائص المنتجات من سلع وخدمات وبطريقة استعمالها وكذا بأسعارها وتعريفاتها من جهة، كما يتعلّق بشروط البيع وحدود المسؤولية التعاقدية من جهة أخرى⁽³⁾. وفي إطار قانون التجارة الإلكترونيّة، هناك أيضاً التزام بالإعلام عن هوية المورد الإلكتروني.

رابعاً: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام

نتطرّق للجزء الجزائي للإخلال بالالتزام بالإعلام ثمّ للجزاء المدني له.

1- الجزاء الجزائي

يكتسي الالتزام بالإعلام أهمية بالغة نظراً لجعل رضا المستهلك سليماً ومبصراً. ومن أجل ذلك، ألزم المشرّع الجزائري بإعلام المستهلك بكلّ المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأيّة وسيلة أخرى مناسبة⁽⁴⁾، وفي حالة عدم تنفيذ المتدخّل لالتزامه يُعاقب طبقاً لنصّ المادة 78 من القانون رقم

1 - المرجع نفسه، ص. 304.

2 - سي يوسف زاهية حورية، "الالتزام بالإفشاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المرجع السابق، ص. 55.

3 - بوالكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، المرجع السابق، ص. 97.

4 - راجع المادة 17 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، بغرامة من 100.000 دج إلى مليون دينار جزائري 1.000.000 دج. كما نصت المادة 31 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على عقاب المتدخل عند مخالفته للالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات بغرامة من 5.000 دج إلى 100.000 دج، وعاقبت المادة 32 من القانون رقم 04-02 نفسه، على عدم الإعلام بشروط البيع بغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دج. أما في مجال التجارة الإلكترونية، فقد رتب المشرع الجزائري غرامة تتراوح من 50.000 دج إلى 500.000 دج على كموارد إلكتروني يخالف أحد الالتزامات المنصوص عليها في المادتين 11 و12 من القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بما في ذلك مخالفة التزامه بإعلام المستهلك أو أخفى عليه أحد العناصر الأساسية اللازمة التي تعرفه على السلعة المقناة أو الخدمة التي يقدم على طلبها، كما يجوز للجهة القضائية التي رفعت أمامها الدعوى أن تأمر بتعليق نفاذه إلى جميع منصات الدفع الإلكتروني، لمدة لا تتجاوز 06 أشهر وهذا كله وفقا لنص المادة 39 من القانون رقم 18-05 نفسه.

2- الجزء المدني

تترتب المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة، فيقتضي ذلك تحقق شروطها (الخطأ، الضرر والعلاقة السببية). ويُعتبر من صور الجزء التي تترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام البطلان والتعويض، فعندما يكتم البائع المتدخل المعلومات الهامة عن المستهلك، فإن هذا الأخير يجد نفسه متضررا كأن تعيب إرادته أو لا يستجيب العقد لحاجياته، ونتيجة لذلك يكون من حقه المطالبة بإبطال العقد (بناءً على المادتين 83 أو 86 من القانون المدني الجزائري) غير أن المستهلك قد يلحقه ضرر جزاء عدم تلقيه المعلومات والبيانات الضرورية المتصلة بمحل العقد مما يمكنه المطالبة بالتعويض نتيجة الضرر اللاحق به، فضلا عن إمكانية تقريره فسخ العقد في حالة عدم تنفيذ المدين التزاماته (بناءً على المادتين 119 و122 من القانون المدني الجزائري).

أما في مجال التجارة الإلكترونية، فقد منح المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني إمكانية المطالبة بإبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحقه في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني التزامه بالإعلام المستهلك عبر قيامه العرض التجاري الإلكتروني الذي يسبق كل معاملة تجارية إلكترونية والتي توثق بموجب عقد إلكتروني يصادق عليه المستهلك الإلكتروني (المادة 10 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية) أو عند عدم احترام المورد الإلكتروني التزامه بإعلام المستهلك عبر العقد الإلكتروني (المادة 13 من القانون نفسه)، وهذا كله وفقا للمادة 14 من القانون ذاته.

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

حدّد المشرع في المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وسائل يتم بها تنفيذ المتدخل للالتزام الملحق على عاتقه بإعلام المستهلك، وذلك بواسطة الوسم، ووضع العلامات، أو بأية

وسيلة أخرى مناسبة، لكن لا يسعنا إدراج كلّ سبل ذلك، وإنما نكتفي بالتطرّق إلى بعض منها وهي: الوسم والعلامات والإشهار أو الإعلان التجاري.

أولاً: الوسم أهمّ وسيلة لتنفيذ الالتزام بالإعلام

نتطرّق إلى المقصود بالوسم وأهميته، ثمّ نتناول الشّروط الواجب توافرها في الوسم التي تجعله يقدم إعلاماً موضوعياً للمستهلك، ونتطرّق في الأخير إلى جزاء الإخلال بالالتزام بالوسم باعتباره أهمّ وسيلة لتنفيذ المتدخل أو المورد الإلكتروني للالتزام بالإعلام حماية للمستهلك.

1- المقصود من الوسم

الوسم لغة: عرّف المنجد الأبجدي الوسم بأنّه مصدر للفعل الثلاثي وَسَمَ وَسَمًا، بمعنى كواه أو أثر فيه بسمة أو بكي، بمعنى جعل له علامة يُعرف بها⁽¹⁾.

تجدر الإشارة إلى أنّ مصطلح الوسم، مصطلح اقتصادي أكثر منه قانوني، حيث يُطلق عليه في الفقه الاقتصادي مصطلح التبيين الذي يُعرّف على أنّه « مجموع المعلومات التي يزود بها المستهلك أو المستعمل الصناعي والمثبتة على غلاف المنتج موضحاً له نوعية المنتج وشكله وجودته وكيفية استعماله وفترة الاستعمال»⁽²⁾. وبناءً عليه، فإنّ الوسم عبارة عن بيانات توضع على غلاف المنتج لتبيان خصائصه وكيفية استعماله بهدف إعلام المستهلك وتتنوير إرادته على نحو يدفعه للتعاقد عليه⁽³⁾.

أمّا المشرّع الجزائري فقد ذكر الالتزام بالإعلام عن طريق الوسم ضمن المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتي جاء نصّها كمايلي:

« يجب على كلّ متدخّل أن يُعلم المستهلك بكلّ المعلومات المتعلّقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأيّة وسيلة أخرى مناسبة ».

كما أكّدت السّلطة التّنفيذية على الوسم كطريقة إعلامية أيضاً من خلال نص المادة 04 من المرسوم رقم 378-13 المحدّد للشّروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك⁽⁴⁾ التي جاء نصّها كمايلي:

« يتمّ إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأيّ وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتج طبقاً لأحكام هذا المرسوم ».

حدّدت السّلطة التّنفيذية المقصود من الوسم من خلال المطّة 6 من المادة 2 من المرسوم التّنفيذي رقم 39-90 المتعلّق بوقاية الجودة وقمع الغش⁽¹⁾، بأنّه: « جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنّع أو التّجارة

1 - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقاً لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، المرجع السابق، ص. 36.

2 - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، عدد 5، 2018، (ص ص. 150_167)، ص. 160.

3 - المرجع نفسه.

4 - مرسوم تنفيذي رقم 378_13 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المرجع السابق ذكره.

والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما».

كما حدّد المشرّع الجزائري المقصود من الوسم في مفهوم أحكام القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ وذلك من خلال المطة 4 من المادة 3 من القانون ذاته كما يلي:

« الوسم: كلّ البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميّزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها».

كما حدّدت السّلطة التّفيذية المقصود من الوسم الغذائي من خلال المطة 14 من المادة 3 من المرسوم التّفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك؛ كما يلي:

« الوسم الغذائي: وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية، قصد إعلام المستهلك».

من خلال النصوص القانونية السابقة الذّكر، نتوصّل إلى القول بأنّ الوسم له مفهوم واسع يشمل جميع المعطيات والوسائل والطرق القانونية للإعلام بما في ذلك عناصر الملكية الصناعية والتّجارية، إذ تمّ اعتبار العلامة وسماً على الرّغم من أنّ نظامها القانوني يختلف عن الوسم الذي اشترطه المشرّع لإعلام المستهلك، وبهذا فالوسم هو كلّ ما يلزم السلعة المعروضة للاستهلاك للتّعريف بها وبخصائصها وكيفية استعمالها لإعلام المستهلك وحثّه على اقتنائها والتّعاقد عليها.

2- أهمية الوسم

يُعتبر الوسم وسيلة ينقل المتدخّل من خلالها إعلاماً موضوعياً للمستهلك، وهي وسيلة فعّالة تخدم مصلحة المستهلك والمتدخّل، إلى حدّ أنّ البعض أطلق عليها "البائع الصامت"، فهو يُعتبر وسيلة تسويقية حديثة تخدم المصالح التّجارية للمتدخّل بدلاً عن أسلوب العرض في الهواء الطلق، بالإضافة إلى أنّ هذه الطريقة تسمح بتوضيح كلّ المعلومات الأساسية التي يحتاجها المستهلك ليكون على دراية وعلم بطبيعة ما يشتريه من منتوجات⁽²⁾.

بالتّالي، فإنّ للوسم أهمية كبيرة من خلال ما يلعبه من دور إعلامي وأمني للمستهلك، إذ يبرز مميزات السلعة، كما يشير إلى التحذيرات التي تتعلّق باستعمالها أو استهلاكها أو بظروف حفظها، فضلاً عن تأثيره على إرادة المستهلك في اختياره للسلعة، كما أنّ الوسم في صورته المكتوبة يُيسّر عبء الإثبات، لأنّه يدلّ على توافر الشّروط الخاصّة بالسلعة، ويضع حدّاً لبعض الغشّ الصناعي أو التّجاري. فضلاً عن ذلك، له دور هام في

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 90_39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

² - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقاً لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، المرجع السابق، ص. 36.

حماية المتدخل من أشكال التقليد التي تتعرض لها سلعته أو علامته، ويحدّ من إمكانية التزوير وجميع أشكال المنافسة غير المشروعة، ممّا يعود بدون شكّ على حماية الأعوان الاقتصاديين واقتصاد الدولة بشكل عام⁽¹⁾.

3- الشروط الواجب توفّرها في الوسم

أوجب القانون الجزائري توفّر شروط معيّنة لتحقيق الغاية من الالتزام بالوسم، والتي نجملها في نقطتين أساسيتين هما:

- أن تكون بطاقة الوسم لصيقة بالسلعة.

- أن تكون بيانات الوسم مكتوبة.

أ- أن تكون بطاقة الوسم لصيقة بالسلعة

يلتزم المتدخل بإصاق بطاقة الوسم بالمنتج حسب طبيعته طبقا لما ورد في نصّ الفقرة 4 من المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المعدّل والمتمّم. كما أوجبت السلطة التنفيذية أن تكون البطاقة مثبتة على الغلاف بطريقة يتعذر إزالتها من التغليف، وهذا وفقا لنص المادة 1/11 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

كما أنّه لا يكفي أن تكون البطاقة لصيقة بالسلع، بل يجب أن تكون بيانات الوسم ظاهرة تثير انتباه المستهلك. فضلاً عن ذلك، يجب أن تجمع البيانات المتعلقة بتسمية المادة وبالكمية الصافية في نفس المجال البصري الرئيسي، طبقا للمادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 نفسه.

ب- أن تكون بيانات الوسم مكتوبة

الهدف من وسم السلع الغذائية هو إيصال المعلومات المتعلقة بالسلع للمستهلك، ولا يكون هذا الإعلام واضحاّ إلاّ إذا كان مكتوبا في بطاقة أو على الغلاف الذي يحتوي السلعة ومتصلا بها⁽²⁾. وقد أوجب القانون الجزائري أن تحرّر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللّغة العربية، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدّة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلك في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح طبقا لما ورد في نصي المادتين 7 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 السابق ذكره و18 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المعدّل والمتمّم.

والجدير بالذكر أنّ هناك بيانات إلزامية لوسم المواد الغذائية تضمّنتها المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم

13-378 نفسه.

¹ - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 160_161.

² - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 161.

كما أنّ هناك بيانات إجبارية يشملها الإعلام المتعلّق بالمنتجات غير الغذائية حدّتها المادة 38 من المرسوم المذكور آنفاً.

هناك كذلك البيانات المتعلقة بإعلام المستهلك بالخدمات تضمّنتها المواد من 52 إلى 55 من المرسوم ذاته.

4- جزاء الإخلال بالالتزام بالوسم

يُعاقب بغرامة من 100.000 دج إلى 1.000.000 دج كلّ من يخالف إلزامية وسم المنتج، بناءً على نصّ المادة 78 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المعدّل والمتّم. ويتمتع الأعوان المذكورون في المادة 25 من القانون نفسه، بصلاحيّة اتّخاذ كافة التدابير التحفظية قصد حماية المستهلك وصحّته وسلامته ومصالحه. وبهذه الصفة، يمكن لهم السّماح بالدخول المشروط، أو رفض الدخول للمنتجات المستوردة عند الحدود والإيداع والحجز والسّحب المؤقت أو النهائي للمنتجات أو إتلافها والتوقيف المؤقت للنشاطات أو الغلق الإداري للمحلّات التّجارية، طبقاً للأحكام المنصوص عليها في القانون نفسه⁽¹⁾.

كما يُهم من نصّ المادة 60 من المرسوم التّنفيذي رقم 13-378 المحدّد للشّروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك، أنّه يُمنع استعمال وسم من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك. فضلاً عن ذلك، تُمنع الحيازة أو العرض للبيع أو التّوزيع المجاني بدون رخصة من المصالح المختصّة للمنتجات:

- التي لا يتطابق وسمها مع أحكام هذا المرسوم.

- التي تُخزّن في ظروف غير مطابقة لتلك المقرّرة على وسمها أو عل كلّ سند آخر يستعمل للمنتجات (السّلع) أو الخدمات⁽²⁾.

ثانياً: العلامة كآلية لتكريس الالتزام بإعلام المستهلك

ترتبط العلامة ارتباطاً وثيقاً بالمستهلك، إذ تُعدّ وسيلة للمتدخّل لتمييز منتجاته عن غيرها من المنتجات المماثلة لها، ومن أجل مواكبة مقتضيات اقتصاد السّوق، عمد المشرّع الجزائري إلى إدراج العلامة ضمن آليات إعلام المستهلك⁽³⁾. وعليه، سنتطرّق إلى تعريف العلامة ووظائفها وأخيراً جزاء الاعتداء على العلامة التّجارية في ضوء القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التّجارية.

¹ - راجع المادة 53 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المرجع السابق ذكره.

² - اطلع على المادة 61 من المرسوم التّنفيذي رقم 13_378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، المحدّد لشّروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، المرجع السابق ذكره.

³ - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 157.

1- تعريف العلامة

حدّد المشرّع الجزائري المقصود من العلامات في مفهوم الأمر رقم 03-06، المتعلّق بالعلامات⁽¹⁾ من خلال المادة 1/2 منه كما يلي:

« كلّ الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها، والألوان بمفردها أو مركبة، التي تستعمل كلّها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره ».

كما حدّدت المطة 18 من المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك، المقصود في مفهوم هذا المرسوم بوضع العلامة كما يلي:

« وضع على التغليف أو على المنتج كلّ علامة أو إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة لمنتج أو يميزه عن غيره ».

يتّضح، من خلال هذه التعاريف، أنّ العلامة هي كلّ إشارة أو صورة أو شعار يوضع على المنتج، إذ أنّها تسمح للمستهلك بالتعرّف على منتجات العون الاقتصادي (المتدخّل) والتميز بينها وبين منتجات الأعوان المماثلة. كما أنّ المشرّع الجزائري أدرجها ضمن الآليات التي تساهم في إعلام المستهلك طبقا لما ورد في نصّ المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمم، وكذا من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلّقة بإعلام المستهلك، حيث لمّا حدّد المقصود من الإعلام حول المنتجات من خلال المطة 15 من المادة 3 منه، بأنّه: « كلّ معلومة متعلّقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أيّ وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أيّ وسيلة أخرى ». وعند تحديده المقصود من البطاقة من خلال المطة 13 من المادة ذاتها كما يلي:

« البطاقة: كلّ استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو موسومة أو مطبقة على تغليف المنتج أو مرفقة بهذا الأخير ».

نتوصل فعلا إلى أنّ هذا المرسوم السابق الذكر قد أدرج بدوره العلامة ضمن الآليات التي تساهم في إعلام المستهلك.

واعتربت المادة 4 منه وضع العلامات وسيلة يتمّ إعلام المستهلك بها، فالعلامة تُسهّل على المستهلك التعرّف على السلع والخدمات المعروضة في السوق، فهي تضمن له الأمن والسلامة، وتخضع لنفس القواعد التي يخضع لها الوسم سواء من حيث الوضوح ومصداقية المعلومات المتضمّنة فيها، وتقادي تغليط المستهلك أو خلق

¹ - أمر رقم 06_03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلّق بالعلامات، ج.ر.ج.ج.، عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.

لُبس في ذهنه والدقة، مع ضرورة احترام صاحبها للشروط الإدارية المتعلقة بالعلامة والمحددة في الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات، من إجراءات التسجيل والاستعمال الجدي لها⁽¹⁾.

2- وظائف العلامة التجارية

تخدم العلامة التجارية مصالح جميع أطراف العلاقة الاقتصادية، فهي من جهة تخدم العون الاقتصادي بتميز سلعته أو خدمته عما يشابهها، ومن جهة أخرى تُعدّ وسيلة للمستهلك للتعرف على السلعة أو الخدمة التي يرغبها ويفضلها عن غيرها⁽²⁾.

3- جزاء الاعتداء على العلامة في قوانين حماية المستهلك

اعتبر المشرع الجزائري من قبيل ممارسات تجارية غير نزيهة، تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي تقوم به، قصد كسب زبائن هذا العون بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك، وهذا وفقا لنص المادة 2/27 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويُعاقب عليها بغرامة من 50.000 دج إلى 500.000 دج وذلك تطبيقا لنص المادة 38 من القانون نفسه.

في هذه الحالة، يمكن حجز البضائع، أيّا كان مكان وجودها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة حقوق الغير ذوي حسن النية، وفقا لنص المادة 39 من القانون رقم 02-04 ذاته.

كما يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة، تطبيقا لنص المادة 1/44 من القانون نفسه. تجدر الإشارة إلى أنّ العقوبات السالفة الذكر تختلف عن العقوبات المقررة في الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات المنصوص عليها في المادة 32 منه⁽³⁾، إذ أن جزاء جنحة تقليد العلامة يتمثل في الحبس من 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من 2.500.000 دج إلى 10.000.000 دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، مع الغلق المؤقت أو النهائي للمؤسسة أو مصادرة الأشياء والوسائل والأدوات التي استعملت في المخالفة أو إتلاف الأشياء محل تلك المخالفة.

ثالثاً: الإشهار أو الإعلان التجاري

تحتلّ العملية الإعلانية المكان الأبرز في الجهود التسويقية لأية مؤسسة، إذ يُعدّ النشاط الإعلاني ذو أهمية بالغة في تسويق المنتجات على اختلاف أنواعها سواء كانت سلعا أو خدمات.

كما يمكن القول أنّ نشأة الإعلان التجاري لا تعود إلى عصر وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية، بل يرجع ظهوره إلى العصور القديمة، عندما بدأ المنتجون يستخدمون وسائل غير عرض السلع في

1 - بوروح منال، "النظام المتدخل باعلام المستهلك في ظل القانون رقم 03-09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)"، المرجع السابق، ص. 316.

2 - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 158.

3 - راجع المادة 32 من الأمر رقم 06_03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات، المرجع السابق ذكره.

الأسواق لترويج السلع الفائضة عن حاجتهم في أوساط الآخرين بهدف مبادلتها معهم بما ينتجون من سلع، فكانت وسيلتهم في ذلك هي استخدام منادين ينادون على السلع في الطرقات بهدف لفت أنظار المستهلكين لاقتنائها⁽¹⁾.

غالبا ما تلجأ المؤسسات، في إطار المنافسة، إلى الإشهار من أجل جذب الزبائن إليها، ويُعتبر الإشهار وسيلة فعّالة من أجل إعلام المستهلكين بخصائص السلع والخدمات، ولكن بمجرد أن يكون الإشهار قد تجاوز الوظائف المحددة له يُصبح وسيلة للاحتيال والخداع. لهذا يجب منعه حماية للنظام العام⁽²⁾.

انطلاقاً مما سبق ذكره، نتطرق إلى تعريف الإشهار أو الإعلان الإلكتروني وعناصره وشروطه وأخيرا الجزاء المترتب عن الإشهار التجاري غير المشروع.

1- تعريف الإشهار أو الإعلان التجاري

نحدّد المقصود من الإشهار أو الإعلان لغةً، ثم ايراد التعريف الفقهي والتشريعي للإشهار أو الإعلان التجاري.

أ- الإعلان في اللغة

اسم مشتقّ من الفعل الثلاثي علن، ويُقصد بالإعلان لغة الظهور، ويُقال علن الأمر علنا وعلانية بمعنى أظهره⁽³⁾، وقد عرّف الأبجدي الإعلان بأنه ما ينشره التاجر وغيره في الصحف، أو نشرات خاصة تعلّق على الجدران أو توزّع على الناس ويعلن فيه ما يريد إعلانه ترويجاً له⁽⁴⁾.

كما عرّف القاموس القانوني الثلاثي الإعلان بأنه: ملصق، يافطة، واحدة أو مجموعة من الأوراق واللوحات والنقوش الملصقة أو المصوّرة على الجدران أو الركائز، تهدف إلى نشر ما تحتوي عليه من بيانات، في مكان عام⁽⁵⁾.

تجدر الإشارة إلى أنّ هناك اختلاف بين دول المشرق العريحيث تُستخدم كلمة "الإعلان"، وبين دول المغرب العربي حيث تُستخدم كلمة "الإشهار". ولا يختلف لفظ الإشهار في اللغة العربية عن لفظ الإعلان فهو مرادف له ولهما نفس المدلول، حيث أنّ الإشهار في اللغة مصدر أشهر، شهر، إشهارا وهو فعل مزيد مجرد، شهر من الشهرة، والشهرة وضوح الأمر⁽⁶⁾. إذن الإشهار في اللغة يحمل معنى الإبراز والنشر والتعريف بالشيء ورفعته وتمييزه. وبالتالي، فالمشرّع الجزائري استعمل اللفظين للدلالة على المعنى نفسه⁽⁷⁾.

1 - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، المرجع السابق، ص. 41.

2 - كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية (وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04)، المرجع السابق، ص. 118.

3 - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، المرجع السابق، ص. 41.

4 - المنجد الأبجدي، دار المشرق، لبنان، 1989، ص. 108؛ عن بشير سليم وبوزيد سليمة، المرجع نفسه، ص. 41_42.

5 - المرجع نفسه، ص. 42.

6 - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 162.

7 - المرجع نفسه، ص. 162_163.

ب- الإعلان اصطلاحًا

تعددت التعاريف التي حاولت ضبط تعريف الإعلان. سنحاول الوقوف عند أهمها:

« الإعلان هو نشاط مأجور يقدم الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة إلى الجمهور لإغرائهم لشراء سلعة أو خدمة مقابل أجر معين »⁽¹⁾.

كما يُعرّف الإعلان أيضًا بأنه: « إخبار يتولاه شخص مهني يقصد التعريف بسلعة أو خدمة معينة، وذلك بإبراز مزاياها ومدح محاسنها، بغرض دفع المستهلك على الإقبال على اقتناء المنتجات محل الإعلان »⁽²⁾. كما سبق ذكره، هناك من يُطلق على الإعلان مصطلح الإشهار ويعرّفه بأنه: « كل بلاغ صادر من طرف مهني يوجه إلى العامة بهدف تشجيع طلبات الشراء »⁽³⁾.

كما أنّ هناك من عرّفه بأنه: « كل سلوك أو فعل من شأنه اجتذاب الجمهور ولفت انتباهه »⁽⁴⁾.

ج - التعريف الفقهي للإشهار أو الإعلان التجاري

يُعرّف الإعلان التجاري بأنه: « النشاط الذي يؤدي إلى خلق حالة من الرضا العقلي نحو ما يعلن عنه من سلع أو خدمات أو أفكار أو منشآت بغرض الترويج لتلك السلع أو المنتجات أو الأفكار بين الجمهور لكي يقدم على الشراء أو يقنع بالأفكار »⁽⁵⁾.

كما يُعرّف الإشهار التجاري بأنه: « مجموعة من الوسائل المستخدمة بقصد التعريف بمشروع صناعي أو تجاري أو امداح منتج ما »⁽⁶⁾.

استنادًا إلى هذا التعريف، يتبين أنّ الإشهار التجاري يهدف إلى تعريف الجمهور سواء كان مستهلكًا أو عونًا اقتصاديًا بمزايا السلع والخدمات بأيّة وسيلة من وسائل الاتصال⁽⁷⁾.

كما عرّفه الفقه الفرنسي على أنّه: « كلّ رسالة يوجهها صاحب المهنة للجمهور بهدف حثه على طلب السلع أو الخدمات، ومنها على سبيل المثال الإشهار في الشارع أو التلفزيون أو في صفحة مجلة »⁽⁸⁾.

1 - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقًا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، المرجع السابق، ص. 42.

2 - المرجع نفسه.

3 - المرجع ذاته.

4 - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 163.

5 - بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقًا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، المرجع السابق، ص. 43.

6 - المرجع نفسه.

7 - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 163.

8 - المرجع نفسه.

د - التعريف التشريعي للإشهار أو الإعلان التجاري

الإشهار، حسب ما عرّفته الفقرة 3 من المادة 3 من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو:

« كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى الترويج ببيع السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة ».

يتّضح، من خلال هذا التعريف، أنّ المشرّع الجزائري عرّف الإشهار بالإعلان وهذا ما بيّن، كما سبق وأن ذكرناه أعلاه، أنّ مصطلح "الإشهار" و"الإعلان" في القانون الجزائري مترادفان. كما أنّه لم يُعرّف الإشهار بحدّ ذاته، إنّما عرّف الهدف منه وهو ترويج لبيع السلع أو الخدمات. كما أنّه لم يحدّد وسائل الإشهار، بل جعلها بكلّ وسائل الاتصال المستعملة، ويشمل كلّ من وسائل الاتصال التقليدية ووسائل الاتصال الإلكترونية، وكلّ وسيلة قد تظهر مساهمة للتقدّم التكنولوجي⁽¹⁾.

كما عرّفت السلطة التنفيذية الإشهار أيضا ضمن الفقرة الأولى من المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، تحت تسمية الادعاء كما يلي: « الادعاء: كلّ عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أنّ للمنتج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه وخصائصه الغذائية، عند الاقتضاء، وطبيعته وتحويله ومكوناته أو كلّ خاصية أخرى ».

يتّضح، من خلال نصّ هذه المادة، أنّ السلطة التنفيذية اعتبرت الادعاء هو الإشهار، وبهذا يُعتبر الادعاء أو الإشهار أداة بالنسبة للمعلن للترويج بسلعه وخدماته بهدف جلب المستهلك وحثّه على التعاقد عليها⁽²⁾.

جاء القانون رقم 14-04 المتعلّق بالنشاط السّمي البصري بتعريف دقيق للإشهار، وذلك من خلال المطة 25 من المادة 7 منه، كما يلي:

« إشهار: هو أيّ شكل مصمّم أو رسالة محررة أو صوتية أو سمعية بصرية تبث مقابل أجر أو تعويض، سواء من أجل ترقية تقديم سلع أو خدمات في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو مهنة حرة أو من أجل ضمان ترقية تجارية لمؤسسة ».

من جهة أخرى، تكون عقود التجارة الإلكترونية بصفة عامّة تكون مسبقة بشكل من أشكال الدعاية، والإشهار عبر شبكة الإنترنت، حيث يحتوي الإشهار التجاري على التعريف بسلع وخدمات ويدعو المستهلكين

¹ - جفالي حسين، "الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني في التجارة الإلكترونية"، الملتقى الوطني حول: "الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 18-05"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، يومي 2 و3 أكتوبر 2018، (ص ص. 559_573)، ص. 562.

² - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 164.

للتعاقد، وعادة ما تكون هذه الرسائل الإشهارية مزعجة للمستهلكين ودون رغبة منه إذا تمت عبر إرسالها بالبريد الإلكتروني الخاص بهم⁽¹⁾.

وقد عرّف المشرّع الجزائري الإشهار الإلكتروني من خلال المادة 6/6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية كما يلي:

« الإشهار الإلكتروني: كلّ إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج لبيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية ».

والملاحظ أنّ هذا التعريف الأخير لم يأت بالجديد، حيث أنّ القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، قد أورد التعريف نفسه أو يمكن القول أنّه التعريف نفسه وأوسع منه نطاقا، حيث أنّه لم يحدّد وسائل الإشهار بل جعلها بكلّ وسائل الاتصال المستعملة، ويشمل كلّ من الوسائل التقليدية ووسائل الاتصال الإلكترونية⁽²⁾.

وبذلك، فالإشهار الإلكتروني يتمّ بوسيلة إلكترونية وهو الشيء الذي يميّز الإشهار الإلكتروني عن التقليدي، فالإشهار الإلكتروني يتمّ من خلال الوسائل الإلكترونية كالإنترنت مثلا التي هي الوسيلة الأكثر استعمالا ممّا تعمل على جذب أكبر عدد ممكن من المستهلكين لإقناعهم بالسلع والخدمات⁽³⁾.

2- الشّروط المتعلّقة بالإشهار أو الإعلان التجاري

يخضع الإشهار التجاري لجملة من الشّروط الواجب التقيّد بها درءًا لأيّ خطر ماس بأمن وصحة المستهلك، فهناك شروط تتعلّق بالشيء المعلن عنه والطرف المعلن، وهناك مجموعة أخرى من الشّروط تتعلّق بالرسالة الإشهارية في حدّ ذاتها. وهذا مع غياب قانون خاص بتنظيم الإشهار التجاري في الجزائر.

أ- الشّروط المتعلّقة بالشيء المعلن عنه

يقصد بالشيء المعلن عنه، محلّ الإشهار التجاري أي موضوعه، والذي قد يكون عبارة عن سلعة أو خدمة.

- يجب أن يكون محلّ الإشهار مشروعًا وخاليًا من العيوب أي سليماً⁽⁴⁾.

- يحظر الإشهار التجاري المتعلّق بالمشروبات الكحولية والتبغ، والمواد الصيدلانية.

* بالنسبة للمشروبات الكحولية، فبالرجوع إلى القانون رقم 85-05 المتعلّق بالصحة⁽¹⁾، منعت المادة 64

منه: تناول المشروبات الكحولية، وعلى الهيئات المعنية السهر على محاربة هذه الظاهرة. أمّا المادة 65 منه، فقد منعت الإشهار التجاري لمختلف أنواع الكحول.

1 - جفالي حسين، "الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني في التجارة الإلكترونية"، ص. 560.

2 - جفالي حسين، "الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني في التجارة الإلكترونية"، ص. 562.

3 - المرجع نفسه، ص. 564.

4 - معكوف أسماء، "القواعد الوقائية المنظمة للإشهار التجاري"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 1، مجلد 30، عدد 5، 2019،

ص ص. 315_329، ص ص. 317_318.

* أما بالنسبة لمنتج التبغ، فيُعدّ هو الآخر من المنتجات المنبوذة من طرف كلّ القوانين سواء كانت أجنبية أو عربية، لكونه منتج مضر بالصحة. فبالرجوع إلى الشريعة الإسلامية، فإنّ التبغ يُعدّ من الخبائث وقد

أثبتت الدّراسات العلمية أنّه السّبب في انتشار العديد من الأمراض كالسرطان(2).

في التّشريع الجزائري، نجد المادة 65 من القانون رقم 85-05 المتعلّق بالصّحة، منعت إشهار التبغ، لكنها لم تمنع عملية بيعه شريطة أن يكون المنتج حاملا لبطاقة لاصقة تضم عبارة "التدخين مضرّ بالصّحة". بالرجوع إلى القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونيّة، فإنّ المادة 34 منه تمنع نشر أيّ إشهار أو ترويج عن طريق الاتّصالات الإلكترونيّة لكلّ منتج أو خدمة ممنوعة من التسويق عن طريق الاتّصالات الإلكترونيّة بموجب التّشريع والتنظيم المعمول بهما.

ب - الشّروط المتعلّقة بالطرف المعلن

المعلن والذي عبّر عنه المشرّع الجزائري في المادة 1/3 من القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة بتسمية العون الاقتصادي. في حين عبّر عنه في القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونيّة بتسمية المورد الإلكتروني، من خلال المادة 4/6 منه.

فيما يخصّ الشّروط المتعلّقة بالمعلن، تتمثّل في وجود تطبيق المعلن للالتزام المتعلّق بضرورة إظهار اسمه في الإشهار التجاري، كما يجب أن يكون جادًا في عرضه للمنتجات والخدمات، ويجب أن يكون ما عرضه متوفّرًا، إذ لا يجوز أن تتضمّن الرّسالة الإشهارية سلعة لا تتوفّر بكميّات كبيرة، أو أن يكون العرض محدودًا، بل يجب أن تفي هذه الأخيرة بطلبات المستهلكين المتلقين للرّسالة الإشهارية.

كما يُشترط على المعلن أن يقدّم التّصريح الصادق بمحتويات المنتج أو الخدمة. ويكون التّصريح صادقًا إذا تضمّن البيانات الصّحيحة التي تتعلّق بالمنتج وتعرّف به(3).

ج - الشّروط المتعلّقة بالرّسالة الإشهارية

يُقصد بالرّسالة الإشهارية مضمون وشكل الإشهار المراد إرساله، فهي تحتوي على بيانات خاصّة بالسلعة أو الخدمة وخصائصها، صفاتها ووظائفها(4).

- يجب أن تتميّز الرّسالة الإشهارية بالبساطة والوضوح، واعتماد اللّغة التي يستطيع المستهلك فهمها.

- صحّة البيانات الواردة في الرّسالة الإشهارية، إذ أنّ صحّة التّطابق الحاصل بين البيانات الواردة في

الإشهار التجاري وخصائص المنتجات والخدمات هو الشيء الذي يعمل على إمداد المستهلك بالبيانات المتعلّقة

1 - قانون رقم 85-05 مؤرخ في 16 فيفري 1985، يتعلّق بحماية وترقية الصّحة العمومية، ج.ر.ج.ج.، عدد 8، الصادر في 17 فيفري 1985.

2 - معكوف أسماء، "القواعد الوقائية المنظمة للإشهار التجاري"، المرجع السابق، ص. 324.

3 - المرجع نفسه، ص. 318.

4 - عبيدات محمد، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر والإشهار، الأردن، 1989، ص. 252.

بالسلعة أو الخدمة، وبالتالي خلق الرغبة لدى المستهلك باقتناء المنتج وذلك من خلال كسب المعلن لثقة المستهلك.

- يُشترط أن يكون الإشهار واضحا غير غامض، بحيث يتم تزويد المستهلك بمعلومات واضحة عن

المنتج أو الخدمة المعروضة عليه بما يسمح له بإعطاء الموافقة على التعاقد عن وعي وإدراك كاملين⁽¹⁾.
- أن لا يمسّ مضمون الإشهار التجاري الآداب العامة والنظام العام، حيث يُقصد بالآداب العامة مجموعة من أسس الجانب الأخلاقي للنظام العام، فهي جزء لا يتجزأ منه، لأنّ النظام العام ما هو إلا مجموعة من المبادئ الأساسية الاجتماعية والسياسية، الثقافية، الاقتصادية التي يقوم عليها المجتمع. ولكون العلاقة وطيدة بين الإشهار والمجتمع، بات على المعلن أن يلتزم بعرض منتجاته عن طريق الرسالة الإشهارية متقيدا بالأسس الجوهرية والقيم الأدبية لكلّ مجتمع⁽²⁾.

- فرض المشرّع الجزائري شرطا آخر في الإشهار التجاري الإلكتروني، وهو أن يحدّد ما إذا كان هذا العرض التجاري يشمل تخفيضا أو مكافآت أو هدايا، في حالة ما إذا كان هذا العرض تجاريا أو تنافسيا أو ترويجيا⁽³⁾.

- منع المشرّع الجزائري وفق القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، الإشهارات المضلّة، من خلال المادة 28 منه. ومن المعروف أنّ الإشهار التّضليلي هو الإشهار الذي من شأنه خداع المستهلك أو من الممكن أن يؤدي إلى ذلك⁽⁴⁾.

اشتراط المشرّع الجزائري، من خلال القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية، ضرورة التأكّد من أنّ جميع الشّروط الواجب استيفاؤها للاستفادة من العرض التجاري ليست مضلّة أو غامضة.
- ألزم المشرّع الجزائري المورد الإلكتروني حين مباشرة عملية الإشهار الموجّه للمستهلك الإلكتروني بأن يحدّد الشّخص المخاطب والمستهدف برسالة الإشهار⁽⁵⁾، والغرض من ذلك هو تحديد هوية المستهلك الإلكتروني باعتباره مستهدفا بهذا الإشهار.

1 - معكوف أسماء، "القواعد الوقائية المنظمة للإشهار التجاري"، المرجع السابق، ص. 319.

2 - المرجع نفسه، ص. 320.

3 - اطلع على المطّة 4 من المادة 30 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلّق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق ذكره.

4 - علاق عبد القادر وبوراس محمد، "الإشهار التجاري على ضوء القانون رقم 18-05"، حوليات جامعة الجزائر 1، مجلد 34، عدد 4، 2020، (ص ص. 282_295)، ص. 285.

5 - راجع المادة 30 من من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلّق بالتجارة الإلكترونية، المرجع السابق ذكره.

- ألزم المشرع الجزائري، بموجب المطة 01 من المادة 32 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، المورد الإلكتروني من خلال عملية الإشهار التجاري، بأن يقوم بتسليم وصل استلام عن طريق الاتصالات الإلكترونية يؤكد من خلاله للشخص المعني تسجيل طلبه.

بمعنى أنّ المورد التجاري ملزم، تحت طائلة الإخلال بقواعد ممارسة الإشهار التجاري الإلكتروني، بأن يثبت تلقي طلبات اقتناء السلع والخدمات عن طريق وصول استلام بشأنها وفقا لمتطلبات المعاملة التجارية المنظمة عبر وسيلة اتصال إلكترونية، والغرض من تقرير هذا الالتزام هو توفير إثبات إلكتروني، وتحديد المسؤولية أو انتقائها في المعاملة التجارية المتميزة. وبالتالي، بثّ الثقة والائتمان والمحافظة على الحقوق المترتبة، حسب الأولوية في التقدّم والتتبع، مع تحمّل كل طرف لمسؤوليته في هذه العلاقة التعاقدية ذات الطبيعة القانونية الخاصة⁽¹⁾.

- ألزم المشرع الجزائري، بموجب المطة 2 من المادة 32 من القانون رقم 18-05 نفسه، المورد الإلكتروني حين قيامه بإطلاق إشهار لفائدة سلعته أو خدمته، بضرورة اتخاذ التدابير اللازمة لتلبية رغبة المستهلك الإلكتروني في غضون 24 ساعة.

- منع المشرع الجزائري، بموجب المادة 31 من القانون رقم 18-05 ذاته، الاستبيان المباشر عن طريق الاتصال الإلكتروني، حيث أنّ المشرع الجزائري وضماناً لحماية المستهلك الإلكتروني من تلقي بيانات وإعلانات إشهارية لم يُبد موافقته القبلية علناستقبالها وتلقيها، منع المورد الإلكتروني من إطلاق استبيان مباشر اعتمادا على إرسال الرسائل عن طريق الاتصالات الإلكترونية باستعمال معلومات شخص طبيعي، بأي شكل من الأشكال، لم يُبد موافقته المسبقة لتلقي استبيانات مباشرة عن طريق الاتصال الإلكتروني.

- ألزم المشرع الجزائري، من خلال الفقرة 1 من المادة 32 من القانون رقم 18-05 نفسه، المورد الإلكتروني أن يضع منظومة إلكترونية يسمح من خلالها لكل شخص بالتعبير عن رغبته في عدم تلقي أي إشهار منه عن طريق الاتصالات الإلكترونية، دون مصاريف أو مبررات.

وفي حالة نزاع، ألزم المشرع الجزائري، من خلال المادة 33 من القانون رقم 18-05 السابق ذكره، المورد الإلكتروني أن يثبت أنّ إرسال الإشهارات الإلكترونية خضع للموافقة المسبقة والحرّة، وأنّ شروط المادة 30 من القانون ذاته قد تمّ استيفاؤها.

4 - الجزاء المترتب عن الإشهار التجاري غير المشروع

بالرغم من كون الإشهار أجدّ الوسائل التي تهدف إلى تعريف المستهلكين بالمنتج، إلاّ أنّه يُعتبر من أخطرها باعتبار أنّ العديد من الإشهارات لها دور تحريضي أكثر من دورها الإعلامي، بالإضافة إلى أنّنا نشاهد

¹ - علاق عبد القادر وبوراس محمد، "الإشهار التجاري على ضوء القانون رقم 18-05"، المرجع السابق ذكره، ص. 287.

الكثير من الإشهارات تستخدم كل وسائل التأثير النفسي وبأساليب مبالغ فيها، غالبا ما تُؤدّي إلى تضليل جمهور المستهلكين من خلال زرع الشكوك والأوهام في أذهانهم⁽¹⁾.

في هذا الشأن، منع المشرّع الجزائري الإشهار التّضليلي أو الكاذب، حيث نصّت المادة 36/1 من المرسوم التّفيذي رقم 13-378 المحدّد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك على أنّه:

« يجب أن لا يوصف أو يقدّم أيّ غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطبعا خاطئا بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك ».

بالإضافة إلى المادة 60 من المرسوم نفسه والتي يفهم منها أنّه يُمنع استعمال كل أسلوب للإشهار من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك، لاسيما حول الطبيعة والتركيبية والنوعية الأساسية، ومقدار العناصر الأساسية وطريقة التناول وتاريخ الإنتاج وتاريخ الحدّ الأقصى للاستهلاك والكمية ومنشأ أو مصدر المنتج. كما يُمنع كل بيان يرمي إلى التمييز المفرط لمنتج على حساب منتج آخر مماثل.

كما اعتبره المشرّع الجزائري من قبيل الممارسات التجارية غير النزيهة، حيث نصّت المادة 28 من القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم أنّه:

« دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان، يعتبر إشهارا غير شرعي وممنوعا، كل إشهار تضليلي، لاسيما إذا كان:

1- يتضمّن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التّضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميّزاته،

2- يتضمّن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه،

3- يتعلّق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أنّ العون الاقتصادي لا يتوفّر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار ».

يُعتبر خداع المتعاقد الآخر أو خطأ مدنياً يُثير المسؤولية العقدية لمرتكبه، مع ملاحظة أنّ هذا السلوك يمكن أن يبرز في مرحلة ما قبل التّعاقد، ويُعتبر أدقّ في مرحلة الإشهار. يُشكّل الطابع التّضليلي للإشهار العامل الأساسي للجنحة التي نصّت عليها المادة 28 الذكورة آنفا. يتمّ تقدير الطابع التّضليلي للإشهار من طرف القاضي بالرجوع إلى معيار المستهلك المتوسط الذكاء *Consummateur moyen normalement intelligent*⁽²⁾.

بغية حماية المستهلك من الإشهار التّضليلي الذي يلجأ إليه العون الاقتصادي قصد جلب المستهلك وحثّه على التّعاقد على المنتوجات محلّ الإشهار، أقرّ المشرّع الجزائري جزاءات على ذلك واعتبره من قبيل ممارسات

1 - عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 165.

2 - كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية (وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04)، المرجع السابق، ص. 120.

تجارية غير نزيهة، حيث نصّت المادة 38 من القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم على أنّه:

« تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسّفية مخالفة للأحكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000دج)».

كما أقرّ المشرّع الجزائري عقوبات تكميلية تكمن في المصادرة ونشر الحكم وغلق المحلّات التجارية. فالنسبة للمصادرة، تُجيز المادة 44 من القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم، للقاضي بمصادرة السلع المحجوزة محلّ الإشهار، وعندما يحكم القاضي بالمصادرة، يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسباً للخزينة العمومية. وفي حالة ما إذا صدر حكم يقضي برفع اليد عن حجز السلع وقد تمّ بيعها إثر حجزها، يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبّق من طرف صاحبها أثناء الحجز. ولصاحب السلع المحجوزة الحقّ في أن يطلب من الدولة تعويض الضرر الذي لحقه⁽¹⁾.

- كما يمكن للوالي المختصّ إقليمياً أن يأمر، على نفقة مرتكب جنحة الإشهار التجاري التّضليلي، بنشر قراره كاملاً أو خلاصة منه في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحدّدها طبقاً لما نصّت عليه المادة 48 من القانون رقم 04-02 نفسه.

- كما تُجيز المادة 46 من القانون ذاته للوالي المختصّ إقليمياً، باقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة، إصدار قرار إداري بغلق المحلّات التجارية لمدّة لا تتجاوز سبّتين يوماً في ارتكاب جنحة الإشهار التّضليلي، ويكون قرار الغلق قابلاً للطعن أمام العدالة.

تجدر الإشارة إلى أنّه في مجال التجارة الإلكترونية، نصّت المادة 40 من القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية على ما يلي:

«دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، يعاقب بغرامة من 50.000دج إلى 500.000دج، كلّ من يخالف أحكام المواد 30 و31 و32 و34 من هذا القانون».

المبحث الثاني: مواجهة التعسّف في عقود الاستهلاك

قد ترد شروط في عقد الاستهلاك بناءً على اتّفق الأطراف ولا تكون مجحفة في حقّ أحد الطرفين، ولكن يمكن أن تأخذ هذه الشروط طابعاً تعسفياً ناتجاً عن استعمال السّلطة الاقتصادية للمتدخّل، لكن لم يتطرّق القانون رقم 09-03 المتعلّق بالمستهلك وقمع الغشّ إلى تكريس حماية المستهلك من الشروط التعسّفية، يعود السبب في ذلك إلى كون القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية قد تطرّق إلى تنظيمها قبل

¹ - راجع المادة 45 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق ذكره.

صدر قانون حماية المستهلك السابق ذكره، كما يمكن الاستناد على نصوص هذا القانون كونه يهتم بحماية المستهلك ويبين الضمانات التي أتى بها لحماية هذا الأخير⁽¹⁾.

قبل سنة 2001، كان المشرع الجزائري صامتا أمام ظاهرة الشروط التعسفية واكتفى بالمبدأ الموجود في القانون المدني الذي يحمي كل الأشخاص دون تحديد صفاتهم، والمتمثل في منح القاضي سلطة إعادة النظر في عقود الإذعان متى تضمنت شروطا تعسفية⁽²⁾. وأمام عالمية تدخل التشريعات لمواجهة الشروط التعسفية وكذا ضغوطات المنظمة العالمية للتجارة، التي أبت الجزائر أن تنظم إليها إلا بعد تعديل نصوصها القانونية وسن أخرى جديدة تتناسب مع قوانين المنظمة نفسها، تحت غطاء عولمة الاقتصاد والقانون، وتلاؤها مع انتهاج الجزائر لنظام اقتصاد السوق، تفتن المشرع الجزائري لضرورة حماية المستهلك من لممارسات التعاقدية التعسفية، حيث أصدر أول نص يكرس للمستهلك بالذات حماي من الشروط التعسفية، وهو القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره⁽³⁾.

انطلاقاً مما سبق ذكره، نتطرق إلى مفهوم الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك (المطلب الأول) ثم نتناول عملية الرقابة على هذه الشروط في تلك العقود (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مفهوم الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك

تخضع العقود، كقاعدة عامة، لمبدأ الحرية في التعاقد، ويترتب عليه في أغلب الأحيان تحقيق التوازن بين التزامات المتعاقدين، نتيجة أن كل طرف يسعى إلى تحقيق مصالحه عن طريق المفاوضات والمساومة أثناء إبرام العقود. غير أن التطور التكنولوجي والصناعي أدى إلى الزيادة في إنتاج السلع والخدمات وتنوعها وتعقدتها، ساعد هذا الوضع على وجود طرف قوي يمتلك القدرة الاقتصادية ومعرفة أسرار السلع والخدمات، وطرف ضعيف يحتاج إلى إشباع حاجاته، الأمر الذي دفع الطرف القوي إلى ابتكار نوع جديد من العقود يُطلق عليها اسم "العقود النموذجية" التي انفرد في صياغتها الطرف القوي وضمنها شروطا تخدم مصالحه دون مراعاة الطرف الآخر.

1 - حيث نصت المادة الأولى من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على ما يلي:
" يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه."

2 - راجع المادة 111 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، المرجع السابق ذكره.

3 - بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2012، ص. 6_7.

وما زاد من تعسف المهني (الطرف القوي) في فرض شروط تعسفية، ظهور وسائل الاتصال الحديثة التي تُمكنه من حمل العديد من المستهلكين على التعاقد دون تفكير أو دراسة لبنود العقد، عن طريق الدعاية والإعلان عبر شبكة الإنترنت مما أدى إلى عدم تحقيق التوازن العقدي⁽¹⁾.

ولإعادة التوازن العقد، اتّجهت كافة التشريعات المقارنة بما فيها التشريع الجزائري إلى توفير الحماية للمستهلك، عن طريق مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك وإخضاعها للرقابة. ولدراسة مفهوم الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، يتطلب ذلك دراسة تعريف هذه الشروط (الفرع الأول) وآليات تحديدها في تلك العقود (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الشروط التعسفية

لقد تعدّدت وتنوّعت تعاريف الشروط التعسفية بين تعاريف فقهية وتعاريف تشريعية. سنتطرق لكلّ تعريف على حدة.

أولاً: التعريف الفقهي للشروط التعسفية

تعدّدت تعريفات الفقه للشروط التعسفية واختلفت بتعدّد واختلاف الرؤية للشروط التعسفي، فعُرف من حيث أطراف العلاقة العقدية فيه ومصدره، لأنّه: « الشرط الذي يضعه المُتدخّل ويعرضه على المستهلك بحيث يكون متعسفاً في استعماله لسلطته الاقتصادية بغية حصوله على ميزة مُجحفة »⁽²⁾.

كما عرّف الشرط التعسفي من حيث طريقة فرضه بأنّه: « الشرط المُحرّر مسبقاً من جانب الطرف ذو النّفوذ الاقتصادي القويّ، والذي يُحوّله ميزة فاحشة عن الطرف الآخر »⁽³⁾.

كما عرّف من حيث طبيعته: « شرط يتنافى مع ما يجب أن يسود التعامل بين الأفراد من شرف ونزاهة وتعاون وحسن النية، ونظراً لكون هذا المقياس يستوعب، إلى جانب الشروط التعسفية، كلّ الشروط التي تتعارض مع فكرة النزاهة والشرف والتعاون وحسن النية، تمّ تعريف الشرط التعسفي بالاستناد إلى معيار الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي لما يفرض المتعاقد القويّ شروطاً على المتعاقد الضعيف الذي لا خبرة له »⁽⁴⁾، أي بتعبير آخر، تمّ تعريف الشرط التعسفي من حيث أثره على العلاقة العقدية وتوازنها كما يلي: « شرط في عقد يترتب عليه عدم توازن واضح بين حقوق والتزامات كلّ من المهني والمستهلك، والمترتبة على عقد الاستهلاك، تتمثّل في مكافأة هذا المهنيّ بميزة نتيجة استخدامه لقوّته الاقتصادية في مواجهة المتعاقد الآخر وهو المستهلك »⁽⁵⁾.

¹ - بولقواس سارة، "الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني"، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، عدد 2، 2017، (ص ص. 45_63)، ص. 54.

² - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 26.

³ - زيوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 5، عدد 2، 2020، (ص ص. 91_116)، ص. 100.

⁴ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 26.

⁵ - زيوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك"، المرجع السابق، ص. 100.

وعلى مستوى الفقه الجزائري، نجد من عرّف الشرط التعسفي على أنه: «هو ذلك الشرط الذي يُورده المهني في تعاقدته مع المستهلك، والذي يؤدي إعماله إلى عدم التوازن الفاحش بين حقوق والتزامات الطرفين، وهو يقدر وقت إبرام العقد بالرجوع إلى ظروف التعاقد وموضوعه وحالة طرفيه وفقا لما تقضي به العدالة»⁽¹⁾.

تم الاعتماد، في التعريف الأخير للشرط التعسفي، على معيارين، يتمثل أحدهما في عدم التوازن الفاحش بين حقوق والتزامات الطرفين، ويتعلق المعيار الآخر بالعدالة، وهذه الأخيرة فكرة معنوية ومثالية يصعب تصديق تحقيقها في عقد الاستهلاك القائم أصلا على انعدام التوازن والمساواة بين أطرافه.

ثانيا: التعريف التشريعي للشرط التعسفي

بداية، نود أن نشير في مجال التجارة الإلكترونية، فعبّر الإحالة التي أشارت إليها المادة 6 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بصدد تعريف العقد الإلكتروني، وبالرجوع إلى أحكام القانون رقم 02-04

المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي عرف بدوره العقد⁽²⁾، نجد أنّ فكرة الشرط التعسفي تظهر أيضا من خلال تعريف العقد، وبالتالي كلّ ما يلحق بهذا التعريف من خلال القانون رقم 02-04 يلحق بالتبعية تعريف العقد الإلكتروني والحماية من الشرط التعسفي لصالح المستهلك الإلكتروني، لأنّ القانون رقم 05-18 لم يشر لمسألة الشرط التعسفي وطرق مواجهته لصالح المستهلك الإلكتروني، وهذا راجع إلى الإحالة التي قام بها القانون رقم 02-04 السالف ذكره.

عرّفت المادة 5/3 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الشرط التعسفي كما يلي:

« شرط تعسفي: كلّ بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدّة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد ».

والملاحظ من نصّ هذه المادة، أنّ المشرع الجزائري أورد تعريفا عاما، يصلح وضعه في أي إطار قانوني آخر غير قانون الاستهلاك، فهو لا يعكس الهدف من تقرير الحماية من الشرط التعسفي وهو المستهلك، لأنّه لم يحدّد أطراف العقد بدقة، كما أنّ عدم التّحديد هذا يعطي انطبعا لتقرير درجة الحماية نفسها للطرفين دون تفضيل ما لا يتّسم وغاية نظام الشرط التعسفي في تحقيق حماية قانونية للمستهلك في مواجهة المهني⁽³⁾.

1 - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09_03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 26.

2 - حيث نصت المادة 3/4 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على ما يلي: "عقد: كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه..."

3 - بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشرط التعسفي في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص. 55.

هذا مع العلم أنّ القانون رقم 04-02 السّالف الذّكر يهدف إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التّجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم من جهة، وبين هؤلاء والمستهلكين ومن جهة أخرى، وكذا حماية المستهلك وإعلامه⁽¹⁾.

وعليه، يمكن القيام بتعريف الشّروط التعسّفي كما يلي:

« الشّروط التعسّفي، هو ذلك البند التّعاقدي الصادر عن المهني بصورة منفردة في مواجهة المستهلك، والذي ينجم عن فرضه اختلالا ظاهرا بين حقوق والتزامات الطرفين لصالح المهني بشكل يجحف بمصالح المستهلك »⁽²⁾.

ومع ذلك، يُستنتج من خلال تعريف المشرّع الجزائري للشّروط التعسّفي، من خلال المادة 5/3 من القانون رقم 04-02 السّابق نكرها، أنّه بمجرد إحداثه خلافا في التّوازن العقدي يتحقّق هذا الشّروط، الذي يتمّ إدراجه في عقد مبرم بين طرف ضعيف وطرف قوي اعتاد على وضع مثل هذا الشّروط من قبل هذا الأخير لا يقبل التفاوض حول مضمونه، ويؤدي عند إدراجه إلى إحداث اختلال في التّوازن بين حقوق والتزامات أطراف العقد⁽³⁾.

كرّس المشرّع حماية للمستهلك المتضرّر من الشّروط التعسّفية تقوم على أسس موضوعية أكثر منها شخصية، فوفق المشرّع في ذلك كونه لم يربط مفهوم الشّروط التعسّفي بمسائل ذاتية قد يتعدّر إثباتها بالنظر إلى المركز الذي يتواجد فيه أطراف العلاقة الاستهلاكية. بالإضافة إلى ذلك، أخذ المشرّع بمعيار الاختلال الظاهر بالتّوازن، وهذا ما يظهر من عبارة "من شأنه الإخلال الظاهر بالتّوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"، فأراد بتبنيّه لهذا المعيار توفير حماية فعّالة للمستهلك⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: آليات تحديد الشّروط التعسّفية في عقود الاستهلاك

كرّس القانون الجزائري آليات لتحديد الشّروط التعسّفية تتمثّل في كلّ من أساليب مباشرة لتحديدها على سبيل المثال ومعايير يتمّ الاعتماد عليها في حالة عدم تعيين تلك الشّروط عن طريق تلك الأساليب.

أولا: أساليب تعيين الشّروط التعسّفية في عقود الاستهلاك

اعتمد القانون الجزائري أسلوبين يتمّ من خلالهما معرفة الشّروط التعسّفية وهي الأسلوب التّشريعي بموجب القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التّجارية، والأسلوب التّنظيمي بموجب المرسوم التّنفيذي رقم 06-306 المحدّد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود

1 - اطلع على المادة الأولى من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق ذكره.

2 - بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص. 55.

3 - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09_03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 25.

4 - بودالي محمد، "الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر"، دار هومة، الجزائر، 2008، ص ص.

التي تعتبر تعسفية⁽¹⁾. وبهذين الأسلوبين يتم إعداد قوائم تضم جملة من أهم الشروط التعسفية التي تحوز هذه الصفة بقوة القانون.

ولعل أهم ميزة لهذين الأسلوبين تتعلق بعدم الحاجة لإثبات الطابع التعسفي للشروط الذي يبقى مفترضا في إطار ما ذكر من شروط في هذه القوائم، أما خارجها، فالبيّنة على من ادّعى وفقا للقواعد العامة، إذ يقع على المستهلك عبء إثبات أنّ الشرط المتنازع فيه ورد بشكل تعسفي⁽²⁾.

1- الأسلوب التشريعي

يقصد بهذا الأسلوب أن يعدّ المشرّع الجزائري قائمة بالشروط التعسفية مثلما فعل في الماد 29 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي نصّت على ما يلي:

« تُعتبر بنودا وشروطا تعسفيا في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

- 1 - أخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك،
 - 2 - فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط حقّقها متى أراد،
 - 3 - امتلاك حقّ تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميّزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك،
 - 4 - التفرّد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرّد في اتخاذ قرار البتّ في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية،
 - 5 - إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها،
 - 6 - رفض حقّ المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالالتزام أو عدّة التزامات في ذمّته،
 - 7 - التفرّد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة،
 - 8 - تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرّد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية غير متكافئة ».
- إنّ هذه البنود والشروط التعسفية المذكورة على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر، ويظهر ذلك من خلال استعمال المشرّع الجزائري، في المادّة 29 السالف الذكر، عبارة "لاسيما". كما أنّ المشرّع استعمل لفظا عاما "البائع" ولم يحدّد المقصود بالبائع إن كان بائعا مهنيا أو عاديا أم عرضيا. تعدّ كذلك هذه القوائم ملزمة

¹ -مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدّد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر.ج.ج.، عدد 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006 معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08_44 المؤرخ في 3 فيفري 2008، ج.ر.ج.ج.، عدد 7، الصادر في 10 فيفري 2008.

² - بوشارب ايمان، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، المرجع السابق، ص. 71.

للقاضي ففلا يكون له أية سلطة تقديرية بشأن الطابع التعسفي للشروط المتضمنة في المادة 29 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽¹⁾.

إلى جانب الشروط التعسفية الثمانية المحدد بموجب المادة 29 السالفة الذكر، اعتمد القانون الجزائري كذلك من أجل تعيين الشروط التعسفية على الأسلوب التنظيمي وذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، وهذا ما سنوضحه أدناه.

2- الأسلوب التنظيمي

أخذ المشرع الجزائري بنظام حظر الشروط التعسفية بموجب المراسيم التي تصدرها الحكومة، وفي هذا الصدد نصت المادة 30 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، على أنه:

« بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود، ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية ».

تطبيقاً لنص المادة 30 السالفة الذكر، صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المعدل والمتمم، المذكور أعلاه، حيث يفهم من المادة 5 منه، أنه تُعتبر تعسفية، البنود التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي:

- تقليص العناصر الأساسية للعقود المذكورة في المادتين 2 و3 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 السالف الذكر،

- الاحتفاظ بحق تعديل العقد أو فسخه بصفة منفردة، بدون تعويض للمستهلك،

- عدم السماح للمستهلك في حالة القوة القاهرة بفسخ العقد، إلا بمقابل دفع تعويض،

- التخلي عن مسؤوليته بصفة منفردة، بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته،

- النص في حالة الخلاف مع المستهلك على تخلي هذا الأخير عن اللجوء إلى أية وسيلة طعن ضده،

- فرض بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد.

- الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من طرف المستهلك في حالة ما إذا امتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في التعويض في حالة ما إذا تخلى العون الاقتصادي هو بنفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه،

¹ - لمزيد من التفاصيل حول كل شرط من الشروط التعسفية الواردة في المادة 29 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أنظر، بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09_03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، صص. 31_33.

- تحديد مبلغ التعويض الواجب دفعه من طرف المستهلك الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته، دون أن يحدّد مقابل ذلك تعويضا يدفعه العون الاقتصادي الذي لا يقوم بتنفيذ واجباته،
- فرض واجبات إضافية غير مبرّرة على المستهلك،
- الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب المستحقة بغرض التنفيذ الإجباري للعقد دون أن يمنحه نفس الحق،
- يعفي نفسه من الواجبات المترتبة عن ممارسة نشاطاته،
- يحمل المستهلك عبء الواجبات التي تعتبر من مسؤوليته⁽¹⁾.

بيدو، من خلال المادة 1/5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 نفسه، أنّ هذه القائمة جاءت على سبيل الحصر لا على سبيل المثال، ويظهر ذلك من عبارة: « تعتبر تعسّفية البنود التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي...»، إذ لم تتضمن هذه الفقرة ما يُفيد أنّ القائمة جاءت على سبيل المثال. لكن يمكن القول أنّه حتّى ولو كانت القائمة المحدّدة للشروط المعتبرة تعسّفية الواردة في المادة 5 المذكورة أعلاه تبدو حصرية، إلّا أنّ المادة 30 من القانون رقم 04-02 المعدّل والمتمّم، تعطي الحكومة حقّ إصدار مراسيم تحدّد قوائم جديدة للشروط التعسّفية، وبالتالي نستنتج أنّ القائمة المذكورة في المادة 5 ذاتها ليست على سبيل الحصر⁽²⁾.

ثانياً: معايير تحديد الشروط التعسّفية في عقود الاستهلاك

ذكرنا فيما سبق بأنّ الشروط التعسّفية، كما وردت في صلب النصوص القانونية التي اعتمدت أسلوب القوائم لتحديدها، لم تكن على سبيل الحصر، ما يعني أنّه بالإمكان أن ترد في العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين بعض الشروط التي يتوافر فيها الطابع التعسّفي بالرغم من عدم ورودها في هذه القوائم القانونية المنظّمة للشروط التعسّفية. فظهور الشرط التعسّفي بالنسبة للطرف الضعيف يكون ما عند إبرام العقد، وقد لا يُكتشف وجوده إلّا عند التطبيق، الأمر الذي يطرح إشكالية التصدي للشروط المطعون في تعسّفه في حالة ما إذا ثبت عدم إدراجه ضمن القوائم القانونية⁽³⁾.

لذلك ومن باب تفعيل الحماية وتقادي أيّ فراغ قانوني يمنح فرصة تغليب المهني لمركزه القوي على حساب المستهلك من خلال التمسك بعدم ورود الشرط المطعون في طابعه التعسّفي ضمن القوائم القانونية، فقد عمد المشرّع الجزائري إلى إقرار معيار من أجل الوقوف على مدى كون الشرط تعسّفيًا من عدمه، وذلك ما يُستشفى

1 - لمزيد من التفاصيل حول كل شرط تعسفي، أنظر، بوروب منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، صص. 34_38.

2 - زيوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسّفية في عقود الاستهلاك"، المرجع السابق، ص. 111.

3 - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسّفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع: قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص ص. 23_24.

بمناسبة تعريف المشرع الجزائري للشرط التعسفي في المادة 5/3 من القانون رقم 04-02 والتي استهل من خلالها عبارة «... الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد».

قبل التطرق إلى معيار تحديد الشرط التعسفي في عقود الاستهلاك وفقل للمشرع الجزائري، نتطرق أولاً إلى معايير تحديد ذلك الشرط وفقاً للفقهاء.

1 - معايير تحديد الشروط التعسفية وفقاً للفقهاء

ثار جدال كبير بين الفقهاء حول المعيار الذي يمكن الاستناد إليه للوقوف على ما إذا كان الشرط أو البند تعسفياً من عدمه.

حيث ذهب بعض الفقهاء إلى أنه يمكن الوقوف على مدى اعتبار الشرط تعسفياً من عدمه بالجوء إلى المعيارين التاليين وهما: معيار النفوذ الاقتصادي ومعيار الميزة الفاحشة (المفرطة).

أ - معيار النفوذ الاقتصادي

يُقصد بالنفوذ الاقتصادي في اختلال التوازن العقدي، ذلك التعسف الاقتصادي الذي يسمح لأحد الأطراف بفرض شروطه على الطرف الآخر، فقد يلجأ المهني المشتري إلى استخدام وسائل غير أمينة لاستغلال الضعف الاقتصادي للطرف المذعن (المستهلك).

ويستدل على النفوذ الاقتصادي للمهني بالاعتماد على الوسائل والمؤشرات التالية: وضع المهني في السوق، وحالة السوق ومحلّه، وضع المستهلك.

عيب على هذا المعيار أنه معيار غامض، فالسلطة الاقتصادية ونفوذها ليست مرادفاً لقوة المهني المشتري، فقد يكون هناك مهني بسيط مثل الميكانيكي، يمكنه استخدام وضعه أو نفوذه المسيطر. على خلاف ذلك، قد تكون هناك مؤسسة كبيرة معروفة تخشى فرض هذا النفوذ الاقتصادي للحفاظ على سمعتها وتجنب حدوث كارثة تجارية لها⁽¹⁾.

ب - معيار الميزة الفاحشة (المفرطة)

كتكملة لمعيار النفوذ الاقتصادي الذي يؤدي إلى التعسف في استعمال القوة الاقتصادية، ذهب الفقهاء إلى اعتبار الميزة الفاحشة (المفرطة) أيضاً كمعيار لتحديد التعسف، فلا يُعتبر الشرط تعسفياً إلا إذا منح هذا الأخير ميزة فاحشة التي تعتبر بدورها محصلة لتعسف المتدخل في استعمال قوته الاقتصادية، أي استخدام نفوذه الاقتصادي بطريقة تعسفية، ولا يكون الهدف من ورائها تحصيل مقابل مالي خاصة عندما يتعلق الأمر بشروط التنفيذ والفسخ والانهال وتجديد الاتفاق، وكذلك بالنسبة لشروط تسليم محل العقد، فينبغي أن يتم حصر الميزة المجحفة بالنظر لما تخلفه للعقد من عدم التوازن بين حقوق والتزامات الطرفين⁽²⁾.

¹ - بركات كريمة، "الحماية القانونية للمستهلك في عقود الإذعان"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مجلد 6، عدد 2، 2011، ص 295.

² - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09_03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص 27.

ولا يصلح معيار الميزة الفاحشة منفردًا لاعتبار الشرط أو البند تعسفيًا، كما لا يصلح الاعتماد على معيار النفوذ الاقتصادي فقط، وإنما لابد من دمج المعيارين الأخذ بهما معًا. فالمعيران مرتبطان ببعضهما ارتباط السبب بالنتيجة ويمكن من خلالها إعادة التوازن العقدي، فهما متلازمان⁽¹⁾.

2- معايير تحديد الشروط التعسفية وفقا للمشرع الجزائري: معيار الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي

بالرجوع إلى نص المادة 5/3 من القانون رقم 04-02، المعدل والمتمم، نلاحظ أنّ المشرع الجزائري قد اعتمد معيارا واحدا للتعسف، وهو الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات الطرفين.

كان إعمال المشرع الجزائري لهذا المعيار بارزا على معظم الشروط التعسفية الواردة في المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ومن ذلك الفقرات 2 و3 و4 و8 و10، حيث تنصّ الفقرة 7 مثلا على: «الاحتفاظ بالمبالغ المدفوعة من قبل المستهلك في حالة ما إذ امتنع هذا الأخير عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه دون إعطائه الحق في حالة ما إذا تخلى العون الاقتصادي هو نفسه عن تنفيذ العقد أو قام بفسخه»، وكذلك 10 التي تنصّ على: «الاحتفاظ بحق إجبار المستهلك على تعويض المصاريف والأتعاب المستحقة بغرض التنفيذ الإجباري للعقد دون أن يمنحه نفس الحق».

يجوز، إذن، للقاضي الجزائري الاستناد على الشرط التعسفي الوارد في المادة 5/3 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ليكيّف شرطا بأنه شرط تعسفي رغم عدم ذكره في القائمة الواردة في المادة 29 من القانون ذاته، ورغم عدم ذكره أيضا ضمن القائمة الواردة في المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المذكور أعلاه، وذلك تحت رقابة المحكمة العليا على التطبيق الذي يقوم به قضاة الموضوع⁽²⁾.

المطلب الثاني: الرقابة على الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك

من أجل تحقيق حماية المستهلك من الشروط التعسفية، أوجد المشرع الجزائري وسائل وآليات قانونية من شأنها القضاء على الممارسات التعسفية في عقود الاستهلاك باعتبارها تُشكّل أحد أهمّ التجاوزات القانونية والعقبات الشائعة في مجال المعاملات الاستهلاكية - التقليدية والإلكترونية - وانطلاقا من ذلك، كرس القانون الجزائري الرقابة على الشروط التعسفية تتمثل في: الرقابة الإدارية (الفرع الأول) والرقابة القضائية (الفرع الثاني).

¹ -بركات كريمة، "الحماية القانونية للمستهلك في عقود الإذعان"، المرجع السابق، ص. 296.

² - زيوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك"، المرجع السابق، ص. 111.

الفرع الأول: الرقابة الإدارية على الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك

سخر القانون الجزائري وسيلة تتمثل في الرقابة الإدارية، وذلك من خلال إنشاء جهاز إداري للرقابة على الشروط التعسفية والمتمثل في لجنة البنود التعسفية بموجب الفصل الثالث من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 السالف الذكر.

أولاً: مفهوم لجنة البنود التعسفية باعتبارها الجهاز الإداري المكلف برقابة الشروط التعسفية

في ظل القواعد المعاصرة لحماية المستهلك من الشروط التعسفية التي تتضمنها العقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، والتي غالباً ما تؤدي إلى غياب التوازن العقدي، تعددت طرق الرقابة على شروط العقد، إذ ظهرت آليات حديثة تتجسد في إنشاء لجنة الشروط التعسفية التي تتعدّد أدوارها في إطار حماية المستهلك من الشروط التعسفية؛ غير أنّ الدور البارز لهذه اللجنة يظهر في الفترة السابقة لإبرام العقود، وذلك من خلال مراقبة نماذج العقود المُعدّة أثناء الممارسات التعاقدية، وذلك بغرض إبداء رأيها حول طبيعة هذه الشروط⁽¹⁾.

جسد القانون الجزائري توجهه في اعتناق الأسلوب الإداري في معالجة ظاهرة الشروط التعسفية في الفصل الثاني من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي جاء بعنوان "البنود التي تعتبر تعسفية" وذلك بموجب المواد من 5 إلى 17 منه.

لكن كما سبق أن أشرنا إليه سابقاً، فإنّه سبق للمشرع الجزائري في سنة 2004، بمناسبة صدور القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وأن لمّح إلى منع تضمين العقود بمختلف أنواعها الشروط التي تعتبر تعسفية عن طريق التنيظم⁽²⁾.

وفي هذا المقام، سنتطرق إلى تعريف لجنة البنود التعسفية وتشكيلتها.

1 - تعريف لجنة البنود التعسفية

أنشئت لجنة البنود التعسفية لدى الوزير المكلف بالتجارة، وهذا بموجب المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، مما يعني أنّ هذه اللجنة تابعة لوزارة التجارة وتعمل تحت وصايتها. في ظل غياب تعريف لهذه اللجنة ضمن جميع النصوص القانونية التي أشرنا إليها سابقاً، يمكن القول أنّها عبارة عن تنظيم قانوني أوجدته السلطة التنظيمية لدعم حماية مصالح المستهلكين من اعتداء المهنيين والذين يرتبطون مع بعضهم البعض بواسطة عقود استهلاك يغلب عليها الطابع الإذعاني⁽³⁾.

1 - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص. 78.

2 - راجع المادة 30 من القانون 04_02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق ذكره.

3 - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص. 80.

تجدر الإشارة إلى أنه من بين دوافع استحداث هذه اللجنة، هو الرغبة في تفادي قدر الإمكان تدخّل القضاء في منازعات الاستهلاك وما ينجّر عنها من تكاليف باهضة وطول الإجراءات وتعقيدها في اتجاه جديد يقوم على الحفاظ على مصلحة المستهلك بالدرجة الأولى من خلال الحفاظ على العقد الذي يكون طرفاً فيها⁽¹⁾.

2 - تشكيلة لجنة البنود التعسفية

نصّت المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، والمعدّلة بموجب المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 08-44، على أنه:

«تتكوّن اللجنة من خمسة (5) أعضاء دائمين وخمسة (5) أعضاء مستخلفين يتوزعون كما يأتي:

- ممثلان (2) عن الوزير المكلف بالتجارة، مختصان في مجال الممارسات التجارية،
- ممثلان (2) عن وزير العدل، حافظ الأختام، مختصان في قانون العقود،
- ممثلان (2) عن مجلس المنافسة،
- متعاملان اقتصاديان (2) يمثلان الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود،

- ممثلان (2) عن جمعيات حماية المستهلكين، مؤهلان في مجال قانون الأعمال والعقود،

يمكن للجنة الاستعانة بأي شخص آخر بوسعه أن يُفيدا في أعمالها».

نجد، من خلال هذه التشكيلة، أنّ لجنة البنود التعسفية تضمّ إداريين وأعضاء يمثلون المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، لتكون السلطة التنظيمية بذلك قد مثّلت جميع الأطراف المعنية بتشكيلة لجنة الشروط التعسفية تمثيلاً عادلاً يكفل حسن أدائها لدورها في مواجهة الشروط التعسفية. كما تكشف تشكيلة هذه اللجنة عن رغبة المشرّع في معالجة الشروط التعسفية التي يحتمل ورودها في العقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين على أساس الحوار والتشاور لا الإكراه⁽²⁾.

ثانياً: اختصاصات لجنة البنود التعسفية كجهاز إداري مكلف برقابة الشروط التعسفية

تُكفّل لجنة البنود التعسفية طبقاً للمادتين 7 و12 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، بمهام البحث في كلّ العقود المطبّقة من طرف المهنيين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي، كما تصيغ توصيات تبليغ إلى الوزير المكلف بالتجارة والمؤسسات المعنية، إضافة إلى إمكانية قيامها بكلّ دراسة أو خبرة متعلّقة بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكين. زيادة على ذلك، يمكنها مباشرة كلّ عمل آخر يدخل في مجال اختصاصها⁽³⁾،

1 - المرجع نفسه.

2 - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص. 82.

3 - راجع المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدّد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، المرجع السابق ذكره.

ونشر آرائها وتوصياتها وكلّ المعلومات المفيدة بكلّ الوسائل الملائمة، وفي كلّ سنة تقوم بإعداد تقرير نشاط يُبلّغ إلى الوزير المكلف بالتجارة ويُنشر كليا أو مستخرجات منه بكل وسيلة ملائمة⁽¹⁾.

في إطار ممارسة اللجنة لمهامها، يمكن أن تخطر من تلقاء نفسها أو تخطر من طرف الوزير المكلف بالتجارة ومن طرف كلّ إدارة وكلّ جمعية مهنية وكلّ جمعية حماية المستهلكين أو كلّ مؤسسة أخرى لها مصلحة في ذلك⁽²⁾.

الفرع الثاني: الرقابة القضائية على الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك

قد يتبادر إلى الأذهان لأوّل مرة أنّ القضاء ليس له دور في معالجة الشروط التعسفية في ظل وجود قواعد تشريعية تُقرُّ بأنّ العقد يحلّ مقام القانون وفقا لقاعدة "العقد شريعة المتعاقدين"، خصوصا لو أخذنا بعين الاعتبار كلّ الوسائل القانونية الوقائية التي تمّ رصدها للحول دون المنازعة إطلاقا في بنود العقد لتعلّقها بسلمة أو خدمة يستحيل استغناء المستهلك عنها.

غير أنّه ولمّا ثبتت محدودية هذه الوسائل والآليات الوقائية، بات لزاما الاعتراف للقاضي للتدخّل لتحقيق التوازن العقدي بين الالتزامات المتقابلة في الالتزام العقدي ومنع الضّرر بأحد أطرافه والعمل على تصحيح العقد ممّا شابه من شروط تعسفية⁽³⁾، وهذا ما سنتطرّق إليه من خلال عرض آليات تدخّل القاضي وفقا للقواعد التقليدية العامّة، ثمّ وفقا للقانون رقم 02-04 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة.

أوّلاً: الرقابة القضائية على الشروط التعسفية وفقا للقواعد العامّة

بموجب المادة 110 من القانون المدني، التي منح المشرّع الجزائري من خلالها السّلطة للقاضي للتدخّل في حالة وجود عقد تمّ بطريق الإذعان وتضمّن شروطا تعسفية، يكون للقاضي ما يلي:

« إذا تمّ العقد بطريقة الإذعان، وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدّل هذه الشروط وأن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفقا لما تقضي به العدالة ويقع باطلا كلّ اتفاق على خلاف ذلك».

فيجوز للمستهلك، بموجب هذه المادة أن يلجأ إلى القضاء للمطالبة بتعديل الشروط التعسفية الواردة في عقود الاستهلاك أو بإعفائه منها، فللقاضي بموجب هذه المادة سلطة تقديرية في تعديل هذه الشروط لإزالة عدم التوازن في العلاقة التعاقدية، أو إعفاء الطرف المذعن منها لمّا يتحقّق القاضي من عدم تحقّق العدل، ويكون هذا الإعفاء عن طريق الحكم بتعطيل الشّرط التعسّفي لكن بشرط تقيده بمقتضيات العدالة.

تتعارض هذه السّلطة التقديرية الممنوحة للقاضي مع نطاق تطبيق المادة 29 من القانون رقم 02-04 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة، التي أوردت قائمة سوداء لا تكون للقاضي إزاءها أيّة سلطة

1 - اطلع على نص المادة 12 من المرسوم نفسه.

2 - أنظر المادة 11 من المرسوم ذاته.

3 - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص. 99.

تقديرية، والأمر نفسه ينطبق على القائمة المحددة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تُعتبر تعسفية.

بينما يتمتع القاضي، طبقاً للقواعد العامة في ظل المادة 110 المذكورة آنفاً، بسلطة تقديرية واسعة تتمثل في تعديل الشرط، أو إعفاء الطرف المذعن من الخضوع له، مما يؤدي إلى بقاء العقد قائماً في كلتا الحالتين، فيتماشى ذلك مع مصلحة المستهلك، فضلاً على أن سلطة القاضي وفقاً لعبارة المادة 110 ذاتها هي سلطة جوازية وليست وجوبية، فيستطيع قاضي الموضوع أن يستعمل الرخصة المخولة له من المشرع بالرغم من وجود شروط تعسفية في عقد الاستهلاك.

يملك القاضي، إلى جانب سلطته في تعديل الشروط التعسفية أو الإعفاء منها، الحق في تفسير العبارات الغامضة لمصلحة المستهلك، حيث نصت المادة 111 من القانون المدني على ما يلي:

«إذا كانت عبارة العقد واضحة فلا يجوز الانحراف عنها من طريق تأويلها للتعرف على إرادة المتعاقدين. أما إذا كان هناك محل لتأويل العقد، فيجب البحث عن النية المشتركة للمتعاقدين دون الوقوف عند المعنى الحرفي للألفاظ، مع الاستهداء في ذلك بطبيعة التعامل، وبما ينبغي أن يتوافر من أمانة وثقة بين المتعاقدين، وفقاً للعرف الجاري في المعاملات».

يفهم من نص المادة 112 من القانون المدني، أن الشك يؤول في مصلحة المدين، غير أنه لا يجوز أن يكون تأويل العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المذعن.

- يتمتع القاضي أيضاً بصلاحيّة محاربة الشرط الجزائي الذي أجمع الفقه على تعريفه كما يلي: « اتفاق المتعاقدين مقدماً على مقدار التعويض الذي يستحقه الدائن، إذا لم يتم بتنفيذ التزامه، أو تأخر في التنفيذ»⁽¹⁾. يشكّل الشرط الجزائي ضماناً حقيقية بالنسبة للدائن، على أساس أنه يكفل له تعويضاً مناسباً للأضرار التي تلحق به في حالة عدم تنفيذ المدين لالتزاماته، كما تُشكّل بالمقابل ضغطاً مباشراً على المدين لدفعه إلى الوفاء بكلّ التزاماته العقدية من أجل تقادي دفع مبلغ التعويض.

على الرغم مما لهذا الشرط من فائدة لكلا المتعاقدين باعتباره يحقق الغاية التي يبرجوها كلاهما من التعاقد، إلا أن الحرية المتروكة لهما في تحديد مبلغ التعويض قد تتجاوز حدود المعقول، وهو ما دفع المشرع الجزائري إلى تنظيم أحكام الشرط الجزائي بموجب المواد 183 و185 من القانون المدني الجزائري.

قيّد المشرع الجزائري حرية الأطراف المتعاقدة في تحديد قيمة التعويض الاتفاقي، وذلك بإعطاء القاضي سلطة مراجعة الشرط وإبطاله في حالة المغالاة فيه حماية للطرف المضرور، كما يظهر حرص المشرع في تأطير أعمال هذا الشرط عن طريق اشتراط أن يكون التعويض المتفق عليه متناسباً مع الضرر اللاحق بالدائن، وعلى القاضي أن يعمل هذا الشرط ما لم يثبت المدين خلاف ذلك.

¹ - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص. 107.

ثانياً: الرقابة القضائية وفقاً للقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

قرّر المشرع الجزائري وسائل جديدة لمحاربة الشروط التعسفية، وذلك بضبط الجزاء المدني المترتب عن إدراج هذه الشروط في العقود بعيداً عن السلطات الجوازية التقليدية الممنوحة للقاضي في نطاق عقود الإذعان. إضافة إلى ذلك، فقد قرّر في القانون رقم 04-02 عقوبات جزائية على المخالفين للنصوص القانونية المنظمة للشروط التعسفية.

1 - الجزاء المدني

لم يصرح المشرع الجزائري لا في القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ولا في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 عن الجزاء المترتب عن تضمين العقد شروطاً تعسفية من شأنها الإضرار بمصالح المستهلك، لكن باستقراء هذه النصوص، خصوصاً المادة 29 من القانون رقم 04-02 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، سوف يتجلى بوضوح بأنّ الشروط الواردة فيها هي شروط باطلة بقوة القانون.

يعتبر هذا الجزاء من بين النتائج المترتبة عن الضبط القانوني المسبق للشروط التعسفية والتي اصطلح على تسميتها بالقوائم السوداء، والتي لا يملك القاضي إزاءها أية سلطة تقديرية لتقرير بطلانها بغض النظر عن حسن أو سوء نية الطرف القوي، وهو من دون شكّ نظام موضوعي ينظر إلى الشرط ولا ينظر إلى شخصية أو نفسية المتعاقدين⁽¹⁾.

قد يحدث وأن ينشب نزاع بين المهني والمستهلك بخصوص الطابع التعسفي لشرط واحد أو أكثر من شروط العقد التي لم يأت ذكرها ضمن القوائم الواردة في المادة 29 من القانون رقم 04-02 والمادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، وهي الحالة التي لا تجيز للقاضي إثارة الطابع التعسفي للشرط إلا إذا دفع بذلك المستهلك باعتباره الطرف المضرور صاحب المصلحة.

إنّ المسألة الجوهرية التي تجدر الإشارة إليها في هذا المقام هي أنّ التمييز بين الشروط الباطلة بقوة القانون وتلك التي يخضع تقديرها لسلطة القاضي أمر في بالغ الأهمية، ذلك أنّ الأولى باطلة بطلاناً مطلقاً وهذا البطلان يلزم القاضي والمهني على حدّ السواء، كما أنّ حقّ المطالبة بالبطلان مقرّر لأطراف العقد إضافة إلى الغير. وعلى هذا الأساس، يحقّ لجمعيات حماية المستهلك، في حالة معابقتها لأحد الشروط التعسفية الواردة سواء في عقد منفرد أو في إحدى العقود النموذجية وتبيّن ذكره ضمن القوائم القانونية المسبقة، أن تطالب أمام القضاء بإلغائها، في حين أنّ الشروط التي لم يرد ذكرها في القوائم القانونية وثار نزاع بشأن طابعها التعسفي فإنّ

¹ - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص ص. 110_111.

حقّ المطالبة بإلغائها يبقى حقًا خالصا للمستهلك المضرور، وتكون للقاضي السّطة التقديرية في الفصل في هذا الطّلب، ممّا يعني أنّ هذا البطلان بكلّان نسبي وهو ما يتماشى ومصّلحة المستهلك⁽¹⁾.

يستعين القاضي لتقدير الطابع التعسفي بالمعايير التي سبق الإشارة إليها، كالإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد وفقا للتعريف الوارد في المادة 5/3 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المتعلق بالشروط التعسفي، وهو مت يتطلّب من القاضي مراعاة بنود العقد في شموليتها والظروف المحيطة بزمان إبرام العقد والشروط التي يتطلّبها عقد آخر مرتبط بالعقد محلّ النزاع⁽²⁾.

2 - الجزء الجزائي

بالرجوع إلى المادة 38 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإنّها اعتبرت ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26، 27، 28 و 29 من القانون ذاته. كما نصّت المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، على أنّه:

« تتمّ المراقبة والمعايينة وكذا العقوبات المترتبة على مخالفات أحكام المادة 5 من هذا المرسوم طبقا لأحكام القانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 والمذكور أعلاه».

وطبقًا لنصّ المادة 38 من القانون رقم 04-02 يعاقب على الممارسات التعاقدية التعسفية بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).

إلى جانب الغرامة المالية التي تُعتبر عقوبة أصلية بخصوص الجرائم المتعلقة بالشروط التعسفية، فقد أقرّ المشرّع الجزائري عقوبات تبعية في حالة العود⁽³⁾، وذلك في الفصل الثاني من القانون رقم 04-02 الذي جاء بعنوان "عقوبات أخرى"، حيث تضمّنت المادة 47 منه مسألة العود أين قرّرت إجراء الغلق الإداري الذي يمكن اللجوء إليه نظرا لما سببه أو يمكن أن يسببه العون الاقتصادي من إدراج الشروط التعسفية تجاه زبائنه. والتي تُعدّ في حالة العود مخالفة قام بها العون الاقتصادي لها علاقة بنشاطه خلال السنتين اللتان تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط⁽⁴⁾.

1 - المرجع نفسه، ص. 112.

2 - صبايحي ربيعة، "تطور دور القضاء في حماية المستهلك من الشروط التعسفية"، الملتقى الدولي حول التحول في فكرة النظام العام من النظام العام إلى الأنظمة العامة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 7 و 8 ماي 2014، (ص. 1_14)، ص. 6.

3 - معوش رضا، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المرجع السابق، ص. 115.

4 - راجع المادة 47/1 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق ذكره.

تتخذ إجراءات الغلق الإداري بموجب قرار من الوالي المختص إقليمياً، بناءً على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة. ويكون قرار الغلق قابلاً للطعن أمام القضاء. وفي حالة إلغاء قرار الغلق، يمكن للعون الاقتصادي المتضرر المطالبة بتعويض الضرر الذي لحقه أمام الجهة القضائية المختصة⁽¹⁾.

وفي حالة العود هذه، تضاعف العقوبة، ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 2 من القانون رقم 04-02 نفسه، بصفة مؤقتة ولا تزيد هذه المدة على 10 سنوات، وتضاف لهذه العقوبات، زيادة على ذلك، عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى 5 سنوات⁽²⁾.

وبناءً على نص المادة 48 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، يمكن للوالي المختص إقليمياً، وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائياً، نشر قراراتهما كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يُحددها.

المبحث الثالث: الأجهزة والهيكل المكلفة بحماية المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة للقيام بعدة صلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته، ويختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست من أجله، فقد كلفت بسلطة رقابة الحياة الاقتصادية وتنظيمها والتي تجمع المستهلك بالمهني أو المهنيين فيما بينهم، سواء على الصعيد الوطني أو على الصعيد المحلي، وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها، وحسب النظام التابعة له، فهناك هيئات إدارية وأخرى قضائية. كما ظهرت إلى الوجود هيئات أخرى مستقلة عن النظامية السابق ذكرها، حيث أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك وهي مؤسسات المجتمع المدني.

وعليه، سنقوم بدراسة أهم الأجهزة المنشأة في التشريع الجزائري والتي كلفت بحماية المستهلك والدفاع عنه، قصد معرفة مدى الدور الذي تلعبه في إطار هذه الحماية، والتي تتمثل في الهيئات الإدارية (المطلب الأول) وجمعيات حماية المستهلك باعتبارها من مؤسسات المجتمع المدني (المطلب الثاني) والهيئات القضائية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

للهيئات الإدارية دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل حماية المستهلك، لأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القوانين، ولأن قدرتها على دقة وسلامة التنفيذ تنقل الحماية من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية ميدانياً.

وعليه، فتدخل هذه الهيئات في تنظيم السوق حمايةً للمستهلك ودفاعاً عنه ما هو إلا تنفيذ للأدوار المكلفة بها قصد توفير حماية شاملة سواء على المستوى الوطني أو المحلي حسب طبيعة الهيئة المكلفة بذلك، إذ تتنوع

1 - اطلع على نص المادة 46 من القانون رقم 04-02 نفسه.

2 - أنظر المادة 47/3 من القانون رقم 04-02 ذاته.

الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك وتختلف وفقاً للغرض الذي تأسست من أجله⁽¹⁾، والتي سنتطرق لأهمها وهي: وزارة التجارة (الفرع الأول) ومجلس المنافسة (الفرع الثاني) وإدارة الجمارك (الفرع الثالث) والوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي (الفرع الرابع) وهذا كله إلى جانب أعوان الإدارة المكلفون بالبحث ومعاينة المخالفات (الفرع الخامس).

الفرع الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك

إن المهام المخولة لوزارة التجارة، باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك، متعددة ومتنوعة، ويعود هذا التنوع بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أم خارجية، بحيث تكلف كل مصلحة من المصالح بنوع معين من الأنشطة تمارسها حسب التنظيم الساري المفعول⁽²⁾.

جاء المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 محدداً لصلاحيات وزير التجارة⁽³⁾، الذي يمنح صلاحيات متعددة لوزير التجارة في إطار حماية المستهلك⁽⁴⁾.

تتمتع وزارة التجارة بمصالح تابعة لها مكلفة بحماية المستهلك، وهذا على المستوى المركزي وعلى المستوى الخارجي إضافة إلى الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة.

أولاً: الهياكل المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك

نجد من بين الهياكل التي تشمل عليها الإدارة المركزية في وزارة التجارة، والموضوعة تحت سلطة وزير التجارة، والتي لها صلاحيات حماية المستهلك، المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وهذا ما أشارت إليه المادة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002⁽⁵⁾.

1- المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

تتخذ المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، في إطار أداء مهامها، جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك، بحيث تضم (4) مديريات، كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة

1 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 53، عدد 2، 2016، (ص ص. 219_248)، ص. 221.

2 - زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 160.

3 - مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، المرجع السابق ذكره.

4 - بشأن الصلاحيات الممنوحة لوزير التجارة في إطار حماية المستهلك، راجع المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 نفسه.

5 - مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر.ج. عدد 58، الصادر في 22 ديسمبر 2002، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 أوت 2008، ج.ر.ج. عدد 48، الصادر في 24 أوت 2008.

التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق وقصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزيهة وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك⁽¹⁾.

2- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث تكلف بتجديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارة الالأمشروعة، كما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وتتجز كل الدراسات وتقرح كل التدابير بغية تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، وتقوم بتوجيه نشاطات المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها، كما تعمل على تطوير التنسيق ما بين القطاعات في مجالات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وكذا تطوير علاقات التعاون الدولي في ميادين الرقابة الاقتصادية، مراقبة الجودة وقمع الغش، كما تقوم هذه المديرية بمتابعة المنازعات في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية، وتقوم كذلك بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق التي لها تأثير على الاقتصاد الوطني، وتقييم نشاطات مخابر تجارب وتحاليل الجودة.

ثانياً: المصالح الخارجية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك

نظمت المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلحياتها وعملها⁽²⁾.

وتنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولانية للتجارة.

- مديريات جهوية للتجارة⁽³⁾.

1- مديريات ولانية للتجارة

تتمثل مهام المديرية الولانية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقتنة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

وتكلف بهذه الصفة بعدة صلاحيات نذكر منها:

- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم

التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش،

¹ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 162.

² - مرسوم تنفيذي رقم 11-09 مؤرخ في 20 جانفي 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلحياتها وعملها، ج.ر.ج.ج.، عدد 4، الصادر في 23 جانفي 2011.

³ - راجع المادة 2 من المرسوم نفسه.

- اقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة وتنظيم المهن المقننة،
- المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي تكون موضوعها ذو صلة بصلاحياتها،
- وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة،

- التكلّف بمتابعة المنازعات المرتبطة بنشاطاتها⁽¹⁾.

2-مديريات جهوية للتجارة

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

وتكّف بهذه الصفة بعدة صلاحيات نذكر منها:

- تنشيط وتأطير وتنسيق وتقييم نشاطات المديرية الولائية والمصالح الخارجية للهيئات التابعة لقطاع التجارة،

- إعداد برامج الرقابة بالتنسيق مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية والسهر على تنفيذها،

- برمجة وتنظيم وتنسيق عمليات الرقابة والتفتيش ما بين الولايات،

- إجراء، عند الضرورة وفي مجال اختصاصها الإقليمي، كل التحقيقات المتخصصة المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات،

- المبادرة بمهام تفتيش مصالح المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي⁽²⁾.

ثالثاً: الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة

سعى المشرع الجزائري، في إطار سياسة وطنية لحماية صحة المستهلك ومصالحه المادية والمعنوية، إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني. تتمثل أهم هذه الهيئات في المجلس الوطني لحماية المستهلك، المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، شبكة المخابر للتجار وتكاليف النوعية.

1- المجلس الوطني لحماية المستهلك (CNPC)

¹ - اطلع على نص المادة 3 من المرسوم ذاته.

² - راجع المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، المرجع السابق ذكره.

بناءً على نصّ المادة 24 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين، يقوم بإبداء الرأى واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك. يتمّ تحديد تشكيلة المجلس واختصاصاته عن طريق التّظيم.
وعليه، تمّ إصدار المرسوم التّفيذي رقم 12-355 المحدّد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته⁽¹⁾.

بالرجوع إلى نصّ المادة 1 من المرسوم التّفيذي رقم 12-355 نفسه، نجد أنّ المجلس يوضع لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك، يجب الإشارة إلى أنّه في الجزائر لا يوجد لا وزير ولا وزارة مكلفة بحماية المستهلك، بل توجد وزارة التجارة وعلى رأسها وزير التجارة المخوّل له صلاحية حماية المستهلك. ومنه، فإنّ المجلس يوضع لدى الوزير المكلف بالتّجارة، لذا يجب إعادة صياغة هذه المادة بوضع المجلس لدى وزير التّجارة وليس لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك.

يُعتبر المجلس جهازاً استشارياً في مجال حماية المستهلكين، يكلف بإبداء واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك⁽²⁾.

2- المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزيم (CACQE)

أسس المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزيم بموجب المرسوم التّفيذي رقم 89-147 المتضمّن إنشاء

المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزيم وتنظيمه وعمله⁽³⁾.

يُعدّ المركز مؤسّسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتّجارة⁽⁴⁾.

تتمثّل مهام المركز، في إطار تحقيق أهداف السياسة الوطنية في مجال النوعية، لاسيما فيما يأتي:

- المساهمة في حماية صحّة وأمن المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية،

- ترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع والخدمات،

- التكوين والإعلام والاتّصال وتحسيس المستهلكين⁽⁵⁾.

1 - مرسوم تنفيذي رقم 12_355 مؤرخ في 2 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر.ج. عدد 56، الصادر في 11 أكتوبر 2012.

2 - راجع المادة 2 من المرسوم نفسه.

3 - مرسوم تنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8 أوت 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزيم وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج. عدد 33، الصادر في 9 أوت 1989 معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، ج.ر.ج. عدد 59، الصادر في 5 أكتوبر 2003.

4 - راجع المادة 1 من المرسوم نفسه.

5 - اطلع على نص المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 8 أوت 1989، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزيم وتنظيمه وعمله، المعدلة بالمادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، المرجع السابق ذكره.

3-شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ)

تعتبر المخابر أجهزة تقنية تساعد الإدارة في ممارسة الرقابة التي تهدف إلى حماية المستهلك من مخاطر المنتجات والخدمات من كل أنواع الغش والتزييف والتقليد، خصوصا أمام ما توصل إليه التقدم العلمي والتقني. تضمن القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الجزائر إنشاء هذه الأجهزة التقنية⁽¹⁾، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، تنظيمها وسيرها⁽²⁾، وهذا في المادة الأولى منه. تتمثل مهام الشبكة فيما يأتي:

- تساهم في تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعية، وفي تطويرها،
- تشارك في إعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك وفي تنفيذها،
- تطوّر كلّ عملية من شأنها أن ترقى نوعية السلع والخدمات وتحسين نوعية خدمات مخابر التجارب وتحاليل الجودة،

- تُنظّم المنظومة المعلوماتية عن نشاطات "الشبكة" والمخابر التابعة لها⁽³⁾. تُكلّف "الشبكة" بإنجاز أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة، وكلّ خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات. كما يمكنها القيام بعدة أعمال منها القيام بمراقبة نوعية المنتوجات المستوردة و/أو المنتجة محلياً، عند إخطارها، طبقاً لأحكام المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 السابق ذكره⁽⁴⁾. كما أهلت المادة 35 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المخابر التابعة للوزارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش (وزارة التجارة) في إطار تطبيق أحكام هذا القانون، للقيام بالتحاليل والاختبارات قصد حماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

¹ -أنظر المواد 35_38 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

² - مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، تنظيمها وسيرها، ج.ر.ج.ج.، عدد 62، الصادر في 20 أكتوبر 1996 المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97_459 مؤرخ في أول ديسمبر 1997، ج.ر.ج.ج.، عدد 80، الصادر في 7 ديسمبر 1997.

³ - راجع المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، تنظيمها وسيرها، المرجع السابق ذكره.

⁴ - راجع المادتين 3 و9 من المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، تنظيمها وسيرها، المرجع السابق ذكره.

لقانون المنافسة غاية أولى تتمثل في حسن سير السوق، لكن تمّ بيان بأنّه يخدم كذلك بهذه الكيفية مصالح المستهلكين. يستفيدون هؤلاء بالفعل من المنافسة بين المؤسسات للحصول على أحسن علاقة بين النوعية والسعر، إذ يهدف قانون المنافسة والتمثّل في الأمر رقم 03-03 المعدّل والتمتّم إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كلّ ممارسات مقيّدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف المستهلكين⁽¹⁾.

لم يكتف المشرّع الجزائري بالنص على القواعد القانونية الموضوعية الخاصة بحظر الممارسات المقيّدة للمنافسة، ومراقبة التجميعات الاقتصادية، إنّما قام بإحداث هيئة تسهر على تحقيق هذه الحماية، وذلك من خلال تطبيق هذه القواعد والتمثّلة في "مجلس المنافسة"، حيث نصّت المادة 1/23 من الأمر رقم 03-03 بعد تعديلها بموجب المادة 9 من الأمر رقم 12-08 على ما يلي:

«تشأ سلطة إدارية مستقلة تدعى في صلب النصّ "مجلس المنافسة" تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة».

جاءت المادة 10 من القانون رقم 12-08 المعدّلة لنصّ المادة 24 من الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة، بتعديل في عدد أعضاء مجلس المنافسة ومدّته إلى 12 عضو بدلاً من 9 أعضاء المكوّنين للمجلس في ظلّ الأمر رقم 03-03 المذكور آنفاً، مع الإشارة إلى أنّ في هذا التّعديل تمّت إضافة عضوين إلى هذه التّركيبة يمثّلان جمعيات حماية المستهلكين، وهذا في ظلّ نظام اقتصادي ليبرالي أين تلعب هذه الجمعيات دوراً هاماً في الحفاظ على النّظام الاقتصادي وحماية المستهلك⁽²⁾.

تمّ تحديد الهدف من إنشاء مجلس المنافسة صراحة من خلال نصّ المادة 34 من الأمر رقم 03-03 المعدّلة بموجب المادة 18 من القانون رقم 12-18، والذي يُفهم منه أنّه يتمتّع مجلس المنافسة بسلطة اتّخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرّأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كلّ طرف آخر، بهدف تشجيع وضمان الضّبط الفعّال للسّوق بأيّة وسيلة ملائمة أو اتّخاذ القرار في كلّ عمل أو تدبير من شأنه ضمان السّير الحسن للمنافسة أو تكون غير متطوّرة بما فيه الكفاية.

ولتوضيح دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك، لا بأس أن نقدّم مثلاً في حالة إصدار مجلس المنافسة الجزائري قراراً يتضمّن عقوبات ضدّ المؤسسة المرتكبة للتّعسف في وضعية الهيمنة باعتباره ممارسة مقيّدة للمنافسة والمحظورة بموجب المادة 7 من الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة⁽³⁾، فإنّ ذلك يسمح بتأمين

1 - أنظر المادة 1 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلّق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

2 - بوجمليين وليد، سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2011، ص.67.

3 - حول التعسف في وضعية الهيمنة كممارسة من الممارسات المقيّدة للمنافسة، راجع، قوسم غالية، التعسف في وضعية الهيمنة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 31 ماي 2016.

حماية المستهلك ضدّكّل مساس بمصالحه عن طريق ذلك التعسّف بكيفية مباشرة، قصد مثلا التمسك بمستوى عالي للسعر والتّوزيع.

ومن جهة أخرى، فقد فتح الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة المجال لجمعيات حماية المستهلكين، من أجل إخطار مجلس المنافسة بكلّ المخالفات التي تعيق المنافسة من أجل توقيفها ومعاينة فاعليها، حيث نصّت المادة 1/44 منه على ما يلي:

« يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة، ويمكن للمجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35 من الأمر رقم 03-03 إذا كانت لها مصلحة في ذلك».

من بين الهيئات المذكورة في المادة 2/35 من الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة⁽¹⁾، نجد جمعيات حماية المستهلكين.

وبذلك، منح المشرّع الجزائري لجمعيات حماية المستهلكين حقّ إخطار مجلس المنافسة في إطار المصالح التي كلفت بالدفاع عنها، وبالتالي يساهم عامل إخطار المجلس من هذه الجمعيات في الدفاع عن هذه المصالح. يقبل المجلس الإخطار من طرف هذه الجمعيات، إذا كانت هذه الأخيرة معتمدة، وإذا كانت مكلفة فعلا بالدفاع عن المصالح التي تدّعي أنّها مهدّدة بفعل ارتكاب الممارسات المخالفة لقانون المنافسة، فالمستهلك ليس مخولا قانونا بإخطار مجلس المنافسة باسمه، فلا يستطيع ذلك إلا بواسطة جمعية معتمدة لحماية المستهلكين⁽²⁾.

الفرع الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

تكتسي المنافذ الحدودية لكلّ دولة أهمية كبيرة تتحكّم في حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع. من هنا، يتأتّى الدور الكبير لجهاز الجمارك، كونه الهيكل الذي تناط به مهمّة حماية حدود الدولة سواء في المجال الأمني أو الاقتصادي، وكلاهما الهدف منهما حماية الفرد المستهلك ممّا يضره، سواء بمنع دخول البضائع أو تصديرها بصورة مخالفة للقانون ومراقبتها⁽³⁾.

أولاً: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرّسوم الجمركية حتّى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمّل المستهلك أعباء هذه الزيادة. لذا، فقد أقرّ المشرّع الجزائري وضع نوعين من الرّسوم على

¹ - راجع المادة 2/35 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلّق بالمنافسة، المرجع السابق ذكره.

² - جلال مسعد زوجة محتوت، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع " قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص. 323.

³ - على أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 228.

البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية (وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45%)⁽¹⁾.

كما تلعب إدارة الجمارك أدورا مختلفة في التصدي لدخول البضائع المغشوشة أو المقلدة أو الرديئة وغيرها، إذ بالرجوع إلى المادة 8 مكرر من القانون 79-07 المتضمن قانون الجمارك المعدل والمتمم⁽²⁾، يتجلى دورها في وضع حدّ لكلّ ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدّد صحّته وسلامته من جهة. ومن جهة أخرى، تضع حدّا لكلّ منتج موجّه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي.

وبصفة عامّة، حوّلت المادة 1/241 من القانون رقم 79-07، السابق ذكره، حقّ معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات، حيث نصّت على أنّه:

« يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغشّ، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها».

يجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محلّ المخالفة، كذلك إذا تعلق الأمر بقمع الغشّ، ومتابعة ذلك على القطر البري أن تطالب تدخّل السلطات المدنية والعسكرية ومدّ العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم⁽³⁾.

ثانياً: ضمان أمن وسلامة المستهلك

يتمثّل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حمايةً لسلامة وصحّة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة.

كما يكمن دور أعوان الجمارك، في إطار تنفيذ حقّ تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النّقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكلّ فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقة يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدّرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاه صريح من المعني بالأمر، وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقمّ مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلباً للترخيص بذلك⁽⁴⁾.

علاوة على ذلك، يمكن لأعوان الجمارك أن يقوموا بتفتيش جسدي للأشخاص الذين يحتمل أنّهم يحملون على أجسادهم بضائع مغشوشة.

¹ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 175.

² - قانون رقم 79-07 مؤرخ في 21 جويلية 1979، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر.ج.ج.، عدد 30، الصادر في 24 جويلية 1979، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، ج.ر.ج.ج.، عدد 11، الصادر في 19 فيفري 2017.

³ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 177-178.

⁴ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 205-206.

تعمل إدارة الجمارك على تحقيق أمن المستهلك من خلال منع وحجز السلع المقفلة والمغشوشة المستوردة من الخارج، إذ لا يكفي وضع تشريعات وهيئات تحارب كل ما يمسّ بأمن وسلامة المستهلك في السوق، وإنما لا بدّ من وضع سياج أو حاجز يحمي من دخول هذه المنتوجات إلى السوق الوطنية⁽¹⁾.

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

يتمتع كلّ من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات خولها لهم القانون سواء يتعلّق بقانون الولاية رقم 07-12⁽²⁾ أو قانون البلدية رقم 10-11⁽³⁾، تحمي المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كلّ حسب مجال تخصصه الإقليمي والصلاحيات القانونية المسندة لهم. فالوالي تمتدّ سلطته على مستوى كامل تراب الولاية، في حين تمتدّ صلاحيات رئيس المجلس الشعبي البلدي داخل إقليم بلديته⁽⁴⁾. وبالتالي، يمكن للوالي ورئيس البلدية، بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية، أن يتدخلوا لوضع حدّ للممارسات غير القانونية التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع.

الفرع الخامس: أعوان الإدارة المؤهلين لحماية المستهلك وقمع الغش عن طريق الرقابة

يختلف الأمر فيما يخصّ الأعوان المؤهلين بالتحقيق وفق القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، والذين يؤهلون للقيام بالتحقيق وفق القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية، والأعوان المؤهلين للقيام بالبحث والمعاينة وفق القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية.

أولاً: أعوان التحقيق وفق القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ

بالرجوع إلى المادة 25 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، نجد أنّها تشير إلى الأشخاص المؤهلين للقيام بتحرّيات الرقابة وكذلك معاينة مخالفة أحكام هذا القانون وإثباتها، وذلك تحت تسمية "أعوان قمع الغشّ" وهم:

1- ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية (المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية⁽⁵⁾) وهم:

رؤساء المجالس الشعبية البلدية، ضباط الدرك الوطني ومحافظو الشرطة، ضباط الشرطة ذوي الرتب في الدرك الوطني ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تمّ تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر من وزير العدل ووزير الدفاع الوطني، مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعُيّنوا بموجب قرار مشترك وصادر عن وزير العدل ووزير الداخلية بعد موافقة لجنة

1 - المرجع نفسه، ص. 179.

2 - قانون رقم 12-07 مؤرخ في 21 فيفري 2012، يتعلّق بالولاية، ج.ر.ج.ج.، عدد 12، الصادر في 29 فيفري 2012.

3 - قانون رقم 11-10 مؤرخ في 22 جوان 2011، يتعلّق بالبلدية، ج.ر.ج.ج.، عدد 37، الصادر في 3 جويلية 2011.

4 - على أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 225_226.

5 - أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المرجع السابق ذكره.

خاصة، ضباط وضباط الصف التابعين للأمن العسكري الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قانون صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.

2 - الأعوان المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة مثالها: أعوان الجمارك⁽¹⁾، والأعوان البيطريون⁽²⁾، أعوان حماية المطارات والمحافظة عليها⁽³⁾.

يُعتبر الوالي ممثلاً للدولة على مستوى الولاية التي يشرف عليها، وتخضع لسلطته المديرية الولائية للتجارة التي تسهر على تطبيق قواعد الممارسة التجارية وقواعد المنافسة وكذا قواعد حماية المستهلك⁽⁴⁾.

3 - أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك والأعوان التابعون للمعهد الوطني للزرم والنوعية والأعوان التابعون للمديرية الإقليمية والجهوية والولائية والمفتشين على مستوى الحدود، البرية، البحرية، الجوية⁽⁵⁾.

وتطبيقا للمادة 84 من القانون رقم 03-09 السابق ذكره، فإنه يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 435 من قانون العقوبات كل من يعرقل أو يقوم بكل فعل آخر من شأنه أن يعيق إتمام مهام الرقابة التي يجريها الأعوان المذكورين أعلاه.

وبالرجوع إلى المادة 435 من قانون العقوبات، فإن العقوبة المقررة هي: الحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج ودون الإخلال بالعقوبات المقررة في المادة 183 وما يليها من قانون العقوبات.

ثانياً: أعوان التحقيق وفق القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

بالرجوع إلى المادة 49 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، نجد أنها حددت الموظفين المؤهلين لإجراء التحريات المتعلقة بمخالفة أحكامه بما في ذلك الممارسات التعاقدية التعسفية، ومعاينتها وهم :

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية كما سبق الإشارة إليهم أعلاه.

- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.

¹ - أنظر المادة 51 من القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 جويلية 1979، المتضمن قانون الجمارك، المعدلة والمتممة بموجب المادة 5 من القانون رقم 98-10 المؤرخ في 22 أوت 1998، المرجع السابق ذكره.

² - اطلع على نص المادة 8 من القانون رقم 88-08 المؤرخ في 26 جانفي 1988، المتضمن نشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية، ج.ر.ج.ج.، عدد 4، الصادر في 27 جانفي 1988.

³ - راجع المادة 65 من القانون رقم 98_06 المؤرخ في 27 جوان 1998، المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالطيران المدني، ج.ر.ج.ج.، عدد 48، الصادر في 28 جوان 1998 (معدل ومتمم).

⁴ - أكسوم عيلام رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص. 392.

⁵ - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 42.

- الأعران المعينون التّابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

- أعران الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.

ومنع القانون أية معارضة للمراقبة، حيث يُفهم من المادة 53 من القانون رقم 04-02 نفسه، أنّك عرقله وكلّ فعل من شأنه منع تأدية مهام التّحقيق من طرف الموظفين المؤهلين لذلك، يعاقب عليها بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين، وبغرامة من 100.000 دج إلى 1.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

ثالثاً: أعران التّحقيق وفق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

بعد أن أخضعت المادة 35 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية المورد الإلكتروني للتشريع والتنظيم المعمول بهما المطبقين على الأنشطة التجارية وحماية المستهلك، جاءت المادة 36 من القانون نفسه وحددت الأشخاص المؤهلين لمعاينة مخالفة أحكام هذا القانون وهم:

- ضباط وأعران الشرطة القضائية المنصوص عليهم بموجب قانون الإجراءات الجزائية.

- الأعران المنتمون للأسلاك الخاصة بالرّقابة التّابعون للإدارات المكلفة بالتجارة.

وألّزمت المادة، السّالفة الذّكر، المورد الإلكتروني بالسّماح للأعران المؤهلين لمعاينة المخالفات بالولوج

بحرية إلى تواريخ المعاملات التجارية.

المطلب الثّاني: دور جمعيات حماية المستهلك باعتبارها من مؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك

لما كانت جماعة المستهلكين تشكّل الغالبية في المجتمع ولضعف المستهلك الفرد، فقد برز الدور الإيجابي لتكاثف المستهلكين للحفاظ على حقوقهم والدّفاع عن مصالحهم من خلال إنشاء مؤسسات المجتمع المدني تتمثّل في منظمات أو هيئات تهتم بشؤون المستهلكين وحماية مصالحهم.

حيث يعرّف المجتمع المدني بأنّه: « مجموعة التنظيمات التطوعية الحرّة، التي تملأ المجال العام بين الأسرة والدولة، والتي تعمل بشكل مستقلّ إلى حدّ بعيد عن إشراف الدولة المباشر، فهي تتميز بالاستقلالية، والتنظيم التلقائي، وروح المبادرة الفردية والجماعية، والعمل التطوعي، والحماسة من أجل خدمة مصالح أفرادها والآخرين»⁽¹⁾.

يظهر لنا جلياً، من خلال هذا التعريف، أنّه تدخل في دائرة مؤسسات المجتمع المدني، أيّ كيان مجتمعي منظم، يقوم على العضوية المنتظمة تبعاً للعمل التطوعي، ولا تستند في هذه العضوية على عوامل الوراثة أو

¹ - خالد جاسم إبراهيم حسن الحوسني، الدور الرقابي لمؤسسات المجتمع المدني وأثره في تنمية المجتمع في دولة الامارات العربية المتحدة - جمعيات النفع العام - دراسة حالة، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص. 21.

روابط الدّم ومن أمثله: النقابات المهنية والعمالية، الجمعيات التعاونية، مراكز الشباب والاتحادات الطلابية وغيرها(1).

ونجد من أوائل الهيئات أو مؤسسات المجتمع المدني التي تهتم بشؤون المستهلكين وحماية مصالحهم، جمعيات حماية المستهلك والتي تركّز دراستنا عليها في هذا المجال باعتبارها النموذج الأمثل لإظهار دور مؤسسات المجتمع المدني في حماية المستهلك، والدليل على ذلك تخصيص المشرّع الجزائري لها الفصل 7 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ وتنظيمه لها في ثلاث مواد فيه(2).

انطلاقاً ممّا سبق ذكره، لا بأس أن نتعرّض أولاً إلى الأساس القانوني لجمعيات حماية المستهلكين (الفرع الأول) ثمّ لدورها في حماية المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلكين

فكرة جمعيات حماية المستهلك حديثة النشأة في الجزائر، إذ ترجع إلى سنة 1987، بمقتضى القانون رقم 87-15 المتعلّق بالجمعيات(3)، بعد ذلك قام المشرّع الجزائري بإصدار القانون رقم 89-12 المتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)(4)، محاولاً من خلاله إبراز دور جمعيات حماية المستهلك دون إعطاء تعريف لها، والذي جاءت فيه المادة 2/12 كما يلي:

« ... إضافة إلى ذلك، فإنّ جمعيات المستهلكين المنشأة قانوناً لها الحقّ في رفع دعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضّرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضّرر المعنوي الذي ألحق بها».

وكذا ما نصّت عليه المادة 23 من القانون نفسه، كما يلي:

«يمكن لجمعيات المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها وبإمكانها أن تنتشر ذلك حسب نفس الشّروط».

رغم إصرار المشرّع على تفعيل الدور المنوط لهذه الجمعيات، إلّا أنّه يستحيل ذلك لعدم وجود قوانين تنظّمها، وبقي الأمر على هذه الحال حتّى صدور القانون رقم 90-31 المتعلّق بالجمعيات(ملغى)(5)، إذ

1 - نجاح ميني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، قسم الشريعة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج الخضر - باتنة، 2008، ص. 49.

2 - راجع المواد 21_23 من القانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المرجع السابق ذكره.

3 - قانون رقم 87-15 مؤرخ في 21 جويلية 1987، يتعلّق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج.، عدد 31، الصادر في 29 جويلية 1987 (ملغى).

4 - قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989 يتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المرجع السابق ذكره.

5 - قانون رقم 90-31 مؤرخ في 4 ديسمبر 1990، يتعلّق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج.، عدد 53، الصادر في 5 ديسمبر 1990 (ملغى).

أخضع المشرع الجزائري تأسيس جمعيات حماية المستهلك في بداية الأمر إلى أحكام هذا القانون، ثم صدر القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات⁽¹⁾، الذي ألغى القانون رقم 90-31 السابق ذكره. نتطرق في هذا المجال إلى تعريف جمعية حماية المستهلكين، ثم إلى شروط إنشائها.

أولاً: تعريف جمعية حماية المستهلكين

عرّف القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات، من خلال المادة 2 منه، الجمعية كما يلي: « تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون، تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة.

ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعاً ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني...».

يشمل هذا التعريف جمعيات حماية المستهلكين محل الدراسة، والتي نظمها المشرع الجزائري في الفصل 7 من الباب 2 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث عرّف جمعية حماية المستهلكين من خلال المادة 21 منه كما يلي:

« جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماسة المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله.

يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلكين المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليه في التشريع والتنظيم الساري المفعول».

اعترف المشرع بوجود الجمعيات ولم يقيّد وجودها بمدة محددة بقدر ما قيدها بالغرض من إنشائها الذي يجب تحديده بدقة، وأن لا يكون الهدف من ورائه تحقيق الربح⁽²⁾.

وتعرّف جمعية المستهلكين أيضاً بأنها إحدى مؤسسات المجتمع المدني ولها أهمية كبرى لكونها تقدّم خدمات لجمهور المستهلكين، بتوفير الحماية اللازمة لهم عن طريق توعيتهم واستقبال شكاويهم والتحقيق فيها ومتابعتها لدى الجهات المختصة⁽³⁾.

تطرقت المادة 21 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إلى ضرورة أن تكون هذه الجمعيات منشأة طبقاً للقانون، مما ينبغي توفر لإنشائها وهذا ما نتطرق إليه أدناه.

ثانياً: شروط إنشاء جمعية حماية المستهلكين

يتطلب إنشاء أية جمعية، بما في ذلك جمعية حماية المستهلكين، شروطاً قانونية-موضوعية وشكلية.

1 - قانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 جانفي 2012، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج.، عدد 2، الصادر في 15 جانفي 2012.

2 - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 139.

3 - سي يوسف زاهية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، مجلة الحقيقة، عدد 34، 2015، (ص ص. 282_304)، ص. 287.

1 - الشّروط الموضوعية لإنشاء جمعية حماية المستهلكين

تطبيقاً للمادة 2 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات، تتعلّق الشّروط الموضوعية لتأسيس جمعية حماية المستهلكين بـ:

- الأشخاص المؤسّسة للجمعية هو أشخاص طبيعيين و/أو معنويين.
- محل العقد ممارسة نشاط تطوّعي وبدون مقابل لمدّة محدّدة أو غير محدّدة.
- تسمية الجمعية مع تحديد الغرض من إنشائها⁽¹⁾.

2 - الشّروط الشّكلية لإنشاء جمعية حماية المستهلكين

حدّد المادة 7 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات، الشّروط الشّكلية. يخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي وإلى تسليم وصل التسجيل الذي يتمّ تقديمه أمام المجلس الشّعبي البلدي بالنسبة للجمعيات الموجودة على مستوى البلدية. أمّا بالنسبة للجمعيات الموجودة على مستوى الولاية، فيتمّ إيداع الوصل أمام المجلس الشّعبي الولائي. وبالنسبة للجمعيات الوطنية والجمعيات المنشأة ما بين ولايات وطنية، فأمام وزارة الداخلية، تقوم بالإشهار بتأسيسها في جريدة يومية، ويتوافر هذه الشّروط تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية والأهلية المدنية التي تمكّنها من مباشرة مهامها المتمثلة في حماية المستهلك⁽²⁾.

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلكين في حماية المستهلك

يختلف دور جمعيات حماية المستهلكين عن دور الجمعيات الأخرى كونها تسعى إلى تحقيق هدفين، الأول وقائي والمتمثّل في مراقبة الأسواق وتحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك باعتباره طرفاً ضعيفاً، ومصالح المتدخّل كونه المسيطر على العلاقة الاستهلاكية، وذلك بتشجيع هذا الأخير على تقديم منتجات مطابقة للمواصفات المحدّدة قانوناً وتحقيق الأمن للمستهلكين، كما تضمن لهم الحصول على منتجات لا تشكّل خطورة على صحتهم، أمّا بالنسبة للدور العلاجي، فيتمثّل في متابعة الشكاوى المقدّمة من المستهلكين وإحالتها إلى المصالح المختصة، إضافة إلى ذلك تعمل على ترشيد وخلق ثقافة استهلاكية لدى المستهلك⁽³⁾.

أولاً: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلكين (الحماية القبلية)

يتجسّد الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلكين في عدّة وسائل، نتطرّق إليها على الترتيب أدناه.

1 - تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم

إذا كان للمستهلك الحقّ في إعلامه من قبل المنتجين، فله الحقّ أيضاً في أن يحصل على إعلام آخر من قبل جمعية حماية المستهلك. فالإعلام الذي تباشره هذه الأخيرة هو إعلام خاص، لأنّها تراقب مدى توافر الوسم

¹ - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 32.

² - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 139_140.

³ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 140.

في المنتجات ومدى تطابق المواصفات القانونية التنظيمية في المنتجات المعروضة، وكذا لفت نظر المستهلكين إلى ضرورة شراء مواد رخيصة جيدة الصنع بدل المواد غالية الثمن، حثهم على اقتناء منتجات محلية يضمن فيها حقّه في الرجوع بالضمان بدلاً من المنتجات المستوردة التي يصعب الرجوع فيها على المنتج الأجنبي، وإمدادهم بمعلومات خاصة حول الضمان، لأن الغالبية من المستهلكين يجهلون⁽¹⁾.

وتعمد الجمعيات أيضاً إلى تقديم النصح والإرشادات لكيفية التعامل مع سلعة أو خدمة معروضة في السوق، وتحذيرهم من المخاطر التي تنجم عنها، ويمتد دور الجمعيات إلى قيامها بالدراسات والبحوث المرتبطة بالاستهلاك وبالمستهلك، وذلك من أجل مراقبة وترقية نوعية السلع والخدمات⁽²⁾.

تعمل جمعيات حماية المستهلك على مواكبة التطورات الحاصلة في مجال الاستهلاك، خاصة منها ما يتعلّق بالتجارة الإلكترونية وحماية المستهلك الإلكتروني وضمان حقوقه، كعرضها لقصص واقعية لتجارب المستهلكين مع السلع الرديئة، وتحديث مستمر لنشرات إخبارية تتضمن حوادث الغش التجاري وتفاصيل القضايا الحديثة مدعمة بأراء الخبراء والمتخصصين، توفر هذه المواقع أيضاً خدمة استقبال الشكاوى كما تفرد بعض الصفحات التي تحتوي على المعلومات التي تساعد المستهلك على تجنب الوقوع في حالة احتيال أو غش، وتركيزها على توعية المستهلك بالسوق الإلكتروني الآمن وتوفير الإمكانيات والمصادر الكافية لذلك، مع ضرورة تبني منهجيات علمية في ذلك.

وفي الأخير، يتم إعلام وتوعية المستهلك باللجوء لوسائل حدّتها المادة 24 من القانون رقم 06-12 المتعلّق بالجمعيات، والمتمثلة في إصدار ونشر نشرات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات، كما يمكن لها اللجوء لجميع وسائل الإعلام والاتصال كالجرائد والإذاعة والتلفزيون والإنترنت ليتمّ عن طريقها تحسيس وإعلام المستهلكين.

2 - مراقبة الأسعار والجودة

تعمل جمعيات حماية المستهلكين جاهدة للحفاظ على القدرة الشرائية التي تُعدّ من أهمّ انشغالات المستهلكين. وفي هذا الصدد، تحاول الجمعيات محاربة الغلاء الفاحش واللامعقول لبعض المنتجات التي يكثر عليها الطلب وخاصة في المناسبات.

1 - سي يوسف زاهية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 289.

2 - بوروج منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 141.

كما تقوم بمراقبة الأسعار في السوق، وخاصة مدى احترام المنتجين للأسعار المفروضة من قبل الدولة بالنسبة لبعض المنتجات ذات الطابع الاستراتيجي، كالحليب والخبز. فبوقوع أية مخالفة بهذا الشأن، عليها إخبار السلطة المعنية كمجلس المنافسة عن طريق إخطارها.

كما تراقب الأعوان الاقتصاديين وتلزمهم بإعلان الأسعار حتى يتمكن المستهلك من تحديد اختياراته من السلع بناءً على السعر المعلن عنه. فكل مخالفة لذلك تستوجب عقوبة. بالإضافة إلى ذلك، فالجمعية تعمل على مراقبة مدى مطابقة السلع المعروضة للجودة وتعمل على تطهير السوق من منتج يتعارض ولا يتطابق مع معايير الجودة التي ينتظرها المستهلك. كما تقوم بفحص المنتجات الصناعية وخاصة الحديثة منها لمعرفة مزاياها وعيوبها عن طريق الفحص الظاهري والمعمق⁽¹⁾.

3 - الدّعوة للامتناع عن الدّفع

تُمارس جمعيات حماية المستهلك الامتناع عن الدّفع كوسيلة للضّغط على المنتجين من قبل جمهور المستهلكين الذين هم في مركز ضعف، إذ قد تطلب الجمعيات من المستهلكين الامتناع عن دفع ثمن المنتجات والخدمات إلى حين تلبية مطالبهم. مثلاً الامتناع الجماعي عن دفع الديون المستحقة لشركة إنتاج المياه أو مصلحة الكهرباء إلّا إذا قامت هذه بتخفيض الديون⁽²⁾.

4 - ممارسة الدّعاية المضادّة

تلجأ جمعيات حماية المستهلك إلى الدّعاية المضادّة لما يستعمل المتدخّل الإشهار الكاذب والمضلل بغرض جلب أكبر عدد من المستهلكين لتحقيق أرباح من وراء ذلك، فتقوم هذه الأخيرة بنشر وتوزيع انتقادات لهذه المنتجات المعروضة في السوق التي تكون محلّ لمثل هذا الإشهار، بحيث تُعدّ هذه الوسيلة الإشهارية هجومية كون الخصائص المدلى بها في الرّسالة الإشهارية المقدمة من قبل المتدخّل لن يستفيد منها المستهلك بعد اقتنائه للمنتج، فتعمل جمعيات حماية المستهلك على تبيين الأضرار والمخاطر التي قد تتجرّ عنها، وذلك عن طريق استعمال وسائل متعدّدة كالإشهار المقارن، النّشر في المجلّات⁽³⁾، لطن بشرط أن يكون هذا الانتقاد موضوعياً، وعليها التأكّد من صحّة المعلومات التي تنشرها في المجلّات وعدم استعمال الانتقاد بصورة تعسّفية⁽⁴⁾.

5 - الدّعوة إلى المقاطعة (الامتناع عن الشّراء)

1 - سي يوسف زاهية حورية (كجار)، "الرقابة عن طريق جمعيات حماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة دحلبي، البلديّة، عدد 2، 2012، (ص ص. 197_206)، ص. 202.

2 - المرجع نفسه، ص. 204.

3 - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 142.

4 - سي يوسف زاهية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 294.

تُعَدّ المقاطعة الوسيلة الأخيرة بعد فشل محاولات التفاهم مع المتدخّلين، فالمقاطعة هي حتّ المستهلكين على عدم اقتناء السلعة أو عدم الاستفادة من الخدمة المقّمة مع ضرورة تأسيس المقاطعة على دوافع قويّة وخطيرة⁽¹⁾.

6 - التوجيه والتمثيل في الهيئات المتعلقة بحماية المستهلك

تساهم جمعيات حماية المستهلك في إعداد سياسة الاستهلاك وذلك بحضور ممثّلين عنها في الهيئات التي تمثّل المستهلك وتكفل له الحماية، وتعدّ كذلك من المكلفين بإخطار شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية عندما تتولّى القيام بمراقبة نوعية المنتجات المحلية أو المستوردة، كما تبدي رأيها في المجلس العلمي والتقني للمركز الجزائري لمراقبة النوعية والتغليف، وهي ممثّلة في المجلس الوطني لحماية المستهلكين، وممثّلة أيضا بعضوين في مجلس المنافسة، وممثّلة كذلك بعضوين في لجنة البنود التعسّفية لدى الوزير المكلف بالتجارة، وهذه المشاركة لجمعيات حماية المستهلك في مختلف هذه الهيئات من شأنها أن تؤدّي إلى نقل المشاكل التي تواجه المستهلكين لهذه الهيئات والعمل على إيجاد حلول لها لتفاديها مستقبلا⁽²⁾.

ثانياً: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك (الحماية البعيدة)

إلى جانب الدور الوقائي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك، فإنّ هذا لن يؤتي بنتيجة ما لم يُدعم بدور آخر علاجي. فعلاً، يتمتّع المستهلك بحقّ رفع دعوى قضائية للحصول على حقوقه في حالة ما إذا أنظرها الغير أو اعتدى عليها وتوقيع الجزاء على المعتدي، وهذا بهدف حمايته. إلا أنّ هناك عراقيل تواجه المستهلك في الدّفاع عن تلك الحقوق، وهنا تظهر أهمية تجسيد دور الجمعيات في الدّفاع عنه. لذا نتطرّق، في هذا المجال، إلى الصعوبات التي تواجه المستهلك ثمّ نتناول التجسيد القانوني لدور الجمعيات في الدّفاع عن المستهلك.

1 - الصعوبات التي تواجه المستهلك في الدّفاع عن حقوقه

نذكر أهم الصعوبات التي تواجه المستهلك في الدّفاع عن حقوقه وهي:

- غياب ثقافة الاستهلاك لديه، وهذه الظاهرة نلاحظها عند معظم الجزائريين الذين لا يدركون خطورة المنتجات، إذا كانت مغشوشة أو غير سليمة.
- شعور المستهلك بعدم مواجهة المهني بصفة عامة والتاجر بصفة خاصّة، المجهّز بكل الإمكانيات البشرية والوسائل المادية.
- إدراكه بأنّ التّعويض الذي سيحصل عليه من رفع دعواه زهيد جدّاً لا يعادل قيمة ما يتحمّله من مصاريف باهضة والجهد المبذول، أضف إلى ذلك الوقت الذي تستغرقه القضية من أجل الحصول على حقّه.

¹ - بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03_09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، المرجع السابق، ص. 143.

² - المرجع نفسه، ص. 144.

- إضافة إلى ذلك، إهمال القضاء غالبا ملاحقة المخالفات المرتكبة من قبل المهنيين لكثرتها ولضآلة قيمتها، هذا من جهة. وحتى لا يرهق بدعوى لا طائل له بها، من جهة أخرى(1).

2 - التجسيد القانوني لدور الجمعيات في الدفاع عن المستهلك

نظرا لكل الصعوبات التي تواجه المستهلك في الدفاع عن نفسه، أصبح من الضروري جدًا تحويل ممارسة حق الدفاع إلى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن حقوق المستهلكين، فاستنادًا إلى النصوص القانونية فإنها تتمثل فيما يلي:

- بما أن قيام جمعيات حماية المستهلك بالدور الوقائي لا يكفي لتفادي جميع المخاطر والأضرار التي قد تصيب المستهلك، فإنه ينبغي اللجوء إلى القضاء لجبر الضرر، ومن أجل ذلك خول المشرع الجزائري لها بموجب نص المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ما يلي:

«عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كذرف مدني».

يمكن لهذه الجمعيات تولي الدفاع عن مصالح المستهلكين نتيجة الأضرار الفردية التي يتسبب فيها المتدخل، إذ منحها القانون حق أن تتأسس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الفردي للمستهلك أو الأضرار الفردية التي لحقت بعدة مستهلكين تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك(2).

أمام تخاذه المستهلك من اللجوء إلى القسم الجزائي للدعاء المدني بضرر لحقه عن جريمة من الجرائم التي تمس بحقه كمستهلك، ولتعزيز دور المجني عليه لمواجهة تكتل المنتجين والباعه، أتاح المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني، وتطالب بحقها لصالح المستهلكين، ولكي تقبل دعاواها يجب توفر شرطين:

* وقوع عمل مشروع: إذ حتى تكون هذه الدعوى مقبولة لا بد من وقوع عمل يعاقب عليه القانون جزائيا، والغرض من ذلك هو رغبة المشرع في ضمان احترام المنتجين للنصوص الحمائية في مختلف المجالات، سواء تعلق المتعلقة بالغش والخداع، أو الشروط التعسفية، أو عدم الالتزام بالإعلام، ... إلخ.

* أن ينجم عن العمل غير المشروع ضررا بالمصالح المشتركة للمستهلكين، الضرر الذي يلحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين هو ذلك الضرر الذي يصيب مجموع المستهلكين من جراء عمل واسع الانتشار، كإلشهار التضليلي مثلا(3).

- تتدخل في الدعاوى المرفوعة من قبل المستهلكين الذين يطالبون ببطلان الشروط التعسفية في عقد سيق

إبرامه.

1 - سي يوسف زاهية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 296_297.

2 - المرجع السابق، ص. 299.

3 - على أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 241_242.

- لها أن تخطر لجنة البنود التعسفية بأي شرط تعسفي وارد في العقد المبرم بين المهني والمستهلك، وهذا طبقا للمادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، التي نصت على ما يلي:

« يمكن اللجنة أن تخطر من تلقاء نفسها أو تخطر من طرف الوزير المكلف بالتجارة ومن طرف كل إدارة وكل جمعية مهنية وكل جمعية حماية المستهلكين أو كل مؤسسة أخرى لها مصلحة في ذلك»⁽¹⁾.

- لجمعيات حماية المستهلك الحق في الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة من قبل المستهلك، فقد ترفع الدعوى من قبل المستهلك الفرد أو مجموعة من المستهلكين أمام القضاء ضد المتدخل، وبالرجوع إلى المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، التي نصت على:

« يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في أول مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا ولا يقبل التدخل إلا ممن توفرت فيه الصفة والمصلحة».

بوجود شرطي الصفة والمصلحة في جمعيات حماية المستهلك يحق لها التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى إلى تحقيقها رافع الدعوى وهو المستهلك سواء بتأكيد ادعاءاته أو بإضافة طلبات إضافية.

فالمجال مفتوح أمام الجمعية سواء بتدعيم الطلب الأولي الذي قدمه المستهلك أمام القضاء والمطالبة بوقف السبب الذي أنتج الضرر، مثلا طلب إيقاف الإشهار التضليلي⁽²⁾.

- تقوم بمتابعة ومعالجة الشكاوى المقدمة إليها وإحالتها إلى الجهات الرسمية المختصة لمصلحة المنافسة والأسعار في حالة عدم الإعلان عن الأسعار أو المغالاة فيها، كذلك إخطارها لمجلس المنافسة بوجود ممارسات مقيدة للمنافسة أو بصفة عامة بأي مخالفة لأحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (المعدل والمتمم)، وذلك تطبيقا لنص المادتين 1/44 و 2/35 منه، ولها إخطار مصلحة رقابة الجودة وقمع الغش في حالة وجود غش في المنتجات⁽³⁾.

- لها حق التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها وهذا ما نصت عليه المادة 3/17 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات التي جاء نصها كما يلي:

« تكتسب الجمعية المعتمدة الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها ويمكنها حينئذ القيام بما يأتي: ...

1 - سي يوسف زاهية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 298.

2 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 242_243.

3 - سي يوسف زاهية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص. 297_298.

- التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا لمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها...».

انطلاقاً مما سبق ذكره، نجد أنّ جمعيات حماية المستهلكين تلعب دوراً مهماً للحدّ من تعسّف وتجاوز المتدخّلين بتمكين المستهلكين من اقتناء منتوجات سليمة وآمنة، من خلال بذلها مجهودات في مجال الرّقابة والتحسيس والإعلام والدّفاع. ولكن الملاحظ هو أنّ الدور الذي تلعبه الجمعيات في الميدان العملي قليل جدّاً بالرّغم من الصلاحيات المخوّلة لها قانوناً، لكنّها لا تملك الإمكانيات المادية لكي تتّكّن من تقديم حماية أفضل للمستهلك.

تظنّ المشرّع الجزائري لهذا الأمر بموجب القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، واعترف صراحة للجمعيات المعترف لها بالمنفعة العمومية الاستفادة من المساعدة القضائية بموجب نصّ المادة 22 منه.

حيث نصّت الفقرة 2 من المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 09-03 السابق ذكره، أنّه بإمكان السّلطات العمومية الاعتراف بالمنفعة العمومية للجمعية: «... يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلكين المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشّروط والكيفيات المنصوص عليها في التّشريع والتنظيم الساري المفعول». تُفيد عبارة "يمكن" أنّ صفة المنفعة العمومية تعود لإدارة السلطة العامّة في تقديرها إمّا بمنحها للجمعية فتكتسي بذلك هذه الأخيرة امتيازات وتنتج آثار تختلف عن تلك التي لم يعترف لها بذلك.

تتميّز الجمعية ذات المنفعة العمومية بخضوعها لأحكام خاصّة مع إدماج السّلطات العمومية في إدارتها وتمويلها وتظهر بأهلية قانونية واسعة مقارنة بالشخصية الاعتبارية التي يمنحها للجمعيات الأخرى⁽¹⁾.

المطلب الثالث: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك

إذا كان دور الإدارة هو مراقبة وقمع الممارسات التي تهدّد صحة وسلامة المستهلك ودرء المخاطر التي تهدّده، فإنّ ذلك لا يعني أنّها الجهاز الوحيد الذي يسعى لذلك، بل نجد إلى جانبها الأجهزة القضائية التي تتمتع بنصيب أوفر، وذلك من خلال الصلاحيات المخوّلة لها في إطار البحث عن مختلف الجرائم عمومًا واقتصادية خصوصًا في إطار بحثنا هذا.

تتمتع الأجهزة القضائية بقدر من السّلطات من خلال تدخّلها في عمليات البحث والتّحري وأكثر من ذلك تتمتعها بسلطة توقيع العقاب على المخالفين، وذلك بمتابعة المتدخّلين في الحياة الاقتصادية أمام المحاكم متى كانت سلوكياتهم وأفعالهم من ضمن الجرائم المعاقب عليها قانوناً⁽²⁾. إذ تتقاسم دور الدّولة في القمع بين الإدارة والقضاء.

¹ - حول هذه النقطة، راجع، شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 34.

² - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 180.

تحقيقاً لهدف القانون في الحفاظ على النّظام العام في المجتمع وتحقيق العدل بين النّاس، كفل المشرّع الجزائري للمستهلك الذي كان ضحية مخالفة القاعدة القانونية، حقّ رفع الدّعى سواء المدنية أو العمومية للمطالبة بحماية حقوقه.

فحقّ الالتجاء إلى القضاء هو حقّ من الحقوق العامّة المعترف بها لأفراد المجتمع، وهو يدخل في نطاق الحريّات العامّة المكفولة دستوريّاً.

فالحماية الإجرائية للمستهلك تتمّ عن طريق الدّعى التي يرفعها بنفسه للدّفاع عن مصالحه وحصوله على الحماية القضائية لحقّه الذي اعتدي عليه، وقد تتمّ هذه الحماية عن طريق دعوى جماعية تتولّأها جمعيات حماية المستهلكين نيابة عن المستهلك والتي تمّ التعرّض لها سابقاً خلال هذه الدّراسة، وللنيابة العامة تحريك دعوى عمومية من تلقاء نفسها في حال المساس بمصالح المستهلك. ومن هنا، تبرز الأهمية الكبيرة لجهاز القضاء بمختلف هيئاته في ضمان حماية وقائية من خلال صلاحيات البحث والتّحري من جهة؛ وعلاجية في حالة الاعتداء على هذه المصالح عن ردع المخالفين وتوقيع الجزاء من جهة أخرى⁽¹⁾.

انطلاقاً ممّا سبق ذكره، نتطرّق في هذال المجال إلى سلطة القضاء في الدّفاع عن المستهلك وحمايته (الفرع الأوّل) ثمّ نتناول حقّ المستهلك في اللّجوء إلى القضاء (الفرع الثّاني).

الفرع الأوّل: سلطة القضاء في الدّفاع عن المستهلك وحمايته

يتمتّع القضاء بسلطة الدّفاع عن حقوق المستهلك وحمايته، ويتجلّى ذلك من أوّل لإجراء ألا وهو تحريك الدّعى العمومية من طرف النيابة العامة صاحبة الاختصاص الأصيل إلى غاية صدور الحكم من طرف المحكمة. وعليه، سنتطرّق إلى دور كلّ من النيابة العامة ووكيل الجمهورية وقضاة الحكم في حماية المستهلك.

أولاً: دور النيابة العامّة في حماية المستهلك

تعتبر النيابة العامّة السّلطة الأصلية التي لها صلاحية تحريك الدّعى العمومية في المواد الجزائية، ولا تقوم النيابة بتحريك هذه الدّعى إلاّ بعد إبلاغها بالجريمة، وهذا الإبلاغ قد يكون من المستهلك المضرور أو من طرف ضباط الشرطة القضائية التي لها مهام البحث والتّحري أو من أجهزة إدارية لها مهام حماية المستهلكين. فلكي تلعب النيابة العامّة دورها الأساسي في القمع المخوّل لها بموجب نصوص قانون الإجراءات الجزائية، فإنّ القانون يفرض التزام إعلام وكيل الجمهورية بالمخالفات المرتكبة والتي تدخل في اختصاصه الإقليمي.

بالتّالي، تباشر النيابة العامّة بسلطتها في متابعة المنتج عند مساسه بالمستهلك عن طريق الدّعى العمومية، وتعرف هذه الأخيرة بأنالطلب الموجه من الدّولة بواسطة جهازها المختصّ (النيابة العامة) إلى المحكمة

¹ - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 151.

تجاه المتهم الذي ارتكب جريمة ضدّ أحد أفراد المجتمع. والقاعدة العامة في القانون الجزائي هي أنّه « لا عقوبة بغير دعوى وإجراءات جزائية »، فلا بدّ رفع الدّعى أمام القضاء للوصول إلى معاقبة الجاني⁽¹⁾.

ثانيًا: دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك

بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام في مستوى اختصاص إقليم محكمته. يقوم وكيل الجمهورية بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتّحري عن المخالفات والجنح التّب تمسّ بالمستهلك، كما يقوم بتحريك الدّعى العمومية ضدّ كلّ مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة ليحاكموا وفقًا للقانون. وهو الذي يمثّل المجتمع أمام المحاكم ويطلب بتطبيق القانون ومن وظيفته تلقّي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوي والبلاغات ويُقرّر ما يتخذ في شأنها ويباشر بنفسه أو يأمر باتّخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتّحري عن الجرائم المتعلّقة بالنّظام العام، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي ينظر فيها ويطعن عند الاقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية. وقد يصدر أوامر بحجز السلعة أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة⁽²⁾.

بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ وفيما يخصّ إجراء خبرة، فإنّ الأعوان المكلفين بذلك يُحيلون ملف الخبرة إلى وكيل الجمهورية، وكذلك تقوم المخابر المؤهّلة قانونًا بتقديم كشوفات أو تقارير الخبرة، والذي يحيله بدوره إلى القاضي المختصّ إذا ما رأى أنّه يجب الشّروع في المتابعة أو فتح تحقيق قضائي، وهذا عند الحاجة وبعد القيام بتحقيق مسبق⁽³⁾.

وفي مجال السّحب المؤقت أو النهائي للمنتوج وتنفيذه من طرف الأعوان المكلفين بذلك، فقد أشارت المواد 63، 62 و 59 من قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ على وجوب إعلام وكيل الجمهورية بكلّ الإجراءات فورًا، فوكيل الجمهورية له دور أساسي في حماية المستهلك من خلال البحث والتّحري وطلب إجراء التحقيقات والمتابعة في حال تعرّض المستهلك لخطر يمسّ مصلحته المادية أو المعنوية⁽⁴⁾.

ثالثًا: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك

تعدّ المحاكمة المرحلة الأخيرة التي تنتهي عندها الدّعى العمومية سواء بصدور حكم بإدانة المتهم أو ببراءته، وذلك بحكم جنائي صادر عن هيئة قضائية وفاضل في موضوع الدّعى، وينبغي الفصل على وجه السرعة حتّى يتحقّق للأحكام قدر من الرّدع العام⁽⁵⁾.

1 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 231.

2 - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 65.

3 - راجع المادة 44 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المرجع السابق ذكره.

4 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 232_233.

5 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 233.

وقد تكون المحكمة ابتدائية أو محكمة الجنايات. تختص المحكمة بالنظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة أيًا كان الشخص الذي ارتكبها، وللمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وطيل الجمهورية أو تحال إليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي⁽¹⁾.

قد تكون المخالفة الصادرة عن المتدخل لا تكفي لمساءلته، فتصدر المحكمة حكمًا بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة في جانب المهني فتعاقبه وفقًا للقانون. يجوز للمحكمة، إذا كُيف الموضوع تكييفًا خاطئًا نقلت به الدعوى عن حقيقتها وأعطتها حكمًا قانونيًا؟؟ كما للمحكمة أن تصدر أحكامًا بحجز المنتجات موضوع المخالفة إتلافها وإصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة⁽²⁾.

يقع على القضاة، عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك، أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد إلى معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني. نظرًا للنتائج التي قد تترتب نتيجة عدم الاعتماد على هذا المعيار، فإن المحاكم قد تلجأ إلى معيار آخر الذي يأخذ حالة كل مستهلك ضحية على حدة، وذلك بالنظر إلى مستواه الثقافي والوضعية التي تعرض لها، وبالتالي يكون المعيار الذي يأخذ بالمستهلك المتوسط الذكاء كمرجع لتقدير مدى وجود الخطأ الذي يعاقب عليه القانون في إطار العلاقة الاستهلاكية⁽³⁾.

يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم النظر في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالنزاعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة. أما إذا كان موضوع الدعوى ناتج عن جرائم معاقب عليها جزائياً، فللمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كطرف مدني أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني، كما يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية⁽⁴⁾.

في مجال المعاملات التجارية الإلكترونية، يتدخل مثلاً القاضي المدني لحماية المستهلك الإلكتروني، وفقاً لنص المادة 14 و 22 و 40 من القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.

ومن ناحية أخرى، يتدخل القاضي الجزائي لحماية المستهلك الإلكتروني، وذلك تطبيقاً للمواد من 37 إلى 41 والمادة 48 من القانون رقم 05-18 نفسه المنظمة للجرائم والعقوبات.

الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

1 - صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص. 154.

2 - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص. 65_66.

3 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 233_234.

4 - زوبرير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 191.

يحقّ لكلّ شخص في المجتمع اللّجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو حماية مصالحه المادية والاقتصادية، فضلاً عن طلب التّعويض عمّا أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة. تُعتبر الدّعى القضائية الوسيلة الفعّالة التي يلجأ المستهلك إليها قصد الدّفاع عن مصالحه وحمايتها، وذلك بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضّرر هدفه وقف الأعمال غير المشروعة، وذلك أمام القضاء الاستعجالي، كما يحقّ للمستهلك رفع دعاوى أخرى تختلف باختلاف تكييف الوقائع والضّرر الذي أصابه⁽¹⁾. ومثال ذلك إذا كانت الوقائع تُشكّل جريمة ونتج عنها ضرر أصاب المستهلك، فإنّه له الحقّ في المطالبة بالتّعويض عن طريق رفع دعوى مدنية وهو الأصل، وذلك تطبيقاً لنصّ المادة 1/2 من قانون الإجراءات الجزائية التي نصّت على أنّه:

« يتعلّق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضّرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة بكلّ من أصابهم شخصياً ضرر مباشر تسبب عن الجريمة ». أمّا إذا كانت الوقائع لا تُشكّل جريمة، فإنّه يتعيّن على المستهلك رفع دعوى مدنية قصد المطالبة بالتّعويض عن الضّرر الذي لحق به⁽²⁾.

يجوز للمستهلك أن يرفع دعوى قضائية بصفة منفردة للدّفاع عن مصالحه وحمايتها، كما يجوز رفع دعوى جماعية عن طريق جمعيات حماية المستهلكين المنشأة لغرض الدّفاع عن مصالح المستهلكين⁽³⁾.

في إطار حماية المستهلك، هناك من يُؤسّس قيام المسؤولية المدنية للمهني في نشاطه على أساس عقدي يربط هذا الأخير بالمستهلك، وآخرون يُؤسّسون قيام هذه المسؤولية على أساس تقصيري وذلك وفقاً للمادة 124 من القانون المدني الجزائري والتي نصّت على ما يلي:

«يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية».

يُعتبر موقف المشرّع الجزائري سليماً في إطار حماية المستهلك، وهذا ظاهر من خلال الحياة اليومية للمستهلك، حيث كثيراً ما يتحصّل على منتوجات سواء سلع أو خدمات دون أن يكون بينه وبين منتجها أو مقدّمها علاقة تعاقدية. كذلك من جهة أخرى يشكّل حماية أوسع للمستهلك خاصّة عندما تكون المنتوجات مستوردة من الخارج ويصعب معرفة منتجها⁽⁴⁾.

إلى جانب الدّعى المدنية، يمكّن المستهلك من رفع دعوى عمومية متى كانت الأفعال الموصوفة تُشكّل جريمة سواء تضرّرت منها أو لم تضرّر، وذلك بالتوجّه إلى وكيل الجمهورية مباشرة مرفقاً بطلب افتتاحي للدّعى،

1 - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 235.

2 - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 193.

3 - راجع المواد من 21 إلى 23 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

4 - ولمزيد من التفاصيل حول مسؤولية المنتج بناء على نصّ المادة 140 مكرر من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني (معدل ومتمم)، راجع، سي يوسف زاهية حورية، تعليق على نصّ المادة 140 مكرر تقنين المدني جزائري، المرجع السابق ذكره.

ومثال عن هذه الفرضية أن يُثبت المستهلك الذي رفع الدّعى العمومية وجود تجّار يمارسون، إلى جانب أنشطتهم، أنشطة أخرى غير شرعية مثل: بيع المخدرات أو تقديم حبوب لها مؤثرات عقلية دون وصفة طبيّة، كما يمكن المستهلك من رفع دعوى عمومية في حال مخالفة أحكام المواد 68، 69، 70، 79، 83، 84 و85 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ والتي تُحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري⁽¹⁾.

يُعد ثبوت حقّ المستهلك في رفع دعوى قضائية من أهم المصالح التي زكّتها مختلف التشريعات، وذلك قصد حماية الكيان البشري للمجتمع من كلّ ما قد يضره. إلّا أنّ الأمر الواجب مراعاته من قبل الجهات القضائية عند رفع الدعاوى القضائية هو أن تنتظر للشخص الرافع للدّعى في كونه "المستهلك المضرور" وليس كما هو ساري العمل في الدعاوى الأخرى، إذ يمثّل ذلك حماية قانونية للمستهلك إلى جانب الرّاحة النفسيّة وهي عدم ضياع حقّه أمام القضاء⁽²⁾.

في مجال معاملات التّجارة الإلكترونيّة، يجوز للمستهلك الإلكتروني، وفقا لنصّ المادة 14 من القانون رقم 05-18 المتعلّق بالتّجارة الإلكترونيّة، طلب إبطال العقد الإلكتروني أو التّعويض عن الضّرر الذي لحق به أمام القاضي المدني، وهذا في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأحكام المادة 10 و13 من القانون نفسه، التي تتعلّق بوجود توثيق المعاملة التّجارية الإلكترونيّة بموجب عقد إلكتروني مصادق عليه من المستهلك الإلكتروني، وحالة عدم تعيين المعلومات الواجب توافرها في العقد الإلكتروني، كعدم تضمين هذا العقد الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع، طبقا لأحكام المادة 2 من القانون رقم 05-18 نفسه والتي جاء نصّها كما يلي:

«يطبق القانون الجزائري فيما يتعلق بالمعاملات التّجارية الإلكترونيّة في حاله ما إذا كان أحد أطراف العقد الإلكتروني:

- متمنّعا بالجنسية الجزائرية، أو
 - مقيما إقامة شرعية في الجزائر، أو
 - شخصا معنويا خاضعا للقانون الجزائري،
- أو كان العقد محلا لبرام أو تنفيذ في الجزائر».

كما يجوز للمستهلك الإلكتروني طلب التّعويض الذي لحق به دون إبطال العقد الإلكتروني، وذلك في حالة عدم احترام المورد الإلكتروني لأجل التسليم، وذلك وفقا للمادة 22 من القانون رقم 05-18 ذاته. كما له إبطال الشّروط التعسّفية في العقد الإلكتروني والتي أخلّت بالتّوازن الظاهر للعقد والتي تتجلى في عدم التّوازن بين حقوق وواجبات الأطراف⁽³⁾.

الفرع الثالث: غرامة الصلح كآلية لاجتناب اللّجوء إلى القضاء

¹ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص. 194.

² - علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المرجع السابق، ص. 235.

³ - معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك _ دراسة مقارنة _، المرجع السابق، ص. 204 .

نظّم المشرّع الجزائري، من خلال الباب الخامس من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، غرامة الصّح. لا يُعدّ هذا التّنظيم جديداً، بل هو إجراء سابق تمّ تنظيّمه في قوانين سابقة أخرى آخرها القانون رقم 04-02 المنظّم للقواعد المطبّقة على الممارسات التّجارية (المعدّل والمتمّم)، والقانون رقم 18-05 المتعلّق بالتّجارة الإلكترونيّة، وهي آليّة قانونيّة ينظّمها المشرّع من أجل فرصة لمرتكب المخالفة لتدارك الوضع وحلّ النزاع دون اللّجوء إلى القضاء. وهذا ما يُعطي لهذه الآليّة أهميّة باعتبارها قرينة على حسن نيّة مرتكب المخالفة (المتدخّل لاسيما المورد الإلكتروني) طالما لا تشمله الحالات التي قررها القانون والتي قد تستبعد قرينة النّيّة الحسنة لمرتكب المخالفة⁽¹⁾.

وعليه، نتعرّض لغرامة الصّح كآليّة إداريّة لحماية المستهلك، ثمّ نتطرّق إلى إجراءات وكيفيات فرض هذه الغرامة.

أولاً: غرامة الصّح كآليّة إداريّة لحماية المستهلك

نصّت المادة 1/86 من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ على ما يلي:

«يمكن الأعران المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقاً لأحكام هذا القانون».

بالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التّجاريّة، فإنّ المادة 60 منه قد نصّت على ما يلي:

«تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائيّة.

غير أنه، يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعران الاقتصاديّين المخالفين بمصالحة، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار (1.000.000 دج) استناداً إلى المحضر المعد من طرف الموظّفين المؤهلين...».

كما نصّت المادة 45 من القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتّجارة الإلكترونيّة على ما يلي:

«دون المساس بحقوق الضحايا في التعويض، تؤهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات غرامة الصّح مع الأشخاص المتابعين بمخالفة أحكام هذا القانون.

يجب على الأعران المنصوص عليهم في المادة 36 من هذا القانون اقتراح غرامة صلح على المخالفين. لا يمكن إجراء غرامة الصّح في حالة العود أو المخالفات المنصوص عليها في المادتين 37 و38 من هذا القانون».

بالرجوع إلى نصّ المادة 1/86 من القانون رقم 09-03 المذكورة أعلاه، فإنّ عبارة "يمكن" تُعطي سلطة تقديرية للإدارة على فرض غرامة الصّح.

1 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 57.

أما تطبيقاً للمادة 60 من القانون رقم 04-02 السابقة الذكر، فمثلا في حالة المخالفة المعاينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون دينار، فإنه "يمكن" للمدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحة. إذن، لا بدّ أن يقدّم أولاً هؤلاء الأعوان طلب المصالحة والذي يمكن للمدير أن يقبله منهم. ووفقاً للمادة 45 من القانون رقم 18-05 المذكورة سابقا، فإنه يجب على الأعوان، المنصوص عليهم في المادة 36 من القانون نفسه، اقتراح غرامة صلح على مخالفتي أحكام هذا القانون، وتؤهل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك بالقيام بإجراءات الصلح مع هؤلاء المخالفين. انطلاقاً مما سبق ذكره، يستوجب علينا التطرّق إلى المقصود من غرامة الصلح وشروط تطبيقها.

1 - المقصود من غرامة الصلح

استناداً إلى المادة 1/86 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، تملك الإدارة المكلفة بحماية المستهلك، أي أعوان قمع الغش، حقّ معاينة المخالفات ومتابعة المتدخّل المخالف بفرض غرامة مالية عليه وهي غرامة الصلح. تعدّ هذه الغرامة غرامة مالية إدارية وليست عقوبة جزائية، وبالتالي لا يعتدّ بها لحساب العود⁽¹⁾. وهذا مستخلص من المادة 5/61 من القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة، والتي نصّت على ما يلي:

«تتهي المصالحة المتابعات القضائيّة».

وما دامت غرامة المصالحة لا تُعتبر عقوبة قضائيّة، فإنّها لا تُسجّل في صحيفة السّوابق القضائيّة للمخالف، طبقاً لنصّ المادة 618 من قانون الإجراءات الجزائيّة.

فاصطلاح غرامة الصلح، معناه غرامة المصالحة، أي هناك اختلاف في التسمية فقط⁽²⁾. لم يرد في القانون رقم 09-03 والقانون رقم 04-02 والقانون رقم 18-05 السالف الذكر، تعريف للمصالحة وإنّما اكتفى بتبيان شروطها وإجراءاتها، إلّا أنّه تمّ تعريفها بموجب المنشور الوزاري رقم 01/أخ وت/2006 المؤرخ في 8 مارس 2006 المتعلّق بكيفيات تطبيق أحكام المصالحة على أنّها:

«طريقة تسوية ودية بين الإدارة المكلفة بمراقبة الممارسات التجاريّة من جهة والمتعامل الاقتصادي المحرر ضده المحضر من جهة أخرى، يتمّ من خلالها إنهاء النزاع الناجم عن مخالفة أحكام القانون رقم 04-02».

¹ - حيث نصت المادة 2/85 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، على ما يلي:

" يعدّ حالة عود، في مفهوم هذا القانون، قيام المتدخّل بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنوات الخمس (5) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط."

² - سي يوسف زاهية حورية، "مدى فاعلية الصلح في تحقيق الحماية للمستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسيّة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 2، 2012، (ص ص. 7_16)، ص. 7.

من خلال النصوص القانونية السالفة الذكر، يبدو جلياً أنّ غرامة الصلح ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالصلح غير القضائي، هذا النوع من الصلح الذي يهدف إلى تسوية النزاعات المترتبة عن التجاوزات التي يقع فيها المتدخل أو المورد الإلكتروني المخالف دون اللجوء إلى القضاء عن طريق تحريك الدعوى.

2 - شروط تطبيق غرامة الصلح

تظهر، من خلال المواد 86، 87 و88 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، شروط تطبيق غرامة الصلح، وهي:

- ثبوت ارتكاب مخالفة معاقب عليها طبقاً لأحكام القانون رقم 03-09 وتحديد نوع المخالفة وفقاً لما تقتضيه الإجراءات الشكلية المطلوبة.

- لا تدخل المخالفات المرتبطة في أحد الحالات المنصوص عليها في المادة 87 السالفة الذكر وهي:

* إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها، إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية كعقوبة الحبس، وإما تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك.

* في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إجراءاتها على الأقل إجراء غرامة الصلح.

* في حالة العود، إذ لا تفرض المصالحة على المتدخل الذي يكون في حالة اعتياد، وهذا ما نصت عليه

المادة 62 من القانون رقم 02-04 السالف الذكر:

«في حالة العود حسب مفهوم المادة 2/47 من هذا القانون، لا يستفيد مرتكب المخالفة من المصالحة».

- أن يتم تسديد غرامة الصلح في أجل 30 يوماً من تاريخ الإنذار.

عند الاطلاع على النصوص التي تناولت غرامة الصلح، نجد أنّ المشرع الجزائري قد اعتمد نوعين من

الغرامة: غرامة محددة وغرامة نسبية (المادة 88 من القانون رقم 03-09 السالفة الذكر).

يقصد بالغرامة المحددة تلك الغرامة التي تحدد لكل مخالفة على حدة:

بالنسبة للمخالفة المتمثلة في انعدام سلامة المواد الغذائية المعاقب عليها بموجب المادة 71 من القانون

رقم 03-09 نفسه، فمقدار الغرامة هو: 500.000 دج.

بالنسبة لمخالفة انعدام النظافة والنظافة الصحية المعاقب عليهما بموجب المادة 72 من القانون نفسه،

مقدار الغرامة هو: 300.000 دج.

ومخالفة انعدام أمن المنتج المعاقب عليها بموجب المادة 73 من القانون ذاته، مقدار الغرامة هو:

400.000 دج.

ومخالفة انعدام رقابة المطابقة المسبقة المعاقب عليها بموجب المادة 74 من القانون ذاته، مقدراً الغرامة

هو: 400.000 دج.

ومخالفة انعدام الضمان أو عدم تنفيذ الضمان المعاقب عليها بموجب المادة 75 من القانون نفسه، مقدرا الغرامة هو: 100.000 دج.

ومخالفة عدم تجربة المنتج المعاقب عليها بموجب المادة 76 من القانون ذاته، مقدار الغرامة هو: 100.000 دج.

ومخالفة عدم وسم المنتج المعاقب عليها بموجب المادة 78 من القانون نفسه، مقدار الغرامة هو: 400.000 دج.

ويُقصد بالغرامة النسبية تلك الغرامة التي لا يُحددها القانون بشكل ثابت، وإنما يتحدّد مقدارها بالنظر إلى نسبة مئوية من القدرة المالية للمخالف، كما هي الحال في غرامة الصّح لمخالفة رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع والمحدّدة بنسبة 10% من ثمن المنتج المقنتى (المادة 8/88 من قانون حماية المستهلك)⁽¹⁾.

أمّا بالنسبة للمخالفات المتعلقة بأحكام القانون رقم 04-02 المحدّد للشروط المطبّقة على الممارسات التّجارية، فإنّه لا تجوز المصالحة إذا كانت المخالفة المسجّلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار 3.000.000 دج، فإنّ المحضر المُعدّ من طرف الموظّفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتّجارة إلى وكيل الجمهورية المختصّ إقليمياً قصد المتابعات القضائية.

أمّا فيما يتعلّق بمخالفات أحكام القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتّجارة الإلكترونيّة، فتطبيقاً لنصّ الفقرة 3 من المادة 45 منه، فإنّه لا يمكن إجراء غرامة الصّح في حالة العود أو المخالفات المنصوص عليها في المادتين 37 و38 من القانون ذاته.

مبلغ غرامة الصّح هو الحدّ الأدنى من الغرامة المنصوص عليها في أحكام هذا القانون السّالف الذّكر. وفي حالة قبول المورد الإلكتروني لغرامة الصّح، تقوم الإدارة المؤهلة بإقرار تخفيض قدره 10%، تطبيقاً لنصّ المادة 46 من القانون رقم 18-05 المتعلّق بالتّجارة الإلكترونيّة.

ثانياً: إجراءات وكيفيات فرض غرامة الصّح

بعد معاينة الأعوان المخالفات المرتكبة من طرف المتدخّل، يحزّر هؤلاء محضر المعاينة الذي يحدّدون فيه نوع المخالفة ومبلغ غرامة الصّح المحدّد قانوناً، ثمّ يتابع الملف من طرف المصالح المكلفة بحماية المستهلك.

1 - تحرير محضر فرض غرامة الصّح

¹ - سي يوسف زاهية حورية، "مدى فاعلية الصّح في تحقيق الحماية للمستهلك"، المرجع السابق، ص. 12.

بعد قيام الأعوان المكلفين بالرقابة بمهامهم واكتشاف المخالفة، يحرر هؤلاء محضرا وفقا لما يقتضيه القانون من شكليات. وهنا، منح المشرع، بموجب المادة 86 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السلطة التقديرية في فرض أو عدم فرض غرامة الصلح.

ففي حالة اختيار الأعوان طريق عدم فرض غرامة الصلح، يرسل المحضر مباشرة إلى الجهة القضائية المختصة.

أما في حالة اختيار فرض غرامة الصلح، تبدأ إجراءات أخرى يتبناها العون، فيحدد المخالفات ومبلغ غرامة الصلح تدون في المحضر.

في حالة وجود عدة مخالفات في نفس المحضر، يجب على الأعوان تحديد المبلغ الإجمالي لكل غرامات الصلح المستحقة⁽¹⁾.

يرسل المحضر المستوفي لكل الشروط الشكلية إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش⁽²⁾.

وهنا، تجدر الإشارة إلى أن الأعوان مقيدون بتحديد مبلغ المنصوص عليه في المادة 88 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عكس ما جاء في القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، بحيث يقوم الأعوان باقتراح مبلغ غرامة الصلح على الإدارة المكلفة بحماية المستهلك مع احترام مقتضيات المادة 46 من القانون رقم 18-05 نفسه، السابق ذكرها أعلاه.

2 - إحالة ملف غرامة الصلح إلى الجهات المختصة

عند وصول محاضر المعاينة إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، تقوم هذه الأخيرة بتبليغ المتدخل المخالف خلال 7 أيام من تاريخ تحرير المحضر، عن طريق إنذار برسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام⁽³⁾.

وعند تلقي المتدخل المخالف الإنذار، لا يجوز له الطعن في القرار المحدد لمبلغ غرامة الصلح⁽⁴⁾، بل منحه المشرع الجزائري مهلة قانونية مقدرة بـ 30 يوما من تاريخ استلام الإنذار ليقوم بدفع الغرامة أمام مصالح قابضة الضرائب.

في حالة دفع المخالف غرامة الصلح في المهلة القانونية لدى قابض الضرائب، يعلم هذا الأخير المصالح المكلفة بحماية المستهلك بحصول الدفع خلال مدة لا تزيد عن 10 أيام من تاريخ الدفع.

يمسك قابض الضرائب جدول إشعارات الدفع المستلمة ويرسل جدولاً في الأسبوع الأول من كل شهر إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك.

1 - راجع المادة 89 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

2 - شلغوم رحيمة، قانون الاستهلاك (حماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري)، المرجع السابق، ص. 60.

3 - راجع المادة 90 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

4 - راجع المادة 91 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق ذكره.

وفي حالة عدم وصول إشعار قابض الضرائب، تنتظر الإدارة انقضاء مدة 45 يوما من تاريخ الإنذار الأول المرسل للمخالف لإرسال الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليمياً⁽¹⁾. وفي الحالة التي يسدّد فيها المخالف مبلغ غرامة الصّح، تنقضي الدّعى العمومية⁽²⁾.

بينما يُفهم من المادة 47 من القانون رقم 05-18 المتعلّق بالتجارة الإلكترونية أنّه: تُبلّغ المصالح التابعة لإدارة التجارة المورّد الإلكتروني المخالف خلال مدة لا تتجاوز 7 أيام ابتداءً من تاريخ تحرير المحضر، الأمر بالدفع عن طريق جميع الوسائل المناسبة مصحوباً بإشعار بالاستلام يتضمّن هويّة المورّد الإلكتروني، عنوان بريده الإلكتروني، وتاريخ وسبب المخالفة، ومراجع النصوص المطبّقة ومبلغ الغرامة المفروضة، بالإضافة إلى مواعيد وكيفيات الدّفع. إذا لم يتمّ دفع الغرامة أو لم يمثل المخالف للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في أجل خمسة وأربعين (45) يوماً، يُرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.

وفقاً للمادة 45 من القانون رقم 05-18 السالف الذّكر، يحقّ للمضروور من المخالفة الحصول على التّعويض اللّازم لإزالة الضّرر الذي أصابه بسبب تلك المخالفة. وبما أنّه لم يكن طرفاً في هذه المصالحة، فهي لا تلزمه ولا تسقط حقّه في التّعويض، وله أن يلجأ للقضاء لاستيفائه. ونتيجة لهذا، فقد منحه المشرّع الحقّ في اللّجوء إلى القضاء المدني⁽³⁾.

في الأخير، نتوصّل إلى القول، وهذا انطلاقاً ممّا سبق ذكره، أنّ غرامة الصّح ليست تدبيراً وقائياً ولا قمعيّاً، بل هي غرامة ودّية ومصالحة للمتدخّل لا غير، لكونها توقف متابعتها قضائياً، هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى، أنّها إجراء سهل وسريع لا يعطل نشاطه، كما أنّ هناك من يعتبرها وسيلة بديلة لفضّ النزاع والتّخفيف من عبء المحاكم في مواجهة قضايا متعدّدة وتوطيد السّكينة ونشر الوثام بين أفراد المجتمع، لكن مع ضرورة تفعيل دور القضاء في المراقبة⁽⁴⁾.

خاتمة

1 - أنظر المادة 92 من القانون رقم 03-09 نفسه.

2 - اطلع على نص المادة 93 من القانون رقم 03-09 ذاته.

3 - كدام صبرينة وبوحية وسيلة، "غرامة الصّح حماية للمورد الإلكتروني من المتابعات القضائية في قانون التجارة الإلكترونية"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، مجلد 57، عدد 2، 2020، (ص ص. 75_88)، ص. 86.

4 - سي يوسف زاهية حورية، "مدى فاعلية الصّح في تحقيق الحماية للمستهلك"، المرجع السابق، ص ص. 15_16.

إن التباعد الواضح الذي نلاحظه بين الإطار القانوني لحماية المستهلك الطموح والواقع العملي المتردي يدفعنا إلى القول بأنه لا يكفي وفرة النصوص القانونية إنما الأخرى التأكد من إمكانية إنزالها أرض الواقع، فالعبرة ليست بالتضخم التشريعي والمؤسسي إنما الأجدر بالاعتبار هو الإمكانيات التي يحوزها المجتمع لإنفاذ تلك الآليات وتغيير من الوضعية المزرية للمستهلكين في الجزائر.

على الرغم من الضمانات التي تقدمها النصوص التشريعية والأحكام التنظيمية للمستهلك إما على مستوى الوقاية أو في جهة الأمن والسلامة أو من زاوية حماية مصالحه الاقتصادية أو حتى توفير الإطار الملائم للتعويض عن أضرار المنتجات. فإن الواقع الممارساتي، وعلى النقيض من ذلك ليدل على حقيقته مغادرة لما هو مأمول من تلك الترسانة القانونية الحمائية والتي على ما يبدو افتقدت لآليات وتفعيلها، وإلا كيف نفسر المشهد المتكرر لحوادث الاستهلاك والفضائح والتي باتت من يوميات المستهلك الجزائري في ظل نقص الوعي والثقافة الاستهلاكية لفئة واسعة من جمهور المستهلكين وعدم التكفل التام بمصالحه من طرف جمعيات حماية المستهلكين، وقلة الدعاوى المعروضة أمام العدالة ونقص تكوين القضاة في هذا المجال، وبقاء قانون الاستهلاك فئويا لا يدركه إلا القليل من المتخصصين.

كما أن التعويض الذي سيحصل عليه من رفع دعواه في مجال قانون الاستهلاك زهيدا جدا لا يعادل قيمة ما يتحمله من مصاريف باهظة والجهد المبذول، أضف إلى ذلك الوقت الذي تستغرقه القضية من أجل الحصول على حقه.

إن تفعيل قانون حماية المستهلك ونجاحه في تحقيق حماية حقيقية للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك التقليدي أو الإلكتروني في مواجهة المتدخل أو المورد الإلكتروني، لا يتوقف على نصوص هذا القانون فحسب بل يجب تضافر جميع الجهود من الأجهزة والهيكل المكلفة بحماية المستهلك والمتمثلة في الهيئات الإدارية ومؤسسات المجتمع المدني كجمعيات حماية المستهلكين والقضاء، إذ يجب وضع سياسة عامة مدروسة ورشيدة لحماية المستهلك يشترك فيها مكونات المجتمع بدعم من وسائل الإعلام وتوجيه من الدولة تسعى لجعل المستهلك شريكا اقتصاديا مهما ومسؤولا في الدورة الاقتصادية.

دعم جمعيات حماية المستهلكين ماديا من أجل ضمان قيامها بدورها الإعلامي في تحسيس المستهلك وتوعيته من خلال النشرات والإعلانات وأيام دراسية التي تعقدتها.

قائمة المراجع والمصادر

أولاً: باللغة العربية

1- الكتب

- _ أحمد إبراهيم عبد الهادي، إدارة المبيعات وحماية المستهلك، دار النهضة العربية، 1997.
- _ الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك - دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.
- _ المنجد الأبجدي، دار المشرق، لبنان، 1989.
- _ بوجملين وليد، سلطات الضبط الاقتصادي في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2011.
- _ بودالي محمد، "الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر"، دار هومة، الجزائر، 2008.
- _ حوحو يمينة، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2016.
- _ خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- _ سرى صيام وأحمد الطيب وأيسر فؤاد، الحماية التشريعية للمستهلك في مصر، المركز القومي للبحوث الإجتماعية والجنائية، القاهرة، 1999.
- _ عبيدات محمد، مبادئ التسويق، دار المستقبل للنشر والإشهار، الأردن، 1989.
- _ علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، 2000.
- _ كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية (وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02)، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010.
- _ كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012.
- _ محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك - التقليدي والإلكتروني-، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
- _ نزيه محمد الصادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.
- ## 2- الأطروحات والمنكرات الجامعية
- ### أ_ الأطروحات الجامعية
- _ أكسوم عيلا م رشيدة، المركز القانوني للمستهلك الإلكتروني، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، الطور الثالث (ل.م.د) في القانون، تخصص: قانون خاص داخلي، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 12 جوان 2018.

- _ **بحري فاطمة**، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة أبو بكر القايد، تلمسان، 2013.
- _ **جلال مسعد زوجة محتوت**، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع " قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- _ **جليل ابراهيم محمود**، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، أطروحة كجزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه في تخصص فلسفة الاقتصاد العام، مكتب كركوك، جامعة سانت كليمنتس العالمية، 2015.
- _ **حابت آمال**، التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 30 سبتمبر 2015.
- _ **خميخ محمد**، الحماية الجنائية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية - دراسة مقارنة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017.
- _ **قوسم غالية**، التعسف في وضعية الهيمنة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص: قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 31 ماي 2016.

أ- المذكرات الجامعية

- _ **بوروح منال**، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09_03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015.
- _ **بوشارب ايمان**، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2012.
- _ **خالد جاسم ابراهيم حسن الحوسني**، الدور الرقابي لمؤسسات المجتمع المدني وأثره في تنمية المجتمع في دولة الامارات العربية المتحدة - جمعيات النفع العام- دراسة حالة، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، كلية الآداب والعلوم، جامعة الشرق الأوسط، 2013.
- _ **زوبير أرزقي**، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

_ **صياد الصادق**، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2014.

_ **عبدالله نيب عبدالله محمود**، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني - دراسة مقارنة- ، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين، 9 جويلية 2009.

_ **مزاري عائشة**، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 25 جوان 2013.

_ **معروف عبد القادر**، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك _ دراسة مقارنة _ ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون المدني الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017.

_ **معوش رضا**، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع: قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015.

_ **نجاح ميدني**، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، قسم الشريعة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج الخضر - باتنة، 2008.

3- المقالات

_ **إرزيل الكاهنة**، "الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك" ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 2، 2011، ص ص. 149-123.

_ **اسطنبولي محي الدين**، "دور الشريعة الإسلامية في حماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البليدة، عدد 2، جانفي 2012، ص ص. 378_374.

_ **النعاس صديقي وخيرة نواري**، "حماية المستهلك من المنظور الإسلامي"، مجلة آفاق للعلوم، مجلد 5، عدد 3، 2020، ص ص. 379_366.

_ **براهيمي هانية**، "جزاء الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتجات"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال"، عدد 3، 2017، ص ص. 77_58.

_ **بركات كريمة**، "الحماية القانونية للمستهلك في عقود الإذعان"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مجلد 6، عدد 2، 2011، ص ص. 307_275.

- _ -----، "التزام المتدخل بسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية"، مجلة معارف، قسم العلوم القانونية، جامعة أكلي محند أولحاج بالبويرة، عدد 17، 2014، ص ص.136_99.
- _ بشير سليم وبوزيد سليمة، "الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09"، مجلة الحقوق والحريات، عدد 4، 2017، ص ص. 48_23.
- _ بوخالفة حدة، "النظام القانوني لمتعهد الإيواء عبر الإنترنت"، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، عدد 14، 2017، ص ص.298_291.
- _ بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، مجلة إدارة، الجزء 12، عدد 2، 2002، ص ص. 56_31.
- _ بوروح منال، "التزام المتدخل باعلام المستهلك في ظل القانون رقم 03-09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، مجلد 55، عدد 2، 2018، ص ص.322_301.
- _ بولحية شهيرة ولحکل شهرزاد، "أثر التجارة الإلكترونية على المستهلك الإلكتروني"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي سي الحواس - بركة، عدد 3، 2019، ص ص.116_103.
- _ بولعراس مختاروكيحل كمال، "المسؤولية العقدية عن الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتجات الغذائية في التشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 7، عدد 2، 2018، ص ص. 53_31.
- _ بولقواس سارة، "الحماية المدنية للمستهلك من الشروط التعسفية في العقد الإلكتروني"، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، عدد 2، 2017، ص ص.63_45.
- _ بوهنتاله أمال وقداش سلوى، "واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، عدد 6، 2017، ص ص. 218_196.
- _ تواتي نصيرة، " دور مطابقة المنتوجات للمقاييس القانونية في حماية المستهلك على ضوء القانون رقم 16-04 المتعلق بالتقييس"، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، عدد 14، 2017، بسكرة، ص ص.466_457.
- _ جقريف الزهرة وشريط وسيلة، " الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقد الإلكتروني كضمانة لحماية المستهلك الإلكتروني- دراسة على ضوء القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية-"، مجلة المعيار، مجلد 24، عدد 51، 2020، ص ص.725_712.
- _ حداد العيد، " الآليات الدولية لحماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعد دحلب، البليدة، عدد 2، جانفي 2012، ص ص.383_379.

- _ **حسيني عبد الرزاق**، "النصب والاحتيايل عبر شبكة الإنترنت"، مجلة الشرطة العلمية والتقنية، عدد 4، 2019، ص ص. 46_48.
- _ **خليفة مريم**، "الالتزام بالإعلام الإلكتروني وشفافية التعامل في مجال التجارة الإلكترونية"، دفاثر السياسة والقانون، عدد 4، 2011، ص ص. 201_223.
- _ **زيوش عبد الرؤوف**، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، مجلد 5، عدد 2، 2020، ص ص. 91_116.
- _ **سعدون يسين**، "الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني"، مجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 1، 2016، ص ص. 314_331.
- _ **سيف عبد اللطيف عبد الحليم محمد**، "حماية المستهلك من اضطرابات السوق (دراسة فقهية معاصرة)"، مجلد 5، العدد 34 لحوالية كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، 2018، ص ص. 664_758؛ <https://bfdajournals.ekb.eg>
- _ **سي يوسف زاهية حورية**، "الالتزام بالإفشاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، مجلد 4، عدد 2، 2009، ص ص. 55_78.
- _ -----، "تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين المدني جزائري"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزء 5، عدد 2، 2010، ص ص. 61_76.
- _ -----، "مدى فاعلية الصلح في تحقيق الحماية للمستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 2، 2012، ص ص. 7_16.
- _ -----، "الرقابة عن طريق جمعيات حماية المستهلك"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة دحلب، البليدة، عدد 2، 2012، ص ص. 197_206.
- _ -----، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، مجلة الحقيقة، عدد 34، 2015، ص ص. 282_304.
- _ -----، "رقابة المنتجات المستوردة، آلية لحماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، معهد الحقوق، المركز الجامعي لتامنغست، عدد 11، 2017، ص ص. 9_23.
- _ -----، "حق العدول عن العقد آلية لحماية المستهلك الإلكتروني"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، مجلد 7، عدد 2، 2018، ص ص. 11_30.

- _ عزوز سارة، "الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك"، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، عدد 5، 2018، ص ص. 150_167.
- _ عزوز سعدي، "مقتضيات توفير الحماية للمستهلك الإلكتروني في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجزائري"، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، مجلد 2، عدد 2، 2018، ص ص. 257_265.
- _ علاق عبد القادر وبوراس محمد، "الإشهار التجاري على ضوء القانون رقم 18-05"، حوليات جامعة الجزائر 1، مجلد 34، عدد 4، 2020، ص ص. 282_295.
- _ علي أحمد صالح، "مفهوم المستهلك والمهني في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 1، مارس 2011، ص ص. 179_198.
- _ -----، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، مجلد 53، عدد 2، 2016، ص ص. 219_248.
- _ قادة شهيدة، "التجربة الجزائرية في حماية المستهلك: بين طموح وتطور النصوص وافتقاد آليات تطبيقها"، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، العدد 1، 2014، ص ص. 11_29.
- _ قرواش رضوان، "مطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، مجلد 5، عدد 1، 2014، ص ص. 232_256.
- _ -----، "ترقية المركز القانوني للمستهلك (دراسة مقارنة بين القواعد العامة والخاصة بحماية المستهلك)"، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، مجلد 9، عدد 14، 2017، بسكرة، ص ص. 299_324.
- _ قسوري فهيمة وفاضل سارة، "التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في إطار القانون رقم 09-03"، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر، عدد 14، 2017، بسكرة، ص ص. 433_456.
- _ كدام صبرينة وبوحية وسيلة، "غرامة الصلح حماية للمورد الإلكتروني من المتابعات القضائية في قانون التجارة الإلكترونية"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، مجلد 57، عدد 2، 2020، ص ص. 75_88.
- _ محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش"، دفاثر السياسة والقانون، عدد 9، جوان 2013، ص ص. 61_76.

- _ **معكوف أسماء**، "القواعد الوقائية المنظمة للإشهار التجاري"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 1، مجلد 30، عدد 5، 2019، ص ص. 315_329.
- _ **معيوف هدى**، "تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر"، مجلة التكامل الاقتصادي، جامعة دراية، مجلد 5، عدد 3، 30 سبتمبر 2017، ص ص. 194_211.
- _ **موايك ب.**، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، مجلد 36، عدد 2، 1999، ص ص. 23_64.
- _ -----، "التعليق على الأمر 03-03 الصادر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، الجزء الأول"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزء 41، عدد 1، 2004، ص ص. 18_70.
- _ **مولاي عاشور**، "التجارة الإلكترونية وعلاقتها بالجرائم السيبرانية"، مجلة الشرطة العلمية والتقنية، عدد 4، 2019، ص ص. 44_45.
- _ **يونس زين ومعيوف هدى**، "حماية حقوق المستهلك في الجزائر"، مجلة المعارف، قسم العلوم الاقتصادية، عدد 20، جوان 2016، ص ص. 433_448.

4-المدخلات

- _ **إقولي/أولدراج صافية**، "الالتزام بالإعلام: تنوير لرضا المستهلك"، يوم دراسي حول: "الحماية القانونية للمستهلك - واقع وأفاق"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الخميس 26 أفريل 2018، ص ص. 1_18.
- _ **فطناسي عبد الرحمان وفنيدس أحمد**، " مفهوم التجارة الإلكترونية، تقديرها، وبيان مدى أهميتها"، الملتقى الوطني حول: "الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 05-18"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، يومي 2 و 3 أكتوبر 2018، ص ص. 48_69.
- _ **جفالي حسين**، "الحماية الجنائية للمستهلك من الإشهار التجاري الإلكتروني في التجارة الإلكترونية"، الملتقى الوطني حول: "الإطار القانوني لممارسة التجارة الإلكترونية على ضوء القانون رقم 05-18"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، يومي 2 و 3 أكتوبر 2018، ص ص. 573_559.
- _ **حداد العيد**، "الحماية الدولية للمستهلك"، أعمال الملتقى الوطني: "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق أبوداؤ، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17_18 نوفمبر 2009، ص ص. 179_191.

_ **خالدي فتيحة**، "الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، أعمال الملتقى الوطني: "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق أبوداو، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17_18 نوفمبر 2009، ص ص. 346_387.

_ **صبايحي ربيعة**، "حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري"، أعمال الملتقى الوطني: "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق أبوداو، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17_18 نوفمبر 2009، ص ص. 92_118.

_ -----، "تطور دور القضاء في حماية المستهلك من الشروط التعسفية"، الملتقى الدولي حول التحول في فكرة النظام العام من النظام العام إلى الأنظمة العامة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 7 و8 ماي 2014، ص ص. 1_14.

5- النصوص القانونية

أ- الدستور

_ الدستور الجمهورية الجزائرية لسنة 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996، المتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996، ج.ر.ج.ج.، عدد 76، الصادر في 08 ديسمبر 1996، المعدل والمتمم بالقانون رقم 02-03 المؤرخ في 10 أبريل 2002، المتضمن تعديل الدستور، ج.ر.ج.ج.، عدد 5، الصادر في 14 أبريل 2002، ثم بالقانون 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، المتضمن التعديل الدستوري، ج.ر.ج.ج.، عدد 63، الصادر في 16 نوفمبر 2008، ثم بالقانون رقم 16-01 المؤرخ في 06 مارس 2016، المتضمن التعديل الدستوري، ج.ر.ج.ج.، عدد 14، الصادر في 07 مارس 2016، ثم بالمرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر 2020، المتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر 2020، ج.ر.ج.ج.، عدد 82، الصادر في 30 ديسمبر 2020.

ب- الاتفاقات الدولية

_ مرسوم رئاسي رقم 05-159 مؤرخ في 27 أبريل 2005، يتضمن التصديق على الاتفاق الأوروبي المتوسطي لتأسيس شراكة بين الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية من جهة، والمجموعة الأوروبية والدول الأعضاء فيها من جهة أخرى، الموقع بفالونسيا يوم 22 أبريل 2002، وكذا ملاحقه من 1 إلى 6 والبروتوكولات من رقم 1 إلى رقم 7 والوثيقة المرفقة به، ج.ر.ج.ج. عدد 31، الصادر في 30 أبريل 2005.

ج _ النصوص التشريعية

_ أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج.ج. عدد 48، الصادر في 10 جوان 1966 (معدل ومتمم).

- _ أمر رقم 66-156 مؤرخ في 8 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج. عدد 49، الصادر في 11 جوان 1966 (معدل ومتمم).
- _ أمر رقم 75-47 مؤرخ في 17 جوان 1975، يتضمن تعديل الأمر رقم 66_156 المؤرخ في 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج. عدد 53، الصادر في 4 جويلية 1975.
- _ أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج. عدد 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975 (معدل ومتمم).
- _ أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، ج.ر.ج.ج. عدد 101، الصادر في 19 ديسمبر 1975، (معدل ومتمم).
- _ أمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 جويلية 1976، يتعلق بتسميات المنشأ، ج.ر.ج.ج. عدد 59، الصادر في 23 جويلية 1976.
- _ قانون رقم 79-07 مؤرخ في 21 جويلية 1979، يتضمن قانون الجمارك، ج.ر.ج.ج. عدد 30، الصادر في 24 جويلية 1979، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فيفري 2017، ج.ر.ج.ج. عدد 11، الصادر في 19 فيفري 2017.
- _ قانون رقم 85-05 مؤرخ في 16 فيفري 1985، يتعلق بحماية وترقية الصحة العمومية، ج.ر.ج.ج. عدد 8، الصادر في 17 فيفري 1985.
- _ قانون رقم 87-15 مؤرخ في 21 جويلية 1987، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج. عدد 31، الصادر في 29 جويلية 1987 (ملغى).
- _ قانون رقم 88-08 مؤرخ في 6 جانفي 1988، يتضمن نشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية، ج.ر.ج.ج. عدد 4، الصادر في 27 جانفي 1988.
- _ قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج. عدد 6، الصادر في 8 فيفري 1989 (ملغى).
- _ قانون رقم 90-31 مؤرخ في 4 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج. عدد 53، الصادر في 5 ديسمبر 1990 (ملغى).
- _ أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 فيفري 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج. عدد 9، الصادر في 22 فيفري 1995 (ملغى).
- _ قانون رقم 98_06 مؤرخ في 27 جوان 1998، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالطيران المدني، ج.ر.ج.ج. عدد 48، الصادر في 28 جوان 1998 (معدل ومتمم).
- _ أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم على التوالي بموجب القانونين التاليين:

- قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر.ج. عدد 36، الصادر في 02 جويلية 2008.
- قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر.ج. عدد 46، الصادر في 18 أوت 2010.
- _ أمر رقم 03-04 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، ج.ر.ج. عدد 43، الصادر في 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 15_15 المؤرخ في 15 جويلية 2015، ج.ر.ج. عدد 41، الصادر في 29 جويلية 2015.
- _ أمر رقم 03_06 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج.ر.ج. عدد 44، الصادر في 23 جويلية 2003.
- _ قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج. عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004 (معدل ومتمم).
- _ قانون رقم 04-04 مؤرخ في 23 جوان 2004، يتعلق بالتقييس، ج.ر.ج. عدد 41، الصادر في 27 جوان 2004 (معدل ومتمم).
- _ قانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج. عدد 21، الصادر في 23 أبريل 2008.
- _ قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، الصادر في 8 مارس 2009 معدل ومتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، ج.ر.ج. عدد 35، الصادر في 13 جوان 2018.
- _ قانون رقم 09-04 مؤرخ في 5 أوت 2009، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بالإعلام والاتصال ومكافحتها، ج.ر.ج. عدد 47، الصادر في 16 أوت 2009.
- _ قانون رقم 11-10 مؤرخ في 22 جوان 2011، يتعلق بالبلدية، ج.ر.ج. عدد 37، الصادر في 3 جويلية 2011.
- _ قانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 جانفي 2012، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج. عدد 2، الصادر في 15 جانفي 2012.
- _ قانون رقم 12-07 مؤرخ في 21 فيفري 2012، يتعلق بالولاية، ج.ر.ج. عدد 12، الصادر في 29 فيفري 2012.
- _ قانون رقم 15-04 مؤرخ في أول فيفري 2015، يحدد القواعد العامة المتعلقة بالتوقيع والتصديق الإلكتروني، ج.ر.ج. عدد 06، الصادر في 10 فيفري 2015.
- _ قانون رقم 15-13 مؤرخ في 15 جويلية 2015، يتعلق بأنشطة وسوق الكتاب، ج.ر.ج. عدد 39، الصادر في 19 جويلية 2015.

- _ قانون رقم 04-16 مؤرخ في 19 جوان 2016، يعدل ويتم القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 والمتعلق بالتقييس، ج.ر.ج.ج. عدد 37، الصادر في 22 جوان 2016.
- _ قانون رقم 04-18 مؤرخ في 10 ماي 2018 يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، ج.ر.ج.ج. عدد 27، الصادر في 13 ماي 2013.
- _ قانون رقم 05-18 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج.ر.ج.ج. عدد 28، الصادر في 16 ماي 2018.

د_ النصوص التنظيمية

- _ مرسوم تنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8 أوت 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والزرع وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج.ج. عدد 33، الصادر في 9 أوت 1989 معدل ومتم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، ج.ر.ج.ج. عدد 59، الصادر في 5 أكتوبر 2003.
- _ مرسوم تنفيذي رقم 90_39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 5، الصادر في 31 جانفي 1990 معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج. عدد 61، الصادر في 21 أكتوبر 2001.
- _ مرسوم تنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فيفري 1992، يتعلق برقابة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة، ج.ر.ج.ج. عدد 13 الصادرة في 19 فيفري 1992 معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم 93_47 مؤرخ في 6 فيفري 1993، ج.ر.ج.ج. عدد 9، الصادر في 10 فيفري 1993.
- _ مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية، تنظيمها وسيرها، ج.ر.ج.ج. عدد 62، الصادر في 20 أكتوبر 1996 المتم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97_459 مؤرخ في أول ديسمبر 1997، ج.ر.ج.ج. عدد 80، الصادر في 7 ديسمبر 1997.
- _ مرسوم تنفيذي رقم 98-69 مؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس ويحدد قانونه الأساسي، ج.ر.ج.ج. عدد 11، الصادر في أول مارس 1998، معدل ومتم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-20 المؤرخ في 25 جانفي 2011، ج.ر.ج.ج. عدد 06، الصادر في 30 جانفي 2011.
- _ مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج.ر.ج.ج. عدد 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.
- _ مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر.ج.ج. عدد 58، الصادر في 22 ديسمبر 2002، معدل ومتم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 أوت 2008، ج.ر.ج.ج. عدد 48، الصادر في 24 أوت 2008.

_ مرسوم تنفيذي رقم 05-464 مؤرخ في 6 ديسمبر 2005 يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر.ج.ج. عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005 (معدل ومتم).

_ مرسوم تنفيذي رقم 05_467 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، ج.ر.ج.ج. عدد 80، الصادر في 11 ديسمبر 2005.

_ مرسوم تنفيذي رقم 06-215 مؤرخ في 18 جوان 2006، يحدد شروط البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ج.ر.ج.ج. عدد 41، الصادر في 21 جوان 2006.

_ مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعدان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر.ج.ج. عدد 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006 معدل ومتم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08_44 المؤرخ في 3 فيفري 2008، ج.ر.ج.ج. عدد 7، الصادر في 10 فيفري 2008.

_ مرسوم تنفيذي رقم 12_355 مؤرخ في 2 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر.ج.ج. عدد 56، الصادر في 11 أكتوبر 2012.

_ مرسوم تنفيذي رقم 13_378 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج.ر.ج.ج. عدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

_ مرسوم تنفيذي رقم 16-324 مؤرخ في 13 ديسمبر 2016، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 6 ديسمبر 2005 والمتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر.ج.ج. عدد 73، الصادر في 15 ديسمبر 2016.

_ مرسوم تنفيذي رقم 17-62 مؤرخ في 7 فيفري 2017، يتعلق بشروط وضع وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة، ج.ر.ج.ج. عدد 9، الصادر في 12 فيفري 2017.

_ مرسوم تنفيذي رقم 21-244 مؤرخ في 8 جوان 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، ج.ر.ج.ج. عدد 45، الصادر في 9 جوان 2021.

4-مختلف الوثائق

_ أحمد السيد طه كودي، " إطار مقترح لحماية حقوق المستهلك من مخاطر التجارة الإلكترونية"، كلية التجارة، جامعة بنها، تم إعداده في 2011، وتم نشره على الموقع الإلكتروني: <https://consumer1.blogspot.com> بتاريخ: 9 ديسمبر 2013.

_ المرشدي أمل، "تحليل مميز لقانون الاستهلاك"، 25 ديسمبر 2016، <https://www.mohamah.net>

_ سالم محمد عبود، " حقوق المستهلك ومنهجية حمايته - مدخل حضاري مع الإشارة للعراق - ، مركز بحوث

السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، ص ص. 1_29؛ <https://www.iasj.net>

1- Les livres

_ **RAYMOND Guy**, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, LexisNexis, Paris, 2017.

_ **ZOUAIMIA Rachid**, Droit de la concurrence, Maison d'édition Belkeise, Alger, 2012.

2- Les articles

_ **BENNADJI Chérif**, "Le droit de la concurrence en Algérie", Revue algérienne des sciences juridiques, économiques et politiques, n° 3, 2000.

2.....	الفصل الأول: تحديد الإطار المفاهيمي لقانون حماية المستهلك
3.....	المبحث الأول: ماهية قانون حماية المستهلك
3.....	المطلب الأول: مفهوم قانون حماية المستهلك
3.....	الفرع الأول: تعريف قانون حماية المستهلك وأساس وجوده
3.....	أولاً: تعريف قانون حماية المستهلك
4.....	ثانياً: أساس وجود قانون حماية المستهلك
4.....	1- المستهلكون في مرتبة ضعف أمام المتعاملين الاقتصاديين
5.....	2- الوظيفة الأساسية للقانون هي حماية الضعيف من القوي
5.....	3- القواعد العامة في القانون المدني عاجزة عن تأمين حماية المستهلكين
5.....	الفرع الثاني: طرق قانون حماية المستهلك
6.....	أولاً: أغلبية نصوص قانون حماية المستهلك آمرة
6.....	ثانياً: الإعلام والحماية
6.....	ثالثاً: الوقاية والتعويض
6.....	رابعاً: وسائل فردية، ووسائل جماعية
6.....	الفرع الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى
6.....	أولاً: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون المدني
7.....	ثانياً: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون التجاري
7.....	ثالثاً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون العقوبات
7.....	رابعاً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون الإجراءات
8.....	خامساً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة
9.....	سادساً: علاقة قانون حماية المستهلك بقانون البيئة
9.....	المطلب الثاني: لمحة عن التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك
9.....	الفرع الأول: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة
10.....	أولاً: حماية المستهلك في العراق القديم
11.....	ثانياً: حماية المستهلك عند الفراعنة
11.....	ثالثاً: حماية المستهلك عند الإغريق
12.....	رابعاً: حماية المستهلك عند الرومان
13.....	الفرع الثاني: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية

- 14.....أولاً: الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من نفسه.....14
- 14.....ثانياً: الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من غشّ المنتج.....14
- 14.....ثالثاً: الشريعة الإسلامية تحمي المستهلك من جشع التّجار.....14
- 15.....الفرع الثالث: التطوّر التاريخي لقانون حماية المستهلك في المجتمعات الحديثة.....15
- 16.....أولاً: ظهور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية.....16
- 17.....ثانياً: تطوّر حركة حماية المستهلك في أوروبا.....17
- 18.....ثالثاً: تطوّر حركة حماية المستهلك في الوطن العربي.....18
- 20.....رابعاً: تطوّر حركة حماية المستهلك على الصعيد الدّولي.....20
- 20.....1 -المنظّمات الدّولية ومواثيقها كآلية لحماية المستهلك.....20
- 20.....أ -الحلف التّعاوني الدّولي والإعلان العالمي لحقوق المستهلك.....20
- 21.....ب -الأمم المتّحدة والإعلان الخاص بحماية المستهلك.....21
- 22.....2 - المنظّمات المتخصّصة التابعة للأمم المتّحدة والتي تعمل في مجال حماية المستهلك.....22
- 22.....أ -مؤتمر الأمم المتّحدة.....22
- 22.....ب-لجنة النقابات الدّولية.....22
- 22.....ج -المنظمة الدّولية للمستهلك.....22
- 23.....3 -الاتفاقيات الدّولية الخاصّة بحماية المستهلك.....23
- 24.....أ -اتفاقية فينا لسنة 1980.....24
- 24.....ب -اتفاقية لاهاي.....24
- 25.....المطلب الثالث: التطوّر القانوني لحماية المستهلك في الجزائر.....25
- 25.....الفرع الأوّل: المرحلة السّابقة لصدور أول قانون لحماية المستهلك لسنة 1989.....25
- 27.....الفرع الثّاني: مرحلة صدور قانون حماية المستهلك لسنة 1989 وما بعدها.....27
- 33.....المبحث الثّاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك في الجزائر.....33
- 33.....المطلب الأوّل: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص.....33
- 33.....الفرع الأوّل: المستهلك محور الحماية القانونية.....33
- 34.....أولاً: مفهوم المستهلك في الفقه.....34
- 34.....1 -الاتّجاه الموسّع لمفهوم المستهلك.....34
- 35.....2 -الاتّجاه المضيق لمفهوم المستهلك.....35
- 35.....ثانياً: مفهوم المستهلك في القانون الجزائري.....35

- 1 -تعريف القانون الجزائري للمستهلك.....35
- 2 -عناصر التعريف القانوني للمستهلك في الجزائر.....36
- أ -أن يكون مقتني المنتج من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية.....36
- ب -أن يكون محل الاستهلاك منتجًا.....37
- ج - أن يكون الغرض من الاستهلاك تلبية الحاجيات الخاصة.....37
- الفرع الثاني: المهني وكلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك.....38
- أولاً: موقف الفقه والمشرّع الجزائري من مفهوم المهني.....38
- 1 -التعريف الفقهي للمهني.....39
- 2 -مفهوم المهني وكلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك في القانون الجزائري.....40
- أ -التعريف القانوني للمهني ولكلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك.....40
- ب -عناصر التعريف القانوني للمهني ولكلّ متدخّل في عملية عرض المنتج للاستهلاك.....41
- ب1-أن يكون الشخص شخصًا طبيعيًا أو معنويًا.....42
- ب2-عرض المنتجات للاستهلاك.....42
- ثانيًا: مدى اعتبار أشخاص القانون العام من المهنيين.....43
- 1 -المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري.....43
- 2 -المرافق العامة الإدارية.....44
- المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع.....44
- الفرع الأول: مفهوم المنتج محل الاستهلاك.....45
- أولاً: السلعة محل الاستهلاك (المنتج عبارة عن سلعة).....45
- ثانيًا: الخدمة محل الاستهلاك (المنتج عبارة عن خدمة).....47
- الفرع الثاني: معايير ضبط وصف المنتج.....50
- أولاً: المنتج محل الإنتاج.....50
- ثانيًا: المنتج موضوع التسويق.....51
- ثالثًا: المنتج محل الاستهلاك.....52
- المبحث الثالث: مدى إمكانية تطبيق قانون حماية المستهلك
في مجال عقود التجارة الإلكترونية.....53
- المطلب الأول: نطاق تعاقد المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية.....53
- الفرع الأول: مفهوم التجارة الإلكترونية.....54

- 54..... أولاً: تعريف التجارة الإلكترونية (مع بيان موقف المشرع الجزائري منه)
- 55..... ثانياً: أشكال التجارة الإلكترونية
- 1 -التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال ووحدة أعمال أخرى (B. to B.).....55
- 2 -التجارة الإلكترونية بين وحدة الأعمال والمستهلك (B. to C.).....55
- 3 -التجارة الإلكترونية بين الحكومة والمستهلك (G. to C.).....56
- 4 -التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C. to C.).....56
- 57..... ثالثاً: أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك
- 1 -توفير المنتج بشكل مستمر والاختصار في الوقت والجهد.....57
- 2 -منح المستهلك الاختيار بين مختلف الأسعار والسلع والخدمات.....57
- 3 -إمكانية تعامل المستهلك في الأسواق المحلية والعالمية.....57
- 4 - تحقيق رضا المستهلك.....57
- 58..... الفرع الثاني: مفهوم العقد الإلكتروني
- 58..... أولاً: تعريف العقد الإلكتروني
- 59..... ثانياً: خصائص العقود الإلكترونية
- 1 -الطابع العالمي للعقود الإلكترونية.....59
- 2 -الطابع الانفتاحي للعقود الإلكترونية.....59
- 3 -عقود تتم عبر وسيط إلكتروني.....59
- 4 -العقود الإلكترونية، عقود تُبرم عن بعد، دون الحضور الفعلي والمتزامن لأطرافه.....60
- 5 -العقود الإلكترونية، عقود تتعلق بسلع أو خدمات.....60
- المطلب الثاني: محدودية إمكانية تطبيق قانون حماية المستهلك في مجال عقود
- 61..... التجارة الإلكترونية
- 61..... الفرع الأول: ظهور مفاهيم جديد في إطار عملية الاستهلاك الإلكتروني
- 61..... أولاً: ظهور مفهوم جديد لأطراف العلاقة الاستهلاكية في إطار التجارة الإلكترونية
- 1 -ظهور مفهوم جديد للمستهلك: المستهلك الإلكتروني.....61
- أ -تعريف الفقه للمستهلك الإلكتروني.....61
- ب -تعريف المشرع الجزائري للمستهلك الإلكتروني.....62
- 2 -ظهور مفهوم جديد للمتدخل المتعاقد مع المستهلك في مجال التجارة الإلكترونية.....63
- أ -موقف الفقه من تحديد صفة المتدخل (المهني) الإلكتروني.....63

- ب -موقف المشرّع الجزائري من تحديد صفة المتدخّل (المهني) الإلكتروني.....64
- ب1-التعريف القانوني للمورّد الإلكتروني.....64
- ب2-شروط ممارسة المورّد للتجارة الإلكترونية.....65
- ثانياً: ظهور مفاهيم جديدة خاصة بالمنتجات الإلكترونية محل الاستهلاك.....66
- 1 -المقصود من المنتج الإلكتروني.....66
- أ -المقصود من السلعة الإلكترونية.....66
- ب -المقصود من الخدمة الإلكترونية.....67
- 2 -خصوصية المنتج الرقمي.....67
- الفرع الثاني: مخاطر التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك ومبررات حمايته المُكثّفة.....68
- أولاً: مخاطر التجارة الإلكترونية بالنسبة للمستهلك.....68
- ثانياً: مبررات الحاجة إلى الحماية "المُكثّفة" للمستهلك الإلكتروني.....70
- 1 -مبررات حماية المستهلك الإلكتروني التقنية.....70
- أ -التطوّر الحديث في شبكة الإنترنت.....70
- ب -حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية.....70
- ج - افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي والتقني.....71
- 2 -قصور قانون حماية المستهلك في ضمان الحماية اللاّزمة له في إطار التجارة الإلكترونية.....71
- الفصل الثاني: حماية المستهلك في الجزائر.....73
- المبحث الأول: تنوع التزامات المتدخّل أو المورّد الإلكتروني في إطار قواعد حماية المستهلك.....74
- المطلب الأول: التزام المتدخّل أو المورّد الإلكتروني بضمان المطابقة.....75
- الفرع الأول: الرقابة كوسيلة للوفاء بالالتزام بضمان المطابقة.....76
- أولاً: ماهية الالتزام بضمان المطابقة.....76
- 1-المقصود من مطابقة المنتجات.....76
- أ - المقصود من مطابقة المنتجات في ظل قانون حماية المستهلك.....76
- ب-المقصود من مطابقة المنتجات في ظلّ قانون التجارة الإلكترونية.....76
- 2 -مضمون الالتزام بضمان مطابقة المنتجات.....77
- أ -مطابقة المنتجات للمواصفات القانونية.....77
- ب -مطابقة المنتجات للمواصفات القياسية.....78
- ب1- تعريف التقييس.....78

79	ب2-أهداف التقييس.....
79	ب3-الإطار المؤسّساتي للتقييس.....
79	ب3-1-المجلس الوطني للتقييس.....
80	ب3-2-المعهد الجزائري للتقييس.....
80	ب3-3-اللجان التقنية الوطنية للتقييس.....
81	ب3-4-الهيئات ذات النشاطات التقييسية.....
81	3-الإشهاد على المطابقة.....
82	ثانياً: ماهية الرقابة.....
82	1-مفهوم الرقابة.....
82	أ-تعريف الرقابة.....
83	ب-خصائص الرقابة.....
83	ج-الهدف من الرقابة.....
83	2-إجراءات رقابة ضمان مطابقة المنتج.....
84	أ-الرقابة الذاتية كآلية وقائية.....
85	ب-الرقابة الإدارية كآلية وقائية.....
87	الفرع الثاني: إقرار المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بضمان المطابقة.....
87	أولاً: المسؤولية الإدارية عن الإخلال بضمان المطابقة.....
87	ثانياً: المسؤولية الجزائية عند عدم الالتزام بضمان المطابقة.....
87	1-العقوبات الأصلية.....
87	أ-جريمتي خداع أو غش المستهلك.....
88	أ1-جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك.....
88	أ1-1-تعريف خداع المستهلك.....
88	أ1-2-أركان قيام جريمة خداع المستهلك.....
88	أ1-2-1-الرّكن المادي.....
89	أ1-2-2-الرّكن المعنوي.....
89	أ1-3-عقوبة جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك.....
89	أ2-جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك.....
90	أ2-1-تعريف الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك.....

- أ2-2-أركان قيام جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك.....90
- أ2-2-1-الركن المادي.....90
- أ2-2-2-الركن المعنوي.....91
- أ2-3-عقوبة جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك.....91
- ب - عقوبة عدم القيام برقابة المطابقة المسبقة أو مخالفة الخصائص التقنية.....92
- ج - عقوبة بيع منتج مشمّع أو مودع لضبط المطابقة أو سحبه مؤقتاً أو مخالفة إجراء التوقيف المؤقت للنشاط أو الغلق الإداري للمحلات التجارية.....92
- 2 -العقوبات التكميلية.....92
- ثالثاً: المسؤولية المدنية عن عدم الالتزام بضمان المطابقة.....93
- 1 -أركان المسؤولية المدنية عن عدم مطابقة المنتج.....93
- أ -الخطأ.....94
- ب -الضرر.....94
- ج - علاقة السببية.....94
- 2 -الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بمطابقة المنتج.....94
- أ -التنفيذ العيني أو التعويض عند استحاله.....94
- ب -الدفع بعدم التنفيذ.....95
- ج - فسخ العقد مع التعويض.....95
- المطلب الثاني:التزام المتدخل أو المورد الإلكتروني بالإعلام.....96
- الفرع الأول:مفهوم الالتزام بالإعلام.....96
- أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام.....97
- 1- التعريف اللغوي والاصطلاحي للالتزام بالإعلام.....97
- 2- التعريف الفقهي للالتزام بالإعلام.....97
- 3- التعريف التشريعي للالتزام بالإعلام.....99
- ثانياً: صور الالتزام بالإعلام.....100
- 1- الالتزام قبل التعاقد بالإعلام.....100
- 2- الالتزام التعاقدى بالإعلام.....101
- ثالثاً: مضمون الالتزام بالإعلام.....102
- رابعاً: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.....102

- 1- الجزء الجزائي.....102
- 2- الجزء المدني.....103
- الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام.....103
- أولاً: الوسم أهم وسيلة لتنفيذ الالتزام بالإعلام.....104
- 1- المقصود من الوسم.....104
- 2- أهمية الوسم.....105
- 3- الشروط الواجب توفّرها في الوسم.....106
- أ- أن تكون بطاقة الوسم لصيقة بالسلعة.....106
- ب- أن تكون بيانات الوسم مكتوبة.....106
- 4- جزاء الإخلال بالالتزام بالوسم.....107
- ثانياً: العلامة كآلية لتكريس الالتزام بإعلام المستهلك.....107
- 1- تعريف العلامة.....108
- 2- وظائف العلامة التجارية.....109
- 3- جزاء الاعتداء على العلامة في قوانين حماية المستهلك.....109
- ثالثاً: الإشهار أو الإعلان التجاري.....109
- 1- تعريف الإشهار أو الإعلان التجاري.....110
- أ- الإعلان في اللغة.....110
- ب- الإعلان اصطلاحاً.....111
- ج - التعريف الفقهي للإشهار أو الإعلان التجاري.....111
- د - التعريف التشريعي للإشهار أو الإعلان التجاري.....112
- 2- الشروط المتعلقة بالإشهار أو الإعلان التجاري.....113
- أ- الشروط المتعلقة بالشّيء المعلن عنه.....113
- ب- الشروط المتعلقة بالطرف المعلن.....114
- ج- الشروط المتعلقة بالرسالة الإشهارية.....114
- 4 - الجزاء المترتب عن الإشهار التجاري غير المشروع.....116
- المبحث الثاني: مواجهة التعسف في عقود الاستهلاك.....118
- المطلب الأول: مفهوم الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك.....119

- 120..... الفرع الأول: تعريف الشّروط التّعسفية.....
- 120..... أولاً: التّعريف الفقهي للشّروط التّعسفية.....
- 121..... ثانياً: التّعريف التشريعي للشّروط التّعسفية.....
- 122..... الفرع الثاني: آليات تحديد الشّروط التّعسفية في عقود الاستهلاك.....
- 122..... أولاً: أساليب تعيين الشّروط التّعسفية في عقود الاستهلاك.....
- 123..... 1- الأسلوب التشريعي.....
- 124..... 2- الأسلوب التنظيمي.....
- 125..... ثانياً: معايير تحديد الشّروط التّعسفية في عقود الاستهلاك.....
- 126..... 1 -معايير تحديد الشّروط التّعسفية وفقاً للفقهاء.....
- 126..... أ -معايير النفوذ الاقتصادي.....
- 126..... ب -معايير الميزة الفاحشة (المفرطة).....
- 2 -معايير تحديد الشّروط التّعسفية وفقاً للمشرّع الجزائري: معيار الإخلال الظاهر
- 127..... بالتوازن العقدي.....
- 127..... المطلب الثاني: الرّقابة على الشّروط التّعسفية في عقود الاستهلاك.....
- 128..... الفرع الأول: الرّقابة الإدارية على الشّروط التّعسفية في عقود الاستهلاك.....
- 128..... أولاً: مفهوم لجنة البنود التّعسفية باعتبارها الجهاز الإداري المكلف برقابة الشّروط التّعسفية.....
- 128..... 1 -تعريف لجنة البنود التّعسفية.....
- 129..... 2 -تشكيل لجنة البنود التّعسفية.....
- 129..... ثانياً: اختصاصات لجنة البنود التّعسفية كجهاز إداري مكلف برقابة الشّروط التّعسفية.....
- 130..... الفرع الثاني: الرّقابة القضائية على الشّروط التّعسفية في عقود الاستهلاك.....
- 130..... أولاً: الرّقابة القضائية على الشّروط التّعسفية وفقاً للقواعد العامّة.....
- ثانياً: الرّقابة القضائية وفقاً للقانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة
- 132..... على الممارسات التّجارية.....
- 132..... 1 -الجزاء المدني.....
- 133..... 2 -الجزاء الجزائي.....
- 134..... المبحث الثالث: الأجهزة والهيكل المكلفة بحماية المستهلك.....
- 134..... المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....
- 135..... الفرع الأول: دور وزارة التّجارة في حماية المستهلك.....

- أولاً: الهياكل المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك.....135
- 1- المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها.....135
- 2- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.....136
- ثانياً: المصالح الخارجية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك.....136
- 1- مديريات ولأية للتجارة.....136
- 2- مديريات جهوية للتجارة.....137
- ثالثاً: الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة.....137
- 1- المجلس الوطني لحماية المستهلك (CNPC).....138
- 2- المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزق (CACQE).....138
- 3- شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ).....139
- الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.....140
- الفرع الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك.....141
- أولاً: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك.....142
- ثانياً: ضمان أمن وسلامة المستهلك.....142
- الفرع الرابع: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.....143
- الفرع الخامس: أعوان الإدارة المؤهلين لحماية المستهلك وقمع الغش عن طريق الرقابة.....143
- أولاً: أعوان التحقيق وفق القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.....143
- ثانياً: أعوان التحقيق وفق القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة
- على الممارسات التجارية.....145
- ثالثاً: أعوان التحقيق وفق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.....145
- المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك باعتبارها من مؤسسات المجتمع المدني
- في حماية المستهلك.....145
- الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلكين.....146
- أولاً: تعريف جمعية حماية المستهلكين.....147
- ثانياً: شروط إنشاء جمعية حماية المستهلكين.....148
- 1- الشروط الموضوعية لإنشاء جمعية حماية المستهلكين.....148
- 2- الشروط الشكلية لإنشاء جمعية حماية المستهلكين.....148
- الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلكين في حماية المستهلك.....148

149.....	أولاً: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلكين (الحماية القبلية)
149.....	1 -تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم
150.....	2 -مراقبة الأسعار والجودة
150.....	3 -الدعوة للامتناع عن الدّفع
150.....	4 -ممارسة الدّعاية المضادّة
151.....	5 -الدّعوة إلى المقاطعة (الامتناع عن الشّراء)
151.....	6 -التوجيه والتمثيل في الهيئات المتعلقة بحماية المستهلك
151.....	ثانياً: الدور الدّفاعي لجمعيات حماية المستهلك (الحماية البعدية)
151.....	1 -الصعوبات التي تواجه المستهلك في الدّفاع عن حقوقه
152.....	2 -التجسيد القانوني لدور الجمعيات في الدّفاع عن المستهلك
154.....	المطلب الثالث: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك
155.....	الفرع الأول: سلطة القضاء في الدّفاع عن المستهلك وحمايته
155.....	أولاً: دور النيابة العامّة في حماية المستهلك
156.....	ثانياً: دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك
156.....	ثالثاً: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك
158.....	الفرع الثاني: حقّ المستهلك في اللّجوء إلى القضاء
160.....	الفرع الثالث: غرامة الصّحح كآلية لاجتتاب اللّجوء إلى القضاء
160.....	أولاً: غرامة الصّحح كآلية إدارية لحماية المستهلك
161.....	1 -المقصود من غرامة الصّحح
162.....	2 -شروط تطبيق غرامة الصّحح
163.....	ثانياً: إجراءات وكيفية فرض غرامة الصّحح
164.....	1 -تحرير محضر فرض غرامة الصّحح
164.....	2 -إحالة ملف غرامة الصّحح إلى الجهات المختصّة
166.....	خاتمة
167.....	قائمة المراجع والمصادر
180	فهرس المحتويات

