



جامعة مولود معمري تيزى وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



تنظيم الخدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون الأعمال

تحت إشراف الأستاذة:

القبي حفيظة

من إعداد الطالبان:

عميروش محمد عادل

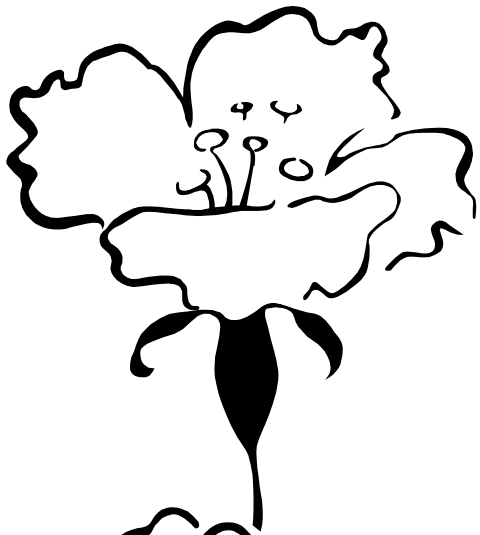
سرير محمد

لجنة المناقشة:

- إدريموش أمال، أستاذة محاضرة "ب".....رئيسا
- القبي حفيظة، أستاذة محاضرة "ب".....مشرفا ومقررا
- حدوش وردية، أستاذة محاضرة "ب".....ممتحنا

تاريخ المناقشة : 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



شكر وعرفان

الحمد لله حمدا يليث بجلال وجهه وعظيم سلطانه الذي وفقنا
وقدرنا على عملنا هذا ويسره لنا
إلى الأستاذة القبي حفيظة
نتقدم لكم أستاذتنا الفاضلة بجزيل الشكر والامتنان على
إشرافكم في إنجاز هذه المذكرة، وعلى نصائحكم وإرشاداتكم القيمة.

* محمد عادل و محمد* 



إهداء

أهدي هذا العمل

إلى كل الأهل والأقارب من بعيد أو من قريب

والى كل الأصدقاء والى كل من ساعدني

بكلمة أو دعاء

* محمد *





إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الوالدين العزيزين، وإلى كل أفراد
عائلتي الكريمة، وإلى كل أصدقائي وزملائي في الدراسة، وإلى كل
من ساعدني في إنجاز هذا العمل

* محمد عادل * 

مقدمة:

شهد العالم بأسره تطورا ملحوظا في العديد من المجالات لاسيما المجال الصناعي والتجاري على الخصوص، وسارت المجتمعات تتلائم مع هذه التطورات من العولمة والإنتفاع الإقتصادي، مما ترتب عن ذلك تدفق هائل للمنتجات والخدمات بشتى أنواعها، الأمر الذي إنعكس على الواقع المعيشي للمستهلك من خلال الإقبال المتزايد على التعاقد بجميع أشكاله بهدف تحقيق رغباته من سلع وخدمات دون تدبر أو تفكير بسبب عدم القرابة اللازمة بالأليات والشروط القانونية للتعاقد.

لما كان إرتباط المستهلك مع المهني في الكثير من العقود بهدف تلبية حاجياته، فلم يكن هذا الإرتباط محل إهتمام، حيث تبين الأثر المباشر لهذه العلاقة على الإخلال بالتوازن العقدي جراء إستغلال المهني ميزة التفوق الإقتصادي في مواجهة المستهلك الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، بإعتبار هذا الأخير بهدف إلى تحقيق العملية الإستهلاكية بحكم أنها من محل الإهتمام¹

لم تعرف القواعد العامة في القانون المدني في الدول إقتصاد السوق تعبيراً للمستهلك أو المنتج، إذ أنّ المستهلك والمنتج أو الإنتاج والتوزيع والإستهلاك هي الأفكار محلها علم الإقتصاد، إلا أنّ التغييرات الإقتصادية تترك دائما مضامينها على العديد من المفاهيم القانونية، فقد تراجعت فكرة البائع والمشتري أي فكرة التعاقد لتحل محلها فكرة المستهلك والمنتج، وإذا لم يكن هذا التراجع ظاهرة عامة في جميع العقود إلا أنه أصبح على الأقل في نطاق عقد البيع ظاهرة لا يمكن إنكارها².

1- زوية سميرة، الأحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد رسالة لنيل درجة دكتوراه الدولة في القانون التخصص القانون، جامعة كلية الحقوق والعلوم السياسية، مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص 1.
2- جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2017-2018، ص 5.

إذا كان مصطلح المستهلك شائع في علم الإقتصاد، فإن المستهلك في علم القانون هو كل شخص طبيعي أو معنوي يهدف إلى تلبية حاجياته عن طريق التعاقد مع محترف أو مهني، وهو بالتالي طرف ضعيف في هذه العلاقة التي تستوجب حمايته في مواجهة المهني المتفوق إقتصاديا بحكم موقعه الذي يملك فيه جميع مقومات الإنتاج وخبايا العملية الانتاجية وباعتباره في مرتبة العالم بأسرار الإنتاج، ويفترض فيه هذا العالم بحكم مهنته وتخصصه¹.

مع التطور الصناعي والتجاري وظهور العديد من المشاكل، تظن المجتمع الأمريكي للمخاطر التي تواجه المستهلكين من خلال كتابات بعض الفلاسفة مثل "MARCUSE" والإقتصاديين مثل "GALBATHI"، مما أدى إلى تدخل الرئيس الأمريكي "كيندي" في كلمة أمام "الكونغرس" سنة 1962 إعتبر فيها أن المستهلكين هم الطائفة الاقتصادية الأهم، وطالب إصدار تشريعات خاصة تكفل لهم ممارسة حقوقهم كاملة، وبانتقال هذه الحركة إلى أوروبا صدرت أولى التشريعات التي تهدف إلى حماية المستهلك في القانون الفرنسي، والتي جاءت عبارة عن نصوص متناثرة أهمها قانون 27 ديسمبر 1973 والمسمى "LOI ROYER" المتعلق بالتوجيه الخاص بالتجارة والحرفيين الذي نظم أحكام حماية المستهلك من الدعاية الكاذبة، ثم توالى الأحداث إلى غاية إصدار مدونة الإستهلاك 1993².

لم يواكب التشريع الجزائري في البداية هذه الحركة العالمية وذلك طبيعية النظام الذي كان سائدا في البلاد منذ الإستقلال بسبب إحتكار الدولة للحياة الإقتصادية، مما أدى إلى تكفل الدولة بجميع إجراءات وآليات الحماية بينما لم يكن الوضع محتاجا إلى نصوص خاصة لحماية المستهلك، وعقب سياسة الإنفتاح الإقتصادي حاول المشرع الجزائري مقتديا بالمشرع الفرنسي إحاطة المستهلك بنصوص قانونية هامة تهدف إلى حمايته³، فكان قانون

1- جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص 05.

2- المرجع نفسه، ص 06.

3- المرجع نفسه.

رقم 89-02¹ المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، أول تشريع مباشر يهدف إلى ذلك، لكن تبين عجزه في توفير الحماية المطلوبة، فصدر قانون رقم 09-03² المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018.

يرجع السبب في إختيارنا لهذا الموضوع في لأهمية التي تتميز بها خدمة ما بعد البيع نظرا لجهل المستهلك بأنها لم تعد مجرد إمتياز على السلع، بل أصبحت إلزامية تحقق غرض المستهلك من إقتناء المنتج، والمتمثل في الاستفادة من هذا الأخير لأطول مدة ممكنة وليس لمدة محددة كما هو في لإلزام بالضمان.

تطرح الإشكالية التالية:

هل تنظم المشرع الجزائري لإلتزام الخدمة ما بعد البيع يعني تحقيق حماية كافية لحقوق المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الإستهلاكية؟

للإجابة عن هذه الإشكالية كان لابد لنا إتباع المنهج التحليلي لتحليل أحكام بعض النصوص القانونية في هذا الصدد.

وقد عالجتنا الموضوع من خلال خطة تتكون من فصلين رئيسيين حيث حاولنا توضيح المفاهيم الفقهية والقانونية لإلتزام الخدمة ما بعد البيع والأساس التي يقوم عليه وتمييزه عن الضمانات الأخرى في (الفصل الأول).

1-قانون رقم 89-02 مؤرخ في 07 فبراير 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ج.ر عدد 06، الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 1989 (ملغى).

2-قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 15 الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009، ومعدل ومتمم بالقانون رقم 18-09، مؤرخ في 10 يونيو 2018 يعدل ويتم القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 35 الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.

وقمنا بتوضيح النظام القانوني لإلتزام الخدمة ما بعد البيع بتحديد نطاق تطبيق هذا الإلتزام وكذا الوسائل المستعملة لإلزام المتدخل على إحترام الأحكام الموضوعية التشريعية والتنظيمية المعمول بهما وكذا الردع الإداري والقضائي المطبق في حالة ثبوت مخالفة هذه الأحكام (الفصل الثاني).

الفصل الأول

ماهية الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

سياسة حماية المستهلك تفرض من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية التي أقر بها المشرع الجزائري على كل متدخل في العملية الاستهلاكية، وهي جملة من القواعد والالتزامات عليه الخضوع لها وعدم مخالفتها، ولعل من بين أهم تلك القواعد والالتزامات، القواعد التي يلتزم بها بعد التعاقد (سواء بعد بيع سلعة أو خدمات).

بحيث تعتبر هذه القواعد بمثابة حماية للمستهلك إثر إستعماله لهذه المنتجات، وتقاديا للأطوار التي قد تلحق المنتجات هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعمل هذه القواعد كإجراءات وقائية لضبط التصرفات والمعاملات التجارية العديدة.

أهم التزام يقع على عاتق المتدخل بعد التعاقد، ألا وهو الالتزام بالخدمة ما بعد البيع، (المبحث الأول)، والأساس الذي يقوم عليه وتمييزه عن الضمانات التقليدية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم الخدمة ما بعد البيع

تعتبر الخدمة ما بعد البيع من الإضافات التي جاء بها المشرع الجزائري من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، حيث لم ينص عليها القانون السابق رقم 89-02¹.

فأعطى بذلك حماية إضافية وأكثر فعالية للمستهلك من بعد انتهاء فترة الضمان، تمثلت في فترة دخول ما بعد البيع، فما هو تعريف الالتزام بالخدمة ما بعد البيع وخصائصه (المطلب الأول)، وكذا صورته وشروط صحته (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تعريف الالتزام بالخدمة ما بعد البيع وخصائصه

أقر المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 03-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إلى جانب حق المستهلك في الضمان حقه أيضا في خدمة ما بعد البيع، وتعتبر هذه الأخيرة وسيلة تنافسية تجلب الزبائن.

سنتطرق في المطلب إلى تعريف الالتزام بالخدمة ما بعد البيع في (الفرع الأول)، ثم إلى خصائص الالتزام بالخدمة ما بعد البيع (الفرع الثاني)

1- قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07 فبراير سنة 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر. عدد 06، الصادرة بتاريخ 8 فبراير سنة 1989، ملغى بموجب القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر. عدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس سنة 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر. عدد 4، الصادرة بتاريخ 13 يونيو 2018.

الفرع الأول

تعريف الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

أقر المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 09-03 إلى جانب حق المستهلك في الضمان حقه أيضا في الخدمة ما بعد البيع وسنحدد تعريف ومقصود الخدمة ما بعد البيع من خلال لتعريف الفقهي والتعريف القانوني.

أولا: التعريف الفقهي للالتزام بالخدمة ما بعد البيع

عرّف الأستاذ "كلوددومور" "الخدمة ما بعد البيع" كالتالي: "يستخدم بطريقة مقيدة للغاية في اللغة اليومية، غالب ما يتوافق مع الخدمة التي يقدمها مورد لعملية حول صيانة وإصلاح المنتجات، والخدمة ما بعد البيع لها معنى آخر وهو جعل الزبون وفي"¹.

كما عرفت الخدمة ما بعد البيع من بعض الفقهاء من باب الصيانة على أنها: "على الإصلاح يشمل أساسا العمل الذي يقوم به الصائن أو من ينوب عنه إعادة الشيء إلى عهده الإنتاجي المعتاد كلها طرا عليه تغيير كلي أو جزئي على أحد أجزاء الشيء يوقف عمله كليا أجزئيا، أو يقلل من جودته المعتادة كما يشمل أيضا تقديم قطع الغيار"²

تُعرف الخدمة ما بعد البيع في معناها الواسع بأنها: "الخدمة التي تتعلق بكل أنواع الخدمات التي تعرض بعدم إبرام عقد البيع والتي تتعلق بالسلع المباعة مهما كانت طريقة عملها، كالتسليم في محل السكنى أو التركيب أو الصيانة، و بهذا المعنى يكون الضمان القانوني أو الاتفاقي أو الاتفاقي جزءا من هذه الخدمة"

1-DEMEURRE (claude),” le marketing”, 6^{eme} edition, edition DUNOD, france, 2005, p 254.

2- أنور العمروسي، دعاوى الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف، مصر، 2004، ص 122.

أما في المعنى الضيق فيدخل في هذه الخدمة الأداءات التي تكون مقابل دفع تكاليف إضافية لا يشملها ثمن الشيء المباع، بحيث يقوم البائع بكل عمليات الإصلاح والصيانة للمبوع المسلم لكن يجب على المشتري دفع تكاليف إضافية¹.

ثانيا: التعريف القانوني للالتزام بالخدمة ما بعد البيع

تنص المادة 16 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، السالف الذكر، على أنه: "في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"².

كما عُرِفَت الخدمة ما بعد البيع المادة الثالثة من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 21 مايو سنة 2021، المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع³ على أنه: "خدمة ما بعد البيع: مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلع للاستهلاك، بمقابل أو مجانا، مثل خدمات التصليح المؤقت، والتصليح والصيانة، والتركيب، والمراقبة التقنية، والنقل، وكذا توفير قطع الغيار".

تطرق المشرع الجزائري أيضا إلى الخدمة ما بعد البيع في مجال التجارة الالكترونية، حيث نصت المادة 11 من قانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية على أنه: "يجب أن يقدم المورد الالكتروني العرض التجاري بطريقة

1- جريفي محمد، مرجع سابق، ص 279.

2- المادة 16 من القانون رقم 03-09، مرجع سابق.

3- مرسوم تنفيذي رقم 21-244 مؤرخ في 31 مايو سنة 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، ج، عدد 45، الصادرة بتاريخ 19 يونيو سنة 2021.

مرئية ومقروءة ومفهومة، ويجب أن يتضمن على الأقل، ولكن ليس على سبيل الحصر المعلومات الآتية ... - شروط الضمان التجاري وخدمة ما بعد البيع ...¹

يلاحظ من النصين إلى أن المشرع الجزائري قد أخذ بالمفهوم الضيق للخدمة ما بعد البيع باعتبارها أنها لا تدخل في إطار الضمان القانوني، بل يجب على المتدخل أن يضمنها للمستهلك، وذلك لقاء تكاليف يدفعها عند تأدية الخدمة.

الفرع الثاني

خصائص الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

سنتعرض في هذا الفرع إلى خصائص الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع، ويتمثل في إلزامية الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع (أولاً)، وعدم مجانية الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع (ثانياً) أولاً: إلزامية الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع

تعتبر الخدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملء الفراغ التشريعي الذي ساد القانون رقم 89-02 (ملغى) السالف الذكر، إذ لا تتوقف حماية المشرع للمستهلك بمجرد انتهاء مدة الضمان، بل ألزمت المادة 16 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر، المتدخلين بتنظيم عملية خدمة ما بعد البيع .

غير أنه يلاحظ غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتجات واقتصارها على السيارات وبعض الأجهزة الكهربائية، وكذا جهل أغلب المستهلكين بإلزامية تقديم هذه الخدمة بقوة القانون، وهو ما أدى إلى استغلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الإلتزام وسيلة

1- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر عدد 28، الصادرة بتاريخ 16 يوليو سنة 2018 .

للدعاية عن منتجاتهم، فيضعون عبارة " خدمة ما بعد البيع متوفرة" على إعلاناتهم، ليس لإعلام المستهلكين وإنما لجذبهم نحو اقتناء منتوجهم¹.

ثانيا: عدم مجانية الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

فصل المشرع الجزائري خدمة ما بعد البيع عن الضمان التي تكون مجانية وعلى نفقة المتدخل حسب المادة 13 في فقرتها الرابعة من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، وذلك عكس ما هو عليه الحال بالنسبة لخدمة ما بعد البيع حيث تكون الأعباء المالية على نفقة المستهلك، وعلى البائع أن يقوم بإعلام المستهلك أثناء إبرامه للعقد بسعر الخدمات ما بعد البيع حتى تكون هناك شفافية في العقد، وهذا ما نصت عليه المادة الرابعة من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع"².

المطلب الثاني

صور وشروط الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

لا بد من معرفة التصرفات التي يقوم بها المتدخل في إطار الخدمة ما بعد البيع وذلك بمعرفة الصور التي يكون عليها هذا الالتزام (الفرع الأول)، وأيضا شروط اللازمة لكي تكون أمام إلتزام بالخدمة ما بعد البيع (الفرع الثاني) .

1- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011-2012، ص69 .

2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 1، الصادرة بتاريخ 27 يوليو سنة 2004، معدل ومتمم.

الفرع الأول

صور الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

عن صور الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع التي تتمثل في إصلاح وصيانة الشيء المبيع (الفرع الأول)، والالتزام ببيع قطع الغيار الأصلية اللازمة في (الفرع الثاني)

أولاً: إصلاح وصيانة الشيء المبيع

تدخل عملية الإصلاح في نطاق ما يُعرف بالصيانة الإصلاحية التي يجب أن تجرى عندما يحدث تلف أو عطل للجهاز المبيع لتؤدي إلى علاج وإصلاح هذا العطل أو ذلك التلف وإزالة أسبابه، وهي تفرض أنّ مقدّم خدمة الصيانة من الفنيين المتخصصين القادرين على الاستجابة الفورية لمكالمات واتصالات العملاء، كمهندس كهربائي ميكانيكي وعامل فني بحيث يمكن إصلاح كل ما يتعلق بالجهاز المبيع من الناحيتين الكهربائية والميكانيكية. يلاحظ أن الإصلاح أخص من الصيانة حيث يقصد به، إعادة الشيء المبيع إلى حالته الصحية بعد خلل طرأ عليه، بينما الصيانة تشمل جميع الأعمال اللازمة لحفظ الشيء في حالة صحيحة، إذ تتطوي على أعمال الوقاية من وقوع الخلل فضلا عن إصلاح الخلل إذا وقع¹.

ثانياً: الالتزام ببيع قطع الغيار الأصلية اللازمة

تنص المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المؤرخ في 8 فبراير 2015، المتعلق بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة على أنه: " يلزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المباعة، وذلك عن طريق مستخدمين

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2012، ص ص 48-49.

يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة...، بيع قطع الغيار واللوازم الأصلية أو المصادق عليها من طرف الصانع"¹.

نستنتج من خلال نص المادة أن المشرع الجزائري ألزم المتدخل بأن يقوم بتوفير قطع الغيار الجديدة للمستهلك في حالة تلف القطع المستخدمة، ولا يستطيع البائع التخلص من التزاماته عدم توافر قطع الغيار اللازمة لتوقف إنتاجها أو ارتفاع سعرها، بل يجب عليه أن يؤمن نفسه بالحصول من الصانع(المنتج) على تعهد بتوفير قطع الغيار طوال السنة .

لا تُرفع المسؤولية عن البائع إلا إذا قام بإثبات أن عدم التنفيذ يرجع إلى قوة قاهرة أو سبب أجنبي أو خطر استيراد قطع الجهاز إثر إعلان حالة الحرب مع الدولة المصنعة² .

ثالثا: خدمة التسليم في المنزل

انتشرت خدمة التسليم في المنزل، ولم تقتصر على الآلات والأجهزة الكهرومنزلية، بل اتسعت دائرة المنتوجات المشمولة بهذه الخدمة، وتتمثل هذه الخدمة في توفير وسيلة النقل الملائمة من مكان البيع، سواء كان محلا للبيع أو مصنعا للإنتاج إلى محل إقامة المشتري وتكون أتعاب هذه الخدمة مشمولة بثمن البيع³.

رابعا: خدمة التركيب

يضمن المنتج البائع خدمة التركيب، وتزداد أهمية هذه الخدمة خاصة في بعض الأجهزة التقنية التي تتطلب مهارة فنية معينة، من أجل تركيبها وضمان السير الحسن دون مشاكل تذكر، لأنه قد يتسبب التركيب السيئ في إتلاف الجهاز أو التقليل من فعاليته، ومن

1-مرسوم تنفيذي رقم 15-58 مؤرخ في 8 فبراير سنة 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج.ر عدد 05، الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 2015 .

2- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 50.

3- لحراري ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011/2012، ص 47 .

أمثلة الأجهزة التي تتطلب مهارة معينة في التركيب نذكر تركيب جهاز الإنذار في المنزل، أو مكان العمل أو مصنع معين وهذه الخدمة عي الأخرى تكون مشمولة في ثمن البيع¹.

الفرع الثاني

شروط الالتزام بالخدمة ما بعد البيع

لكي نكون أمام الخدمة ما بعد البيع لابد من توفر شرطين أساسيين يتمثل الأول في انتهاء فعالية الالتزام بالضمان (أولاً)، ويتمثل الثاني في دفع مقابل الأداء الخدمة ما بعد من طرف المستهلك (ثانياً).

أولاً: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان

يقصد بانتهاء فعالية الالتزام بالضمان هي الحالة التي تنتهي فيها فترة الضمان، فبمجرد إنتهاء هذه المدة ينقضي الالتزام بالضمان بقوة القانون، أو في الحالة التي لا يمكن للضمان أن يؤدي دوره، أي أن المتدخل ملزم بصيانة وإصلاح المنتج الذي ظهر به عيب بعد انقضاء المدة المقررة قانوناً للضمان أو أن العيب الذي طرأ على المنتج كان سبب خطأ صادر عن المستهلك مما جعل الضمان حتى ولو كان في المدة القانونية لا يغطيه².

لقد فرقت المادة 16 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير في سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³، ضمناً بين الخدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان، فجعل الخدمة ما بعد البيع تدخل حيز التنفيذ بنهاية مدة الضمان، أو في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يؤدي دوره، وعليه يمكن القول بأن الضمان يتحول إلى خدمة ما بعد البيع

1- لحراري وبيزة، مرجع سابق، ص 47.

2- بوهنتالة أمال، قداش سلمى، "واقع الالتزامات بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد 06، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، بدون سنة، ص 207 .

3- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير في سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

بإنهاء الفترة القانونية أو الاتفاقية، خاصة أنّ كليهما يهدفان إلى تصليح المنتج، غير أنّ الخدمة ما بعد البيع تكون بمقابل عكس الالتزام بالضمان .

ثانياً: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك

يتلقى المتدخل في إطار التزامه بخدمة ما بعد البيع مقابلاً يدفعه المستهلك له ولا يتدخل 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 هذا ولا يمكن مساءلته جزائياً، إلا أنه لا يجوز الاتفاق بين المستهلك والمتدخل والمستهلك على أن يكون الإصلاح أو الصيانة في إطار خدمة ما بعد مجاني، كأن يتم الاتفاق بينهما على أن تكون صيانة أو إصلاح أول عيب يظهر بالمنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل وذلك في سبيل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بشرائه وزيادة رضاه¹ .

1- بوهنتالة أمال، قداش سلمى، " واقع الالتزامات بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر"، المرجع السابق، ص 207 .

المبحث الثاني

أساس التزام الخدمة ما بعد البيع وتمييزه عن الضمانات التقليدية

تنوعت آراء الفقهاء حول الأساس الذي يقوم عليه أساس الخدمة ما بعد البيع، وتعددت اتجاهاتهم حول إقامته على أساس عقدية أو تشريعية، سنتطرق إلى أساس التزام الخدمة ما بعد البيع (المطلب الأول)، كما قاوموا بتمييز الخدمة ما بعد البيع عن الضمانات التقليدية لكي يتم معرفة تطور الضمان من هذه الضمانات التقليدية إلى ضمان حديث يسمى الخدمة ما بعد البيع (المطلب الثاني).

المطلب الأول

أساس التزام بالخدمة ما بعد البيع

بالرغم من تعدد الاتجاهات الفقهية حول أساس الالتزام بالخدمة ما بعد البيع، فإنه لإحتوائها تم تقسيمها إلى خمسة أسس، وهي: الالتزام بالتسليم (الفرع الأول)، حسن النية (الفرع الثاني)، الضمان القانوني للعيوب الخفية (الفرع الثالث)، التزام بضمان السلامة (الفرع الرابع)، وأخيراً ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة (الفرع الخامس).

الفرع الأول

الإلتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالخدمة ما بعد البيع

ذهب بعض من الفقه القانوني إلى القول بأنه في مرحلة تنفيذ عقد البيع تتداخل عملية إصلاح الجهاز، المبيع وصيانته مع عملية تركيب الجهاز وتشغيله، حيث لا يتحقق التسليم النهائي للجهاز إلا بعد إجراء التشغيل ولذلك يلتزم المورد للجهاز (منتجا كان أو بائعا) بإصلاح الأعطال والحوادث التي تقع أثناء مدة التشغيل على أساس التزامه بالتسليم¹.

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 18.

يدخل الالتزام بالصيانة في هذه الحالة في نطاق الضمانات العقدية بحيث يقوم الالتزام بإصلاح المبيع وصيانة على أساس نص الفقرة الأولى (1) من المادة 367 من التقنين المدني الجزائري¹ التي تنص على أن: " يتم تسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته والانتفاع به دون عائق...".

لاشك أن وجود خلل أو عطل بالشيء المبيع يعتبر عائق يحول دون الانتفاع به، الأمر يوجب على البائع القيام بإصلاح المبيع وصيانته وتسليم المشتري الكتيبات والنشرات الخاصة بكيفية استخدامه وتوقي أعطاله وخصوصا يتم على خطورة معينة أو كان من المنتجات ذات التقنية العالية كالحاسب الآلي².

الفرع الثاني

حسن النية كأساس للخدمة ما بعد البيع

اتجه جانب من الفقه القانوني إلا إقامة الخدمة ما بعد البيع على أساس مبدأ حسن النية الواجب مراعاته أثناء تنفيذ العقد حسب نص المادة 107 من التقنين المدني الجزائري، والتي تنص على أنه: " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه وبحسن النية... غير أنه إذا طرأت حوادث استثنائية عامة لم يكن في الوسع توقعها وترتب على حدوثها أن تنفيذ الالتزام التعاقدية، وإن لم يصبح مستحيلا، صار مرهقا للمدين بحيث يهدده بخسارة فادحة، جاز للقاضي تبعا للظروف وبعد مراعاة لمصلحة الطرفين أن يرد الإلتزام المرهق إلى الحد المعقول، ويقع باطلا لكل إتفاق على خلاف ذلك"³.

1- أمر رقم 58-75 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر عدد 78، الصادرة بتاريخ 30 سبتمبر سنة 1975، (معدل ومتمم)

2- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص19 .

3- المادة 107 من الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم سالف الذكر.

عليه يجوز تعديل العقد إذا طرأت بعد إبرامه حوادث استثنائية لم تكن متوقعة جعلت تنفيذ الالتزام مرهقة على المدين، وهذه نظرية الظروف الطارئة التي استهدفها المشرع الجزائري من الشريعة الإسلامية، ولم يأخذ بها القانون الفرنسي، حيث عمل الفقه الإسلامي بهذه النظرية من قبل أن تعرف في الفقه الغربي بأربعة عشر قرناً¹.

الفرع الثالث

الضمان القانوني للعيوب الخفية كأساس لالتزام الخدمة ما بعد البيع

يلتزم البائع بضمان عيوب المبيع الخفية وفقاً للمادة 379 من التقنين المدني، المعدل والمتمم، السالف الذكر، والتي تنص على أنه: " يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولم يكن عالماً بوجودها..."².

يظهر من خلال هذا النص أن البائع يضمن إذا كان العيب قديماً ومؤثراً وخفياً بحيث ينقص من قيمة المبيع، أو من نفعه، ويجعل المبيع غير صالح لتحقيق غاية المشتري من شراؤه، ومن ثم فإن وجود عيب في مادة الشيء المبيع أو خطأ في تصحيحه أو نقص في صفاته وخصائصه الذاتية يجعلها غير صالحة لوجهة الاستعمال المقصودة، ويجعل البائع ضامناً ومسؤولاً عن ذلك³.

1-Nacer (fatiha), L'effet obligatoire du contrat, thèse pour le doctorat, faculté de droit, université d'Oran 2, Mohamed Ben Ahmes, Oran, 2003, p 49

2- المادة 379 من الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

3-بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 21.

يتمثل أثر الضمان القانوني للعيب الخفي في التقنين المدني الجزائري بحسب ما إذا كان العيب جسيم أو غير جسيم فإذا كان العيب جسيماً بحيث أن المشتري لو كان يعلمه وقت البيع ما أقدم على الشراء، ثبت للمشتري الحق في الخيار بين استبقاء المبيع مع مطالبة البائع بالتعويض عما لحقه من ضرر بسبب نقص قيمة المبيع أو نفعه طبقاً لقواعد الاستبقاء الجزئي للمبيع، وبين رد المبيع إلى البائع وطلب التعويض عن الضرر طبقاً لقواعد الاستباق الكلي المبنية في المادة 375 من تقنين المدني الجزائري، والتي تنص على أنه: "في حالة نزع اليد الكلي عن المبيع فللمشتري أن يطلب من البائع: قيمة المبيع وقت نزع اليد، قيمة الثمار التي ألزم المشتري بردها إلى الملاك الذي نزع يد المشتري عن المبيع، المصاريف النافعة التي يمكنه أن يطلبها من صاحب المبيع وكذلك المصاريف الكمالية إذا كان البائع سيء النية، جميع المصاريف دعوى الضمان ودعوى الاستخفاف باستثناء ما كان المشتري يستطيع أن يتقيه منها لو علم البائع بهذه الدعوى الأخيرة طبقاً للمادة 373 ويوجه عام تعويضه عما طلب فسخ المبيع أو إبطاله"¹.

الفرع الرابع

ضمان السلامة كأساس للالتزام بالخدمة ما بعد البيع

يكون البائع أو المنتج ملزماً بضمان سلامة المنتجات وخالية من العيوب، فإنه يمكن القول بان التزام البائع بإصلاح الشيء المبيع وصيانته يعد تنفيذاً للالتزام الواقع على عاتقه بضمان سلامة المبيع، فلا شك أنه ينبغي على البائع المهني العلم بعيوب المبيع وتلافيها على النحو الذي يحقق الأمان للمشتري عند استعماله².

1- المادة 375 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

2- محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2004، ص

في هذا المجال، قضت محكمة استئناف "دوى" "DOUAI" بحكمها الصادر في 04 جويلية 1954، بمسؤولية الشركة البائعة لخلط كهربائي، بالرغم من أن هذا الخلط لم يكن مشوبا بأي عيب خفي، إلا أن الشركة البائعة أغفلت تعيين الطريقة المثلى لاستعماله وتوضيح ما يمثله إحكام ربط الوعاء الزجاجي على دعامته اللولبية من أهميته لسلامة المستعملين، ولم تبين ما يجب اتخاذه من الاحتياطات في حالة عدم انتظام أو انحراف هذا الوعاء، وبذلك تكون قد أخلت بالالتزام بضمان السلامة المتولد عن العقد وارتكب خطأ يعد السبب المباشر في وقوع الحادث¹.

في الجزائر قضت محكمة سطيف في حكمها الصادر في 12 ماي 2005، بمسؤولية شركة الغاز عن الضرر اللاحق بالمشتري (م.ع) نتيجة انفجار أنبوب القارورة عند تسليمها له بسبب ما أصابها من صداد نتيجة استعمالها وتداولها لمدة طويلة دون أن تقوم الشركة بفحصها والتأكد من قوة تحملها².

الفرع الخامس

ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة كأساس لالتزام الخدمة ما بعد البيع

ينشأ التزام البائع بضمان صلاحية المبيع للعمل خلال مدة معلومة، بإتقان الأطراف عليه صراحة، حيث يضمن البائع الخلل الذي يصيب المبيع بعد التسليم ولو كان يسيرا أو ظاهرا وقد يرد هذا الالتزام بشرط في العقد ذاته أو في اتفاق لاحق³.

بذلك ينشأ الالتزام بحصانة الشيء المبيع بالشرط المدرج في مستند ملحق أو مرفق بالعقد الأصلي أو خلق فاتورة السلعة المباعة، ويرد عادة في صورة عقد إذعان مجسد عقد

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 27.

2- أنظر حكم محكمة سطيف الصادر في 2005/05/12، تحت رقم 2005/456 (م.ع) ضد شركة سونالغاز، (غير منشور). نقلا عن "بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة..". المرجع السابق، ص

3- محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة، المرجع السابق، ص 10 و 83.

نموذجي ويلزم البائع بإصلاح المبيع وصيانته إذا ورد ضمان صلاحية المبيع للعمل في الوثائق الإعلانية كالنشرات واللوحات والكتالوجات التي يعدها المنتج (أو الموزع) لترويج منتجاته وجذب المستهلكين ودفعهم إلى الشراء، حيث تدخل هذه المستندات في النطاق العقدي ويعتبر الضمان الوارد فيها التزاما على عاتق المنتج والبائع بإرادته المنفردة ويحق للمشتري التمسك به في مواجهة الصانع والبائع مستندا إلى القيمة التعاقدية للمستندات الإعلانية المسلمة إليه وقت البيع والتي تخوله الحق في الحصول على خدمة الصيانة¹.

إذا لم ينفذ البائع التزامه بالصيانة عينا، جاز للقاضي أن يحكم عليه بدفع التعويض لعدم تنفيذ الالتزام أو التأخير فيه ما لم يثبت أنه حسن النية، وإن عدم التنفيذ راجع إلى سبب أجنبي لا بد له فيه طبقا لحكم المادة 176 من التقنين المدني الجزائري المعدل والمتمم، السالف الذكر، التي تنص على أنه: "إذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا يد له، ويكون الحكم كذلك إذا تأخر المدين في تنفيذ التزامه"².

تبين هذه المادة الأساس الكافي لإقامة الالتزام بصيانة الشيء المبيع على عاتق البائع لصالح المشتري .

المطلب الثاني

تمييز الإلتزام الخدمة ما بعد البيع عن الضمانات التقليدية

مع تطور الزمان، لم يعد البيع عملية تشمل فقط نقل البائع للمشتري ودفع المشتري الثمن، بل يلزم إلى جانب ذلك أن يحصل المشتري على الخدمات التي كان يصبو إليها عند

1- منصور مصطفى منصور، مذكرات في القانون المدني، العقود المسماة، البيع والمقايضة والإيجار، دار المعارف، مصر، 1956، ص 211 .

2- المادة 176 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 24 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

شراءه للمبيع. وأيضا أن يكون المبيع سليما خاليا من كل عيب حتى يمكنه الانتفاع به وإذا كان عيبا يكون البائع ضامنا له، وأن يكون المبيع مطابق للمواصفات أو الغرض الذي تم التعاقد عليه، وعليه سيتم التمييز بين الخدمة ما بعد البيع وضممان العيوب الخفية (الفرع الأول)، الخدمة ما بعد البيع ضمان المطابقة (الفرع الثاني) .

الفرع الأول

الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع وضممان العيوب الخفية

لم يعرف التقنين المدني، المعدل والمتمم، السالف الذكر، "العيب الخفي" بل ذكر شروطه في المادة 379 منه التي جاءت فيها: "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولم يكن عالما بوجودها..."¹.

لتسليط الضوء على عنصر المقارنة والتمييز بين الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع والضمان القانوني للعيوب الخفية، لابد من ذكر الحالات التي لا يسأل فيها البائع عن العيب (أولا)، وأوجه القصور في التزام البائع بالضمان وفق قواعد العيب الخفي (ثانيا) .

أولا: حالات عدم مساءلة البائع عن العيب الخفي

من بين الحالات التي لا يسأل البائع عن العيب الخفي نجد حالة شرط الفاء، وحالة العلم بالعيوب وحالة الرضاء بالعي، واشتراط عدم مسؤولية البائع.

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما يبعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 56.

1- حالة شرط الخفاء :

من الشروط الأساسية المطلوبة في ضمان العيب النفي أن يكون خفيا، أي أنه إذا قام البائع بإظهار عيب المبيع وقت البيع للمشتري فإنه لا يعد مسؤولا عن هذا العيب، وهذا لانتهاء شرط الخفاء عن العيب الموجب للضمان، فبيان البائع له يجعله ظاهرا وليس خفيا.

غير أن البائع يبقى مسؤولا عن العيوب الأخرى التي لم يبينها للمشتري وقت العقد، فالعيب الذي لا يسأل عنه البائع هو الذي أظهره، أما ما أبقاه مخفيا أو لم يصلح المشتري عليه فيبقى ضامنا له .

أما إذا تبين هذا العيب التعاقد فيبقى مسؤولا عنه، كما أن العيب الذي يظهره للمشتري في المبيع ثم تمر فترة التعاقد بعدها يتم العقد فإن البائع هذا يبقى ضامنا للعيب، لأن العبرة أن يكون البائع قد بين هذا العيب للمشتري حين البيع وليس قبله¹ .

غير أنه في مجال الخدمة ما بعد البيع فإن الأمر يختلف تماما، فالمهني في المنتج الجديد لا يمكنه أن يظهر العيب للمستهلك ثم يقنعه بضرورة شراءه وتنتفي المسؤولية، وإنما يبقى مسؤولا حتى وإن كان العيب ظاهرا وأظهره للمستهلك، بل ويلزمه بتوصيله وتركيبه وصيانته ومتابعته ولو كان المستهلك على علم به فقد نصت المادة 17 من القانون رقم 03-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوشم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"².

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص59.

2- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

2- حالة العلم بالعيب:

إن علم المشتري بما في المبيع من عيب بأي طريقة للعلم، سواء عن طريق البائع أو عن طريق آخر، ثم أقدم مع ذلك على شراء المبيع فإنه لا يستطيع مطالبة البائع بالضمان لافتراض أنه قد تنازل عن حقه بالمطالبة بضمان العيب.

يقصد "بالعلم" في هذه الحالة العلم الذي يكون وقت البيع، ويقع على البائع إثبات علم المشتري بالعيب قبل التعاقد، وله أن يثبت ذلك بطرق الإثبات الجائزة قانوناً، لأن علم المشتري بما في المبيع من عيب واقعة مادية.

هذه مقارنة أخرى، إذ أنّ شراء المبيع مع العلم بالعيب يسقط الضمان قانوناً، غير أنّه في مجال الخدمة ما بعد البيع فإن العلم بالعيب من شأنه التأكيد على الاستفادة من الخدمة ما بعد البيع، فالمستهلك إذا ما وجد عيباً حتى وإن كان ظاهراً يطلب من المهني تقديم الخدمة له ويقوم هذا الأخير بها دون تأخير ودون الاحتياج يعلم المستهلك بما في المنتج من عيب¹.

3- حالة الرضاء بالعيب واشتراط عدم مسؤولية البائع:

يفترض في عقد البيع أن المشتري لا يكون عالماً بالعيب وقت التعاقد، ثم علم بهذا العيب بعد إصلاحه عليه أو علم به من شخص آخر ثم رضي بهذا العيب، وعليه يسقط حقه في المطالبة بالضمان ويعفى البائع من المسؤولية، وهذا ما يفهم من الفقرة الثانية(2) من المادة 379 من التقنين المدني الجزائري، المعدل والمتمم، السالف الذكر، حيث تنص على أنه: "غير أن البائع لا يكون ضامناً للعيوب التي كان المشتري على علم بها..."².

1- علي المادي العبيدي، العقود المسماة في البيع والإيجار، دار النشر، العراق، 1997، ص 149 .

2- أمر رقم 75-85 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، معدل ومتمم، سالف الذكر.

فمن صور رضاء المشتري بالعيب اشتراط عدم مسؤولية البائع، وهو يسمى "بشرط البراءة للعيوب" وقد نص التقنين المدني، على هذه الحالة في المادة 384 منه، ضمن نطاق الضمان الاتفاقي وتسمى بالاتفاق على إسقاط الضمان، حيث جاء فيها أنه: "يجوز للمتعاقدين بمقتضى اتفاق خاص أن يزيدا في الضمان أو أن ينقصا منه وأن يسقطا هذا الضمان، غير أن كل شرط يسقط الضمان أن ينقصه يقع باطلا إذا تعمد البائع إخفاء العيب في المبيع غشا منه".

يقصد بشرط البراءة في الضمان إزالة التزام الضمان من العلاقة التعاقدية، بحيث لو ظهر في المبيع عيب فلا يستطيع المشتري أن يطلب ضمانه، ولا يصح له أن يطلب تعويضا عن الضرر الذي لحق بسببه¹.

غير أنه في مجال الخدمة ما بعد البيع لا نجد مثل هذا الشرط، وهذا ما تنص عليه الفقرة الرابعة(4) من المادة 13 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "يعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة"، وتنص الفقرة الأولى (01) من المادة ذاتها من التقنين ذاته على أنه: "يستفيد كل مقنن لأي منتج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون".

ثانيا: قصور قواعد العيب الخفي في التزام البائع بالضمان القانوني

سنتطرق في هذا العنصر إلى قصور قصور قواعد العيب الخفي من حيث أشخاص العقد(1)، وقصور قواعد العيب الخفي من حيث موضوع العقد (2).

1- قصور قواعد العيب الخفي من حيث أشخاص العقد:

يلاحظ من خلال أحكام ضمان العيب الخفي أن هذه الأحكام لا تفرق بين المتعاقدين وما يتواجد فيه من مراكز فعلية أو واقعية، إذ أن نصوص القانون تخاطب البائع والمشتري

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 62.

كـنـمـوـذـج نظري مجرد عن أي اعتبار يتعلق بأشخاصهم كالتفرقة بين البائع المحترف أو المهني والبائع العرضي فهي تخاطب جميع الباعين بالتزامات مماثلة في مضمونها ومداهـا.

إن ظهور فكرة المستهلك في عقد البيع لتحل محل المشتري، أمر له معناه، فعندما يعبر عن المشتري بالمستهلك فإن ذلك يستفاد منه بالضرورة أن الطرف الآخر في العقد هو طرف متميز بقدراته وتخصصه وياحترافه، تخلص من ذلك أن المنتج أو البائع أو المهني من جهة والمستهلك من جهة أخرى، هما طرفا النظام القانوني الذي ظهر في عقد البيع¹. إن ما يميز الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع في مجال أشخاص العقد، القصور في تحديد المفاهيم وعليه ظهرت عبارات جديدة " الخدمة ما بعد البيع" تحل بقوة محل "الضمان التقليدي"، نحاول إبراز ما يميزها .

إذن سنتطرق في هذا العنصر إلى حلول عبارة المستهلك محل عبارة المشتري (أ)، حلول عبارة المهني والمتدخل والمحترف محل عبارة البائع: (ب).

أ- حلول عبارة المستهلك محل عبارة المشتري:

عندما نكون أمام عقد بيع منتج صناعي نكون حتما أمام مستهلك ومهني، وهذا الأخير قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا، يتمتع بإمكانيات اقتصادية وتنظيم إداري شامل يكفل له التحكم في الروابط التعاقدية التي يكون طرفا فيها، ويبدو ذلك التحكم فعلا عندما يكون الطرف الآخر أي المستهلك يفقد للتخصص الفني والمهني، والضعف في المركز الاقتصادي².

لكن هذا سعي الفقه والقضاء في معظم الدول إلى تطوير العديد من القواعد التي تحمي الطرف الضعيف في العقود التي لا يكون فيها توازن عادل، ووجود مثل هذه القواعد

1- عامر أحمد، الحماية القانونية للمستهلك، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2002، ص 2.

2-بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 64.

ضرورة لا غنى عنها لمعالجة المساوئ المتولدة عن مبدأ حرية التعاقد وهذا ما اتجه إليه القانون الجزائري¹.

عرّف المشرع الجزائري "المستهلك" في المادة الثالثة (3) من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، التي تنص على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة لاستعمال النهائي من أجل تلبية الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"²، إذ يفهم من هذه المادة أن إذا كان هدف الشخص من الاقتناء تلبية حاجاته المهنية فإنه لا يعتبر من قبيل المستهلكين وإنما تعتبر من قبيل المهنيين.

ب- حلول عبارة المهني والمتدخل والمحترف محل عبارة البائع:

عرفت المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل على أنه: " بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

بالنسبة لقانون الممارسات التجارية، المصطلح هو العون الإقتصادي، أما فيما يخص قانون المنافسة فالمصطلح هو "المؤسسة".

عرفت المادة الثانية (2) من المرسوم التنفيذي رقم 90-266³ المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات المهني تحت اسم "المحترف"، بأنه: "منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك".

1- بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 64.

2- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

3- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر سنة 1990، يتعلق بضمان المنتجات، ج.ر عدد 40، الصادرة بتاريخ 19 سبتمبر سنة 1990.

يستنتج من هذه النصوص أنه نظراً لظهور المنتجات الصناعية المعقدة التي استخدمت فيها الفنون الصناعية المتقدمة، والتي ارتبطت بالعديد من المخاطر والأضرار التي تصاحب استعمالها، وكان منطقياً أن تتطور وتتسع مسؤولية منتج تلك المواد تبعاً لدوره المتزايد في تصنيعها وتركيبها، غن الأضرار التي تسببها تكشف في غالب الأحيان عن عيب خفي يتمثل في خطأ التصنيع ومن ثم كان منطقياً أن يجتهد الفقه والقضاء في إيجاد الوسائل القانونية التي تشدد من مسؤولية المنتج تلك المواد وتكفل تعويض المضرور وذلك بتحديد المفاهيم لتحديد المسؤوليات¹.

هنا بالإضافة إلى أن العيب الخفي في المنتجات الصناعية غالباً ما يجد مصدره في المرحلة المصاحبة لعملية الإنتاج، فقد يكون مصدر العيب الخفي عيب في التصميم الذي يسأل عنه البائع المنتج في مواجهة المشتري، فهو المسؤول كقاعدة عامة في تصميم المنتجات التي يعرضها للبيع وقد يكون مرد العيب الخفي خطأ في التصنيع².

تبدوا أهمية تلك التفرقة حالة المنتجات أو الآلات التي يشترك في تصنيعها أكثر من منتج مثل السيارات والآلات بصفة عامة، إذ أن البائع ومنتج تلك الآلات يتعاقد مع غيره من المنتجين ممن يعرفون بأصحاب الصناعة المغذية على شراء بعض الجزاء الداخلية في تصنيع الآلات التي يقوم بإنتاجها .

نستخلص من ذلك إلى القول أن هناك دوراً مهماً وبارزاً يؤديه المنتج في عملية تصنيع المنتجات كما أنه قد يتدخل أكثر من شخص في صناعة منتج معين، وهذا ما يثير مشاكل فيما يتعلق بتحديد الشخص المسؤول عن العيب، حيث يتميز المنتج الصناعي بتعدد شبكات إنتاجه وتوزيعه فقط يشترط أكثر من صانع في منتج واحد، كلما ازداد الإنتاج في

1- منذر الفضل، شرح القانون المدني الأردني، العقود المسماة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1995، ص 122.

2- محمد شكوى سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الصناعية الخطرة، دار الفكرة العربي، القاهرة، 1983، ص 76 .

حجمه وكميته فإنه يستقل عن التوزيع بحيث لا يتعامل المشترك غالبا مع المنتج، بل يتعامل مع وسيط يقوم بالتوزيع وهو بائع مهني يتخصص في السلع التي يقوم ببيعها وبالنتيجة تعدد المهنيون المدنيون بالالتزام في مواجهة المشتري¹.

إن التفرقة بين هذه المصطلحات لها أهميتها في معرفة الشخص المسؤول عن العيب فيها إذا كان مهنيا أو بائعا، وما يترتب عن ذلك من تشدد في مسؤولية البائع المهني، وهذا ما يفرق الخدمة ما بعد البيع وضمان العيوب الخفية.

2- قصور قواعد العيب الخفي من حيث موضوع العقد:

لا تخدم أحكام ضمان العيب الخفي موضوع العقد، إذ أن نصوص التقنين المدني بوجه عام وتلك المتعلقة بضمان العيب الخفي تنطبق على الشيء المعيب دون تفرقة بين المنتجات الطبيعية من ثمار وغلل وبين المنتجات الصناعية، لتحديد أوجه القصور قواعد العيب الخفي من حيث الموضوع نتناول أوجه قصور مفهوم العيب الخفي (أ)، قصور قواعد العيب الخفي فيما يتعلق بالتعويض (ب)، قصور العيب الخفي فيما يتعلق بالمدة والإثبات (ج).

أ- قصور مفهوم العيب الخفي:

تنص المادة 379 من التقنين المدني الجزائري، على أنه: "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بسبب الغاية المقصودة منه..."².

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 68.

2- أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون المدني، معدل ومتمم، سالف الذكر.

فالعيب الذي ينقص من قيمة الشيء والذي يأتي بعد عملية تسليم المبيع، يستوجب تحريك دعوى الضمان وهناك فرق بين الدعوى التي لا يمكن إثارتها بعد تسليم المبيع ودعوى الضمان وهناك فرق بين الدعوى التي لا يمكن إثارتها بعد تسليم المبيع، ودعوى الضمان التي يجب رفعها في آجال المنصوص في المادة 383 من التقنين ذاته، والمحددة بسنة من يوم تسليم المبيع، كما جاء نصها كآتي: "سقط بالتقادم دعوى الضمان بعد انقضاء سنة من يوم تسليم المبيع...".

أما عن شروط العيب الخفي الذي يضمنه المنتج تتمثل فيما يلي:

- ألا يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم.

- أن يكون العيب خفيا ولا يعلمه المشتري .

- أن يكون سابقا عن التسليم¹ .

إذا توافرت هذه الشروط يحق للمشتري الذي أصابه ضرر نتيجة عيب في السلعة أن يطالب بالتعويض سواء كان البائع عالما أو غير عالما بالعيب الخفي، وذلك على أساس ضمانه لجودة ما يقدمه وقرينة علم البائع بالعيب قرينة بسيطة قابلة لإثبات العكس تستند إلى فكرة افتراض الخطأ من جانبه وهو ما ذهبت إليه المحكمة العليا في قرارها المؤرخ في 24 نوفمبر 1993، ملف رقم 103404، إذ قضت بأنه: "العيب الخفي هو العيب الذي لا يستطيع الشخص العادي اكتشافه وبالتالي يضمنه البائع، ومسألة تقدير الضمان تخضع لسلطة قضاء الموضوع التقديرية"، وفي آخر القرار قضت أنه: "العيب الخفي، يلتزم البائع بضمانه إذا كان يعلم بوجوده، ولا يجوز له التمسك بسقوطه"².

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 69.

2- قرار المحكمة العليا، الصادر بتاريخ 24 نوفمبر 1993، ملف رقم 103404، (غير منشور)، نقلا عن: بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع نفسه.

ألزم المشرع المنتج بضمان العيب في الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع في حالة الإخلال بع تعويض الأضرار التي سببها منتوجاته المعيبة للمستهلك، فنظم أحكام هذا الضمان القانون رقم 03-09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش¹، في المواد 13، 14، 15، 16 منه، والمرسوم التنفيذي رقم 13-327²، المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلم والخدمات حيز التنفيذ في المادة الرابعة(4) منه، حيث تنص على أنه: "تنفيذ الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم خدمة".

ب- قصور قواعد العيب الخفي فيما يتعلق بالتعويض:

قد يلحق العيب الذي يشوب المبيع أضرار بالمشتري نتيجة التطور الصناعي والتقدم التقني، فانعكس ذلك على أساليب توزيع هذه المنتوجات، ولم يعد بيعها يتم بأسلوب المساومة التقليد التي تنتهي عند تحديد شروط البيع رضائياً، وإنما أصبحت عمليات البيع بيد شركات تقوم بوضع شروط يتم على أساسها التعامل مع المستهلك .

غير أنّ هذا الكمّ الكبير من المنتجات جعل البعض منها يفلت من الرقابة والمتابعة وطلبيتها أن تتسع حجم الأضرار التي تسببها المنتجات الصناعية للمستهلك³ .

ما يؤخذ على المفهوم التقليدي لضمان العيب الخفي هو ما يشوبه من قصور في مفهوم الضرر الذي يلتزم البائع بتعويضه، وفي هذا الشأن يفرق الفقه بين نوعين من الأضرار:

1- قانون رقم 03-09، مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.
2- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر عدد 49، الصادرة بتاريخ 02 أكتوبر سنة 2013.
3- جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المبيعة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص ص 3 و 7 .

النوع الأول: الأضرار الناجمة عن عقد البيع، ويقصد بها كل ضرر يلحق المشتري نتيجة لكون العهد لا يفي بالغرض المقصود منه في نقصان فائدته كأن تكون السيارة المشتراة غير صالحة للقيادة.

النوع الثاني: الأضرار التي قد يحدثها المبيع بشخص المشتري أو بأمواله، والتي تنتج عن الشيء المعيب، وهذه الأضرار وتتميز لها عن الأضرار التجارية، فإن لها صلة وثيقة ومباشرة بالشيء المعيب فقد كان من نتيجة التطور الصناعي والتعقيدات التقنية في الصناعة أن أخذ الضرر يتبدل في نوعيته وفي مداه أو يكفي التدليل على ذلك بحوادث السيارات التي تنجم عن العيوب اللاحقة بها فقد يؤدي إلى انفجار إطار السيارة¹ المعيب أو العيب في مقود القيادة إلى انحراف السيارة عن مسارها، فينجم عن ذلك أضرار تلحق بالمشتري في نفسه أو أمواله .

كرّس المشرع الجزائري في المادة 140 مكرر² من التقنين المدني، المعدل والمتمم، السالف الذكر، مسؤولية المنتج عن الأضرار الناتجة عن العيب في منتوجاته، واستحدث في المادة 140 مكرر¹ من التقنين نفسه، مسؤولية الدولة عن تعويض الأضرار الجسمانية بفعل المنتجات المعيبة في حال انعدام المسؤول .

ج- قصور قواعد العيب الخفي في المدة والإثبات:

إن القيود الزمنية التي تخضع لها دعوى ضمان العيب الخفي، بالإضافة إلى صعوبة الإثبات في مجال المنتجات الصناعية يقلل إلى حد كبير من فعالية تلك الدعوى، وهذا ما لا نجده في الخدمة ما بعد البيع التي ألزمت المهني بضرورة التدخل فصلاح الضرر مهما طالّت المدة حتى لو بعد انقضاء مدة الضمان.

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 73.

2- أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون المدني، معدل ومتمم، سالف الذكر.

ج1- قصور قواعد العيب الخفي في المدة:

حماية لاستقرار التعامل وعدم إشغال ذمة البائع لفترة طويلة، اشترط المشرع الجزائري أن ترفع دعوى الضمان خلال من يوم التسليم وهذا التسليم وهذا ما تنص عليه 383 من التقنين المدني، المعدل والمتمم، السالف الذكر، التي جاء فيها أنه: "تسقط بالتقادم دعوى الضمان بعد انقضاء سنة من يوم تسليم المبيع حتى ولو لم يكتشف المشتري العيب إلا بعد انقضاء هذا الأجل ما لم يلتزم البائع بالضمان لمدة أطول..."¹.

يُفهم من النص أن القيود الزمنية القصيرة التي تخضع لها دعوى ضمان العيوب الخفية، والتي يتعين على المشتري التقيد بها، وإلا فقد حقه في الرجوع على البائع بالضمان، وهذا ما يقلل على حد كبير فعالية هذه الدعوى .

ج2- قصور قواعد العيب الخفي في الإثبات:

يجب على المشتري أن يثبت وجود العيب الخفي في المبيع، ويشترط أن يكون قديماً موجوداً في المبيع عند انعقاد البيع أو عند البيع أو عند تسليم المبيع، أي لم يطرأ العيب في وقت لاحق على ذلك وقد لا يكون مثل هذا الإثبات سهلاً بالنسبة للمشتري، كل ذلك يسبق رفع دعوى الضمان، وحتى لو أمكن إثبات العيب فقد يتعذر تحديد المصدر وما إذا كان سابقاً على البيع فسأل عنه البائع أو المنتج أو لاحقاً عليه وراجعا إلى إهمال المشتري الذي يجب أن يتحمل عندئذ نتائجه.

أدى قصور نصوص التقنين المدني وغيره من القوانين المتعلقة بضمان العيب الخفي لهذه المؤثرات والاعتبارات الواقعة، التي كان لها أثرها الواضح في موضوع قواعد العيب الخفي سواء من ناحية أشخاص العقد أو موضوعه، وعجزها عن تحقيق حماية كافية وفعالة للمشتري في عقد البيع، أدى بالفقه وبالقضاء في معظم الدول إلى توسيع بظهور مفهوم الخدمة ما بعد البيع².

1- محمد السيد عمران، المجموعة العملية للأبحاث القانونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1999، ص 85.

2- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 77.

الفصل الثاني

النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع

إذا كان قانون حماية المستهلك أساسا يهدف إلى ضبط النشاط الاقتصادي لمصلحة المستهلك صحيا واقتصاديا، فإن أهم ما فيه تركيزه على جودة الخدمات وإعطائها حيزا من الاهتمام يوازي جودة السلع المنتجة محليا أو المستوردة.

من الطبيعي أن يلتفت القانون إلى هذا الجانب لأن المواطن لا يعاني فقط من أسعار ونوعيات المواد الاستهلاكية، بل، أيضا من أسعار ونوعية الخدمات التي يحتاجها ومنها الخدمة ما بعد البيع التي يشتريها والتي يشمل الصيانة والمراقبة (المبحث الأول).

قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09¹ نص على مخالفتي إلتزام بالخدمة ما بعد البيع بعد إغفال القانون رقم 02-89² المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى) حيث أعطى أهمية خاصة للخدمة ما بعد البيع فخصص لها الفصل الرابع من المادة 13 إلى 16 (المبحث الثاني).

1- قانون رقم 03-09، مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

2- قانون رقم 02-89، مؤرخ في 07 فبراير سنة 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، سالف الذكر

المبحث الأول

نطاق تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع

إذا كان الأصل في القواعد العامة نسبية العقد، غير أن الواقع أثبت أن كثيرا من المستهلكين المتضررين لا تربطهم علاقة تعاقدية، مباشرة بالمتدخل، فها يجوز لهذه الفئة المطالبة بتوفير خدمة ما بعد البيع في إطار قواعد حماية المستهلك أم أن الحماية تقتصر على أطراف العلاقة التعاقدية فقط، أما بالنسبة للمنتوج فإن هناك العديد من المنتوجات التي تدخل في نطاق الحماية المخولة للمستهلك ويسأل عنها المتدخل .

لذلك لابد من تحديد نطاق تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص (المطلب الأول)، ثم نطاق تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع (المطلب الثاني) .

المطلب الأول

نطاق تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص

إذا ما تعلق الأمر بإبرام عقد بيع الذي ينظم أحكامه القانون المدني، فإننا نجد أن الضمان يتعلق بأطراف عقد البيع المتمثلة في البائع والمشتري، وبالتالي المستفيد هو المشتري سواء كان شخص عادي أو محترف والبائع ملزم بالضمان على مختلف أنواعه.

أما فيما يخص الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع المنصوص عليه في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، يفترض أنه حق للمستهلك العادي والتزام على عاتق المتدخل باعتبارهما أطراف أساسية في العلاقة الاستهلاكية.

عليه سيتم التطرق إلى المستهلك كطرف مستفيد من الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، والمتدخل كطرف ملزم بتوفير هذا الإلتزام (الفرع الثاني).

الفرع الأول

المستهلك كطرف مستفيد من تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع

لتحديد نطاق تطبيق قواعد الحماية من حيث الأشخاص لابد من تعريف مفهوم المستهلك ومعرفة الاتجاه الفقهي الذي يأخذ به المشرع الجزائري (أولاً)، ثم تبيان عناصر تعريف المستهلك (ثانياً).

أولاً: تعريف المستهلك

يعد مصطلح "المستهلك" من مصطلحات علم الإقتصاد، فهو حديث في لغة القانون، لتعريفه يقتضي إبراز المعيار الفقهي، نميز من خلاله بين اتجاهين رئيسيين، الأول ضيق (1)، والثاني واسع (2)، وكذا موقف المشرع الجزائري (3)، وفي الأخير المستهلك الالكتروني (3).

1- الاتجاه الضيق: ذهب هذا الاتجاه إلى اعتبار المستهلك "كل من يستهلك بشكل غير مهني سلعا استهلاكية مخصصة لاستخداماته الشخصية"¹.

يعرف المستهلك وفق لهذا الاتجاه بأنه: "الشخص الطبيعي أو الاعتباري للقانون الخاص الذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني أو إشباع حاجياته الشخصية أو العائلية"².

1- كراش ليلي، "حماية رضا المستهلك في ظل قواعد حماية المستهلك"، حوليات مجلة الجزائر 1، الجزء الرابع، العدد 31، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، 2017، ص 100.

2- ليندة عبد الله، "المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول: "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"، معهد العلوم القانونية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 21، (غير منشورة)

لا يكتسب صفة المستهلك وفقا لهذا المفهوم من يتعاقد لأغراض مهنية كتأجير محل تجاري أو شراء سلعة لإعادة بيعها...إلخ، فالمعيار الذي اعتمده هذا الاتجاه هو معيار الغرض من التصرف، والذي يمكن من التفرقة بين المحترف والمستهلك .

كما يُعرّف المستهلك وفق هذا الاتجاه بأنه: " كل شخص يتصرف بقصد إشباع حاجاته الشخصية وحاجيات من يعولهم"¹ .

هناك اتجاه آخر يعرف المستهلك على أنه: " كل من يحصل من دخله على السلع ذات طابع استهلاكي، لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية إشباعا حالا ومباشرا "² .

يمكن من خلال هذه التعاريف استنتاج ما يلي:

- أ. وفق لهذا الاتجاه لا يعتبر مستهلكا كل من يتعاقد لأغراض مهنية، مثل شراء سلعة لإعادة بيعها، أو استعمالها لحاجيات مهنية، كأدوات الطبيب ومعدات المقاول إذ استعملت في مجال مهنتها، أو إيجار محل تجاري...إلخ .
- ب. بالنسبة لهذا الاتجاه فإن المعيار الذي يسمح بتصنيف شخص ما ضمن طائفة المنتجين، طائفة المستهلكين هو معيار الغرض من التصرف وهو المعيار الذي اعتمده هذا الاتجاه لتمييز المستهلك عن غيره.
- ج. الشخص الذي يتصرف لغرض مهني حتى واو كان خارج مجال اختصاصه لا يعتبر مستهلك ولا يستفيد من قواعد الحماية .

1- محمود عبد الرحيم ديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2011، ص 10 .

2- عبد الحميد ديسطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر 2010، ص 26.

• من بين الحجج الذي يستند إليها هذا الاتجاه ما يلي:

ج- إن تصرف المنتج خارج مجال اختصاصه، ولكنه يتصرف في أجل حاجات مهنته وبالتالي سيكون أكثر علما من الشخص الذي يتصرف لغرض خاص وعليه فإنه يستحسن الدفاع عن نفسه.

د- إن معرفة ما إذا كان المنتج يتصرف في مجال اختصاصه أولا يتطلب دراسة جميع الحالات، وهو أمر يصعب تحقيقه علما أن المتعاقدين في حاجة ماسة مسبقا إلى معرفة القانون الواجب تطبيقه على روابطهم التعاقدية.

هـ- إن التصور الذي من شأنه أن يؤدي إلى تحقيق الأمن القانوني المنشود هو التصور الضيق لمفهوم المستهلك ، بالتالي، فإنه إن وجد منتج في وضعية ضعف، فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة به، وليس بقواعد حماية المستهلك التي تقتصر على حماية المستهلكين وحدهم دون غيرهم¹.

2- الاتجاه الموسع:

وفقا لهذا الاتجاه يُعدّ مستهلكا: " كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك سواء لاستخداماته الشخصية أو المهنية.

بالتالي، وفقا لهذا التعريف يعتبر مستهلكا كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك أي بغرض اقتناء واستعمال منتج أو خدمة فمثلا من يشتري سيارة لاستعماله الشخصي ومن يشتريها للاستعمال المهني يأخذان حكم المستهلك لأن السيارة تستهلك في الحالتين عن طريق استعمالهما من كليهما².

1- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص 30.

2- السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، مصر، 1986، ص 8.

يركز هذا الاتجاه على شرط الاستعمال، فإن تحقق شرط استعمال المنتج من طرف أي شخص اعتبرناه مستهلكا دون النظر إلى صفته سواء منتج أو غير منتج¹.

وفقا لهذا الاتجاه، فإن المنتج يعتبر مستهلكا إذا تصرف خارج مجال اختصاصه بحجة أنه غير متخصص فهو في الواقع ضعيف مثله مثل المستهلك العادي.

يستند هذا الاتجاه إلى أن القضاء في بعض الحالات كالقضاء الفرنسي يعتمد تمديد قانون الاستهلاك ليشمل حماية الأشخاص الذين يتصرفون لغرض مهني لكن خارج اختصاصهم المهني لقد توسع أصحاب هذا الاتجاه توسعا غير مبرر، مما جعل حدود قانون الاستهلاك غير مضبوطة بشكل دقيق، فإن اعتبارنا المهني الذي يتضرر خارج اختصاص المستهلك فيجب وبطريقة مماثلة تشبه الذي يتضرر داخل اختصاصه المهني، كما أن التوسع في مفهوم المستهلك مناقض للحكمة أو الغاية من وضع قانون خاص بحماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف².

تنص الفقرة الأولى (1) من المادة الثالثة (3) من القانون رقم 09-03، المؤرخ في، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³، المعدل والمتمم، السالف الذكر، بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجياته أو تلبية حاجيات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

يتضح من هذا التعريف أن المشرع جعل معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء أن ثبوت صفة المستهلك يقتضي أن يكون الغرض من اقتناء السلعة أو الخدمة هو سد حاجة شخصية أو شخص آخر أو حيوان يتكفل به، أي أن يكون الغرض غير

1- ليندة عبد الله الغزال، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، المرجع السابق، ص 23.

2- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018، ص 22.

3- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

مهني، وما يؤكد ذلك نص المشرع في هذا التعريف على أن تكون السلعة أو الخدمة المقتناة موجهة للاستعمال النهائي أي الاستهلاك، وبهذا يكون المشرع قد بين مفهوم المستهلك وإذا كان الأصل أن يكون المستهلك شخصا طبيعيا يلبي حاجياته الشخصية أو العائلية أمر يتناسب مع الشخص الطبيعي، إلا أن القانون رقم 08-04 المؤرخ في 14 غشت 2004، السالف الذكر، صرح أن إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي وهو موقف أسفر عليه المشرع أيضا عند تعريفه للمستهلك في القانون رقم 08-04 المؤرخ في 14 غشت 2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹.

يمكن من خلال التعريف الذي وضعه المشرع لتحديد مفهوم المستهلك، تسجيل الملاحظات التالية:

- 1- إن استعمال المشرع في تعريفه مصطلح "يقتني" قد أخرج "المستعمل" من دائرة الحماية فالمقتضي غالبا ما يستعمل السلعة أو الخدمة، فماذا لو استعملت من طرف الغير لغرض غير مهني، فعلى المشرع إدراك هذا الخلل في الصياغة حيث تشمل حماية المقتني بالإضافة إلى المستعمل.
- 2- إن المشرع ادخل الأشخاص المعنوية في طائفة المستهلكين الذين هم في حاجة ماسة إلى الحماية وهذا عكس الاتجاه الذي يرى إقصائهم مسعا الأشخاص المعنوية تملك مؤهلات وإمكانيات متعددة ليست في متناول الأشخاص الطبيعية.
- 3- أن يتدارك كذلك الخلل في الصياغة حيث تشمل كلا من المقتني والمستعمل.
- 4- إن إبراز المشرع لمصطلح "يقتني مجانا" غير صحيح، لأن الاقتناء يكون دائما بالمقابل وعبارة "مجانا" ليس لها أي علاقة بالاقتناء².

1- قانون رقم 08-04 مؤرخ في 14 غشت سنة 2004، يتعلق بشروط لممارسة الأنشطة التجارية، ج.ر. عدد 52،

الصادرة بتاريخ 18 غشت 2004، (معدل ومتمم)

2- زاوية حورية سي يوسف، دراسة القانون رقم 03-09 المؤرخ في 15 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار هومة، الجزائر، 2017، ص 10.

الفرع الثاني

المتدخل كطرف دائن بضمان الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع

بعد توضيح مفهوم المستهلك كطرف أول في العلاقة الاستهلاكية، سوف نتعرض للمتدخل، ألا وهو الطرف الثاني إذ يعرفه البعض أنه: "الشخص الملزم بتطبيق القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك"، فهو الشخص المعنوي أو الطبيعي الذي يباشر حرفة سواء كانت تجارية، صناعية حرة، مهنية فنية، زراعية أو مدنية ويمكن من خلال ممارسته لها من الحصول على السلع والخدمات وتقديمها إلى الجمهور بمقابل مادي قصد الحصول على الربح، وقد يكون هذا الشخص منتجا أو موزعا أو تاجرا بالجملة أو تاجرا بالتجزئة أو يتخذ شكل المشروع الفردي أو الشركة أو المؤسسة التي تدخل في الإطار العام أو الخاص¹.

بالرجوع إلى القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير سنة 1989، المتعلق بحماية المستهلك (الملغى) السالف الذكر، لم يعرف المتدخل لكن سرعان ما عرفه في المادة الثانية (02) من المرسوم التنفيذي رقم 90-299 المؤرخ في 15 سبتمبر سنة 1999، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات (ملغى)، التي تنص على أن المحترف هو: "منتج أو صانع أو وسيط، حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته أي عملية عرض المنتج أو الخدمة أو الاستهلاك"².

1- محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق حماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة دقاتر السياسة والقانون، العدد 9، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص 67.

2- قانون رقم 89-02 مؤرخ في 07 فبراير سنة 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06، الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 1989، الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

ما يجدر الإشارة إليه أن المشرع الجزائري لم يفرق بين المنتج والموزع واعتباره مهني كل متدخل في عملية عرض المنتج أو الخدمة الاستهلاك.

بصدور القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، عرفت المادة الثالثة (3) منه أن: "المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عرض المنتوجات للاستهلاك، ثم عرفته المادة ذاتها "عملية وضع المنتج للاستهلاك، مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة"، عرفت الفقرتين الثامنة (8) والتاسعة (9) من المادة نفسها "الإنتاج": العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول".

يبدو مما سبق، أن المتدخل هو المهني نفسه، فهو مصطلح جاء في قانون المنافسة رقم 03-03¹ السالف الذكر، وهو نفسه المحترف الذي أفرد به المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 (الملغى)، فهذه المصطلحات (محترف، متدخل، عون اقتصادي، مهني...) كلها تؤدي إلى المعنى نفسه، يلاحظ أن المشرع تلاعب بالمصطلحات مما يخلق نوع من اللبس في ذهن القارئ لذي عليه أن يتقاضي ذلك²، والملاحظ كذلك أنه فيما عدا استبدال المشرع لمصطلح "المحترف" بمصطلح جديد هو "المتدخل"، فإن القانون لم يأت بالجديد، سوى بحذف تعداد المتدخلين في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك، وهذا ما عليه تبياناه لحصر المتدخلين الذين ألزمهم بحماية المستهلك، فقد يكون المتدخل منتج وسيط حرفي... أو شخص طبيعيا أو شخصا معنويا.

1- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، بتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 43، الصادرة بتاريخ 20 يوليو سنة 2003، معدل ومتمم.

2- زاوية حورية سي يوسف، دراسة القانون رقم 03/09 المؤرخ في 15 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ص 11.

كما أن المشرع الجزائري تدارك الخطأ الوارد في المادة 140 مكرر من قانون المدني، إذ جعل المنتج هو الملزم الوحيد بالسلامة دون غيره من المتدخلين¹.

إن مختلف التعريفات التي جاء بها المشرع الجزائري تتشابه فيما بينها في اعتبار المهني محترف في المجال الذي يباشر فيه نشاطه، كما لم يفرق بين المنتج والموزع والوسيط، وإعتبرهم متدخلين في عملية عرض المنتج بالاستهلاك الأمر الذي يجعل مصطلح "المتدخل" الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد مصطلحا عاما يدخل تحت غطاءه كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للإستهلاك².

ما يجب الإشارة إليه اعتبار المشرع الجزائري المؤسسات الاقتصادية شركات تجارية ما يبرر دخولها ضمن مفهوم المتدخل، واعتبار المنتفعين من خدماتها مستهلكون، بالتالي يستفيدون من الحماية التي قررها القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتم، السالف الذكر.

أما بالنسبة للمرافق العامة الإدارية هي التي تزاول نشاطا يختلف عما يزاوله الأفراد وهي تتميز بالخضوع التام للقانون العام ولا تلجأ إلى وسائل القانون الخاص، وخاصة تلك المرافق التي تقدم خدمات دون مقابل وأمثلتها مرافق العدالة والشرطة، والدفاع... إلخ، وبالتالي لا يمكن اعتبار المنتفعين بالمرافق العامة الإدارية مستهلكين³.

1- زاهية حورية سي يوسف، دراسة القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص 12.

2- أرزقي زويير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 46 .

3- محمد بودالي، "مدي خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، مجلة إدارة، العدد 24، المدرسة الوطنية للإدارة، 2002، ص 55-56 .

المطلب الثاني

نطاق تطبيق الالتزام بالخدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع

يمثل المنتجات التي يتم اقتناءها من أجل الاستعمال النهائي موضوع محل التزام الحماية التي أقرها المشروع لصالح المستهلك بصفته دائنا في مواجهة المتدخل المدين بالحماية، وبالرجوع إلى المادة الثانية (2) من القانون رقم 03-09¹ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتم، السالف الذكر، نجدها تنص على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، فأحكام هذا القانون تطبق على المنتجات التي قد تكون سلعا أو خدمات معروضة للاستهلاك .

عليه يتوجب تعريف السلعة (الفرع الأول)، والخدمات (الفرع الثاني)، وفي مجال العقود التجارية الالكترونية (الفرع الثالث).

الفرع الأول

السلع كمحل للالتزام بالخدمة ما بعد البيع

تختلف التعاريف وتتباين في ضبط مفهوم موحد "للمنتوج"، فالمشرع الجزائري لم يضع تعريفا موحدا، حيث في بعض نصوصه قصر المنتوج على السلعة المادية فقط وأطلق عليها اسم "المنتوج" .

1- القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتم، سالف الذكر.

بالرجوع إلى القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009¹، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، نجد أن المشرع الجزائري، قد وضع كل من السلعة والخدمة في مصطلح واحد، حيث نصت الفقرة 10 من المادة الثالثة (3) منه على أنه: "المنتج كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً".

بذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية، بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والآلات².

هذا، وقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الأشياء المادية ما يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلا للاستهلاك كبراءة الاختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية، ولعل العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة للأساليب الرقابة والمطابقة والتقييس التي تتطلب وجودا ماديا لتطبيقها، بالإضافة لاقتربها بعالم الأعمال، إذ لا يتصور مثلا أن يقوم شخص بشراء براءة اختراع أو محل تجاري أو علامة تجارية لغرض غير مهني³، وإن كان ثمة مثلا يرى مانعا من أن تكون بعض الأموال المعنوية كمنتج ذهني محلا للاستهلاك.

يلاحظ أن المشرع الجزائري في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر لم يكمل المعلومات بشرط أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولاً لا بخلاف ما كان عليه الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009⁴، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش السالف الذكر، وذلك

1- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

2- طرح البحور علي، عقود المستهلكين الدولية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 154.

3- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 29.

4- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر العدد 5، الصادرة بتاريخ 31 يناير سنة 1990.

في الفقرة الثالثة (2) منه، التي تنص على أنه: " البضاعة كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"، والفقرة الأولى(1) التي تنص على أن: " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون العقار أو المسكن محلا لاستهلاك ويخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وهو ما دعا له البعض بالنظر للأهمية التي يتحملها المسكن في حياة الناس اليومي، وبالنظر إلى أن العمليات الواردة على العقار من بيع وإيجار أصبح ، يشرف عليها محترفون متخصصون ما يبرز حماية المستهلك، ومن ثم فهي مشمولة بأحكام القانون رقم 09- 03 ويعتبر مستهلك من يفتني أشياء لاستعماله الشخصي، وهو موقف وجيه في ظل الإقبال الواسع عليها في السوق الجزائرية اليوم¹ .

هذا مهيب بالمشعر أن يشملها هي أيضا بالنص الصريح، لأن البيانات التي يجب العلم بها من طرف المستهلك الخاصة بالسلعة المستعملة، ليست تلك التي تتعلق بالسلع الجديدة، وإن كانت تتشابه في بعضها، ومثال ذلك بيع السيارات المستعملة، حيث يلتزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بأوصاف السيارة المباعة، بما ييسر على المستهلك الوقوف على قيمة السيارة وصلاحيتها، وملائمتها للغرض من الشراء، ومن أهم البيانات والمعلومات التي تهم المستهلك معرفتها بهذا الخصوص سنة الصنع وطرزها أو نوعها وسرعة محركها والعدد الحقيقي والصحيح للكيلو مترات التي قطعتها، والاستعمال السابق لها و الغرض الذي كانت مخصصة للاستعمال فيه، وأصل ومصدر الأجزاء الجوهرية لها، والحوادث السابقة التي تعرضت لها السيارة ومدى جسامته

1- محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبي قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مداخلة أقيمت ضمن أعمال الملتقى الوطني الخامس حول " حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03"، كلية الحقوق ،جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، يومي 8-9 نوفمبر 2010، ص 10

الحادث، ونوع الإصلاحات التي أجريت عليها وكافة المعلومات الخاصة بالحالة العامة للسيارة وحالة إجراءها¹.

لم يحدد المشرع أنواع السلع التي يلتزم المتدخل بضمان والخدمة ما بعد البيع، وهذا نظرا لكثرتها واتساع مجالات الإنتاج في الوقت الحاضر، إلا أن المادة 140 مكرر من التقنين المدني المعدل والمتمم، السالف الذكر، المكرسة لمسؤولية المنتج عدت البعض منها عندما نصت على أنه: "يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتج الزراعي و المنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البحري والطاقة الكهربائية".

نستنتج أن الضمان والخدمة ما بعد البيع يسريان على التجهيزية وكذلك السيارات بصفة عامة.

الفرع الثاني

الخدمة كمحل للالتزام بالخدمة ما بيع البيع

لقد أدخل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الخدمة ضمن طائفة المنتوجات، نظرا للاتساع والنشاط الكبير لهذا القطاع في السنوات الأخيرة، لاسيما منذ تحرير التجارة وتشجيع الاستثمار الأجنبي في مجال الخدمات وخير مثال على ذلك خدمات الاتصال التي تغزو السوق الجزائرية بعدد كبير من المتعاملين والمتدخلين².

فالأهمية التي تكتسبها الخدمة، تدفعنا إلى إيجاد تعريف لها (أولا)، ثم تبيان خصائصها (ثانيا).

1- ممدوح محمد مبروك، "أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلامي وأحكام القضاء،" المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999، ص 164.
2- شعباني حنين نوال، حماية المستهلك في ظل حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة"، المرجع السابق، ص 40.

أولاً: تعريف الخدمة

إلى جانب السلع نجد الخدمات والتي هي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك، ويقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي، وكذلك خدمات شركات الاتصال والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسب الآلي والصناعات المرتبطة به ونشاط شركات السياحة وقطاع الإنشاءات والتعمير ومكاتب الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والخبراء والمستثمرين الأجانب¹.

كما جاء تعريف الخدمة بموجب المادة الثانية (2) من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنها: "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم معلقاً بالمجهود المقدم أو داعماً له .

عرفت الفقرة 17 من المادة الثالثة (3) من القانون رقم 09-03 الخدمة بأنها: "...الخدمة كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً للخدمة المقدمة"².

يتضح من خلال هذه النصوص القانونية أن الخدمة لا تتعلق بالتسليم، لأن هذا الأخير مرتبط بالسلعة باعتبارها التزام بإعطاء شيء في حين أن الخدمة التزام يعمل، فلا يعتبر تغليف المنتج أو الاستقبال الجيد للزبون خدمة.

1- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص 50.

2- المادة 17/3 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

عن خضوع الخدمات التي تقدمها المرافق العامة لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش، يسري هذا القانون على الخدمات التي تقدمها المرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي.

ثانياً: خصائص الخدمة

تتفرد الخدمة في إطار عقود الاستهلاك بمجموعة من الخصائص تتمثل في أنها غير ملموسة (1)، غير منفصلة (2)، غير متجانسة (3)، وقابلة للتلف (4)،

1- الخدمة غير ملموسة:

تعتبر من أهم الخصائص التي تفرق بين الخدمة والسلعة، فالخدمة ليس لها تواجد مادي لأنها عبارة عن قيمة غير مادية، حتى ولو ارتكزت عملية عرضها على دعم مادي، فالزبون يبني تصوره المهني على أساس ما يقدمه صاحب العرض سواء كانت نفسها أو شخص يمثلها¹.

2- الخدمة غير منفصلة:

الخدمة غير قابلة للانفصال عن من يقدمها، فإذا مرض مقدم العرض في آخر لحظة ليتمكن تعويضه بفنان آخر، وهذا يعني أن قدرات الإنتاج محددة عند هذا الفنان فقط، أيضاً فإن زمان ومكان إنتاج الخدمة واستهلاكها لا يمكن فصلهما في أي حال، ومنه تتبع مشاكل عدة ومن أهمها مشاكل التخزين، وتكييف العرض مع الطلب لذلك ففي مجال الخدمات يجب أن يكون المكان والزمان للإنتاج والبيع والاستهلاك معا².

1- لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقادة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص العلوم التجارية، كلية

العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص 81 .

2- عبد القادر برانيس، هادية كبير، "خصائص الخدمات وآثارها على سلوك المستهلكين"، مجلة الإستراتيجية والتنمية،

كلية العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2014، ص 334 .

3- الخدمة غير متجانسة:

تتميز السلع بمقاييس وخصائص موحدة على عكس الخدمات التي من الصعب تنميطها أو الحصول على مستوى ثابت من الجودة، فهي تختلف من مؤسسة لأخرى ومن فرد لآخر وتختلف بالنسبة لنفس الشخص من وقت لآخر، فعملية تقديم الخدمة تعتمد على أشخاص مكلفين بذلك يختلفون من حيث الآراء والسلوك وهذا ينعكس على جودة الخدمة¹.

4- الخدمة قابلة للتلف:

قابلية الخدمة للتلف تابعة لعدم قدرتها على التخزين، لذلك فإن الكميات غير المستخدمة خلال فترة العرض ستختفي للأبد فتذكرة السنيما التي لا تباع هي تذكرة مفقودة للأبد، ومقعد في الطائرة يفقد إذا لم يشتري قبل موعد الرحلة، لذلك غالبا ما تفرض شركة الطيران عقوبات على المسافرين عقد تأجيل رحلاتهم لأنها تدرك أن الكميات غير المستخدمة أثناء عرض الخدمة هي كميات ضائعة لا تعوض².

جاء في نص المادة الرابعة (4) من المرسوم التنفيذي رقم 13-327: "في إطار تنفيذ الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع... وأيضاً المادة الخامسة (5) من المرسوم التنفيذي نفسه التي جاء فيه أنه: "... عليه نستنتج أن الزامية الضمان تشمل السلع وكذلك الخدمات، وبالتالي فالمتدخل ملزم بتوفير خدمة ما بعد البيع في مجال الخدمات في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره فيها"³.

1- لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتوجات المقلدة، المرجع السابق، ص 82.

2- عبد القادر برانيس، هادية كبير، خصائص الخدمات وآثارها على سلوك المستعملين، المرجع السابق، ص 335.

3- مرسوم تنفيذي رقم 13-327، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، سالف الذكر.

الفرع الثالث

العقود التجارية الالكترونية كمحل للالتزام بالخدمة ما بعد البيع

لقد فرضت التجارة الالكترونية نفسها لتحديث ثروة جديدة في أنظمة التجارة البشرية، إن زيادة التوجيه نحو المعاملات الالكترونية زادت من فكرة الطلب الالكتروني للمنتجات والخدمات غير مختلف أنحاء العالم، فعبر شبكة الانترنت أصبح كل شيء قابل لشراء ببساطة وبواسطة أي حاسوب آلي متصلا بالشبكة وفي أي مكان كان، وأضحت مختلف المنتجات المحلية والعالمية تتدفق على المستهلك من ملابس وكتب وموسيقى ومنتجات غذائية وكذا خدمات البنوك والتأمين والنقل والسياحة والاشتراكات في الصحف والمجلات... الخ، وبذلك فتحت شبكة الانترنت أفاقها راحبة طليقة من القيود لا تعترف بالحدود أمام ممارسات جديدة للاستهلاك¹.

أمام تقنيات ثورة الاتصالات هذه، وما نتج عنها من بعد مكاني وجغرافي بين المتدخل والمستهلك في هذا النوع من التعاقد، ومدى تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش في هذا المجال في وقت لم يخصص المشرع الجزائري تنظيما خاصا لحماية المستهلك في مجال المعاملات الالكترونية.

بالرجوع إلى المادة الثانية (2) من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير، 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، تجدها تبسط نطاق تطبيق هذا القانون فهي بهذا الإطلاق لم يحدد وسيلة محددة يتم من خلالها العروض للاستهلاك، لذا قد يتم بوسائل العرض التقليدية أو الالكترونية، وسواء تعلق الأمر بسوق تقليدية أو الالكترونية، فكل ما في الأمر هنا أن المستهلك يتعامل عبر وسيط الكتروني من خلال شبكات اتصال عالمية، ومن ثم يحض المستهلك الالكتروني بحقوق المستهلك العادي

1- أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 20.

نفسها ويتمتع بالحماية القانونية التي يقرها له المشرع ذاتها، على أن يأخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني وكونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة الكترونية¹.

عليه، فإن أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تسري على السلع والخدمات المعروضة سواء بشكل تقليدي أو الكتروني من حيث نظافتها وسلامتها وأمنها وكذلك مطابقتها والتزام بضمان صلاحيتها وخدمة ما بعد البيع المتعلقة بها، على أن تطبيق قواعد حماية المستهلك يكون أيسر حينما يقتصر دور الوسيط الإلكتروني على إبرام العقد فقط في حين يتم تنفيذ العقد خارج الوسيط الإلكتروني من حيث تسليم السلعة أو تقديم الخدمة ودفع مقابل، وذلك حين يتعلق الأمر بالسلع أو الخدمات بطبيعتها لا تقبل تداول الكتروني كالملابس والسيارات وخدمات النقل والإيواء².

لا يختلف مفهوم المستهلك الإلكتروني في مجال المعاملات أو التجارة الإلكترونية عن المستهلك في مجال العلاقات التعاقدية التقليدية، والفرق بينهما يكمن في آلية التعاقد والتواصل بين الطرفين، حيث يتعامل المستهلك الإلكتروني في إطار تعاملته التجارية بوسيلة الكترونية عن طريق شبكة الاتصال العالمية (الانترنت)، وهذا يعني أن للمستهلك الإلكترونية كافة الحقوق المقررة للمستهلك التقليدي³.

يعرّف "المستهلك الإلكتروني" على أنه: "ذلك الشخص الذي يبرم العقود الإلكترونية المختلفة من شراء وقرض وانتفاع وغيرها من أجل توفير كل ما يحتاجه من سلع وخدمات

1- خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 90 .

2- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 71 .

3- شول بن شهر، "حماية المستهلك في العقود التجارية الإلكترونية"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 3، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة قاصدي مرباح، غرداية، 2008، ص 214 .

من أجل إشباع حاجياته الشخصية أو العائلية دون أن يقصد من ذلك إعادة تسويقها ودون أن تتوفر له الخيرة الفنية لمعالجة هذه الأشياء لإصلاحها"¹.

بظهور القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية إتضحت الأمور، فعرف المشرع الجزائري التجارة الالكترونية الفقرة الأولى (1) من المادة السادسة (6) منه على أنه: "التجارة الالكترونية: النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع وخدمات عن بعد للمستهلك الالكتروني، عن طريق الاتصالات الالكترونية".

عرّف أيضا المستهلك الالكتروني في الفقرة الثالثة (3) من المادة السادسة من القانون نفسه على أنه: "المستهلك الالكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

يتضح باستقراء النصوص القانونية التي جاء بها المشرع الجزائري، أنه لم يحصر مفهوم المستهلك في الشخص الطبيعي فقط بل أطلق صفة مستهلك على الأشخاص المعنوية، أي بإمكانهم الاستفادة من الحماية القانونية المقررة للمستهلك، وكذلك أكد المشرع الجزائري على ضرورة أن يكون الاستهلاك لا علاقة له بما يمارسه المستهلك من نشاطات مهنية حتى ولو كان شخصا معنويا، ومن هنا يتضح أن للمشرع الجزائري وسع في مجال حماية المهنيين متى كان اقتنائهم للخدمات أو السلع لا علاقة لهم بنشاطهم المهني².

1- سليمة لدغش، "حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الواقع والضرورة"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 361.

2- زوزو هدي، "آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الالكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات،

العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 320.

يعتبر المستهلك الإلكتروني أكثر عرضة للخطر من المستهلك التقليدي، نظرا لطبيعة المعاملة الإلكترونية كونها الوسيلة التي يتعاقد بها، والتي توسع من مكانة التعسف من قبل المهني أو المورد الإلكتروني، كون المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة العقدية¹.

فيما يخص الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع نصت المادة 13 من القانون رقم 05-18 المؤرخ في 10 مايو سنة 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أن: " يجب أن يتضمن العقد الإلكتروني على الخصوص المعلومات الآتية: الخصائص التفصيلية للسلع أو الخدمات ، شروط وكيفيات التسليم، شروط الضمان وخدمات ما بعد البيع... " .

يفهم من خلال هذه المادة أن المشرع ألزم على أن يتضمن في العقد الإلكتروني، شروط خدمات ما بعد البيع.

على "المورد الإلكتروني" الذي تم تعريفه في الفقرة الرابعة (4) من المادة السادسة (6) من القانون نفسه على أنه: " المورد الإلكتروني: كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية "، احترام القانون، كما هو مذكور في المادة 14 من القانون نفسه على أنه: " في حالة عدم احترام أحكام المادة 10 أو أحكام المادة 13 أعلاه، من طرف المورد الإلكتروني، يمكن للمستهلك الإلكتروني أن يطلب إبطال العقد والتعويض عن الضرر الذي لحق به "، نستنتج من خلال هذه المادة أن يجب أن يكون العقد الإلكتروني مصادق عليه ن قبل المستهلك الإلكتروني، وأن يتضمن على شروط الضمان وخدمات ما يعد البيع، وإلا يحق للمستهلك الإلكتروني طلب إبطال العقد أو التعويض عن الأضرار التي لحقتة.

1- عمرون ليدية، ماديو بلال، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 05-18، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019، ص 13 .

المبحث الثاني

جزاء الإخلال بالالتزام بالخدمة ما بعد البيع

يهدف قانون حماية المستهلك في مجمل التشريعات العربية والغربية لحماية الطرف الأقل خبرة والأضعف مقدرة على الصعيد الاقتصادي والفني والقانوني، لاسيما بعد أن يقع هذا الأخير في الكثير من الحالات ضحية لتلاعبات وغش المتدخلين في العملية الاستهلاكية فيندفع إلى التعاقد دون رضاه التام، إذ يكتشف بعد إبرام العقد أن تعاقدته جاء دون ترو وعلى غير رغبته الحقيقة.

عليه، كان للتدخل التشريعي دور بارز في حمايته من خلال إيجاد الوسائل اللازمة لتحقيق هذه الحماية من خلال قواعد موضوعية بينت حقوق المستهلك والتزامات المتدخل، لكن هذه القواعد لا تكفي وحدها لإجبار المتدخلين على عدم مخالفة الالتزامات، لذا كان لزاما إدراج قواعد جزائية تتسم بالصفة الرديئة لإجبار المتدخل على تنفيذ التزامه، وفي حالة مخالفة للنصوص القانونية يتعرض للجزاء الإدارية من جهة (المطلب الأول)، وجزاء قضائية من جهة أخرى (المطلب الثاني)¹.

المطلب الأول

الجزاءات الإدارية للإخلال بالتزام بالخدمة ما بعد البيع

إن إخلال المتدخل بالتزاماته اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف يعرض مصلحته للنظر، وقد تلحقه أضرار نتيجة ذلك ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك إذ بدونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق ويفقد مصداقيته في ردع المخالفين له من المتدخلين²، وعليه لا بد من وجود أجهزة

1- عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 35.

2- المرجع نفسه، ص 36.

قوية وفعالة لحماية المستهلك (الفرع الأول) وإلى الجزاء الإداري (الفرع الثاني)، إذ يصبح مصداقيته في ردع.

الفرع الأول

الأجهزة المكلفة بحماية مصالح المستهلك

تؤدي الهيئات الإدارية والجمعيات دورا فعالا في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق منها بدور الوقائي أو العلاجي الردعي، حيث تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹. في هذا الفرع، سنتعرض إلى الأجهزة المكلفة بحماية مصالح المستهلك، وهي الوزارة التجارة والهيكل التابعة لها (أولا)، الجمعيات حماية المستهلكين (ثانيا).

أولا: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك:

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، وهذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة للوزارة سواء كانت مركزية أو جهوية أو فرعية أو عامة أو ولائية أو محلية، بحيث كل مصلحة من مصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول².

يمنح المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002³، الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية المستهلك، حيث تنص المادة 05 منه على أنه: "يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك كما يلي:

- 1- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 74.
- 2- حياة الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجزائري رقم 03-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص 96.
- 3- مرسوم تنفيذي رقم 02-453، مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج.ر. عدد 85، الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر سنة 2002.

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

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

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

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

- يساهم في إرسال قانون الاستهلاك وتطويره ويشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المتخصصة في مجال الجودة.

- يعد وينفذ إستراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المعنية والمستهلكين التي يشجع إنشائها".

كما تبنت المادة 09 من المرسوم التنفيذي ذاته على أن يسهر وزير التجارة على السير الحسن للهياكل المركزية واللامركزية والمؤسسات والهيئات التابعة للدائرة الوزارية.

• دور الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة:

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة¹.

1- مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 19 غشت سنة 2008، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، المحدد لصلاحيات وزير التجارة، ج.ر عدد 48، الصادرة بتاريخ 24 غشت سنة 2008.

كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم 12-203،¹ المؤرخ في 06 مايو سنة 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات "شبكة الإصدار السريع"، مكلّفة بمشاركة المنتوجات التي تشكل أخطار على صحة المستهلكين وأمنهم.

أ. المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تكلف المديرية العامة بضبط وتنظيم النشاطات والتقنين بإعداد الآليات الأثرية للسياحة التجارية وتكييفها وتنسيقها وتبديد جهاز المراقبة ومراقبة الأسواق ووضعها، كما تشرح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي لاسيما في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وعرائض الريح كما تشارك في تبديد السياسات الوطنية وكذا التنظيمات العامة والتوفيق المتعلّاة بترقية جودة السلع والخدمات وبحماية المستهلكين.²

ب. المديرية العامة للمراقبة الاقتصادية وقمع الغش:

من مهامها تحديد مخطط العريضة للدراسة الوطنية المراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحته الممارسات المضادة للمنافسة والتجارة اللامشروعة والسهر على تربية برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها.³

ج. شبكة الإنذار السريع:

تم إنشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-203،⁴ المؤرخ في 06 ماي 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات وذلك في المواد بين (17) إلى (22) بحيث تهدف إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتوجات التي تشكل أخطار على صحة المستهلكين وأمنهم وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتوجات

1- مرسوم تنفيذي رقم 12-203، مؤرخ في 6 مايو سنة 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج.ر. عدد 28، الصادرة بتاريخ 09 مايو سنة 2012.

2- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 29.

3- حياة الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، ص 93.

4- مرسوم تنفيذي رقم 12-203 مؤرخ في 06 مايو سنة 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، سالف الذكر

الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا مصالحها الخارجية هذه المهام بالإضافة إلى تواصل شبكة الإنذار السريع بشبكات الإنذار أو الجهوية والدولية كما تربط هذه الشبكة العلاقات وتتبادل المعلومات مع شبكات حماية المستهلكين والجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلاً¹.

كما أن هناك لجنة البنود التعسفية وهي آلية لرد الاعتبار للتوازن العقدي، حيث تنص المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر على ما يلي: " تكلف اللجنة، لاسيما بالمهام الآتية: - تبحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الإقتصاديين الإقتصاديين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي كما تصيغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة والمؤسسات المعنية.....".

ثانياً: دور الجمعيات في حماية المستهلك:

تخضع الجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها إلى القانون رقم 06-12، المتعلق بالجمعيات الذي بموجبه اعترف المشرع الجزائري بالحق بتأسيس الجمعيات أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك فقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في الفصل السابع منه تحت عنوان "جمعيات حماية المستهلكين" في المواد 21، 22، 23، 24².

تعرف الجمعيات حسب القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات، السالف الذكر، بأنها: "تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعاً ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي

1- بوعراب أسامة، حمزوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 07.

2- المرجع نفسه، ص 82.

والديني والتربوي والثقافي والبيئي والخيري والإنساني، ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر عن تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع"¹.

غير أنه يندرج موضوع نشاطاتها وأهدافها ضمن الصالح العام وأن لا يكون مخالفاً للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها².

1- الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك:

يعد الدور الوقائي ذلك الإجراء الذي يقوم به جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وأمن المستهلك فهذا ضمان أمنه وسلامته من الممارسات التي قد تشكل عليه إذ غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين، وكذا لضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة قد يجعل الكثير من المستهلكين يجهلون حقوقهم³.

أ. الدور التحسسي والإعلامي

يجب على جمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك وتوعيته عن كل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تهدد أمنه وصحته وتشمل هذه النوعية عدة مجالات منها:

- توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة.
- منع شراء السلع الذي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها.

1- قانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 يناير سنة 2012، يتعلق بالجمعيات، ج.ر عدد 02، الصادرة بتاريخ 15 يناير سنة 2012، معدل ومتمم.

2- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 83.

3- المرجع نفسه، ص 84.

- منع استهلاك المواد الذي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ انتهاء الصلاحية¹.

كما تنص المادة 21 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته وذلك على أن: "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

ب. مراقبة الأسعار والجودة:

يتمثل دور هذه الجمعيات في متابعة الأسواق وذلك بمراقبة مدى التزام إجراءات إشهار الأسعار، فهذا الدور الذي تؤديه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر من الضرورة، وهذا بسبب انفتاح الأسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو الأجانب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا².

2. الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك:

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا خلال وقوع الضرر على المستهلكين من طرف المتدخل حيث يصبح الدور العلاجي لهذه الجمعيات عديم الجدوى وبدون فعالية وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حيث تتعرض مصلحة المستهلك للخطر وهذا الدور الذي تقوم به الجمعيات أجازته

1- سي يوسف زاوية، "دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك"، مجلة الحقيقة، العدد 34، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، دون سنة، ص 289.

2- صبايحي ربيعة، "فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، ص 24.

المشروع بنص القانون سواء في قانون الجمعيات، أو القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي هذا الصدد سنفصل في هذه الأشكال على النحو الآتي¹:

أ. ممارسة الدعاية المضادة:

يقصد بها نشر انتقادات عن منتجات أو خدمات المعروضة في السوق باستعمال الوسائل المستعملة في الإعلان نفسها، وتقوم جمعيات حماية المستهلك بإتباع طريقتين هما: النقد العام والنقد المباشر، بالنسبة للنقد الأول يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير، أما بالنسبة للنقد الثاني فيتمثل في نقد منتج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته.

تعد هذه الوسيلة الإشهارية هجومية كون الخصائص المدعي في الرسالة الإشهارية المقدمة من طرف المتدخل لن يستفيد منها المستهلك بعد اقتناؤه للمنتج، فتعمل جمعيات حماية المستهلك على تبين الأضرار بشرط ان المخاطر التي تنجر عنها، وذلك عن طريق استعمال وسائل متعددة كالإشهار المقارن².

الملاحظ أن المشروع الجزائري لم يتطرق لهذا الإجراء في قانون حماية المستهلك، فالإشهار أو الدعاية المضادة ضرورة يميلها الواقع فهي ضمن جوهر المهام والأهداف التي تسعى إليها جمعيات حماية المستهلك، وهي لا تتعارض مع مضمون قانون حماية المستهلك، فهي تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال الإعلام والتحسيس والتمثيل³.

ب. دعوى لإمتناع عن الدفع:

تمارس جمعيات حماية المستهلك هذه الوسيلة للضغط على المتدخلين قبل المستهلكين اللذين هم في مركز أضعف فتطلب من هؤلاء عدم دفع ثمن السلعة أو مقابل

1- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 85.

2- سامي لموشية، "دور الجمعيات في حماية المستهلك"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني الأول حول: "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و14 أفريل 2008، ص 286.

3- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 86.

الخدمة التي تحصلوا عليها حيث يلبي المتدخل مطالبهم، ولكن لا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى مثل تخفيض أسعار المنتوجات¹.

ج. الدعوى إلى المقاطعة:

تعرف المقاطعة بأنها اتصال موجه للمستهلكين لحثهم على عدم شراء سلعة أو جمع منتوجات مؤسسة ما أو عدم الاستفادة من خدماتها، ومن يأخذ شكل طلب صادر عن جمعية حماية المستهلكين بالامتناع أو التوقف عن شراء منتج معين ضار بسلامتهم وصحتهم، إلا أنه لا وجود لقاعدة قانونية تسري على المقاطعة سواء بالتجريم أو بالإجازة في التشريع الجزائري، وهذا ما يجعلنا نتساءل عن شرعية هذا الإجراء بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك؟

إن قيام مستهلك ما بمقاطعة منتج ما معين لا يترتب ذلك أي مسؤولية اتجاهه، غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها جميع المستهلكين بمقاطعة منتج أو خدمة من شأنه ترتيب مسؤوليتها بالمقاطعة بسبب ضرر للمعنيين بمقاطعة منتج أو خدمة، لهذا ورد في هذا الشأن رأيان أحدهما يطالب بإبقاء هذا الإجراء، حيث اعتبره بمثابة إضراب العمال عن العمل الذي هو حق دستوري، ولآخر يقضي بمنعه كونه قد يلحق خسائر كبيرة بالشركات وبما أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة منع هذا الإجراء أو إباحته².

إذن المقاطعة إجراء مشروع مادام أنه لا يوجد نص يمنع المقاطعة الجماعية للمستهلكين لشراء منتج أو خدمة معينة، حيث أن القانون يعاقب على رفض البيع الصادر عن المهني، ليس كل رفض الشراء الصادر عن المستهلك ولا بد من توفرها على شرطين أساسيين هما:

1- سي يوسف زاهية، دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك، ص 264.

2- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 86.

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

- أن يؤسس أمر المقاطعة¹.

نذكر مثال إرتفاع أسعار اللحوم البيضاء فهددت المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك بحملة مقاطعة واسعة للحوم الدجاج إن لم تتخفف الأسعار.

د. التمثيل في الهيئات المتعلقة بحماية المستهلك:

تساهم جمعيات حماية المستهلك في إعداد سياسة للاستهلاك وذلك بحضور ممثلين عنها في الهيئات التي تمثل المستهلك وتكفل له الحماية²، وتعد كذلك من المكلفين بإخطار شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية عندما تتولى القيام بمراقبة نوعية المنتوجات المحلية أو المستوردة، كما تبدي رأيها في المجلس العلمي والتقني للمركز الوطني لحماية المستهلكين وممثله أيضا بعضويين في الجزائر لمراقبة النوعية والتغليف وهي متمثلة في مجلس المنافسة، وهذه المشاركة لجمعيات حماية المستهلك في مختلف هذه الهيئات من شأنها ان تؤدي إلى نقل المشاكل التي تواجه المستهلكين، والعمل على إيجاد حلول لها لتفاديها مستقبلا³.

هـ. الدفاع عن مصالح المستهلكين وحقوقهم:

إن قيام جمعيات حماية المستهلكين بالدور الوقائي لا يكفي لتفادي جميع المخاطر والأضرار التي قد تصيب المستهلك، ومن أجل ذلك ينبغي اللجوء إلى القضاء لجبر الضرر، وخول المشرع لها هذا الحق بموجب نص المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع

1- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، مرجع سابق، ص 87.

2- معزوي نوال، دور جمعيات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول: " المنافسة وحماية المستهلكين الشريعة والقانون"، جامعة خميس مليانة، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012، ص 205.

3- بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، المرجع السابق، ص 87.

الغش، السالف الذكر حيث تنص: " عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني"، إلى أن المشرع لم يحدد نوع الدعاوي التي يحق لجمعيات حماية المستهلك ان ترفعها وبهذا فتح المجال أمامها في رفع أي دعوى بما فيها تلك المتعلقة بدعاوي المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك¹.

ومن بين أهم الدعاوي نذكر:

- دعوى الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين.
- دعوى الدفاع عن المصالح الجماعية.
- دعوى إلغاء الشروط التعسفية.

الفرع الثاني

الجزء الإداري

خول القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، السالف الذكر، الأعوان المكلفين بالرقابة والبحث والتحري سلطة ردع المخالفات التي بإمكانها أن تمس بمصلحة المستهلك وأمنه، فنجد أنها اعتمدت مجموعة من الوسائل القانونية من أجل الكشف على المخالفات ومعايبتها، لتتخذ في شأنها التدابير اللازمة من أجل إيقافها ومن بين التدابير التي يمكن أن يلجأ إليها أعوان الرقابة، فرض غرامة الصلح على مرتكب المخالفة².

أولاً: الأعوان المكلفة بالرقابة والبحث والتحري:

أوكل المشرع الجزائري مهمة البحث والتحري ومعاينة المخالفات بموجب أحكام القانون 09-03³، المتعلق بحماية البيئة وقمع الغش إلى عدة أعوان يتمثلون في: ضباط

1- نوال كموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2010-2011، ص 112.

2- عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 45.

3- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر معدل ومتمم.

الشرطة القضائية (1)، الأعوان المرخص لهم بموجب القانون (2) والأعوان التابعون لوزارة التجارة (3).

1- ضباط الشرطة القضائية:

نصت المادة 1 من الأمر رقم 66-155¹ المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم الذي حدد من خلاله المشرع من لهم صفة ضباط الشرطة القضائية على ما يلي: "يتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية:

1. رؤساء المجالس الشعبية البلدية.
2. ضباط الدرك الوطني.
3. الموظفون التابعون لأسلاك الخاصة للمراقبين، ومحافظي وضباط الشرطة للأمن الوطني.
4. ذو الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك الوطني ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة.
5. الموظفون التابعون لأسلاك الخاصة للمفتشين وحفاظ وأعوان الشرطة للأمن الوطني الذين أمضوا ثلاث سنوات على الأقل بهذه الصفة والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.
6. ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل...".

1- أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر عدد 48، الصادرة بتاريخ 10 يونيو 1966، معدل ومتمم،

2- الأعدان المرخص لهم بموجب القانون:

هم الذين ذكرهم المشرع الجزائري تحت مسمى الأعدان الآخرين المرخص لهم بموجب نصوص خاصة بهم، كأعدان الجمارك وبصفة خاصة يؤهلون للقيام بمعاينة المخالفات¹.
تتعدد الأجهزة التي تساهم في حماية المستهلك فنجد أجهزة تخضع لسلطة وزير الصحة وأخرى تخضع لسلطة وزير الفلاحة والصيد البحري، وتلك التي تخضع لوزير المالية، لكن هذه الأجهزة لا تعمل أساسا على حماية المستهلك وإنما تجسد الأهداف التي سطرته كل وزارة على حدى²، فأصدر المشرع قوانين خاصة تمنح اختصاص معاينة المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش لأعدان التالية:

أ. **أعدان الجمارك:** يعتبر أعدان الجمارك حماة الاقتصاد الوطني، يسهرون على استحقاق الدولة لحقوقها من عمليات نقل البضائع فيقرب هؤلاء الأعدان المستهلك من الأضرار التي قد تصيبه نتيجة تسرب منتوجات فاسدة أو مغشوشة.

ب. **أعدان السلطة البيطرية:** تمارس السلطة البيطرية وباعتبارها وكيلا صحيا في كل الحقوق المخولة لها قانونا من أجل حماية الصحة البشرية والحيوانية فتتكلف بالتفتيش سواء داخل البلاد أو على مستوى الحدود³.

ج. **أعدان حفظ الصحة البلدية:** أنشأ المشرع في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع على مستوى البلدية، مكاتب لحفظ الصحة البلدية ويسهر أعدان هذه المكاتب على مراقبة نوعية هذه المواد الغذائية والمنتوجات الاستهلاكية⁴.

1- شعباني(حنين) نوال، إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص 115.

2- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 97.

3- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 97.

4- عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 43.

د. أعوان اللحظة المكلفة بالتفتيش على مستوى الموائى: أحدث المشرع الجزائري على مستوى الموائى لجنة دائمة مكلفة بالتفتيش تتولى القيام بمراقبة وتفتيش السلع على مستوى الميناء أو تحليل السلع التي تبدو عليها ملامح التلف أو التي تشك أنها تمثل خطرا بالنسبة للمستهلك نظرا لإقامتها الطويلة على مستوى الموائى¹.

3- الأعاون التابعون لوزارة التجارة:

يتمثلون في الأعاون المؤهلون لمعاينة المخالفات وهم تابعون للمصالح الخارجية لوزارة التجارة المتكونة من مديريات ولائية جهوية للتجارة والذي بين مهامها من خلال المادة الثالثة(03) من المرسوم التنفيذي رقم 11-09، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها².

كما نص في المادة الخامسة (05) من المرسوم التنفيذي ذاته على تقسيم المهام في المديرية الولائية للتجارة تمثلت في خمسة(05) مصالح في كل مديريةية تتضمن كل مصلحة فرق للتفتيش تمثلت هذه المصالح في :

- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي.

- مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

- مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.

- مصلحة المنازعات والشؤون القانونية.

- مصلحة الإدارة والوسائل.

ثانيا: غرامة الصلح:

تملك الإدارة المكلفة بحماية المستهلك عند معاينة بعض المخالفات أن تتابع المتدخل بطريقة ودية عن طريق اقتراح غرامة مالية يحددها القانون.

1- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص98.

2- مرسوم تنفيذي رقم 11-09 مؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر عدد 04، الصادرة بتاريخ 23 يناير سنة 2011.

تنص الفقرة الأولى (01) من المادة 86 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، السالف الذكر، على ما يلي: "يمكن الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون فرض غرامة صلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقاً لأحكام هذا القانون".

يُفهم من المادة أن الإدارة المكلفة بحماية المستهلك ليست مجبرة على اقتراح غرامة الصلح، بل أن الأمر يدخل في مجال سلطته التقديرية، لذا يتعين علينا التعريف بهذا الأسلوب في المتابعة (1) وشروطه (2) ومقدار هذه الغرامة كذلك وإجراءاتها (3)¹.

1. تعريف غرامة الصلح:

يعتبر أسلوب الغرامة أسلوب قديم للاختصاص من الجانب، لذا ستعتمد لتحديد هذه الصورة من العقاب وبعدها إلى شروط اللجوء إليها في قانون حماية المستهلك. وتعرف الغرامة بأنها: "إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الدولة المبلغ الذي حدده الحكم"². بالرغم من أن غرامة الصلح لا تقرر بموجب حكم قضائي، بل تقررها الإدارة ولكن المبدأ واحد في أنها تفرض على من خالف القانون وتدفع لخزينة الدولة.

2. شروط غرامة الصلح:

يحدد القانون الشروط الواجب احترامها لفرض غرامة الصلح على المتدخل المخالف، يتعلق جانب من هذه الشروط بطبيعة المخالفة المرتكبة بينما يتعلق الجانب الآخر بالمتدخل نفسه وتتمثل هذه الشروط في: أن لا تكون المخالفة تعرض المتدخل لعقوبة غير العقوبة المالية (أ) وفي حالة تعدد المخالفات أن تكون كلها يجوز تطبيق غرامة الصلح عليها (ب)، وأن لا يكون المتدخل في حالة عود (ج).

1- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 113.

2- سيد عبد الوهاب، محمد مصطفى، النظرية العامة لإلتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 215.

أ- أن لا تكون المخالفة تعرض المتدخل لعقوبة غير العقوبة المالية:

يقيد هذا الشرط حظر الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، من اللجوء إلى فرض غرامة الصلح في حالة كون المخالفة المسجلة من قبيل المخالفات التي يعاقب عليها بالسجن أو التي تمنح الحق بطلب التعويض عن الأضرار التي أصابت الأشخاص أو الأملاك، وعليه فإن غرامة الصلح لا تقررها الإدارة إلا في المخالفات التي عاقب عليها بغرامة، ولم تحدث أضرار للأشخاص والأملاك بشكل يمنح حق المطالبة بالتعويض¹.

ب- في حالة تعدد المخالفات أن تكون كلها يجوز تطبيق غرامة الصلح عليها:

يعني هذا الشرط أنه في حالة تعدد المخالفات التي يرتكبها المتدخل الواحد، أن تكون كلها المخالفات التي يجوز تعزيز غرامة الصلح عقابا لها، فلا يمكن اعتماد هذا الأسلوب من القمع حتى ولو وجدت مخالفة وحيدة فقط لا تسمح باعتماد الغرامة².

ح- أن لا يكون المتدخل في حالة عود:

نص القانون على هذا الشرط ومعناه أن يكون مرتكب المخالفة أو المخالفات إن تعددت أول مرة يرتكبها، وهو ما يعرف قانونا بعدم توفر حالة العود ولم يرد قانون حماية المستهلك وقمع الغش تعريفا لحالة العود، بل نجد تعريفا للعود في المخالفات المقررة لقانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بموجب الفقرة الثانية(02) من المادة 47 التي تنص على: "يعتبر في حالة عود، في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة"³.

1- الفقرة الثانية (2) من المادة 87 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

2- الفقرة الثانية (3) من المادة 87 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

3- قانون رقم 04-02، مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

لقد عرّف المشرع العود في تعديله لهذا القانون في القانون رقم 18-04، أغلب الظن أن هذه هي حالة العود التي يقصدها المشرع أي ارتكاب المتدخل لمخالفة بعد صدور عقوبة في حقه في اقل من سنة، ذلك أن الأعوان الذين يعاينون مخالفات قانون حماية المستهلك هم نفسهم الأعوان الذين يعاينون مخالفات قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ونجد أن هذا القانون كذلك يقرر غرامة الصلح في بعض مخالفاته.

إلى جانب هذه الشروط الموضوعية تلتزم الإدارة المكلفة بحماية المستهلك عند تقرير هذه الغرامة باحترام المقدار الذي يحدده القانون لكل مخالفة، وإتباع إجراءات معينة في إخطار المتدخل بها من أجل تحصيلها¹.

3. مقدار غرامة الصلح:

لم يترك المشرع للإدارة المكلفة بحماية المستهلك الحرية في تقدير غرامة الصلح، فلقد حدد مقدارها تبعا لكل مخالفة، كما رسم طريقا لتبليغ المتدخل بها وتحصيلها. حدد المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مقدار الغرامة الواجب دفعها في كل مخالفة على حدة، وما يمكن ملاحظته أن هناك نوعين: غرامة محددة وغرامة نسبية.

أ. الغرامة المحددة:

أوضحت تشريعات حماية المستهلك أن تضع حدودا دنيا وأخرى قصوى لمبلغ الغرامة الواجبة الدفع، حتى تتمكن الإدارة ان توازن بين الأخطار والأضرار الناتجة من المخالفة، وبين العقوبة المقضي بها حتى تحقق ردع المخالفين²، ولقد سار المشرع الجزائري على هذا النحو فيما يتعلق بالغرامات التي تعرضها السلطة القضائية، أما غرامة الصلح التي تفرضها الغدارة المكلفة بحماية المستهلك جعل لها حدا ثابتا وسنقسم الغرامات حسب المخالفات المرتكبة:

1- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 115.

2- عمار زغبى، "دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و14 أبريل 2008، ص 383.

- الغرامة المقدرة بثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج): يطبق هذا المقدار على مخالفات انعدام سلامة المواد الغذائية، انعدام أمن المنتج، انعدام رقابة المطابقة المسبقة، انعدام الضمان أو عدم تنفيذه.
 - الغرامة المقدرة بمائتا ألف دينار (200.000 دج) تخص مخالفات انعدام النظافة والنظافة الصحية وغياب بيانات وسم المنتج.
 - الغرامة المقدرة بـ خمسون ألف دينار (50.000 دج) تنفرد بهذه الغرامة مخالفة وحيدة هي مخالفة عدم تجربة المنتج.
- ب. الغرامة النسبية:**

لا يحدد القانون هذه الغرامة بشكل ثابت، وإنما يحدد مقدارها بالنظر إلى نسبة مئوية من القدرة المالية للمخالف، ولقد انتهج المشرع هذا الأسلوب في تحديد غرامة الصلح لمخالفة رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع وحددها بنسبة 10% من ثمن المنتج المقتني.

إذا سجلت عدة مخالفات على نفس المحضر يمثل مبلغ الغرامة حاصل جمع مبالغ غرامات المخالفات كلها¹.

4. إجراءات فرض غرامة الصلح:

تباشر المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، إجراءات في فرض غرامة الصلح منها ما تعلق بتبليغ المتدخل بالقرار القاضي بالغرامة (أ) ومنها ما تعلق بكيفية تحميلها (ب).

أ- تبليغ المتدخل بالقرار المحدد للغرامة:

تبادر الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، بتبليغ المتدخل المخالف بإنذار بموجب رسالة موصى عليها مع إشعار بالإسلام، يتضمن هذا الإنذار المعلومات الخاصة بالمتدخل، مكان وتاريخ وسبب المخالفة، مع الإشارة إلى النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة

1- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص

المفروضة عليه، آجال وكيفية التسديد على أن لا يتعدى أجل التبليغ سبعة (07) أيام من تاريخ محضر المخالفة¹، ويعتبر القرار الذي يحدد مبلغ الغرامة قراراً نهائياً لا يقبل الطعن².

ب- تحصيل غرامة الصلح:

تنص الفقرة الأولى (01) من المادة 92 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر، على ما يلي: "يجب على المخالف أن يدفع مرة واحدة مبلغ غرامة الصلح لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف في أجل الثلاثين (30) يوماً التي تلي تاريخ الإنذار المذكور في المادة 90 أعلاه"³.

تمنح الإدارة المكلفة بحماية المستهلك المتدخل بعد إنذاره بمبلغ الغرامة الواجب الدفع، أجل ثلاثون (30) يوماً من تاريخ تلقيه للإنذار، ويتم الدفع لدى قابض الضرائب لمكان وقوع المخالفة أو مكان إقامة المتدخل المخالف، يتوجب على قابض الضرائب عند تلقيه لمبلغ الغرامة أن يعلم الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ الدفع، كما أنه يرسل إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك جدولاً عن مجمل إشعارات الدفع المستلمة لكل شهر في الأسبوع الأول من الشهر التالي له⁴.

يضيف المشرع أنه في حالة عدم استلام مديرية التجارة لإشعار بالدفع في أجل خمسة وأربعين (45) يوماً ابتداءً من تاريخ وصول الإنذار للمخالف ترسل المديرية الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليمياً، ويتمثل هذا الملف في محضر معاينة المخالفة أو

1- المادة 90 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

2- المادة 91 من القانون ذاته.

3- المادة 92 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

4- القانون ذاته.

محضر الاقتطاع وكشوفات التحاليل المخبرية إن وجدت، وكذلك الإنذار بدفع غرامة الصلح وعمد الإمتثال له¹.

تنص المادة 93 من القانون رقم 09-03²، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على الآتي: "تنقضي الدعوى العمومية إذا سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح في الآجال المحددة في المادة 92 أعلاه".

نلاحظ أن المشرع يتحدث عن إنقضاء الدعوى العمومية في حين أن الدعوى العمومية لم تبدأ لتنتهي لأن أوراق الملف لا تحال إلى النيابة العامة إلا بعد عدم دفع المتدخل لغرامة الصلح في الآجال المحددة قانوناً، ويفهم كذلك أنه إذا تم الدفع بعد هذه الآجال فإنه لا مجال للعدول عنها، فكان جدير بمشروعنا لو نص عن إنقضاء المتابعة وليس الدعوى العمومية متى سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح.

ما يمكن التوصل إليه أن اعتماد المشرع لأسلوب غرامة الصلح قد أجهض مساعيه وجهوده في حماية المستهلك، فمن جهة حمل المتدخل لإلتزامات كثيرة قصد توفير الحماية المثلى للمستهلك ومن جهة أخرى تذهب هذه الجهود سدى لإقراره بغرامة الصلح التي تمحي المخالفة.

إذا لم تدخل المخالفة المضبوطة في دائرة المخالفات التي يجوز فرض غرامة الصلح فيها أو عدم دفع المتدخل هذه الغرامة في الآجال المحددة قانوناً، ترسل الإدارة المكلفة بحماية المستهلك ملفاً يضم جميع المحاضر والوثائق التي تبين وقوع المخالف ومعاينتها إلى الجهة القضائية المختصة التي تملك متابعة المخالف قضائياً³.

1- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 117.

2- قانون رقم 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

3- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 118.

المطلب الثاني

الجزاءات القضائية للإخلال بالتزام الخدمة ما بعد البيع

لم يخرج المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك عن المبادئ العامة المتبعة في إجراءات المتابعة والتقاضي المنصوص عليها وفقا لقانون الإجراءات الجزائية، سواء من حيث تحريك الدعوى أو من حيث الأشخاص، ونظرا لأهمية الحماية الجزائية تحقيقا لمصلحة المستهلك فقد تدخل المشرع من خلال تجريمه لمخالفة إلزامية الخدمة ما بعد البيع على غرار باقي الإلتزامات التي تنص عليها وذلك بإقرار المسؤولية الجنائية للمحترف (الفرع الأول)، كيفية تحريك الدعوى العمومية (الفرع الثاني)، والعقوبات المقررة لمخالفة إلتزام الخدمة ما بعد البيع (الفرع الثالث).

الفرع الأول

المسؤولية الجنائية المتدخل

تقوم مسؤولية المتدخل جزائيا بمجرد ثبوت اقتراه لبعض الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو متى أحالت إليه بعض النصوص الخاصة.

تُعرف المسؤولية الجنائية بأنها الإلتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة، وموضوع هذا الإلتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي، حددها المشرع في حالة قيام مسؤولية أي شخص فيعني هذا التعريف أن المسؤولية ليست ركنا من أركان الجريمة ولا تدخل في تكوينها القانوني، وإنما هي الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة إلى خضوع الجانب للجزاء الذي يقرره القانون وذلك بموجب حكم قضائي¹.

تجدر الإشارة في إطار المسؤولية الجنائية المتدخل أن أغلب القوانين المنظمة للممارسات التجارية، وكذا المتعلقة بحماية للمستهلك حافظت على الطابع الجزائي لبعض

1- زويبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 200.

الأعمال غير الشرعية باستثناء قانون المنافسة الذي جعل أغلب العقوبات الصادرة منه عقوبات مالية، وذلك حفاظا على النظام العام الاقتصادي بعدما كان يعترف بالعقوبات الجزائية في ظل الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة، الملغى¹.

لقد نص المشرع الجزائري على عقوبات جزائية تقع على عاتق البائع في حالة غش المواد والسلع أو التدليس أو استعمال مكابيل خاطئة أو حيازة سلع مغشوشة، وهذا بموجب نصوص تقنين العقوبات، ويمكن حصر هذه النصوص في المواد 429 و 430 و 433 و 434 و 435، تحت عنوان " الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية"، وهنا تبدو أهمية تشديد التزامات المتدخل كما سبق الإشارة إليه سابقا من خلال ضرورة وسم السلع وتعليقها بما يعود بالنفع على المستهلك وعدم الإضرار به².

إذن تقنين العقوبات يحرم كل فعل يقوم به المتدخل من غش أو تدليس يصيب به المستهلك، وللمحكمة صلاحية النظر في جميع الدعوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة أيا كان الشخص الذي ارتكبها، ولها دور فعال ومنهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي³.

نذكر على سبيل المثال أنه تم تسجيل على مستوى قسنطينة في سنة 1999 عدة مخالفات تهدد سلامة المستهلك، ومن بين هذه المخالفات نجد انعدام الوسم على المواد الاستهلاكية وكذا بيع مواد غذائية فاسدة كما تم ضبط عدة منتوجات مغشوشة وأصدرت

1- أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 يناير سنة 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 09، الصادرة بتاريخ 22 فبراير سنة 1995، يتعلق بالمنافسة، ملغى.

2- زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 201.

3- علي بولحية بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 65.

بشأنها 44 حكما، وفي انعدام شروط النظافة 157 حكما في عدم استعمال وسائل التبريد
30 حكما¹.

يمكن إثارة المسؤولية الجنائية المتدخل متى ثبت أي تقصير منه أدى إلى مرض غير قابل للشفاء أو فقدان استعمال عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة وهذا بموجب المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أما إذا كان تدخل المتدخل تدخلا يرمي من وراءه إلى عرقلة مهام الرقابة المنصوص عليه في المادة 25 من القانون السالف الذكر، فإنه يعاقب جزائيا طبقا لأحكام المادة 435 من تقنين العقوبات، هذا وإن لم تشكل المنتوجات محل الرقابة أي إضرار بالمستهلك، يجوز للسلطة القضائية مضاعفة الغرامات المنصوص عليها قانونا حسب المادة 36 من تقنين العقوبات وكذا شطب السجل التجاري في حالة العود من طرف المحترف الذي ثبت إدانته لأفعال من شأنها المساس بالمستهلك، أو من شأنها أن تؤدي إلى ذلك.

كذلك بالإضافة إلى العقوبات الأصلية المتمثلة في الحبس أو السجن والغرامة، يمكن توقيع عقوبات تبعية أخرى الغرض منها تشديد العقوبة على المسؤول جنائيا الذي تثبت التهمة المنسوبة إليه، وتتمثل في مصادرة المنتج أو إتلافه على نفقة المتدخل، وإغلاق المؤسسة نهائيا وسحب الرخص المقدمة لمباشرة النشاط الإنتاجي لمنتجات معينة، وفي غالب الأحيان تكون مثل هذه العقوبات صادرة من هيئات إدارية مختصة في مجال مراقبة المنتوجات كذا مكلفة بضبط النشاط الاقتصادي وتتم في شكل تدابير إدارية².

بالرجوع إلى الأسواق الوطنية والنظر في طبيعة المنتوجات المقدمة للمستهلك، فإنه يلاحظ بكل وضوح مخالفة الأنظمة القانونية المنظمة في هذا المجال، حيث دون اللجوء إلى

1- علي بولحية بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص ص 70-76.

2- زويير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 202.

القضاء للبحث عن أهم المخالفات والجرائم التي ترتكب ويصاب منها المستهلك الجزائري فإننا نشاهد يوميا كيفية عرض السلع في الأسواق وهذا يغنينا عن كل تعليق، كذلك حالات الغش التي أصبح التاجر الجزائري يتفنن بها، إذ أصبحت كل السبل مشروعة لتحقيق الربح خاصة في بعض الأوقات كالأعياد الوطنية والدينية، والتي تتفنن فيها عملية المضاربة، كما أن للغش في هذه الحالة أصبحت له عدة صور منها الغش في طبيعة السلعة، الغش في مكونات البضاعة، الغش في الخصائص الجوهرية للبضاعة، الغش بتغيير مصدر السلعة، الغش في مكونات البضاعة، الغش في الخصائص الجوهرية للبضاعة، الغش بتغيير مصدر السلعة، الأمر الذي لابد من التصدي له بكل الوسائل قصد حماية المستهلك الذي أصبح مستهدفا أكثر بهذه الممارسات غير النزيهة.

إذا كانت حالات وأشكال الغش التجاري التقليدية المعروفة تشكل تهديدا كبيرا للمستهلك يوميا، فإنه من المتوقع ان تشكل حالات وأشكال جديدة من الغش تهديدا آخر لا للمستهلك فقط، وإنما للمؤسسات والحكومات، خاصة وأن النوع الجديد مرتبط بالتطورات العلمية التي يشهدها العالم والتي يطلق عليها بالغش التجاري في المعاملات الالكترونية، فبالرغم من أن المستهلك قد يرفض التعامل بالتكنولوجيات الحديثة لتخوفه من التعرض للغش والاحتيال، إلا أن اتساع حجم التجارة الالكترونية أصبح واقعا لا يمكن إيقافه، حتى وإن كانت الدول النامية أقل تعاملًا مع مستجدات العصر فإنها تكون من أكثر الدول عرضة لهذه الجرائم، ذلك لعدة أسباب أولها قلة الرقابة والاحترافية في هذا المجال وثانيها عدم كفاية النصوص القانونية التي تجرم تلك الأفعال وتردعها، الأمر الذي سيزيد دون شك في صعوبة رصد هذه الجرائم وإثباتها.

تبقى العقوبات الجنائية من أهم الموضوعات التي يجب إعادة النظر فيها قصد الاستجابة لأغراض الحماية التي تقرها أغلب الدول خاصة في محاربة الجرائم الإلكترونية وحماية المستهلك نظرا للتغيير والتطور السريع الذي يعرفه هذا المجال، كما تبقى للجهات

القضائية السلطة المخول لها كل الصلاحيات توقيع العقوبات سواء كانت جزائية أو مدنية أو إدارية، ولها الفصل في الدعاوي المرفوعة لديها سواء كانت من طرف المستهلك أو الجمعيات الممثلة به أو من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بقضايا الاستهلاك أو المنافسة¹.

الفرع الثاني

تحريك الدعوى العمومية

يترتب على الخطأ المتمثل في مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمرتكب من طرف المتدخل إلى المساس بصحة وسلامة المستهلكين، في هذه الحالة يتمتع المجتمع بسلطة المتابعة وتوقيع الجزاء وهي تتمثل أساسا في: سلطة النيابة العامة (أولا)، كما أجاز القانون تحريكها عن طريق شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني (ثانيا) ومن طرف جمعيات حماية المستهلك (ثالثا).

أولا: اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى العمومية:

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

تقوم النيابة العامة بعدة اختصاصات في المجال القضائي، خاصة في إطار ممارسة الدعوى العمومية ويزداد دورها يوميا بعد يوم نظرا لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من ضروري لمواجهة مثل هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.

لا يهدف اتصال النيابة العامة بالدعوى العمومية إلى حماية بعض الحقوق الخاصة للأفراد أو الدفاع عن المصالح الفردية، بل أنها تعمل على حماية المصالح العامة وحماية الشرعية في المجتمع تطبيق القانون تطبيقا سليما لتحقيق السير الحسن للعدالة، ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل، بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر

1- زويبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 203

فيه تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاء الحكم بالإضافة إلى أن النيابة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقاً للقانون¹.

تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع، ويقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إبلاغه بالمخالفة، وذلك عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من الغير التي يمكن ان تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة، أو عن طريق شكوى المستهلك من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه إليه من طرف أعوان قمع الغش، كضابط الشرطة القضائية وأعوان الجمارك المديرية الولائية للتجارة، حيث نصت المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39² المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش على أنه: "إذا تبين من المحاضر المحررة... أو من التحاليل المتممة.. أن الخدمة المنتوج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة و قمع الغش، ملفا يشتمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة".

كما نصت الفقرة الثالثة (3) من المادة 59 من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المعدل والمتمم، السالف الذكر على أنه: "إذا ثبت عدم مطابقة منتج، يعلن عن حجه ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك".

يقرر وكيل الجمهورية بعد الإطلاع على الملف ما سيتخذه بشأن المخالفة ويباشر بنفسه، أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث التحري، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة³.

1- علي بولحية بن بوخيس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، المرجع السابق، ص 64-65.

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير سنة 1990، يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج.ر. عدد 05، الصادرة بتاريخ 31 يناير سنة 1990.

3- شعباني(حنين) نوال، إلزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق، ص 131.

ثانيا: شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني

يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها وذلك بشرط أن يكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، حيث تنص الفقرة الأولى(01) من المادة 13 من القانون رقم 08-09،¹ المؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه: "لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون"، ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة، ولما كان المستهلك فردا من أفراد المجتمع فإنه يحق له اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادة والاقتصادية، فضلا عن طلب التعويض عما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة.²

إذا تضرر المستهلك من الجريمة التي ارتكبها المتدخل³، يمكنه أن يدعي أمام قاضي التحقيق مطالبا إياه بالتعويض الذي يشمل ما دفعه من ثمن وكذا الخسارة اللاحقة به من جراء إخلال المتدخل بالالتزام بضمان السلامة.⁴

يقوم قاضي التحقيق بعرض شكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية الذي يبدي رأيه بشأنها، وإذا لم يكن قاضي التحقيق مختصا، أصدر بع سماع طلبات النيابة أمرا بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية التي يراها مختصة⁵، حسب ما نصت عليه المادة 77 من تقنين الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، السالف الذكر، على أنه: "إذا لم يكن قاضي التحقيق مختصا طبقا لنص المادة 40 أصدر بعد سماع طلبات النيابة العامة أمرا بإحالة

1- قانون رقم 08-09، مؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر عدد 21، الصادرة بتاريخ 23 أبريل سنة 2008.

2- زويبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 190.

3- المادتين 66 و 67 من تقنين الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، سالف الذكر.

4- المادة 72 من التقنين ذاته.

5- شعباني(حنين) نوال، إلزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص 131.

المدعي المدني إلى الجهة القضائية التي يراها مختصة بقبول الإدعاء المدني"¹.

ثالثا: تقديم شكوى من جمعيات حماية المستهلك:

تؤدي جمعيات حماية المستهلكين دورها في إعلام دورها في إعلام وتوجيه المستهلك إضافة إلى تمثيله، فلها دور في الكشف عن المخالفات المرتكبة ضده، وحث الإبلاغ عنها، فالقانون يمنح الاختصاص في تحريك الدعوى القضائية للنيابة، كما يخول حق تقديم الشكوى من قبل الأشخاص الطبيعية والمعنوية، وتعتبر الجمعيات من قبل الأشخاص المعنوية الخاصة التي يحق تمثيلها القانوني تقديم الشكاوي وفقا لشروط قانونية معينة، فجمعيات حماية المستهلك يحق لها رفع الشكاوي باسم المستهلكين المتضررين من المخالفات المتدخل لالتزامه بتوفير خدمة ما بعد البيع².

ولقد جاء في المادة 17 من القانون رقم 06-12³، المتعلق بالجمعيات، بنص صريح بإعطاء الجمعيات حق رفع الدعوى للدفاع عن المصلحة الجماعية والفردية، وإن كان هذا الاعتراف نتيجة بديهية للاعتراف للجمعية بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية.

الفرع الثالث

العقوبات المقررة لمخالفة الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع

حرص المشرع الجزائري على فرض المسؤولية الجزائية على المتدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك، متى شكلت مخالفاتهم جريمة معاقب عليها في تقنين العقوبات، كما أنه أصبغ الطابع الجزائي على قانون حماية المستهلك وقمع الغش، من خلال توقيع الجزاء على مخالفة الإلتزامات الواردة فيه والمتعلقة بضمان سلامة المستهلك.

نصت المادة 77 من القانون رقم 09-03⁴، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

1- أمر رقم 66-155، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل ومتمم، سالف الذكر.

2- زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09-03، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية

الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص 145.

3- قانون رقم 12-06، المتعلق بالجمعيات، سالف الذكر.

4- قانون رقم 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، سالف الذكر.

المعدل والمتمم، السالف الذكر، على أن يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من هذا القانون، وذلك بعد إغفال القانون رقم 89-02 (الملغى)¹، الذي لم ينص على هذه الإلزامية ولا على جزاء مخالفتها².

يعد تجريم الإخلال بخدمة ما بعد البيع من قبيل الأحكام المستحدثة في التشريع من شأنه تعزيز فعالية إلزامية خدمة ما بعد البيع، وإن كان ترتيب العقوبة على مخالفة نص المادة 16 مباشرة دون زيادة قد يثير بعض الإشكاليات في ضوء الصياغة العامة لنص هذه المادة³.

كما أن للمستهلك المتضرر الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر الناتج عن إخلال المتدخل تجاهه بإلزامية خدمة ما بعد البيع، سواء من خلال الدعوى المدنية التبعية للدعوى الجزائية، أو استنادا لإخلاله بالتزام قانوني مفروض⁴.

كما يحيل نص المادة 85 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، السالف الذكر، إلى المادة 36 من تقنين العقوبات المعدل والمتمم، السالف الذكر، حيث جاء في نص هذه الأخيرة منع السلطة التقديرية للقاضي بضم العقوبات المالية إذا تعددت الغرامات من نفس المتدخل، وفي حالة العود تضاعف الغرامات، إضافة إلى العقوبات الأصلية، يمكن أن يأمر القاضي المكلف بالحكم بعقوبة تكميلية تتمثل في الشطب من السجل التجاري، وذلك طبقا لنص المادة 85 من القانون رقم 09-03، المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، السالف الذكر⁵.

1- قانون رقم 89-02، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، سالف الذكر

2- عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كألية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 53.

3- زقاري أمال، حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017-2018، ص 325.

4- زقاري أمال، المرجع السابق، ص 325.

5- عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كألية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 54.

الخاتمة:

إن مصطلح الخدمة ما بعد البيع، أول ما ظهر كأسلوب دعاية تجارية وكان يبدو بعيدا عن الثقافة القانونية، ولذلك لم يحظ بإهتمام رجال القانون لكن في ظل التقدم الصناعي وإزدياد المنتوجات الصناعية تقدم البائع المحترف بزيادة أكثر في الضمان من حيث الخدمة والمدة، فأقترح متابعة وقائية لها يمكن أن يبيع المبيعات من عيوب وذلك عن طريق التدخل السريع وفي الوقت الملائم للإصلاح الأضرار وهو ما جعل المستهلك يفضل هذا النوع من الضمانات على أية أخرى لما توفره من أمان الإستعمال.

غير أنه بظهور قوانين الإستهلاك بدأ الأمر يتضح أكثر لتصبح الخدمة ما بعد البيع حقا للمستهلك بعدما كان ميزة إضافية وخدمة مجانية يقدمها البالغ المهني للمستهلك ترويجا لمنتجاته¹.

من النتائج التي تمكنا من الوصول إليها فيما يخص الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع :

- إن الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع كإلتزام حديث جاء بصدر القانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث أضيف هذا الإلتزام على عائق المتدخل نتيجة الفراغ القانوني في كل الحالات التي تعدم حق المستهلك من الإستفادة من الضمان، وبالتالي إنقضاء الحماية التي شرعها له القانون، وهو ما يتنافى والغرض المنشود وراء سن قانون حماية المستهلك، وقد إكتفى المشرع من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بجعل خدمة ما بعد البيع كإلتزام على عائق المتدخل بعدما كانت مجرد إمتياز على المنتوجات.

- إن موضوع الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع يقع على المنتوجات المتمثلة في السلع التجهيزية والآلات والمركبات، حيث نظمها بموجب نصوص تنظيمية تحت مسمى

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة، المرجع السابق، ص 321.

الإلتزام بالضمان، وكل السلع التي يرد عليها الإلتزام الضمان، يرد على الإلتزام بخدمة ما بعد البيع بالتوازي، كما يمتد هذا الإلتزام إلى الخدمات أيضا.

- وضع المشرع الجزائري في إطار خدمة ما بعد البيع أجهزة رقابية على نشاط المتدخل لمراقبة مدى إحترامه لتنفيذ هذا الإلتزام، فأعطى صلاحيات المراقبة للأجهزة رسمية تمثلت في الأعوان والأشخاص الذين تم تحديدهم بموجب القانون، وكذلك لأجهزة غير رسمية تمثلت في جمعيات حماية المستهلك والتي لها دور كبير في هذا المجال¹.

في الختام، يمكننا القول أن الحل الوحيد هو ضرورة توعية المستهلك وتعريفه بحقوقه المعترف بها قانونا لكي يتمكن من المطالبة بها بكل الطرق المشروعة فحماية المستهلك في حد ذاته عن طريق التعرف على حقوقه في هذا المجال.

كما أن هذا يعتبر من بين الأهداف الأساسية التي تسعى جمعيات حماية المستهلك إلى تحقيقها فضلا عن ضرورة الرقابة على إحترام الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع من طرف الجهات المختصة بذلك².

والنتيجة أنه في الجزائر صعب جدًا الحديث عن الخدمة ما بعد البيع، لأنها تقريبا منعدمة.

1- عبقاوي الطاهر، بنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص ص 59-60.

2- بوهنتا له أمال، قداش سلمي، واقع الإلتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، المرجع السابق، ص 214

قائمة المراجع

1. باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- 1-أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 2-أنور العمروسي، دعاوى الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف، مصر، 2004.
- 3-جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المباعة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.
- 4-خالد إبراهيم ممدوح، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
- 5-زاهية حورية سي يوسف، دراسة القانون رقم 09-03 المؤرخ في 15 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار هومة، الجزائر، 2017.
- 6-سيد عبد الوهاب، محمد مصطفى، النظرية العامة لالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
- 7-السيد محمد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، مصر، 1986.
- 8-طرح البحور علي، " عقود المستهلكين الدولية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- 9-عامر أحمد، الحماية القانونية للمستهلك، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2002.
- 10- عبد الحميد ديسطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر 2010.

- 11- **علي المادي العبيدي**، العقود المسماة في البيع والإيجار، دار النشر، العراق، 1997.
- 12- **علي بولحية بوخميس**، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000.
- 13- **محمد السيد عمران**، المجموعة العملية للأبحاث القانونية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- 14- **محمد بودالي**، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 15- **محمد حسين منصور**، ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2004.
- 16- **محمد شكوى سرور**، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الصناعية الخطرة، دار الفكرة العربي، القاهرة، 1983.
- 17- **محمود عبد الرحيم ديب**، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2011.
- 18- **ممدوح محمد مبروك**، "أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلامي وأحكام القضاء، " المكتب الفني للإصدارات القانونية، القاهرة، 1999.
- 19- **منذر الفضل**، شرح القانون المدني الأردني، العقود المسماة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 1995.
- 20- **منصور مصطفى منصور**، مذكرات في القانون المدني، العقود المسماة، البيع والمقايضة والإيجار، دار المعارف، مصر، 1956.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- الرسائل الجامعية:

1- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2012.

2- جريفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة دكتوراه ديوان الطور الثالث في الحقوق تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دوي، أدرار، 2017-2018.

3- زقاري أمال، حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017-2018.

4- زوية سميرة، الأحكام القانونية المستحدثة لحماية المستهلك المتعاقد رسالة لنيل درجة دكتوراه الدولة في القانون التخصص القانون، جامعة كلية الحقوق والعلوم السياسية، مولود معمري، تيزي وزو، 2016.

ب- المذكرات الجامعية:

1- مذكرات ماجستير:

1. أرزقي زويبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

2. زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09-03، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، 2015.

3. سود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، 2008 - 2009.

4. شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011-2012.

5. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة1، 2013/2014.

6. لحراري ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011/2012.

7. مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، 2015-2016.

8. نوال كموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2010-2011.

2-مذكرات ماستر :

1. بوعراب أسامة، حمزاوي محمد، قانون حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.

2. عقباوي الطاهر، حنين ياسين، خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية القوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد درارية، أدرار، 2019.

3. عمرون ليدية، ماديو بلال، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 18-05، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص: قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2019.

ثالثا: المقالات والمدخلات:

أ- المقالات:

1. بوهنتالة أمال، قداش سلمى، " واقع الالتزامات بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، العدد 06، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، الحاج لخضر، ص ص 196-218.

2. زوزو هدى، "آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الالكتروني في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص ص 316-330.

3. سليمة لدغش، " حماية المستهلك عبر شبكة الانترنت بين الواقع والضرورة" ، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص ص 358-378.

4. سي يوسف زاهية، دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك، مجلة الحقيقة، العدد 34، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص ص 282-304.

5. شول بن شهرة، "حماية المستهلك في العقود التجارية الالكترونية"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 3، كلية العلوم القانونية و الإدارية، جامعة غرداية، 2008، ص ص 213-227.

6. عبد القادر برانيس، هادية كبير، "خصائص الخدمات وآثارها على سلوك المستهلكين"، مجلة الإستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

7. كراش ليلي، "حماية رضا المستهلك في ظل قواعد حماية المستهلك"، حوليات مجلة الجزائر، الجزء الرابع، العدد 31، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، 2017، ص ص 95-122.

8. محمد بودالي، "مدي خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، مجلة إدارة، العدد 24، المدرسة الوطنية للإدارة، 2002.

9. محمد عماد الدين عياض، "نطاق تطبيق حماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 9، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قاصدي مرياح، ورقلة، 2013، ص ص 61-76.

ب-المدخلات:

1. سامي لموشية، "دور الجمعيات في حماية المستهلك"، مداخلة أقيمت في الملتقى الوطني الأول حول: "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008.

2. صبايحي ربيعة، "فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني "المنافسة وحماية المستهلك"، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.

3. عمار زغبى، "دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية للمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008.

4. ليندة عبد الله، "المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول: "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي"، معهد العلوم القانونية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 21، (غير منشورة).

5. محمد عماد الدين عياض، مداخلة أقيمت ضمن أعمال الملتقى الوطني الخامس حول "حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03"، كلية الحقوق، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، يومي 8-9 نوفمبر 2010.

6. معزوزي نوال، دور جمعيات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مداخلة أقيمت ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول: "المنافسة وحماية المستهلكين الشريعة والقانون"، جامعة خميس مليانة، يومي 20 و 21 نوفمبر 2012.

رابعا: النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 66-155 مؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر. عدد 48، الصادرة بتاريخ 10 يونيو سنة 1966، (معدل ومتمم).

2. أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر. عدد 78، الصادرة بتاريخ 30 سبتمبر سنة 1975، (معدل ومتمم).

3. قانون رقم 89-02 مؤرخ في 07 فبراير سنة 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر. عدد 06، الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 1989، الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، (معدل ومتمم).

4. أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 يوليو سنة 2003، بتعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 43،
الصادرة بتاريخ 20 يوليو سنة 2003، (معدل ومتمم).

5. قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على
الممارسات التجارية، ج.ر عدد 1، الصادرة بتاريخ 27 يوليو سنة 2004، (معدل
ومتتم).

6. قانون رقم 08-04 مؤرخ في 14 غشت سنة 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة
التجارية، ج.ر عدد 52، الصادرة بتاريخ 18 غشت سنة 2004، (معدل ومتمم)

7. قانون رقم 09-08، مؤرخ في 25 فبراير سنة 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية
والإدارية، ج.ر عدد 21، الصادرة بتاريخ 23 أبريل 2008.

8. قانون رقم 03-09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع
الغش ج.ر.ج.ج عدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس سنة 2009، معدل ومتمم
بالقانون رقم 09-18 مؤرخ في 10 يونيو سنة 2018، ج.ر عدد 35، الصادرة بتاريخ
13 يونيو سنة 2018.

ب- النصوص التنظيمية:

1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير سنة 1990، يتعلق برقابة الجودة
وقمع الغش، ج.ر عدد 5، الصادرة بتاريخ 31 يناير سنة 1990.

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر سنة 1990، يتعلق بضمان
المنتجات، ج.ر عدد 40، الصادرة بتاريخ 19 سبتمبر سنة 1990 .

3- مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، يحدد صلاحيات وزير
التجارة، ج.ر عدد 85، الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر 2002.

4-مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 19 غشت سنة 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-453، مؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002، المحدد لصلاحيات وزير التجارة، ج.ر عدد 48، الصادرة بتاريخ 24 غشت سنة 2008.

5-مرسوم تنفيذي رقم 11-09 مؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر عدد 04، الصادرة بتاريخ 23 يناير سنة 2011.

6-مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر سنة 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر عدد 49، الصادرة بتاريخ 02 أكتوبر 2013.

7-مرسوم تنفيذي رقم 12-203 مؤرخ في 6 مايو سنة 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المتوجات، ج.ر عدد 28، الصادرة بتاريخ 09 مايو 2012.

8-مرسوم تنفيذي رقم 15-58 مؤرخ في 8 فبراير سنة 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج.ر عدد 05، الصادرة بتاريخ 08 فبراير سنة 2015.

9-مرسوم تنفيذي رقم 21-244 مؤرخ في 31 مايو سنة 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، ج.ر عدد 45، الصادرة بتاريخ 19 يونيو سنة 2021.

خامسا: القرارات القضائية

1-محكمة سطيف الصادر في 2005/05/12، تحت رقم 2005/456 (م.ع) ضد شركة سونالغاز، (غير منشور) نقل من "بنون عمارة محمد ، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة..".

A. ouvrages :

1. **DEMEURRE (claude),**” Le marketing”, 6^{eme} edition, edition DUNOD, France, 2005.

B. Thèses :

- 1-Nacer (fatiha), L’effet obligatoire du contrat, thèse pour le doctorat, faculté de droit, université d’oran 2, Mohamed Ben Ahmes, Oran 2003.

01.....	مقدمة
05.....	الفصل الأول: ماهية الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
06.....	المبحث الأول: مفهوم الخدمة ما بعد البيع
06.....	المطلب الأول: تعريف الالتزام بالخدمة ما بعد البيع وخصائصه
07.....	الفرع الأول: تعريف الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
07.....	أولاً: التعريف الفقهي للالتزام بالخدمة ما بعد البيع
08.....	ثانياً: التعريف القانوني للالتزام بالخدمة ما بعد البيع
09.....	الفرع الثاني: خصائص الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
09.....	أولاً: إلزامية الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
10.....	ثانياً: عدم مجانية الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
10.....	المطلب الثاني: صور وشروط الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
11.....	الفرع الأول: صور الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
11.....	أولاً: إصلاح وصيانة الشيء المبيع
11.....	ثانياً: الالتزام ببيع قطع الغيار الأصلية اللازمة
12.....	ثالثاً: خدمة التسليم في المنزل
12.....	رابعاً: خدمة التركيب
13.....	الفرع الثاني: شروط الالتزام بالخدمة ما بعد البيع
13.....	أولاً: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان
14.....	ثانياً: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك
15.....	المبحث الثاني: أساس التزام الخدمة ما بعد البيع وتمييزه عن الضمانات التقليدية
15.....	المطلب الأول: أساس التزام الخدمة ما بعد البيع
15.....	الفرع الأول: الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالخدمة ما بعد البيع
16.....	الفرع الثاني: حسن النية كأساس للخدمة ما بعد البيع

- 17.....الفرع الثالث: الضمان القانوني للعيوب الخفية كأساس لإلتزام الخدمة ما بعد البيع.....
- 18.....الفرع الرابع: ضمان السلامة كأساس الاللتزام للخدمة ما بعد البيع.....
- الفرع الخامس: ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة كأساس لاللتزام
- 19.....الخدمة ما بعد البيع.....
- 20.....المطلب الثاني: تمييز الإلتزام الخدمة ما بعد البيع عن الضمانات التقليدية.....
- 21.....الفرع الأول: الإلتزام الخدمة ما بعد البيع وضمن العيوب الخفية.....
- 21.....أولاً: حالات عدم مساءلة البائع عن العيب الخفي.....
- 24.....ثانياً: قصور قواعد العيب الخفي في التزام البائع بالضمان القانوني.....
- 33.....الفصل الثاني: النظام القانوني لخدمة ما بعد البيع.....
- 34.....المبحث الأول: نطاق تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع.....
- 34.....المطلب الأول: نطاق تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص.....
- 35.....الفرع الأول: المستهلك كطرف مستفيد من تطبيق الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع.....
- 35.....أولاً: تعريف المستهلك.....
- 40.....الفرع الثاني: المتدخل كطرف دائن بضمان الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع.....
- 43.....المطلب الثاني: نطاق تطبيق الاللتزام بالخدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع.....
- 43.....الفرع الأول: السلع كمحل للاللتزام بالخدمة ما بعد البيع.....
- 46.....الفرع الثاني: الخدمة كمحل للاللتزام خدمة ما بيع البيع.....
- 47.....أولاً: تعريف الخدمة.....
- 48.....ثانياً: خصائص الخدمات.....
- 50.....الفرع الثالث: العقود التجارية الالكترونية كمحل لاللتزام الخدمة ما بعد البيع.....
- 54.....المبحث الثاني: جزاء الإخلال بالاللتزام الخدمة ما بعد البيع.....
- 54.....المطلب الأول: الجزاءات الإدارية للإخلال باللتزام بالخدمة ما بعد البيع.....
- 55.....الفرع الأول: الأجهزة المكلفة بحماية مصالح المستهلك.....
- 55.....أولاً: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك.....

58.....	ثانيا: دور الجمعيات في حماية المستهلك.....
64.....	الفرع الثاني: الجزاء الإداري.....
64.....	أولا: الأعباء المكلفة بالرقابة والبحث والتحري.....
67.....	ثانيا: غرامة الصلح.....
74.....	المطلب الثاني: الجزاءات القضائية للإخلال بالتزام الخدمة ما بعد البيع.....
74.....	الفرع الأول: المسؤولية الجنائية المتدخل.....
78.....	الفرع الثاني: تحريك الدعوى العمومية.....
78.....	أولا: اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى العمومية.....
80.....	ثانيا: شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني.....
81.....	ثالثا: تقديم شكوى من جمعيات حماية المستهلك.....
81.....	الفرع الثالث: العقوبات المقررة لمخالفة الإلتزام الخدمة ما بعد البيع.....
83.....	خاتمة.....
85.....	قائمة المراجع.....
96.....	الفهرس.....

المخلص

جاء القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لتنظيم خدمة ما بعد البيع وجعلها إلزامية على عاتق المتدخل وحق معترف به بموجب القانون للمستهلك وقمع الغش، فوقع المشرع الجزائري حماية المستهلك كونه الطرف الضعيف، وجعل الإلتزام بالخدمة ما بعد البيع عقد مستمر لا ينتهي بمجرد نقل الملكية والتسليم وضمان العيوب الخفية، بل يستمر ليلزم المتدخل بضرورة إصلاح المنتج في يد من كان بإصلاحه وصيانتها طول حياة المنتج وذلك على نفقة المستهلك.

الكلمات الدالة:

الخدمة ما بعد البيع؛ الإلتزام بالخدمة؛ خصائص الإلتزام؛ صور الإلتزام؛ حسن النية؛ العيوب الخفية؛ الضمان القانوني؛ الجزاءات الإدارية؛ الجزاءات القضائية؛ الدعوى العمومية؛ العقوبات.