



جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



مكانة المستهلك من منظور قانون المنافسة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون

تخصص: قانون أعمال

تحت إشراف الأستاذة:

د/ إدرنموش آمال

من إعداد الطالبتين:

نوالي ياسمينه

مساوي لويضة

لجنة المناقشة:

- د/براهيمي صفيان، أستاذ محاضر "ب"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....رئيسا
- د/ إدرنموش آمال، أستاذة محاضرة "ب"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....مشرفا ومقررا
- د/ زرورو ناصر، أستاذ محاضر "ب"، جامعة مولود معمري، تيزي وزو.....ممتحنا

تاريخ المناقشة: 2021/11/25

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

قال الله تعالى " من يشكر فإنما شكر لنفسه"

وقال الرسول صل الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس، لم

يشكر الله عز وجل"

نحمد الله تعالى حمدا كثيرا طيبا مباركا على السموات
والأرض على ما أكرمنا به من إتمام هذه الدراسة التي نرجو أن تتال
رضاه.

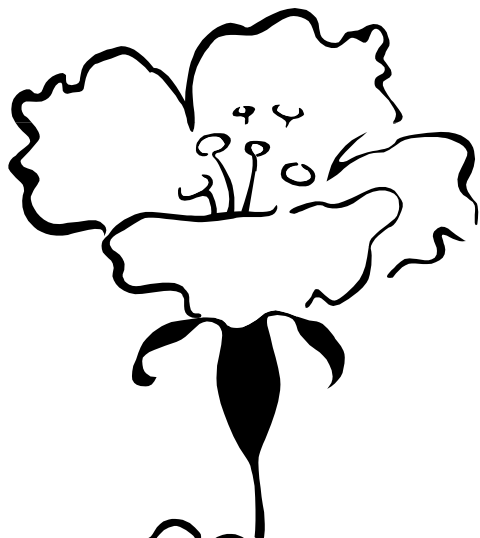
نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى الأستاذة الفاضلة
"إدرنموش آمال" التي تفضلت بالإشراف على هذا العمل حيث قدمت
لنا كل النصيح والإرشاد في سبيل إنجاز هذه المذكرة فلها من الشكر
والتقدير فجزها الله عنا كل الخير.

ولا يفوتنا التقدم بالشكر والعرفان لسادة أعضاء لجنة المناقشة
لتفضلهم لقبول مناقشة هذه المذكرة والمشاركة في تقييم هذا العمل.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأساتذة كلية الحقوق والعلوم
السياسية بجامعة مولود معمري الذين ساهموا في تعليمنا.

ياسمينه و لويزه





إهداء

" قل اعملوا فيسرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين "

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاقتك، ولا تطيب الجنة إلا برويتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك، الله جل جلاله.

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى أمي الحبيبة، إليك يا ملاكي في الحياة إلى معنى الحب والحنان والتفاني إلى بسمه الحياة وسر الوجود إليك يا من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إليك يا أغلى الحبايب.

إلى أبي العزيز، يا سندي في هذه الحياة إليك يا من زرعت فيا طموحا صار يدفعني نحو الأمام إلى مستقبل ناجح، إليك يا من كان ومازال وسام عزتي وكبريائي.

إلى إخوتي الذين وقفوا بجانبني وشجعوني إلى من أشد بهم في الحياة، أخي محمد أمين إلى روافد الحياة إلى نبع الحنان والمحبة وأغلى ما أملك أخواتي العزيزات ميليسا وماريا.

إلى منار العلم والعلماء.... الجامعة الإسلامية، إلى الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة أساتذتنا الأفاضل.

ياسمينه





إهداء

أهدي ثمار جهدي وعملي المتواضع إلى روح أبي الطاهر -
راجي من المولى عز وجل أن يغمده برحمته ويسكنه فسيح جنانه.
من كانت سندي في الحياة أُمي الفاضلة والغالية.
وإلى كل عائلتي وإخواني مهدي وطارق
وإلى كل أصدقائي وأعز صديقة لي
وإلى أستذنتنا الأفاضل.

لويزة



مقدمة

إن التغيرات التي تشهدها الجزائر في شتى المجالات وخاصة التغيرات الجذرية التي يشهدها اقتصادها، رغبة منه في تحسين مستوى معيشة الفرد وتحقيق مجتمع الرفاهية، وفي ظل مناخ العولمة وما تبعه من تغير كبير في أنماط وحجم الاستهلاك. حيث أصبحت السلع والخدمات متوفرة ومتنوعة وتلبي كل ما يحتاجه الفرد في حياته اليومية. وبقدر ما تحققه هذه الوفرة من جوانب ايجابية كبيرة. فان لها سلبياتها الخطيرة على المستهلك كونه العنصر الأساسي التي تقوم عليه التجارة في وقتنا الحالي. فهوا مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم المشرع بوضع ترسانة من التشريعات، وكذلك قصد تحقيق الفعالية الاقتصادية من خلال وضع تسهيلات الإنظام إلى الأسواق، كذلك عمل على إبراز حقوق وواجبات كل من يمارس نشاطا إقتصاديا حتى لا يضر ولا يضر في علاقاته مع الغير والعمل على أن يكون لكل الأطراف نفس المزايا، كما عمل على قمع كافة الممارسات غير الشرعية التي تتم فيما بين الأطراف وبينها في علاقتها مع المستهلك.

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري حيث ظهر هذه المصطلح لأول مرة من خلال القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك¹، وهذا بعدما كان المصطلح السائد في القانون المدني الذي يطلق عليه المشتري، فتغير مدلول المصطلحات كان تبعا للظروف الإقتصادية التي مرت بها الجزائر بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الإقتصادية والإستهلاكية.

ومما لا شك فيه أن تحرير النشاط الإقتصادي من القيود التي كانت تعيقه سألفا أهمها التدخل الكلي للدولة في التجارة الداخلية وتوليها تنظيم الأسواق بما تتناسب وسياستها

1- قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج. ع 6، الصادر في 08 فبراير 1989.

فإنه لا يعني بالضرورة الانسحاب الكلي من التنظيم الاقتصادي ذلك عند سن قانون المنافسة في سنة 1995، وكذا التأكد الدستوري سنة 1996 الذي يؤكد على أن حرية التجارة والصناعة مضمونة بالدولة لا تزال صاحبة القرار في تنظيم الإقتصاد الوطني.

وفي هذا الصدد أصدر المشرع الجزائري سلسلة من القوانين التي تصبو إلى حماية المستهلك وتنظيم المنافسة، ومن هذا المنطلق سيتم التطرق لقضية حماية المستهلك، وفي ظل هذه المنافسة الذي لم تألفها لا السوق الجزائرية ولا المواطن كمستهلك حيث كانت السوق الجزائرية لا تزال سوق فتية وغير مهياة كما تخفيه هذه المنافسة من أساليب عدة لنيل كثرة تدفق المنتجات ومن مختلف الجنسيات على التنوع والعرض الوفير فوجد نفسه غارقا مما يجعل حياته مهددة بالخطر الأمني والصحي، وذلك بسبب وقوع ظاهرة الغش التجاري مما يستدعي الأمر وجوب حماية قانونية وشاملة للمستهلك الجزائري.

إن حماية المستهلك أصبحت أكثر من ضرورة ولا يمكن التصدي للممارسات التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية أكثر فعالة، تحرم كل الأفعال التي شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك، وكذا تحميه من الناحية المادية، ولا يمكن أن تكون هذه النصوص فعالية في محاربة الأنشطة المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولا تلك المنافسة للمنافسة إلا بوضع آليات رادعة تتولى رقابة الأفعال الصادرة من الأعوان وتوقيع العقاب لكل المخالفين للقوانين الموضوعة في ذلك.

ترتيا لما تم التوصل إليه تظهر الإشكالية التي نحن بصدد دراستها والمتمثلة في السؤال كالأتي:

هل يمكن تصور وجود حماية فعالة للمستهلك الجزائري في ظل المنافسة؟

المنهج المتبع في البحث:

للإجابة على الإشكالية اخترنا إتباع المنهج التحليلي وذلك بتجميع المعلومات والأفكار العلمية والمواد القانونية استخلاص أهم الأحكام المرتبطة بالموضوع وكذا استخدام المنهج الوصفي وذلك تبيان كل الحالات المقررة للمسؤولية الملقاة على عاتق المهني والمستهلك كونه ذو أهمية لأنه موضوع الساعة والواقع المعيشي اليومي للمستهلك.

يعد موضوع المستهلك موضوعا جديدا مقارنة بالقوانين التقليدية الأخرى على غرار القانون المدني، ونشر الثقافة الاستهلاكية، حتى نحصل على مستهلك واعي وفاعل في المجتمع.

تكمن أهمية الموضوع في كونه موضوع الساعة والواقع المعيشي، وتكمن أيضا في أن المستهلك الجزائري هو أولا مواطن جزائري وهو طرفا يلعب دورا هاما ومحوريا في العلاقات التجارية والاستهلاكية لذا يستوجب توفير حماية فعالة وشاملة له من طرف المشرع الجزائري.

وللإحاطة بجوانب هذا الموضوع، سيتم تقسيم البحث إلى فصلين أساسيين، خصصنا **الفصل الأول** ماهية المستهلك، أما **الفصل الثاني** فعالية قانون المنافسة في حماية المستهلك.

الفصل الأول

ماهية المستهلك وآليات حمايته

بعدها كانت كل من كلمة الاستهلاك والمستهلك من مصطلحات العلوم الاقتصادية، أصبحت في يومنا هذا من العبارات القانونية لذلك لابد من إعطاء تعريف قانوني لها، ليس فقط لتحديد نطاق تطبيق القوانين والتي تعود فائدته على المستهلكين، وإنما لتوضيح وفهم فلسفة قانون الاستهلاك.

ولقد استقر رجال القانون على هذا التعريف لإعطاء تعريف الاستهلاك بأنه آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية لإشباع حاجاته، أصبح المستهلك من المفاهيم المهمة جداً والتي عادة ما لا تحصى بمفهوم دقيق للمستهلك (المبحث الأول)، وأن تكون السلع والخدمات ذات جودة عالية وذلك لإشباع حاجاتهم وتحقيقاً لرفاهيتهم وذلك عبر إبرام عقود الاستهلاك وكذلك إلى آليات حماية المستهلك في إطار قانون المنافسة (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم المستهلك وعقد الاستهلاك

إن أساس كل دراسة التعرض لأهم المفاهيم في دراسة الموضوع، حيث أنه من الضروري أن نتناول تحديد مفهوم المستهلك، على الرغم من أن المستهلك قد حظي باهتمام كبير، ولقد ظهر معنى المستهلك في القرن التاسع عشر وخاصة لدى القانونيين والمشرعين إلا أن "المستهلك" كمصطلح لم يحظ بتعريف دقيق ذلك أنه مصطلح عرف أكثر لدى رجال الاقتصاد.

قد اهتم كل من الفقه و القضاء بتعريف المستهلك، وسوف نتعرض لمفهوم المستهلك، حيث نوضح في (المطلب الأول) التعريف الفقهي للمستهلك، موقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك. ونوضح في (المطلب الثاني) عقد الاستهلاك .

المطلب الأول

مفهوم المستهلك

عرف تحديد معنى المستهلك جدلا واسعا بين الفقهاء القانونيين وأشدت الخلاف في تعريفه، ولقد استقر الفقه على اتجاهين في تعريف المستهلك، حيث أخذ اتجاه بالمعنى الواسع للمستهلك، والآخر أخذ بالمعنى الضيق للمستهلك، (الفرع الأول) وموقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التعريف الواسع

أخذ جانب من الفقهاء في تبني مفهوم موسع لفكرة المستهلك¹، وأول من نادى بمبدأ هذا التوسع الرئيسي الأمريكي كنيدي سنة 1962، اعتبر أنه لا توجد طبقتان من المواطنين "كلنا مستهلكين"، وأن كل شخص طبيعي يتمتع بصفة المستهلك في عدة مناسبات من وجوده، حتى لو كان يمارس نشاطا من جهة أخرى فتبقى له صفة المستهلك².

فيعرّفه البعض الآخر من الفقهاء بصفة أكثر شمولاً، حيث يرون بأن المستهلك هو: "كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة"³.

ومثال عن ذلك من يشتري لاستخدامه الشخصي أو يستعملها في مهنة يعتبر مستهلكا في حين لا يعتبر مستهلك من يشتري سيارة من أجل إعادة بيعها فإن السيارة لم تستهلك⁴.

ويعرّفه البعض الآخر بأنه: "الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرف قانونيا للحصول على منتج يقصد أن يكون هو أو نويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه"⁵.

-
- 1- الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2014، ص 28.
 - 2- جريفلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون خاص معقم، جامعة أحمد دارية، أدرار، 2018، ص 19.
 - 3- شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص ص 25-26.
 - 4- باي حسينة، جعود طاوس، حماية المستهلك بين قانون الاستهلاك وقانون المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص 11.
 - 5- شعباني نوال، مرجع سابق، ص 26.

وبعبارة أخرى هو: " كل من يبرم تصرف قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية"¹.

فالمهني إذا تعامل خارج تخصصه فإنه سوف يجد نفسه في مركز ضعف لأنه يكون في حكم الجاهل للأمر، مثل الطبيب الذي يتصرف خارج الميدان الطبي ويشترى المعدات الطبية الأزمة لعيادته، والتاجر الذي يشتري نظام الإنذار لمحلته التجاري، أو المحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لمكتبه لسد حاجياته المهنية².

من الواضح أن هذا الاتجاه الموسع يأخذ بمعيار التخصص أو الخبرة، وهو بهذه الطريقة يوسع من نطاق الحماية القانونية للمستهلك، لتشمل المهنيين الذين لا خبرة لهم في العقود التي يكونون أطرافا فيها مع مهنيين متخصصين، وبالتالي يكونون أهلين لاكتساب صفة المستهلك³.

ويأخذ على هذا الاتجاه أنه يجعل حدود قانون الاستهلاك غير دقيقة تماما، لمعرفة ما إذا كان المهني يعمل في إطار تخصصه أم لا، حتى يمكننا تحديد القانون الواجب التطبيق عليهم، والحقيقة عكس ذلك، إذ يجب على المتعاقدين معرفة القانون الواجب التطبيق، والذين يخضعون له مسبقا، وبهذا يكون المفهوم الضيق للمستهلك أكثر دقة⁴.

1- ليندة بومحراث، " فاعلية القانون رقم 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة"، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد 06، ص 347 .
2- بن عديدة نبيل، الالتزام، بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2018، ص 30.
3- براهيم أمينة، محاضرات في قانون الاستهلاك، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد زبانة، غليزان، 2021، ص 5.
4- فوسام غالية، محاضرات في قانون الاستهلاك، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018 .

ثانيا: التعريف الضيق

تذهب غالبية الفقه إلى تأييد هذا الاتجاه، حيث يعد الشخص مستهلكا طبقا لهذا الاتجاه عندما يقوم بالتصرفات القانونية لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية فقط¹، وبالتالي لا يكتسب وصف المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو مشروعته.

كما يعرف بأنه ذلك الشخص الذي يستعمل السلع والخدمات ليفي بحاجاته ورغباته وليس لهدف تصنيع السلع التي اشتراها².

وعرفه البعض الآخر المستهلك بأنه: " ذلك الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة من شراء وإيجار وغيرها، من أجل أن يوفر ما يحتاج إليه من سلع وخدمات وأغذية أو أدوية، وهذا قصد إشباع حاجاته الضرورية والكمالية الآتية والمستقبلية، وذلك دون أن يكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء أو إعادة تسويقها كما هو الحال بالنسبة للمنتج أو الموزع".

ومن التشريعات التي تبنت المفهوم الضيق نجد القانون الفرنسي³، بحيث نصت محكمة النقض الفرنسية في 15 أبريل 1986 في قرار لها على أن: " من يحق له الاستفادة من الحماية القانونية هو فقط من يبرم عقد الاستهلاك من أجل تلبية حاجاته الشخصية والعائلية"⁴.

1- منال بوروب، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03-09 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2015، ص 16.

2- بواكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، 2019، ص 79.

3- جريفي محمد، مرجع سابق، ص 16.

4- Jean Clain, Ouloy, Frank, Stainmentz, droit de la consommation, 7ème édition, Dalloz, Paris, 2006, p p 11-12.

من خلال هذا التعريف نلاحظ أنه يقتصر فقط على فئة مستهلكين الذين يقتنون السلع والخدمات لسد حاجاتهم الشخصية والعائلية دون أن يكون لذلك صلة بنشاطهم¹.

فالمعيار المعتمد من قبل أنصار هذا الاتجاه هو معيار الغرض من التصرف، حيث أنّ المستهلك شخص يقتني منتوجا بغية تحقيقه لأهداف شخصية أو عائلية دون أن يكون الغرض من تحقيقه هدف مهني، حيث يخرج من وصف المستهلك كل من يبرم تصرفات قانونية موجهة للأغراض المهنية أو الحرفية، كون هذه التصرفات تؤهله لمواجهة من يكون في مركزه².

وعلى هذا الأساس لا يعتبر مستهلكا من يتعاقد لأشخاص مهنته، إذ يستبعد من هذا التعريف، حيث لا ينطبق عليه صفة المستهلك من يقوم بعمل مزدوج، بمعنى أن من يقتني سلعة أو خدمة لغرض مهني أو غير مهني³، في نفس الوقت مثلا: أن يشتري وكيل عقاري سيارة يستعملها في تنقلاته الخاصة مع عائلته إلى جانب استعمالها في تنقلاته المهنية⁴.

ومن مزايا هذا الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك أنه يساعد على تحقيق الأمن القانوني المنشود للمستهلك⁵.

1- زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع " المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 39.

2- منيرة بلورغي، "حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 185.

3- موسي زاهية، دروس في مقياس قانون الاستهلاك، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006، ص 06.

4- حلومي عبد الحكيم، دور جمعيات المستهلكين في توعية المستهلك، مذكرة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة ماستر في قانون الأعمال، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د. طاهر مولاي، سعيدة، 2019، ص 11.

5- منيرة بلورغي، مرجع سابق، ص 186.

الفرع الثاني

موقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك

عملت الجزائر على وضع ترسانة هائلة من النصوص القانونية والتنظيمية قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهها، حيث عمد المشرع الجزائري إلى الاهتمام أكثر فأكثر بالاستهلاك والسعي لتوفير حماية فعّالة للمستهلك. ويعتبر التشريع الجزائري من أوائل التشريعات التي سنّت قانونا للمستهلك، ومن خلال موقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك، يتضح لنا تواجد مرحلتين من أجل تحديد النصوص القانونية المتعلقة بتعريف المستهلك، سوف نتطرق إلى تعريف المستهلك في التشريع الجزائري السابق (أولا)، ثم إلى تعريف المستهلك الجزائري من خلال النصوص الجديدة (ثانيا).

أولا: تعريف المستهلك في التشريع الجزائري السابق

يعتبر المشرع الجزائري من بين التشريعات المؤثرة بالموقف الفرنسي في تحديد مفهوم المستهلك¹. وذلك من خلال القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، نلاحظ أن المشرع الجزائري لم يرد تعريف المستهلك، بل اكتفى بوضع القواعد والآليات العامة لحمايته².

إلا أنه تدارك ذلك فيما بعد، وعرفه من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر في 1990/01/30، وذلك في مادته 02 في الفقرة الأخيرة حيث عرّف المستهلك على أنه: " كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين الاستعمال الوسيطى أو النهائي لسدّ حاجاته الشخصية، أو حاجة شخص

1- زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 40.

2- قانون رقم 89-02، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، مرجع سابق.

آخر أو حيوان يتكفل به"¹.

من خلال هذه المادة نقف على أنّ المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك معتبرا إياه فقط ذلك الشخص الذي يقتني المنتجات والخدمات من أجل استعمالها، احتياجاته الشخصية². ولذلك فإن كان هدف الشخص من الاقتناء تلبية حاجاته المهنية فإنه لا يعتبر من قبيل المستهلكين وإنما يعتبر من قبيل المهنيين³.

من خلال هذا التعريف الذي أورده المشرع الجزائري يمكن تسجيل الملاحظات التالية:

- إن استعمال المشرع لعبارة " شخص يقتني " هنا قد قصر الحماية على مقتني المنتج أو الخدمة فقط⁴.
- استعمال المشرع لعبارة " معدين الاستعمال الوسيط أو النهائي " حيث يعتبر هذا أو بعد توسعها لا مبرر له، لأنها تتناقض ما يليها من عبارة " لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " فهنا لا يمكن التوفيق بين استعمال الأغراض الاستثمارية، واستعمال للأغراض لسد حاجاته شخصية أو عائلية وإلا فقد قانون حماية المستهلك كل خصوصية والفلسفة التي يقوم عليها.
- إن عبارة " أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به " هنا يجب أن تمتد إليهم الحماية لأن الاقتناء تم لفائدتهم فعقد الاستهلاك لا يقتصر على أطرافه فقط المحترف المقتني بل يعتد إلى الأشخاص الذين هم في كفالة المقتني⁵.

1- مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 5 الصادر في 31 يناير 1990، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1990.

2- مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص القانون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، 2016، ص 30.

3- محمد الأمين، عبد الحق لخذاري، "خصوصية أطراف عقد الاستهلاك في التشريع الجزائري"، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2020، ص 28.

4- علي باجي، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة تكميلية لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2016، ص 11.

5- صياد صادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير والعلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 01، قسنطينة، 2014، ص 39.

وعليه مما تقدم نستنتج أن المشرع الجزائري قد تبنى الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، وذلك لكونه جعل الاستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك، وهذا ما يفيد بالاستبعاد المهني، ومما يؤكد هذا الرأي هو ما جاء به المرسوم التنفيذي رقم 254-97 حيث نصت المادة 02 منه على أنه: " يقصد بالمنتج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم المنتج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك، لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط المهني كمنتجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم"¹.

ثانيا: تعريف المستهلك في التشريع الجزائري من خلال النصوص الجديدة

إن مفهوم المستهلك قد شهد تطوراً من طرف المشرع الجزائري، شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم، وذلك من النصوص القانونية التي استحدثتها، حيث ورد في المادة 03 الفقرة 02 من قانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية تعريف المستهلك على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع، أو يستفيد من خدمات عرضت، ومجردة من كل طابع مهني "².

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

وكما عرفته المادة 03 من الفقرة 01 من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"³.

1- مرسوم تنفيذي رقم 254-97 مؤرخ في 08 يوليو 1997، المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطراً من نوع خاص واستيرادها، ج.ر.ج. عدد 46، الصادر في 09 يوليو 1997.

2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج. عدد 41، الصادر في 27 يونيو 2004، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، 2004.

3- المادة 03 من القانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، الصادر في 08 مارس 2009.

بالنظر إلى المادتين السابقتين يتضح موقف المشرع في تأكيده وإبقائه على صفة المستهلك بالنسبة للاستعمال الشخصي أو العائلي، لكنه وسع من دائرة الحماية أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له¹.

لكن المشرع بإعطاء الشخص المعنوي صفة المستهلك فإنه من الصعب جداً معرفة ما إذا كان الشخص المعنوي الذي يقوم بإبرام عقود مع غيره قصد الحصول على منتجات متصرفاً لأغراض مهنية أم لا، كذلك هل لمعرفة ذلك سيؤدي المنتج لأن يسأل عن الغرض الذي يستعمل فيها الشخص السلعة التي اقتناها، إذ أنّ معرفة الهدف المهني من عدمه أمر جد هام لأنه سيؤدي إلى التفرقة بين المستهلك الحقيقي والمهني من خلال الغرض من التعاقد².

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نستخلص مجموعة من العناصر المميزة للمستهلك وهي:

أ- المستهلك شخص طبيعي أو معنوي:

إذا كان نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم لم يشير إلى اعتبار الشخص المعنوي مستهلكاً، وهو ما دفع إلى اعتبار أنّ المستهلك هو دائماً شخص طبيعي، فإن التعريف الذي جاء به القانون رقم 09-03 رفع اللبس وأقر صراحة بإمكانية اعتبار الأشخاص الاعتبارية مستهلكين، مساهراً بذلك اجتهاد محكمة النقض الفرنسية والتي ذهبت إلى حد اعتبار حزب سياسي مستهلكاً³.

1- صياد صادق، مرجع سابق، ص 40.

2- زبير أرزقي، مرجع سابق، ص 48.

3- مزاري عائشة، زناكي دليلة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص 24.

ب- عنصر الاقتناء:

يشمل مجال الحماية كل شخص طبيعي أو معنوي يظهر من نص التعريف، أن هناك نوع واحد من المستهلكين وهو المقتني فقط لسلعة أو خدمة، والمستهلك الذي يقتني هو غالبا يستعمل المنتج، لكن كثيرا ما يقع الاستعمال من قبل الغير كأفراد الأسرة النقيضة التي جاءت في التعريف حتى يتحدد مجال تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص بشكل واضح فيشمل من المقتضي والمستهلك على حدا سواء¹.

ج- أن يستهلك المنتج بصفة نهائية:

إعتبر قانون حماية المستهلك شخصا مستهلكا لما يكون الغرض من الاقتناء النهائي للمنتج، فهذا الأخير أكثر دقة ووضوحا جعل الغرض من الاستهلاك هو الاستهلاك الفوري، حيث لا يعد بذلك الشخص المستهلك طبقا لقانون حماية المستهلك من يقتني منتوجا بهدف إعادة بيعه، لأن الشرط الاستهلاك لم يتحقق هنا².

د- تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر متكفل به:

يتضح لنا أن الحماية تمتد لتشمل بالإضافة إلى الشخص المستهلك كل شخص يكفاه المستهلك، والذين تم لفائدتهم الاقتناء أو الاستعمال، فهؤلاء جميعا في منظور القانون مستهلكين³.

1- فيروز بوزيان، جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2019، ص 20.

2- مسكين حنان، مرجع سابق، ص 31.

3- معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون المدني الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017، ص 45.

ويبقى في الأخير أن نشير إلى أن مهمة وضع تعريف دقيق وجامع وشامل، للمستهلك: " هو عمل تقني وفني وهو اختصاص أصيل للفقهاء، وإقحام المشرع نفسه في وضع هذا التعريف وغيره سوف يثير تعارضنا وإشكالات من الناحيتين النظرية والتطبيقية"¹.

المطلب الثاني

عقد الاستهلاك

يعتبر عقد الاستهلاك عقد كغيره من عقود البيع فهو مصطلح يطلق على أي عقد فهو ليس طائفة من العقود مستقلة بذاتها، وعقد الاستهلاك يطلق على عقد المسمى أو غير مسمى وذلك بشرط أن يكون أحد الطرفين مستهلك (غير مهني) ويكون طرفه الآخر المتدخل.

فالعقود التي يكون كلا طرفيها مستهلكين فلا تعد من عقود الاستهلاك، فمثلا إذا تم إبرام عقد بيع بين مستهلكين بناء على إعلانات صغيرة بين الأفراد فلا يعد هذا العقد عقد استهلاك، لأن مثل هذه الحالة لا يكون فيها أحد طرفي العقد قويا والطرف الآخر مستهلكا ضعيفا.

يستوجب وجود صفة الضعف في المستهلك لكي يتمتع بالحماية المقررة له في عقود الاستهلاك.

حيث عرفت المادة 03 من القانون رقم (04-02) والمادة 01 من المرسوم التنفيذي (306-06) المعدل والمتمم بالمرسوم (08-44) العقد الاستهلاكي بأنه: " كل إتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة حرر مسبقا من أحد أطراف الإتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن لهذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه"².

1- معروف عبد القادر، مرجع سابق، ص 46.

2- المرسوم التنفيذي رقم 306-06 المؤرخ في 10/09/2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ج.ر، رقم 56 المؤرخة في 11/09/2006 المعدل والمتمم بالقانون 08-44 المؤرخ في 03/02/2008 ج.ر، رقم 07 المؤرخة في 10/02/2008.

- ويتميز عقد الإستهلاك بعدة مميزات منها:
- أنه عقد رضائي: ينعقد بتبادل إدارتين متطابقتين، فلا يشترط المشرع الجزائري في عقد الاستهلاك شكلا معيناً فقد يتم شفاهة.
 - أنه عقد من عقود المدة: بمجرد وجود قبول بين الإرادتين يلتزم عارض السلعة بتقييم المنتج أو الخدمة في مدة محددة وذلك لضمان كل عيب خفي لا يظهر في عملية البيع حسب طبيعة المنتج.

الفرع الأول

أطراف عقد الإستهلاك

أهم ما يميز عقد الإستهلاك هو أطرافه، حيث نجد الطرف الضعيف وهو المستهلك كونه جاهلاً بكل ما يتيح له تقدير قيمة السلعة أو الخدمة وهذا من جهة. ومن جهة أخرى نجد المهني حيث أطلق عليه المشرع اسم المحترف وهو الطرف القوي في العلاقة القانونية¹ وعرف على النحو التالي:

أولاً: المستهلك

سبق وأن خصصنا مطلب لتعريف المستهلك إذ التعريف الموحد للمستهلك لا بد منه من أجل الوصول إلى تحقيق حماية فعالة للمستهلك.

1- تعريف المستهلك

حيث عرفته المادة 03 فقرة 01 من قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به"².

1- بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، السنة الدراسية (2002-2003)، ص 09.
2- المادة 03 من قانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

2- عناصر التعريف القانوني للمستهلك

يمكن تحليل تعريف المستهلك إلى العناصر التالية:

العنصر الأول: كل شخص طبيعي أو معنوي

نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم لم يشر إلى اعتبار الشخص المعنوي مستهلكا مما يدفع إلى اعتبار المستهلك شخص طبيعي دائما حيث جاء بعده قانون رقم 09-03 المتعلق برفع اللبس حيث اعتبر أن من الممكن للشخص المعنوي اعتباري أن يكون مستهلكا حيث اعتمد أيضا بذلك اجتهاد محكمة النقض الفرنسية والتي ذهبت إلى حد اعتبار حزب سياسي مستهلك¹.

العنصر الثاني: عنصر الاقتناء

الحماية الممنوحة للمستهلك تشمل كل من شخص طبيعي ومعنوي فهناك نوع من المستهلكين يشمل التعريف أولا وهو المقنن فقط لسلعة أو خدمة، أما المستعمل فلا يشمل التعريف، بالتالي لا تشمل القواعد الخاصة بالحماية الواردة في قانون حماية المستهلك، وذلك رغم تسليم جميع القوانين المقارنة² يدخل المستعمل في مفهوم المستهلك حيث يمثل مكانة في المستهلكين، فالمستهلك الذي يقتني غالبا يكون المستعمل المنتوج، لكن في بعض الأحيان يكون الاستعمال من قبل الغير كأفراد العائلة وغيرهم لذا وجب معرفة هذه النقطة التي جاءت في التعريف حتى يتحدد مجال تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص فهو يشمل كل من المقتني والمستعمل.

العنصر الثالث: السلع والخدمات

فيما يتعلق بالإستهلاك نجد السلع والخدمات، حيث وضع المشرع بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تعريفا جامعا وشاملا للمنتوج موضوع عقد الإستهلاك من خلال المادة 03-10 على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع

1- محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، طبعة 1، 2005، ص 28.

2- محمد بودالي، المرجع نفسه، ص 28.

تنازل بمقابل أو مجاناً". وعليه فكل من يقتني سلعة أو خدمة محل عقد استهلاك يعد مستهلكاً¹.

- السلع: les biens

هو كل شيء مادي للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً² ولا تميز بين السلع القابلة للإستهلاك الفوري مثل المواد الغذائية أو المنتجات الصيدلانية، وبين السلع المنقولة مثل السيارات والأجهزة المنزلية التي تستهلك على التراخي³ كما يمتد مفهوم السلع إلى العقارات

- الخدمات: les services

هي متعددة سواء كانت مادية كالنقل والإصلاح والتنظيف، أما مالية كالتأمين، كالقروض أو فكرية كالعلاج والاستشارات القانونية⁴.

صرح المشرع بإخراج السلع من مفهوم الخدمة وأبقى عليه التزاماً مستقلاً يقع على أحد المتعاقدين وهو البائع أو المحترف المهني في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني تحقيقاً للتناسق بين التشريعات⁵.

العنصر الرابع: موجه للإستعمال النهائي

اشترط التعريف في الشخص المقتني أن تكون السلع أو الخدمات موجهة للإستعمال النهائي حتى توفر فيه صفة المستهلك وهو ما يعلاّف بالمستهلك الأخير⁶ الذي يتصرف لإشباع حاجاته الخاصة.

1- المادة 3 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

2- أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، ماهيته، مصادره، موضوعاته، إصدارات مركز البحوث بكلية العلوم الإدارية، جامعة مالك سعود، المملكة العربية السعودية 1414 هـ، 1993 م، ص 22.

3-j- calais-auloy et .f.stein metz.op cit. 2003 p 28.

4-calais auloy et .f.sten metz.op cit,n 6.p5.

5-محمد بودالي، المرجع السابق، ص 28.

6- محمد بودالي، الإلتزام بالتصفية في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص 30.

العنصر الخامس: الهدف من التعاقد

ويقصد به الغرض من الإقتناء أو الإستعمال فيعد مستهلكا كل من يقتني منتوجا لغرض شخصي أو عائلي أو بمعنى لغرض غير مهني كشرائه مواد غذائية أو مسكن أو رحلة سياحية والذي يعتبر المعيار الجوهري لتحديد مفهوم المستهلك عن غيره¹ كما يشمل عقد الإستهلاك الأشخاص الذين هم في كفالة ولاية المستعمل والذي كان الإقتناء لفائدتهم، وكذا الحيوان نظرا للأهمية المتزايدة التي أصبح يحضى بها حيوان الصحبة animal de compagnie بصفته شريكا ليس بضاعة.

فلا يعد مستهلكا من يتعاقد على سلعة بهدف إعادة البيع، حيث أن المال لا يستهلك في هذه الحالة².

بمعنى أنه يجب أن يكون الغرض من حيازة السلعة أو استعمالها هو استهلاكها أو استعمالها لغرض شخصي، فلا تعتبر سلعة استهلاكية متى ما أدخلت السلعة لغرض تجاري حتى لو كانت ستصل إلى يد المستهلك في الأخير فلا يعد من يستخدمها أو يشتريها في هذه المرحلة مستهلكا لها.

فقد يكون تاجرا أو صانعا أو حرفيا.

فتختلف السلعة التي يقبل المستهلك على التعاقد من أجل حيازتها أو الانتفاع بها من المعدات والتجهيزات والتي قد تكون بهدف العمل على تحقيق عائدها³.

1- محمد بودالي، المرجع السابق، ص 32.

2- حسن عبد الباسط جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك دار النهضة العربية، القاهرة 1996، ص 11.

3- راضي عبد المعطي علي السيد، نحو نظرية عامة في القانون الإداري لحماية المستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسبوط، 2003، ص 062.

ثانياً: المهني

يمثل المهني الطرف القوي في علاقة الاستهلاك وله أهمية كبيرة على غرار المستهلك حيث يسعى كل طرف في تحقيق أهدافه انطلاقاً من إشباع حاجياته الشخصية أو العائلية إلا أنه في نفس الوقت يسعى المهني كذلك إلى تحقيق أهداف معينة أهمها تحقيق الربح، في أغلب العقود.

أ: تعريف المهني

فلقد وسع المشرع من تعريف المهني حيث نص على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك"¹.

ويتضح ذلك بالاطلاع على أحكام المادة 3 فقرة 07 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ب: عناصر تحديد تعريف المهني

تتمثل في العناصر الآتية:

العنصر الأول: كل شخص طبيعي أو معنوي

يمكن للمهني أن يكون شخص طبيعي أو قد يكون شخص اعتباري مثل الشركات والمؤسسات العمومية ذات الطابع الاقتصادي.

سمى المشرع المهني بالمتدخل وهذا التعريف يوحى لتوسيع فكرة المتدخل إلى أي شخص يمارس أنشطة مهنية تخضع للقانون الخاص أما المؤسسات العامة الخاضعة للقانون العام S.P.A منها ذات طابع إداري ومنها ذات الطابع الصناعي والتجاري، فلا تدخل مجال حماية المستهلك.

1- عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر.ج عدد 40، الصادر في 19 سبتمبر 1990، المعترف بأنه: " كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورداً أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في إطار عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك.."

عرف المشرع الجزائري المهني في المرسوم التنفيذي 266/90 (ملغى) فعند تعريفه له في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم يأتي بجديد سوى أنه أستخدم لفظ المحترف بالمتدخل وحذف تعداد المحترفين الواردة في التعريف وعض الجميع بكل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بعرض المنتجات للاستهلاك، وسع في طائفة المهنيين وبسط حماية أكثر للمستهلك في نطاق هذا القانون غير ذلك فلا يعتبر مهنيا في مفهوم هذا القانون.

العنصر الثاني: عملية التدخل لوضع المنتج للاستهلاك

يقصد بعرض المنتجات للاستهلاك " مجموعة مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالملة وبالتجزئة".

وهو ما جاءت به المادة 3 فقرة 8 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وعليه يعد متدخل كل من يمارس أحد الأنشطة المذكورة أعلاه ويخضع لأحكام قانون حماية المستهلك. وتقوم مسؤوليته في حالة الإخلال بالتزاماته التي يفرضها عليه هذا القانون¹.

الفرع الثاني

التزامات المهني

المشرع أراد تركيز الحماية على المستهلك كونه الطرف الضعيف من جهة وفي تعريف المهني من هو أخرى حيث فرض عليه عدة التزامات وهي كالآتي:

أولا: التزام بإعلام المستهلك

فرض المشرع الجزائري التزامات على المهني منها إعلام المستهلك بخصائص ومواصفات المنتجات المعروضة في السوق، فالإعلام هو نشر لحقائق والمعلومات بين

1- محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص 35.

الجمهور بقصد نشر الثقافة وتنمية الوعي السياسي وارتفاع المدارك¹.

لا بد من إعلام المستهلك بشكل واضح يسمح له باختبار المنتج أو الخدمة المناسبة لرغباته المشروعة وقدرته الشرائية.

حيث في بعض الأحيان يتعرض المستهلك لأخطار كثيرة نتيجة عدم علمه بطبيعة وصنف المنتج أو الخدمة المعروضة عليه ولا تتوفر له الحماية المطلوبة لمصالحه الاقتصادية وهذا الالتزام بالإعلام يكون قبل وبعد التعاقد².

1- الالتزام بالإعلام قبل التعاقد:

الالتزام بالإعلام يكون قبل مرحلة إبرام العقد فهو التزام يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الأقدام على اقتناء منتج أو خدمة عن إدارة حرة وسلمية. فهو التزام يحد مصدره في القانون فهي تعتبر من أهم الالتزامات التي فرضها المشرع الجزائري على المتدخل لمصلحة المستهلك وهو يتضح جليا من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 بعد إعلام المستهلك بجميع معلومات المتعلقة بمحل العقد بأن يتقدم أو يرفض إبرام هذا العقد. عند إقبال المستهلك لانتقاء منتج لإشباع حاجاته دون معرفته الكافية عن ذلك المنتج خاصة عندما يكون أمام محترف يتمتع بدراية واسعة حول المنتج أو الخدمة محل التعاقد لذلك تعتبر مرحلة الإعلام قبل التعاقد مهمة وقد اهتم به الفقه الحديث حيث نجد بعض الفقه عرفه: "الالتزام للسابق على التعاقد يتعلق بالالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعته محله، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة، أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات".

1- أحمد عادل راشد، الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981، ص 37.

2- أحمد عادل راشد، الإعلام، المرجع نفسه، ص 40.

فحسب هذا فمرحلة الالتزام بالإعلام هي مرحلة ميلاد الرضا حيث يقوم على مبدأ حسن النية قبل أو أثناء التعاقد.

ولا ينبغي أن يكون الوفاء به سابقا على التعاقد بفترة طويلة، حيث يمكن أن تحدث تغيرات في محل العقد أو ظروف التعاقد التي من شأنها تعديل رأي المتعاقد بصفة عامة فهذا الالتزام يؤثر نفسية المتعاقد من أجل دفعه على التعاقد¹.

فالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزم يتصف بالعمومية وهو مستقل عن الإلتزامات عن الإلتزامات الأخرى التي حاول بعض الفقهاء ربطها به كمثلا جعل هذه الإلتزام تابعا لنظرية عيوب الرضا أو جعله تابعا لنظرية ضمان العيوب الخفية أو نظرية السلامة وهذا ما وصفه الفقه مقدا مبررات لذلك².

لقد اثبت الواقع العملي أهمية وجود هذا الإلتزام بالنسبة للعقود التي يكون محلها سلع معقدة فنيا مثل الأجهزة الالكترونية أو أجهزة الإعلام الآلي أو الأجهزة الكهرومنزلية.... الخ. وهذا يطبق أيضا على السلع التي يستنتج على استعمالها بعض الأخطار مثل الآلات الميكانيكية. حيث قضت محكمة النقض الفرنسية في قرارها بمسؤولية منتج مبيد الحشرات³ لأنه لم يجبر المستفيد من المنتج بالفترة الملائمة لاستخدام المنتج حتى لا يؤثر على المزروعات مما تسبب في إلحاق أضرار لهذا المستخدم.

2- الإلتزام بالإعلام بعد التعاقد (الإلتزام العقدي بالإعلام)

يتميز الإلتزام التعاقدى بالإعلام كونه ينشأ عن العقد فهو يتعلق بمرحلة تنفيذه فمثلا نجد القضاء الفرنسي أوجب على البائع إعلام المشتري ضرورة بكل البيانات الضرورية لاسيما طريقة استعمال الشيء المبيع والاحتياطات الواجب اتخاذها وفي حالة إخلاله

1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف مصر، 2004، ص 189.

2- محمد إبراهيم الدسوقي، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للنشر والتوزيع، مصر، 1985، ص 20.

3- cass.com, 05 fev 1973, j.c.p. 1974, n17791.

بالتزاماته فإنه يعتبر مسئولاً عن الأضرار التي تلحق بالمشتري أو المستهلك بسبب جهله¹، يمكن للقضاء باسم النظام العام الاقتصادي أن يفرض الالتزام بالنسبة لكل العقود².

فيما يخص عقود الخدمات فإنه يتوجب على مقدمي الخدمات ضرورة إعلام زبائنهم بكل ما يتعلق بالخدمات محل العقد كمثل يتوجب على الطبيب إعلام زبائنه بكل المخاطر المرتبطة بالعلاج المقترح، وهذا ينطبق أيضا على مصلحي الأجهزة وآلات الإعلام الآلي³.

على المحترف أن يقدم للمستهلك المعلومات حول قيمة المبيع أو تكوينه أو كيفية استعماله أو معلومات أخرى تتعلق بالشيء المبيع أو الخدمة المؤداة⁴.

وإذ امتنع المحترف عن تقديمها للمستهلك كونها تتعلق بإخفاء عيوب في محل العقد. ففي هذه الحالة يمكن تحريك دعوي مسؤولية العقدية للمتعاقد من خلال إثارة ضمان العيب الخفي وهذا ما أدى بالقضاء الفرنسي إلى تقرير مسؤولية المؤجر عن عدم إخطاره المستأجر بقرب المنزل المؤجر من بين أعمالا منافية للأداب العامة وبرجوعنا إلى نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري نجد أنها نصت على ثلاث صور للعيب الخفي:

الصورة الأولى: عدم وجود كل الصفات المتعهد بها من طرف البائع في المبيع أثناء التسليم.

الصورة الثانية: تتمثل في نقصان في قيمة المبيع بسبب العيب⁵.

1-cass.civ, 1erch, 31 juin 1973. Bul civ.i.n77.

2- ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، ملتقى وطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان 2000، ص 10.

3- يوسف الجيلالي، مجلة القانون الاقتصادي والبيئة، تصدر عن مخبر القانون الاقتصادي والبيئة، جامعة وهران، كلية الحقوق. العدد 01 ص 30.

4- لحسن بن شيخ آث ملوية، الملتقى في عقد البيع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 311.

5- المحكمة العليا، قرار مؤرخ في 12/07/1999، المجلة القضائية، العدد 2، 2000.

الصورة الثالثة: تتمثل في عدم الانتفاع الكلي من المبيع بحسب الغاية المقصودة منه لم يحقق النتيجة المرجوة بحسب ما هو وارد في العقد أو حسب ما يظهر من طبيعته أو استعماله.

أكد المشرع الجزائري في نص المادة 17 من الفقرة الأولى من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ضرورة إعلام¹ وتقديم كل المعلومات المتعلقة بشئ المبيع وبكل الوسائل حيث نص على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة"².

والى جانب نص هذه المادة نجد نصوص قانونية أخرى أكدت على هذا النوع من البيانات وأيضا فيما يخص طريقة الاستعمال ومن بينها المادة 4 فقرة رابعة من المرسوم التشريعي رقم 90-366 المؤرخ في 10/10/1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير غذائية.

ونعني بالوسم البيانات الموضوعية على الغلاف وهي ضرورة لإعلام المستهلك ولا تكون تحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الضن أو الشك فيها³.

لقد عرفه المشرع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في مادته 2 فقرة 5 على أنه: " جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

1- مادة 17 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

2- مادة 4 من المرسوم التشريعي رقم 90-366 المؤرخ في 10/10/1990، المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية.

3-JURIS CLASSEUR « CONCURRENCE ET CONSOMMATION » VOLUME 3, FASCICULE 845, op.cit, p 5.

بالعودة لنص المادة 17 من قانون 09-03 نلاحظ أن المشرع شدد على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج سواء تعلق بكيفية الاستخدامات أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها أو منشأها أو مميزاتها¹.

ويكون الإعلام وضع وسم أو العلامات أو أي وسيلة مناسبة. ونقصد بالعلامات تلك التي تستعمل للإعلام بالأسعار السلع الصغيرة الحجم التي لا تحتل الملصقات كالجواهر وتوضع العلامة على المنتج أو في جواره، بحيث لا يدع مجالاً للشك في انتسابه لمنتج آخر سواء من حيث الطبيعة أو من حيث النوعية ويكون ذلك بتسمية المنتج بدقة ويبين إلى جانبه السعر والتعريفات، وذلك بصفة مرئية ومقروءة، وفي جميع الأحوال يجب أن تكون كتابة السعر مرافقة لمعيار الوزن أو الكيل، كما يجب أن توزن وتكال السلع على مرئ المشتري ومن الوسائل الأخرى للإعلام نجد المعلقات وهي عبارة عن تنصيب جدول واحد، تكتب فيه قائمة المنتجات المعروضة للبيع أو الخدمات المقدمة والأسعار المطلوبة كل منها، فهي تتعلق بإشهار إجمالي للمنتجات وأسعارها.

التغليف:

يعد التغليف إجراء ضروري لحماية المنتج من كل الأضرار التي قد تصيبه وبالتالي يعد وسيلة حماية المستهلك حيث يجب أن يقدم هذا المنتج وفق مقاييس تغليفه، وذلك من أجل تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه حسب ما جاءت به المادة 3 قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والتغليف لا يكون نفسه لكل المنتجات فكل منتج يغلف بحسب طبيعته وتركيبه فمثلاً تغليف المنتجات الغذائية ذكرت المادة 11 من نفس القانون الفقرة الأخيرة أنه: "يجب أن يحمل التغليف الخارجي لأنواع الحليب الجاف شريطاً متصلاً يكون عرضه واحد سنتمتر على الأقل، ويمتد حول التغليف بدون تقطع، وهذا الشريط لونه:

1- المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

- أزرق للحليب الجاف الكامل.
 - أصفر للحليب الجاف المنزوع القشدة جزئياً.
 - أحمر للحليب الجاف المنزوع القشدة¹
- كما أنه مثلًا أنواع التغليف المستعملة للبن المحمص حبا كان أو مطحونا جامدة إزاء المنتج المغلف نظيفة وجافة، هذا ما جاءت به المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 92-30.

ثانياً: الالتزام بضمان سلامة المنتج

الضمان هو التزام يتعهد فيه المحترف(المتدخل) بسلامة المنتج والذي يقدمه من غير عيب فيه يجعله غير صالحا للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج².

لا يمكننا اليوم الاعتماد على المنافسة الحرة لضمان سلامة المنتجات إذ لا بد من اللجوء إلى قواعد قانونية صارمة لتحقيق الالتزام والذي سنبين تعريفه.

1- تعريف الالتزام بضمان سلامة المنتج

لم تحظ فكرة الالتزام بضمان سلامة المنتج بأي تعريف فقهي وكذلك الأمر بخصوص القضاء مع أنه هذا الأخير يردد في الكثير من أحكامه العبارات الدالة على وجود التزام بضمان السلامة، أما بخصوص التشريع فإنه يبدو لنا أن عدم إيراد تعريف بهذه الفكرة يأتي مبررا على أساس ضرورة مرونة النص كشرط من شروط الصياغة الفنية لهذا الأخير.

1- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 31 ماي 1997، متعلق بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضها، ج.ر العدد 55 بتاريخ 20/08/1997، ص 17.

2- المرسوم التنفيذي رقم 92-30 المؤرخ في 20 جانفي 1992 يتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها ج.ر، عدد 06، الصادر في 26 يناير 1992، ص 175.

ولوضع تعريف الالتزام بضمان سلامة المنتج يبدو أنه يدور حول ثلاثة عناصر يجب تحديدها:

- فهو التزام مهم يستوجب بيان طابعه وأطرافه.
- وهو التزام يتعلق بالسلامة، فالمساس بسلامة المستهلك في جسده وأمواله هو أساس المسؤولية عما تحدثه المنتجات المعيبة، فللفرد الحق في سلامة جسده، وذلك بأن يظل جسمه مؤديا كل وظائفه العضوية على النحو العادي الطبيعي الذي تحدده قوانين طبيعية معينة وفي أن يحتفظ بتكامله، وأن يتحرر من الآلام البدينة فسلامة أمواله هو من مقتضيات حق الملكية الذي يعني الاعتراف للشخص بحماية أمواله من كل اعتداء.
- أنه يتعلق بالمنتجات في إطار دراستها، على الرفع من أنه يشمل أيضا الخدمات ومن جهة ثانية، إنه لأجل تعريف الالتزام بضمان سلامة المنتج، يجب الاستناد إلى نطاق أي موضوعه، مقارنة بنطاق الالتزامات القريبة منه.

إذ قررنا الالتزام بضمان السلامة بالالتزام من حيث نطاقه نجد أن هذا الأخير يعني إعطاء خبر عن سلبيات وإيجابيات المنتج للمستهلك وذلك من قبل المنتج. عليه يمكن القول أن الالتزام بضمان السلامة يقصد به كل منتج يجب أن يتوفر على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك و/أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية وعلى المتدخل عند الاقتضاء الالتزام بضمان الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب و/أو تحمل الجزاء الذي يقرره القانون".

وتعريفنا هذا مستندا على المادة 2 من القانون رقم 89-02 الملغى والتي حلت محلها المادة 09 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وهذا من جهة ومن جهة أخرى هذا التعريف يشمل العناصر الآتية¹:

1- المادة 09 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ص 94.

2- عناصر تعريف الالتزام بضمان سلامة المنتج

أن الالتزام بضمان السلامة بالمنتج عموماً: هذا ما أكدت عليه النصوص التشريعية ذات صلة، تتعلق بالمنتجات عموماً دون تمييز من حيث مكان الإنتاج أو الصنع أو التوزيع أو طبيعة المؤسسة التي أشرفت على إنتاجه أو صنعه أو توزيعه، سواء كانت مؤسسة وطنية أو أجنبية عامة أو خاصة¹.

في مفهوم المادة 09 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لا يميز ولا يفرق بين المنتجات وهذا ما أكدت عليه هذه المادة.

إن محل الالتزام هو توفر الضمانات الكافية بقصد الحيلولة دون تعريض صحة المستهلك و/أو أمنه للخطر أو الأضرار بمصالحه المادية.

ويفهم من هذا، أن الالتزام ذو طابع وقائي وعند الاقتضاء ينقلب الى الالتزام وذلك يعني أن المتدخل أو المنتج يتحمل المسؤولية الناشئة عند إخلاله بهذا الالتزام وتلك المسؤولية يمكنها أن تكون مدنية أو جزائية فعليه تحملها.

أن طرف الالتزام يتمثلان في الأشخاص كدائنين بهذا الالتزام والمتدخل كمدنين بهذا الالتزام.

على خلاف آثار العقد التي يحكمها مبدأ النسبية² وخروجاً أيضاً على قواعد المسؤولية الناشئة على الأشياء غير الحية، الالتزام بضمان السلامة تسري أحكامه على جميع الأشخاص الذين لحقهم ضرر بصحتهم و/ أو أمنهم أو تضررت مصالحهم المادية بسبب المنتج سواء كانت تربطهم علاقة عقدية أم لا تربطهم أي علاقة.

1- مزارى عائشة، المرجع السابق.

2- المادة 108 من القانون المدني المعدل والمتمم.

وهذا الالتزام يلتزم به المتدخل أو المنتج وهذا وفقا للمفهوم الذي تحدده النصوص ذات صلة بهذا الأخير وهذا ما سنبينه لاحقا.

إن هذا الالتزام يتعلق بالأضرار التي تلحق الأشخاص فيها يتعلق بصحتهم و/ أو أمنهم أو بمصالحهم المادية والناجمة عن عيوب المنتجات:

تعتبر الأضرار التي تلحق الأشخاص فيما يتعلق بصحتهم و/أو أمنهم أو مصالحهم المادية وهي أضرار متولدة عن العيوب التي تلحقها المنتجات¹.

02-04 والقانون 03-09 نجد أن عقد الاستهلاك قد يكون بدون عوض². انه يرد على منتج أو خدمة لا يمكن تصور وجود عقد استهلاك بدون خدمة أو منتج.

1- المادة 138 من القانون المدني المعدل والمتمم.

2- قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المبحث الثاني

آليات حماية المستهلك في إطار قانون المنافسة

إن إخلال المتدخل بالتزامات اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف، يعرض مصالحة للخطر وقد تلحقه أضرار نتيجة ذلك، ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لابد من وجود آليات أو أجهزة قوية وفعالة وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص.

ومن هذه الأجهزة أو الآليات نجد دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك (المطلب الأول) ودور منظمة حماية المستهلك في الجزائر (المطلب الثاني)، وفي الأخير دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك (المطلب الثالث).

المطلب الأول

دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

إن الهيئات الإدارية دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل حماية المستهلك من الجرائم الماسة لأنها الجهة بها تنفيذ هذه القوانين، ولأن قدرتها على دقة وسلامة تنقل الحماية من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية.

وعليه فتدخل هذه الهيئات في تنظيم وحماية المستهلك، حيث تتنوع وتختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشأت من أجله، لذا سنتناول أهم الهيئات في دور وزارة التجارة في حماية المستهلك (الفرع الأول)، ودور مجلس المنافسة (الفرع الثاني)، ودور إدارة الجمارك في حماية المستهلك (الفرع الثالث).

الفرع الأول

دور وزارة التجارة

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، وهذا التنوع يعود بالدرجة الأولى التابعة لوزارة سواء كانت مركزية أم خارجية بحيث أن كل مصلحة من المصالح المكلفة بنوع معين من الأنشطة تمارسها حسب التنظيم الساري المفعول¹.

ولقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر المعدل والمتمم صلاحيات وزير التجارة والذي يمنح للتجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك².

بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه: "يكلف وزير التجارة مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك كما يلي:

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.
- نقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها³.
- يشجع التنمية المخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

1- يوسف جميلة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في ظل قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة الماستر، تخصص قانون المؤسسات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019، ص 07.

2- المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر.ج.ع 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.

3- شوقي يعيش تمام، حنان أوشن، "تعدد الأجهزة الإدارية بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 6، 2017، ص 200.

- يساهم في إرساء قانون الإستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة¹.

- يبادر بأعمال إتجاه المتعاملين الإقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

- يساهم في إرساء قانون الإستهلاك وتطويره.

- يعد وينفذ إستراتيجية الإعلام والإتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية إتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين الذي يشجع إنشاءها².

حيث يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالإتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى وهذا قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارة ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور³.

وأهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها⁴:

أولاً: على المستوى المركزي

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 أوت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، فإنه خول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش صلاحيات حماية المستهلك وتنظيم المنافسة⁵.

1- زويير أرزقي، مرجع سابق، ص 158.

2- غياية جلال، تواتي عابد، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص قانون عام إقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019، ص 03.

3- سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص قانون إجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهر مولاي، سعيدة، 2017، ص 12.

4- شوقي يعيش كام، حنان أوثن، مرجع سابق، ص 201.

5- المرسوم التنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 19 أوت 2002، المتضمن الإدارة المركزية في وزارة التجارة. ج.ج. ج. ع 48، الصادر في 24 أوت 2008.

1. المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تقوم هذه المديرية في إطار مهامها بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك، بإعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وتكييفها وتحديد جهاز الملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعها¹.

كما نقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الإقتصادي، كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية، وكذا التنظيمات العامة والنوعية المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلكين².

وتظم هذه المديرية خمسة مديريات فرعية وهي: مديرية النافسة والخدمات، مديرية الجودة والإستهلاك، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة، مديرية الدراسات والاستكشافات والإعلام الإقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية³.

2. مديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش:

وهي من الهياكل الجديدة التي تم إرسالها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-454، وهي مكلفة بإعداد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة والغش والسهر على توجيهها، وتطوير التنسيق ما بين القطاعات في مجالات الرقابة الإقتصادية وقمع الغش⁴.

1- بن دफल بحرية، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019، ص 08.

2- سفير سماح، مرجع سابق، ص 13.

3- صياد صادق، مرجع سابق، ص 99.

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

وتعتمد المديرية العامة للرقابة الإقتصادية وقمع الغش، وفي إطار وتنفيذ مختلف المهام الموكلة لها على أربع مديريات تابعة لها وهي:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.
- مديرية المخابر والتحليل الجودة.
- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية¹.

ثانيا: على المستوى الخارجي

نظمت المصالح الخارجية لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة، وصلاحياتها وعملها²، بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه: تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولائية للتجارة ومديريات جهوية: تقوم هذه المصالح بالسهرة على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الإقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عدد تسعة (9) مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقديم وتوجيه نشاطات المديريات الوطنية للتجارة التابعة لإختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الإقتصادية وقمع الغش، وذلك الإتصال مع الإدارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة³.

1- بوزيدايو حرز الله حرشاوي، درماش زوهير، الحماية الإدارية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص إدارة مالية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2018، ص 09.

2- المرسوم التنفيذي رقم 11-09، مؤرخ في 20 يناير 2011، يتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج.ج ع 4، الصادرة في 23 يناير 2011.

3- زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 161.

الفرع الثاني

دور مجلس المنافسة

تتفيذ السياسة الإصلاحية الإقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها المواكبة النظام الإقتصادي الرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "مجلس المنافسة" لقد ظهرت الهيئات الإدارية المستقلة في الجزائر لأول مرة بصدور قانون الإعلام والذي أنشأ بموجب مجلس الأعلى للإعلام¹.

لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصورة الأمر رقم 06/95 في 15 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة²، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية، ويكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق، وهذا قصد زيادة الفعالية الإقتصادية وتحسين ظروف معيشية للمستهلكين³.

أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكذا الشخصيات التي لها خبرة مهينة في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس⁴.

1- قانون رقم 90-07 مؤرخ في 13 أفريل 1990، يتعلق بالإعلام، ج.ر.ج. عدد 14، الصادر في 14 أفريل 1990، ولقد تم إلغاء المجلس الأعلى بموجب المرسوم التشريعي رقم 93-13، مؤرخ في 26 أكتوبر 1993، ج.ر.ج. عدد 69، الصادر في 27 أكتوبر 1993.

2- تم إلغاء هذا الأمر بموجب الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 08-12 يونيو 2008 والمتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 36، الصادرة في 2 يونيو 2008 معدل ومتمم.

3- سفير سماح، مرجع سابق، ص 23.

4- زبير أرزقي، مرجع سابق، ص 166.

أولاً: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة

يحرص مجلس المنافسة على مراقبة الممارسات والإستخدامات التي من الممكن أن تحدث، ومعاينة كل التصرفات التي تؤدي إلى إخراج المنافسة من مجراها الطبيعي، حيث تدخل المشرع من أجل تحقيق رفاية المستهلك طوال عملية عرض المنتج أو خدمة الاستهلاك، ووضع السوق أمثل الذي يحقق الحياد لكل عامل اقتصادي، وتفاذي أي شرط والعمل على مكافحة الاحتكار وحماية المستهلك من كل تعسف من طرف المؤسسات المهنية، إذ نال حماية المستهلك خلال إدراج حقوق في قانون المنافسة من أجل توازن بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين¹.

تعد الإستشارة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الإقتصادية والإجتماعية داخل الدولة².

وقد بدأ التفكير في الدور الاستشاري لبعض الهيئات المكلفة بذلك في إطار المرسوم الرئاسي رقم 372-2000 المتضمن لجنة إصلاح هيكل الدولة و الذي وضع لجنة فرعية تسمى اللجنة الفرعية للاستشارة والضبط والمراقبة.

وتتنوع الاستشارة التي يقدمها مجلس المنافسة من استشارة إلزامية، وإختيارية وعليه³:

1- الاستشارية الإلزامية:

فإن الاستشارية الإلزامية تكون فيها الجهة الملزمة وجوبا باستشارة المجلس، ذلك بغض النظر عما إذا كان من الضروري الأخذ برأي مجلس المنافسة أم لا⁴.

1- كتو محمد شريف، المنافسة وحماية المستهلك، مداخلة ألقيت في الملتقى الوطني حول أهداف المنافسة، كلية الحقوق، جامعة بجاية، أيام 17، 18 نوفمبر 2009، ص 20.

2- زبير أرزقي، مرجع سابق، ص 167.

3- مرسوم رئاسي رقم 372-2000 مؤرخ في 22 نوفمبر 2000، يتضمن إحداث لجنة إصلاح هيكل الدولة ومهامها، ج.ر.ج.ع 71، الصادر في 28 نوفمبر 2000.

4- لكل عائشة، القيمة القانونية لمجلس المنافسة في المجال الاستشاري، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، الأغواط، العدد 02، 2014، ص 11.

وذلك للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في لتمويل داخل قطاع نشاط معين¹.

2- الاستشاري الاختيارية:

ييدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة لها علاقة بالمنافسة متى طالبت من الأشخاص المذكورة في المادة 35 من قانون المنافسة، وكما تنص المادة 36 من ذات القانون على أنه: " يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة... " حيث تكون في هذه الحالة الاستشارة إختيارية من الهيئة التشريعية حول أي مشروع قانون أو مسألة لها علاقة بالمنافسة².

أما المادة 38 فنصت ما يلي: " يمكن أن تطلب الجهات القضائية رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذا الأمر، ولا ييدي رأيه إلا بعد إجراءات الاستماع الحضورى، إلا إذا كان المجلس قد درس القضايا المعنية"³.

يظهر لنا من خلال هذه لمواد أن المشرع الجزائري قد حدد الأطراف التي بإمكانها استشارة مجلس المنافسة، والمتمثلة في الحكومة والمؤسسات والهيئات والجمعيات المختلفة وكذا الجهات القضائية⁴.

1- مضمون المادة 05 من القانون رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم

2- عليان مالك، لدور الاستشاري لمجل المنافسة، مذكرة الماستر، تخصص قانون إدارة والمالية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003، ص 41.

3- لكحل عائشة، مرجع سابق، ص 09.

4- مهيريس دلال، حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة الحرة، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، ص 57.

ثانيا: الدور القمعي لمجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات قمع الممارسات المنافسة للمنافسة التي من شأنها المساس بشفافية السوق، غير أن صلاحية المجلس محدودة فقط على محاربة الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة.

وذلك بعد ما يتم إخطاره من قبل الهيئات المخول لها ذلك قانونا كما يمكن أن يتم مباشرة ذلك بنفسه.

الفرع الثالث

دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

إن إدارة الجمارك قد أوكلت لها عدة مهام أخرى إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة دخول وخروج البضائع، فهي تقوم بحماية المصالح الاقتصادية للمستهلك، بالإضافة إلى ضمان أمن وسلامة المستهلك.

أولا: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

تساهم إدارة الجمارك في الجزائر في مجال حماية المستهلك مساهمة لا تقل أهمية عن باقي الأجهزة الإدارية الأخرى، وبالرجوع إلى نص المادة 241 من قانون الجمارك ويفهم ان الجمارك لها دور مهم في مكافحة الغش التجاري، من خلال مسندات المرفقة للإرساليات مثل شهادة المنشأ التي تثبت على البضاعة، وتوضح أسم البلد المنتج، بالإضافة إلى الفواتير¹.

كما يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المنافسين فيما بينهم لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمنا لذلك².

1- مهيريس دلال، مرجع سابق، ص 50.

2- سفير سماح، مرجع سابق، ص 27.

ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلع محل المخالفة، كذلك إذا تعلق الأمر قمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري أن تطالب التدخل السلطات المدنية والعسكرية ومن العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم¹.

ثانياً: ضمان أمن وسلامة المستهلك

يتجلى دور الجمارك في إطار ضمان أمن وسلامة المستهلك بوضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحة وسلامة، أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي².

حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية لسلامة وصحة المستهلك في مراقبة وضع إدخال المواد الممنوعة أهمها المخدرات والمواد المغشوشة

المطلب الثاني

دور منظمة حماية المستهلك في الجزائر

أولت الدولة أهمية بالغة لإنشاء منظمة للدور الذي يقوم به كأحد أهم الفاعلين في تنشيط الحياة الاجتماعية والاقتصادية وقد حولها القانون عدّة صلاحيات تقوم بها مما أصبح من الواجب تواجد هذه المنظمة وانتشارها على مستوى الوطن.

وتقوم هذه المنظمة بالنظام القانوني لمنظمة حماية المستهلك (الفرع الأول)، وأيضاً بدور الوقائي الذي يتمثل في إعلام المستهلك وتحسينه (الفرع الثاني)، كذلك الدور النقابي الذي تباشره والمتمثل في مساندة المستهلك والدفاع عنه (الفرع الثالث).

1- علي المجيد طيبي، "دور الضبط الإداري في حماية المستهلك من خلال إختصاص الهيئات اللامركزية"، ورقة بحث قدمت في الملتقى الوطني تحت عنوان المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17، 18 نوفمبر، 2009، ص 18.

2- علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، العدد 02، 2016، ص 229.

الفرع الأول

النظام القانوني لمنظمة حماية المستهلك

لقد أقرت المشرع الجزائري بالحق في تأسيس منظمة بموجب قانون خاص بالجمعيات وهو القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات بل الأكثر من ذلك فقد نص الدستور على هذا الحق نظرًا لأهمية ودور الجمعيات بمختلف مجالاتها الشطوية في عملية التنمية الجزائرية¹.

ونص قانون رقم 09-03 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على منظمة حماية المستهلك بقوله: " جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقًا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسينه وتوجيهه وتمثيله"².

بينما عرف القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات على أنها: تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمد محدودة أو غير محدودة ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعًا ولغرض مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها³.

الفرع الثاني

التدخل الوقائي لحماية المستهلك

بعد هذا التدخل الأساسي لجمعيات حماية المستهلك وهو يعبر عن الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها هذه الجمعيات قبل المساس بصحة وأمن المستهلك أي منع الضرر

1- قانون رقم 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ع 53، الصادر في 05 ديسمبر 1990.

2- أنظر المادة 21 من القانون رقم 09-03.

3- القانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بتنظيم الجمعيات، ج.ر.ج.ع 02، الصادر في 15 يناير 2012.

قبل وقوعه، وذلك من خلال تحسيس وإعلام المستهلك القيام بالدراسات والبحوث ذات العلاقة بالنشاط الاستهلاكي والمساهمة في إعداد سياسة الاستهلاك¹.

أولاً: الدور السياسي والإعلامي

يتم ذلك عن طريق تزويد المستهلكين بالمعارف الضرورية بهدف تحسيسهم وتوعيتهم بالمخاطر التي قد يتعرضون لها، من قبل اجتناب الوقوع فيها سلفاً هذا من جهة، ومن جهة أخرى تحسيس المهنيين بضرورة احترام إلزامهم اتجاه المستهلكين².

وتلجأ إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل: التلفاز والإشهار وتنظيم المحاضرات و تعليق الملصقات حتى تكون على اتصال مباشرة بالمستهلك³.

لذا قد نصت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته وذلك بالنص على أن: "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، يهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله .."⁴.

ثانياً: مراقبة الأسعار والجودة

تلعب هذه الجمعيات دوراً هاماً في متابعة الأسواق وذلك لمراقبة الأسعار وإشعارها وكذا مطابقة السلع بالجودة، ويشتهر دور الجمعية هنا ذلك الدور الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة و قمع الغش والأسعار، إذا إعترف لها المعمول بهت قانوناً⁵.

1- بوشناف صافية، بن ميهوب أمينة، مرجع سابق، ص 55.

2- بوكلا نعيمة، نفاق فاطمة، حماية المستهلك من البنود التعسفية، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 36.

3- علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 237.

4-Glusem Yildrim, droit des affaires, relation de l'entreprise commercial, France, 2003, p 135.

5- مضمون المادة 21 فقرة 02 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وعليه فإنّ هذا الدور الذي تلعبه هذه جمعيات في حماية المستهلك أصبح أكثر من ضروري، وهذا سبب إنفتاح سوق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتخبين الوطنيين أو المنتجين الأجانب، حيث تعمل على مساعدة الأخيرة الرسمية التابعة للدولة، وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والموصفات والمقاييس المحددة قانوناً¹.

نصت التعليمات التنفيذية لقانون حماية المستهلك على حماية المستهلك على قيام جمعية بإجراء الدراسات حول جودة الأسعار السلع المطروحة للإستهلاك الحافظ على مصالح المستهلكين، والعمل على تنسيق مع الجهات الرسمية في مجال الرقابة على المنتج والخدمة المقدمة للمستهلك و تقديم المقترحات التي تعني بحقوق ومصالح المستهلك².

الفرع الثالث

التدخل الدفاعي لحماية المستهلكين

المقصود بالتدخل الدفاعي لجمعيات المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية، وهذا في حالة وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل حيث يصبح الدور الوقائي لهذه الجمعيات عديم الجدوى وبدون فاعلية، و تتخذ جمعيات حماية المستهلك للخطر³ وعليه:

أولاً: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين:

تعد فكرة المصالح الجماعية، " المشتركة " غير واضحة كفاية، فقد أثارت صعوبة في تحديدها لأنها تقع على الحدود بين المصالح الفردية والتي حمايتها الفرد المتضرر، وبين

1-بن بعلاش هجيرة، حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 35.

2- بوسعيد فتيحة، محمودي يمينة، دور جمعيات المستهلكين في ترقية الوعي لدى المستهلكين، مذكرة الماستر، تخصص عقود المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، 2015، ص 48.

3- بن سال خيرة، محمد جفام، "دور الجمعيات في حماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص166.

المصالح العامة التي تهتم المجتمع وتتولى حمايتها النيابة العامة، ويمكن أن نعرف المصالح الجماعية على أنها: "المصلحة المشتركة" لمجموعة من الأفراد تجمعهم مهنة معينة أو يستهدفون غرضاً معيناً كالدفاع عن حقوق المستهلك أو غيرها¹.

وقد يمنح القانون لأشخاص أو هيئات معينة سلطة رفع الدعوى حماية لمصلحة عامة جماعية مشتركة ولا تكتمل هذه الحماية إلا إذا أعتزف لها بسلطة رفع الدعوى، ومن ثم تصبح دعوى جمعيات حماية المستهلك مقبولة ابتداءً جراء الفعل الضار سواء كان الضرر مباشراً أو غير مباشراً يمس المصلحة الجماعية للمستهلكين².

ثانياً: الدعوى إلى المقاطعة

من الأساليب التي تستعملها الجمعيات في مواجهة الممارسات التي تمس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلكين دعوتهم إلى الامتناع عن الشراء، إذا تطلب الجمعيات من المستهلكين الامتناع عن شراء سلعة أو خدمة معينة و يدعى هذا الأسلوب بالمقاطعة الاقتصادية³.

وإذا كان على المشرع الجزائري لم ينص صراحة على منع الإجراء، ولم ينص كذلك على إباحتها، فإن المقاطعة تعتبر إجراء مشروعاً، مادام أنه لا يوجد نص صريح يمنع المقاطعة الجامعية للمستهلكين لشراء منتج معين، والشيء الذي منعه القانون هو رفض البيع الصادر عن المنتج، و ليس رفض الشراء الصادر عن المستهلك⁴.

1- بن سالم خيرة، محمد جفام، مرجع سابق، ص 170.

2- بن دقفل بحرية، مرجع سابق، ص 38.

3- بوكولي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص 116.

4- رواحة زوليخة، قلات سومية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، جامعة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، العدد 04، ص 262.

المطلب الثالث

دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك

يقتضي بنا الأمر عند التعرض للأجهزة القضائية التي تهتم بحماية المستهلك من الممارسات التي يقوم بها المتدخلين من أجل التعرض إلى ثبوت حق المستهلك والتي تكون فيها سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك (الفرع الأول)، وكذلك يحق للمستهلك أن يلجأ إلى القضاء (الفرع الثاني)، وفي الأخير المسؤولية المقررة على المهني (الفرع الثالث).

الفرع الأول

سلطة القضاء في الدفاع و حماية المستهلك

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقان بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك، ومن تم فرض التوازن لذا كان لزم المتابعة القضائية أن تكتمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية¹.

وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على: " تخضع المخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية ويصل الملف طبعاً عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك².

أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك:

في إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن هذا الأخير، تلعب النيابة العامة دوراً هاماً بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك،

1- إرزيل كاهنة، مرجع سابق، ص 13.

2- زبير أرزقي، مرجع سابق، ص 184.

إذ يمكن التدخل لقمع جميع المخالفات التي ترد من جماعة المحترفين، ويتجلى دور النيابة في هذه الحالة في كون أنها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لإختصاصها¹.

ثانيا: دور قضاة الحكم:

يتمتع قضاة الحكم بصلاحيات النظر في النزعات الناتجة عن الأضرار بالمستهلك نتيجة الممارسات المناهية للتجارة.

يقع على القضاة عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني².

ويمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة أمامهم من قبل المستهلكين أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية أو الأقسام الجنائية وأخيراً أمام الأقسام المدنية، هذا عندما يتعلق الأمر بتطلب التعويض، أما إذا كان موضوع الدعوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائياً، فالمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني كما يمكن أن ترفع الدعوى من الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك التي سبق دراستها³.

الفرع الثاني

حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

لكل شخص في المجتمع يحق له اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها وذلك بشرط أن تكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك، حيث

1- المقصود بالتدخل كسلطة السلطة، هو إما كسلطة إتهام وهو الأصل، أو سلطة تحقيق وهو الاستثناء .

2- مكي سارة، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، ص 155.

3- معيوف عبد القادر، مرجع سابق، ص 155.

تنص المادة 1 فقرة 1 من القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 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 ومؤرخة¹.

فيحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية فضلاً عن طلب التعويض لما تصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة أو أفعال مخالفة لقواعد ممارسة التجارة².

ثبوت حق المستهلك في رفع دعوى قضائية، تعتبر الدعوى القضائية الوسيلة الفعالة التي يلجأ إليها قصد الدفاع عن مصالحه وحمايتها، وذلك من بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر صدفه وفق الممارسات الغير المشروعة والمنافية للتجارة وذلك أمام القضاء الإستعجالي، كما للمستهلك الحق في رفع دعاوي أخرى تختلف من حيث تكييف الوقائع والضرر الذي أصابه³.

الفرع الثالث

المسؤولية المقررة على المهني

إنّ القضاء يعتبر حصن الأمان في مجال حماية المستهلك فهو قوة لكفالة المستهلك وحمايته، وكذلك هو ضمان المخالف لعدالة مساءلته وتحديد مسؤوليته، ولما كان إخلال المحترف بالالتزامات السابقة المشار إليها، وقيامه بأفعال تتسم بعدم مشروعيتها فغته يترتب

1- قانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.ع 21، الصادر في 23 أبريل 2008.

2- زبير أرزقي، مرجع سابق، ص 189.

3- عماري الجيلالي، بكة سيدي محمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA تخصص قانون الأعمال، جامعة التكوين المتواصل، مركز شلف، 2012، ص 50.

عليه عدة جزاءات مدنية، ومنها بعض الحالات أين شددّ المشرع من هذه المسؤولية فجعلها جزائية، أي مسؤولية جزائية تبعاً للخطورة الناجمة عنها¹.

أولاً: المسؤولية المدنية

حيث أنّ التعويض عن الأضرار التي ترتبت المنتجات والخدمات، إبراز وأهم نتيجة يسعى المستهلك إلى الوصول إليها، غير لن هذا التعويض يكون دوماً كما لاحق عن الضرر و مداه²، أي أن يقدر الضرر الذي أحدثه المنتج بخطئه سواء كان ضرار مادياً أو ضرر معنوياً، فتبن المشرع قواعد خاصة بمجال حماية المستهلك تصب في مجملها في صالح المضرور لتسهل عليه الإدعاء مدنياً أمام القضاء متى ما أخل المتدخل بالتزامته بضمان السلامة³.

ثانياً: المسؤولية الجزائية:

تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع، ونظراً لأهمية الحماية الجزائية للمستهلك في توفير الأمان وبعث الثقة في المنتجات تدخل بوضع آليات وكيفيات متميزة لمتابعة المخالفين بأسلوب أكثر فعالية يراعي خصوصيات حوادث الاستهلاك⁴.

1-حماجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2006، ص 120.

2- ناصري فهيمة، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة الماجستير في الحقوق، تخصص العقود والمسؤولية، جامعة بن يوسف خدة، الجزائر، 2004، ص 89.

3- حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري في ضوء قانون الفرنسي، ملخص مذكرة الماجستير في الحقوق في إطار مدرسة الدكتوراه، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2010، ص 65.

4- شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، ص 129.

ومن ثبتت مخافة المتدخل، يتم رده بتوقيع العقوبات المقررة عليه، أقر القانون قواعد متميزة لتحكم قواعد الاستهلاك.

تضاف إلى القواعد العامة في الإجراءات الجزائية، وتتميز المتابعة الجزائية في الخطأ الموجب للمسؤولية الذي بتحقيقه يتم تحريك الدعوى العمومية أين تظهر أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية

ملخص الفصل الأول:

من خلال ما درسناه في هذا الفصل توصلنا أن المستهلك تم تعريفه من طرف مجموعة من الفقهاء ومن طرف المشرع الجزائري، وإن العقد المبرم بين المتدخل والمستهلك هو عقد الاستهلاك ويكون محور التعاقد سلعة أو منتج فيكون المستهلك كل من يفتني سلعة أو منتج لإشباع رغبته الشخصية، أما المتدخل كل من يمارس عرض السلع بغرض الاستهلاك.

الفصل الثاني

فعالية قانون المنافسة في حماية المستهلك

تظهر أهمية قانون المنافسة في حماية مبدأ المنافسة الحرة في ذاته وذلك عن طريق ضمان السير العادي للسوق وعدم وجود ممارسات تقليدية تضر بالقوانين التي يقوم عليها سير السوق في ظل الاقتصاد وتحسين ظروف معيشة المستهلك إن حماية المنافسة داخل السوق ينتج عنه بالضرورة حماية المستهلك.

ونتطرق في هذا الفصل إلى حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة (المبحث الأول)، وحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة (المبحث الثاني)

المبحث الأول

حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة

يتضمن قانون المنافسة أحكاماً تخص حماية المستهلك من الآثار السلبية للممارسات المنافية للمنافسة التي ترمي إلى تقييد المنافسة واحتكار السوق¹.

لذا كان لا بد من تدخل قانون المنافسة لضبط حرية المنافسة باسم النظام العام الاقتصادي، القائم على أساس الحرية الاقتصادية.

حماية المستهلك من الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة (المطلب الأول) حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة

يقصد بالممارسات المنافية للمنافسة ما يصدر عن التجار في علاقاتهم ويتعلق الأمر بالممارسات التي تقوم بها مؤسسة إزاء مؤسسة أخرى والتي تكون من طبيعتها إما عرقلة المنافسة أو الحد منها، أو إما الإخلال بها في السوق، وذلك يعود بالضرر على النشاط الاقتصادي والمتنافسين وخاصة المستهلكين.

وقد نصت عليها المادة 14 من الأمر رقم 03-03² المتعلق بالمنافسة. بعد أن كان المشرع في ظل قانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)³ يطلق عليها مصطلح التسمية بالممارسات التجارية التي تربط الأعوان الاقتصاديين والمستهلك،

1- أمر رقم 03-03، يتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، مرجع سابق.

2- أمر رقم 03-03، يتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، مرجع نفسه.

3- أمر رقم 95-06، مؤرخ في 25 يناير 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ع 9، الصادر في 22 فبراير 1995، (ملغى).

والأعوان الاقتصاديين فيما بينهم باعتماد مبدأي النزاهة والشفافية سواء في شكلها الجماعي (الفرع الأول) أو الفردي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

حماية المستهلك من الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة

لتحديد الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة يجب دراسة الاتفاقيات المقيدة للمنافسة (أولاً) وكذا التجميعات المقيدة للمنافسة (ثانياً).

أولاً: الاتفاقيات المقيدة للمنافسة.

نصت المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالمادة 5 من قانون رقم 12-08 على أنه: "تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى...السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات"¹.

اعتبر المشرع الاتفاقيات المقيدة للمنافسة ممارسات جماعية لأنها تستوجب لقيامها وجود إتفاق من قبل مؤسستين على الأقل سواء كان صريح أو ضمني لحظرها والاتفاقيات ليست محظورة بحد ذاتها إلا بوجود شروط على أساسها يتم الحظر، كما أن قانون المنافسة نذكر على سبيل المثال نماذج الاتفاقيات المحظورة لكثرتها.

1- شروط حظر الاتفاق.

لكي تعتبر الاتفاقيات ممارسة غير مشروعة ومقيدة للمنافسة يجب توفر بعض الشروط أهمها:

1- راجع المادة 05 من القانون رقم 12-08، مؤرخ في 25 يونيو 2008، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. ع 36، الصادر في 02 يوليو 2008، معدل ومتمم.

- وجود الاتفاق:

يعني تبني خطة مشتركة بين مجموعة من الأعوان الاقتصاديين يهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحد للسلع والخدمات ولا يقوم الاتفاق في غياب هذا الشرط¹، ويتحقق هذا الاتفاق بمجرد انصراف إرادة كل مؤسسة معينة سلطة القرار إلى الانضمام أو الانخراط في قالب مشترك بشكل سلوك جماعي لمجموعة من المؤسسات مما قد يؤثر على استقلالية المعرفة لكل منهما².

فيعتبر الاتفاق قائماً بمجرد تبادل الإيجاب والقبول ولا يهم بعد ذلك الشكل الذي يكتسبه هذا الاتفاق فقد يكون صريحاً أو ضمناً مكتوباً أو شفهيّاً، أو إتفاق حقيقي أو عبارة عن عمل مدبر أو ترتيبات أو تفاهات حول عرقلة المنافسة ولا يهم في نظر قانون المنافسة إن كان الاتفاق أفقياً أو عمودياً³.

فالمهم في كل هذه الحالات أن يتم هناك توافق أو تفاهم بين الأطراف للقيام بعمل من شأنه أن يؤدي إلى إعاقة المنافسة الحرة وتقييدها سواء بتحديد الأسعار أو تقليص الإنتاج أو الحد من الدخول في السوق للمنافسين، أو اقتسام مصادر التمويل.

1-Boutard-Lavarde, Marie Chantal, Canivet..., Droit Français de la concurrence, LG..., Paris, 1994, p120.

-SAIDI Abdelmadjid, Présentation des Pratiques Anticoncurrentielles leurs contrôles et leurs sanctions, page 03, voir site : www.ministere du commerce. Gov.dz.

2- زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 95.

3- يقصد بالاتفاق الأفقي تلك التي تتم بين مجموعة من المتعاملين مستقلين فيما بينهم، أي ثمة رابطة تبعية بينهم يقومون بنشاط اقتصادي مماثل ويعملون على مستوى واحد في السوق. أما الاتفاقيات العمودية فإنها تتم على مستويات مختلفة في السوق من الإنتاج والتوزيع. أنظر: ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 06-95 والأمر 03-03، مذكرة الماجستير في القانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2005، ص 64 وما يليها.

كما يجب ممارسة أطراف الاتفاق للنشاط الاقتصادي فنجد المادة 02 من قانون المنافسة التي حصرت مجالات ممارسة النشاط الاقتصادي¹.

نصت المادة 02 على ما يلي:

- تقييد الاتفاق للمنافسة:

بعد التحقق من وجود الاتفاق لابد من البحث عن موضوع الاتفاق والذي يكون بمثابة الآثار التي يترتبها هذا الأخير².

حيث أنه لا تترتب الاتفاقيات الاقتصادية أي إخلال بالمنافسة بحد ذاتها، لكن يتحقق ذلك إذا كان غرضها أو أثرها مقيد للمنافسة، علما أنه تعددت المصطلحات للتعبير عن هذا العنصر، فهناك من التشريعات التي تستعمل مصطلح المساس بالمنافسة، وهناك أخرى تستعمل مصطلح الإخلال أو إعاقة، لكن هذه العبارات تفيد مقصود واحد وهي تزييف المنافسة وإخراجها من مسارها الطبيعي³.

وبالرجوع إلى أحكام المادة سالفه الذكر نجد أن موضوع الاتفاق في الحقيقة يقصد به نية الأطراف، بحيث يكفي لاعتبار إتفاق ما محظور مجرد انصراف نية الأطراف إلى إعاقة أو تقييد المنافسة الحرة دون ضرورة تحقيق الأهداف غير المشروعة المناهضة للمنافسة⁴.

- وجود العلاقة السببية بين الاتفاق وتقييد المنافسة:

يعتبر عنصر السببية من الأمور التي تساعد مجلس المنافسة في معرفة مدى اتجاه إرادة المتعاملين الاقتصاديين إلى تحقيق مقصد غير مشروع من وراء الاتفاق المبرم فيما

1- كـتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر رقم 03-03 والقانون رقم 02-04، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 37.

2- زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 96.

3- تواتي محند الشريف، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007، ص 27.

4- زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 96.

بينهم، إذ لا يمكن اللجوء مباشرة إلى تجريم الاتفاقات المبرمة بين الأطراف المتواطئة فيه دون أن يثبت وجود عرقلة أو آثار سلبية على حرية المنافسة¹ بوجود العلاقة السببية بين الاتفاق وتقييد المنافسة يفرض على السلطة المكلفة بالمنافسة دراسة الاتفاق دراسة معمقة وتحليل السوق اعتماداً على ما توصل إليه من حوصلة للمنافسة على هذا المستوى². فالسلطة المكلفة بالمتابعة هي التي يجب عليها إثبات الممارسات.

وهذا المبدأ تقليدي في قانون العقوبات ونقل إلى المجال تطبيق قانون المنافسة رغم أن هذا القانون ليس له طبعاً جنائياً³.

ولهذا المبدأ استثناءات حيث أنه يمكن إعفاء أو ترخيص بعض الاتفاقيات إذا توفرت فيها الشروط التي يتطلبها القانون، بحيث نجد المادة 09 من الأمر رقم 03-03 التي أوردت هذه الاستثناءات⁴ المتمثلة في:

- إذ وجد نص تشريعي أو تنظيمي إتخذ تطبيقاً له.
- مساهمة الاتفاق أو الممارسات في التقدم الاقتصادي و التقني.
- تسهيل الاتفاق والممارسات في تعزيز وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التنافسية في السوق.

2- نماذج الاتفاقيات المحظورة:

يمكن الاتفاق أن يتخذ عدة نماذج، حيث حددت المادة سالفه الذكر المادة 05 قانون رقم 08-12 من قانون المنافسة بعض النماذج على سبيل المثال ذلك لصعوبة حصرها، بالتالي يمكن الاتفاق أن يرمي إلى تقليل عدد المنافسين كالحد من الدخول في السوق أو

1-زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 99.

2-عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة التخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2006، ص 34.

3-كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 364.

4-راجع المادة 09 من الأمر رقم 03-03 يتعلق بالمنافسة معدل ومتمم، مرجع سابق.

اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل.... الخ أو أنه يهدف إلى تقييد نشاط المنافسين بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو انخفاضها أو تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، وكذا الاتفاق الذي يهدف إلى السماح بمنح الصفقة العمومية لفائدة أصحاب الممارسات المقيدة للمنافسة مثلا الاتفاق على توحيد العروض أو التقدم بنفس العطاء¹.

ثانيا: التجميعات المقيدة للمنافسة

إن دراسة التجميعات أو كما يمكن تسميتها كذلك بالتمركزات الاقتصادية تكتسي أهمية خاصة، لما تعود على المؤسسات بالنفع وذلك من خلال زيادة كفاءتها الإنتاجية ورفع قدراتها².

يتميز اقتصاد السوق بظاهرة اقتصادية تتمثل في تجمع أو تركيز المؤسسات الاقتصادية الذي يساعد على تكوين وإنشاء وحدات اقتصادية ضخمة بغرض السيطرة والتحكم في النشاط الاقتصادي ومراقبته، وإذا كانت حرية المبادرة الخاصة تخول للأعوان الاقتصاديين الحق في الاندماج وأخذ المساهمات المالية وإنشاء المؤسسات المشتركة، فإن هذا التركيز قد ينعكس سلبا على المنافسة الحرة، حيث يؤدي إلى تغير في بنية وتركيب السوق وزوال استقلالية الأعوان المجتمعين³.

الواقع أن التجمع يعتبر في أحيان معينة أمرا مرغوبا فيه، ويلقي التشجيع من قبل السلطات العمومية لأنه يمكن من منافسة المؤسسات الأجنبية القوية وتحقيق التقدم الاقتصادي والتكنولوجي، من ثمة فإن قانون المنافسة لا يمنع إجراء التجمعات مثلما يمنع الممارسات

1-براهمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 08-12، مذكرة الماجستير في

القانون، فرع القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2010، ص 89.

2-ناصرى نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة...، مرجع سابق، ص 103.

3-كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة مرجع سابق، ص 198.

المقيدة للمنافسة، بل يعتبر أن كل تمركز اقتصادي يرمي إلى التحكم الفعلي من جزء السوق الوطنية يجب أن يحصل على اعتماد مسبق من قبل مجلس المنافسة¹.

إن إخضاع عملية التجمع والتمركز الاقتصادي² للمراقبة يستلزم تحديد مراقبة التجمع وتحديد شروط ممارسة الرقابة عليه.

1- نطاق مراقبة التجمع:

إن مراقبة التجميع لا تعتبر قيوداً على حرية التجارة كما قد يتصور، لأن هذه الرقابة تشكل ضماناً أكيدة لحرية المنافسة و قد أكد على هذا التوجه مجلس المنافسة عندنا، إذ اعتبر "رقابة التجميعات لا تشكل عائقاً أمام المؤسسات بقدر ما هي ضمان للمحافظة على المحيط التنافسي الضروري لتنافسهم، ومن ثم فإنها تمثل أداة فعالة لتوفير الشروط الملائمة للنمو الاقتصادي"³ والواقع أن التجميع يعتبر في أحيان معينة أمراً مرغوباً فيه ويلقى التشجيع من طرف السلطات العمومية، لأنه يعد من العوامل التي تمكن المؤسسات المجتمعة من منافسة المؤسسات الأجنبية القوية، وتحقق التقدم الاقتصادي و التكنولوجي⁴.

لقد نصت المادة 18 من قانون المنافسة على أنه: "تطبق أحكام المادة 17 أعلاه كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة". فيفهم من نص هذه المادة أن المشرع وضع حداً أقصى لا يجوز للأعوان الاقتصاديين تجاوزها إلا وهي 40% ويفهم منه أن العمليات التي تقل عن هذا الحد لا تخضع للمراقبة.

1- زوايمية رشيد، قانون النشاط الاقتصادي مبدأ المنافسة الحرة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 1998-1999، ص 7.

2- لمعرفة الفروق الموجودة بين التجمع والاتفاقيات أنظر في هذا الصدد: عدوان سميرة، نظام تجمع المؤسسات في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2011، ص 17 وما يليها.

3- رأي مجلس المنافسة رقم 02-ر-2001 مؤرخ في 7 أكتوبر 2001 يتعلق بإخطار مؤسسة "سيفيتال".

4- كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 56-57.

وقد نصّت المادة 15 من نفس القانون عن صور وحالات التجميع والتي تنص على أنه: " يتم التجميع في مفهوم هذا الأمر إذا:

- أ. اندمجت مؤسستان أو أكثر كانت مستقلة من قبل.
- ب. حصل شخص أو عدة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسسة على الأقل، أو حصلت مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو عدة مؤسسات أو جزء منها بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول مؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى.
- ج. أنشئت مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة اقتصادية مستقلة".

قد أوضحت المادة 16 من القانون سالف الذكر المقصود بالمراقبة المذكورة في الفقرة الثالثة من المادة 15 المذكورة أعلاه.

2- شروط ممارسة الرقابة على التجميع:

لكي تكون مراقبة التجميع مشروعة لابد من توفر شروط وإلا كانت باطلة وهما شرطين:

أ- أن يكون تعزيز لوضعية الهيمنة في السوق:

فيكون التجميع من شأنه المساس بالمنافسة إذا أدى إلى تعزيز وضعية الهيمنة¹ فلا يخضع للرقابة إلا التجميع الذي تقوم به المؤسسات المتمتعة بالقوة الاقتصادية ذات التأثير القوي في المنافسة، ومعرفة مدى القوة الاقتصادية المحصلة بفعل التجميع يتم وفق مقاييس يفترض القانون أن بلوغها سيؤدي إلى المساس بالمنافسة²؛ حيث نصت المادة 18 من قانون المنافسة على أنه تطبيقاً لأحكام المادة 17 أعلاه كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات والمشتريات المنجزة في سوق معينة.

1- بوسقيعة أحسن، الوجيز في القانون الجزائري الخاص، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، دار هومه، الجزائر، 2006.

2- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 216.

وذلك لا يعني أن التجميع غير مشروع ولكن لكي يعتبر كذلك لا بد من توفر شرط آخر إلا وهو أن يمس بالمنافسة.

ب- المساس بالمنافسة: (مساس التجميع بالمنافسة):

من أهم السلوكيات التي تسمح لمجلس المنافسة بممارسة الرقابة على التجميع نجد شرط المساس بالمنافسة، حيث لا تخضع مشاريع أو عمليات التجميع للمراقبة إلا إذا كان من شأنها إلحاق الضرر بالمنافسة وهذا ما نصت عليه المادة 17 من قانون المنافسة على أنه: " كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة، ولاسيما بتعزيز وضعية الهيمنة مؤسسة على سوق ما..."

إن مراقبة التجميع لا يعني بالضرورة معاقبة الأعوان الاقتصاديين الذي أقاموا التجميع وإنما الغرض منه هو ضبط هذا النشاط لمنع التعسف الذي ينجم عن التجميع، فمثلا إذا كان التجميع يرمي إلى مساعدة مؤسسات اقتصادية أخرى أو شركات تجارية تعاني من عدة مشاكل، كمشكل التسيير أو مشكل في التسويق مما يؤدي بها إلى الإفلاس فهنا تعمل هذه الأخيرة على تجميع أنشطتها مع مؤسسات أخرى قصد تحسين وضعيتها في السوق فهنا لا يمكن أن نقول بوجود هيمنة في السوق أو مساس به وإنما بالعكس فهو أمر ايجابي نظرا لما سيوفره للمستهلك من فرص في الحصول على سلع وخدمات في السوق وكذلك لما سيوفره كذلك لفئة العمال من الحماية من كل تسريح وغلق مؤسساتهم الصناعية¹.

يمكن لمجلس المنافسة طبقا لأحكام المادة 19 من قانون المنافسة بأن يرخص بالتجميع أو يرفضه وذلك بمقرر مغل، أما الفترة الثانية من نفس المادة فهي تنص على إمكانية قبول التجميع لكن بشرط أن يهدف هذا التجميع إلى تخفيف آثاره على المنافسة فهنا

1- زويبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 113.

الأمر لا يتعلق بممارسة منافية للمنافسة، وإنما هو ممارسة تساهم في ترقية المنافسة كما أن شرط تخفيف أثر التجميع يمكن أن يفهم منه كسبب في قبول التجميع¹.

كما يمكن قبول التجميع وأن يرخص به من قبل الحكومة تلقائياً متى كانت المصلحة العامة في ذلك حتى وأن كان محل رفض من طرف مجلس المنافسة².

من خلال دراستنا للممارسات المنافية للمنافسة تبين لنا أن المشرع حرص على محاربتها بجميع صورها سواء كانت اتفاقيات أو صورة تجميع للمؤسسات الاقتصادية.

حيث بالرجوع إلى المادة 21 مكرر فقرة 02 من قانون المنافسة أكدت هذه المادة أنه إذا أثبت أصحاب التجميع بان سيؤدي إلى تحسين القدرات التنافسية في السوق أو أنه يساهم في تحسين التشغيل أو يساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز مكانتها في السوق، فإنه يعفي من متابعة أصحاب التجميع ويضفي عليه الطابع المشروع حتى وأن تم تحقيق ما قدره 40 % أو أكثر.

ولا يطبق نص هذه المادة إلا على التجميعات التي كانت محل ترخيص من قبل مجلس المنافسة وفقاً للشروط سابقة الذكر في كل من المواد 17، 18، 19 من قانون المنافسة³.

الفرع الثاني

حماية المستهلك من الممارسات الفردية المقيدة للمنافسة.

إذا كانت الاتفاقيات المحظورة تستوجب وجود اتفاق من قبل مؤسستين على الأقل وهو عكس الممارسات الفردية حيث لا يشترط وجود اتفاق للقيام بممارسات مقيدة للمنافسة حيث

1- مضمون المادة 19 من القانون رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

2- مضمون المادة 21 من القانون رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

3- لقد صدر مرسوم تنفيذي تطبيقاً لذلك ويتعلق الأمر بالمرسوم التنفيذي رقم 05-219 مؤرخ في 22 يونيو 2005، المتعلق بالترخيص لعمليات التجميع، ج.رج.ج ع 43، الصادر في 22 يونيو 2005.

يمكن لمؤسسة واحدة أن تقوم بهذه الممارسات سواء عن طريق التعسف في استعمال قوتها الاقتصادية (أولاً) القيام بعقود استثنائية (ثانياً) أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفاً (ثالثاً).

أولاً: حظر التعسف في استعمال القوة الاقتصادية.

لا يهدف قانون المنافسة إلى تنشيط السوق فحسب ولكنه يعمل أيضاً على تجنب تعسف الطرف القوي اقتصادياً الذي يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك¹.

إلى جانب الاتفاقات المقيدة للمنافسة هناك طرق أخرى أوجها المشرع في قانون المنافسة تفيد تقييد المنافسة وهذا ما نجده في حالة تمتع مؤسسة ما بقوة اقتصادية معتبرة حيث تنقسم هذه الأخيرة إلى حالتين هما:

- تعسف المؤسسة في وضعية الهيمنة على السوق.
- تعسفاً في حالة التبعية الاقتصادية.

1- التعسف في وضعية الهيمنة على السوق:

حدد المشرع الجزائري وضعية الهيمنة في المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية الهيمنة² ولكن لم يتم تنظيم هذه الممارسة المقيدة للمنافسة بصفة واضحة إلا بصدور الأمر رقم 03-03 المتعلقة بالمنافسة والذي يعرف وضعية الهيمنة في المادة 03 منه ولا بد من التأكيد على أن وضعية الهيمنة ليست ممنوعة في حد ذاتها، إنما ما يمنع هو إساءة استخدام هذه الوضعية أي تعسف في استعمالها³، لذلك يستدعي تحديد متى تتواجد المؤسسة في وضعية هيمنة، ومتى تقوم بالاستخدام التعسفي لهذه الوضعية.

1- عبد الفتاح خالد محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2009، ص 369.

2- مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، ج.ر.ج. عدد 61، الصادر في 18 أكتوبر 2000 (ملغى).

3- فاسي عبد المومن، دور مجلس المنافسة في قمع الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة الماستر في الحقوق، شعبة قانون الأعمال، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص 22-23.

تطرق قانون المنافسة للتعسف الناتج عن الهيمنة في السوق من خلال المادة 07 من قانون المنافسة حيث تعتبر الهيمنة بمثابة القوة الاقتصادية التي تحوزها مؤسسة ما، والتي بها أو بموجبها تستطيع أن تعرقل المنافسة في السوق (المنافسة الفعلية) مع انتهاج سلوك منها يتسم بقدر كاف من الاستقلال في مواجهة منافسيها وكذا عملائها وفي الأخير في مواجهة المستهلكين¹.

يفهم من ذلك أن متى كانت مؤسسة ما تتمتع بسلطة وليس لها منافس في السوق فإنها تكون في وضعية هيمنة للسوق الذي تباشر فيه نشاطها لذا لا بد من تحديد السوق فهو ضروري لمعرفة مدى وجود مؤسسة ما في حالة هيمنة. لذا فقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 314-00 المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذا مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة².

• فكرة الهيمنة عرفت المادة 03 فقرة ج من الأمر رقم 03-03 بأنها: "هي الوضعية التمكن مؤسسة من الحصول على مركز القوة الاقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنها أو مموئها"، فوضعية الهيمنة تسمح لمؤسسة بتفادي ضغوطات المنافسة بفرض تصوراتها على المنافسة وفرض شروطها على زبائنها ومموئها، وذلك نظرا لعدم امتلاك منافسيها وزبائنها ومموئها لخيارات وحلول أخرى كافية، تكون قادرة على مجابهة التصرفات المنفردة لهذه المؤسسة، وذلك راجع خصوصا إلى امتلاك المؤسسة لحصص هامة في السوق وعدم التناسب بينها وغيرها من المؤسسات فيما يخص مركزها، ونمط التحرك التجاري³.

1 - BOUTARD-LABARDE, Marie Chantal CANIVET Guy, op.cit, p71.

2- كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 45.

3- مرسوم تنفيذي رقم 314-2000، لقد تم إلغاء هذا المرسوم ولم يدرج المشرع المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في حالة تعسف لوضعية الهيمنة في السوق.

إذ عرف السوق بأنه تلك السلع والخدمات التي يعرضها العون الاقتصادي والسلع والخدمات البديلة التي يمكن أن يحصل عليها المتعاملون أو المتنافسون في نفس المنطقة الجغرافية¹.

ولتقدير وضعية الهيمنة وجب القيام بالتحديد المسبق للسوق المعنية، من وجهة نظر السلعة أو الخدمة والمنطقة الجغرافية التي تعرض فيها هذه السلعة أو الخدمة فبحسب المادة 03 فقرة (ب) من الأمر رقم 03-03 فإن السوق: " كل سوق للسلع والخدمات، المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذلك تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها أو أسعارها والاستعمال الذي خصص له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية".

نفهم من هذه الفقرة أن لمعرفة إذا كانت مؤسسة ما مهيمنة على سوق ما فلا بد من تحديد سوق السلع والخدمات المعنية بالممارسات المقيدة للمنافسة، وذلك بمعرفة بعدي هذا السوق أي البعد السلعي أو الخدماتي والبعد الجغرافي². إذ لا بد من تحديد السوق المعنية أو ما يطلق عليه باللغة الفرنسية "**la délimitation du marché**" إذ يعتبر بمثابة قاعدة أساسية في قانون المنافسة لقياس مقدار المنافسة الواقعة أو المحتملة، الأمر الذي يسمح بقياس سلطة الهيمنة لمؤسسة ما³.

لا يمكن الوقوف على موقع الهيمنة إلا بإبراز المعايير التي ستساعد في تحديد السوق⁴.

1-مضمون المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 2000-314، المشار إليه أعلاه.

2-البعد السلعي أو الخدماتي للسوق: يعني مدى توفر سلع أو خدمات مشابهة بدرجة كافية عن عدمه، فإذا كانت هناك سلع أو خدمات بديلة يلجا إليها المستهلكين إذا ما غلا السعر مثلا لدى المؤسسة المهيمنة أو الاحتكار وفي حالة العكس فإن السوق تكون مناسبة للهيمنة أو الاحتكار، البعد الجغرافي للسوق: يعني المنطقة الجغرافية التي تعرض فيها المؤسسة سلعها وخدماتها، أنظر كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 46.

3 -Boutard-La barde, Marie Chantal, Canivet Guy, op.cit, p 70.

4-عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مرجع سابق، ص 55.

حيث يعتبر الأستاذ "زوايمية رشيد" معيار المبادلة بمثابة العامل المشترك بين العرض والطلب، بحيث يقتضي الأمر في هذه الحالة البحث عن إمكانية استبدال منتج معين بمنتج آخر إذا كان سعره في ارتفاع¹. ذكر المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 معايير الهيمنة حيث حددها على سبيل المثال ولذلك يستشف منها معايير كمية ومعايير كيفية.

حيث حسب المعايير الكمية: تعتبر المؤسسة مسطرة على السوق إذا كانت تحوز على نسبة 65 % بمعنى لم يبقى للمتنافسين سواء فردا لو شركات مجتمعة إلا 35% كما أن المؤسسة أو المؤسسات تكون في وضعية هيمنة، إذا كانت تحتل مواقع هيمنة حقيقية تميزها على غيرها من المؤسسات، كاستحواذها على تكنولوجيا عالية ومتطورة، سهولة حصولها على مصادر التمويل، لها اتفاقيات مالية اقتصادية مبرمة مع مؤسسات أخرى...²

فإضافة إلى المعايير الكمية هناك معايير كيفية يمكن التطرق إليها كوجود امتيازات قانونية وتقنية، الشهرة والعلامة سواء الشهرة الوطنية المحلية أو الدولية، وخاصة إبقاء المؤسسة على وضعية الهيمنة رغم المنافسة في السوق مما يؤكد قوتها الاقتصادية³. لكن نلاحظ أن العون الاقتصادي الموجود في وضعية الهيمنة لا يعتبر مرتكب لممارسة منافية للمنافسة وإنما يجب توفر عنصر آخر هو التعسف حتى يصبح في مركز مخالفة⁴.

ويقصد بالاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة كل فعل يرمي إلى الحد وإلغاء منافع المنافسة في السوق أو جزء منه وهو فعل ممنوع.

1-زوايمية رشيد، قانون النشاط الاقتصادي مبدأ المنافسة الحرة، مرجع سابق، ص 9.

2-شروط حسين، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-05 وفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى، الجزائر، 2012، ص 78.

3-المرجع نفسه، ص 78.

4-قابة صورية، مجلس المنافسة، مذكرة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، معهد الحقوق، جامعة الجزائر، 2001، ص 140.

نلاحظ أن جميع القوانين لم تقم بتعريف الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة، حيث اكتفت هذه المواد القانونية بإعطاء أمثلة يستدل بها للتعريف الدقيق على حالات الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة¹

2- التعسف في حالة التبعية الاقتصادية:

يمنع قانون المنافسة كل أفعال وممارسات مقيدة للمنافسة مهما كان شكلها ومضمونها ومن هذه الممارسات تلك التي ترتكبها المؤسسات القوية اقتصاديا تجاه بعض المؤسسات والتي تتمثل في فرض بعض الشروط التعسفية عليها، نتيجة استغلال حالة التبعية التي تتواجد عليها هذه المؤسسات².

حيث عرفت المادة 03 فقرة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وضعية التبعية الاقتصادية على أنها: "هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا".

نلاحظ أن المشرع ركز على الطرق الضعيفة في العلاقة أن الأصل يكون لكلا الطرفين نفس الحقوق عند إبرام العقد وفي هذا التعريف نلاحظ أن غياب الاحتكار الكافي لأحد الشركاء يجعلهم مرغمين على التعاقد مع تلك المؤسسات رغم شروطها التعسفية، والجدير بالذكر أن القانون لا يعاقب على التبعية الاقتصادية وإنما يعاقب على الاستغلال التعسفي لهذه الوضعية³.

ونظرا لما تسببه هذه الممارسة من ضرر بالمنافسة فقد حظرتها المادة 11 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

1- مسعد جلال، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة تيزي وزو، 2002، ص 93.

2- كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 49.

3- عمار بلقاسم، مرجع سابق، ص 46.

فهذه الممارسات المذكورة في نص المادة تعتبر ممارسات تعسفية ناتجة عن التبعية الاقتصادية فهي ممارسات مقيدة تتعارض مع مبادئ المنافسة النزيهة وبالتالي فالتعسف هو المعيار الوحيد الذي يقاس به مدى قيام عنصر التبعية الاقتصادية غير المشروع وبذلك يؤثر سلبا على سريان الحسن للمنافسة، فعدم التوازن في العلاقات ما بين الأعوان الاقتصاديين لا يكفي لوحده لتشكيل ممارسة منافية للمنافسة الحرة حتى وإن وجد تعسف مادام أنه لا يرمي إلى الإخلال بالمنافسة الحرة¹.

ثانيا: القيام بعقد استثنائية.

وفقا لأحكام المادة 10 من قانون رقم 12-08² بمنع الأعمال و العقود التي تضيي طابعا استثنائيا على ممارسة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات والاستيراد تفاديا لحالات الاحتكار التي قد يستغلها المتعاملون الاقتصاديين.

علما أن هذا الحظر كان قبل تعديل أحكام هذه المادة بموجب القانون سالف الذكر، يتعلق فقط بتصرف واحد يتمثل في عقد الشراء الإستثنائي وبإحدى النشاطات التي نص عليها قانون المنافسة والمتمثلة ونشاط التوزيع³.

هدف المشرع هنا هو إلزام المتعاملين الاقتصاديين بذل جهد لتحقيق مكانتهم في السوق على أساس قدراتهم الاقتصادية وذلك في إطار روح تنافسية شفافة ونزيهة⁴.

نجد المشرع حظر كل العقود الاستثنائية وهي الممارسة الوحيدة المحظورة بحد ذاتها، ولكن حين ننظر إلى عقود أخرى مثل عقود الفرونشيز والعقود المتعلقة بحق الملكية الفكرية

1- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، مرجع سابق، ص 193.

2- راجع المادة 10 من قانون رقم 12-08 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03، يتعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

3- شيخ أعمار يسمينة، توزيع الاختصاص ما بين مجلس المنافسة وسلطات الضبط القطاعية في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009، ص 69.

4- المرجع نفسه، ص 69.

والصناعية ليس معاقب عليه لكن بالعودة لقانون المنافسة نجد أنه منع بصريح العبارة كل عقد استثنائي.

لذا نلاحظ أن هناك تناقض وتعارض مع عقود أخرى استثنائية فمن جهة إعترف بها المشرع ومن جهة أخرى حظرها قانون المنافسة.

ثالثاً: ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً.

تنص المادة 12 من قانون المنافسة على أنه: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن يؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق".

وعليه فإن الغرض من حظر مثل هذا النوع من البيوع يعود بالدرجة الأولى إلى الإضرار الذي قد يلحق بالمؤسسة الأخرى التي تزاوّل نفس النشاط الاقتصادي مع العلم أن القانون المدني لا يمنع من البيع بسعر أدنى من سعر السلعة الحقيقي، وهو ما يعرف بالبيع بطريق الوضيعة أي بخسارة جزافية أو بخسارة بنسبة مئوية من رأس المال¹.

ولمتابعة هذه الممارسة، يشترط القانون توفر بعض العناصر لقيامها وهي:

- العرض أو البيع بأسعار منخفضة، يجب أن يكون هناك عرض أسعار بيع بإعلانها أو إشهارها مثلاً بأية وسيلة، أو ممارسة البيع بصورة فعلية.
- السعر المعروض أو الذي تم به البيع أقل من تكاليف السلعة لمتابعة هذه الممارسة، يشترط أن تقل الأسعار المعروضة أو الممارسة عن تكاليف إنتاج المنتجات محل البيع وتحويل هذه المنتجات وتسويقها.
- توجيه العرض أو البيع للمستهلك، لا بد أن يتوجه هذا العرض أو البيع إلى المستهلك، ولم يشر قانون المنافسة إلى المستهلك الذي عرفته المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك والغش المذكورة سالفاً والمقصود من

1- سي يوسف زاهية حورية، عقد البيع، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2000، ص 63.

المستهلك في هذا المجال هو المستهلك النهائي إذ يشترط أن يكون المستهلك طرفا في العلاقة¹.

- تقييد المنافسة، أن يترتب على الممارسات تقييد للمنافسة في السوق، سواء كان ذلك بقصد أو بدون قصد، تحقق هدف الممارسة وأثرها أو لم يتحقق².

المطلب الثاني

الممارسات المستثناة من الحظر المقيد للمنافسة

المشرع الجزائري استثنى حالات من حظر الاتفاقات والممارسات المقيدة للمنافسة والتي جاءت في المادة 09 من الأمر رقم 03-03 والمشرع أوجدها تماشيا مع السياسية ذات الاقتصادية المنفتحة.

الفرع الأول

الاستثناء الناتج عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي.

جاء في المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة: " لا تخضع لأحكام المادتين 06 و 07 الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي اتخذ تطبيقا له"³.

1- وجود نص تشريعي أو تنظيمي:

يشترط أن يكون نصا تشريعا صادرا عن هيئة تشريعية أو نصا تنظيميا يتخذ تطبيقا لنص تشريعي، فالتبرير يكون بنص تشريعي ولا يمكن تبرير ممارسات بموجب قرارات إدارية⁴.

1 -VIGNAL MALAURIE. Marie, Droit de la Concurrence, 2^{eme} éd, Armand colin, Paris, 2003, p 119.

2-كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 54-55.

3- المادة 09 من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة المؤرخ في 19 يونيو 2003، مرجع سابق

4- عيساوي سمير، مومن فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 76

2-العلاقة المباشرة للنص مع الممارسة المستثناة:

حتى يستفيد منتهكو الممارسة المقيدة للمنافسة عن لإعفاء، يجب أن يكون الممارسة المرتكبة لها علاقة مباشرة وضرورية بنص تشريعي أو تنظيمي¹. ولا بد من التفرقة بين ما إذا كان موضوع النص القانوني يستثنى قطاع اقتصادي بأكمله من مجال المنافسة، أو جزءا فقط من السوق. **ففي المرحلة الأولى:** النص القانوني يلغي المنافسة بأكملها لذلك فإن قانون المنافسة لا يطبق. **ففي المرحلة الثانية:** بما أن النص القانوني يقيد فقط دون أن يلغيها لذلك يبقى مبدأ الحظر ساريا².

الفرع الثاني

استثناء الممارسة من الحظر التي تؤدي إلى تقدم اقتصادي

بهدف إزدهار والتطور الاقتصادي أوجدت القوانين المقيدة للمنافسة، إلا أنها يمكن ان تكون ممارسات فردية أو جماعية.

1-الاستثناء الفردي للممارسة المقيدة للمنافسة:

وضعية هيمنة المؤسسة أو عدة مؤسسات ليس من شأنها المساس بالمنافسة في السوق فيقوم بالترخيص لها، وهذا ما جاء في المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المذكور أعلاه ومقيدة بشروط موضوعية وشكلية.

أ-الشروط الموضوعية للاستثناء من الحظر:

الشروط الموضوعية من الاستثناء للممارسة المقررة من الحظر ما جاء في المادة 09 من الأمر رقم 03-03 هو أن تساهم الاتفاقيات أو الممارسات المعنية في التقدم الاقتصادي والتقني وتضمن للمستهلكين أو المستخدمين جزءا عادلا من المنفعة التي تنتج عنه³.

1- عيساوي سمير، مومن فاطمة الزهراء المرجع نفسه، ص 76.

2-أبو بكر عياد كرالفة، الاتفاقيات المحظورة في مجال المنافسة، مذكرة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال مقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، السنة الجامعية 2012-2013، ص 71.

3- عيساوي سمير، مومن فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 77.

- أن تساهم الممارسة المستثناة في تحسين الإنتاج والتوزيع أو تنمية التقدم الاقتصادي.
- يستثنى من الحظر الممارسات والاتفاقات المبرمة بين المؤسسات الصغيرة أو المتوسطة إذا كان هذا الأفق من شأنه تعزيز وضعيتها في السوق.
- استفادة المستخدمين من التقدم الاقتصادي.
- أن يكون تقييد المنافسة نتيجة لتحقيق تقدم اقتصادي.
- يجب أن لا تؤدي إلى الاستبعاد الكلي للمنافسة في المعتمدة قانونا.
- وكشروط مطلوبة على أعضائها مرهون إلى حد كبير بالحصول على تصريح بالإعفاء من مجلس المنافسة، ولا تحصل المؤسسة على الإعفاء إلا إذا كانت محاسنها تفوق مساوئها.
- ب- الشروط الشكلية للاستثناء من الحظر:**
- يتمثل في الحصول على رخصة من مجلس المنافسة حسب المادة 09 الفقرة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة في:
- **طلب الحصول على تصريح بالإعفاء:**
- يجب أن تتقدم المؤسسة بطلب مكتوب إلى مجلس المنافسة للحصول على تصريح بالإعفاء والمرسوم التنفيذي رقم 05-175 يبين شروط وكيفية الحصول على التصريح بعد التدخل من مجلس المنافسة¹.
- **شروط قبول الطلب:** بيانات الطلب، هوية صاحب الطلب و ذكر موضوع الطلب.
- استمارة المعلومات: معطيات متعلقة بالمؤسسة أو المؤسسات المشاركة في الطلب؛ يجب تبيان وضعية المؤسسة في السوق؛ معطيات متعلقة بالسوق المعنية.
- **إخطار مجلس المنافسة:**
- تشتترط في الفقرة 02 من المادة 09 من الأمر رقم 03-03 إخطار مجلس المنافسة.

1-مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 12 مايو 2005، يحدد كليات الحصول على التصريح بعد التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، ج.ر.ج.ع 35، الصادر في 08 مايو 2005.

- أثر التصريح بالإعفاء:

إذا حصلت المؤسسة على قرار الإعفاء من مجلس المنافسة فإن الممارسات التي تقوم بها محل الإعفاء تكون مشروعة ولا تعاقب عليها¹.

2-الاستثناء الجماعي للممارسات المقيدة للمنافسة:

لم يأخذ المشرع الجزائري بالإعفاء الجماعي مخالفًا للقانون الفرنسي، والمراد من هذه الآلية هو إعفاء فئات معينة من الاتفاقات التي تمر بظروف معينة، يمكن أن تتحسن في ميدان الكفاءة الاقتصادية².

باعتبار أن المشرع منح حماية للممارسات المقيدة للمنافسة كما رأيناه سابقًا، مما يدفعنا للتساؤل هل المشرع وضع نفس الحماية للممارسات التجارية غير المشروعة؟.

1- عيساوي سمير، فاطمة الزهراء، مرجع سابق، ص 83.

2- عيساوي سمير، فاطمة الزهراء، المرجع نفسه، ص 83.

المبحث الثاني

حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة

تؤدي بعض المخالفات والتجاوزات في مجال المنافسة إلى الأضرار والمساس بمصالح المستهلك لأنه الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية ذلك من خلال مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية (الفرع الأول) وكذا مخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية¹ (الفرع الثاني).

المطلب الأول

مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية

لقد نص المشرع الجزائري في المادة الأولى من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على هذه الممارسات التجارية: "يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين هؤلاء والمستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه".

وأدرج هذه الممارسات في الباب الثاني من القانون رقم 04-02 سالف الذكر وقسمها إلى فصلين، حيث نص في الفصل الأول على الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع (الفرع الأول) وخصص الفصل الثاني لما يتعلق بالفوترة (الفرع الثاني).

1- عرف القانون النموذجي للدول العربية المنافسة غير المشروعة بأنها كل عمل من أعمال المنافسة يتنافى مع العادات الشريفة في المعاملات التجارية والصناعية، أما المشرع الجزائري فقد اصطلح عليها الممارسات التجارية غير النزاهة، أنظر: فلفل سميرة، المنافسة غير المشروعة وحقوق الملكية الصناعية، مذكرة الماستر في الحقوق، شعبة القانون الخاص، تخصص قانون الخاص الشامل، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص 06.

الفرع الأول

عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.

الالتزام بالإعلام هو التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك¹. فقد ذكرناه في المطلب الثاني، مبحث الثاني من الفصل الأول.

ومن أجل ضمان شفافية الممارسات التجارية نص المشرع الجزائري على ضرورة إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات، وشروط البيع.

1- عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات:

يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات شرط ضروري لشفافية السوق وكذا لحرية اللعبة التنافسية رغم صعوبة تنظيمه حيث تنص المادة 04 من القانون 04-02 سالف الذكر على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات وشروط البيع".

أما المادة 05 من القانون نفسه فإنها تنص: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو رسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة ويجب تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة".

وعليه فجاء المشرع بمفهوم عام للطرف الذي يجب أن توجه له سعر السلع والخدمات الأمر الذي يحتمل أن يشمل كل من المستهلك والعون الاقتصادي²

أ- كيفية الإعلام بالأسعار والتعريفات:

هناك عدة طرق لإشهار الأسعار لكن لا بد من التمييز بين طرق الإشهار في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين، وبين طرق الإشهار في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين³.

1- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك، مرجع سابق، ص 15.

2- زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 58.

3- مسعد جلال، مرجع سابق، ص 112.

أ- 1-الالتزام بالإعلام في مواجهة الأعوان الاقتصاديين: نصت المادة 07 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في فقرتها الثانية¹ على هذه الكيفيات وتمثل في:

أ- 1-1 جداول الأسعار أو النشرات البيانية:

وهي وثيقة ينظمها العون الاقتصادي تتضمن جدول من قائمة السلع والخدمات المقدمة والأسعار التي تقابلها، بما فيها الضرائب والرسوم المفروضة عليها، ويجب أن تكون مكتوبة بوضوح، سهلة القراءة في المكان الذي يتم فيه استقبال الزبون بشكل لا يدع مجالاً لأي شك أو ريب حول طبيعة الخدمة أو سعرها وكذلك الحال بالنسبة للخدمات الإضافية، غير أنه إذا كان من السهل الإعلام بأسعار السلع فإن الإعلام بأسعار الخدمات والتنبؤ المسبق بها يصعب تصوره في بعض الأحيان فهناك بعض الخدمات ذات الطبيعة المتعددة تختلف باختلاف طبيعة الطلب الذي يتقدم به الزبون أو وضعيته الخاصة مثال ذلك خدمة التركيب والصيانة التي لا يمكن وضع سعر موحد لكل الزبائن ولكن تختلف من طلب لآخر².

وقد يكون هذا ما دفع المشرع إلى الإشارة إلى نص المادة 5 فقرة 4: "تحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة عن طريق التنظيم".

إلا أنه رغم وجود هذا النص كذلك في الأمر رقم 95-06 (الملغى) إلا أنه لم يصدر أي نص تنظيمي لحد اليوم في هذا الإطار وهذا ما يشكل عبء على عاتق الأعوان

1-المادة 07 فقرة 02 من قانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010، ج.رج.ج ع 46، الصادر في 18 غشت 2010، تنص على أنه: "ويكون الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة ومقبولة بصفة عامة في المهنة".

2-بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009، ص 13.

الاقتصاديين في بعض القطاعات الخاصة، وقد يتحملون عبء ذلك جراء متابعات جزائية ناجمة عن عدم الإعلام بالأسعار طبقاً للمادة 31 من نفس القانون¹.

أ- 2- الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات في مواجهة المستهلكين:

إن إعلام المستهلك يعتبر من الحقوق الأساسية له وعامل تنمية وتشجيع للمنافسة النزيفة والشريفة كما يسمح له بالاختيار بين المنتجات والخدمات التي تستجيب لحاجاته ورغباته، والإطلاع على الخصائص الأساسية للمنتجات والأسعار وشروط البيع. وبفضل إعلام البائع للمستهلك يتخذ هذا الأخير قراراته عن علم ودراية ويرشد استهلاكه، مما يعود بالمنفعة عليه وعلى السوق وذلك بالقضاء على المنتجات والخدمات ذات النوعية الرديئة².

أ- 2- 1- العلامات:

العلامات تستعمل في الغالب لإعلام أسعار السلع صغيرة الحجم التي لا تتحمل الملصقات كالجواهر، وتوضع العلامة على المنتج أو في جواره، بحيث لا يدع مجالاً للشك في انتسابه لمنتج آخر سواء من حيث الطبيعة أو من حيث النوعية، ويكون ذلك بتسمية المنتج بدقة ويبين إلى جانبه السعر مرافقة لمعيار الوزن أو الكيل، كما يجب أن توزن وتكال السلع على مرئ المشتري³.

أ- 2- 2- الوسم:

يقصد بالوسم البيانات والإشارات أو علامات المصنع أو التجارة أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية معينة، الموضوعة على الغلاف والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك ويجب أن يكون بطريقة لا توهي بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك بحيث لا يحمل أي عبارات أو إشارات تؤدي إلى زرع الشك والظن، وكما يجب أن تكون

1- كـتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص ص 80-81.

2- بن قري سفيان، مرجع سابق، ص 13.

3- المرجع نفسه، ص 13.

البيانات مرئية وسهلة القراءة ومتعذر محورها ومكتوبة باللغة العربية، وبلغة أخرى على سبيل الإضافة أو الإيضاح للتسهيل فهم المستهلك¹.

أ-3.2 المعلقات:

عبارة عن تنصيب جدول واحد، تكتب فيه قائمة المنتجات المعروضة للبيع أو الخدمات المقدمة والأسعار المطلوبة لكل منها، فهي تتعلق بإشهار إجمالي للمنتجات وأسعارها².

أ-3 جزء عدم الإعلام عن الأسعار والتعريفات:

إن حماية المستهلك في هذه المرحلة تكون من خلال معاتبة كل التجاوزات في هامش الأرباح المقدرة بغرامة من 5000 دج إلى 100000 دج طبقاً للمادة 31 من القانون رقم 04-02³.

1- عدم الإعلام بشروط البيع:

إعلام أسعار السلع والخدمات قد تكون غير كافية للمستهلك، لذلك أضاف القانون شرط آخر هو إلزامية قيام العون الاقتصادي بإعلام بشروط البيع، لأن المسألة تتعلق بشفافية الممارسات التجارية والتنافس الحر والنزيه، لذا تنص المادة 08 من قانون الممارسات التجارية على أن البائع ملزم قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية وسيلة بكل المعلومات النزيهة أو الصادقة التي تعرف بالمنتج أو الخدمة ويشترط البيع وحتى الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة⁴.

1-خالدي فتيحة، "الحماية الحنانية في ظل أحكام القانون رقم 09-03"، أعمال المتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17-18 نوفمبر 2009، ص 370-371.

2-جلال مسعد، مرجع سابق، ص 114.

3-انظر المادة 31 من القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

4-إرزيل كاهنة، " الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك"، مداخلة قدمت في أعمال المنتدى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 5.

أ- استخدام اللغة العربية عند الإعلام:

يكون الإعلام حول طبيعة السلعة أو الخدمة وكذا الأسعار من قبل العون الاقتصادي للمستهلك باللغة العربية أصلاً، مع إمكانية استعمال لغات أخرى إذا كان الأمر يهدف إلى إيصال الرسالة أو المعلومة إلى المستهلك بطريقة سهلة، لكن بشرط أن تكون اللغة مرئية ومقروءة¹.

ب- جزاء عدم الإعلام عن شروط البيع:

نص المشرع الجزائري في المادة 32: " يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8 و 9 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة مالية من عشرة آلاف دينار 10000 دج إلى مائة ألف دينار 100000 دج" في الأخير يبقى الجانب العملي المتعلق بشفافية الممارسات التجارية في شقه المتعلق بإعلام شروط البيع بعيدا كل البعد عما مقرر قانونا، وربما يرجع ذلك لصعوبة التطبيق في كل التعاملات دون تمييز النصوص بين قيمة أو أهمية المعاملة إذ كان على المشرع تحديد الأنشطة الواجبة الإعلام بشروطها عن طريق التنظيم حسب أهميتها².

الفرع الثاني

الفوترة

بجانب ضرورة الإعلام بالتعريفات والأسعار وضرورة الإعلام بشروط البيع ومعاقبة القانون لكل من يخالف هذه الإجراءات، استلزم المشرع كذلك إلزامية الفوترة لضمان شفافية المعاملات التجارية من خلال تبيان مقصودها وشروط تسليمها وجزاء عدم تسليمها.

1- المقصود بالفوترة:

يقصد بها تلك الوثيقة التي تحدد نهائيا السعر من خلال عدد المجهز وهي اختيارية بالنسبة للمنتجات المباعة للمستهلكين، فالبائعون عامة يقدمون تذكرة الصندوق التي تحدد

1- إرزيل كاهنة، مرجع سابق، ص 7.

2- بن قري سفيان، مرجع سابق، ص 26.

السعر لمختلف مشتريات الزبون، وبالمقابل هي إلزامية للخدمات المقدمة لهم¹.

لقد نص عليها المشرع الجزائري في القانون رقم 04-02 المعدلة بأحكام القانون رقم

10-06 بحيث خصص لها فصلا كاملا، وتناولته المادة 10.

2- شروط تسليم الفاتورة:

نظرا لأهمية الفوترة لاسيما في الوثائق المحاسبة للتجار، وإذا كانت عمليات البيع أو تسليم الفواتير منتظمة، فإنها تحرر بشأنها فاتورة إجمالية كل شهر تكون مراجعتها وصولات التسليم، وبالنسبة للبضائع التي ليست محل معاملات تجارية مصحوبة في كل الحالات بسند تحويل يستتظر عند كل طلب أثناء، غير أن وصولات التسليم تكون إلا للأعوان الاقتصاديين المرخص لهم بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة².

وجاءت المادة 12 من قانون رقم 04-02 بحكم عام تحدد شروط الفاتورة التي تنص على أنه: "يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكيفيات التي تحدد عن طريق التنظيم" كما أضافت المادة 13 من القانون نفسه: " يجب أن يقدم العون الاقتصادي بصفته بائعا أو مشتريا الفاتورة للموظفين المؤهلين بموجب هذا القانون عند أول طلب لها، أو في أجل تحدده الإدارة المعنية"

3- جزاء عدم تسليم الفاتورة:

لقد نص المشرع في المادة 33 من القانون رقم 04-02: "دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفات لأحكام المواد 10 و 11 و 13 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80 بالمائة من المبلغ الذي كان يجب

1- كالم حبيبية، حماية المستهلك، مذكرة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، د ت م، ص 37.

2- بن سعيد خديجة، "الممارسات التجارية والتدليسية وغير الشرعية"، منتدى الأوراس القانوني، الجزائر، 2010، بدون ص

انظر الموقع: WWW.Sciences_juridiques.Ahlamontada.Net/profile.

فوترته مهما بلغت قيمته" كما نص في المادة 34 من القانون نفسه عن جزاء القيام بفاتورة غير مطابقة¹.

المطلب الثاني

مخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية.

تتعلق الممارسات التجارية النزيهة أساسا بالأخلاق الواجب مراعاتها عند مزاوله النشاط التجاري، وذلك ضمانا لأكبر قدر ممكن من النزاهة في المعاملات التجارية التي تتم بين المستهلك والعون الاقتصادي، إذ لابد من احترام القواعد والمبادئ التي وضعها المشرع والتي تكفل حماية المستهلك من آثار الممارسات المنافسة لروح التجارة، ولقد نظم المشرع الجزائري الممارسات الماسة بنزاهة الممارسات التجارية في خمس فصول، تندرج تحت الباب الثالث المعنوي بنزاهة الممارسات التجارية من القانون المحدد للقواعد المطبقة عل الممارسات التجارية².

ومن بين هذه الممارسات التجارية غير نزيهة التي نص عليها المشرع باعتبارها تعيق السير الحسن للعبة التنافسية نذكر منها الممارسات التجارية غير الشرعية وممارسة أسعار غير شرعية (الفرع الاول) والممارسات التعاقدية التديسية والممارسات التعاقدية التعسفية (الثاني).

1-المادة 34 من القانون 04-02 يحدد مخالفة لأحكام القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على: "تعتبر فاتورة غير مطابقة، كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار 10000 دج إلى خمسين ألف دينار 50000 دج بشرط إلا تمس عدم مطابقة الاسم والعنوان الاجتماعي للمبلغ أو المشتري، كذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتوجات المباعة أو الخدمات المقدمة حيث يعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوتره يعاقب عليها طبقا لأحكام المادة 33 أعلاه".

2-المواد من 14 إلى 29 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

الفرع الأول

الممارسات التجارية غير الشرعية وممارسة أسعار غير شرعية

يسعى كل عون اقتصادي إلى تحقيق أكبر ربح ممكن والسيطرة على أكبر الحصص في السوق وذلك بتجاوزات يقومون بها بعيدة عن روح المنافسة النزيهة ومخالفة القواعد الواجب إتباعها وكل هذه تؤثر سلباً على النشاط التنافسي ومنه على النشاط الاقتصادي ككل، لذا تدخل المشرع لوضع قواعد ومبادئ تضمن شفافية ونزاهة تلك الممارسات سواء التي تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو بينهم وبين المستهلكين إضافة إلى الإسعاد غير الشرعية والتي تدخل ضمن الممارسات غير شرعية، لذا سنتناول الممارسات غير الشرعية ثم ممارسات أسعار غير الشرعية.

1- الممارسات التجارية غير الشرعية:

أدرج المشرع تحت عنوان الممارسات التي من شأنها لن تؤدي إلى الإخلال بالعلاقات التجارية الشريفة والنزيهة فيما بين الأعوان الاقتصاديين وفيما بين هؤلاء المستهلكين¹ فكثيراً ما يلجأ الأعوان لاقتصاديون إلى القيام بممارسات تجارية غير شرعية، عادة ما يتعرض المستهلك إلى ضغوطات وممارسات غير مقبولة لفرض العون الاقتصادي عليه شراء أنواع من البضائع لا يريدونها، كما أن العون الاقتصادي باعتباره محترفاً في مواجهة المستهلك الذي يستغله لتحقيق الأرباح قد يقع هو الآخر ضحية عون اقتصادي محترف، لذا كان من الأجدر التدخل لمنع الممارسات التي من شأنها المساس بمصالح مختلف الفاعلين في السوق من أعوان اقتصاديين ومستهلكين، وهو ما توخاه المشرع من خلال هذه القانون المتعلق بالممارسات التجارية².

1- كـتـو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية، مرجع سابق، ص 92.

2- المواد من 14 إلى 20 من القانون 04-02 معدل ومتمم.

وتتمحور هذه الممارسات حول:

- مزاوله نشاط تجاري دون اكتساب الصفة.
- ورفض البيع أو أداء خدمة.
- البيع المشروط والبيع التمييزي.
- البيع بالخسارة.
- إعادة بيع المواد على حالتها.

أ- مزاوله نشاط تجاري دون اكتساب الصفة:

"يتمنع على أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها" هذا ما نصت عليه المادة 14 من الأمر رقم 04-02 فإذا كانت حرية ممارسة التجارة من أهم الحريات الاقتصادية التي ضمنها الدستور¹.

فإن هذه الحرية يجب أن تمارس في إطار الضوابط التي حددها القانون ومنها ضرورة اكتساب الصفة اللازمة لممارسة الأعمال التجارية، وهي صفة التاجر²، والتاجر هو كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذه مهنة معتادة له³، وبالرجوع إلى القانون المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، نجد انه نص على انه يلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في مزاوله نشاط تجاري بالقيود في السجل التجاري⁴، والسجل التجاري هو أداة قانونية تثبت أن خلاله الأهلية القانونية الكاملة لممارسة التجارة⁵ كما يعتبر شرطا لاكتساب صفة التاجر، حيث إذا توفرت في الشخص شروط اكتساب صفة التاجر فإنه يترتب عليه

1-المادة 37 من دستور 1996: " حرية الصناعة والتجارة مضمونة وتمارس في إطار القانون"

2-كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفق الأمر رقم 03-03، مرجع سابق، ص 92.

3-المادة 01 من الأمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج. ج ع 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.

4-المادة 04 من القانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط الأنشطة التجارية، ج.ر.ج. ج عدد 52، الصادر في 18 أوت 2004.

5- لعور بدره، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة الدكتوراه علوم في الحقوق فرع القانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014، ص 199.

التزام بالقيود في السجل التجاري، ويعتبر كذلك هذا الأخير في نفس الوقت أثرا لاكتساب صفة التاجر طبقا للمادة 19 من التقنين التجاري حيث نصت أنه يلتزم بالسجل في السجل التجاري كل شخص طبيعي له صفة التاجر في نظر القانون، إذ لا يمكن الشخص ممارسة نشاط تجاري دون القيد في السجل التجاري.

وبالإضافة لشرط القيد في السجل التجاري هناك أنشطة تجارية خصها المشرع بشروط إضافية في إطار نظام الأنشطة أو المهن المقننة¹ فلا يمكن ممارستها بمجرد القيد في السجل التجاري، وإنما يجب في ذلك الحصول إما على ترخيص أو اعتماد من الجهات المختصة ومثال الأنشطة المتعلقة بإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص فهذه الأنشطة تخضع للترخيص². وهذه التراخيص والاعتمادات تمنحها الإدارات أو الهيئات أو المؤهلة لذلك³.

وكذلك نجد قطاع البترول حيث ينضم بنك أو مؤسسة مالية إلى المهنة بموجب الحصول على ترخيص من مجلس النقد والقرض طبقا لما ينص عليه قانون النقد والقرض، والترخيص وحده ليس كافيا لإنشاء بنك أو مؤسسة مالية، بل لابد من الحصول على اعتماد من محافظ بنك الجزائر⁴.

وبالتالي فإن الشخص الذي يمارس أعمالا تجارية دون اكتساب صفة التاجر، ودون قيده في السجل التجاري أو دون الحصول على اعتماد أو ترخيص مسبق في الحالات التي

1- بودراع بلقاسم، الوجيز في القانون التجاري، الأعمال التجارية، التجار والمحل التجاري، الإيجارات، البيع، بدون طبعة، مطبعة الرياض، الجزائر، 2004، ص 99.

2- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 97-40 مؤرخ في 18 جانفي 1997، يتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاصة للقيد في السجل التجاري وتأطيرها، ج.ر.ج ع 05، الصادر في 1 يناير 1997

3- مرسوم تنفيذي رقم 97-254، يتعلق بالرخص المقننة لإنتاج المواد السامة التي تشكل خطر من نوع خاص واستيرادها، مرجع سابق.

4- المادتان 82 و 91 من أمر رقم 03-11 مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، معدل ومتمم، ج.ر.ج ع 52، الصادر في 27 أوت 2003.

يتطلبها القانون، يعتبر سلوكه مجرماً، ويشكل جنحة ممارسة أعمال تجارية دون صفة¹.

ب- رفض البيع أو تقديم خدمة:

تناول المشرع رفض البيع أو تأدية الخدمة في القانون المتعلق بالممارسات التجارية حيث نص على انه: "تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع، يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي، إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات"².

وقد يعتبر رفض البيع مشروعاً، ومثال ذلك في حالة ما إذا رفض التاجر تسليم منتج ما بسبب أن المشتري ينوي استعماله بطريقة غير شرعية.

وبالتالي فإن كل عون اقتصادي يمتنع عن بيع سلعة أو أداء خدمة متوفرة دون مبرر شرعي يكون مرتكباً لجنحة رفض البيع أو أداء الخدمة وغاية المشرع من وراء تجريم رفض البيع أو أداء الخدمة هو حماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وهو المستهلك، لأن هذا الأخير لا يمكنه إجبار المهني على البيع أو تقديم الخدمة³.

ج- البيع المشروط والبيع التمييزي:

يعد البيع المشروط أو البيع التمييزي ممارسات غير مشروعة.

ج1- البيع المشروط:

منع المشرع الجزائري البيع المشروط أو أداء الخدمة المشروطة وهناك نوعين من - الممارسات التجارية التي تكون مقرونة بشرط.

1- المادة 14 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم، والمادة 04 من القانون رقم 04-08.

2- المادة 15 من القانون رقم 04-02 معدل متمم.

3- كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة الماجستير فرع قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010-2011، ص 30.

النوع الأول: البيع أو أداء الخدمة المشروطة بمكافئة مجانية نظم المشرع هذا النوع كمارسة غير نزيهة تحرض المستهلك للحصول على مال أو خدمة لا يرغب فيها بموجب القانون المتعلق بالممارسات التجارية¹.

والممارسات التجارية المشروطة بمكافئة مجانية هي الوعد الذي يتم من خلال الممارسة التجارية في صورة بيع السلع أو عرضها أو أداء الخدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا، يمنح بموجبها العون الاقتصادي البائع لكل زبون يقتني من محلاته هدية مجانية مما يشكل دافعا للتعاقد مع هذا العون الاقتصادي دون غيره ومن شأن ذلك خلق منافسة غير مشروعة تؤثر سلبا على توازن السوق².

وقد أورد المشرع بعض الاستثناءات على البيع أو أداء الخدمة المشروطة بمكافئة مجانية فأجاز منح بعض المكافئات وهي السلع أو الخدمات المماثلة لموضوع البيع أو أداء الخدمة بشرط ألا تتجاوز 10%، ومثال ذلك إضافة نسبة 10% من مسحوق الغسيل في العبلة التي تحتوي مقدار اقل بنفس السعر وكذلك الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة، والعينات³.

وتكمن الغاية من منع هذا النوع من البيوع في تفادي قيام المستهلك باختيار سلعة أو خدمة معينة للحصول على مكافئة ومن دون إعطاء أهمية لمعياري الجودة والسعر⁴ إذا فالبيع بالمكافئات من شأنه دفع المستهلك إلى شراء غير نافع أو غير مجدي.

وعليه فإن أساس المنع هو حماية مصلحة المستهلك بالدرجة الأولى من خطر حمله على الزيادة في حجم مشترياته أملا في الحصول على مكافئة، مقابل استرجاع البائع لقيمة

1-المادة 16 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

2-لعور بدرة، مرجع سابق، ص 214.

3-المادة 16 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

4-كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والمماريات التجارية، مرجع سابق، ص 94.

المكافئة عن طريق الزيادة في ثمن السلع المباعة أو الإنقاص من جودتها¹. ومخالفة هذا المنع من قبل العون الاقتصادي يعد مرتكب لجنحة البيع المشروط بمكافئة مجانية.

النوع الثاني: البيع أو أداء الخدمة المشروط بشراء كمية أو منتج بأداء خدمة أخرى.

طبقاً للقانون المتعلق بالممارسات التجارية²، فإنه يحظر كل شرط يلزم المستهلك بشراء كمية، مفروضة من طرف البائع أو ترتبط عملية البيع باقتناء سلعة أخرى أو خدمة والأمر كذلك إذا كان محل البيع تأدية خدمة، فيمنع كل شرط يقضي بأن ترتبط تأدية الخدمة محل الأداء على إقتناء المستهلك لخدمة أخرى أو شراء سلعة³.

ومثال ذلك اشتراط البيع بشراء سلعة أخرى أن يشترط البائع على المستهلك الذي يرغب في اقتناء الحليب شراء علبة جبن.

أما فيما يخص شراء منتج معين لقاء أداء خدمة، كأن يشترط الميكانيكي شراء بعض لوازم السيارة مقابل تصليحها.

كما أن المشرع من خلال نص المادة 2/17 من القانون المتعلق بالقواعد المطبقة بالممارسات التجارية، استثنى من المنع السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة ويشترط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة⁴ وتكون الممارسة مشروعة عند إمكانية فصل الحصص في غياب رابطة مفروضة بين المنتجين معروضين للبيع أو في حالة وجود عقدين منفصلين، فإذا عرض البائع حصة مادية لمنتجين أو أكثر يجب إما فصل الحصة أو التمسك بالإعلان المستقل لكل منتج تحتويه⁵.

1- علال سميحة، جرائم البيع في القانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005، ص 65.

2- المادة 17 فقرة (2) من القانون رقم 04-02، معدل ومتمم.

3- بن قويدر زيبيري، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ضوء قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة بالممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2005-2006، ص 84.

4- المادة 17 فقرة (2) من القانون رقم 04-02، معدل ومتمم.

5- بن قويدر زيبيري، مرجع سابق، ص 84.

ج2- البيع التمييزي:

يقصد بالبيع التمييزي ذلك البيع الذي بموجبه تمنح المؤسسة الممونة احد زبائنها سواء كان تاجر جملة أو تاجر تجزئة، والذي ترتبط بها علاقة تجارية جملة من الامتيازات دون غيره من المؤسسات الأخرى¹. ومنع المشرع أي عون اقتصادي من ممارسة أي نفوذ على عون اقتصادي آخر، أو أن يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو شراء تمييزي تجعله في مركز مميز على باقي الأعوان الآخرين، وبدون مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية من نزاهة وشرف².

ومن الأمثلة عن البيوع المقترنة بشرط تمييزي كأن ينقل العون الاقتصادي سلعا لأحد الأعوان دون غيرهم، أو يفرض على بعض الأعوان الدفع المسبق في حين يمنح البعض الآخر آجال للدفع دون مبرر شرعي.

واستعمال العون الاقتصادي نفوذه على أحد الأعوان الاقتصاديين يشكل تعد على مبدأ حرية التجارة والصناعة³، ومخالفة الأعراف التجارية مما يجعله في مركز ضعيف بسبب العلاقة غير المتجانسة التي فرضتها هذه الممارسة غير الشرعية فيخضع لتبعية من يمارس نفوذ في جميع العماليات المرتبطة بالتوزيع أو الخدمات⁴، وإتيان العون الاقتصادي للأفعال التمييزية يعد مرتكبا لجنحة البيع المقرون بشرط تمييزي.

1 -LEGEAIS Dominique, droit commercial et des affaires, 11^{eme} édition, DALLOZ, Paris, 1997, p224.

2-بوزيرة سهيلة، "الحماية الجزائية للسوق من الممارسات التجارية غير المشروعة في ظل القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم"، مداخلة ملقاءة في ملتقى وطني حول "تأثير التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية"، يومي 30 نوفمبر و01 ديسمبر 2011، كلية الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، ص 152.

3-وهو المبدأ المنصوص عليه في المادة 37 من الدستور.

4-مغربي قويدر، "أساليب الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية"، مداخلة ملقاءة في ملتقى وطني حول "تأثير التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية" يومي 30 نوفمبر و 01 ديسمبر 2011، كلية الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، ص 231.

د - البيع بالخسارة:

يتمثل هذا المبدأ في أن يمنع بيع سلعة بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي وهو ما يعرف بمبدأ الإغراق في التجارة الدولية، والذي يتضمن البيع بالخسارة، ثم أن المستفيد الأول من هذه المعاملة هو المستهلك le consommateur، باعتبار أن العون الاقتصادي المتواجد في وضعية قوية في السوق يسعى إلى جلب العملاء عن طريق بيع سلعة ما بالخسارة ثم القيام بعد ذلك ببيع سلعة أخرى بهوامش إضافية¹.

ويعد إعادة البيع بالخسارة من الأساليب الأكثر انتشار في السوق، ونظرا لأن استخدامه يؤدي إلى ظهور منافسة غير مشروعة، فإن المشرع قد منعه دون قيد أو شرط لسبب كثيرة منها تحويل الزبائن وهذا من شأنه إلحاق أضرار كثيرة بمنافسي العون الاقتصادي².

حيث نص المشرع في المادة 19 من قانون رقم 04-02 على السلع والخدمات مستثناة من هذا المنع.

وعليه فإنه إذا تحققت إحدى الحالات السابقة ذكرها يمكن عندئذ للعون الاقتصادي أن يعيد بيع سلعة بسعر أقل من سعر تكلفتها الحقيقي، ولا يكون هذا البيع من قبيل إعادة البيع بالخسارة المحظورة قانونا.

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع سبق وتناول هذا الاستثناء في قانون المنافسة³.

هـ - إعادة بيع المواد الأولية على حالتها:

عملية تحويل المواد الأولية تعتبر نشاط تجاريا⁴، وشراء سلع في صورة مواد أولية خام لم يتم تصنيفها أو تحويلها، يعد من الممارسات التجارية المشروعة لكن إعادة بيع المواد

1-ناصرى نبيل، مرجع سابق، ص 100.

2-علال سميحة، مرجع سابق، ص 77.

3-المادة 10 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى).

4- المادة 02 من الأمر رقم 75-59، معدل ومتمم.

الأولية على حالتها الأصلية إذ تم اقتناءها بهدف تحويلها يعتبر من قبل الممارسات التجارية غير الشرعية.

والمشرع منع الأعوان الاقتصاديين وبالأخص للمنتخبين والصناعيين من إعادة بيع البضائع التي تم اقتناءها من أجل تحويلها¹، ويرجع لسبب منع المشرع لمثل هذه الممارسة إلى كونها تؤدي إلى ظهور العون الاقتصادي بمظهر صاحب المهنة بحيث يصبح له نشاط جديد ينافس باقي الأعوان الاقتصاديين إلى جانب نشاطه الأصلي مما يجعله في مركز أفضل بالنظر إلى تعدد الأنشطة².

وممارسة العون الاقتصادي هذا البيع يرجع أساسا للتهرب من تحمل الالتزامات والأعباء التي يتحملها باقي الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون نفس النشاط، وإلى جانب ذلك فإنه يترتب على هذه الممارسة تحويل زبائن الأعوان الاقتصاديين أصحاب النشاط الأصلي إلى العون الاقتصادي المرتكب لهذا النوع من الممارسات، مما يؤدي إلى المساس بشرعية الممارسات التجارية³.

لقد أورد المشرع بعض الاستثناءات تجعل من هذه الممارسات عملية تجارية مباحة وذلك في القانون المتعلق بالممارسات التجارية وتتمثل هذه الممارسات في توقيف النشاط التجاري كغلق المنشأة التجارية أو الشطب من السجل التجاري أو تغيير النشاط فيتخلص العون الاقتصادي من المواد الأولية التي بحوزته ويسمح له بإعادة المواد الأولية على حالتها الأصلية دون تحويلها وكذلك في حالة القوة القاهرة، ومثال ذلك كتعرض مؤسسة لحريق دون أن يلحق ضررا بالمواد الأولية الموجودة في المخازن، إذ لا يمكن للعون الاقتصادي القيام بعملية بيع هذه المواد على حالتها وذلك تقاديا لخسارة أخرى قد تلحق المؤسسة⁴.

1- المادة 20 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

2- بن قري سفيان، مرجع سابق، ص 77.

3- علال سميحة، مرجع سابق، ص 85.

4- المادة 20 فقرة 01 من القانون رقم 04-02، معدل ومتمم.

1- ممارسة أسعار غير شرعية:

لقد نص المشرع على هذه الممارسات التجارية حيث خصص لها في القانون رقم 04-02 المذكور سابقا فصلا كاملا تحت عنوان ممارسات أسعار غير شرعية، وذلك بالنظر لأهمية الأسعار في العلاقات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين من جهة، وحماية السوق وضمن المنافسة المشروعة من جهة أخرى، حيث تعتبر من قبيل الممارسات غير الشرعية كل من:

- رفع أو خفض الأسعار المقننة.
- تزييف تكلفة السلع والخدمات.
- أ- رفع أو خفض الأسعار المقننة:

تنص المادة 04 من القانون رقم 10-06 المعدلة لنص المادة 22 من القانون رقم 04-02 على أنه: "يجب على كل عون اقتصادي في مفهوم هذا القانون تطبيق هوامش الربح والأسعار والتنظيم المعمول بهما"¹.

فالأصل أن سعر السلع أو الخدمات يخضع لقواعد حرية الأسعار الذي هو بمثابة مبدأ عام مكرس دستوريا، إلا أن بعض أسعار السلع والخدمات تكون محل تقنين وتحديد من طرف الدولة دون غيرها، والتي لا يتدخل القطاع الخاص فيها².

بمعنى أنه تحدد بصفة حرة واعتمادا على قواعد المنافسة³، ولكن نظرا لما تكتسبه بعض السلع والخدمات من طابع استراتيجي فإن الدولة هي من تتكفل، وعن طريق التنظيم بتحديد أسعارها من دون تدخل الخواص⁴ مثال ذلك على التوالي:

- الحليب المبستر والموضب في الأكياس.

1- المادة 04 من القانون رقم 10-06.

2- زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 77-78.

3- المادة 04 من القانون رقم 03-03 معدل ومتمم.

4- مرسوم تنفيذي رقم 01-05 مؤرخ في 12 فيفري 2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر ويوضب في أكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج.ر.ج. ع 11، الصادر في 12 فيفري 2001.

• نقل الركاب عبر الطرقات (خدمة الركاب)¹.

السلع الخاضعة لنظام تقنين الأسعار وصدرت العديد من المراسيم المنظمة لها²، كما أنه صدرت العديد من النصوص القانونية على سبيل المثال المنظمة للأنشطة المقننة فيمكن أن نذكر تلك المحددة في قطاع الخدمات، الفنادق، الإطعام، الصيدلة، المخاير، النقل، التعليم، السياقة، قاعات الرياضة، البنوك، مكاتب الصرف، وعموما كل نشاط يستوجب للقيام به التسجيل في السجل التجاري³.

ب- تزييف تكلفة السلع والخدمات:

نصت عليها المادة 05 من القانون رقم 10-06 المعدل للقانون رقم 04-02 على:

• التصريح الكاذب بأسعار التكلفة:

يتم احتساب أسعار التكلفة على أساس تكاليف الإنتاج والضرائب والرسوم والالتوات المفروضة على السلعة أو الخدمة⁴، والأمر هنا يتعلق بالسلع والخدمات التي يكون فيها هامش الربح مرتبط بسعر التكلفة، بحيث قد يلجئ التاجر أو يقوم بعرض السلعة إلى إصدار تصريح مزيف بسعر التكلفة قصد المساس بهامش الربح سواء بالزيادة أو النقصان.

1- مرسوم تنفيذي رقم 96-39 مؤرخ في 15 جانفي 1996، يتضمن تعريفه نقل الركاب برا (خدمة الركاب)، ج.ر.ج.ج ع 04، الصادر في 17 جانفي 1996.

2- مرسوم تنفيذي رقم 06-06 مؤرخ في 09 يناير 2006، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، وأسعار البيع عند خروج المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية، ج.ر.ج.ج ع 15، الصادر في 12 مارس 2006.

- مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 09 يناير 2005، يحدد كفاءات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به، ج.ر.ج.ج ع 05، الصادر في 12 يناير 2005

- مرسوم تنفيذي رقم 05-128 مؤرخ في 24 أبريل سنة 2005، يحدد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي، ج.ر.ج.ج ع 29، الصادر في 24 أبريل 2005.

- مرسوم تنفيذي رقم 05-313 مؤرخ في 10 سبتمبر 2005، يحدد حد الربح عند التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي كالوقود، ج.ر.ج.ج ع 62، الصادر في 11 سبتمبر 2005.

3- زويبر أرزقي، مرجع سابق، ص 79.

4- بوسقيعة أحسن، مخالفة تشريع الأسعار، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 1991، ص 20.

• إخفاء الزيادات غير شرعية للأسعار:

تتم هذه الممارسة بتجاوز الحد الأقصى للأسعار المحددة عن طريق التنظيم ويقوم العون الاقتصادي بإخفاء هذه الزيادات غير شرعية لأسعار السلع أو الخدمات¹.

• عدم تجسيد اثر الانخفاض لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع والإبقاء على ارتفاع أسعار السلع والخدمات:

والإبقاء على ارتفاع وعدم تجسيد الانخفاض المسجل يتم في حالة ارتفاع أسعار الخدمات نتيجة ارتفاع تكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع ثم تنخفض هذه التكاليف، لكن رغم ذلك تبقى الأسعار مرتفعة، حيث يبقى عليها العون الاقتصادي مرتفعة بهدف تحقيق الأرباح².

• عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانوناً:

لا يجوز أن يتمتع العون الاقتصادي بامتياز عن إيداع أسعار السلع والخدمات لاسيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد وتسقيف هوامش الربح والأسعار، ويشترط أن يكون هذا الإيداع قبل البيع أو تأدية الخدمة³.

• تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق:

يقصد بالمضاربة غير الشرعية، كل سلوك ينطوي على استخدام وسائل احتيالية بهدف التلاعب بالأسعار أو بالعرض والطلب على سلع معينة يكون المشرع قد قرر حمايتها من هذه التأثيرات المفتعلة⁴، وتحدث هذه الممارسة في حالة غموض الأسعار لعدم استقرارها في السوق، حيث يلجأ الأعوان الاقتصاديون إلى تشجيع هذا الغموض من خلال المضاربة⁵.

1- بوسقيعة أحسن، مرجع سابق، ص 22

2- لعور بدر، مرجع سابق، ص 242.

3- المادة 22 مكرر من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم، والمضافة بموجب المادة 05 من القانون رقم 10-06.

4- عبد الحميد نسرين، الجرائم الاقتصادية التقليدية والمستحدثة، المكتب الجامعي الحديث، بدون بلد النشر، 2009، ص 44.

5- بوسقيعة أحسن، مخالفة تشريع الأسعار، مرجع سابق، ص 25.

• انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع:

نجدها في عملية التوزيع، حيث تتم بناء على معاملات داخل الدوائر الشرعية وتتشكل هذه الدوائر الشرعية انطلاقاً من المنتج أو المستورد الذي يتعامل مباشرة مع تاجر الجملة الذي يتعامل بدوره مباشرة مع تاجر التجزئة، وقد يقوم المنتج بالتعامل مع طرف آخر غير تاجر الجملة، فيبيع المنتج لوسيط أو سمسار فتعتبر هذه المعاملة¹ هي معاملة تجارية خارج الدائرة الشرعية.

الفرع الثاني

الممارسات التجارية غير النزيهة

إذا كان مبدأ حرية التجارة يتيح للعون الاقتصادي هامشاً من الحرية في ممارساته الاقتصادية فإن هذه الحرية مقيدة باحترام مقتضيات النزاهة، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال ممارسة منافسة منظمة وفي إطار مشروع، بعيداً عن كل الأساليب غير الشرعية التي يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديين من أجل السيطرة على السوق.

لذلك منع المشرع هذه الممارسات ليس لحماية العون الاقتصادي المنافس فحسب، بل لحماية المستهلك باعتباره طرفاً ضعيفاً جديراً بالحماية في مواجهة العون الاقتصادي²، وهذه الممارسات تتمثل في الممارسات التدليسية والممارسات المخالفة للأعراف التجارية والممارسات التعاقدية التعسفية.

أولاً: الممارسات التدليسية

التدليس هو لجوء احد المتعاقدين إلى طرق ووسائل احتيالية بحيث لولا تلك الطرق والوسائل لما أقدم الطرف الثاني على التعاقد³، وهذا ما يقودنا إلى ان الممارسات التجارية

1- لعور بدرة، مرجع سابق، ص 244.

2- المواد من 24 إلى 29 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

3- المادة 86 من الأمر رقم 75-58.

التدليسية هي كل الأعمال التي من شأنها المساس بنزاهة الممارسات التجارية، ولكن المشرع لم يعرف الممارسات التدليسية، بل قام بتعدادها ومنعها وتتمثل هذه الممارسات فيما يلي:

ت- دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة.

ث- تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة.

ج- إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية

للمعاملات التجارية¹، ويمكن تقسيم الممارسات التعاقدية التدليسية إلى نوعين:

أ- الممارسات التي تؤدي إلى إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية:

نص المشرع في القانون المتعلق بالممارسات التجارية على مجموعة من الأعمال التي

تمس بنزاهة الممارسات التجارية من خلال إخفاء بعض شروطها قصد دفع الطرف الآخر إلى التعاقد وتتمثل فيما يلي:

أ- 1 دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة:

يستعمل بعض الأعوان الاقتصاديين طرق بيع احتيالية تؤدي بالطرف الآخر إلى

التعاقد بهدف إخفاء قيمة المعاملات التجارية الحقيقية التي قام بها²، وهذا من خلال خفض

رقم الأعمال المتعلق بها لا لغرض إلا للتهرب الضريبي، وهذا الأخير يعتبر فعل يعاقب عليه القانون.

أ- 2 تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة:

لا يجوز من الناحية القانونية تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة³ ويقصد بالفواتير

الوهمية أنها كل فاتورة يتم إعدادها رغم انه لا وجود لها في الحقيقة ويتم إعدادها من طرف

الأعوان الاقتصاديين لإيهام الأعوان المختصين بالرقابة بشرعية وشفافية المعاملات التجارية

والواقع غير ذلك أي أنها غير موجودة أصلاً.

1-المادة 24 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

2-المادة 24 البند 1 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

3-المادة 24 البند 2 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

أما الفواتير المزيفة فهي عكس الفواتير الوهمية هي فواتير حقيقية ولكن تم تزويرها وتزييفها، لكي لا تعكس المعاملات الحقيقية بين المتعاقدين لعدم تسجيل المعلومات الواجبة في الفواتير وإغفالها عمدا¹.

أ- 3 إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية:

يلجأ بعض المحترفين إلى القيام بأعمال من شأنها إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية بصفة كلية أو جزئية²، وكمثال على ذلك حرق هذه الوثائق أو تخزينها قبل انقضاء المدة القانونية المحددة لذلك.

كما يمنع فعل إخفاء الوثائق أو تزويرها ماديا اي التعبير في الوثيقة نفسها بالزيادة أو النقصان، وكذلك تزويرها معنويا بطريقة تؤدي إلى تغير حقيقة ومضمون الوثيقة³.

ب- صور المضاربة غير المشروعة:

تتمثل صور المضاربة غير المشروعة في بعض المخالفات التي يقوم بها التجار من خلال المضاربة غير المشروعة التي تستعمل فيها وسائل احتيالية تخل بالعرض والطلب وتتمثل فيما يلي:

ب- 1 حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة محليا بصفة غير شرعية:

وتتمثل في المنتجات المزورة والمقلدة لأي علامة تجارية⁴، فصاحب العلامة التجارية الأصلية من حقه أن يعلن عن أي ممارسة ناتجة عن تقليد منتوجه، ذلك أنها تشكل خطرا

1- كـتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفق الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 02-04، مرجع سابق، ص 111.

2- المادة 24 البند 3 من القانون رقم 02-04 معدل ومتمم.

3- زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 82.

4- المادة 25 بند 1 من القانون رقم 02-04 معدل ومتمم.

كبيراً على المستهلك خاصة أنه من الصعب عليه التمييز بين العلامة الأصلية والمقلدة، إلى جانب تضرر صاحب العلامة الأصلي من استعمال علامته¹.

كما يمنع حيازة بضاعة مستوردة بصفة غير شرعية من طرف التجار، كان يحوز عليها تاجر وهي محظورة الاستيراد أو تكون مقلدة تمس بحق من حقوق الملكية الفكرية وبراءة الاختراع للمالك الأصلي.

ب-2 حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار:

قد يقوم التاجر بتخزين بضاعة ولا يعرضها للبيع في السوق، بهدف التأثير على العرض والطلب، فتخزين البضاعة يخفض عرضها، وبالتالي يزيد الطلب عليها مما يؤدي إلى زيادة أسعارها بطريقة احتيالية²، وهذا ما يسمى بالمضاربة غير المشروعة.

ب-3 حيازة مخزون من المنتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية:

يتعين على كل تاجر أن يمارس النشاط التجاري المذكور في السجل التجاري³، وكل نشاط خارج موضوع القيد يعتبر من الممارسات التي تتعرض مع نزاهة واستقامة المعاملات التجارية⁴.

1- الممارسات المخالفة للأعراف التجارية:

وهي كل مخالفة من شأنها الاعتداء على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين⁵، ففي معظم الأحيان يلجأ المتعاملون الاقتصاديون إلى مضاعفة قوتهم الاقتصادية عن طريق استعمال طرق ملتوية، فمن أجل تحقيق أقصى ما يمكن من الأرباح قد يلجأ البعض إلى تضليل المستهلكين عن طريق البس والادعاءات الكاذبة، وهذه الأساليب تعتبر وسائل مخالفة

1- زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 83.

2- المادة 25 بند 2 من القانون 04-02 معدل ومتمم.

المادة 21 من أمر رقم 75-59، معدل ومتمم.

3- المادة 21 من أمر رقم 75-59 معدل ومتمم.

4- المادة 33 من أمر 04-08.

5- المادة 26 من القانون 04-02 معدل ومتمم.

للقانون والأعراف التجارية¹، لذلك تصدى لها المشرع نظرا لما لها من سلبيات على المستهلك وعلى النشاط التنافسي فيما بين المحترفين.

أ- الممارسات التجارية الماسة بمصالح الأعوان الاقتصاديين:

إن القاعدة هي أنه لكل عون اقتصادي الحرية في منافسة غيره، لكن باستعمال وسائل مشروعة وشريفة، فيسعى إلى اجتذاب عملائه تحسين منتجاته وقد يؤدي هذا إلى التقليل من زبائن الأعوان الاقتصاديين الآخرين، إلا أنه لا يتحمل المسؤولية باعتبار أن نشاطه قائم على وسائل مشروعة.

غير أنه قد تتحقق نفس النتيجة من خلال الممارسات المخالفة للأعراف التجارية النظيفة والنزيهة، والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين².

وقد ذكرها المشرع في المادة 27 من القانون المتعلق بالممارسات التجارية كالتالي:

أ- 1 تشويه سمعة عون اقتصادي:

يكون تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته³، وذلك بهدف الانتقاص من شأن العون الاقتصادي المنافس مما يؤدي إلى عدم الثقة فيه من قبل المستهلك والشك فيه، فيمتنع عن التعامل معه، كادعاء بان العون الاقتصادي المنافس على وشك الإفلاس وذلك بنشر معلومات كاذبة تتعلق بوجود دعوى قضائية موضوعها شهر إفلاس عون اقتصادي فيصل ذلك إلى إسماع العملاء ما يؤدي إلى انصرافهم عن التعامل معه خوفا من شهر إفلاسه⁴.

1-بودي حسن محمد، حرية المنافسة التجارية، وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دار الكتب القانونية، 2015، ص 93.

2-لعور بدرة، مرجع سابق، ص 269.

3-المادة 27 البند 1 من القانون رقم 04-02، معدل ومتمم.

4- زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 85.

ولكي يعاقب القانون على هذه الممارسة يجب أن تلمس هذه المعلومات عوناً اقتصادياً معيناً أو منتجاً أو خدمة معينة، إذ يكفي أن يكون الشخص قابلاً لمعرفة بسهولة وأنه لا تتورأ أية صعوبة في تحديده¹.

أ- 2- تقييد العلامات المميزة لعون اقتصادي:

يكون تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به، قصد كسب زبائنه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك². ويعرف التقليد على أنه اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية، أو صنع علامة تشبه في مجموعها العلامة الحقيقية، بحيث يمكن للعلامة الجديدة أن تضلل المستهلك³؛ والهدف من التقليد هو إيقاع المستهلكين في اللبس بجذبهم إلى العلامة المقلدة، وبذلك يستفيد المنافس من البضاعة التي تحظى بالسمعة والرواج الكبيرين وسط المستهلكين لصالحه، وذلك برسم صورة ذهنية تجعل الجمهور يعتقدون أن العلامة المقلدة هي ذاتها العلامة التي اعتادوا عليها⁴، وهذا ما يخل بمبادئ النزاهة.

أ- 3- استغلال مهارات عون اقتصادي:

إذ تعد ممارسة غير نزيهة استغلال العون الاقتصادي المعتدى مهارة العون الاقتصادي المتنافس دون ترخيص منه⁵، إذ يعتبر استيلاء على طريقة الإنتاج دون بذل أي جهد من طرف العون الاقتصادي فهو استغلال مهارة تقنية من قبيل المنافسة غير المشروعة دون ترخيص من صاحبها.

1- كـتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفق الأمر 03-03 والقانون 02-04، مرجع سابق، ص 115.

2- المادة 27 البند 2 من القانون رقم 02-04 معدل ومتمم.

3- زوبير حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012، ص 187.

4- لعور بدره، مرجع سابق ص 273.

5- المادة 26 البند 3 من القانون رقم 02-04 معدل ومتمم.

أ- 4- إغراء مستخدم على ترك العمل لدى صاحب العمل المنافس:

قد يلجأ المتعاملون الاقتصاديون إلى أساليب غير مشروعة، بإغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس، خلافا للتشريع المتعلق بالعمل¹، وذلك بأوهمهم مثلا بان مستخدمهم يستغلهم ويدفع لهم اقل مما يستحقون أو يوهمهم بان مستخدمهم شيء السمعة. ويتعلق الأمر بالمستخدمين ذوي الخبرة الفنية العالية والتقنية التسويقية المتميزة، ويعد دورهم أساسيا في نجاح العون الاقتصادي المنافس والالتحاق بالعمل لديهم باستعمال وسائل الاحتيال أو الضغط أو الوعود بمنافع مادية كالزيارة في الراتب أو مكافأة مرتفعة بصورة غير طبيعية أو تهيئة مرافق المعيشة(سكن، سيارة...)².

أ- 5- الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك:

قد يقوم المستخدم في حد ذاته بالمنافسة غير المشروعة من خلال إخلال بتنظيم المؤسسة بمقتضى اطلاعه على الأسرار المهنية، بحكم انه كان مستخدما لدى صاحب المحل التجاري أو بصفته شريكا سابقا³، لان التاجر المنافس يسعى لمعرفة أسرار منافسيه وذلك عن طريق أجير قديم أو شريك وهذا فعل غير مشروع.

أ- 6- إحداث خلل واضطراب في تنظيم عون اقتصادي منافس:

تعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة كل ممارسة تؤدي إلى الاضرار بالمتنافسين في السوق، كتبديد أو تخريب وسائله الإشهارية وتحويل الطلبات وإحداث اضطراب بشبكته للبيع⁴.

أ- 7- أحداث الاضطراب في السوق:

يعد من قبيل الممارسات التي تمس، بمصالح الأعوان الاقتصاديين.

1-المادة 27 البند 4 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

2-لعور بدرة، مرجع سابق، ص 279.

3-المادة 27 بند 5 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

4-المادة 27 بند 6 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

غير أنه من الصعب تحديد حالة الاضطراب في السوق، وذلك لكثرة الوسائل التي يتم اللجوء إليها من أجل ذلك، حيث تعد الأعمال التجارية التي من شأنها إحداث الاضطراب في السوق مخالفة للقوانين وتمس بنزاهة الممارسات التجارية.

أ- 8- إقامة محل تجاري بجوار المؤسسة المنافسة:

إقامة محل تجاري بجوار محل تجاري منافس بهدف استغلال شهرته واسمه التجاري خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها¹، فيلجا الأعوان المنافسون إلى مثل هذه الممارسات غير الشرعية، لعدم تمكنهم من استدراج الزبائن، مما يدفعهم إلى إقامة محل تجاري بجوار صاحب المحل ذو الشهرة المعروفة وتقليد المظهر الخارجي لمتجره²، وتكون النتيجة من هذه الممارسات غير الشرعية هي إحداث الخلط واللبس بين المتاجر.

ب- الإشهار التضليلي:

لقد عرف الإشهار التضليلي بأنه كل رسالة موجهة من المهني إلى الناس أو العامة بهدف إنعاش طلب المنفعة أو الخدمة³، حيث بعد الإشهار من مظاهر المنافسة، يسعى من خلاله العون إلى جذب الزبائن على السلعة أو الخدمة بهدف تحقيق الربح، ولكن إفراز الواقع اتجاء بعض المنتجين والموزعين إلى استعمال الخداع لتضليل المستهلك لدفعه إلى شراء المنتج، وبذلك يصبح الإشهار وسيلة للاحتيال والخداع على حساب المستهلك⁴.

ب- 1- التعريف القانوني للإشهار:

عرف المشرع الإشهار في البداية ضمن المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو

1- المادة 27 البند 8 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

2- زويير أرزقي، مرجع سابق، ص 87.

3-Clais-Auloyjean, Steinmetz Frank, droit de la consommation, 6^{eme} éd, Dalloz, Paris 2003, p 132.

4-أحمد محمد أحمد عبد الحميد، الحماية المدنية للمستهلك: التقليدي، الإلكتروني، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015، ص 329.

المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية¹.

أما القانون المتعلق بالممارسات التجارية فقد عرف الإشهار بأنه: "كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة"².

وعليه فإن هدف الإشهار هو جذب المستهلكين وإقبالهم على التعاقد وهو ما يستدعي القول بان الإشهار هو دعوى إلى التعاقد، ولا يرقى إلى مرتبة الإيجاب من خلال ذكر مزايا وإيجابيات السلعة أو الخدمة المعلن عنها بنوع من المبالغة البسيطة وهذا أمر مسموح به في مجال الإعلانات³.

ولكي يؤدي الإشهار وظيفته الحمائية يتعين على الرسالة الإشهارية أن تقتصر على سرد خصائص السلع والخدمات المعروضة في السوق، وذلك بتجنب المبالغة والمبالاة حتى يتمكن المستهلك من اختيار ما يناسبه عن وعي⁴.

تدخل المشرع لتنظيم الإعلانات ووضع حد للإشهارات الكاذبة والمضللة.

فالإشهار الكاذب يؤدي إلى تضليل المستهلك والوقوع في الغلط بهدف حثه على اقتناء سلعة أو طلب خدمة لم يكن ينوي الحصول على أي منهما لولا هذا الكذب فالتضليل يقع نتيجة للكذب الذي يلجا إليه المعلن⁵، كالترويج لاسم أو علامة معينة تتشابه مع اسم أو علامة

1-المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39.

2-المادة 03 البند 3 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

3-عبد الله ليندة، "حماية المستهلك من الاعلانات الالكترونية الكاذبة والمضللة"، مجلة الندوة للدراسات القانونية، العدد 02، 2014، ص 19-20. Revue Nadwa.Gimbo.com.

4-جبالى واعمر، "حماية رضا المستهلك عن طريق الاعلام (الوسم والإشهار)"، المجلة النقدية للقانون، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص 26.

5-المادة 28 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

أخرى بتعبير بعض الحروف أو النماذج المتشابهة بهدف زيادة الطلب عليها مما يؤدي إلى الزيادة أرباحه¹.

ب- 2- صور الإشهار التضليلي:

أوردها المشرع على سبيل المثال في المادة 28 من القانون نفسه وهي ثلاث حالات:

الحالة الأولى: الإشهار المفضي إلى التضليل.

الإشهار المفضي إلى التضليل هو الإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل²، فالتضليل يشمل كل ما يؤدي إلى خداع المتلقي بتصريحات أو بيانات غير حقيقية أو مزيفة، وذلك فيما يتعلق بتعريف المنتج أو خدمة أو بكمية أو وفرته أو مميزاته.

ولاعتبار أن الإشهار مؤدي إلى التضليل لا يشترط أن يقع هذا الأخير فعلا بل يكفي أن يؤدي مستقبلا إلى تضليل المستهلك لاعتباره غير مشروع³.

الحالة الثانية: الإشهار المفضي إلى اللبس.

يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطاته⁴.

الحالة الثالثة: الإشهار المضخم.

يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات، في حين ان العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار⁵.

1- سي يوسف زاوية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، بدون طبعة، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 141.

2- المادة 28 البند 1 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

3- إبراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في قانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص 122.

4- المادة 28 البند 2 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

5- المادة 28 البند 3 من القانون رقم 04-02 معدل ومتمم.

وعليه المشرع منع الأعوان الاقتصاديين من تضخيم إشارات تفوق قدراتهم الحقيقية، مما يؤدي إلى زعزعة ثقة المستهلك وذلك باعتبار أن الإشهار غير واقعي، أي انه مضخم فينعكس سلبا على توازن العرض والطلب وتذبذب الأسعار، بما أن قدرات العون الاقتصادي لا تمكنه من تغطية طلبات المستهلكين على النحو الذي يوحي به إشهاره¹.

ثانيا الممارسات التعاقدية التعسفية:

أ- تعريف الشرط التعسفي:

لقد عرفه جانب من الفقه بأنه يعتبر تعسفيا الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف الأكثر قوة، ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة عن الطرف الآخر². وعرفته بعض التشريعات بأنه الشرط الذي يفرض على غير المهني، أو المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال هذا الأخير لسلطة الاقتصادية، بغرض الحصول على ميزة مجحفة الممنوحة للمهني نتيجة التعسف في استعمال السلطة لهذا الأخير³.

ب- معايير الشرط التعسفي:

حتى يكون الشرط تعسفيا يجب توفر عنصرين، هما تعسف المهني في استغلال نفوذه الاقتصادي وحصوله من جراء ذلك على ميزة فاحشة⁴.

1- معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية:

حتى يكون الشرط تعسفيا اشترط المشرع الفرنسي أن يكون هذا الشرط مفروض على المستهلكين، أو غير المحترفين بسبب تعسف المحترف في استخدام نفوذه الاقتصادية، حسب

1- إبراهيمي هانية، مرجع سابق، ص 130.

2- سي الطيب محمد أمين، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2008، ص 96.

3- حاني حميدة، زمط سامية، حقوق المستهلك في العقود الالكترونية، مذكرة الماستر، تخصص قانون خاص، الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014، ص 20.

4- بغداداي مولود، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2015، ص 45.

نص المادة 35 من القانون 10 حانفي 1978¹.

ذهب رأي من الفقه إلى أن المؤشر على السلطة أو القوة الاقتصادية للمحترف يتجلى منذ اللحظة التي يمثل فيها الشرط عدم تعادل جسيم، وهو كاف لاعتبار هذا الشرط باطلا².
 وذهب رأي آخر أن التعسف يأتي من الوضع المسيطر، والذي ينجر بدوره عن حصول المحترف على شروط ملائمة له بصورة مبالغ فيها، لأن التعسف في استخدام السلطة الاقتصادية في نطاق المنافسة يتجاوز بشكل كبير جدا نطاق الشروط العقدية المفروضة³.
 وذهب رأي آخر إلى التشكيك في جدوى هذا المعيار، على أساس أن السيطرة الفنية والتقنية هي التي تسمح للمحترف بفرض الشروط التعسفية على المستهلك.
 وانتهى هذا الرأي إلى عدم جدوى معيار القوة الاقتصادية، اخذ المشرع الفرنسي اختيار هذا المعيار⁴.

2- معيار ميزة الفاحشة:

يعتبر معيار الميزة الفاحشة كنتيجة لاستخدام النفوذ الاقتصادي شروط تعسفية ويتعلق الأمر بتوفير مزايا مبالغ فيها للمهني، إلا أن الميزة الفاحشة لا تتعلق فقط بثمن السلعة لان مصلحة المستهلكين تقتضي عدم حصر الميزة الفاحشة في الثمن بل يجب النظر إلى جميع الآثار فيما يخص الحقوق والالتزامات المتبادلة بين الطرفين⁵.

1- زيوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك"، مجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، العدد 02، 2020، ص 105.

2- مسكين حنان، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري"، مجلة البحوث القانونية والسياسية، جامعة سعيدة، العدد 09، 2017، ص 57.

3- عواد خولة، حماية المتعاقد من الشروط التعسفية، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2014، ص 52.

4- زيوش عبد الرؤوف، مرجع سابق، ص 105.

5- بوقادوم نسيم و بولقرنيات هالة، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مذكرة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق يحيى، جيجل، 2016، ص 73.

والراجح هو وجوب النظر إلى جميع الشروط التعاقدية لتقدير عدم التوازن العقدي لان الشرط إذا نظر إليه بصفة منفردة قد يبدو تعسفياً، وعلى ذلك فهذا المعيار لا يصلح وحده لاعتبار الشرط تعسفياً نظراً لعدم وضوحه وعدم تحديده، ذلك فهما معياران مرتبطان لأن الميزة الفاحشة التي يحصل عليها هي نتيجة القوة الاقتصادية التي يتمتع بها¹.

1- بودالي محمد، مرجع سابق، ص 131.

الخاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع المستهلك والحماية القانونية المستهلك تبين لنا أن هذا الموضوع من مواضيع الحيوية التي تناولتها مختلف تشريعات على غرار التشريع الجزائري فهو موضوع سريع التطور والتفاعل مع مستجدات الحياة الاقتصادية ذلك لان مكانه المستهلك وبخاصة في ظل اقتصاد السوق الذي تسعى الجزائر جاهدة للاندماج فيها مكانة جد مهمة حيث أن علاقة الصلة وكل منهما يؤثر في الآخر ويتأثر به سواء كان ذلك تأثير ايجابيا نظرا لما توفره المنافسة من منتجات مختلفة في السوق كما ونوعا وذلك تساعد المستهلك في الاختيار بين مختلف ما هو معرض الاستهلاك من هذا المنطلق تتجلى إلى وجود مشكلة حماية المستهلك هذه الأخيرة التي أرققت ولا زالت تؤرق أفكار الباحثين وعلماء القانون وهو ما دفع التشريعات إلى وضع قواعد قانونية غايتها توفير اكبر قدر من حماية المستهلكين حيث تكون هذه الحماية بمختلف الآليات والأجهزة أو الهيئات التي وضعت لحماية المستهلك ولقد كانت حصيلة هذه الدراسة نتائج وتوصيات نوجزها كالآتي:

أولا: النتائج

بخصوص التجديد الدقيق للمصطلحات المتعلقة بموضوع المستهلك بداية بهذا الأخير ثم المتدخل وصولا إلى المنتج باعتباره مكون العلاقات الاستهلاكية وملحها حاولنا تبيان مفهوم المستهلك الذي يعتبر الطرف الأضعف في الرابطة الاستهلاكية على مستوى الفقه وعلى مستوى التشريع ثم سعيه إلى إبرار مدخول المستهلك والمتدخل في العلاقة الاستهلاكية وانتهينا إلى التوضيح الالتزامات التي تكون على عاتق المهني كرسست قوانين حماية المستهلك قواعد غاياتها حماية المستهلك من مختلف الممارسات التي تمس حقوق المستهلك على غرار الاحتكار والمنافسة غير المشروعية وكذا الممارسات غير النزيهة التي تضر بشكل مباشر بالمستهلك وغيرها من الممارسات التي لا خير للمستهلك وبخصوص آليات المختلفة التي انظمها المشرع صلاحيات الوقاية والردع على امن وسلامة المستهلك ونجد

المؤسسات الإدارية المركزية واللامركزية وكذا الهيئة الاستشارية وكذا الدور القضاء فأقرينا وأكدنا على الدور الفعال لهذا الجهاز في مجال تحقيقات وتوقيع الجزاء على المخالفين وردعهم كضمانة أساسية لحماية مصالح المستهلك

ثانيا: التوصيات:

أثارت النتائج المتوصل إليها والسابق بيانها إلى ايجابيات عديدة وجهود كبيرة بذلها التشريع والقضاء لحماية المستهلك، غير أن ذلك لم يخلو من بعض القصور والنقصان في مجال حماية المستهلك.

- إن تفرغ وتشعب القوانين التي تكفل حماية المستهلك من شأنه إضعاف وتقليص هذه الحماية، خاصة وأنا وقفنا على بعض التناقضات التي احتوتها النصوص المبعثرة الذي يؤدي إلى تضاربها، وعلى هذا الأساس ندعو إلى شمل هذه القوانين حتى نضمن فعالية حماية المستهلك والدفاع عن حقوقه.

- العمل على تنظيم ندوات ولقاءات علمية لتفسير قانون الاستهلاك عبر مختلف الوسائل والاستعانة بوسائل الإعلام.

- تدعيم جمعيات حماية المستهلك بتخصيص الدعم المالي لها من قبل الدولة ومنحها الإمكانيات وتسهيل لجوؤها للقضاء للدفاع عن مصالح المستهلكين مع توسيع مجال نشاطها في إطار الحماية من الشروط التعسفية.

- تفعيل دور الرقابة بتحديد الوسائل المعتمدة للقيام بالرقابة مع تدعيم أجهزة الرقابة ذوي خبرة وتسهيل مهام إجراء الرقابة.

وتوافقا مع البعض إذ نعتقد أن هذه الآليات التي تطرقنا إليها بالدراسة والتحليل تعتبر ميزة إيجابية تدعم وتساهم في ضمان حماية المستهلك، غير أنه وبالنظر إلى ما يعيشه المستهلك يوميا من متاعب صحية وأضرار مادية ومعنوية، يجعلنا نقر بأن هذه المنظومة لا يزال النقص الذي ينبغي تداركه، فكلما كانت درجة وعي المستهلك أكبر كانت المخاطر والمضار مهدد له ولمصالحه المختلفة.

قائمة المراجع

1. باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- 1- إبراهيم الدسوقي محمد، الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للنشر والتوزيع، مصر، 1985.
- 2- أحمد عادل راشد، الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981.
- 3- أحمد عبد العال أبو قرين، نحو قانون لحماية المستهلك، ماهيته، مصادره، موضوعاته، إصدارات مركز البحوث بكلية العلوم الإدارية، جامعة مالك سعود، المملكة العربية السعودية 1414 هـ 1993.
- 4- أحمد محمد أحمد عبد الحميد، الحماية المدنية للمستهلك: التقليدي، الإلكتروني، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015.
- 5- بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2005.
- 6- بودراع بلقاسم، الوجيز في القانون التجاري، الأعمال التجارية، التجار والمحل التجاري، الإيجارات، البيع، بدون طبعة، مطبعة الرياض، الجزائر، 2004.
- 7- بودي حسن محمد، حرية المنافسة التجارية، وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دار الكتب القانونية، 2015.
- 8- بوسقيعة أحسن، الوجيز في القانون الجزائي الخاص، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، دار هومه، الجزائر، 2006.
- 9- حسن عبد الباسط جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 10- زوايمية رشيد، قانون النشاط الاقتصادي مبدأ المنافسة الحرة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 1998-1999.

- 11- زوبرير حمادي، الحماية القانونية للعلامات التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2012.
- 12- سي يوسف زاهية حورية، عقد البيع، دار الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، 2000.
- 13- _____، المسؤولية المدنية للمنتج، بدون طبعة، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- 14- شروط حسين، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 12-08 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10 وفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى، الجزائر، 2012.
- 15- عبد الحميد نسرين، الجرائم الاقتصادية التقليدية والمستحدثة، المكتب الجامعي الحديث، بدون بلد النشر، 2009،
- 16- عبد الفتاح خالد محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2009.
- 17- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2004.
- 18- كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر رقم 03-03 والقانون رقم 02-04، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010.
- 19- لحسن بن شيخ آث ملوية، الملتقى في عقد البيع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
- 20- الماحي حسين، المسؤولية الناشئة عن المنتجات المعيبة في ضوء أحكام التوجيه الأوروبي الصادر في 25 يوليو 1985، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

ثانيا: الرسائل والمذكرات الجامعية

أ- الرسائل الدكتوراه:

1- بن عديدة نبيل، الالتزام، بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة الدكتوراه في العلوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بن أحمد، وهران، 2018.

2- بواكور رفيقة، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام، أطروحة الدكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، 2019.

3- بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، السنة الدراسية (2002-2003).

4- جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة الدكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون خاص معمق، جامعة أحمد دارية، أدرار، 2018،

5- راضي عبد المعطي علي السيد، نحو نظرية عامة في القانون الإداري لحماية المستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أسيوط، 2003.

6- لعور بدر، آلية مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه علوم في الحقوق فرع القانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014.

ب- مذكرات ماجستير:

1. إبراهيمي هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في قانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013.

2. أبو بكر عياد كرافة، الاتفاقيات المحظورة في مجال المنافسة، مذكرة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال مقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، السنة الجامعية 2012-2013.

3. براهيم فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 12-08، مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2010.

4. بغدادي مولود، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2015.

5. بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02 مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009.

6. بن قويدر زبيري، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ضوء قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة بالممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة ابي بكر بلقايد، تلمسان، 2005-2006.

7. بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع)، مذكرة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2015.

8. بوسقيعة أحسن، مخالفة تشريع الأسعار، مذكرة الماجستير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 1991.

9. بوكولي نصيرة، حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.

10. تواتي محند الشريف، قمع الاتفاقات في قانون المنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007.

11. حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري في ضوء قانون الفرنسي، ملخص مذكرة الماجستير في الحقوق في إطار مدرسة الدكتوراه، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2010.

12. حماجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2006.

13. الذهبي خديجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أدرار، 2014.

14. زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة الماجستير في القانون، فرع "المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

15. سي الطيب محمد أمين، الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة الماجستير، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2008.

16. شعباني نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

17. شيخ أعمار يسمينة، توزيع الاختصاص مابين مجلس المنافسة وسلطات الضبط القطاعية في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009.

18. صياد صادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة الماجستير والعلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 01، قسنطينة، 2014.

19. عدوان سميرة، نظام تجمع المؤسسات في القانون الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2011.

20. علال سميحة، جرائم البيع في القانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2004-2005.

21. قابة صورية، مجلس المنافسة، مذكرة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، معهد الحقوق، جامعة الجزائر، 2001.

22. كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة الماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، د.ت.م

23. كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة الماجستير فرع قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2010-2011.

24. مزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
25. مسعد جلال، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة تيزي وزو، 2002.
26. معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك، دراسة مقارنة، مذكرة الماجستير في القانون، تخصص القانون المدني الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2017.
27. ناصري فهيمة، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة الماجستير في الحقوق، تخصص العقود والمسؤولية، جامعة بن يوسف خدة، الجزائر، 2004.
28. ناصري نبيل، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 06-95 والأمر 03-03، مذكرة الماجستير في القانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2005.

ج- مذكرات الماستر:

1. باجي علي، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص قانون جنائي للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي، 2016.
2. باي حسينة، جعود طاوس، حماية المستهلك بين قانون الاستهلاك وقانون المستهلك، مذكرة الماستر في القانون، تخصص قانون الأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2016.
3. بن بعلاش هجيرة، حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014.

4. بن دفعل بحرية، الآليات القانونية لحماية المستهلك، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2019.
5. بوزيداوي حرز الله حرشاوي، درماش زوهير، الحماية الإدارية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص إدارة مالية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2018.
6. بوسعيد فتيحة، محمودي يمينة، دور جمعيات المستهلكين في ترقية الوعي لدى المستهلكين، مذكرة الماستر، تخصص عقود المسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، 2015.
7. بوقادوم نسيمة وبولقرنيات هالة، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مذكرة الماستر في القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق يحي، جيجل، 2016.
8. بوكلا نعيمة، نداق فاطمة، حماية المستهلك من البنود التعسفية، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.
9. حاني حميدة، مزمت سامية، حقوق المستهلك في العقود الالكترونية، مذكرة الماستر، تخصص قانون خاص، الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014.
10. حلومي عبد الحكيم، دور جمعيات المستهلكين في توعية المستهلك، مذكرة الماستر في قانون الأعمال، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د. طاهر مولاي، سعيدة، 2019.
11. خفاش رزة، بورباح حميدة، مطابقة المنتوجات للمقاييس وحماية المستهلك، مذكرة الماستر تخصص قانون عام للأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2018.

12. سفير سماح، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص قانون إجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهر مولاي، سعيدة، 2017.

13. عليان مالك، دور الاستشاري لمجل المنافسة، مذكرة الماستر، تخصص قانون إدارة والمالية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003.

14. عواد خولة، حماية المتعاقد من الشروط التعسفية، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص القانون الخاص للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2014.

15. عيساوي سمير، مومن فاطمة الزهراء، جرائم المنافسة، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة.

16. غياية جلال، تواتي عابد، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماستر، تخصص قانون عام إقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019.

17. فاسي عبد المومن، دور مجلس المنافسة في قمع الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة لنيل درجة الماستر في الحقوق، شعبة قانون الأعمال، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.

18. فلفل سميرة، المنافسة غير المشروعة وحقوق الملكية الصناعية، مذكرة الماستر في الحقوق، شعبة القانون الخاص، تخصص قانون الخاص الشامل، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.

19. فيروز بوزيان، جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2019.

20. فيروز بوزيان، جمال الدين بلعيد، الحماية القانونية للمستهلك الإلكتروني في ظل القانون 05/18، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2019
21. مزاري عائشة، زناكي دليلة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة الماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
22. مسكين حنان، الحماية القانونية للمستهلك بين المنظور والواقع، مذكرة الماستر، تخصص القانون الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة، 2016.
23. مكي سارة، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة.
24. مهيريس دلال، حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة الحرة، مذكرة مكتملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016
25. هشماوي وهيبية، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة الماستر، تخصص قانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013.
26. وطاح فريدة، زيدات وهيبية، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، مذكرة الماستر في القانون، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014.

27. يوسفى جميلة، الآليات القانونية لحماية المستهلك فى ظل قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة الماستر، تخصص قانون المؤسسات الإقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2019.

د- مذكرات المدرسة العليا:

1. عمارى الجىلالى، بكة سىدى محمد المولود، حماية المستهلك فى التشريع الجزائرى، مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية DEUA تخصص قانون الأعمال، جامعة التكوين المتواصل، مركز شلف، 2012،

2. عمارى بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة التخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2006.

ثالثا: المقالات والمدخلات

أ- المقالات:

1. الأمين محمد، لخدارى عبد الحق، "خصوصية أطراف عقد الاستهلاك فى التشريع الجزائرى"، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 02، جامعة حسيبة بن بوعلى، شلف، 2020، ص ص 26-33.

2. بلورغى منيرة، "حركة حماية المستهلك فى التشريع الجزائرى"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص ص 169-196

3. بن سال خيرة، محمد جفام، "دور الجمعيات فى حماية المستهلك"، مجلة الإجتهد القضاء، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص ص 161-174.

4. بوشناف صافية، بن ميهوب أمنية، "دور الجمعيات حماية المستهلك الجزائري في التصدي للممارسات التسويقية المضللة"، مجلة الإرتقاء للبحوث والدراسات الإقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، العدد 01، 2020، ص ص 50-84.
5. بومحراث ليندة، "فاعلية القانون رقم 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة"، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، العدد 06، 2014، ص ص 339-385.
6. جبالي واعمر، "حماية رضا المستهلك عن طريق الاعلام (الوسم والإشهار)"، المجلة النقدية للقانون، العدد 02، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2006، ص ص 05-58.
7. الجيلالي يوسف، "النظام القانوني لعقد الإمتياز التجاري"، مجلة القانون الاقتصادي والبيئة، تصدر عن مخبر القانون الاقتصادي والبيئة، جامعة وهران، كلية الحقوق، العدد 01، ص ص 103-141.
8. حاج شعيب فاطمة الزهراء، "حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة"، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، العدد 02، 2014، ص ص 331-343.
9. رواحنة زوليخة، قلات سومية، "دور الجمعيات في حماية المستهلك"، جامعة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، العدد 04، ص ص 255-268.
10. زيوش عبد الرؤوف، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقود الاستهلاك"، المجلة الجزائرية للحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 02، 2020، ص ص 91-116.

11. شوقي بعيش تمام، حنان أوثن، "تعدد الأجهزة الإدارية لحماية المستهلك للتشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 06، 2017، ص ص 197-212.

12. عبد الله ليندة، "حماية المستهلك من الاعلانات الإلكترونية الكاذبة والمضللة"، مجلة الندوة للدراسات القانونية العدد 02، 2014، Revue Nadwa.Gimbo.com ، ص ص 17-30.

13. علي أحمد صالح، "الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، العدد 02، 2016، ص ص 219-248.

14. لكل عائشة، "القيمة القانونية لمجلس المنافسة في المجال الاستشاري"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر1، الأغواط، العدد 02، 2014، ص ص 07-18.

15. مسكين حنان، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري"، مجلة البحوث القانونية والسياسية، جامعة سعيدة، العدد 09، 2017، ص ص 48-73.

ب- المداخلات:

1. إرزيل كاهنة، "الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك"، مداخلة قدمت في أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009.

2. بوزيرة سهيلة، "الحماية الجزائرية للسوق من الممارسات التجارية غير المشروعة في ظل القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم"، مداخلة ملقاة في ملتقى وطني حول "تأثير التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية"، يومي 30 نوفمبر و 01 ديسمبر 2011، كلية الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل.

3. الحاج ملاح، "حق المستهلك في الإعلام"، ملتقى وطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان، 2000.

4. خالدتي فتيتة، "الحماية الحنائية في ظل أحكام القانون رقم 09-03"، أعمال المتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17-18 نوفمبر 2009.

5. علي المجيد طبي، دور الضبط الإداري في حماية المستهلك من خلال إختصاص الهيئات اللامركزية، ورقة بحث قدمت في الملتقى الوطني تحت عنوان المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17، 18 نوفمبر، 2009.

6. كتو محمد شريف، "المنافسة وحماية المستهلك"، مداخلة أقيت في الملتقى الوطني حول أهداف المنافسة، كلية الحقوق، جامعة بجاية، أيام 17، 18 نوفمبر 2009.

7. مغربي قويدر، "أساليب الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية"، مداخلة ملقاة في ملتقى وطني حول "تأثير التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية الوطنية" يومي 30 نوفمبر و 01 ديسمبر 2011، كلية الحقوق، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جبل.

رابعاً: النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج ع 78، الصادر في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.

2. قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج ع 5، الصادر في 08 فبراير 1989.

3. قانون رقم 07-90 مؤرخ في 13 أبريل 1990، يتعلق بالإعلام ج.ر.ج.ج ع 14، الصادر في 14 أبريل 1990، ولقد تم إلغاء المجلس الأعلى بموجب المرسوم التشريعي رقم 13-93، مؤرخ في 26 أكتوبر 1993 ج.ر.ج.ج عدد 69، الصادر في 27 أكتوبر 1993.
4. قانون رقم 31-90 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج ع 53، الصادر في 05 ديسمبر 1990.
5. أمر رقم 06-95، مؤرخ في 25 يناير 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج ع 9، الصادر في 22 فبراير 1995، (ملغى).
6. مرسوم رئاسي رقم 372-2000 مؤرخ في 22 نوفمبر 2000، يتضمن إحداث لجنة إصلاح هيكل الدولة ومهامها، ج.ر.ج.ج ع 71، الصادر في 28 نوفمبر 2000.
7. أمر رقم 03-03، مؤرخ في 15 ديسمبر 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج ع 43، الصادر في 20 يوليو 2003، معدل ومتمم.
8. أمر رقم 11-03 مؤرخ في 26 أوت 2003، يتعلق بالنقد والقرض، معدل ومتمم، ج.ر.ج.ج ع 52، الصادر في 27 أوت 2003.
9. قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج ع 41، الصادر في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم.
10. قانون رقم 08-04 مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط الأنشطة التجارية، ج.ر.ج.ج ع 52، الصادر في 18 أوت 2004.
11. قانون رقم 09-08 مؤرخ في 25 فبراير 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.ج ع 21، الصادر في 23 أبريل 2008.

12. قانون رقم 08-12، مؤرخ في 25 يونيو 2008، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج ع 36، الصادر في 02 يوليو 2008، معدل ومتمم.

13. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج ع 15، الصادر في 08 مارس 2009.

14. قانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 غشت 2010، ج.ر.ج.ج ع 46، الصادر في 18 غشت 2010.

15. قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 غشت 2010، ج.ر.ج.ج ع 46، الصادر في 18 غشت 2010، يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

16. قانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بتنظيم الجمعيات، ج.ر.ج.ج ع 02، الصادر في 15 يناير 2012.

ب- النصوص التنظيمية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج ع 5، الصادر في 31 يناير 1990.

2. مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر.ج.ج ع 40، الصادر في 19 سبتمبر 1990.

3. مرسوم تنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 أكتوبر 1990، المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر.ج.ج ع 50، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

4. مرسوم تنفيذي رقم 92-30 مؤرخ في 20 يناير 1992، يتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، ج.ر.ج.ج ع 06، الصادر في 26 يناير 1992.

5. مرسوم تنفيذي رقم 96-39 مؤرخ في 15 جانفي 1996، يتضمن تعريفه نقل الركاب برا (خدمة الركاب)، ج.ر.ج.ج ع 04، الصادر في 17 جانفي 1996.
6. مرسوم تنفيذي رقم 97-40 مؤرخ في 18 جانفي 1997، يتعلق بمعايير تحديد النشاطات والمهن المقننة الخاصة للقيود في السجل التجاري وتأطيرها، ج.ر.ج.ج ع 05، الصادر في 1 يناير 1997.
7. مرسوم تنفيذي رقم 97-254 مؤرخ في 08 يوليو 1997، المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، ج.ر.ج.ج ع 46، الصادر في 09 يوليو 1997.
8. مرسوم تنفيذي رقم 2000-314 مؤرخ في 14 أكتوبر 2000، يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، ج.ر.ج.ج ع 61، الصادر في 18 أكتوبر 2000، (ملغى).
9. مرسوم تنفيذي رقم 01-05 مؤرخ في 12 فيفري 2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر ويوضب في أكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج.ر.ج.ج ع 11، الصادر في 12 فيفري 2001.
10. مرسوم تنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر.ج.ج ع 85، الصادر في 22 ديسمبر 2002.
11. مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 09 يناير 2005، يحدد كفاءات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به، ج.ر.ج.ج ع 05، الصادر في 12 يناير 2005.
12. مرسوم تنفيذي رقم 05-128 مؤرخ في 24 أبريل سنة 2005، يحدد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي، ج.ر.ج.ج ع 29، الصادر في 24 أبريل 2005.

13. مرسوم تنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 12 مايو 2005، يحدد كفيات الحصول على التصريح بعد التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، ج.ر.ج.ج ع 35، الصادر في 08 مايو 2005.
14. مرسوم تنفيذي رقم 05-219 المؤرخ في 22 يونيو 2005، المتعلق بالترخيص لعمليات التجميع، ج.ر.ج.ج ع 43، الصادر في 22 يونيو 2005.
15. مرسوم تنفيذي رقم 05-313 مؤرخ في 10 سبتمبر 2005، يحدد حد الربح عند التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي كالوقود، ج.ر.ج.ج ع 62، الصادر في 11 سبتمبر 2005.
16. مرسوم تنفيذي رقم 06-06 مؤرخ في 09 يناير 2006، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة، وأسعار البيع عند خروج المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية، ج.ر.ج.ج ع 15، الصادر في 12 مارس 2006.
17. مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في سبتمبر 2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر.ج.ج ع 56، الصادر في 11 سبتمبر 2006، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-44 مؤرخ في 03 فبراير 2008، ج.ر.ج.ج ع 07، الصادر في 10 فبراير 2008.
18. مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 19 أوت 2002، المتضمن الإدارة المركزية في وزارة التجارة. ج.ر.ج.ج ع 48، الصادر في 24 أوت 2008.
19. مرسوم تنفيذي رقم 11-09، مؤرخ في 20 يناير 2011، يتضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج.ج ع 4، الصادر في 23 يناير 2011.

خامسا: القرارات

1. رأي مجلس المنافسة رقم 02-ر-2001 مؤرخ في 7 أكتوبر 2001 يتعلق بإخطار مؤسسة "سيفيتال".
2. قرار وزاري مشترك مؤرخ في 31 ماي 1997، متعلق بالمواصفات التقنية لأنواع الحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضها، ج.ر العدد 55 بتاريخ 1997/08/20.
3. المحكمة العليا، قرار مؤرخ في 12/07/1999، المجلة القضائية، العدد 2، 2000.

سادسا: المطبوعات الجامعية

- 1- برباح أمينة، محاضرات في قانون الاستهلاك، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد زبانة، غليزان، 2021.
- 2- فوسام غالية، محاضرات في قانون الاستهلاك، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2018.
- 3- موسي زاهية، دروس في مقياس قانون الاستهلاك، موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006.

ثامنا: المواقع الأنترنت:

1. بن سعيد خديجة، "الممارسات التجارية والتدليسية وغير الشرعية"، منتدى الاوراس القانوني، الجزائر، 2010، بدون ص انظر الموقع:

[www.Sciences juridiques. Ahlamontada. Net/profile.](http://www.Sciences_juridiques.Ahlamontada.Net/profile)

A. ouvrages :

- 1–**Boutard–Lavarde, Marie Chantal, Canivet...**, Droit Français de la Concurrence, LG..., Paris, 1994.
- 2–**Clais–Auloyjean, Steinmetz Frank**, Droit de la Consommation, 6^{eme} éd, Dalloz, Paris 2003.
- 3–**Glusem Yildrim**, Droit des Affaires, Relation de l'entreprise Commercial, France, 2003.
- 4–**Jean Clain–Ouloy, Frank, Steinmentz**, Droit de la Consommation, 7^{eme} éd, Dalloz, Paris, 2006.
- 5–**LEGEAIS Dominique**, Droit Commercial et des Affaires, 11^{eme} édition, DALLOZ, Paris, 1997.
- 6–**VIGNAL MALAURIE. Marie**, Droit de la Concurrence, 2^{eme} éd, Armand colin, Paris, 2003.

B. articles :

- 1–**SAIDI Abdelmadjid**, Présentation des Pratiques Anticoncurrentielles leurs Contrôles et leurs sanctions, voir site : www.ministere du commerce. Gov.dz.

C. prejudice :

- 1–cass.com, 05 fev 1973, j.c.p. 1974, n 17791.
- 2–cass.civ, 1erch, 31 juin 1973. Bul civ.i. n 77.
- 3–JURIS CLASSEUR , « CONCURRENCE ET CONSOMMATION » VOLUME 3, FASCICULE 845.

01.....	مقدمة.....
04.....	الفصل الأول: ماهية المستهلك وآليات حمايته.....
05.....	المبحث الأول: مفهوم المستهلك وعقد الاستهلاك.....
05.....	المطلب الأول: مفهوم المستهلك.....
06.....	الفرع الأول: التعريف الواسع.....
10.....	الفرع الثاني: موقف المشرع الجزائري من تعريف المستهلك.....
10.....	أولا: تعريف المستهلك في التشريع الجزائري السابق.....
12.....	ثانيا: تعريف المستهلك في التشريع الجزائري من خلال النصوص الجديدة.....
15.....	المطلب الثاني: عقد الإستهلاك.....
16.....	الفرع الأول: أطراف عقد الاستهلاك.....
16.....	أولا: المستهلك.....
16.....	1- تعريف المستهلك.....
17.....	2- عناصر التعريف القانوني للمستهلك.....
20.....	ثانيا: المهني.....
20.....	أ: تعريف المهني.....
20.....	ب: عناصر تحديد تعريف المهني.....
21.....	الفرع الثاني: التزامات المهني.....

- أولاً: التزام بإعلام المستهلك.....21
- 1- الالتزام بالإعلام قبل التعاقد.....22
- 2-الالتزام بالإعلام بعد التعاقد(الالتزام العقدي بالإعلام).....23
- ثانياً: الإلتزام بضمان سلامة المنتج.....27
1. تعريف الالتزام بضمان سلامة المنتج.....27
2. عناصر تعريف الالتزام بضمان سلامة المنتج.....29
- المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك في إطار قانون المنافسة.....31**
- المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....31
- الفرع الأول: دور وزارة التجارة.....32
- أولاً: على المستوى المركزي.....33
- ثانياً: على المستوى الخارجي.....35
- الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة.....36
- أولاً: الدور الإستشاري لمجلس المنافسة.....37
- ثانياً: الدور القمعي لمجلس المنافسة.....39
- الفرع الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك.....39
- أولاً: حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك.....39
- ثانياً: ضمان أمن وسلامة المستهلك.....40
- المطلب الثاني: دور منظمة حماية المستهلك في الجزائر.....40

- 41.....الفرع الأول: النظام القانوني لمنظمة حماية المستهلك
- 41.....الفرع الثاني: التدخل الوقائي لحماية المستهلك
- 42.....أولاً: الدور السياسي والإعلامي
- 42.....ثانياً: مراقبة الأسعار والجودة
- 43.....الفرع الثالث: التدخل الدفاعي لحماية المستهلكين
- 43.....أولاً: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين
- 44.....ثانياً: الدعوى إلى المقاطعة
- 45.....المطلب الثالث: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك
- 45.....الفرع الأول: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك
- 45.....أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك
- 46.....ثانياً: دور قضاة الحكم
- 46.....الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء
- 47.....الفرع الثالث: المسؤولية المقررة على المهني
- 48.....أولاً: المسؤولية المدنية
- 48.....ثانياً: المسؤولية الجزائية
- 50.....الفصل الثاني: فعالية قانون المنافسة في حماية المستهلك
- 51.....المبحث الأول: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة
- 51.....المطلب الأول: حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة

52.....	الفرع الأول: حماية المستهلك من الممارسات الجماعية المقيدة للمنافسة.....
52.....	أولاً: الاتفاقيات المقيدة للمنافسة.....
56.....	ثانياً: التجميعات المقيدة للمنافسة.....
60.....	الفرع الثاني: حماية المستهلك من الممارسات الفردية المقيدة للمنافسة.....
61.....	أولاً: حظر التعسف في استعمال القوة الاقتصادية.....
66.....	ثانياً: القيام بعقد استثنائية.....
67.....	ثالثاً: ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً.....
68.....	المطلب الثاني: الممارسات المستثناة من الحظر المقيد للمنافسة.....
68.....	الفرع أولاً: الاستثناء الناتج عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي.....
69.....	الفرع الثاني: استثناء الممارسة من الحظر التي تؤدي إلى تقدم اقتصادي.....
72.....	المبحث الثاني: حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير المشروعة.....
72.....	المطلب الأول: مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية.....
73.....	الفرع الأول: عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.....
77.....	الفرع الثاني: الفوترة.....
79.....	المطلب الثاني: مخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية.....
80.....	الفرع الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية وممارسة أسعار غير شرعية.....
92.....	الفرع الثاني : الممارسات التجارية غير النزيهة.....
105.....	الخاتمة:.....

107.....قائمة المراجع

128.....الفهرس

المخلص:

إهتم المشرع الجزائري وكغيره من المشرعين بحماية المستهلك الذي يعدّ الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، فأصدر مجموعة من التشريعات التي تهدف إلى تحقيق الحماية القانونية لهذا الطرف، كان أولها قانون حماية المستهلك رقم 89-02 والذي تم إلغائه بالقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وعليه فوضع حماية شاملة للمستهلك يتوقف أساسا على الأجهزة والآليات لتوفير أكبر حماية ممكنة للمستهلك من أجل إحداث توازن بينه وبين المتدخل.

الكلمات الدالة:

المستهلك؛ عقد الاستهلاك؛ قانون المنافسة؛ حماية المستهلك؛ المهني؛ التزامات المهني؛ إلّزام بإعلام المستهلك؛ ضمان سلامة المنتج؛ الاتفاقيات المقيدة للمنافسة؛ حظر التعسف