



جامعة مولود معمري – تيزي وزو
كلية الحقوق والعلوم السياسية



مركز المستهلك في القانون الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون
تخصص: العون الاقتصادي

تحت إشراف الأستاذة:

د. محتوت حورية

من إعداد الطالبتين

شلالي نجاة

إسحاق بوسحاق علفية

لجنة المناقشة:

- 1/ كسال سامية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، رئيسا
- 2/ د. محتوت جلال مسعد، أستاذة محاضرة ()، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، مشرفة ومقررة
- 3/ أ. زوبير أرزقي، أستاذ مساعد ()، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ممتحنا

السنة الجامعية 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

إهداء

نهدي ثمرة عملنا المتواضع إلى:

➡ الوالدين العزيزين، أمدهما الله بالعمر الطويل

➡ كل من إخوتي و أخواتي.

➡ كل أفراد العائلة كبيرهم وصغيرهم.

➡ كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل بالخصوص

➡ جمال ونسيمة وإبنهما أحمد.

➡ الأنسة دينا فاطمة التي لم تبخلنا بكل جهدها.

نجاة وعلاجية

الشكر الخاص

نتقدم بخالص شكرنا وعرفاننا إلى الأستاذة "محتوت

حورية" المشرفة على هذا البحث وعلى حرصها الدائم على

إتمام هذا العمل وبلوغ الغاية المرجوة، فألفه شكر.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر لكل من ساعدنا و لو

بمثقال ذرة بكلمة أو فكرة أو توجيه في سبيل إنجاح هذا

العمل المتواضع بدون أن ننسى أعضاء لجنة المناقشة بقبولهم

مناقشة هذا العمل.

ونتوجه بالشكر الخاص لأستاذة كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة مولود معمري بتيڨي وزو لما علمونا من علم

ومعرفة.

مقدمة

يعد موضوع حماية المستهلك من المواضيع الحديثة التي حاول الفقه تحليلها من زوايا مختلفة على الرغم من صعوبتها وتعقيدها ، والتي حاول المشرع مواكبة تطورها عن طريق وضع النصوص القانونية تكفل للمستهلك حماية أمام ما توصل إليه التقدم العلمي في المجال الاقتصادي .

ظهرت الحاجة إلى حماية المستهلك نتيجة لتنوع السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك في السوق من جهة ومن جهة أخرى لحمايته كطرف ضعيف في العلاقة العقدية الذي غالبا ما يقع ضحية للمعاملات التجارية في السوق أثناء إقباله على المنتجات المتنوعة المحلية منها و المستوردة.

لقد صدر أول نص قانوني متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك بموجب القانون رقم 89-02¹ الذي يحدد الأطر القانونية لحماية حقوق المستهلك، ومن أجل تطبيقه تبعته مجموعة من النصوص التنظيمية التي صدرت في شكل مراسيم تنفيذية وقرارات تنظم كل مجال له صلة بحماية المستهلك ورعاية حقوقه شملت (الضمان، المطابقة، وسم السلع) إن صدور القانون رقم 09-03² أرسى أسس ومبادئ جديدة تهدف كلها إلى حماية المستهلك الذي ألغى أحكام القانون رقم 89-02 السالف ذكره، حيث وضع هذا القانون آليات وقائية من خلال فرض لالتزامات على المتدخل الذي يجدر به احترامها و ردعية من خلال قمع كل أشكال الغش والدفاع عنه المستهلك ضد كل فعل يضر بمصالحه المادية أو المعنوية .

إن اختيار هذا الموضوع جاء نتيجة لاعتبار موضوع حماية المستهلك حديث نسبيا، الذي يفرض معه مواكبة هذا التطور عن طريق إيجاد نصوص وميكانيزمات قانونية تتلاءم مع تلك المخاطر التي يتعرض لها المستهلك، وعليه كان لزاما التعرض على

¹- قانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989، يتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 06 المؤرخة في 1989/02/08 (ملغى).

²- قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15 المؤرخة في 2009/03/08.

طبيعة السياسة التشريعية المعتمدة لمواكبة هذا التطور حتى يتسنى لنا تقييم طبيعة الحماية التي قررها المشرع سواء في النصوص الخاصة بحماية المستهلك أو حتى في تلك النصوص التي لها علاقة به كقانون المنافسة¹ والقانون المتضمن تنظيم الممارسات التجارية²، من خلال هذه الدراسة سنحاول البحث عن المكانة التي قررها المشرع للمستهلك عبر النصوص القانونية المتلاحقة التي تظن على أثرها المشرع لضرورة مواكبة سن التشريعات الجديدة، كما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل للمستهلك.

تكمن أهمية الموضوع من الناحية النظرية في محاولة لتقييم دور النصوص التشريعية المعتمدة في القانون الجزائري ومدى نجاعتها في تأطير حماية المستهلك ومدى كفايتها لوحدها أم أنه يجدر تعزيزها باليات وميكانيزمات ميدانية تطبيقية تهدف إلى إبراز مكانة المستهلك على ضوء ما يعرفه السوق من تطور سواء في المنتجات أو في المعاملات كما تظهر أيضا فائدة الموضوع عمليا في خلق نوع من التوازن في العلاقات التي تربط المستهلك بالمتدخل في إطار العملية الاستهلاكية والبحث عن إحدى انجح الأساليب والوسائل اللازمة لحماية المستهلك وضمان حقوقه .

وعليه ومن خلال دراستنا المتواضعة ، ونظرا لأهمية موضوعنا وما يثيره من الإشكالات ارتأينا التعرض لهذا الموضوع باعتماد الإشكالية التالية :

ما هي المكانة المخصصة للمستهلك في القانون الجزائري؟

وقد اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع إلى التقسيم الآتي :

ففي الفصل الأول يتم التعرض إلى طبيعة الحماية المقررة للمستهلك في التشريع الجزائري أما الفصل الثاني تم إبراز آليات وميكانيزمات المكافحة بحماية المستهلك.

¹- قانون 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتضمن قانون المنافسة، جريدة رسمية، عدد43، الصادرة في جويلية 2003 (المعدل والمتمم).

²- قانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية، عدد 41 المؤرخة في 2004/06/27 (المعدل والمتمم)

الفصل الأول:

طبيعة الحماية المقررة للمستهلك

في التشريع الجزائري

لقد إهتم المشرع الجزائري بحماية المستهلك منذ بداية التسعينات وتبنت الجزائر سياسة اقتصاد السوق، بحيث أصبحت حماية المستهلك ضرورة إستوجب مراعاتها خصوصا أمام الخطورة الناجمة عن استهلاك المنتجات الأجنبية المستوردة لاسيما بعد إزالة إحتكار الدولة للتجارة الخارجية وكذا دخوله في علاقات عقدية أثناء تعامله مع المحترفين وقد ازدادت هذه الخطورة في ظل المنافسة الحرة أو تحرير السوق. إن الدخول في سياسة اقتصاد السوق أثر سلبا وإيجابا على المستهلك، فالأثر السلبي يتمثل في تعرّض المستهلك لمخاطر اقتنائه للمنتجات والخدمات وكذا اعتباره كطرف ضعيف في العلاقات التي تجمعها بالمحترف، أما الأثر الإيجابي فيتجسد في تحصين المستهلك وإحاطته بحماية خاصة تمخضت خصوصا بصدر قانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك¹، الذي يعد أول قانون صدر في هذا الشأن إلى غاية إلغائه بموجب قانون 09-03 الذي أضحى قانون ساري المفعول يضمن حماية خاصة للمستهلك في الجزائر.

من جانب آخر، لم يكتفي المشرع بتلك الحماية الخاصة المقررة لحماية المستهلك بل وسّع من نطاقها ليمتد تجسيدها حتى في تلك القوانين التي تهتم بضبط السوق كقانون المنافسة² وكذا القانون المتعلق بالممارسات التجارية³.

في هذا الفصل سوف نتناول الحماية الخاصة للمستهلك المكرّسة في ظل قانون 09-03 (المبحث الأول) والحماية المقررة للمستهلك في ظل قانون المتعلق بالممارسات التجارية وقانون المنافسة (المبحث الثاني).

¹- قانون رقم 89-02، السالف الذكر.

²- قانون رقم 03-03، السالف الذكر.

³- قانون رقم 02-04، السالف الذكر.

المبحث الأول:

الحماية المخصصة للمستهلك في ظل قانون 03-09.

كرّس المشرع الجزائري في ظل القانون الجديد 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مبدأ هام يتمثل في الالتزام بضمان السلامة، لذا فإن الأمر يستدعي إظهار وإبراز دور هذا المبدأ في توفير حماية فعالة للمستهلك (المطلب الأول) وتحديد نطاقه سواء من حيث الأشخاص أو من حيث الموضوع (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الالتزام بضمان السلامة وتوفير حماية فعالة للمستهلك

يعد الالتزام العام بالسلامة كأساس لوضع مجموعة من الإجراءات الحمائية والتي يتم تطبيقها عن طريق الإدارة والقضاء الجزائري في المواد 14 و 19 من قانون 02-89 الملغى وكذا اتخاذ الاحتياطات اللازمة في مراحل إعداد المنتج لمنع ظهور الأخطار التي تنطوي عليها المنتوجات الناجمة عن عدم مطابقتها للمواصفات¹. إن هدف الالتزام العام بالسلامة هو تقوية الحماية المقررة للمستهلك عن طريق وضع قواعد ذات طابع وقائي تهدف إلى منع ظهور منتوجات ضارة أو خطرة في السوق أو تقرير مسؤولية المنتج والموزع الذي يقوم بطرح منتوجات تلحق ضرر لمن يستعملها أو يستهلكها².

إن أهمية الأسواق تكمن في تلبية رغبات المستهلكين وما تحققه لهم من أسباب المتعة والرفاهية عند اقتناء ما يحتاجونه من سلع وخدمات، الأمر الذي أدى لتزايد فرص

¹ - كالم حبيبة، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2005، ص 11.

² - صياد صادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013/2014 ص 79.

المخاطر التي تهدد المستهلكين في أرواحهم وأموالهم وخاصة بعد تطور أساليب الدعاية والإشهار عن المنتجات¹.

الفرع الأول: طبيعة الالتزام بضمان السلامة

يقصد بطبيعة الالتزام بضمان السلامة تحديد ما إذا كان هذا الالتزام هو التزام محدد بتحقيق نتيجة أم أنه التزاما عاما ببذل عناية، أم أنه التزام ذو طبيعة خاصة؟
اختلف الفقه والقضاء حول طبيعة الالتزام بسلامة المنتج، هناك من اعتبره التزاما بتحقيق نتيجة وهناك من اعتبره التزاما ببذل عناية.

يترتب على اعتبار الالتزام بضمان السلامة التزام ببذل عناية أنه لا يكفي للمستهلك الحصول على التعويض أن يثبت حصول الضرر بفعل المنتج، بل يتعين عليه أن يقيم الدليل على خطأ المتدخل المتمثل في عدم اتخاذ احتياطات لازمة لتجنب وجود عيب أو خطورة بالسلعة المباعة.

يترتب على اعتبار الالتزام بضمان السلامة أنه التزام بتحقيق نتيجة أنه يؤدي إلى تخفيف عبء الإثبات على المضرور الذي يستطيع الحصول على التعويض بمجرد إثبات حصول الضرر بفعل السلعة التي قام بشرائها، فالمستهلك يستحق التعويض عندما يقيم الدليل على وجود الضرر وعلى العلاقة السببية التي تربطه بالسلعة.

وعليه فإن مسؤولية المتدخل هنا مسؤولية موضوعية مبنية على أساس الضرر وليس لها علاقة بالخطأ وبالتالي لا مجال للبحث عن طبيعة الالتزام بضمان سلامة المنتج من خلال سلوك المتدخل، وهذا يعني أن هذا الالتزام ذو طبيعة خاصة لكونه متى لحق شخص ضرر بسبب عيب في المنتج لزم المتدخل التعويض².

¹ - خامر سهام، اليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، يوسف بن خدة، تاريخ المناقشة 2013/2012، ص 42.
² - مزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المناقشة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013-2012، ص.ص 97، 98.

لقد قرر المشرع الجزائري هذا الالتزام لفائدة المستهلك، في حين نجد أن المشرع الفرنسي وسع دائرة الإفادة ليشمل كل شخص قد يتعرض للضرر بفعل المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق حتى وإن كان المستهلك هو أنسب شخص يستفيد من هذا الالتزام¹.

الفرع الثاني: مجال الالتزام بضمان السلامة

كرّس المشرع في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش مبدأ تطبيق الالتزام بضمان سلامة المنتجات والخدمات التي يضعها المنتج للتداول وذلك باتخاذ الاحتياطات اللازمة لمنع ظهور الأخطار التي تهدد سلامة وأمن المستهلك.

*الالتزام بضمان سلامة المنتجات والخدمات

الالتزام بضمان سلامة المنتجات هو التعهّد الذي بمقتضاه يلتزم المنتج في مواجهة المستهلك باتخاذ احتياطات لازمة لمنع ظهور الأخطار التي تنطوي عليها المنتجات وذلك بضمان سلامة هذه الأخيرة التي يضعها للتداول، ويكون ذلك عن طريق إعلامه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج والأخطار الكامنة فيه².

لقد حصر قانون حماية المستهلك وقمع الغش في نص المادة 03 فقرة 06³ سلامة المنتج في خلوه من الملوثات أو المواد المغشوشة في حين يكون المنتج خطرا بطبيعته لاحتوائه على سموم طبيعية تجعله مضر بالصحة.

يجد مبدأ الالتزام بضمان السلامة أساسه القانوني في قانون حماية المستهلك و قمع الغش في نص المادة 04 منه التي تنص على أنه : " يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك"⁴.

¹ - صياد صادق، المرجع السابق، ص 74.

² - كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج واليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2014/2013 ص 31.

³ - أنظر المادة 03 فقرة 06 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

⁴ - كريم بن سخرية، المرجع السابق، ص 32.

ينبغي أن تتوفر في جميع المنتجات والخدمات حال استعمالها في الظروف العادية أو في الظروف الأخرى متطلبات السلامة التي يمكن للمحترف أن يتوقعها بطريقة معقولة والتي يمكن أيضا ترقبها قانونا ولا يترتب عليها المساس بأمن وسلامة المستهلك¹. كما تستدعي ضرورة حماية المستهلك من خطورة المنتجات المعروضة من طرف المتدخل إلى لجوء الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من قانون 09-03 إلى تطبيق إجراءات السحب النهائي دون رخصة مسبقة من طرف السلطات القضائية المختصة وذلك في حالات تم تحديدها من طرف المشرع على سبيل الحصر:

✓ المنتجات المقلدة.

- ✓ حيازة المنتجات دون سبب شرعي والتي يمكن استعمالها في التزوير.
- ✓ المنتجات التي ثبتت بأنها مزورة أو مغشوشة وعدم صلاحيتها للاستهلاك².

المطلب الثاني

نطاق الالتزام بضمان سلامة المنتجات والخدمات

يعتبر الالتزام بضمان السلامة التزاما قانونيا ويعد كأساس لوضع مجموع من الإجراءات الحمائية التي يتم تطبيقها عن طريق الإدارة.

يتحدد مفهوم هذا الالتزام بعنصرين أساسيين هما: حق المستهلك في السلامة الجسدية وهو يمثل مصلحة الفرد، تحميه قوانين العالم المتحضر في أن يظل جسمه مؤديا لكل وظائفه العضوية على النحو العادي الطبيعي، وكذلك له الحق في سلامة أمواله وهو من مقتضيات حق الملكية الذي يعني الاعتراف للشخص بحماية أمواله من كل اعتداء³.

¹ - بركات كريمة، أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق "دراسة مقارنة" أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 318.

² - مامش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة المقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 159.

³ - لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012/2011، ص 13.

ولتوضيح التزام بضمان السلامة علينا التطرق إلى أشخاص هذا الالتزام (الفرع الأول) وإلى موضوعه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الالتزام بضمان السلامة من حيث الأشخاص

إن نطاق الالتزام بضمان السلامة من حيث الأشخاص له أهمية كبيرة من خلال تحديد الدائن والمدين بالحماية المقررة قانونا لصالح المستهلك، هذا الأخير هو الدائن باعتباره الطرف الجديد و المستفيد من هذه الحماية لما تضمنه من حقوق في مواجهة المتدخل فهو المدين بهذا الالتزام الذي ألقاه على عاتقه قانون حماية المستهلك وقمع الغش. ومنه يجب تحديد من هو الدائن بهذا الالتزام أولا، وكذا من هو المدين بهذا الالتزام ثانيا.

أولا: الدائن بالتزام ضمان سلامة المستهلك:

يستفيد المستهلك من الالتزام بضمان السلامة حسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09، فقد عرفته المادة 03 منه على أنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان تكفل به"¹.

كما عرّف المشرع المستهلك في نص المادة 02 فقرة 09 من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه ² : " كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين بالاستعمال الوسيط لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

نستنتج من خلال هذه المادتين إن التعريفين يتشابهان إلى حد بعيد، و يختلفان في إضافة لفظي طبيعي أو معنوي للشخص و هو توضيح كان المشرع في غنى عنه، لأن

¹ - صياد صادق، المرجع السابق، ص 39.

² - مرسوم تنفيذي رقم 39-90 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 05 الصادر في 31 جانفي 1990، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1990 (ملغى).

مصطلح شخص كافي للدلالة على الاثنين معا، كما أنه قام بتعويض مصطلح المنتج بمصطلح السلعة وإزالة مصطلح الاستعمال الواسطي من التعريف¹.

ويفهم من تعريف المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 أن المستهلك المشمول بالحماية هو المستهلك العادي غير المهني ويتبين ذلك من خلال العبارات التالية:

1/ الاستعمال النهائي: معناه الاقتناء من أجل الاستهلاك الفوري أو خلال مدة من الزمن، على أن يكون استهلاك السلعة أو الخدمة على شكلها النهائي الموجودة عليه دون إخضاعها إلى تغييرات وتحويلات وبذلك يخرج من دائرة مفهوم المستهلك من يقتني السلع ويغير منها.

2/ تلبية حاجة شخصية: إن الحاجة الشخصية لا تكون عادة إلا عند الشخص الطبيعي، إلا أن هناك تناقض في بداية المادة مع هذه العبارة أي أن المشرع يأخذ بالمستهلك الشخص المعنوي الذي يقتني السلع والخدمات لتلبية حاجة الشخص المعنوي². كما يعتبر مستهلكا أيضا كل من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة حيوان تكفل به كأن يشتري له علفا أو أدوية بيطرية، غير أنه لا يدخل ضمن هذا التعريف من يقوم بتربية الحيوانات لأغراض تجارية مثلا مربى المواشي الذي يعتبر منتجا لا مستهلكا³.

إن تعريف المادة 02 فقرة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بقمع الغش (الملغى) ينطوي على تعارض صارخ في فئة الأشخاص المشمولين بالحماية، فهذه المادة ذكرت الاستعمال الواسطي الذي يستدل منه استهلاك السلع والخدمات واستخدامها

¹- مصطفى بوديسة، حماية المستهلك من اخطار المنتجات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014/2013، ص10.

²- لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص15.

³- مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص12.

من أجل إنتاج سلع وخدمات مغايرة عن الأولى، فيكون هذا الشخص منتجا في حين أن النص التشريعي يقصي المستهلك المهني من الحماية¹.

بالإضافة لصفة المستهلك كونه مستعمل السلع والخدمات فإنه يعدّ شخص محمي نظرا لانعدام تجاربه، وهؤلاء الأشخاص الذين يعتبرون عديمي التجارب هم بدون شك الذين يتصرفون من أجل تلبية حاجاتهم الشخصية أو لشخص آخر أو لحيوان تحت مسؤوليتهم.

ومن خلال ما تقدم يمكن تحديد المقصود بالمستهلك عن طريق تحديد ثلاث خصائص له وذلك كما يأتي:

✓ هو الشخص سواء كان طبيعياً أو معنوي يقوم بإبرام عقود لسد حاجاته الفردية أو الأسرية.

✓ إبرامه تلك العقود للحصول على سلع وخدمات ينتفع بها، دون أن تكون له نية المضاربة عن طريق إعادة بيعها أو تصنيعها، فالفرد يعتبر مستهلكاً حتى ولو كان منتجا لسلعة ما، فإنه يعد مستهلكاً لغيرها من السلع، وعليه فهو يستحق الحماية عندما يسعى للحصول على هذه السلع لاستهلاكه الشخصي وليس المهني .

✓ وأخيراً المستهلك هو شخص غير مهني، إذ لا يتمتع بالقدرة الفنية لمعرفة ما إذا كانت السلع والخدمات التي تحصل عليها موجودة².

ثانياً: المدين بالتزام بالسلامة : المتدخل

إذا كان المستهلك هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك فإن المتدخل هو الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك ولقد عرفت المادة 03 من القانون 03-09 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

¹- لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص 16.

²- كالم حبيبة، المرجع السابق، ص.ص 16.17.

من ثم فإن مصطلح المتدخل يشمل المنتج لسلعة أو خدمة أو المستورد أو المخزن أو الناقل أو الموزّع لها بالجملة أو التجزئة، فكل ممتهن لأحد هاته الأنشطة يعتبر متدخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه.

أهم ما يميّز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية¹.

وقد أعطى المشرع للمهني تسمية مغايرة للمستهلك، كما أنه إتفق الفقه على أن يكون المهني أو المتدخل شخصا طبيعيا كالتاجر البسيط أو معنويا كالشركة، وقدم المشرع تفاصيل أكثر توضح هذا المفهوم حيث عرّف عملية عرض المنتج للاستهلاك على أنها تشمل جميع مراحل الإنتاج، الاستيراد، التخزين، النقل، التوزيع بالجملة أو التجزئة.

يمكن القول أن المتدخل هو المنتج، المستورد، المخزن الناقل وموزّع الجملة والتجزئة، وعليه يدخل في مفهوم هذا التعريف التشريعي للمهني كل نشاط مهني تجاري، صناعي، حرفي أو زراعي بقصد توفير السلع والخدمات للمستهلك.

أما المتدخل في قانون المنافسة فهو يأخذ اسما آخر هو المؤسسة وعرفها على أنها: " كل شخص طبيعي أو معنوي مهما كانت صفته، يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات....."²

كما استعمل المشرع مصطلح العون الاقتصادي لتعريف المتدخل كما أشارت إليه المادة 03 فقرة 01 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأن العون الاقتصادي هو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها³.

¹- صياد صادق، المرجع السابق، ص.ص 49.50.

²- لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص 18.

³- مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص 13.

إن المشرع الجزائري قد وسع من تعريف المتدخل حيث يشمل الشركات التي تمارس أنشطة مهنية، صناعية أو تجارية أو زراعية أو حرفية...إلخ. الهدف منها هو الحصول على الربح، وبذلك تلتزم هذه الأشخاص المعنوية إتجاه المستهلك بنفس الالتزامات التي تقع على المتدخل الشخص الطبيعي¹.

الفرع الثاني: الالتزام بضمان سلامة السلع والخدمات من حيث الموضوع

يلتزم المتدخل بضمان السلامة في مجالات حددها قانون حماية المستهلك وقمع الغش وهي سلامة ونظافة المواد الغذائية ومطابقة المنتوجات وفي مجال إعلام المستهلك².

أولاً: إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها

1/ إلزامية سلامة المواد الغذائية:

لقد نص قانون حماية المستهلك على إلزامية عرض المواد الغذائية سليمة لا تضر بصحة المستهلك، وذلك بمراعاة المواد الداخلة في تركيبها وسلامة تجهيزها وتسليمها، و بالإضافة للمواد المخصصة لملاستها³.

كما ألزم المشرع الجزائري المتدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك بضرورة بذل العناية المطلوبة للحيلولة دون وجود عيب أو خطر يهدد امن وسلامة المستهلك.

أ- ضمان سلامة المادة الغذائية في مرحلة التجهيز والتسليم:

• في مرحلة التجهيز:

يتعين على المسؤول عند وضع المادة الغذائية للتداول اختيار الغلاف والعبوة المناسبة، بحيث يضمن حفظها سليمة بلا تلف⁴، وعلى المتدخل تجهيز المنتج الغذائي بطريقة التي لا تؤدي إلى فسادها، حيث هناك عدد كبير من الأشخاص المصابين

¹- زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون 09-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص36.

²- لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص 22.

³- زموش فرحات، المرجع السابق، ص 87.

⁴- لحراري شالح لويضة، المرجع السابق، ص.ص 27 . 28.

بتسمات غذائية يوميا ناجمة عن عدم حفظ المادة في مكان ملائم، أو يكون نتيجة الغلاف أو العبوة التي جهزت فيها المادة الغذائية، إذ عليه أن يضع هذه الأخيرة في غلاف أو تعبئة تتوفر على المواصفات القانونية لتجنب الإضرار بالمستهلك¹.

كما نص المشرع في المادة 07 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش² على ضرورة مراعاة شروط معينة أثناء تجهيز المادة الغذائية لضمان سلامتها وذلك ما جاء في المادة 14 من القرار الوزاري المؤرخ في 26 يوليو 2000، المتعلق بمواصفات مياه الشرب الموضبة مسبقا وكيفيات عرضها³، على ضرورة توضيب مياه الشرب في وعاءات من زجاج لضمان سلامتها.

وبالإضافة الى نص المادة 10 من قانون 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص مميزاته وتركيبته وشروط تجميعه وصيانتها، وتأثير المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله واتلافه وكذا كل الإرشادات والمعلومات الصادرة عن المنتج"⁴.

• مرحلة وضع المنتج للاستهلاك

إن عملية تسليم المادة الغذائية هي المرحلة الأخيرة في عملية وضع المنتج للاستهلاك، فيما يلتزم المتدخل ببعض الشروط عند تسليم المنتج الغذائي، حيث تختلف كيفية تسليم المادة الغذائية المعبأة عن المادة الغذائية غير المعبأة .

فالأولى (المادة الغذائية المعبأة) وجب أن تسلم في ظروف ملائمة مثلا الحليب المبستر فقبل تسليمه يجب أن يحفظ في درجة حرارة لا تفوق 6° مئوية، وأن يكون

¹- زموش فرحات، المرجع السابق، ص 87.

²- تنص المادة 07 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: " يجب أن لا تحتوي التجهيزات واللوازم والعتاد والتغليف وغيرها من الآلات المخصصة لملامسة المواد الغذائية الا على اللوازم التي لا تؤدي إلى إفسادها".

³- القرار الوزاري المؤرخ في 26 جويلية 2000، المتعلق بمواصفات مياه الشرب الموضبة مسبقا وكيفيات عرضها، ج.ر عدد 51، الصادر في 20 أوت 2000.

⁴- كريم بن سخرية، المرجع السابق، ص 32.

غلافه يكفل له ضمان الصحة طبقا للمادة 20 من مرسوم التنفيذ رقم 91-53 المتعلق بشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية الاستهلاكية إما الثانية (المادة الغذائية غير معبأة) كالتمور والأسماك يجب أن تسلم في أكياس ورقية أو بلاستيكية التي أنتجت بمواصفات لا تشكل خطرا على صحة المستهلك¹.

ب/ ضمان سلامة المواد الغذائية بسلامة المواد المعدة لملامستها:

نصت المادة 07 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ضرورة عدم إحتواء التجهيزات واللوازم وغيرها من الآلات معدة لملامسة المواد الغذائية إلا على اللوازم التي لا تؤدي إلى إفسادها، حيث حرص المشرع على ضبط هذه المواد المعدة لتغليف حتى الأجهزة المستخدمة في إنتاج المواد الغذائية كل ما يعد لملامستها بقواعد صارمة².

وبين المشرع كفايات تنفيذ ذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه المواد³.

2/ إلزامية النظافة الصحية للمادة الغذائية:

قيد المشرع المتدخل بشروط النظافة الصحية طيلة العملية الإنتاجية وذلك في المادة 06 من قانون 09-03⁴ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فألزمه أن يضمن نظافة هذه المواد أثناء الجني وإعداد المادة الأولية ونظافة المستخدمين، كما يجب عليه أن يراعي شروط نظافتها أثناء نقلها وعرضها في الهواء الطلق. نستنتج أن المتدخل ملتزم بضوابط معينة لتحقيق نظافة المادة الغذائية، وتتمثل هذه الضوابط في الآتي بيانه:

¹ - زموش فرحات، المرجع السابق، ص 89.
² - فنتيز امينة، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون 09-03، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص قانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012/2013، ص 42.
³ - المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 09/01/1991 يتعلق بالمواد الملامسة للأغذية، ج ر عدد 04.
⁴ - تنص المادة 06 من قانون 09-03 على ما يلي: "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للإستهلاك أن يسهر على إحترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين، ولأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وكذا وسائل نقل هذه المواد وضمان عدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية وكميائية أو فيزيائية".

أ- نظافة المادة الأولية أثناء جنيها وإعدادها:

يتعين على المتدخل توفير المواد الأولية¹ محمية من كل تلوث يأتي من الحشرات أو النفايات وكذا الماء المستعمل في سقي المناطق الزراعية ويظهر هذا الالتزام في شكل واضح في المادة 09 من القرار الوزاري المتعلق بمواصفات مياه الشرب الموضبة مسبقا وكيفيات عرضها².

ومن أهم الملوثات التي قد تصيب المادة الأولية المبيدات الحشرية ومواد التطهير والمواد التي تستخدم في إنتاجها كالأسمدة الزراعية.

ويمكن حصر ضوابط جني المادة الأولية فيما يلي:

- ✓ يجب أن تكون المواد الأولية متحصل عليها وفقا للمقاييس المصادق عليها .
- ✓ كما يجب أن تكون التجهيزات والمعدات و الأماكن اللازمة لعمليات جمع المواد الأولية أو إنتاجها أو معالجتها أو نقلها أو تخزينها مهيأة ومستعملة على نحو ملائم حيث يتجنب فيها كل تكوين لأية بؤرة تلوث، وان تكون ميسورة التنظيف والصيانة³.

ب- الالتزام بنظافة المستخدمين(العمال):

نصت المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 91-53 المتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك⁴، على وجوب إخضاع الأشخاص المسؤولين عن تداول الأغذية لفحوص طبية دورية وعمليات التطعيم المقررة من وزارة الصحة والتي تعد قائمة الأمراض التي تجعل المصابين بها قابليين لتلوث الأغذية ويجب أن يخضع المستخدمون المكلفون بإنتاج أو معالجة أو تحويل المواد الغذائية لواجب العناية

¹ - المادة الأولية هي كل مادة طبيعية قابلة للتصنيع، فمثلا المعادن تصنف ضمن المواد الأولية حيث تصنع منها الآلات ، الأدوات...إلخ.

² - زموش فرحات، المرجع السابق ص91.

³ - لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص 31.

⁴ - مرسوم تنفيذي 91-53 مؤرخ في 23 فبراير 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، ج ر عدد 09 الصادرة في 27 فبراير 1991.

بنظافة ثيابهم وأبدانهم أثناء تداول المادة الغذائية، ويجب أن تكون ملابس العمل وأغطية الرأس أثناء العمل ملائمة ومن شأنها أن تمنع أي تلوث في الأغذية¹.

ج- نظافة أماكن تواجد المادة الغذائية:

ألزم المشرع المتدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك وذلك باحترام شروط النظافة الصحية وكذلك بالنسبة للأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وذلك وفق للمادة 06 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش².

حدد المرسوم المذكور أعلاه تدابير نظافة أماكن تواجد المادة الغذائية :

- ✓ إن تكون الأماكن ذات السعة كافية بالنظر إلى طبيعة استعمالها.
- ✓ أن تكون مؤمنة ضد التلوث الخارجي.
- ✓ يجب أن تكون الأماكن مهيئة مما يسمح بالفصل بين أقسام خاصة بالخرن وأماكن تحضير المنتج.
- ✓ يجب أن تكون الأماكن مهيئة بالإضاءة حتى تمنع تكاثف الغبار وتشكيل تعفونات.
- ✓ القيام بتطهير الأماكن بعد الانتهاء من الإنتاج وتحضير المادة الغذائية³.

د- نظافة المواد الغذائية أثناء نقلها وبيعها في الهواء الطلق:

يلتزم المتدخل في عملية عرض المواد الغذائية للاستهلاك بضمان نظافتها من وقت إنتاجها إلى غاية وصولها ليد المستهلك، كما يتولى المنتج والموزع عملية نقل المادة الغذائية إلى تاجر الجملة أو تاجر التجزئة من المصنع أو من مكان جني المادة الأولية

¹- فنتيز امينة، المرجع السابق، ص35.

²- صياد صادق، المرجع السابق، ص 85.

³- زموش فرحات، المرجع السابق، ص 93.

وهنا فرض المشرع على المتدخل أن يكون العتاد المخصص لنقل الأغذية مقصورا على ما خصص له مع مراعاة آجال حفظ الأغذية أثناء نقلها¹.

بالإضافة إلى ذلك ضرورة السهر من طرف المتدخل أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك على احترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين ونظافة الأماكن ومحلات التصنيع والمعالجة أو التحويل أو التخزين وكذلك نظافة وسائل نقل هذه المواد وضمان عدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية².

ثانيا: إلزامية مطابقة المنتجات

نص المشرع الجزائري على مبدأ مطابقة المنتجات للمقاييس والأنظمة لأجل تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك من خلال نص المادتين 11 و 12 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³.

ويقع الالتزام بالمطابقة على كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك ويكون هذا في كل المراحل حتى قبل الإنتاج إلى غاية العرض النهائي للاستهلاك⁴.

ألزم المشرع الجزائري في نص المادة 12 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على وجوب إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك وفي المادة 11 نص على أن يلبي المنتج لرغبات المشروعة للمستهلك⁵.

يتبين من خلال المادتين أن للمطابقة شقين تتمثل في :

¹- شعباني حنين، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 52.

²- فتيحة خالدي، الحماية الجنائية للمستهلك في ظل احكام القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25/ فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ايام 17 و 18 أوت 2009، ص 05.

³- تنص المادتين 11 و 12 من قانون رقم 03-09 على التوالي: " يجب أن يلبي كل منتج معروض للإستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للإستعمال والأخطار الناجمة عن إستعماله"

"يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للإستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية".

⁴- زموش فرحات، المرجع السابق، ص 98.

⁵ - المادة 12 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

1/ الشق الأول : يجب أن تكون المنتجات والخدمات مطابقة للطلبات المشروعة للمستهلكين الذين تعرض عليهم ولأحكام العقد أيضا.

2/ أما الشق الثاني : هو مطابقة المنتج أو الخدمة للقواعد العامة الخاصة بالمواصفات الواردة في القوانين واللوائح والمقاييس والعادات المهنية¹.

وعلى العموم يجب على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقا لما هو معمول به ووفقا للتشريع الساري في هذا المجال بحيث تكون هذه الرقابة متناسبة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل حسب حجم وتنوع المنتج موضوع الاستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لاختصاصه والقواعد المتعارف عليها في هذا المجال².

وبذلك نجد أن مبدأ المطابقة تحكمه مجموعة من القواعد، قواعد ذات طبيعة وقائية تهدف الى ضمان المطابقة واستبعاد من السوق تلك المنتجات والخدمات التي لا تستجيب للطلبات المشروعة للمستهلك، وقواعد ردعية تطبق في حالة انعدام المطابقة وذلك من خلال وسيلتين قانونيتين هما التقييس والرقابة³.

كما نص القانون المدني الجزائري على هذا الالتزام في نص المادة 353 فيما يتعلق بالبيع بالعينة انه : "...إذا انعقد البيع بالعينة يجب أن يكون المبيع مطابقا لها وإذا تلفت أو هلك في يد احد المتعاقدين حتى ولو بدون خطأ على المتعاقد أن يثبت أن الشيء مطابقا أو غير مطابق للعينة"⁴.

¹ - قرواش رضوان، مطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية كلية الحقوق والعلوم السياسية، المجلة السادسة المتخصصة المحكمة، الإيداع القانوني، 2010، ص 238.

² - فتيحة خالدي، المرجع السابق، ص 47.

³ - قرواش رضوان، المرجع السابق، ص 238.

⁴ - ركاي غنيم، الالتزام بمطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات القانونية والتنظيمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005/2004، ص 12.

ثالثاً: إلزامية إعلام المستهلك

إن الالتزام بإعلام المستهلك هو التزام عام يتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك وبذلك يؤدي الوفاء بهذا الالتزام إلى السماح للمستهلك بإبرام العقد لذلك فإن الالتزام بالإعلام يعد أيضاً وسيلة لمقاومة مخاطر الدعاية والإعلان وذلك عن طريق تقديم معلومات موضوعية عن السلع والخدمات¹. إن الالتزام بالإعلام هو طوق نجاة لهؤلاء المستهلكين البسطاء بأن أعاد التوازن العقدي الذي ظل مفقوداً لفترة من الزمن²، لذلك يجب الاعتراف بأن الحق في الإعلام أصبح أحد الركائز الأساسية لكل سياسة توضع لحماية المستهلكين.

وانطلاقاً من هذه الاعتبارات قام المشرع الجزائري بتكريس هذا الالتزام وفرضه على المتدخل حماية للمستهلك كما حدد أيضاً وسائل نقل هذا الإعلام إلى المستهلك هما الوسم والتغليف³.

أولاً: الوسم

يعتبر وسم المنتجات وسيلة تسويقية حديثة استغلت من قبل المحترفين لخدمة مصالحهم التجارية⁴.

ولقد عرف الوسم بموجب المرسوم التنفيذي 90-39 وذلك في المادة 02 فقرة 06 : " أنه جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة أو الصور أو الشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو سمة أو طوق يرافق منتوجاً ما أو خدمة"⁵.

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة المقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، طبعة الاولى، 2007، ص 367.

² - مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص.ص 27. 28.

³ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص

⁴ - محمد بودالي، حماية المستهلك في قانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، 2006، ص 77.

⁵ - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 20.

و يقصد بالوسم كذلك حسب القانون 09-03 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش أنه : " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها"¹.

وعلى هذا الأساس فالوسم هي تلك البيانات الموضوعية على الغلاف والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك بها ويجب إن يكون بطريقة لا توهي بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك وأن لا يحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الظن أو الشك فيها.

ومن هنا نبرز بعض المنتجات التي تقتضي الوسم منها المنتجات المنزلية غير الغذائية و السلع الغذائية.

1/ وسم المنتجات المنزلية غير الغذائية:

نظم المرسوم التنفيذي 366/90² وسم وعرض المنتجات المنزلية غير الغذائية وينطبق هذا المرسوم على جميع مواد الصيانة والترفيهية المنزلية باستثناء الأدوية والمواد الغذائية، لقد أوجب هذا القانون أن تكون هذه المواد معبئة بكيفية متينة ومتبعة ويوضع عليها لافتة تتضمن بيانات مرئية سهلة للقراءة يتعذر محوها³.

كما يتطلب وسم المنتجات المنزلية غير الغذائية حسب المادة 05 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه بيانات إجبارية تتمثل في:

✓ التسمية الخاصة بالبيع التي يجب أن تكون مغايرة لعلامة التجارة أو المصنع التي تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتج الحقيقية.

¹- انظر المادة 03 من القانون 09-03 السالف الذكر.

²- مرسوم تنفيذي رقم 366/90 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر عدد 50، الصادر بتاريخ 21 نوفمبر 1990.

³- جبالي واعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام "الوسم والإشهار"، مجلة نقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، عدد 02، 2006، ص 17.

✓ الكمية الصافية المعبر عنها بوحدات النظام الدولي.

✓ الاسم أو الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة

المنتج أو توضيحه أو استرداده أو توزيعه¹.

يجب أن تعنون المواد غير الغذائية بطريقة يمنع أي خلط بينهما وبين السلع الأخرى

في ذهن المستهلك خاصة الغذائية منها فيوضع في الوسم طبيعة التركيبة، تاريخ صنعها

وتاريخ نهاية الاستهلاك².

2/ وسم السلع الغذائية:

لقد عرف القانون رقم 03-09 المادة الغذائية بأنها: " كل مادة معالجة أو معالجة

جزئية أو خام، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان بما في ذلك المشروبات و علك

المضغ وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد

المستخدمة في شكل أدوية أو مواد التجميل أو التبغ³.

يكون الوسم بطريقة لا يكون من شأنها أن تؤدي إلى إحداث خلط في ذهن المستهلك

أو أية إمكانية للتغليط تكون باطلة ويشمل الوسم الخاص بالمواد الغذائية على البيانات

الإجبارية كالتسمية الخاصة بالبيع، وتاريخ الصنع، والأجل الأقصى لصلاحية الاستهلاك

وشروط الحفظ الخاصة، وإسم الشركة أو العلامة المسجلة، عنوان الشخص المسؤول عن

صناعة السلعة⁴.

إستثناءا يمنع على الحرفي ذكر الخصائص العلاجية والطبية للمواد الغذائية الأخرى

العادية وفقا لنص المادة 02/13 من المرسوم التنفيذي 363/90 كالمياه المعدنية والمواد

الغذائية ذات الطبيعة الخاصة⁵.

¹- حدوش فتيحة، ضمان سلامة من المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق ، بومرداس، 2010/2009، ص 11.

²- كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 27.

³- حدوش فتيحة، المرجع السابق، ص 12.

⁴- جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 41.

⁵- جبالى واعمر ، المرجع السابق، ص 16.

كما اشترطت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484¹ أن تكتب بيانات الوسم باللغة العربية وان تكون مرئية وسهلة القراءة يتعذر محوها في الشروط العادية للبيع.

إضافة إلى السلع التي تعفى من ذكر تاريخ صنعها : الملح، السكر، الخل، الحلويات السكرية، الخمر والمشروبات الكحولية لأنها تستهلك بحكم طبيعتها².

ثانيا: التغليف

يعد التغليف إجراء ضروري لحماية المنتج من كل الأضرار التي قد تصيبه وكذلك حماية المستهلك حيث انه يجب أن يقدم المنتج وفقا لمقاييس تغليفه وذلك من اجل تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه وذلك حسب المادة 03 من القانون حماية المستهلك 02/89 الملغى بموجب القانون 03-09. وما يجب ذكره هو أن التغليف غير موحد لكل المنتوجات، كل منتج يغلف بحسب طبيعته وتركيبه.

1/ تغليف المنتوجات الغذائية:

نجد أن المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 30/92³ تنص على أنه : " يتم توضيب البن محمصا حبا كان أو مطحونا في علب أو أكياس مجزئة وزنها 125 غ أو 250 غ أو 500 غ أو 1 كلغ.

غير أنه يمكن استعمال توضيب ملائم لاحتياجات مجموعات وأرباب المقاهي فتستعمل على الخصوص أكياس مناسبة بأوزان تتراوح بين 5 و 25 كلغ، ومهما يكن من أمر فإن هذه الغلافات يجب أن تكون مطابقة لنص المرسوم التنفيذي 04/91 الصادر في 19/01/1991 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر. عدد 83 الصادرة بتاريخ 25 ديسمبر 2005.

² - ج.ر. عود الياقوت، المرجع السابق، ص 42.

³ - مرسوم تنفيذي 30-92، مؤرخ في 20 جانفي 1992 يتعلق بخصائص انواع البن وعرضها، ج.ر. عدد 06 الصادرة بتاريخ 22 جانفي 1992.

المواد، على انه لا يمكن بيع إلا السلع الغذائية التي تتوفر على المواصفات التقنية والتي تكون مغلفة تغليفا متينا داخل أكياس وعلب وقارورات¹.

لذا يجب أن يحمل التغليف كل المعلومات المتعامل بها في ميدان تغليف المنتوجات ذات الاستعمال الغذائي ووسمها.

لكن نجد أن المادة 11 من المرسوم المذكور أعلاه ينص على انه : " يجب ان تكون التعبئة المعدة لتوضيب الدواجن المذبوحة بواسطة مواد ملائمة ونظيفة وثابتة ومطابقة لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 04/91 المتعلق بالمواد الموجهة لملامسة الأغذية ومستحضرات تنظيف هذه المواد"².

2/ تغليف السلع (المنتوجات غير الغذائية):

لقد كرس المشرع تعريف السلع غير الغذائية في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها على أنها : " يفهم من المنتوجات المنزلية غير الغذائية جميع المنتوجات المستعملة في صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسلع الغذائية فاشترط المشرع أن تكون هذه المنتجات مغلفة في تعبئة صلبة ومحكمة السد، وقد حدد المشرع نوعية التغليف المتعلق بالمنتوجات غير الغذائية في نص المادة 07 من المرسوم المذكور سابقا"³.

وينبغي أن ينجز التغليف بالنسبة للأحجام والأوزان التي تقل عن 05كلغ باستعمال جميع المواد للتعبئة ماعدا الزجاج والمادة البلاستيكية الشفافة أو نصف الشفافة المقدمة في شكل زجاجة أو بوقال أو وعاء ومثال على ذلك : توضيب ماء

¹- جرعود الباقوت، المرجع السابق، ص.ص 46. 47.

²- كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 30.

³- لعمال لامية، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن عكنون، 2002/2001، ص 65.

جافيل الذي يقل حجمه عن خمسة (5) لترات، يكون في جميع المواد باستثناء الزجاج والبلاستيك الشفافة ونصف الشفافة¹.

3/ تغليف المنتجات الخطرة:

للتغليف فوائد جمة يهدف من جهة إلى حماية السلع والحفاظ عليها من التلف أو الفقد أو التأثير بالعناصر الخارجية التي قد تتفاعل معها، ومن جهة أخرى تضمن وصول السلع للمستهلك نظيفة، سليمة وبالتالي تؤدي وظيفتها في درء الضرر عن المستهلك.

وان كان التغليف أو العبوة وسيلة تمنع تحقيق ضرر لاحق بالمستهلك إلا أن هذه الوسيلة أصبحت لا تعكس الفوائد التي تحملها بل أصبحت وسيلة خداع للمستهلك، فبات العديد من المنتجين يعتمدون أساليب احتيالية في التغليف والتي تدخل في باب الغش التجاري بقصد تحقيق أكبر ربح ممكن متجاهلين صحة المستهلك².

يجب أن تكون تعبئة المنتجات الخطرة متميزة عن السلع الأخرى نظراً للأخطار التي قد تسببها هذه السلع للمستهلك ولأجل ذلك يجب على الصانع أن يختار من أشكال التجهيز ووسائله ما يشكل عوائق مادية تقى المستهلك أو المستعمل من خطر هذه المنتجات بشكل كاف. ونظراً لخطورة المواد، فإنه يجب أن تلف كل مادة خطيرة في رزم ملائمة حسب الصنف المترتبة فيه، أي جهاز يستعمل لاحتواء المادة الخطيرة ويكون قادراً على مقاومة الضغوط والهزات وكذلك يجب على كل صانع لأي نموذج من الرزم أن تكون له شهادة تبين أن تخصيصات النموذج تستجيب لجميع المواصفات القانونية³.

¹- ركاي غنيم، المرجع السابق، ص 55.

²- ليجال لامية، للمرجع السابق، ص 66.

³- ركاي غنيم، المرجع السابق، ص.ص 55. 56.

المبحث الثاني:

الحماية المقررة للمستهلك في ظل القانون المتعلق بالممارسات

التجارية وقانون المنافسة

ظهرت الحاجة إلى حماية المستهلك نتيجة تنوّع السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك في السوق، حيث غزت هذه الأخيرة منتجات يجهل طبيعتها ومصدرها، وكانت هذه الوفرة على حساب الجودة والنوعية وأصبح المستهلك عرضة للمناورات وتلاعب الأعدان الاقتصاديين والتجار نتيجة الجشع والرغبة في تحقيق الربح على حساب سلامة المستهلك، و الاعتماد على أساليب غير مشروعة لكسب المال بالغش في المواد وانتهاج سلوكات محظورة وأمام هذه الوضعية تدخل المشرع الجزائري لحماية المستهلك بمجموعة من قوانين متعلقة بضبط السوق لغاية توفير الحماية اللازمة للمستهلك باعتباره كطرف ضعيف تتقصه الخبرة وتعوزه الدراية الفنية لتقدير ما يعرض عليه للشراء أو الاستفادة من الخدمات ولذلك يقع ضحية في يد المهني (المحترف) وهذه الحماية ليست غايتها إعلاء مصالح طائفة من الناس (المستهلكين) على حساب طائفة أخرى (المنتجين) وإنما غايتها إقامة التوازن العقدي وتحقيق المساواة بين طرفين وكذلك الحد من الممارسات التعسفية المهيمنة على السوق. سنتناول من خلال هذا المبحث مطلبين: حماية المستهلك من الممارسات التجارية التدليسية (المطلب الأول) و إبراز حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

حماية المستهلك من الممارسات التجارية التدليسية

إن المستهلك عند اقتنائه لحاجاته من السلع والخدمات تقابله الكثير من الصعوبات و نظرا لنقص المعلومات لديه عن الجودة والأسعار وجهله لبعض التجاوزات التي يقدم عليها المهنيون سعيا منهم إلى تحقيق الأرباح دون مراعاة مصالح المستهلكين كما قد تنتج أضرار جسمية تلحق بهم حتى لو لم يكن هناك عقد بين الطرفين ولأجل ذلك سعى المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية إلى تضخيم السوق و إقامة التوازن في العلاقة بين المهنيين و المستهلكين.

لمعرفة هذه الحماية التي وفرّها القانون للمستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية سوف نقسم هذا المطلب إلى فرعين سنتناول إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وشروط البيع في (الفرع الأول) وتسليم الفاتورة للمستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وشروط البيع

إن أهم ما يتفرع عن الالتزام العام بالإعلام، الالتزام بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وكذلك إعلام المستهلك بشروط البيع.

أ- إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات:

يعتبر الالتزام بالإعلام بثمن البيع من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المهني باعتباره شرطا ضروريا لتحقيق الشفافية في السوق، وما لذلك من أثر على السير العادي للمنافسة الحرة¹.

¹ - دنيا مباركة، الحماية القانونية لرضى مستهلكي السلع والخدمات، المجلة المغربية في الاقتصاد والقانون، دورية مغربية نصف سنوية، العدد الثالث، وجدة، 2001، ص53.

فالإعلام بالأسعار هو التزام قانوني يقع على عاتق المهني ويعني إعلام المستهلك بأسعار بيع السلع والخدمات والمنتجات وشروط البيع، بشكل يسمح له بالتعرف على أسعار الخدمات والمنتجات دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات وكذلك تمكنه من المقارنة بين مختلف الأسعار كما أنه يجنب المحترفين ممارسة التمييز والتفضيل المنهى عنه بين المستهلكين¹.

إن هذا الالتزام نجده أساسا في المادة 04 من ق 04-02² التي تنص : " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات".

يظهر من نص المادة أن المشرع يكرس التزاما عاما بالإعلام بالأسعار حيث يطبق على كل المنتجات والخدمات مهما كانت طبيعتها كما وجد هذا الالتزام لفائدة المستهلك لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر³.

فمن حق المستهلك أن يحصل على السلعة بذات الثمن المعروض، وعدم ظهور السعر يسمح للبائع بعرض أسعار تختلف باختلاف فئات الزبائن مما يشكل هدرا لحقوق المستهلك⁴.

حددت المادة 05 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁵ طرق الإعلام بالأسعار والتعريفات لفائدة المستهلكين التي يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات وبكل وسيلة يكون من شأنها أن تحقق الغرض من إعلام

¹- محمد بودالي، المرجع السابق، ص 84.

²- قانون 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مؤرخ في 2004/06/23، ج.ر عدد 41-2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 الصادر في 2010/08/15، ج.ر عدد 46.

³- حامق ذهيبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل نيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص 247.

⁴- زبيري بن قويدر، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية في ضوء قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2006/2005، ص 23.

⁵- تنص المادة 05 من قانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية على ما يلي: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة، ويجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة".

المستهلك إلى جانب ذلك ترك المشرع تحديد كفيات الإعلام بالأسعار والتعريفات المطبقة في بعض قطاعات النشاط وذلك عن طريق إصدار مراسيم تنظيمية مثلاً في مجالات النقل والخدمات الفندقية¹.

وأوجب كذلك المادة 05 السابقة الذكر "أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة بشكل لا يحدث لبساً أو شكاً وأن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري وعندما تكون هذه السلع مغلقة ومعدودة أو مكتلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية"².

إن إعلام المستهلك بالأسعار الحقيقية يهدف أصلاً إلى حمايته ضد كل غموض فيما يتعلق بالقيمة الحقيقية للسلع والخدمات المعروضة عليه والتي يلتزم بدفعها ومن أجل حماية أكثر له وحفظه ضد التصرفات غير النزيهة لبعض المهنيين، على السلطة الإدارية أن تتولى الرقابة المستمرة بواسطة الأعوان المكلفين برقابة الجودة وقمع الغش على مستوى المحلات وأماكن البيع بإلزام كل من يعرض منتوجاً أو كل من يقدم خدمة باحترام النصوص الخاصة بنشر الأسعار³.

يلتزم البائع أو صاحب الخدمة بتمكين المستهلك من معرفة السعر قبل إبرام العقد بدلاً من الإعلام الفردي لكل مستهلك على حدى ومن أشكال الإعلام بالأسعار كالتالي:

1- بالنسبة للمنتجات المعروضة على الجمهور في وجهات المحلات أو داخلها:

إن السعر يشار إليه على المنتج نفسه إلى جانب بيانات الرسم الخاصة به أو على بطاقة موضوعة بجانبه بشكل لا يثير أي شك بين المنتج والسعر المعلن.

2- بالنسبة للمنتجات والخدمات المعروضة للبيع بالوزن أو الوحدة أو بالكيل:

¹- خامر سهام، المرجع السابق، ص 38.

²- أنظر المادة 05 من قانون 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

³- حامق ذهبية، المرجع السابق، ص 250.

يلتزم البائع بإعداد المنتجات ووزنها وأن يضع على غلافها علامات تسمح بمعرفة السعر المناسب للكمية أو لعدد الأشياء¹.

3- أما بالنسبة للخدمات:

بما أن الخدمة لها خاصية تميزها عن المنتج فهي غير ملموسة ومع ذلك فهي تخضع لإجبارية الإعلام بالأسعار عن طريق ملصقات في المكان الذي تعرض فيه الخدمات للجمهور وهو عادة المكان المخصص لاستقبالهم فيه: مطاعم، محلات.

ب- إعلام المستهلك بشروط البيع:

لا يعتبر الإعلام بالأسعار العنصر الوحيد الحاسم والدافع للتعاقد فان شروط البيع كذلك أثرها في تحديد قرار المستهلك وشراء المنتج أو تحصيل الخدمة من عدمه لذا يتحمل البائع عبء إعلام المستهلك بشروط البيع².

إن إعلام المستهلك بشروط البيع يعني إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد أو عن نصوص القانون³.

قد أشارت المادة 08 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية إلى ما يلي: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بسميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارسة وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"⁴.

¹- زبيري بن قويدر، المرجع السابق، ص 23.

²- زبيري بن قويدر، المرجع نفسه، ص 23.

³- محمد بودالي، المرجع السابق، ص 87.

⁴- حامق ذهبية، المرجع السابق، ص 250.

إن هذه المادة لم تتضمن كيفية تحديد هذه الشروط في العلاقة بين المهني والمستهلك وهذا فراغ قانوني يضر بمصلحة هذا الأخير الذي لا يجد سنداً قانونياً لمعرفة تعسف المهني في الحين نجد أن المشرع قد حدد مضمون هذه الشروط في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين¹ وذلك في المادة 09 من قانون الممارسات التجارية². وتشير كذلك المادة 04 من قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية³ على أنه "يتولى البائع وجوباً بإعلام الزبائن بشروط البيع" حيث أن هذا النص مبرر كما يرى الفقه لأن السعر لا يعتبر العنصر الوحيد الذي يهم المستهلك والذي يدفعه إلى التعاقد.

لم يتولى المشرع تحديد شروط البيع التي يجب أن يعلم بها الزبائن في القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية فقد نص عليها في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306⁴ الخاص بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين : "تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك مرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بإعلام المستهلك وشفافية العمليات التجارية وتعلق هذه العناصر بخصوصيات السلع والخدمات كليات الدفع شروط التسليم وعقوبات التأخير عند الدفع....الخ".

¹ - شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 19.

² - تنص المادة 09 من قانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على ما يلي: " يجب أن تتضمن شروط البيع إجبارياً في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كليات الدفع، عند الاقتضاء، التخفيضات المسترجعات".

³ - ج ر، عدد 41 المؤرخ في 2004/06/23.

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق ل 10 سبتمبر 2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة ما بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التعسفية، ج ر ، عدد 56 المؤرخة في 18 شعبان 1427 الموافق ل 11 سبتمبر 2006.

يلتزم البائع المهني بإعلام المستهلك بكل هذه العناصر التي تعتبر شروط البيع تتعلق بخصائص السلع والخدمات وبأسعارها بالإضافة إلى إلتزامه بإعلام المستهلك بوجود شهادة الضمان وضرورة مطابقة المنتوجات¹.

ونشير إلى أن المادة 48 من قانون حرية الأسعار والمنافسة المغربي ألزمت بيع المنتوجات أو تقديم خدمات بتسليم فاتورة أو أية وثيقة تقوم مقامها إلى كل مستهلك يطالب ذلك².

الفرع الثاني: تسليم الفاتورة للمستهلك

إن الفاتورة هي ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات تتمثل أساسا في سعر المنتج³، وقد تضم شروط تحرير الفاتورة في المرسوم التنفيذي 468-05⁴ تتمثل في:

يجب إن تحتوي الفاتورة على البيانات متعلقة سواءا بالعميل الاقتصادي أو المشتري أو بيانات أخرى إلزامية منها: أن تكون الفاتورة تحتوي على ختم البندى وتوقيع البائع إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني الذي تم وفق كفاءات وإجراءات محددة بإقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بالتجارة والمالية وبالواصلات السلكية واللاسلكية⁵.

✓ يجب أن تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكفاءات التي تحدد عن طريق التنظيم وذلك بموجب المادة 12 من قانون 06-10⁶.

¹- حامق ذهبية، المرجع السابق، ص 250.

²- دنيا مباركة، المرجع السابق، ص 55.

³- لعجال لمياء، المرجع السابق، ص 95.

⁴- مرسوم تنفيذي رقم 468-05 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل تسليم الفاتورة الإجمالية وكفاءات ذلك، ج ر، عدد 80، الصادرة بتاريخ 2005/12/11.

⁵- خامر سهام، المرجع السابق، ص 40.

⁶- انظر المادة 12 من قانون 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

✓ يجب أن تكون الفاتورة واضحة ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشور وذلك حسب المادة 10 من المرسوم السابق.

وعليه فتقديم الفاتورة يختلف باختلاف المتعامل مع البائع حيث أقر الأمر 06-95 المتعلق بالمنافسة¹ (ملغى) ضرورة قيام البائع في البيع بالجملة بتقديم الفاتورة للمتعامل معه، ويختلف الأمر في البيع بالتجزئة، فتقديم الفاتورة لا يعد إلزاميا إلا في حالة طلبها من قبل المستهلك وهذا ما أقرته المادة 56 فقرة 03 من نفس الأمر، وإذا كان تقديمها اختياري اتجاه المستهلك في حالة عدم طلبها إلا أن تقديمها في بعض الخدمات إلزامي حتى وإن لم يطلبها المستهلك مثلا خدمات الفندقية².

ألزم المشرع الجزائري المحترفين لضمان شفافية المعاملات عند بيع منتج أو أداء خدمة بتسليم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها ويلزم كل من البائع والمشتري بطلب أي منهما تسلمان عند البيع أو تأدية الخدمة وهذا ما ورد في المادة 10 من قانون 06-10³.

أوجب القانون الجزائري على المحترف إعداد وتقديم الفاتورة يبين فيها الخدمات التي تقدمها المؤسسات الفندقية للزبون في شكل إسمي أو رمزي حيث أوجب أن تكون جميع الخدمات التي تقدمها هذه الأخيرة موضوع فاتورة طبقا للتنظيم المعمول به في مجال الأسعار.

وهكذا فإن الفاتورة تعتبر وسيلة لتنفيذ جانب من الالتزام بالإعلام عن الأسعار المنتوجات فتكون بذلك وسيلة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية⁴.

¹- قانون رقم 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة ج ر عدد 09 الصادرة في 22 فيفري 1995.

²- لعمال لامية، المرجع السابق، ص 96.

³- قانون 06-10 المؤرخ في 15 غشت سنة 2010، ج ر عدد 46 مؤرخة في 18 أوت 2010.

⁴- محمد بودالي، المرجع السابق، ص 545.

المطلب الثاني

حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة

إن قانون المنافسة هو أحد مظاهر التنظيم الحر للاقتصاد، بما يفترض معه من الحرية التنافسية بين الأعوان الإقتصاديين، كما تعدّ المنافسة الحرّة ظاهرة تعمل على تحسين وضعية المستهلك.

يهدف قانون المنافسة أيضا إلى تحقيق الكفاءة الاقتصادية ، التي تعني توفير السلع والخدمات والبحث عن فرص التفوق للمتنافسين، مما يترتب عليه تحسين القدرة التنافسية للمنتجين والتجار وتحسين ظروف معيشة المستهلكين ¹ يتضح لنا ذلك من خلال المادة الأولى من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة².

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تحديد حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك (الفرع الأول) وإبراز تحسين ظروف معيشة المستهلكين (الفرع الثاني)

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

تظهر هذه الحماية من خلال تكريس مبدأ حرية الأسعار و حظر الممارسات المقيدة للمنافسة وذلك من خلال الفصل الثاني من الأمر 03-03³.

يعني ذلك تمكين المستهلك من الحصول على الحماية من الممارسات التي تضر بمصالحهم الاقتصادية إلى جانب المنافسة في السوق ،فان مراقبة الأسعار ونزاهة الممارسات التجارية لها علاقة مباشرة في حال وقوع الأفعال المنافية للمنافسة مما يقلل لديه فرص الاختيار بين السلع وكذا خضوعه لضغوطات تضعف من قدراته الشرائية .

¹- شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين/المستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2013، ص25.

²- تنص المادة 01 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة: "يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتغادي كل ممارسة مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات وذلك قصد زيادة الفعالية الإقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين".

³- كثر محمد شريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات بغدادية، 2010، بدون طبعة، ص 11.

وجاء في تقرير الأمم المتحدة حول التجارة و التنمية انه يتعين على الحكومات إعداد أو وضع سياسات صارمة في إطار حماية المستهلك، ويتعين على الحكومة وضع أولويات تتناسب مع حماية المستهلك ومبادئ تستجيب لأغراضه وتتمثل هذه المبادئ فيما يلي:

✓ حماية صحة وسلامة المستهلكين من المخاطر التي تواجهه.

✓ ترقية وحماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين.

✓ حق المستهلكين في الإعلام.

يتعين على الدول احترام هذه المبادئ وتنفيذها قصد توفير حماية للمستهلك مما يشكل ضماناً له على المستوى الوطني ، حيث قام المشرع بإنشاء العديد من النصوص القانونية التي يلزم الأعوان الاقتصاديين على وجوب احترام سيادة المستهلك بتوفير السلع وفقاً لرغبات المستهلك¹.

الفرع الثاني: تحسين ظروف معيشة المستهلكين

يضبط قانون حماية المستهلك علاقات المحترفين بالمستهلكين، غير أن حماية المنافسة أو المؤسسات داخل السوق قد تستتبع بالضرورة حماية المستهلك ويتضح ذلك من حظر عمليات الاحتكار بهدف رفع الأسعار والبيع بخسارة التي قد تعرقل لعبة المنافسة ويظهر كذلك حماية قانون المنافسة للمستهلك من خلال المكانة التي يمنحها لجمعية حماية المستهلك في إخطار مجلس المنافسة متى مسحت المصالح الاقتصادية العامة للمستهلك من خلال تكريس مبدأ حرية الأسعار وحظر الممارسات المقيدة للمنافسة².

¹- زوبير 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.31 . 32.

²- شفار نبيه، المرجع السابق، ص 26.

الفصل الثاني:
تعزيز الحماية القانونية
بآليات وميكانيزمات
ميدانية لإبراز مكانة
المستهلك

عملت الجزائر على وضع ترسانة من النصوص القانونية والتنظيمية قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهه نتيجة اهتمام المنتجين بالإنتاج السريع لتحقيق أرباح دون مراعاة جودة المنتج أو مطابقته للمواصفات القانونية، لذا عمد المشرع الجزائري إلى إنشاء عدة أجهزة تسهر على ضمان حسن تطبيق القانون وتحرص على حماية فعالة للمستهلك ومن بين هذه الآليات والميكانيزمات الميدانية نجد تكتل المستهلكين على شكل جمعيات للدفاع عن مصالحهم (المبحث الأول) ومن جهة أخرى نجد تدخل الدولة عن طريق الهيئات الإدارية تارة وهيئة مجلس المنافسة لحماية المستهلك تارة أخرى (المبحث الثاني).

المبحث الأول

تكتل المستهلكين في إطار جمعيات تدافع عن مصالحهم

تكمّن حماية المستهلك من خلال مراعاة تلك الإجراءات الوقائية من خطر المنتج أو الخدمة مع واجب إعلام المستهلك عن هوية المنتج أو الخدمة المقدمة للمستهلك وتكريس حقه في ذلك وهذا ما ينبغي لفعالية هذه الإجراءات من تدخل هيئات دعم حماية المستهلك منها جمعيات حماية المستهلك التي هي عبارة عن هيئات تطوعية، غير حكومية.

كما تضطلع جمعيات حماية المستهلك بمهام مختلفة، فهي تعمل على تحسيس المستهلكين وتوعيتهم بالمخاطر التي تهدد أمنهم، كما لها دور هام في توجيههم وإعلامهم بحقوقهم اتجاه المهنيين وكيفية الدفاع عنها.

وعلى هذا الأساس نقوم بدراسة لجمعيات حماية المستهلكين من خلال التعرض للإطار القانوني لهذه الأخيرة (المطلب الأول) ومن ثم إبراز دور جمعيات حماية المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك

إن الاعتراف القانوني لجمعيات حماية المستهلكين تم أولاً بموجب القانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك¹.

إلا أنه وإذا كان المشرع من خلال هذا القانون حدد الدور الذي تضطلع به هذه الجمعيات فقط، فإنه ومن خلال قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² وبالإضافة إلى تحديد دورها في حماية المستهلك، أعطى المشرع لجمعيات حماية المستهلك إمكانية الاعتراف لها بصفة المنفعة العمومية، ذلك أن الجمعيات العامة تصنف حسب هدفها إلى جمعيات ذات المنفعة الخاصة وجمعيات ذات نفع عام والمنفعة العمومية³.

وعلى هذا الأساس سنقتصر من خلال هذا المطلب على تعريف جمعيات حماية المستهلك في (الفرع الأول)، وتأسيس هذه الجمعيات (الفرع الثاني)

¹ - قانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك السالف ذكره .

² - قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره

³ - بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلك في الجزائر، دور وفعالية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص46.

الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلك

تخضع جمعيات حماية المستهلكين إلى أحكام قانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات¹، ذلك أن المشرع وضع نصا قانونيا واحدا تخضع لأحكامه كل الجمعيات مهما كان موضوع نشاطها، علميا، اجتماعيا، تربويا.... إلخ، ومهما كان مجال إقليم نشاطها، سواء كان يشمل جميع التراب الوطني "جمعية وطنية" أو يقتصر على جهة من جهات الوطن "جمعية جهوية" أو ما بين الولايات أو على المستوى المحلي "جمعية بلدية أو ولائية". وكل هذه الجمعيات نجد أساسها القانوني في القانون 06-12 المتعلق بالجمعيات وهذا بالرجوع إلى القانون الملغى رقم 90-31²، نجد أن المشرع عرف الجمعية في المادة 02 منه كما يلي: " تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيين أو معنويون على أساس تعاقدية ولغرض غير مربح.....".

وبموجب المادة 02 من قانون 06-12 المتعلق بالجمعيات عرف المشرع الجمعية أنها: " عبارة عن تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح"³.

¹- قانون رقم 06-12، المتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 02 الصادرة بتاريخ 15 جانفي 2012.
²- قانون 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 53 الصادرة بتاريخ 05 ديسمبر 1992.
³- قانون 06-12، المتعلق بالجمعيات،- السالف ذكره.

الفرع الثاني: تأسيس جمعيات حماية المستهلك

أخضع المشرع الجزائري تأسيس جمعيات المستهلك إلى أحكام قانون 12-06 المتعلق بالجمعيات، فهذا القانون يعترف بمبدأ حرية تشكيل الجمعيات التي لا تخضع لإجراء الاعتماد، وإنما تشكيلها يتم بمراعاة إجراء شكلي فقط وهو تصريح مسبق. إلا أن جمعية حماية المستهلك يشترط اعتمادها، وبالرجوع إلى المادة 5 وما يليها من القانون المذكور أعلاه فإن الجمعية تكتسب الشخصية المعنوية بمجرد تأسيسها¹.

يتطلب تأسيس الجمعية توافر شروط موضوعية وأخرى شكلية، فالموضوعية هي تلك الشروط التي لا بد من توفرها في أعضاء الجمعية والمتمثلة في:

✓ أن يكون أعضاء الجمعية بالغين سن 18 سنة فما فوق و أن تكون جنسيتهم جزائرية.

✓ أن يكونوا متمتعين بالحقوق المدنية والسياسية غير محكوم عليهم بجناية أو جنحة.

فهذه هي الشروط الموضوعية² لتأسيس الجمعيات، أما عن الشروط الشكلية فهي تلك المتعلقة بتسجيل الجمعية ثم يودع الملف أو تصريح التأسيس لدى السلطات العمومية المختصة.

¹- تنص المادة 05 من القانون 12-06 السالف ذكرها على ما يلي: " يجب على الأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الخاص أن يكونوا مؤسسين طبقا للقانون الجزائري وناشطين عند تأسيس الجمعية وغير ممنوعين من ممارسة نشاطهم..

من أجل تأسيس جمعية تمثل الشخصية المعنوية من طرف شخص طبيعي مفوض خصيصا لهذا الغرض".
²- المادة 04 من قانون 12-06 المتعلق بالجمعيات، وتنص المادة 04 من القانون الملغى رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات على ما يأتي: " يمكن لجميع الأشخاص الراشدين أن يأسسوا أو يديروا أو يسيروا جمعية مع مراعاة أحكام المادة 05 من هذا القانون إذا توفرت فيهم الشروط الموضوعية".

تسلم السلطات العمومية المختصة وجوبا وصل تسجيل تصريح للتأسيس بعد إيداع الملف محتويا كل الوثائق التأسيسية لذلك من طرف الهيئة التنفيذية للجمعية ممثلة في شخص رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا، بعد تدقيق حضوري لوثائق الملف من طرف الإدارة المعنية التي يمنح لها في أجل أقصى ابتداء من تاريخ إيداع التصريح لإجراء دراسة مطابقة لملف الأحكام القانونية المفروضة في هذا الشأن.

ومن خلال هذا التعريف الذي جاء به القانون المتعلق بالجمعيات رقم 12-06 والشروط التي حددها من أجل تأسيس الجمعية في المجال الاستهلاكي، نلمس أهمية وضرورة توفير الوسائل المالية والقيادات المتميزة لهذه الجمعيات حتى تتمكن من تأدية دورها وتحقيق أهدافها في محاربة المخالفات والتجاوزات التي يرتكبها المنتجين بصفة خاصة والمهنيين بصفة عامة.

وهكذا فإن كانت الجزائر تتوفر على حماية قانونية كافية بالمقارنة مع تونس والمغرب إلا أنها تفتقر ميدانيا لجمعيات حماية المستهلك ورغم الاهتمام القانوني بها فقد منحها قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أهمية من خلال مادته 21.¹

¹ - خامر سهام، المرجع السابق، ص.ص. 83 . 84 . 85.

المطلب الثاني

دور جمعيات حماية المستهلك

أولت الجزائر أهمية بالغة لإنشاء جمعيات حماية المستهلك نظرا للدور الذي تقوم بها، وقد خولها القانون عدة صلاحيات تقوم بها مما أصبح من الواجب تواجدها هذه الجمعيات وانتشارها على مستوى الوطن ضرورة بسبب الانفتاح الاقتصادي على السلع والخدمات المتنوعة المعروضة على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو من طرف الأجانب، حيث تعمل الجمعيات على مساعدة الأجهزة الرسمية وتتقاسم المسؤولية في مراقبة الأسواق وتطهيرها من غش التجار بالإضافة إلى ممارستها مختلف المهام المختلفة المتمثلة أساسا في الدور التحسيسي والإعلامي اللذان يهدفان إلى خلق الوعي والثقافة الاستهلاكية للمستهلكين وترقيتهم لمسايرة التطورات الحاصلة في مجال قانون الاستهلاك وتحسيسهم بالمخاطر التي تهدد أمنهم وسلامتهم إلى جانب دورها في الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين، ولهذا فإن مشاركة هذه الجمعيات أصبح ضرورة لا غنى عنها¹.

سنحاول من خلال هذا المطلب إبراز الصلاحيات (دور) المخولة لجمعيات حماية المستهلك، التي نستطيع أن نوجزها أساسا في مجال التحسيس والإعلام وفي مجال الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين.

الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلكين

تقوم جمعيات حماية المستهلك بدور الوقاية، الهدف منه منع وقوع الضرر على المستهلك، هذا الإجراء الاحترازي يتخذ عدة أشكال كالتحسيس ومراقبة

¹ - صياد صادق، المرجع السابق، ص 131.

الأسعار... إلخ وهذا بهدف خلق وعي وثقافة استهلاكية لدى المستهلك، من خلالها يكون مؤهلاً لحماية نفسه بمساعدة هذه الجمعيات التي بدونها لن يستطيع بمفرده لعب هذا الدور الهام.

أولاً: الدور التحسيبي والإعلامي

من الواجبات الأساسية للجمعيات تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، ولم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلك¹.

في هذا الإطار تعمل جمعيات حماية المستهلكين على تنوير المستهلكين بالمعلومات الهامة والمؤثرة عن خصائص السلع والخدمات المعروضة في الأسواق المحلية، وذلك لمساعدته على المفاضلة والاختيار المناسب تماشياً مع رغبة المستهلك وتكريس حقه في الاختيار، وتبصيره بأحسن وأجود المعروضات.

في نفس السياق تقوم هذه الجمعيات في سبيل تحقيق هذا الدور التحسيبي والإعلامي بطبع الدوريات من الصحف أو المجالات وتوزيعها على المستهلكين أو عن طريق الإذاعة أو التلفزيون، حيث تنص المادة 240 من القانون المتعلق بالجمعيات رقم 06-12 : "يمكن للجمعية في إطار التشريع المعمول القيام بما يلي:

✓ تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بشأنها.

1- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص 66.

✓ إصدار ونشر نشریات ومجلات ووثائق إعلامية ومطبوعات لها علاقة بهدفها".

كما تنص المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة السياسية لحمايته وذلك بالنص على:

"أن جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله..."¹

ثانيا: مراقبة الأسعار و الجودة

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا هاما في متابعة الأسواق وذلك بمراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، ومدى مطابقة السلع للجودة، ويشبه هذا الدور ذلك الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار، إذ إعترف المشرع الجزائري بالمنفعة العامة بمجرد تأسيسها وفق التنظيم الساري العمل به، قصد تفادي المخاطر التي تهدد صحة وسلامة المستهلك.

وبالتالي فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك، أصبح أكثر من ضرورة هنا بسبب انفتاح السوق والخدمات على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أو منتجين أجنب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتنقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق و المواصفات والمقاييس الموجودة قانونا، ويتجاوز هدفها مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك إلى تحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك ومصالح المحترف، فمن

1 - صياد صادق، المرجع السابق، ص 137.

جهة تشجع المحترف على عرض منتوجات صالحة وسليمة ذات نوعية جيدة وصحية تحقق نقلة نوعية في إنعاش الاقتصاد الوطني، ومن جهة أخرى ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتج لا يشكل خطر على صحته أو يهدد حياته.

بالرغم من الدور الإيجابي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك في مراقبة السوق وهو مطابقة المنتوجات للجودة وكذا الأسعار، فإنه من جهة أخرى لا تخلو هذه العمليات من المخاطر، إذ في غالب الأحيان يكون الأعوان المكلفين من طرف هذه الجمعيات محل اعتداء وضغوطات من طرف بعض المنتجين الذين لا يشغل بهم إلا الربح ولو على حساب المستهلك، إذ أن غياب نظام قانوني يضمن لأعضاء الجمعية القيام بمراقبة الأسعار والجودة يزيد مبدئياً من تصنيف نشاطها، الأمر الذي يؤثر حقيقة في ظهور هذه الجمعية في أغلب الأحيان¹.

الفرع الثاني: الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين

لقد سمح القانون الجزائري لجمعيات حماية المستهلكين بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر الذي لحق بها² وذلك طبقاً للمادتين 12 و 23 من قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك³.

أما بالنسبة للمادة 23 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فينص على ما يلي: " عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار

¹- زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص، 209.

²- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 66

³- أنظر المادتين 12 و 23 من قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني"

منح قانون الممارسات التجارية رقم 04-02 جمعيات حماية المستهلكين بموجب المادة 65 الحق في رفع الدعاوي أمام القضاء ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكامه حيث نصت : " دون المساس بأحكام المادة الثانية من قانون الإجراءات الجزائية يمكن لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون".

كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقه، ولا شك أن منح الجمعيات هذا الدور الهام بمعنى حق رفع الدعوى القضائية يعطيها فعالية أداء دورها الدفاعي¹.

¹ - كيموش نوال، حماية المستهلك في إطار الممارسات التجارية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، سنة 2010/2011، ص111.

المبحث الثاني:

تدخل الدولة عن طريق آليات وميكانزمات لحماية المستهلك

حرص المشرع على إنشاء آليات وميكانزمات تسهر على حسن تطبيق القانون وتوفير حماية فعالة للمستهلك والتصدي لكافة الممارسات المنافسة للتجارة والمنافسة خاصة مع تطور عملية الغش التجاري، إذ تختلف هذه الآليات حسب الدور الذي أنشئت من أجله، ومن بين هذه الآليات نجد الهيئات الإدارية ومجلس المنافسة، وسنتناول كل ذلك من خلال مطلبين، تدخل الدولة عن طريق الهيئات الإدارية (المطلب الأول) وتدخل الدولة عن طريق مجلس المنافسة (المطلب الثاني).

المطلب الأول

تدخل الدولة عن طريق هيئات إدارية لحماية المستهلك

تشرف الهيئات الإدارية في إطار حماية المستهلك على تنظيم السوق ومنع الاضطراب فيه قصد توفير حاجيات المستهلك بعيدا عن كل ممارسة غير نزيهة قد يلجأ إليها المحترف لتحقيق منافع وأرباح من جراء ذلك.

وعليه فتدخل هذه الهيئات في تنظيم السوق حماية ودفاعا عن المستهلك ما هو إلا تنفيذ الأدوار المكلفة بها قصد توفير حماية شاملة سواء على المستوى الوطني أو المحلي حسب طبيعة الهيئة المكلفة بذلك، إذ تتنوع وتختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشئت من أجله وهذا ما سيأتي تفصيله في هذا المطلب.

الفرع الأول: وزارة التجارة والهيكل التابعة لها

ترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة حيث تتولى تنفيذ نظام مراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها من زاوية مدى مطابقتها لمعايير الجودة والصحة والأمان، حيث تجد وزارة التجارة ومختلف الهياكل التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع بها من صلاحيات، بالإضافة للهياكل المركزية ومختلف المديريات الجهوية و الولائية تسهر على حماية المستهلك وقمع الغش¹.

أ- دور الوزير المكلف بالتجارة:

لقد تعرض القانون الجزائري لتحديد صلاحيات وزير التجارة ضمن المرسوم التنفيذي رقم 207/94 الصادر ب 20 جوان 1994²، الذي تم إلغائه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 453/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002³، ففي مجال جودة السلع والخدمات، وحماية المستهلك، وعليه فإن وزير التجارة أصبح يكلف بما يلي:

- ✓ يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية، شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة، و النظافة الصحية والأمن.
- ✓ اقتراح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام العلامات وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية، ومتابعة تنفيذها.
- ✓ يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره.

¹ - صياد صادق، المرجع السابق 14، ص 98.

² - مرسوم تنفيذي 207-94 المؤرخ في 16 يوليو سنة 1994 ، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج. ر، عدد 47 الصادرة في 20 يوليو 1994.

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

✓ يعد وينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال، تتعلق بالوقاية من المخاطر الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها.

أما في مجال الرقابة وقمع الغش لقد جاءت المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 453/02¹ تلغي أحكام المادة 6 من المرسوم السابق بتنظيم وتوجيه ووضع حيز التنفيذ لمراقبة ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية، والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد، كما ينجز كل تحقيق اقتصادي معمق².

ب- مصالح وزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك

خول المرسوم التنفيذي رقم 266-08 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك.

كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم 203-12 المؤرخ في 06 مايو 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات " شبكة الإنذار السريع " مكلفة بمتابعة المنتجات التي تشكل أخطار على صحة المستهلكين وأمنهم³. حيث تجسدت جهود الدولة الجزائرية في هذا المجال من خلال مجموعة من القوانين من خلاله آليات جديدة للحماية أكثر فعالية من تلك المكرسة في ظل القواعد العامة، وأبرزها القانون 03-09 المؤرخ في 2009/02/25 الذي ألغى القانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الذي لم يصل إلى مستوى طموحات المستهلك، مما

¹ - المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 453-02 السالف ذكره.

² - حملاحي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون فرع قانون الأعمال، جامعة محمد بوقرة ، بومرداس، كلية الحقوق والعلوم التجارية، سنة 2006/2005، ص 51.

³ - صياد صادق، المرجع السابق، ص 99.

ترتب عن ذلك وقوف الدولة لهم بالمرصاد عن طريق إعطاء بعض الهيئات الإدارية على المستوى المركزي والمحلي صلاحيات وسلطات في اتخاذ التدابير الملائمة لحماية الطرف الضعيف¹.

فيما يخص المديرية المتواجدة على مستوى المركزي التابعة لوزير التجارة التي تلعب دورا هاما في حماية المستهلك نجد: المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش².

أولا: المديرية العامة لضبط النشاطات و تنظيمها

تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك بحيث تشرف على ضمان مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزاهة وهذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين و التنظيم في إطار تنظيم المنافسة وحماية المستهلك، والنتائج المتوصل إليها أنه لا يمكن أن نكون أمام حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق إذ يقلل ذلك من فرص الحصول على السلع والخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك أو على الأقل للرغبات المنتظرة من طرح السلع والخدمات في السوق.

¹- العبد سعدية، مصالح وزارة التجارة ذات العلاقة بحماية المستهلك من الغش والخداع التسويقي، أعمال الملتقى الوطني حول تدخل الدولة لحماية المستهلك عن طريق إدارة وقمع الغش، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، أيام 22 و 23 ماي 2013، ص21.

²- حملاحي جمال، المرجع السابق، ص 52.

ثانيا: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266¹ المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث تقوم بمراقبة الجودة والقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة، كما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق تتشكل المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش وفي إطار تنفيذ مختلف المهام الموكلة لها من (4) أربع مديريات تابعة لها وهي:

✓ مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمناقشة.

✓ مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

✓ مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

✓ مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

يقابل هذه المديرية في فرنسا المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش والتي تعمل على تنظيم النشاط الاقتصادي في السوق ومراقبة مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للالتزامات القانونية والتنظيمية المفروضة عليهم، حيث تساهم في مختلف الأنشطة الموضوعية لحماية المستهلك في الدرجة الأولى ، ولقد طالبت في العديد من المرات بتعديل بعض النصوص القانونية التي لم تعد تتجاوب مع حجم

¹- مرسوم تنفيذي رقم 266-08 المؤرخ في 19 غشت سنة 2008 ، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48، الصادرة في 24 غشت سنة 2008.

التطور الذي تعرفه المنافسة، الأمر الذي أدى بالمشروع الفرنسي 2008 إلى سن قانون جديد يعدل كل من القانون التجاري وقانون الاستهلاك الفرنسي.¹

ج- المصالح الخارجية لوزارة التجارة

تم تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية وصلاحياتها وعملها² وعلى هذا الأساس أصبحت مصالح المستهلكين ينظر على المستوى الجهوي والمحلي أمام المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة التي تتشكل بموجب المادة 2 من مديريات ولائية و جهوية.

أولاً: المديرية الولائية للتجارة

تتمثل مهمتها الأساسية في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين المنافسة والجودة وقمع الغش، وفي مجال الرقابة، فهي تضطلع بمراقبة مدى تنفيذ التشريعات والتنظيمات المعمول بها في هذا الميدان، ووضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الاقتصادية واقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة. تتكون المديريات الولائية من عدة مصالح منها: مصلحة الجودة ومصلحة تكلفة بالمراقبة والمنازعات المتعلقة بها كما يمكن أن تزود هذه المديريات حسب الحاجة بمفتشيات ولائية للتجارة، وأخرى لرقابة الجودة وقمع الغش.³

¹- زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص160.

²- مرسوم تنفيذي رقم 09-11 مؤرخ في 20-01-2011 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج، ر عدد 04 الصادرة في 2011/01/23.

³- شعباني نوال، المرجع السابق، ص111.

كما يمكنها التدخل من أجل تفحص السلع وجودتها، ولهم الحق في دخول المحلات التجارية والمكاتب وأماكن الشحن والتخزين بحيث يتم تحرير محاضر لكل الإجراءات التي تتخذها.¹

ثانيا: المديرية الجهوية للتجارة

تم إنشاء هذه المديريات الجهوية لتحل محل المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش، يسيرها مدير جهوي يكلف بضمان صيانة ونظافة وسلامة الأملاك تحت تصرفه.

حددت المادة 10 من المرسوم التنفيذي المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة² مهام هذه المديريات، فهي تقوم بتنشيط وتوجيه وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي، كما تقوم بإنجاز تحقيقات اقتصادية حول المنافسة والجودة وأمن المنتجات، وهذا بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة³ لذلك فهي مكلفة بتحضير برامج الرقابة والسهر على تنفيذها وتنسيق عملية المراقبة، وكذلك إنجاز حصائل دورية من أنشطة المديريات الولائية للتجارة.⁴

الفرع الثاني: الإدارة العامة التقليدية

إن امتداد سلطة الضبط الإداري و التي تتمتع بها الأجهزة التقليدية في الجزائر إلى الضبط الخاص نجده يشمل حماية المستهلك، يقصد هنا بالإدارة العامة التقليدية

¹ - بوروية ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 59.

² - أنظر المادة 10 من المرسوم التنفيذي 09-11 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

³ - شعباني نوال، المرجع السابق، ص 111.

⁴ - حملاحي جمال، المرجع السابق، ص 58.

أجهزة الضبط الإداري التقليدية على المستويين الجهوي و المحلي، فيتعلق الأمر بالوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بالاستناد إلى الصلاحيات الممنوحة لهما بصفتها ممثلان للدولة أو ممثلان للإدارة التي يشرفان عليها.

أ- دور الوالي في حماية المستهلك

الوالي باعتباره الممثل للولاية فإنه مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن العامين والسكينة العامة، وهذه المكنات الثلاث تجعل من الوالي يمارس سلطات الضغط الإداري العام التي تجعل منه ممثل الدولة على مستوى إقليمه.

لا يعد الوالي في الولاية السلطة الوصية على رئيس الشعبي البلدي والضبط العام لذا فهو مسؤول على ضمان السكينة العامة حسب الشروط المحددة بالقوانين والتنظيمات السارية المفعول في تحضير وتنفيذ إجراءات الدفاع والحماية¹.

من أجل تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش في حماية الجودة و المستهلك يقوم الوالي بدور هام في حماية المستهلك² على إقليم ولايته، بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤول على ضمان صحة وسلامة المواطنين - المستهلكين، فمن صلاحياته اتخاذ كافة التدابير والإجراءات التي يراها مناسبة والتي تكفل قدرا من الحماية للمستهلكين، هذا إلى جانب الاختصاصات المقررة له في عدة قوانين كقانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى).

¹ - حملاحي جمال، المرجع السابق، ص.ص 60. 61.

² - بن بوخميس علي بولحية، المرجع السابق، ص.ص 63. 64.

ب- دور رئيس المجلس الشعبي البلدي:

لرئيس المجلس الشعبي البلدي سلطات واسعة في اتخاذ القرارات والإجراءات الإدارية باعتباره المسؤول عن سلامة وأمن المستهلك في إقليم البلدية التي يمثلها، فله صفة الضبطية القضائية بحيث يمكن له مراقبة المنتجات وما تحمله من علامات ويمكنه التدخل في اتخاذ إجراءات سحب السلع والخدمات المغشوشة والأمر بنزع العلامات المقلدة عنها إضافة إلى إحالة المخالفين إلى العدالة¹، أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 94 من قانون 10-11 المتعلق بالبلدية² فإنه : " يكلف رئيس المجلس الشعبي البلدي على الخصوص بما يلي:

- ✓ السهر على المحافظة على النظام العام وأمن الأشخاص والممتلكات.
 - ✓ السهر على نظافة العمارات وضمان سهولة السير في الشوارع والساحات والطرق العمومية.
 - ✓ السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع.
 - ✓ السهر على احترام تعليمات نظافة المحيط وحماية البيئة.
- ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس المجلس الشعبي البلدي اللجوء أو الاستعانة بالمصالح التقنية للدولة في إطار ممارسة صلاحياته طبقا لنص المادة 94 من قانون البلدية إلى جانب هذا وحفاظا على صحة الأفراد ونظافة المحيط، فإن البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقا لنص المادة 123 من قانون البلدية التي تنص على أنه : " تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:

¹ - بوروية ربيعة، المرجع السابق، ص60.
² - قانون رقم 10-11 المتعلق بالبلدية المؤرخ في 22 يونيو سنة 2011 ، ج ر عدد 37، الصادرة في 03 يوليو سنة 2011.

-
- ✓ توزيع المياه الصالحة للشرب.
 - ✓ صرف المياه المستعملة ومعالجتها
 - ✓ جمع النفايات الصلبة
 - ✓ مكافحة نواقل الأمراض المنتقلة
 - ✓ الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور".

لقد صدر سنة 1987 مرسوما تنفيذيا رقم 87 - 146 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات ¹ وهذا في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع .

¹- مرسوم تنفيذي رقم 87 - 186 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، ج ر عدد 27، الصادرة سنة 1987.

المطلب الثاني

دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

تلعب الجمارك دوراً فعالاً في الدول الحديثة إذ أكلت لها مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع¹، وتعد أول جهة حكومية تتولى إستقبال ومعاينة الإرساليات، فلها دور مهم في مكافحة الغش التجاري وذلك من خلال فحص المستندات المرافقة للإرساليات².

يتمثل دور الجمارك في حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك (الفرع الأول) وضمان أمن سلامة المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

إن إدارة الجمارك تحمي المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية التي لا تزيد من أسعار هذه السلع في السوق، ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لنسب عالية.

يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين فيما بينهم دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك، مثال على ذلك عندما يتبين أن إستيراد منتوج بكميات متزايدة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضرراً أو يهدد

¹- فنتيز أمينة، المرجع السابق، ص 68.

²- صياد صادق، المرجع السابق، ص 114.

بإلحاق ضرر خطير بفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات متشابهة أو منافسة لها مباشرة.

بصفة عامة قد خولت المادة 1/241 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنه: " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الاجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها".

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

يعتبر أعوان الجمارك حماة الاقتصاد الوطني الذين يسهرون دوما في حماية أعوان المستهلك من الأضرار التي قد تصيبه نتيجة تسرب المنتوجات الفاسدة والمغشوشة².

الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك

يتجلى دور الجمارك حسب المادة 08 مكرر من قانون الجمارك في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته، أي

¹- فنتيز أمينة، المرجع السابق، ص 69.

²- لحراري شالح ويزة، المرجع السابق، ص 97.

وضع حد لكل منتج موجه للسوق قصد إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه إدارة الجمارك لحماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة كالمخدرات.

يمكن لأعوان الجمارك كذلك في إطار التنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي في كل فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص تحمل مواد خطرة داخل أجسامها أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر، وفي حالة رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة طلب للترخيص بذلك، كما تعمل أيضا إدارة الجمارك على تحقيق أمن المستهلك من خلال منع وحجز السلع المقلدة والمستوردة من الخارج، إذ لا يكفي وضع تشريعات وهيئات تحارب كل من يمس بأمن وسلامة المستهلك في السوق وإنما لابد من وضع سياج أو حاجز يحمي دخول المنتجات إلى السوق الوطنية. بالرجوع إلى الأسواق الجزائرية فإنه لا يخفى حجم السلع المقلدة التي تباع أمام الجميع دون تدخل أي هيئة ولو باتخاذ تدابير بإعلام المستهلك بعدم اقتنائها وتدعيما لحماية المستهلك وضع جهاز خاص برقابة المنتجات المستوردة وإخضاعها لتحاليل مخبرية قبل جمركتها للتأكد من مطابقتها للمقاييس والمواصفات القانونية وذلك استجابة للطلبات المشروعة للمستهلك¹.

¹ - نقلا عن زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص176.

خاتمة

وبناء على ما تقدم نجد أن مركز المستهلك يتجسد من خلال تحقيق التوازن الاقتصادي وسن قانون الاستهلاك والأخذ بعين الاعتبار مصلحة المستهلك ومصلحة المتدخل ويكون ذلك بتجميع نصوص قانونية تهدف إلى سد أي نقص أو فراغ قانوني يمكن أن يعرض مصالح المستهلك المادية أو المعنوية للخطر.

لقد وضع المشرع الجزائري قواعد قانونية ضمن القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تسعى من خلالها إلى توفير حماية للمستهلك في مواجهة المتدخل بحيث يعد الالتزام بضمان السلامة أحد المفاهيم الجديدة الأساسية ، إلزامية أمن المنتجات وإلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها فكل هذه الالتزامات جاءت لتوسيع الحماية المقررة للمستهلك وتمديد فرص الحصول على التعويض عن الأضرار التي تلحقه من جراء إقتنائه واستعماله للمنتجات والخدمات.

كما اشترط القانون السالف ذكره ضرورة توفير المنتج على بيانات ضرورية تحميه من كل غموض أو خطر حيث ألزم المشرع الجزائري أيضا المتدخل بمطابقة المتوجات والخدمات للرغبات مشروعة للمستهلك ، و اشترط مجموعة من الخصائص والمميزات يستوجب على المتدخل احترامها في المتوجات يضاف إلى ذلك أن القانون رقم 10-06 المعدل والمتمم للقانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية الذي زاد من دائرة الحماية المقررة للمستهلك كما أضاف أيضا قانون المنافسة نوع من الحماية للمستهلك و أعطى له مكانة ضمن الدورة الاقتصادية باعتباره الطرف الأخير في العملية الاقتصادية .

وما يجدر الإشارة إليه أن الحماية المقررة للمستهلك في النصوص القانونية السالفة ذكرها تبدو ناقصة إذ لم يتم تفعيلها بخلق آليات و ميكانيزمات تسمح بتكثف المستهلكين في إطار جمعيات تعمل على إعلام وتوعية وتحسيس المستهلك وإرساء في نفسيته ثقافة استهلاكية تعمل على تنوير وعيه والكشف عن المشاكل التي يعاني منها المستهلك واقتراح سبل درئها والوقاية منها، إلى جانبها تلك الأجهزة التي أنشأتها الدولة والتي تعتمد عليها في تطبيق النصوص المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش التي تدخل دوما في

ضبط السوق والعمل على تحقيق نوع من التوازن بين المصلحة الاقتصادية للمتدخل والمصلحة الاجتماعية للمستهلك.

ومن خلاله نستخلص أن طبيعة الحماية المكرسة للمستهلك قانونية ومؤسسية، فالقانونية تظهر من خلال تلك النصوص القانونية التي تهدف في محتواها ضمان حماية للمستهلك في مواجهة المتدخل، أما بالنسبة للحماية المؤسسية يتم ذلك بوضع آليات وقائية أكثر صرامة لتوفير أكبر حماية ممكنة للمستهلك من أجل إحداث توازن بين المستهلك والمتدخل.

وفي الأخير وما يمكننا قوله هو أنه لا بد من تبني قواعد قانونية توفر فرص التزام المطابقة في ظل قانون حماية المستهلك وإلى جانب ذلك تحكمه مجموعة من القواعد ذات طبيعة وقائية تهدف إلى استبعاد تلك المنتجات والخدمات المغشوشة من السوق التي لا تستجيب للطلبات المشروعة للمستهلك، لذا لا بد من فرض قيم الشفافية وزرع قيم الصدق في المعاملات التجارية لحماية المستهلك من شتى التجاوزات التي يمكن أن تمس بسلامته حيث يعد طرفا في تحقيق التنمية الاقتصادية .

قائمة المراجع :

أولاً: باللغة العربية:

I / الكتب:

- 1- عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، طبعة الأولى، 2007 م.
- 2- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين ميله، الجزائر، 2000 م.
- 3- كتو محمد الشريف ، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 02-04، منشورات بغدادية، 2010، بدون طبعة .
- 4- كريم بن سخرية ، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013-2014 م.
- 5- محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006 م.

II / الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ/ رسائل وأطروحات الدكتوراه:

- 1- بركات كريمة ، أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014 م.

2- حامق ذهبية ، الالتزام بالإعلام في العقود،رسالة من أجل نيل شهادة دكتوراه، في القانون الخاص، كلية الحقوق،جامعة الجزائر،2007-2008م.

ب/ رسائل ومذكرات الماجستير:

1- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر"دور وفعالية"،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام،كلية الحقوق،جامعة قسنطينة، 2012-2013م .

2- بوروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص،كلية الحقوق،جامعة الجزائر ، 2007-2008م.

3- جرعود الياقوت ،عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2001-2002م .

4-حدوش فتيحة ، ضمان سلامة من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي ،مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون ،فرع عقود ومسؤولية ،كلية الحقوق، بومرداس،2009-2010م .

5- حملاحي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ،فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية ،جامعة محمد بوقرة، بومرداس ،2005-2006م .

6-خامر سهام ، آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري ، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق،جامعة الجزائر،يوسف بن خدة 2012-2013م.

7- خميلية سمير، عن سلطة مجلس المنافسة وضبط السوق، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع التحولات الدولة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.

8- ركاى غنيمه، الالتزام بمطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات القانونية والتنظيمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2004-2005 م

9- زبيري بن قويدر ، حماية المستهلك من الممارسات غير الشرعية في ضوء قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون الخاص، كلية الحقوق، أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2003-2004م.

10- زموش فرحات ، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء احكام القانون 03-09، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية تيزي وزو، 2015 م.

11- زوبير أرزقي ، حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011م.

12- شعباني نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012م.

13- شفار نبيه، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة وهران ، 2013 م.

- 14- صياد صادق**، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2013-2014 م.
- 15- فنتيز أمينة**، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون 09-03، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013-2014 م.
- 16- كالم حبيبة**، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2005 م.
- 17- كيموش نوال**، حماية المستهلك في إطار الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، بن يوسف بن خدة، 2010-2011 م.
- 18- لحراري شالح ويزة**، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011 م.
- 19- لعجال لمياء**، الحماية الفردية و الجماعية للمستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001-2002 م.
- 20- مامش نادية**، مسؤولية المنتج، دراسة المقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012 م.

21- مزارى عائشة ، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة وهران،2012-2013م.

22- مصطفى بوديسة، حماية المستهلك من أخطار المنتجات الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر ، 2013-2014م.

III / المقالات:

- 1-جبالي وأمر ، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم، الإشهار) ،المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية،كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، العدد02، تيزي وزو، 2006**
- 2- دنيا مباركة ، الحماية القانونية لرضا مستهلكي السلع والخدمات،المجلة المغربية في الاقتصاد والقانون،دورية مغربية،نصف سنوية ،2001م.**
- 3- فتيحة خالدي ، الحماية الجزائية للمستهلك،مجلة علمية محكمة، المركز الجامعي،العقيد أكلي محند الحاج، البويرة، العدد الثامن، جوان 2010م.**
- 4- قرواش رضوان ، مطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك الجزائري،المجلة الأكاديمية للبحث القانوني،جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية كلية الحقوق والعلوم السياسية،مجلة السداسية متخصصة محكمة، الايداع القانوني،2010م.**
- 5-العبد سعيدة ، مصالح وزارة التجارة ذات العلاقة بحماية المستهلك من الغش والخداع التسويقي، أعمال الملتقى الوطني حول تدخل الدولة لحماية المستهلك عن طريق ادارة قمع الغش، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، أيام22و23ماي2013م.**

6- فتحة خالدي ، الحماية الجنائية للمستهلك في ظل قانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، جامعة عبد الرحمان ميرة 17 و 18، سنة 2009م.

IV/ النصوص التشريعية :

- 1- قانون رقم 89-02 المؤرخ في 27/02/1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، عدد 6 الصادرة في 08/02/1989 ، الملغى .
- 2- قانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 41 الصادرة بتاريخ 5 ديسمبر 1990.
- 3- أمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 9 الصادرة في 22/02/1995.
- 4- أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ، يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 43 الصادرة في 20 جويلية 2003
- 5- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 الصادرة في 27 جوان 2004 ، معدل ومتمم.
- 6- قانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، يعدل ويتمم الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يونيو 2003 ، المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد 36 ، الصادرة في 2 يوليو 2008 .
- 7- قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، المؤرخة في 08 مارس 2009

- 8- قانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 اوت 2010، يعدل ويتم القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2003، المتعلق بالمنافسة ، الجريدة الرسمية عدد 46 الصادرة في 18 اوت 2010 .
- 9- قانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011، يتعلق بالبلدية ، الجريدة الرسمية عدد 37، الصادرة في 3 جويلية 2011

V/ المراسيم التنفيذية :

- 1- مرسوم تنفيذي رقم 87-186، يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلدية الجريدة الرسمية عدد 27 ، الصادرة سنة 1987.
- 2- مرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير سنة 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، الجريدة الرسمية عدد 5، الصادرة في 31 يونيو سنة 1990.
- 3- مرسوم تنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر عدد 50 الصادرة في 21 نوفمبر 1990.
- 4- مرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 19 يناير 1991، يتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية وبمستحضرات هذه المواد، الجريدة الرسمية، عدد 4، الصادرة في 23 يناير 1991
- 5- مرسوم التنفيذي 91-53 المؤرخ في 23 فبراير 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، الجريدة الرسمية، عدد 9، الصادرة في 27 فبراير 1991

6- مرسوم التنفيذي رقم 92-30 المؤرخ في 20 جانفي، المتعلق بخصائص البن وعرضها، الجريدة الرسمية عدد 06، الصادرة بتاريخ 26 جانفي 1992، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 96-371 المؤرخ في 3 نوفمبر 1996، الجريدة الرسمية، عدد 67 بتاريخ 06-11-1996.

7- مرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 يوليو سنة 1994، يحدد صلاحيات وزارة التجارة، الجريدة الرسمية عدد 47، الصادرة في 20 يوليو سنة 1994.

8- مرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، الجريدة الرسمية، عدد 85 الصادرة في ديسمبر 2002.

9- مرسوم التنفيذي رقم 05-468 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005، الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل تسليم الفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية عدد 80، الصادرة بتاريخ 11 ديسمبر 2005.

10- مرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة ما بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التعسفية، الجريدة الرسمية عدد 56، المؤرخة في 11 سبتمبر 2006.

11- مرسوم التنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 19 أوت 2008، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية عدد 48، الصادرة في 24 أوت 2008.

12- مرسوم التنفيذي رقم 11-09 يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها، الجريدة الرسمية، عدد 04 صادر في 23 جانفي 2011.

13-مرسوم التنفيذي رقم 11-10 المتعلق بالبلدية، المؤرخ في 22 يونيو سنة 2011
الجريدة الرسمية، عدد 37 الصادرة في 3 يوليو 2011.

VI/قـرارات :

1- قرار وزاري مؤرخ 26 جويلية 2000، المتعلق بموصفات مياه الشرب المواظبة
مسبقا و كفايات عرضها، عدد 5 ، الصادرة في 20 اوت 2000.

ثانيا: باللغة الفرنسية:

1- ZOUAIMIA Rachid, Droit de La Régulation Economique, BERTI
Edition, Alger, 2006.

الفهرس

مقدمة.....	4-5
الفصل الأول: طبيعة الحماية المقررة للمستهلك في التشريع الجزائري	7
المبحث الأول: الحماية المخصصة للمستهلك في ظل القانون 09-03	8
المطلب الأول: الالتزام بضمان السلامة وتوفير حماية فعالة للمستهلك.....	8
الفرع الأول :طبيعة الالتزام بضمان السلامة	9
الفرع الثاني :مجال الالتزام بضمان السلامة	10-11
المطلب الثاني :نطاق الالتزام بضمان لسلامة المنتجات والخدمات	12
الفرع الأول:الالتزام بضمان السلامة الأشخاص	12-16
الفرع الثاني :الالتزام بضمان السلامة من حيث الموضوع	16-28
المبحث الثاني:الحماية المقررة في ظل القانون المتعلق بالممارسات التجارية وقانون المنافسة.....	29
المطلب الأول:حماية المستهلك من الممارسات التجارية التدليسية	30
الفرع الأول:إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.....	31-33
الفرع الثاني:تسليم الفاتورة للمستهلك.....	35-36
المطلب الثاني :حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة.....	37

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك	37
الفرع الثاني: تحسين ظروف معيشة المستهلكين.....	38
الفصل الثاني :تعزيز الحماية القانونية باليات وميكانيزمات ميدانية لابرار مكانة المستهلكين.....	39
المبحث الأول :تكتل المستهلكين في إطار جمعيات تدافع عم مصالحهم	40
المطلب الأول :الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلكين.....	41
الفرع الأول:تعريف جمعيات حماية المستهلكين.....	42
الفرع الثاني:تأسيس جمعيات حماية المستهلكين	44
المطلب الثاني :دور جمعيات حماية المستهلكين.....	45
الفرع الأول:الدور الوقائي	45-48
الفرع الثاني : الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين	48-49
المبحث الثاني : تدخل الدولة عن طريق آليات وميكانيزمات لحماية المستهلك.....	50
المطلب الأول :تدخل الدولة عن طريق هيئات إدارية لحماية المستهلك.....	50
الفرع الأول :وزارة التجارة والهيكل التابعة لها:.....	51-56
الفرع الثاني :الإدارة العامة التقليدية	56-59
المطلب الثاني :دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك	60
الفرع الأول:حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك	60-61

62-61.....	الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك
65-63.....	خاتمة
74-66.....	قائمة المراجع
76-75.....	الفهرس