

جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر

الميدان: الحقوق والعلوم السياسية

الشعبة: حقوق

تخصص: قانون عام اقتصادي

من إعداد الطالبين: غياية جلال

تواتي عابد

بعنوان:

آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:/...../2019

أمام اللجنة المكونة من السادة الأعضاء:

الصفة	الدرجة العلمية	اعضاء لجنة المناقشة
رئيسا	أستاذ محاضر ب	الدكتور قادري لطفي محمد الصالح
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر أ	الدكتورة قدة حبيبة
مناقشا	أستاذ محاضر أ	الدكتورة صالحى سمية

السنة الجامعية: 2018 - 2019

الشكر

"من اجتهد وأصاب فله أجران، ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له
على كل نعمه وفضله وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام.

نشكر كل من قدم لنا يد العون والمساعدة في إنجاز هذه المذكرة.

ونخص بالذكر الأستاذة المحترمة

"الدكتورة قدة حبيبة"

التي لم تبخل علينا بنصائحها وإرشاداتها، من خلال إشرافها
على عملنا خطوة بخطوة، وبكل جدية وتفاني.

كما أتقدم بخالص شكري وتقديري لأعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا
بقراءة ومناقشة هذه المذكرة

كما نتقدم بالشكر الخالص إلى كل من:

أساتذة قسم الحقوق.

وشكر خاص لكل الأصدقاء والزملاء والطلبة

ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة
سواء من قريب أو من بعيد.

فالحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

قائمة المحتويات

الإهداء

الشكر

..... قائمة المحتويات

..... قائمة المختصرات

المقدمة أ.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي كرسها المشرع لحماية المستهلك

المبحث الأول: الهيئات الإدارية ودورها في حماية المستهلك 2

المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك..... 15

الفصل الثاني: مجالات التزام المتدخل بالحفاظ على صحة المستهلك

المبحث الأول: الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل..... 27

المبحث الثاني: المسؤولية التي تقع على عاتق المتدخل عند الاخلال بالالتزامات 43

الخاتمة 54

قائمة المراجع 57

قائمة المختصرات

أولاً: باللغة العربية

ق.م.ج ← قانون المدني الجزائري

ق.إ.ج ← قانون إجراءات جزائية

ص. ← الصفحة

ج.ر ← جريدة رسمية

د.ج ← دينار جزائري

ثانياً: باللغة الفرنسية

CNPC → Le Conseil nationale pour la protection des consommateurs

CACQE → Centre Algérien contrôle de la qualité et emballage

AAPC → Association algérienne pour la protection des consommateurs

IDEC → Association des intérêts et défense des consommateurs

مقدمة

أصبحت الخدمات والسلع في العصر الحالي متوفرة بكثرة ومتنوعة، وتلبي كل احتياجات الفرد في حياته اليومية، لكن في المقابل لهذه الوفرة سلبيات خطيرة، مست صحة المستهلك الذي يعتبر الطرف الضعيف في المعاملة الاستهلاكية، كونه غير متخصص من ناحية، فهو لا يقدر على الإلمام بكافة جوانب العملية الاستهلاكية من حيث محلها وأوصافها، ومن ناحية أخرى فإن التطور التكنولوجي التي وصلت إليه الكثير من المنتجات موضوع الاستهلاك، أصبح يحمل في طبيعته تركيبها الكثير من المخاطر التي يحتمل أن تصيب المستهلك بأنواع مختلفة من الأضرار.

كما أن فتح الأسواق والمنافسة بين المزودين، جعل اهتمامهم يتركز أساسا على استغلال نقاط الضعف لدى المستهلك، الذي تتعدم عنده الثقافة الاستهلاكية، فهو يجهل ما يعرض عليه من مواصفات ومكونات للمنتجات والخدمات الاستهلاكية، إما رغبة منه في الحصول عليها أو لحاجته لها، فتمثل هدف المزودين من كل هذا في تحقيق الربح دون أي وازع أخلاقي أو قانوني.

ومن هنا كان الاهتمام التشريعي بتنظيم الاستهلاك قانونا نتيجة حتمية، فوضعت تنظيمات قانونية لحماية المستهلك، ونتيجة لذلك قررت التشريعات العادية والفرعية أحكاما متنوعة ومتعددة تنظم الاستهلاك، فأنشأت مؤسسات وأجهزة وجمعيات تسهر على حماية المستهلك، كما تبنت هذه الأنظمة القانونية أنواع مختلفة من الآليات التي تعمل على حماية المستهلك.

ومن أهم القوانين الحديثة، التي فرضت نفسها على الساحة التشريعية لحماية المستهلك نجد قانون حماية المستهلك، والذي جاء نتيجة لحاجة المجتمع إلى ضبط الأسواق في إطار متوازن بين حرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية وبين حماية الحقوق الأساسية للمستهلك.

وفي الجزائر أخذ المشرع على عاتقه إصدار جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي من شأنها التأكد من ضمان جودة المنتجات والخدمات، للحفاظ على صحة المستهلك وسلامته وحماية مصالحه المادية والمعنوية، فكان أول هذه القوانين هو القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989 (الملغى) المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إلا أن هذا القانون لم يساير التطورات السريعة في المجال الاستهلاكي، فتم إلغاؤه، مما جعل المشرع الجزائري يصدر القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ونصوص متعلقة بتنظيم السوق عامة، وبمفهوم أشمل تنظم قواعد المنافسة وحماية المستهلك.

أهمية الموضوع:

تتمثل أهمية هذا الموضوع في ظل ما يشهده من حيوية تشريعية محلية ودولية، وما يكتسبه من طابع تقني يستدعي الوقوف على مدى نجاعته وتحقيقه لحماية حقيقية للمستهلك.

أسباب اختيار الموضوع:

جاء اختيارنا لهذا الموضوع لعدة أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، نذكرها فيما يلي:

1. الأسباب الذاتية:

- تتمثل في ميلنا لهذا الفرع من فروع القانون، وهو قانون حماية المستهلك باعتباره فرع جديد إلى جانب أنه موضوع الساعة.

2. الأسباب الموضوعية:

- تكمن في أهمية هذا النوع من المواضيع، بالإضافة إلى حداثة النصوص القانونية المنظمة له نسبيا وكذا قلة الدراسات المتخصصة فيه في الجزائر، مقارنة بالدول الأجنبية.

- كذلك محاولة منا لفهم طبيعة الحماية التي وضعها المشرع للمستهلك، والاطلاع على كيفية عمل هذه الأجهزة والمهام المنوطة بهذه الهيئات.

أهداف الدراسة:

- التعرف على الآليات القانونية التي وضعها المشرع الجزائري، من أجل حماية المستهلك من مختلف الأضرار التي قد تلحق به أو بغيره عند استعمال أو استهلاك منتجات غير مطابقة للمواصفات القانونية؛

- التعرف على كيفية الحد من التجاوزات التي تصدر من المتعاملين الاقتصاديين المتمثلة في جريمة الغش والخداع الذي يقع فيه المستهلك وعدم التزامهم بالقوانين والنصوص التشريعية؛

- نشر ثقافة الاستهلاك السلمية في جمهور المستهلكين؛

- التعرف على الدور التحسيس والتوعوي للمستهلكين من طرف الجمعيات وهيئات المختصة؛

- إنصاف الطرف الضعيف الذي هو المستهلك في العلاقة الاستهلاكية.

الدراسات السابقة:

- شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

- مكي سارة، حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2016/2015.

الإشكالية:

إن مشكلة موضوع الدراسة، تكمن في تحديد أهم الآليات القانونية التي وفرها المشرع الجزائري والتعرف على مدى توفيرها للحماية اللازمة للمستهلك من كل المخاطر المحدقة به، وذلك يكون وفق الإشكالية التالية:

- ما مدى كفاية الآليات التي كرسها المشرع في سبيل حماية المستهلك؟

الأسئلة الفرعية:

- ماهي الآليات التي أقرها المشرع لحماية المستهلك؟

- كيف يضمن المتدخل سلامة المستهلك؟

منهج الدراسة:

في سبيل تحقيق الغرض من هذا البحث، تم الاعتماد على عدة مناهج وفقا لمقتضيات كل جزئية بغية الإلمام والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع والوصول إلى النتائج المرجوة وتحليل أبعاده والإجابة على الإشكالية المطروحة، فكان المنهج الوصفي، لوصف بعض المفاهيم، والمنهج التحليلي من خلال تحليل وتفحص بعض النصوص القانونية والتعليق عليها.

صعوبات الدراسة:

ونحن بصدد دراستنا لهذا الموضوع والبحث والتقصي عنه، قد واجهنا العديد من الصعوبات لعل أهمها نقص المراجع المتخصصة في هذا المجال، وكذلك تفرع وتشعب النصوص القانونية في مجال حماية المستهلك وكثرتها، هذا ما يجعل محاولة الإلمام بالموضوع ودراستها وتحليلها أمرا ليس بالهين.

تقسيم الدراسة:

ومن أجل الاجابة على الإشكال المطروح اعتمدنا على جمع النصوص والقواعد القانونية، واستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بموضوع البحث مع التحديد في نفس الوقت ما مدى نجاحها في تجسيد الحماية اللازمة للمستهلك.

وهذا وفق خطة مكونة من فصلين:

الفصل الأول: وسنتناول فيه اليات القانونية التي كرسها المشرع لحماية المستهلك وقسمناه الى مبحثين:

المبحث الأول: الهيئات الإدارية ودورها في حماية المستهلك

المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك

الفصل الثاني: مجالات التزام المتدخل بالحفاظ على صحة المستهلك

المبحث الأول: الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل

المبحث الثاني: المسؤولية التي تقع على عاتق المتدخل عند الاخلال بالالتزامات

الفصل الأول

الآليات القانونية التي كرسها

المشرع لحماية المستهلك

تمهيد:

إن إخلال المتدخل بالتزامات المفروضة عليه اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف، يعرض مصالحه للخطر وقد تلحقه اضرار نتيجة لذلك، ومن اجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لا بد من وجود اجهزة قوية وفعالة، لأن هذه الحماية بحاجة الى تضافر الجهود كافة الإدارات والمؤسسات الوطنية سواء كانت ادارية أو غير ادارية مما جعل الامر بالغ الاهمية خصوصا في ظل كثرة الانتهاكات المرتبطة بحقوق المستهلك.

وبدون هذه الأجهزة يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق ويفقد آلية ردع المخالفين له من المتدخلين، وعليه تم إنشاء اجهزة مختلفة ومؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص من خلال منحها سلطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية.¹

نظرا لكثرة هذه الإضرار التي يتعرض لها المستهلك، فقد بادر المشرع الجزائري إلى إيجاد أجهزة متخصصة في مجال الرقابة والدفاع عن حقوق المستهلكين، والتي تشرف على تطبيق وتنفيذ الأنظمة والقواعد وتكفل احترامها.

كما إن هذه الأجهزة تبذل جهودا لا يستهان بها في سبيل حماية المستهلك وتتعلق في المقام الأول في الحصول على ما يلزمه من منتجات وخدمات يتطلبها الاستقرار المعيشي ورفع الأخطار أو العوامل التي من شأنها الأضرار بسلامته الجسدية بمنع عرض المنتجات الفاسدة أو المغشوشة في السوق، فالغش المرتكب في مادة ما أو فسادها بمقدوره إن يقضي على حياة المئات من الأشخاص الذين يستهلكون تلك السلعة المغشوشة الفاسدة.

إن أول ضرورة لضمان سلامة المستهلك هو معرفة مخاطر المنتجات والخدمات، ولا يأتي ذلك إلا في إطار من الانسجام وتكاتف الجهود ما بين الأجهزة المكلفة بوقاية المستهلك قصد تحقيق المصلحة العامة .

ومن هذه الأجهزة التي وضعها المشرع نجد الهيئات الإدارية ودورها في حماية المستهلك (المبحث الأول) وجمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك (المبحث الثاني).

¹ سفير سماح، آليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، (تخصص قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د الطاهر مولاي . سعيدة . 2016-2017)، ص 10

المبحث الأول: الهيئات الإدارية ودورها في حماية المستهلك

إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به، ولأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة ومن قدرتها على دقة وسلامة التنفيذ، حيث تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصها كما سنرى لاحقا بدور فعال في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق بالدور الوقائي او بدور الردعي.

هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي والعملية لحماية التي ينشدها المشرع الجزائري من خلال القانون رقم 03/09 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش كما جاء في المادة 25 من نفس القانون على ما يلي: "بالإضافة إلى ضباط اشربة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات احكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك". بمعنى يجب تحديد بدقة الهيئات المكلفة بالقيام بالرقابة وحماية المستهلك.¹ حيث نجد وزارة التجارة ومختلف الهياكل التابعة لها ممثلة في وزارة التجارة وما تتمتع به من صلاحيات بالإضافة إلى هياكل المديرية الجهوية والولائية تسهر على حماية المستهلك وقمع الغش وهذا ما سيأتي تفصيله:

المطلب الأول: وزارة التجارة

بمقتضى مجموع النصوص القانونية التي وضعها المشرع الجزائري المتضمنة صلاحيا عدة لوزارة التجارة من أجل حماية حقوق المستهلك وتحقيق أهدافه المادية والمعنوية، كما ان وزارة التجارة هي الجهة الأولى والوصية المباشرة وأنها تتعت بالهيئة الإدارية الأم.

وكما أن الرجوع الى المرسوم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المعدل والمتمم، يبين لنا هذه الوزارة تكون من مجموعة من المديرية تعمل تحت إشرافها بالإضافة الى بعض الهيئات المتخصصة التي هي تحت وصايتها.²

وكما كلف وزير التجارة حسب المادة 05 من هذا المرسوم في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بما يلي:

– يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن؛

¹ معروف عبد القادر، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك (دراسة مقارنة). مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، (تخصص: قانون مدني أساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016-2017)، ص 121

² مالكي محمد، آليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، " ل، م، د" في القانون، (تخصص قانون منافسة والاستهلاك، كلية حقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017-2018)، ص 160

- ويقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها؛
- يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية؛
- يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارة ويقترح الاجراءات والمناهج الرسمية للتحاليل في مجال الجودة؛
- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره؛
- يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المتخصصة في مجال الجودة؛
- يعد وينفذ استراتيجية الاعلام والاتصال، تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع على إنشاءها.

الفرع الأول: المديرية المركزية التابعة لوزارة التجارة

إن تعدد وتنوع المهام المنوطة بوزارة التجارة تعد بالدرجة الأولى ذات أهمية كبيرة للمصالح التابعة لهذه الوزارة كما إنها تنفرع إلى عدة مديريات،¹ والجدير بالذكر أن من أهم هذه المديريات نجد المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها (أولاً)، وإضافة إلى المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش (ثانياً). كما أن هذه الهياكل تشرف على حسن تطبيق القوانين المتعلقة بالمستهلك وسلامة وضمان احترامها.

أولاً: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

كما تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك كما انها تعمل بمساعدة المديريات التابعة لها على ضبط السوق والسهرة على حماية المستهلكين وتعتبرهم مديرية لها هي مديرية الجودة والاستهلاك والتي نص المرسوم 18/14² على صلاحياتها ومهامها ولعل أبرزها اقتراح مشاريع النصوص ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلك، والمساهمة في إرساء حق الاستهلاك، بالإضافة إلى المشاركة في كل الدراسات المرتبطة بالموصفات في مجال الجودة والنظافة الصحية والامن والمطبقة في جميع مراحل صنع المنتجات وتسويقها واتخاذ كل التدابير الرامية إلى إرساء أنظمة للعلامة التصنيفية وحماية العلامات والتسميات الاصلية بالإضافة إلى تشجيع المبادرات الداعمة لتطوير المراقبة الذاتية للجودة

¹ نص المادة الأول من المرسوم التنفيذي 454/02، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم، ج، ر عدد 85 لسنة 2002

² المرسوم التنفيذي، رقم 18/14، المؤرخ في 21 يناير 2014، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المذكور آنفاً، ج، ر عدد 04 لسنة 2014

على مستوى المتعاملين الاقتصاديين، وتنشيط عملية تقنين المنتجات والخدمات وطرق تحاليل الجودة وتشجيعها ومتابعتها وترقية برامج إعلام المهنيين والمستهلكين وتحسيسهم¹.

كما أن مديرية الجودة والاستهلاك تضم أربع مديريات فرعية تهدف في الأساس الى حماية المستهلك وهي:

- **المديرية الفرعية لتقييس المنتجات الغذائية:** كما تعمل هذه المديرية على عملية إنتاج منتجات غذائية مطابقة للمواصفات والمعايير التي نصت عليها مجموع القوانين والتنظيمات.
- **المديرية الفرعية لتقييس المنتجات الصناعية:** وغايتها الحرص بكل الوسائل المتاحة على إنتاج منتج صناعي مطابق للمواصفات العالمية ويكون آمن وسليم أثناء استخدامه.
- **المديرية الفرعية لتقييس الخدمات:** وعمل هذه لمديرية على ان تكون الخدمات المقدمة للمستهلكين تتمتع بمعايير ومواصفات ذات صفة عالمية.
- **المديرية الفرعية لترقية الجودة وحماية المستهلك:** وتتمتع هذه الأخيرة بمجموعة من الصلاحيات التي منحها اياها المشرع الجزائري وتتمثل في:

- المبادرة بالبرامج والأعمال الإعلامية والتحسيسية والوقائية في مجال الجودة وحماية المستهلك وتنفيذها؛
- التشجيع على إنشاء جمعيات المستهلكين والمشاركة في تنشيط اعمالها.²

ثانيا: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

الجدير بالذكر إن هذه المديرية تعتبر من أهم الهياكل المشكلة لوزارة التجارة، وهذا حسب ما نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي 454/02 الذي يحدد صلاحيات هذه المديرية وان هذه الاخيرة تكفل فيما يلي:

- تحديد الخطوط العريضة السياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش؛
- مكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارية اللامشروعة؛
- كما انها تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها؛
- وتقوم كذلك بإنجاز كل الدراسات واقتراح كل التدابير بغية تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها وتوجيه نشاطات المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها؛

¹ انظر المادة 3 من المرسوم التنفيذي 454/02 مؤرخ في 17 شوال عام 1423، الموافق ل 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة

التجارة، ج. ر، عدد85 الموافق 22 ديسمبر 2002

² مالكي محمد، مرجع سابق. ص 162

- العمل على تطوير التنسيق ما بين القطاعات في مجالات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش؛
 - تطوير علاقات التعاون الدولي في ميادين الرقابة الاقتصادية ومتابعة المنازعات في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية؛
 - كما أنها تقوم بجمع التحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق التي لها تأثيرات على الاقتصاد الوطني.
- وتضم المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش أربع مديريات هي مديرية مراقبة الممارسات التجارية المضادة للمنافسة، مديرية مراقبة الجودة والغش، مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة واخيرا مديرية التعاون والتحقيقات الاقتصادية.¹

الفرع الثاني: هيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة

وهي الهيئات التي وضع لها المشرع الجزائري مجموعة من المهام والصلاحيات خاصة بحماية المستهلك كاختصاص اصيل بموجب نصوص قانونية.

أولا: المجلس الوطني لحماية المستهلكين CNPC

وقد إنشاء هذا المجلس بموجب المادة 24 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المجلس الوطني لحماية المستهلكين²، كما انه جهاز استشاري، وان هذا المجلس حسب المادة 02 من قانون 355/12 يتمتع بمجموعة من اختصاصات، وتتمثل اساسا في ابداء آراء واقتراح تدابير من شأنها ان تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك وقد حددت المادة 22 من المرسوم السالف الذكر: ان المجلس يقوم بالمساهمة في الوقاية من الاخطار التي يمكن ان تتسبب فيها المنتوجات المعروضة في السوق وتحسيسها من اجل حماية صحة المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية، وكذا مشاريع القوانين والتنظيمات التي يمكن ان يكون لها تأثير على الاستهلاك، وكذا على شروط تطبيقها وإعداد البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش، ووضع استراتيجية لترقية جودة المنتوجات وحماية المستهلكين، وجمع المعلومات الخاصة بمجال حماية المستهلكين واستغلالها وتوزيعها، ووضع برامج ومشاريع المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين والتدابير الوقائية لضبط السوق واليات حماية القدرة الشرائية للمستهلكين.³

¹ المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل بالمرسوم التنفيذي رقم: 266/08 مؤرخ في 19 اوت 2008

² زكريا بوعون، اليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الطور الثالث "ل،م،د" تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017 ص 190.

³ المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 355/12، المؤرخ في 2 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاتهم، ج. ر عدد 56 الصادر سنة 11 أكتوبر 2012

هذا ويتكون المجلس طبقا للمادة 03 من المرسوم التنفيذي 355/12 من ممثل واحد عن:

1. بعنوان الوزارات:

وهي الداخلية والجماعات المحلية، الموارد المائية والفلاحيية والتنمية الريفية، التجارة والصحة والسكان واصلاح المستشفيات، الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار الاتصال الصيد البحري والموارد الصيدية، الطاقة المناجم، التضامن الوطني والأسرة.¹

2. بعنوان الهيئات والمؤسسات العمومية:

وهي المراكز الجزائرية لمراقبة النوعية والرزم، المعهد الوطني للطب البيطري، المركز الوطني لعلم السموم، المعهد الوطني للصحة العمومية، المعهد الوطني لحماية النباتات، المعهد الجزائري للتقييس المعهد الوطني للملكية الصناعية، الديوان الوطني للقياس القانونية الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة الغرفة الوطنية للفلاحة.

3. بعنوان الحركة الجمعوية:

وهي تمثل عن كل جمعية لحماية المستهلكين المؤسسة قانونا.

4. بعنوان الشخصيات الخبيرة:

وتتكون من خمسة خبراء في مجال حماية المستهلكين وأمن وجودة المنتجات، يختارهم الوزير المكلف بحماية المستهلك.²

ثانيا: شبكة الإنذار السريع ولجنة المدونة الغذائية

تعتبر هذه الأجهزة من أهم الأجهزة التي لها دور كبير في العديد من المجالات وذلك من خلال المهام والصلاحيات المخولة لها في حماية المستهلك.³

1. شبكة الإنذار السريع:

تعد من أهم الأجهزة التابعة لوزارة التجارة وهي جهاز يهدف إلى حماية المستهلك من خلال مراقبة ومتابعة المنتجات التي تهدد صحة وأمن المستهلك، مع اتخاذ كافة الاجراءات والتدابير المرتبطة بالمتابعة لكل ما هو خطر على صحة المستهلك، لأنه جهاز مكلف بمراقبة كل انواع السلع والخدمات المقدمة للمستهلك، باستثناء المواد الخاضعة لأحكام خاصة مثل: المواد الكيميائية كالأسمدة وتضم شبكة

¹ زكرياء بوعون، مرجع سابق، ص 191.

² انظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي 355/12 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته

³ المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم: 203/12 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتجات. "ينشأ لدى الوزير المكلف

بحماية المستهلك وقمع الغش شبكة الإنذار السريع تكلف بمتابعة المنتجات التي تشكل خطرا على صحة المستهلكين وأمنهم"

الإنذار السريع ممثلين عن الوزارات، ذات العلاقة بالتجارة كما إن هذا الجهاز يلعب دورا فعالا لاسيما وانه يضم في تشكيلته ممثلين عن كل الوزارات المرتبطة بحماية مصالح المستهلك¹.

كما إنه من أبرز المهام التي يقوم بها هذا الجهاز ويمكن إجمالها في انه يقوم بتتبع أثر المنتجات لتحديد الخطر منها، والمشكلة تهديدا على امن وسلامة المستهلك واتخاذ التدابير الملائمة واللائمة ومتابعة ذلك، والحفاظ على صحة المستهلك.

كما أنها تتواصل مع شبكات الإنذار الجهوية والدولية وتسعى الى تبادل المعلومات مع جمعيات الدفاع عن حقوق المستهلكين والجمعيات المهنية، ويعمل على مراقبة كل أنواع السلع والخدمات الموجهة الى الاستعمال النهائي.

2. اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية:

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 67/05 المؤرخ في 30 يناير 2005 تم استحداث هذا الجهاز²، وتتمثل مهامه في انه يبدي الآراء والتوصيات المتعلقة بجودة المواد الغذائية المرتبطة بحماية المستهلك، وبالرجوع الى نص المادة 09 من نفس المرسوم نجد ان المشرع الجزائري اجاز للجنة في إطار مهامها وضع لجان تقنية متخصصة دائمة أو خاصة في المجالات ذات الصلة بالمسائل العامة والمنتجات كالنظافة الغذائية ووسم المواد وطرق التحاليل واخذ العينات³.

والجديل بالذكر هو أن اللجنة عبارة عن جهاز استشاري يصنف من ضمن الأجهزة التابعة لوزارة التجارة والتي هدفها الأسمى حماية المستهلك خاصة ما تعلق بجودة المواد الغذائية.

ثالثا: شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية (RAAQ)

إن لهذه المخابر اهمية كبير عل المستوى الوطني لما تتمتع به من مجموعة من الصلاحيات والمهام المخولة لها لحماية امن المستهلك والحفاظ عليها.

1. نشأة شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية:

تم إنشاء هذه الشبكة بموجب لمرسوم التنفيذي 355/96 المؤرخ في 19 اكتوبر 1996، هذا الاخير يبين كيفية تنظيم هذه المخابر وآليات تسيرها⁴

¹ مالكي محمد، مرجع سابق، ص168.

² المرسوم التنفيذي 67/05 المؤرخ في 30 يناير 2005 المتضمن إنشاء اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية وتحديد مهامها وتنظيمها ج. ر عدد 10 لسنة 2005

³ مالكي محمد، مرجع سابق ص 169

⁴ المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 96 / 355 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارية وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج. ر عدد62 الصادر سنة 12 أكتوبر 1996

كما يمكن للهيئات والمؤسسات والجمعيات التي لها نشاطات مرتبطة بمجال المراقبة التقنية ومن ضمنها التي لها مهام التعليم والبحث العلمي والتنمية وضبط المقاييس، أن تنضم إلى الشبكة وهذا حسب ما جاء في المادة 05 الفقرة الثانية من المرسوم المذكور أعلاه.

2. المهام المخولة لشبكة مخابر التحاليل:

المساهمة في تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعية وتطويرها، كما تساهم في إعداد وتنفيذ سياسة الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك، والعمل على تحسين نوعية الخدمات والمخابر التجارب والتحاليل الجودة، كما انها نقطة التقاطع بين شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وجمعيات حماية المستهلك هو الأخطار التي تواجه المستهلك، وهذا ما نصت عليه المادة 09 من نفس المرسوم "انه يمكن ان يخطر الشبكة كل من: الوزراء المعنيين، الولاية، رؤساء المجلس الشعبية البلدية، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة وغرف التجارة والصناعة، جمعيات الدفاع عن المستهلك" كما يلاحظ من نص المادة 09 ان هؤلاء الأشخاص محددون على سبيل الحصر لا المثال بمعنى أنه لا يمكن لشخص آخر طبيعي أو معنوي خارج هذه القائمة أن يقوم بإخطار الشبكة¹.

كما تكلف شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية بإنجاز كل الأعمال الدراسية والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتجات،² كما انه بصدر المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في سنة 2002، أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها " مديريةية مخابر التجارب وتحاليل الجودة"³

رابعاً: المركز الجزائري لمراقبة النوعية CACQE

يمثل هذا المركز الهيئة العليا لنظام البحث والرقابة والتحقيق على المستوى الوطني، تم إنشاءه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 318/03 الذي يبين تنظيمه وعمله⁴.

يتمتع المركز بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وذا طابع إداري، كما يوضع تحت وصاية وزير التجارة

¹ المادة 09 من المرسوم 355/96، يتضمن إنشاء شبكة مخابر للتجارة وتحليل النوعية تنظيمها وسيرها.

² سفير سماح، المرجع السابق ص 19

³ معروف عبد القادر، مرجع سابق، ص 136

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 318/03، مؤرخ في 30 ديسمبر 2003، يعدل ويتمم، المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 اوت 1998، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 59 الصادرة في 02 اكتوبر 2003.

ويهدف إلى:

- المساهمة في حماية صحة المستهلك وامنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها؛
 - التنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري العمل به في مجال نوعية السلع والخدمات¹؛
 - ترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع والخدمات؛
 - التكوين والإعلام والاتصال وتحسيس المستهلكين.
- ومن بين أبرز مهام هذا المركز نذكر:

- المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير ومخالفات التشريع والتنظيم المعمول بها والمتعلقين بنوعية السلع والخدمات ومعاينتها؛
- تقديم الدعم التقني والعلمي للمصالح المكلفة بمراقبة النوعية وقمع الغش؛
- وضع برامج التنشيط والاتصال لفائدة المهنيين والمستهلكين؛
- تنظيم الندوات والملتقيات والأيام الدراسية والمعارض والملتقيات العلمية والتقنية أو الاقتصادية لصالح جمعيات المستهلكين والمهنيين.

الفرع الثالث: دور البلدية والولاية في حماية المستهلك

أن لكل من هما دور وقائي في حماية المستهلك لما لهما من سلطات وقرارات في اتخاذ الإجراءات الإدارية في الوقت المناسب كما أن لكل منهما دورا هاما في حماية المستهلك.

أولا: البلدية

تمثل البلدية جماعة إقليمية قاعدية للدولة، تتميز بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، يمثلها منخب هو رئيس هيئتها التنفيذية. كما يقوم نظام البلدية على: المجلس الشعبي البلدي ورئيس المجلس البلدي.

1. رئيس المجلس الشعبي البلدي:

يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بدور وقائي، كما أنه يملك صلاحية اتخاذ كل الاحتياطات والتدابير الضرورية لحماية المستهلك، وذلك بموجب قانون البلدية وقد ادرجت ضمن المادة 94 خاصة بمهام في تمثيل الدولة.

كما يقوم تحت إشراف الوالي بتبليغ وتنفيذ كل التنظيمات والقوانين المعمول بها على إقليم البلدية والسهر على النظام والسكينة والنظافة العمومية وغيرها.

¹ سفير سماح، مرجع سابق، ص18.

وبصفته ضابط الشرطة القضائية منح له المشرع صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر مما يحيط به من منتجات وخدمات معروضة للاستهلاك، ومن مهامه سلطة مراقبة نوعية المنتجات والخدمات ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للاستهلاك، والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية واتخاذ القرارات المناسبة في ذلك مع إحالة المخالفين على العدالة.¹

كما يكلف رئيس المجلس الشعبي البلدي في إطار احترام حقوق وحرية المواطنين بالسهرة على المحافظة على النظام العام وأمن الأشخاص والممتلكات، وكذلك في مجال حماية المستهلك يسهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع، ولتحقيق ذلك يمكنه الاستعانة بالمصالح التقنية للدولة في مجال حماية صحة المستهلكين عبر تراب البلدية.²

كما نصت المادة 14 من القانون 02/89 على ضرورة تدخل السلطات العامة في الحدود المرسومة لها من أجل ضمان السلامة التي تتوافق مع العلم والتقنية، ومع شروط استعمال المنتج أو الخدمة بالإضافة إلى الالتزام بمبدأي الحيطة الاحتياط.³

وقد تم تعديل هذا القانون بالقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والذي نص في مادته 25 على دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في معاينة المخالفات وقمعها حيث نصت على: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة أحكام هذا القانون أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك". يستخلص منه أن رئيس المجلس الشعبي البلدي مهمته قمع حالات الغش باعتباره حاملا لصفة الضبطية القضائية، عن طريق مراقبة ومعاينة المخالفات والجنح المنصوص عليها بموجب القانون 03/09.⁴

2. المجلس الشعبي البلدي:

إن من مهام التي تقوم بها البلدية حفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية، وأنه حسب الفرع الثاني من قانون البلدية 10/11 الذي جاء بعنوان لجان المجلس الشعبي البلدي وبضبط المادة 31 منه يشكل المجلس الشعبي البلدي من بين أعضائه لجانا دائمة للمسائل التابعة لمجال اختصاصه ولعل من أهمها وأبرزها لجنة الصحة والنظافة وحماية البيئة، كما يمكن للمجلس الشعبي حسب المادة 33 أن يشكل

¹ علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والقواعد المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000 ص 63

² شرح المادة 94 والمادة 123 من قانون رقم 10/11، لمؤرخ في 22 يونيو 2011، يتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية عدد 37، الصادرة بتاريخ 03 يونيو 2011

³ المادة 14 من القانون 02/89، المؤرخ في 8 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر، عدد 60، الصادر 1989 (الملغى)

⁴ عيشة بوزيدي، مداخلة تحت عنوان "دور الإدارة المحلية في حماية المستهلك" الملتقى الوطني حول حماية المستهلك، المركز الجامعي المدية، د.س

لجنة خاصة لدراسة موضوع محدد يدخل في مجال اختصاصها كما هو مبين قانونا، ويكون ذلك عن طريق مداولة:

ثانيا: الولاية

تعتبر الولاية الجماعة الإقليمية للدولة وهي الدائرة الإدارية غير المركزية للدولة، وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية مستقلة وتساهم مع الدولة في إدارة وتهيئة الاقليم والتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وحماية البيئة، وكذا ترقية وتحسين الإطار المعيشي للمواطنين أي المستهلكين.

1. المجلس الشعبي الولائي:

أن التنسيق المتكامل بين المجلس الشعبي الولائي والمجالس الشعبية البلدية له ودور كبير في اعمال الوقاية من الاوبئة ورسم السياسة المحلية في مجال مراقبة وحماية المستهلك.

ومن هذه الصلاحيات المخولة للمجلس الشعبي الولائي في إطار حماية المستهلك نجد¹:

- الحد من ظاهرتي الغش والتدليس في عملية تسويق المواد الغذائية؛
- المحافظة على صحة وسلامة المستهلكين والمتدخلين على سواء من كل المخاطر والاضرار الصحية والمادية الناجمة عن الاغذية المغشوشة او الملوثة؛
- تشجيع الصناعات الغذائية ورفع مستوى الجودة وسلامة المنتوجات من خلال السعي لمطابقة ما يعرض من منتوجات مع القوانين والتنظيمات.

2. الوالي:

للوالي دور في حماية المستهلك على مستوى إقليم الولاية لغرض فرض وتطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والمستهلك، وعلى هذا الأساس كان الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤولا عن ضمان صحة وسلامة المستهلك ومن صلاحياته²:

- اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي الى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتج مؤقتا أو بصفة نهائية؛
- يعتبر المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي؛
- اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة مؤقتة باقتراح من المصالح الولائية المختصة؛
- يضطلع الوالي بمسؤولية اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين؛
- المحافظة على النظام العام والأمن والسلامة والسكينة العمومية وهذا حسب ما جاء في المادة 144 من قانون الولاية.

¹ مالكي محمد، مرجع سابق، ص 190

² علي بولحية بن بو خميس، مرجع سابق، ص 63،64

وحسب المادة 03 الفقرة 01 ومن المرسوم رقم 91-91 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار فإن الوالي يعتبر مسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بأشرافه على مديريات الولائية للمنافسة والأسعار والتي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش¹.

كما يعتبر الوالي بصفته ممثلاً للدولة على مستوى إقليم ولايته مسؤولاً عن اتخاذ الاحتياطات اللازمة والضرورية للمحافظة على الصحة والنظافة العمومية، كذا ضمان جودة ونوعية المواد الاستهلاكية المعروضة على المواطنين، فهو من يتحمل عبء تطبيق السياسة الوطنية في مجال تطوير النوعية وحماية المستهلك.

المطلب الثاني: مجلس المنافسة

ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 06/95 المؤرخ في جانفي 1995 كما يعتبر سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، ويشرف عليه الوزير المكلف بالتجارة طبقاً للمادة 23 من قانون المنافسة رقم: 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المعدل والمتمم.

مما لا شك فيه ان تنصيب هذا المجلس، كان يهدف بالأساس إلى ترقية وحماية المنافسة وبالتالي ضمان حماية كافة عناصر العلاقة الاقتصادية وضمان التوازن فيما بينها، بما فيها حماية مصالح المستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في هذه العلاقة، وهذا ما يبرز من خلال احكام المتعلقة بالمنافسة الذي اوكل اليه نوعين من الوظائف.

الفرع الأول: الوظيفة الاستشارية

يتمتع مجلس المنافسة بمجموعة من الصلاحيات الاستشارية التي خولها له القانون، التي تؤهله للقيام بهذا الدور تحقيقاً لأهدافه في حماية المنافسة، كما له ان يبدي رايه بشأن النصوص حيز التحضير أو حول المسائل التي لها صلة بالمنافسة.³

وتعد الاستشارة أمام مجلس المنافسة، وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة، ابتداء من السلطة العامة الى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين والجمعيات المهنية والنقابية وغيرها من الاشخاص، لذلك يبدي مجلس المنافسة رايه في مسائل ترتبط

¹ شوقي يعيش تمام، حنان اوشن، تعدد الاجهزة الادارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق

والعلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة، أبريل 2017

² الامر رقم 06/95 المؤرخ في 06/01/25 المتعلق بالمنافسة، (ملغى)، ج ر، عدد9 الصادر سنة 22 فبراير 1995

³ مالكي محمد، مرجع سابق. ص 174

بالمنافسة إذا طلب منه الحكومة ذلك، كما يستشار في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة وهذا حسب ما أكدته المادة 36 من الامر 03/03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

الفرع الثاني: الوظيفة الردعية

بالإضافة الى الدور الاستشاري لمجلس المنافسة يتمتع هذا الاخير كذلك بصلاحيات زجرية تتمثل في اتخاذ القرارات إزاء الممارسة المقيدة للمنافسة، تخوله في ذلك مختلف النصوص القانونية والتنظيمية صلاحيات مختلفة كإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء، الهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون اعمال منافية للمنافسة.¹

كما أن تحقيق مجلس المنافسة لهذه الاهداف ينعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلكين او المستفيدين من الاقتصاد التنافسي، نظرا لما يتوفر له من حرية اختيار من حيث الجودة ومن حيث السعر مما يجعله أقدر على التحكم في موارده وفي سلوكه الاستهلاكي.

وهذا الدور الذي يقوم به مجلس المنافسة سواء متعلق بالدور الاستشاري او الردعي هو حماية اضافية للمستهلك.²

المطلب الثالث: دور إدارة الجمارك

إن لإدارة الجمارك دور هام وفعال في الدول الحديثة، حيث اصبحت تتمتع بمجموعة من الصلاحيات والمهام المخولة لها الى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الافراد والبضائع فالجمارك هي خط الدفاع الاول واول جهة حكومية تتولى استقبال ومعاينة البضائع الواردة، ولها دور مهم جدا في مكافحة الغش التجاري، فمن خلال فحص المستندات المرفقة بالبضائع مثل شهادة المنشأ التي تثبت على البضاعة وتوضح اسم البلد المنتج، إضافة الى الفواتير واذن التسليم الذي يوضح فيه نوع البضاعة وعدد الطرود والوزن وميناء التحميل والمستورد الفعلي، ومن اهم هذه الصلاحيات والمهام التي اوكلت إليها نجد:

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

تقوم إدارة الجمارك بحماية المستهلك عند تطبيقها خفض نسبة الرسوم الجمركية وهذا من اجل عدم زيادة اسعار السلع في الاسواق لكيلا تعود هذه الزيادات على المستهلك، في هذه الحالة قام المشرع

¹ سفير سماح، مرجع سابق. ص 25

² صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد، رقم 09-03، لمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2013-2014، ص 123.

بوضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الاجمالية 45 بالمئة¹. ولها دور فعال في مجال حماية المستهلك لا يقل أهمية عن باقي الاجهزة الادارية الاخرى وهذا ما تؤكدته المادة 241 الفقرة 01 من قانون الجمارك، حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث نصت على انه " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية واعوانها المنصوص عليهم في قانون الاجراءات الجزائية واعون مصلحة الضرائب واعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الاعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والاسعار 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 مهامهم. كما انه يمكن لإدارة الجمارك اخطار مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين فيما بينهم، وهذا ليس بأمر الملزم لدى ادارة الجمارك بل يكون ذلك عندما تلاحظ استيراد منتجات بكميات متزايدة بصفة مطلقة او بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا او يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الانتاج الوطني لمنتجات مشابهة او منافسة لها مباشرة².

الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك

يتمثل الدور الأمني للجمارك في هذه المرحلة هو حماية سلامة وصحة المستهلك وذلك يكون في مراقبة ومنع ادخال المواد الممنوعة واهمها المخدرات والمواد المغشوشة وهذا ما اكدته المادة 08 من قانون الجمارك، حيث يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته³.

كما يكمن دور الأعوان الحق في تفتيش الاشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة ان تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود اشخاص يحملون مواد مخدرة داخل اجسامهم ان تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر وفي حالة الرفض يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا لترخيص بذلك.

¹ سفير سماح، نفس المرجع، ص 26

² الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة، شوهذ بتاريخ، 5 ماي 2019، على الساعة 03:00 صباحا www.dcwbskara.dz

³ شوقي يعيش تمام، حنان اوشن، تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق

والعلوم السياسية جامعة محمد خيضر بسكرة، أبريل 2017

وتقوم أيضا إدارة الجمارك بالتدخل من اجل حماية العلاقات ومنشأ المنتجات عن طريق تطبيق القواعد المرتبطة بحماية الملكية الصناعية مع حجز السلع المقلدة، وتضمن كذلك تطابق المنتجات المستوردة أو المصدرة لمعايير الأمن المنصوص عليها في التشريعات الدولية. وتسهر على حماية صحة العمومية عن طريق مكافحة تهريب المخدرات ومراقبة عمليات استيراد المنتجات الصيدلانية، وكذلك المنتجات الحيوانية والنباتية.

المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك

برغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة إلا أنه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنشأت من أجله، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده وعدم تمكنه من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري البحث عن بعض الاجهزة التي تتولى متابعة تطبيق قواعد الحماية لدى المستهلك، وهذا بوضع تكتلات للمستهلكين ومع تطور الحاصل وبمرور الوقت اصبحت عبارة عن جمعيات¹.

والفائدة التي ترجى من هذه الجمعيات هي مساعدة الأجهزة الرسمية وذلك من خلال مراقبة الاسواق وتطهيرها من اي منتج لا يتطابق والمواصفات المحددة قانونا.

المطلب الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك

تنشأ الجمعية بناء على اتفاق اشخاص طبيعية او معنوية لتحقيق هدف غير مريح قد يكون خيري ثقافي علمي، وتسعى الجمعيات على اختلافها لتحقيق الهدف الذي أنشأت من أجله، والذي لا يخرج عن إطار المصلحة الجماعية².

وجمعيات حماية المستهلك تختلف عن بعض التجمعات المشابهة لها، رغم انها تشترك معها في بعض الخصوصيات .

الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلك

تخضع جمعيات حماية المستهلك الى أحكام القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات كما أن المشرع الجزائري وضع قانونا واحدا تخضع له كل انواع الجمعيات مها كانت غايتها او موضوع نشاطها ثقافيا، اجتماعيا، علميا، ومهما كان مجال إقليم نشاطها، سواء كان يشمل مجموع التراب الوطني (جمعية وطنية) او يقتصر على جهات الوطن (تكون جهوية أو ما بين الولايات).

¹ سفير سماح، مرجع سابق. ص 28

² رواحة زولبيخة، قلان سومية، دور الجمعيات في حماية المستهلك. مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة محمد خيضر

بسكرة. أبريل 2017، ص 258

جمعيات حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وسنتطرق إلى تعريفها من خلال كل من القانون 03/09 والقانون 06/12 كالاتي:

أولاً: القانون 03/09

عرفها قانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على مفهوم جمعية حماية المستهلك بقوله: "جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"¹

وتؤسس جمعية حماية المستهلك لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية وتهدف إلى توعية المستهلكين وتثقيفهم وارشادهم وحماية مصالحهم وحقوقهم لدى الجهات الادارية الوصية.

ثانياً: القانون 06/12

عرفها القانون المتعلق بالجمعيات بشكل عام على انها²: "تعتبر جمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين او معنويين على اساس تعاقدى لمدة محددة او غير محددة" والملاحظ أن التعريف الثاني اوردته المشرع في قانون الجمعيات انه جاء شاملاً وعمماً يصلح لأيئة جمعية سواء كانت لحماية المستهلك او لغيره.

بينما التعريف الاول أوردته المشرع في قانون حماية المستهلك يتحدث عن اهداف جمعية حماية المستهلك بشكل خاص ومذكورة على سبيل الحصر.

الفرع الثاني: شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك

أخضع المشرع تأسيس جمعية عامة، بما فيها التي تتعلق بحماية المستهلك لعدة شروط وفق لإحكام القانون رقم 06/12 المؤرخ في 2012، إما ان تكون هذه الشروط موضوعية او شكلية.³

أولاً: بالنسبة للشروط الموضوعية

لكي يتم إنشاء جمعية يشترط اولاً ان لا تكون هذه الجمعية هدفها هو مخالفة القيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة، واحكام القوانين والتنظيمات المعمول.

اما بالنسبة للأعضاء فهناك بعض الشروط الواردة في المادة 4 من القانون 06/12،⁴

¹ القانون 03/09 ، مؤرخ في 29 صفر عام 1430 المرفق ل 25 فبراير لسنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر، العدد 15 الصادر في 08 مارس 2009

² القانون 06/12، المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير 2012 ، المتعلق بالجمعيات، ج. ر عدد 02 الصادر 15 يناير 2012

³ القانون رقم، 06/12 المرجع نفسه.

⁴ المادة 04 من القانون 06/12، المتعلق بالجمعيات.

- أن يكونوا بالغين سن 18 فما فوق؛
 - من جنسية جزائرية؛
 - متمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية.
- غير محكوم عليهم بجناية او جنحة تنتافى مع مجال نشاط الجمعية، ولم يرد اعتبارهم بالنسبة للأعضاء المسيرين. هذا إن كان المؤسسون أشخاص طبيعيين.
- كما أن المشرع من خلال القانون الملغى 31/90 أغفل تحديد الشروط الواجب توفيرها في الشخص المعنوي، فإن القانون الساري المفعول حدد مجموعة من الشروط التي يجب ان تتوفر في أشخاص معنويين خاضعين للقانون الخاص:
- مؤسسين طبقا للقانون الجزائري؛
 - ناشطين عند تأسيس الجمعية؛
 - غير ممنوعين من ممارسة نشاطهم.
- ثانيا: الشروط الإجرائية فهي:**
- تصريح تأسيس طبقا للمادة 07؛
 - يجب تقديم ملف مرفق مع التصريح يتضمن وثائق استنادا للمادة 12؛
 - طلب تسجيل الجمعية موقع من طرف رئيس الجمعية او ممثله المؤهل قانونا؛
 - قائمة بأسماء الأعضاء المؤسسين والهيئات التنفيذية وحالتهم المدنية ووظائفهم وعناوين إقامتهم وتوقيعاتهم؛
 - المستخرج رقم 03 من صحيفة السوابق القضائية لكل عضو من الأعضاء المؤسسين؛
 - نسختان 02 مطابقتان للأصل من القانون الأساسي؛
 - محضر الجمعية العامة الأساسية محرر من قبل محضر قضائي؛
 - الوثائق الثبوتية لعنوان المقر¹.
- كما تتأسس جمعيات حماية المستهلك من اشخاص طبيعية او معنوية، يكون عدد الاعضاء المؤسسين حسب القانون 06/12 كالاتي:
- عشرة (10) أعضاء على الاقل بالنسبة للجمعيات البلدية؛
 - خمسة عشر (15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين على بلديتين على الاقل؛
 - واحد وعشرين (21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاثة ولايات على الاقل؛
 - خمسة وعشرون (25) عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن اثني عشرة ولاية على الاقل.

¹ زكرياء بوعون، مرجع سابق، ص 238-239

ويخضع تأسيس الجمعية على تصريح تأسيسي والى تسليم وصل التسجيل ويوضح التصريح التأسيسي لدى:¹

- المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية؛
 - الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية؛
 - الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية او ما بين الولايات.²
- ويتكون نشاط هذه الجمعيات على المستوى الوطني كما هو الحال بالنسبة إلى:
- الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين (AAPC) المنشأة عام 1988؛
 - جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك (IDEC) المنشأة عام 1989.
- وقد يكون نشاط هذه الجمعيات على المستوى المحلي نذكر منها:
- جمعية حماية المستهلك والبيئة وهران أنشأت عام 1999؛
 - جمعية حماية المستهلك غرداية أنشأت عام 2004.

المطلب الثاني: مهام جمعيات حماية المستهلك

تلعب هيئات الدولة المختصة في مجال حماية المستهلك أهمية كبيرة، الا ان هذا غير كافي لتوعية المستهلك، مما جعل المشرع يقرر آليات ووسائل قانونية جديدة تساعد وتساهم في تحقيق أكبر قدر ممكن من توعية المستهلك من اجل توفير كل طرق الحماية له بصفته الطرف الضعيف في العقد، وذلك بإنشاء جمعيات حماية المستهلكين بصفة رسمية.

حيث وضع المشرع لهذه الجمعيات صلاحيات هامة تسهل عليها القيام بمهامها وتضمن تحقيق أهدافها وهذا وفقا لنص المادة 21 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.³

الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

يقصد بالدور الوقائي ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وامن المستهلك قصد ضمان أمنه وسلامته من الممارسات التي قد تشكل خطر عليه، اذ غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين، وكذا لضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي.

¹ سفير سماح، مرجع سابق. ص 30

² المادة 07 من القانون 06/12. المتعلق بالجمعيات.

³ المادة 21 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلام وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله."

أولاً: تحسيس وإعلام المستهلك

يجب على جمعية حماية المستهلك ان تقوم بتحسيس المستهلك وإعلامه بكل المخاطر والممارسات الاقتصادية الصادرة من المنتجات والخدمات المغشوشة منها والمقلدة، فهي تهدد صحته وأمنه، إذ تعد توعية المستهلك وتحسيسه وإعلامه بكل بيانات المنتج من بين المهمات التي خولها لها القانون كما تعمل على خلق توازن بين الأطراف في العلاقة الاستهلاكية، لذلك تشمل هذه إصلاحات العديد من الأنشطة التنموية لإدخال الوعي الاستهلاكي للمستهلك ومن أهمها نجد:

- السهر على توعية المستهلك وتحسيسه بعدم تناول المواد الغذائية في الاماكن غير نظيفة.
- منع شراء السلع التي لا تحتوي على وسم او مكان صنعها؛
- منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية؛
- تنظيم حملات توعية خاصة في المناسبات والمراسيم الصيفية والاسواق الشعبية اين يكثر فيها التسممات الغذائية.¹

كما تسعى جمعيات حماية المستهلك في ذلك الى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والاشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته.²

اذ وجب على المنتج والتاجر الإدلاء بكل الخصائص والمعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات ويجب الابتعاد على التظليل الإعلامي والاختفاء والتزييف وإخفاء الحقائق عن منتوجه، فهذا يعتبر مخالف للقانون.

من الضروري لجمعيات حماية المستهلك ومن واجبها إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة اساسية لحمايته، وهذا ما يلاحظ من خلال المادة 21 من القانون حماية المستهلك وقمع الغش على انه: " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله...."³.

كما ان لجمعية حماية المستهلك دور فعال في إعداد السياسة الاستهلاكية بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو ما يسمح لهم بالدفاع عن اهدافهم وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل

¹ سفير سماح، مرجع سابق، ص32.

² ارزقي زوبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 206

³ المادة 21، من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة، وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات لأنه لا يقتصر دورها ومهامها على تحسيس المواطنين فقط، بل هو ابعد من ذلك بكثير .

ثانيا: مراقبة الأسعار

إن جمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار ولا تمتلك السلطة التي تخول لها ذلك، ولكن لها دور كبير وقادرة على تأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.¹

ان تدخل جمعيات المستهلكين طبقا لأحكام القانون رقم 02/04 والقانون 03/09 واحكام قانون المنافسة رقم 03/03 من خلال المتابعة المستمرة للأسواق لملاحظة مدى الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك فيما يخص الاسعار، وكذا دراسة الشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين والتحقق فيها وايجاد الحلول المناسبة لها وإحالتها على الجهات القضائية إن لزم الأمر.

إلا أن القانون لم يمنح جمعيات حماية المستهلك ايه سلطة رقابية ولم يخول لها القيام بإجراءات كالتى منحت لأعوان مصالح مراقبة الاسعار وضبط أعوان الشرطة القضائية، كإبلاغ على المخالفات وتفحص المستندات التجارية والمحاسبية، وحرية الدخول على المحلات التجارية.

وما يمكن استخلاصه هو ان جمعيات حماية المستهلك ليس مهما تحديد الأسعار ولا هي تمتلك السلطة في ذلك، بل هي قادرة على التأثير في اتجاهات الاسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام يضغط على محتكري السوق²

الفرع الثاني: الدور الردعي لجمعيات حماية المستهلك

وهو ذلك الإجراء الذي تباشره في حالة وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل إذ أن الدور الوقائي في هذه الحالة لا ينفع، تلجأ هذه الجمعية لردع هذه المخالفات وتمثيلا للمستهلك لدى الهيئات القضائية المختصة لدفاع عليهم وهذا ما اجازه المشرع في المادة 28 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أولا: الدعاية المضادة أو الاشهار المضاد

يقصد بالدعاية المضادة قيام الجمعية بنشر وتوزيع الانتقادات للسلع والخدمات المعروضة في السوق باستعمال كل الوسائل الاعلام وذلك بهدف توعية المستهلك بمميزات المنتجات والخدمات

¹ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في

العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2013-2014 ص138

² مرجع نفسه، ص138.

وأخذ الحيطة والحذر من بعض عيوبها التي تظهر عند استخدامها إذ نجد ان الجمعيات تلجأ إلى مثل هذه الدعاية بعد الدعاوى التي ترفعها.¹

وإذا كان من الإشهار المضاد له دور وقائي، لأنه يعمل على كشف الحقائق السلع والخدمات فلا يمكن ان نهمل الجانب الردعي، والمتمثل في دعوى المستهلكين إلى عدم اقتناء او استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة، اي كل الاشياء القابلة للاستهلاك، وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة لا على المتدخل.

ويكون اسلوب الدعاية المضادة والذي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان، ويكون ذلك بإتباع الجمعيات طريقتين هما النقد العام والنقد المباشر.

ثانيا: الدعوى الى المقاطعة

يتمثل اسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات لشركة ما او استعمال خدمة لشركة معينة تحمل علامة مقلدة.²

فالقانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع او يجيز المقاطعة، فلا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء وإنما يعاقب على رفض البيع، والمقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد صحتهم وسلامتهم.³

غير ان قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتج او خدمة، من شأنه ترتيب مسؤوليات إذا اخطأ في استعمال هذه الآراء، لذا لا بد عليها من الحيطة اثناء اداء هذا الدور ووجوب ان تكون هادفة في هذا الإطار، الامر الذي يجعل بعض رجال القانون وضع شرطين للقيام بالمقاطعة نجد:

- أن تتخذ كوسيلة اخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك؛
- أن يؤسس امر المقاطعة.

كما قد يؤثر إجراء المقاطعة نتائج وخيمة على المتدخلين، اذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابات جمهور المستهلكين لذلك الأمر، لذا كان من الضروري التطرق لأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون

¹ حفاش رزة، مطابقة المنتجات للمقاييس وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة. بجاية. ص 69

² سفير سماح، مرجع سابق، ص 35.

³ زكريا بوعون، مرجع سابق، ص 251

حماية المستهلك وقمع الغش أو قانون المنافسة، كما كان من الأجدر إن يتم سن نص القانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة هذا من جهة، إما من جهة آخر كان من الضروري تنظيم هذا الإجراء كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء مقاطعة منتج، كذا إعلام المتدخل لاتخاذ الاحتياطات والتدابير اللازمة لتفادي والخسائر المحتملة التي قد يتعرض لها، كما يجب منحه مدة مقبولة لاتخاذ هذه التدابير والاحتياطات، هذا بالنسبة للمحترف الذي ثبتت مخالفته لقواعد المنافسة النزيهة وكذا مخالفته لقانون حماية المستهلك، وعليه فإنه لا يجوز اللجوء إلى هذا الأسلوب إلا كحل أخير.¹

ثالثا: أمتناع عن الدفع

يفترض استعمال هذا الأسلوب في حالة وجود عدة مستهلكين مدينين بمبالغ مالية ذات طبيعة واحدة قبل دائن واحد.² كما هو الحال بالنسبة للمستأجرين في علاقاتهم مع مؤجر واحد. أو المتعاقدين مع خدمات الانترنت، أو المستفيدين من سيارات بالتقسيط.... الخ، فيطلب من هؤلاء المستهلكين الامتناع عن دفع ثمن ما حصلوا عليه من سلع وخدمات.

ورغم مخالفة الامتناع عن الالتزام بالدفع وتعارضه مع أحكام العقد وما يترتب من آثار على أطرافه، لاسيما المتعلقة منها بتنفيذ الالتزامات المتبادلة بين الأطراف المتعاقدة، إلا أن اللجوء إلى هذا الخيار (الامتناع عن الدفع) من شأنه إرغام الدائن على خفض الأسعار، بما يتوافق والقدرة الشرائية لجماعة المستهلكين.

ومهما يكن من أمر، فإن اللجوء إلى هذا الخيار بطريقه مباشرة ودون سابق دراسة وفحص قد تتجر عنه عواقب وخيمة تمس المتعامل بصفة خاصة حيث تؤدي إلى أضعافه ماليا وتنافسيا سواء على المستوى الوطني أو الدولي، لما يلحق رقم أعماله من خسائر قد تصل حد الإفلاس هذا من جهة وتمس الاقتصاد الوطني بصفة عامة من حيث تآكل عدد الشركات الفاعلة في الميدان وتراجع مردودها وربما فقد قدرتها الإنتاجية على التصدير بصفة كبيرة ان لم تكن نهائية، وهو ما يفرز تراجعاً في عائدات الموارد المالية للدولة.³

الفرع الثالث: دور جمعيات في الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء

إن المساس والاعتداء على الحقوق التي يتمتع بها المستهلك أصبح بأمر الهين، بالرغم من الاجراءات المتخذة من طرف مجموع الاجهزة والجهات المعنية لضمان الحماية وسلام له، فمن الطبيعي أن يمارس المستهلك المتضرر حقة في اللجوء إلى الهيئات القضائية للمطالبة بردع المخالفين

¹ زوير ارزقي، مرجع سابق، ص 219

² محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي) دار الكتاب الحديث، مصر، 2006 ص 684

³ زكرياء بوعون، مرجع سابق، ص 253.

والتعويض عما لحقه من ضرر، وذلك تطبيقاً لحق الانتجاع الى القضاء الذي يعد من الحقوق العامة والدستورية المعترف بها لكل فرد.

كما أدرج المشرع الجزائري في نص المادة 23 من القانون 03/09 عبارة " لها الحق في رفع دعاوى"، وهي عبارة صريحة على أن لجمعيات حماية المستهلك رفع أية دعوى وبالتالي لا تقتصر على طلب التعويضات، بل يتعداه إلى تحريك الدعوى العمومية أمام القضاء الجنائي على أساس الخطأ حتى ولم يلحق بالمستهلكين أي ضرر¹.

أولاً: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

قد أكدت المادة 23 من القانون 03/09 على إمكانية رفع هذا النوع من الدعاوى بسبب ضرر لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، وعليه لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني²، وتطالب بحقها لمصالح المستهلكين، ولكي تقبل دعاواها يجب توافر شرطين:

- وقوع عمل غير مشروع كالغش والخداع؛
 - وأن ينجم عن العمل الغير مشروع ضرراً بالمصالح المشتركة للمستهلكين كالإشهار التضليلي مثلاً.
- ويمكن للجمعية أن تطالب بالتعويض بقصد إصلاح الضرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، ويكون باسم الجمعية ولحسابها كشخص معنوي، ويمكنها ان تطلب بوقف الممارسات غير المشروعة التي يقوم بها المنتجون كوقف بث إشهار مضلل،

ثانياً: انضمام جمعيات حماية المستهلك للدعاوى المرفوعة مسبقاً من طرف المستهلك

قد ترفع الدعوى من قبل المستهلك الفرد أو من قبل مجموعة من المستهلكين أمام القضاء ضد متدخل معين، وبالرجوع إلى المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والتي تنص: " يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في أول مرحلة الاستئناف اختياريًا أو وجوبياً ولا يقبل التدخل إلا ممن توفرت فيه الصفة والمصلحة"³.

وبوجود شرطي الصفة والمصلحة في جمعيات حماية المستهلك يحق لها التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى إلى تحقيقها رافع الدعوى وهو المستهلك سواء بتأكيد ادعاءاته أو بإضافة طلبات إضافية⁴.

¹ رواحة زوليخة، قلان سومية، دور الجمعيات في حماية المستهلك. مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر

بسكرة. أبريل 2017، ص 265

² المادة 3 من القانون 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

³ سفير سماح، مرجع سابق، ص 39

⁴ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 148

خلاصة الفصل:

تهدف هاته الدراسة الى تبيان اهمية ودور الاجهزة الادارية في حماية المستهلك، ومحاربة مختلف النشاطات الغير مشروعة، والتي تؤثر بشكل عام ومباشر على المستهلك، وذلك من خلال قرارات الضبط الاداري من أجل الحد من هذه النشاطات الاقتصادية والتجارية التي تتنافى مع معظم القرارات والتنظيمات التي تضعها الادارة، ويكون ذلك عن طريق السحب المؤقت والنهائي لمزاولة النشاط التجاري.

اما عن دور جمعيات حماية المستهلك، من خلال التوعية والتحسيس او من خلال الدور الهام الذي لعبته امام القضاء والدعوة الى المقاطعة، الا انها لم تحرك ساكنا في الواقع العملي، هذا لا يمكن ارجاعه للجمعية في حد ذاتها بل لعراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي من جهة اخري ولا ننسأ كذلك الدعم الردي.

الفصل الثاني

مجالات التزام المتدخل بالحفاظ

على صحة المستهلك

تمهيد:

يعتبر الالتزام بالسلامة من اهم الطرق التي يجب ان يبذل فيها المتدخل جهدا كبيرا احترام المقاييس التي من خلالها يكون المنتج الذي يقدمه للمستهلك لا يضر به، ومعنى بذل جهد هو بذل نتيجة وليس بذل عناية.

كما نصت المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش في المادة 09 منه: " يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك، مضمونة وتتوفر على الامن بالنظر الى الاستعمال المنتظر منها، وألا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه..."

وقد استوعب المشرع الجزائري حجم المشاكل التي تقع على عاتق المستهلك الضعيف اقتصاديا وبين المتدخل الذي يملك القوة الاقتصادية والكفاءة التقنية في مجال الانتاج والتوزيع، وفي هذا الصدد وضع المشرع مجموعة من المبادئ الاساسية لرقابة الجودة المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك ولعل من ابرزها توفر المنتج على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها ان تمس بصحة المستهلك والتي هي تقع على عاتق المتدخل لضمان سلامة المستهلك.

وعليه سنعرض في هذا الفصل، الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل في (المبحث الاول) والمسؤولية التي تقع على عاتق المتدخل عند الاخلال بالالتزامات في (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل

أسرع المشرع الجزائري لضمان سلامة المستهلك، بوضع قواعد صارمة لا تتسامح مع المتدخلين في عملية وضع السلع والخدمات للاستهلاك، فألقى على عاتقهم مجموعة من الالتزامات التي تكفل سلامة المنتج خلال مراحل الانتاج، حتى ولو أصبح المنتج في حوزة المستهلك، والوفاء بهذه الالتزامات جدير بإعادة التوازن بين المتدخل والمستهلك، وقد حدد هذا القانون موضوع الدراسة الالتزامات الواقعة على المتدخل.¹

المطلب الأول: الالتزام بضمان سلامة المنتج

يعتبر الالتزام بضمان السلامة من اهم الالتزامات التي رتبها المشرع الجزائري على عاتق المحترف، بحيث يلتزم إلى جانب الالتزام ضمان عدم التعرض والاستحقاق ضمان العيوب الخفية في المنتج او الخدمة المعروضة للاستهلاك.²

كما يقصد اساس الالتزام بضمان سلامة المنتج، الاساس القانوني الذي يقوم عليه هذا الالتزام اي مبرره القانوني.³

فيلتزم المتدخل بضمان سلامة منتوجاته من كل عيب يشوبها وهذا ما اكدته المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، على استفادة كل مقتن للمواد التجهيزية من الضامن بقوة القانون وقد نصت المادة 16 منه على خدمة ما بعد البيع من اجل تفعيل هذا الضمان.

الفرع الأول: انشاء الالتزام متميز عن ضمان الصلاحية

نصت المادة 186 من القانون المدني عل ضرورة انشاء الالتزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمات.

أولاً: قصور ضمان احكام الصلاحية

بموجب المادة 386 ق م التي تنص: " إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها فعلى المشتري ان يعلم البائع...⁴"، فقد كانت هذه الاحكام تطبق على جميع المنتوجات، وكان ذلك قبل صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)، وبعد تطور المجتمعات وتدفق السلع المعقدة وعالية التقنية على السوق الجزائرية، هذا ما ادى بالمشرع الى انشاء

¹ سفير سماح، مرجع سابق، ص 44

² علي بولحية بن بو خميس، مرجع سابق، ص 34

³ علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2014، ص 221

⁴ المادة 386 من الامر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1359 الموافق ل 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

أحكاماً خاصة بحماية المستهلك، من ذلك قانون السالف الذكر والمرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

ثانياً: العيب الموجب لضمان المنتجات والخدمات

نصت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات الذي على المحترف ضمانه بأنه: "كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة"¹.

كما نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات "يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له و/أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج".

وقد عرف سلامة المنتج حسب المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وهو سلامة المواد الغذائية، أما السلامة فقد عرفها بموجب المادة 3/2 من المرسوم التنفيذي المتعلق بالوقاية من الاخطار الناجمة عن استعمال اللعب، بانها: "البحث عن التوازن الامثل بين جميع العناصر المعنية والتي تستهدف التقليل من أخطار الجروح في حيز ما هو معمول به"².

كما تنقص سلامة المنتج عندما يكون هناك عيب في تكوينه أو تصنيعه، ويكون مصدر خطر على المستهلك، كالعيوب في تصميم فرامل السيارات.

وهناك شرطين اساسيين يجب توفرهما لكي يضمن المتدخل العيب في منتوجه:

– حدوث العيب خلال فترة الضمان؛

– ارتباط العيب بصناعة المنتج.

الفرع الثاني: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع

تمكن ضرورة التزام المتدخل في ضمان سلامة المنتج من كل عيب يجعله غير صالح للاستعمال أو يؤثر على صحة وسلامة المستهلك، وفي سبيل تحقيق ذلك، حدد المشرع بدقة كيفية تنفيذ هذا الالتزام.

أولاً: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان

لكي ينفذ المتدخل التزامه بضمان العيب الموجود في المنتج يتعين على المستهلك اخطار المتدخل بوجود العيب، حتى يتمكن هذا الاخير من تنفيذ التزامه حسب الطرق المحددة قانوناً.

¹ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90، المؤرخ في 25 صفر عام 1411، الموافق 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج. ر العدد40، الصادر سنة 1990

² سفير سماح، مرجع سابق، ص 47

كما يجب على المستهلك ان يقدم للمتدخل طلبه بتنفيذ الضمان، بمجرد ظهور العيب، مالم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك، فإذا كان المستهلك عالما بالعيب فانه يكون ظاهرا، أما إذا كان لا يعلمه فهذا لا يعني انه خفيا، بل قد يكون ظاهرا، إذا كان من الممكن تبينه عند فحص المنتج.

ويترتب على ذلك أن العيب لا يكون موجبا للضمان، إذا كان عدم علم المستهلك به راجعا يقنيا إما الى إهماله في فحص المبيع، وإما إلى نقص خبرته، حيث يعتبر العيب في كلا الحالتين عيبا ظاهرا، ذلك العيب الذي يمكن كشفه من خلال الفحص الأولي مثلا كتجربة سيارة.

وترتبيا على ذلك أيضا يكون العيب ظاهرا، إذا كان المستهلك قد علم به، أو كان في استطاعته ذلك عند الفحص.¹

1. إخطار المستهلك المتدخل بوجود العيب:

يعد الاخطار عملا اجرائيا ومن مقدمات دعوى الضمان اذ بمجرد ظهور عيب في المنتج على المستهلك اخطار المتدخل به، وهذا ما نصت عليه المادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

والغاية من الاخطار تفادي تفسير سكوت المستهلك بأنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيب.²

كما انه ليس هناك شكلا معينا للإخطار، فحسب المادة 18 من المرسوم التنفيذي المذكور اعلاه يمكن ان يتم الاخطار شفويا او كتابيا، وبأية وسيلة تطابق التشريع المعمول به، والجدير بالذكر انه يمكن للمحترف حسب نص المادة انفة الذكر، ان يطلب بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين او ممثلهما في المكان الذي يوجد فيه المنتج.

2. طرق تنفيذ المتدخل التزامه بالضمان:

أن هدف المشرع من تقريره حق الضمان لصالح المستهلك في مواجهة المتدخل هو الوفاء بالتزاماته في حالة ظهور عيب في المنتج خلال فترة الضمان.

وحسب المادة 3/13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فإن تنفيذ الضمان يكون على اربعة اوجه، ففي حالة ظهور عيب في المنتج يجب على المتدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج، استبداله او ارجاع ثمنه او تصليح المنتج او تعديل الخدمة على نفقته.

يتم استبدال المنتج او اصلاحه مجانا وفي اجل يطابق الاعراف المعمول بها ويتحمل المتدخل جميع المصاريف لاسيما مصاريف اليد العاملة والإمداد بالمواد.³

¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الاسكندرية، سنة 2004، ص 532

² قفاف فاطمة، نجاة مهدي، التزامات المتدخل بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، . بسكرة. ص 683

³ المادة 13 الفقرة 3 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ويجب على المتدخل ارجاع المنتج واستبداله إذا وجد ان عيبه بالغ تجعله غير قابل للاستعمال.

ثانيا: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع

تعتبر خدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملأ الفراغ التشريعي الذي كان يسود قانون 02/89 الملغى، اذ لا تتوافق حماية المشرع للمستهلك بمجرد انتهاء مدة الضمان، بل ألزمت المادة 16 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع، حيث نصت على انه: "في إطار الخدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني بالضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"¹.

وتعتمد خدمات ما بعد البيع على توفير وسائل مواتية للعناية بالمنتج، وعلى تدخل عمال تقنيين مؤهلين، وتوفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية، قصد صيانتها وتصليحها. كما تكتسي كل انواع الخدمات التي تؤدي بعد نهاية الاقنتاء، كالتسليم في مقر السكن وتركيب المنتجات².

ولعل الملاحظ هو غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتجات، واقتصارها على السيارات وبعض الأجهزة الكهربائية، كما يلاحظ جهل أغلب المستهلكين بالزامية تقديم هذه الخدمة بقوة القانون وهو ما أدى إلى استغلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الالتزام وسيلة المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته³.

المطلب الثاني: التزام المتدخل بالإعلام

يعتبر إعلام المستهلك من أهم الالتزامات التي اوردها المشرع الجزائري، في إطار تنظيمه للعلاقة بين المستهلك والمتدخل، وقد نص على ذلك عن طريق وضع مجموعة من المواد والقوانين التي تنظم هذا الالتزام ومثال ذلك قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 2009، بل أكثر من ذلك صدر قانون في هذا الصدد وهو المرسوم التنفيذي الخاص بإعلام المستهلك 378/13 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بحماية المستهلك⁴.

ونأتي أهمية الالتزام بالإعلام ضمن سياسة حماية المستهلك من كونه الحل الأمثل لمعالجة مشكلة الضعف الفني والمعرفي لدى المستهلك، الذي بات يشكل أهم مظاهر الضعف التعاقدية لدى هذا الأخير في العصر الحديث، وعامل أساسي في خاصية عدم التوازن التي تطبع عقد الاستهلاك كما سبق البيان

¹ المادة 16 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² سفير سماح، مرجع سابق، ص 52

³ شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 69، 70

⁴ زكرياء بوعون، مرجع سابق، ص 10

وهو ما جعل تكريس حق المستهلك في الإعلام مسلكا مناسباً لإضفاء قدر من التوازن في علاقة الاستهلاك.

كما ان إعلام المستهلكين عامل أساسي في شفافية السوق ومن ثم تطور المنافسة، فالإعلام الجيد من شأنه تعزيز الاختيار الجيد لدى المستهلكين وتوجيههم نحو أفضل العروض جودة وسعرا، مما يعزز المنافسة ويعمل على تطوير الاقتصاد.¹

ولأهمية البالغة التي يكتسبها جعل المشرع إعلام المستهلك مهمة يضطلع بها زيادة على المهني مختلف الهيئات والهيكل التي يمكن أن تلعب دورا في هذا المجال، على غرار جمعيات حماية المستهلك وهذا حسب ما نصت عليه المادة 21 من القانون 03/09 وهو ان هدف جمعيات حماية المستهلك: "ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"².

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالأعلام

يعتبر الالتزام بالإعلام من أكبر الآليات القانونية التي ينبغي تكريسها في شتى المجالات، وخاصة في مجال العقود، ومنها عقود البيع من اجل تحقيق حماية للمشتري.

أولا: تعريف الالتزام بالإعلام

يقع الالتزام بالإعلام على عاتق المحترف لأنه الأدرى والاعلم بمنتوجه وبخباياه، وقد كرس المشرع هذا الالتزام ضمن قوانين حماية المستهلك وقمع الغش.

وقد عرفه قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09، حيث نجد ان المشرع الجزائري الزم المتدخل بإعلام المستهلك، وهو ما نصت عليه المادة 17 منه بنصها: "يجب على كل متدخل ان يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات او بأية وسيلة اخرى مناسبة"³.

وقد تطرق المرسوم التنفيذي رقم 378/13 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك من خلال المادة 03 منه على: "إعلام حول المنتوجات كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أية وثيقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي"⁴.

¹ عياض محمد عماد الدين، عقد الاستهلاك في التشريع الجزائري، اطروحة مقدمة لتيل درجة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لبلدة 2، 2016-2015، ص 317

² المادة 21 من القانون 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ المادة 17 من نفس القانون.

⁴ المادة 03 من المرسوم التنفيذي 378/13. المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر عدد 58، الصادر

سنة 18 نوفمبر 2013

ومن خلال ما جاءت به المادتين نجد ان المشرع الجزائري قد ألزم المحترف أن يقدم للمستهلك كل المعلومات المرتبطة بالمنتج (سلعة، خدمة) الموضوعة للتداول في الاسواق بغرض الاستهلاك. كما نجد ان المشرع لم يذكر وسائل الاعلام على سبيل الحصر بل ترك الحرية في ذلك للمحترف وهذا راجع الى تشجيع المتدخل على الوفاء بالتزامه بالإعلام بالوسيلة التي يراها مناسبة وسهلة وهذا من اجل حماية المستهلك والحفاظ على سلامته.

كما توجه الفقه والقضاء الى ان الالتزام بالإعلام اسس على مبادا حسن نية وما يقتضيه من تعاون وصدق وأمانة بين المتعاقدين، فإذا كان تنفيذ العقد هو المجال التقليدي لإعمال مبادا حسن النية حسبما يظهر من المادة 107 من القانون المدني الجزائري المرافقة للمادة 1134 من قانون مدني الفرنسي فإن القضاء الفرنسي اعتمد مبادا حسن النية كذلك حين تكوين العقد، وأسس بناء على ذلك التزاما بالإعلام حول المعلومات التي يمكن أن تؤثر في تكوين العقد أو تنفيذه أو استعمال المنتج محل العقد، يقع على عاتق المتعاقد ذو المعرفة لمصلحة المتعاقد الجاهل، متى كان جهله مشروعاً.

فالالتزام بالإعلام بات اليوم مظهراً لروح التضامن التي تميز هذا القرن كرد على الفردية المفرطة التي ميزت القرن التاسع عشر.¹

ثانياً: خصائص الالتزام بالإعلام

يتميز الالتزام بالإعلام عن غيره من الالتزامات، انه يتوافر على مجموعة من الشروط التي تساعد المستهلك في الحصول على السلعة او الخدمة.

1. أن يكون واضحاً:

ومعنى ذلك هو ان يتوفر الاعلام على مجموعة من الالفاظ والعبارة المفهومة وتسهل لكل المستعملين، لذلك نص المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، على ان يكون تنفيذ الالتزام بالإعلام مكتوباً عن طريق الوسم وان تكون العبارات الواردة على المنتج مفهومة وبسيطة وخالية من المصطلحات المعقدة،

كما انه يجب ان يتوفر المنتج على اللغة العربية، بإضافة الى لغات اخرى تكون شائعة، وهذا ما جاء في نص المادة 18 من قانون 03/09.

وقد اكدت المادة 07 من المرسوم 378/13 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك حيث نصت: ".... وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة او عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى

¹ عياض محمد عماد الدين، عقد الاستهلاك في التشريع الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم

سياسية، جامعة لبلدية 2، 2016-2015، ص320

المستهلك وتسجيل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها"، وهذا ما يسمح للمستهلك الحصول على كافة المعلومات والفوائد حول هذا المنتج المراد اقتنائه دون عناء¹.

2. أن يكون ظاهرا للعيان متصفا بالعمومية (مرئية):

نصت المادة 18 السالفة الذكر انه: "... وبطريقة مرئية ومقروءة... " بمعنى يجب ان يكون الاعلام محررا بشكل ملفت لانتباه المستعمل او المستهلك له، وان يكون بلون مغاير للون المنتج وبحروف واضحة.

ويجب ان تكون البيانات لافتة لانتباه المستهلك عند اول وهلة، اذ يوئى الإعلام ثماره، إذا كان ملفت لنظر المستعمل ويجذب انتباهه على الفور، وتقتضي ان تكون البيانات . خاصة التحذيرية منها . متميزة ومنفصلة بذاتها عن البيانات الاخرى².

ثالثا: نطاق الالتزام بالإعلام

سنقوم في هذه النقطة بتناول جانبين وهي كالتالي:

1. نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص:

إذا كان حق المدين في الاعلام دليل على جهله المفترض، فإن إئقال كاهل المهني بهذا الالتزام يبرره في المقابل تفوقه المعرفي المفترض، فهو الشخص المناسب لتولي مهمة إعلام المستهلك، كونه هو الاعرف بالسلعة والخدمة التي يقدمها في السوق³.

كما انه هو الذي يحدد سعرها، ويضع شروط العقد ومضمونه، كل ذلك فضلا عن مصلحته التجارية يبرر تحميله مهمة إعلام المستهلك.

وقد استخدم مصطلح "البائع" كمدين بالالتزام بالإعلام وليس "العون" الاقتصادي، وهذا ما أكده القانون 02/04، وذلك يرجع لكون المعلومات موضوع الالتزام بالإعلام في هذا القانون تتعلق كلها بعقد البيع، (الأسعار والتعريفات، شروط البيع الممارس، حدود المسؤولية التعاقدية لعملية البيع)، ومن ثم يسأل عن الاعلام بها العون الاقتصادي البائع، تمييزا له عن غيره من الأعوان الاقتصاديين ممن لهم صلة بعرض المنتج للاستهلاك دون أن يكون طرفا في عملية البيع للمستهلكين كالمنتج والموزعين الوستاء.

واكدت المادة 17 من القانون رقم 03/09 الالتزام بالإعلام على عاتق كل متدخل في عرض المنتج للاستهلاك، وهو ما يعكس توسعا في نطاق المدين بهذا الالتزام في هذا القانون مقابل لقانون

¹ مالكي محمد، مرجع سابق، ص 41

² شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، فرع

المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 78

³ عياض محمد عماد الدين، مرجع سابق، ص 321.

02/04 حيث ركز قانون حماية المستهلك وقمع الغش على المعلومات المتعلقة بالمنتج المعروض للاستهلاك.

ويتضح من خلال القانونين ان نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الاشخاص المدنيين به يختلف بحسب مضمون الإعلام، ففيما يسأل كل متدخل في عرض المنتج عن إعلام المستهلك بخصائص ومميزات المنتج، فإن الإعلام بالإسعار والتعريفات وشروط العقد الممارس والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لا يقع الا على عاتق بائع السلع أو الخدمات بمعنى على عاتق المهني الذي يكون طرفا في العقد دون غيره من المتدخلين في عرض المنتج.

2. من حيث الزمان:

أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يكون سابقا لإبرام العقد، وهذا يهدف الى تنويه إرادة المتعاقد الاخر وتعزيز رضاه عند تكوين العقد، إذا فهو ينشأ وينفذ في المرحلة السابقة للتعاقد أما الالتزام بالإعلام التعاقدية فهو التزام ناتج أو متفرع عن عقد مبرم، ويستهدف حسن تنفيذ العقد من خلال تمكين المتعاقد الاخر من الاستفادة المثلى من العقد وتجنبيه ما قد يترتب عنه من مخاطر لذا فهو التزام يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد.

والأصل أن الالتزام بإعلام المستهلك يصنف من حيث الزمان على أنه سابق للتعاقد، كونه يستهدف تنوير رضا المستهلك والرقي بمستواه المعرفي ليكون أكثر كفاءة عند التعاقد. ومن ذلك فإن الالتزام بالإعلام يعكس المنهج الوقائي لقانون الاستهلاك، الذي يتكامل والمنهج العلاجي ضمن سياسة حماية المستهلك.

وبما أن الالتزام بالإعلام يكون قبل التعاقد فيلاحظ من خلال المادة 8 من القانون 02/04 على ان يلتزم البائع "قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك...". كما ان التزام المتدخل بالإعلام في ضوء المادة 17 من القانون 03/09 يتعلق بالمنتجات المعروضة للاستهلاك، أي قبل التعاقد بشأنها وهو ما اكدته المادة 4 من المرسوم التنفيذي 378/13 والتي تنص: "يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتج للاستهلاك...". وهذا ما اكدته المادة 53 من نفس المرسوم على انه " يجب على مقدم الخدمة قبل ابرام العقد إعلام المستهلك بالخصائص الاساسية للخدمة".¹

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام

قد ألزمت المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش بما يلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك

¹ عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 324

بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة". والمقصود من هذا ككل هو إيصال المعلومات الكافية عن المنتج للمستهلك.

أولاً: كيفية الإعلام عن طرق وسم المنتجات

عرفت المادة 03 في فقرتها الرابعة من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الوسم على أنه: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها". فالغرض من الوسم هو اعطاء معلومات لا توحى إلى تغليب ولا يكون من شأنها ان توقع المستهلك في خطأ حول ماهية المنتج المستعمل والطريقة التي يتمكن بها من استعمال المنتج، كما يلعب الوسم دوراً هاماً في ضمان الإعلام الكافي للمستهلك لأنه اول ما يقع عليه نظره.¹

فالوسم يعد الوسيلة الأساسية للإعلام المتعلق بالسلع على وجه الخصوص، وقد وسع المشرع مفهومه ليستوعب مختلف السلع على اختلاف طبيعتها وطرق عرضها، ويلاحظ أنه رغم المفهوم الواسع للوسم فإن المادة 17 من القانون 03-09 أضافت إمكانية أن يتم الإعلام عن طريق وضع العلامات رغم إنها داخلة ضمن مفهوم الوسم وفق التعريف المذكور، كما أضافت إمكانية أن يتم الاعلام بأي وسيلة أخرى مناسبة، وهي إضافة يراد منها التحسب للإعلام يشمل السلع والخدمات، كما أن هذا التوسيع يقتضيه التحسب لوسائل العرض الحديثة كالإنترنت، وهذا ما اكدته المادة 03 من المرسوم 378/13 الإعلام حول المنتجات بأنه "كل معلومات متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة أو بواسطة اي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي"².

وقد فرض المشرع الوسم على بعض المنتجات لأغراض اعلام المستهلك، واهمها نجد: وسم السلع الغذائية والمنتجات المنزلية غير الغذائية، حيث نصت المادة 06 من المرسوم رقم 367/90 بأنه عبارة عن: "البيانات أو الإرشادات أو علامات المصنع أو التجارة أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية معينة، والموضوعة على كل تعبئة أو وثيقة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوق، تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية أو متعلقة بها".

ونص المرسوم التنفيذي السالف الذكر في مادته 06 منه على البيانات الاجبارية التي يجب أن يشمل عليها وسم السلع الغذائية، فضلا عن التسمية الخاصة بالبيع وهي:

¹ شعبان حنين نوال، مرجع سابق، ص 80

² المادة 03 من المرسوم التنفيذي 378/13 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر عدد 58، الصادر

سنة 18 نوفمبر 2013

- قائمة التوابل عند الاقتضاء؛
 - الكمية الصافية والمعبّر عنها بوحدة النظام الطولي؛
 - تاريخ الصنع؛
 - اسم الشركة او العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة؛
 - طريق الاستعمال؛
 - إضافة إلى ما قد يضيفه لقانون أو تنظيم من بيانات إجبارية.¹
- ويرجع سبب المشرع في فرض الوسم وهو الحفاظ على صحة وسلامة الاشخاص، وبهدف صدق الغرضة الامانة في المعاملات.

ثانياً: الإعلام عن طريق إشهار الاسعار وشروط البيع

إذا كان هذا الالتزام معروفاً في القوانين المتعلقة بالمنافسة، والتي تضمن شفافية المعاملات التجارية، إلا أنه كان على المشرع إدراجه في قانون حماية المستهلك، وهذا نظراً لما يوفره من حماية للمصالح الخاصة بالمستهلك، وليس حماية السوق في حد ذاته.

وتحقق الإشهارات بأسعار المنتوجات التي تمكن المستهلك من المقارنة بين مختلف السلع والخدمات، من خلال الاسعار المطبقة في السوق لاختيار الثمن او السعر الذي يناسبه، فهو في هذه الحالة يحمي رضا المستهلك ويجعله يعبر عن ارادته واعيه وسليمه²، وهذا ما نصت عليه المادة 04 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال ما يلي: " يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع".

ويندرج هذا الالتزام في إطار حماية المصالح المادية للمستهلك، الذي نصت عليه المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وان تنفيذ هذا الالتزام من طرف المتدخلين، لا يكفل منافسة حرة ونزيهة فقط، بل يمتد ألي حماية المصالح المادية للمستهلك.

كما ان السعر وحده ليس هو العنصر الحاسم أو الدافع إلى التعاقد، فشرط البيع له أثر بالغ في تحديد قرار المستهلك بشراء المنتج أو تحصيل الخدمة من عدمه، ومن شروط البيع نذكر منها: كفيات الدفع، إضافة إلى التخفيضات الحسوم والمسترجعات، غير ان العناصر الأخيرة هي أقرب إلى السعر منها الى شروط البيع.³

¹ محمد بودالي، مرجع سابق، ص 77- 78

² المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم السلع الغذائية، المعدل والمتمم، ج. ر عدد 50 الصادر سنة 10 نوفمبر 1990

³ محمد بودالي، مرجع سابق، ص 87

ثالثا: الإشهار كأخطر وسيلة للإعلام

يعرف الفقه الأشهار بأنه: " كل بلاغ صادر عن محترف موجه الى العامة بهدف تشجيع طلبات الشراء".

كما عرفته المادة 3/03 من الامر رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه: " كل اعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة الى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان ووسائل الاتصال المستعملة".

ولقد اشارت المادة 02 في فقرتها 8 من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق بالرقابة على الجودة وقمع الغش الى هذه الوسائل، والمتمثلة في وسائل الاتصال كالجرائد، والمجلات، وكذا السمعية البصرية كالتلفزيون.

لا يسعى الإشهار الى حماية رضى المستهلك في حد ذاته فحسب، بل بجعله يعي ما يقتنيه بل يحمي مصالح المتدخلين تجاه المستهلكين، من خلال ترويج المنتجات وحث المستهلكين على المزيد من الاستهلاك.¹

المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة

لقد أعطى المشرع الجزائري للالتزام بالمطابقة أهمية كبيرة، فجعله بمثابة الالتزام القانوني، الذي يقع على عاتق المنتج وهذا ما جعل المنافسة بطبيعتها تقود المنتجين إلى انتاج مطابق لرغبات المستهلك اذ يقع على المحترف إجراء الرقابة للمنتج قبل ان يتم عرضه للاستهلاك، فهو التزام يخاطب المنتج وشمله بشتى اشكاله، اذ قرر للمستهلك حق الحصول على سلعة مطابقة للمواصفات والمقاييس التي تم التعاقد عليه والالتزام البائع بأن يسلم للمشتري شيئا مطابقا لرغبته التي يريد².

الفرع الأول: تعريف المطابقة

إن التشريعات لم تضع تعريفا للالتزام بضمان المطابقة للمواصفات والمقاييس، لكن عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش على انه: " استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به.

¹ فتيز أمينة، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون 03/09، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، سنة 2012-2013، ص 32

² خفاش رزة، بورجاح حميدة، مطابقة المنتوجات للمقاييس وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة. بجاية. سنة 2017-2018 ص 10

كما نصت المادة 03 من القانون رقم 02/89 الملغى بموجب القانون 03/09 على انه: "يجب أن تتوفر في المنتج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمة وتميزه.

ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك، لاسيما فيما يتعلق بطبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته....¹ واذ يستنتج من هذين المادتين انه هناك مفهومين لمصطلح المطابقة.

أولاً: المعنى الواسع للمطابقة

قد اكدت المادة 11 من القانون 03/09 التعلق بحماية المستهلك على انه: "يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث كبيعة وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيب ونسبة المقومات اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.²

كما يجب أن يستجيب المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعة والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه.³

بمعنى ان المطابقة لا يمكن حصرها فقط في موافقة المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية وإنما الصواب هو مطابقة المنتجات للطلب المشروعة للمستهلك.

ثانياً: المعنى الضيق للمطابقة

بالرجوع الى المادة 05 من قانون 02/89 الملغى بالقانون رقم 03/09 نجد انه: "يجب على كل منتج او وسيط او موزع وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك أن يقوم بنفسه أو عن طرق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتج أو الخدمة للقواعد الخاصة به والمميزة له."

والمقصود من هذه المادة ان مفهوم المطابقة ينصرف بمعناه الضيق إلى موافقة المنتجات للمقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية.

¹ المادة 3 من القانون 02/89 الملغى بموجب القانون 03/09.

² القانون 03/09، مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

³ القانون 03/09، مرجع سابق.

والجدير بالذكر ان المطابقة في القانون المدني قاصرة على تحقيق الحماية الكافية للمستهلك، كونها تكفل حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك، بينما المطابقة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش نجدها تهتم بحماية صحة وأمن المستهلك¹.

الفرع الثاني: مضمون الالتزام بمطابقة المنتجات

نظرا للتطور الصناعي والتكنولوجي أصبح اعتماد الناس على المنتجات والخدمات أمرا أساسيا فعلى الرغم من أن هذه الأخيرة قد يسرت على المستهلكين حياتهم وحققت لهم الكثير من أسباب الرفاهية والمتعة، إلا أنها في نفس الوقت قد زادت من فرص المخاطر التي تهدد صحة وأمن المستهلك. ولهذا فرض المشرع الجزائري في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، توفر المقاييس والمواصفات في كل منتج يعرض للاستهلاك والاستعمال، كون أن المقاييس والمواصفات تهدف إلى ضمان نوعية وجودة ثابتة للمستهلك².

أولا: مطابقة المنتجات للمواصفات القانونية

يجب ان تتوفر المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك، وهذا ما نصت عليه المادة 10 الفقرة 01 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص: مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته " كما نصت المادة 11 من نفس المرسوم المذكورة انفا.

كما تعتبر المواصفات القانونية عن الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتج سواء كانت سلعة او خدمة قصد تحقيق غرضا معينا، يقع على المحترف واجب احترامها منذ تولي مهمة الإنتاج إلى غاية الاستهلاك، حيث لا يمكن أن نتصور تقديم شهادة المطابقة لمنتج ما في الحين هو لا يستجيب لشروط والتنظيمات والقوانين إنتاجه وهذا ما يترتب إقرار جزاءات تبعا للأضرار التي يلحقها بالمستهلك.

كما يعتبر الالتزام بالمطابقة الصورة الحقيقية والسلمية لاحترام القواعد المتعلقة باحترام المواصفات القانونية³.

¹ الباقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر،

2001-2002، ص 91، 92

² علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 26، 27

³ ارزقي زوير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011،

ثانيا: المطابقة للمواصفات القياسية

تعرف المقاييس على انها الوثائق التي تحدد الخصائص التقنية المطلوبة لمنتج ما، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتجات والخدمات، فالمقاييس تحدد خصائص معينة لحماية صحة وأمن المستهلك، لذلك تعتبر السلامة مظهر من مظاهر المطابقة.

والمواصفة القياسية هي الخصائص القانونية التقنية او اي وثيقة آخر وضعت في متناول الجميع تم إعدادها بتعاون الأطراف المعنية وبتفاهق منها وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم والتكنولوجيا والخبرة وتهدف إلى توفير المصلحة العليا للأمة في مجملها ويكون مصادق عليها من طرف هيئة معترف بها لحمايتها من أي تقليد او قرصنة.¹

وبالرجوع إلى المادة 03 من القانون 04/04 الذي يتعلق بالتقييس نجدها تنص على ما يلي:
يهدف التقييس على الخصوص، إلى ما يلي:

- تحسين جودة السلع والخدمات، ونقل التكنولوجيا؛
- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التمييز؛
- إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية؛
- تجنب التدخل والازدواجية في أعمال التقييس؛
- التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات واجراءات التقييم ذات الأثر المطابق؛
- اقتصاد المواد وحماية البيئة؛
- تحقيق الأهداف المشروعة.

ومن ثمة فإن دور التقييس يهدف الى البحث في المطابقة المنتوج، ومن طريق غير مباشر يهدف الى البحث في مسألة السلامة، وذلك بالنظر إلى أن التقييس يهدف بوجه خاص الى تحقيق الاهداف المشروعة².

كما ان المطابقة تمر بمراحل وهذا حسب القانون السالف الذكر:

1. إعداد اللوائح الفنية والمواصفات:

تتشكل اللوائح الفنية والمواصفات الوثائق المرجعية التي يتمن خلالها إجراء المطابقة.

واللائحة الفنية هي وثيقة واجبة الاحترام تتخذ عن طريق التنظيم، وتنتشر في الجريدة الرسمية للجمهور بعد المصادقة عليها، تعدها القطاعات المعنية بكل منتج، تتضمن خصائص المنتج

¹ علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص 28

² طراي امال، التزام المنتج بمطابقة المنتجات في ظل القانون رقم 03/09، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود مسؤولية، كلية الحقوق

والعلوم سياسية، جامعة أكلي محمد اولحاج. البويرة. ص22

أو العمليات وطرق الانتاج المرتبطة به بما في ذلك النظام المطبق عليها، اما المواصفات فهي وثيقة غير إلزامية توافق عليها هيئة تقييس معترف بها، تقدم من اجل الاستخدام العام المتكرر القواعد والاشارات أو الخصائص المتضمنة لشروط في مجال التغليف والسمات المميزة او الصفات لمنتوج أو عملية أو طريقة انتاج معينة، يتولى إعدادها المواصفات الجزائرية المعهد الجزائري للتقييس.

كما ركزة المادة 03 بند 18 من القانون 09-03 على اللوائح الفنية دون المواصفات.

2. تقييم المطابقة:

وهو كل الاجراءات المستخدمة بشكل مباشر او غيره لتحديد مدى احترام الشروط ذات الصلة باللوائح الفنية او المواصفات، من ذلك إجراءات أخذ العينات وإجراء التجارب والتفتيش واجراءات التقييم والتحقق، وضمان المطابقة، واجراءات التسجيل والاعتماد، والمصادقة والمزج بينهما.¹

3. الإشهاد على المطابقة:

وهو العملية التي يتعرف من خلالها بأن منتجاً ما يطابق المواصفات او اللوائح الفنية المعتمدة، وذلك إما بتسليم شهادة المطابقة او وضع علامة المطابقة على المنتج. وهذا ما اكدته المادة 22 من القانون 04-04 وهو ان تكون المنتجات التي تمس بأمن وصحة المستهلك او الحيوانات او النباتات والبيئة موضوع إشهاد إجباري للمطابقة.

ولما كان التقييس نشاط ذو منفعة عامة، وتتكفل الدولة بعملية ترقيته وتطويره كان من الضروري ان تقوم بإنشاء هيئة تسمى: بالمعهد الجزائري للتقييس والذي اعطية له مجموعة من الصلاحيات وكلف بمجموعة من المهام والتمثلة في:

- السهر على إعداد المواصفات الوطنية، بالتنسيق مع مختلف القطاعات؛
- إنجاز الدراسات والبحوث، وإجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس؛
- تحديد الاحتياجات الوطنية في مجال التقييس؛
- ضمان توزيع المعلومات في مجال التقييس؛
- ضمان تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجهوية للتقييس.²

¹ انظر المادة 2 البند 5 من قانون رقم 04/04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، المعلق بالتقييس، ج. ر عدد 41 الصادر سنة 27 جوان 2004

² حميدة دريادي، دور القيادة الإدارية في تحقيق إدارة الجودة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2009-2010 ص 96,97

ثالثاً: أنواع المواصفات

قسّم المشرع المواصفات الى صنفين:

1. المواصفات الجزائرية:

نقصد بها المواصفات التي تعدها الدولة عن طريق المعهد الجزائري للتقييس حيث تقوم الهيئة الوطنية للتقييس كل ستة أشهر بإصدار برنامج عملها تبني فيه المواصفات التي هي بصدد إعدادها، وكذا المواصفات التي تم المصادقة عليها في فترة سابقة وهذا حسب نص المادة 10 من المرسوم التنفيذي 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره¹.

أ) المواصفات المصادق عليها:

تعتبر هاته المواصفات إلزامية من حيث تطبيقها، فهي مواصفات مصادق عليها من عند الهيئة المكلفة بالتقييس بعد ذلك يتم تقديمها إلى لجنة توجيه أشغال التقييس برئاسة الوزير المكلف بالتقييس لتبليغه إلى اللجان التقنية الوطنية التي تنشأ بموجب مقرر من الوزير وبناء على اقتراح من المدير العام للمعهد الجزائري للتقييس، وهنا تكلف اللجان التقنية بوضع هذه المواصفات موضع التنفيذ فهي تقوم بإعداد مشاريع المواصفات وتبليغها ومشاركة في اشغال التقييس، بعد ذلك يشير الى القرار المصادق عليه المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية. وبالرغم من إلزامية تطبيق المقاييس او المواصفات الجزائرية المصادق عليها، الا ان المشرع قد اورد استثناءات على هذا المبدأ نذكر منها:

– حالة ثبوت التعرض لصعوبات حقيقة في تطبيق المواصفات؛

– المنتجات المصنوعة قبل تاريخ دخول المواصفات حيز التنفيذ².

ب) المواصفات المسجلة:

فهي غير ملزمة وتكون اختيارية التطبيق ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيها على الخصوص رقم التسجيل وتاريخ وبيان المقياس وتسميته.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 05/465 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005، يتعلق بتنظيم وسير عمل التقييس، ج ر عدد 80 صادر سنة 11 ديسمبر 2005

² طراني امال، التزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 03/09، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق

والعلوم السياسية، جامعة أكلي محمد اولحاج، البويرة، سنة 2013، ص 26

2. مواصفات المؤسسة:

تهدف هذه المواصفات الى تنظيم العمليات المتعلقة بالنشاط المصنع بمختلف انواعها من تدبير للمواد الاولية وتصنيع وانتاج وتسويق، وتتفرد هذه المواصفات بكل المواضيع التي ليست محل مواصفات جزائرية.

كما يجب ان تسهر على مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية الجارية، وبدون وجود تناقض بينها، ولكل شخص يهيمه الامر ان يطلع عليها كما انها يمكن ان تكون مواصفات المؤسسة محل مواصفات مصادق عليها اي تعتمد كأنها مقاييس جزائرية، وهذا بعد الموافقة عليها بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناء على اقتراح هيئة التقييس¹.

3. الإشهاد على المطابقة للمقاييس الجزائرية:

عبارة عن رمز المؤسسة تضعه يشهد على مطابقة المنتجات للمواصفات الجزائرية وفق للشروط التي يحددها الجهاز المكلف بالتقييس، لها علامتين: ت. ج.

وتتم المصادقة على العلامة المطابقة للمواصفات الجزائرية بموجب رخصة استعمال لوضع العلامة، ومنح شهادة المطابقة بعد تقديم الصانع او المنتج للطلب.²

المبحث الثاني: المسؤولية التي تقع على عاتق المتدخل عند الإخلال بالالتزامات

لقد وضع المشرع الجزائري مجموعة من الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل بأن يعرض للاستهلاك منتجات تضمن الحفاظ على سلامة المستهلك، لكن انفلات بعض المنتجات من الرقابة نتيجة تهاون أعوان الرقابة في أداء مهامهم، هذا ما يؤدي الى زيادة عدد المنتجات المغشوشة والتي تهدد سلامة المستهلك.

لذا عمد المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلى إيجاد آليات اخرى، تضمن تنفيذ المتدخلين لالتزاماتهم من خلال ردعهم وتمثل هذه في المسؤولية التي تقع على عاتقهم من خلال الإخلال بالالتزامات.

المطلب الأول: مسؤولية المتدخل جزائيا

تقوم المتابعة الجزائرية للمتدخل، في حين ارتكابه للخطأ سواء كان هذا الخطأ المرتكب بصفة مباشرة او غير مباشر، لأنه في هذه الحالة يكون قد خالف أحد الالتزامات المفروضة عليه قانونا، وذلك عند المساس بمصالح المجتمع.

¹ سفير سماح، مرجع سابق، ص 65

² سفير سماح، مرجع سابق، ص 65

كما تتمثل المتابعة الجزائية للمتدخل في الخطاء الموجب للمسؤولية والذي بموجب تحققه يتم تحريك الدعوى العمومية، ومنه تظهر أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية.¹

الفرع الأول: الخطاء الذي يلزم المسؤولية الجزائية للمتدخل

أكد المشرع الجزائري ان مسؤولية المتدخل الجزائية عن ضمان سلامة المستهلك قائمة على اساس الخطاء، في هذه الحالة تقوم المسؤولية بمجرد الاخلال المتدخل بهذه الالتزامات، التي اوردها المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

والملاحظ من ذلك ان قيام المسؤولية الجزائية للمتدخل تكون بمجرد توفر ركن الخطاء، وهذا دليل على إخلاله بالواجبات التي تقع على عاتقه من اجل ضمان والمحافظة على سلامة المستهلك.

الفرع الثاني: تحريك الدعوى العمومية

يتمتع المجتمع ككل بسلطة المتابعة وتوقيع الجزاء كلما أحدث المتدخل بخطئه ضرر أدى بالمساس بصحة وسلامة المستهلكين، إذ يعود اختصاص تحريك الدعوى العمومية للنيابة العامة إذ بمجرد تبليغ وكيل الجمهورية بالمخالفة يقوم بتحريكها ويكون ذلك بتلقي دعوى من المستهلك من المخالفة أو بواسطة محضر أو تقرير موجه إليه.

أولاً: اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى العمومية

فالنيابة العامة تباشر هذه الدعوى باسم المجتمع فهي تمثل أمام كل جهة قضائية.² حيث نصت المادة 59 في فقرتها 3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على انه: "إذ ثبت عدم مطابقة منتج يعلن عن حجه ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك".³

أذ يقرر وكيل الجمهورية بعد لاطلاع على المخالفة، ما سيتخذه بشأن هذا المخالفة ويقوم بتبليغ الجهات القضائية المتخصصة بالتحقيق والمحاكمة وفي حالة تعرض المستهلك بضرر جراء الجريمة المرتكبة من طرف المتدخل.

ثانياً: شكوى المستهلك المصحوبة بدعاء مدني

إذا تضرر المستهلك من الجريمة التي قام بها المتدخل، في هذه الحالة يحق للمستهلك ان يدعي امام قاضي التحقيق، وهذا من اجل المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي وقع عليه من جراء إخلال المتدخل بالالتزام بضمان السلامة.

¹ خفاش رزة، بورجاح حميدة، مطابقة المنتوجات للمقاييس وحماية المستهلك، مذكرة نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون عام للأعمال، جامعة عبد الرحمان ميرة. بجاية ص 79

² خفاش رزة، بورجاح حميدة، مرجع سابق، ص 80

³ المادة 59 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

وفي هذه الحالة يقوم قاضي التحقيق بعرض الشكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية الذي يبدي رأيه بشأنها، وإذا لم يكن قاضي التحقيق مختصا، أصدر بعد سماع طلبات النيابة أمرا بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية التي يراها مختصة وهذا حسب ما جاء في المادة 77 من قانون الإجراءات الجزائية.

الفرع الثالث: أهمية الخبرة في اثبات المسؤولية الجزائية للمتدخل

لقد أولى قانون حماية المستهلك وقمع الغش أهمية كبيرة وبالغة بالخبير ويظهر ذلك من الاحكام والقوانين التي خصصها لتحديد سيرة الخبرة في مجال حماية المستهلك.

أولا: الاستعانة بخبير في حوادث الاستهلاك

تكتسي الخبرة أهمية بالغة في الإثبات الجزائي بصفة عامة، وتظهر هذه الأهمية في مجال حوادث الاستهلاك التي باتت تتسم بالتعقيد خاصة مع تطور المنتجات واتساع أضرارها، لدى أولى لها القانون حماية المستهلك وقمع الغش العناية اللازمة.

كما ان اجراء خبرة تعتبر من الاصلاحيات التي جاء بها قانون 03/09، لأنها كانت مهمة ولم يتطرق اليها قانون 02/89 (الملغي)، وهذا رغم الأهمية البالغة التي تكتسيها هذه الخاصية التي تنشئ من حوادث الاستهلاك وتكون ذات معطيات علمية وتقنية، ومثال ذلك معرفة نسبة المواد الملوثة المسموح بها قانونا، لان مهمة الخبير عبارة عن تقرير مبني على قواعد علمية أو فنية للوصول إلى نتيجة معينة.¹

ثانيا: سير الخبرة:

نص المشرع الجزائري في المرسوم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في مادته 32 على انه: "تسلم في حالات الخبرة التي تأمر بها الجهة القضائية المختصة، العينة التي بقيت احتياطا لدى المصلحة التي سجلت العينات المنقطة وكذلك العينة التي بقيت لدى الحائز، للخبراء الذين يجب عليهم أن يستعملوا المناهج الوطنية مع إمكانية استعمال مناهج اخرى".²

ويعذر المخالف مسبقا من طرف الجهة القضائية المختصة ليقدم خلال ثمانية أيام العينة الثالثة التي بحوزته كما هو مبين في المادة 48 من القانون 03/09.³

¹ شعباني حنين نوال، مرجع سابق ص 132

² المادة 32 من المرسوم التنفيذي 39/90، مؤرخ في 3 رجب عام 1410، الموافق يناير سنة 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر عدد 05 الصادر سنة 1990

³ المادة 48 من قانون 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وفي حالة احتمال الغش أو التزوير الناتج عن التحاليل أو اختبارات أو تجارب المخابر المؤهلة يشعر القاضي المختص المخالف المفترض، انه يمكنه الاطلاع على كشف أو تقرير الخبير، وتهمله مهلة ثمانية ايام لتقديم الملاحظات، وعند الاقتضاء يطلب اجراء الخبرة. ولا يمكن المخالف المفترض ان يطالب بالخبرة بعد انقضاء هذه المهلة.¹

والملاحظ من الناحية العلمية ان رغم جوازية الخبرة، ان معظم القضاة يحرصون على ضرورة القيام بها لأنها أكثر ما ساهمت في تكوين قناعة القاضي في الوصول الى نتيجة.

المطلب الثاني: مسؤولية المتدخل عند المساس بمصلحة المستهلك

لقد وضع المشرع الجزائري مجموعة من العقوبات التي تقع على عاتق المتدخل وذلك من خلال اخلاله بالالتزامات المفروضة عليه، وهذا بموجب القوانين التي تسعى لحماية المستهلك، من اجل ردع المتدخل للامتثال لها.

وأنها تعتبر من النظام العام بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفتها حماية لصحة وامن المستهلك، وذلك حرصنا منه على جودة المنتوجات وتحقيقها الرغبات المشروعة للمستهلك.

الفرع الأول: الجزاءات الاصلية المقررة للجنح الضارة بالمستهلك في القوانين الخاصة

أولى المشرع اهمية لمعاقبة المتدخل عند مخالفة التزامات المفروضة عليه، وذلك بوضع مجموع الجزاءات الاصلية المقرر عند مخالفته لهذه الالتزامات وهي:

أولاً: جنحة عدم رقابة المطابقة المنتوجات

لقد عاقب المشرع الجزائري بالمادة 74 من القانون 03/09 كل متدخل الذي يخالف احكام المادة 12 من نفس القانون وذلك بغرامة مالية من 50 ألف دج إلى 500 ألف دج والتي تلزم المتدخل بإجراء رقابة مطابقة المنتوجات قبل عرضها على المستهلك.

ثانياً: جنحة مخالفة الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج

جاءت المادة 13 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، تبين ان الالتزام بضمان المنتوجات المقنتية من النظام العام، حيث لا يجوز الاتفاق على مخالفة احكامها، كما عاقب المشرع الجزائري حسب المادة 75 من نفس القانون المتدخل الذي يخالف احكام المادة 13 سالفه الذكر بغرامة مالية من 100 ألف إلى 500 ألف دج.²

¹ المادة 45 من القانون، 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² زير جمال الدين، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر . بسكرة . 2015-2016، ص69

ثالثا: جنحة عدم الإعلام المستهلك

يكتسي الالتزام بالإعلام أهمية بالغة نظرا لجعل رضا المستهلك سليم ومبصر، وفي حالة عدم تنفيذ الالتزام يعاقب المشرع طبقا للمادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المتدخل، بغرامة من مائة 100 الف دينار الى 1000 مليون دينار، وكما نصت المادة 31 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على عقاب التدخل عن مخالفته لعدم الاعلام بالأسعار والتعريفات بغرامة 5 الاف دينار الى 100 الف دينار جزائري، وعاقبت المادة 32 من نفس القانون على عدم الاعلام بشروط البيع بغرامة من 10.000 عشرة الاف دينار الى 100.000 مائة الف دينار¹.

الفرع الثاني: العقوبات الاصلية لجرائم الغش والخداع

تتمثل العقوبات المقررة للشخص المعنوي في جزاءات أصلية حيث خصصنا هذا الفرع الى تناول نوعين من العقوبات والمتمثلة في عقوبة جنحة الخداع او محاولة خداع (اولا)، وتطرق بعدها الى عقوبة جنحة الغش في النواد الموجهة للاستهلاك (ثانيا).

أولا: عقوبة جنحة الخداع او محاولة خداع المستهلك

لقد أحال المشرع في المادة 68 من قانون 03/09 الى المادة 429 من قانون العقوبات بالنسبة للعقوبات الاصلية المقررة لجريمة خداع او محاولة خداع المستهلك، وحسبها يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات وبغرامة مالية تقدر من 20.000 دج الى غاية 100000 دج².

ام بالنسبة لقانون 03/09 في مادته 68 أضافت عبارة بأية وسيلة او طريقة كانت حول كل ما يتعلق:

- كمية المنتجات المسلمة؛
- تسليم المنتجات غير تلك المعنية مسبقا؛
- قابلية استعمال المنتج؛
- تاريخ أو مدد صلاحية المنتج؛
- النتائج المنتظرة من المنتج؛
- طريق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج³.

وقد شدد المشرع الجزائري العقوبة في المادة 69 من نفس القانون على رفع العقوبة الى 5 سنوات وغرامة قدرها 500.000 دج عند ارتكاب جريمة الخداع، او محاولته بواسطة ما حددته المادة السابقة.

¹ سفير سماح، مرجع سابق، ص 74

² المادة 429 من الامر رقم 155/66، المؤرخ في 8 يوليو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري. ج ر، عدد 48، الصادرة بتاريخ 1966. المعدل والمتمم

³ انظر المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

لكن ما يلاحظ ان المشرع الجزائري في هذه المادة لم يحيلها للمادة 430 من قانون العقوبات من رغم تطابق العقوبة والجريمة.¹

ثانيا: عقوبة جنحة الغش في المواد الموجهة للاستهلاك

نص المشرع الجزائري على هذه الجريمة في قانون العقوبات خاصة في المادة 431 منه كما احال المشرع الجزائري المادة 70 من قانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بانه: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من:

- يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني،
- يعرض او يضع للبيع او يبيع منتوجا يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البشري أو الحيواني،
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع، مع علمه بوجهتها، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني.

وحسبها يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمسة سنوات وبغرامة من عشرين ألف دينار 20.000 دج إلى مائة ألف 100.000 دج، وكذلك كل من يضع للبيع المواد السابقة ذكرها وهو يعلم أنها غير صالحة، كذلك كل من يعرض للبيع أو يبيع مواد تستعمل لغش هذه المواد، او يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو غير ذلك.²

المطلب الثالث: المسؤولية المدنية المقررة على المتدخل

من الثابت قانونا، أن الدعوى هي الطريق الذي يسلكه المستهلك عند لجوئه للقضاء، من أجل إقرار الحماية اللازمة له.

وفيما لم يعرف المشرع الدعوى، فانه يمكن تعريفها بانها: "سلطة قانونية تمكن صاحبها من اللجوء الى القضاء لمطالبة بحماية حقه".

كما يمكن تعريفها: "المطالبة بالحق عن طريق القضاء"

وبالرجوع الى قواعد قانون الاجراءات المدنية والإدارية رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 فانه يتم رفع الدعوى القضائية بواسطة عريضة افتتاحية تتضمن كافة الشروط الشكلية قانونا، كما يتعين على صاحب العريضة ان يتمتع بالصفة والمصلحة والاهلية، فضلا عن احترام مواعيد التبليغ والطرق المحددة في ذلك قانونا، لان أي اخلال بالإجراءات الشكلية لرفع الدعوى القضائية سيؤدي لا محالة الى عدم قبولها، دون الخوض أساسا في الموضوع مما قد يفوت الفرصة على المتقاضين.

¹ زير جمال الدين، مرجع سابق، ص 64

² المادة 431 من الامر 155/66 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري. المعدل والمتمم

فإجراءات رفع الدعوى من طرف المستهلك، هي نفسها المتبعة في الحالات العادية لرفع الدعوى.¹

الفرع الأول: خصائص مسؤولية المتدخل

تنص المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري على: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتج حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية".²

ويفهم من خلال نص المادة 140 مكرر من القانون المدني، إنها اعطت الحق للمستهلك في المطالبة بالتعويض دون تحميله عبء اثبات خطأ المنتج، بل الأكثر من ذلك انه يجوز له طلب التعويض ولو لم تربطه علاقة مباشرة بالمنتج، إذ يكفي ان يكون الضرر ناتجا عن عيب في منتج.

لهذا فطبيعة مسؤولية المنتج هي مسؤولية موضوعية، وليست مسؤولية مفترضة او قائمة على الخطأ، اذ تتحقق بقوة القانون بمجرد حدوث الضرر من منتج معيب.

وحسب البعض، فإن طبيعة هذا النوع من المسؤولية تظهر من خلال خصائص ثلاث:

- مسؤولية قانونية؛
- مسؤولية موضوعية؛
- مسؤولية تتعلق بالنظام العام.³

أولاً: مسؤولية المتدخل مسؤولية قانونية

يختلف المضرور من المنتجات بحسب علاقته مع المنتج او المتدخل بوجه عام، فمن تربطه علاقة تعاقدية مع المتدخل، وتضرر بسبب تعيب سلعته، يكون أقدر على الاستفادة من المزايا التي تخولها له الدعوى المسؤولية التعاقدية، لأنها تفترض مسؤولية المنتج المدين بضمان العيب الخفي.⁴

فمن اهم خصائص هذه المسؤولية، انها تطبق على جميع المضرورين من العيب الذي لحق بالمنتج، بغض النظر عن علاقاتهم بالمتدخل، مما يعني ان هذا النوع من المسؤولية هو مسؤولية قانونية خاصة، لا هي مسؤولية تقصيرية ولا هي مسؤولية عقدية.

اذ يقع على المتدخل التزاما قانونيا عاما، ينشا عن الاخلال به مسؤولية ذات طبيعة خاصة تختلف عن التقسيم التقليدي الثنائي للمسؤولية المدنية، وهو من حسن السياسة التشريعية، حيث لا جدوى من وراء

¹ زكرياء بوعون، المرجع السابق، ص 288

² انظر المادة 140 مكرر من الامر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1359 الموافق ل 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

³ زكرياء بوعون، المرجع السابق، ص 209

⁴ حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، مصر، 2000، ص 178

اختلاف وضع المضرور بحسب طبيعة علاقته بالمنتج، خاصة إذا علمنا ان الخطر الذي ينشأ عن المنتج المعيب هو خطر عام يهدد أي شخص يستعمل هذا المنتج سواء كان متعاقدا او من الغير¹.

ثانيا: مسؤولية المتدخل مسؤولية موضوعية

من خلال استقراء نص المادة 140 مكرر من القانون المدني، حيث ان ثبوت عيب السلع يؤدي الى قيام مسؤولية المتدخل دونما الحاجة الى إلزام المضرور اثبات الخطأ الشخصي للمتدخل. وبالتالي فان المسؤولية تحدد بناء على معيار موضوعي وليس على معيار شخصي، رغم انتقاد بعض الفقهاء قيام مسؤولية المتدخل على اساس عيب المنتج، بحجة انها ستحد من حالات مسؤولية، نظرا لان المنتج قد يكون غير معيب، ولكنه خطر وتكون تلك الخطورة هي سبب الضرر.

ثالثا: مسؤولية المتدخل تتعلق بالنظام العام

لا يمكن للمتدخل التنصل من مسؤولية القانونية اتجاه المستهلك، حتى ولو تم النص على ذلك بموجب عقد بينهما، ذلك ان اقرار هذه المسؤولية مرتبط بالنظام العام، ولا يجوز الاتفاق على عكس ذلك فاذا وقع الاتفاق على استبعاد مسؤولية المتدخل او التخفيف منها يعد الاتفاق باطلا بطلانا مطلقا. ويبقى رغم ذلك للمستهلك المضرور الخيار في إقامة دعواه على اساس المسؤولية التقصيرية أو العقدية طالما تحققت شروطها²

الفرع الثاني: الآثار القانونية للمسؤولية المدنية للمتدخل

إن قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لم يتضمن نصا صريحا يجيز للمستهلك رفع دعوى امام القضاء من اجل ضمان الحماية المكفولة له قانونا، وهذا خلافا للقانون رقم 02/89 الملغى الذي كان ينص على ذلك في مادة 12 منه: "...ويكون للمتابع الحق في إتباع الطرق القانونية ضد كل المتدخلين أو بعضهم، كل حسب مسؤوليته الخاصة وفي حدود فعله...".

أولا: مفهوم دعوى التعويض

دعوى المسؤولية هي كغيرها من الدعاوى اوجب المشرع شروطا لرفعها أمام القضاء وهي الشروط التي حددتها المادة 13 من القانون 09/08 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والادارية الجزائري وهي الصفة والمصلحة إضافة إلى الشروط المتعلقة بالأجال والاختصاص³، وفي المقابل فهي دعوى لها شروطها تميزها عن غيرها من الدعاوى والتي لا يمكن إلا من خلالها للمستهلك أن يرفع دعواه.

¹ عبد القادر أقصاضي، الالتزام بضمان السلامة في العقود، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2010، ص 207

² عبد الحميد الذيسطي عبد الحميد حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر والقانون، الطبعة الاولى مصر 2010، ص 486.

³ مالكي محمد، مرجع سابق، ص 246

قد نصت المادة 124 من القانون المدني على التعويض بأنه: " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير، يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض ".
وهذا ما بينته المادة 140 مكرر في فقرتها الاولى التي تنص على: " يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية".
نستخلص من المادتين ان التعويض هو عبارة عن جبر ما لحق المستهلك من ضرر سواء كان ماديا أو معنويا.

ثانيا: أنواع التعويض (عناصره)

قد يكون التعويض عينيا او بمقابل وهذا حسب ما جاء في المادة 132 من القانون المدني انه: " يعين القاضي طريقة التعويض تبعا للظروف، ويصح أن يكون التعويض مقسطا كما يصح أن يكون إيرادا مرتبا، ويجوز في هاتين الحالتين إلزام المدين بأن يقدم تأميناً".¹
ويقدر التعويض بالنقد، على انه يجوز للقاضي تبعا للظروف وبناء على طلب المضرور، أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه، وأن يحكم وذلك على سبيل التعويض، بأداء بعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع". انواع التعويض الممكنة نظرا لتمييزه هذه المسؤولية.

1. التعويض العيني:

يقصد بالتعويض العيني إعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل وقوع الفعل الضار، وهو ما يسمى ايضا بالتنفيذ العيني. غير انه لا يمكن اللجوء إلى التعويض العيني في مجال جبر الضرر الحاصل للمستهلك، هذا لان الامر لا يتعلق بعدم تنفيذ المدين لالتزامه، بل يتعلق بأن الضرر قد لحق المضرور نتيجة عيب في المنتج.²

وقد نص المشرع على هذا التعويض في المادة 164 من القانون المدني حيث نصت: " يجبر المدين بعد إعداره طبقا للمادتين 180 و181 على تنفيذ التزامه تنفيذا عينيا، متى كان ذلك ممكنا".
يفهم من هذه المادة أن التعويض العيني يعتبر أولى الإجراءات الواجبة التطبيق إذا توفرت الشروط اللازمة قانونا، أما إذا استحال توفيرها فللقاضي اللجوء إلى خيار التعويض بمقابل.

2. التعويض بمقابل:

إذا استحال إعمال التعويض العيني، فإنه يطبق التعويض بمقابل وقد يكون التعويض بمقابل تعويضا نقديا او تعويضا غير نقدي.³

¹ المادة 132 من الامر رقم 58/75، المؤرخ في 20 رمضان عام 1359، الموافق ل 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

² شعبان نوال، مرجع سابق، ص 166

³ شعبان نوال، نفس المرجع، ص 166

أ) **التعويض النقدي:** وهذا ما أكدته المادة 132 من قانون المدني بقولها: "...، ويصح أن يكون التعويض مقسطاً، إذ يصح أن يكون إيراداً، ويجوز في هذه الحالتين إلزام المدين بأن يقدم تأميناً، ويقدر التعويض بالنقد...".

ب) **التعويض الغير نقدي:** ومن امثلة ذلك ان يحكم القاضي بضرورة نشر تصحيح أو اعتذار أو مضمون الحكم المنطوق به في جريدة ما، وعلى نفقة المسؤول عن الحاق الضرر بالمستهلك، كتعويض غير نقدي لهذا المستهلك بغية جبر ضرره والتخفيف من الامه.

فالتعويض العيني هو الاصل في المسؤولية العقدية، حيث يلزم المنتج بتقديم السلعة المتفق عليها مطابقة للمواصفات القانونية للسلامة.

ومهما كان نوع التعويض فانه بوجه عام يبقى الأداة الفاعلة ضمن أدوات المنظومة الحمائية للمستهلك.

خلاصة الفصل

يمكن للمتدخل في عملية وضع المنتوجات الغذائية للاستهلاك شخصا طبيعيا كان او معنويا أن يصل المستهلك بمنتوج سليم، آمن وصحي، يضمن له عدم الإضرار بصحته وسلامة مصالح المستهلك المادية والمعنوية من خلال احترام الالتزامات التي فرضها عليه المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09، وكذا القوانين الأخرى منها قانون المدني والقانون العقوبات... الخ وهذا بالسهر على تطبيقها وقيامها عبر كافة مراحل عملية الوضع للاستهلاك.

الخاتمة

الخاتمة:

تعتبر مشكلة حماية المستهلك من أهم المواضيع، التي لا بد من الاهتمام بها عمليا ونظريا فنجد أن مختلف التشريعات تبدي اهتماما كبيرا بهذه المشكلة، وهذا بوضعها جملة من النصوص التنظيمية والقانونية تحمي من خلالها المستهلك، وتعاقب من يخالفها في عملية إنتاج، عرض وبيع السلع والخدمات، والمشرع الجزائري كان هو أيضا من بين المهتمين بموضوع حماية المستهلك، وهذا راجع لإدراكه لمدى ضرورة وخطورة هذا الموضوع، خاصة في ظل الاقتصاد الحر، ومن ثم فتح مجال المنافسة التجارية، وما تحمله هذه الأخيرة من تأثير ايجابي وسلب في نفس الوقت على المجتمع بصفة عامة وجمهور المستهلكين بصفة خاصة. فنجد أنه قد أصدر القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 والذي جاءت فيه آليات عديدة من أجل حماية المستهلك، والحفاظ على أمنه وسلامته

إلا أننا من جهة أخرى وجدنا الهيئات الادارية بما تملكه من موارد بشرية ومادية، لا زالت بعيدة عن توفير حماية حقيقية للمستهلك، حيث اتسمت عملية مراقبة السلع والخدمات من مرحلة الإنتاج، الى عملية التوزيع وعرض المنتج للاستهلاك، وافتقاد عنصر الصرامة في تطبيق النصوص القانونية على المخالفين، وهذا راجع لنقص الهياكل البشرية والمادية والوسائل الحديثة لعمليات المراقبة خاصة مع تطور أساليب الغش التجاري.

وانطلاقا مما سبق، وبعد استعراضنا إلى أهم الجوانب الخاصة بآليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، يمكن أن نقف على جملة من النتائج والتي يوجد في طياتها إجابة عن اشكالية الدراسة، والتي يمكن إجمالها كالتالي:

1. بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم من الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس، أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء الى القضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة.
2. يعتبر دور جمعيات حماية المستهلك كطرف أساسي في توفير الحماية، حيث لا يكفي دور الدولة وحده لمواجهة مظاهر الاخلال بحماية المستهلك.
3. جهل المستهلك بالثقافة الاستهلاكية يدفعه للوقوع ف مخاطر وأضرار هو في غنى عنها، ومن هنا ظهرت أهمية أن يكون للإعلام بوسائله المختلف توجهات في التوعية وإرشاد المستهلك في التعرف على السلع المغشوشة.

ولتجنب هذه النتائج نقترح جملة من التوصيات والاقتراحات:

1. اعطاء جمعيات حماية المستهلك وسائل وآليات قانونية جديدة، تمكنها من التأسيس كطرف مدني ينوب عن المستهلكين أمام الجهات القضائية.

2. مضاعفة آليات مراقبة الأسواق وحركية السلع فيها، ومراقبة مدى خضوع هذه البضاعة ومدى مطابقتها للنصوص القانونية والتنظيمية من حيث الجودة والنوعية وتاريخ الانتاج ومدة الصلاحية.
3. تطوير الحملات والبرامج التوعوية والخطط الإعلامية لرفع وعي المستهلك وتنقيفه بحقوقه.
4. اعتماد التوعية في النظام التعليمي والتربوي في المدارس والمعاهد والكلليات.
5. تعزيز التكامل الإعلامي بين الأجهزة الحكومية المعنية بتوعية وحماية المستهلك وبين وسائل الإعلام.
6. الرفع من العقوبات بكل انواعها وعدم التساهل في تطبيقها مهما كانت نوعية المخالفة او الضرر الناتج عنها.

وأخيرا يمكن القول إن حماية المستهلك تتطلب تضافر وتناسق ما بين جميع الأطراف ذات العلاقة المباشرة والمتمثلة في الدولة (كمشرع ومراقب)، المستهلك (كصاحب حق) المنتج (كصاحب مصلحة) إلى جانب هذه الأطراف لا ننسى جمعيات حماية المستهلك ومختلف الأجهزة الإدارية، التي لها دور حيوي في قضية حماية المستهلك، وبالتالي لا بد لنا من الاقتداء بالدول المتقدمة والنظر إلى ما وصلت إليه في إطار حماية صحة وسلامة المستهلك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

I. الأوامر والقوانين

- 1- الأمر رقم: 155/66 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 الموافق 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، المعدل والمتمم.
- 2- الأمر رقم: 58/75 المؤرخ في 20 رمضان عام 1359 الموافق 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.
- 3- القانون رقم: 02/89 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج. ر عدد 06، الصادر سنة 08 فيفري 1989.
- 4- الأمر رقم: 06/95 المؤرخ في 25 جانفي 1999 المتعلق بالمنافسة، ملغى، ج. ر، عدد 09 الصادر سنة 22 فبراير 1995.
- 5- قانون رقم: 04/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس، ج. ر عدد 41 الصادر سنة 27 جوان 2004.
- 6- القانون رقم: 03/09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير لسنة 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر عدد 15 الصادر سنة 8 مارس 2009.
- 7- القانون رقم: 10/11 المؤرخ في 22 يونيو 2011، يتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية رقم 37، الصادر سنة 03 جويلية 2011.
- 8- القانون رقم: 06/12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير لسنة 2012، المتعلق بالجمعيات، ج. ر عدد 02 الصادر سنة 15 جانفي 2012.

II. المراسيم

- 1- المرسوم التنفيذي رقم: 147/89 المؤرخ في 08 اوت 1989، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، ج. ر عدد 03 الصادرة سنة 09 أوت 1989.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم: 39/90 المؤرخ في 03 رجب عام 1410، الموافق 30 يناير سنة 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر عدد 33 الصادر سنة جانفي 1990.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم: 266/90 المؤرخ في 25 صفر في عام 1411، الموافق 15 سبتمبر 1990، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج. ر العدد 40، الصادر 10 جانفي 1990.

- 4- المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج. ر عدد 50 الصادر سنة 10 نوفمبر 1990.
- 5- المرسوم التنفيذي رقم: 355/96 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارة وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج. ر عدد 62 الصادر سنة 19 أكتوبر 1996.
- 6- المرسوم التنفيذي رقم: 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم، ج. ر عدد 85 الصادر سنة 22 ديسمبر 2002.
- 7- المرسوم التنفيذي رقم: 318/03 المؤرخ في 30 ديسمبر 2003، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 06 محرم 1410 الموافق 8 غشت 1989، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وعمله، ج. ر عدد 59 الصادر سنة 30 ديسمبر 2003.
- 8- المرسوم التنفيذي رقم: 67/05 المؤرخ في 30 يناير 2005، المتضمن إنشاء اللجنة الوطنية للمدونة الغذائية وتحديد مهامها وتنظيمها، ج. ر عدد 10 الصادر سنة 2005
- 9- المرسوم التنفيذي رقم: 465/05 المؤرخ 06 ديسمبر 2005، يتعلق بتنظيم وسير عمل التقييس، ج. ر عدد 80 الصادر سنة 11 ديسمبر 2005.
- 10- المرسوم التنفيذي رقم: 203/12 المؤرخ في 06 ماي 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج. ر عدد 28 الصادر سنة 06 ماي 2012.
- 11- المرسوم التنفيذي رقم: 355/12 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012 ، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين وإختصاصاتها، ج. ر عدد 56 الصادر سنة 11 أكتوبر 2012.
- 12- المرسوم التنفيذي رقم: 378/13 المؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر عدد 58 الصادر 09 نوفمبر 2013.
- 13- المرسوم التنفيذي رقم: 18/14 المؤرخ في 21 يناير 2014، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم: 454/05، ج. ر عدد 04 الصادر 21 جانفي 2014.

III. الكتب

- 1- حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، مصر، 2000
- 2- عبد القادر أقصاصي، الالتزام بضمان السلامة في العقود، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى مصر 2010

- 3- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والقواعد المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000.
- 4- علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الاسكندري
- 5- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الاسكندرية، سنة 2004
- 6- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي) دار الكتاب الحديث، مصر، 2006.

المقالات:

- 1- رواحنة زوليخة، قلان سومية، دور الجمعيات في حماية المستهلك. مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة. أبريل 2017.
- 2- شوقي يعيش تمام، حنان اوشن، تعدد الاجهزة الادارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد خيضر-بسكرة-، أبريل 2017.
- 3- عياض محمد عماد الدين، عقد الاستهلاك في التشريع الجزائري، اطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم سياسية، جامعة لبليدة 2، 2016. 2015
- 4- عيشة بوزيدي، مداخلة تحت عنوان "دور الإدارة المحلية في حماية المستهلك" الملتقى الوطني حول حماية المستهلك، المركز الجامعي المدينة.
- 5- قفاف فاطمة، نجاه مهدي، التزامات المتدخل بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، . بسكر. 2017.

مذكرات والرسائل

- 1- ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011.

- 2- حميدة دريادي، دور القيادة الإدارية في تحقيق إدارة الجودة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، تخصص إدارة الموارد البشرية، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة دالي ابراهيم، الجزائر، 2010/2009.
- 3- خفاش رزة، مطابقة المنتوجات للمقاييس وحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة . بجاية .
- 4- زكريا بوعون، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الطور الثالث "ل، م، د" تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2017-201
- 5- زير جمال الدين، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر . بسكرة . 2016.2015
- 6- سفير سماح، آليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، (تخصص قانون اجتماعي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة د الطاهر مولاي . سعيدة . 2017-2016).
- 7- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والادارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة، 2014-2013.
- 8- طرافي امال، التزام المنتج بمطابقة المنتجات في ظل القانون رقم 03-09، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود مسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند اولحاج البويرة .
- 9- فنتيز أمينة، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون 03/09، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، سنة 2013/2012.

- 10- مالكي محمد، آليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث، " ل، م، د" في القانون، (تخصص قانون منافسة والاستهلاك، كلية حقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2017-2018).
- 11- معروف عبد القادر، الأليات القانونية لحماية صحة المستهلك (دراسة مقارنة). مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، (تخصص: قانون مدني أساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016-2017).
- 12- الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001/2002.

الفهرس

الإهداء

الشكر

قائمة المحتويات

قائمة المختصرات.....

المقدمة أ.

الفصل الأول: الآليات القانونية التي كرسها المشرع لحماية المستهلك

المبحث الأول: الهيئات الادارية ودورها في حماية المستهلك..... 2

المطلب الأول: وزارة التجارة..... 2

الفرع الأول: المديريات المركزية التابعة لوزارة التجارة..... 3

أولا: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها..... 3

ثانيا: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش 4

الفرع الثاني: هيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة..... 5

أولا: المجلس الوطني لحماية المستهلكين CNPC 5

ثانيا: شبكة الانذار السريع ولجنة المدونة الغذائية..... 6

ثالثا: شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية (RAAQ) 7

الفرع الثالث: دور البلدية والولاية في حماية المستهلك 9

أولا: البلدية..... 9

ثانيا: الولاية..... 11

المطلب الثاني: مجلس المنافسة..... 12

الفرع الأول: الوظيفة الاستشارية..... 12

الفرع الثاني: الوظيفة الردعية..... 13

المطلب الثالث: دور ادارة الجمارك..... 13

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك..... 13

14	الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك.....
15	المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك.....
15	المطلب الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك.....
15	الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلك.....
16	أولاً: القانون 03/09.....
16	ثانياً: القانون 06/12.....
16	الفرع الثاني: شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك.....
18	المطلب الثاني: مهام جمعيات حماية المستهلك.....
18	الفرع الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.....
19	أولاً: تحسيس وإعلام المستهلك.....
20	ثانياً: مراقبة الاسعار.....
20	الفرع الثاني: الدور الردعي لجمعيات حماية المستهلك.....
20	أولاً: الدعاية المضادة او الاشهار المضاد.....
21	ثانياً: الدعوى الى المقاطعة.....
22	ثالثاً: امتناع عن الدفع:.....
22	الفرع الثالث: دور جمعيات في الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء.....
23	أولاً: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك:.....
23	ثانياً: انضمام جمعيات حماية المستهلك للدعوى المرفوعة مسبقاً من طرف المستهلك:.....
24	خلاصة الفصل.....

الفصل الثاني: مجالات التزام المتدخل بالحفاظ على صحة المستهلك

27	المبحث الأول: الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل.....
27	المطلب الأول: الالتزام بضمان سلامة المنتج.....

27	الفرع الأول: انشاء الالتزام متميز عن ضمان الصلاحية.....
27	أولاً: قصور ضمان أحكام الصلاحية.....
28	ثانياً: العيب الموجب لضمان المنتوجات والخدمات.....
28	الفرع الثاني: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع.....
29	أولاً: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان.....
30	ثانياً: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع.....
30	المطلب الثاني: التزام المتدخل بالإعلام.....
31	الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام.....
31	أولاً: تعريف الالتزام بالإعلام.....
32	ثانياً: خصائص الالتزام بالإعلام.....
34	الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام.....
35	أولاً: كيفية الإعلام عن طرق وسم المنتوجات.....
36	ثانياً: الإعلام عن طريق إشهار الاسعار وشروط البيع.....
37	ثالثاً: الاشهار كأخطر وسيلة للإعلام.....
37	المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة.....
37	الفرع الأول تعريف المطابقة.....
38	أولاً: المعنى الواسع للمطابقة.....
38	ثانياً: المعنى الضيق للمطابقة.....
39	الفرع الثاني: مضمون الالتزام بمطابقة المنتجات.....
39	أولاً: مطابقة المنتجات للمواصفات القانونية.....
40	ثانياً: المطابقة للمواصفات القياسية.....
42	ثالثاً: انواع المواصفات.....

43	المبحث الثاني: المسؤولية التي تقع على عاتق المتدخل عند الاخلال بالالتزامات.....
43	المطلب الاول: مسؤولية المتدخل جزائيا
44	الفرع الأول: الخطاء الذي يلزم المسؤولية الجزائية للمتدخل
44	الفرع الثاني: تحريك الدعوى العمومية
44	أولا: اختصاص النيابة العامة بتحرك الدعوى العمومية
44	ثانيا: شكوى المستهلك المصحوبة بدعاء مدني.....
45	الفرع الثالث: اهمية الخبرة في اثبات المسؤولية الجزائية للمتدخل
45	أولا: الاستعانة بخبير في حوادث الاستهلاك
45	ثانيا: سير الخبرة:
46	المطلب الثاني: مسؤولية المتدخل عند المساس بمصلحة المستهلك
46	الفرع الاول: الجزاءات الأصلية المقررة للجنح الضارة بالمستهلك في القوانين الخاصة.....
46	أولا: جنحة عدم رقابة المطابقة المنتوجات
46	ثانيا: جنحة مخالفة الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج
47	ثالثا: جنحة عدم الإعلام المستهلك.....
47	الفرع الثاني: العقوبات الأصلية لجرائم الغش والخداع
47	أولا: عقوبة جنحة الخداع أو محاولة خداع المستهلك.....
48	ثانيا: عقوبة جنحة الغش في المواد الموجهة للاستهلاك
48	المطلب الثالث: المسؤولية المدنية المقررة على المتدخل
49	الفرع الأول: خصائص مسؤولية المتدخل
49	أولا: مسؤولية المتدخل مسؤولية قانونية
50	ثانيا: مسؤولية المتدخل مسؤولية موضوعية
50	ثالثا: مسؤولية المتدخل تتعلق بالنظام العام

50 الفرع الثاني: الأثار القانونية للمسؤولية المدنية للمتدخل
50 أولاً: مفهوم دعوى التعويض
51 ثانياً: أنواع التعويض (عناصره)
53 خلاصة الفصل
54 الخاتمة
58 قائمة المراجع

ملخص

واكبت الجزائر كغيرها من دول العالم الحركية التشريعية في مجال حماية المستهلك، نظرا لتطور أنماط وحجم الاستهلاك وبالتالي ازدياد المخاطر التي تهدد المستهلك فصدر أول قانون خاص بحماية المستهلك رقم 02/89 والذي تم إلغائه بالقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هذا الاخير ألقى بالتزامات جديدة على المتدخل ووضع آليات ادارية وغير إدارية لتوفير أكبر حماية ممكنة للمستهلك من أجل إحداث توازن بينة وبين المتدخل.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، المتدخل، الحماية، استهلاك، المجلس الوطني لحماية المستهلكين.

Résumé :

Synchronisation d'Algérie comme les autres pays de la région du consommateur protection législative moteur dû à l'évolution des modes de consommation et donc une augmentation des risques pour le consommateur, la première loi de protection des consommateurs numéro 89/02, qui a annulé le 09/03 loi sur la protection des consommateurs et de la fraude qui Prenez ce dernier sur les nouveaux engagements d'expulser et de mécanismes administratifs et autres

Mots-clés : consommation, intervenant, protection, consommation, Conseil National pour la protection des consommateurs.

Summary:

Synchronization of Algeria as the other countries in the region of the consumer protection legislative engine due to the evolution of consumption patterns and thus an increase in the risk for the consumer, the first law of consumer protection number 89/02, which annulled the law 09/03 on the protection of consumers and the fraud that take on new commitments to expel and administrative and other mechanisms

Keywords: consumption, speaker, protection, consumption, National Council for the protection of consumers.