

جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية -
كلية الحقوق والعلوم السياسية

الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون
فرع قانون الأعمال
- تخصص القانون العام للأعمال -

من إعداد الطالبان:

- وطاح فريدة
- زيدات وهيبة

تحت إشراف الأستاذة:
بن عبد الله صبرينة

لجنة المناقشة:

أ/الأستاذة: مخلوف باهية أستاذة مساعدة قسم "أ"، جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - رئيسا
/ الأستاذة: بن عبد الله صبرينة أستاذة مساعدة قسم "ب"، جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - مشرفا ومقررا
/الأستاذة: أرزقي نبيلة أستاذة مساعدة قسم "أ"، جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية - ممتحنا

السنة الجامعية: 2015/2014

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«... يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات

والله بما تعملون خبير»

الآية 11 من سورة المجادلة

إهداء

بإدنا اشكر الله تعالى واحمده على توفيقه لنا في انجاز هذا العمل.

انه ليعجز اللسان عن التعبير ولكن سأحاول فمهما حاولت لن أفي حق هؤلاء

إلى من قال الله فيهما: "ووصينا الإنسان بوالديه إحساناً"

إلى رمز النبل والأخلاق... منبع الجود والكرم... إلى الذي رافقني بإرشاداته وتوجيهاته

النيرة طوال مشوار الدراسي...

" أبي العزيز "

إلى التي أهدتني الوصل دون الختام... إلى من ربنتني وليدا وسقنتني من حينها شهد

المنام

التي أروضتني حنانا وحباً... إلى فيض العطف والمودة إلى التي سمرت من أجل راحتي...

" أمي الحنونة "

إلى رمز المحبة والوفاء " أخي "

إلى جدتي العزيزتين صافية وونيسة أطال الله في عمرهما

إلى كل العائلة الكريمة خاصة أخوالي

إلى كل أصدقاء الدرب وزملاء الدراسة دون استثناء

أهدي لهم ثمرة جهدي

فريدة

إهداء

نشكر من وفقنا وأنار دربنا وقدرنا على إتمام هذا العمل المتواضع "ربنا"

إلى روحه الطاهرة فليتغمدها الله برحمته الواسعة... "أبي"

إلى من كانت سبب في نجاحي أطال الله من عمرها... "أمي"

إلى من تقاسمت معهم أجمل الأوقات... "إخوتي و أخواتي"

إلى من ساندني وكان دائما إلى جانبي... "جدتي"

إلى صديقاتي اللواتي كن بجانبني في أصعب الأوقات سيسا واجو

إلى كل من يدافع عن كلمة الحق والعدالة والقانون

إليهم جميعا اهدي ثمرة جهدي

كلمة شكر

اعترافا بالفضل والجميل، نتوجه بخالص الشكر
وجزيل التقدير و الامتنان إلى أستاذتي الكريمة:

بن عبد الله صبرينة

التي تعهدت هذا العمل بالإشراف والتصويب

جزاها الله خيرا عنا وعن كل من يستفيد

من هذا العمل.

قائمة المختصرات

أولاً/ باللغة العربية

- ب.ب.ن: بدون بلد النشر
- ب.ت.ن: بدون تاريخ النشر.
- ق.م.ج: القانون المدني الجزائري.
- ج.ر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
- ص: الصفحة.
- ص.ص: من صفحة إلى صفحة.
- ق.م.ج: القانون المدني الجزائري.

ثانياً/باللغة الفرنسية

- N° : Numéro.
- OP .Cit: Opère citato, cité précédemment.
- P : Page .
- R A S .J.E.P : **Revue Algérienne des Sciences Juridiques Economiques et Politiques.**

حقائق

يقوم النشاط الاقتصادي في شقه التجاري على ركائز أساسية قوامها احترام التبادل الحرّ لمختلف السلع والخدمات، بشرط أساسي هو احترام قواعد التنافس الحرّ النزيه والشفاف والمشروع بين مختلف الأعوان الاقتصاديين المتواجدين في الميدان، إلا أنّ تجسيد ذلك مرهون بالحفاظ على حقوق الطرف الضعيف في المعادلة الاقتصادية المتمثل في "المستهلك". في هذا الإطار نصت مختلف التشريعات المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك على جملة من الالتزامات مضمونها ممارسة النشاط التجاري في ضوء احترام حقوق المستهلك⁽¹⁾، وعليه فالتطور الاقتصادي الجديد حول المجتمعات الحديثة إلى مجتمعات استهلاكية، تتوقف فيها حياة المستهلك على مجموع النشاط الاقتصادي من إنتاج، استيراد، تخزين وتوزيع بشكل متواصل⁽²⁾.

ويعد المستهلك حجر الزاوية في التسويق الحديث ويتوقف نجاح المؤسسات على مدى إشباعها لحاجات ورغبات المستهلكين، ولهذا لا بد على المؤسسة دراسة ظاهرة اتخاذ قرار شراء المنتج المقترح، ومحاولة معرفة الأسباب التي أدت إلى أن مستهلكا آخر يعدل عن الشراء. وترتكز المؤسسات على دراسة سلوك المستهلك في اتخاذ قرارات تسويقية هامة مثل: تحديد مواقع العلامات، تقسيم الأسواق، إعداد الاستراتيجيات الإعلامية... وغيرها⁽³⁾. وللبحث في قضية حماية المستهلك تقتضي تحديد مفهوم المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في علاقاته بالمنتج والموزع.

وبناء على تعريفات الفقه للمستهلك المتجاذلة والدائرة بين المفهومين الضيق والواسع يعرف المستهلك على أنه هو كل شخص يقوم بإبرام تصرف قانوني يتعلق بتزويده بالسلع والخدمات ليستهلكها أو يستخدمها نهائيا لأجل إشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ولعل فكرة

¹ - إرزيل الكاهنة، «الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك»، المجلة النقدية القانونية والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02، 2011، ص 123.

² - صبايحي ربيعة، «حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري»، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص 92.

³ - عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك: عوامل تأثير البيئة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 14.

المستهلك في الوقت الحاضر هي مهد مشكلات القانون المعاصر التي أصبح الخلاف حولها يتسع وما من شك في أنّ حماية المستهلك ورعايته أصبحت تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدولة المعاصرة بمختلف أجهزتها، والتي يقع على عاتقها مسؤولية ضمان المستوى المناسب. وهذا إلى صدور قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁽¹⁾، إذ أولى هذا القانون حماية كبيرة للمستهلك فجاء متضمنا لثلاثون مادة تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة وقد لعب هذا القانون دورا هاما في بلورة فكرة حماية المستهلك في المجتمع إذ أنّه الركيزة الأساسية في بلادنا للقول بوجود حماية خاصة للمستهلك وذلك يعود لسبب جد مهم ألا وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه (النظام الاشتراكي) والتحول إلى نظام اقتصاد السوق (النظام الليبرالي) الذي قد يمسّ بمصلحة المستهلك، إذ مع مرور الوقت ونظرا لتزايد حجم المنتجات وتنوع الخدمات التي تزيد من فرص المخاطر التي تهدّد المستهلك أصبحت الضرورة أكثر لتدخل المشرّع وذلك بسنّ قوانين خاصة.

والبحث عن إشكالية حماية المستهلك في إطار المنافسة الحرة يستوجب علينا إتباع دراسة تحليلية لمختلف النصوص القانونية، ودراسة مدى الضمانات التي يتم توافرها والتي تهدف إلى حماية المستهلك هو سبب اختيارنا لهذا الموضوع، الذي سنحاول معالجته من خلال طرحنا للإشكالية التالية:

هل يمكن فعلا التصريح بوجود توازن حقيقي بين نشاط الأعوان الاقتصاديين لنشاط التجاري وحقوق المستهلك من الناحية القانونية؟

لغرض الإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا إتباع خطة نتطرق من خلالها إلى دراسة هذا الموضوع بتقسيم هذا البحث إلى فصلين: فنتطرق أولا إلى دراسة إمكانية تحقيق توازن بين المنافسة الحرة وحماية المستهلك، أما ثانيا سنتناول صعوبات التوفيق بين مبدأ المنافسة الحرة وقواعد حماية المستهلك.

¹ - قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07/02/1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06، صادر في 08/02/1989.

الفصل الأول:

إمكانية تحقيق توازن بين المنافسة
الحرّة وحماية المستهلك

الفصل الأول

إمكانية تحقيق توازن بين المنافسة الحرة وحماية المستهلك

إن رغبة المشرع الجزائري في توفير الحماية لأضعف طرفي العلاقة التعاقدية وهو المستهلك في مواجهة الأقوى وهو المهني، بعد أن ثبت وجود اختلال في التوازن العقدي بينهما وبعد أن ثبت أيضا أن التوازن المنشود لن يتحقق إلا بسن قواعد أمره⁽¹⁾، فقد وضع المشرع الجزائري في قانون رقم 04-02 والمتعلق بالممارسات التجارية مجموعة من الضمانات التي تكفل حماية خاصة وفعالة لمصلحة المستهلك الاقتصادية، وتتمثل في وضع مجموعة من القواعد التي تضمن شفافية الممارسات التجارية وذلك بتقرير مبدأ الإعلام وإلقاء التزامه على عاتق المهني تجاه المستهلك، والذي ينصب على ما يتعلق بكل جوانب عملية بيع السلعة أو الخدمة بداية من الأسعار وانتهاء بشروط البيع، وكما تدخل المشرع الجزائري بفرض المزيد من الالتزامات على العون الاقتصادي وهذا بتقييد نشاطه التنافسي من خلال الممارسات التجارية النزيهة، مع منع المتعامل الاقتصادي من فرض جملة من الشروط التعسفية تجاه المستهلك ولتحقيق الأهداف تم وضع العون الاقتصادي تحت رقابة مع إمكانية توقيع الجزاء المناسب إذا تبين أن المخالفة هي جريمة⁽²⁾.

¹ - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث الجزائر، 2006، ص 279.

² - تعولت كريم، «حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من الممارسات التجارية في القانون المقارن»، أيام دراسية حول التعديلات المستحدثة في المنظومة القانونية الوطنية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، أيام 15-16-17/نوفمبر/2005، ص 17.

المبحث الأول

العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك وطرق الموازنة بينهما

إنّ تطور قواعد السوق ما بين القرن 19م و20م جعلت المستهلك يتصف بما يلي:

- المستهلك "ملكاً" يتحكم في النظام الاقتصادي: إذ أنّ التنافس بين مختلف السلع والخدمات لاسيما من حيث الجودة والتنوعية والأسعار المحددة لها، تجعل من المستهلك يختار ما يناسبه.

- المستهلك "ضحية": بسبب المنافسة الشديدة بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين الذين يمتازون بالاحترافية بالنظر إلى الوضعية المالية المريحة والمعلومات التي لديهم تجعل من المستهلك يخضع مباشرة لقانون وإرادة هؤلاء المتعاملين⁽¹⁾.

من هنا يمكن تحديد العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك من حيث التطرق إلى طبيعتها (المطلب الأول)، وطرق الموازنة بينهما (المطلب الثاني).

المطلب الأول

العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

إنّ الاستهلاك هي آخر مرحلة من الدورة الاقتصادية بعد عملية الإنتاج والتوزيع والتي تجمع بين المتعامل الاقتصادي أو المحترف وبين الشخص المستهلك، وبهدف الحفاظ وتجسيد العلاقة تدخلت مختلف التشريعات ومن بينها التشريع الجزائري لتنظيمها وتأطيرها ويظهر ذلك في نصوص قانونية مختلفة من أبرزها قانون المنافسة وقانون الاستهلاك وقانون الممارسات التجارية.

¹ - قموح عبد المجيد، محاضرات في قانون الاستهلاك، فرع قانون الأعمال، جامعة التكوين المتواصل، البلدية ص 02.

- **قانون المنافسة:** فالمادة الأولى من الأمر رقم 03-03 تنص صراحة على: «يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط ممارسة المنافسة في السوق وتفاذي كل ممارسات مقيدة للمنافسة ومراقبة التجميعات الاقتصادية قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين»⁽¹⁾.
- **قانون الاستهلاك:** يتجلى ذلك في المادة الأولى والثانية التي تنصان على أن الهدف من إصداره هو تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش من جهة وعلى كل السلع التي تعرض في السوق والمتدخل في جميع عمليات عرض تلك السلع في السوق⁽²⁾.
- **قانون الممارسات التجارية:** تنص المادة الأولى من القانون رقم 02-04 على أن الهدف من إصدار القانون هو تحديد القواعد والمبادئ المتعلقة بالشفافية والنزاهة للممارسات التجارية والتي تقوم بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم وبين هؤلاء المتعاملين والمستهلكين إضافة إلى حماية المستهلك وإعلامه⁽³⁾.

من خلال هذه النصوص يمكن استنتاج ما يلي:

- أ- تتفق كل هذه النصوص أنه لا يمكن الفصل بين النشاط التجاري والمنافسة وحماية المستهلك، ويظهر ذلك من خلال العبارات المستعملة خاصة بالنسبة لشخص المتعامل الاقتصادي.

¹ - أمر رقم 03-03، مؤرخ في 2003/07/19، متعلق بالمنافسة، ج.ر عدد 43، صادر في 2003/07/20، معدل ومتمم، بموجب كل من: قانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر عدد 36، صادر في 2 جويلية 2008، وقانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010.

² - قانون رقم 09-03، مؤرخ في 2009/02/25، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 15، صادر في 08/03/2009، الملغى لقانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06، صادر 1989.

³ - قانون رقم 04-02، مؤرخ في 2004/06/23، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41، صادر في 27/06/2004، معدل ومتمم بموجب قانون رقم 10-06، مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010.

بالنسبة لقانون المستهلك فالمصطلح هو "المتدخل" بمعنى كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك⁽¹⁾.

بالنسبة لقانون الممارسات التجارية المصطلح هو العون الاقتصادي وهو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في إطار المهني العادي⁽²⁾.

أما فيما يخص قانون المنافسة فالعبارة هي "المؤسسة" بمعنى كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات⁽³⁾.

ب- تأكد كل هذه النصوص أنه في جميع الحالات التي يقوم بها العون الاقتصادي بأداء نشاطه في التنافس أو التجارة عليه أن يراعي وضعية المستهلك، والذي عرف على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا أو خدمات سواء بالمقابل أو بالمجان ومع التأكيد في قانون الاستهلاك على أنها يجب أن توجه للاستعمال الشخصي ولتلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به⁽⁴⁾.

ج- مختلف تلك النصوص أكدت بصفة غير مباشرة على وجود إذن علاقة بين ممارسة المنافسة والتجارة وحماية المستهلك، وهذا من خلال الهدف من إصدار تلك النصوص. إلا أن تحديد طبيعة العلاقة ومضمونها لم يتم النص عليها صراحة وهو الأمر الذي يجب التدقيق فيه بهدف استنتاجه.

في حقيقة الأمر يمكن تحديد وإظهار طبيعة العلاقة القائمة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك من خلال ما يلي⁽⁵⁾:

¹ - المادة 03 من قانون رقم 03-09، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² - المادة 03 من قانون رقم 02-04، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

³ - المادة 03/أ من أمر رقم 03-03، متعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

⁴ - المادة 02/03 من قانون رقم 03-09، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

⁵ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 127.

الفرع الأول: أسباب وجود النصوص القانونية المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك

فمختلف الدراسات التي اهتمت بتطوير وحماية المستهلك تؤكد على وجود فجوة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، فالأولون هم في مركز أسمى بالمقارنة بالمستهلكين. ويظهر ذلك من خلال العقود التي تبرم بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك والتي توصف بأنها من عقود الإذعان التي تتضمن شروط مسبقة يملئها المتعامل الاقتصادي مسبقاً وما على المستهلك إلا قبولها أو رفضها. في هذا الإطار، كان من الضروري تدخل التشريعات لوضع حدّ للممارسات التعسفية التي يمكن أن يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك⁽¹⁾.

وقد كان هذا الاهتمام بإصدار النصوص القانونية الهادفة إلى تنظيم المنافسة من جهة وحماية حقوق المستهلك من جهة ثانية، من قبل المشرع الأمريكي من خلال التأثر بتصريح الرئيس كينيدي سنة 1962 التي تضمن اعتبار المستهلكين هم المجموعة الاقتصادية الأكثر أهمية والتي لا تهتم المجموعة الوطنية بالإصغاء إلى مطالبها ومن ثمة وضع تشريع يضمن لهم الممارسة الكاملة الحق في حمايتهم والحق في إعلامهم وتقديم مطالبهم والإصغاء إليها وكذا اختيار العديد من المنتجات⁽²⁾.

في الجزائر كان الاهتمام بإصدار النصوص المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك ومن ثم إذن تأطير النشاطين بموجب أول قانون لتنظيم المستهلك وهو القانون رقم 89-02⁽³⁾ والذي تم إلغائه بموجب القانون رقم 09-03⁽⁴⁾ والذي تم التأكيد في مشروع إعداده على ضرورة قيام المتعامل الاقتصادي (المتدخل) بضمان مطابقة جميع المنتجات والخدمات المعروضة في السوق.

¹ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 127.

² - Calais Auloy, Frank Steinmetz, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1996, P 3.

³ - قانون رقم 89-02، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، مرجع سابق.

⁴ - قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

إضافة إلى قانون المنافسة الصادر في 1995 و 2003 والذي تم التأكيد أيضا على ضرورة تقيد قواعد المنافسة بواجب احترام حقوق المستهلك مثلا من خلال منح الشروط التي تحكم العلاقات بين المنتجين والموزعين والتي من شأنها إلحاق الضرر بالمستهلكين⁽¹⁾.

الفرع الثاني: تطور التجارة والأسواق

إنّ المبادئ التي تتادي بفتح الحدود ورفع الحواجز أمام تدفق مختلف السلع والخدمات أدى إلى ظهور وازدياد المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين، فأدى ذلك إلى توسع ورواج السوق وتنوع السلع والخدمات التي تعرض فيها سواء كانت صناعية أو زراعية، وسواء كانت محلية أو أجنبية، هذا يؤكد على أن توسع السوق هي نعمة لأنّ ذلك يؤدي إلى الازدهار والتقدم الاقتصادي، إلا أنّ ذلك يعتبر نقمة بالنسبة للأشخاص الذين يقتنون تلك السلع والخدمات في الحالة التي تكون فيها تلك السلع والخدمات غير مطابقة للمواصفات والمقاييس، إذن يجب التدخل لحماية الطرف الأكثر تضررا وهو المستهلك من خلال إخضاع تلك السلع والخدمات للرقابة.

من خلال هذه المعطيات نستنتج أنّ طبيعة العلاقة الموجودة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك هي علاقة غير متوازنة وغير متكافئة "Relation déséquilibrée"⁽²⁾، وهذا الأمر موجود منذ البداية من خلال وجود بائع ومشتري في سوق واحدة.

فقواعد المنافسة لها نتائج مباشرة على المستهلكين، ومن ثمة هناك علاقة تأثير وتأثر بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك، لأنّ كلاهما لها صلة مباشرة بقواعد اقتصاد السوق⁽³⁾ حيث أنّ المستهلك يدخل في التعاملات والتصرفات مع غيره من المتدخلين الاقتصاديين الأكثر خبرة ودراية بأحوال السوق، الأمر الذي يحتم على قانون المنافسة تحديد تلك الحرية التي يتمتع

¹ - المادة 06 من أمر رقم 03-03، متعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

² - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 129.

³ - كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل دكتوراه دولة في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004-2005، ص 76.

بها الأطراف في السوق وتقرر العقوبات المناسبة لها نظرا لدور البارز لمجلس المنافسة⁽¹⁾ لذا وعموما تكون لقواعد قانون المنافسة نتائج بالنسبة للمستهلكين وفي المقابل قواعد قانون الاستهلاك لها تأثير على المنافسة ويمكن دمج المادتين الاستهلاك والمنافسة فيما يسمى بقانون السوق⁽²⁾.

إنّ العلاقة بين قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة تبرز بوضوح تأثير الأول على الثاني الذي يسري على علاقات المؤسسات ببعضها ببعض، ولكن توجد مجموعة من القواعد التي تعود إلى قانون الاستهلاك وقانون المنافسة مثلا: منع الممارسات التجارية التعسفية أو العدوانية⁽³⁾، وكيفية عرض وتسويق المنتجات والخدمات وضبط النشاطات الوسيطة بين المحترفين والمستهلكين⁽⁴⁾.

وكلا من قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة يتضمنان بالنص على قواعد قانونية تهدف بالأساس إلى حماية المستهلك بشكل عام، وذلك عن طريق تحسين معيشة ومحاربة تلك الممارسات التي يمكن أن تطل المنافسة الحرة من تقييد أو إعاقة.

¹ - العجروود سعاد، بن بخمة داود، بن عمر بسمة، بويردي زينب، بوحنيفة سارة، بوراس سلوى، بوفرمل دنيا، ميمون أسماء، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية والإدارية، فرع علوم قانونية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، 2010-2011، ص 11.

² - بوجيت مصطفى، حدادة عزيز، دفاص سامية، رزوق وهيبة، زوبكري عمار، عياشي سامية، قدسي نوال، قحام عتيقة، لحول وليد، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية والإدارية، فرع الحقوق، جامعة جيجل، 2007-2008، ص 14.

³ - لعبني سهام، بوكريف فاطمة الزهراء، غميط سميرة، بوالقول سارة، بوعكيشة ميساء، بارش لمين، نعمان وحيدة عمرة نائلة هناء، الحماية الإدارية للمستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في القانون، فرع الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2010-2011، ص 26.

⁴ - بوجيت مصطفى وآخرون، مرجع سابق، ص 14.

كما يلاحظ بأنّ مجال تطبيق كلا منهما يشترك في مسألة واحدة وهي تعلقهما بالنشاطات تخص السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك من أيّ متدخل كان، عدا تلك التي تتدرج ضمن اختصاصات السلطة العامة والمرافق العامة⁽¹⁾.

إنّ حماية المستهلك من الغش والخداع تحمي في الوقت نفسه المتنافسين وبالعكس فإنّ منع بيع بخسارة سيهدف حماية المتعامل الاقتصادي لكن يحمي أيضا المستهلك ضدّ سياسة خفض المصطنع لسعر مادة أو خدمة معينة، والذي قد يعود فيما بعد بأرباح طائلة على مواد وبيع أخرى على حساب المستهلك⁽²⁾.

المطلب الثاني

الطرق المكرسة قانونا للموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

على أساس أنّ العلاقة بين المنافسة وحقوق المستهلك هي ذات طبيعة غير متكافئة فإنّ التشريعات تدخلت لمحاولة وضع أو فرض توازن بين الوضعيتين وهذا من خلال وسيلتين أساسيتين هما:

- واجب المتعامل الاقتصادي بإعلام المستهلك (الفرع الأول).
- الحدّ من الشروط التعسفية التي يفرضها المتعامل الاقتصادي على المستهلك (الفرع الثاني)⁽³⁾.

الفرع الأول: إعلام المستهلك

إنّ الاختلال في التوازن في العلاقات بين المحترفين والمستهلكين يعود بالدرجة الأولى إلى عدم مساواة إعلامهما، فالمهنيين يعرفون المنتجات والخدمات الموضوعة في السوق

¹ - العجروود سعاد وآخرون، مرجع سابق، ص 11.

² - كتو محمد الشريف، مرجع سابق، ص 76.

³ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 130.

في حين أنّ المستهلكين معظمهم غير قادر على الحكم على المنتجات أو الخدمات مسبقاً ولا حتى التفريق فيما بينهما⁽¹⁾.

إعلام المستهلكين هو عامل شفافية السوق، وعامل في تطوير المنافسة، فإذا كان المستهلك عالماً بالمنتج، يكون له سلطة الخيار بطريقة حسنة، وبهذه الكيفية يتجه المستهلك إلى المنتج الذي تربطه علاقة جودة سعر أفضل، وبالتالي تشجيع المنافسة والتي لا يمكن سوى أن تكون فعالة في تطوير الاقتصاد الوطني⁽²⁾.

لقد تم تحديد نص الالتزام بإعلام المستهلك في القانون الجزائري بموجب الفصل الخامس ضمن الباب الأول من قانون الاستهلاك الجديد تحت عنوان "إلزامية إعلام المستهلك"، وقبل ذلك المادة 04 إلى المادة 09 من قانون الممارسات التجارية ضمن الفصل الأول تحت عنوان "الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع"⁽³⁾.

وهو ما يقتضي التعرض بالدراسة أولاً: الالتزام العام بالإعلام، وثانياً: الالتزام الخاص بالإعلام.

أولاً: الالتزام العام بالإعلام

الالتزام العام بالإعلام كان موجوداً في القواعد العامة وبفضل الاجتهادات القضائية التي تحاول دوماً تفسير نصوص لفائدة الطرف الضعيف ألا وهو المستهلك. والالتزام العام بالإعلام يكون على جميع المراحل، سواء قبل التعاقد، أو في مرحلة التعاقد فمن يبيع منتج، يلزم مسبقاً قبل التعاقد إعلام المتعاقد معه على الخصائص المميزة والأساسية للمنتج، إعلامه كذلك بشروط التعاقد⁽⁴⁾.

¹- Calais Auloy, Frank Steinmetz, Op. Cit, P 45.

²- جردود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 32.

³- قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة عن الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁴- جردود الياقوت، مرجع سابق، ص 35.

وإذا كان الالتزام العقدي بالإدلاء بالبيانات أو المعلومات ينشأ بمناسبة كل عقد على حدة وفي حدود ما يقتضيه ذلك العقد، فإنّ الالتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام عام في شأن كل عقود الاستهلاك، ويهدف لتتوير رضاء المستهلك⁽¹⁾.

وتطبيقاً للمبدأ العام القاضي بحسن النية في المعاملات التعاقدية، وبالرجوع لنص المادة: 2/107 من القانون المدني التي ورد فيها: «... لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام...»⁽²⁾.

ثانياً: الالتزام الخاص بالإعلام

إن المقترضات التشريعية أو التنظيمية الآمرة تحدد المعلومات التي يجب على المحترفين تقديمها إلى المستهلك، وتوصف هذه الالتزامات الخاصة بأنها إجبارية لاقتربانها بجزاءات عقابية عند الإخلال بها⁽³⁾.

كما أنّ هناك جهات رسمية تسهر على فرض احترام النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بهذا الموضوع، دون أن يتوقف عملها على المبادرة من المستهلك نفسه فهي تشكل جزء هاماً من النظام العام الاقتصادي.

ويلاحظ أنّ الالتزامات الإجبارية الخاصة بالإعلام لا تلغي الالتزام العام بالإعلام بل يبقى دائماً قائماً⁽⁴⁾.

والالتزام الخاص للإعلام لا ينقسم إلى التزام سابق على المرحلة التعاقدية والتزام لاحقاً للمرحلة التعاقدية، وله ميزتين في نفس الوقت يهدف إلى توضيح رضا المستهلك

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان 2007، ص 370.

² - المادة 2/107 من أمر رقم 75-58، مؤرخ في 1975/09/26، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

³ - جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص 39.

⁴ - بودالي محمد، مرجع سابق، ص ص 75-76.

قبل مرحلة التعاقد والسماح بعد ذلك باستعمال صحيح للسلعة أو الخدمة، وما يمكن قوله فيما يتعلق بالالتزام الخاص بالإعلام أنه ينقسم إلى أربعة فئات وهي⁽¹⁾:

1- إعلام المستهلك بعناصر وخصائص المنتجات والخدمات

ويتم ذلك عن طريق الوسم "Etiquetage"⁽²⁾، والذي عرفته المادة 02 فقرة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه: «جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو رسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما»⁽³⁾.

2- إعلام المستهلك بسعر المنتوجات والخدمات

سعر المنتوج أو الخدمة هو عامل رئيسي في توجيه اختيار المستهلك فمن حقه أن يحصل على السلعة بذات الثمن المعروف، وعدم ظهور السعر يسمح للبائع بعرض أسعار تختلف باختلاف الزبائن مما يشكل هدرا لحقوق المستهلك⁽⁴⁾.

هذا الالتزام يجد أساسه في المادة 04 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تنص على ما يلي: «يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار

¹- Calais Auloy, Frank Steinmetz, Op. Cit, P 52.

²- ناصري نبيل، «تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك»، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص 154.

³- المادة 5/2 من مرسوم تنفيذي رقم 90-367، المؤرخ في 10/11/1990، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ج.ر عدد 50، الصادر بتاريخ 21/11/1990.

⁴- حليتي محمد أمين، حماية المستهلك في عقد البيع، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الخامسة عشر، 2004-2007، ص 21.

وتعريفات السلع والخدمات»⁽¹⁾. بينما المادة 05 من نفس القانون حددت أشكال هذا الإعلام وأوجبت أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة وأن تعد وتوزن⁽²⁾.

كذلك الحال بالنسبة للخدمات ورغم أنها غير ملموسة فهي تخضع لإجبارية الإعلام بالأسعار عن طريق ملصقات في المكان الذي تعرض فيه الخدمات للجمهور مثال: المطاعم مرائب إصلاح السيارات... إلخ⁽³⁾، وبالرجوع لنص المادة 07 من قانون الممارسات التجارية أنه حتى عندما يكون اتفاق بين الأعوان الاقتصاديين حول أسعار البيع يجب إعلام المستهلك بذلك بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار⁽⁴⁾.

والالتزام بالوسم التزام سلبي يتمثل على وجه الخصوص في إعطاء معلومات لا توجي إلى تغليب ولا يكون من شأنها أن توقع المستهلك في خطأ حول ماهية المنتج المستعمل والطريقة التي يتمكن بها من استعمال المنتج ومن جهة أخرى يعدّ الالتزام بالوسم التزام إيجابي يتمثل في حماية المستهلك بإعطائه معلومات كافية، وبالرجوع للمادة 11 حيث نصت أنّ المنتجات التي تمّ عرضها للمستهلك يجب أن تلبّي الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعتها وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته⁽⁵⁾.

ونص المرسوم التنفيذي رقم 90-367 في المادة 06 منه على البيانات الإجبارية التي يجب أن يشمل عليها وسم السلع الغذائية وهي:

- 1) التسمية الخاصة بالمبيع.
- 2) قائمة التوابل عند الاقتضاء.
- 3) الكمية الصافية والمعبرة عنها بوحدة النظام الطولي.

¹ - المادة 04 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

² - أنظر المادة 5 من نفس القانون.

³ - حليتي محمد أمين، مرجع سابق، ص 21.

⁴ - أنظر المادة 07 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁵ - جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص 40.

(4) تاريخ الصنع بعبارة "صنع في..." والتاريخ الأقصى لصلاحية استهلاكه بعبارة "يستهلك قبل..." وكذلك الشروط الخاصة بالحفظ.

(5) اسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة وتوضيها أو توزيعها أو استيرادها.

(6) طريقة الاستعمال⁽¹⁾.

(7) إضافة إلى ما قد يضيفه القانون أو التنظيم من بيانات إجبارية⁽²⁾.

رغم النص على إجبارية إيراد هذه البيانات في الوسم، فإن القانون أجاز عند الضرورة عدم ذكر بعضها بطلب يرسل إلى الوزارة المكلفة بالتنوع، باستثناء التسمية الخاصة بالبيع وتاريخ الصنع والتاريخ الأقصى للصلاحية، والاسم أو العلامة⁽³⁾.

3- إعلام المستهلك بشروط البيع

ربط المشرع الجزائري الإعلام المتعلق بشروط البيع، بالإعلام بالأسعار في نص المادة 04 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لذا فإن البائع يتحمل عبء إعلام المستهلك بشروط البيع.

وأكدت المادة 08 من قانون رقم 02-04 متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه: «يلتزم البائع بإخبار المستهلك... وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة» وذلك كأن يشترط البائع أن يتحمل المشتري نفقات نقل المنتج أو نفقات الإرسال، أو دفع قيمة رسم معين أو أجر يد عاملة وما إلى ذلك من شروط تتعلق بالبيع أو بأداء الخدمة⁽⁴⁾.

¹ - أنظر المادة 06 من مرسوم تنفيذي، رقم 90-367، متعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، مرجع سابق.

² - قرار وزاري، مؤرخ في 2000/07/26، المحدد لمواصفات مياه الشرب الموضبة مسبقا وكيفيات ذلك ج.ر عدد 51، صادر في 20/08/2000.

³ - دنوني هجيرة، قانون المنافسة وحماية المستهلكين، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية والاقتصادية، جزء 39، رقم 01، لسنة 2002، ص 10.

⁴ - أنظر المادة 08 من قانون رقم 02-04، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

وإذا تمّ عرض السلع والخدمات دون تسعير أو بيان لشروط البيع، فإنّ العقد يكون قابل للإبطال لعيب من عيوب الرضا على أساس عدم العلم بشروط البيع، أو عدم علمه الكافي بالمبيع، حيث نصّ المشرع الجزائري على التزام البائع بإعلام المشتري بالمبيع في نص المادة 352 من القانون المدني ضمن أحكام عقد البيع⁽¹⁾.

4- استعمال اللغة العربية عند الإعلام

أوجب المشرع الجزائري أن يكون الوسم وبياناته المختلفة مكتوبا باللغة العربية فضلا عن كونها مرئية وسهلة القراءة ويتعذر محوها، ولم يستبعد إضافة لغة أجنبية في الوسم لكن لم يحدّد سواء بالنسبة لوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية⁽²⁾ أو السلع الغذائية⁽³⁾ والمواد المضافة⁽⁴⁾ إليها أو الإطارات المطاطية⁽⁵⁾ أو الدواجن المذبوحة⁽⁶⁾ ولا شك أنّ الهدف الأساسي من ذلك هو الدفاع عن اللغة العربية وحمايتها من غزو المصطلحات والتسميات الأجنبية إضافة إلى إعلام المستهلكين وتيسير الفهم عليهم.

ويشكل الإخلال بهذا الشرط جريمة الوسم غير القانوني، الذي اعتبره المشرع كمخالفة وكذلك الحال بالنسبة لانعدام الوسم⁽⁷⁾.

¹ - تنص المادة 352 من أمر رقم 75-58، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق، على ما يلي: «يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى العلم به إلا إذا أثبت غش البائع».

² - المادة 04 من مرسوم تنفيذي رقم 90-366، المؤرخ في 10/11/1990، المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر عدد 50، الصادر بتاريخ 21/11/1990.

³ - المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367، المتعلق بوسم المنتجات الغذائية وعرضها، مرجع سابق.

⁴ - المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 92-25، المؤرخ في 13/01/1992، يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية وكيفية ذلك، ج.ر عدد 05، صادر في 22/01/1992.

⁵ - المادة 09 من القرار الوزاري المشترك، المؤرخ في 25/04/2001، المتعلق بمواصفات الإطارات المطاطية لعجلات العربات ومقطوراتها وكيفية وضعها للاستهلاك، ج.ر عدد 26، صادر في 09/05/2001.

⁶ - المادة 13 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26/05/2001، المعدل والمتمم للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02/07/1995، ج.ر عدد 32، صادر في 10/06/2001.

⁷ - بودالي محمد، مرجع سابق، ص 67.

هذا الالتزام منصوص عليها في المادة 18 من قانون الممارسات التجارية القاضية بأن يكون الإعلام حول طبيعة السلعة أو الخدمة وكذا الأسعار من قبل العون الاقتصادي للمستهلك باللغة العربية⁽¹⁾.

الفرع الثاني: الحدّ من الشروط التعسفية

من المعروف أنّ العقد يقوم على مبدأ سلطان الإرادة "Le principe d'autonomie de la volonté"⁽²⁾، وهذا يعني من جانب حرية الشخص في التعاقد، ومن جانب آخر حرّيته في عدم التعاقد، لكن النشاط المتزايد في الحياة الاقتصادية والتفاوت المحسوس في المراكز الاقتصادية للطرفين جعل البائع ينفرد بوضع شروط البيع ولا يقبل المناقشة فيها، فالمتعاملين الاقتصاديين هم أصحاب السلع والخدمات فعندما يقررون بيعها فهم الذين يضعون الشروط المسبقة للعقود وما على المستهلك إلاّ قبولها، ومن هنا وجد ما يسمى بعقد الإذعان الذي يسلم فيه **(المستهلك)** المشتري بشروط مقررة يضعها الموجب **(البائع)** ولا يقبل المناقشة فيها، فيما يتعلق بالسلعة أو خدمة ضرورية، تكون محل احتكار قانوني أو فعلي، أو تكون المناقشة محدودة في شأنه وعليه فعقود الاستهلاك توصف بعقود الإذعان ما دام هناك طرف قويّ هو المتعامل الاقتصادي وطرف ضعيف هو المستهلك⁽³⁾.

فالمعامل الاقتصادي قد يلجأ إلى تضمين العقد الذي يعده مسبقاً شروط تعسفية قد تضر بمصالح المستهلك. لذا وبهدف إقامة الموازنة بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك تدخلت التشريعات لوضع حدّ للتجاوزات التي قد يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي مادام الأمر يتعلق بشفافية الممارسات التجارية والمنافسة المشروعة والحرّة، وذلك من خلال الحدّ من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي (أولاً)، والنص على البيانات والشروط الإلزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك (ثانياً).

¹ - أنظر المادة 18 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

² - خالد عبد الفتاح محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 2002، ص 75.

³ - جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص ص 62-65.

أولاً: الحدّ من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي

وهذا بنصوص قانونية صريحة وواضحة تلزم المتعامل الاقتصادي باحترام بعض الشروط عند إعدادة للعقد الذي يودّ إبرامه لاحقاً مع المستهلك، وما وجد فصل كامل ضمن قانون الممارسات التجارية إلاّ دليل على ذلك تحت عنوان "الممارسات التعاقدية التعسفية"⁽¹⁾. ولقد أورد المشرع الجزائري تعداد لشروط التعسفية وذلك لأول مرّة، في المادة 29 من قانون رقم 04-02 متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽²⁾، وسبقه في ذلك المشرع الفرنسي في قانون 10 يناير 1978، وكذا المرسوم رقم 24 مارس 1978 اللذين تأثر بهما المشرع الجزائري، وكذا بالتطورات التي شهدتها الحماية من الشروط التعسفية في فرنسا إذ أنّ الشروط المذكورة في المادة 29 من قانون رقم 04-02 متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تتقاطع كثيراً مع ما ورد في المادة 35 من قانون 10 يناير 1978 وهي كالآتي:

- أخذ حقوق وامتيازات لا تقابلها حقوق وامتيازات مماثلة معترف بها للمشتري.
- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.
- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدّمة دون موافقة المستهلك.
- التفرد بحق تفسير شرط أو عدّة شروط من العقد أو العقود في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية لشروط التعاقدية.
- إلزام المستهلك بتنفيذ الالتزامات دون أن يلزم نفسه بها.
- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالتزام أو عدّة التزامات في ذمته.
- التفرد بتغيير آجال تسليم المنتج أو آجال تنفيذ الخدمة.

¹- إرزيل الكاهنة، «الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك»، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 8.

²- أنظر المادة 29 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

ويسري حظر الشروط التعسفية على جميع أنواع العقود، فالمادة 30 من نفس القانون أعطت إمكانية منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعدّ تعسفية وذلك عن طريق التنظيم⁽¹⁾.

ثانياً: النص على البيانات والشروط الإلزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك

لم يكتف المشرع الجزائري وعلى غرار باقي التشريعات على النص على الشروط التي يمكن للمتعامل أن يتضمنها العقد الذي يعده مسبقاً والتي تعتبر تعسفية، وإنما حدّد وعن طريق التنظيم الشروط التي يتضمنها العقد حماية لمصالح المستهلك، مع الاعتراف مسبقاً بوجود إذعان المستهلك بالمقارنة بالمتعامل الاقتصادي.

وقد تمّ النص على ذلك بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المتعلق بالعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية⁽²⁾ وتتمثل هذه الشروط في العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك خاصة ما تعلق بالسلع والخدمات والأسعار وكيفيات الدفع وشروط التسليم وأجله وعقوبات التأخير عن الدفع والتسليم وشروط تسوية الخلافات وإجراءات فسخ العقد، كما تتعلق هذه الشروط بالإعلام المسبق للمستهلك وأمن ومطابقة السلع والخدمات وكذا ضمان الخدمة ما بعد البيع، وانطلاقاً من هاتين الوسيطتين نلاحظ أنّ القانون حاول فرض نوع من الصرامة على المتعامل الاقتصادي تسمح

¹ - حليتي محمد أمين، مرجع سابق، ص ص 27-28.

² - مرسوم تنفيذي رقم 06-306، مؤرخ في 10/09/2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر عدد 56، صادر في 11/09/2006.

له بممارسة نشاطه التجاري من جهة، واحترام حقوق المستهلك من جهة ثانية وهذا هو التوازن اللازم توافره⁽¹⁾.

المبحث الثاني

نجاعة وفعالية الموازنة المكرسة قانونا بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

باعتبار النصوص القانونية تعترف بعدم التكافؤ بين طرفي المعادلة الاقتصادية القائم بين العون الاقتصادي والمستهلك، وهذا بإقرارها بإذعان أو سمو الأول عن الثاني من جهة.

ومادامت هذه النصوص تدخلت لمحاولة إعادة التكافؤ والتوازن بين نشاط العون الاقتصادي وحق المستهلك من جهة ثانية، فيجب إذن تحديد قوة ونجاعة تلك النصوص في تحقيق التوازن والذي يمكن حصره في الرقابة المفروضة على النشاط التنافسي (المطلب الأول)، والجزاءات المفروضة على العون الاقتصادي (المطلب الثاني)⁽²⁾.

المطلب الأول

الرقابة كآلية لفعالية الموازنة بين المنافسة وحقوق المستهلك

رأى المشرع الجزائري في سبيل ضمان ممارسة فعالة للرقابة ضرورة تأطير مجال المطابقة عن طريق إحداث وسائل متنوعة ومناسبة من شأنها أن تزيد في ترقية جودة الإنتاج وتضمن تنفيذ المتدخل التزامه بسلامة المستهلك⁽³⁾.

فلا يمكن للعون الاقتصادي أن يحترم التزاماته في مواجهة المستهلك والمكرسة قانونا إن لم تكن هناك أجهزة تسهر على رقابته سواء عند قيامه بواجب الإعلام أو المطابقة والتعريف

¹ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 9.

² - المرجع نفسه، ص ص 9-10.

³ - شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمن 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، ص 104.

بالأسعار أو وضعه لبنود العقد الذي قد يربطه بالمستهلك⁽¹⁾. لذا حرص المشرع على إنشاء أجهزة مكلفة بالرقابة (الفرع الأول)، والتي لها دور في تجسيد النصوص القانونية في مواجهة العون الاقتصادي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أجهزة الرقابة

عملت الجزائر على وضع ترسانة من النصوص القانونية والتنظيمية قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهه نتيجة اهتمام المنتجين بالإنتاج السريع لتحقيق الأرباح دون مراعاة جودة المنتج أو مطابقته للمواصفات القانونية، لذا عمد المشرع الجزائري إلى إنشاء عدّة أجهزة رقابية تسهر على ضمان حسن تطبيق القانون وتحرص على حماية فعالة للمستهلك⁽²⁾، وتطبيقا للقانون الجزائري يمكن تقسيمها إلى ما يلي:

أولا: الأجهزة الإدارية

يتمثل الهيكل الإداري المكلف بضمان تطبيق أحكام القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في مجموعة من الأجهزة تسهر على حماية المنافسة وترقيتها، هذه الأجهزة تكتسي الطابع الإداري والمتمثلة أساسا في وزارة التجارة بهيكلها المختلفة، بما هو منوط بها من ضبط الأسواق وترقية المنافسة وتنظيم المهن واقتراح كل إجراء من شأنه تعزيز قواعد وشروط ممارسة منافسة سليمة ونزيهة في أسواق السلع والخدمات⁽³⁾ هذه الأجهزة منها مركزي ومنها ما هو محلي.

¹ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 10.

² -حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق في إطار مدرسة دكتوراه، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010، ص 44.

³ - قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق

1- على المستوى المركزي

هي مصالح موجودة على مستوى وزارة التجارة، وتمتد صلاحياتها لتشمل العديد من المجالات منها مجال المنافسة والذي خصص له في الإدارة المركزية مصالح تسهر على تنظيم المنافسة وحسن سيرها، وعليه فإن الإدارة المركزية في وزارة التجارة الموسوعة تحت سلطة الوزير تشمل على المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات، وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش⁽¹⁾.

أ- وزارة التجارة:

يتولى وزير التجارة في مجال الجودة والاستهلاك المهام التالية:

- يشارك بالاتصال مع الهيئات المعنية في كل الدراسات التي تتعلق بمقاييس الجودة والنظافة والأمن التي تطبق في جميع مراحل صنع المنتجات وتسويقها، لاسيما المنتجات المعدة للاستهلاك.
- يقترح ويتابع كل إجراء يرمي إلى تحسين الجودة من خلال وضع نظام العلامات التجارية وحماية العلامات المميزة والتسميات الأصلية.
- يسهر على توجيه برامج رقابة الجودة وقمع الغش وتنسيقها⁽²⁾.
- ومن بين أعوان قمع الغش التابعون لوزارة التجارة نجد الضبطية القضائية (ضباط الدرك الوطني، محافظو الشرطة...) والأعوان الآخرين، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات القانون رقم 03-09 أعوان قمع الغش التابعون لوزارة المكلفة بحماية المستهلك ويؤدي هؤلاء الأعوان أمام محكمة إقامتهم اليمين المذكور في المادة 26 من قانون رقم 04-09⁽³⁾.

¹- بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009، ص 92.

²- المادة 07 من مرسوم تنفيذي رقم 94-207، مؤرخ في 16/07/1994، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج.ر. عدد 47، صادر في 20/07/1994.

³- المادة 25 من قانون رقم 03-09، متعلق بالمنافسة، مرجع سابق.

ب- المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها:

تضطلع هذه المديرية بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك ، وهي بدورها تنقسم إلى مديريات فرعية للتحكم في مهامها المتمثلة في المشاركة في تحديد السياسة الوطنية والتنظيمات العامة والتوعية المتعلقة بترقية جودة المنتجات المعروضة للاستهلاك وحماية المستهلكين.

وتم تحديد مهامها في نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة التي تنص على «السهر على السير التنافسي للأسواق واقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي أو التنظيمي الرامية إلى تطوير قواعد وشروط منافسة سليمة ونزيهة بين المتعاملين الاقتصاديين.....»⁽¹⁾.

ج- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تعتبر المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، إحدى الهياكل الجديدة وهي مكلفة بإعداد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش، والسهر على توجيهها، وتطوير التنسيق ما بين القطاعات في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش⁽²⁾.

2- على المستوى المحلي

إلى جانب الهيئات المركزية المكلفة بحماية المستهلك نجد هيئات وسلطات تسهر على حماية المستهلك على المستوى المحلي منها:

أ- الوالي:

لوالى دور في حماية المستهلك على مستوى إقليم الولاية لفرض تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والاستهلاك وعلى هذا الأساس يصبح الوالى بصفة ضابط

¹ - أنظر المادة 03 من مرسوم تنفيذي رقم 02-454 مؤرخ في 2002/12/21، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، صادر في 2002/12/22.

² - شعباني حنين نوال، مرجع سابق، ص 109.

الشرطة مسؤول عن ضمان صحة وسلامة المستهلك⁽¹⁾.

توجد على مستوى المديرية الولائية للمنافسة والأسعار مديرية فرعية خاصة بالرقابة الجودة وقمع الغش والتي أنشأت بموجب قرار وزاري مؤرخ في 18/02/1992 تهتم هذه الأخيرة برقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك⁽²⁾.

كما يعين الوالي بهيئات أخرى تتمثل في مكاتب التحقيقات الاقتصادية التابعة إلى المفتشية الجهوية.

تتولى هذه الهيئات الرقابة في أي مكان من أماكن الإنشاء الأولى للإنتاج أو التحويل أو الإيداع أو النقل والتسويق⁽³⁾.

ب- رئيس المجلس الشعبي البلدي:

منحت لرئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحية اتخاذ الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المعدية والوقاية منها، وكذا السهر على نظافة المواد الاستهلاكية المعروضة للبيع وعلى احترام المقاييس والتعليمات في مجال التعمير، وذلك عن طريق الضبطية الإدارية التي منحها القانون لرئيس البلدية لإجراء تحقيق ومراقبة نوعية المواد الغذائية والاستهلاكية المعروضة للاستهلاك، وعليه فعلى رئيس البلدية أن يستعين بالإضافة إلى هيئة الشرطة البلدية وقوات الشرطة أو الدرك الوطني المختصة إقليمياً (المادة 74 من قانون رقم 90-08) بالمكاتب

¹ - يحيواي كهيبة، بطاش فطيمة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، 2009، ص 17.

² - قرار وزاري مشترك مؤرخ في 18/02/1992، يتضمن تنظيم المديرية الولائية للمنافسة والأسعار، ج.ر عدد 38 لسنة 1992.

³ - كالم حبيبة، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، الجزائر، د.ت.ن، ص 86.

الصحية للنظافة بالبلدية⁽¹⁾. المنشأة بموجب مرسوم رقم 87-146⁽²⁾، فبالرجوع لنص المادة 02 من المرسوم فإنّ المكتب يكون تحت سلطة رئيس البلدية فيقوم هذا المكتب بإعداد الوسائل والملفات التقنية التي منحت له بموجب النشاط الذي قامت به هيكل البلدية على مستوى البلدية⁽³⁾.

ثانيا: الأجهزة التقنية

تتمثل أساسا في مخابر قمع الغش التابعة مباشرة لوزارة التجارة والتي تهدف في مجملها إلى إجراء التحاليل والاختبارات والتجارب قصد حماية المستهلك وقمع الغش.

ثالثا: لجنة البنود التعسفية

هي لجنة مستحدثة من أجل إعادة تفعيل الأجهزة والهيكل التي تعني بحماية المستهلك فحسب نص المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحددة للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية: «تنشأ لدى الوزير المكلف بالتجارة لجنة البنود التعسفية ذات طابع استشاري وتدعى في صلب النص "اللجنة" يرأس اللجنة ممثل الوزير المكلف بالتجارة»⁽⁴⁾.

يتضح من خلال النص أنّ اللّجنة تكتسي الطابع الاستشاري ولا يمكن اعتبارها جهاز إداري بمجرد أنّها تنشأ لدى وزير التجارة فكثير من المؤسسات العمومية ذات طابع صناعي وتجاري توضع في الغالب تحت وصاية وزير السكن والتهيئة العمرانية.

¹ - المادة 74 من قانون رقم 90-08، مؤرخ في 1990/04/07، المتعلق بالبلدية، ج.ر عدد 15، الصادر في 1990/04/11، معدّل ومتمّم.

² - مرسوم تنفيذي رقم 87-146، مؤرخ في 1987/06/30، المتعلق بإنشاء مكاتب الصحة البلدية، ج.ر عدد 27 الصادر في 1987/07/01.

³ - كالم حبيبة، مرجع سابق، ص 86.

⁴ - أنظر المادة 06 من مرسوم تنفيذي، رقم 06-306، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين أعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، مرجع سابق.

ولعل ما يؤكد هذا الطابع الخصوصي للجنة البنود التعسفية تشكيلتها المختلطة إذ أنّ الأعضاء المشكلين لها يمثلون عدّة قطاعات، إذ تتكون من ممثل عن الوزير المكلف بالتجارة، وممثل عن وزير العدل وعضو من مجلس المنافسة زائد عضوين عن الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة وعضوين عن جمعيات المستهلكين ذات الطابع الوطني⁽¹⁾.

الفرع الثاني: دور أجهزة الرقابة

إنّ دور أجهزة الرقابة فيما يتعلق بالحفاظ على توازن بين ممارسة العون الاقتصادي لنشاطه التجاري في إطار المنافسة المشروعة، وبين حماية مصالح المستهلك وتطبيقا للنصوص القانونية تظهر في:

أولاً: رقابة الجودة

إنّ الجودة تلعب دورا هاما في ضمان حماية المستهلك، لكن النتيجة ستكون أفضل من خلال تفعيل نشاط الرقابة عليها.

وتعرف الرقابة بأنها خضوع شيء معين لرقابة هيئة أو جهاز يحدده القانون وذلك للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المحددة قانونا⁽²⁾.

فالرقابة على الجودة تلعب دورا هاما في حماية المستهلك من الأضرار الصحية الناتجة عن استعمال مواد أو أغذية فاسدة، وفحص السلع المنتجة محليا أو المستوردة، ومحاربة الاحتكار، ووضع مواصفات قياسية للإنتاج والاستيراد والتصدير، فتنص المادة 29 من قانون الاستهلاك: «يقوم الأعوان المذكورين في المادة 25 أعلاه بأي وسيلة وفي أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصة

¹ - المادة 08 من مرسوم تنفيذي رقم 06-306، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، مرجع سابق.

² - كجار زاهية حورية (سي يوسف)، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون الخاص، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص 163.

بها» وتضيف المادة 30 الفقرة 02: «تتم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود قبل جمركتها»⁽¹⁾.

توجد عدّة تعريفات لمفهوم رقابة الجودة من بينها أنّها: «مجموعة من الأنشطة المحددة والتي تستخدم بهدف التأكد من الإنتاج الذي تم تحقيقه ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له سلفاً»⁽²⁾.

ثانياً: رقابة الأسعار والممارسات التجارية

فالمادة 04 من قانون المنافسة تنص صراحة على أنّ الأسعار تحدد بصفة حرّة سواء بالنسبة للسلع أو الخدمات مع مراعاة قواعد المنافسة ثم أنّ قانون الممارسات التجارية ينص صراحة على أنّ هذه الأسعار يجب أن يعلم بها المستهلك مسبقاً، لكن ماذا لو تمّ مخالفة هذين المبدئين؟ فالإجابة أنّ أجهزة الرقابة يجب أن تلعب دورها ويظهر ذلك في أنّها يجب السهر على احترام المتعامل الاقتصادي للأسعار المحددة سلفاً في السوق والذي يظهر أكثر في الرقابة على الفواتير التي يحررها للأعوان الاقتصاديين⁽³⁾.

ثالثاً: الرقابة على العقود التعسفية

هنا يظهر دور لجنة البنود التعسفية التي أوكلت لها مهمة البحث في كل العقود التي يحررها الأعوان الاقتصاديين مع المستهلكين والبنود ذات طابع تعسفي، وإذا لحظت وجود مخالفات تصدر توصيات ترفع إلى وزير التجارة. ومن مهامها إمكانية لجوءها للقيام بدراسات أو خبرة متعلقة بكيفية تطبيق العقود تجاه المستهلكين⁽⁴⁾.

¹ - المادة 30 من الأمر رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² - خلوي (عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة، مذكرة لنيل هادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 127.

³ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص 12.

⁴ - بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، دور وفعالية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص 109.

من خلال هذه الرقابة كهدف للحفاظ على حرية العون الاقتصادي في ممارسة نشاطه وحماية حقوق المستهلك نستنتج ما يلي:

- هي رقابة وقائية لغرض احترام المتعامل الاقتصادي لواجباته وممارسة نشاطه من جهة، إضافة إلى احترام حقوق المستهلك من جهة أخرى.
- هي رقابة تتضمن نوع من الصرامة في تطبيقها، مادام يصحبها لاحقاً توقيع جزاءات ويظهر ذلك في الحجية التي تتمتع بها المحاضر التي يحررها الأعدان المكلفون بمراقبة العمليات التجارية ومكافحة الغش.
- هي رقابة ذات طابع تشريعي، فبعد أن كانت رقابة مكافحة الغش والجودة منظم بموجب نص تنظيمي تمّ إعادة تنظيمها بموجب نصوص تشريعية ضمن مواد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.
- فيما يتعلق بلجنة البنود التعسفية، فبالرغم من اختصاصات المخولة لها تكفل الرقابة على عدم تعسف المتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك فيما يتعلق بشروط البيع إلا أنه لم يعطي الطابع الإلزامي لرأيها، فالوزير قد يأخذ بتوصيات اللجنة كما لا يأخذ بها⁽¹⁾.

المطلب الثاني

الجزاء آلية لفرض التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

إذا كانت الرقابة على نشاطات الأعدان الاقتصاديين كآلية وقائية لفرض نوع من الموازنة بينهم وبين المستهلكين، فإن القمع أو الجزاء هو الوسيلة العلاجية التي تكفل هذا التوازن وفي هذا الإطار يجب تحديد طبيعة ونطاق الجزاءات من خلال تحديد سلطات القاضي أو المتابعة القضائية(الفرع الأول)، وطبيعة الجزاء التي يفرضها (الفرع الثاني)⁽²⁾.

¹ - إرزيل الكاهنة، مرجع سابق، ص ص 12-13.

² - المرجع نفسه، ص 144.

الفرع الأول: سلطة القاضي في متابعة العون الاقتصادي

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك ومن ثمة فرض التوازن، لذا كان لزاما للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على "تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية". ويصل الملف بطبيعة الحال عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية.

لم يورد المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك إجراءات جديدة تتفرد بها الهيئات القضائية عن أدوارها المعروفة، لذا سنتطرق لدور النيابة العامة باعتبارها ممثلة المجتمع في قمع الجرائم بداية من مباشرة الدعوى العمومية إلى غاية صدور الحكم، كما يمكن لقضاة الحكم من التدخل في المنازعات المتعلقة بالاستهلاك والعمل على حماية المستهلك بما يمليه القانون الأمر الذي يجعل تكوين قضاة في هذا المجال جد ضروري.

كذلك يجب على الجهات القضائية العمل على تسيير الإجراءات للمستهلك خاصة فيما يتعلق بقواعد الإثبات وآجال النظر في الدعاوى إلى غير ذلك من الإجراءات التي سنتولى تبيانها⁽¹⁾.

أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك

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

تقوم النيابة العامة بعدة اختصاصات في المجال القضائي، خاصة في إطار ممارسة الدعوى العمومية، ويزداد دورها يوماً بعد يوم نظراً لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية

¹ - أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص ص 183-184.

الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من ضروري لمواجهة مثل هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة⁽¹⁾.

اتصال النيابة العامة بالدعوى العمومية لا يهدف إلى حماية بعض الحقوق الخاصة للأفراد أو الدفاع عن المصالح الفردية، بل أنها تعمل على حماية المصالح العامة أو حماية الشرعية في المجتمع وتطبيق القانون تطبيقاً سليماً لتحقيق السير الحسن للعدالة، ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل، بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر في تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاة الحكم بالإضافة إلى أن النيابة العامة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقاً للقانون⁽²⁾.

لما كانت هناك رابطة بين المجتمع وقانونه فإنه من المسلم أن توابك قواعد القانون تطورات المجتمع ونموه وأن تكون متفقة مع ما يسوده من أعراف وتقاليد، حتى يجد القانون طريقه إلى التطبيق السليم وحتى يجد احتراماً من أفراد المجتمع، ذلك أن القانون وجد من أجل خدمة المجتمع وليس العكس فلم يوجد المجتمع من أجل خدمة القانون، فعلى النيابة العامة مدامت تحمي مصالح المجتمع أن تقوم بكل ما من شأنه أن يصون صحة وسلامة الأفراد بغية في تحقيق النمو والرفاهية⁽³⁾.

وعليه فإن أغلب دول العالم تهتم غاية الأهمية بالتجارة لأنها المصدر الأساسي للعيش فهي من أكثر أوجه النشاط البشري حتى قيل في المأثور أن "تسعة أعشار الرزق من التجارة" وفي التجارة مجال واسع لأنواع الحيل في ترويج وبيع السلع، وإخفاء العيوب واستغلال سلامة قلوب المتعاملين، وفي ذلك يقول ابن خلدون "إنها تستدعي المكايسة، والخلابة، والمماحكة والغش وتعاهد الأيمان الكاذبة على الأثمان رداً وقبولاً"⁽⁴⁾، وقد جاء في قوانين حمورابي

¹ - المادة 29 من أمر رقم 66-155، مؤرخ في 08/06/1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.

² - بولحية علي بن بوخميس، مرجع سابق، ص 64-65.

³ - أرزقي زويبير، مرجع سابق، ص 185.

⁴ - رمضان الشرنباصي، حماية المستهلك في الإسلام، دراسة مقارنة، مطبعة الأمانة، د. ب. ن، د. ت. ن ص 13.

والقوانين الأثورية الأخرى ما يؤيد اهتمام المشرعين القدامى بالأسواق والأسعار، والمكاييل والموازيين والمعاقبة على سرقة الأموال أو الحيوانات⁽¹⁾.

تدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتنافى ولا يتعارض مع دور التقليدي المعروف إذ يتجلى دورها في إطار حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر مما كان عليه في السابق، خاصة مع ظهور أفات اجتماعية واقتصادية جديدة نتيجة تعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس المستهلك، وذلك بتوقيع الجزاء المادي الملموس على المحترف متى تسبب سلوكه في المساس بالمستهلك، وفي هذه الحالة فالاختصاص محتكر من قبل القاضي، لهذا فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفين متى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائياً وهذا النوع من الجرائم ينظر فيه أمام المحاكم الجزائية⁽²⁾.

نجد على مستوى المحاكم ممثل النيابة العامة الذي يتمثل في وكيل الجمهورية والذي أعطاه القانون صلاحيات تحريك الدعوى العمومية والسير فيها وكذا سلطة التصرف في المحاضر وجمع الاستدلالات، كما يشرف وكيل الجمهورية على مراقبة أعمال الضبطية القضائية وتلقي المحاضر والشكاوي والبلاغات المرفوعة من طرف المواطنين، فيأمر باتخاذ الإجراءات اللازمة للبحث والتحري، أما إذا كانا بصدد جنحه لا يشترط فيها القانون إجراءات تحقيق ابتدائي أو مخالفة ففي هذه الحالة ترفع الدعوى العمومية أمام جهات الحكم مباشرة⁽³⁾.

وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن هذا الأخير، تلعب النيابة العامة دور هاماً بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش المنصوص عليها في المادة 31 من مرسوم تنفيذي

¹ - أرزقي زويبير، مرجع سابق، ص ص 185-186.

² - حملجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس 2005-2006، ص 102.

³ - تنص المادة 03/59 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، على ما يلي: «إذا ثبت عدم مطابقة منتج، يعلن عن حجزه، ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك».

رقم 90-39 أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي ترد من جماعة المحترفين⁽¹⁾ خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة وظهور الأسواق السوداء الأمر الذي يزيد منه نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك ناهيك على تلك الآثار السلبية التي تؤثر على الاقتصاد الوطني أو تقيد المنافسة، يتجلى دور النيابة العامة في هذه الحالة في كون أنها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصها⁽²⁾.

كذلك بالنسبة لمصلحة المنازعات لمديرية المنافسة والأسعار، لها في حال ثبوت عدم مطابقة المنتج للمواصفات والمقاييس القانونية أن يقوم بإرسال الملف إلى وكيل الجمهورية بالمحكمة المختصة لاتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف مثل هذه الممارسات، كما يمكن للمدير الولائي المكلف بالتجارة أن يرسل المحاضر التي تثبت وقوع المخالفات المنصوص عليها في قانون رقم 04-02 لوكيل الجمهورية المختص إقليمياً⁽³⁾.

فعندما تقع جريمة إلى جانب الضرر العام يترتب عليها ضرر خاص يصيب الشخص المضروب من الجريمة بحيث ينشأ لهذا الأخير الحق في مطالبة من تسبب في هذه الجريمة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية إما أمام القضاء الجنائي وهو الاستثناء أمام القضاء المدني وهو الأصل⁽⁴⁾.

ثانياً: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك

يقع على القضاة عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني، ونظراً للنتائج التي قد تترتب نتيجة عدم الاعتماد على هذا المعيار، فإن المحاكم قد تلجأ إلى معيار آخر الذي يأخذ حالة كل مستهلك ضحية

¹ - أنظر المادة 31 من مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 1990/01/30، متعلق برقابة الجودة ومع الغش، ج.ر عدد 05، صادر في 1990/01/31.

² - أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص ص 186-187.

³ - المادة 55 الفقرة 02 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁴ - خوري عمر، شرح قانون الإجراءات الجزائية مع آخر تعديلات التي جاء بها القانون رقم 06-22 مع اجتهادات المحكمة العليا، الجزائر، 2007، ص 30.

على حدى وذلك بالنظر إلى مستواه الثقافي والوضعية التي تعرض لها، بالتالي يكون المعيار الذي يأخذ بالمستهلك المتوسط الذكاء كمرجع لتقدير مدى وجود الخطأ الذي يعاقب عليه القانون في إطار العلاقة الاستهلاكية.

يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواء كان قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالنزاعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة، أما إذا كان موضوع الدعوى ناتج عن جرائم معاقب عنها جنائيا فللمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسيس كطرف مدني أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني، وإذا كان رفع الدعاوى أمام جهات القضاء العادي لا يثير أي إشكال فإن النظر في القضايا المتعلقة بالمنافسة أثارت جدلا واسعا بين الفقهاء خاصة في فرنسا، ويعود السبب في دراسة ذلك إلى تذبذب موقف القضاء، الأمر الذي استشكل حتى لدى فقهاء القانون فمنهم من يرجع صلاحية الفصل في مثل هذه المنازعات إلى القاضي العادي المكلف بالنظر في القضايا التجارية كأصل عام نظرا لكون المنافسة ترد على أنشطة تجارية بحتة، في حين نجد جانب من الفقهاء يرجع صلاحيات الفصل في قضايا المنافسة إلى القاضي الإداري لأن الأمر يتعلق بضبط المنافسة وليس بتطبيق قواعد القانون التجاري فالعبرة تكمن في موضوع النزاع (ممارسة غير نزيهة) وليس بأطرافه (التجار والمستهلك)⁽¹⁾.

الفرع الثاني: طبيعة الجزاء الذي يوقع على العون الاقتصادي

إن الهدف من توقيع الجزاء هو رفع الغبن والاستغلال غير المشروع للمستهلك من قبل العون الاقتصادي تكفل بذلك إرغام هذا الأخير على العودة إلى الطريق الصحيح من خلال احترام قواعد السوق والمنافسة وشفافية الممارسة التجارية، ولو أنه أحيانا قد تحرمه نهائيا من العودة إلى السوق لذلك فقد ارتبط توقيع الجزاء كوسيلة للموازنة بين المنافسة الحرة واحترام حقوق المستهلك، أكثر بشخص المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في المعادلة الاقتصادية. لذا نلاحظ أن مختلف الجزاءات المحددة قانونا تعاقب أكثر وفي الغالب العون الاقتصادي وليس

¹ - أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص ص 188-189.

المستهلك، وهو ما يمكن استنتاجه في كل من قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وفي هذا الإطار فإن الجزاء مقسم إلى أصناف تتعلق أحيانا بمخالفة العون الاقتصادي لالتزامه بالإعلام (أولا)، وأحيانا أخرى بمخالفة المطابقة (ثانيا)، وأيضا بمخالفة بنود العقد (ثالثا).

أولا: الجزاءات المتعلقة بمخالفة الالتزام بالإعلام

تتراوح العقوبات بين الغرامة من 100.000 دج عندما يتعلق الأول بواجب الإعلام عن السلع والخدمات، أما عندما يتعلق الأمر بعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات فإن العقوبات هي الغرامة من 500 دج إلى 100.000 دج، وأيضا الغرامة من 10.000 دج إلى مائة ألف دينار عندما يتعلق الأمر بعدم الإعلام بشروط البيع⁽¹⁾.

ثانيا: الجزاءات المتعلقة بعدم المطابقة

تتراوح الجزاءات بين الغرامات والحبس حسب خطورة المخالفة. فعندما يتعلق الأمر بمخالفة إجراءات المطابقة البسيطة، فإن العقوبة هي الغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج. أما إذا كانت إجراءات المطابقة جسيمة كأن يصل الأمر إلى التزوير والتدليس، فالعقوبة تصل من الحبس ستة أشهر إلى ثلاث سنوات⁽²⁾.

ثالثا: جزاء مخالفة بنود العقد

لقد تم إقرار عقوبة لا تتجاوز الغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج عندما يتعلق الأمر بمخالفة العون الاقتصادي لالتزامه بعدم وضع بنود تعسفية في العقد الذي يبرمه مع المستهلك⁽³⁾، لكن هناك عقوبات أخرى تتمثل في الغرامة من 10.000 دج تصل إلى 50.000 دج وهذا عندما يتم إصدار فاتورة لما هو موجود في النص القانوني

¹ - المادة 78 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

² - المادة 79 من نفس القانون.

³ - المادة 38 من القانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

والتنظيمي الخاصين بفاتورة بيع السلع⁽¹⁾. فتعتبر من الأشكال التي فيها إبرام العقد بين العون الاقتصادي والمستهلك إضافة إلى سند الضمان أو وصل تسليم أو سند آخر.

¹ - المادة 34 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

الفصل الثاني:

صعوبات التوفيق بين مبدأ المنافسة
الحرّة وقواعد حماية المستهلك

الفصل الثاني

صعوبات التوفيق بين مبدأ المنافسة الحرة وقواعد حماية المستهلك

إن تكريس مبدأ المنافسة الحرة بين الأعوان الاقتصاديين يحمل في طياته تهديدا حقيقيا على مصلحة المستهلك الذي يحتل -رغم الدور الاقتصادي الكبير الذي يلعبه- مركزا ضعيفا في علاقته مع هؤلاء الأعوان الاقتصاديين، وأمام عجز القواعد العامة عن تحقيق الحماية اللازمة لهم، بات لزاما على المشرع الجزائري وضع مجموعة من القواعد التي تسمح بتحقيق التوازن بين مصلحة الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، فقد بدأ المشرع الجزائري تحقيقا لهذا الغرض، بإصدار القانون رقم 89-02 المحدد للقواعد العامة لحماية المستهلك طوال عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك اعتبارا لنوعيتها، ثم قام بتنظيم الأسعار ومنع بعض الممارسات التجارية التي من شأنها أن تؤدي إلى استغلال العون الاقتصادي لمركزه القوي في علاقته مع المستهلك، لذا هناك معوقات لخلق نوع من التوازن مثل الجانب العقابي الجنائي لحماية المستهلك كطرف ضعيف الذي يمكن أن يقع ضحية الخداع أو الغش أو التدليس من قبل المهني، إضافة إلى إمكانية إيراد شروط تعسفية تحقق مصالحه على حساب المستهلك⁽¹⁾.

¹ - تعويلت كريم، مرجع سابق، ص2.

المبحث الأول

فعلية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري

إن التطور الاقتصادي الجديد حول المجتمعات الحديثة إلى مجتمعات استهلاكية، تتوقف فيها حياة المستهلك على مجموع النشاط الاقتصادي من إنتاج، استيراد، تخزين، وتوزيع بشكل متواصل، والنشاط الاقتصادي يخضع بدوره إلى قوانين ملزمة تتعرض بدورها للخرق بسبب كبر حجمه وتنوعه وإطلاق حرية المنافسة بين الشركات التجارية في تحقيق وفرة السلع المطلوبة في السوق والتي قد تلحق أضرار بالمستهلك، بسبب طبيعتها الفنية أو لجوء المنتج إلى الغش والخداع فيها، فحماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق تتحدّد من خلال مجموعة من القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك وكذا ضمان حصوله على حقوقه قبل المتدخلين منتجين كانوا أو موزعين، ومما لا شك فيه أن هذه الحماية أضحت مطلباً أساسياً في ظل المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية مع تطبيق برامج الإصلاح الاقتصادي من خلال مجموعة من الإجراءات والسياسات ذات الطبيعة الاقتصادية والاجتماعية لتحرير الاقتصاد الوطني، وتشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي وتحرير تجارة الاستيراد والتصدير وتخفيض الرسوم الجمركية تدريجياً اتفاقاً مع نصوص منظمة التجارة العالمية والنصوص الوطنية⁽¹⁾.

وسنتناول من خلال هذا المبحث أحكام وإجراءات حماية رضا المستهلك (المطلب الأول)

ومنحه حق التجربة وأجل للتفكير والتدارك (المطلب الثاني).

¹ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 92.

المطلب الأول

أحكام وإجراءات حماية رضا المستهلك

إذا كان المستهلك مضطرا لتلبية حاجاته الشخصية عن التصرفات القانونية التي تربط بينه وبين التاجر أو المحترف أو المهني، فهل النصوص القانونية فعالة في توفيرها الحماية لرضا المستهلك سواء مرحلة الإنتاج أو في مرحلتي العرض والتوزيع⁽¹⁾.

والواقع أن الفلسفة التي تهيمن على النظرية العامة للالتزامات تبرز عدم اتساقها مع فكرة حماية المستهلك، بمعنى أن القانون المدني لا ينطوي على الوسائل التي تضمن حماية فعلية للجانب الضعيف اقتصاديا في الرابطة العقدية، وإن وجدت فهي نادرة⁽²⁾، ومرجع ذلك هو تأسيس الأحكام النظرية أصلا على المذهب الشخصي في الالتزام ولهذا السبب صرح بعض الفقه بعدم وجود مبدأ عام في القانون المدني يضمن التوازن العقدي⁽³⁾.

إن عدم كفاية القانون المدني وتعدد العلاقات العقدية الحديثة بسبب الطبيعة التقنية للكثير من المواد الاستهلاكية واتساع دائرة عقود الإذعان وتزايد الأضرار والأخطار التي يتوخاها المستهلكين، برزت الحاجة إلى تدخل المشرع وعد التسامح مع المتدخلين في عرض السلع والخدمات وألقى على عاتقه الالتزامات، الوفاء بها جدير بضمان التوازن العقدي بين المنتخبيين والمستهلكين⁽⁴⁾ ويمكن تناول هذه الالتزامات من جانبين:

- الالتزام بإعلام المستهلك وتجريم أفعال الغش والخداع (الفرع الأول)
- الالتزام بالإشهار النزوي ومعاينة الإشهار المضلل (الفرع الثاني).

¹ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 93.

² - CHazal (J.p) le consommateur existe-t-il, Dalloz, France, 1997, p 263.

³ - Calais Auloy (J), l'influence du droit de la consommation sur le droit civil des contrats, DTD, CIV, 1994 p 239.

⁴ - جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص 34.

الفرع الأول الالتزام بالإعلام وتجريم أفعال الغش والخداع

إن الإعلام "L'information"⁽¹⁾ يمثل أهمية كبيرة في مجال عقود الاستهلاك وما يؤدي إهماله إلى إثارة مسؤولية المهنيين في مواجهة المستهلكين، وبموجب ذلك الالتزام فإن المهني يقدم البيانات والمعلومات اللازمة التي تساهم في معرفة المستهلك بخصائص السلع أو الخدمات وكيفية الاستعمال والاستفادة منها، وبعد إخفاء المهني لخصائص السلع أو الخدمة أو مجرد عدم تطابق بين المعلومات المقدمة وخصائص السلعة من قبيل الغش الذي يستوجب معاقبة المهني⁽²⁾.

إن الالتزام بالإعلام يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتج أو الخدمة عن إرادة حرة وسليمة، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتج ومكوناته إلاّ بناء على البيانات التي تعطى له⁽³⁾، وعليه فإن حماية المستهلك في مرحلة الإنتاج يكون بمراعاة الشروط الصحية والمواصفات الفنية في إنتاج وتخزين السلع وإلزام المنتجين والموزعين بنظام الإعلام الكامل للمعلومات الخاصة بمكونات كل سلعة ومصدرها ونوعيتها وأوصافها وأسعارها وتاريخ الصلاحية⁽⁴⁾ بواسطة الوسم⁽⁵⁾ أو وضع علامة أو آية وسيلة أخرى.

وما يلاحظ أن التزام (المنتج/ أو (الموزع) مع المستهلك بواجب إعلامه بخصائص السلعة هي مرحلة سابقة على إبرام العقد، وذلك تجنباً لوقوع المستهلك في أضرار قد تتجم أثناء تنفيذ العقد أو عدم استمرار في استخدام السلعة أو الاستفادة بالخدمة، فالإعلام يهدف إلى رضا

¹ - نصري نبيل، مرجع سابق، ص 153.

² - خالد عبد الفتاح محمد خليل، مرجع سابق، ص 39.

³ - موالك بختة، «الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، عدد 02، 1999، ص 38.

⁴ - المادة 17 من قانون رقم 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

⁵ - الوسم: حسب المرسوم التنفيذي رقم 90-39، متعلق بوقاية الجودة وقمع الغش، مرجع سابق، «هو جميع العلامات والبيانات وعاوين المصنع والتجارة والصورة والشواهد والرموز التي تتعلق بمنتج ما أو كتابة رسمية أو خاتم يرافق منتجات أو خدمة».

المستهلك مما ينتج عنه سلامة وصحة العقود⁽¹⁾، والالتزام بالإعلام يقوم على بيان السلع أو الخدمة بيانا كافيا ينفي كل الجهل وذلك بمقتضى حسن النية الذي يتضمن الالتزام بعدم كتمان الحقيقة عن المستهلك (أولا)، والالتزام بالإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة (ثانيا).

أولا: الامتناع عن كتمان الحقيقة

لقد استقر الفقه والقضاء على أن الكتمان يعدّ أحد وسائل التدليس سواء بشكله السلبي (الكتمان) أو الإيجابي (الخداع) ممّا يؤدي إلى الإخلال برضاء المتعاقد وبوقعه في التدليس ويتجه الفقه إلى الاعتداء بالالتزام بالإفشاء كأساس في أن الكتمان يعدّ تدليسا، وذلك إن تكتم المعلومات التي يجهلها الدائن والتي لو علم بها لما أقدم على التعاقد أو تعاقد بشروط مختلفة يعد آخر الطرق الاحتيالية التي تكون الركن المادي في التدليس الذي يعيب الرضاء وعليه فإن الكتمان يعتبر تدليس ما دام يتضمن إخلال بمقتضيات حسن النية التي كان من حق المتعاقد أن يتوقعها لدى من تعاقد معه⁽²⁾.

ويقصد بالتدليس في البضاعة هو النشاط المادي الموجه إلى البضاعة موضوع التعاقد بالعبث فيها على أي صورة من الصور أو كل خلط ينطوي على الغش في البضاعة ومثال ذلك إحداث تغييرات محضورة على المواد الغذائية وتصبح لا تؤدي وظيفتها الاستهلاكية للغرض الذي اشترت لأجله⁽³⁾، لذا فإن الجزاء المقرر لجريمة الغش أو تزوير المنتجات الموجهة للاستهلاك أو الاستعمال تمثل جنحة حسب المادة 431 من قانون العقوبات فيعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات، وبغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى خمسين ألف دينار (50.000 دج)، وإذا ألحق المنتج المغشوش مرضا أو عجزا

¹ - محمود حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2003 ص ص 139-141.

² - جمال محي الدين، «حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت»، أعمال المتلقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، أيام 17 و18 نوفمبر 2009، ص ص 165-166.

³ - أحمد العثيم، أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد ظاهرة الغش التجاري علميا، موقع:

عن العمل⁽¹⁾، وخالف إلزامية أمن المنتج، فقد نصت المادة 83 من قانون حماية المستهلك على معاقبة المتدخل المخالف طبقاً للفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات حيث يعاقب بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة مالية من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج)، وتشدّد العقوبة إلى السجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة، وبغرامة من مليون دينار (1.000.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج)، إذا تسبب المنتج المغشوش في مرض غير قابل للشفاء أو في الإصابة بعاهة مستديمة، ويتعرض المتدخل المرتكب لهذه الجريمة لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص⁽²⁾.

تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري اكتفى بتجريم أفعال الغش المتعلقة بالأغذية المخصصة للحيوان والإنسان والعقاقير الطبية، أما المنتجات الصناعية كالآلات الكهرومنزلية والميكانيكية فلقد أغفل عنها، فتجريم بهذه الأفعال لا يوفر حماية المستهلك نظراً لتطور أساليب الغش وتنوعها⁽³⁾.

ثانياً: الإدلاء بالمعلومات والبيانات

إن الالتزام بإعلام المستهلك هو التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويتعلق بالإدلاء بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضاء حرّ وسليم لدى المستهلك⁽⁴⁾.

ويكون الالتزام بالإعلام قبل التعاقد كاملاً يتضمن إعلامه بجميع المعلومات الجوهرية المتصلة بشيء محل التعاقد والتي تكشف لطرف الآخر (المستهلك) الوضع المادي لشيء والضمانات الخاصة به وكيفية استخدامه⁽⁵⁾، فهو يلزم مقدمي الخدمات للوفاء به فالمحامون

¹ - المادة 431 من أمر 66-156، مؤرخ في 08/06/1966، يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.

² - المادة 83 من قانون رقم 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - Gross BERNARD, LE droit de la vente, 2^{ème} édition, presses Universitaire de France, Paris, 1987, P 94.

⁴ - عبد المنعم موسى إبراهيم، مرجع سابق، ص 367.

⁵ - جمال محي الدين، مرجع سابق، ص 166.

ملزمون بإعلام زبائنهم بغرض إنجاح دعواهم، والإعلام عامة ما يفرض بالخصوص في مجال الأسعار، وكذا مميزات المنتج، لأنه يعتبر شرطا ضروريا لشفافية السوق وحرية المنافسة وبالتالي لحماية المستهلك.

1- الإعلام بالأسعار

يعتبر الإعلام بالأسعار عنصر جوهرى لضمان شفافية الممارسات التجارية سواء كان ذلك في علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم أو في علاقاتهم مع المستهلك.

ولقد نظمت مسألة الإعلام بالأسعار لأول مرة في الجزائر بموجب أحكام القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار⁽¹⁾، تليه نصوص تطبيقية أهمها: المرسوم التنفيذي رقم 90-87 المتعلق بطريقة تحديد قواعد إشهار الأسعار⁽²⁾، فهذه الإجراءات بالأسعار هو توعية المستهلك حتى يكون في مأمن من أية مفاجئة في مبلغ الإنفاق الكلي للحصول على هذا المنتج أو تلك الخدمة⁽³⁾، فالعلم بالسعر النهائي يحمي رضا المستهلك وهو التزام إجباري على عاتق البائع⁽⁴⁾ لذا حماية المستهلك في هذه المرحلة تكون من خلال معاقبة كل التجاوزات في هامش الأرباح المقدرة بغرامة من خمسة آلاف دينار جزائري (5000دج) إلى مائة ألف دينار جزائري (100.000دج) هذا طبقا للمادة 31 من القانون رقم 04-02⁽⁵⁾.

¹ - قانون رقم 89-12 مؤرخ في 05/07/1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29، صادرة في 19/07/1989.

² - مرسوم تنفيذي رقم 90-87، مؤرخ في 13/05/1990، يتضمن تصنيف المنتوجات والخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة، ج ر عدد 11، صادر في 14/05/1990.

³ - بلكور رفيقة، حماية المستهلك من شروط تعسفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة جيجل 2008، ص 171.

⁴ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 98.

⁵ - المادة 31 من قانون رقم 04-02، يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

2- الإعلام حول مميزات المنتج والخدمات

من الأمور التي فرضت نفسها في مجال العلاقات بين المستهلكين من ناحية والمنتجين والموزعين من ناحية أخرى، ذلك أن المستهلك يخضع لسيطرة المنتجين والموزعين، ويضطر بسبب حاجته إلى المواد الاستهلاكية والخدمات، وبسبب عدم توافر المعلومات الكافية لديه على السلعة والخدمة إلى الدخول معهم في روابط تعاقدية قد تمثل اختلال ملموسا بعكس خضوع المستهلك لسيطرة المنتج والموزع⁽¹⁾.

وبالتالي كان لابد أن يتقرر حق المستهلك في العلم بحقيقة السلعة وعناصرها ومواصفاتها وصلاحياتها، ويقتضي هذا الحق أن يقوم المنتجون والموزعون بإعلام المستهلك وإخباره عن خصائص السلع والخدمات وما يحيط بها من مخاطر وهذا طبقا للمادة 17 من قانون رقم 03-09⁽²⁾.

الفرع الثاني: الالتزام بالإشهار النزيه ومعاقبة الإشهار المضلل

إذا كان القانون قد اهتم بتنظيم الإشهار لتنمية الثقافة الاستهلاكية لدى الأفراد فإننا نتساءل عن موقع الخطاب الإشهاري في مجال حماية المستهلك: ألا يمكن أن يستغل الخطاب الإشهاري في تضليل المستهلك، فيصبح بالتالي وسيلة لتمويه لا وسيلة لتبصير⁽³⁾.

أولاً: أهمية وخطورة الخطاب الإشهاري

الحقيقة أن الإشهار هو تقنية تجارية في عرض المنتجات والخدمات للمستهلكين بطريقة مؤثرة وجذابة، وبالتالي فهي عامل من عوامل مؤثرة على رضا المستهلك في اختياره السلع

¹- عبد المنعم موسى، إبراهيم، مرجع سابق، ص 145.

²- المادة 17 من قانون رقم 03-09، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³- صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 99.

والخدمات المتعددة، ومتى كان الإشهار قانونيا وقع اختيار المستهلك سلميا⁽¹⁾، والذي تطرق إليه القانون الفرنسي كما يلي:

« Dans la désignation, l'offre, la description de l'étendue et des conditions de garantie d'un bien, d'un produit ou d'un service, ainsi que dans les factures et quittances, l'emploi de la langue française et obligatoire est... »⁽²⁾.

ولكن الواقع يكشف عن عدم جدوى الإشهار في تبصير تنوير إرادة المستهلك بقدر استغلاله في التمويه، حيث تختلط الحقيقة بالمبالغة والكذب وتتأثر تبعا لذلك اختيارات المستهلك فيصبح رضاه في الإقبال على التعاقد معينا غير سليم.

وقد أولى المشرع الجزائري- على غرار التشريعات المختلفة- أهمية خاصة للإشهار باعتباره وسيلة فعالة للتعريف بالمنتوج وتقريب وجهة نظر المستهلكين في علاقاتهم بالمنتجين وكبار المحترفين من خلال حماية المستهلك من كل إشهار مضر⁽³⁾.

والإشهار المضر هو كل عرض أو بيع من شأنه أن يدخل لبسا في ذهن المستهلك حول طبيعة المنتوج، تركيبه والأجل الأقصى لصلاحيته استهلاكه⁽⁴⁾.

ثانيا: جريمة الإشهار المضلل وعقوبتها

يهدف الإشهار المضلل إلى شل قدرة المحترفين المتنافسين على مسايرة الأسعار المقترحة، لهذا السبب قرر المشرع الجزائري حضر الإشهار الكاذب أو الغامض أو المضلل "Publicité trompeuse "fausse ou de la nature induire en erreur"⁽⁵⁾، ومجرد

¹ - يكون الإشهار قانونيا إذا كانت الرسالة الإشهارية تتضمن ملصقات عن السلع والخدمات، ومنطوية على فكرة النظام العام والآداب العامة السائدة في مكان الإشهار مع الترخيص بالإشهار من الجهات المعنية.

² - REgis Fabre, Droit de la publicité et la promotion des ventes, Edition Dalloz, France, 1996, P12.

³ - قانون الإعلام رقم 90-07، المؤرخ في 1990/04/09، يتعلق بالإعلام، ج.ر. عدد 14، صادر في 1990/04/14.

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 90-366، متعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، مرجع سابق.

⁵ - ناصري نبيل، مرجع سابق، ص 144.

الخطأ فيه معاقب عليه⁽¹⁾، كما اعتبر قانون الإشهار الجزائري لسنة 1999 (المادة 41) الإشهار كاذبا إذا تضمن إدعاءات أو إشارات أو عروض خاطئة من شأنها أن تخدع المستهلك....⁽²⁾.

يؤكد القانون رقم 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على حصر الإشهار التضليلي في المادة 28 منه، وحدد هذا القانون ثلاثة صور للإشهار التضليلي:

- تقديم تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته، أو مميزاته.
- أن يتضمن الإشهار عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر مع منتجاته أو نشاطه.
- إذا تعلق الإشهار بعرض معين للسلع أو الخدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف لتلك السلع أو لا يمكن ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع الإشهار.

ويعتبر القانون رقم 04-02 متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تقديم إشهار تضليليا بمثابة ممارسة تجارية غير نزيهة (منافسة غير مشروعة)، يعاقب عليها بغرامة مالية من 50 ألف دينار إلى 5 ملايين دينار جزائري (المادة 38)⁽³⁾.

واشترط المشرع الجزائري لقيام جنحة الإشهار المضلل، مجرد إثبات النيابة العامة بأن الرسالة الإشهارية كاذبة أو من شأنها أن تحدث غموضا في ذهن المستهلك. أما سوء نية

¹ - بركات كريمة، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 119.

² - Gross Bernard, op, cit, p 96.

³ - أنظر المادة 38 من قانون 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.
كذلك: قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية (على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999) مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر 2000-2001، ص 60.

المعلن أو إهماله فليس شرطا لقيام الجريمة، لذا المشرع يعاقب عليه بغض النظر عن وقوع ضرر المستهلك من عدمه⁽¹⁾.

المطلب الثاني

منح المستهلك حق التجربة وآجل للتفكير والتدارك

لا جدوى من إحاطة المستهلك علما بالبيانات دون إعطائه مهلة أو فرصة للتفكير قبل الإقدام على إبرام العقد، ولذلك يقال أن -التفكير هو المكمل للإعلام، والقانون وإن كان لا يجبر- المستهلك على التفكير- لكن على الأقل يلزم المتعاقد معه أو المهني والهدف من هذا الإلزام قبل المستهلك هو القضاء على ظاهرة شائعة تتمثل في لجوء بعض هؤلاء-المهنيين- إلى رفض تسليم نماذج العقود للمستهلكين، إلا بعد التوقيع عليها بما يفيد التعاقد، حارمين المستهلك بهذه الطريقة من أية إمكانية للتفكير المسبق في شروط العقد قبل إبرامه، وبهذا الالتزام يصبح تسليم نماذج العقود إلى المستهلك قبل إبرام العقد أمر إلزاميا لذلك تنبه المشرع الجزائري إلى وجود ممارسات تجارية تعتمد في جوهرها على أسلوب الاختيار والتفكير والتدارك من قبل المستهلك ليكن رضاه صحيحا من خلال منحه فرص الاختيار والتفكير لتقرير حق التراجع ونقد على مجموعة من الأحكام بقصد حمايته في عقود محدّدة تتناول منها البيع بشرط التجربة (الفرع الأول)، والقرض الاستهلاكي (الفرع الثاني)⁽²⁾.

الفرع الأول: البيع بشرط التجربة

هو البيع الذي يتفق فيه على أن للمشتري حق تجربة المبيع ولا يشترط أن يكون الاتفاق صريحا بل قد يكون ضمنيا من ذلك ما جرت عليه العادة منه على التجربة بالنسبة لبعض الأشياء كالملابس الجاهزة وقد بينت المادة 355⁽³⁾ من الفقرة الأولى من لقانون المدني الجزائري

¹ - بركات كريمة، مرجع سابق، ص 121.

² - عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية مصر، 2006، ص 41.

³ - المادة 1/355 من أمر رقم 75-58، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

أحكام البيع بشرط التجربة ونصت على أنه "في البيع على شرط التجربة يجوز للمشتري أن يقبل المبيع أو يرفضه وعلى البائع أن يمكنه من التجربة فإذا رفض المشتري المبيع يجب عليه أن يعلن الرفض في المدة المتفق عليها فإن لم يكن هناك إتفاق على المدة ففي مدة معقولة يعينها البائع فإذا انقضت هذه المدة وسكت المشتري مع تمكنه من تجربة المبيع اعتبر سكوت قبولاً".

ونصت الفقرة الثانية من المادة 355 من القانون المدني الجزائري على أن يعتبر البيع على شرط التجربة بيعاً موقوفاً على شرط القبول إلا إذا تبين من الاتفاق أو الظروف أن البيع معلق على شرط فاسخ، كما أنه من غير المقبول أن يكيف بيع التجربة بأنه بيع معلق على شرط واقف إذا ما دام للمشتري حرية القبول والرفض⁽¹⁾.

وقد تناول القانون رقم 09-03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هذا الحق في المادة 15 منه التي تنص على أنه يستفيد كل مستهلك لأي منتج مذكور في المادة 13 من نفس القانون من حق التجربة⁽²⁾.

ومن الناحية القانونية فإن شرط التجربة يوفر ميزة عدم الارتباط النهائي بالعقد إلا بعد الاقتناع الكامل بالشيء بناء على تجربته واستعماله خاصة بالنسبة للأشياء التي لا يكفي مجرد رؤيتها للحكم على صلاحيتها وهي المنتجات المدرجة ضمن التكنولوجيا الحديثة، حيث يتعذر على المستهلك الإلمام بخصائصها ووظائفها وملائمتها⁽³⁾، وبالشكل المتقدم، فإن شرط البيع بشرط التجربة يقدم حماية فعلية للمستهلك بالنظر إلى جهله الأصول الفنية للشيء الذي يشتريه وذلك من خلال إمداده بوسائل المعرفة المبينة على التجربة والاختيار للشيء المقتنى⁽⁴⁾.

¹ - أنظر المادة 2/355 من أمر رقم 75-58، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

² - المادة 15 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانونية، منشأة المعارف الإسكندرية، 2004، ص 822.

⁴ - محمد إبراهيم قنوار، البيع بشرط التجربة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 11.

ويبقى أن نتساءل عن مدى مساهمة البيع بالعربون في تحقيق الحماية للمستهلك وذلك من خلال منحه الحق في نقض العقد والرجوع فيه خاصة أن الأصل في القانون الجزائري أن دفع العربون يفيد حق العدول⁽¹⁾.

إن البيع بالعربون يتضمن حكماً ينال جزءاً معتبراً من مقومات حماية المستهلك وهو جانب مادي يمكن إجماله في ذلك المقابل الذي يدفعه المستهلك متى قرّر العدول عن العقد ويمكن تكييف هذا الحكم على أنه صورة من صور الضغط على المستهلك قد تؤدي به إلى قبول المبيع دون قناعة كاملة أو رضا تام وهو بذلك لا يحقق الحماية الفعلية للمستهلك، ولهذا ينبغي على القانون الخاص بالمستهلك أن يتضمن لتكريسه حق الرجوع نصاً يلزم المنتج أو البائع بعدم تلقي أي أموال أي شكل⁽²⁾.

وجانب من الفقه القانوني يرى أن المستهلك له الحق في خيار الرؤية كأن يشتري السلعة عن طريق الأنترنت، ولم يكن قد رأى البضاعة، وإنما رأى صورتها أو علم بأوصافها المكتوبة على شاشة الحاسب الآلي، فإذا ما تسلم السلعة لاحقاً كان له حق خيار الرؤية ومن ثم إمضاء العقد أو فسخه، شرط ألا يكون تسليم السلعة، لأن تسلمها ينفي حق خيار الرؤية، وهذا الحق ثابتاً له حماية من أي تلاعب أو تدليس من البائع، وحق الرجوع أخذ به المشرع الفرنسي دون علم بالطبع من أن الشريعة الإسلامية تؤسس لهذا الحق، ورغم تعارض هذا الحق مع مبدأ- **القوة الملزمة للعقد** - إلا أنها من أكثر وسائل حماية المستهلك، وهناك كذلك نظرية- **العقد غير اللازم**- في الشريعة الإسلامية الغراء، وهو عقد يقبل باتفاق الطرفين أو بطبيعته أو بحكم شرعي الرجوع فيه بالإرادة المنفردة لأحد المتعاقدين، دون أن يتوقف ذلك على رضا المتعاقد الآخر⁽³⁾.

¹ - المادة 72 مكرّر من أمر رقم 75-58، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق.

² - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 101.

³ - عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص ص 30-31.

الفرع الثاني: عقد القرض الاستهلاكي

يتمثل القرض الاستهلاكي في كل قرض لتمويل شراء السلع والخدمات الاستهلاكية أي يبرم من أجل تلبية حاجات المستهلك الشخصية أو الأسرية، ولقد اشترط المشرع في هذه الخدمة أن تكون شفافة من حيث عرضها، مضمونها ومدة الالتزام أي العقد وآجال تسديد القرض، ويجب أن يحرر كل هذا في عقد⁽¹⁾، وهذا ما أكدته المادة 1/20 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية السارية المفعول، يجب أن تستجيب عروض القرض للإستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية العرض المسبق وطبيعة ومضمون ومدة الإلتزام وكذا آجال تسديده، ويحرر عقد بذلك"⁽²⁾.

وفي حالة مخالفة هذه الإلتزامات يعدّ المتدخل مرتكباً لجريمة أخرى مضمونها مخالفة الإلتزامات المتعلقة بعروض القرض للإستهلاك من حيث عدم استجابتها مثلاً لرغبات المشروع المستهلك، إذ تعلق الأمر بشفافية ونزاهة العرض المسبق وكذلك طبيعته ومضمونه بالإضافة إلى الإلتزام بتسديد القروض في الآجال والمدة المتفق عليها، وكل هذا يحدده عقد بين الطرفين يتضمن كل هذه الإلتزامات وتمثل مخالفة هذه الإلتزامات الركن المادي في هذه الجريمة يضاف له الركن المعنوي أو القصد الجنائي وهو القيام بالفعل السابق عن نية وإدراك بأن ما يقوم به فعل مجرم⁽³⁾.

¹ - ويزة لحراري (شالغ)، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 26.

² - المادة 1/20 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - خالدي فتية، «الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش»، مداخلة أقيمت في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة بجاية، أيام 17-18 نوفمبر 2009، ص 372.

لقد اهتمت التشريعات المقارنة بخدمة القرض الاستهلاكي اهتماما كبيرا، نظرا لانتشارها الواسع بين المستهلكين فيما يعرف بالانتماء الاستهلاكي أو العقاري⁽¹⁾، وبين المحترفين فيما يعرف بالانتماء الإنتاجي الاستثماري⁽²⁾.

تنص المادة 20 الفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على الآتي: "دون الإخلال بالأحكام التشريعية السارية المفعول، يجب أن تستجيب عروض القرض للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية العرض المسبق وطبيعة ومضمون ومدة الالتزام وكذا آجال تسديده، ويحرر عقد بذلك"⁽³⁾.

تعتبر الحاجة إلى تنظيم هذه المسألة ماسة، لما أثبتته واقع الممارسة البنكية من إحفاف في حق المستهلك، نظرا لوجوده في وضعية ضعف قبل هذه البنوك والمصاريف التي تمتلك من الوسائل المالية والفكرية ما تمتلك، تجعلها تصيغ الشروط من جانب واحد فتدخل المشرع لإضفاء نوع من التوازن على هذه العلاقة العقدية⁽⁴⁾.

وينعكس التطور الاقتصادي والتحول المجتمعي حتما على نمط الأفراد وتقاليد استهلاكه وقد برزت حاجيات استهلاكية جديدة ومتعددة، أصبح اللجوء إلى قروض الاستهلاك إحدى الوسائل الشائعة لتلبيتها، وذلك لمحدودية القدرة الشرائية لفئات المجتمع وسرعة القروض الاستهلاكية عن تغطية مصاريف عاجله لا يمكن مواجهتها عبر الادخار الشخصي، فيما يخص أهميتها الاجتماعية، ويعتبر القرض الاستهلاكي أكبر خطر يحيط بالمستهلك لكونه عقد إذعان ولذلك يمكن المقرض إملاء شروطه على المقترض، ولا يملك سوى التسليم بها دون أية

¹ - بتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، 2012-2013، ص 63.

² - ويزة لحراري (شالغ)، مرجع سابق، ص 25.

³ - المادة 20 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

⁴ - ويزة لحراري (شالغ)، مرجع سابق، ص 25.

مناقشة⁽¹⁾، ولأن نسبة الإغراء في هذا النوع من القروض تكون كبيرة، ونظرا لحاجة المستهلكين في قبول هذه الإغراءات فإن تكريس ضمانات تؤمن حالات التسرع في توقيع وقبول العقود الاستهلاكية عموما وعقود القرض بصفة خاصة من أجل ضمان سلامة رضا المستهلك ويمكن ذكر أهم هذه الضمانات كما يلي:

أولا: ضمانات ذات طابع وقائي

تتمثل هذه الضمانات فيما يلي:

- المهلة التي يخولها القانون للمستهلك من أجل التفكير الإيجاب قبل إعلانه القبول⁽²⁾ خلافا للأصل العام المقرر في القانون المدني والتي تقضي بسقوط الإيجاب إذ لم يرتبط به قبول فورا وقبل انقضاء مجلس العقد.
- شفافية العرض: وهي قاعدة جوهرية أساسها مبدأ سلطات الإرادة توفر المتعاقدين العلم ببنود العقد وأحكامه بدقة ووضوح.
- يتطلب القانون بيانات معينة في العرض بهدف حماية المستهلك من خلال إعلامه بحقوقه وحدود التزامات الطرف الآخر، في ضوء ما تسمح به أصول المهنة التي لا يعلم المستهلك منها شيئا.
- وجوب تحرير عقد: عندما يتطلب القانون الكتابة لإثبات المبالغ التي تزيد على حد معين فإنه يوفر في ذات الوقت الوسيلة التي تسمح للمستهلك بالإطلاع على العقود التي يبرمها المنتج أو البائع، وبهذه الوسيلة فإن المستهلك يمكنه أن يقدم على إبرام العقد الذي يعدّه البائع مسبقا وعلى علم بكل الشروط والأوضاع التي يتم التعاقد وفقا لها وعلى الرغم من المزايا التي توفرها العقود الشكلية فإن إعدادها بواسطة

¹ - بولوط عقيلة، بوحزام بلال، بوسنان فاطمة، بوشنقة نوال، رزيق فيروز، شراطة فائزة، فنون وداد، مكافحة الشروط التعسفية في عقود الإذعان في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في القانون، قسم الحقوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل، 2011، صص 10-11.

² - جميعي حسن عدد الباسط، حماية المستهلك، "الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، صص 43-44.

المحترفين يعني سيطرتهم على مضمونها وتضمينها الشروط التي يريدونها وقد يصعب فهم تلك الصياغة أو الشروط القانونية من قبل المستهلك وهناك من المستهلكين الذين يوقعون على العقود الخاصة ببيع السلع المتداولة دون أن يفكروا في قراءة العقد بإمعان⁽¹⁾.

ثانيا: ضمانات ذات طابع علاجي

وذلك يتمكن المستهلك من العدول عن قبوله بعد تمام اقتترانه بالإيجاب خلال أجل معين يعبر عنه بمهلة التدارك أو الاستدراك، وتلك خلافا للنظرية العامة للعقد المقررة في المادة 106 ق.م.ج بأن "العقد شريعة المتعاقدين، لا يجوز نقضه، ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين...".

فلا يمكن اعتبار حق المستهلك في الانسحاب هو فسخ بالإرادة المنفردة للمستهلك واعتداء على مبدأ سلطان الإرادة في العقود كما تقرره المادة 106 ق.م.ج⁽²⁾، والمهلة المعطاة للمستهلك تكون قبل انعقاد العقد أو بعده، فهذه الفترة من الوقت تمكنه من استشارة معارفه أو أصحاب الخبرة لتفادي الشروط المجحفة ومصاعب تنفيذ العقد، وتعميمها ليس في كل العقود بل عقود محدّدة فقط.⁽³⁾

المبحث الثاني

مدى تشديد مسؤولية المنتج وتفعيل نظام الرقابة على السلع والأسواق

إن أهم ما يميز قانون حماية المستهلك هو اكتفائه بتكريس الجزاءات الجنائية وعدم اعتناؤه بتنظيم الجزاءات المدنية المترتبة عن الإخلال بواجب الإعلام، السلامة والمطابقة وعليه فإن المشاكل والأضرار الناجمة عن استهلاك وتناول مواد خطيرة ومعيّنة تعالجها في إطار القواعد العامة للمسؤولية وعليه من الصعب التحدث على مسؤولية المنتج في المجال

¹ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 102.

² - المادة 106 من أمر رقم 75-58، يتضمن القانون المدني، مرجع سابق

³ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 103.

الاستهلاكي إن لم نتمكن من إثبات خطئه طبقاً لقواعد المسؤولية التي تنبني على ثلاثة أركان وهي: الخطأ، الضرر والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر⁽¹⁾، لذا في هذا الفصل سنقوم بدراسة مسؤولية المنتج وتفعيل نظام الرقابة على السلع والأسواق فأهم ما يميز المنتج هو وجوده في وضعية تفوق وضعية المستهلك بما يحوزه من معارف تقنية ومعلومات فضلاً عن القدرات المالية لهذا كان غرض قانون حماية المستهلك هو إعادة توازن المفقود في العلاقة بين المنتج والمستهلك (المطلب الأول)، وكذا استعراض دور هيئات الرقابة في حماية المستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مدى تشديد مسؤولية المنتج

يكون المنتج مسؤولاً عن كل ما يحدثه المنتج أو الخدمة المعروضين للاستهلاك من أضرار المستهلكين، كما يكون مسؤولاً عن كل مخالفة للقانون يحتوي عليها المنتج أو الخدمة المعروضين للاستهلاك⁽²⁾.

قد يتولى المنتج بيع المنتوجات مباشرة للعملاء، وعندئذ ينبغي عليه باعتباره بائعاً أن يقوم بتسليم هذه المنتجات على النحو الذي يتفق وطبيعتها (المادة 367 ق.م.ج)، سواء هذا التسليم لديه أ في محله أو تم لدى المشتري. ويتولى هو بنفسه عملية توصيل منتجاته إلى زبائنه من المستعملين والمستهلكين⁽³⁾.

نظراً لاختلاف المنتوجات وتنوعها، فإن التزام المنتج بالإعلام يختلف في محتواها باختلاف طبيعة المنتج الفنية، مما يجعل مسؤوليته تختلف باختلاف مضمون التزامه بالإعلام

¹ - محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطيرة، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 8.

² - يجباوي كهينة، مرجع سابق، ص 85.

³ - مامش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012-2013، ص 27.

لهذا نبحث في دراسة مسؤولية المنتج عن منتوجاته الخطيرة بحسب طبيعتها (الفرع الأول) ومسؤوليته عن السلع الخطيرة بسبب عيب فيها (الفرع الثاني) (1).

الفرع الأول: مسؤولية المنتج عن الأضرار الناتجة عن منتجات خطرة بطبيعتها

نقصد من المنتوجات الخطيرة بطبيعتها تلك التي يمكن الخطر بطبيعتها ذاتها وتنتج لتفي بالغرض المقصود منها (كمواد الحفظ السامة). وقد تكون منوطة على بعض عناصر الخطر (كالمشروبات الغازية التي يمكن أن تتخمر تحت تأثير حرارة الجو بما يحيلها إلى مادة قابلة للانفجار) (2).

تعد الأضرار التي تحدث بسبب ما يكتنف المنتوج أو يحيط استعماله من خطورة، أحد أوجه الاختلال بالالتزام بأمن المستهلك الجسدي، والتي يتضح من خلالها كيفية الرجوع على المنتج فالشيء الخطير بطبيعته يرتبط بأداء يلتزم المدين به (3).

نقوم بالبحث في طبيعة مسؤولية المنتج وضرورة إثبات الخطأ (أولاً)، ومظاهر خطأ المنتج (ثانياً).

أولاً: طبيعة مسؤولية المنتج وضرورة إثبات الخطأ

لا يمكن للمشتري المضرور من منتج ما بسبب طبيعته الخطرة، الرجوع على المنتج البائع بموجب قواعد ضمان العيوب الخفية وأن المنتج لم يقم بإخطاره أن تنبيهه إلى خطورة المنتج، وذلك لأن البائع لا يلزم بالإخطار إلا عن خصائص الشيء المبائع وفقاً لقواعد ضمان العيوب الخفية.

¹ - محمد شكري سرور، مرجع سابق، ص 8.

² - كالم جيبية، مرجع سابق، ص ص 87-88.

³ - بدر حامد الملا، الالتزام بسلامة المضرور الجسدية من الأضرار التي تسببها المنتجات، أطروحة لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص، جامعة الكويت، الكويت، 2004، ص 127.

1- طبيعة مسؤولية المنتج

يجب على المنتج أن يتخذ كل ما يمكن من الاحتياطات التي تحول دون تحقق الخطر الكامن في المنتجات المصنوعة الخطرة بطبيعتها. فإن ثبت تقصيره، كان مسؤولاً عن تعويض ما يحدث للمستهلك أو المستعمل من أضرار⁽¹⁾، وقد يكون هذا الأخير من الغير في العلاقة بالمنتج في هذه الحالة عليه بالرجوع بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية⁽²⁾، وترجع مسؤولية المنتج إلى عدم توخي الحيطة والحذر في لفت انتباه المستهلكين إلى المخاطر الملازمة للمنتجات الخطرة بطبيعتها⁽³⁾، أما إذا كان تربطه به عقد بيع فإن هذا الرجوع يتأسس - في نظر الفقه والقضاء - على أساس المسؤولية العقدية، ويرى البعض أكثر من ذلك بأن المشتري المضرور لا يمكنه أن يتخلى عن صفاته كمتعاقد ليرجع على المنتج بالمسؤولية التقصيرية.

2- ضرورة إثبات خطأ المنتج

إذا كان يربط بين المضرور والمنتج عقد بيع، فإن مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطيرة بطبيعتها تكون ذات طبيعة عقدية تستلزم على المضرور إثبات الخطأ في جانب المنتج، فيكون على المضرور إقامة الدليل على أن المنتج لم يبذل القدر من العناية الواجب عليه في هذا الخصوص، أي أن التزام المنتج في هذه الحالة، لوقاية المستهلك من خطر المنتجات، هو مجرد التزام بوسيلة⁽⁴⁾.

¹ - زهير بن زكريا حرج، الخطأ في المسؤولية المدنية، دراسة مقارنة في النظام الأنجلوسكسوني وفي النظام اللاتيني رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة دمشق، سوريا، 1999، ص 246.

² - محمد شكري سرور، مرجع سابق، ص 15.

³ - سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2008، ص 121.

⁴ - Larroumet Christian, « la responsabilité du fait des produits défectueux après la loi du 19 mai 1998 », Recueil Dalloz, N° 33, 24 Septembre 1998, P 311.

يقع في الحقيقة على عاتق المنتجين والبائعين المحترفين التزام بتحقيق نتيجة تتمثل في تسليم شيء خال من العيوب، بمعنى آخر شيء صالح للاستعمال الذي خصص له والمشتري يكتفي بإثبات عدم تحقق هذه النتيجة كلياً أو جزئياً⁽¹⁾.

إذا كان المضرور من الغير بالنسبة للمنتج، فإن رجوعه بالمسؤولية التقصيرية، يلزمه بإقامة دليل على خطأ في جانب المنتج، يتمثل في خروجه عن السلوك المألوف وإخلاله بالالتزام والواجب العام الذي يفرضه عليه القانون، مما تسبب في حدوث الضرر⁽²⁾.

يقصد بمصطلح "الغير" حسب القضاء الفرنسي، أفراد عائلة وضيوف المشتري للمنتج كل هؤلاء يمكنهم الرجوع على المنتج بدعوى المسؤولية التقصيرية⁽³⁾.

يلتزم المضرور بالإقامة الدليل على وجود خطأ في جانب المنتج كما عليه أن يثبت وقوع الضرر ويفترض دائماً أن الضرر قد نشأ عن الخطأ، والإثبات يكون بجميع طرق الإثبات⁽⁴⁾ وقد يتعذر على المضرور إقامة دليل على وجود الخطأ لأن الأمر يقتضي تتبع المنتج في مراحل صنعه المختلفة للتعرف على سلوك المنتج⁽⁵⁾.

ثانياً: مظاهر خطأ المنتج

قد يرتكب المنتج خطأ في منتجاته الخطرة بطبيعتها بسبب ضرر المستهلك أو المستعمل ولهذا الخطأ مظهرين: الإخلال بواجب الإعلام أو عدم كفاية الاحتياطات المادية التي يجب أن يتخذها في شأن هذه المنتجات.

¹ -Letourneau philippe, responsabilité civil professionnel, 2^{ème} édition, Dalloz, Paris, 2005, P 86.

² - محمد شكري سرور، مرجع سابق، ص 16.

³ - زاهية حورية سي يوسف، «الخطأ التقصيري كأسس لمسؤولية المنتج»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 01، جانفي 2006، ص ص 36 - 57.

⁴ - كجار زاهية حورية (سي يوسف)، مرجع سابق، ص ص 196 - 198.

⁵ - محمد عبد الظاهر حسين، خطأ المضرور وآثره على المسؤولية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002 ص ص 10-11.

1- مسؤولية المنتج بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام

يلتزم المنتج بإعلام المستهلك عن صفة الخطرة للمنتج، بالإدلاء ببيانات بتبين خطورة هذا الأخير، وكيفية حيازته وتخزينه واستعماله والتخلص منه بطريقة آمنة، وذلك بقصد تحقيق استعمال الأمن وتفاذي أو الإنقاص من إصابة المستهلك بأضرار⁽¹⁾.

يبين الملتمزم بالإعلام أولاً طريقة استعمال الشيء حتى يتفادى المستهلك ما ينتج عنه من أخطار نتيجة استعماله بشكل خاطئ، ويكون مسؤولاً عن تقصيره في بيان طريقة الاستعمال، بل يلتزم إضافة إلى ذلك بتحذير المستهلك من جميع الأخطار، ويشترط الفقه في التحذير ما يلي:

أ- أن يكون التحذير كاملاً

يعني أن يكون محيطاً بكل خطر ممكن أن ينجم عن المنتج سواء كان بسبب حيازته أو تخزينه أو استعماله أو حتى التخلص منه، إن يجب أن يحتوي التحذير جميع الأخطار مهما بلغت جسامتها أو ضعف أثرها⁽²⁾.

ب- أن يكون التحذير مفهوماً

يقصد به أن يصاغ التحذير في عبارات سهلة تسمح للقارئ الإلمام بمخاطر السلعة ووسائل الوقاية منها، لذلك يجب على المنتج أن يبتعد عن استعمال المصطلحات الفنية المعقدة كذلك التي توجد في المستحضرات الطبية، وعبارات التحذير تتسم بالبساطة وترفق بالرسم لفهمها، وتصاغ بأكثر من لغة متضمنة لغة المنتج الوطنية، ولغات أخرى⁽³⁾.

¹ - حمدي أحمد أسعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة لشيء المبيع، دراسة مقارنة بين القانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلامي، رسالة دكتوراه في القانون، جامعة القاهرة، مصر، 1998، ص 4.

² - علي سيد حسن، طبيعة ونطاق مسؤولية البائع عن الأضرار التي تصيب راغبي الشراء، دار النهضة العربية القاهرة 1985، ص ص 138-139.

³ - حمدي أحمد أسعد، مرجع سابق، ص 212.

ج- أن يكون التحذير ظاهرا

يقصد بذلك أن يكون التحذير واضحا ويلفت نظر المستهلك فوراً، وأن يكون لصيق بالسلعة، وأن يكتب بحروف ظاهرة تتسم بطباعة سليمة وبحجم كبير⁽¹⁾.

2- مسؤولية المنتج بسبب عدم كفاية الاحتياطات المادية اللازمة

إلى جانب قيام المنتج بواجب الإخبار أو التحذير يجب عليه أن يتخذ كل الاحتياطات المادية التي تقتضيها طبيعة المنتجات سواء عند تجهيزها للتسويق (بتعبئتها وتغليفها) أو عند تسليمها للمستهلكين أو المستعملين لكي يجنبهم التعرض للخطر، وتقصيره في اتخاذ هذه الاحتياطات يمكن أن يعرضه للمسؤولية في مواجهة المضرورين.

أ- مرحلة تجهيز المنتجات للتسويق (التعبئة والتغليف)

تجهيز المنتجات الخطرة بطبيعتها للتسويق، بتعبئتها أو تغليفها، يهدف إلى الحيلولة دون تحقق الخطر الكامن فيها هنا يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك أو المستعمل، حيث يتعين على المنتج أن يختار من أشكال التجهيز ووسائله، ما يشكل عوائق مادية تقي المستهلك خطر هذه المنتجات، وفي هذه المرحلة إذا كان التجهيز معيباً فنياً بحيث لا يمكن أن يتفطن إليه المستعمل العادي، يكون من السهل على المضرور إثبات خطأ المنتج.

ونقصد بالتجهيز المعيب فنياً، ذلك الذي لا يتناسب وطبيعة أو خواص المنتجات نفسها كاختيار حاويات للمنتجات مصنوعة من مواد يمكن أن تتفاعل مع العناصر المكونة للمنتجات مما يؤدي إلى فسادها وخطورة استعمالها⁽²⁾.

¹ - زهير بن زكريا حرج، مرجع سابق، ص 252.

² - جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك عن الأضرار الناجمة عن عيوب المنتوجات الصناعية المبيعة، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانونين المصري والكويتي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص 324.

ب- مرحلة تسليم المنتجات

قد يتكفل المنتج ببيع منتجاته بنفسه مباشرة للعملاء وعندئذ فإنه يقوم باعتباره بائعاً بتسليمها لهم، على النحو الذي يتفق وطبيعتها، وفي الحالة التي كانت عليها وقت البيع.

يجب على المنتج في هذه الحالة أن يتخذ كل الاحتياطات الضرورية التي تكفل تسليم منتجاته بسلامة بطبيعتها على نحو يجعل من المستحيل حدوث ضرر للشخص الذي يتسلمها فإذا كانت هذه المنتجات مما يمكن أن ينفجر بفعل الحرارة على أثر تمدد عناصرها كان من الواجب على المنتج أن يخضعها لقرار من التبريد قبل تسليمها⁽¹⁾.

يتمتع على المنتج تسليم المنتج الخطر للشخص الذي يظهر من حالته أنه لن يحسن إدراك الخطر الذي يتهده، كالمجنون أو السكران، أو الصغير السن... إلخ، ولا يمكن للمنتج أن يتحلل من المسؤولية بأن يتذرع بأنه قد نبه المستلم إلى الخطر الكامن في المنتج وأن هذا الأخير لم يفهم تنبهاته⁽²⁾.

الفرع الثاني: مسؤولية المنتج عن الأضرار الناتجة عن منتجات خطيرة بسبب عيب فيها

نقصد بالمنتجات الخطرة بسبب عيب فيها هي المنتجات الغير خطيرة بطبيعتها والتي تصبح كذلك بسبب صنعها مشوبة بعيب خفي، كجهاز تلفزيوني مشوب بعيب فني يؤدي إلى انفجار شاشته في وجه المتفرجين.

وقد تكون هذه المنتجات خطيرة بطبيعتها لكنها تصبح أكثر خطورة إذا إنطوى عليها عيب تسبب أضرار للمستهلك أو المستعمل وعليه يتعين على المنتج باعتباره شخص متخصص

¹ - محمد سليمان فلاح الرشيد، نظرية الالتزام بضمان السلامة في إطار تطور المسؤولية العقدية، دراسة مقارنة رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة عين شمس، مصر، 1998، ص 482.

² - محمد شكري سرور، مرجع سابق، ص 36.

أن يلتزم بالضوابط الفنية المعروفة في مجال الإنتاج الذي يباشره وأن يجري تجربتها قبل أن تصل بأيدي المستهلكين، وإذا حدث تقصير من جانبه يمكن أن يعرضه للمسؤولية⁽¹⁾.

أولاً: العيب في المنتج

نصت المادة 140 مكرر من القانون المدني على أنه: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية"، وحسب هذه المادة فالشرط الثاني لقيام مسؤولية المنتج هو أن يكون الضرر ناتج عن عيب في منتوجه ولو لم يتعاقد مع المتضرر لذا جعل المشرع العيب في المنتج أساس مسؤولية المنتج وليس الخطأ⁽²⁾، فما المقصود بفكرة العيب وكيف يتم تقديره.

1- المقصود بالعيب

هو الركن الذي يحصر قاعدة الخطأ في دائرة المسؤولية العقدية والتقصيرية على حدّ سواء، فشرط العيب في المسؤولية على المنتجات المعيبة هو الذي يميز نظام مسؤولية المنتج عن كل من المسؤولية الخطئية أي التي تقوم على الخطأ والمسؤولية اللاخطئية أو المطلقة فمسؤولية المنتج تقوم بغض النظر عن الخطأ، ولكنها ليست مسؤولية مطلقة وإنما تتطلب إثبات وجود العيب في المنتج، نتج عنه الضرر⁽³⁾.

حدّد المشرع المقصود بالعيب في ظل القواعد المتعلقة بحماية المستهلك، بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، حيث تنص المادة الثالثة

¹ - محمد شكري سرور، مرجع سابق، ص 43.

² - عولمي منى، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2003-2006، ص 15.

³ - د. سالم محمد الرديعان العزاوي، مرجع سابق، ص 74.

منه على ما يلي: "يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له...⁽¹⁾."

2- تقدير العيب

يكون المنتج معيبا إذا لم يوفر السلامة والأمان التي يريها المستهلك منه، لكن مع ذلك فإن تقدير هذا العيب لا يخضع لتقدير الشخصي للمستهلك المنتج وإنما تقديره يكون تقديرا موضوعيا من قبل القاضي⁽²⁾، ويبقى للقاضي سلطة تقديرية في تحديد العيب على ضوء ما يتوافر لديه من معطيات حول الظروف المحيطة بمستهلك المنتج⁽³⁾.

ثانيا: العيب سبب الضرر

لقيام مسؤولية المنتج يشترط إلى جانب تحقق العيب أن ينتج ضررا، وعليه هل يمكن أن تكون محلا للتعويض من قبل المنتج جميع الأضرار، إذا نتجت عن المنتج المعيب.

لم يبين المشرع الجزائري في القانون المدني عدد تكريسه للمسؤولية الخاصة بالمنتج ماهية الأضرار التي تكون محك للتعويض وفقا لهذه المسؤولية، على خلاف المشرع الفرنسي الذي نص على التعويض عن الأضرار في مجال المسؤولية الخاصة بالمنتج وتشمل ما يلي:

1- الأضرار الماسة بالشخص

حسب نص الفقرة الأولى من المادة 1386 من التقنين المدني الفرنسي فإن التعويض يشمل جميع الأضرار التي تمس الشخص لاسيما ما يلي:

¹ - تدريسة كريمة، «شروط مسؤولية المنتج»، مداخلة للملتقى وطني حول المنتج عن فعل منتجاته المعيبة كوسيلة لحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يوم 26 جوان 2013، ص 59.

² - خيال محمود السيد عبد المعطي، المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة ومخاطر التقدم، مكتبة دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 49.

³ - جمعي حسن عبد الباسط، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة" دراسة مقارنة في ضوء تطور القضاء الفرنسي وصدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في 19 مايو 1998"، دار نهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص 188.

- تعويضات مالية عن الضرر الجسدي (كنفقات العلاج)
- تعويضات عن الأضرار المعنوية (كالآلام النفسية التي يعانيها بسبب التشوهات تلحق به بسبب الحادث).

2- الأضرار الماسة بالأموال

بموجب القانون الفرنسي لعام 1998 كان نص المادة 1386 يشير إلى تعويض الأضرار التي تمس الشخص أو بمال آخر غير المنتج المعيب نفسه، ومن ثم كانت الأضرار التي تستوجب التعويض بموجب المسؤولية الخاصة للمنتج تمتد لتشمل أيضا الأضرار التي تمس أموال مستعمل المنتج ولكن ما عدا تلك التي تمس المنتج المعيب ذاته⁽¹⁾.

المطلب الثاني

دور هيئات الرقابة في حماية المستهلك

تمثل وظيفة الرقابة أكبر الضمانات على مصداقية ونزاهة الممارسات الصادرة من المهنيين الملزمون بعدم التعرض لقانون المنافسة والممارسة التجارية (الفرع الأول) وعليه فإن قوانين الدول تحول القضاء سلطة الرقابة (الفرع الثاني)، كما يفرض الواقع إنشاء أجهزة متخصصة تمارس رقابة فنية وميدانية في مجالات محددة (الفرع الثالث)⁽²⁾.

الفرع الأول: أنواع الرقابة

لقد تعددت التعاريف وتتنوع باختلاف الزاوية التي ينظر منها إلى الرقابة، فقد عرفت بأنها: "ذلك النظام الذي يتم من وراءه عملية المتابعة المستمرة لمختلف الأنشطة، والظروف المحيطة بهدف منع حدوث الانحرافات أو اكتشافها والعمل على تصحيحها، تفاديا لتكرارها في المستقبل"⁽³⁾.

¹- تدريست كريمة، مرجع سابق، ص ص 63-65.

²- صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 110.

³- شكلاط رحمة، «الأجهزة الرقابية على القطاع المصرفي»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02، 2006، ص 116.

كما عرفت بأنها: "خضوع شيء معين لرقابة هيئة أو جهاز يحدده القانون، وذلك للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المحددة قانوناً⁽¹⁾."

فلا يمكن تصور سوق تسوده منافسة تامة بدون رقابة، لأن هذا يؤدي حتماً إلى ظهور ممارسات غير نزيهة كالغش في جو السلع وأسعارها والخدمات وتزوير الفواتير⁽²⁾، إذن أهمية الرقابة تتطوي على أهمية وضع حد لعمليات الغش والخداع وإلزام الشركات المنتجة بالتقيد بالموصفات بما يضمن صحة وسلامة المستهلك.

تكون الرقابة في بعض الأحيان إجبارية تملئها اعتبارات المصلحة العامة، وتباشرها الدولة عن طريق الأجهزة التابعة لها (أولاً)، إلا أنه غالباً ما تكون الرقابة اختيارية التي أقرها القانون لتكمل الرقابة الإجبارية (ثانياً)⁽³⁾.

أولاً: الرقابة الإجبارية

هي التي تفرض على المنتج وملزماً بإخضاع منتجاته لرقابة هيئة معينة قبل إنتاجها ويكون ذلك بصفة خاصة في مجال صناعة المنتجات التي تشكل خطراً من نوع خاص إيداع صيغتها الكاملة في مركز مكافحة التسمم التابع لوزارة الصحة قبل إنتاجها وتصنيعها كمواد غسل الأواني والمواد المزيله للدهون والسوائل، و مواد الغسل المعدة لتربية الأطفال وعجينة لتشكيل ومصاصات للرضيع، أو أن يكون ذلك في مجال صناعة الأدوية أو المستحضرات الطبية التي تخضع لإشراف ورقابة وزارة الصحة، والتي تتطلب تسليم رخصة مسبقة للصنع أو الإنتاج حتى يؤذن بتسويقها وعرضها للاستهلاك، ومن ثمة يحرص جهاز الرقابة على إبراز

¹ - بولحية علي بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 68.

² - Bouache Mohamed, «Qualité de aliments et protection de la santé de consommateur, R A S. J.E.P», Volume 36, N°04, Année 1998, P15.

³ - محمد شكري سرور، مرجع سابق، ص 61.

ما يفيد امتثال المنتج إلى التعليمات بإبراز التقدير الرسمي بصلاحيته هذه المنتجات حتى يبعث الاطمئنان في نفوس المستهلكين والمستعملين⁽¹⁾.

وأكد المشرع الجزائري على شروط ضمان المطابقة من الناحية العملية خلال المادتين السادسة والسابعة، حيث تقضي المادة 06 أنه على كل متدخل في مجال المواد الغذائية أن يسهر على احترام النظافة الصحية للمواد الغذائية⁽²⁾، وكذلك وسائل نفي هذه المواد وضمن عدم تعرضها للفساد بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية كما يتعين على كل متدخل رقابة التجهيزات والعتاد والتغليف الخاص بالمواد الغذائية لتفادي فسادها.

والمنتج مفروض عليه أن يحرص على أن تكون منتجاته ضامنة لسلامة المستهلك وهو في ذلك لا يمتثل فحسب لتعليمات الجهات الرقابية بقدر ما يوفر له الاعتبار التجاري إذ من شأن التقدير الرسمي لصلاحيته المنتجات أن تبعث اطمئنان أكثر في نفسية المستهلك⁽³⁾.

ثانيا: الرقابة الاختيارية

هي الرقابة التي لا يكون المنتج ملزما بإخضاع منتجاته لأي نوع من الرقابة، وإنما يعتمد إليها باختياره حتى يضع على منتجاته ما يسمى بالثقة الرسمية التي تميز منتجاته بضمان يسمح بزيادة الإقبال عليها لعرض المنتج لرقابة هيئة عالمية تضمن له شهادة أو علامة متميزة للجودة كشهادة إيزو (ISO)⁽⁴⁾.

وفي الجزائر نجد المعهد الجزائري للتقييس يهتم بإعداد المقاييس الجزائرية ويشهد على مطابقة المنتجات للمواصفات القياسية الجزائرية بواسطة علامة أو شهادة المطابقة فعلى سبيل المثال تحصلت BCR على علامة لمطابقة للمواصفات القياسية الجزائرية بواسطة علامة أو شهادة المطابقة، وعليه يمنع استعمال مواصفات المنتج BCR إلا بترخيص مبني على اتفاق بين مؤسسة BCR والمعهد الوطني للتقييس.

¹ - بولحية علي، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية جزء 39، رقم 02، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص 78.

² - المادتين 06 و 07 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³ - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 111.

⁴ - بولحية علي، مرجع سابق، ص 78.

ويتم تسجيل هذه الرقابة في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة في التقييس تدون المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيها على الخصوص: رقم التسجيل تاريخه، المقاييس وتسمياته وهذا وفقا للمادة 08 من القرار المؤرخ في 03/11/1990 المتعلق بالتقييس.

سواء كانت الرقابة إجبارية أو اختيارية لا تقوم جهة الرقابة بفحص جميع ما يصنعه المنتجون وإنما تقوم بفحص عينات من هذه المنتجات وتعطي نتائج ذلك على أساس ما يتوفر فيها من مواصفات⁽¹⁾.

الفرع الثاني: دور رقابة الأجهزة المتخصصة في توفير حماية للمستهلك

قام المشرع الجزائري بتنظيم أسعار البضائع والمنتجات والخدمات وفق نظامين (مبدأ حرية الأسعار والأسعار المقننة) لأجل حماية المستهلك من زيادة غير مشروعة في الأسعار وأوكلت مراقبة التزام نظامي الأسعار إلى الأعوان المكلفين بقمع الغش، وخول لهم صلاحيات لضبط المخالفات، كما أن جمعية حماية المستهلكين تحرص على تحقيق حماية السوق من أعمال الغش التي تشوه أخلاقيات المنافسة بما يحفظ حقوق المستهلك الصحية والمادية.

أولاً: رقابة أعوان قمع الغش

يستطيع الأعوان المكفون برقابة قمع الغش القيام بمراقبة المنتوجات وأسعار السلع والبضائع من خلال دورياتها المفاجئة حيث تعين مباشرة بالعين المباشرة وفحص الوثائق والفواتير، وفي الحالة التي يضبط فيها زيادة غير مشروعة في الأسعار يحزر الأعوان محضر لإثبات المخالفة، يقرأ على المخالف من طرف محرره ثم يوقع بعد الاستماع عليه وفي حالة رفض التوقيع يشير محرر المحضر إلى ذلك⁽²⁾، يسجل المحضر في سجل خاص ويؤشر عليه من طرف رئيس المحكمة المختصة إقليمياً، ويقرر القانون لهذه المخالفة غرامة من 5000 د ج إلى 100000 د ج⁽³⁾.

¹- المادة 08 من مرسوم تنفيذي رقم 90-132 مؤرخ في 15/05/1990 المتعلق بتنظيم تقييس وسيره، ج.ر عدد 28، صادر في 16/05/1990.

²- المادتين 31-32 من قانون رقم 09-03، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

³- المادة 31 من قانون رقم 04-02، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

ويهدف الأعوان المكلفون بقمع الغش من خلال الرقابة إلى الاطلاع على المنتجات واكتشاف عدم المطابقة المحتملة للمقاييس المعتمدة أو المواصفات القانونية والتنظيمية التي يجب أن تتميز بها، ويمكنهم حسب المادة 04 من القانون رقم 09-03 القيام بمهامهم في أي وقت من أوقات العمل أو ممارسة النشاط⁽¹⁾، وفي أي مكان من أماكن الإنشاء الأولي والإنتاج والتحويل، والتوضيب، والإيداع... وعلى العموم في كامل حلقات عملية الوضع حيز الاستهلاك⁽²⁾.

ثانيا: رقابة الأسعار من قبل جمعية حماية المستهلكين

إن الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلكين **"les associations de consommateurs"**⁽³⁾ أصبح أكثر من ضرورة، وهذا بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو منتجين أجانب حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتنقسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا، ويتجاوز هدفها مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك لتحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك أو مصالح المحترف فمن جهة تشجع المحترف على عرض منتجات صالحة وسليمة ذات نوعية جيدة وصحية تحقق نوعية في إنعاش الاقتصاد الوطني، ومن جهة أخرى ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتج لا يشكل خطر على صحته أو يهدد حياته.

بالرغم من الدور الإيجابي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك في مراقبة السوق، ومدى مطابقة المنتجات للجودة وكذا الأسعار، فإنه من جهة أخرى لا تخلو هذه العملية من المخاطر إذ في غالب الأحيان يكون الأعوان المكلفين من طرف الجمعيات محل اعتداء وضغوطات

¹ - المادة 04 من قانون رقم 09-03، مرجع سابق، فنصت على أنه: "للأعوان المذكورين في المادة 25 أعلاه، حرية الدخول نهارا أو ليلا، بما في ذلك أيام العطل إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ومحلات الشحن والتخزين وبصفة عامة إلى أي مكان، باستثناء المحلات ذات الاستعمال السكني التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية ويمارس الأعوان أيضا مهامهم أثناء نقل المنتجات".

² - حدوش فتيحة، مرجع سابق، ص 46.

³ - ناصري نبيل، مرجع سابق، ص 151.

من طرف بعض المنتجين الذي لا يشغل بالهم إلا الربح ولو على حساب المستهلك⁽¹⁾ كما أن أسعار تلك المنتجات غير ثابتة ترتفع بصورة مفرطة في المناسبات كشهر رمضان والأعياد والكوارث، لذا تتدخل جمعيات المستهلكين للمتابعة المستمرة للأسواق⁽²⁾.

الفرع الثالث: دور الرقابة القضائية

تعتبر الرقابة القضائية الركيزة والدعم الأساسي لحماية المستهلك لما يمكن أن يقع فيه من استغلال وتعسف، ولكي نضمن لمؤسسة القضاء هذا الدور يجب فتح المجال أمام القاضي في تفسير العقود وإزالة الشروط التعسفية، وكذا تفعيل دور المحاكم في قضايا الاستهلاك.

أولاً: نطاق تدخل القاضي في تفسير العقود وتعديلها

في إطار القواعد العامة نسجل عدم فعالية قواعد القانون المدني في مجال تفسير العقود نظراً لسيطرة مبدأ سلطان الإرادة على التصرف التعاقدية، ولذلك فإن تدخل القاضي يتحدد بما يسمح به هذا المبدأ وهو التأكد من خلو الإرادة من العيوب التي تشوبها، ومتى تأكد من ذلك فهو يرجع في تفسير العقد إلى إرادة المتعاقدين طبقاً للمادة 111 من قانون المدني الجزائري.

ويظهر الدور السلبي للقاضي في تفسير العقد في حالة وضوح عبارات العقد ولكن نستخلص سلطته التقديرية ودوره الإيجابي في تفسير العبارات الغامضة، ومن هنا تثار أهمية إدراجه للمقتضيات الجديدة في قوانين الاستهلاك ومن ذلك فإن قانون الممارسات التجارية في إطار حماية المستهلك يقرر وجوب تعرف القاضي على الشروط التعسفية⁽³⁾.

وحسب المشرع الجزائري، نجد أن الطرف المدعى مشمول بالحماية من خلال المادة 110 من القانون المدني والتي تمنح للقاضي السلطة التقديرية في تعديل شرط أو إعفاء الطرف المدعى منه، فحماية الطرف الضعيف تقتضي إبقاء العقد، وإبطال الشرط التعسفي أو إعفاء المتعاقد من تنفيذه⁽⁴⁾.

¹ - ارزقي زوبير، مرجع سابق، ص ص 209-210.

² - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 114.

³ - المرجع نفسه، ص 21.

⁴ - حليتي محمد الأمين، مرجع سابق، ص 30.

وقد تتم الحماية الإجرائية للمستهلك عن الطريق الدعوى التي يرفعها بنفسه لدفاع عن مصالحه وحصوله على الحماية القضائية لحقه الذي اعتدى عليه، عن طريق دعوى جماعية تتولاها جمعيات المستهلكين نيابة عن المستهلك⁽¹⁾.

ثانيا: وجوب تفعيل دور المحاكم

مهما بلغت الحماية التي تقرها قواعد القانون المدني وحرص القضاة على حماية المستهلك فإن قيمة هذه الحماية تبقى نظرية أكثر من واقعية إذا لم يواكبها حركة لتفعيل دور المحاكم في العقاب والردع.

والواقع يدلنا على هشاشة الحماية القضائية التي توفرها محاكمنا للمستهلك الجزائري ومرجع ذلك عدة أسباب نذكر منها:

1. حادثة تكوين قضاة في مادة قمع الغش والقضايا الاقتصادية؛
2. نقص الوعي الاستهلاكي، واعتبار القضايا الاستهلاكية قضايا بسيطة لا تستدعي خصام قضائي، وفي القضايا القليلة المرفوعة يكتفي القاضي بتطبيق الغرامات.

ولهذه الأسباب فإن الحماية القضائية التي توفرها المحاكم تبقى دون المستوى المطلوب وهو ما يقتضي تفعيلها من خلال تكوين قضاة متخصصين وإحداث محاكم مختصة بقمع الجرائم الاقتصادية على مستوى التراب الوطني مع الالتزام بالصرامة في تطبيق القانون والنطق بالأحكام الرادعة في مادة قمع الغش⁽²⁾.

¹ - حافظي سعاد، «دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك»، مداخل أقيمت في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة بجاية، أيام 17-18، 2009، ص 318.

² - صبايحي ربيعة، مرجع سابق، ص 113.

الختام

وخير ما نختم به هو أنّ الأهداف الأساسية المنوط بالمنافسة هي تحقيق الفعالية الاقتصادية ورفاهية المستهلكين ومحاربة سلطة السوق، حيث تعتبر المنافسة وسيلة لبلوغ التقدم الاقتصادي والاجتماعي، والموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك أمر فرضته قواعد اقتصاد السوق على أساس أن هناك أعوان اقتصاديين يمارسون التجارة والصناعة، عملية الإنتاج وعملية التوزيع في جو تنافسي يشترط أن يكون مشروع، ووجود مستهلكين يفتنون مختلف السلع والخدمات التي يعرضها المتعاملون الاقتصاديون في السوق مقابل دفعهم لأثمان وأسعار.

غير أن تلك الموازنة غير متكافئة على أساس أن المتعامل الاقتصادي هو الطرف القوي والمستهلك هو الطرف الضعيف، إذن طغيان النشاط التنافسي على حقوق المستهلك، من هنا تدخلت التشريعات ومنها التشريع الجزائي لمحاولة فرض التكافؤ والتوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك وهذا بفرض المزيد من الالتزامات على العون الاقتصادي بتنفيذ نشاطه التنافسي من خلال الممارسات التجارية الشفافة والنزيهة والمشروعة من جهة أخرى واحترام حقوق المستهلك في الإعلام المسبق بالسلع والخدمات والأسعار التي يعرضها وكذا أن يكون المنتج مطابقا للمواصفات والمقاييس، مع منع المتعامل الاقتصادي من فرض جملة من الشروط المتعسف فيها في مواجهة المستهلك، وبهدف تحقيق تلك الأهداف تم وضع العون الاقتصادي تحت رقابة يمكن وصفها بالصرامة مع إمكانية توقيع الجزاء المناسب إذا تبين أن المخالفة هي جريمة تكيف أحيانا بأنها مخالفة أو جنحة.

إلا أنه إذا كانت النصوص القانونية تنصب في إقامة التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك، فإن الواقع غير ذلك. إذن أن أعوان الرقابة قد يعجزون عن ممارسة نشاطهم إما لانعدام وسائل ممارسة النشاط، وهو ربما المشكل الواقعي الأول خاصة ما تعلق بوسائل التنقل أو الأمن لأن ليس الهدف من وضع النصوص بقاءها حبرا على ورق وإنما يجب توفير لها الوسائل المناسبة لتنفيذها وهو ما ينقص تطبيق النصوص الجزائية بشكل عام خاصة في المجال الاقتصادي، ثم يليها مشكل آخر وهو عدم التحكم بالسوق الموازنة بالنسبة لسلطات التي تعجز على القضاء عليها والتي نلاحظ فيها منافسة غير مشروعة وممارسة تجارية غير نزيهة وأسعار لا تلبى تماما رغبات

المستهلك مادامت الرقابة منعقدة يضاف إليها قلة الاهتمام بالمستهلك، وهو ربما ما جعل المشرع الجزائري في قانون الاستهلاك الجديد يشجع جمعيات حماية المستهلكين ذات طابع العمومي.

ونجد أن واجب الحكومة هو أن تصل لتوازن بين مصلحة المصنع والمستهلك وبين الاقتصاد على المدى القصير ومصلحته على المدى الطويل فلا يزال هناك عمل كبير لكي ترسخ اجتماعيا ثقافة صحيحة عن الاستهلاك، وذلك بالدعوة إلى الاهتمام بتعليم المستهلك ثقافة الاستهلاك عن طريق تخصيص البرامج التعليمية التي تتناول حقوق وواجبات المستهلك، وإدخالها في المناهج التعليمية بدءا من الصغار في المدارس الابتدائية وإلى الكبار وربات البيوت وإدخالها موضوعات في دروس وخطب المساجد واستخدام التلفزيون ووسائل الإعلام الأخرى لأغراض توعية المستهلكين وجمع النصوص الحمائية المتناثرة تقنين شامل، ولعل ذلك يدفعنا اليوم إلى المناداة بإنشاء وزارة للاستهلاك تهتم بشؤون الاستهلاك والمستهلكين ببلادنا، حيث أن حماية المستهلك مازالت لم تبلغ الهدف المحدد لها خاصة بعد أن تراجعت السوق الجزائرية للمنتجات الوطنية الأجنبية.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

أ- الكتب:

- 1- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- 2- بولحية علي بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2002.
- 3- جابر محبوب علي، ضمان سلامة المستهلك عن الأضرار الناجمة عن عيوب المنتجات الصناعية المبيعة، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون المصري والكويتي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001.
- 4- جميعي حسين عبد الباسط، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.
- 5- _____، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة دراسة مقارنة في ضوء تطور القضاء الفرنسي وصدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في 19 مايو 1998، دار النهضة العربية، القاهرة مصر 2000.
- 6- خالد عبد الفتاح محمود خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2002.
- 7- خوري عمر، شرح قانون الإجراءات الجزائية مع آخر تعديلات التي جاء بها القانون رقم 06-22 مع اجتهادات المحكمة العليا، الجزائر، 2007.
- 8- خيال محمود السيد عبد المعطي، المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة ومخاطر التقدم مكتبة دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.

- 9- رمضان الشرنباصي، حماية المستهلك في الإسلام، دراسة مقارنة، مطبعة الأمانة د. ب. ن، د. ت. ن.
- 10- سالم محمد رديعان الغزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 11- عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2005.
- 12- _____، حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، إسكندرية، مصر، 2006.
- 13- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- 14- على سيد حسن، طبيعة ونطاق مسؤولية البائع عن الأضرار التي تصيب راغبي الشراء، دار النهضة العربية، القاهرة، 1985.
- 15- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانونية، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.
- 16- عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك: عوامل تأثير البيئة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2003.
- 17- محمد إبراهيم قداري، البيع بشرط التجربة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية القاهرة، 1997.
- 18- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر الإسكندرية، مصر، 2003.
- 19- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطيرة طبعة الأولى، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983.

20- محمد عبد الظاهر حسين، خطأ المضرور وأثره على المسؤولية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.

ب- الرسائل والمذكرات الجامعية:

• الرسائل الجامعية:

1- بركات كريمة، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق، دراسة مقارنة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.

2- حمدي أحمد أسعد، الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع، دراسة مقارنة بين القانون المدني المصري والفرنسي والفقهاء الإسلامي، رسالة دكتوراه في القانون جامعة القاهرة، مصر، 1998.

3- زهير بن زكريا حرج، الخطأ في المسؤولية المدنية، دراسة مقارنة في النظام الأنجلوساكسوني وفي النظام اللاتيني، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة دمشق سوريا، 1999.

4- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية في القانون الجزائري، «دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي»، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه، دولة في القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2004-2005.

5- كجار زاهية حورية (سي يوسف)، المسؤولية المدنية للمنتج، (دراسة مقارنة) أطروحة لنيل درجة دكتوراه، دولة في القانون، فرع القانون الخاص، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.

6- محمد سليمان فلاح الرشيدي، نظرية الالتزام بضمان السلامة في إطار تطور المسؤولية العقدية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة عين شمس مصر، 1998.

• المذكرات الجامعية:

- 1- أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
- 2- العجروود سعاد، بن بخمة داود، بن عمر بسمة، بويدري زينب، بوحنيكة سارة بوراس سلوى، بوفرمل دنيا، ميمون أسماء، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة في التشريع الجزائري، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية والإدارية فرع علوم قانونية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة جيجل 2010-2011.
- 3- بنتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، 2012-2013.
- 4- بدر حامد الملا، الالتزام بسلامة المضرور الجسدية من الأضرار التي تسببها المنتجات أطروحة لنيل درجة الماجستير في القانون الخاص، جامعة الكويت، الكويت، 2004.
- 5- بلقوار رفيقة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة جيجل، 2008.
- 6- بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009.
- 7- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، دور وفعالية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، 2012-2013.
- 8- بولوط عقيلة، بوحزام بلال، بوسنان فاطمة، بوشنقة نوال، رزيق فيروز، شرابطة فائزة فنون وداد، مكافحة الشروط التعسفية في عقود الإذعان في التشريع الجزائري مذكرة

- مكملة لنيل شهادة الليسانس في القانون، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة بجبل، 2010-2011.
- 9- بوجيت مصطفى، حدادة عزيز، دفاص سامية، رزوق وهبية، زوبكري عمار، عياشي سامية، قدسي نوال، قحام عتيقة، لحول وليد، حماية المستهلك من الشروط التعسفية مذكرة تخرج لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية والإدارية، فرع الحقوق، كلية الحقوق، جامعة بجبل، 2007-2008.
- 10- جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2001-2002.
- 11- حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة لنيل درجة الماجستير في الحقوق في إطار مدرسة الدكتوراه، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس 2009-2010.
- 12- حلبي محمد أمين، حماية المستهلك في عقد البيع، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الخامسة عشر، 2004-2007.
- 13- حملاحي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2005-2006.
- 14- خلوي (عنان) نصيرة، الحماية القانونية للمستهلك عبر الأنترنت، دراسة مقارنة مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013.
- 15- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمن 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.

- 16- عولمي منى، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2003-2006.
- 17- قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية (على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2000-2001.
- 18- كالم حبيبة، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، الجزائر، د. ت. ن.
- 19- لعبني سهام، بوعكريف فاطمة الزهراء، غميط سميرة، بوالفول سارة، بوعكيشة ميساء، بارش لمين، نعمان وحيدة، عمرة نائلة هناء، الحماية الإدارية للمستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الليسانس في القانون، فرع الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة جيجل، 2010-2011.
- 20- مامش نادية، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012-2013.
- 21- ويزة لحراري (شالح)، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 22- يحيوي كهينة، بطاش فطيمة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بجاية، 2009.

ج- المقالات:

- 1- أحمد العثيم، أهمية جمعيات حماية المستهلك في ظل تزايد ظاهرة الغش التجاري عالميا موقع: www.aljazirah.com.

قائمة المراجع

- 2- إرزيل الكاهنة، «الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02، 2011 ص ص 123 - 149.
- 3- بولحية علي، «جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جزء 39، رقم 01، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2002، ص 78.
- 4- دنوني هجيرة، «قانون المنافسة وحماية المستهلكين»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جزء 39، رقم 01، لسنة 2002، ص ص 139-159 .
- 5- زاهية حورية سي يوسف، «الخطأ التقصيري كأساس لمسؤولية المنتج»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 01 جانفي 2006، ص ص 36-57.
- 6- شكلاط رحمة، «الأجهزة الرقابية على القطاع المصرفي»، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02، 2006 ص ص 109-146.
- 7- موالك بختة، «الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري»، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، عدد 02، 1999، ص ص 23-64.

د- المداخلات:

- 1- إرزيل الكاهنة، «الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك»، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص ص 01-16.
- 2- تدريست كريمة، «شروط مسؤولية المنتج»، مداخلات لملتقى وطني حول مسؤولية المنتج عن فعل منتجاته المعيبة كوسيلة لحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، يوم 26 جوان 2013، ص ص 57-70.

- 3- تعويلت كريم، «حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من الممارسات التجارية في القانون الجزائري»، أيام دراسية حول التعديلات المستحدثة في المنظومة القانونية الوطنية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية أيام 15-16-17/نوفمبر/2005، ص ص 01-17.
- 4- جمال محي الدين، «حماية المستهلك عبر شبكة الأنترنت»، أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، أيام 17-18 نوفمبر 2009، ص ص 156-176.
- 5- حافظي سعاد، «دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك»، مداخلة أقيمت في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، أيام 17-18 2009، ص ص 318-335.
- 6- خالدي فتيحة، «الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش»، مداخلة أقيمت في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، أيام 17-18 نوفمبر 2009، ص ص 364-385.
- 7- صبايحي ربيعة، «حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري» الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، أيام 17-18 نوفمبر 2009، ص ص 92-116.
- 8- ناصري نبيل، «تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك» الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص ص 141-155.

هـ - النصوص القانونية:

• النصوص التشريعية

- 1- أمر رقم 66-155، مؤرخ في 08/06/1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم.
- 2- أمر رقم 66-156، مؤرخ في 08/06/1966، يتضمن قانون العقوبات، المعدل والمتمم.
- 3- أمر رقم 75-58، مؤرخ في 26/09/1975، يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.
- 4- قانون رقم 89-02، مؤرخ في 07/02/1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06، صادر في 08/02/1989 (ملغى).
- 5- قانون رقم 89-12، مؤرخ في 05/07/1989، متعلق بالأسعار، ج.ر عدد 29 الصادر في 19/07/1989، (ملغى).
- 6- قانون رقم 90-07، مؤرخ في 09/04/1990 يتعلق بالإعلام، ج.ر عدد 14 الصادر في 14/04/1990.
- 7- قانون رقم 90-08، مؤرخ في 07/04/1990، يتعلق بالبلدية، معدل ومتمم، ج.ر عدد 15 الصادرة في 11/04/1990.
- 8- الأمر رقم 03-03، مؤرخ في 19/07/2003، يتعلق بالمنافسة، معدل ومتمم، ج.ر عدد 43 الصادر في 20/07/2003، معدل ومتمم، بموجب كل من: قانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر عدد 36، صادر في 2 جويلية 2008، وقانون رقم 10-05 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010.
- 9- القانون رقم 04-02، مؤرخ في 23/06/2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل ومتمم، ج.ر عدد 41، الصادر في 27/06/2004، معدل ومتمم بموجب قانون رقم 10-06، مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46، صادر في 18 أوت 2010.

9- قانون رقم 09-03، مؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 15، الصادر في 08/03/2009، الملغى لقانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06، صادر 1989.

• النصوص التنظيمية

1- مرسوم تنفيذي رقم 87-146، مؤرخ في 30/06/1987، المتعلق بإنشاء مكاتب الصحة لحفظ البلدية، ج.ر عدد 27، الصادر في 01/07/1987.

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30/01/1990، متعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 05، الصادرة في 31/01/1990، معدل ومتمم.

3- مرسوم تنفيذي رقم 90-87، مؤرخ في 13/05/1990، يتضمن تصنيف المنتجات والخدمات الخاصة لنظام الأسعار المقننة، ج.ر عدد 11، الصادر في 14/05/1990.

4- مرسوم تنفيذي رقم 90-132، مؤرخ في 15/05/1990، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر عدد 28، الصادر في 16/05/1990.

5- مرسوم تنفيذي رقم 90-366، مؤرخ في 10/11/1990، متعلق بوسم السلع المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر عدد 50، الصادر في 21/11/1990.

6- مرسوم تنفيذي رقم 90-367، مؤرخ في 10/11/1990، متعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر عدد 50، الصادر في 21/11/1990.

7- مرسوم تنفيذي رقم 92-25، مؤرخ في 13/01/1992، يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية وكيفية ذلك، ج.ر عدد 05، الصادر في 22/01/1990، معدل ومتمم.

8- مرسوم تنفيذي رقم 94-207، مؤرخ في 16/07/1994، يحدد صلاحية وزير التجارة ج.ر عدد 47، الصادرة في 20/07/1994.

9- مرسوم تنفيذي رقم 02-454، مؤرخ في 21/12/2002، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد 85، الصادر في 22/12/2002.

- 10- مرسوم تنفيذي رقم 06-306، مؤرخ في 10/09/2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، معدل ومتمم، ج.ر عدد 07، الصادر في 11/09/2006، معدل ومتمم.
- 11- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 18/02/1992، يتضمن المديرية الولائية للمنافسة والأسعار، ج.ر عدد 38 لسنة 1992.
- 12- قرار وزاري، مؤرخ في 26/07/2000، يتعلق بمواصفات مياه الشرب الموضبة مسبقا وكيفيات ذلك، ج.ر عدد 51، الصادر في 20/08/2000.
- 13- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 25/04/2001، يتعلق بمواصفات الإطارات المطاطية لعجلات العربات ومقطوراتها وكيفية وضعها للاستهلاك، ج.ر عدد 26 الصادر في 09/05/2001.
- 14- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 26/05/2001، معدل ومتمم للقرار الوزاري المشترك الصادر في 02/07/1995، ج.ر عدد 32، صادر في 10/06/2001.

ثانيا: باللغة الفرنسية

- Ouvrages :

- 1- **Calais Auloy**, L'influence du droit de la consommation sur le droit civil des contrats, DTD, CIV, 1994.
- 2- —————, Frank Steinmetz, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, Dalloz, Paris, 1996.
- 3- **Chazal (JP)**, le consommateur existe-t-il, Dalloz, France, 1997.
- 4- Gross Bernard, le droit de la vente, 2^{ème} édition, presses universitaire de France, paris, 1987.
- 5- **Letourneau Philippe**, Responsabilité civil professionnel, 2^{ème} édition, Dalloz, Paris, France, 2005.
- 6- **Régis Fabre**, droit de la publicité et la promotion des ventes, édition Dalloz, France, 1996.

Les articles

- 1- **BOuache MOhamed**, Qualité des aliments et protection de la santé du consommateur, « revue Algérienne des sciences juridiques économiques et politiques, volume 36, N°04, année 1998 ».
- 2- **arroumet christian**, «la responsabilité du fait des produits défectueux après la loi du 19 mai 1998», Recueil Dalloz, n° 33, 24 Septembre 1998, p 311.

الفهرس

02.....مقدمة

الفصل الأول

05.....إمكانية تحقيق توازن بين المنافسة الحرة وحماية المستهلك

06المبحث الأول:العلاقة القائمة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك وطرق الموازنة بينهما ...

06المطلب الأول:العلاقة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

09الفرع الأول:أسباب وجود نصوص قانونية منظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك

10الفرع الثاني:تطور التجارة والأسواق

12المطلب الثاني:الطرق المكرسة قانونا للموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك

12.....الفرع الأول:إعلام المستهلك

13أولا:الالتزام العام بالإعلام

14ثانيا: الالتزام الخاص بالإعلام

151- إعلام المستهلك بعناصر وخصائص المنتجات والخدمات

15.....2- إعلام المستهلك بسعر المنتجات والخدمات

17.....3-إعلام المستهلك بشروط البيع

184-استعمال اللغة العربية عند الإعلام

- الفرع الثالث: الحد من الشروط التعسفية 19
- أولاً: الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي..... 20
- ثانياً: النص على البيانات والشروط الإلزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك 21
- المبحث الثاني: نجاعة وفعالية الموازنة المكرسة قانوناً بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك 22
- المطلب الأول: الرقابة كآلية لفعالية الموازنة بين المنافسة وحقوق المستهلك 22
- الفرع الأول: أجهزة الرقابة 23
- أولاً: الأجهزة الإدارية 23
- 1- على المستوى المركزي 24
- أ- وزارة التجارة..... 24
- ب- المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها..... 25
- ج- المديرية العامة لرقابة الاقتصاد وقمع الغش..... 25
- 2- على المستوى المحلي 25
- أ- الوالي 25
- ب- رئيس المجلس الشعبي البلدي 26
- ثانياً: الأجهزة التقنية..... 27
- ثالثاً: لجنة البنود التعسفية..... 27

28	الفرع الثاني: دور أجهزة الرقابة.....
28	أولاً: رقابة الجودة.....
29	ثانياً: رقابة الأسعار والممارسات التجارية.....
29	ثالثاً: الرقابة على العقود التعسفية.....
30	المطلب الثاني: الجزاء آلية لفرض التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك.....
31	الفرع الأول: سلطة القاضي في متابعة العون الاقتصادي.....
31	أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.....
34	ثانياً: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك.....
35	الفرع الثاني: طبيعة الجزاء الذي يوقع على العون الاقتصادي.....
36	أولاً: الجزاءات المتعلقة بمخالفة الالتزام بالإعلام.....
36	ثانياً: الجزاءات المتعلقة بعدم المطابقة.....
36	ثالثاً: جزاءات مخالفة بنود العقد.....

الفصل الثاني

39	صعوبات التوفيق بين مبدأ المنافسة الحرة وقواعد حماية المستهلك.....
40	المبحث الأول: فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري.....
41	المطلب الأول: أحكام وإجراءات حماية رضا المستهلك.....

- 42 الفرع الأول: الالتزام بالإعلام وتجريم أفعال الغش والخداع
- 43..... أولاً: الامتناع عن كتمان الحقيقة
- 44..... ثانياً: الإدلاء بالمعلومات والبيانات
- 45..... 1- الإعلام بالأسعار
- 46..... 2- الإعلام حول مميزات المنتج والخدمات
- 46 الفرع الثاني: الالتزام بالإشهار النزيه ومعاقبة الإشهار المضلل
- 46..... أولاً: أهمية وخطورة الخطاب الإشهاري
- 47..... ثانياً: جريمة الإشهار المضلل وعقوبتها
- 49 المطلب الثاني: منح المستهلك حق التجربة وأجل للتفكير والتدارك
- 49 الفرع الأول: البيع بشرط التجربة
- 52 الفرع الثاني: عقد القرض الاستهلاكي
- 54 أولاً: ضمانات ذات طابع وقائي
- 55 ثانياً: ضمانات ذات طابع علاجي
- 55 المبحث الثاني: مدى تشديد مسؤولية المنتج وتفعيل نظام الرقابة على السلع والأسواق
- 56 المطلب الأول: مدى تشديد مسؤولية المنتج
- 57 الفرع الأول: مسؤولية المنتج عن الأضرار الناتجة عن منتجات خطيرة بطبيعتها
- 57 أولاً: طبيعة مسؤولية المنتج وضرورة إثبات الخطأ

- 58.....1- طبيعة مسؤولية المنتج.
- 582- ضرورة إثبات الخطأ
- 59ثانيا: مظاهر خطأ المنتج
- 60.....1- مسؤولية المنتج بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام
- 60.....أ- أن يكون التحذير كاملاً
- 60.....ب- أن يكون التحذير مفهوماً
- 61.....ج- أن يكون التحذير ظاهراً
- 61.....2- مسؤولية المنتج بسبب عدم كفاية الاحتياطات المادية اللازمة
- 61.....أ- مرحلة تجهيز المنتجات للتسويق (التعبئة والتغليف)
- 62.....ب- مرحلة تسليم المنتجات
- 62الفرع الثاني: مسؤولية المنتج عن الأضرار الناتجة عن منتجات خطيرة بسبب عيب فيها ...
- 63أولاً: العيب في المنتج
- 63.....1- المقصود بالعيب
- 64.....2- تقدير العيب
- 64ثانيا: العيب بسبب الضرر
- 64.....1- الأضرار الماسة بالشخص
- 65.....2- الأضرار الماسة بالأموال
- 65المطلب الثاني: دور هيئات الرقابة في حماية المستهلك
- 65الفرع الأول: أنواع الرقابة

66	أولاً: الرقابة الإجبارية
67	ثانياً: الرقابة الاختيارية
68	الفرع الثاني: دور رقابة الأجهزة المتخصصة في توفير حماية المستهلك
68	أولاً: رقابة أعوان قمع الغش
69	ثانياً: رقابة الأسعار من قبل جمعية حماية المستهلكين
70	الفرع الثالث: دور الرقابة القضائية
70	أولاً: نطاق تدخل القاضي في تفسير العقود وتعديلها
71	ثانياً: وجوب تفعيل دور المحاكم
73	خاتمة
76	قائمة المراجع
88	فهرس المحتويات

ملخص المذكرة باللغة العربية

كشفت التطور الصناعي عن وجود فجوة في العلاقة بين المستهلكين والمحترفين الذين يملكون كما هائلا من المعلومات حول المنتج أو الخدمة، إضافة إلى الإمكانيات المادية الضخمة التي يحوزونها، فعدم تكافؤ العلاقة لإدراج المحترفين للشروط التعسفية في العقود وبدا أن هذه العلاقة التعاقدية تربط بين طرفين غير متساويين: طرف قوي متفوق وهو المهني وطرف ضعيف مغلوب هو المستهلك إلا أن هناك معوقات لخلق نوع من التوازن مثل الجانب العقابي الجنائي لحماية المستهلك كطرف ضعيف في علاقاته مع العون الاقتصادي لذا حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك لا تأتي إلا بحماية من الخداع والغش والتدليس و استبعاد الشروط التعسفية.

Résumé en Langue française

Le développement industriel a révélé l'existence d'une lacune dans la relation entre les consommateurs et les professionnels qui détiennent un nombre important d'informations sur les produits et les services, en plus des moyens matériels dont disposent. Ce qui donne une relation contractuelle déséquilibrée : une partie forte qui est le professionnel et une partie faible qui est le consommateur. La protection de celui-ci passe a priori _par la lutte contre la fraude des professionnels et la lutte contre pratiques frauduleuses, pour en fin, pouvoir espérer équilibrer la relation entre professionnel et consommateur.