

جامعة عبد الرحمان ميرة-بجاية
كلية الحقوق والعلوم السياسية

حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك
في القانون الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون
فرع: القانون العام.
تخصص: القانون العام للأعمال.

تحت إشراف الدكتور:

بودريوه عبد الكريم

من إعداد الطالبة

بوعولي نصيرة

لجنة المناقشة:

الدكتور سمار نصر الدين، أستاذ محاضر قسم أ، جامعة محمد الصديق بن يحي
جيبل.....رئيساً

الدكتور بودريوه عبد الكريم، أستاذ محاضر قسم أ، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية، مشرفاً ومقرراً
الدكتور أيت منصور كمال، أستاذ محاضر قسم أ، جامعة عبد الرحمان ميرة- بجاية،.....ممتحناً

تاريخ المناقشة

21/06/2012

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

« وَلَسَوْفَ يُعْطِيكَ رَبُّكَ فَتَرْضَى ﴿٥﴾ »

« سورة الضحى الآية الخامسة » .

إهداء.

«إلى الوالدين الكريمن كانا يشدان من أزري ويثان في عزمي قوة الإيمان بعلمي.

إلى كل إخواني الذين يشجعوني على مواصلة العمل.

إلى كل زملائي وأصدقائي الذين كانوا عوناً لي في إنجاز هذا العمل.

إلى كل من أحب العلم ابتغاء مرضاة الله فآثر العمل وحمل الرسالة بكبرياء.

إلى كل من يدافع على أدنى حق إنساني وقيمة أخلاقية » .

نصيرة.

شكر خاص.

إلى:

الأستاذ المشرف " د/ بودريوه عبد الكريم " خالص شكري على توجيهاته
القيمة وعظيم صبره...والذي بالرغم من انشغالاته الكثيرة كان دائما في
الموعد بالمتابعة والتوجيه....

فجزيل الشكر له.

جميع الأساتذة المشرفين على دفعة ماجستير فرع "القانون العام للأعمال"
دفعة 2008، 2009.

جزاهم الله خير جزاء.

وأقدم بالشكر الجزيل وتقديري إلى جميع أساتذتي، في كل مراحل دراستي
وإلى أعضاء اللجنة الذين سيتفضلون بمناقشة هذه المذكرة.

نصيرة.

قائمة بأهم المختصرات

أولاً : باللغة العربية.

ج.ر.ج.ج.د.ش	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
د.م.ج	ديوان المطبوعات الجامعية.
ص	صفحة.
ص ص	من الصفحة إلى الصفحة.
ق.ح.أ.م.م	قانون حرية الأسعار والمنافسة المغربي.
ط	الطبعة.
د.و.أ.ت	الديوان الوطني للأشغال التربوية.
ق.إ.م.إ	قانون الإجراءات المدنية والإدارية.
ق.إ.ج	قانون الإجراءات الجزائية.

ثانياً : باللغة الفرنسية.

P	Page.
PP	de la page à la page.
OCDE	Organisation de Coopération et de Développement Economique.
Op.cit	(Opère citato),référence précédemment citée.
LGDJ	Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence.
N°	Numéro.
JCP	Juris-classeur Périodique (la semaine juridique)

مقدمة

حظيت حرية ممارسة التجارة بأهمية قصوى لدى المجتمعات المعاصرة لما لها من نفع وفائدة على المصالح الاقتصادية للمستهلكين، وتتجلى هذه الأهمية في إدراج مبدأ حرية التجارة في صلب نصوص تشريعية سامية أو عادية¹.

إذ تم تكريس هذا المبدأ في الجزائر بموجب نص المادة 37 من دستور 1996² التي تنص على أنه: "حرية الصناعة والتجارة مضمونة وتمارس في إطار القانون".

¹-لقد أورد المؤسس الدستوري المغربي مبدأ حرية الصناعة والتجارة في الفصل الخامس عشر من دستور 1996 وينص فيه أن: "حق الملكية وحق المبادرة الخاصة مضمونان". أنظر في ذلك: السديري حكيم، المنافسة غير المشروعة، رسالة لاستكمال الحصول على دبلوم الدراسات العليا المعمقة، شعبة القانون الخاص، وحدة التكوين و البحث قانون الأعمال، جامعة الحسن الثاني -عين الشق-، الدار البيضاء، 2003، ص 5 .

-أما المشرع الفرنسي فقد كرس هذا المبدأ (حرية الصناعة والتجارة) بمقتضى المرسوم رقم 17/2 مارس 1791، المسمى بمرسوم Allarde حيث جاء فيه :

« Il est libre à toute personne de faire tel négoce ou d'exercer telle profession, art ou métier qui lui convient » .voir

-MERMOILLAD Louis, Essai sur la notion de concurrence déloyale en France et aux états unis, thèse pour le doctorat en droit , université de Lyon, 1954 , p.5.

- VALETTE Jean-Paul, Droit public économique, 2^{ème} éd· HACHETTE supérieure, Paris , 2009, p.126.

كما دعا هذا المرسوم إلى تحرير جميع النشاطات الاقتصادية، وقام بوضع أول قانون للمنافسة في فرنسا:

Le principe de liberté et du commerce et de l'industrie est issu du décret d'Allarde des 2-17 mars 1791 qui proclamait la liberté générale de toute activité économique, a ainsi mis en place le premier droit de la concurrence français. voir

Guillaume Lhuillier, « L'application des règles de concurrence par le juge administratif », 24 mars 2010, www.étudesdedroit.com

²-دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية 28 نوفمبر 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996، ج.ر.ج.د.ش عدد76 مؤرخ في 08 ديسمبر 1996، المتمم بالقانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أبريل 2002، ج.ر.ج.د.ش عدد25 مؤرخ في 14 أبريل 2002=، المعدل بالقانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج.ر.ج.د.ش عدد63 مؤرخ في 16 نوفمبر 2008.

يصاحب مبدأ حرية الصناعة والتجارة مبدأ آخر مواز له هو مبدأ حرية المنافسة³ الذي يعتبر أمراً ضرورياً مرغوباً فيه ينسجم مع طبيعة العمل التجاري، وهو ما يؤيده العديد من الفقهاء حتى إعتبره البعض روح التجارة⁴، في حين إعتبرها آخرون بأنها جوهر إقتصاد السوق⁵.

لكن ورغم أن المنافسة والتجارة تقومان على أساس الحرية إلا أنها ليست مطلقة، ذلك أن المنافسة ليست حالة طبيعية تلقائية عادية كما يعتقد ذلك أصحاب الإقتصاد الحر⁶، بل هي مقيدة بمقتضى تقاليد وأعراف النزاهة التي تحكم ممارسة التجارة من جهة، وبموجب نصوص قانونية منظمة لحدود هذه الحرية من جهة أخرى، وكل ذلك بهدف الوصول إلى حماية المصالح الإقتصادية للمستهلكين التي تعتبر من بين المصالح أو الحقوق الأكثر تعرّضاً للخطر بسبب تعسف الأعوان الإقتصاديين، من خلال إستغلالهم للمركز الضعيف الذي يحتله المستهلك في هذه المعادلة الإقتصادية.

³- تبنت الجزائر مبدأ المنافسة الحرة صراحة بموجب الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 09 مؤرخ في 22 جانفي 1995، الملغى بموجب الأمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلّق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 43 مؤرخ في 20 جويلية 2003 معدل ومنتّم.

⁴- « La concurrence est l'âme du commerce », voir :

GODINOT Henri, La concurrence déloyale ou illicite, thèse pour le doctorat en droit, universite de Nancy , France, 1932, p.6.

⁵ - « La concurrence, par conséquence une essence même de l'économie de marche », voir :

MANUEL Jorge, Droit des affaires, SNEL-SA , Paris, 1999, p. 98.

⁶-« Contrairement au rêves des économistes libéraux, la concurrence n'est pas un état naturel spontané et normal », voir :

GUYON Yves, Droit des affaire:Droit commercial général et société , tome 1, 7^{ème} Ed, Economica , Paris, 1992, p.873.

بالتالي أصبحت قضية حماية المستهلك قضية حياتية لا مفرّ منها فهي ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان، لا بدّ من دعمها خاصة أمام إنعدام الثقافة الإستهلاكية عند المواطنين، وتبني معظم دول العالم للإنتفاخ الإقتصادي، ممّا إستوجب تدخّل الدّول بتوفير آليات قانونية لتجسيد هذه الحماية، ومن بين هذه الدّول الجزائر.

لقد ظهر أوّل قانون خاص لحماية المستهلك في الجزائر سنة 1989 والمتمثّل في القانون رقم 89-02 المتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁷، بالإضافة إلى مجموعة من القوانين العامة التي كان من بين أهدافها حماية المستهلك، منها القانون رقم 04-02 الذي يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁸ والذي ينص في مادّته الأولى:

"يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الإقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين وكذا حماية المستهلك وإعلامه".

كذلك الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة⁹ الذي ينص في المادّة الأولى منه على أنّه "يهدف هذا الأمر إلى تحديد شرط ممارسة المنافسة في السّوق وتفاذي

⁷ - قانون رقم 89-02 مؤرّخ في 07 فبراير 1989، يتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.د.ش عدد 06، مؤرّخ في 08 فبراير 1989، والملغى بموجب القانون رقم 09-03 المؤرّخ في 25 فبري 2009، يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.د.ش عدد 12 مؤرّخ في 8 مارس 2009.

⁸ - قانون رقم 04-02 مؤرّخ في 23 جوان 2004، يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 41 مؤرّخ في 27 جوان 2004، المعدّل والمتمم.

⁹ - أمر رقم 03-03 مؤرّخ في 19 جويلية 2003 يتعلّق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 43 مؤرّخ في 20 جويلية 2003 معدّل و متمم.

كلّ ممارسات مقيّدة للمنافسة ومراقبة التّجميعات الإقتصادية قصد زيادة الفعالية الإقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين".

إلاّ أنّه تبين أنّ تلك التّصوص غير كافية ممّا دفع بالمشرّع إلى إعادة تقييمها، فألغى القانون رقم 89-02 المتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وتمّ إستبداله بالقانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك و قمع الغش¹⁰، كما قام بتعديل الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة¹¹ وكذلك القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبقة على الممارسات التّجارية¹².

تتمحور حماية المستهلك في عدّة مجالات من أهمّها:

- حماية صحّته وأمنه.
- حماية مصالحه الإقتصادية التي هي محلّ البحث والتي تحتاج إلى دراسة وتوضيح وتحليل.

تجدر الإشارة إلى أنّ هذه الدّراسة ستقتصر وتكون على ضوء ثلاث قوانين فقط لأهميّة الضّمّانات المكرّسة فيها وهي:

- قانون رقم 09-03 متعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش¹³.

¹⁰- قانون رقم 09-03 يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السّابق.

¹¹- قانون رقم 10-05 مؤرّخ في 15 أوت 2010 المعدّل و المتمّم للأمر رقم 03-03 المؤرّخ في 19 جويلية 2003، المتعلّق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 46 مؤرّخ في 18 أوت 2010.

¹²- قانون رقم 10-06 مؤرّخ في 15 أوت 2010، يعدّل و يتمّم القانون رقم 04-02 المؤرّخ في 23 جوان 2004، المتعلّق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التّجارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 46 مؤرّخ في 18 أوت 2010.

¹³- قانون رقم 09-03 يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السّابق.

- قانون رقم 04-02 متعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتّم.

- أمر رقم 03-03 متعلق بالمنافسة المعدل والمتّم.

لم يكن اختيار هذه القوانين بصفة عشوائية، فإذا كان القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يعدّ النص المرجعي لحماية المستهلك ولا يصحّ دراسة موضوعنا دون التطرّق إليه، فإنّ أساس اختيار النصين الآخرين يعود إلى أنّهما يشكّلان القاعدة العامّة التي تحكم النشاط التجاري من جهة والمنافسة من جهة ثانية، وبعبارة أخرى هما نصّان يطبّقان على كلّ الممارسات التجارية مهما كان نوعها وفي جُلّ القطاعات الإقتصاديّة، إلى جانب النصوص المؤطرة لكلّ نشاط أو قطاع¹⁴.

كما تجدر الإشارة إلى أنّه سوف يتمّ الإستعانة بالقانون المقارن في هذه الدّراسة كلّما أتيح المجال لذلك على سبيل الإستدلال.

على ضوء هذه المعطيات نطرح الإشكاليّة التّالية:

إلى أيّ مدى وفّق المشرّع الجزائري في وضع منظومة قانونيّة تكفل حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك؟

للإجابة على هذه الإشكاليّة يقتضي منّا المقام ضبط فكرة حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك (الفصل الأوّل)، والبحث عن مختلف الآليات المكرّسة التي تجسّد هذه الحماية (الفصل الثّاني).

¹⁴- مثلاً قطاع الإتّصالات، الكهرباء والغاز، المياه، فرغم وجود نصوص قانونيّة خاصّة لكلّ قطاع لكنّها تخضع جويّاً لقانون المنافسة والقانون المحدّد للقواعد المطبقة على الممارسات التجاريّة.

الفصل الأول

مضمون فكرة حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

يعتبر الإنفتاح الإقتصادي الذي تبنته معظم دول العالم سبباً ذو حدّين، فمن ناحية أدّى إلى ازدياد المنافسة ورواج وتوسّع السوق و تنوع السلع والخدمات التي تعرض فيها سواء كانت صناعية أو زراعية وسواء كانت محلية أو أجنبية التي تعتبر نعمة، تحقّق رفاهية المستهلك وتضمن حقّه في الاختيار بين المنتجات، لكن من جهة أخرى يمكن أن يكون نقمة عليه، فاشتداد المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين واختلال التوازن بين الأطراف المتعاقدة بين طرف يتمتّع بالخبرة ووضعية مالية مريحة ومعلومات كافية حول المبيع أو الخدمة، وطرف آخر يفتقر للحدّ الأدنى من المعلومات والذي همّه الوحيد هو الحصول على حاجياته بأقلّ ثمن ممكن متجاهلاً بذلك جودة السلع والخدمات، وبالتالي الإضرار بالمعادلة التي تحقّق مصلحته الإقتصادية والتي تتمثّل بشكل عام في حصوله على منتج يساوي على الأقلّ ما دفعه مقابل ذلك من مال (المبحث الأول).

كما أضحي المستهلك نتيجة لذلك عرضة لشتى أنواع الممارسات غير الشريفة التي ينتهجها المهني بهدف حثّه على الشراء وتكرار الشراء ضارباً بعرض الحائط مصالحه الإقتصادية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

مفهوم حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

تختلف العقود الإستهلاكية عن غيرها من العقود، إذ أنّ هذه الأخيرة تبرم بين أطراف متساوية من حيث القوة والإمكانيات وهي خاضعة للإرادة الحرة للطرفين، أمّا عقود الإستهلاك فهي غير متوازنة، لانتساع الفجوة بين طرفيه (مستهلك ومهني).

لهذه الأسباب ظهرت ضرورة توفير الحماية القانونية للطرف الضعيف في هذه العلاقة القانونية، وذلك بالإعتراف له بجملة من الحقوق كرّست في جميع الدول، وما يهّمنا في هذا المقام هي الحق في حماية مصلحته الإقتصادية.

لكن قبل الخوض في موضوعنا هذا - حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك - رأينا ضرورة التعريف بأطراف عقد الإستهلاك في (المطلب الأول)، ومفهوم المصلحة الإقتصادية للمستهلك (المطلب الثاني)

المطلب الأول تعريف أطراف عقد الاستهلاك

يتكوّن عقد الاستهلاك من طرفين هما المستهلك والمهني وبسبب احتدام النقاش بين فقهاء القانون لإعطاء تعريف جامع لهذين الطرفين وجب تسليط الضوء على كلّ منهما، فنعرّف المستهلك في فرع أول ونخصّص الفرع الثاني للمهني.

الفرع الأول تعريف المستهلك

يعتبر المستهلك أحد أطراف عقد الإستهلاك ومن أهمّ الموضوعات المثيرة للجدل، عكس فقهاء الاقتصاد الذين اعتبروا أنّ كلّ إنسان مستهلك وهو الشّخص الذي يستعمل السلع والخدمات ليفي بحاجاته ورغباته وليس بهدف تصنيعها¹⁵، فقد ثار خلاف كبير بين فقهاء القانون لإعطاء تعريف موحد للمستهلك (أولاً) كما يستوجب البحث عن موقف المشرّع من ذلك (ثانياً).

¹⁵ - أنظر في هذا الخصوص كلاً من:

- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن: دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 21.

- " " ، " مدى خضوع المرافق العامّة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك "، مجلة إدارة، عدد 2002، 24، ص 33.
- زوية سميرة، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007، ص 02.

« Du point de vue économique, le consommateur est l'utilisateur final de la marchandise ou de service, celui qui l'achète pour en user en le détruisant, et non en vue d'une production second » voir :

-MARTIN Raymond, " Procédures judiciaires civiles de règlement des litiges de consommation", J.C.P., 1994 , p.03

أولاً-التعريف الفقهي للمستهلك

انقسم فقهاء القانون في تعريفهم للمستهلك إلى فريقين، فريق أول يوسع من تعريف المستهلك (1)، وفريق ثاني يضيق منه (2).

1. الإتجاه الموسع لمفهوم المستهلك

لقد ساد هذا الإتجاه مع بداية ظهور الدعوة إلى حماية المستهلك وتجسد في نداء الرئيس الأمريكي الأسبق جون كندي من أن المستهلكين هم نحن جميعاً¹⁶.

فيعرّف أنصار هذا الإتجاه المستهلك بأنه: " ذلك الشخص الذي يبرم تصرفاً قانونياً لغرض استخدام السلعة أو الخدمة لإشباع إحتياجاته الشخصية أو سدّ إحتياجات مهنته"¹⁷.

بالتالي يعتبر مستهلكا حسب هذا الإتجاه من يشتري سيارة لإستعماله الشخصي أو لإستعماله المهني، ما دام أن السيارة في كلتا الحالتين تستهلك¹⁸، وبناء على ذلك يتسع مصطلح المستهلك ليشمل أشخاصاً آخرين سوف يستفيدون بالضرورة من القواعد القانونية التي تحمي المستهلكين رغم أنهم ليس لهم صفة المستهلك.

¹⁶- بودالي محمد، " مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك "، المرجع السابق، ص34.
¹⁷- PIZZIO (J.P), L'introduction de la notion de consommateur en droit français, Dalloz, Paris, 1982, p.91.

¹⁸- لمزيد من المعلومات راجع كلاً من :

- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد : دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية و تطبيقية للتصوص الخاصة بحماية المستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1986، ص8.

- بودالي محمد، " مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك "، المرجع السابق، ص 35.

- سي يوسف زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009، ص36.

من خلال هذا التعريف يظهر إلى الواجهة ثلاثة أنواع من الأشخاص:

المهنيون الخارجين عن إطار تخصصهم، موفّروا الأموال، المستعملون للمرافق العامة، فوضعهم يثير إشكالات مع مفهوم المستهلك.

أ- المهنيون الخارجين عن إطار تخصصهم

ثار جدل فقهي حول إمكانية إعتبار المهني الذي يتصرّف خارج نطاق تخصصه مستهلكاً أو مهنياً؟.

هناك من ينادي بإضفاء صفة المستهلك على المهنيين الذين يتصرّفون لغرض مهني لكن خارج دائرة اختصاصهم، واستند هؤلاء في ذلك إلى كون المهني الذي يتصرّف خارج اختصاصه مع مهني آخر يتصرّف في إطار مهنته يكون من حيث المعلومات والخبرة المتعلقة بموضوع التصرف في مركز أضعف من الثاني ممّا يجدر توفير الحماية اللازمة له¹⁹ في ذلك، ولا يكون ذلك إلاّ إذا أضفينا صفة المستهلك عليه.²⁰ من أمثلة ذلك الفلاح الذي يعقد تأميناً على زراعته، التاجر الذي يقيم نظاماً للإنذار في محلّه، المحامي الذي يشتري أجهزة إعلامية لمكتبه²¹... الخ.

¹⁹ -LIGER Monique, « La notion de non professionnel ou consommateur ? », Revue de concurrence de la consommation, n° 104, Janvier, février, 1999, pp.19.

²⁰ - أنظر كلاً من:

- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك: دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص40.

- محمد قوراري فتيحة، " الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضلّة : دراسة في القانون الإماراتي والمقارن "، مجلة الحقوق الصادرة عن كلية الحقوق، جامعة الكويت، العدد 03، 2009، ص251.

²¹ - راجع كلاً من:

- بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقيها لقانون حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 35.

- محمد قوراري فتيحة، المرجع السابق، ص251=.

إلا أنه رغم توسيع صفة المستهلك لتشمل أكبر عدد ممكن من الأشخاص فإنهم يستبعدون من كل ذلك الشراء من أجل إعادة البيع²².

ب - الموقرون (المدخرون)

يعتبر الإدخار أو التوفير مناقضاً تماماً للإستهلاك، فالمدخر لا يستهلك موارده بل يحتفظ بها من أجل توظيفها وبالتالي إشباع حاجاته المستقبلية، أما المستهلك فيستخدم تلك الإمكانيات والموارد بهدف إشباع حاجاته الآنية.

رغم التناقض الموجود بينهما إلا أنهما يلتقيان كونهما أطرافاً غير مهنية تتعاقد مع أطراف مهنية، وبما أن المدخر يتعرض لنفس الأخطار التي يتعرض لها المستهلك العادي وذلك من خلال تعاقد مع مؤسسة مالية من أجل وضع أمواله فيها، فهو صحيح لا يستهلك تلك الأموال، إلا أنه مستهلك خدمة، كما أنه مستهلك لكن على المدى البعيد إن بالضرورة سوف يتعرض لنفس الأخطار التي يتعرض لها المستهلك²³، هناك من يرى ضرورة اعتبارهم مستهلكين، وبالتالي يستفيدون من الحماية المكرسة في قانون حماية المستهلك.

ج - المستعملون للمرافق العامة

يعتبر المرفق العام²⁴ وسيلة في يد الدولة لتنفيذ الخدمة العمومية، هدفه الأساسي تلبية الحاجات العامة²⁵.

= سي يوسف زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص36.

²² - المرجع نفسه، ص36.

²³ - أحمد محمد السعد، " الملامح الأساسية للعلاقة بين نظام الوقف والإقتصاد: مدخل نظري"، منشور على

الموقع الإلكتروني www.arablawninfo.com ، بتاريخ 02 فيفري 2011، ص06.

²⁴ - لا يوجد تعريف محدد و دقيق للمرفق العام، فهو مفهوم معقد، و قد حاول العديد من الفقهاء تعريفه من بينهم الأستاذ أحمد محيو إذ يرى هذا الأخير بأنه للتوصل لتعريف المرفق العام يمكن الإعتماد على معيارين: =

ما يهمّ في هذا المقام هو عندما تكون الخدمة مقدّمة لشخص طبيعي (شخصي أو عائلي) هل نستطيع اعتبار المستفيدين منه كمستهلكين؟ وبالمقابل هل بالإمكان اعتبار المرافق العامّة كمهنيين؟

أهميّة السؤال تتمحور حول محاولة معرفة ما إذا كان قانون حماية المستهلك ساريا وقابلا للتطبيق على المرافق العامّة أم لا؟ .

من أجل الإجابة على هذا السؤال يجب أولاً التمييز بين كلّ من المرافق العامّة ذات الطّابع الإداري، والمرافق العامّة ذات الطّابع الصّناعي والتّجاري.²⁶

=المعيار العضوي: فيقصد بالمرفق العام الإدارة بشكل عام، و المؤسسة الإدارية، فحيث يوجد مؤسسة إدارية يوجد مرفق عام.

المعيار المادي: كلّ نشاط يهدف لإشباع مصلحة عامة. للمزيد من التفاصيل راجع كلاً من:

- محبو أحمد، محاضرات في المؤسسات الإدارية-ترجمة محمد عرب صاصيلا-، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص430.

- ضريفي نادية، تسيير المرفق العام والتّحويلات الجديدة، دار بلقيس، الجزائر، 2010، ص5.

وتجدر الإشارة أن الأستاذ زوايمية رشيد قد أضاف معيار آخر وهو المعيار القانوني المتمثل في مجموعة من الأدوات التوجيهية للقانون العام. أنظر:

ZOUAIMIA Rachid, Droit administratif (en collaboration avec Mme Marie Christine Rouault), Editions Berti, Alger, 2009,p.211.

²⁵- بوضياف عمار، الوجيز في القانون الإداري، دار ربحانة، الجزائر، 1999، ص05 .

²⁶- يجري التمييز منذ القدم في ظلّ القانون الإداري بين المرافق العامة الإدارية و المرافق العامة ذات الطّابع الصّناعي والتّجاري، وكانت بداية التمييز مع صدور قرار محكمة التنازع الفرنسية في قضية "باك دي لوكا". راجع كلاً من:

- بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامّة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص53.

- بوضياف عمار، المرجع السابق، ص48.

- حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة بومرداس، الجزائر، 2006، ص06.

فبالنسبة للمرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري فإن الأمر لا يثير أي إشكال والإجابة على هذا التساؤل تكون إيجابية وهذا استناداً إلى الحكم الشهير "باك دي لوكا"²⁷ عن محكمة التنازع الفرنسية في 22 جانفي 1921، إذ حسب هذا الحكم تخضع المرافق العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري في علاقاتها مع المستفيدين للقانون الخاص ولاختصاص القضاء العادي.²⁸

بينما الإجابة تكون أكثر صعوبة بالنسبة للمرافق العامة الإدارية التي لا تبحث أصلاً عن الربح، بل هدفها يبرز في تحقيق المنفعة العامة.

إذا تمسكنا بهذا التصور النظري يمكننا أن نستخلص بأنه لا يمكن تطبيق قانون حماية المستهلك على هذا النوع من المرافق، وبالتالي لا يمكن اعتبار المنتفعين منه مستهلكين، بل نطبق النصوص الخاصة بحماية مستفيدي المرافق العامة مثلما هو معمول به في القانون الفرنسي المؤرخ في 17-07-1978، والمرسوم الفرنسي المؤرخ في 28-11-1983، اللذان يتضمنان عدة إجراءات لتحسين العلاقات بين الإدارة والمواطن.

²⁷ - تعلق النزاع بناقلة بحرية في ساحل العاج إسمها "باك دي لوكا" تعرضت لحادث تسببت في غرق مسافر وإلحاق الضرر بمجموعة عربات، ولما رفع الأمر إلى المحاكم العادية تمسك ممثل الإدارة بعدم الاختصاص فعرض الأمر على محكمة التنازع فأقرت الصبغة المدنية للنزاع واختصاص القاضي العادي بالنظر فيه وأسست قرارها هذا أن الشركة كانت تقوم بوظيفة النقل طبقاً لذات الشروط التي يعمل بمقتضاها الأفراد وانتهت من ذلك إلى أن غياب نص صريح يعهد الاختصاص للقاضي الإداري فإن النزاع يكون من اختصاص القاضي العادي. لتفاصيل أكثر راجع: وضياف عمار، مرجع سابق، ص 48.

²⁸ - أنظر كلاً من :

- بودالي محمد، "مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 54.

- محيو أحمد، المرجع السابق، ص 499.

- CALAIS-AULOY Jean et STEINMETZ Frank, Droit de la consommation, Dalloz, 7^{eme} éd, Paris , 2006, p.05.

لهذا نتساءل عن إمكانية توفير حماية إضافية للمستفيدين بإخضاع المرافق العامة الإدارية لقواعد قانون الاستهلاك ؟

إنّ المرافق العامة الإدارية لا تخضع إلى قواعد قانون الإستهلاك، حيث أنّ الخدمة جماعية ومجانية كمرفق العدالة، الشرطة، ومرفق الطرق، والمستفيدين من هذه الخدمات ليسوا مستهلكين، وهذا الطرح لا يثير أيّ إشكال، لكن يوجد هناك نوع من المرافق العامة الإدارية، التي تقدم خدمات بمبالغ مالية مثل المستشفيات، فالمستفيدين غير المهنيين لهذه المرافق هم بالتأكيد من المستهلكين يمكنهم أن يثيروا قواعد قانون الإستهلاك.

يكون الحلّ أقلّ تأكيداً ودقّةً عندما يتعلّق الأمر بمرافق عامّة أخرى كمرفق التربية، ونستطيع ملاحظة هذا في القانون الفرنسي وكذا في القانون المعمول به في الإتحاد الأوروبي (Droit Communautaire)، الذي يتّجه إلى توسيع قواعد قانون الإستهلاك إلى مفهوم المرفق العام .²⁹

2- الإتّجاه المضيّق لمفهوم المستهلك.

يعرّف أصحاب هذا الإتّجاه المستهلك بأنّه:

" كلّ شخص يقتني أو يستعمل مالاّ أو خدمةً لتحقيق هدف شخصي أو عائلي سواءً تعلّق الأمر باقتناء المنقولات أو العقّارات دون أن يكون لهذا الاقتناء أيّ هدف مهني"³⁰.

²⁹- بودالي محمد، " مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص56.

³⁰-PICOD Yves, DAVO Helene, Droit de la consommation, éd Dalloz, Armand collin, Paris, 2005, p. 20.

كما يعرف كذلك بأنه: "كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية عن طريق منتج معين"³¹.

فيعدّ مستهلكا وفقا لهذا الإتجاه-الذي تؤيدّه لجنة الشروط التعسفية في فرنسا- ذلك الشخص الذي لأجل احتياجاته الشخصية أو العائلية لا المهنية يصبح طرفا في عقد للتزوّد بالسلع أو الخدمات³².

بعبارة أخرى يعدّ مستهلكا حسب أنصار هذا الإتجاه:

" كل شخص يحصل أو يستعمل أموالا أو خدمات لغرض غير مهني"³³

لقد أجمع غالبية الفقه³⁴ بأنّ هذا التعريف هو الأحسن والأنسب، لأنّه يقصره على الشخص الذي يتعاقد بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو لأحد أفراد

³¹- عمران السيد محمد، المرجع السابق، ص8.

³²-البصيري منير، المنصوري أحمد، " حماية المستهلك من الشروط التعسفية "، [www.droitcivil.over-](http://www.droitcivil.over-blog.com) ص02.

³³-BASCO David, « le contentieux des clauses abusives ». Publier sur : www.themis.u-3mrs.fr, p.05

³⁴- يتّجه أغلبية الفقهاء نحو تبني المفهوم الضيق للمستهلك من أهمهم: MALNVAUD Philippe, NGUYEN Denise كذلك الفقيهيين, CALAIS-AULOY et STEINMETZ بحيث يفضّل هذين الأخيرين إقصاء الأشخاص المعنوية من الإستفادة من الحماية المكرّسة في قانون حماية المستهلك، و بالتالي تبني المفهوم الضيق بعدما كانا يتبنيان في السابق المفهوم الموسّع .

« La seule solution claire serait, a notre avis, d'exclure les personnes morales de la protection du droit de la consommation. Dans la précédente édition de cet ouvrage,= nous admettions que certaine personnes morales pouvaient bénéficier de cette protection. **Nous avons changé d'avis** », voir :

- CALAIS-AULOY Jean et STEINMETZ Frank, Op.cit, p.17

عائلته، وهذا الشكل يستبعد المهنيين من التمتع بالحماية التي يكفلها قانون حماية المستهلك³⁵.

كما يستبعد من هذا التعريف، من يقتني منتوجا لغرض مزدوج ، كالشخص الذي يقتني مثلاً سيارة ليستعملها في تنقلاته الخاصة مع عائلته، إلى جانب استعمالها في جولاته المهنية، وقد وصل التشدد عند هؤلاء في توضيح مفهوم المستهلك إلى حد استبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية بشكل جزئي، وعن المهني الذي يتصرف لغرض مهني لكن خارج اختصاصه.

من خلال التعاريف السابقة يتبين لنا جلياً ، بأنه من أجل إضفاء صفة المستهلك على شخص ما حسب أنصار الإتجاه المضيّق يجب توافر ثلاثة شروط وهي:

أ- أن يكون من الأشخاص الذين يكتسبون أو يستعملون السلع أو الخدمات

يجب أن يكتسب المستهلك السلع أو الخدمات من أجل الإستهلاك النهائي، ويمكن أن يكون هذا الشخص طبيعياً أو معنوياً³⁶.

ب- أن يتعلّق محلّ العقد بالسلع أو الخدمات

كذلك من الشروط الواجب توافرها من أجل اعتبار شخص ما مستهلكاً أن يكون محلّ عقد الإستهلاك سلعة أو خدمة.

³⁵ - الزوجال يوسف، " مفهوم المستهلك في التشريع والفقهاء والقضاء المغربي والمقارن"، مجلة الفقه والقانون، المغرب ، ص9 www.majalah.new.ma.

³⁶ - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر ، 2002، ص21.

فما المقصود بالسلعة؟ وماذا نعني بالخدمة؟

عرّف المشرّع الجزائري السلعة في المادة 03 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ بأنها: "كلّ شيء مادّي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً".

كما تعرّفها المادة الثانية من الأمر رقم 03-06 المتعلّق بالعلامات بأنها :

" هي كلّ منتج طبيعي أو زراعي أو تقليدي أو صناعي خاما كان أو مصنّعاً.

أمّا الخدمات فتعرّفها المادة 03 من القانون رقم 03-09 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ بأنها: " كلّ عمل مقدّم، غير تسليم السلعة، حتّى ولو كان هذا التسليم تابعاً أو مدعماً للخدمة المقدّمة"³⁷

ج- أن يكون الاقتناء لغرض غير مهني

يعدّ هذا العنصر المعيار الجوهري للتفرقة بين المستهلك والمهني، بعبارة أخرى يعدّ مستهلكاً كلّ من يكتسب أو يستعمل سلعة أو خدمة لغرض غير مهني أي لأغراض شخصية أو عائلية.³⁸

رغم ما لهذا العنصر من أهمية في التمييز بين المستهلك والمهني، إلاّ أنّه يثور إشكال آخر وهو حينما يشتري شخص سلعة أو خدمة لغرض مزدوج فهل يعتبر مستهلكاً أم مهنيّاً في هذه الحالة؟

يرى الفقه الفرنسي بأنّ الإستعمال الغالب للسلعة أو الخدمة هو المحدّد لصفة المستهلك، وتلعب هنا السّلطة التقديرية للقضاء دوراً كبيراً ومحورياً، لأنّه من الناحية

³⁷- قانون رقم 03-09 يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

³⁸-AUGUET Yvan, DORANDEU Nicolas, GOMY Marc, ROBINNE Sébastien, VALETTE-ECOLE Vanessa, Droit de la consommation, ELLIPSES, Paris, 2008, p17.

العملية يصعب جداً إقامة مثل هذه التفرقة وبالتالي للقاضي رسم الحدود بين ما يمكن اعتباره غرضاً مهنيّاً، وما يمكن اعتباره غرضاً استهلاكياً³⁹.

ثانياً - موقف المشرّع الجزائري من تعريف المستهلك

لم يعرف المشرّع الجزائري المستهلك في ظلّ القانون رقم 89-02 المتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك بل أحال إلى التّظيم، فعرّفته المادة 02 الفقرة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغش⁴⁰ بأنّه: "كلّ شخص يقتني بئمن أو مجاناً منتوجاً أو خدمة معدّين للاستعمال الوسيطى أو النهائى لسدّ حاجاتها لشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفّل به". لم يحدّد المشرّع من خلال هذا التعريف من هو الشخص محلّ الحماية هل الشخص الطبيعي فقط أم الشخص الطبيعي والمعنوي، لكن الملاحظ بعد استكمال قراءة نصّ المادة نجد أنّ المشرّع أقصى الشخص المعنوي من إمكانية اعتباره مستهلكاً واعتبر المستهلك شخصاً طبيعياً طالما أنّ الغرض من الإستهلاك هو سدّ حاجات شخصية، كذلك تُلاحظ من هذا النصّ أنّ المشرّع الجزائري قد أخذ بالمفهوم الموسّع للمستهلك، وهذا ما نستنتجه من عبارة الوسيطى أو النهائى.

لكن بالعودة إلى المادة 03 الفقرة 02 من القانون رقم 04-02⁴¹ المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التّجارية يعرفه بأنّه:

" كلّ شخص طبيعى أو معنوي يقتني سلعاً قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجرّدة من كلّ طابع مهنيّ".

³⁹- منير البصري وأحمد المنصوري، المرجع السابق، ص 05.

⁴⁰- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 يتعلّق برقابة الجودة وقمع الغش، المرجع السابق.

⁴¹- أنظر المادة 2/3 من القانون رقم 04-02 المتعلّق بتحديد القواعد المطبّقة على الممارسات التّجارية، المرجع السابق.

نلاحظ أنّ المشرّع أضفى في هذه المادة مفهوم المستهلك على الشّخص الطبيعيّ أو المعنوي وذلك بصريح العبارة، كما أنّه أقصى المستهلك الوسيط من اعتباره مستهلكا وبالتالي تبنى المفهوم الضيق للمستهلك⁴².

يعرّفه أيضا القانون رقم 09-03⁴³ المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ بأنه:

" كلّ شخص طبيعيّ أو معنوي، يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجاته الشّخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به " .

نلاحظ من خلال نص المادة أنّ المشرّع الجزائري قد نقل نص المادة 2 الفقرة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغشّ⁴⁴ مع إضافة بعض الإيضاحات وذلك بإزالة الغموض عن مصطلح كلّ شخص، فنص بصريح العبارة كلّ شخص طبيعيّ أو معنوي وهذا ما لا نجده في التعريف السابق، كما أنّه استبعد المستهلك الوسيط. وبالتالي حسم المشرّع الأمر وأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك ممّا يؤدّي إلى استبعاد وبالضرورة كلّ من المهنيين الذين يتصرّفون خارج اختصاصهم، والموقّرون لأموالهم، وكذلك مستعملو المرافق العامة من اعتبارهم مستهلكين فلا يستفيدون من الحماية المكرّسة في قانون حماية المستهلك.

⁴² - بناسي شوقي، " مواجهة الشروط التعسفية في العقود في ضوء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، العدد 02 ، سنة 2009 ، ص 153.

⁴³ - أنظر المادة 03 من القانون رقم 09-03 يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المرجع السابق.

⁴⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 90-39 يتعلّق برقابة الجودة وقمع الغشّ، المرجع السابق.

تجدر الإشارة إلى أنه بالنسبة للمستفيدين من المرافق العامة فإنهم يستفيدون من الحماية المكّسة في المرسوم التنفيذي رقم 88-131 الذي ينظّم العلاقات بين الإدارة والمواطن⁴⁵، من بينها القسم الرابع منه تحت عنوان "التّحسين الدائم لنوعية الخدمة" خاصة المادة 21 منه التي تنصّ :

"يجب على الإدارة حرصاً منها على تحسين نوعية خدماتها باستمرار وتحسين صورتها العامة باعتبارها تعبيراً عن السلطة العمومية أن تسهر على تبسيط إجراءاتها، وطرقها، ودوائر تنظيم عملها وعلى تخفيف ذلك".
كما تنص المادة 30 كذلك على أنه:

"يجب على الموظفين أن يؤدّوا واجباتهم طبقاً للتّشريع والتنظيم المعمول بهما ولا يقبل منهم أي تذرع خصوصاً فيما يأتي:
- رفض خدمة.....

-.....الخ⁴⁶.

فكلّ هذه المواد وغيرها تهدف إلى حماية المرتفقين ممّا يمكن القول بأنّه ليس من الضّروري اعتبار هؤلاء الأشخاص مستهلكين.

الفرع الثاني

تعريف المهني

يبرم المستهلك عقوداً مع المهني باعتباره مقدّم المنتج من أجل سدّ احتياجاته الإستهلاكية⁴⁷.

⁴⁵- مرسوم تنفيذي رقم 88-131 مؤرخ في 4 يوليو 1988، ينظّم العلاقة بين الإدارة والمواطن، ج.ر.ج.د.ش عدد 27 مؤرخ في 06 يوليو 1988.

⁴⁶-المرجع نفسه.

فإذا كان الفقه قد استقرّ على تسمية الطرف الثاني في عقد الإستهلاك بالمهني (أولاً) فإنّ موقف المشرّع الجزائري متذبذب (ثانياً).

أولاً- تعريف الفقه للمهني

يدلّ تعبير مهنة على كلّ نشاط منظّم، هدفه الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمات، وتعدّ التجارة من أول أشكال هذه الأنشطة المنظّمة، لذلك كانت أهمّ المهن وكان أصحابها أهمّ المهنيين.⁴⁸

غير أنّه مع تطوّر الحياة ، وازدياد متطلّباتها ظهر الكثير من أصحاب المهن إلى جانب التّجار كالأطباء، المحامين، المهندسين الخ.

يختلف المهني عن المستهلك في كونه يتصرّف من أجل حاجات مهنته، كاستتجاره لمحل تجاري لتجارته، أو شرائه لسلع بغرض إعادة بيعها كما أنّه في مركز تفوّق بالمقارنة بمركز المستهلك⁴⁹.

بالتّالي يرى البعض بأنّ المهني هو الذي يتمتع بثلاثة عناصر من الأفضليّة أو التّفوق وهي: المقدرة الفنية ، المقدرة القانونية، المقدرة الإقتصادية⁵⁰.

⁴⁷- تعرّف المادة 10/3 من القانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغشّ، المنتج بأنّه: " كلّ سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا "

⁴⁸- عبد الله ليندة ، "المستهلك و المهني مفهومان متباينان"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أفريل، 2008، ص30.

⁴⁹- بودالي محمد، " مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك "، المرجع السابق، ص 51.

⁵⁰- منير البصري وأحمد المنصوري، المرجع السابق، ص 03 .

يقصد بالمهني في رأي آخر: " الشخص الذي يتعاقد من خلال ممارسة مهنة وليس بالضرورة أن يكون له صفة التاجر".⁵¹

يعرفه أيضا الفقيهي Jean CALAISAULOY و STEINMTZ Frank بأنه:

" كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاط معتاد ومنظم بحيث يقوم من خلال هذا النشاط بالإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات"⁵².

يتخذ بعض الفقه من الغرض من التصرف معياراً لوصف أو تصنيف فاعله في مجموعة المهنيين أو في مجموعة المستهلكين، ويعتبر مهنيًا كذلك الذي يشتري الأشياء لاستعمالها دون نية بيعها ولكن يقوم بذلك لأغراض مهنته.

لكن تعريف المهني الذي قدمته لجنة تنقيح قانون الإستهلاك الفرنسي يعتبر من أبرز التعاريف حيث ورد فيه أن المهنيين هم:

"الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين العموميين أو الخصوصيين الذين يعرضون الأموال أو الخدمات أثناء مزاولتهم لنشاط اعتيادي".⁵³

عليه، حسب هذا التعريف فإن المهني الذي يعرض السلع أو يقدم الخدمة قد يكون شخصاً طبيعياً كما قد يكون شخصاً معنوياً، سواء ينتمي إلى القطاع الخاص

⁵¹- المرجع نفسه.

⁵²- « le professionnel est la personne physique ou morale qui agit dans le cadre d'une activité habituelle et organisée de production, de distribution ou de prestation de service », voir :

CALAIS-AULOY Jean et STEINMETZ Frank, droit de la consommation, op.cit, p.04.

⁵³- YVAN Auguet et autres, op cit, p.36.

أو العام ، هذا المفهوم يتماشى مع قانون الإستهلاك الفرنسي ولجنة الشروط التعسفية ومع المادة الثانية من التوجيه الأوروبي لسنة 1993⁵⁴.

ثانيا - موقف المشرع الجزائري

تعددت التسميات التي استعملها المشرع للدلالة على الطرف الثاني في عقد الإستهلاك إلى جانب المستهلك، فعرفه في القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك⁵⁵ التي تبيّن مراحل عملية عرض المنتج وهي تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي قبل الاقتناء من قبل المستهلك، فكلّ متدخّل في أية مرحلة من هذه المراحل يعتبر مهنيًا.

تعرف المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات المهني (الحرفي) بأنه:

" كلّ منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كلّ متدخّل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك"⁵⁶.

كما تعرف المادة من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المهني و ذلك تحت تسمية المتدخّل بأنه:

" كلّ شخص طبيعي أو معنوي يتدخّل في عملية عرض المنتجات للإستهلاك".

⁵⁴ - ibid, p.36..

⁵⁵ - قانون رقم 89-02 يتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المرجع السابق.

⁵⁶ - مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلّق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر.ج.د.ش عدد 40 مؤرخ في 19 سبتمبر 1990.

كما تعرّف المادة 03 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية العون الإقتصادي بأنه:

"كلّ منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدّم خدمات أيّا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي بقصد تحقيق الغاية التي تأسّس من أجلها"⁵⁷.

كما جاء في المادة 03 الفقرة الثانية من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة على أنّه: " المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أيّا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد"⁵⁸.

نلاحظ من كلّ ما سبق أنّ المشرّع لم يستعمل تسمية واحدة للدلالة على المهني فتارةً يسمّيه المتدخل ، وتارةً المحترف، وفي بعض الأحيان نجد تسمية العون الإقتصادي أو المؤسسة، فحبذا لو يتبنّى المشرّع تسمية واحدة لدلالة على المهني حتى يزيل الغموض عن ذهن القارئ، كما نقترح كذلك لو يأخذ المشرع الجزائري بنفس التعريف الذي تبناه الفقه الفرنسي⁵⁹ باعتباره الأنسب.

⁵⁷ - قانون رقم 04-02 يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

⁵⁸ - قانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل و يتم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد36، مؤرخ في 02 جويلية 2008.

⁵⁹ - يعتبر مهنيًا حسب الفقه الفرنسي: " كلّ شخص طبيعيًا ومعنوي يتصرّف في إطار نشاط معتاد ومنظم بحيث يقوم من خلال هذا النشاط بالإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات"

راجع:

CALAIS-AULOY Jean et STEINMETZ Frank, op.cit, p.04

المطلب الثاني

تعريف حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك وتطورها التاريخي

يتمتع المستهلك بعدة حقوق من أهمها الحق في حماية مصالحه الاقتصادية، لهذا أصبح لزاما علينا البحث في معنى المصلحة الاقتصادية للمستهلك (الفرع الأول)، كما سنحاول البحث عن الجذور الأولى لتكريس هذا الحق (الفرع الثاني).

الفرع الأول

معنى حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك وموقف المشرع الجزائري

إذا كان موقف الفقه من تعريف حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك واضحا لا لبس فيه (أولا) فإن المشرع الجزائري لم يكن واضحا في ذلك (ثانيا).

أولا- التعريف بحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

إن الوصول إلى تعريف حماية المصلحة الاقتصادية ليس بالأمر الهين باعتبار أن مفهومها شاسع شساعة الزوايا التي يمكن النظر منها لذلك سوف نعتمد لتعريفها على تحليل كل مصطلح على حدى (الحماية، المصلحة، الاقتصاد) لنصل في آخر المطاف إلى المقصود بحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك..

1- الحماية: لغة فهي حمى الشيء حميا و حمى منعه و دفع عنه، يقال حماه

من الشيء أي دفعه عنه⁶⁰، كما تعني كلمة الحماية درء الخطر⁶¹

⁶⁰- محمامي مختار، "الرقابة الشرعية للسوق وأثرها في حماية المستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادى، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 94.

⁶¹- مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، "دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك (حالة مصر)"، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، عدد 04، الجزائر، 2006، ص 191.

كما تعني كلمة حماية عملية توفير الأمان لشخص أو شيء من كل خطر
2- المصلحة: هي المنفعة⁶²، فكل ما كان فيه نفع سواء بالجلب أو التّحصيل أو
 بالدّفع فهو جدير بأن يسمى مصلحة⁶³.

كما يعرفها الإمام الغزالي بأنّها:

"عبارة في الأصل عن جلب منفعة و دفع مضرّة"⁶⁴.

3 الإقتصاد: فنعني بها مجموعة ظاهرات وأعمال ونشاطات متعلّقة بإنتاج الثروات
 وتنقلها وإستهلاكها في مجموعة معينة⁶⁵.

كما يعرف كذلك بأنه: "مجموعة الأنشطة التي يقوم بها الإنسان من إنتاج،
 استهلاك كذلك تبادل الأموال والخدمات"⁶⁶

⁶² - إذا كانت كلمة منفعة تقابلها في اللّغة العادية كلمة الضّرر، بحيث نقول أنّ هذا الشّيء نافع وأنّ ذلك الشّيء ضارّ، فإنّ في اللّغة الإقتصادية لها معنى آخر لأنّ المال النّافع والشّيء النافع هو في المنظور الإقتصادي ذلك الذي يلبي رغبة أو حاجة لدى الإنسان ويؤدّي إلى تحقيقها أو إشباعها وذلك بصرف النّظر عمّا إذا كان المال أو الشّيء نافعاً أو ضارّاً للإنسان بالمفهوم العادي، على سبيل المثال التّبغ مضرّ من النّاحية الصّحية ولكنّه بالمفهوم الإقتصادي يشكّل شيئاً ملبياً لحاجة المدخّن لذلك فهو يعتبر من الأموال أو الأشياء المدرجة في نطاق المنفعة.

أمّا في القانون فعكس ذلك تماماً، فالحاجة يجب أن تدور في دائرة القانون المستمد من الأخلاق والصّحة وغيرها من الأمور المفيدة للمجتمع. أنظر بخصوص ذلك:

العنبيكي مجيد حميد، أثر المصلحة في التّشريعات، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، 2002، ص22.

⁶³ - فرحي محمد، "سياسة التنمية الإقتصادية في الإسلام: الإطار العام والمقومات"، مجلة الباحث، العدد 2، الجزائر، 2003 ص18.

⁶⁴ - المرجع نفسه، ص18.

⁶⁵ - جيرار كورنو، ترجمة منصور القاضي، معجم المصطلحات القانونية، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1998، ص 237.

عليه المصلحة الاقتصادية هي إذن المنفعة الاقتصادية والتي تتجلى في مدى الأهمية التي يعلقها شخص ما على تحقيق حاجة له أو الحصول على مال إقتصادي⁶⁷ محدّد ومقدار الأهمية يرتبط بمقدار أو بمدى الحاجة التي تدفع الشخص إلى السعي وراء الحصول على هذه المنفعة⁶⁸.

كما تعرّف المصلحة الاقتصادية بأنها كلّ ما يشبع حاجة مادية أو معنوية لشخص من الأشخاص.

تجدر الإشارة إلى أنّ المصلحة الاقتصادية تختلف من دولة إلى أخرى وهذا حسب النظام الإقتصادي المنتهج.

من خلال ما سبق نستخلص مجموعة من الخصائص تميّز بها المصلحة الاقتصادية يمكن أن نجملها فيما يلي:

1- **منفعة شخصية** مرتبطة برغبة الفرد نفسه وبالتالي فهي ليست موضوعية مرتبطة بالمال نفسه. فانعدام الرغبة في مال إقتصادي معين لدى فرد من الأفراد

⁶⁶ - « L'économie est l'ensemble des activités de l'homme consistant à produire, à consommer et à échanger des biens et services ». voir :

⁶⁷ - الأموال الاقتصادية قد تكون أشياء مادية يعبر عنها بلفظ المنتجات أو السلع، وقد تكون كذلك أشياء معنوية أو غير مادية يعبر عنه بلفظ الخدمات، التي يقدمها أصحاب المهن الحرة أو المؤسسات الخاصة أو العامة كالمصارف، شركات السياحة، الإدارات الحكومية... إلخ.

راجع بهذا الخصوص:

عطوي فوزي، المرجع السابق، ص 22.

⁶⁸ - راجع ذلك كلّ من:

- مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، المرجع السابق، ص 191.

- عطوي فوزي، المرجع السابق، ص 22.

يسقط في نظر هذا الفرد أية منفعة للمال الإقتصادي فيتوازي في نظره وجود ذلك المال وانعدامه.

2- منفعة نسبية تكبر أو تصغر كلما اشتدت الرغبة والحاجة وكلما ضعفت في نفس الفرد فهي تتفاوت من شخص لآخر⁶⁹.

3- منفعة تتأثر بكمية المال الإقتصادي المتوفر وبمدى إلحاح الحاجة القائمة لدى الفرد إليها.⁷⁰

لنصل في الأخير إلى أنّ:

المقصود بحماية المصالح الإقتصادية للمستهلكين بوجه عام:

- تمكين المستهلكين من الحصول على الفائدة المثلى من مواردهم المالية أي أنّ المستهلك كأثر لإقباله على التعاقد يهدف إلى حيازة المنتج والانتفاع به على نحو يوازي على الأقل ما سدده مقابل ذلك من نقود والذي من المفترض أن يكون لأجزائه ما يناظرها من عناصر السلعة، كماهيتها، قدرها، جودتها، متانتها، مطابقتها للمواصفات، ملاءمتها للغرض المخصّص لها وكذا خلوها من العيوب.....الخ.⁷¹

⁶⁹- يقول الأستاذ عزمي رجب: "إنّ اختيار الأفراد للأموال الإقتصادية يتمّ تبعاً لسلسلة من المفاضلات الشخصية بين مختلف هذه الأموال فيقوم الفرد بالاختيار تبعاً للمنفعة التي يقدر أنّه سيجنيها منها ولمستوى ثمنها ومركز هذا الثمن بالنسبة لقيمة هذه المنفعة الشخصية التي سيشعر بها والتي سيضحّي بالثمن المذكور من أجلها.

أنظر في هذا الخصوص:

عطوي فوزي، المرجع السابق، ص 48.

⁷⁰- المرجع نفسه، ص 48.

⁷¹- راجع في هذا الخصوص كلّ من:

- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك: دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون ، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004 ص ص 44-45=.

- حمايتهم من الممارسات التي تضرّ مصالحهم الإقتصادية، كالإشهارات المضلّلة أو الكاذبة، الممارسات التجاريّة غير النزيهة، وحمايتهم من الممارسات التعسفية.⁷²

ثانيا-موقف المشرّع الجزائري

إذا كان المشرّع قد أخذ بفكرة حماية مصالح المستهلك ففي المقابل لم ينص بصفة صريحة على حماية مصالحه الإقتصادية سواء في قانون حماية المستهلك الجديد أو الملغى، على عكس المشرّع المغربي الذي أورد في مشروع قانون حماية المستهلك الحقوق الأساسية للمستهلك والتي من بينها حماية مصالحه الإقتصادية⁷³ بينما نصّطدم دائما مع مصطلح آخر ألا وهو حماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلك، فإنا ترى هل يقصد المشرّع الجزائري من عبارة المصالح المادية للمستهلك مصلحته الإقتصادية؟

فإنّ كان كذلك فقد نص على حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك في الفصل السادس من الباب الثاني من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ وذلك تحت عنوان "المصالح المادية والمعنوية للمستهلك"⁷⁴.

عند الإطلاع على هذا الفصل نجد أنّه يحتوي على مادّتين فقط :

= عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان ، 2007، ص40

⁷²-BOURGOIGNIE Thierry et ST-PIERRE Julie, Le statut de la politique de protection du consommateur dans les systèmes régionaux économiquement intègres. Une première évaluation comparative, Revue québécoise de droit international 20-1 2007 p.05 www.sqdiorg.com

⁷³- مشروع قانون رقم 08-31 يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، الأمانة العامة للحكومة المطبعة ، الرّسمية ، الرباط، 2008.

⁷⁴- قانون رقم 09-03 يتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، المرجع السابق.

- الأولى تتعلّق بالخدمات بحيث تنص على أنّه:
" لا يجب أن تمسّ الخدمة المقدّمة للمستهلك بمصلحته المادّية وأن لا تسبّب له ضرراً معنوياً".
- الثّانية تتعلّق بالفروض الإستهلاكيّة⁷⁵ فتشير إلى أنّه :
" يجب أن تستجيب عروض القرض للإستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلكين".

يفهم من خلال هاتين المادتين أنّ المشرّع قد قصد من المصلحة المادّية ما يمسّ ذمّة المستهلك أي أمواله وكما نعلم فالمصلحة الإقتصادية هي أوسع وأشمل من المصلحة المادّية فهي تشمل إلى جانب المصلحة المالية مصالح أخرى كالجودة، الضمان مطابقة المنتج للمقاييس .

بقراءة متأنية لنص القانون يظهر أنّ المشرع لم يحصر حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك في فصل واحد بل يستنتج من خلال نص القانون بأكمله فمثلاً ينص الفصل الثّاني من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ تحت عنوان إلزامية أمن المنتجات وتحديدًا في المادّة العاشرة منه على أنّه:

⁷⁵- تعرف المادّة 3 الفقرة الأخيرة من القانون رقم 09-03 المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغشّ ، قرض الإستهلاك بأنّه : " كل عملية بيع للسّلع أو الخدمات يكون فيها الدفع مقسّطاً أو مؤجّلاً أو مجزّءاً" كما تعرّفه المادّة 450 من الأمر رقم 75-58 مؤرّخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمّن القانون المدني المعدّل والمتمّم "قرض الإستهلاك هو عقد يلتزم به المقرض أن ينقل إلى المقرض ملكية مبلغ من النقود أو أي شيء مثلي آخر على أن يرد إليه المقرض عند نهاية القرض نظيره في النوع، والقدر، والصفة ".

"يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للإستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الإستعمال المشروع المنتظر منها وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه....".

من كلّ ما سبق نستنتج أنّ المصلحة الاقتصادية ليست محصورة لا في باب واحد ولا في فصل واحد ولا حتى في مادة واحدة إنّما نصّ عليها المشرّع في عدّة مواد من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁷⁶، بل أبعد من ذلك فالمشرّع لم يحصر حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في قانون واحد بل امتد بالإضافة إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغشّ إلى كلّ من قانون المنافسة وهذا ما نفهمه من المادة الأولى منه أين نصّ صراحة بأنّ الهدف من هذا الأمر هو "...تحقيق رفاهية المستهلكين.." فتساءل في هذا المقام كيف تتحقّق رفاهية المستهلكين دون توفير حماية لمصالحهم الاقتصادية؟

نفس الأمر نجده في القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁷⁷ أين يوجد عدّة مواد تضمن حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلكين من خلال:

- تكريس الشفافية الاقتصادية (من خلال إعلام المستهلك بالأسعار وبشروط البيع والزام المهني بتقديم فاتورة للمستهلك لضمان حقوقه.... الخ).
- حظر الممارسات التي من شأنها المساس بمصلحة المستهلك الاقتصادية سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة..... الخ.

⁷⁶- قانون رقم 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

⁷⁷- قانون رقم 02-04 يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

حتى في ظل القانون الملغى تتأكد نفس الفكرة بحيث أنّ المشرّع الجزائري تطرّق إلى فكرة المصلحة المادية ولا نجد أي أثر لمصطلح المصلحة الاقتصادية وهذا ما يظهر في نص المادة الثانية منه التي تنصّ على أنّه :

" كلّ منتج سواء كان شيئاً مادياً أو خدمة مهما كانت طبيعته يجب أن يتوفّر على ضمانات ضدّ كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك أو أمنه أو تضرّ بمصالحه المادية"⁷⁸.

الفرع الثاني

تطور مفهوم حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

يعتبر موضوع حماية المستهلك في الدول النامية مثل الجزائر والدول المتقدمة على حدّ سواء إشكالية قانونية فرضت نفسها خاصّة في الآونة الأخيرة، إلاّ أنّه إذا ما دققنا قليلاً في هذا الموضوع نجد أنّه مكرّس منذ القدم (الفرع الأوّل) وليس موضوعاً حديثاً كما يعتقد البعض إلاّ أنّه تطوّر بشكل كبير في العصر الحديث (الفرع الثاني).

أولاً- تكريس حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في العصر القديم

إنّ فكرة حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك ليست وليدة اليوم بل كانت موجودة منذ القدم إلاّ أنّها لم تكن على درجة من الأهمية لتصبح محوراً لدراسات متخصصة⁷⁹.

⁷⁸-قانون رقم 89-02 يتعلّق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المرجع السابق.

⁷⁹- عبدالمعمر موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 27.

يُعدّ المصريون القدامى أول المهتمين بوضع حماية للمصلحة الاقتصادية للمستهلك من خلال المعاقبة على الأفعال التي تمسّها مثل: الغشّ في المكاييل والموازين وكانت عقوبة الجاني تتمثل في قطع اليد⁸⁰.

كما حذا العراق القديم حذو المصريين القدامى فقد كان قانون حمورابي من أهمّ القوانين التي أولت أهميّة لها فقد كان به تنظيم إقتصادي بارع لتحديد أثمان السلع⁸¹.

أما بالنسبة لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك عند الرومان فقد كانت لها أهمية بالغة وذلك من خلال إصدار قانون الألواح الإثني عشر وغيرها من القوانين من أجل تنظيم تمويل البلاد بالسلع الغذائية ومنع الإحتكار والحدّ من إرتفاع الأسعار وإنشاء وظيفة لمراقبة الأسواق والأسعار عهدت إلى موظف خاص لذلك سمّي المحتسب أو حاكم السوق⁸².

أعطت الشريعة الإسلامية بدورها قدرًا لا يستهان به من الأهميّة للمصلحة الاقتصادية للمستهلك فقد أخذ الفقه الإسلامي بعدة مبادئ وقواعد في هذا المجال من

80- لمزيد من التفاصيل أنظر :

أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية: دراسة مقارنة، دارا لجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص ص22، 24.

81- أحمد إبراهيم حسن، أصول تاريخ النظم القانونية والاجتماعية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص375.

82- أنظر في هذا الخصوص كلاً من :

-المغربي محمود عبد المجيد، المدخل إلى تاريخ الشرائع، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة الثالثة، لبنان، 1996، ص ص 87، 88.

- أحمد محمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص29.

بينها محاربة الغش في المعاملات وذلك ما ثبت في عهد الرسول عليه الصلّاة والسلام عندما مرّ برجل يبيع الطّعام فأعجبه ظاهره فأدخل يده الشريفة فيه فوجد به بللاً فقال:

" ما هذا يا صاحب الطّعام".

قال: " أصابته السّماء".

فقال: " عليه الصلّاة والسلام هلا أبقيته فوق الطّعام حتّى يراه النّاس فمن غشنا فليس منا"⁸³

إذ خصّ الرسول عليه الصلّاة والسلام من يتكفّلون بمراقبة السّلع ومحاربة الفساد ومنع البيع بأسعار فاحشة والتّطيف من الكيل والميزان وذلك تطبيقاً لقوله تعالى: "فأوفوا الكيل والميزان ولا تبخسوا أناس أشياءهم ولا تفسدوا في الأرض بعد إصلاحها ذلكم خيرٌ لكم إن كنتم مؤمنين" صدق الله العظيم.

كما حرّمت الشريعة الإسلامية الاحتكار بكلّ أشكاله وأنواعه ومعاقبة المحتكرين إذ قال الرّسول عليه الصلّاة والسلام :

"من إحتكر فهو خاطئ"⁸⁴.

ثانياً- تكريس حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك حديثاً

⁸³- عبيد حياة، المحتسب و دوره في حماية المستهلك، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادى، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 131.

⁸⁴- ساقاش ساسي، " التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك "، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، 2005 ، ص37.

بدأ الإهتمام بالمستهلك كظاهرة اجتماعية منذ الستينات وذلك بسبب تطور الظروف الاقتصادية، وتطور الإنتاج وكذا استعمال وسائل الترويج الحديثة التي تدفع المستهلك إلى الإستهلاك دون الحاجة إليه.

بحيث أدى تعاضم عدم التكافؤ بين المستهلكين والمحترفين إلى ضرورة حماية المستهلك فبرزت حركات حماية المستهلك⁸⁵ في العالم، إلا أنها تطوّرت بسرعة أكبر في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية⁸⁶ والدول الأوروبية⁸⁷ وعملت على حماية المصالح الاقتصادية لمواطنيها من خلال توفير آليات تشريعية ومؤسّساتية وشجّعت على إنشاء الجمعيات.

⁸⁵ - حركة حماية المستهلك " حركة اجتماعية تعمل على الحصول على حقوق المشترين في مواجهة المنتجين والبائعين " أنظر في هذا الصدد :

لعلاوي عمر، " دور وأهمية الجودة والتقييس في حماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي ، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 150.

⁸⁶ - بدأت البوادر الأولى لحماية مصالح المستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية بمبادرة من الرئيس الأمريكي جون كيندي سنة 1962.

أنظر: قش كريم، " دور السلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 61.

⁸⁷ - فمثلا أهمّ التّعليمات التي صدرت في فرنسا من أجل ضمان حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك التعليمية المتعلقة بالإشهار أو الإعلان المؤرخة في 20 ديسمبر 1984، التعليمات الخاصة بالعقود المبرمة خارج المؤسسات التجارية المؤرخة في 20 سبتمبر 1984، التعليمات المؤرخة في 22 ديسمبر 1986 المتعلقة بالإنتمان الإستهلاكي، التعليمات المتعلقة بالشروط التعسفية المؤرخة في 05 أبريل 1993.

راجع:

بودالي محمد، " تطور حركة حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، 2005، ص 16.

لم يتمّ الإكتفاء بتكريس حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القوانين الداخليّة للدول بل امتد بالإضافة إلى ذلك إلى وضع موثيق دوليّة تجسّد هذه الحماية منها :

1. ميثاق الأمم المتّحدة حول حماية المستهلك

ينص ميثاق الأمم المتّحدة على جملة من المبادئ⁸⁸ تضمن حماية المستهلك من كلّ ما يشكل خطراً عليه أو على مصالحه من بينها المصلحة الاقتصاديّة التي أولت لها قدرًا وافرًا من الحماية، فنص في هذا الخصوص على ضرورة وضع قوانين تمكّن المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من مورده الاقتصادي ووضعت معايير مرضية للإنتاج والتوزيع والتسويق وتوفير المعلومات التي تعزّز الإختيار والمفاضلة بين السلع والخدمات⁸⁹ وحمايتهم من جميع الممارسات التي تضرّ مصالحهم الاقتصاديّة سواء كانت هذه الممارسات تضرّ المستهلك بطريقة مباشرة كالممارسات المناهضة للمنافسة الحرة والنزاهة كي يتاح للمستهلك أكبر نطاق من الإختيار بين المنتجات والخدمات بأدنى تكلفة ، وهذا بموجب نص المادة 15 منه التي تنص:

"ينبغي أن تنشُد السياسات الحكومية تمكين المستهلكين من الحصول على الفائدة المثلى من مورده الاقتصاديّة، كما ينبغي أن تتوخى تحقيق أهداف المعايير المرضية للإنتاج والأداء، وطرق التوزيع الملائمة، والممارسات التجاريّة العادلة، والتسويق الذي يوفر معلومات عن السلع، والحماية من الممارسات التي يمكن أن

⁸⁸ - مبادئ الأمم المتّحدة حول حماية المستهلك، www.Cunsumersintrnatinonal.org

⁸⁹ - عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق، ص40.

تكون لها آثارا ضارة بالمصالح الإقتصادية للمستهلكين وبممارسة الإختيار في السوق".⁹⁰

كما دعت الحكومات إلى ضرورة مواصلة السياسات التي توضح مسؤولية المنتج فيما يتعلق بضمان استيفاء السلع للقدر المعقول من مواصفات المتانة والنفع وملاءمتها للغرض الذي صنعت من أجله وتلزم البائع بالوفاء بهذه المواصفات ودعت الحكومات إلى اتخاذ إجراءات مماثلة بالنسبة للخدمات وهذا من خلال نص المادة 18 التي تنص:

"ينبغي أن تعتمد الحكومات، أو تواصل إتباع السياسات التي توضح مسؤولية المنتج فيما يتعلق بضمان استيفاء السلع القدر المعقول من مواصفات المتانة والنفع والعول وملاءمتها للغرض الذي صنعت من أجله، وتؤكد البائع من الوفاء بهذه المواصفات، وينبغي تطبيق سياسات مماثلة في مجال توفير الخدمات".⁹¹

2. الإعلان الأوروبي لحماية المستهلك

الذي كرّست مبادئه⁹² حماية للمصلحة الإقتصادية للمستهلك بهدف حماية مواطنيها في معاملاتهم الإستهلاكية الداخليّة والدوليّة

⁹⁰ - مبادئ الأمم المتّحدة حول حماية المستهلك، المرجع السابق، ص04.

⁹¹ - نفس المرجع السابق، ص 05.

⁹² - وقد أصدرت هذه الأخيرة بعد إنشاء السوق الأوروبية سنة 1957 توصية في قمة باريس لزعماء ودول و حكومات السوق الأوروبية سنة 1972، و بناء عليها حدد مجلس وزراء السوق سنة 1975، برنامجا أوليا من أجل حماية المستهلكين و تم الإعلان على إثره على الحقوق الأساسية للمستهلك هي:

-.....=

تضمن هذا الإعلان عن الاعتراف للمستهلكين بعدة حقوق من بينها "حق المستهلك في حماية مصالحها لإقتصادية والمالية" وذلك عن طريق:

- منع الشّروط التي يضعها المنتج والبائع ضدّ مصلحته (كشروط الإعفاء من استبدال السلع المعيبة، أو عدم الضّمان، أو عدم الصّيانة... الخ) وغيرها من الشّروط التي يمكن اعتبارها تعسّفية.

- عن طريق محاربة الدّعاية الكاذبة (الإشهار المضلل)، التي ترمي إلى تضليل المستهلك وتحول دون علمه الحقيقي بطبيعة السلعة أو الخدمة التي يسعى إليها.

- حماية مصالحه الاقتصادية.

- راجع:

- بودالي محمد، "تطوّر حركة حماية المستهلك"، المرجع السابق، ص16.

المبحث الثاني

نماذج للممارسات الماسّة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك

تتخذ الممارسات الماسّة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك عدّة أشكال، فهناك ممارسات نصّ المشرّع عليها في القانون رقم 04-02 المحدّد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة، وهناك ممارسات وردت في الأمر رقم 03-03 المتعلّق بالمنافسة.

نظرا لتعدّد هذه الممارسات سوف يتمّ التركيز على بعض النماذج⁹³ فقط لشيوعها في المجتمع الجزائري تمسّ المصلحة الاقتصادية للمستهلك وحدها دون أن

⁹³- فبالإضافة إلى هذه النماذج هناك أشكال أخرى لممارسات تمسّ المصلحة الاقتصادية للمستهلك سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة البعض منها كان محلّ دراسات سابقة كالإشهارات التجاريّة (راجع بخصوص ذلك: - قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجاريّة: على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001.

- جديني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001.

ويعدّ كذلك الخداع والغشّ ممارستان تمسّان مصلحة المستهلك الاقتصاديّة خاصّة فيما تعلّق بتقليد العلامات التجاريّة، بل أبعد من ذلك فبالإضافة إلى المساس بمصلحته الاقتصاديّة قد تمسّ مصلحته الصحيّة راجع: بوروية ربيعة، حماية المستهلك في ظلّ النظام القانوني للعلامات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2008.

بالإضافة إلى أنواع أخرى من الممارسات التي كان هدفها الأساسي هو الإضرار بالمسار التنافسي السليم إلاّ أنّه لها أثارا سلبية على المستهلك كالممارسات المنافية للمنافسة والتي كانت محلّ دراسات سابقة كذلك لتأثيرها على المنافسة من جهة وخطورتها على المصلحة الاقتصاديّة للمستهلك من جهة أخرى (راجع في هذا الخصوص:

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

يكون لها امتداد أو تأثير على المصالح الأخرى مثل المصلحة الصحية، وهي الممارسات التعسفية (المطلب الأول) والممارسات الإغرائية (المطلب الثاني)

- أرزقي زبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

المطلب الأول

الممارسات التعسفية

أصبح التعسف مظهرا من مظاهر اختلال التوازن بين أطراف عقد الإستهلاك⁹⁴ ورغم أنّ البعض من هذه الممارسات تهدف إلى عرقلة المسار التنافسي سواء للحدّ من المنافسة أو إقصاء عون إقتصادي من السوق، إلا أنّه لها تأثير على المصلحة الإقتصادية للمستهلك، فهي تستهدف المستهلك بصفة غير مباشرة وهناك ممارسات من شأنها الإضرار بالمستهلك بصفة مباشرة، ولتعدّد هذه الممارسات سوف نذكر بعضا منها على سبيل المثال لا الحصر، منها ما تعلّق بالأسعار (الفرع الأول) ومنها ما تعلّق بشروط البيع (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الممارسات التعسفية المتعلقة بالأسعار

تتمثّل هذه الممارسات سواء في رفع الأسعار بصفة مفرطة وبدون مبرر شرعي (أولا) أو بخفضها بشكل كبير (ثانيا).

أولا-الرفع المفرط في الأسعار

إنّ ارتفاع أسعار السلع والخدمات أصبح إحدى الظواهر الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع واقتصاد الدولة⁹⁵ والجزائر لم تكن بمنأى عن هذه الظاهرة، بل

⁹⁴- المسلموي محمد، " حماية المستهلك من الشروط التعسفية أثناء التعاقد"، مجلة المحاكم المغربية، عدد 100، 2006 ، ص 103.

⁹⁵- المنظمة العربية للتنمية الإدارية، "حماية المستهلك ومكافحة الغشّ في الدّول العربية"، بحوث وأوراق عمل مقدّمة للندوة المنعقدة تحت عنوان 'حماية المستهلك ومكافحة الغشّ التجاري' مصر، 2008، ص 75.

هي ممارسة كثيرة الحدوث في السوق الجزائرية خاصة في المناسبات كالأعياد أو شهر رمضان خاصة، مما يؤثر على القدرة الشرائية للمستهلك، وتحرمه من الإنتفاع بموارده الإقتصادية، وأخطر من ذلك فهي دائما تقع على المنتجات الأساسية للمستهلك التي لا يستطيع الإستغناء عنها فيشترتها بثمن عال مضطراً رغم عدم وجود علاقة متكاملة بين جودة السلعة وثمنها.⁹⁶

وقد يحدث الرفع المفرط للأسعار لعدة أسباب من بينها:

1. إحتكار المهني للمنتوج

يعرّف الإحتكار بأنه الإفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة، و يصفه البعض بأنه فعل يهدف إلى إحداث اختناقات في معدّلات وفترة السّلع وجودتها وأسعارها بغرض إلغاء المنافسة، وإجبار المنافسين على إخلاء السّوق، كما يعرف كذلك الإحتكار بأنه ضدّ المنافسة.⁹⁷

قد يحدث أن يحتكر المهني منتج ما، فيتحكّم بذلك في السّعر، بحيث يصعب على المستهلك إيجاد البديل، فيقبل على شراء السلعة أو طلب الخدمة مكرهاً وهذا ما يمسّ حقّه في الإختيار والمفاضلة بين المنتوجات، بالتّالي الإضرار بمصلحته الإقتصادية، خاصة إذا تعلّق الأمر بمواد أساسية لا يمكن الإستغناء عنها، وهذا ما يحدث حالياً في السوق الجزائرية فيما يتعلّق بالرفع المفرط لسعر

⁹⁶- كيالي أحمد صفوت، " كيف نحمي المستهلك من استغلال التّجار؟"، جريدة النور، 12 جويلية 2007، ص 03.

www.an-nour.com

⁹⁷ - « Le monopole est l'opposée directe de la concurrence.... ». Voir BAHIRWE MUTABUNGA Justin, La répression de la concurrence déloyale en république démocratique du Congo : cas de la ville de BUCAVU de 1996 en 2006, p.22.

www.memoireonline.com

المواد الغذائية واسعة الإستهلاك كالزيت والسكر، بحيث يرجع الإقتصادي ونذلك إلى احتكار السوق من طرف بعض المتعاملين الإقتصاديين، وهذا يعود إلى قلة المنافسة في مجال الإستيراد⁹⁸.

2. إخفاء المخزون:

من بين الممارسات كذلك التي تهدف إلى رفع الأسعار بشكل كبير إخفاء مخزون السلع، وخلق حالة مصطنعة من الندرة في الأسواق، وذلك بهدف رفع الأسعار والإضرار بالمصلحة الإقتصادية للمستهلك، وقد قام المشرع الجزائري بحظر مثل هذه الممارسة لما لها من تأثير سلبي على المنافسة وكذلك على المستهلكين وذلك بموجب المادة 25 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، التي تنص في فقرتها الثانية على أنه:

"يمنع على التجار حيازة :

- منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية.
- مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.
- مخزون من منتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.⁹⁹

كذلك فعل المشرع المغربي فقد نص على هذه الممارسة في قانون حرية الأسعار والمنافسة وذلك في الفصل الثالث منه تحت عنوان الإدخار السري.

فتنص المادة 55 الفقرة الأولى منه:

" تعتبر بمثابة ادخار سري و تمنع:

⁹⁸- بوكروح عبد الوهاب، "سعر السكر في السوق الدولية لا يتعدى 35 دج والجزائر ضحية الإحتكاريين"، جريدة الشروق، الأربعاء 12 جانفي 2011، ص 05، عن تصريح الخبير الإقتصادي لغليل نور الدين .
⁹⁹-قانون رقم 04-02 يحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

-حيازة التجار أو أرباب الصناعة العصرية أو التقليدية أو الفلاحين لمخدرات من بضائع أو منتجات يخفونها قصد المضاربة فيها في أي مكان¹⁰⁰.

3. الإتفاق المحظور بين الأعوان الاقتصاديين

لم تضع تشريعات المنافسة تعريفاً محدداً للإتفاقات المحظورة وهو ما دفع بالفقه إلى إعطاء تعريف لهذا النوع من الممارسات، فهناك من اعتبرها:
" تعاوناً أو تآزراً بين الإرادات بهدف تقييد المنافسة"¹⁰¹ سواء هدف هذا الإتفاق إلى اقتسام الأسواق، التحكم في تحديد الأسعار، أو خلق حالة إحتكارية¹⁰².
كما يمكن تعريفها بأنها:

" التّعبير عن الإرادة المستقلة من طرف مجموعة من الأعوان الإقتصاديين، بهدف تبني خطة مشتركة، تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع والخدمات، ولا يقوم الإتفاق في غياب هذا الشرط"¹⁰³.

تتخذ هذه الإتفاقات عدة أشكال كإبرام اتفاقيات بين المتنافسين بصورة معلنة أو سرية وهناك إتفاقات أفقية بين المتنافسين بغرض قصر المنافسة فيما بينهم فقط، ومن أخطرها الإتفاقات التي تتعلق بتثبيت السعر أو خفض أو رفع الأسعار؛ حيث أنّ السعر هو العنصر التنافسي الرئيسي في السوق، أو قد تلجأ مجموعة من

¹⁰⁰- وفاء فارس، المرجع السابق، ص6.

¹⁰¹-VOGEL Louis, "définition et épreuve de l'entente en droit français de la concurrence", la semaine juridique, 65eme année, n 48 du novembre 1991 p 491

¹⁰²- لطاش نجية، المرجع السابق، ص35

¹⁰³- ناصري نبيل، "تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 146.

المنتجين إلى تخفيض الإنتاج؛ وهو ما يؤدي إلى خلق حالة مصطنعة من نقص المعروض من السلعة في السوق، وذلك بغرض رفع سعرها.

لكون هذه الممارسة تمسّ المصلحة الاقتصادية للمستهلك بطريقة مباشرة، عمد المشرع الجزائري إلى وضعها في خانة الحظر وذلك من خلال نص المادة 06 من القانون رقم 08-12 المعدل و المتمم للأمر 0303 المتعلق بالمنافسة التي تنص على أنه:

" تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه لاسيما عندما ترمي إلى:

-

- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.
- "104.

في هذا المقام وبالإطلاع على القانون المقارن بالأخص القانون المغربي نجد أنه كرس نفس الأحكام، وذلك في المادة 06 من ق.ح.أ.م¹⁰⁵ التي تنص:

" تحظر الأعمال المدبرة أو الإتفاقيات أو الإتفاقات أو التحالفات الصريحة أو الضمنية كيفما كان شكلها وأيا كان سببها، عندما يكون الغرض منها أو يمكن أن تترتب عليها عرقلة المنافسة أو الحد منها أو تحريف سيرها في سوق ما، ولا سيما عندما تهدف إلى:

-

¹⁰⁴- قانون رقم 08-12 المعدل و المتمم للأمر 0303 المتعلق بالمنافسة، المرجع السابق.

¹⁰⁵- وفاء فارس، المرجع السابق، ص6.

- عرقلة تكوين الأسعار عن طريق الآليات الحرة للسوق بافتعال ارتفاعها أو انخفاضها.

.....-

ثانياً- خفض الأسعار بشكل تعسفي

إنّ عملية خفض الأسعار أو كما يسمّيها البعض حرق الأسعار¹⁰⁶ قد ينظر إليها من الوهلة الأولى أنّها ممارسة تهدف إلى تعزيز القدرة الشرائية للمستهلك إلاّ أنّه في حقيقة الأمر تضرّ مصالحه الإقتصادية على المدى البعيد، لأنّ الهدف منها هو خلق وضع إحتكاري بالسوق، من خلال إقصاء صغار المنافسين الذين لا يستطيعون الصمود و الإستمرار في المنافسة، ومن صورها إعادة البيع بالخسارة(1) والبيع بأسعار مخفضة تعسّفا(2) .

1. إعادة البيع بالخسارة (La revente à perte)

تعدّ إعادة البيع بالخسارة ممارسة تجارية محظورة، وهذا بموجب نص المادة 19 من القانون رقم 04-02 المتعلّق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التّجارية التي تنص على أنّه:

"يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي...." ¹⁰⁷.

أمّا المشرّع الفرنسي فقد نصّ في المادة 2-442 من القانون التّجاري على أنّه: " يعاقب كلّ تاجر بغرامة مالية قدرها 75000 أورو بمجرد قيامه بإعادة البيع بالخسارة أو حتى بمجرد الإعلان عن إعادة بيع منتج بالخسارة وذلك بأقلّ من سعر الشراء الحقيقي". ¹⁰⁸.

¹⁰⁶- عمر مشهور حديثة الجازي، " الجمعية الأردنية للمنافسة: أهدافها، غاياتها"، من أعمال المؤتمر الوطني للمنافسة، الأردن، أيام 23، 24 أيار، 2005، ص 03.

¹⁰⁷- قانون رقم 04-02 يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التّجارية، المرجع السابق.

يعود سبب الحظر أساسا لكون هذه الممارسة من شأنها الإضرار بالمسار التنافسي السليم، فهي ممارسة تمسّ العون الإقتصادي بطريقة مباشرة من خلال محاولة إقصاء صغار المتنافسين من السوق، وبشكل غير مباشر فهي ممارسة تمسّ المصلحة الاقتصادية للمستهلك من خلال اتّباع المهني سياسة الخفض المصطنع لسعر المنتج الذي قد يعود فيما بعد بأرباح طائلة على منتوجات أخرى على حساب المستهلك¹⁰⁹.

لكن رغم كون إعادة البيع بالخسارة ممارسة غير مشروعة وممارسة منافية للنزاهة، إلا أنّها محظورة من حيث المبدأ فقط، لأنّ المشرّع الجزائري أورد عليها استثناءات جاءت على سبيل الحصر في المادة 19 من القانون رقم 02-04¹¹⁰ المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وهي:

- السلع سهلة التلّف والمهدّدة بالفساد السريع.
- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية، بسبب تغيير النشاط، أو إنهائه، أو اثر تنفيذ حكم قضائي.

¹⁰⁸ - " Le fait, pour tout commerçant, de revendre ou d'annoncer la revente d'un produit en l'état à un prix inférieur à son prix d'achat effectif est puni de 75 000 euros d'amende", voir :

-lois n 2008-3 du 3 janvier 2008, www.legifrance.gouv.fr

¹⁰⁸ - مرسوم تنفيذي رقم 215-06 مؤرخ في 18 يونيو 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ، ج.ر.ج.د.ش عدد 41، مؤرخ في 21 يونيو 2006.

¹⁰⁹ - أرزيل الكاهنة، " الموازنة بين النشاط التنافسي وحماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر، 2009، ص05.

¹¹⁰ - قانون رقم 02-04 يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

- السلع الموسمية، وكذلك السلع المتقادمة، أو البالية تقنيا.
- السلع التي تمّ التّموين منها، أو يمكن التّموين منها، من جديد بسعر أقلّ.
- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبّق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين، شريطة ألاّ يقلّ عن سعر البيع من طرف المتنافسين حدّ البيع بالخسارة¹¹¹.

2. البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا

يقصد به قيام مؤسّسة بعرض أو بيع منتج للمستهلكين لا يحقّق به فائدة بالمقارنة مع تكاليف الإنتاج والتّحويل والتّسويق، ويهدف من وراء ذلك سواء إلى إبعاد مؤسّسة أو عرقلة دخول منتجاتها إلى السّوق.¹¹²

تؤدّي مثل هذه الممارسة إلى الإضرار بالاعوان الاقتصادي من جهة، وذلك بطريقة مباشرة، من خلال احتكار السّوق وإزاحة المؤسّسات والمنتجات من المنافسة، ومن جهة أخرى، الإضرار بالمستهلكين بطريقة غير مباشرة، رغم أنّ من الوهلة الأولى قد يظهر للبعض أنّ مثل هذه الممارسة في صالح المستهلك، فهو يبحث دائما عن السلع والخدمات التي تكون بأقلّ ثمن ، لكن هذا يكون لفترة وجيزة وتأثيرها السّلبى تكون على المدى البعيد، فهي بمثابة فخ إذ أنّ الرّبائن يغرّرون ممّا يدفعهم إلى الشّراء أكثر فقد شبّه بعض الفقهاء هذه الممارسة بـ "جزيرة من الخسائر في محيط

¹¹¹ - بن قري سفيان، ضبط الممارسات التّجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، كآية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2009، ص 76.

¹¹² - راجع في هذا الصدد :

- أيت منصور كمال، " البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا "، نشرة المحامى، العدد 13، 2010، ص 40.
 - أيت منصور كمال، " البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا "، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كآية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي، 17-18 نوفمبر 2009، ص 136.

من الأرباح"¹¹³، فبمجرد إحتكار المؤسسة للسوق، تفرض شروطا وفق ما يخدم مصالحها، خاصة ما تعلق برفع الأسعار، والإضرار بمصلحة المستهلك الاقتصادية.

جدير بالذكر بأن القانون الجزائري لم يعرف البيع بأسعار مخفضة تعسفيا كممارسة منافية للمنافسة إلا بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، أما قبل هذا الأمر كان الحديث عن البيع بالخسارة المنصوص عليه في القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار¹¹⁴ ثم في القانون رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة¹¹⁵.

إذ منع المشرع الجزائري هذه الممارسة بموجب نص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة التي تنص على أنه: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها في الدخول إلى السوق".

إلا أنه أورد عليها جملة من الشروط وهي:

أ- أن يكون البيع أقل من التكاليف المختلفة

¹¹³- ناصري نبيل، "حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أفريل 2008، ص 159.

¹¹⁴- قانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 جوان 1989، يتعلق بالأسعار، المرجع السابق

¹¹⁵- أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة، المرجع السابق

لا يمكن الحديث عن البيع بأسعار مخفضة تعسفا كمارسة منافية للمنافسة إلا من خلال مقارنة سعر البيع مجموعة التكاليف المحددة في المادة 12 من قانون المنافسة¹¹⁶.

ب - أن يوجّه البيع للمستهلك

باستقراء نص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، نجد أنّ مجال تطبيق حظر البيع بأسعار مخفضة تعسفا يقتصر فقط على المرحلة النهائية لتسويق المنتج، وهي مرحلة وصول المنتج إلى المستهلك، بمعنى آخر من أجل قمع ممارسة بيع بأسعار مخفضة تعسفا باعتبارها ممارسة منافية للمنافسة يشترط توجيهها للمستهلك النهائي.¹¹⁷ فدرجة قياس التعسف يتمّ تحديده من خلال السعر المتعامل به مع المستهلك الذي يعتبر الطرف الأخير في العلاقة التعاقدية وليس قياسا بباقي التجار.

أما بالنسبة للقانون الفرنسي فقبل سنة 1996 كان يمنع البيع بالخسارة، لكن سرعان ما تدارك المشرع الفرنسي النقص، وذلك بإضافة الفقرة 05 من المادة 420 من القانون التجاري، التي تمنع البيع بأسعار مخفضة تعسفا والتي تنص:

« Sont prohibées les offres de prix ou pratiques de prix de vente aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de production, de transformation et de commercialisation, dès lors que ces offres ou pratiques ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'éliminer

¹¹⁶-WILFRID Jean Didier, droit pénale des affaires, 4^{eme} édition, DALLOZ, Paris 2000, p.p. 438-439 .

¹¹⁷- براهيمى فضيلة ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 والقانون 08-12، مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2010، ص 92.

d'un marché ou d'empêcher d'accéder à un marché une entreprise ou l'un de ses produits »¹¹⁸.

نفس الموقف تبناه المشرع المغربي فهو يمنع البيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي وذلك في المادة 07 من ق.ح.أ.م.

وقد صدر قرار عن ممثل الوزير الأول يحث فيه كل من مؤسسة "صافولا ماروك"، والشركة الصناعية " أوليكول" بفاس التوقف عن ممارسة أسعار مخفضة بشكل تعسفي وتجنب عودتها في سوق الزيوت، مع العمل على احترام قواعد ومبادئ المنافسة النزيهة وبطريقة غير مباشرة ضمان حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك¹¹⁹.

ج_ ان تكون الممارسة تهدف الى المساس بالمنافسة

بالإضافة الى الشرطين السابقين اوجب المشرع الجزائري بموجب نص المادة 12 من قانون المنافسة ان تكون ممارسة اسعار مخفضة بشكل تعسفي تهدف الى المساس بالمنافسة الحرة

ثالثا- تزييف أسعار تكلفة المنتجات

قام المشرع الجزائري بموجب نص المادة 23 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية بحظر كل فعل سواء تعلق بقيام العون الاقتصادي بالإدلاء بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات ، كما جرم كل ممارسة أو مناورة تهدف إلى إخفاء الزيادات

¹¹⁸ -loi n 2005-882 du 02 Aout 2005, www.légifrance.gouv.fr

¹¹⁹-Décision du ministre délégué auprès du premier ministre chargé des affaires économiques et générales n°2-15 , relative a des pratiques de vente dans le secteur des huiles de table. (ANNEX 01) .

غير الشرعية في الأسعار¹²⁰ مما يؤدي بالضرورة الى المساس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك كونه يدفع المستهلك الى شراء منتج بثمن أعلى من سعره الحقيقي ظنا منه عكس ذلك تماما وذلك بإدراج تكاليف وأعباء وهمية من باب المناورة للزيادة في سعر التكلفة مثلا كإدراج تكاليف وأعباء النقل على المستهلك دون أن تكون هناك تكاليف حقيقية خاصة بذلك¹²¹.

الفرع الثاني

الممارسات التعسفية الخاصة بشروط البيع

من بين الممارسات التعسفية التي ينتهجها المهني وضع شروط بيع مجحفة بحق المستهلك مثلا كالبيع المشروط (أولا)، بل أبعد من ذلك قد يصل به الأمر إلى حد رفض البيع أو تقديم خدمة للمستهلك دون أي وجه حق (ثانيا).

أولا- البيع المتلازم (المشروط)

إنّ حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، تقتضي أن تتحرّك بكلّ حرية في السوق، بمعنى أن يختار المستهلك ما يشاء من المنتجات، وبالكمية التي يريد، دون أن يكون خاضعا لأي ضغط من طرف المهني يفرض عليه شراء بعض الأنواع من البضائع والمستهلك لا يريد، أو أنّه ليس بحاجة لها، أو يفرض عليه

¹²⁰ - راجع المادة 23 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

¹²¹ - راجع كلاً من :

- أرزقي زويير، المرجع السابق، ص 80.

- المغماري جواد، جرائم الغش في البضائع، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الثانية، الدار البيضاء، المغرب، 2002، ص 83.

كمية سواء بالنقصان، أو الزيادة، فالبيع المتلازم هو ذلك الأسلوب التجاري الذي تلجأ إليه المؤسسة الممونة والتي تكون في مركز قوة من أجل إلزام الغير على قبول شروطها التعسفية والمتمثلة في بيع أحد المنتجات مرافقاً لمنتج آخر والذي يكون من نوع مخالف، بحيث يكون الغير في غالب الأحيان ليس بحاجة إليه¹²² كأن يقول بائع الأثاث المنزلي للمستهلك " تشتري من عندي هذه الخزانة بكذا على شرط أن أتولى نقلها لمنزلك مع جعل تكلفة النقل على حسابك(حساب المستهلك).

لذلك عمد المشرع الجزائري إلى منع هذا النوع من الممارسات في المادة 17 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والتي تنص على أنه:

" يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو شراء سلعة"¹²³.

أخذ المشرع المغربي نفس أحكام الحظر وهذا بموجب الفصل 49 من ق.ح. أ. م التي تنص: " يحظر:

- توقيف بيع منتج على شراء كمية مفروضة أو على شراء منتج آخر أو على تقديم خدمة أخرى في آن واحد.

- توقيف خدمة على تقديم خدمة أخرى أو على شراء منتج"¹²⁴.

¹²²- LUC BIHL, L'ente Commerciales, Droit Commercial, Répertoire De Droit Commercial 29 Années, Tome7, Dalloz, Paris, 2001, P13.

¹²³- قانون رقم 04-02 يتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

¹²⁴- تعدّ هذه المادة ترجمة حرفية لما جاء في المادة 30 من القانون الفرنسي (قانون 01 ديسمبر المتعلّق بالأسعار).

لكن رغم الحظر المفروض على هذه الممارسة أورد المشرع الجزائري إستثناءات على البيع بكمية مفروضة أو بالجمع بين عدّة سلع أو خدمات أو سلع وخدمات وهذا من خلال الفقرة الثانية من نص المادة 17 من القانون 04-02 المتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجاريّة وهي:

- السلع من نفس النوع المبيعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفردة¹²⁵، مثلا بيع مجموعة أقلام وكراريس وغلافات... في كيس واحدة على أساس أنّها الأدوات المعدة للمتمدرس في السنة الأولى ابتدائي، فالمشرع أجاز مثل هذه الصّورة على أن تكون المبيعات من نفس النوع أي أنّه لا يمكن أن تُجمع الأدوات المدرسية مع اللّعب مثلا¹²⁶.

ثانيا- رفض البيع أو تقديم الخدمة

نصت على هذا المنع الفقرة الثانية من المادة 15 من القانون 04-02 المتعلّق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجاريّة¹²⁷ التي جاء فيها: "يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرّر شرعي إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة".

يرجع سبب تحريم رفض البيع أو تقديم الخدمة الذي يحصل من طرف المهني إتجاه المستهلك إلى كون هذه الممارسة تعسفية وتقلص في الواقع من المنافسة على مستوى التوزيع إضافة إلى كونها تضرّ بالمصالح الإقتصادية

¹²⁵- قانون رقم 04-02 المتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

¹²⁶- عميرات عادل، المرجع السابق، ص 187.

¹²⁷- قانون 04-02 يتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

للمستهلكين لأنّ التاجر قد يرفض بيع سلعة إلى المستهلكين سواء لأنهم ليسوا زبائنه المعتادين أو لأنهم يشترون كمية ضئيلة جداً¹²⁸.

كما يمنع كذلك المشرع المغربي مثل هذه الممارسة سواء كان ذلك بموجب ق.ح.أ.م التي تنص الفقرة الأولى من الفصل 49 منه على أنه:

"يحظر الإمتناع عن بيع منتج أو تقديم خدمة إلى المستهلك دون سبب مقبول".

أوفي مشروع قانون حماية المستهلك، الذي ينص في الباب السادس منه تحت عنوان "رفض وتعليق الخدمة" والتّيتنص المادة 52 الفقرة الأولى لمنه على أنه:

"يمنع الإمتناع عن بيع منتج أو سلعة أو تقديم خدمة إلى المستهلك دون سبب مقبول...."¹²⁹.

يرجع الأصل التاريخي لهذا المقتضى إلى المادة 1/37 من القانون الفرنسي المتعلق بتنظيم الأسعار ومراقبتها لسنة 1945¹³⁰ وبعد إلغاء هذا الأخير أصبحت هذه الممارسة محظورة بموجب المادة 30 من قانون 01 ديسمبر 1986.¹³¹

¹²⁸ - بوعبيد عباسي، حماية المستهلك على ضوء قانون حرية الأسعار والمنافسة، المجلة المغربية لقانون وإقتصاد التنمية، العدد 49، المغرب، 2004، ص 93.

¹²⁹ - مشروع قانون رقم 31-08 يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، المرجع السابق.

¹³⁰ - لقد وضع هذه المادة أساساً ليطبق على العلاقات بين الموردين والموزعين لأنّ رفض البيع الذي يسلكه الأوائل إتجاه الموزعين يحد من المنافسة على مستوى التوزيع ولكن الإجتهد القضائي الفرنسي لاحظ أنّ المادة 1/37 تقبل التطبيق كذلك على الحالة التي يمتنع فيها التاجر عن البيع إلى المستهلك.

¹³¹ - بمقتضى هذا القانون قام المشرع الفرنسي بمنع رفض البيع أو تقديم الخدمة إلاّ أنّه قسمه إلى قسمين:

- في العلاقة بين المهنيين والمستهلكين تم حظر رفض- في العلاقة بين الموردين والموزعين تم حظر رفض البيع أو تقديم الخدمة بموجب المادة 36 ولم يعاقب المشرع الفرنسي على المنع في هذه الحالة بعقاب جزري واكتفى فقط بترتيب المسؤولية المدنية على عاتق الممتنع

البيع أو تقديم الخدمة بمقتضى المادة 30 ويتعرض الراض إلى جزاء جزري يتمثل في الغرامة المخصصة للمخالفات من الدرجة الخامسة

- لكن ورغم أنّ رفض البيع أو تقديم الخدمة محظور في القانون إلا أنّ المشرّع استثنى بعض الحالات وذلك ضمن مقتضيات الفقرة الثالثة من المادة 15 من القانون رقم 04-02 المتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية¹³² وهي:
- أدوات تزيين المحلات.
 - المنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات¹³³.

المطلب الثاني الممارسات الإغرائية

لقد أتى خبراء التسويق حديثاً بمفاهيم وسياسات واستراتيجيات في غاية الأهمية، هدفها الدخول إلى الأسواق الكبيرة والمتنامية، التي تعاضم عددها وتكاثرت اختصاصاتها بتنوع السلع والخدمات، وتغير أذواق المستهلكين، وذلك في عالم يتّسم بالمنافسة الشديدة والقاسية.

هذه المنافسة جعلت المنتجين يبتكرون وسائل للتأثير على المستهلك ودفعه إلى الشراء وتكرار الشراء¹³⁴، من بين هذه الأساليب البيع الإغرائي، الذي يعمل

ويذهب الفقه إلى أن هذا التقسيم مبرر لأن النوعين غير مبنيين على نفس الأساس فالمنع الوارد في المادة 36 يهدف إلى تنمية المنافسة ويساهم في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلكين بطريقة غير مباشرة أما المنع الوارد في المادة 30 يهدف إلى حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين بطريقة مباشرة .

¹³²- قانون رقم 04-02 بتعلّق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، المرجع السابق.
¹³³- المشرع المغربي وبموجب الفصل 49 من قانون حرية الأسعار والمنافسة إستثنى بعض الحالات من المنع من بينها:

- إذا كانت البضاعة أو الخدمة لا تدخل في التخصص المهني للبائع أو مقدم الخدمة.
- أو كون المستهلك يطلب كمية مفرطة من البضاعة.

¹³⁴- نوري منير، التسويق الإستراتيجي وأهميته في مسابقة العولمة الاقتصادية (إسقاط على الوطن العربي للفترة 1999-2000)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005، ص14.

على إيقاظ عواطف المستهلك، بهدف تحريضه على الشراء، الأمر الذي يؤدي إلى إقدامه أحيانا على شراء ما لا ينفعه أو ما هو في غير حاجة إليه.

ينتهج المهنيون في سبيل ذلك عدّة أساليب لا يسعنا ذكرها كلّها، من بينها: البيع بالمكافأة (الفرع الأوّل)، البيع بالتخفيض (الفرع الثّاني)، البيع التّرويجي (الفرع الثّالث).

الفرع الأوّل

البيع بالمكافأة (La vente avec prime)

يعتبر البيع بالمكافآت صورة من صور التّحريض على استهلاك أكبر كميّة من المنتجات أو الخدمات، وهو يندرج ضمن فنون البيع والاتجار التي يفرضها التّطور الإقتصادي داخل السوق الاستهلاكية عموما.

تتمّ هذه العملية عن طريق نشر البائع إعلانا مفاده أنّ كلّ من اشترى كمية من منتجات معينة يكون من حقه أن يحصل على سلعة أو خدمة أخرى إضافية كجائزة له ويهدف من خلال ذلك جذب أكبر عدد من المستهلكين .

تكمّن الغاية من هذا المنع في تفادي قيام المستهلك باختيار سلعة أو خدمة معينة على أساس رغبة تافهة تتمثّل في الحصول على المكافأة دون إعطاء أهمية لمعياري الجودة والثمن¹³⁵.

¹³⁵ - راجع بخصوص ذلك كلا من:

- HAMDOUNI Hanane, La protection du consommateur au MAROC, mémoire pour l' obtention du diplôme des études supérieures approfondies : U.F.R/ Droit des affaires, faculté de droit, université Hassan 2, Ain chock, CASABLANCA, 2006,p 63.

- بوعبيد عباسي، المرجع السابق، ص 96.

بسبب الآثار السلبية لهذه الممارسة على المصلحة الاقتصادية للمستهلك قامت معظم التشريعات بحظرها من بينها التشريع الجزائري إذ منع هذه الممارسة بموجب المادة 16 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على أنه:

" يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع أو كذلك أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروطا¹³⁶ بمكافأة مجانية..... " .

لكن ما يلاحظ من نص المادة حسب بعض الفقه هو أن المشرع الجزائري قد اقتصر على منع البيع بالمكافأة ، في حين نجد أن التشريعات المقارنة خصوصا الفرنسي والمصري أنها تمنع بالإضافة إلى المكافأة الهدايا التي يمنحها المهنيون للمستهلكين والتي تقدم في مناسبات استثنائية وذلك كلما توفرت فيها بعض الشروط منها:

- أن تسلّم إلى غير المشتري .
- أن يتم التسليم بدون أي مقابل.
- أن يتم التسليم عن طريق التاجر أو المنتج أو مورّد الخدمة.
- أن يتمّ التسليم في فترة سابقة على التعاقد .¹³⁷

¹³⁶ - يرى الأستاذ عميرات عادل في مداخلة له في الملتقى الوطني المنعقد بالوادي بعنوان "حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد" ضرورة استبدال مصطلح مشروط بمكافأة بمصطلح آخر ألا وهو مقرون بمكافأة ، حتى يصل حسب رأيه المعنى صحيح لذهن القارئ.

راجع بخصوص ذلك:

عميرات عادل، المرجع السابق، ص 185.

¹³⁷ -بوعبيد عباسي، المرجع السابق، 97.

رغم هذا الحظر المفروض على البيع بالمكافأة إلا أنّ المشرع الجزائري أورد عليه جملة من الاستثناءات نص عليها في المادة 16 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و هي:

- أن تكون السلعة أو الخدمات من نفس السلع والخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة.

- أن لا تكون السلعة أو الخدمة تتجاوز 10 من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.

- كما استثنى المشرع الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة.¹³⁸ والعينات من هذا الحكم.

الفرع الثاني البيع بالتخفيض (التنزيلات)

عرف المشرع الجزائري البيع بالتخفيض في نص المادة 02 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 الذي يحدّد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ب:

"يشكّل بيعا بالتخفيض البيع بالتجزئة المسبوق والمرفق بالإشهار والذي يهدف عن طريق تخفيض في السعر إلى بيع السلع المودعة في المخزن بصفة سريعة..."¹³⁹.

كما تعرّفه المادة 48 من مشروع قانون حماية المستهلك المغربي بأنّه:

¹³⁸ - يبقى مصطلح زهيد غامض لأنّ المشرع لم يحدّد قيمة محدّدة يتمّ الاعتماد عليه وهذا عكس المشرع الفرنسي والتونسي اللذان حددا ذلك.

¹³⁹ -مرسوم تنفيذي رقم 06-215 يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ، المرجع السابق .

"...البيع المقترن أو المسبوق بإشهار والمعلن عنه باعتباره يهدف إلى التصريف السريع للمنتجات والسلع المخزونة عن طريق تخفيض السعر"¹⁴⁰.

ويمثل البيع بالتخفيض صورة من صور البيع الإغرائي إذ كثيراً ما يعلن التجار عن تخفيضات في سعر المنتجات ، فيُصوّر للمستهلك بأنّ ذلك التخفيض كبير وفي بعض الأحيان يحدّد حتّى نسبة التخفيض 50%، 60%، إلا أنّها في الحقيقة مجرد تخفيضات وهمية يتمّ الإعلان عنها من أجل لفت انتباه المستهلك وحثّه على الشراء¹⁴¹.

تتمّ هذه العملية بوضع سعر أعلى على السعر الحقيقي للسلعة المعروضة ثم يجري عليها خصماً بحيث تعود لثمنها الحقيقي، فهو يتظاهر بإجراء خصم على ثمن السلعة في حين يشتريها المستهلك بثمنها الحقيقي أو في بعض الأحيان بثمن أعلى ظناً منه أنّه استفاد من الخصم¹⁴² لهذا تدخلت التشريعات الحديثة من أجل حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من مثل هذه الممارسات.

فبهذا الصّد فالمشرّع الجزائري في المادة 02 الفقرة 2 من المرسوم التنفيذي

رقم 06-215¹⁴³ على أنّه:

¹⁴⁰ - مشروع قانون رقم 08-31 يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، المرجع السابق.

¹⁴¹ - HAMDOUNI Hanane, o.pcit , p 62

¹⁴² - السباتين خالد محمد ، تقرير حول الحماية القانونية للمستهلك ، الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، ص 30، www.piccr.org.

¹⁴³ - مرسوم تنفيذي رقم 06-215 يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ، المرجع السابق.

" لايجوز أن يشمل البيع بالتخفيض إلاّ السلع التي يشتريها العون الإقتصادي منذ 03 أشهر على الأقلّ ابتداء من تاريخ بداية فترة البيع بالتخفيض".
 ما نفهمه من هذه الفقرة بأنّه كي يكون البيع بالتخفيض مباحاً ومشروعاً يجب أن تكون السلع محلّ التخفيض قد تم اقتناؤها من قبل العون الإقتصادي منذ 3 أشهر من تاريخ الخفض.

بالإضافة إلى شروط أخرى نص عليها المشرّع من بينها:

-الحصول على تصريح، وذلك بعد إيداع ملف كامل لدى المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً¹⁴⁴.

-لا يمكن الترخيص من أجل البيع بالتخفيض إلاّ مرتين في السنة المدنية¹⁴⁵ ويكون ذلك خلال الفترات الممتدة بين شهري جانفي وفبراير من الفترة الشتوية، وبين شهري جويلية وأوت من الفترة الصيفية¹⁴⁶ ، وهذا استناداً إلى نص المادة 03 الفقرة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 الذي يحدّد شروط وكيفيات ممارسة البيع

¹⁴⁴- راجع المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 ، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة التصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المرجع السابق .

¹⁴⁵- راجع المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 ، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المرجع السابق.

¹⁴⁶- نفس الأحكام نجدها في القانون الفرنسي، فقد قامت محكمة استئناف Grenoble بتاريخ 11 ديسمبر 2002 بإدانة مؤسسة لبيع الملابس، لكونها قامت بالإعلان عن البيع بالتخفيض 15 يوم قبل الموعد المحدد قانوناً. للمزيد من التفاصيل راجع:

Arrêt n°03-80563 , du 30 janvier 2004 , sur les ventes en soldes (revue de la concurrence et de la consommation , n°140, 2004 , p.03.

بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود.

نص المشرع الأردني بدوره في قانون حماية المستهلك أنه:

"لا يجوز الإعلان عن أي تخفيضات أو تنزيلات أو إقامة معارض ما لم يقدم دليل للوزارة أو الدائرة ذات العلاقة على صحتها ، وبعد الحصول على الموافقة المسبقة منها، وذلك بالتنسيق مع الجمعية".

في حين اشترط المشرع الإنجليزي أن يماثل السعر الذي وضعه البائع ثمنًا للسلعة المعروضة ،السعر الذي اقترحه منتج أو موزع السلعة، وسعر أمثالها من السلع المعروضة في نفس المنطقة¹⁴⁷.

نفس الشيء نجده في مشروع قانون حماية المستهلك المغربي، إذ تنص المادة 49 الفقرة الأولى منه على أنه:

"لا يجوز أن يتم البيع بالتخفيض إلا إذا كان مقترنا بإعلان واضح ومقروء للفظـة (تخفيض)..."

بالإضافة إلى شروط أخرى كالإلزام المورد بالإشارة في أماكن البيع إلى :

-المنتجات أو السلع التي يشملها التخفيض.

-السعر الجديد المطبق والسعر القديم الواجب التشطيب عليه .

- مدة التخفيض.

¹⁴⁷ - خالد محمد السباتين، المرجع السابق، 38.

كما اشترط المشرع المغربي عدم تجاوز السعر القديم الذي تمّ التّشطيب عليه، السعر الأدنى المعمول به فعلا من طرف المورد، بالنسبة إلى سلعة أو منتج مماثل بنفس المؤسسة خلال 30 يوما الأخيرة التي تسبق بداية العمل بالتخفيض... إلخ¹⁴⁸.

الفرع الثالث البيع التّرويجي

أفرزت التغيرات التي يشهدها العالم في جميع المجالات، خاصّة الإقتصادي منها إلى ظهور منتجات جديدة جعل من الضّروري وجود وسيلة فعّالة تربط بين المنتج والمستهلك، ويعتبر التّرويج¹⁴⁹ المرآة التي يتم من خلالها التّعرف على مضمون ما تم ويتمّ طرحه في الأسواق من سلع وخدمات وهذا ما يسمى بالبيع التّرويجي.

عرّف المشرع الجزائري هذا النوع من البيوع في المادة 07 الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المحدّد لشروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع التّرويجي والبيع في حالة تصفية المخزون والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التّجارية بواسطة فتح الطرود، بما يلي:

¹⁴⁸ - راجع المادة 49 من مشروع قانون رقم 08-31، يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين ، المرجع السابق.

¹⁴⁹ - يعرف التّرويج بأنّه: "مجموعة الجهود التّسويقية المتعلّقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة، وإثارة اهتمامه بها، بمقدرتها وتمييزها عن غيرها من السلع والخدمات الأخرى". راجع في هذا الخصوص :

توفيق محمد عبد المحسن، التّسويق وتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص233.

"تشكّل بيعاً ترويجياً كلّ تقنية بيع سلع مهما يكن شكلها، والتي يرمي العون الإقتصادي عن طريقها إلى جلب الزبائن وكسب وفائهم".¹⁵⁰

قد يتساءل البعض كيف يمكن للبيع بالترويج أن يمسّ المصلحة الاقتصادية للمستهلك؟

فهناك من سيجيب بدون تردّد بأنها ممارسة لا تمس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك، بل بالعكس فهي في مصلحته فهي تعرّفه بالمبيع كي عندما يتخذ قرار الشراء يكون عن قناعة ودراية تامة بالمنتج، إلاّ أنّه في حقيقة الأمر يمكن لهذه الممارسة أن تمسّ المصلحة الاقتصادية للمستهلك وذلك بالنظر إلى الإستراتيجيات الترويجية.

يجب أن نعلم أنّه عندما تقوم مؤسسة ما بالترويج لمنتج ما فهي تتبع إستراتيجيات خاصّة لذلك وهي تدعى بإستراتيجيات الترويج، وهي على عدّة أنواع من بينها: استراتيجية الجذب¹⁵¹، استراتيجية الدّفع¹⁵²، الاستراتيجية اللينة¹⁵³، وأخيراً

¹⁵⁰ - مرسوم تنفيذي رقم 215-06 يحدّد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض، والبيع الترويجي، والبيع في حالة تصفية المخزون، والبيع عند مخازن المعامل، والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المرجع السابق.

¹⁵¹ - استراتيجية الجذب، تتمثل في محاول المنتج التأثير على الأسواق واستمالة المستهلك لشراء السلعة وذلك باستخدام الإشهار وأساليب ترقية المبيعات.

أنظر في هذا الخصوص:

نوري منير، المرجع سابق، ص 14.

¹⁵² - هذه الاستراتيجية لا تستهدف المستهلك النهائي مباشرة، بل تستهدف تجار الجملة من خلال منحهم نوع من المزايا في تصريفه لنوع ما من السلع، وهذا الأخير يستميل البائع بالتجزئة من خلال أيضا منحه مثلا هامش ربح عالي في حالة حصوله على نوع ما من السلع والقيام بتصريفها، وهو بدوره يقوم بالتأثير على المستهلك واستمالاته للشراء.

للمزيد من التفاصيل أنظر:

الصحن محمد فريد، مبادئ التسويق، الدار الجامعية، مصر، 1994، ص 275.

الاستراتيجية العنيفة التي تهتمنا في هذه الدراسة كونها تمس المصلحة الاقتصادية للمستهلك بطريقة مباشرة.

تقوم هذه الاستراتيجية باستخدام أسلوب الضَّغَط على المستهلك، بحيث يحاصره في كلِّ مكان برسائله الترويجية، والتي تعتمد على فكرة التكرار بصورة دائمة و مستمرة مع استخدام أسلوب المقارنة مع السلع المنافسة، وذلك في جميع الوسائل الإعلانية، والمؤسسات التي تستخدم هذا النوع من الاستراتيجيات قد تستعمل بعض الرسائل الإعلانية الضاغطة مثل: "اشترى الآن والآن فقط، أو ستدفع غدا مبلغا أكبر...."154

مثال ذلك أيضا الرسائل التي يتلقاها المستهلك يوميا من بعض شبكات الإتصالات التي تدفع المستهلك إلى تعبئة رصيده، أو المشاركة في مسابقة ما.....إلخ

فكلّ هذه الرسائل تنقل إلى الفرد فكرة واحدة وهي أن عملية الشراء هي عملية ضرورية وفرصة لا تعوض وهذا يمسّ بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك. لهذا تدخلت معظم التشريعات المعاصرة لتأطير هذه الممارسة من بينها التشريع الجزائري إذ نص على تنظيم هذا النوع من الممارسات وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-215 الذي يحدّد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض، والبيع

153- هذه الاستراتيجية ترمي إلى إقناع المستهلك بأنه من الأفضل أن يقوم بشراء المنتج محلّ الترويج لكن دون الإشارة إلى عملية الشراء مباشرة، ويتمّ التركيز في ذلك على منافع المنتج محلّ الترويج. راجع بهذا الخصوص:

إسماعيل السيد، الإعلان، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص40.

154- نوري منير، مرجع سابق، ص16.

الترويجي، والبيع في حالة تصفية المخزون، والبيع عند مخازن المعامل، والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود.

من بين هذه الشروط :

- التصريح المسبق من قبل المدير الولائي للتجارة المختص إقليمياً.
- وجوب ممارسة البيع الترويجي في المحلات التي يمارسون فيه نشاطهم.
- إعلام الزبائن عن طريق الإشهار¹⁵⁵.
- كما اشترط المشرع الجزائري عدم اقتران البيع الترويجي والمتمثلة في منح الزبائن جوائز عن طريق تنظيم سحب بالقرعة بشراء سلعة أو خدمة أو بطلب مقابل مالي¹⁵⁶.

¹⁵⁵ - يعرف الإشهار بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة".

راجع: المادة 03 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.
¹⁵⁶ - راجع المواد 7، 8، 9 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض، والبيع الترويجي، والبيع في حالة تصفية المخزون، والبيع عند مخازن المعامل، والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المرجع السابق.

الفصل الثّاني

آليات حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

ترتبط حماية المستهلك بالعديد من الأمور والجوانب وتتمثل بالأساس بارتباط الحماية بحالة عدم رضا وانخفاض في إشباع حاجات المستهلك، وهذا بسبب عدم تحقيق المهني لتوقعاته، لهذا برزت ضرورة التدخل من أجل حماية مصالحه المختلفة والتي من بينها مصلحته الإقتصادية من أجل إصلاح الخلل بين ما يقدمه المهني وما يتوقعه المستهلك.

لقد كرّس المشرع الجزائري من أجل تحقيق هذا المسعى، مجموعة من الآليات¹⁵⁷ ومن خلال اطلعنا على النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع، توصلنا إلى إمكانية تصنيفها إلى آليات ذات صبغة وقائية غرضها الأساسي منع وقوع الضرر على المستهلك (المبحث الأول)، وأخرى ذات طابع ردعي أو قمعي بغرض فرض جزاءات على المهني بهدف إصلاح الضرر الذي أصاب مصلحة المستهلك الإقتصادية (المبحث الثاني).

157 - ويجب الإشارة إلى أن مصطلح الآلية لا نعني بها فقط الجهاز بل حتى الإجراءات، إلا أنّ هذه الأخيرة تفرض من قبل هذه الأجهزة، فهي وجهان لعملة واحدة.

المبحث الأول

الآليات الوقائية لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

إنّ تأطير وتفعيل الحركة الاقتصادية يفترض ألا تكون على حساب مصالح المستهلك - المصلحة الاقتصادية- بل بالعكس لا بدّ أن تكون في صالحه وترمي إلى تحسين معيشتة¹⁵⁸ وتحقيق رفاهيته، إلاّ أنه وإمكانية عدم تحقق ذلك من الناحية الواقعية لوجود مصلحتين متعارضتين - مصلحة المستهلك من جهة ومصلحة المهني من جانب آخر- يصعب التوفيق بينهما، قام المشرع بتكريس مجموعة من الآليات ذات الطابع الوقائي يمكن إجمالها في كلّ من مبدأ إعلام المستهلك (المطلب الأول)، ورقابة السوق (المطلب الثاني) .

158- عيساوي محمد، القانون الاجرائي للمنافسة، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2005، ص 15.

المطلب الأول تكريس مبدأ إعلام المستهلك

يُعدّ مبدأ إعلام المستهلك إحدى ركائز حمايته¹⁵⁹، وهذا ما دفع بالمشترع الجزائري إلى تكريسه في عدة نصوص قانونية¹⁶⁰، ولأهمية هذا المبدأ كآلية وقائية تهدف لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، من خلال تمكينه من الإختيار بين السلع والخدمات التي تستجيب لحاجاته ورغباته المشروعة¹⁶¹ رأينا ضرورة التطرّق لمفهوم الإعلام (الفرع الأول)، وإلى الأشخاص الموكلة لها مهمة إعلام المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول مفهوم الإعلام

يُعدّ الإعلام من بين حقوق المستهلك¹⁶² التي كرست على الصعيدين الداخلي والدولي¹⁶³.

¹⁵⁹ - راجع في هذا الخصوص كلام من:

- بودالي محمد، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر، الجزائر، 2005، ص 10 .
-، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 66.

¹⁶⁰ - لقد نصّ المشرع الجزائري على إلزامية إعلام المستهلك سواء في القانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أو في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهذا إن دلّ على شيء فإنه يدلّ على أهميته كالتزام يقع على الأطراف المعنية بحماية المستهلك.

¹⁶¹ - كثر محتدم الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر رقم 03-03 والقانون 04-02، منشورات بغدادي، الجزائر، 2010، ص 81.

¹⁶² - ففي سنة 1962 صرّح الرئيس الأمريكي جون كندي في خطاب له أمام الكونغريس أنّ الحكومة الفيدرالية عازمة على أن تجعل على عاتقها مسؤولية، لتضمن للمستهلكين الممارسة الكاملة لحقوقهم أي الحق في الأمان، الحق في الاستماع إليه، الحق في الإختيار، الحق في الإعلام، في ذلك أنظر:

- كالم حبيبة، حماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2005، ص 7 =.

للإعلام في موضوع دراستنا معنى خاص (أولاً) إلا أنه قد يتشابه مع بعض المفاهيم و من أجل إزالة أي خلط سوف نقوم بالتمييز بينها (ثانياً).
أولاً- تعريف الإعلام

يقصد بالإعلام¹⁶⁴ بالمفهوم الواسع تحصيل حقيقة الشيء والتيقن منه وتوصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور للارتقاء بالمدارك عن طريق وسائل عديدة مكتوبة مسموعة أو مرئية بشرط أن يتسم بالمصادقية والوضوح¹⁶⁵.
 أمّا المقصود بالإعلام كحق من حقوق المستهلك هو ضرورة تمكينه من اختيار البضائع والخدمات وفقاً للشروط التي تناسبه. وبتعبير آخر هو وسيلة تساعد المستهلك على تكوين رأي حول منتج مقترح في السوق قبل اتخاذ قرار الشراء¹⁶⁶

=- جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص32.

163- لقد أكدت مبادئ الأمم المتحدة حول حماية المستهلك على ضرورة إعلام المستهلك ودعت الدول إلى وضع برامج عامة لتوعية المستهلك تساعده على اختيار السلع والخدمات وتظهر حقوقه وواجباته خاصة بالنسبة للمستهلك قليل الإلمام بالقراءة والكتابة والوعي. راجع عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 39.
 164- حسب الأستاذة سي يوسف زاهية حورية المصطلح الأنسب هو الإفضاء بدل الإعلام لأنّ حسب رأيها مصطلح الإعلام أوسع من مصطلح الإفضاء الذي ينصرف إلى تقديم مختلف البيانات أثناء تنفيذ العقد، من أجل تفاصيل أكثر راجع:

- سي يوسف زاهية حورية، "الإلتزام بالإفضاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، الصادرة عن كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد02، 2006، الهامش 55.
 - "الإلتزام بالإفضاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، من أعمال
 الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص63.

165- راجع كلاً من :

- جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 33.

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

166- LEFEBVRE Francis, Droit des Affaires :concurrency, consommation, Memento pratique, Paris,2002, p.585.

ثانيا- تمييز الإعلام عن غيره من المصطلحات المشابهة
إنّ مصطلح الإعلام يتشابه مع كثير من المصطلحات لهذا رأينا ضرورة التّمييز
بينها من أجل إزالة الخلط عن ذهن القارئ، ومن بين هذه المصطلحات نجد كلاً
من الإشهار(1)، التّرويج(2).

1. الإشهار

يعدّ مصطلح الإعلام أوسع من مصطلح الإشهار، فهذا الأخير ما هو إلّا
وسيلة لتجسيد الإعلام¹⁶⁷.

لقد عرفتة الجمعية الأمريكية للتسويق بأنّه وسيلة غير شخصية لتقديم
الأفكار أو السلع والخدمات بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع. ويختلف عن
الإعلام كون هذا الأخير يركز على نقل الوقائع بصفة موضوعية في حين أنّ
الإشهار يعتمد على ذكر إيجابيات المنتج فقط¹⁶⁸.

2. التّرويج

يعرّف مصطلح التّرويج بأنّه :

" ذلك العنصر المتعدد الأشكال والمتفاعل مع غيره من عناصر المزيج التسويقي
والهادف إلى تحقيق عملية الاتصال الناجمة بين ما تقدمه المؤسسات من سلع

¹⁶⁷ - أنظر:

- RAYMOND Guy , « Publicité et protection du consommateur », J.C.P., 2005 , p. 05.

- قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية ، مذكرة من أجل الحصول على شهادة الماجستير
في القانون، فرع قانون الأعمال ، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2001، ص 30.

¹⁶⁸ - بولحية علي بن بوخميس، المرجع السابق، ص 51

وخدمات أو أفكار، تعمل على إشباع حاجات ورغبات المستهلكين من أفراد أو مؤسسات ووفق إمكاناتهم وتوقعاتهم¹⁶⁹.

كما يعرف كذلك بأنه:

مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات عن المزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة وإثارة اهتمامه بها، بمقدراتها وتميزها عن غيرها من السلع والخدمات الأخرى بإشباع احتياجاته، وذلك بهدف دفعه إلى اتخاذ قرار شرائها، ثم الاستمرار في استعمالها في المستقبل¹⁷⁰.

نستنتج من التعريفين السابقين بأن الترويج يختلف عن الإعلام لأنه لا يتسم بالموضوعية بل يهدف إلى استمالة المستهلك وحثه على الشراء، كما نلاحظ بأن الترويج يتفق أكثر من حيث المضمون والهدف مع الإشهار إلا أنهما يختلفان في شيء واحد وهو كون الأول محدد الزمان والمكان أما الإشهار فليس كذلك

الفرع الثاني

الأشخاص المخول لها إعلام المستهلك

من خلال الاطلاع على النصوص القانونية المتضمنة فكرة حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، نجد أن المشرع أوكل مهمة الإعلام لكل من المهني (أولاً) وجمعيات حماية المستهلك (ثانياً).

أولاً- إعلام المستهلك من قبل المهني

¹⁶⁹ - محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق (مدخل سلوكي)، الطبعة الثالثة، دار المستقبل للنشر و التوزيع، الأردن، 1999، ص33.

¹⁷⁰ - توفيق محمد عبد المحسن، التسويق وتدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص233.

لقد كان عبء إعلام المستهلك إلى غاية منتصف القرن العشرين يقع على المستهلك نفسه، وذلك من خلال إلزامه بالتأكد مما يشتريه وهذا وفقا لمفهوم:

" دع المستهلك يتأكد ويحتاط مما يشتري"¹⁷¹

الا أن ظهرت جمعيات حماية المستهلكين أين تطور هذا المفهوم فأصبح كمايلي:

"دع شركات الإنتاج والتسويق تتحمل تبعه السلع المعيبة"¹⁷²

فمنذ ذلك الحين أصبح الإلتزام بإعلام المستهلك سواء بمميزات المنتج(1)

أو بالأسعار والتعريفات (2) أو بشروط البيع(3) يقع على عاتق المهني.

1-إعلام المستهلك بمميزات المنتج

من أجل حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك قام المشرع الجزائري على

غرار التشريعات المقارنة¹⁷³ بوضع نظام خاص بإعلام المستهلك بمميزات المنتجات

من خلال نظام الوسم والتغليف.

أ-الوسم Étiquetage

لقد ورد تعريف الوسم في عدة نصوص قانونية، نذكر منها:

¹⁷¹ - Suivant les principes libéraux du dont les empreintes le code civil , la société est composée d'hommes libres et responsables. Les contractants sont tenus, avant de prendre leur décision de **se renseigner eux- mêmes.** Voir : CLARET Helene , « Etequetage », J.C.P., 2002, pp01-29.

¹⁷² - بولحية علي بن بوخميس، المرجع السابق، ص50.

¹⁷³ - تنص المادة 47 من قانون حرية الأسعار والمنافسة المغربي على أنه: " يجب على كل من يبيع منتوجا أو يقدم خدمات أن يعلم المستهلك عن طريق وضع علامة أو ملصق أو إعلان، أو بأي طريقة أخرى مناسبة بالأسعار والشروط الخاصة للبيع أو لإنجاز الخدمة وتحدد إجراءات إعلام المستهلك بنص تنظيمي"، كما أكد عليه في مشروع قانون رقم 31-08 الذي يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين وذلك في القسم الثاني منه تحت عنوان "إعلام المستهلك".

نص المادة الثالثة الفقرة الرابعة من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي عرفته بأنه:

"كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها"¹⁷⁴.

كما يعرّف الوسم في مادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها على أنه:

"جميع العلامات و البيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصّور والشواهد أو الرموز التي تتعلّق بمنتج ما والتي توجد في أيّ تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة". ويعرف الوسم كذلك بأنه "كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا لأجل ترقية البيع"¹⁷⁵

تجدر الإشارة إلى أنه تحرر بيانات الوسم باللغة العربية¹⁷⁶ أساسا وعلى سبيل الإضافة بلغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم، وهذا حسب نص المادة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

¹⁷⁴ - قانون رقم 09-03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

¹⁷⁵ - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 1 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر.ج.د.ش عدد 83 المؤرخ في 25 ديسمبر 2005.

¹⁷⁶ - لقد رفض أعوان الرقابة بتاريخ 08 ديسمبر 2008 إدخال منتج والمتمثل في الحلويات تم استيرادها من تركيا. وذلك في ميناء بجاية بسبب عدم استعمال اللغة العربية في تحرير بيان تسمية البيع، قائمة المكونات والوزن الصافي. (الملحق 01).

ب-التغليف

لقد وردت عدة تعريفات خاصة بالتغليف من بينها:

التغليف هو ضمان حماية المنتج ووسيلة نقل ، وحلية التسويق، ورهان بيئي، بل هو أكثر من ذلك، يزيد في قيمة المنتج، وهو جزء أساسي في عملية التدوير¹⁷⁷. وبالتعبير آخر هو " الاستجابة الحقيقية لحاجات المنتج والمستهلك والمتمثلة في حماية المنتج من التلف وحمايته عند النقل والمحافظة على خصائصه، كما أنه الدعامة في حمل جميع المعلومات الخاصة بالمنتج، كما انه يستعمل كأسلوب للترويج"¹⁷⁸.

فعليه، يعد التغليف إجراء ضروري لحماية المنتج من كل ضرر قد يصيبه، وبالتالي فهو وسيلة لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك كونه يجب أن يقدم هذا المنتج وفق مقاييس تغليفه من أجل تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك¹⁷⁹. تجدر الإشارة إلى أن التغليف ليس موحداً لجلّ المنتجات بل كل منتج يغلف بحسب طبيعته و تركيبه.

2-إلتزام المهني إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات

من بين موضوعات التي يشملها الإعلام نجد الإعلام بالأسعار والتعريفات¹⁸⁰ (les prix ou les tarifs)، فالقانون يلزم المهني قصد إعلام

¹⁷⁷ - أرزقي زبير، المرجع السابق، ص156.

¹⁷⁸ - المرجع نفسه، ص 156.

¹⁷⁹ - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 29.

¹⁸⁰ - في هذا الخصوص يجب التنويه بأن المشرع اللبناني قد فضل استعمال مصطلح الإعلان عن الأسعار بدل الإعلام عن الأسعار، إذ تنص المادة 6 من قانون حماية المستهلك على أنه: " يتوجب على المحترف الإعلان عن الثمن بالليرة اللبنانية....." راجع القانون رقم 659 مؤرخ في 04 شباط 2005 يتعلق بحماية المستهلك اللبناني.

المستهلك بالأسعار وبشروط البيع بضرورة كتابة السعر على المنتج بطريقة لا تدع أي مجال للشك حوله من سلع و خدمات عن طريق وضع علامات (marquage) أو معلقات (affichage)، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة قانوناً¹⁸¹.

يبقى التاجر مرتبطاً بالسعر المشار إليه على المنتج أو على الغلاف، إما خلال المدة المعلن عنها أو إما حول الكمية المقترحة؛ وعندما لا تحدد المدة ولا الكمية يبقى التاجر مرتبطاً بإعلانه إلى غاية صدور إشهار آخر مخالف¹⁸².

أ-العلامات Marquage

تستعمل العلامات في غالب الأحيان لإعلام المستهلك عن أسعار السلع الصغيرة الحجم التي لا تحتل الملصقات فتوضع العلامة على المنتج أو بجواره بحيث لا تدع مجالاً للشك لانتسابه لمنتج آخر سواء كان ذلك من حيث النوعية أو من حيث الطبيعة ويكون ذلك بتسمية المنتج بدقة ويبيّن إلى جانبه السعر والتعريفات وذلك بصورة مرئية ومقروءة كما يجب أن تكون كتابة السعر مرافقة لمعيار الوزن أو الكيل ويجب أن توزن وتكال السلع على مرأى المشتري¹⁸³.

ب-المعلقات L' affichage

¹⁸¹-راجع المادتين 17 و18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، والمواد من 4 إلى 9 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

¹⁸²- أنظر كلا من:

- دنوني هجيرة، " قانون المنافسة وحماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة وهران، يومي 14 و 15 ماي 2000، ص 14.

- بودالي محمد، الإلتزام بالنصيحة، المرجع السابق، ص 15 .

¹⁸³- بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 14.

تستعمل المعلفات من أجل إظهار أسعار تقديم الخدمات وهو عبارة عن جدول يعلق في مكان اقتراح الخدمة يضم أسعارها وطبيعتها بحيث تكون مقروءة ومرئية بشكل جيد وواضح وتضم بالإضافة إلى ذلك الرسوم والتكاليف الإضافية إذا كانت الخدمة تصحب بعمليات إضافية أو خاصة وكذلك تكاليف النقل...¹⁸⁴.

ج- كل الوسائل المناسبة

من أجل الوصول الى اعلام المستهلك بأسعار والتعريفات لم يحصر المشرع وسائل الإعلام في كل من العلامات والمعلفات، بل ترك المجال مفتوحا لاختيار الوسيلة المناسبة لكن شريطة أن تكون الأسعار والتعريفات مرئية ومقروءة وبالتالي إستبعاد الإعلام الشفوي للأسعار لتجنب أي لبس أو تلاعب من طرف المهني¹⁸⁵.

كما استحدث القانون العضوي رقم 05 /12 المتعلق بالإعلام وسيلة اخرى من اجل اعلام المستهلك و هي الاعلام الاليكتروني و ذلك في المادة 03 منه¹⁸⁶

3- الإعلام بشروط البيع

لقد ألزم المشرع الجزائري المهني بإعلام المستهلك بشروط البيع¹⁸⁷ وهذا بمقتضى نص المادة 8 من القانون رقم 04-02 التي تنص:

¹⁸⁴-LEFEBVRE Francis, op.cit.,p.576.

¹⁸⁵- راجع كلاً من:

- لطاش نجية، مبدأ الشفافية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2004، ص 21.

- بلحاج العربي، المرجع السابق، ص 84.

¹⁸⁶ قانون عضوي رقم 05/ 12 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، ج ر ج د ش عدد 02 صادر في 15 يناير 2012.

¹⁸⁷- يلزم الأمر رقم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بقانون التأمينات المعدل بالقانون رقم 06-04 المؤرخ في 20 فيفري 2006 في مواده 5 و 8 و 13 شركات التأمين (أي المؤمن L'Assureur) في عقود التأمين بضرورة إخبار أي إعلام المستهلك وإخطاره بالشروط الهامة والأكثر خطورة، وبكل المعلومات =

"يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملة البيع أو الخدمة".

وتكمن أهمية هذا الإجراء في كونه يهدف إلى منع الممارسات التمييزية بين المستهلكين، فعدم الإعلام بشروط البيع يجعل العون الاقتصادي يميز بين مستهلك وآخر فيستفيد البعض من امتيازات سواء فيما يتعلق بخفض الأسعار أو بكيفيات الدفع مما يخلق جوا من المنافسة التمييزية¹⁸⁸، كما يعود سبب إلزام المشرع الجزائري المهني بالإعلام بشروط البيع الى عدم دراية المستهلك بالعناصر المرتبطة بحقوقه الجوهرية¹⁸⁹

ولقد نص المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم على مجموعة من الشروط التي يلزم المهني بإطلاع المستهلك عليها وهذا في مقتضيات نص المادة 3 منه¹⁹⁰.

=الضرورة المتعلقة بالعقد أو المنتج أو الخطر المؤمن عنه، وكذلك نطاق الضمان وشروط الاستبعاد ويجب أن تكون هذه البيانات واضحة ومقروءة، وغير قابلة للمحو ومحركة باللغة الوطنية. راجع بخصوص ذلك:

- البراوي حسن، إلتزام المؤمن بالأمانة في مرحلة إبرام العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، ص35.

- مقدم سعيد، التأمين والمسؤولية المدنية، دار كليك، الجزائر، 2008، ص98.

188- بن قري سفيان، المرجع السابق، ص19 .

189- أرزقي زبير، المرجع السابق، ص 60.

190- تنص المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر

الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج.ر.ج.د.ش=

ثانيا- جمعيات حماية المستهلك

أدى نقص الوعي لدى المستهلكين إلى ظهور جمعيات حماية المستهلك التي يتمثل دورها الأساسي في إحاطة المستهلكين بجميع المعلومات المتعلقة بالمنتج ولفت نظرهم¹⁹¹ وبجميع حقوقهم وواجباتهم، كما تقوم بتقديم انتقادات للسلع المعروضة في السوق¹⁹²، وتوعية وتحسيس وإعلام المستهلكين بالمخاطر التي قد تلحق بمصالحهم المختلفة¹⁹³ والتي من بينها مصلحته الاقتصادية، تعتبر دورا وقائيا بالدرجة الأولى لأنّ الهدف منها منع الخطر قبل وقوعه¹⁹⁴.

= عدد 56، المؤرخ في 11 سبتمبر 2006، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44، ج.ر.ج.د.ش. عدد 7 المؤرخ في 10 فبراير 2008 على أنه:

" تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 02 أعلاه، أساسا بما يأتي:

- خصوصيات السلع و/أو الخدمات وطبيعتها،
- الأسعار والتعريفات،
- كفيات الدفع،
- شروط التسليم و أجاله،
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم
- كفيات الضمان و مطابقة السلع و/أو الخدمات،
- شروط تعديل البنود التعاقدية،
- شروط تسوية المنازعات،
- إجراءات فسخ العقد".

¹⁹¹- بوتوشنت عبد النور، " دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك "، مجلة العلوم القانونية، عدد 12، 2008، ص 121.

¹⁹²- إن هدف الجمعيات من وراء اللجوء إلى إظهار سلبيات المنتج هو حث المستهلك على مقاطعة المنتج التي تشكل بطريقة غير مباشرة عقوبة للمهني، و تقاديا للتكرار سوف نفضل في عنصر المقاطعة لاحقا.

¹⁹³- فمثلا ظهرت جمعيات حماية المستهلك في اليابان بعد الحرب العالمية الثانية، على يد مجموعة من النساء اللواتي قمن بأول دعوى من أجل محاربة رداءة بعض السلع الأساسية. راجع:

LE TAVERNIER Brigitte, « La protection du consommateur au japon » , Revue de la concurrence et de la consommation , n° 102, 1998, p.15.

¹⁹⁴- راجع كلاً من:

- سي يوسف زاهية حورية، " حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، عدد 04، 2010، ص 198.

فاعترف المشرع بأهلية الجمعيات في ممارسة الإعلام في كل من القانون العضوي رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات¹⁹⁵ وفي القانون العضوي رقم 05/12 المتعلق بالإعلام¹⁹⁶ بحيث تنص المادة 04 منه على أنه:

" تضمن أنشطة الإعلام على وجه الخصوص عن طريق :

- وسائل الإعلام التابعة للقطاع العمومي،
- وسائل الإعلام التي تنشئها هيئات عمومية،
- وسائل الإعلام التي تملكها أو تنشئها أحزاب سياسية أو جمعيات معتمدة،
-

تعتمد الجمعيات من أجل تحقيق الهدف الوقائي على عدة وسائل تظهر في

كل من:

1. وسائل الإعلام العامة.

تلعب وسائل الإعلام المختلفة سواء المرئية كالتلفزة أو المسموعة كالإذاعة أو المقروءة كالجرائد¹⁹⁷ والمجلات العامة دورا في حماية المصلحة الاقتصادية

- ناصري فهيمة، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2004، ص 67.

¹⁹⁵- يعود الأساس القانوني لهذا الحق إلى المادة 24 من القانون العضوي رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات التي جاء فيها:

" يمكن للجمعية في إطار التشريع المعمول به القيام بما يأتي.

- إصدار و نشر نشرات و مجلات ووثائق اعلامية و مطويات لها علاقة بهدفها في ظل احترام الدستور و القيم و الثوابت الوطنية و القوانين المعمول بها.

¹⁹⁶ قانون عضوي رقم 05/ 12 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، ج ر ج د ش عدد 02 صادر في 15 يناير 2012.

للمستهلك إذ تعد من بين أهم الوسائل التي تستعملها الجمعيات من أجل توعية المستهلكين وإرشادهم إلى الإستهلاك السليم، وتعتبر الوسائل المرئية كالتلفزة الأحسن والأنجع كونها تستقطب أكبر عدد ممكن من المستهلكين¹⁹⁸.

إلا أن الطابع الصناعي والتجاري لهذه الوسائل يقلل من نطاق مشاركتها في إعلام المستهلك، إذ تتردد في أغلب الأحيان في بث حصص تتعلق بالمستهلك¹⁹⁹، وإن كانت تقبل بتمرير مجاني لمواضيع خاصة بالمستهلك لكن تبقى ذات طبيعة عامة ولا تقبل أبدا تمرير إعلانات تتضمن نقد لمنتجات تفاقدا لأية مسؤولية قد تقع على عاتقها.²⁰⁰

2-النشريات المتخصصة

لقد خول المشرع للجمعيات القيام بإصدار مجلات ونشريات متخصصة في مجال الإستهلاك وذلك بموجب المادة 19 من القانون 90-31 المتعلق بالجمعيات²⁰¹ والتي جاء فيها: "يمكن للجمعية أن تصدر وتوزع في إطار التشريع المعمول به نشريات ومجلات ووثائق وكراسات لها علاقة بالهدف".

¹⁹⁷ - لقد قامت جمعية حماية المستهلك بنشر مقال حذرت من خلاله المستهلكين بوجود مشروبات مائية غير مطابقة للمقاييس وبأثمان باهضة تضرّ بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك، كما أنها تسبب له ضررا صحيا بسبب إمكانية إصابة مستهلكها بالسرطان، راجع بخصوص ذلك: عجاج بلقاسم، " الجزائرزيون يشربون المياه بأثمان أعلى من أسعار البنزين"، جريدة الشروق، 18 جويلية 2011، ص4.

¹⁹⁸ - ناصري فهيمة، المرجع السابق، ص70.

¹⁹⁹ - المرجع نفسه، ص71.

²⁰⁰ - CALAIS-AULOY Jean et STEINMETZ Frank, op.cit., p65.

²⁰¹ - قانون رقم 90-31، يتعلق بالجمعيات، المرجع السابق.

كما أوجب بموجب المادة 19 الفقرة الثانية من القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات²⁰² وكذلك القانون رقم 90-07 المتعلق بالإعلام²⁰³ أن تصدر هذه التشريعات المتخصصة باللغة العربية وأن تخضع للنظم والقوانين المعمول بها في هذا المجال.

كما منح لها القانون العضوي رقم 12 / 05 المتعلق بالإعلام و ذلك في المادة 04 منه امكانية انشاء قنوات خاصة من اجل ممارسة دورها الاعلامي²⁰⁴

المطلب الثاني الرقابة الوقائية للسوق

تعتبر الرقابة من بين الآليات الوقائية المكرسة من أجل حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين، فلا يمكن تصوّر سوق تسوده منافسة دون وجود رقابة لإمكانية وجود ممارسات من شأنها الإضرار بالمصالح الاقتصادية للمستهلكين²⁰⁵، والحديث عن الرقابة في مجال بحثنا يتطلب منا البحث في مفهومها (الفرع الأول)، وحول الأجهزة المكلفة بالرقابة (الفرع الثاني)، ودور هذه الأجهزة في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك (الفرع الثالث).

الفرع الأول

²⁰² - تنص المادة 2/19 من القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات على انه:

" يجب أن تكون النشريات الرئيسية باللغة العربية مع احترام القوانين المعمول بها "

²⁰³ - تنص المادة 6 من القانون رقم 90-07 المتعلق بالإعلام على أنه: " تصدر التشريعات الدورية للإعلام

العام باللغة العربية "

²⁰⁴ قانون عضوي رقم 12 05 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام المرجع السابق

²⁰⁵ - صبايحي ربيعة ، " حول فعالية أحكام و إجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري"، من أعمال

الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17 و

18 نوفمبر 2009، ص 110.

مفهوم الرقابة

إنّ الرقابة كآلية وقائية لحماية المستهلك تحمل معنى خاص (أولاً) وتتخذ عدّة أنواع (ثانياً) وهذا ما سنحاول إظهاره في بحثنا هذا.

أولاً- تعريف الرقابة

يمكن أن نعرف الرقابة بأنها:

"خضوع شيء معين لرقابة هيئة أو جهاز يحدده القانون بهدف القيام بالتحري والكشف عن الحقائق المحددة قانوناً"²⁰⁶.

كما تعرف كذلك بأنها: " أنشطة تنظيمية منهجية تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والخطط والنتائج منسجمة مع التوقعات والمعايير المستهدفة وفي حال وجود انحرافات تؤشر الأسباب وتتخذ الإجراءات التصحيحية اللازمة"²⁰⁷.

ثانيا- أنواع الرقابة

من خلال النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع²⁰⁸ يمكن أن نصنف الرقابة إلى ثلاثة أنواع : رقابة سابقة (1)، رقابة لاحقة (2)، ورقابة مستمرة (3).

1- الرقابة السابقة

²⁰⁶- راجع كلام من :

- بن بوخميس بولحية علي، المرجع السابق، ص68.

- ناصر فتيحة، " القواعد الوقائية لتحقيق أمن المنتجات الغذائية والصيدلانية "، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، ص 133.

²⁰⁷- براق محمد و غيره، " رقابة الجودة ودورها في حماية المستهلك: إشارة إلى حالة الجزائر "، من أعمال الملتقى حول حماية المستهلك في ظلّ الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي ، يومي 13 و 14 افريل، 2008، ص40.

²⁰⁸- وهي تلك النصوص التي حددناها مسبقا في المقدمة .

ألزم المشرع الجزائري بموجب نص المادة 12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المهني (المتدخل) بمراقبة مدى مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك²⁰⁹.

2- الرقابة اللاحقة

تكون عندما يكتمل صنع المنتج ويصبح جاهزاً للتسويق والاستهلاك، فيتم مراقبة مدى مطابقته للمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية بهدف تفادي كل ضرر قد يلحق بمصالح المستهلك والتي من بينها مصلحته الاقتصادية.

3- الرقابة المستمرة

يمكن للسلطات المختصة أن تقوم في أي وقت و في أية مرحلة من مراحل عرض المنتج للاستهلاك بتحريات من أجل التّحقق من مدى مطابقة المنتج للمواصفات وهذا ما كرسه المشرع من خلال نص المادة 29 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص:

" يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه، بأي وسيلة و في أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصة بها"²¹⁰.

الفرع الثاني الهيئات المكلفة بالرقابة

لقد قام المشرع بإنشاء عدّة هيئات تسهر على حماية المصالح المختلفة للمستهلكين، ويمكن تقسيم هذه الهيئات إلى هيئات رقابية متواجدة على المستوى

²⁰⁹ - أنظر نص المادة 12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

²¹⁰ - نفس المرجع السابق .

المركزي(أولاً)، وهيئات رقابية موجودة على المستوى المحلي (ثانياً) بالإضافة إلى السلطات الإدارية المستقلة (ثالثاً).

أولاً- على المستوى المركزي.

لقد نص المشرع الجزائري على إنشاء الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المركزي في عدة نصوص تطبيقية، ويمكن تقسيم هذه الهيئات إلى هيئات مركزية متخصصة، وهيئات مركزية ذات الاختصاص العام.

1-الهيئات المركزية المتخصصة.

من أجل تحقيق حماية فعالة لمصالح المستهلك تم استحداث هيئات متخصصة تتمتع بصلاحيات خاصة دون غيرها و هي:

أ-المجلس الوطني لحماية المستهلكين

لقد نصت على إنشاء هذا الجهاز المادة 24 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ويظهر دوره في حماية المستهلك من خلال إبداء رأيه واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك. أمّا عن تشكيلة هذا المجلس واختصاصاته فقد أحالنا المشرع إلى التنظيم²¹¹، غير أنّه مرت سنتين منذ صدور هذا القانون ومراسيمه التنظيمية غير موجودة ممّا يستوجب العودة إلى المراسيم المتعلقة بالقانون القديم²¹² ، وهذا ما نصت عليه المادة 94 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²¹³، وهذا إن دلّ

²¹¹- راجع المادة 24 من القانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

²¹²- لقد نص المشرع على تشكيلة واختصاصات المجلس الوطني لحماية المستهلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92- 272 المؤرخ في 06 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

²¹³- تنص المادة 94 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، على أنه:

على شيء فهو يدلّ على غياب الإرادة في تحقيق التغيير وضمان حماية فعالية و فعالة للمستهلك ممّا نتساءل عن جدوى إلغاء القانون القديم وصدور القانون الجديد إن كانت الأهداف التي دفعت إلى ذلك غير موجودة.

ب_ المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم.

أنشأ هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المتضمن إنشاء المركز وتنظيمه عمله²¹⁴.

يلعب هذا الجهاز دورا في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك كونه يعمل

على:

-اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع المعمول به في مجال نوعية السلع والخدمات.

-إجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتجات والمقاييس المعتمدة وكذلك للمواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها.

ج-شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية

أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المعدل والمتمم بموجب المرسوم

التنفيذي رقم 97-459 المتضمن شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية²¹⁵

" تلغى أحكام القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وتبقى نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها ".

²¹⁴- مرسوم تنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8 أوت 1989، يتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج.د.ش عدد 59 مؤرخ في 5 أكتوبر سنة 1989، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، ج.ر.ج.د.ش عدد 59، المؤرخ في 5 أكتوبر 2003.

لكم بصدور المرسوم التنفيذي رقم المتضمن تنظيم الادارة المركزية لوزارة التجارة في ادخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش فاصبح يطلق عليها مديريةه مخابر التجارب و تحاليل الجودة و قمع الغش هدفها يتمثل في.

_ القيام بالرقابة

- التأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب و تحاليل الجودة و قمع الغش ن
- و كذا العمل على احترام اجراءات التحاليل الرسمية و طرقها و توحيد مناهج التحاليل و التجارب التقنية لكل منتجاً

2- الهيئات المركزية ذات الإختصاص العام

بالإضافة إلى الهيئات المركزية ذات الإختصاص الخاص التي مهمتها حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، نجد هيئات مركزية ذات اختصاص عام كوزارة التجارة، المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش.

أ- وزارة التجارة

تعدّ وزارة التجارة واحدة من أهم الهيئات الإدارية التي لها دورا كبيرا في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، وذلك من خلال المصالح التابعة لها سواء كانت مركزية أو خارجية وتتص المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المتعلق

²¹⁵ - مرسوم تنفيذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 نوفمبر 1996، يتعلق بتنظيم شبكة مخابر التحاليل والنوعية، ج.ر.ج.د.ش عدد 62 مؤرخ في 20 نوفمبر 1996، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 06 ديسمبر 1997، ج.ر.ج.د.ش عدد 80 المؤرخ في 07 ديسمبر 1997.

بصلاحيات وزير التجارة²¹⁶، على مجموعة من الصلاحيات يتمتع بها وزير التجارة في مجال الإستهلاك وهي :

- يحدد شروط وضع السلع و الخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة و النظافة الصحية و الامن و هذا بالتشاور مع الدوائر الوزارية و الهيئات المعنية
- يقوم باقتراح الاجراءات الازمة و المناسبة في اطار وضع نظام للعلامات, و كذلك حماية العلامات التجارية و التسميات الاصلية و متابعة تنفيذها
- يشجع تنمية و تطوير مخابر تحاليل الجودة و التجارب و يقترح الاجراءات و المناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة
- يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من اجل تطوير الرقابة الذاتية
- يساهم في ارساء قانون حماية المستهلك و تطويره
- يشارك في اشغال الهيئات الدولية و الجهوية المختصة في مجال الجودة
- يعد و ينفذ استراتيجية للإعلام و الاتصال تتعلق بالوقاية من الاخطار الغذائية و غير الغذائية اتجاه جمعيات حماية المهنية و المستهلكين التي يشجع انشاءها

ب- المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش

أنشئت هذه المفتشية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-210 المتضمن لإنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد

²¹⁶- مرسوم تنفيذي رقم مؤرخ في 1، المتعلق بصلاحيات وزير التجارة، ج.ر.ج.د.ش عدد المؤرخ في.

اختصاصاتها²¹⁷ والذي عدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم 04-311، وهي جهاز دائم للتفتيش والرقابة يسيره مفتش مركزي يساعده مفتشون يعينون بمرسوم تنفيذي عددهم لا يتجاوز الخمسة، وحددت المادة 2 من المرسوم مهام المفتشية المركزية في:

- مراقبة احترام المصالح الخارجية المكلفة بالمنافسة والأسعار والجودة والتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش لقواعد وإجراءات الرقابة والتحقيق، كما هي محددة في القوانين والتنظيمات المعمول بها.
- توجيه أعمال الرقابة والتحقيقات الاقتصادية في المصالح الخارجية وتنسيقها وتقويم نتائجها وقدراتها دورياً.

ثانيا- على المستوى المحلي

من أجل توفير حماية فعالة للمصلحة الاقتصادية للمستهلك تم إنشاء هيئات رقابية أخرى على المستوى المحلي والتي يمكن تقسيمها إلى هيئات محلية متخصصة (1) وهيئات محلية ذات اختصاص عام (2).

1- الهيئات المحلية المتخصصة

تتمثل هذه الهيئات في كل من جمعيات حماية المستهلك والمفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية.

أ- جمعيات حماية المستهلك

ظهرت جمعيات حماية المستهلك في الجزائر في أوائل تسعينات القرن الماضي بموجب القانون رقم 90-31 المتعلق بتكوين الجمعيات²¹⁸ و الذي الغي بعد

²¹⁷ مرسوم تنفيذي رقم 94-210 مؤرخ في 16 جويلية 1994، يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها، ج.ر.ج.د.ش عدد 47 مؤرخ في 20 جويلية 1994، معدل ومنتم بالمرسوم التنفيذي رقم 04-311 مؤرخ في 2004.

ذلك بالقانون العضوي رقم 06/12 بحيث حثت المادة 17 و المادة 24 منه على تمكينها في إطار التشريع المعمول به من إعلام المستهلك وتحسيسه، توجيهه وكذلك تمثيله، وجرى تعريف جمعيات حماية المستهلك على أنها: "منظمات حيادية تطوعية ذات طابع اجتماعي وأغراض غير مربحة لا علاقة لها بالدولة يؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية والعلمية من متخصصين واتحادات ونقابات وغرف تجارية وصناعية".²¹⁹

ويتجلى دور جمعيات حماية المستهلك في:

- نشر ثقافة الإستهلاك السليم في أوساط المجتمع.
- تتكفل بالدفاع عن المصالح المادية و المعنوية للمستهلكين بهدف رفع اهتماماتهم ورغباتهم وتطلعاتهم وشكواهم الى الإدارة المعنية والى القضاء.
- السعي الى خلق حوار دائم بين المستهلكين والمتعاملين الإقتصاديين.
- تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية للدولة وتنقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق.

ب_ المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية

لقد أنشئت هذه المفتشيات بموجب المرسوم التنفيذي رقم 91-91²²⁰ ، ويتمثل دورها أساسا في:

1. 218- قانون رقم 90-31 مؤرخ في 4 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.د.ش عدد 53، مؤرخ في 5 ديسمبر 1990، ملغى بموجب القانون العضوي رقم 06\12 مؤرخ في 12 يناير 2012، ج.ر.ج.د.ش عدد 02 مؤرخ في 15 يناير 2012

219- سي يوسف زاوية حورية، " حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل"، المرجع السابق، ص197

220- مرسوم تنفيذي رقم 91-91 مؤرخ في 6 أبريل 1991، يتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار، ج.ر.ج.د.ش عدد 16 مؤرخ في 10 أبريل 1999 .

- تنشيط أعمال المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التابعة لاختصاصها الإقليمي وكذلك توجيهها ومراقبتها، كما تقوم أيضا بتنظيم تحقيقات اقتصادية بشأن المنافسة، الأسعار، النوعية²²¹

2- الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام

تظهر في كل من:

أ-الوالي

يلعب الوالي دورًا مهمًا في ضمان حماية المصلحة الاقتصادية²²²، وهذا من خلال إشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تقوم بتطبيق السياسة الوطنية في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش²²³.

من بين الصلاحيات المنوطة بالوالي في مجال حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك اتخاذ تدابير وقائية كسحب المنتج سواء بصفة مؤقتة أو نهائية، اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخص بصفة نهائية أو مؤقتة وهذا بناء على رأي أو اقتراح من المصالح الولائية المختصة²²⁴.

ب - رئيس المجلس الشعبي البلدي

²²¹- راجع المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 91-91 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والأسعار، المرجع السابق.

²²² قانون رقم 07/12، مؤرخ في 22 جوان 2012، يتعلق بالولاية، ج ر ج د ش رقم 12 ، مؤرخ في 29 فيفري 2012.

²²³- أرزقي زبير، المرجع السابق.

²²⁴- عقون حسين، " حماية المستهلك"، نشرة المحامي، عدد 10، منظمة المحامين سطيف، 2009، ص 53.

لقد منح المشرع لرئيس المجلس الشعبي البلدي²²⁵ صلاحيات عديدة في مجال حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، وذلك باعتبار أن له صفة ضابط الشرطة القضائية²²⁶

ومن بين المهام الموكلة له في هذا المجال:

- مراقبة نوعية المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك، ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للاستهلاك
- التأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية
- إحالة المخالفين على العدالة²²⁷

ثالثا- السلطات الإدارية المستقلة

تلعب السلطات الإدارية المستقلة دورًا في حماية المصلحة الاقتصادية لمستهلك وهذا ما نستشفه من خلال الإطلاع على مختلف قوانينها²²⁸، ولتعدد هذه الهيئات سوف نسلط الضوء على كل من مجلس المنافسة(1)، وسلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية(2).

1. مجلس المنافسة

لقد ظهر مجلس المنافسة لأول مرة في الجزائر عند صدور الأمر رقم

²²⁵ قانون رقم 10\11، مؤرخ في 22 جوان 2012، يتعلق بالبلدية، ج ر ج د ش عدد 37 مؤرخ في 03 جويلية 2011

²²⁶ - بولحية علي بن بوخميس، المرجع السابق، ص 63

²²⁷

²²⁸ - جاء في نص المادة 2 الفقرة 4 من القانون رقم 01-02 المؤرخ في 5 أبريل 2002، المتعلق بالكهرباء و توزيع الغاز بواسطة القنوات، ج.ر.ج.د.ش عدد 8 المؤرخ في 6 أبريل 2002، بأن:

" لجنة ضبط الكهرباء والغاز، هيئة مكلفة بضمان احترام التنظيم التقني والاقتصادي والبيئي، وحماية المستهلكين".

95-06 المتعلق بالمنافسة²²⁹، ومن بين المهام التي أسندت له رقابة السوق بهدف السهر على حسن سير اللعبة التنافسية .

ويلعب مجلس المنافسة دورا مهما في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من خلال تمتعه بعدة صلاحيات: تنازعية attribution contentieuse والتي سوف نتطرق إليها في المبحث الثاني، وأخرى ذات طبيعة استشارية attribution consultative من خلالها ألزام المشرع الجزائري مجلس المنافسة بالرد على الإستشارات والتفسيرات التي تتقدم بها بعض الهيئات، من أجل الإستفسار عن واقعة قانونية لها علاقة بالمنافسة بصفته خبير مختص في مجال المنافسة ويمكن تقسيم هذه الاستشارات إلى فئتين: استشارة وجوبية وأخرى اختيارية²³⁰.

أ_ الإستشارة الوجوبية

منح القانون لبعض الأشخاص²³¹ الحق في استشارة مجلس المنافسة في بعض المسائل التي لها علاقة بالمنافسة بالدرجة الأولى وبالمصلحة الاقتصادية للمستهلك من جهة ثانية، وبما أنّ موضوع البحث يندرج حول حماية المصلحة

²²⁹- أمر رقم 95-06 متعلق بالمنافسة، المرجع السابق.

²³⁰- راجع بهذا الخصوص كلا من:

- ناصري نبيل، " حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة "، المرجع السابق، ص166.

- عمورة عيسى، النظام القانوني لمنازعات مجلس المنافسة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص16.

²³¹- فمثلا الحكومة ملزمة باستشارة مجلس المنافسة في بعض المسائل ذات الصلة بالمنافسة كوضع نصوص تنظيمية من شأنها الإخلال بالمنافسة مثلا مسألة تحديد بعض أسعار السلع والخدمات، كما تقوم كذلك بعض المؤسسات باستشارة مجلس المنافسة عندما ترغب في القيام ببعض الممارسات التي يمكن أن تؤثر على المنافسة كالتجميعات الاقتصادية، الاتفاقيات المحضورة... الخ

راجع بخصوص ذلك كلا من :

- عمورة عيسى، المرجع، ص16.=

= ناصري نبيل، " تنظيم المنافسة الحرة كألية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك " ، المرجع السابق، ص 150-151.

الاقتصادية للمستهلك سوف نسلط الضوء على العناصر التي لها علاقة بالموضوع بالدرجة الأولى.

ب_ الإستشارة الاختيارية

تكون إستشارة مجلس المنافسة اختيارية، كون أن الأطراف الفاعلة في السوق لها الحرية في طلب رأي مجلس المنافسة أو الإستغناء عنه. ويمكن تقديمها من قبل عدّة أشخاص كالجماعات المحلية وكذا الجمعيات المهنية والتقابلية.

2. سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (ARPT)

من بين السلطات الإدارية المستقلة التي لها دورا في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، فقد أصدرت قرارا يرمي إلى حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك موضوعه تحديد الشروط والأحكام المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف النقال من نوع GSM من أجل إضفاء الشفافية اتّجاه المستهلكين ومنع التّحاييل عليهم والإضرار بمصلحتهم الاقتصادية²³².

الفرع الثالث

المهام الموكلة لأجهزة الرقابة

لقد أسندت لأجهزة الرّقابة عدّة مهام يمكن أن نصنّفها إلى نوعين وذلك حسب مجال تدخلها وهي: مراقبة النوعية وقمع الغشّ (أولا)، ومراقبة الممارسات التجارية (ثانيا)

أولا- مراقبة النوعية و قمع الغش

²³² - قرار رقم 02/س/خ/رم/س ض ب م/11، مؤرّخ في 12 جانفي 2011 يحدد الشروط و الأحكام المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف النقال من نوع GSM، منشور على الموقع: www.arpt.dz.

من بين الصلاحيات التي تتمتع بها أجهزة الرقابة في إطار مراقبة النوعية و قمع الغش من أجل حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك رقابة جودة²³³ السلع والخدمات التي تعرض في الأسواق، وتكون هذه الرقابة أثناء عمليات الإنتاج والتوزيع إذا كانت محلية، أما عندما تكون سلعا أجنبية فتتم الرقابة عند القيام بعمليات التصدير والإستيراد²³⁴، ولقد نص المشرع الجزائري بموجب المادة 29 و30 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش²³⁵ على هذين الإجراءين.

يتم إجراء رقابة الجودة بأهمية قصوى في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، كونه إجراء تقوم به أجهزة الرقابة من أجل التأكد من قيام المهني بتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك المنصوص عليها في المواد 11 و12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش²³⁶.

ثانيا- مراقبة الممارسات التجارية

نظرا لتعدد الممارسات التجارية ارتأينا اختيار رقابة الاسعار كعينة لارتباطها الوثيق بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك

²³³ - يقصد بالجودة " قابلية منتج معين على إرضاء المستهلك وإشباع حاجاته بحيث تجعله إما يرغب في المزيد أو الإمتناع".

راجع بهذا الخصوص:

- كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 55.

²³⁴ - إرزيل الكاهنة، المرجع السابق، ص 11.

²³⁵ - تنص المادة 29 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه ، بأية وسيلة وفي أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للإستهلاك، برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصة بها"

كما تضيف المادة 30 الفقرة الثانية من نفس القانون على أنه: "تم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود قبل جمركتها"

²³⁶ - قانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

لقد نص القانون رقم 10-05 المعدل للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، من خلال نص المادة الثالثة منه بأن الأسعار تحدّد بصفة حرة²³⁷.

والسؤال الذي يمكن طرحه في هذا المقام هو:

هل يمكن توفير حماية للمستهلك في مجال الأسعار؟ وما هو دور أجهزة الرقابة في ذلك؟

للإجابة على هذا التساؤل يجب أن نعلم بأنّ المشرع الجزائري قد نظم أسعار السلع والخدمات وفق نظامين هما: مبدأ حرية الأسعار المنصوص عليه في المادة الرابعة من القانون رقم 10-05 المعدل للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة²³⁸، ونظام الأسعار المقننة المنصوص عليه في المادة 22 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

1. مبدأ حرية الأسعار

صحيح أنّ الجزائر قد تبنت مبدأ حرية الأسعار، وهذا يعتبر تجسيدا لحرية الصناعة والتجارة المنصوص عليها في المادة 37 من الدستور، إلاّ أنّه استثناء على ذلك ومنعا للمضاربة تدخّل المشرع إلى اتخاذ بعض الإجراءات من أجل حماية

²³⁷- تنص المادة 1/04 من القانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 غشت 2010 يعدل و يتم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة بأنه: " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة والنزيهة".

²³⁸- تنص المادة 2/04 من القانون رقم 10-05 المعدل للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على ما يلي: " تتخذ تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات وتسقيفها أو التصديق عليها على أساس اقتراحات القطاعات المعنية وذلك للأسباب الرئيسية الآتية:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الإستهلاك الواسع، في حالة اضطراب محسوس للسوق.

- مكافحة المضاربة بجميع أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

القدرة الشرائية للمستهلكين وذلك من خلال تسقيف أسعار بعض المواد الإستهلاكية الأساسية²³⁹ وهذا ما نصت عليه المادة الرابعة من نفس القانون²⁴⁰.

تتدخل أجهزة الرقابة في حالة ما تم مخالفة نظام تسقيف الأسعار الذي اتّخذه المشرع كتدبير لمنع المضاربة في بعض السلع الواسعة الإستهلاك، وتفرض جزاءات إدارية على كل من خالف ذلك .

2. نظام الأسعار المقننة

تنص المادة 22 من القانون رقم 04-02 على أنه:

" كل بيع سلع أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به"²⁴¹

فكاستثناء عن المبدأ العام الذي ينص بأن أسعار السلع والخدمات يحددها السوق فإنه يمكن للدولة أن تتدخل وتحدد أسعار بعض السلع والخدمات ونعطي أمثلة عن بعض النصوص القانونية التي تحدد أسعار بعض السلع والخدمات:

- مرسوم تنفيذي رقم 01-50 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع²⁴².

²³⁹- بوعاتي جلال، "البرلمان صادق على تعديلات قانوني المنافسة والممارسات التجارية"،

www.elmouradia.dz/arabe/president/activites/presidentacti.htm

²⁴⁰- ما نلاحظه من خلال التعديل الذي قام به المشرع الجزائري للمواد 04 و 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والتي أصبحت المواد 03 و 04 من القانون رقم 10-05 أنه ألغى إلزامية استشارة رأي مجلس المنافسة قبل القيام بأي إجراء بإمكانه الحد من حرية المنافسة في السوق وهذا يؤكد لنا غياب دور مجلس المنافسة تماما كهيئة إدارية مستقلة تسهر على ضمان حرية المنافسة.

²⁴¹- قانون رقم 04-02 يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

²⁴²- مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12 فيفري 2001، يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب

في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج.ر.ج.د.ش عدد 11، مؤرخ في 13 فيفري 2001.

- مرسوم تنفيذي رقم 07-402 يتضمن تحديد أسعار سميد القمح الصلب عند

الانتاج وفي مختلف مراحل توزيع²⁴³

إذا ما أثبتت أجهزة الرقابة الإدارية أثناء قيامها بالمعاينة بالمساس بهذه الأسعار فإنها تقوم بتحرير محضر²⁴⁴ بذلك، وبناء عليه يتعرض صاحبها للعقوبة سواء كانت إدارية أو جزائية.

²⁴³- مرسوم تنفيذي رقم 07-402 مؤرخ في 25 ديسمبر 2007، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج

وفي مختلف مراحل توزيعه، ج.ر.ج.د.ش عدد 80، مؤرخ في 26 ديسمبر 2007.

²⁴⁴- إنَّ المحاضر التي يحررها أعوان الرقابة تتمتع بالحجية التامة، ولا يمكن الطعن فيها إلا بالتزوير

المبحث الثاني الآليات الردعية لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

رغم الجهود التي قام بها المشرع من أجل ضمان عدم المساس بالمصالح المشروعة للمستهلك، وذلك من خلال توفير له آليات وقائية، إلا أنها أثبتت عملياً بأنها غير كافية في تحقيق الهدف المرجو، وما يؤكد ذلك وجود ممارسات تسعى إلى الإضرار به.

الأمر الذي استلزم تدعيمها بآليات أخرى تكون مهمتها ردع جميع الممارسات التي من شأنها أن تلحق ضرراً بمصالح المستهلك بصفة عامة، تتولاها سواء أجهزة غير قضائية تتمثل في الأجهزة الإدارية و جمعيات حماية المستهلك المعتمدة نجلها تحت عنوان الرقابة غير القضائية (المطلب الأول)، كما لا يفوتنا في هذا المقام التطرق الى الدور المحوري الذي يلعبه القضاء او ما يسمى بالرقابة القضائية لاهميتها في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأوّل ممارسة الردع عن طريق الأجهزة غير القضائية

تتمتع أجهزة الرقابة بدور مزدوج دور وقائي -بيناه سابقا- ودور قمعي يتمثل في الجزاءات المختلفة التي يمكن توقيعها على المهني إذا ما ثبتت أنه قام بممارسة تضر المستهلك تسلّطها الاجهزة الإدارية (الفرع الأوّل) كما تتمتع جمعيات حماية المستهلك بصلاحيات يمكن ان يكون لها طابع ردعي على المهني (الفرع الثاني) .

الفرع الأوّل الأجهزة الإدارية

لقد منح المشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة²⁴⁵ لأجهزة الرقابة الإدارية صلاحية توقيع جزاءات على المهني، ويمكن تصنيف هذه الأجهزة أجهزة إدارية تقليدية (أولا)، وأجهزة حديثة من بينها مجلس المنافسة (ثانيا) أولاً- الهيئات الإدارية التقليدية

رغم الجدل الفقهي الدائر حول مدى دستورية الدور العقابي الممنوح للإدارة في مجال قمع الممارسات الماسّة بمصالح المستهلك، كونه يمس مبدأ الفصل بين السلطات باعتبار ان سلطة توقيع الجزاء من الإختصاص الأصيل للقضاء، إلا أنّ المشرع الجزائري سمح للأجهزة الإدارية في فرض على المهني سواء جزاءات مالية أحيانا (1)، أو اتّخاذ أحيانا أخرى تدابير تحفظية (2)

²⁴⁵- لقد أعطى الدستور في بعض التشريعات المقارنة للإدارة صلاحية توقيع جزاءات إدارية كالدستور

البرتغالي، الدستور الإسباني. للمزيد من المعلومات راجع:

ZOUAIMIA Rachid, droit de la responsabilité disciplinaire des agents économiques exemple du secteur financier, op.cit, P.39.

1. فرض غرامة مالية

تقرض الإدارة عند الإخلال بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك غرامات مالية على المهني تحدد حسب جسامة الفعل المجرم.

والغرامة مبلغ مالي يدفع إلى الخزينة العمومية،²⁴⁶ وهناك نوعين من الغرامات:
أ- الغرامة المحددة

يعود سبب تحديد مبلغ الغرامة في بعض الأحيان إلى كون أضرار هذه المخالفات قد تصيب مصالح أخرى فردية أو جماعية على نحو يتعذر في غالب الأحيان تقدير الضرر الناجم من ذلك الفعل، لذلك وضعت حدود دنيا وأخرى قصوى حتى يمكن للإدارة أن تحدث توازنا بين الأضرار الناجمة عن الجريمة وبين العقوبة المقررة حتى يتم ردع الجناة²⁴⁷.

ومن أمثلة ذلك: الغرامة المسلطة على العون الاقتصادي في حالة عدم قيامه بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات والمقدر ما بين 5000 إلى 100000 دج، أما بالنسبة لعدم الإعلام بشروط البيع فقد قدرت الغرامة ما بين 10000 دج إلى 100000 دج²⁴⁸، كذلك نجد أن المشرع قد حدد الغرامة الواجب دفعها في حالة

²⁴⁶ - سيد عبد الوهاب محمد مصطفى، النظرية العامة للالتزام الدولية بتعويض المضرور من الجريمة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص 458.

²⁴⁷ - زعبي عمار، " دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي، الوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 384.

²⁴⁸ - راجع المادتين 31 و 32 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

قيام العون الاقتصادي بمخالفة ماسة بنزاهة الممارسات التجارية والتي تتراوح ما بين 50000 دج إلى 5000000 دج²⁴⁹.

ب- الغرامة النسبية.

هي تلك الغرامة التي لا يحددها القانون بشكل ثابت، وإنما يتحدد مقدارها بالنظر إلى نسبة مئوية من القدرة المالية للمخالف.

من أمثلتها: الغرامة المترتبة على مخالفة الفوترة والتي تقدر ب 80% من المبلغ الذي لم يقم المهني بفوترته، كذلك الغرامة المفروضة على المهني عند رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع والمقدرة ب 10% مبلغ من ثمن المنتج المقتني²⁵⁰.

2. اتخاذ تدابير تحفظية

تتخذ الإدارة تدابير تحفظية هدفها قمع الممارسات الماسة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك، وتكون هذه التدابير وقائية بالنسبة للمستهلك وردعية بالنسبة للمهني وهذه الأخيرة هي المقصود من الدراسة الحالية²⁵¹. ويمكن تصنيف هذه التدابير إلى تدابير تحفظية مرتبطة بالمنتج (1)، وتدابير تحفظية مرتبطة بالممارسات التجارية (2)

أ- التدابير التحفظية المرتبطة بالمنتج

²⁴⁹- المرجع نفسه.

²⁵⁰- راجع المادة 7/88 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المرجع السابق.

²⁵¹- تختلف التدابير التحفظية عن العقوبة كون أن هذه الأخيرة تكون نهائية أما التدابير التحفظية فهي ظرفية إلا أنهما يلتقيان في نقطة واحدة وهي ردع كل ممارسة من شأنها المساس بالمستهلك، وللمزيد من التفاصيل راجع:

ZOUAIMIA Rachid, Droit de la responsabilité disciplinaire des agents économiques exemple du secteur financier, office des publications universitaires, Algérie, 2010. P30.

تختلف التدابير التحفظية عن العقوبة كون أن هذه الأخيرة تكون نهائية أما التدابير التحفظية فهي ظرفية²⁵² إلا أنهما يلتقيان في نقطة واحدة وهي أنهما يهدفان إلى ردع كل ممارسة من شأنها المساس بالمستهلك وتقوم الإدارة باتخاذ عدّة تدابير ضدّ المهني من أجل رده ومنعه من الإخلال بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك، من أهمها: سحب المنتج، تغيير مقصده، إتلاف المنتج، إعادة توجيه المنتج.

✓ سحب المنتج

يعدّ سحب المنتج تدبير أساسي تتّخذه الإدارة يقصد به منع حائز المنتج من التصرف فيه أي نزعه من مسار وضعه حيز الاستهلاك²⁵³، وقد يكون سحب المنتج بشكل مؤقت وهذا في حالة شك أعوان الرقابة من أنّ ذلك المنتج قد يمس بمصلحة المستهلك الاقتصادية خاصة في حالة عدم المطابقة²⁵⁴، أو بشكل نهائي في حالة قيام أعوان الرقابة بفحص المنتج وذلك بعد اقتطاع العينات وتبين له عدم مطابقته للمواصفات أو أن تداوله قد يلحق ضرراً بمصالح المستهلك²⁵⁵.

✓ تغيير مقصد المنتج

²⁵² ZOUAIMIA Rachid, Droit de la responsabilité disciplinaire des agents économiques exemple du secteur financier, office des publications universitaires, Algérie, 2010. P.

²⁵³ راجع نص المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المرجع السابق.

²⁵⁴ أنظر الملحق رقم(03) يتمثل في نموذج من محضر سحب المنتج من عملية الإستهلاك بسبب عدم المطابقة.

²⁵⁵ فتاك علي، المرجع السابق، ص 192-193.

يقصد من تغيير مقصد المنتج: إرسال المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر إلى هيئة تستعملها لغرض شرعي إما مباشرة وإما بعد تحويلها ويحتفظ بعائد التنازل لدى هذه الهيئة إلى غاية بث القضاء في مقصد ذلك. كما يقصد به كذلك ردّ المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصى إلى الهيئة المسؤولة عن توضيها أو إنتاجها أو استيرادها.

✓ إتلاف المنتج

يتخذ أعوان الرقابة الإدارية قرار إتلاف المنتج في حالة ما إذا تبين أنه لم يعد صالحاً للإستعمال، ويتم تبعاً لذلك القيام بتحرير محضر الإتلاف²⁵⁶ الذي يتضمن نفس البيانات المقررة في المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش²⁵⁷.

✓ إعادة توجيه المنتج

توجه المنتجات المحجوزة إذا كانت قابلة للإستهلاك إلى مركز منفعة جماعية بناء على مقرر تتخذه السلطة الإدارية المختصة²⁵⁸.

ب - التدابير المرتبطة بالمساح شفافية الممارسات التجارية

لقد نص القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مجموعة من التدابير التحفظية تتخذها الأجهزة الإدارية في حالة

²⁵⁶ - أنظر الملحق رقم(04) يتعلق بنموذج لمحضر إتلاف منتج لعدم صلاحيته للإستهلاك.

²⁵⁷ - راجع بخصوص ذلك كلاً من:

- زعيبي عمار، المرجع السابق ، ص393.

- براق محمد وآخرون، المرجع السابق، ص 52.

²⁵⁸ - المرجع نفسه ، ص 53.

الإخلال بشفافية الممارسات التجارية كالحجز وغلق المحل التجاري، سحب الرخصة.

✓ الحجز

يعتبر حجز السلع أحد الإجراءات المخولة للأجهزة الإدارية من أجل ضمان حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، لكن هذا الإجراء لا يكون إلا طبقاً لشروط معينة منصوص عليها في القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية²⁵⁹ ويكون ذلك عندما يرتكب المهني إحدى المخالفات الماسة بنزاهة الممارسات التجارية، أو في حالة عدم الفوترة²⁶⁰.

و للحجز صورتين : حجز عيني، وحجز اعتباري²⁶¹.

❖ الحجز العيني

هو كل حجز مادي للسلع يقوم به أعوان الرقابة على جميع الممتلكات التي تكون محل المخالفات، ويكون ذلك بعد قيامهم بتحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس البيع المطبق من صاحب المخالفة أو بالرجوع إلى السعر الحقيقي في السوق.

يتكفل بحراسة المواد المحجوزة سواء صاحب المخالفة بعد قيام أعوان الرقابة الإدارية بتشميعها بالشمع الأحمر، كما يمكن أن تحول تلك المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بدورها بتخزين تلك المواد إلى غاية صدور حكم أو قضائي بشأنها سواء بردّ الأشياء المحجوزة، أو بمصادرتها²⁶² كما يمكن أن يكون التنفيذ سواء على

²⁵⁹ قانون رقم 04-02 يتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

²⁶⁰ زعبي عمار، " دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك "، المرجع السابق، ص 389.

²⁶¹ راجع المادة 40 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

²⁶² لقد عرفت المحكمة العليا "المصادرة" في أحد قراراتها بأنه:

كل السلع أو على جزء منها فقط، وتجدر الإشارة إلى أنه تكون جَلّ التكاليف على عاتق المخالف²⁶³.

❖ الحجز الاعتباري

هو كل حجز يتعلق بالسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديمها، لهذا يقوم أعوان الرقابة الإدارية بجرد وصفي وكمي لهوية السلع وقيمتها الحقيقية بالاعتماد على قاعدة سعر البيع الذي يطبقه المخالف حسب الفاتورة الأخيرة أو السعر الحقيقي في السوق²⁶⁴.

سواء كان الحجز عينيا أو اعتباريا بمجرد صدور حكم قضائي بالمصادرة تؤول المواد المحجوزة للخزينة العمومية، أما في حالة صدور قرار برفع اليد عن المواد المحجوزة تعاد تلك المواد إلى صاحبها وتكاليف التخزين تتحملها الدولة²⁶⁵، وفي حالة رفع اليد عن مواد تم بيعها أو التنازل عليها مجانا أو إتلافها يستفيد صاحبها من تعويض قيمة السلع المحجوزة وذلك على أساس سعر البيع المطبق من

" الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة"، في ذلك راجع :
قرار المحكمة العليا في الملف رقم 36374، بتاريخ 12 مارس 1985، المجلة القضائية، عدد 3، 1994، ص 226.

²⁶³- راجع بخصوص ذلك كلاً من:

- بولحية علي، المرجع السابق، ص 85.

- بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 111 .

- زعيبي عمار، المرجع السابق، ص 390

²⁶⁴- المرجع نفسه، ص 86.

²⁶⁵- تنص المادة 1/45 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق، على أنه: " في حالة صدور قرار القاضي برفع اليد على الحجز، تعاد السلع المحجوزة إلى صاحبها وتتحمل الدولة التكاليف المرتبطة بالحجز".

طرف صاحبها أثناء الحجز²⁶⁶، بالإضافة إلى ذلك يحق كذلك لصاحب السلع المحجوزة طلب التعويض عن الضرر الذي لحق به من جراء الحجز²⁶⁷.

✓ غلق المحل التجاري

يقصد بغلق المحل التجاري منع مرتكب الفعل الماس بمصلحة المستهلك من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه سابقا، وتفرض هذه العقوبة الإدارية عادة على الأشخاص الذين ثبت بعد إجراءات الرقابة عدم قدرتهم على الالتزام بالقواعد المنظمة للنشاط، وقد يكون غلق المحل التجاري بصفة مؤقتة أو نهائية.

لقد نص المشرع على هذا التدبير في نص المادة 46 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية²⁶⁸، بحيث يجوز للوالي المختص إقليميا بعد اقتراح يقدمه له المدير الولائي للتجارة أن يصدر قرار بغلق المحل التجاري لمدة لا تتجاوز 30 يوما، أو إلى غاية تسوية وضعيته في حالة ما إن كان سبب الغلق يعود الغياب الوثائق القانونية الأمانة لممارسة النشاط، كالسجل التجاري مثلا، أو الرخصة الإدارية.

✓ سحب الترخيص الإداري

²⁶⁶- راجع المادة 45 / 2، المرجع نفسه.

²⁶⁷- المرجع نفسه.

²⁶⁸- راجع نص المادة 46 نفس المرجع السابق.

لقد ألزم المشرع المهني الحصول على الترخيص من أجل مباشرة بعض الأعمال كالترخيص في حالة البيع بالتخفيض، البيع عند معامل المخازن، للبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود²⁶⁹.

والترخيص الإداري مصطلح يتخذ عدة صوراً ومسميات مختلفة كالاتتماد والرخصة والتأشيرة والإذن، كما أنّ له استعمالات مختلفة في الحياة العملية الإدارية، تتخذ منه السلطة الإدارية وسيلة قانونية لتنظيم ومراقبة ممارسة الأشخاص لنشاطاتهم وبعض حرياتهم، أو الانتفاع بالمال العام باستعماله استعمالاً خاصاً²⁷⁰.

كما يعرفه LIVET Pierre بأنه:

" الترخيص الإداري عبارة عن عمل إداري ذو صبغة فردية صادر عن تأهيل تشريعي صريح سواء من قبل سلطات إدارية أصلية، أو من قبل هيئات تابعة لها مباشرة، بحيث يتوقف على إصدارها وتسليمها ممارسة نشاط معين أو إنشاء منظمة معينة تجسيدا لحرية العمل وامتهان حرفة، ولا يمكن في أي حال من الأحوال لأية حرية مهما تكن أهميتها من الوجود دون إصدار القرار الإداري²⁷¹.

ويعدّ الشطب في السجل التجاري من أهم صور سحب الترخيص وهذا جزاء

لمخالفة الأعراف التجارية.

²⁶⁹ - راجع المواد 06، 09 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع الترويجي و البيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المتعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، المرجع السابق.

²⁷⁰ - عزاوي عبد الرحمن، الرخص الإدارية في التشريع الجزائري، رسالة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون العام، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2007، ص 170.

²⁷¹ - LIVET Pierre, L'autorisation administrative préalable et les libertés publiques, L.G.D.J, Paris, 1974, p.188.

كما يمكن إعطاء مثال كذلك عن سحب الترخيص الإداري في مجال النقل العمومي الذي يقدم خدمة للمستهلك، إذ يعدّ عدم تسليم التذاكر للمستهلكين أو عدم مطابقتها مخالفة ينجّر عنها السحب المؤقت للرخصة لمدة 3 أشهر تتخذ بقرار من الوالي بناء على إقتراح من طرف لجنة العقوبات، ويمكن أن تشدد العقوبة وتسحب الرخصة نهائيا في حالة العود خلال 12 شهرا التي تلي النطق بالعقوبة السابقة، ويتخذ قرار السحب من قبل وزير النقل بإقتراح من الوالي المختص إقليميا بالإضافة إلى عقوبة تكميلية تتمثل في نشر القرار محليا ووطنيا.²⁷²

ثانيا- الهيئات الإدارية المستقلة

يتمتع مجلس المنافسة بالإختصاص الردعي وهذا بتوقيع عقوبات على المهني وذلك في حالة ما إذا أثبتت التحقيقات التي يقوم بها أعوان الرقابة التابعين لها عن وجود ممارسة مقيدة للمنافسة وفقاً للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة. عبارة عن توجيه أوامر إلى المهني لوقف تلك الممارسة المنافسة للمنافسة (أولاً) أو عن طرق تسليط عقوبات مالية (ثانياً).

1. اتخاذ الأوامر.

تنص الفقرة الأولى من المادة 45 من الامر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه:

" يتخذ مجلس المنافسة أوامر معللة ترمي إلى وضع حد للممارسات المعايينة المقيدة للمنافسة عندما تكون العرائض والملفات المرفوعة إليه أو التي يبادر هو بها، من اختصاصه... "

²⁷² - عزاوي عبد الرحمن، المرجع السابق، ص 375.

يجدر التنويه في هذا المقام بأنه تتّصف الأوامر التي يصدرها مجلس المنافسة بنوع من الشدّة والصرامة والطّابع الإلزامي لهذا تمّ إدراجها ضمن قائمة التدابير القمعية، ويمكن أن تتخذ طابعين: طابع سلبي (1) أو طابع إيجابي (2).

أ- الطّابع السلبي للأوامر

هي التي يكون موضوعها طلب الكف عن القيام بعمل أو سلوك ما، فهي عبارة عن تنبيه باحترام أو التقيد بالالتزامات المنصوص عليها في قانون المنافسة في حالة ما إذا لاحظ المجلس أنّ هناك إخلال بها، كما يُمكن أن يكون موضوعها أيضا عدم مواصلة السلوك الذي تمّ مباشرته، كالاتفاق المنافي للمنافسة المبرم بين المؤسسات المعنية، فالمجلس يطلب التريث في تنفيذ هذا الإتفاق لكن دون التعرض لإبطاله لأن ذلك يخرج عن اختصاصه، الذي يعود للمحاكم²⁷³.

ب - الطّابع الإيجابي للأوامر.

يُمكن أن يكون موضوع هذه الأوامر أيضا طلب اتّخاذ إجراءات معينة، كطلب الكفّ عن مواصلة الممارسات المباشرة، وبالتالي الرجوع إلى الحالة التي تتطابق مع قواعد المنافسة من خلال طلب مجلس المنافسة مثلا الكف عن فرض شروط تعسفية على المشتري²⁷⁴.

2. العقوبات المالية.

يتمتع مجلس المنافسة كهيئة إدارية مستقلة²⁷⁵ بصلاحيّة توقيع عقوبات مالية²⁷⁶ يتمّ تحديد مقدارها حسب طبيعة المخالفة المرتكبة²⁷⁷.

²⁷³ - بلاش ليندة، المرجع السابق، ص 295

²⁷⁴ - BOUTARD-LABARDE Marie-Chantal, CANIVET Guy, op cit, p 21.

²⁷⁵ - راجع بهذا الخصوص كلا من:

- براهمي فضيلة، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 والقانون 08-12، المرجع السابق. =

إذ تنص المادة 56 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه:

" يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة كما هو منصوص عليها في المادة 14 من هذا الأمر بغرامة مالية لا تفوق 12 بالمائة من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات على أن لا تتجاوز هذه أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد، فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار (6000000 دج)²⁷⁸.

أما فيما يخص المساهمة في تنظيم هذه الممارسات فيعاقب عليه بغرامة مالية قدرها مليونين دينار جزائري على كل شخص ساهم في ذلك بصفة احتيالية²⁷⁹.
تجدر الإشارة إلى أن المشرع بمقتضى الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى قد اعتبر المساهمة في تنظيم ممارسات منافية للمنافسة جنحة يعاقب عليها

=- شيخ أمر يسمينة، توزيع الاختصاص ما بين مجلس المنافسة وسلطات الضبط القطاعية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2009، ص 73.

²⁷⁶- بلاش ليندة، " دور مجلس المنافسة في مجال الردع الإداري للممارسات المنافية للمنافسة "، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 292.

²⁷⁷- تجدر الإشارة أن المشرع الفرنسي يستند في تحديده للعقوبة المالية التي يوقعها على المهني عند ممارسته ممارسة منافية للمنافسة على أربع مبادئ من بينها: خطورة الممارسة، أهمية الضرر الذي الحق على الاقتصاد. راجع:

RAUD Nicolas, « L'application de la sanction en matière de pratiques anticoncurrentielles », *la semaine juridique-entreprise et affaires-*, n° 39,2010, p.04.

²⁷⁸- أمر رقم 03-03، المرجع السابق.

²⁷⁹- راجع نص المادة 57، المرجع نفسه.

جزائياً إلا أنه بمقتضى الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة قد أزال التجريم عن هذا الفعل²⁸⁰.

الفرع الثاني الدور الردعي لجمعيات حماية المستهلك

تتخذ جمعيات حماية المستهلك عدة إجراءات²⁸¹ ذو صبغة وقائية بالنسبة للمستهلك هدفها منع وقوع الضرر على مصلحته الاقتصادية، وذات طابع ردعي بالنسبة للمهني كونها تؤثر على مصالحه التجارية، سواء كان ذلك عن طريق الدعاية المضادة (أولاً) أو حث المستهلكين على عدم الشراء أي المقاطعة (ثانياً) أو عن طريق حث المستهلكين على عدم الدفع (ثالثاً)، بالإضافة الى تمتعه بصلاحيات إخطار مجلس المنافسة عند وجود ممارسة تضرّ بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك (رابعا)

أولاً- الدعاية المضادة (Contre-publicité)

يقصد بالدعاية المضادة قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر وتوزيع انتقادات للسلع والخدمات²⁸² المعروضة في السوق المحلية وذلك باستعمال مختلف الوسائل

²⁸⁰- راجع بخصوص ذلك كلا من:

- بلاش ليندة، المرجع السابق، ص 293.

- ZOUAIMIA Rachid, Droit de la responsabilité disciplinaire des agents économiques exemple du secteur financier, op.cit. p.34.

- عمورة عيسى، المرجع السابق، ص 17.

²⁸¹- بالإضافة إلى هذه الإجراءات الردعية التي سوف نتناولها بالدراسة، تتمتع جمعيات حماية المستهلك بحق متابعة المهني أمام لجهات القضائية ومنعا للتكرار ارتأينا ضرورة دراسته في المطلب الثاني في عنصر القضاء.

²⁸²- راجع كلاً من: =

سواء كانت مكتوبة كالصحف والمجلات أو مسموعة كالإذاعة أو مرئية كالتلفزيون، وذلك بهدف توعية المستهلكين و تحذيرهم من خطورتها وعيوبها والتي تظهر خاصة عند استعمال المنتج.

تجدر الإشارة إلى أن الدعاية المضادة في فرنسا لا تخضع في الأصل لرقابة سابقة من جهة الإدارة لأنها تعتبر أحد مظاهر حرية التعبير، وأحسن دليل على ذلك ما قامت به المجلة الفرنسية **50 millions de consommateurs** سنة 1979، بحيث قامت بنوع من المقارنة بين مختلف أنواع التلفزيون الملون في السوق الفرنسية وأظهرت نتائج التجارب بأن المنتجات اليابانية كانت الأفضل سواء من حيث وضوح الصورة ونقاء الصوت وسلامة الاستعمال، ودعت الجمعية من خلال المجلة المستهلكين إلى شراء الأنواع اليابانية مما دفع بالمنتجين الفرنسيين إلى تقديم احتجاج شديد اللهجة إلى وزير الاقتصاد، وردّ هذا الأخير على الإحتجاج بأن هذا النقد للصناعة الفرنسية يضمن تحسين المنتج وتنشيط المنافسة الحرّة وكلّ ذلك يأتي لصالح المستهلك الفرنسي²⁸³.

ثانيا- حث المستهلكين على المقاطعة.

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

=- بن عنتر ليلي، "جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج إلى وجود؟"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، العدد 02، 2009، ص 183.

GUINCHARD Serge, « Responsabilité des associations de consommateurs », J.C.P., 1996, p.02 .

283- أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص610.

الأسلوب بالمقاطعة الاقتصادية، وهي لا تختلف كثيرا عن الدعاية المضادة إلا أنها لا تقف عند حدّ تزويد المستهلك بالمعلومات حول المنتج بل تتعدّاه إلى طلب أو أمر المستهلكين بالامتناع أو التوقف عن شراء المنتج، وهذه الطريقة منتهجة أكثر في الدّول المتقدّمة²⁸⁴، أين وصلت حماية المستهلك إلى درجة عالية بالمقارنة مع الدّول المتخلفة.

ثالثا- حث المستهلكين على عدم الدفع.

من بين الأساليب الرّديعية التي تنتهجها جمعيات حماية المستهلك في حالة ما تم الإخلال بمصالح المستهلك حثهم على الإمتناع عن دفع ثمن سلعة أو مقابل الخدمة التي حصلوا عليها، وتتحقق هذه الوسيلة عندما يكون مجموعة من المستهلكين مدينون بديون ذات طبيعة واحدة لصالح دائن معين أو شخص معنوي خاصا كان أو عام²⁸⁵.

رابعا- إخطار مجلس المنافسة.

لقد منح قانون المنافسة لجمعيات حماية المستهلك الحق في إخطار مجلس المنافسة²⁸⁶ عند قيام المهني بممارسة تمس المنافسة من جهة والمصلحة الاقتصادية للمستهلك من جهة أخرى²⁸⁷.

²⁸⁴ - فمثلا جمعيات حماية المستهلك في فرنسا تنتهج هذه الطريقة إذ تقوم بنشر خصائص المنتجات وأسعارها وتوجيهها إلى المستهلكين من أجل شراء النوع الأفضل، من بين هذه الجمعيات الإتحاد الفيدرالي للمستهلكين (U.F.C) التي تصدر مجلة تحت عنوان: **Que choisir**، راجع بخصوص ذلك:

أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص 609.

²⁸⁵ - المرجع نفسه، ص 612.

²⁸⁶ - راجع نص المادة 44 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المرجع السابق.

²⁸⁷ مرسوم تنفيذي رقم 24111 مؤرخ في 10 يوليو 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره، ج ر ج د

ش رقم 39 مؤرخ في 13 يوليو 2011

تنص المادة 15 من المرسوم الرئاسي رقم 96-44 الذي يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة²⁸⁸ على الشروط الشكلية التي يجب أن يرد عليها الإخطار:

- كوجوب وروده في أربع نسخ.

- كما يجب أن يتضمن تسمية الجمعية، مقرها، والأعضاء الذين يمثلونها.

فيقوم مجلس المنافسة تبعا لذلك بالاستماع لجمعية حماية المستهلك، باعتبارها طرفا في طرفا في النزاع. وبعد قيام مجلس المنافسة بالتحقيقات اللازمة، يصدر قراره سواء بإدانة المهني وبالتالي تسليط إحدى العقوبات التي ذكرناها سابقا، أو ببراءته، ويحق لجمعية حماية المستهلك استئناف قرارات مجلس المنافسة أمام مجلس قضاء الجزائر، الغرفة التجارية خلال أجل شهر واحد من تاريخ تبليغه به²⁸⁹

المطلب الثاني

ممارسة الردع عن طريق المؤسسة القضائية

يعدّ تسليط الجزاء الاختصاص الأصيل للقضاء، فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفين متى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائيا وبالتالي توقيع الجزاء المادي على المهني²⁹⁰.

سنتناول بالدراسة في هذا العنصر كلاً من المسؤولية المترتبة على المهني عند المساس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك (الفرع الأول)، وكذلك مختلف الدعاوى الممكن رفعها لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك (الفرع الثاني)

الفرع الأول

مسؤولية المهني عند مساسه بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك

²⁸⁸ - مرسوم رئاسي رقم 96-44 مؤرخ في 17 جانفي 1996، يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة،

ج.ر.ج.د.ش عدد 05، مؤرخ في 21 جانفي 1996

²⁸⁹ - بن عنتر ليلي، المرجع السابق، ص 184-185.

²⁹⁰ - حملجي جمال، المرجع السابق، ص 102.

يترتب عند المساس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك من قبل المهني مسؤوليتان، أحدهما مدنية (أولاً)، وأخرى جزائية (ثانياً).

أولاً- المسؤولية المدنية للمهني.

تترتب المسؤولية المدنية للمهني عندما يُخلّ هذا الأخير بإحدى التزاماته القانونية، وتنقسم المسؤولية المدنية للمهني حسب القواعد العامة إلى قسمين: مسؤولية عقدية، ومسؤولية تقصيرية.

إلا أنّ المسؤولية المدنية التي سوف يتم التطرق إليها في مجال حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك تتميز بالخصوصية وهذا يعود أساساً لوجود خلاف بين الفقهاء حول الأساس القانوني الذي يتم الإستناد عليه لإضفاء المسؤولية المدنية للمهني، فهناك من يرى بأن مسؤولية المهني تقوم على أساس عقدي، أما فريق آخر يرى وجوب تأسيس قيام المسؤولية المدنية للمهني على أساس تقصيري²⁹¹.

إلاّ أنه في مجال حماية المستهلك بصفة عامة وحماية مصلحته الاقتصادية بصفة خاصة تقوم المسؤولية المدنية للمهني بمجرد إخلال هذا الأخير بالتزاماته اتّجاه المستهلك ويمكن الإستناد في ذلك على المادة 140 مكرر من القانون المدني التي تنص في فقرتها الأولى على أنّه: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة عقدية"²⁹².

²⁹¹ - أرزقي زويير، المرجع السابق، ص 199.

²⁹² - أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمّن القانون المدني، ج.ر.ج.د.ش عدد 78، مؤرخ في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

بما أن نص المادة جاء عامًا فإنه يمكن أن نستعين به في دراستنا كون أن مصطلح ضرر جاء بصياغة عامة فيمكن إدراج الضرر الاقتصادي الذي يصيب المستهلك ضمن أحكامه.

ما نفهمه من نص المادة السالفة الذكر كذلك أنها وفرت حماية أوسع للمستهلك ففي كثير من الأحيان لا تربط المستهلك أي علاقة عقدية مع المنتج بل يشتريها من شخص آخر ونص المادة السالف الذكر سمح للمستهلك إثارة المسؤولية المدنية للمنتج حتى ولو لم تربطه علاقة تعاقدية مباشرة.

من صور إخلال المهني بالتزاماته، نذكر إخلاله بالتزام ضمان المنتج²⁹³ (la garantie)، فإذا أكد المهني للمستهلك الفوائد والمنافع المتوقعة من المنتج وتعهّد له في حالة عدم ملاءمته للغرض الذي من أجله اشتراه أو لسبب في عيبه بأن يقوم سواء بإصلاحه مجاناً أو تغييره أو حتى بإعادة ثمنه، ولم يُوف بذلك فللمستهلك حق اللجوء إلى القضاء لطلب التعويض²⁹⁴، متمسكا في ذلك بنص المادة 13 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص بآته:

" يلتزم كلّ منتج خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته"²⁹⁵

ثانيا- المسؤولية الجزائية.

²⁹³ - يعتبر ضمان المنتج من النظام العام لا يمكن التنازل عنه وأي اتفاق على خلاف ذلك يعدّ باطلا. راجع المادة 13 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

²⁹⁴ - قالون جلالي، " المنتج ودوره في حماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، مركز الجامعي، الوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 328.

²⁹⁵ - قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

إلى جانب المسؤولية المدنية- الحماية المدنية- تقع على المهني مسؤولية أشدّ ردعا وهي المسؤولية الجزائية- الحماية الجزائية-²⁹⁶ من خلال تجريم الأعمال الضارة بمصلحة المستهلك الاقتصادية، ونعطي أمثلة عن أهم الجرائم (أولاً) وكذا العقوبات لمقررة لها (ثانياً).

1. صور الجرائم الماسة بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك

أمام تعدد الجرائم الماسة بمصلحة المستهلك والتي لا يمكن سردها في هذا المقام، اخترنا التطرق إلى الأكثر وقوعاً في المجتمع الجزائري²⁹⁷، ونذكر منها كل من :

أ- جريمة غش المستهلك.

يعود أصل لفظ الغش إلى الإصطلاح اللاتيني *fraus* أو *fraudis* ويقصد منه كل صور الغش والتحايل والخداع²⁹⁸.

أما من الناحية القانونية فيقصد به كل فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة معينة أو خدمة بشكل يخالف القواعد المقررة لها في التشريع أو من أصول البضاعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها شرط عدم علم المتعامل الآخر به²⁹⁹.

²⁹⁶- سي يوسف زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص 09.

²⁹⁷- للتعمق أكثر في الجرائم الأخرى الماسة بالمستهلك، راجع:

كتو محمد الشريف، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص 132-134.

²⁹⁸- راجع بخصوص ذلك كلاً من:

- سي يوسف زاهية حورية، " تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 21 .

²⁹⁹- المرجع نفسه، المرجع السابق، ص 21 .

نظرا لأهمية هذه الجريمة وخطورتها على المصلحة الاقتصادية للمستهلك رأينا ضرورة تسليط الضوء عليها من خلال تبيان أركانها من جهة، والعقوبة المقررة لها من جهة أخرى.

لجريمة الغش ركنين أساسيين يجب توفرهما من أجل توقيع العقاب على مرتكبها وهما: الركن المادي، والركن المعنوي.

- الركن المادي.

يتمثل في معظم الأفعال الايجابية الواردة على السلعة سواء بإنقاص من خواصها أو بإضافة مادة غريبة للسلعة بانتزاع شيء من مكوناتها أو بإخفاء البضاعة تحت مظهر خادع من شأنه غش المستهلك.³⁰⁰

كما قد يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة بالامتناع عن القيام بفعل ما، كعدم الإعلام بمكونات المنتج، أو عدم الإعلان عن الأسعار والتعريفات وكذا شروط البيع.

- الركن المعنوي.

يلزم المشرع لقيام جريمة الغش توافر القصد الجنائي لدى الجاني، والذي نعني به العلم بان ذلك الفعل يشكل جريمة وهذا لا جدال فيه ولا يعف من المسؤولية إعمالا

- لامشبة سامية، " دور الجمعيات في حماية المستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، مركز الجامعي، الوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 278.

³⁰⁰- راجع بخصوص ذلك كلا من:

- سي يوسف زاوية حورية، " تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 21.

- كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 110

بالمبدأ " لا عذر بجهل القانون"، أما مسألة إثبات اتجاه إرادة الجاني القيام بهذا الفعل فهو متروك للسلطة التقديرية للقاضي الذي يحكم بحسب قناعاته³⁰¹

ب - جريمة خداع المستهلك.

يعرف الخداع بأنه الوسائل الاحتيالية التي يستخدمها الشخص من أجل إيقاع شخص ما في الخطأ³⁰².

أما المشرع الجزائري فلم يعرف معنى الخداع بل اكتفى فقط بإيراد الأفعال والطرق التي بها تتحقق، وهذا في المادة 68 من القانون رقم 09-03 لمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وهي:

- كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو بأية طريقة كانت حول:

- كمية المنتجات المسلمة
- تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقا
- قابلية استعمال المنتج
- تاريخ أو مدد صلاحية المنتج
- النتائج المنتظرة من المنتج
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج

³⁰¹- سي يوسف زاهية حورية، " تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 26-

27.

³⁰²- راجع كلا من:

- خالدتي فتيحة، " الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر، 2009، ص 374.

³⁰²- سي يوسف زاهية حورية، " تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص 29.

كما نصت على الأفعال التي تشكّل خداعا المادة 429 من قانون العقوبات وهي:
" كلّ من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع
 - سواء نوعها أو مصدرها
 - سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها
- في جميع الحالات فإنّه على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق³⁰³.

تتكون جريمة الخداع كغيرها من الجرائم من ركنين: ركن مادي، وآخر معنوي.

- الركن المادي.

يتمثل في كل فعل يقوم به شخص بهدف إيقاع شخص ما في الغلط (وبما أننا بصدد دراسة موضوع حماية المستهلك فهذان الشخصين هما المهني والمستهلك) الملاحظ أن المشرع لم يستلزم استعمال وسيلة ما لاعتبار فعل ما خداعا بل لم يتطلب أكثر من مجرد الكذب سواء كان بالإشارة أو شفويا.³⁰⁴

- الركن المعنوي.

يتمثل الركن المعنوي لجريمة الخداع فيتحقق القصد الجنائي بعنصره العلم والإرادة³⁰⁵ أي انصراف الجاني إلى ارتكاب فعل الخداع رغم علمه اليقين بأنه معاقب عليه.

³⁰³- أمر رقم 66-156 مؤرخ في 08 أوت 1966، يتضمّن قانون العقوبات، ج.ر.ج.د.ش عدد 49، مؤرخ في 11 جوان 1966 .

³⁰⁴- سي يوسف زاوية حورية، " تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، المرجع السابق، ص31.

ج - جريمة المضاربة غير المشروعة.

تعرف المضاربة غير المشروعة بأنها عملية تدليسية تهدف إلى إحداث تقلبات غير طبيعية في السوق بغية تحقيق أرباح ذاتية، ولخطورة هذه الممارسة على المصلحة الاقتصادية للمستهلك قام المشرع بإدراجها ضمن مقتضيات قانون العقوبات³⁰⁶ كما نص عليها كذلك في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ويشترط لاعتبار ممارسة مضاربة غير مشروعة والمعاقبة عليها جزائياً توافر ركنين هما: الركن المادي والركن المعني، وإذا تخلف أحدهما فلا تقوم الجريمة.

- الركن المادي:

- يتمثل في الإتيان أو القيام بفعل أو عمل أو أفعال أو أعمال فردية أو جماعية ايجابية تكون صادرة عن شخص أو أشخاص طبيعيين أو معنويين بطريقة مباشرة أو عن طريق وسيط أو الشروع في ذلك.³⁰⁷
- أن يستعمل الفاعل إحدى الوسائل الخمس الواردة ذكرها على سبيل المثال لا الحصر³⁰⁸ في المادة 172 من قانون العقوبات.
- أن يؤدي هذا الفعل أو هذه الأفعال إلى خفض أو رفع مصطنع في أسعار السلع والبضائع، أو الشروع في ذلك.
- أن تكون البضاعة محل التجريم تعد من البضائع الخاضع سعرها لتقلبات السوق حسب قاعدة العرض والطلب وليست من البضائع المقتن سعرها³⁰⁹.

³⁰⁵- المرجع نفسه، ص33.

³⁰⁶- راجع المواد 172، 173 من الأمر رقم 66-156 يتضمّن قانون العقوبات، المرجع السابق.

³⁰⁷- أنظر نص المادة 172، نفس المرجع السابق.

³⁰⁸- حسنا فعل المشرع الجزائري في عدم حصر هذه الوسائل لان ذلك يترك المجال مفتوحا لتجريم وسائل أخرى قد تظهر لاحقا، كما يفتح المجال أمام الاجتهاد القضائي في تقدير ما إذا كانت ممارسة ما يمكن تصنيفها مضاربة غير مشروعة.

- الركن المعنوي لجريمة المضاربة غير المشروعة:

نقصد بالركن المعنوي اتجاه إرادة الجاني لارتكاب الجريمة، وبالنسبة لجريمة المضاربة غير المشروعة يكفي لقيام مسؤولية الجاني توفر الأركان التي يستلزمها القانون فيها أو مجرد الشروع في ارتكابها وذلك بإحداث عرقلة لحرية المنافسة وقانون العرض والطلب من خلال خلق اضطرابات في الأسعار سواء بخفضها أو رفعها، فإذا توفر العلم والإرادة قام القصد الجنائي العام لهذه الجريمة، أما القصد الجنائي الخاص فهو أن يتوافر لدى الجاني نية تحقيق غاية ما من جريمته باستعماله للوسائل المنصوص عليها في المادة 172 من قانون العقوبات³¹⁰.

2- العقوبة المقررة لكل من جريمة الغش، الخداع، والمضاربة غير المشروعة:

تختلف العقوبة المقررة لكل جريمة من هذه الجرائم كما يلي:

أ- العقوبة المقررة لجريمة الغش:

يختلف الجزاء المقرر لجريمة الغش حسب جسامة الفعل والضرر الواقع على المستهلك، وبما أننا في صدد دراسة حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك فننتقد بالعقوبات التي سلطها المشرع على المهني في هذا الإطار، ويمكن أن نلاحظ أن هذه العقوبات متعددة، سواء كانت عقوبة الحبس، الغرامة المالية، غلق المحل التجاري، المصادرة.

ب - العقوبة المقررة لجريمة الخداع:

³⁰⁹ - بوسقيعة أحسن، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، ط 2، د.و.أ.ت، الجزائر، 2001، ص 68-69.

³¹⁰ - أمر رقم 66-156 يتضمن قانون العقوبات، المرجع السابق.

يعاقب على جريمة الخداع بصفة عامة و خداع المستهلك بشكل خاص بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين³¹¹ وفي حالة استعمال المهني مكابيل خاطئة من أجل ارتكاب جريمة الخداع فان العقوبة تشدد وترفع إلى **خمس سنوات حبسا** وغرامة قدرها خمسمائة دينار.³¹²

ج- عقوبة جريمة المضاربة غير المشروعة:

يعاقب على جريمة المضاربة غير المشروعة بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات و بغرامة من 5000 دج إلى 100000 دج إذا كان محل الجريمة بضائع أو سلعا.³¹³

أما إذا كان محل جريمة المضاربة أو شرع في ذلك على الحبوب أو الدقيق أو المواد التي من نوعه والمواد الغذائية أو المشروبات أو المستحضرات الطبية... الخ فان العقوبة تكون الحبس من سنة إلى خمس سنوات والغرامة من 1000 دج إلى 10000 دج³¹⁴

³¹¹- راجع نص المادة 429 من الأمر رقم 66-156 الذي يتضمن قانون العقوبات، المرجع السابق.

³¹²- و تنص المادة 69 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه:

" **ترفع** العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه، إلى **خمس سنوات حبسا** وغرامة قدرها خمسمائة دينار، إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت سواء بواسطة:

- الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مزورة مطابقة
- طرق ترمي إلى التخليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج
- إشارات أو ادعاءات تدليسية

- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمة أخرى

³¹³- راجع المادة 172 من الأمر رقم 66-156 يتضمن قانون العقوبات، المرجع السابق.

³¹⁴- راجع المادة 173 من الأمر رقم 66-156 يتضمن قانون العقوبات، نفس المرجع السابق.

يمكن أن نفسر سبب تشديد العقوبة إلى كون المواد محل المضاربة المنصوص عليها في المادة أساسية بالنسبة للمستهلك وواسعة الاستهلاك لهذا حظيت بالحماية من قبل المشرع حماية للقدرة الشرائية للمستهلك وتحقيقا لمصلحته الاقتصادية.

الفرع الثاني

الدعوى القضائية الممكن رفعها لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك:

لقد منح القانون لكل من المستهلك (أولا) وجمعيات حماية المستهلك (ثانيا) رفع دعوى قضائية من أجل ردع المهني في حالة إضراره بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك، كما يمكن كذلك للنيابة العامة (ثالثا) تحريك الدعوى العمومية كونه ممثل الحق العام.

أولا: الدعوى القضائية الممكن رفعها لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

1. رفع المستهلك للدعوى المدنية الأصلية.

إن رفع الدعوى المدنية من الحقوق المكرسة قانونا لكل من تتوفر فيه شروط رفعها وهي المنصوص عليها قانونا ولاسيما المادة 13 ق.إ.م.إ³¹⁵ ألا وهي الصفة، المصلحة، ويتم رفعها طبقا للشروط الشكلية المنصوص عليه في المادة 14 وما يليها من ق.إ.م، والهدف من الدعوى المدنية، هو المطالبة بالتعويض والإبطال حسب الأحوال وذلك أمام القضاء المدني .

2. رفع المستهلك للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى العمومية

فإذا ما شكلت وقائع الإشهار التجاري جريمة بكامل أركانها حسب ما سوف نراه فيما بعد، يتحرك بذلك حق المجتمع وذلك بتحريك الدعوى العمومية إما بمبادرة

³¹⁵ - قانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 21، مؤرخ في 23 أبريل 2008.

من النيابة العامة ذلتها، وإما عن طريق الإدعاء المدني من المتضرر من الجريمة، حسب المادة 1 ق.إ.ج³¹⁶، وإلى جانب اقتضاء حق المجتمع عن طريق فرض الجزاء ردعا للجاني، يبقى للمتضرر من الجريمة سواء في ماله أو شعوره، الحق في المطالبة بالتعويض عما أصابه من ضرر، وهنا يكون لهذا الأخير الحق إما في رفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني كما سبق بيانه، وإما رفع دعوى مدنية بالتبعية للدعوى العمومية، وهذا حسب المادة 1/2 ق.إ.ج³¹⁷، كما نصت المادة 3 منه على جواز رفع الدعوى المدنية بالتبعية للدعوى العمومية وذلك أمام القضاء الجزائي، أين يفصل القاضي الجزائي في الدعوى المدنية مباشرة بعد الفصل في الدعوى العمومية وذلك في حكم واحد، ويكون موضوع الدعوى المدنية في هذه الحالة المطالبة بتعويض الضرر الناشئ عن جريمة الإشهار المضلل المرتكبة من المعلن، وهو ما تؤكد عليه المادة الثانية في فقرتها الأولى من ق إ ج .

ثانيا-الدعاوى القضائية المرفوعة من طرف جمعيات حماية المستهلك

فإذا كان الأصل هو أن ترفع الدعوى من صاحب الحق نفسه، فإنه استثناء أناط القانون لهيئات معينة، سلطة رفع الدعوى، حماية للمصلحة الجماعية أو المشتركة للمستهلكين، وهذا حسب نص المادة 17 من القانون العضوي رقم 1206 المتعلق بالجمعيات³¹⁸ التي نصت على أن الجمعية لها الحق في أن تمثل أمام القضاء وتمارس خصوصا أمام المحاكم المختصة حقوق الطرف المدني، بسبب

³¹⁶ - أمر رقم 66-155 مؤرخ في 08 أوت 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج.د.ش. عدد 21، المؤرخ في 23 افريل 2008.

³¹⁷ - أمر رقم 66-155 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المرجع السابق.

³¹⁸ - القانون العضوي رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات، المرجع السابق.

وقائع لها علاقة بهدف الجمعية وتلحق ضررا بمصالح أعضائها الفردية و ذلك وفق شروط.³¹⁹

1. شروط اكتساب جمعيات حماية المستهلك حق المثل أمام القضاء

لقد ربط المشرع حق إكتساب الجمعيات أهلية التقاضي بتوافر شرطين أساسيين هما:

أ- تأسيس الجمعية قانونا.

لقد نص المشرع في القانون رقم المتعلق بالجمعيات على جملة من الشروط من أجل منح الإعتماد للجمعيات، يمكن تقسيمها إلى شروط موضوعية و أخرى شكلية³²⁰

❖ الشروط الشكلية

شروط شكلية الواجب توافرها في أعضاء الجمعية والمتمثلة في :

- ان يكون سنهم 19 سنة
- أن تكون جنسيتهم جزائرية.
- أن يكونوا متمتعين بالحقوق المدنية و السياسية.
- ألا يكون قد سبق لهم سلوك مخالف لمصالح كفاح التحرير الوطني.
- و شروط شكلية تتعلق بشروط التّسجيل، وهي على النحو التالي:
- تقديم ملف يدعى (ملف تصريح التأسيس) فيه جملة من الوثائق تتمثل في :

³¹⁹- أنظر، لعجال لمياء، الحماية الفردية والجماعية للمستهلك، ماجستير في قانون الأعمال، بن عكنون، الجزائر، 2001 . 2002 ، ص 140 إلى 143.

³²⁰- بن عنتر ليلي، "جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج إلى وجود؟"، المرجع السابق، ص176.

- ✓ قائمة أسماء الأعضاء المؤسسين و أعضاء الهيئات القيادية و توقيعاتهم وحالاتهم المدنية و وظائفهم و عناوين مساكنهم.
- ✓ نسختان متطابقتان من القانون الأساسي .
- ✓ محضر الجمعية العامة التأسيسية .

-إيداع الملف على النحو التالي:

- ✓ إذا كانت الجمعية متواجدة في بلدية واحدة أو في عدة بلديات في الولاية، يقدم التصريح إلى والي الولاية التابعة له البلدية، أما إذا كانت الجمعية ذات صبغة وطنية أو مشتركة بين الولايات فإن تصريح التأسيس يقدم إلى وزير الداخلية.

✓ يسلم الجمعية وصل تسجيل تصريح التأسيس في مدة ستين (60) يوما على

✓ الأكثر من يوم إيداع الطلب.

- ✓ تقوم الجمعية بإشهار هذا التأسيس في جريدة يومية، وبهذا تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية والأهلية المدنية ابتداء من يوم تأسيسها .

❖ الشروط الموضوعية

و تتمثل في فيما يلي

✓ ان لا يمس هدف الجمعية بالنظام العام و الآداب العامة

✓ و ان لا يمس القوانين و التنظيمات المعمول بها

ب - صفة الجمعية للتمثيل أمام القضاء.

المقصود بالصفة هنا هو أن يكون هدف جمعيات حماية المستهلك هو الدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، وقد منح لها الحق بمقتضى المادة

17 من القانون العضوي رقم 1206 المتعلق بالجمعيات، وكذا المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي تنص على أنه :

" عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني"³²¹

وبالتالي فلجمعيات حماية المستهلك رفع أي دعوى قصد إصلاح الضرر الذي لحق بالمصالح الجماعية للمستهلكين³²²، فبذلك أصبح المجال مفتوحا أمام الجمعيات للتأسيس كطرف مدني أمام القضاء الجزائري.³²³

والسؤال الذي يمكن طرحه في هذا المقام هو:

هل يمكن لجمعيات حماية المستهلك رفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني، وذلك للمطالبة بتعويض الضرر الذي لحق بالمستهلكين؟

ما نلاحظه أنه لا يوجد نص قانوني خاص يسمح للجمعيات برفع دعوى قضائية أمام القضاء المدني، لأنّ التأسيس كطرف مدني يكون في القضاء الجزائري

³²¹ - قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

³²² - المصالح الجماعية هي مجموعة الحقوق والامتيازات المخولة للمستهلك، بموجب قوانين وتنظيمات خاصة أو المصلحة المشتركة لمجموعة من الأفراد تجمعهم مهنة معينة أو يستهدفون غرضا معيناً كالدفاع عن حقوق المستهلك.

³²³ . أنظر:

- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994،

وليس المدني، وبالعودة إلى القواعد العامة وبالخصوص أحكام القانون المدني يمكن للجمعية أن تستفيد من نص المادة 124 للمطالبة بالتعويض³²⁴.

2. مختلف الدعاوى الممكن رفعها من طرف جمعيات حماية المستهلك:

تتمثل هذه الدعاوى في

أ- الدعوى المرفوعة من طرف جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين:

أكدت المادة 23 من قانون 09-03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إمكانية رفع الدعوى بسبب ضرر ألحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، وأن تتأسس كطرف مدني، وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين، إلا أنّ المشرع هذه الصلاحية بتوافر شرطين:

- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي

إذ لكي يتسنى لجمعيات حماية المستهلك الإدعاء مدنيا أمام القضاء الجزائي، ينبغي أن يكون التصرف الذي أقدم عليه المهني جريمة معاقب عليها جزائيا.

- أن يكون الضرر قد مس المصالح المشتركة للمستهلكين

يقصد بالمصالح المشتركة للمستهلكين: " مجموعة الحقوق والامتيازات المخولة للمستهلك بموجب قوانين وتنظيمات خاصة أو المصلحة المشتركة لمجموعة من الأفراد يستهدفون غرضا معيناً كالدفاع عن حقوق المستهلك، ولهذا وجب على الجمعية إثبات أن هناك ضرراً قد لحق بالمصلحة الجماعية التي تمثلها وتسهر على حمايتها، وهنا يمكن للجمعية أن :

³²⁴سي يوسف زاهية حورية ، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية (دراسة مقارنة)"، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، عدد 18، 2008، ص 186.

أ-تطالب بالتعويض بقصد إصلاح الضرر الذي لحق بالمصلحة الجماعية أو المشتركة للمستهلكين، ولا تطلب بهذا الصدد تعويضا مستقلا لكل مضرور، بل التعويض يكون باسم الجمعية ولحسابها كشخص معنوي.

ب-تطلب وقف التصرفات غير المشروعة التي يقوم بها المهني، التي من شأنها إلحاق ضرر بالمصالح المشتركة للمستهلكين ، مثل قيام الجمعية بتقديم طلب يقضي بسحب المنتج بسبب عدم مطابقته للمواصفات القانونية والتنظيمية، أو طلب من أجل وقف الإشهار المضلل.

ب- انضمام جمعيات حماية المستهلك إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك

فقد ترفع الدعوى من قبل المستهلك الفرد أو من قبل مجموعة من المستهلكين أمام القضاء ضد مهني معين، وحسب المادة 2/12 من القانون رقم 89-02 التي نصت على أن للجمعية دعاوى دون تحديد لنوع تلك الدعاوى ، مما جعل لها الحق في الانضمام إلى دعاوى مرفوعة مسبقا من قبل المستهلك أو ما يسمى بالتدخل الإنضمامي في الخصومة عكس القانون الجديد الذي قيد هذا الحق بنصه فقط على حالة وحيدة و هي التأسيس كطرف مدني.

ج- الدعوى المرفوعة للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين:

بالعودة الى نص المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالفة الذكر يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين، وذلك إذا توافرت الشروط الآتية:

- أن يكون المستهلكون المتضررون أشخاصا طبيعيين أو معنويين، ولحقهم ضرر سببه نفس المهني، مما يفترض معه أن يكون المهني معين مسبقا، وأن يكون الضرر اللاحق بهم هو ضرر شخصي.

- أن يقدم اثنين على الأقل من المستهلكين المتضررين وكالة لجمعية حماية المستهلك، لتمثيلهم أمام القضاء،

وبهذا تقوم الجمعية بتمثيل المستهلكين الذين قدموا لها الوكالة المكتوبة دون الآخرين الذين يبقون محتفظين بحقهم في رفع دعواهم بصفة فردية، وفي هذه الحالة إذا خسرت الجمعية الدعوى فإن المستهلكين مقدمي الوكالة لن يحصلوا على أي شيء و يفقدون حقهم في رفع دعواهم بصفة فردية أمام القضاء³²⁵ ما يمكن قوله في هذا المقام أحسن المشرع في إعطاء جمعيات حماية المستهلك أهلية التقاضي، إلا أنه ما يعاب عليه أنه:

- لا يضمن دائما حماية المصالح الجماعية للمستهلكين، وهذا لبطئ الإجراءات.
- هناك أوقات أين قد لا تملك الجمعية السيولة المالية الكافية لمباشرة جميع الدعاوى المتعلقة بالمستهلكين، فرغم أن المشرع أعطى للجمعيات حق المطالبة بالمساعدة القضائية وذلك في نص المادة 22 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تنص: "يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية" إلا انه وحسب المادة ربطها المشرع بشرط الإعتراف لها بالمنفعة العمومية وهذا ماتعاني منه معظم الجمعيات، كذلك مصطلح "يمكن" بمفهوم المخالفة أنه يمكن أن يرفض طلب المساعدة القضائية المقدم من قبل الجمعيات مما سيعيق عملها.

- وحتى وإن تقدمت إلى القضاء، فإنه في الغالب لا تجني فائدة واسعة، نتيجة صدور أحكام بتعويضات رمزية².

ثالثا- تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة.

³²⁵- راجع في هذا الخصوص كلاً من:

- السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 158 .

- أرزقي زويبير، المرجع السابق، ص

تلعب النيابة العامة دورا رياديا في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، وتطبيقا للقانون رقم 04-02 فإن الدعوى العمومية يحركها ويباشرها وكيل الجمهورية عادة بناء على المحاضر التي يتلقاها من طرف الأعوان المكلفين بالرقابة عن طريق المدير الولائي المكلف بالتجارة في الحالات لا تجوز فيها المصالحة أو رفضها من طرف العون الاقتصادي المخالف³²⁶.

³²⁶ - يعتبر إجراء المصالحة سببا من أسباب وقف الدعوى العمومية نص عليه المشرع سواء في قانون حماية المستهلك، أو في القانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و يعتبر هذا الإجراء ضروريا و جوهريا، و هذا ما جاء في قرار المحكمة العليا في قضية بين كل من (ب.ش) ضد كل من مديرية التجارة و النيابة العامة)، حيث أنّ المدعو(ب.ش) طعن بالنقض في القرار الصادر عن مجلس قضاء بجاية المتضمن إلغاء الحكم المستأنف و القضاء من جديد بإدانة المتهم بجنحة عدم نشر الأسعار، و حكم على إثره بغرامة مالية قدرها 10000000 دج مع مصادرة السلع المحجوزة التي لا تحتوي على فواتير .

حيث طعن محاميه في ذلك القرار مستندا في ذلك إلى مخالفته للقواعد الجوهرية في الإجراءات و انعدام الأساس القانوني، بدعوى أن المحاضر كان ينبغي أن تحال على مديرية التجارة للبتّ في غرامة المصالحة وليس على النيابة العامة، وهذا يعدّ خرقا للقانون. و قضت المحكمة العليا بقبول الطعن بالنقض. للمزيد التفاصيل حول القضية راجع :

قرار المحكمة العليا في الملف رقم 88913، بتاريخ 09 مارس 1993، الصادر بالمجلة القضائية عدد 03، سنة 1993، ص ص 279-282.

خاتمة

في ختام دراستنا توصلنا إلى قناعة مفادها أن مسألة حماية المستهلك بصفة عامة، وحماية مصلحته الإقتصادية على وجه الخصوص، قد قطعت شوطا كبيرا بالمقارنة مع السنوات الماضية، بفضل الجهود الكبيرة التي قام بها المشرع رغبة منه في مسايرة التطورات الإقتصادية والإجتماعية، وتماشيا مع تطورات المستهلك في الحصول على احتياجاته، وإشباع رغباته وفق قدراته المالية وتكون في ذات الوقت ذو مواصفات قياسية وجودة عالية.

من أجل تحقيق الأهداف السالفة الذكر قام المشرع باستحداث منظومة قانونية، كان لها الفضل الكبير في إزالة الغموض عن بعض المصطلحات التي كانت محل جدال فقهي كلفظ المستهلك، و المهني باعتبارهما أطراف عقد الاستهلاك، و كذلك التقليل من الممارسات الماسة بالمصلحة الإقتصادية للمستهلك، و ذلك من خلال حظر و منع بعض الممارسات كرفض البيع أو تقديم الخدمة للمستهلك، الرفع المفرط لأسعار السلع والخدمات...إلخ، ووضع إطار قانوني للبعض الآخر كحصول المهني على رخصة إدارية لممارسة بعض البيوع، كالبيع الترويجي و البيع بالتخفيض، البيع بالمكافأة.....إلخ.

كما دعم هذه النصوص التشريعية-أو إن صح التعبير الحماية النظرية-، بتكريس مجموعة من الآليات المختلفة فمنها من لها دور وقائي تمنع وقوع الضرر على المستهلك كتكريس مبدأ إعلام المستهلك سواء بمميزات المنتج، بالأسعار و التعريفات أو بشروط البيع، تساعد على اتخاذ القرار السليم عند قيامه باقتناء سلعة أو طلب خدمة، إلى جانب فرض رقابة على السوق عُهدت لمختلف الأجهزة الموجودة سواء على المستوى المركزي أو المحلي. و آليات أخرى لها دور قمعي

تتمثل في توقيع الجزاءات المختلفة إدارية كانت توقعها سواء الإدارة التقليدية، أو مجلس المنافسة باعتباره سلطة إدارية مستقلة أم جزائية تعود للإختصاص الأصلي للقضاء.

رغم أهمية هذه الجهود التي قام بها المشرع إلا أنّ هذا لا يمنعنا من تقديم بعض الملاحظات المهمة ، منها ما تعلق بقانون حماية المستهلك الذي ورغم صدوره مؤخرا إلا أنه لم يختلف كثيرا عن سالفه، و لم يأت بجديد يذكر، كما أنه لم يأخذ بعين الاعتبار للانتقادات التي قدمت سابقا للقانون القديم كونه أغفل الكثير من الأمور، كما نأخذ على المشرع عدم إصداره لمراسيمه التنظيمية رغم مرور قرابة ثلاث سنوات على صدوره، والتي أرجعها البعض إلى غياب الإرادة الحقيقية في التغيير، فمعظم المواد التي استحدثها المشرع من خلال هذا القانون و التي من المفترض أن توفر حماية أكبر لمصالح المستهلك المختلفة جامدة و غير قابلة للتطبيق، كما نلاحظ من هذا القانون بأنه نقل حرفي لبعض النصوص التنظيمية للقانون القديم، ونعطي على سبيل المثال المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.

نفس الإنتقاد نقدمه لكل من قانون المنافسة الذي عدّل مؤخرا إلا أنّه أظهر عدم فعاليته، و أحسن دليل على ذلك كثرة الممارسات التي تمس المصلحة الإقتصادية للمستهلك، ولو كان ذلك بطريقة غير مباشرة، والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية و الذي بدوره أدخلت عليه تعديلات من خلال رفعه للغرامات التي توقع على العون الإقتصادي إلى حدود قصوى، إلا أنها غير كافية، وغير ناجعة في تأمين حماية للمصلحة الإقتصادية للمستهلك فهو يتعرض يوميا لشتى أنواع الممارسات التجارية غير النزيهة وغير شرعية.

أما بالنسبة للآليات التي كرسها المشرع لتساند هذه النصوص التشريعية فهي لم تكفل للمستهلك الحماية المرجوة، سواء لجهل المستهلك بوجودها لانعدام الثقافة اللازمة في مجال الإستهلاك، أو لانتشار الفساد في بعض منها وبمجرد أن يتقدم المستهلك بشكوى أمامها لا تؤخذ بعين الإعتبار بسبب الرشاوي التي يدفعها المهني، والبعض الآخر ليس موجود أصلا أو معطل و أحسن مثال مجلس المنافسة، فدورها في مجال حماية المستهلك حبر على ورق أو بمعنى أصح نظري. بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك في هذا المجال فهو هامشي أو منعدم أصلا، أحسن مثال على ذلك ما يتعرض له المستهلك مؤخرا من رفع مفرط لأسعار المواد الأساسية دون سبب يذكر وانعدام بعضها في السوق حتى أصبحت هذه الممارسات تظال وللأسف الأدوية، فنتساءل أين هي من كل هذا؟

ليأتي في الأخير دور القضاء باعتبار توقيع الجزاء المادي من إختصاصه الأصيل من الفترض ، إلا أن يكون له دورا فعالا إلا انه العكس هو الذي حصل فطول الإجراءات و صعوبة إثبات بعض الممارسات التي تقع على المستهلك دفعت المستهلك و الجمعيات على حدّ سواء على عدم اللجوء إليه ربحا للوقت والمال.

أمام هذه النقائص وجدنا ضرورة إعطاء بعض الإقتراحات ونخص بالذكر:

- إدراج مادة حول حماية المستهلك في المناهج التعليمية لتعليم التلاميذ بحقوقهم ويكون لهم ثقافة في حماية المستهلك.

-الإسراع في إصدار المراسيم التنظيمية المتعلقة بقانون حماية المستهلك و قمع الغش .

-إعادة النظر في القانون المتعلق بالجمعيات سواء بتعديل أحكامه، أو إلغائه ليتماشى مع التطورات الراهنة، و يعمل على تسهيل منح الاعتماد للجمعيات لتشجيع على إنشائها.

-تفعيل دور مجلس المنافسة كهيئة إدارية مستقلة تعمل على حماية المستهلك.

- العمل بقوة للقضاء على الأسواق الموازية، أو على الأقل تنظيمها ليتمكن أعوان أجهزة الرقابة من القيام بدورهم على أكمل وجه.

- الرفع من المساعدات المالية المقدمة للجمعيات لتتمكن من القيام بدور أكثر فعالية

-الرفع من مبلغ المساعدة القضائية الممنوح للجمعيات لتشجيعها على اللجوء إلى القضاء في حالة الضرر بمصالحها.

الملاحق

ROYAUME DU MAROC
Ministère des Affaires
Economiques et Générales

Décision du Ministre délégué auprès du Premier Ministre
chargé des Affaires Economiques et Générales

n° 2-15 du 26 décembre 2006

relative à des pratiques de vente dans le secteur des huiles de table

Le Ministre délégué auprès du Premier Ministre chargé des
Affaires Economiques et Générales

Vu la loi n° 06-99 sur la liberté des prix et de la concurrence,
promulguée par le Dahir n° 1-00-225 du 2 rabii 1421 (5 juin 2000),
notamment ses articles 7, 36 ;

Vu le décret n° 2-00-854 du 28 joumada II 1422 (17 septembre 2001)
pris pour l'application de la loi précitée n° 06-99 ;

Vu le décret n° 2-04-532 du 14 joumada 1^{er} (2 juillet 2004) portant
délégation d'attributions et de pouvoirs à M. Rachid Talbi El Alami,
Ministre délégué auprès du Premier Ministre chargé des Affaires
Economiques et Générales ;

Vu le rapport d'enquête concurrence dans le secteur des huiles de table
n° 1-06 du mois de décembre 2006 ;

Vu les autres pièces du dossier et les informations recueillies auprès des
entreprises ;

Après saisine du Conseil de la concurrence ;

Considérant, que si dans une économie de marché, la vente d'un produit
à bas prix, résultant de la mise en oeuvre de progrès techniques ou de la
rationalisation des procédés de gestion et de commercialisation, apparaît
conforme à la liberté d'entreprendre et au devoir de compétitivité, il en
est autrement lorsqu'une entreprise propose à la vente des produits à un
prix ne couvrant qu'une partie de son coût de revient dans le seul but
d'exercer une attraction de clientèle et de s'assurer une position
avantageuse par rapport à ses concurrents ;

Considérant que des entreprises du secteur de raffinage de l'huile de
table ont pratiqué la vente à perte durant la période allant de juillet 2004
à février 2006 et de juillet 2006 à récemment ;

Considérant que l'article 7 de la loi n° 06-99 sur la liberté des prix et de
la concurrence prohibe les « offres de prix ou pratiques de prix de vente
aux consommateurs abusivement bas par rapport aux coûts de
production, de transformation et de commercialisation, dès lors que ces
offres ou pratiques ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'éliminer
un marché, ou d'empêcher d'accéder à un marché, une entreprise ou l'un
de ses produits » ;

du Secrétaire Général
du Gouvernement

Considérant, en premier lieu, que la pratique de prix abusivement bas par les entreprises Savola Maroc et Société Industrielle Oléicole de Fès a obligé les concurrents à baisser leurs prix et par conséquent, a influencé et faussé le fonctionnement concurrentiel du marché des huiles de table ;

Considérant, en deuxième lieu, que la pratique de prix abusivement bas a mis le secteur et les entreprises dans des situations difficiles ;

Considérant, en troisième lieu, les impacts de la pratique de prix abusivement bas sur les emplois, sur la fiscalité et sur les petits porteurs d'actions des entreprises introduites en bourse ;

Décide

Article premier :

Il est enjoint aux entreprises Savola Maroc et Société Industrielle Oléicole de Fès de cesser la pratique de prix abusivement bas, d'éviter son renouvellement dans le marché des huiles de table et de veiller au respect des règles et des principes de concurrence saine et loyale.

Article deux :

Le non-respect de cette décision expose les contrevenants aux sanctions prévues par la loi n° 06-99 sus citée.

Article trois :

La présente décision prendra effet à compter du 1^{er} janvier 2007.

Rabat, le



وزارة التجارة
مديرية المنافسة والأسعار
ولاية بجاية

مرحبا بكم في

عام ألف وتسعمائة وتسعة وتسعون وفي اليوم الثامن والعشرون
من شهر فيفري، بناء على المذمور المعايير للمواد القاسدة (البن الألف
بتاريخ 24.02.1999، نحن المذمور، أسئلة نشود أننا قمنا
بعملية التدبير الكلي لهذه المادة القاسدة المكمية = 18 طن و 200 كغ
بمزيل بوليمر لحماية كل الساعة الثالثة زوالا
ذات عملية التدبير تمت بردم المنتج (enfouissement)

المذمور !
ممثلوا بلدية بجاية ممثلوا شركة

اعوان مديرية المنافسة والأسعار
بجاية

ممثلوا شركة
مدير عام



المطابق
ممثلوا شركة

أيت موشع عبد الناصر
أقارو المحمود

[Signature]

ممثلوا شركة
المدير العام

Le 02/03/99

[Signature]

قائمة المراجع

أولاً- باللغة العربية

I. القرآن الكريم.

II. الكتب

1. أحمد عادل راشد، الإعلان، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1981.
2. أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة (دراسة مقارنة)، المكتبة العصرية، مصر، 2008.
3. أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني(دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005.
4. إسماعيل السيد، الإعلان، الدار الجامعية، مصر، 2004.
5. البراوي حسن، إلتزام المؤمن بالأمانة في مرحلة إبرام العقد، دار النهضة العربية، القاهرة د س.
6. بن بوخميس علي بولحية، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000.
7. بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
8.،الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر، الجزائر، 2005 .
9.، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري(دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا و ألمانيا و مصر، دار هومة، الجزائر، 2007
- 10.بوسقيعة أحسن، قانون العقوبات في ضوء الممارسات القضائية، ط 2 ، د.و.م.ج، ، الجزائر، 2001
- 11.بوضياف عمار، الوجيز في القانون الإداري، دار ربحانة، الجزائر، 1999.

12. **توفيق محمد عبد المحسن**، التسويق و تدعيم القدرة التنافسية للمؤسسة، دار النهضة العربية، مصر، 2001.
13. **جيرار كورنو**، ترجمة منصور القاضي، معجم المصطلحات القانونية، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1998.
14. **حسن عبد الباسط جمعي**، اثر عدم التكافؤ بين المتعاقدين على شروط العقد، دار النهضة العربية، القاهرة، د س
15. **رضوان محمود العمر**، مبادئ التسويق، الطبعة الثانية، دار وائل، عمان، 2005.
16. **سي يوسف زاهية حورية**، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، الجزائر، 2009.
17. **سيد عبد الوهاب محمد مصطفى**، النظرية العامة لالتزام الدولة بتعويض المضرور من الجريمة، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
18. **السيد محمد السيد عمران**، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد : دراسة مقارنة مع دراسة تحليلية و تطبيقية للتصوص الخاصة بحماية المستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1986.
19. **الشرنباصي رمضان علي السيد**، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2004.
20. **ضريفي نادية**، تسيير المرفق العام والتحولت الجديدة، دار بلقيس، الجزائر، 2010.
21. **عامر قاسم أحمد القيسي**، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني و المقارن)، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة، عمان، 2002.
22. **عبد الله حسين علي محمود**، حماية المستهلك من الغش التجاري والصناعي، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002 .
23. **عطوي فوزي**، علم الإقتصاد في النظم الوضعية و الشريعة السلامية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.

24. عمر محمد عبدالباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.
25. العنكي مجيد حميد، أثر المصلحة في التشريعات، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة، عمان، 2002.
26. محمد إبراهيم عبيدات، مبادئ التسويق (مدخل سلوكي)، الطبعة الثالثة، دار المستقبل للنشر و التوزيع، الأردن، 1999.
27. محمد سلمان الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
28. محيو أحمد، محاضرات في المؤسسات الإدارية-ترجمة محمد عرب صاصيلا-، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985.
29. المغربي محمود عبدالمجيد، المدخل إلى تاريخ الشرائع، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة الثالثة، لبنان، 1996.
30. المغماري جواد، جرائم الغش في البضائع، مطبعة النجاح الجديدة، الطبعة الثانية، الدار البيضاء، المغرب، 2002.
31. مقدم سعيد، التأمين والمسؤولية المدنية، دار كليك، الجزائر، 2008.
32. المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
33. الهواري أحمد، حماية العاقد الضعيف في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، مصر، 2000.
34. وفاء فارس، قانون حرية الأسعار والمنافسة مع مرسومه التطبيقي، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، 2008.

III. الرسائل و المذكرات الجامعية

أ- الرسائل الجامعية

1. بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في الجزائر (دراسة مقارنة) رسالة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، 2003.

2. حداد العيد، الحماية القانونية للمستهلك في اقتصاد السوق، رسالة لنيل درجة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002.
3. سي يوسف زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.
4. عزاوي عبدالرحمن، الرخص الادارية في التشريع الجزائري، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2007.
5. فيلاي علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2007.
6. كتو محمد الشريف، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2005.
7. نوري منير، التسويق الإستراتيجي وأهميته في مسابرة العولمة الإقتصادية (إسقاط على الوطن العربي للفترة 1999-2000)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص تسيير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

ب- المذكرات الجامعية

1. أرزقي زبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، شهادة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلي الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

2. بوروبة ربيعة، حماية المستهلك في ظل النظام القانوني للعلامات، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2008.
3. تركي بن عبد الله بن فهد الرشودي، المقاطعة الإقتصادية وأحكامها في الفقه الإسلامي، بحث تكميلي لنيل شهادة الماجستير في الفقه المقارن، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المعهد العالي للقضاء، المملكة العربية السعودية، 1425 هجري.
4. جدايني زكية، الإشهار والمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001.
5. جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002.
6. جنادي كريم، جمعيات حماية المستهلكين ودورها في تحديد المعايير الصناعية للمؤسسات، مذكرة لنيل درجة الماجستير، المعهد الوطني للتجارة الجزائري، الجزائر 1998
7. حللمي ربيعة، ضمان المنتوجات والخدمات، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2002.
8. حملاحي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، 2006.
9. زوبية سميرة، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2007.

10. **السديري حكيمة**، المنافسة غير المشروعة، رسالة لاستكمال الحصول على دبلوم الدراسات العليا المعمقة، شعبة القانون الخاص، وحدة التكوين و البحث قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والإقتصادية والإجتماعية، جامعة الحسن الثاني -عين الشق-، الدار البيضاء، 2003 .

11. **شيخ أعر يسمينة**، توزيع الإختصاص ما بين مجلس المنافسة وسلطات الضبط القطاعية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة بجاية، 2009.

12. **قندوزي خديجة**، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية: على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001.

13. **كالم حبيبة**، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2006.

14. **لطاش نجية**، مبدأ الشفافية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2004.

15. **مركب حفيزة**، الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج والخدمة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر، 2001.

16. **ناصرى فهيمة**، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر،

17. **عمورة عيسى**، النظام القانوني لمنازعات مجلس المنافسة، رسالة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006

18. **شركي ربيع**، الممارسات المنافسة للمنافسة (دراسة تحليلية لأشكال الممارسات المحظورة و وسائل مكافحتها)، مذكرة لنيل شهادة الدراسات العليا المعمقة، شعبة

القانون الخاص، وحدة التكوين والبحث قانون الأعمال، كلية العلوم القانونية والإقتصادية والإجتماعية، جامعة الحسن الثاني-عين الشق-، الدار البيضاء، 2008.

19. بن قري سفيان، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02/04، مذكرة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2009.

20. براهيم فضيلة ، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 و القانون 08-12، مذكرة مقدّمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2010.

IV. المقالات و المداخلات

أ- المقالات

1. أحمد محمد السعد، " الملامح الأساسية للعلاقة بين نظام الوقف والإقتصاد: مدخل نظري"، www.arablawinfo.com، 02/02/2011.
2. إقلولي ولد رابح صافية، " مبدأ حرية الصناعة والتجارة في القانون الجزائري"، المجلة النقدية، عدد 02، 2006، ص ص 59-74.
3. أيت منصور كمال، " البيع بأسعار مخفضة تعسفيا"، نشرة المحامي، العدد 13، 2010، ص 40-42.
4. البصيري منير، المنصوري أحمد، " حماية المستهلك من الشروط التعسفية"، www.droitcivil.over-blog.com، ص 01-17.
5. بن عنتر ليلى، "جمعيات حماية المستهلك، موجودة أو تحتاج إلى وجود؟"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، العدد 02، 2009، ص

6. بناسي شوقي، " مواجهة الشروط التعسفية في العقود في ضوء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، العدد 02، 2009، ص 141-194.
7. بوتوشنت عبدالنور، " دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك"، مجلة العلوم القانونية، العدد 12، 2008، ص 120-135.
8. بودالي محمد " مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقيها لقانون حماية المستهلك"، مجلة إدارة، العدد 24، 2002، ص 31-56.
9. "تطور حركة حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، 2005، ص 09-25.
10. بوعبيد عباسي، " حماية المستهلك على ضوء قانون حرية الأسعار والمنافسة" ، المجلة المغربية لقانون واقتصاد التنمية، العدد 49 ، 2004، ص.
11. بوكروح عبدالوهاب، "سعر السكر في السوق الدولية لا يتعدى 35 دج والجزائر ضحية الإحتكاريين"، جريدة الشروق، الأربعاء 12 جانفي 2011، ص 05، عن تصريح الخبير الإقتصادي لخليل نور الدين .
12. جبالي واعمر، "حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 2، 2006، ص 05-58.
13. الزوجال يوسف، "مفهوم المستهلك في التشريع والفقهاء والقضاء المغربي والمقارن"، مجلة الفقه والقانون، المغرب، www.majalah.new.ma.
14. ساقاش ساسي، " التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، 2005، ص 35-50 .
15. السباتين خالد محمد ، تقرير حول الحماية القانونية للمستهلك ،الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، ص www.piccr.org.
16. سي يوسف زاهية حورية ،"حماية المستهلك من الشروط التعسفية (دراسة مقارنة)" مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، عدد 2008، 18، ص 187-215.

- 17..... "الإلتزام بالإفضاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 02، 2006، ص 78-55.
- 18..... " الخطأ التقصيري كأساس لمسؤولية المنتج"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 01، 2006، ص 34-62.
- 19..... " حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المضلل"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، عدد 04، 2010، ص 183-202.
- 20..... "تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 1، 2007، ص 17-35.
21. فرحي محمد، "سياسة التنمية الاقتصادية في الإسلام: الإطار العام والمقومات"، مجلة الباحث، العدد 2، الجزائر، 2003.
22. كتو محمد الشريف، "حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة"، مجلة إدارة، العدد 2002، 23 ص 01-13.
23. كيالي أحمد صفوت، " كيف نحمي المستهلك من استغلال التجار؟"، جريدة النور، 12 جويلية 2007، www.an-nour.com.
24. محمد قوراري فتيحة، " الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة (دراسة في القانون الإماراتي والمقارن)"، مجلة الحقوق، العدد 3، الكويت، 2009، 249-312.
25. المسلمومي محمد، " حماية المستهلك من الشروط التعسفية أثناء التعاقد"، مجلة المحاكم المغربية، عدد 100، 2006، ص 103-113.
26. مصطفى محمود محمد عبد العال عبد السلام، "دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك (حالة مصر)"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 4، 2006، 181-1012.

27. معلال فؤاد، " بعض مظاهر حماية المستهلك في القانون الجديد للملكية الصناعية"، رحاب المحاكم، العدد 02، 2009، ص 42- 68.
28. هامل الهواري، " دور الجمعيات في حماية المستهلك"، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، 2005، ص 221-232.
29. الهيني محمد، " إشكالية تمثيل جمعيات حماية المستهلك أمام القضاء، مجلة رحاب المحاكم، العدد 2، المغرب، 2009، ص 26- .
30. عقون حسين، " حماية المستهلك"، نشرة المحامي، عدد 10، منظمة المحامين سطيف، 2009، ص 52-54.

أ- المداخلات

1. أرزيل الكاهنة، " الموازنة بين النشاط التنافسي وحماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر، 2009 ص ص 01 16.
2. أيت منصور كمال، " البيع بأسعار مخفضة تعسفا "، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي، 17-18 نوفمبر، 2009 ص ص 137 141.
3. تعويلت كريم، " حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من الممارسات التجارية في القانون الجزائري"، أيام دراسية حول التعديلات المستحدثة في المنظومة القانونية الوطنية، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، أيام 15-16- 17 نوفمبر 2005 ص ص 01 19.
4. حداد العيد، " الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الانترنت"، من أعمال المؤتمر المغربي الأول حول المعلوماتية والقانون، أكاديمية الدراسات العليا، طرابلس، أيام 27-28-29-30 أكتوبر، 2009.
5. حمامي مختار، " الرقابة الشرعية للسوق وأثرها في حماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي، معهد

العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008، ص 93 106.

6. **خالدي فتيحة**، " الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25-02-2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17-18 نوفمبر، 2009، ص 365 387.

7. **زعبي عمار**، " دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008 ص 379 396.

8. **عبدالله ليندة**، "المستهلك و المهني مفهومان متباينان"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل، 2008 ص 19 38.

9. **عبيد حياة**، المحتسب ودوره في حماية المستهلك، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008 ص 129 146.

10. **عمر مشهور حديثة الجازي**، " الجمعية الأردنية للمنافسة: أهدافها، غاياتها"، من أعمال المؤتمر الوطني للمنافسة، الأردن، أيام 23، 24 أيار، 2005

11. **قالون جلال**، " المنتج ودوره في حماية المستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أبريل 2008 ص 313 340.

12. **قش كريم**، " دور السّلطات العمومية في حماية القدرة الشرائية للمستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإنفتاح الإقتصادي، معهد

العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، يومي 13 و 14 أفريل 2008 ص ص 61 76.

13. لعلاوي عمر، " دور و أهمية الجودة و التقييس في حماية المستهلك "، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظلّ الإفتتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي ، يومي 13 و 14 افريل، 2008 ص ص 149 158.

14. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، "حماية المستهلك ومكافحة الغشّ في الدّول العربية"، بحوث و أوراق عمل مقدّمة للندوة المنعقدة تحت عنوان 'حماية المستهلك و مكافحة الغشّ التجاري' مصر، 2008.

15. ناصري نبيل، " تنظيم المنافسة الحرّة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك"، من أعمال الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية ، يومي 17-18 نوفمبر 2009 ص ص 141 156.

16.....، "حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة"، من أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الإفتتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي ، يومي 13 و 14 أفريل 2008 ص ص 159 170.

V. النصوص القانونية

أ- القانون الأساسي

دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطيّة الشّعبية 28 نوفمبر 1996 المنشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 مؤرّخ في 07 ديسمبر 1996، ج.ر.ج.د.ش عدد76 مؤرّخ في 08 ديسمبر 1996، المتمّم بالقانون رقم 02-03 مؤرّخ في 10 أفريل 2002، ج.ر.ج.د.ش عدد25 مؤرّخ في 14 أفريل 2002، المعدّل بالقانون رقم 08-19 مؤرّخ في 15 نوفمبر 2008، ج.ر.ج.د.ش عدد63 مؤرّخ في 16

نوفمبر 2008.

ب- النصوص التشريعية

1. قانون عضوي رقم 05/12 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام, ج ر ج ج د ش عدد 02 , مؤرخ في 15 يناير 2012.
2. قانون عضوي رقم 06/12 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات ج ر ج ج د ش عدد 02 مؤرخ في 15 يناير 2012.
3. أمر رقم 66-155 مؤرخ في 08 أوت 1966، يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 21، المؤرخ في 23 افريل 1966 المعدل و المتمم.
4. أمر رقم 66-156 مؤرخ في 08 أوت 1966، يتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 49، مؤرخ في 11 جوان 1966 المعدل و المتمم.
5. أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26-09-1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 78، مؤرخ في 30-09-1975 المعدل و المتمم.
6. قانون 89-02 مؤرخ في 07 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 06، مؤرخ في 08 فيفري 1989 (ملغى).
7. قانون رقم 89-12 مؤرخ في 05 يوليو 1989 يتعلق بالأسعار، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 29 مؤرخ في 19 يوليو 1989 (ملغى).
8. أمر 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 09 مؤرخ في 22 جانفي 1995 ملغى
9. أمر رقم 95-07 مؤرخ في 25-01-1995، يتعلق بالتأمينات، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد معدل ومتمم سنة 2006.
10. قانون رقم 2000-03 مؤرخ في 05 أوت 2000، يحدّد القواعد العامة المتعلقة بالبريد وبالمواصلات السلكية واللاسلكية، ج ر عدد 48، صادر في 06 أوت 2000.

11. أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003 يتعلق بالمنافسة ج.ر.ج.د.ش عدد 43، مؤرخ في 20 جويلية 2003 معدّل ومنتّم بموجب القانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر.ج.د.ش عدد 36، مؤرخ في 2 جويلية 2008.
12. أمر رقم 04-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات تصدير وإستيراد البضائع، ج.ر.ج.د.ش عدد 29، مؤرخ في 20 جويلية 2003.
13. قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 41 مؤرخ في 27 جوان 2004.
14. قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 أوت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 52، مؤرخ في 14 أوت 2004.
15. قانون رقم 08-09 مؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمنّ قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 21، مؤرخ في 23 أفريل 2008.
16. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.د.ش عدد 12، مؤرخ في 8 مارس 2009.
17. قانون رقم 10-05 مؤرخ في 15-08-2010 يعدّل و يتمّ الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19-06-2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.د.ش عدد 46، مؤرخ في 18 أوت 2010.
18. قانون رقم 10-06 مؤرخ في 15 أوت 2010، يعدّل ويتمّ القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 الذي يحدّد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.د.ش عدد 46، مؤرخ في 18 أوت 2010.
19. قانون رقم 11\10 مؤرخ في 22 جوان 2011، يتعلق بالبلدية، ج ر ج ج د ش عدد 37 مؤرخ في 03 جويلية 2011.

20. قانون رقم 07/12 مؤرخ في 21 فيفري يتعلق بالولاية، ج ر ج ج د ش عدد 12 مؤرخ في 29 فيفري 2012.

ج- النصوص التنظيمية

1. مرسوم رئاسي رقم 96-44 مؤرخ في 17 جانفي 1996، يحدد النظام الداخلي لمجلس المنافسة ج ر عدد 05 مؤرخ في 21 جانفي.

2 مرسوم تنفيذي رقم 88-131 مؤرخ في 4 يوليو 1988، ينظم العلاقة بين

الإدارة والمواطن، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 27 مؤرخ في 06 يوليو 1988.

3 مرسوم تنفيذي رقم 89-147 مؤرخ في 8-8-1989، يتضمن إنشاء المركز

الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 59 مؤرخ في 5

أكتوبر سنة 1989، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30

سبتمبر 2003، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 59، المؤرخ في 5 أكتوبر 2003.

4 مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة

وقمع الغش، ج رقم 05 مؤرخ في 31 يناير 1990.

5 مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان

المنتجات والخدمات، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 40 مؤرخ في 19 سبتمبر 1990

6 مرسوم تنفيذي رقم 01-50 مؤرخ في 12-02-2001، يتضمن تحديد أسعار

الحليب المبستر والموضب في الاكياس عند الانتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج

ر عدد 11 مؤرخ في 13-02-2001.

7 مرسوم تنفيذي رقم 91-91 مؤرخ في 6 أبريل 1991، يتعلق بتنظيم المصالح

الخارجية للمنافسة والأسعار، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 16 مؤرخ في 10 أبريل 1999 .

8 مرسوم تنفيذي رقم 94-207 مؤرخ في 16-07-1994، المتعلق بصلاحيات

وزير التجارة، ج.ر.ج.ج.د.ش عدد 47 المؤرخ في 20 جويلية 1994.

9 مرسوم تنفيذي رقم 208-94 مؤرخ في 16 جويلية 1994 ، يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر.ج.د.ش عدد 47 مؤرخ في 20 جويلية 1994.

10 مرسوم تنفيذي رقم 210-94 مؤرخ في 16 جويلية 1994، يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها، ج.ر.ج.د.ش عدد 47 مؤرخ في 20 جويلية 1994، معدل و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 311-04 مؤرخ في 2004.

10. مرسوم تنفيذي رقم 355-96 مؤرخ في 19 نوفمبر 1996، يتعلق بتنظيم شبكة مخابر التحاليل والنوعية، ج.ر.ج.د.ش عدد 62 مؤرخ في 20 نوفمبر 1996، معدل و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 459-97 المؤرخ في 06 ديسمبر 1997 ، ج.ر.ج.د.ش عدد 80 المؤرخ في 07 ديسمبر 1997.

11. مرسوم تنفيذي رقم 448-02 مؤرخ في 17 ديسمبر 2002، يتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي"، ج ر عدد 11 مؤرخ في 18 ديسمبر 2002.

12. المرسوم التنفيذي رقم 484-05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم

التنفيذي رقم 367-90 المؤرخ في 1 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر.ج.د.ش عدد 83 المؤرخ في 25 ديسمبر 2005.

13. مرسوم تنفيذي رقم 215-06 مؤرخ في 18 جوان 2006 يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع الترويجي و البيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المتعامل و البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود ج ر عدد 41، مؤرخ في 21 جوان 2006.

14. مرسوم تنفيذي رقم 306-06 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006 ، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، ج ر عدد 16 مؤرخ في 16 سبتمبر 2006.

15. مرسوم تنفيذي رقم 402-07 مؤرخ في 25-12-2007، يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الانتاج و في مختلف مراحل توزيعه، ج ر عدد 80، مؤرخ في 26-12-2007.

16. قرار رقم 02/س/خ/رم/س ض ب م/11، المؤرخ في 12/01/2011. المحدد للشروط و الأحكام المطبقة على العروض الترويجية لمتعاملي الهاتف النقال من نوع GSM.

17- مرسوم تنفيذي رقم 241\11 مؤرخ في 10 يوليو 2011 يحدد تنظيم مجلس المنافسة و سيره، ج ر ج د ش رقم 39 مؤرخ في 13 يوليو 2011.

VI. الأحكام القضائية

1. قرار المحكمة العليا في الملف رقم 36374، بتاريخ 12 مارس 1985، الصادر بالمجلة القضائية عدد 03، سنة 1994.

2. قرار المحكمة العليا في الملف رقم 75916، بتاريخ 06 سبتمبر 1992، الصادر في بالمجلة القضائية عدد 04، سنة 1993.

3. قرار المحكمة العليا في الملف رقم 88913، بتاريخ 09 مارس 1993، الصادر بالمجلة القضائية عدد 03، سنة 1993.

VII. الوثائق

النصوص القانونية

- مشروع قانون رقم 31-08 يقضي بتحديد تدابير لحماية المستهلكين، الأمانة العامة للحكومة (المطبعة الرسمية)، الرباط، 2008.

- وفاء فارس، قانون حرية الأسعار و المنافسة مع مرسومه التطبيقي، مطبعة النّجاح الجديدة، الدار البيضاء، 2008.

- مبادئ الأمم المتحدة حول حماية

المستهلك، www.Cunsumersintrnational.org

- قانون رقم 659 مؤرخ في 04 شباط 2005 يتعلق بحماية المستهلك اللبناني

ثانيا - باللغة الفرنسية

I. Ouvrages

1. **AUGUET Yvan et autres**, Droit de la consommation, édition ellipses, Paris , 2008 .
2. **AULOY Jean-Calais, STEINMEZ Frank** Droit de la consommation DALLOZ 6eme édition Paris 2000
3. **BIHL Luc** ,L'ente Commerciales, Droit Commercial, Répertoire De Droit Commercial 29 Années, Tome7, Dalloz, Paris, 2001.
4. **BOUTARD-LABARDE Marie-Chantal, CANIVET Guy**, Droit français de la concurrence ;L.G.D.J, Paris, 1994
5. **Claude CHAMPUD**, les sources du droit de la concurrence au regard du droit commercial et des autres branches du droit applicable en France, études offertes a Roger Houin, Dalloz, Sirey,
6. **DIDIER Paul, DIDIER Philippe** Droit commercial, INTRODUCTION général l'entreprise commerciale, ECONOMICA, Paris 2005
7. **GUYON Yves**, Droit des affaires, Droit commercial général et société, tome 1,7eme édition, édition Economica, paris 1992
8. **LIVET Pierre**, l'autorisation administrative préalable et les libertés publiques, librairie générale de droit et de jurisprudence, paris, 1974, p 188.
9. **WILFRID Jean Didier**, droit pénale des affaires, 4eme édition, DALLOZ, Paris 2000
10. **ZOUAIMIA Rachid**, Droit de la responsabilité disciplinaire des agents économiques exemple du secteur financier, office des publications universitaires, Algérie, 2010.

11., Droit administratif (en collaboration avec Mme Marie Christine Rouault), Berti Editions, Alger, 2009.

II. Thèses et mémoires

A. Thèses

1. **ECHARKAOUI** Abderrahmane, L'accès du consommateur au droit et à la justice en droit marocain et en droit européen, thèse pour l'obtention du doctorat, filière droit prive, option droit civil, université HASSAN 2, CASABLANCA 2008
2. **GODINOT** Henri, La concurrence déloyale ou illicite, thèse pour le doctorat en droit, faculté de droit, de Nancy, 1932
3. **PFLIEGER** Géraldine ,Consommateur, client, citoyen : l'usager dans les nouvelles régulations des services de réseaux les cas de l'eau, d'électricité ,et des télécommunications en France, thèse présentée pour l'obtention du diplôme de docteur, spécialité : URBANISME-AMENAGEMENT ,école nationale des ponts et chaussées, France, 2003

B. Mémoires

1. **AREZKI** Nabila, Contentieux de la concurrence, mémoire en vue de l' obtention du diplôme de magister en droit, option : Droit public des affaires, Faculté de droit, université ABDRAHMANE MIRA , Bejaia, 2011.
2. **BAHIRWE MUSTABUNGA** Justin, La répression de la concurrence déloyale en république démocratique du Congo : cas de la ville de BUKAVU DE 1996 EN 2006, graduat en droit, université catholique de Bukavu (UCB).Publier sur le site internet : www.memoireonline.com.
3. **HAMDOUNI** Hanane ;La protection du consommateur au Maroc mémoire pour l'obtention du diplôme des études supérieures approfondies U.F.R Droit des affaires Université Hassan 2 Casablanca 2006.
4. **MERMOILLAD** Louis, Essai sur la notion de concurrence déloyale en France et aux états unis, thèse, Université de Lyon, faculté de droit . France ; 1954

III. Articles

1. **BERGER Chantal et autres**, « Des litiges, pour quels traitements ? », Revue de la concurrence et de la consommation-droit et marché-, n° 112 , 1999 , pp 13-18 .
2. **BOSCO David**, le contentieux des clauses abusives, publié sur www.themis.u-3mrs.fr
3. **BOUAICHE Mohamed et KHELFANE Karim**, « qualité des aliments et sécurité du citoyen », revue IDARA, volume 2, ALGERIE, 2002.(55-96)
4. **CAHEN Murielle**, les clauses abusives dans les contrats informatiques, publié le ve3-DEFALQUE Lucette, la protection des consommateurs contre les pratiques commerciales déloyales, vendredi 3 septembre 2004.
5. **CLARET Helene** , « Etequetage », J.C.P , 2002, pp01-29.
6. **DAVO Helene**, « **Clauses abusive** » ,J.C.P , 1991, pp 01-20.
7. **EL HATTAB Abdelhaq**, « La protection de la partie faible dans la relation contractuelle en droit marocain », www.majalah.new.ma.
8. **FILALIB BOUCENDA.A** ,« Protection juridique du consommateur en Algérie » , Revue des sciences juridiques et administratives, numéro spécial, 2005,pp.15-26.
9. **GARDE Amandine et HARAVON Michael** , « pratiques commerciales déloyales : naissance d'un concept européen » ,
10. **GUINCHARD Serge**, « Responsabilité des associations de consommateurs » ,J.C.P , 1996 , pp.01-10.
11. **KAHLOULA .M et MEKAMCHA .G** , « La protection du consommateur en droit Algérien », revue IDARA, volume 6,n°01, ALGERIE 1996 ,pp 31-63.
12. **LE TAVERNIER Brigitte**, « La protection du consommateur en Australie » ,Revue de la concurrence et de la consommation-droit et marché- , n° 112,1999 , pp23-25 .
13. **LETAVERNIER Brigitte**, « La protection du consommateur au japon » ,Revue de la concurrence et de la consommation , n° 102, Mars, AVRIL 1998, pp .13-16.
14. **LIGER Monique**, « La notion de non professionnel ou consommateur ? » , Revue de concurrence te de la consommation, n° 104, Janvier, février, 1999, pp.19-21.
15. **MARTIN Raymond**, “ Procédures judiciaires civiles de règlement des litiges de consommation” ,J.C.P , 1994 , pp01-20.
16. **MEKAOUI Adem**, «L'application des règles de concurrence dans l'accord d'association entre le royaume du Maroc et l'Union européenne » , RVUE MAROCAINE de droit et d'économie du développement, n° 49, CASA 8-**ELBACHA Farid** , « La loi sur la liberté des prix et la concurrence un

régulateur des mécanismes du marché », RVUE MAROCAINE de droit et d'économie du développement, n°49, CASABLANCA ,2004.

17. **PAISANT Gilles**, « Moyens d'action des consommateurs et reposte des professionnels », J.C.P.,1993 ,pp .01-05.

18. **PENARD** Thierry, « L' accès au marche dans les industries de réseau : enjeux concurrentiels et réglementaires», Revue internationale de droit économique, n°2-3, 2002 , pp 406-425.

19. **RAUD** Nicolas, « L'application de la sanction en matière de pratiques anticoncurrentielles », La semaine juridique-entreprise et affaires-, n° 39,2010, pp.03-05 .

20. **RAYMOND** Guy , « Publicité et protection du consommateur », J.C.P., 2005 , pp.01-15 .

21. **ROUGEAUX** Matine, « La protection des consommateurs en matière téléphonie », Revue de concurrence te de la consommation, n° 107 ,pp .35-40.

22. **SAHRI** Fadila, La protection juridique du consommateur contre les clauses abusives à travers la loi 04/02 du23/06/2004 et le décret exécutif 06/306 du 10/09/2006,

23. **ZENNAKI** Dalila, « Les aspects controversent du droit algérien de la consommation par rapport au droit civil »,Revue des sciences juridiques et administratives, numéro spécial, 2005,pp .05-14

IV. DOCUMENTS

- **Textes juridiques**

-Code de commerce français, www.légifrance.gouv.fr

- Code de protection du consommateur français ,www.légifrance.gouv.fr

- **La jurisprudence**

Arrêt n°03-80563 , du 30 janvier 2004, sur les ventes en soldes (revue de la concurrence et de la consommation, n°140, Paris, 2004.

الفهرس.

- إهداء. 3
- شكر خاص. 4
- قائمة بأهمّ المختصرات 5
- مقدمة 1
- الفصل الأول: مضمون فكرة حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك 7
- المبحث الأول: مفهوم حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك 9
- المطلب الأول: تعريف أطراف عقد الاستهلاك 10
- الفرع الأول: تعريف المستهلك 10
- أولاً-التعريف الفقهي للمستهلك 11
1. الإتجاه الموسّع لمفهوم المستهلك 11
- أ. المهنيون الخارجين عن إطار تخصصهم 12
- ب. الموقّرون (المدخّرون) 13
- ج. المستعملون للمرافق العامة 13
2. الإتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك 16
- أ. أن يكون من الأشخاص الذين يكتسبون أو يستعملون السلّع أو الخدمات 18
- ب- أن يتعلّق محلّ العقد بالسلّع أو الخدمات 18
- ج- أن يكون الاقتناء لغرض غير مهني 19
- ثانياً- موقف المشرّع الجزائري من تعريف المستهلك 20

- 22..... الفرع الثاني: تعريف المهني
- 23..... أولاً- تعريف الفقه للمهني
- 25..... ثانيا- موقف المشرّع الجزائري
- المطلب الثاني: تعريف حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك وتطورها التاريخي
- 27.....
- الفرع الأول: معنى حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك وموقف المشرّع الجزائري
- 27.....
- 27..... أولاً- التعريف بحماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك
- 27..... 1-الحماية
- 28..... كما تعني كلمة حماية عملية توفير الأمان لشخص أو شيء من كل خطر
- 31..... ثانيا-موقف المشرّع الجزائري
- 34..... الفرع الثاني: تطوّر مفهوم حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك
- 34..... أولاً- تكريس حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك في العصر القديم
- 36..... ثانيا- تكريس حماية المصلحة الإقتصادية للمستهلك حديثاً
- 41..... المبحث الثاني: نماذج للممارسات الماسّة بالمصلحة الإقتصادية للمستهلك
- 43..... المطلب الأول: الممارسات التّعسفية
- 43..... الفرع الأول: الممارسات التّعسفية المتعلقة بالأسعار
- 43..... أولاً-الرفع المفرط في الأسعار
- 44..... 1. إحتكار المهني للمنتوج
- 45..... 2. إخفاء المخزون:

3. الإتفاق المحظور بين الأعوان الاقتصاديين46
- ثانيا- خفض الأسعار بشكل تعسفي.....48
1. إعادة البيع بالخسارة (La revente à perte)48
2. البيع بأسعار مخفضة تعسفيًا50
- أ. أن يكون البيع أقلّ من التكاليف المختلفة51
- ب. أن يوجّه البيع للمستهلك52
- ج. أن تكون الممارسة تهدف الى المساس بالمنافسة54
- ثالثا- تزييف أسعار تكلفة المنتجات53
- الفرع الثاني: الممارسات التعسفية الخاصة بشروط البيع54
- أولاً- البيع المتلازم (المشروط).....54
- ثانيا- رفض البيع أو تقديم الخدمة56
- المطلب الثاني: الممارسات الإغرائية.....58
- الفرع الأوّل: البيع بالمكافأة (La vente avec prime)59
- الفرع الثاني: البيع بالتخفيض (التنزيلات)61
- الفرع الثالث: البيع الترويجي65
- الفصل الثاني: آليات حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك69
- المبحث الأوّل: الآليات الوقائية لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك71
- المطلب الأوّل: تكريس مبدأ إعلام المستهلك72
- الفرع الأوّل: مفهوم الإعلام.....72

- 73.....أولاً- تعريف الإعلام
- 74.....ثانياً- تمييز الإعلام عن غيره من المصطلحات المشابهة
- 74.....1. الإشهار
- 74.....2. الترويج
- 75.....الفرع الثاني: الأشخاص المخول لها إعلام المستهلك
- 75.....أولاً-إعلام المستهلك من قبل المهني
- 76.....1-إعلام المستهلك بمميزات المنتج
- 76.....أ-الوسم Étiquetage
- 78.....ب-التغليف
- 78.....2-إلتزام المهني إعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات
- 79.....أ-العلامات Marquage
- 79.....ب-المعلقات L' affichage
- 80.....ج- كلّ الوسائل المناسبة
- 80.....3. الإعلام بشروط البيع
- 82.....ثانياً-جمعيات حماية المستهلك
- 83.....1. وسائل الإعلام العامة
- 84.....2-التّشريات المتخصصة
- 85.....المطلب الثاني: الرقابة الوقائية للسّوق
- 86.....الفرع الأوّل: مفهوم الرقابة

86.....	أولاً- تعريف الرقابة
86.....	ثانيا- أنواع الرقابة
86.....	1-الرقابة السابقة
87.....	2-الرقابة اللاحقة
87.....	3-الرقابة المستمرة
87.....	الفرع الثاني: الهيئات المكلفة بالرقابة
88.....	أولاً- على المستوى المركزي.
88.....	1-الهيئات المركزية المتخصصة.
88.....	أ-المجلس الوطني لحماية المستهلكين
89.....	ب_ المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم.
89.....	ج-شبكة مخابر التجارب و تحاليل النوعية
90.....	2- الهيئات المركزية ذات الإختصاص العام.
90.....	أ.وزارة التجارة
91.....	ب- المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش
92.....	ثانيا- على المستوى المحلي
92.....	1-الهيئات المحلية المتخصصة
92.....	أ-جمعيات حماية المستهلك
93.....	ب_ المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية
94.....	2- الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام

94.....	أ-الوالي.....
94.....	ب . رئيس المجلس الشعبي البلدي.....
95.....	ثالثا- السلطات الإدارية المستقلة.....
95.....	1. مجلس المنافسة.....
96.....	أ_ الإستشارة الوجوبية.....
97.....	ب_ الإستشارة الإختيارية.....
97.....	2.سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (I'ARPT).....
97.....	الفرع الثالث: المهام الموكلة لأجهزة الرقابة.....
10397	أولاً- مراقبة النوعية و قمع الغش
98.....	ثانيا- مراقبة الممارسات التجارية.....
99.....	1.مبدأ حرية الأسعار.....
100.....	2.نظام الأسعار المقتنة.....
107	المبحث الثاني: الاليات الردعية لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك
108.....	المطلب الأول: ممارسة الردع عن طريق الاجهزة غير القضائية.....
103.....	الفرع الأول: الاجهزة الادارية.....
103.....	أولاً- الهيئات الإدارية التقليدية.....
104.....	1.فرض غرامة مالية.....
104.....	أ-الغرامة المحددة.....
105.....	ب-الغرامة النسبية.....

105.....	2.اتخاذ تدابير تحفظية.....
105.....	أ. التدابير التحفظية المرتبطة بالمنتوج.....
107.....	ب . التدابير المرتبطة بالمساح بشفاية الممارسات التجارية.....
112.....	ثانيا- الهيئات الإدارية المستقلة.....
112.....	1.اتخاذ الأوامر .
113.....	أ. الطابع السلبي للأوامر.....
113.....	ب . الطابع الإيجابي للأوامر.....
113.....	2.العقوبات المالية.....
115.....	الفرع الثاني: جمعيات حماية المستهلك.....
115.....	أولاً- الدعاية المضادة (Contre-publicité).....
116.....	ثانيا- حث المستهلكين على المقاطعة.....
117.....	ثالثا- حث المستهلكين على عدم الدفع.....
117.....	رابعا- إخطار مجلس المنافسة.....
124.....	المطلب الثاني: ممارسة الردع عن طريق المؤسسة القضائية.....
124.....	الفرع الأول: مسؤولية المهني عند مساحه بالمصلحة الاقتصادية للمستهلك.....
124.....	أولاً- المسؤولية المدنية.....
126.....	ثانيا- المسؤولية الجزائية.....
127.....	1. صور الجرائم الماسة بالمصلحة الاقتصادية المستهلك.....
127.....	أ. جريمة غش المستهلك.....

- ب . جريمة خداع المستهلك . 128.....
- ج . جريمة المضاربة غير المشروعة. 130.....
- 2-العقوبة المقررة لكل من جريمة الغش، الخداع، والمضاربة غير المشروعة: ... 132
- أ. العقوبة المقررة لجريمة الغش: 132.....
- ب . العقوبة المقررة لجريمة الخداع: 132.....
- ج- عقوبة جريمة المضاربة غير المشروعة: 133.....
- الفرع الثاني: الدعاوى القضائية الممكن رفعها لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك:..... 134
- أولاً: الدعاوى القضائية المرفوعة من طرف المستهلك بصفة منفردة..... 134
- 1.رفع المستهلك للدعوى المدنية الأصلية. 134.....
- 2.رفع المستهلك للدعوى المدنية بالتبعية للدعوى العمومية..... 134
- ثانياً-الدعاوى القضائية المرفوعة من طرف جمعيات حماية المستهلك 135
- 1.شروط اكتساب جمعيات حماية المستهلك حق التمثول أمام القضاء..... 135
- أ. تأسيس الجمعية قانوناً..... 136
- ب - صفة الجمعية للتمثيل أمام القضاء. 137.....
- 2.مختلف الدعاوى الممكن رفعها من طرف جمعيات حماية المستهلك:..... 138
- أ. الدعوى المرفوعة من طرف جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين: 138
- ب- انضمام جمعيات حماية المستهلك إلى الدعاوى المرفوعة مسبقاً من قبل المستهلك..... 140

ج- الدعوى المرفوعة للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين:...	140
ثالثا- تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة.	141
خاتمة	143
قائمة المراجع.....	169
الفهرس.	17

ملخص المذكرة

يعتبر المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية مع المهني ,كون انه يكون في كثير من الأحيان عرضة لمجموعة من الممارسات التي تضر مصالحه و بالأخص مصلحته الاقتصادية(الفصل الأول).

الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى تبني آليات قانونية سواء كانت ذات صبغة وقائية أو ردعية من اجل الحد من الضرر الذي يتعرض له(الفصل الثاني).

Dans sa relation contractuelle avec les professionnels ;le consommateur se montre souvent en position de faiblesse ; qui j'explique pratique qui lui porte atteintes ; notamment dans son intérêt économique.

Pour remédier à cette situation ;le législateur algérien adopte une série de mécanismes aussi bien préventifs que répressifs.