وزارة التعليـم العالـي والبحـث العلمـي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم : القانون العام

المرجع: .....

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

الضبط الإداري كإلية لحماية المستهلك

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

الشعبة: الحقوق

التخصص: القانون الإداري

من إعداد الطالبة :
حياة نفوسي عيسو

تحت إشراف الدكتور :
يحي عبد الحميد

أعضاء لجنة المناقشة

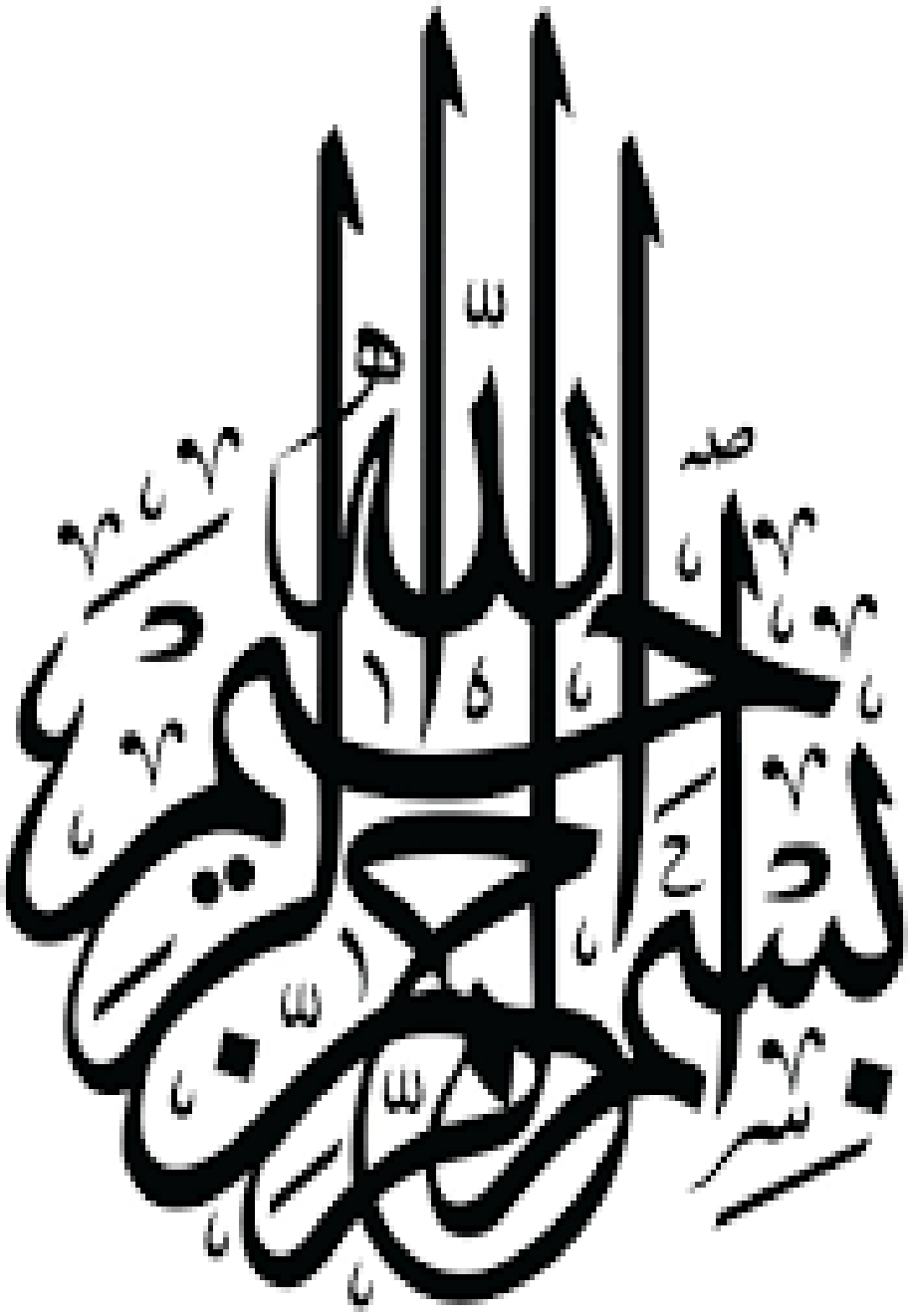
الأستاذ.....درعي العربي .....رئيسا

الدكتور ..... يحي عبد الحميد.....مشرفا مقررا

الأستاذ..... بن عبو عفيف .....مناقشا

السنة الجامعية: 2022/2021

نوقشت يوم:**.2022/.06/.28**


بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى أعز ما يملك الإنسان في هذه الدنيا إلى ثمرة نجاحي إلى من أوصى بهما الله سبحانه وتعالى :

" وبالوالدين إحسانا "

إلى الشمعة التي تحترق من أجل أن تضئ أيامي إلى من ذاقت مرارة الحياة وحلوها، إلى قرة عيني وسبب نجاحي وتوفيقي في دراستي إلى

"أمي "

أطال الله في عمرها

إلى الذي أحسن تربيتي وتعليمي وكان مصدر عوني ونور قلبي وجلاء حزني ورمز عطائي ووجهني نحو الصلاح والفلاح إلى

""أبي ""

أطال الله في عمرها

إلى أخواتي وجميع أفراد عائلتي

إلى أستاذي " يحي عبد الحميد " و جميع الأساتذة الأجلاء الذين أضاءوا طريقي بالعلم

وإلى كل أصدقاء الدراسة و العمل ومن كانوا برفقتي أثناء إنجاز هذا البحث إلي كل هؤلاء وغيرهم ممن تجاوزهم قلمي ولن يتجاوزهم قلبي أهدي ثمرة جهدي المتواضع

شكر وتقدير

- الحمد لله على توفيقه وإحسانه، والحمد لله على فضله وإنعامه، والحمد لله على جوده وإكرامه، الحمد لله حمدا يوافي نعمه ويكافئ مزيده

أشكر الله عز وجل الذي أمدني بعونه ووهبني من فضله ومكنني من إنجاز هذا العمل ولا يسعني إلا أن أتقدم بشكري الجزيل إلى كل من ساهم في تكويني وأخص بالذكر أستاذي الفاضل **" يحي عبد الحميد "**

الذي تكرم بإشرافه على هذه المذكرة ولم يبخل علي بنصائحه الموجهة لخدمتي

فكان لي نعم الموجه والمرشد

كما لا يفوتني ان أشكر أعضاء لجنة المناقشة المحترمين الذين تشرفت لمعرفتهم وتقييمهم لمجهوداتي

كما أشكر كل من قدم لي يد العون والمساعدة ماديا أو معنويا من قريب أو بعيد

إلى كل هؤلاء أتوجه بعظيم الامتنان وجزيل الشكر المشفع بأصدق الدعوات .

مقدمة

مقدمة:

أصبحت حماية المستهلك محل اهتمام التشريعات في الدول نظرا لأهميتها، وهذا لما يشهده السوق من منتجات جديدة في كل وقت واتساع نطاقه، و في ظل الانفتاح الاقتصادي وتحرير السوق شهد وصول السلع ومنتجات يجهل مصدرها ومحتواها، وتتصف بالرداءة في الجودة، مما يهدد سلامة المستهلك خاصة مع عدم استقرار الأسعار نتيجة التلاعب والطرق الاحتيالية التي يلجأ إليها المضاربون، وكل هذا يؤثر على المستهلك.

إن الشغل الشاغل للمنتجين هو جلب المستهلك بمختلف طرق الإعلام عن طريق الانترنت، الإشهار والمطبوعات الإعلانية ...، لأجل المنافسة لكن في بعض الحالات يتم تضليل المستهلك وعدم إعلام المستهلك بجودة وأصالة المنتج، ولضبط ذلك وجب إيجاد حماية للمستهلك، والعمل على تنظيم السوق وإخضاع المنتج للمواصفات وإشراك أكثر من جهة بهدف حماية المستهلك من جمعيات ومراقبين، وجاء في المادة السادسة من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد للاستهلاك أن يسهر على احترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين ولاماكن ومحلات التصنيع أو معالجة أو تحويل أو تخزين، وكذا وسائل نقل هذه المواد وعدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كميائية أو فيزيائية[1].

وتعد الحماية الإدارية للمستهلك وقائية وفي حالات أخرى تكون علاجية ويكمن هذا الدور من خلال تمتع سلطة الإدارة بتسهيل منح الرخص للمحلات التجارية وتنظيم السوق ومراقبة الجودة، ويعد العمل الإداري احد الوسائل التي تستطيع بها الإدارة التدخل في نشاط الأفراد وتقييده من خلال سلطة الضبط الإداري.

[1]- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، عدد الجريدة الرسمية 15

ومن جهة أخرى فان اعتناق الرأسمالية واعتماد السوق الحرة سمح لأي كان بعرض ما شاء في السوق، ويبقى على المشتري تمييز ما هو صالح وما هو غير ذلك، وقد يلجأ الكثير من المتدخلين – تحت وقع المنافسة– إلى شتى الطرق التي تمكنهم من الوصول إلى الربح السهل والسريع، دون مراعاة القواعد الأخلاقية والقانونية، أضف إلى ذلك أن أصحاب المشروعات التجارية الكبرى والمنتجين قد لا يتحرجون في اللجوء إلى الدعاية والإعلان المضلل (الكاذب)، وذلك من اجل ترويج منتجاتهم وإخفاء عيوبها.

واستجابة لمتطلبات الفترة الراهنة بالتوجه إلى اقتصاد السوق وتحرير المبادلات التجارية، أدى الى تنوع العرض وكثرته تنافس التجار والمنتجين خاصة مع أساليب تسويقها وذلك لأنهم أصبحوا لا يترددون في استعمال ممارسات منافية للقانون والأخلاق و استعمال مناورات وطرق غير شرعية للوصول إلى جيوب المستهلك، ولكون المستهلك غالبا ما نفتقد للخبرة التقنية والفنية التي تؤهله لإدراك ما يقبل عليه من تعاملات وما يقتنيه من سلع وخدمات على النحو المطلوب ومدي مطابقتها للمواصفات القانونية والتنظيمية وكل هذا الي قيام معادلة استهلاكية غير متوازية أمام طرق قوي وهو المنتج والآخر ضعيف و هو المستهلك ، لهذا بات من اللازم إعادة التوزان في علاقات المستهلكين بالمنتجين والموزعين وتوفير حماية فعالة للمستهلك.

–وذلك طبعا لا يتحقق إلا بتنفيذ توجيهات عامة تشارك فيها الدولة بمختلف مؤسساتها من خلال توفير الهياكل الأساسية المختصة، وهنا يظهر جليا الموقف الإيجابي للمجتمع المدني ممثلا في جمعيات حماية المستهلك لما لهذه الأخيرة من دور في تحقيق من وطأة هذه التحديات.

–فالحركة الجمعوية هي الإطار القانوني الذي يمكن للمواطن في المشاركة في تسير شؤ ونه العامة لأجل تحقيق مصالحه وأغراضه المختلفة كما أنها تعد قاطرة أساسية لتحقيق الأهداف

التنموية بحكم أن عملها يحتل مكانة مهمة في تأطير العديد من الفئات الاجتماعية كما تشكل حلقة ربط لتوعية الرأي العام بالأخطار التي تواجه المستهلك والأضرار المترتبة عنها فهي تهدف أساسا إلى حماية المستهلك والدفاع عنه ضد كل فعل يضر بمصالحه المادية والمعنوية وبذلك يكون نشاطها مكملا لعمل الجهات الرسمية من خلال تنشيط جهودها فقد صدر أول نص قانون متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، فكان أساس إرادة المشرع من خلال هذا القانون حماية المستهلك ومن ورائه حماية الاقتصاد الوطني، وذلك بموجب القانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989، والمتعلق بالقواعد العامة الحماية المستهلك، والذي حدد الخطوط العريضة وأطر حقوق المستهلك في قانون مستقل، تبعته مجموعة من المراسيم التنفيذية والقرارات تنظم كل محال له صلة بحماية المستهلك ورعاية حقوقه ثملت (وسم السلع الغذائية، الضمان، المطابقة، ... الخ).

وساير المشرع الجزائري التغير الكبير والسريع الذي تشهده الساحة الاقتصادية خاصة في مجال التجارة وما يصاحبه من ظهور مخاطر جديدة لم تكن من قبل عدد فئة المستهلكين، فكان تفطن المشرع في محله حيث جاء القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009، والذي بموجبه ألغى أحكام القانون السابق والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، هذا القانون الجديد هو موضوع دراستنا في هذا البحث الذي سيتعرض له بالتفصيل سواء من حيث قواعد حماية المستهلك أو الآليات ووسائل حمايته الوقائية منها والردعية ومدى نجاعتها.

حيث يدور المحور الرئيسي لهذا الموضوع حول الحماية التي خص بها المشرع الجزائري المستهلك من خلال القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.[2]

وجاء اختيار هذا الموضوع نظرا لكون موضوع حماية المستهلك حديث نسبيا ومتطور باستمرار نظرا لتغير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك في تغير دائم

[2]- المادة 01 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فبراير 2009 .

وتفطن المشرع إلى ضرورة مواكبتها بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل، كذلك حساسية الموضوع وقلة الدراسات في هذا المجال، حيث أن القانون الجديد لم يعني بالدراسة الكافية من طرف الباحثين رغم كونه جاء باليات وقائية وردعية أكثر صرامة الحماية المستهلك في مواجهة المتدخل.

كما أن أهمية الموضوع في ظل ما يشهده من حيوية تشريعية محلية ودولية، وما يكتسبه من طابع تقني يستدعي الوقوف على مدى نجاعته وتحقيقه لحماية حقيقية المستهلك وهو هدف المشرع من هذا القانون. .

نظرا لحداثة موضوع أليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري واجهت بعض الصعوبات في المراجع القانونية لاسيما الكتب أثناء إعداد هذا الموضوع. إن حماية صحة وسلامة المستهلك من جميع ما قد لحق به من مخاطر يعتبر احد مهام ومسؤولية الدولة الحديثة، من خلال سن التشريعات والقوانين من جهة وتطبيقها على ارض الواقع ومن جهة أخرى أجهزة الرقابة ، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم09-03 جاء لتحقيق هذه الغاية من خلال وضعه لتقنينات رقابية ووقائية وردعية، وفي هذا السياق تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذا البحث في إيجاد القواعد والآليات القانونية ، الوقائية والردعية لحماية المستهلك، وما هي الالتزامات المنفذة للحماية في ظل القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش؟ ، وعليه يمكن طرح الإشكالية الآتية :

- **إشكالية البحث** : إن الإشكالية الرئيسية التي نود معالجتها في هذا البحث تتمحور حول التساؤل الرئيسي التالي :

ماهي الآليات التي يمكن تفعيلها في ما سلطة الضبط الإداري في حماية المستهلك ؟

او تتفرع عن هذه الإشكالية جملة من التساؤلات التالية:

- ماهي سلطة الضبط الإداري في حماية المستهلك؟

– ها يمكن ان تكون علاقة الضبط الإداري وسلطاته في حماية المستهلك

وفي كل الأحوال فإن موضوع حماية المستهلك أكتسب أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة برز مع وجود الضعف الإداري وانتشار ظاهرة الفساد في معظم دول العالم الذي أدهى إلى خداع المستهلكين وتجهيزهم بسلع غير مطابقة للمواصفات أو ذات أسعار غير متناسبة في ظل استخدام وسائل الإعلام المتطورة في عملية الخداع والتضليل عبر الدعاية والإعلان خاصة وأن "المستهلك يمثّل الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، بالإضافة إلى أن الرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتحين ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة للإثراء السريع باستخدام وسائل الغش والخداع المختل

ومن هنا إن يمكن دارسة موضوع حماية المستهلك في ظل القانون رقم09–03 ومدى فعالية هذه الحماية على أرض الواقع يقتضي إتباع المنهج التحليلي والذي يقوم على جمع المعلومات والنصوص القانونية والأراء الفقهية ووضعها تحت مجهر النقد، لأن دراسة هذه النصوص يتطلب تحليلها وتمحيصها للوقوف على آليات الحماية التي أقرها المشرع[3].

وقد اخذ المشرع الجزائري بهذا الالتزام وكرسه في الأول بنص المادة02 من قانون 89–02 الصادر في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حيث فرضت أن تتوفر المنتوجات على كل الضمانات ضد كل المخاطر التي من شانها أن تمس صحة المستهلك وأمنه وتضر بمصالحه المادية، وأهم ما يلاحظ على هذا النص، وحتى النص الفرنسي الذي سبقه أنه لم يشر إلى فكرة العقد، وهو ما يؤكد أن الالتزام بالأمن والسلامة يقا على كل محترف يضع المنتوج أو الخدمة في السوق، وبذا لم يعد الالتزام بالسلامة حبيس الإطار التعاقدي الذي نشأ فيه.

[3]– احمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للبشر، الإسكندرية، الطبعة 2005، ص 22.

وإذا كان المشرع الفرنسي قد جعل الالتزام بالسلامة عاما لكل شخص، فان المشرع الجزائري قد قصره على المستهلك في حين أن هذا الالتزام من حق كل شخص عرضة للضرر الناتج عن المنتوجات أو الخدمات الموجودة في السوق، ونقصد بالأشخاص المستهلكين بالدرجة الأولى والمهنيين وكذا الغير، ومن بين الانتقادات التي وجهت لنص المادة 02 من قانون89-02 والذي أقر بمبدأ الالتزام بالسلامة، أنه ألزم أن تتوفر المنتوجات على كل الضمانات ضد كل المخاطر دون التفرقة بين الأخطار بطبيعتها وتلك الناتجة عن عيب في المنتوج هذه الانتقادات جعلت البعض ينادي بضرورة تدارك النص وتقييده بقيد المشروعية والمعقولية حفاظا على المحترف وصونا للمستهلك[4] .

وهو ما استجاب له المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 حيث نص في مادته الثالثة على مفهوم الأمن والسلامة، فعرف الأول على انه "البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعينة يجد في التقليل من أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به القانون"، وعرف الثاني بأنه "الغياب الكلي أو الجزئي أو وجود في مستويات مقبولة وبدون خطر في مادة غذائية لملوثات أو سموم مغشوشة أو سموم طبيعية وأية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتوج مضر بالصحة بصفة حادة أو مزمنة"، وألزمت المادة 04 منه المتدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك باحترام إلزامية سلامة هذه المواد والعمل على ألا تضر بصحة المستهلك ، كما ألزم المشرع أن تتوفر المنتوجات على الأمن وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه المادية، وذلك بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها في إطار الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى التي يمكن توقعها من قبل المتدخل[5].

تم تقسيم الدراسة إلى فصلين :

[4]- القانون رقم89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المادة 02 .

[5]- المادة 04 من قانون09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

الفصل الأول بعنوان **إطار المفاهيمي لسلطات الضبط الإداري في حماية المستهلك** حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان ماهية سلطات الضبط الاداري وحماية المستهلك ، وفي المبحث الثاني إلى دور الهيئات الادارية في حماية المستهلك

أما الفصل الثاني سنتطرق فيه **الوسائل القانونية للتنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك** في المبحث الأول سنتطرق مجالات التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك ، وفي المبحث الثاني سنتطرق إلى إقرار مسؤولية المتدخل عن ضمان سلامة المستهلك

وفي الأخير أنهينا هذا البحث بخاتمة تتضمن مجموعة من النتائج والتوصيات التي توصلنا لها من خلال هذه الدراسة.

الفصل الأول

إطار المفاهيمي لسلطات الضبط الإداري في حماية المستهلك

من خلال إخلال المتدخل بالتزامه اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف، بعرض مصالحه للخطر وقد تلحقه أضرار نتيجة لذلك، ومن اجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك.

إذ لابد من وجود أجهزة قوية وفعالة وبدونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق ويفتقد الآلية ردع المخالفين له من المتدخلين وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص من خلال منحها سلطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية ويقصد بالرقابة خضوع شيء معين بذاته الرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون وذلك للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المقررة قانونا.

تدخل السلطة الإدارية المختصة في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل الإنتاج حيث تقوم بتحريات لرقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات القانونية الخاصة بها. وتشمل رقابة الدولة أيضا، مدى تنفيذ المتدخل كافة الالتزامات الملقاة على عاتقه، لاسيما تلك المتعلقة بالإعلام عن طريق الوسم، وبصفة عامة مطابقة لكل المواصفات التي تحقق الرغبة المشروعة للمستهلكين[1].

ومن هذه الأجهزة نجد الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك، وسنتناول كل ذلك من خلال مبحثين رئيسيين.

[1]– صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، جامعة قسنطينة،2013 – 2014، ص 96

المبحث الأول : ماهية سلطات الضبط الإداري وحماية المستهلك

تعتبر سلطات الضبط الإداري في حماية المستهلك وهي المسؤولة عن حماية المستهلك ضامنة إنشاء السلطات الإدارية المستقلة جاء نتيجة لتطور الدولة من دولة مسير كما أن اقتصاد السوق يفرض ذلك لضمان احترام مبادئه ، هذا و تتفق معظم الكتابات الفقهية على أن استخدام السلطات الضبط الإداري في الحماية المستهلك الممارسة الضبط في المجال الاقتصادي بسبب الرغبة في تحديث وعصرنة تدخل السلطة العامة وإقامة إطار مؤسساتي ينسجم مع مرونة السوق[1].

والنظام العام في كامل التراب الوطني، وهذه المسؤولية تقابلها سلطة الدولة في تقييد وذلك بالقدر الكافي لتحقيق هذه الحماية.

حيث أن سلطات الضبط الإدارية المسؤولة عن المحافظة على الاقتصاد العام والمختصة بممارسة سلطات الضبط الإداري في الدولة هي هيئات محددة قانونا.

ويقصد بهذه الهيئات الأشخاص والجهات المختصة بإصدار واستخدام وسائل الضبط الإداري، ويتنوع الضبط الإداري إلى ضبط إداري قومي، أي يشمل نطاق اختصاصه إقليم الدولة كله، وضبط إداري محلي ينحصر اختصاصه في جزء معين من إقليم الدولة كالمحافظة أو المدينة.

المطلب الأول : مفهوم سلطات الضبط الاداري

يعرف الضبط الاداري لغة : هو عبارة مستمدة من كلمة ضبط يضبط ضبطا ، أي بمعنى لزمه وقهره وقوي عليه ، وحبسه ، فالضبط لغة تعني حبس الشيء ، ويقابلها بالفرنسية كلمة police التي تعني ما لان وإستكان ، وما لانت آدابه وأخلاقه وهي مستمدة من كلمة poli أو police، كما أن للضبط معنى واسع في اللغة القانونية القديمة ، حيث كان يعني كل

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق ، ص 100

إجراء تتخذه الدولة لأجل تحقيق أهداف المجتمع السياسي ، وبذلك فالبوليس معناه التنظيم ، والدولة المنظمة يطلق عليها الدولة المنضبطةl'état police ، وقد ترجم المشرع الجزائري هذه الكلمة بكلمة شرطة ، والشرطة لغة مستمدة من كلمة "شرط" بفتح الراء ، أي علم أو وضع علامة على الشيء، والشرطة أبتكرت في العصر العباسي حيث أسست الدولة أنداك هيئة مكلفة بحفظ النظام والأمن في الأسواق والأماكن العمومية ، وكان رجال هذه الهيئة يحملون شارات أو علامات في أدرعهم تميزهم عن باقي المواطنين العاديين ، وبعد تطور الدولة أصبح هؤلاء المكلفين بحفظ النظام يحملون لباسا أو بدلات خاصة بهم ، ويطلق عليهم آنذاك الضابط أو الضبطية لكن للضبط الإداري معنى أضيق وهو مجموع الأنشطة الإدارية التي تقوم بها الإدارة .

الفرع الأول : معايير سلطات الضبط الاداري

تختلف تعريفات سلطات الضبط الإداري ، وتتعدد من زوايا اخرى غير أن الفقه ركز كثيرا على معيارين للتعريف بالضبط ، و هما المعيار العضوي و المعيار الموضوعي :

1- المعيار العضوي (الشكلي) :

- يعني الضبط الإداري أنه مجموعة الأجهزة و الهيئات التي تتولى القيام بالتصرفات والإجراءات التي تهدف إلى المحافظة على النظام العام ، و يجرى الحديث حينئذ عن الهيئات التي تتكفل بعملية الضبط ، و عن أعوان الضبط و الأشخاص المكلفين بتنفيد الأنظمة و حفظ النظام .[1]

2- المعيار الموضوعي (المادي):

- من منطلق هذا المعيار يمكن تعريف الضبط الإداري على أنه مجموعة الإجراءات و التدابير التي تقوم بها الهيئات العامة حفاظا على النظام العام ، أو أن الضبط يكمن في إحدى نشاطات

[1]- أحمد محيو محاضرات في المؤسسات الادارية ، ط2، دار المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1979 ، ص398.

السلطات الإدارية و هذا المعنى هو الأهم في القانون الإداري، و يمثل هذا النشاط مجموع التدخلات التي تجسد في شكل تنظيمات تهدف من جهة إلى رفع القيود على حرية الأفراد لممارستهم لبعض النشاطات ، و من جهة أخرى إلى حماية النظام العمومي [1]

الفرع الثاني : المبادئ التي تقوم عليها سلطات الضبط في حماية المستهلك

إذ سلطات الضبط المستقلة تعمل على حماية المستهلك وذلك من خالل مراقبة السوق، ففي مجال البريد والمواصالت، يحدّد القانون رقم 03-2000، أنّ سلطة الضبط تتأكّد من وجود خدمات ذات نوعية في ظروف موضوعية وشفافة وبدون تمييز في مناخ تنافس وفي إطار منافسة مشروعة ما بين أألعوان في السوق، وكذلك احترام التشريع والتنظيم المطبق في هذا ترتكز سلطات الضبط على مجموعة من المبادئ وضمن احترامها فعالية و استمرارية هذه السلطات و هي تتنوع في كونها إما مبادئ تقليدية أي تخضع لقواعد العامة كمبدأ لشفافية ومبدأ المساءلة في حين أن المبادئ الأخرى هي خاصة بالضبط كوظيفة جديدة نوردها على النحو التالي [2]:

أولا : مبدأ الشفافية

رغم تأكيد الفقه على أن تكون الشفافية الأداة القانونية الأولى لوظيفة الضبط فإنه ليس من السهل إيجاد تعريف قانوني دقيق لها ، لكن ومع مضمون هذا المبدأ ليس مؤكد .

فحاول جانب من الفقه تحديد ملامح هذا المفهوم من خلال الإشارة إلى نقيضه فقد يرون إلى أنه رغم عدم القدرة على إيراد تعريف دقيق و واضح للشفافية، معظم الفقهاء ينظر اليه من كونه أحد المبادئ الأساسية الواجب احترامها مبدأ قانونى يستمد أهميته من الشفافية باعتبارها ا أثناء ممارسة وظيفة الضبط .

[1]- أحمد محيو المرجع السابق، ص 399.

[2]- عمار بوضياف ، الوجيز في القانون الاداري ، دار جسور ، الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2007 ، ص89

يستهدف مبدأ الشفافية حماية كل الأطراف التي يمكن أن يمس النشاط الخاضع للضبط وإنما مصالحها فالمبدأ لا ينطبق فقط على العلاقات بين سلطات الضبط والمشاريع الخاضعة لها وا ينطبق أيضا على المستهلكين المستفيدين من الخدمات ، ولمبدأ الشفافية أوجه متعددة تظهر في المراحل المختلفة التي يتميز بها النشاط فمثلا في المرحلة السابقة لاتخاذ القرار يجب أن تكون القواعد التي تحكم اتخاذ القرار منسجمة بالشرعية سواء في شقها الموضوعي أو الإجرائي.

و بالإضافة إلى ذلك فإن إعمال مبدأ الشفافية يستدعي:

- تبسيط إجراءات الحصول على الخدمات التي تقدمها سلطات الضبط

- حرية الوصول إلى المعلومات لا سيما ما يتعلق منها بالجانب المالي.

إن مبدأ الشفافية كرسه المشرع الجزائري بمقتضى المادة 129 من القانون 02-01 المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز عبر القنوات و التي جاء فيها : " يمارس أعضاء اللجنة المديرة و أعوان لجنة الضبط وظائفهم بكل شفافية " هذا و لقد جاء بخصوص اللجنة ما يلي : "لجنة ضبط الكهرباء والغاز هيئة مكلفة بضمان احترام[1] :

- التنظيم التقني والاقتصادي والبيئي.

- شفافية إبرام الصفقات.

- حماية المستهلكين.

- عدم التمييز بين المتعاملين.

[1]- المادة 01 من القانون 02 -01 المؤرخ في 05 فبراير 2002، المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات .

ثانيا : مبدأ إقرار المبادئ العامة للمنافسة

تعد المنافسة إحدى المبادئ الأساسية الهامة التي تتبناها الدول المتقدمة في المعاملات التجارية والصناعية فهي تعتبر بمثابة الديمقراطية الاقتصادية ، و نظرا لكونها الدعامة الأساسية للتقدم الاقتصادي ، تتجه الدول إلى وضع تشريعات مستقلة تبين الأطر التي يجب أن تتم المنافسة داخلها سواء على المستوى الجماعي أو الفردي و ذلك بهدف وضع الضمانات الكافية التي تكفل أداء المنافسة لدورها الفعال في التقدم الاقتصادي ، بدلا من أن يساء استخدامها لتحقيق أغراض شخصية تنحرف بالمنافسة عن دورها الأساسي ، فتلحق أضرارا جسيمة بالاقتصاد الوطني .[1]

وقد تقرر مبدأ حرية المنافسة الذي كرسه المشرع الفرنسي بموجب تشريع 2- 17 مارس 1791 المعروف بإسم مرسوم و قانون14-17 مارس 1791 المعروف بتشريع ألارد ، النص الذي إعتمد عليه لصياغة مباديء حرية التجارة و الصناعة، الذي قرر حرية كل شخص في ممارسة التجارة، أو مباشرة المهنة أو الفن أو الحرفة التي يراها مناسبة له وهي بهذا التعريف تعد بمثابة التطبيق العملي لمبدأ حرية التجارة والصناعة[2]، من أجل ذلك يجب على سلطات الضبط التي تمارس نشاطها في قطاع اقتصادي معين أن تكون ملزمة باحترام القواعد العامة لقانون المنافسة ومن سبيل ذلك أن تأخذ السلطات رأي السلطة العامة للمنافسة قبل اتخاذ إجراءاتها التي يحتمل أن تشكل تعارضا مع قانون المنافسة، ففي المملكة البريطانية مثلا نجد أن القواعد السارية تلزم السلطات القائمة بالضبط أن تجري تقييما لكل إجراء مقترح يتعلق بالضبط من ناحية تأثيره على المنافسة .

[1]- عمار بوضياف ، المرجع السابق ، ص 90.

[2]- سامية كسال، مداخلة تحت عنوان " مبدأ حرية التجارة و الصناعة أساس قانوني للمنافسة الحرة "، الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، المركز الجامعي بعنابة، 03 04 أفريل ،2013 ، ص05.

إن مبدأ المنافسة حظي باهتمام كبير نذكر من ذلك أن التقارير الصادرة عن الاتحاد الأوربي ومنظمة التنمية والتعاون الاقتصاديOCDE أكدت على أن إجراءات الضبط يجب أن تكون متماشية مع القانون العام للمنافسة ، نفس الموقف تبنته محكمة العدل الأوروبية ؟

هذا وقد أولى المشرع الجزائري اهتماما بخصوص هذه المسألة، حيث تنص المادة 13 من القانون رقم 2000 – 03 المؤرخ في05 أوت2000 المتعلق بالبريد والمواصلات : " تتولى سلطة الضبط السهر على وجود منافسة فعلية ومشروعة في سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية..." [1]

كما تنص المادة 11 من القانون رقم02-01 المؤرخ في: 05 فبراير 2002 والمتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات : " تقدم اللجنة في إطار المهام المنصوص التعاون مع المؤسسات المعنية من أجل إحترام المنافسة..." عليها[2].

المطلب الثاني : أنواع سلطات الضبط الإداري

تتفق وتتشابه سلطات الضبط الإداري مع أنواع أخرى من الضبط كالضبط التشريعي والضبط القضائي ، ولبيان ذلك نقارن كلا منهما على حدى ، من حيث الشبه والاختلاف يكون كالأتي:

الفرع الأول : الضبط الإداري والضبط التشريعي

يقصد بالضبط التشريعي مجموعة القوانين التي تصدرها السلكة التشريعية البرلمان" والتي تفرض قيودا وتنظيما لبعض الحريات والحقوق بغية صيانة النظام العام .

حيث إن الدستور في النظم الديمقراطية تكفل الحريات العامة فتنص على حمايتها وتحديد نطاقها وذلك لمنع انتقاص هذه الحريات إذا ترك الأمر للمشرع العادي ، وقد يترك

[1]– المادة 13 من القانون 2000 – 03 المتعلق بالبريد والمراصلات السلكية واللاسلكية .

[2]– المادة 11 من القانون 02 – 01 المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز.

الدستور أمر التنظيم للمشرع فتصدر القوانين بتنظيمه للحريات لمنع التجاوز في ممارتها لدى الأفراد بشكل يلحق الضرر بحريات الأخرين .

وهيئة الضبط الإداري تمارس سلطتها بمقتضى القوانين والتشريعات كي تتسم عملها بالمشروعية ، إلا أن ذلك لايمنع ولايحرم على سلطة الضبط من فرض قيود جديدة على حرية ما أذا اقتضى ذلك حماية النظام العام عن طريق إصدار لوائح ضبطية وحتى هذه اللوائح تمنح لسلطة الضبط بموجب القانون .[1]

ولا نقصد بذلك أن سلطة الضبط تمارس وظيفة سن التشريعات التي هي في الأصل وظيفة السلطة التشريعية، وإنما سلطة الضبط الإداري تمارس هذه الصلاحية بصفة استثنائية وفق شروط وضوابط محدودة . ونعرض فيما يلي لأوجه الشبه والاختلاف بين الضبط الاداري والضبط التشريعي:

1- أوجه الشبه :

- تتشابه مهمة الضبط الإداري والتشريعي في أن وظيفة الضبط التشريعي هي إصدار وسن القوانين عن طريق السلطة التشريعية وبيان نطاق مباشرة الأفراد لحرياتهم وكذلك الأمر للضبط الإداري فوظيفته إصدار لوائح الضبط عن طريق السلطة التنفيذية لتنظيم ممارسة الإفراد وتمتعهم بحرياتهم .

- يضع كل من الضبط التشريعي والاداري قيودا على حريات الأفراد بالرغم من اختلاف السلطة التي ترد هذه القيود .

- هدف كل من الضبط التشريعي الصادر من السلطة التشريعية والضبط الاداري الصادر من السلطة التنفيذية هو حماية النظام العام وصونها من أي انتهاك أو اخلال او اعتداء.

[1]- محمد الصغير يعلي ، القانون الاداري ، التنظيم الإداري ، دار العلوم ، الجزائر ، دون طبعة ، 2004 ص 101

2 – أوجه الاختلاف :

– السلطة التشريعية وظيفتها الأصلية هي اصدار وسن التشريعات والقوانين أما سلطات الضبط الاداري فوظيفتها الأصلية هي تنفيذ تلك القوانين وما تصدرها من قواعد عامة مجردة متمثلة بلوائح الضبط فهي تقوم بها بصفة استثنائية مستقلة عن وظيفتها الأصلية

– وفقا للهرم القانوني لايجوز للوائح الضبط الاداري الصادر عن سلطة الضبط الاداري أن تخالف قواعد ونصوص تشريعية صادرة عن السلطة التشريعية أي أن القوانين تسمو على لوائح الضبط الإداري [1].

الفرع الثاني : الضبط الاداري والضبط القضائي

بالرغم من أن هناك فارقا قانونيا بين كل من الضبط الاداري والقضائي يرجع إلى اختلاف مصدر كل منهما تأسيسا على أن الضبط الاداري تتولاه السلطة التنفيذية ممثلة في هيئاتها الإدارية وموظفيها وأن الضبط القضائي تتولاه سلطة القضاء ممثلة في محاكم وأعضاء النيابة العامة ، إلا أن هذا التمييز ليس واضحا ودقيقا من الناحية العلمية ويرجع ذلك إلى وحدة الإفراد المكلفين بكلا الضبطين فنجد في فرنسا أن السلطات المكلفة بالضبط الإداري تشترك أحيانا في ممارسة الضبط القضائي ، ومثال ذلك رئيس الشرطة والعمدة وحاكم الإقليم .

وكذلك الحال في مصر والعراق عندما تختلط الضبطان في واجبات رجال البوليس .

ويعد الضبط القضائي مكملا للضبط الإداري ، حيث إن مهمة الضبط الإداري هي منع وقوع الجرائم من خلال الإجراءات والقيود التي يفرضها على حريات وأنشطة الأفراد وذلك بهدف المحافظة على النظام العام أي أن مهمة الضبط الإداري وقائي للحيلولة والحد من وقوع الجرائم

[1]– محمد الصغير يعلي ، المرجع السابق ، ص 102

وهي إجراءات تسبق حدوث الانتهاك وأيضا قد تكون إجراءات الضبط الإداري معاصرة أو لاحقة كما في حالة حدوث شغب أو مظاهرات في الأماكن العامة [1].

والضبط القضائي يتحرك بعد وقوع الجرائم بغية التعرف على الجناة والقبض عليهم وجمع الأدلة والمعلومات التي يستلزمها التحقيق واستكمال الإجراءات ومحاكمة المتهمين وانزال العقاب المناسب أي أن وظيفة الضبط القضائي رادع وزاجر ، وبذلك يقصد بالضبط القضائي : "الإجراءات التي تتخذها السلطة الضبطية القضائية في التحري عن الجرائم بعد حدوثها ، في سبيل القبض على مرتكبي هذه الجرائم وجمع الأدلة الأزمة للتحقيق وإقامة الدعوى لمحاكمة المتهمين وإنزال العقوبة على من ثبت إدانته ".[2]

ونعرض فيما يلي لأوجه الشبه والاختلاف بين الضبط الإداري والضبط القضائي :

1 – أوجه الشبه : [3]

– يتشابه كلا الضبطين في المحافظة على النظام العام ، فالضبط الاداري عن طريق إجراءاته الوقائية والضبط القضائي عن طريق اجراءاته الرادعة ومعاقبة المخالف

والمتهم تسهمان في المحافظة على سلامة وصون النظام العام .

– على عكس الضبط التشريعي فان الضبط القضائي والاداري قد يجتمعان في شخص

واحد كرجل الشرطة كما أسلفلنا سابقا .

– يساهم كل من الضبط الاداري والقضائية في تخفيف العبء عن بعضهما بعضا ،

وذلك للصلة القوية بينهما ، ويبلغان درجة كبيرة من الأهمية في كل مجتمع منتظم .

---

[1]– طعيمة جرف القانون الاداري والمبادئ العامة في تنظيم ونشاط السلطات الادارية ، دار النهضة العربية ،1978 ص14

[2]– عبد الغني بسيوني عبد الله ، المرجع السابق ، ص 391

[3]– مازن لبلو راضي ، القانون الإداري ، مؤسسةp.i.ca للطباعة و النشر ،2009 ، ص 101 .

2 – أوجه الاختلاف :

– تتولى ممارسة الضبط القضائي السلطة القضائية "القضاة والنيابة العامة " ، في حين تتولى ممارسة سلطة الضبط الاداري السلطة التنفيذية .

– الضبط الاداري يعمل على المحافظة على النظام العام قبل وقوع أي انتهاك او تعد عليه عن طريق ما تصدره من لوائح واجراءات فردية واستعمال القوة المباشرة لمنع حدوث أي خروج على النظام العام بينما يأتي دور الضبط القضائي في مرحلة لاحقة الوقوع الانتهاك وحدوث الجريمة، وذلك للتاكد من الواقعة تعد جريمة والبحث عن المتهم والقبض عليه وجمع الأدلة واصدار الحكم بالعقاب المناسب عليه [1].

– من حيث طبيعة اعمال الضبط الاداري من القرارات والأوامر التي تصدرها سلطة الضبط الاداري يعد قرارات ادارية وبالتالي تخضع للطعن بالالغاء والتعويض امام القضاء الاداري بينما اعنال الضبط القضائي من قرارات و اوامر صادرة من سلطة الضبط القضائي تعد أعمالا قضائية وبالتالي لاتخضع للطعن بالإلغاء أو التعويض امام محاكم القضاء الاداري .

المطلب الثالث : تعريف المستهلك

إن المشرع الجزائري خلال مراحل تطوره في مجال ضمان حماية المستهلك واكب كغيره تطور حركة حماية المستهلك في العالم خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي الذي تبنته الجزائر، وصدور أول نص قانون خاص بحماية المستهلك حيث كانت هذه الحماية في ظل الاقتصاد الموجه مقتصرة على بعض المواد ضمن القانون المدني ولم يكن لمصطلح المستهلك وجود في هذه المواد بل كان مصطلح المشتري هو السائد، ونتناول بالتفصيل مفهوم المستهلك في التشريع

[1]– طعيمة جرف، القانون الاداري والمبادئ العامة في تنظيم ونشاط السلطات الادارية ، دار النهضة العربية ، 1978 ،ص15.

الجزائري في المرحلة السابقة على صدور أول قانون مستقل خاص بحماية المستهلك ثم نتناول مفهومه من خلال النصوص الجديدة.

اما الفقه القانوني حتى بداية النصف الثاني من القرن العشرين حيث كان هذا المفهوم مستعملا فقط من قبل علماء الإقتصاد، لكن تزايد استعمال المصطلح في اللغة القانونية خاصة مع بداية حركة الدفاع عن المستهلكين وبتبلور فكرة حماية المستهلكين التي انطلقت مع الولايات المتحدة ، وانتقلت بعد ذلك إلى الدول الأوروبية لتصبح اليوم ظاهرة منتشرة في الكثير من الدول مما أثار جدلا فقهيا وقضائيا حادا حول مفهومه القانوني فهناك من يضيف من مفهوم المستهلك " فقرة 1" ومن جهة أخرى هناك من يوسع من هذا المفهوم " فقرة2"[1]، كما عرفت المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في: 23 جوان 2004 "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني " .

الفرع الأول : المفهوم الضيق للمستهلك

إن هذا الإتجاه الذي يضيق مفهوم المستهلك هو السائد في الفقه والقضاء حيث يعرفه بعض أنصاره " المستهلك هو كل شخص يتعاقد بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، وبناء عليه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه "

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

- إن استعمال المشرع لعبارة "شخص يقتني" قد قصر دائرة الحماية على المقتني للمنتوج أو الخدمة فقط دون غيره فالمستعمل حسبه لا يعنى بهذه الحماية.

- اتساع نطاق تطبيق مفهوم المستهلك وقانون حماية المستهلك من حيث الموضوع مادامت كل الأموال يمكن أن تكون محلا للاستهلاك، إذا كانت لغرض الاستعمال الشخصي.

[1]- المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم08-266 مؤرخ في 19 أوت 2008.

– إن استعمال المشرع لعبارة "معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي "يعد توسعا لا مبرر له لأنها تناقض ما يليها من عبارة "لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" فلا يمكن التوفيق بين الاستعمال لأغراض استثمارية واستعمال لسد حاجات شخصية أو عائلية وإلا فقد قانون حماية المستهلك كل خصوصيته وفلسفته التي يقوم عليها.

– إن عبارة "أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" ينبغي أن تمتد إليهم الحماية لأن الاقتناء تم لفائدتهم فعقد الاستهلاك لا يقتصر على أطرافه فقط المحترف المقتني بل يمتد إلى الأشخاص الذين هم في كفالة المقتني.

من خلال هذه المادة يمكننا أن نستنتج أن المشرع الجزائري قد تبنى الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك, وذلك لكونه جعل الاستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك, مما يفيد باستبعاد المهني, ومما يؤكد هذا الرأي ما جاء به المرسوم 254 حيث نصت المادة 2 منه على أنه "يقصد بالمنتوج الاستهلاكي في / التنفيذي 97 مفهوم هذا المرسوم المنتوج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك، لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتوجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم ".

باستقراء هذه المادة لاسيما الفقرة الثانية منها, نلاحظ أنه تم استبعاد المهني من دائرة المستهلك, وبالتالي تبني المفهوم الضيق للمستهلك من طرف المشرع الجزائري, بالإضافة إلى اعتماده على مصطلح شخص دون ذكر الشخص المعنوي صراحة, مما يؤدي إلى قصر صفة المستهلك في هذه النصوص على الشخص الطبيعي, وذلك تأسيا على صيغة النصوص والعبارات المستعملة والتي تتمثل في الاستعمال الشخصي أو العائلي, فهذه العبارات توحي بما لا يدع مجالا للشك في أن المقصود بالشخص هنا هو الشخص الطبيعي دون غيره.

أما لجنة لاروفونت – Commission de refonte– الفرنسية التي أخذت بهذا الإتجاه الضيق فقد عرفت المستهلك أو المستهلكين بأنهم " الأشخاص الذاتيون أو المعنويون الذين ينتمون القانون الخاص والذين يكتسبون أو يستعملون الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني".

أما في إحدى النشرات الدورية الإدارية الفرنسية فقد تم تعريف المستهلك عندما يتعلق الأمر بالمنتجات" بأنه ذلك الذي يستخدمها لإشباع حاجاته الخاصة وحاجاته من يعولهم من الأشخاص وليس لإعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق مهنته، أما في مجال تقديم الخدمات فيتعلق الأمر بالمستفيدين منها في شكل أعمال على أموالهم المادية المملوكة لهم سلفا مثل أعمال الصيانة أو الإصلاح أو الخدمات التي يكون الشخص مستفيدا منها".

او من خلال هذه التعاريف التي تصب في اتجاه تضييق مفهوم المستهلك نلاحظ أنه يجب توافر ثلاثة عناصر لاكتساب صفة المستهلك والتي تتمثل فيما يلي :

1- أن يكون من الأشخاص الذين يكتسبون أو يستعملون السلع أو الخدمات : هذا الإكتساب السلع والخدمات الإستهلاكية يضاف إليه اكتسابها أو استعمالها لغرض غير الغرض المهني، وهذا بطبيعة الحال لا يقصي الأشخاص المعنوية من دائرة المستهلكين إذا كان نشاطها غير مهني كالجمعيات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح.

2- أن يتعلق محل العقد بالسلع أو الخدمات : بحيث أن كل الأموال تصلح لأن تكون محل عقد الإستهلاك إذا تم استعمالها واكتسابها لغرض غير مهني بغض النظر عما إذا كانت هذه المواد الإستهلاكية تندثر من أول استعمال لها أو يدوم استهلاكها لفترة طويلة، أما الخدمات على مختلف أنواعها سواء كانت خدمات يدوية أو خدمات ذهنية أو خدمات مالية تصلح لأن تكون محلا لعقد الإستهلاك شريطة أن لا تكتسب أو تستعمل لغرض مهني .

3- الغرض غير المهني يعد هذا العنصر المعيار الجوهري للتفرقة بين المستهلك و المهني بمعنى يعد مستهلكا كل من يكتسب أو يستعمل سلعة أو خدمة لغرض غير مهني أي لأغراض شخصية أو عائلية.

رغم ما لهذا العنصر من أهمية في الحسم بين المستهلك والمهني فإن الأمر يدق حينما يشتري شخص سلعة أو خدمة لغرض مهني وغير مهني في نفس الوقت، فهل يعتبر مستهلكا أم مهنيا في هذه الحالة؟ هنا نجد الفقه الفرنسي يذهب إلى أن الفرع يتبع الأصل فيكون الاستعمال الغالب للسلعة أو الخدمة هو المحدد لصفة المستهلك، هنا تلعب السلطة التقديرية للقضاء دورا محوريا لأنه من الناحية العملية يصعب إقامة مثل هذه التفرقة وبالتالي للقاضي رسم الحدود بين ما يمكن اعتباره غرضا مهنيا وما يمكن اعتباره غرضا استهلاكيا. [1]

الفرع الثاني : المفهوم الموسع للمستهلك

قد شهد مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم وذلك من خلال النصوص القانونية التي استحدثتها 02 المتعلق بالممارسات / حيث ورد في المادة الثالثة الفقرة الثانية من قانو ن 04 التجارية تعريف المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع، أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني."

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

كما عرفت المادة 03 الفقرة 01 من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك 03 المؤرخ في: 25 فبراير 2009 م بأنه: "كل شخص طبيعي / وقمع الغش رقم: 09 أو معنوي يقتني بمقابل

[1]- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006 ، ص 23.

أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

بالنظر إلى المادتين السابقتين يتضح موقف المشرع في تأكيده وإبقائه على صفة المستهلك بالنسبة للاستعمال الشخصي أو العائلي، لكنه وسع من دائرة الحماية أكثر بإدراج الشخص المعنوي واعتباره مستهلكا يستفيد من الحماية القانونية المقررة له[1]:

1- المهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه

لأنه في هذه الوضعية يكون في نفس وضعية المستهلك بالمفهوم الضيق كما سبق أن وضحناه أعلاه عديم الخبرة .

لكن جدالا فقهيا ثار حول اعتبار المهني الذي يتحقاد خارج نطاق تخصصه مستهلكا أو مهنيا وهذا ما جعل الاجتهاد الفرنسي بدوره ينقسم على نفسه، فقررا اعتباره مستهلكا في بعض أحكامه بينما لم يأخد بهذا المفهوم في أحكام أخرى.

2- المدخر:

يعتبر الإدخار مناقضا تماما للإستهلاك فالمدخر يحتفظ بموارده و توظيفها لإشباع حاجاته المستقبلية، أما المستهلك فيستخدم إمكانياته وموارده الإشباع حاجاته الآنية، لكن يلتقيان في نقطة كونهما أطرافا غير مهنية تتعاقد مع أطراف مهنية، وبما أن المدخر يتعرض النفس الأخطار التي يتعرض لها المستهلك نجد بعض الفقه يأسف لاستبعاد المدخر من شريحة المستهلكين.

[1]- محمد بودالي، المرجع السابق ، ص 25 .

المبحث الثاني : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

في إطار ممارسة الدولة لوظيفتها في مكافحة الجرائم التي تضر بالمستهلك، وحمايته، وكذلك المحافظة على اقتصادها، قامت بإصدار تشريعات وتابعة تنفيذها عن طريق أجهزة فقد كلف المشرع هذه الأجهزة بالعديد من الصلاحيات، وذلك في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته.

إلا أن دور هذه الأجهزة المنشأة يتنوع ويختلف تبعا للغرض الذي أنشأت من أجله. وتعتبر أهم المهام التي كلفت بها هي الرقابة والسهر على تنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف، أو التي تجمع المحترفين فيما بينهم، سواء على المستوى الوطني، أو على المستوى المحلي.

فهناك هيئات إدارية تلعب دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل الحماية للمستهلك، بالإضافة إلى الهيئات القضائية، فإذا كان دور الإدارة هو مراقبة وقمع الممارسات التي تهدد صحة وسلامة المستهلك، فإن ذلك لا يعني أنها الجهاز الوحيد الذي يسعى لذلك، بل نجد الى جانبه الأجهزة القضائية التي تتمتع بنصيب أوفر، وذلك من خلال الصلاحيات المخولة لها في إطار البحث عن مختلف الجرائم ومنها الجرائم الاقتصادية فهذه السلطة تتدخل من خلال عمليات البحث والتحري، وأكثر من ذلك تتمتع بسلطة توقيع العقاب على المخالفين.

بالإضافة إلى الهيئات المركزية، وهي أجهزة مركزية، استشارية، تتدخل بصفة مسبقة لتقي المستهلك من جميع المخاطر الاقتصادية، وتتمثل في المجلس الوطني لحماية المستهلك، والمجلس الوطني للتقييس.

هذا وقد ظهرت للوجود هيئات أخرى مستقلة عن النظامين، أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك نظرا للتأثير الذي تمارسه عليه، وهي جمعيات حماية المستهلك، التي تعتبر من أنجع الوسائل التي من خلالها يضمن المستهلكين الدفاع الجماعي عن مصالحهم.

حيث تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصاتها كما سنرى لاحقا بدور فعال في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق منها بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية.

المطلب الأول: دور الهيئات المركزية في حماية المستهلك

ترجع مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر إلى وزارة التجارة، حيث تتولى تنفيذ نظام مراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها من زاوية مدى مطابقتها المعايير الجودة والصحة والأمان، حيث نجد وزارة التجارة ومختلف الهياكل التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات بالإضافة إلى الهياكل المركزية ومختلف المديريات الجهوية والولاية تسهر على حماية المستهلك وقمع الغش وهذا ما سيأتي تفصيله في هذا المطلب[1].

الفرع الأول: دور وزارة التجارة

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، هذا التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أو خارجية أو جهوية أم فرعية أو عامة أم ولائية أم محلية بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من المهام والأنشطة تمارسها عبر التنظيم الساري المفعول. لقد صدر

[1]- صياد الصادق، المرجع السابق، ص 97 ، 98

المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات، وزير التجارة والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك.

أولا : دور وزير التجارة :

بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه: " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي : [1]

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

– تقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات، وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

– يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

– تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

– يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة .

– يعد وينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها.

– يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحية السلع والخدمات

[1]– المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002 يحدد صلاحيات، وزير التجارة

المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش.

كما نصت المادة09 من نفس المرسوم على أن يسهر وزير التجارة على السير الحسن الهياكل المركزية واللامركزية والمؤسسات والهيئات التابعة لدائرته الوزارية[1] .

ثانيا : الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة والمكلفة بحماية المستهلك

دخول المرسوم التنفيذي رقم08- 266 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك . كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم12- 203 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المعلقة في مجال أمن المنتوجات " شبكة الإنذار السريع " مكلفة بمتابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم.

1- المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تكلف المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين بإعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وتكييفها وتنسيقها، وتحديد جهاز الملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعه.

كما تقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، لا سيما في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وهوامش الربح، كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية وكذا التنظيمات العامة والنوعية المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلكين، وتظم هذه المديرية خمسة (05) مديريات فرعية وهي: مديرية المنافسة والخدمات، مديرية الجودة والاستهلاك، مديرية

[1]- المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر سنة 2002 يحدد صلاحيات، وزير التجارة

تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقنة، مديرية الدراسات والاستكشاف والإعلام الاقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية[1].

2- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش :

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص في المرسوم التنفيذي رقم 18/14 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات وتعتبر المدرية العامة للقمع الغش وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارة المشروعة والسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وتظم هذه المديرية أربع (04) مديريات فرعية وهي:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية و المضادة للمنافسة.

- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة. - مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية[2].

[1]- المرسوم التنفيذي رقم08-266 مؤرخ في 19 أوت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج-ر، عدد 48

[2]- المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم02/454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم08-266 مؤرخ في 19 أوت 2008.

ب. على المستوى الخارجي:

يتعلق الأمر في هذه الحالة، بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحيتها وعملها بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه:"تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولائية للتجارة.

- مديريات جهوية للتجارة.

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسعة (09)مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وذلك بالاتصال مع الادارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة.

3- شبكة الإنذار السريع:

وتم إنشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، وذلك في المواد من (17-22)، حيث تهدف إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتوجات التي تشكل أخطار على صحة المستهلكين وأمنهم، وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتوجات الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا مصالحها الخارجية هذه المهام بالإضافة إلى تواصل شبكة الإنذار السريع بشبكات الإنذار الجهوية والدولية كما تربط

هذه الشبكة العلاقات وتبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلكين والجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلا.

وتباشر شبكة الإنذار السريع كل عمل من شأنه:

ضمان البث الفوري وبدون انتظار على المستوى الوطني أو الجهوي أو المحلي حسب طبيعة الخطر المعين، لكل معلومة من شأنها أن تؤدي إلى السحب الفوري من السوق لكل منتوج من شانه الأضرار بصحة المستهلك وأمنه.

– وضع المعلومات التي تحوزها والمتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتوجات على صحة المستهلكين وأمنهم في متناول المستهلكين.

تحدد كيفيات تنظيم وعمل شبكة الإنذار السريع بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.

تغطي هذه الشبكة مراقبة كافة أنواع السلع والخدمات الموجهة إلى الاستعمال النهائي للمستهلك، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، باستثناء المنتوجات التي تخضع الأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة كالأسمدة والأجهزة الطبية، والمواد والمستحضرات الكيميائية.[1].

4- المصالح الخارجية لوزارة التجارة :

تم تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011 والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة، وصلاحياتها وعملها، وحددت المادة 02 من هذا المرسوم مديريات ولائية وأخرى جهوية.

[1]– المواد 20، 21 من المرسوم التنفيذي رقم12-203 المؤرخ في 06 مايو 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات.

أ- المديريات الولائية للتجارة حيث تتمثل مهامها في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك، وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقنة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش، كما تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش وتساهم أيضا في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام[1].

وتتضمن المديرية الولائية للتجارة فرق تفتيش يسيرها رؤساء فرق، وتنظم في مصالح عددها خمس (05)، ومن مهام المديرية بحد المصالح التالية: مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، ومصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، ومصلحة حماية المستهلك وقمع الغش , ومصلحة المنازعات و الشؤون القانونية, ومصلحة الإدارة والوسائل، وكل مصلحة تضم على الأكثر ثلاثة (03) مكاتب.

5- المديريات الجهوية للتجارة :

تتولى المديرية الجهوية للتجارة بالاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم و/أو إنجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات.

تنظم المديريات الجهوية للتجارة المحدد عددها بتسع (09) في ثلاث (03) مصالح هي مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق ، مصلحة الإدارة و الوسائل، تتولى هذه المصالح مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية

[1]- المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم11- 09 المؤرخ في 20 يناير 2011، والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها

للتجارة التابعة الاختصاصها الإقليمي و/أو إنجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات.

ثالثا: الهيآت المتخصصة التابعة لوزارة التجارة

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة التريهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم هذه الهيئات تكمن

ويقصد بها تلك الهيات التي خول لها المشرع مهام وصلاحيات خاصة لحماية المستهلك كاختصاص أصيل بموجب نصوص قانونية خاصة.

1- المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC) :

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 2012/10/02 المتعلق بإنشاء واختصاصات المجلس الوطني لحماية المستهلكين حيث ان له دور استشاري فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك

2- وهو هيئة حكومية استشارية، أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم92-272 [1]

يتكون من ممثلي أربعة عشر وزارة إضافة إلى مدراء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والمعهد الوطني لضبط المقاييس والملكية الصناعية، وتسعة من ممثلي جمعيات المتدخلين وعشرة من ممثلي الجمعيات المعتمدة للمستهلكين الأكثر ت مثيلا، وينقسم المجلس إلى لجنتين هما:

- لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها.

[1]- المرسوم التنفيذي رقم92-772مؤرخ في 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته ، جر عدد 52، سنة 1992

– لجنة إعلام المستهلك والرزم القياسية. وتبقى مهامه استشارية وتقتصر على إبداء الآراء غير الملزمة في المجالات المتعلقة :

– بالتدابير الكفيلة بتدعيم امن المستهلك ووقايته من المخاطر الناتجة عن السلع والخدمات.

– البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.

– إعلام المستهلك وتوعيته وحمايته.

– إعداد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها. وفي القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث نص في المادة 24 منه على انه ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين، ومن مهامه حسب هذه المادة أيضا إبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك .

فهو جهاز استشاري في مجال حماية المستهلكين مكلف بإبداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك [1].

2- المركز الجزائري لمراقبة النوعية (CACQE) :

لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89- 147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه وعمله[2].

– يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدوره، يعين مديرا لتمثيل المركز، تتجلى أهداف المركز في مجالين:

[1]– محمد بودالي، المرجع السابق ، ص 52.

[2]– المرسوم التنفيذي رقم03-318، مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 يعادل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم89-147 المؤرخ في 08 أوت 1998، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 59 الصادرة في 05 أكتوبر 2003.

– أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.

– ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات. يقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب أن تتميز بها

. 3– شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية (RAAQ) :

لقد أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96–355 المؤرخ في 19–10–1996 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97–459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية.

بصدور المرسوم التنفيذي رقم 02–454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002 أُدخلت هذه الشبكة ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة هدفها القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتوج: يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشئة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني والبالغ عددها 11 مخبرا منها 04 مخابر جهوية قصد تحسين هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل واسع تم إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02/454

والذي يتضمن كذلك تنظيمها وسيرها [1].

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم02-452 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في سنة 2002، أدخلت هذه الشبكة ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها "مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة ". تكلف الشبكة بإنجاز كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة، وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات.

يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشأة الغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني والبالغ عددها 11 مخبرا منها 04 مخابر جهوية قصد تحسين هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية التحليل الجودة وتطبيقها بشكل واسع.

الفرع الثاني : دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي

ومن هنا نجد ان دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي يتمتع بصلاحيات خولها لهم القانون، تحمي المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كل حسب مجال تخصصه الإقليمي والصلاحيات القانونية المخولة لهم سواء فيما يتعلق بقانون الولاية أو قانون البلدية، فالوالي تمتد سلطاته على مستوى كامل تراب الولاية في حين تمتد صلاحيات رئيس البلدية على مستوى بلديته.

[1]- المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل التوعية وتنظيمها وسيرها، ج.ر عدد 62

1- دور الوالي في حماية المستهلك :

يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديريات الولائية للتجارة التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش[1].

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلا للدولة فإنّه يتعين عليه أن يقوم بكلّ ما يكفل صحة وسلامة الأفراد حيث تنص المادة 114 من القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 هجرية الموافق 21 فبراير سنة 2012 ميلادية ، المتعلق بالولاية أنّه يكون : " الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة " فتطبيقا لهذا المبدأ فإنّه تمّ توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك . فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديريات التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كلّ ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك .

فتطبيقا لهذا المبدأ فإنه يتم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك، فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديريات التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك. وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤول عن ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك، كسحب المنتوج مؤقتا أو بصفة غائية أو اتخاذ قرار غلق الخل أو سحب الرخصة بصفة مؤقتة على رأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة[2].

---

[1]- كالم حبيبة، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر ،2005،ص 96.

[2]- صياد الصادق، المرجع السابق، ص107

وهو المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي وذلك من خلال إشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش، وتضم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بمراقبة الجودة وقمع الغش، التي تتم بالرقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.

2 – دور رئيس المجلس الشعبي البلدي :

يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية، كما يتمتع بسلطات شرطة البلدية التي يمارسها تحت سلطة الوالي"، وهذا على أساس الصلاحيات التي تسمح له بحماية المستهلكين على مستوى البلدية.

فالصفة الكلاسيكية التي يسهر عليها والتي تتمثل في حسن النظام، والأمن، والصحة العمومية، تعطيه مجالا واسعا يضمن من خلاله حماية المستهلك فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة شرطة البلدية. [1].

وقد نصت المادة 93 من قانون البلدية رقم 11-10 على أنه: ' يعتمد رئيس المجلس الشعبي البلدي، قصد ممارسة صلاحياته في مجال الشرطة الإدارية، على سلك الشرطة البلدية الذي يحدد قانونها الأساسي عن طريق التنظيم",

أما اختصاصاته فبالرجوع الى المادة 69 من قانون 90- 08 المتعلق بالبلدية ، فهي السهر على توفير النظام والأمن، وتحقيق النظافة، وهذا ما جاء بالمادة 88 من في البلدية رقم 11-10 حيث نصت هذه الأخيرة على أنه: " يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت إشراف الوالي بما يلي: السهر على النظام والسكينة و النظافة العمومية".

[1]– كالم حبيبة ، المرجع السابق ، ص 87.

كما يتولى إلى جانب ذلك المحافظة على النظام العام، ويسهر على سلامة الأشخاص، وأملاكهم". وقد نصت المادة 94 ق 11-10 بهذا الخصوص

على أنه: "... يكلف رئيس المجلس الشعبي البلدي على الخصوص، بما يلي: السهر على المحافظة على النظام العام وأمن الأشخاص والممتلكات".

كما يسهر على نظافة المواد التي يستهلكها المواطنون ويستعملونها والتي هي معروضة للبيع

- يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 88 من القانون 11-10 المؤرخ 22 يونيو سنة 2011 ، المتعلق بالبلدية فإنه: "يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي ما يأتي : السهر على حسن النظام والأمن العموميين وعلى النظافة العمومية .

كما يتولى إلى جانب ذلك طبقا لنص المادة94 الفقرة 02 من نفس القانون: " المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأملاك " ، أما الفقرة10 من نفس المادة 94 فإنها تنص على أنه: " يتولى السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع ".

- ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس البلدية اللجوء إلى استعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك قصد منع الإضرار بالمواطنين عامة والمستهلك خاصة، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة93 من قانون البلدية إلى جانب هذا وحفظا لصحة الأفراد ونظافة المحيط، فإن البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقا لنص المادة 123 من قانون البلدية والتي تنص على أنه: " تتكفل البلدية حفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:

- توزيع المياه الصالحة للشرب.
- صرف المياه المستعملة ومعالجتها.
- جمع النفايات الصلبة ونقلها ومعالجتها.

– مكافحة نواقل الأمراض المتنقلة.

– الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن و المؤسسات المستقبلة للجمهور .

– صيانة طرقات البلدية.

– إشارات المرور التابعة لشبكة طرقاتها.

لقد صدر في سنة1987 المرسوم التنفيذي رقم 87–146 مؤرخ في 30 يونيو سنة 1987 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة البلدية على مستوى بلديات الوطن ، كما يسهر طبقا للمادة 2 الفقرة 3 من نفس المرسوم على تحقيق وتنفيذ مراقبة نوعية المواد الغذائية ومنتجات الاستهلاك والمنتجات المخزونة و/أو الموزعة في مستوى البلدية.

– **دور الجمعيات المحلية والوطنية في حماية المستهلك :**

ويقصد بها على العموم جمعيات حماية المستهلك ، التي أنشأت طبقا للقانون رقم 90–31 المؤرخ في 17 جمادي الأولى عام 1411 هجرية الموافق 4 ديسمبر سنة 1990 ميلادية ، المتعلق بالجمعيات الذي تم إلغاءه بصدور القانون الجديد رقم 12–06 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 هجرية الموافق 12 يناير سنة 2012 ميلادية ، المتعلق بالجمعيات ، وهي جمعيات لا تسعى إلى تحقيق الربح وإنما يتمثل دورها في ما يلي :

أولا : الدور الإعلامي والوقائي :

– تحسيس وتوعية المستهلك حول المخاطر الناجمة عن استهلاك المنتوجات غير المطابقة للمواصفات المحددة قانونيا.

– القيام بالدراسات والبحوث ذات العلاقة بالنشاط الاستهلاكي عموما.

– مشاركة السلطات العمومية في إعداد البرامج والسياسات الوطنية لحماية المستهلك.

ثانيا : الدور الدفاعي :

– متابعة و معالجة الشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين وإحالتها على المصالح المعنية بحماية المستهلك.

– مساندة ودعم المستهلك الذي يرفع الدعوى القضائية للحصول على تعويض عن الضرر الذي قد يلحق به.

المطلب الثاني : دور مجلس المنافسة وإدارة الجمارك في حماية المستهلك

يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين في ما بينهم ، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لانّه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك ، ومثال ذلك عندما يتبين أنّ استيراد منتوج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررًا ، أو يهدّد بإلحاق ضرر[1]

لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة حيث أدى ذلك بالمشرع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة الجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس الأمر الذي قد يؤثر إيجابيا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك.

الفرع الأول : دور مجلس المنافسة

تنفذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي والرأسمالي ، فإنّها أوكلت مهمّة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة ".

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص119.

لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأوّل مرّة بصدور الأمر 95-06 المؤرخ في 23 شعبان عام 1415 هجرية الموافق 25 يناير سنة 1995 ميلادية والمتعلّق بالمنافسة ، حيث أسندت له عدّة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين ، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلّق بالمنافسة حيث أدّى ذلك بالمشرع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكلّ الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس الأمر الذي قد يؤثر إيجابا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كلّ ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك.

حيث عرف الأمر رقم03-03 مجلس المنافسة على انه سلطة إدارية، تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة . [1]

بهذا النص يكون القانون قد وضع حدا للاستقلال الإداري الذي كان يتمتع به مجلس المنافسة في ظل الأمر95-06 ، ويصبح بموجب تعديل2008 تابعا من الناحية الإدارية لوزارة التجارة، بعد ما كان تابعا لرئاسة الحكومة في ظل الأمر 03-03 ،ويبقى مع ذلك يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وكما نصت عليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 11-241 الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره بقولها: "م جلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة، ويوضح نص الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، فيعتبره هيئة إدارية مزودة بسلطات قضائية، الشيء الذي لم يكن واضحا في ظل الأمر95-06

[1]- المادة 23 من الأمر 03-03 المعادلة بموجب المادة 09 من القانون08-12 المتعلق بالمنافسة .

أ: صلاحيات مجلس المنافسة في مجال الضبط وحماية المستهلك

يمارس مجلس المنافسة مجموعة من الصلاحيات الاستشارية والتنازعية في جميع المسائل ذات الصلة بالمنافسة، لأجل وضع حدّ لمختلف الممارسات المقيّدة للمنافسة والتي تأخذ أشكالا مختلفة، وذلك من خلال اتباع مجموعة من الإجراءات يقوم بها أطراف النزاع حتى يتمكنوا من طرح نزاعهم أمام المجلس، وحتى يتمكن هذا الأخير من الوصول إلى اتخاذ و بالتالي ضمان حماية كافة عناصر العلاقة الاقتصادية وضمان التوازن فيما بينهما، بما فيها حماية مصالح المستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في هذه العلاقة، كما يبرز ذلك من أحكام القانون المتعلق بالمنافسة الذي جاء ليضع أسس قانون المنافسة والقواعد التي من شانها تنظيم الممارسات وتصرفات الأعوان الاقتصاديين. وباستقراء مختلف الأحكام التي جاء بها كل من الأمر03-03 المتعلق بالمنافسة والقانون رقم 08- 12 المعدل والمتمم للأمر رقم 03- 03 المتعلق بالمنافسة، والقانون رقم10-05 الذي يعدل ويتمم الأمر رقم 03- 03 المتعلق بالمنافسة والمرسوم التنفيذي رقم11-241 الذي يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره، نجد أن المشرع قد أوكل لمجلس المنافسة نوعين من الصلاحيات صلاحيات ذات طابع استشاري ورقابي وصلاحيات ذات طابع ردعي.

ب : الوظيفة الاستشارية لمجلس المنافسة

يتمتع المجلس بصلاحيات استشارية في مجال المنافسة، فالقانون خوله هذه الوظيفة التي تؤهله للقيام بهذا الدور تحقيقا لأهدافه في حماية المنافسة، حيث له أن يبدي رأيه بشأن نصوص حيز التحضير أو حول المسائل التي لها صلة بالمنافسة [1].

وتعد الاستشارة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة، ابتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات

[1]-كالم حبيبة ، المرجع السابق ، ص90

المستهلكين والجمعيات المهنية والنقابية و غيرها من الأشخاص التي لها أن تستشير مجلس المنافسة حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة، لذلك يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت منه الحكومة ذلك، كما يستشار في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة.

ج : الوظيفة الردعية لمجلس المنافسة :

إن الوظيفة المخولة لمجلس المنافسة لا تكتسي الطابع الردعي فحسب وإنما لها دور في إعادة التوازن في السوق وتنظيم النظام العام الاقتصادي من خلال احترام قانون المنافسة والعمل على فرض تطبيق الأهداف التي يسعى إليها، كما تتميز بكونها ذات بعد وقائي، إذ تحمل المؤسسات المتواجدة في السوق على إعادة التفكير قبل الاقدام على ارتكاب أي بالإضافة إلى الدور الاستشاري لمجلس المنافسة يتمتع كذلك بصلاحية أساسية تتمثل في اتخاذ القرارات إزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، وقبل أن يصدر المجلس قراراته ضمن الجلسات التي يحددها لهذا الغرض تشخذ أمامه إجراءات خاصة، تخوله في ذلك مختلف النصوص القانونية والتنظيمية صلاحيات مختلفة كإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء، الهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون أعمال منافية للمنافسة [1].

من خلال كل ما سبق يمكن القول بان المستهلك هو أكبر متضرر من انعدام حرية المنافسة أو تقييدها، لان ترك نظام السوق تحركه ممارسات عشوائية يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة، وما يستتبع ذلك من أثار ضارة على المستهلك، فالرقابة التي يمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك رغم المأخذ التي وجهت له في عدم تفعيل عمله على ارض الواقع. فمجلس المنافسة هو الضابط الحقيقي والرئيسي للسوق، بحيث يتولى السهر على احترام قواعد المنافسة الحرة والنزيهة وبالتالي حماية المستهلك، كما أناط المشرع الجزائري مجلس المنافسة عدة صلاحيات واختصاصات تمكنه من الناحية المبدئية من أداء مهامه، لكن

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 123.

الحقيقة الراسخة في الميدان تجعل من هذه الأحكام مجرد حبر على ورق نظرا لعدم توفر العناصر الأساسية لبناء سوق منظمة ومضبوطة سواء من حيث تأطير عمل ونشاط المتعاملين الناشطين فيها، أو من حيث الظروف والوسائل التي يستلزم أن تتوفر فيها وينتج عن ذلك أن الهيئات المكلفة بالضبط والتأطير لا تتحكم في الأوضاع المعروضة في كل حالة وكل مناسبة، مما يجعلها غير فعالة وغير فعلية.

إن تحقيق مجلس المنافسة لأهدافه ينعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك وعلى قدرته الشرائية، إذ يعد المستهلك أول المستفيدين من الاقتصاد التنافسي، نظرا لما يتوفر له من حرية اختبار من حيث الجودة ومن حيث السعر، مما يجعله اقدر على التحكم في موارده وفي سلوكه الاستهلاكي، وقيام مجلس المنافسة بدوره سواء ما تعلق بالدور الاستشاري أو الردعي هو حماية إضافية للمستهلك إضافة للحماية التي تمارسها الأجهزة الأخرى بمختلف اختصاصاتها.

الفرع الثاني : دور إدارة الجمارك

تلعب إدارة الجمارك دورا فعالا في الدول الحديثة إذ أوكلت لها عدة مهام إلى جانب تلك المتعلقة بمراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع.

حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا فقد أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45 ،%ففي هذا الإطار يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم التي لا تحبذ

فرض رسوم جمركية عالية لكي لا تزيد من أسعار السلع، ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في تكلفة السلع، والدليل على ذلك أنها كانت تطبق.[1]

حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا فقد اقر المشرع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45% ، ففي هذا الإطار يمكن القول بأن دولة الإمارات من الدول القليلة في العالم التي لا تحبذ فرض رسوم جمركية عالية لكي لا تزيد من أسعار السلع، ولكي لا تحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة في تكلفة السلع، والدليل على ذلك أنها كانت تطبق نسبة 01 % (واحد بالمائة من الرسوم الجمركية على القليل من البضائع الواردة تقريبا ما نسبته 80 % معفية من الرسوم الجمركية.

فقد خولت المادة241 فقرة 01 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على أنه: يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة. كذلك إذا تعلق الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البري أن تطالب تدخل السلطات المدنية والعسكرية ومد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم.

كما يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة الحماية السوق وكذا حماية المتنافسين فيما بينهم، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 129.

يوجد أي نص يلزمها بذلك، ومثال ذلك عندما يتبين أن استيراد منتوج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفزع من الإنتاج الوطني المنتوجات مشاجة أو منافسة لها مباشرة .

أولا : ضمان أمن وسلامة المستهلك :

بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع ∄دد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتوج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتوج المحلي، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة.كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة،أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد

كما يكمن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة، أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها الفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك[1].

[1]– أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص203.

المطلب الثالث : دور الجمعيات في حماية المستهلك

يظل الإنسان دائما هو الهدف وهو الوسيلة لتحقيق أي تقدم، ومن هنا كان الايمان بحمايته التزاما بمتطلباته امرا ضروريا، وحمايته تعتبر ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الانسان، فحريته لم تعد مجرد نصوص خالية من أي مضمون، بل غدت مطلبا لكل الشعوب. وتحقيقا صار التزاما على كل الدول، كما لم تعد حقوقه ذات طبيعة فكرية فقط، بل امتدت لتشمل الحقوق ذات الطبيعتين الاقتصادية والاجتماعية، وذلك ليس فقط باعتبار ه اهم طرف في علاقات السوق بل لأنه محور العملية الاقتصادية جميعها.

حيث أصبحت حماية الانسان بوصفه مستهلكا، تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدول المعاصرة، حتى صار من المفترض أن تدرج برامج هذه الحماية في السياسة الاقتصادية لها، خاصة انه قد يكون مبعث الاهتمام بها في ظل ظروف خاصة، كان يتبنى المشرع سياسة ما لتحديد شروط انشائها خاصة في ظل ظروف نشأة جمعيات فتية هدفها إنساني، و تقوم بالحفاظ على سلامة وامن المستهلك، لذا تو جب على المشرع فرض احكام وقوانين تنظم هذه الجمعيات من شروط موضوعية وشكلية تسمح للأعضاء بممارسة نشاطاتهم الجمعوية في ظل تراخيص وتصريحات قانونية ،تحميهم من أي تدخل خارجي.[1].

كما تعمل جمعيات حماية المستهلك على مساعدة الأجهزة الرسمية وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق والمواصفات المحددة قانونا، كما أن هدفها يتجاوز مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك و مصالح المتدخلين ويتجلى ذلك عن طريق مكافحتها للجرائم المرتبطة بالممارسات التجارية كالتهريب، الغش والإعلانات المضللة والتي من شأنها إيذاء المستهلك في مصالحه المادية .

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 131.

الفرع الأول : الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك

إن جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها إلى القانون رقم 12-206 المتعلق بالجمعيات الذي بموجبه اعترف المشرع الجزائري بالحق في تأسيس الجمعيات.

أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك فقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الفصل السابع تحت عنوان "جمعيات حماية المستهلكين" في المواد: 21، 22، 23، 24.

اولا : مفهوم جمعيات حماية المستهلك

مع زيادة الأخطار المحدقة بالمستهلك ظهرت جمعيات حماية المستهلك وتكتلت، ويرجع نشأة الحركة الجمعوية لحماية المستهلك الى القرن 19 أي إلى أوائل الثلاثينيات ثم تطورت الفطرة في الخمسينيات، فظهرت أول جمعية خاصة بالمستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية سنة1928 فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعض الممارسات غير المشروعة من قبل المنتخبين وتحت تأثير وضغط الجمعيات على أجهزة الدولة آنذاك، وتعتبر

جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه. تعرف الجمعية على حسب القانون رقم 06/12 بأنها: تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدي لمدة محدودة أو غير محدودة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من اجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني، ويجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع.

غير أنه يندرج موضوع نشاطاتها وأهدافها ضمن الصالح العام وان لا يكون مخالفا للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها.

ثانيا : تأسيس جمعيات حماية المستهلك

لم يعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك إلا بموجب القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بالقانو ن 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي أعطى لها الحق في رفع دعاوى ضد المتدخلين في مراحل عرض المنتوج للاستهلاك.

حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة 3 تجد الجمعيات أساسها القانوني في القانون 06/12 العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد التأسيس ولا ننسى أن تاريخ 1990/15/04 كان معلما بارزا في تاريخ حركة الجمعوية ذلك أيضا أن هذا القانون كرس أحد الحقوق الأساسية وهي حرية إنشاء الجمعيات وهذه الحرية تتطلب احترام مجموعة من الإجراءات القانونية المتعلقة بالتأسيس فسنقوم من خلال هذا الفرع بالتعرض لمجموع الأحكام المتعلقة بتأسيس وتنظيم الجمعية المحددة بموجب القانون 06/12 باعتباره القانون الساري الذي يندرج ضمن الإصلاحات التي شرعت فيها الدولة لتعميق المسار الديمقراطي وذلك بقصد إبراز التعديلات الذي جاء بها المشرع مقارنة بما هو منصوص عليه في القانون 31/90.، ويكون عدد الأعضاء المؤسسين كالأتي:

- عشرة (10) أعضاء على الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية .
- خمسة عشر (15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل.
- واحد وعشرون (21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاثة (03) ولايات على الأقل.

– خمسة وعشرون (25) عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن اثني عشر (12) ولاية على الأقل. [1]

ويخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي والى تسليم وصل التسجيل ويوضع التصريح التأسيسي لدى:

– المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية .

– الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية.

– الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات. [2]

ويكون نشاط هذه الجمعيات على المستوى الوطني كما هو الحال بالنسبة إلى :

– الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين (AAPC) المنشأة عام 1988.

– جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك (IDEC) المنشأة عام 1989.

أو يكون نشاط هذه الجمعيات على المستوى المحلي أي في إقليم جغرافي محدد داخل الدولة كما هو الشأن بالنسبة:

– جمعية حماية المستهلك والبيئة وهران أنشأت عام 1999.

– جمعية حماية المستهلك بتلمسان أنشأت عام 1997.

– جمعية حماية المستهلك والبيئة سطيف أنشأت عام 1999.

– جمعية حماية المستهلك غرداية أنشأت عام 2004

– جمعية من أجل الحماية والدفاع على المستهلك – سكيكدة – أنشأت عام 1989.

وتلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، وقد أعطاها المشرع الجزائري الحق في

[1]– كالم حبيبة ، المرجع السابق ، ص15.

[2]– المادة 02 و 06 من القانون رقم 12– 06 المتعلق بالجمعيات.

القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وهناك وسيلتان تلجأ إليها عادة لتحقيق أهدافها، وهما "الدعاية المضادة والمقاطعة.

كذلك تلعب دورا فعالا في مجال التحسيس والتوعية إذ يعتبر ذلك من الواجبات الأساسية في تبيان المخاطر التي تحدد صحة وامن المستهلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد سمح لها القانون حق الدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد الحصول على التعويض وذلك بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون، أمام الجهات القضائية المختصة. [1]

الفرع الثاني : الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلك، تحسيس المستهلك بكل المخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، وتوجيهه إلى مختلف الأنماط السلوكية التي يستخدمها وا الواجب إتباعها والتي من شأنها ٍ المهنيون للتلاعب بمصالحه، رشاده إلى السبل الوقائية الحفاظ على أمنه، وتفعيل دوره في هذا المجال، وهذا ما يؤدي إلى تربية المستهلك–تربية

1 استهلاكية– وخلق وعي استهلاكي كامل لديه.

كما تقوم الجمعيات بتوجيه المستهلك وتعريفه على مختلف الهيئات المسطرة إلى ضمان أمنه الاستهلاكي، والجهات التي بإمكانه اللجوء إليها كلما شعر بأنه قد تم الاعتداء على حقوقه من الجانب المهني، وكذلك تحسيسه بأهمية الدور الذي تقوم به هذه الجمعيات والذي يجب أن يتوج ويدعم بدور المستهلك في حماية نفسه.

حيث نجد العديد من المواطنين لا يدركون أن الاستفادة أو تلقي الخدمة يعد و أن من قبيل الاستهلاك وهم مشمولون بالجماعة بالحماية في هذا المجال، وهذا ما دفع بمقدمي الخدمات إلى الاتسام وفي أغلب الأحيان باللامبالاة، بحيث تكون مهمة إرضاء المستهلك للآخر ما

[1]– صياد الصادق مرجع سابق، ص، ص135–136.

يفكرون فيه، والدليل على ذلك المشكل الذي يعاني منه المواطن وفي الكثير من مناطق الوطن، والمتعلق بأصحاب سيارات الأجرة، الذين يطبقون قوانينهم المبتكرة ضار بين عرض الحائط مصلحة المستهلك.

أولا: الدور التحسيسي والإعلامي :

يجب على جمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلك وتوعيته عن كل المخاطر والممارسات الاقتصادية التي تحدد أمنه وصحته وتشمل هذه التوعية عدة مجالات منها:

– توعية المستهلك وتحسيسه بضرورة الامتناع عن تناول المواد الغذائية في الأماكن التي تفتقد للنظافة، أو غير معبئة بشكل قانوني.

– منع شراء السلع التي لا تحتوي على وسم أو مكان صنعها.

– منع استهلاك المواد التي لا توجد على متنها تاريخ الصنع وكذا تاريخ نهاية الصلاحية.

– منع استهلاك المواد التي يعرف على أنها مقلدة، وان العلامة التي موضوعة على متنها مزيفة.

تسعى جمعيات حماية المستهلك في ذلك إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون والإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته. [1]

كما تنص المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 على ضرورة إعلام وتحسيس وتوجيه المستهلك كضمانة أساسية لحمايته وذلك بالنص على أن: " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله ..."

[1]– أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص206

ولا يقتصر دور ومهام جمعية حماية المستهلكين على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو ما يسمح لهم بالدفاع عن أهدافهم وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة، وذلك يعتبر شكلا أخر المشاركة الجمعيات.

ثانيا: مراقبة الأسعار

يتمثل دور هذه الجمعيات في متابعة الأسواق وذلك بمدى مراقبة مدى احترام إجراءات إشهار الأسعار، فهذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر من ضرورة وهذا بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من طرف المنتجين الوطنيين أو المنتجين الأجانب، حيث تعمل على مساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتوج لا يتطابق والمواصفات والمقاييس المحددة قانونا.

والملاحظ أن أسعار المنتجات غير ثابتة ترتفع بصورة مفرطة خاصة في المناسبات كشهر رمضان والأعياد والأزمات والكوارث، كما أن بعض المتدخلين يفرطون في رفع الأسعار بصورة تعسفية خاصة في المناطق النائية.

فجمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار ولا هي تمتلك السلطة التي تخول لها ذلك ولكن لا نغالي إن قلنا أنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة [1].

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 138

ثالثا : علاقة جمعية حماية المستهلك بالمركز الوطني لمراقبة النوعية ولوازم شبكة مخابر تحليل النوعية:

لقد أنشئ المركز الجزائري لمراقبة النوعية و الرزم بموجب المرسوم التنفيذي ر قم 08/08/47.1988/89 المؤرخ وتتمثل مهمته الأساسية في حماية صحة المستهلك، وتحسين نوعية الخدمات والسلع المعروضة المادة 03 من المرسوم السابق. وهو في مهمته هذه يلتقي مع جمعيات حماية المستهلك التي تعمل على بلوغ نفس الهدف، والتالي يمكن لكليهما الاستفادة من نشاطات الأخر.

إضافة إلى ذلك فالمركز يلعب دو را كبيرا في مجال مراقبة النوعية، وذلك بالتعاون مع جميع الهيئات المختصة وبالتأكيد بالتعاون مع جمعيات حماية المستهلك، التي يمكنها مثل في إطار المراقبة أن تنبه المركز الى بعض ممارسات الغش والتزوير المادة 04 من المرسوم، كما يمكن للجمعيات طلب إجراء تحاليل على منتوج ما أو إجراء تحقيق فيما يتعلق بسلعة أو خدمة ما، وباعتبار المركز يساهم في إعداد مشاريع القوانين التي تتعلق بنوعية المنتجات والخدمات، واقتراحها على السلطات العمومية. فهو بذلك يدعم عمل الجمعيات التي تستفيد من هذه القوانين.

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا في حال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل حيث يصبح الدور الوقائي لهذه الجمعيات.

وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حيث تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة أشكال، منها القيام بالدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية، أو الدعوة إلى المقاطعة للسلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد، وهذا الدور الذي تطلع به

هذه الجمعيات أجازه المشرع بنص القانون سواء في قانون الجمعيات رقم12-06 أو في قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش [1].

1- الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد :

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر إجراءات أخرى وذلك بان تتخذ أسلوب أخر للتنديد بالممارسات غير النزيهة التي يقوم بها المتدخلون على حساب وامن المستهلك، وبالتالي لمنع الإضرار بالمستهلك فقد تقوم هذه الجمعيات بمواجهة فئة المتدخلين بالقيام بإشهار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك.

إذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة، فانه من جهة أخرى يعمل إلى دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة، أي كل الأشياء القابلة للاستهلاك، وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره الجمعيات عموما على السلعة لا على المتدخل، إذ كلما تبنت مخالفة المتدخلين للتنظيمات والمقاييس التي يجب أن تتوفر عليها السلعة يمكن أثناء القيام بمراقبتها من طرف الجمعيات أن تطلب منه سحبها على الفور، أما إذا خالف ذلك يمكن رفع إعلان عام للمستهلكين حتى يتسنى إعلامهم بمخاطر السلع، وهذه الإجراءات حتى وان لم يتعرض لها المشرع الجزائري لا في قانون المنافسة، ولا في قانون حماية المستهلك فائه تعتبر جد ضرورية وذلك من خلال منع المتدخل من الإضرار بالمستهلك وبالتالي منع طرح هذه السلع في السوق .

وأسلوب الدعاية المضادة والذي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان، يكون بإتباع هذه الجمعيات الطريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، بالنسبة للنقد العام يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير.

[1]- صياد صادق، المرجع السابق، ص139

أما بالنسبة للنقد المباشر فيتمثل في نقد منتوج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته[1].

2- الدعوى إلى المقاطعة :

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعليمة التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين الأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة، فالقانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة، فلا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء وإنما يعاقب على رفض البيع، والمقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تحدد صحتهم وسلامتهم، في الحين يعتبرها البعض هي نوع من التوعية والتحسيس لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها.

يبقى نجاح الدعوة إلى المقاطعة مرهون بمدى استجابة المستهلك لها، فلا يمكن أن تصل هذه الدعوة إلى الغاية المرجوة منها في الحين لا أحد يؤيدها أو يستجيب لها مهما كانت المنتوجات، التي أدت بالجمعية إلى طلب مقاطعتها.

غير أن قيام الجمعية بإصدار تعليمات تأمر فيها مجموعة من المستهلكين بمقاطعة منتوج أو خدمة، من شأنه ترتيب مسؤوليتها إذا أساءت أو أخطأت في استعمال هذه الآراء، لذا لا بد عليها من الحيطة أثناء أداء هذا الدور ووجوب أن تكون هادفة في هذا الإطار، الأمر الذي يجعل بعض رجال القانون يشترطون للقيام بالمقاطعة من أن:

- أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاذ كل الطرق التي تحمي المستهلك.

- أن يؤسس أمر المقاطعة.

[1]- ارزقي زوبير، المرجع السابق، ص220.

حيث يشكل إجراء المقاطعة نتائج وخيمة على المتدخلين بحال اتخاذ ذلك بشأنعم، إذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابة جمهور المستهلكين لذلك الأمر، فكان من الضروري التطرق الأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو قانون المنافسة، ومن الأجدر أن يتم من نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة، ومن جهة أخرى تنظيمه، كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء مقاطعة منتوج أو متدخل، وكذا تحديد مدة معينة توجه مباشرة المتدخل الذي ثبتت مخالفته إما لقواعد المنافسة النزيهة أو لقانون حماية المستهلك، فانه لا يلجأ لهذا الأسلوب إلا كحل أخير[1].

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

إن الاعتداء على حقوق المستهلك والمساس بسلامته أصبح أمرا مألوفا، بالرغم من الإجراءات المتخذة من قبل الجهات المعنية لضمان الحماية له، وبما أن القضاء يعد جهازا مكملا لهذه الجهات فيما يتعلق بمهمة الحماية والدفاع عن المستهلك والمحافظة على حقوقه، فمن الطبيعي أن يمارس المستهلك المضرور حقه في اللجوء إلى الهيئات القضائية المختصة قصد المطالبة بردع المخالفين والتعويض عما لحقه من ضرر، وذلك تطبيقا لحق الالتجاء إلى القضاء الذي يعد من الحقوق العامة المعترف بما لكل أفراد المجتمع.

ولم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش نوع الأضرار التي يمكن للجمعيات المطالبة بالتعويض عنها، لذا نستنتج أنه يمكن أن تطالب بتعويض كل الأضرار التي تصيب المستهلك، وهذا بخلاف القانون رقم 98-02 (الملغى)، الذي أعطى الحق للجمعيات في المطالبة بتعويض الضرر المعنوي فقط.

[1]- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام قسم الحقوق، فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة، 2012-2013، ص112

اولا : الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

تعد فكرة المصالح الجماعية المشتركة" غير واضحة كفاية فقد أثارت صعوبة في تحديدها لأنها تقع على الحدود بين المصالح الفردية والتي يتولى حمايتها الفرد المتضرر، وبين المصالح العامة التي تهم المجتمع وتتولى حمايتها النيابة العامة، ويمكن أن نعرف المصالح الجماعية على أنها: " المصلحة المشتركة مجموعة من الأفراد تجمعهم مهنة معينة أو يستهدفون غرضا معينا كالدفاع عن حقوق المستهلك أو غيرها، وهي ليست مجموع المصالح الفردية لهؤلاء الأفراد" وتعرف كذلك بأنها: " مجموعة الحقوق والامتيازات المخولة للمستهلك بموجب قوانين وتنظيمات خاصة".[1]

حيث منح المشرع لجمعية حماية المستهلك الحق في رفع دعوى التعويض عن الضرر المعنوي اللاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، ولقبول هذه الدعوى يجب توفر شروط منها وقوع عمل غير مشروع ولم يشترط القانون الجزائري أن يشكل هذا العمل غير المشروع جريمة.

إن الدعوى المرفوعة من قبل جمعيات حماية المستهلك تكون مقبولة من أجل ضمان احترام النصوص الحمائية سواء ذات الطابع الجزائي أو غير الجزائي، كما هو الشأن بالنسبة الجرائم الغش والخداع والإشهار الخادع ومحاربة الشروط التعسفية.

كذلك يجب أن ينجم عن العمل غير المشروع ضرر يلحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين كتضررهم جراء تناول مادة غذائية غير مطابقة.

فإذا كانت الأضرار الفردية لعدة مستهلكين ناجمة عن نفس المنتوج وتسبب فيها نفس المتدخل، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني، وهو أمر واضح، أما إدراج شرط المساس بالمصالح المشتركة للمستهلكين إذا تعرض مستهلك واحد للضرر فهو غير

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 145.

واضح، فهو لا يعني أن يتسبب المنتوج في ضرر لعدة مستهلكين حتى تتمكن الجمعيات من الادعاء المديني، وهو ما يفهم من عبارة "عندما يتعرض مستهلك" .

فكان على المشرع إسقاط هذا الشرط وإعطاء الحق للجمعيات في الادعاء المدني في كل الحالات التي يتعرض فيها أي مستهلك لضرر ناجم عن المنتوجات [1]

وتظل سلطة القاضي قائمة في تقدير حدوث الضرر أولا، وفي تحديد قيمة التعويض ثانيا، وبإمكانه أن يستجيب لطلبات الجمعيات كلها أو بعضها بحسب قدرتها على إقناعه بوجاهة ما تطلبه، كما أن مطالب الجمعية بالتعويض عن الضرر اللاحق بمجموعة من المستهلكين لعدد غير محدد بعينه يجعل من مسألة تقدير هذا الضرر وكذا التعويض المقابل له أمرا غاية في الصعوبة، لهذا كثيرا ما يميل القاضي إلى الحكم بتعويضات رمزية لا تفي بالغرض المطلوب. [2]

إن الحماية القضائية التي تتولاها جمعيات حماية المستهلكين عن طريق دعوى جماعية ترفعها نيابة عن المستهلك، ورغم كون هذه الجمعيات الأقدر عن الدفاع عن مصالح المستهلكين من حيث المبدأ من المستهلك الفرد نفسه، إلا أننا نرى أن هذه الجمعيات لا تعرف كيف تحني فائدة واسعة من المحكوم عليهم، مما يجعلها تطالب من حيث الواقع بخالص ما أصابها من ضرر، وغالبا ما يقدر بطريقة رمزية وليس بما يعانيه الضحايا بالفعل، وإذا رغب الضحايا في التعويض عليهم أن يمارسوا دعواهم الخاصة، وهذا ما يفسر أن الجمعيات تلجأ أكثر إلى ما يسميه كثير من الفقهاء بالطرق الواقعية ووسائل أخرى للمقاومة'.

إن لجوء جمعيات حماية المستهلكين ودفاعها عن المصالح المشتركة أمام القضاء ودفاعها عن المصالح المشتركة للمستهلكين حيث تأسس كطرف مديني، تصطدم بكثير من

[1]– شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص151

[2]– عمار زعبي، "حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا"، مذكرة ماجستير غير منشورة، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007–2008 ، ص 111

العقبات أهمها غلاء تكاليف التقاضي وعدم مقدرة الجمعية على تحمل نفقاتها، حيث وفي ظل القانون الملغي رقم 98-02 لم تمارس الجمعية هذا الحق كما يجب نظرا لغلاء نفقات التقاضي ومحدودية الموارد المالية لهذه الجمعيات، لكن المشرع ومن خلال القانون الجديد رقم 09-03 منحها حق الاستفادة من المساعدة القضائية وذلك بنص المادة22 حيث:" ... يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية"[1].

ثانيا : انضمام جمعيات حماية المستهلك إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك

قد ترفع الدعوى من قبل المستهلك الفرد أو من قبل مجموعة من المستهلكين أمام القضاء ضد متدخل معين، وبالرجوع إلى المادة

194 من قانون الإجراءات المدنية والتي تنص على: " يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في أول مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا ولا يقبل التدخل إلا ممن توفرت فيه الصفة و المصلحة".[2]

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

ويمكن للجمعية في هذه الحالة تدعيم الطلب الأولي الذي قام به المستهلك أمام القضاء، والمطالبة بوقف السبب الذي أنتج الضرر، مثلا طلب إيقاف الإشهار التضليلي. [3]

وبالتالي يحق لجمعيات حماية المستهلك التدخل والدفاع عن المصالح التي يسعى المستهلك الرافع للدعوى تحقيقها سواء بتأكيد ادعاءاته أو إضافة طلبات إضافية إلى الطلبات

[1]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 151

[2]- صياد الصادق، المرجع السابق، ص 148.

[3]- ارزقي زوبير، المرجع السابق، ص 214.

الأخرى. إن جمعيات حماية المستهلك وان كانت مؤسسات معترف بها إلا أنها تبقى بعيدة عن احتلال أماكنها الطبيعية التي احتلتها في أماكن أخرى، بحيث أنها غير مندمجة اجتماعيا إذا تنقصها القاعدة الشعبية، والتي بدونها سيبقى محكوما عليها البقاء على وضعيتها الحالية، وفي الغالب الأعم فان عددها لا يتجاوز بضعة العشرات، كما أنها لا تمثل حركية كبيرة، ثم يجب الاعتراف أيضا بأنها محدودة وان إمكانياتها المادية لا تسمح لها بضمان استمرارية نشاطها، وان واقعها الاجتماعي السياسي لا يمكن أن يتحقق إلا بشكل بسيط وثقلها المؤسساتي ضعيف.

والجدير بالذكر انه وفي غالب النصوص التطبيقية والتنظيمية لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، فان عمل جمعيات حماية المستهلك يبقى جد محدود في غياب أليات عملها، بالإضافة إلى عدم وجود المجلس الوطني لحماية المستهلك في الواقع، كما يمكن ملاحظة أن القانون الجديد جاء أكثر ردعية حيث تضمن في هذا المجال ستة وعشرون (26) مادة في مجال العقوبات بالنسبة للمخالفين بالمقابل نص على ثلاثة (03) مواد فقط تخص جمعيات حماية المستهلك إذا استثنينا المادة التي تنص على إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلك، فالجانب الردعي جد مهم لحماية مصالح المستهلك لكن يبقى غير كاف لوحده فيجب الاهتمام بالمقابل بدور المجتمع المدني و من خلاله جمعيات حماية المستهلك خاصة في مجال التوعية والحملات التحسيسية، فقانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد اغفل التركيز على هذا الدور الذي نحيب بالمشرع أن يتداركه من خلال النصوص التطبيقية لهذا القانون والتي لم توضع بعد. [1]

تهدف هاته الدراسة إلى بيان دور الإدارة في حماية المستهلك من خلال قرارات الضبط الإداري لأجل الحد من النشاطات الاقتصادية والتجارية الغير مشروعة والتي تؤثر بشكل مباشر على المستهلك، من خلال السحب المؤقت والنهائي لمزاولة النشاط التجاري وفرض قيود لأجل تنظيم وحماية المستهلك، وكذلك إلى بيان الهيئة الإدارية صاحبة الاختصاص في هذا المجال،

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص، ص 150، 151.

كما بينت نتائج الدراسة أيضا الدور الوقائي للإدارة في مجال حماية المستهلك، ودور رئيس البلدية في حماية المستهلك من خلال المساهمة في تنظيم العمل التجاري وتنظيم الأسواق، ودور الوالي في منح الرخص وتقيد النشاط بما يضمن سلامة المستهلك، ودور الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك والذي يشكل احد صور الحماية الإدارية للمستهلك وتنظيم النشاط أما بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها، وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي إن لم نقل انعدامه من جهة أخرى.

الفصل الثاني
الوسائل القانونية للتنفيذ
التزام المتدخل
بضمان سلامة المستهلك

إن الالتزام بالسلامة يتمثل في الجهد الذي يبدله المتدخل باحترام المقاييس التي من خلالها يكون المنتوج الذي يقدمه للمستهلك لا يضر بصحته، وليس المقصود بالجهد بذل العناية بل تحقيق النتيجة، لان هذه الأخيرة واضحة وهي عدم الإضرار بصحة المستهلك كما تنص المادة 09 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك، مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المنتظر منها، وان لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه[1].

غير أن تطور أساليب الإنتاج والتوزيع في بلادنا، أدى إلى تعزيز احتمال انفلات بعض المنتجات من الرقابة، وبالتالي وصولها إلى متناول المستهلك وهي غير أمنة بفعل تجاوزات المتدخلين، الذين يطرحون للاستهلاك منتوجات مغشوشة أو مقلدة، فيتضرر المستهلك منها، وفي ظل الصعوبات التقنية والتفاوت الكبير بينه وبين المتدخل، أقر المشرع مسؤولية هذا الأخير عن ضمان سلامة المستهلك كألية تضمن عدم تنصل المتدخلين من تنفيذ التزاماتهم. قبل هذا، كان المشرع الجزائري يحمي المستهلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني وفقا النظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية، فكان يوقع التزام المنتدخل طبقا للمسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام تعاقدي إضافة إلى إمكانية تحميله المسؤولية التقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسؤول علاقة تعاقدية حسب ما تشترطه المادة 124 من القانون المدني ، وبين المتدخلين الذين يملكون القوة الاقتصادية والكفاءة التقنية في مجال الإنتاج والتوزيع، فأصدر القانون رقم09-03 ، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي كرس المبادئ الأساسية الرقابة جودة المنتوجات والخدمات المعروضة للإستهلاك، وأهمها إجبارية توفر المنتوج على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك.

[1]- مواقي بناني أحمد، الالتزام بضمان السلامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، مجلة الفكر، العدد الخامس، ص، ص 415-416.

المبحث الأول: مجالات التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك

تدخل المشرع الجزائري لضمان سلامة المستهلك بوضع قواعد صارمة لا تتسامح مع المتدخلين في عملية وضع السلع والخدمات الاستهلاك، فألقى على عاتقهم التزامات تكفل سلامة المنتوج خلال مراحل الإنتاج وحتى عندما يكون المنتوج في حوزة المستهلك والوفاء بها جدير بإعادة التوازن المفقود بين المتدخل والمستهلك وضمان أمن المستهلك المقرر في المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. وقد حدد هذا القانون موضوع الدراسة الالتزامات الواقعة على المتدخل، فهو يلتزم بإعلام المستهلك ومطابقة المنتوجات، وعندما يكون المنتوج في يد المستهلك فان المتدخل يلتزم بضماها وضمان خدمة ما بعد البيع[1].

المطلب الأول: إلزام المتدخل بضمان المنتوجات وخدمة ما بعد البيع

يقصد بأساس الالتزام بضمان سلامة المنتوج، الأساس القانوني الذي يقوم عليه هذا الالتزام، أي مبرة القانوني [2]، فيلتزم المتدخل بضمان سلامة منتوجاته من كل عيب قد يشوبها حيث نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على استعادة كل مقتن للمواد التجهيزية من الضمان بقوة القانون، و نصت المادة 16 منه على خدمة ما بعد البيع من اجل تفعيل هذا الضمان، فقد أدى تطور وتنوع المنتوجات إلى ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني الفرع الأول)، هذا بإقرار الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع وبيان كيفيات تنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: ضرورة إنشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية

جاءت ضرورة إنشاء التزام المتدخل بضمان المنتوجات والخدمات، المتميز عن ضمان الصلاحية المكرس بموجب المادة186 من القانون المدني، نتيجة لظهور الالتزام العام بضمان

[1]– شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 49

[2]– على فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، و 2014، ص221

السلامة وثبوت قصور أحكام ضمان الصلاحية في حماية المستهلاك (أولا) ونظرا لخصوصية العيب وفقا لهذا الالتزام الجديد بالسلامة (ثانيا).

أولا: قصور ضمان أحكام الصلاحية

أقر المشرع الجزائري أحكام ضمان الصلاحية بموجب المادة386 ق.م، وقبل صدور قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)، كانت هذه الأحكام تعليق على جميع المنتوجات، إلا أن تدفق المنتجات المعقدة وعالية التقنية على السوق الجزائرية، والتي يجهلها المستهلك في أغلب الأحيان، جعل المشرع ينشىء أحكاما خاصة بحماية المستهلك، فاصدر القانون سالف الذكر، والمرسوم التنفيذي رقم90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، نظرا لقصور أحكام ضمان صلاحية المبيع لمدة معينة لعدة اعتبارات، منها اقتصارها على ضمان السلع دون الخدمات، بالإضافة إلى قصور الضمان الإتفاقي.

ثانيا: خصوصية العيب وفقا للالتزام بضمان السلامة:

يختلف السبب الموجب للضمان – المكرس بموجب المادة13 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 03 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات – عن السبب الموجب لضمان الصلاحية المعروف في القانون المدني، فالأول يتحقق بمجرد حصول أي خلل في المبيع، يجعله غير صالح للعمل حتى ولو لم يوجد فيه عيب، أما الثاني، فهو يتحقق بمجرد اكتشاف العيب، حتى ولو كان المبيع صالحا للعمل، ستظهر خصوصية العيب الموجب لضمان المنتوجات والخدمات وفقا للالتزام بضمان السلامة من خلال تعريفه وبيان شروطه ، حتى يتحقق الضمان[1].

1- تعريف العيب الموجب لضمان المنتوجات والخدمات: يجب بداية التنويه إلى أن المنتجات المعيبة التي تستوجب الضمان طبقا للمادة 13 من قانون حماية المستهلك، أي كل المواد

[1]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 64

التجهيزية، غير أن المادة 02 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات عرفت المنتوج الذي على المحترف ضمانه بأنه: " كل ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة". لقد نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أن يضمن المتدخل" سلامة المنتوج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه". لم يحدد المشرع المقصود بالسلامة التي يجب أن تنقص، فيجب الضمان، وقد ذكرنا سابقا أن سلامة المنتوجات المعرفة بموجب المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، قصد بها المشرع سلامة المادة الغذائية، أما السلامة فقد عرفها بموجب المادة 02 فقرة 03من المرسوم التنفيذي رقم 97-494 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، بأنها:" البحث عن التوازن الأمثل بين جميع العناصر المعنية والتي تستهدف التقليل من أخطار الجروح في حيز ما هو معمول به".

تنقص سلامة المنتوج عندما يكون هناك عيب في تكوينه أو تصنيعه، ويكون مصدر خطر على المستهلك، كالعيوب في تصميم فرامل السيارات[1].

فأساس العيب الذي يستوجب الضمان بصفة عامة هو غياب الالتزام العام بالسلامة والمساس بصحة و أموال المستهلك.

2- شروط العيب الموجب للضمان:

لا يضمن المتدخل العيب في منتوجه، إلا بتوفر شرطين أساسين هما: أن يحدث العيب خلال فترة الضمان (أ) وأن يرتبط هذا العيب بصناعة المنتوج (ب).

[1]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق ، ص 65

أ-حدوث العيب خلال فترة الضمان:

يضمن المتدخل صلاحية المنتوج الفترة زمنية معينة، وتختلف تلك الفترة حسب طبيعة السلعة أو الخدمة على ألا تقل عن ستة أشهر، ونصت المادة11 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، على إمكانية منح ضمان اتفاقي مجاني للمستهلك أنفع من الضمان الخاضع للأحكام القانونية المعمول بها.

يقصد بعملية وضع المنتوج للاستهلاك وفقا لأحكام حماية المستهلك :" مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة" .

يثبت كل ضمان، مع أخذ طبيعة المنتوج بعين الاعتبار، بشهادة يذكر فيها خصوصا نوع هذا الضمان، وشروط التشغيل والبيانات المتمثلة في: اسم الضامن وعنوانه، نوع المنتوج المضمون وسعره، مدة الضمان مرفقا بعبارة " يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال"[1].

كما أن النص على أن يتم الإثبات بتقلة شهادة الضمان وفقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 ، ينقص من الحماية المفروضة للمستهلك، خاصة في حالة إضاعتها أو بالنسبة للمنتجات التي لا تستوجب تقليم الشهادة.

وقد نص المشرع على استفادة المستهلك من حق تجربة المنتوج المقتني على ألا يعني ذلك المتدخل مع إلزامية الضمان، وهنا كان على المشرع تنظيم مدة الاستفادة من التجربة أما إذا كانت تخصم من مدة الضمان، وما إذا كان المتدخل يضمن العيب في المنتوج والضرر الناتج عن التجربة ذاتها.

[1]- المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم90-266 المتعلق بضمان المنتوجات، المؤرخ في15 سبتمبر 1990، ج.ر عدد 40

ب- ارتباط العيب بصناعة المنتوج:

يجب أن يرتبط العيب بصناعة المنتوج حتى يضمنه المتدخل، فهو لا يضمن العيب الخارجي كالعيب الناجم عن سوء استخدام المنتوج وهذا ما أكده الملحق الثاني من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 سالف الذكر، حيث نص في نموذج لشهادة الضمان على ما يلي:

"هذا الضمان لا يغطي الفساد الذي يتسبب فيه النقل والتركيب والتشغيل بطريقة غير مطابقة أو استعمال غير منصوص عليه في دليل الاستعمال".

يقدم ضمان المنتوجات ميزة هامة للمستهلك، هي إعفاءه من عبء إثبات عدم صلاحية المبيع للعمل، وبالتالي فحدوث الحمل أو العيب أثناء فترة الضمان، يعد قرينة على أن هذا مرتبط بصناعة الجهاز أو تصميمه، ولأن الضمان قاصر على عيوب التصنيع فهو لا يضمن إلا خطأ المتدخل، فيستبعد من نطاقه خطأ المستهلك والغير، كما لو أصبح المنتوج غير صالح للاستعمال أو نقصت قدرته على توفير السلامة المطلوبة للمستهلك أثناء نقله من قبل الغير، أو أتلف نتيجة قوة قاهرة كما لو شب حريق في المنزل فتضرر المنتوج .

الفرع الثاني : كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع.

تكمن ضرورة التزام المنتدخل في ضمان سلامة المنتوج من كل عيب يجعله غير صالح للاستعمال أو يؤثر على صحة وسلامة المستهلك، وفي سبيل تحقيق ذلك، حدد المشرع بدقة كيفية تنفيذ هذا الالتزام (أولا)، ولكفالة حماية أكبر للمستهلك، أقر كيفية تنفيذ التزام أخر بعد انتهاء فترة الضمان، هو الالتزام بتقديم خدمة ما بعد البيع (ثانيا) [1].

[1]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 66- 67

أولا: كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان:

ينفذ الضمان بين طرفيه وهما المستهلك والمتدخل، لذا يتعين عليهما القيام بواجبهما على أكمل وجه حتى يأتي الضمان بشماره، فيلتزم المستهلك بإخطار المتدخل بوجود العيب ، حتى يتمكن هذا الأخير من تنفيذ التزامه حسب الطرق المحددة قانونا.

1 -إخطار المستهلك للمتدخل بوجود العيب :

طبقا للمادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ينبغي على المستهلك أن يخطر المتدخل بالعيب بمجرد ظهوره، والغاية منه تحاشي تفسير سلوك المستهلك بأنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب، ويستحسن للمستهلك أن يسرع في إخطار المتدخل بالخلل قبل تفاقمه وما ينجم عن ذلك من أضرار، فغالبا ما تنص وثيقة الضمان على ميعاد قصير للإخطار، وهنا كان على المشرع تنظيم هذه الفترة حتى لا يترك مجالا لتعسف بعض المتدخلين.

لا يستلزم القانون شكلا معينا للإخطار، فحسب المادة 18 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، يمكن أن يتم الإخطار شفويا أو كتابيا، وبأية وسيلة تطابق التشريع المعمول به، ويمكن المحترف حسب تعبير المادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، سالفة الذكر، أن يطالب بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتوج.

2-طرق تنفيذ المتدخل التزامه بالضمان :

يجب على المستهلك أن يقدم للمتدخل طلبه بتنفيذ الضمان، بمجرد ظهور العيب، ما لم يكن هناك اتفاق يخالف ذلك، فإذا كان المستهلك عالما بالعيب فانه يكون ظاهرا، أما إذا كان لا يعلمه فهذا لا يعني انه خفيا، بل قد يكون ظاهرا، إذا كان من الممكن تبنيه عند فحص المنتوج ويترتب على ذلك أن العيب لا يكون موجبا للضمان، إذا كان عدم علم المستهلك به

راجعا يقينا، إما إلى إهماله في فحص المبيع، وإما إلى نقص خبرته، حيث يعتبر العيب في كلا الحالتين عيبا ظاهرا، ومثال ذلك العيب الذي يمكن كشفه من خلال الفحص الأولي مثلا كتجربة سيارة.

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

وفي حالة عدم تنفيذ إلزامية الضمان في اجل يطابق الأعراف المهنية، يجب على المستهلك أن ينذر المتدخل برسالة مسجلة مع إشعار بالاستلام أو ينذره بأية وسيلة أخرى تطابق التشريع المعمول به. وإذا لم يستجب له يمكنه أن يرفع دعوى الضمان عليه إلى المحكمة المختصة في أجل أقصاه عام واحد ابتداء من يوم الإنذار [2]

أما إذا توفرت الشروط وقرر المتدخل تنفيذ التزامه بالضمان الذي لا يتخلص منه إلا بإثبات عدم أخطاره من طرف المستهلك فان القانون حدد طرق معينة لتنفيذ هذا الالتزام، حيث أقرت المادة 3 – 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه:" يجب على كل متدخل في حالة ظهور عيب بالمنتوج، استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته". يتم استبدال المنتوج أو إصلاحه محانا وفي أجل يطابق الأعراف المعمول بها ويتحمل المتدخل جميع المصاريف لا سيما مصاريف اليد العاملة والإمداد بالمواد.

فيجب على المتدخل أن يقوم باستبدال المنتوج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا على الرغم من إصلاحه، فيجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتوج استبداله أو إرجاع منه أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته. [3]

---

[1]– عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية 2004، ص532

[2]– المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم90–266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات –

[3]– المادة 13 من قانون رقم09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ثانيا: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع :

تعتبر خدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملا الفراغ التشريعي الذي ساد قانون02- 89 (الملغى)، إذ لا تتوافق حماية المشرع للمستهلك بمجرد انتهاء مدة الضمان، بل ألزمت المادة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع، حيث نصت على أنه : " في إطار الخدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق". ترتكز خدمة ما بعد البيع على توفير وسائل مواتية للعناية بالمنتوج، وعلى تدخل عمال تقنيين مؤهلين، وعلى توفير قطع غيار موجهة للمنتوجات المعنية، قصد صيانتها وتصليحها.

فهي تشمل كل أنواع الخدمات التي تؤدي بعد نهاية الاقتناء، كالتسليم في مقر السكن وتركيب المنتوجات. غير أننا نلاحظ غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتوجات، واقتصارها على السيارات وبعض الأجهزة الكهربائية، كما يلاحظ جهل أغلب المستهلكين بإلزامية تقليم هذه الخدمة بقوة القانون، وهو ما أدى إلى استقلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الالتزام وسيلة للدعاية عن منتجاتهم، فيضعون عبارة "خدمة ما بعد البيع متوفرة على إعلاناتهم، ليس لإعلام المستهلكين وإنما لجذبهم نحو اقتناء منتوجهم[1].

المطلب الثاني: التزام المتدخل بإعلام المستهلك

نظرا لتطور حاجات المستهلكين والصعوبات التي تواجههم في اقتناءها، لم يعد تدخل الدولة بتوفيرها لهم فقط بل تسعى لتحقيق لهم الحماية من المتدخل الأكثر دراية ومعرفة وتخصص، وبذلك ألقت النصوص القانونية بضرورة التزام المتدخل بإعلام المستهلك[2] .

[1]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص. ص69 و70

[2]- علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة، 2015 - 2016، ص05

ونظرا لاحتمال الخلط بين الإعلام والمصطلحات الأخرى ذات الصلة بإخبار المستهلك كالإعلان، يتوجب تحديده بدقة (الفرع الأول)، ولضمان التطبيق السليم لالتزام المتدخل بالإعلام حدد المشرع وسائل معينة لتنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تحديد الالتزام بالإعلام :

اختار المشرع الجزائري منهج السوق الحرة ففتح باب المنافسة لاستقطاب العديد من الأعوان الاقتصاديين وتحقيق الرفاهية للمستهلك الذي اقر له حق حرية الإعلام في السوق، دون الخوف من جشع الأعوان الاقتصاديين إلى استعمال إعلام مزيف أو إعلام غير نظيف الإغراء المستهلك [1].

فألزمت المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج يقابل حق المستهلك في الإعلام، التزام المتدخل بالإدلاء بالمعلومات اللازمة لاتخاذ المستهلك قراره وهو على بصيرة، ولتحقيق الغاية المرجوة من هذا الالتزام، يجب أن يتضمن تزويد المستهلك بالبيانات الخاصة بتعريف المنتوج واحتياطات استعماله ، والتحذير من خطورته.

1- البيانات الخاصة بتعريف المنتوج واحتياطات استعماله :

يلقى الالتزام بالإعلام على عاتق المتدخل اتجاه المستهلك، بسبب خبرته، لأنه يعرف مزايا المنتوج، أمام مستهلك يثق فيه ولا يعرف إلا ظاهر الأشياء، لذا يلتزم ببيان المعلومات الخاصة بالمنتوج والتي بدوا يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة، سواء من حيث الفائدة المادية أو المعنوية ، سواء كان المنتوج خطيرا أم لا، إلا أن جانبا من الفقه، ذهب إلى أن هذا الالتزام يقع فقط على نطاق المنتوجات الخطيرة التي تتسم حداثتها وتعقيدها، وهو قول لا يضمن سلامة المستهلك في شيء لأنه يؤدي إلى إعفاء المتدخل من هذا الالتزام الذي وجد أصلا لضمان المساواة بينه وبين المستهلك، فيجب أن يعلم المتدخل المستهلك بكل البيانات التي تميز هذا المنتوج عن غيره، لكي يستجيب لرغبة المستهلك في

[1]- سالم بوفليح، مداخلة بعنوان حق المستهلك في الإعلام، كلية الحقوق جامعة المسيلة، ص18

شراء المنتوج، فيتعين عليه إحاطة المستهلك علما بالمنتوج الذي في متناوله، فيبين مكوناته وخصائصه وتاريخ الإنتاج وغاية الصلاحية وكل المعلومات التي لو لم يعلمها المستهلك لما أقدم على شراء المنتوج .

يجب الالتزام بالإعلام فيما يتعلق بكيفية استخدام الشيء أهمية خاصة في ضوء التطور العلمي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات، بحيث أصبح يتعذر على المستهلك الإحاطة بكل ما هو جديد في مجالات التقنية الحديثة بسائر أصنافها، وبالتالي أصبح يجهل الطرق الصحيحة للاستخدام الذي يحقق له الفائدة المرجوة من المنتوج وخاصة عندما يكون هذا الشيء مبتكرا أو حديث الاستعمال، ومن ناحية أخرى قد يترتب على استعمال المنتوج خطورة ما، لذا يجب على المتدخل إحاطة وإعلام المستهلك بمصادر هذه الخطورة وطرق تجنبها عملا على حمايته من الأضرار التي قد تنشأ عنها، وخاصة في مجال المنتجات الحديثة[1].

تحتل هذه البيانات أهمية بالغة في ضمان أمن المنتوجات، وهذا ما يستفاد من نص المادة 09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش حين نصت على أنه:" يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها ... وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها"[2].

2- التحذير من خطورة المنتوج :

الا يكفي أن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتوج، على النحو الذي يكفل الانتفاع به على أكمل وجه، بل يتعين عليه- فضلا عن ذلك أن يحذره من مخاطر المنتوج ذاته وكذا المخاطر التي قد تنجم عن استعماله أو حيازته قد يلحق الخطر بالمستهلك نتيجة استعماله للمتوج، سواء في شخصه أو في ماله أو في حيازته أو التخلص منه، فكم من ضرر يلحق به جراء استعمال خاطئ أو حيازة خاطئة أو تخزين غير سليم أو تخلص غير

[1]- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص. ص 233 و234

[2]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 73.

آمن. ينبغي على المتدخل أن يوضح للمستهلك الاحتياطات الواجب مراعاتها في حيازته للمنتجات الخطيرة أو في استعمالها، وذلك عن طريق إمداده بكل التدابير الواجبة اتخاذها للحيلولة دون ظهور الأخطار الكامنة فيها.

على أن التحذير لا يحقق غرضه في تبصير المستهلك بالمخاطر ووسائل تجنبها إلا إذا كان واضحا سهل الدلالة، وهذا حتى لا يفهم منه شيئا آخر، فقد يفهم من عبارة "يحفظ في مكان بارد" بالنسبة لبعض المنتجات الغذائية كمشتقات الحليب أو العصائر، ضمان الاستفادة القصوى من مكونات المنتوج، أو لضمان الانتعاش بالمنتوج، في حين تعني أن تعرضها الدرجة حرارة عالية قد تتسبب في تسمم المستهلك قد يؤدي إلى وفاته.

كما يتعين أن يكون التحذير ظاهرا، ويكون ذلك باختيار لون ونمط معين في طباعة موضوع التحذير، وبأن يكون لصيقا بالمنتوج ومتصلا به ويختلف ذلك باختلاف طبيعة المنتجات، فيوصي بحفر التحذير على جدار الزجاجة نفسها بالنسبة للمنتجات المعبأة في زجاجات إذا كان بخشى سقوط بطاقة التحذير التي تلتصق على جسمها.

لا يجب أن يقتصر المتدخل على الإفصاح عن جزء من المخاطر وإخفاء البعض الأخر بهدف زرع الثقة في نفوس المستهلكين، خصوصا بالنسبة للمنتوجات السامة والدوائية والمنتوجات المحفوظة والمعبأة في عبوات مغلقة، وإلا تحمل مسؤوليته عن ذلك [1].

الفرع الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام :

أقرت المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الالتزام بالإعلام يتم بواسطة الوسم ووضع العلامات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة والتي يقصد بها كل ما من شأنه إيصال المعلومات الكافية عن المنتوج للمستهلك، فبالإضافة إلى الوسم (أولا)، يتم الإعلام بإشهار الأسعار وشروط البيع (ثانيا).

[1]– شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص. ص ،74، 75

أولا : كيفية الإعلام عن طريق وسم المنتوجات

عرفت المادة 03 من القانون رقم 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الوسم بأنه: " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو حتم أو معلقة موفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها". فرض المشرع الموسم الأغراض إعلام المستهلك بشأن بعض المنتوجات، وأهمها في القانون الجزائري: وسم السلع الغذائية والمنتجات المنزلية غير الغذائية، حيث نصت المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في10 نوفمبر1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05- 484 المؤرخ في22 ديسمبر2005، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها بأنه عبارة عن "البيانات أو الإرشادات أو علامات المصنع أو التجارة أو الصور أو الرموز المرتبطة بسلعة غذائية معينة، والموضوعة على كل تعبئة أو وثيقة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوق، تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية أو متعلقة بها". ويتحقق إعلام المستهلك بالنسبة للسلع الغذائية غير الجاهزة التعيئة عن طريق التعريف بما بواسطة تسمية خاصة تسجل على لافتة أو ما شبه ذلك .

أما السلع الغذائية الجاهزة التعبئة فيتم إعلام المستهلك عن طريق بطاقة تكون ضمن التعليق ذاته، إضافة إلى التسمية الخاصة[1] .

ونص المرسوم التنفيذي السابق في المادة 06 منه على البيانات الإجبارية التي يجب أن يشمل عليها وسم السلع الغذائية، فضلا عن التسمية الخاصة بالبيع وهي :

- قائمة التوابل عند الاقتضاء .

- الكمية الصافية والمعبر عنها بوحدة النظام الطولي .

[1]- المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 .

– تاريخ الصنع بعبارة الصنع في . والتاريخ الأقصى لصلاحية استهلاكه بعبارة " إستهلاكه قبل ... " إضافة إلى الشروط الخاصة بالحفظ كحفظها في مكان بارد أو جاف أو حار.

– اسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة وتوضيبها أو توزيعها أو استيرادها، حتى يتمكن المستهلاك من معرفة مصدر السلعة، كما تسهل عليه في حالة الإصابة بضرر مقاضاة الشخص المسؤول.

– طريقة الاستعمال.

– إضافة إلى ما قد يضيفه القانون أو التنظيم من بيانات إجبارية. [1]

ورغم النص على إجبارية إيراد هذه البيانات في الوسم، فان القانون أجاز عند الضرورة عدم ذكر بعضها بموجب عقلب يرسل إلى الوزارة المكلفة بالتوعية، باستثناء ما تعلق منها بالتسمية الخاصة بالبيع، وبتاريخ الصنع والتاريخ الأقصى للصلاحية، والاسم أو العلامة.

ويبقى الهدف من الوسم وذكر البيانات السابقة بالمحافظة على صحة وامن وسلامة الأشخاص كما هو الحال بالنس بق للمنتجات الصيدلانية ومواد التجميل والتنظيف البدني والمنتجات الخطيرة .و إما بهدف ضمان صادق العرض و الأمانة في التعاملات بالنسبة للمواد النسيجية.

فأوجب المشرع أن يكون الوسم وبياناته المختلفة مكتوبة باللغة العربية، فضلا عن كونها مرئية وسهلة القراءة، ويتعذر محوها، ولم يستبعد إضافة لغة أجنبية أخرى في الموسم لم يحددها سواء بالنسبة لوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية أو السلع الغذائية والمواد المضافة إليها أو الإطارات المطاطية أو الدواجن المذبوحة أو مواد التجميل و التنظيف البدني أو المواد النسيجية المستعملة والمستوردة ولا شك أن الهدف الأساسي من ذلك هو الدفاع عن اللغة العربية،

[1]– محمد بودالي، المرجع السابق ، ص78.

وحمايتها من غزو المصطلحات والتسميات الأجنبية، إضافة إلى إعلام المستهلكين وتيسير الفهم عليهم.

ثانيا: الإعلام عن طريق إشهار الأسعار وشروط البيع

1 إعلام المستهلك بسعر المنتجات والخدمات:

والقصد من هذا الإعلان أو الإشهار كما ورد في المادة 04 من قانون رقم04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المجدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم هو إعلام الزبون أو المستهلك بأسعار بيع السلع والخدمات وشروط البيع، بشكل يسمح له بالتعرف على أسعار المنتجات والخدمات دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات، وجعله حرا في التعاقد من عدمه كما أنه يجنب المتدخلين ممارسة التمييز والتفصيل المنهي عنه بين المستهلكين. [1]

فإذا كان الإعلان عن الأسعار الخاص بالتدخلين يتم بواسطة جداول الأسعار أو النشرات أو دليل الأسعار فان دليل الأسعار الفائدة المستهلكين يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات، وبكل وسيلة يكون من شأنها أن تحقق الغرض من الإعلان وهو إعلام المستهلك ويتم إعلام أسعار السلع والخدمات لفائدة المستهلكين بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة الإعلام المستهلك بأسعار البيع وعند الحاجة بشروطه وكيفياته الخاصة والتي يجب أن تبين بصفة مرئية ومقروءة على المنتوج نفسه أو على غلافه، إذ لا يكفي أن نعلم كل مستهلك بصفة فردية، بل يجب أن يكون كل المستهلكون على علم قبل إبرام العقد عن السعر الذي سيطلب منهم والشروط التي ستوضع لهم، فالهدف هو جعل الشفافية في السوق والسماح أيضا لتطور المنافسة، وبالإضافة إلى ذلك فهذه القاعدة تؤكد على حماية المستهلكين .

[1]– محمد بودالي، نفس المرجع ، ص 82.

2- إعلام المستهلك بشروط البيع:

ربط المشرع الجزائري الإعلام المتعلق بشروط البيع، بالإعلام بالأسعار في نص المادة 05 و 06 من القانون 04-02 المذكور أعلاه[1] ، وكان يحسن فصله، واعتباره إعلاما مستقلا عن الإعلام بالشيء المبيع (المنتوج) أو الخدمة وعن الإعلام بالسعر ومعناه إعلام المستهلك بالحقوق والالتزامات الناشئة عن العقد أو حتى تلك الناشئة عن نصوص القانون.

وألزمت المادة 53 فقرة 1 المتدخل بإعلام المستهلك بشروط البيع، فالسعر وحده ليس العنصر الحاسم أو الدافع إلى التعاقد فشروط البيع لها أثرها في تحديد قرار المستهلك بشراء المنتوج أو تحصيل الخدمة من عدمه مثل شرط التسليم بالبيت، وشرط ضمان حسن عمل المنتوج ، فتكفلت المادة 53-2 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ببيان بعض شروط البيع وذكرت منها: كيفيات الدفع، إضافة إلى التخفيضات والحسوم والمسترجعات. غير أن العناصر الأخيرة هي أقرب إلى السعر منها إلى شروط البيع. [2]

المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة للمنتوجات

إن إصدار مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج هو أمر حيوي لحماية المستهلكين وكذلك الانتظام ونمو المعاملات الاقتصادية، وما يجري عليه العمل فعلا في دول نظام اقتصاد السوق هو أن كل ما يجري عليه التعامل له مواصفات قياسية تضمن حماية المستهلكين و انضباط المعاملات، فتشمل هذه المواصفات كل أنواع السلع المنتجة فتنص مثلا على أن تكون أقمشة التجنيد معالجة بمواد خاصة مقاومة للحريق.

[1]- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المجدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم

[2]- محمد بودالي، المرجع السابق، ص8

والملاحظ أن عدد المواصفات الفنية القياسية المقررة في الوقت الحاضر محدود بالمقارنة مع الدول الأخرى، وكذلك أنه لا يجري تحديث هذه المواصفات بصفة مستمرة وبالسرعة الواجبة لمواكبة تطورات التكنولوجيا والمعارف العلمية فضلا عن أنها مواصفات وضعت أصلا

مستهدفة مستوى متواضعا من الجودة والكفاءة وزيادة على ذلك فانه من الواضح أن هناك تسيبا كبيرا في مراقبة تنفيذ هذه المواصفات[1].

والمقصود بالمطابقة في قانون حماية المستهلك استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة.

الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة

يشمل الالتزام بالمطابقة الذي فرضه المشرع على المتدخل أحترام أصول المهنة، حيث لا يمكن الإتقان والتفنن في طرق الإنتاج إلا باحترام المواصفات القانونية والقياسية الموضوعة لغرض ذلك، قصد الوصول إلى وضع منتوج ذو جودة عالية خاليا من كل عيب أو نقص من شأنه المساس بصحة وسلامة المستهلك.

أولا: الالتزام باحترام المواصفات القانونية:

ففي الفصل الثالث من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وتحت عنوان إلزامية مطابقة المنتوجات ألزم المشرع كل متدخل أن يحترم الرغبات المشروعة للمستهلك أثناء عرضه للمنتوج وذلك من حيث طبيعته وصنفه وميزاته الأساسية وتركته ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته وكمياته وقابليتها للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله ومصدره والنتائج المرجوة منه، والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه و تاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليها.

[1]– شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، دار الشروق، القاهرة، مصر ، ص 21. 2 – المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم09-03

فالمواصفات القانونية هي مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب على المتدخل احترامها في المنتوج سواء كان سلعة أو خدمة طوال فترة الإنتاج حتى الاستهلاك، حيث لا يمكن تصور تقليم شهادة المطابقة لمنتوج ما في حين هو لا يستجيب شروط إنتاجه أو تم إنتاجه بطريقة مخالفة للمقاييس الموضوعة لذلك، الأمر الذي يؤدي إلى إقرار جزاءات مدنية وإدارية وجزائية تبعا للأضرار التي يلحقها بالمستهلك، كما يمكن اعتبار الالتزام بالمطابقة الصورة الحقيقية والسليمة الاحترام القواعد الآمرة المتعلقة باحترام المواصفات القانونية هذا ما أكده المشرع الفرنسي في المادة 212 فقرة 01 من قانون الاستهلاك تحت عنوان "الالتزام العام بالمطابقة "[1].

ثانيا: احترام المواصفات القياسية:

1- تعريف التقيس:

بالرجوع للمادة02 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس عرف بأنه:" لنشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين، ويقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتوجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين".[2]

2- أهداف التقييس:

نصت المادة 3 من ذات القانون على أنه: يهدف التقييس على الخصوص إلى ما يأتي:

أ- تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا.

ب- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة وعدم التمييز.

[1]- ارزقي زوبير، المرجع السابق، ص 135.

[2]- المادة 02 من قانون 04 / 04 المتعلق بالتقييس، المؤرخ في 23 يونيو 2004 ج.ر عدد 41.

ج- إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية.

د - تجنب التداخل والازدواجية في أعمال التقييس.

هـ - التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق.

و- اقتصاد الموارد وحماية البيئة.

ز- تحقيق الأهداف المشروعة.

يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتوج من وجه مباشر، غير أنه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة، ويتجلى ذلك من خلال أن التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة، وبذلك فان السلامة تعتبر مظهرا من مظاهر المطابقة [1].

الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية

أولا: المواصفات الجزائرية

تقوم الهيئة الوطنية للتقييس ممثلة في المعهد الجزائري للتقييس بمهمة إعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها بالإضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقا.

1- المواصفات المصادق عليها :

وهي مواصفات ملزمة التطبيق، تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس إلى لجنة توجيه أشغال التقييس، والتي يترأسها الوزير المكلف بالتقييس، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع

[1]- ارزقي زوبير، المرجع السابق، ص137-

والموافقة عليه تتولى الهيئة تبليغة إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ، وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييس، ويشير قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية.

2- المواصفات المسجلة :

فهي اختيارية التطبيق ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيه على الخصوص رقم التسجيل وتاريخه وبيان المقياس وتسميته[1].

ثانيا: مواصفات المؤسسة :

فهي بوجه خاص المنتجات وأساليب الصنع والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها، وعليه فمواصفات المؤسسة تمس خصوصا المنتوج إجراءات الصنع والآلات المستعملة، وتطبق هذه المواصفات على مجموع وحدات وهياكل ومصالح نفس المؤسسة.

وهي مواصفات توضع أو تعد وتنشر بمبادرة من مديرية المؤسسة المعنية، مع مراعاة التشريع والتنظيم الخاص في مجال التقييس.

ويتم وضع نسخة من موصفات المؤسسة بصفة إلزامية وبدون مقابل لدى الهيئة المكلفة بالتقييس، هذه الأخيرة تسهر وتراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية الجاري بها العمل، ويمكن لكل شخص يهمه الأمر أن يطلع عليها مجانا أو استخراج نسخة منها على حسابه الخاص.

[1]- ارزقي زوبير، المرجع السابق، ص138

ويمكن أن تكون مواصفات المؤسسة محل مواصفات مصادق عليها أي تعتمد كأنها مقاييس الجزائرية، وهذا بعد الموافقة عليها بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس [1].

ثالثا: الإشهاد على مطابقة المقاييس الجزائرية

وهي علامة تشهد على مطابقة المنتجات للمواصفات الجزائرية وفقا للشروط التي يحددها الجهاز المكلف بالتقييس، يرمز إليها بالحرفين: ت.ج.

وتتم المصادقة على علامة المطابقة للمواصفات الجزائرية بموجب رخصة استعمال الوضع العلامة ومنح شهادة المطابقة بعد تقليم الصانع الطلب في هذا الشأن ينتهي بإبرام عقد بين الطرفين.

ويلتزم الصانع بفصل العلامة المذكورة وتمييزها عن علامة الصنع الخاصة به، منعا للخلط الذي يقع فيه المستهلك فيقوده إلى الغلط.

وتتعلق الشروط التي يضعها الجهاز المكلف بالتقييس لمنح العلامة بشكل خاص بمستوى الوسائل التقنية والبشرية المستعملة في نظام الإنتاج، وبمدى التزام الصانع بما في صنع منتجاته وعرضها، مع رقابته على ذلك. [2]

[1]– كالم حبيبة، المرجع السابق، ص ، ص45 ، 46

[2]– محمد نودالي، المرجع السابق، ص98 .

المبحث الثاني: إقرار مسؤولية المتدخل عن ضمان سلامة المستهلك

فرض المشرع الجزائري التزاما على كل متدخل بأن يعرض للاستهلاك منتوجات تضمن سلامة المستهلك، ومع احتمال انفلات بعض المنتوجات من الرقابة نتيجة تهاون أعوان الرقابة في أداء مهامهم، أو تحايل بعض المتدخلين، يزداد عدد المنتوجات المغشوشة والمضرة بالمستهلك بصورة كبيرة.

لذا عمد المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلى إيجاد آلية أخرى إضافة إلى الرقابة – تضمن تنفيذ المتدخلين لالتزامهم من خلال ردعهم، وهي إقرار المسؤولية الجزائية عن مخافة كافة الالتزامات المنبثقة عن الالتزام العام يضمان السلامة وكافة الأحكام المتعلقة بها (المطلب الأول).

كما يؤدي القول بوجود الالتزام بضمان السلامة إلى أحقية المستهلكين في مواجهة المتدخلين بالمسؤولية المدنية لجبر الضرر الذي تسببت فيه منتجاتهم غير السليمة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المسؤولية الجزائية للمتدخل

تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع، ونظرا لأهمية الحماية الجزائية للمستهلك في توفير الأمان وبعث الثقة في المنتجات، تدخل المشرع بوضع آليات وكيفيات متميزة لمتابعة المخالفين بأسلوب أكثر فعالية يراعي خصوصيات حوادث الاستهلاك الفرع الأول)، ومتي تبنت مخالفة المتدخل، يتم ردعه بتوقيع العقوبات المقررة عليه (الفرع الثاني) .[1]

[1]– شعبان حنين نوال، المرجع السابق، ص128.

الفرع الأول : كيفية متابعة المتدخل جزائيا

أقر القانون قواعد متميزة التحكم قواعد الاستهلاك، تضاف إلى القواعد العامة في الإجراءات الجزائية، وتتميز المتابعة الجزائية للمتدخل في الخطأ الموجب للمسؤولية (أولا)، الذي بتحققه يتم تحريك الدعوى العمومية (ثانيا)، أين تظهر أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية (ثالثا)، من أجل ضمان الوصول إلى حكم منصف للطرفين (رابعا).

أولا: الخطأ الموجب للمسؤولية الجزائية للمتدخل:

جعل المشرع الجزائري مسؤولية المتدخل الجزائية عن ضمان سلامة المستهلك قائمة على أساس الخطأ، فتقوم مسؤوليته بمجرد الإخلال بالالتزامات التي يفرضها قانون حماية المستهلك وقمع الغش أو القوانين المطبقة له، ويستنتج هذا من توقيع الجزاء متى وقعت مخالفة لأحكامه، كإخلال المتدخل بالتزامه بواجب إعلام المستهلك عن طريق وسم المنتوجات.

تقوم مسؤولية المتدخل الجزائية عن خطأه العمدي وغير العمدي، فالمشرع الجزائري قد سوى بينهما من حيث العقاب.

قد يكون الخطأ الذي تتحقق به المسؤولية الجزائية إيجابيا، كفعل شيء ينهي عنه القانون كتغليف المواد الغذائية بمواد تؤدي إلى التأثير على سلامتها، أو سلبيا عند الامتناع عن القيام بشيء يفرضه القانون كالامتناع عن إجراء الرقابة على مطابقة المنتوجات .

نستنتج انه يكفي لقيام المسؤولية الجزائية للمتدخل توفر عنصر الخطأ، والمتمثل في إخلاله بالواجبات الملقاة على عاتقه من اجل ضمان سلامة المستهلك، سواء كان الخطأ عمديا أم لا، وسواء ترتب عن ذلك إضرار بالمستهلك أم لم يترتب، وهي كلها قواعد تم إقرارها من اجل ردع المخالفين وتوفير حماية أكبر للمستهلكين إذ يمكن التعبير عن الخطأ أنه لائحي أي يتحقق بمجرد مخالفة النص القانوني.

ثانيا- تحريك الدعوى العمومية:

يترتب على الخطأ المتمثل في مخالفة أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمرتكب من طرف المتدخل، إلى المساس بصحة وسلامة المستهلكين، في هذه الحالة يتمتع المجتمع بسلطة المتابعة وتوقيع الجزاء، وهي تتمثل أساسا في سلطة النيابة العامة في تحريك الدعوى العمومية ، كما أجاز القانون تحريكها عن طريق شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مدني.[1]

1-اختصاص النيابة العامة بتحريك الدعوى العمومية:

تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع، ويقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إبلاغه بالمخالفة، وذلك عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من الغير، التي يمكن أن تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة، أو عن طريق شكوى المستهلك من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه إليه من طرف أعوان قمع الغش، كضباط الشرطة القضائية وأعوان الجمارك و أعوان المديريات الولائية للتجارة، حيث نصت المادة31 من المرسوم التنفيذي رقم90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه: " إذا تبين من المحاضر المحررة ... أو من التحاليل المتممة... أن الخدمة والمنتوج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش، ملفا يشتمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة".

في حالة السحب المؤقت في منع وضع كل منتوج للاستهلاك اينما وجد والاشتباه في عدم مطابقته بانتظار نتائج التحريات كما نصت المادة 59 فقرة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على انه:" إذا تبث عدم مطابقة منتوج، يعلن عن حجزه، ويعلم فورا وكيل الجمهورية بذلك".

[1]- شعبان حين نوال، المرجع السابق، ص129.

يقرر وكيل الجمهورية بعد الاطلاع على الملف، ما سيتخذه بشأن المخالفة ويباشر بنفسه، أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري، ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة.

2-شكوى المستهلك المصحوبة بادعاء مديني :

إذا تضرر المستهلك من الجريمة التي ارتكبها المتدخل، يمكنه أن يدعي أمام قاضي التحقيق، مطالبا إياه بالتعويض الذي يشمل ما دفعه من ثمن وكذا الخسارة اللاحقة به من جراء إخلال المتدخل بالالتزام بضمان السلامة.

يقوم قاضي التحقيق بعرض شكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية الذي يبدي رأيه بشأنها، وإذا لم يكن قاضي التحقيق مختصا، أصدر بعد سماع طلبات النيابة أمرا بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية التي يراها مختصة حسب ما نصت عليه المادة77 من قانون الإجراءات الجزائية.

ثالثا- أهمية الخبرة في إثبات المسؤولية الجزائية للمتدخل

أولى قانون حماية المستهلك وقمع الغش عناية بالغة بالخبرة [1]، ويظهر ذلك من خلال الأحكام التي خصصها لتحديد سير الخبرة في مجال حماية المستهلك.

1-ضرورة الاستعانة بالخبرة في حوادث الاستهلاك:

تعرف الخبرة بأنها:" إجراء يتعلق بموضوع يتطلب الإلمام بمعلومات فنية، الإمكان استخلاص الدليل منها".

تكتسي الخبرة أهمية بالغة في الإثبات الجزائي بصفة عامة، وتظهر هذه الأهمية بهلاء في حال حوادث الاستهلاك التي باتت تتسم بالتعقيد خاصة مع تطور المنتوجات واتساع

[1]- شعبان حنين نوال، المرجع السابق، ص132.

أضرارها، لدى أولى لها قانون حماية المستهلك وقمع الغش العناية اللازمة، وهذا بتنظيمها وبيان أحكامها بالتفصيل.

يعتبر إجراء الخبرة لإثبات مسؤولية المتدخل من الإصلاحات التي جاء بها المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث أنه لم يتطرق لهذا الإجراء في القانون رقم 89- 02 (الملغى)، رغم أهميته التي تستنتج من خصوصية حوادث الاستهلاك التي تصب على معطيات علمية وتقنية، كمعرفة نسبة المواد الملوثة المسموح بها قانونا، والتي أدت إلى التسمم.

تختلف مهمة الخبير عن الشاهد، فالشهادة هي إدلاء بالمعلومات استنادا إلى ملاحظة حسية، سمعية أو المشاهدة، أما الخيرة فهي تقرير مبني على قواعد علمية أو فنية للوصول إلى نتيجة معينة.

2- سير الخبرة:

نصت المادة 32 من المرسوم التنفيذي رقم 90- 39 السالف الذكر على ما يلي: " تسلم في حالات الخبرة التي تأمر بها الجهة القضائية المختصة، العينة التي بقيت احتياطا لدي المصلحة التي سجلت العينات المقتطعة وكذلك العينة التي بقيت لدى الحائز، للخبراء الذين يجب عليهم أن يستعملوا المناهج الوطنية مع إمكانية استعمال مناهج أخرى". (انظر نموذج رقم 01 و 02 و06) .

يعذر المخالف مسبقا من طرف الجهة القضائية المختصة ليقدم خلال ثمانية أيام العينة الثالثة التي بحوزته كما هو منصوص عليه في المادة 40 من هذا القانون[1].

[1]- المادة 49 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

في حالة احتمال الغش أو التزوير الناتج عن تحاليل أو اختبارات أو تحارب المخابر المؤهلة، يشعر القاضي المختص المخالف المفترض انه يمكنه الاطلاع على كشف أو تقرير المخبر، وتمنح له مهلة ثمانية أيام لتقديم ملاحظاته، أو إجراء خبرة إذا اقتضى الأمر[1].

في حالة إذا ما اقتطعت عينة واحدة، فان المادة 49 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش نصت على قيام الجهة القضائية المختصة بندب الخبراء المعنيين قصد القيام باقتطاع جديد حسب الأشكال المنصوص عليها.

عندما تطلب الخبرة من طرف المتدخل المخالف المفترض أو عندما تأمر بها الجهة القضائية المختصة، يتم اختيار خبيرين أحدهما من طرف المخالف المفترض والأخر من طرف الجهة القضائية المختصة التي تعينهما طبقا لأحكام المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية .

تجدر الإشارة إلى أن الخبرة التي تم إجراؤها بمقتضى قانون حماية المستهلك وقمع الغش، تكون قابلة للطعن، ويتم تنفيذها بموجب الإجراءات المنصوص عليها في المواد من 143 إلى 156 من قانون الإجراءات الجزائية.

نلاحظ من الناحية العلمية أن رغم جوازية الخبرة، إلا أن القضاة يحرصون على ضرورة إجرائها، وبالرجوع للتطبيقات القضائية في الجزائر، نجدها تؤكد أن الخبرة في مجال حوادث الاستهلاك، سواء الطبية أو تلك المتعلقة بقمع الغش كثيرا ما ساهمت في تكوين قناعة القاضي.

رابعا- الحكم الجنائي على المتدخل المخالف لالتزامه بضمان سلامة المستهلك

يعتبر الحكم المرحلة الأخيرة في الدعوى العمومية حيث تكون المحكمة ابتدائية تختص بالنظر في مخالفات وجنح المتدخل، أو محكمة الجنايات، عندما تشكل مخالفة المتدخل جناية

[1]- المادة 46 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش .

إذ تحكم المحكمة في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال يعتبرها القانون جريمة، والمعروضة عليها من طرف وكيل الجمهورية أو المحالة إليها من طرف غرفة الاتحام أو قاضي التحقيق بحسب طبيعة الجريمة.

و قد تكون المخالفة الصادرة عن المتدخل لا تكفي لمساءلته، في هذه الحالة تصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة في جانبه فيتم معاقبته لإخلاله بواجبه في ضمان سلامة المستهلك وفقا للقانون. [1]

الفرع الثاني: العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف

أولى المشرع أهمية العقاب مخالفة المتدخل للالتزامات المفروضة عليه بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لضمان وردع المتدخل الامتثال لها، خاصة وانه ملزم بتنفيذ هذه الالتزامات بموجب القانون، وجعلها المشرع من النظام العام بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفتها حماية لصحة وامن المستهلك فعاقب على مخالفة الالتزامات المتعلقة بضمان السلامة، وحرصا منه على جودة المنتوجات وتحقيقها للرغبات المشروعة للمستهلك أقر عقاب للمتدخل عند مخالفته لإلزامية رقابة مطابقة المنتوجات، ومن أجل ضمان المصالح المادية للمستهلك عقاب المتدخل عن مخالفته الإلزامية ضمان المنتوج والخدمة ما بعد البيع، ورغبة منه لحماية رضاء هذا الطرف الضعيف يجعله سليم ومبصر وحمايته من مخاطر المنتوجات التي قد تلحق به نتيجة عدم تحذيره من قبل المتدخل أقر جزاء على مخالفة هذا الأخير لإلزامية إعلام المستهلك. [2]

[1]– شعبان حين نوال، المرجع السابق، ص 135.

[2]– منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة النيل شهادة الماجستير فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2014-2015، ص 194.

1- مخالفة إلزامية رقابة مطابقة المنتوجات:

يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول [1]، غير أن العديد من المتدخلين يخالفون مثل هذا الالتزام نظرا لرغبتهم في استهداف الربح فقط غير مبالين من مدى مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلكين، ومن أجل ذلك نصت المادة 74 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على جزاء مخالفة مثل هذا الالتزام بتقريرها العقاب عليها بغرامة من خمسين أل ف دينار (000 . 50دج) إلى خمسمائة ألف دينار (000 .500دج). انظر نموذج رقم 03، 04، 05 و07).

2- مخالفة إلزامية ضمان المنتوج وتجربته وتنفيذ الخدمة ما بعد البيع:

جعلت المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الالتزام بضمان المنتوجات المقتناة من النظام العام، بحيث لا يجوز الاتفاق على مخالفة أحكامه فهو التزام قانوني فرضه المشرع على كل متدخل يعرض منتوجاته للاستهلاك ونظرا لمثل أهمية هذا الالتزام في ظل تطور المنتوجات التي أصبحت تتسم بالتعقيد، حرص المشرع على ضمان تطبيقه من خلال إقراره لعقوبة على مخالفته بحيث نصت المادة 75 من القانون رقم09-03، على معاقبة المتدخل بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).

كما منح المشرع للمستهلك الحق في تجربة المنتوج المقتني، فإذا ما خالف المتدخل إلزامية تجربة المنتوج ومنعه من القيام بذلك عن قصد وإدراك فانه يعد مخالفا لأحكام المادة 15 من القانون رقم 09-03 فيعاقب المتدخل بغرامة من خمسين ألف دينار (000 .50دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) طبقا للمادة 76 من القانون رقم 09-03، وفي حالة إخلال

[1]- المادة 12 من قانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

المتدخل بواجبه بتقامتم الخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها بموجب المادة 16 من القانون رقم09-03 ، يعاقب المتدخل طبقا للمادة 77 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج).

3- مخالفة إلزامية إعلام المستهلك :

يكتسي الالتزام بالإعلام أهمية بالغة نظرا لجعل رضا المستهلك سليم ومصر، ومن اجل ذلك ألزم المشرع المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، وفي حالة عدم تنفيذ المتدخل الالتزامه يعاقب طبقا لنص المادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كما نصت المادة 31 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على عقاب المتدخل عند مخالفته لعدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، بغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000 دج إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) و عاقبت المادة 32 من القانون رقم 04-02 على عدم الإعلام بشروط البيع بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج إلى مائة ألف دينار (100.000 دج). [1]

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل

نصت قوانين حماية المستهلك على حق المستهلك في الحصول على التعويض الضرر الذي يلحق به أو بأمواله من جراء ذلك أمام المحاكم المدنية[2].

إن التعويض عن الأضرار التي ترتبها المنتجات والخدمات، يعد بلا شك أهم أثر يسعى المستهلك إلى الوصول إليه، غير أن هذا التعويض يكون دوما كما سبقت الإشارة عن الضرر

[1]- منال بوروح، المرجع السابق ، ص 196.

[2]- قنطرة سارة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلاك، مذكرة مقاعة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016-2017، ص 93

المباشر، أي أن يقدر الضرر الذي أحدته المنتج بخطئه سواء كان ضررا ماديا أو ضررا معنويا[1] . فأقر المشرع قواعد خاصة بمجال حماية المستهلك تصب في مجملها في صالح المضرور (الفرع الأول)، لتسهل عليه الادعاء مدنيا أمام القضاء مني اخل المتدخل بالتزامه بضمان السلامة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: إقرار أحكام خاصة لصالح المضرور

عمل المشرع الجزائري في إطار إصلاح المنظومة القانونية الخاصة بحماية المستهلكين على إقرار قواعد متميزة تسهل على المضرور استيفاء حقه من المتدخل، نظرا العدم فعالية القواعد التقليدية في مواجهة التطور الصناعي والاقتصادي، لذا جعل المسؤولية المدنية للمتدخل قائمة على أساس العيب.

إتجه المشرع الجزائري إلى تبني فكرة المسؤولية القائمة على أساس العيب، وهو ما ذهب إليه القضاء الفرنسي بإنشاء نظام مستقل لمسؤولية المتدخل، حيث تطور أساس المسؤولية من الاعتماد على الخطأ الواجب الإثبات إلى تبني المسؤولية الموضوعية التي كرسها المشرع في القانون المدني.

يعود السبب في توجه التشريعات إلى الاعتماد على الضرر كأساس لمسؤولية المتدخل المدنية عن المنتوجات، إلى الزيادة في إنتاج الآلات والمنتجات بالغة التعقيد وذات التقنية العالية، والتي يكون إثبات الخطأ بالنسبة إليها أمرا شديد الصعوبة، نظرا لعدم إمكانية المستهلك المضرور الان يلم بالخصائص التقنية والفنية لهذه المنتوجات.

نستنتج انه تتحقق مسؤولية المتدخل المدنية طبقا لهذه الأحكام متى تسببت المنتوجات المعروضة للاستهلاك بضرر للمستهلك، فهي مسؤولية بقوة القانون. [2]

[1]– شعبان حين نوال، المرجع السابق، ص149.

[2]– شعباني حنين نوال، المرجع السابق ، ص 151.

الفرع الثاني: الدعاوى المدنية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة

أقام المشرع نظاما خاصا للمسؤولية المدنية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة يمكن للمضرور الاستناد إليه للمطالبة بالتعويض[1]، فإذا اخل المتدخل بواجبه في ضمان سلامة المستهلك، ينشأ حق لهذا الأخير في رفع دعوى أمام القضاء منى توفرت فيه شروط رفع الدعوى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به.

تتميز دعوى التعويض أو دعوى المسؤولية، التي يرفعها المتضرر من المنتوجات المعروضة للاستهلاك عن دعاوى التعويض الأخرى، نظرا لتميز الالتزام بضمان السلامة فهي تختلف من حيث شروطها وكيفية التعويض عن الضرر.

1-شروط دعوى التعويض عن ضرر المنتوجات:

لم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش شروط رفع دعوى التعويض، وإنما ترك ذلك للقواعد العامة المتمثلة في المادة140 مكرر من القانون المدني، والتي نستنتج من خلالها أنه لا يمكن للمتضرر أن يرفع دعواه للمطالبة بالتعويض، ما لم ينشأ عيب أدى إلى ضمان سلامته وحدوث ضرر له .

أ- وجود عيب أدى إلى عدم ضمان السلامة:

يتعين على المستهلك المتضرر من المنتوج المعروض للإستهلاك، أن يثبت وجود عيب في المنتوج أدى إلى عدم ضمان سلامته، والأمر هنا لا يتعلق بخطأ ولا حتى بعيب كما في القواعد التقليدية، ولكن يتعلق بمسألة موضوعية هي عدم كفاية الأمن والسلامة في المنتوج.

[1]- علي فتاك، المرجع السابق ، ص 343.

ب – حصول الضرر:

الضرر هو الأذى الذي يصيب الشخص في حق من حقوقه أو في مصلحة مشروعة له، يلتزم رافع الدعوى والمطالب بالتعويض فيها أن يقيم الدليل عن الضرر الذي أصابه كإصابته بحروق نتيجة انفجار آلة كهربائية.

2- كيفية التعويض عن الضرر :

يتم تعويض المستهلك عن الضرر الذي أصابه، متى ثبتت مسؤولية المتدخل، وهذا وفق كيفيات محددة تتعلق بالأضرار المعرض عنها، بالإضافة إلى عناصر التعويض وأنواعه (ب). [1]

أ- الأضرار المعوض عنها طبقا لقانون حماية المستهلك:

يشمل التعويض وفقا للنصوص القانونية المعنية بالاستهلاك في التشريع الجزائري على جميع الأضرار التي تلحق المستهلك في صحته و/أو أمنه أو مصالحه المادية، وهذا ما يعرف بالضرر المادي، كما يشمل أيضا وفقا للنصوص العامة فيه الضرر المعنوي.

فقد نصت المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على وجوب عدم مساس الخدمة بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلك، وبما أن الخدمة تعد منتوجا، يلتزم المتدخل بضمان الأضرار المادية والمعنوية التي يتسبب فيها منتوجه[2].

اولا:- الأضرار المادية:

الضرر المادي هو الذي يصيب المضرور في حق من حقوقه التي يحملها القانون، سواء في جسمه أو في ماله.

---

[1]- شعبان حنين نوال، المرجع السابق ، ص80

[2]- علي فتاك، المرجع السابق ، ص 339.

ثانيا: الأضرار الجسدية:

يلتزم المتدخل وفقا للأحكام الحديثة الخاصة بضمان السلامة بضمان الأضرار التجارية والجسدية التي تصيب المستهلك، في حين يلتزم وفقا لأحكام العيوب الخفية بتعويض الأضرار التجارية فقط.

ويقصد بالأضرار الجسدية كل ما يصيب الإنسان في جسده من إصابات أو عجز أو ما يؤدي إلى وفاته، بمعنى أمراض أو جروح أو حروق أو وفاة.

ويأخذ حكم التعويض عن الضرر الجسدي التعويض عن مصروفات العلاج بكافة أنواعه مثل نفقات الأطباء والفحوصات الطبية وغيرها من المصروفات الطبية، كما يأخذ أيضا حكم التعويض عن الضرر الجسدي التعويض عن العجز الكلي أو الجزئي، بالإضافة إلى التعويض عن عدم القدرة على الكسب الناجمة عن الإصابة البدنية .

ثالثا- الأضرار التجارية:

وهي الأضرار الواقعة على شيء أو المتمثلة في هلاك شيء بما في ذلك السلعة المبيعة ذاتها، بشرط أن يكون الشخص الواقع عليه الضرر قد تملق هذا الشيء أو استخدمه في غير أغراض تجارته أو أعمال مهنته أو حرفته.

وهكذا فان المسؤولية عن عيوب المنتجات تغطي كل النفقات اللازمة لتعويض الشيء الذي أصابه التلف أو الهلاك، وعلى وجه الخصوص ثمن شراء البديل والمصروفات المتعلقة بذلك مثل مصروفات الانتقال والمصروفات الإدارية وغيرها [1].

[1]- علي فتاك، المرجع السابق ، ص 390

رابعا- الأضرار المعنوية:

لم يعرف القانون الضرر المعنوي الموجب للتعويض، بل اكتفت المادة182 مكرر من القانون المدني بتعداد صوره، والمتمثلة في المساس بحرية المضرور أو شرفه أو سمعته، وفي مجال حماية المستهلك، فان الضرر غالبا ما يمس حرية المستهلك في اختيار المنتوج الذي يحقق له السلامة والرغبة المشروعة، وغالبا ما تتميز الأضرار المعنوية بصعوبة تقديرها.

تجدر الإشارة إلى أنه يتم التعويض عن الأضرار السالف ذكرها متى كانت مباشرة وطالما أن المسؤولية المدنية ترمي إلى تحميل المتسبب في الضرر عبء التعويض عن الضرر الذي أحدثه، فلا بد أن يكون قد وقع فعلا وبصورة أكيدة.

ب - عناصر التعويض وأنواعه:

إذا ثبتت مسؤولية المتدخل، يقدر القاضي التعويض بالنظر إلى عناصر معينة، من اجل تنفيذه الذي يتخذ عدة أنواع.

1- عناصر التعويض:

إذا كان تقدير التعويض عن الضرر من المسائل الواقعية التي يستقل بها قاضي الموضوع، إلا أن تعيين عناصر الضرر التي يجب أن تدخل في حساب التعويض هو من المسائل القانونية التي تخضع لرقابة محكمة النقض[1].

فقد نصت المادة 182 من القانون المدني على أن يقدر القاضي التعويض إذا لم يكن محددا في العقد ولا في القانون، وهو يشمل ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، حيث يدخل في تقدير التعويض نفقات العلاج وأجرة الطبيب و نفقات المستشفى، وما ضاع على المستهلك من كسب بسبب عجزه عن العمل.

[1]-- شعبان حين نوال، المرجع السابق ، ص 162.

2- أنواع التعويض:

يكون التعويض الذي يتحصل عليه المضرور إما عينيا أو بمقابل، وفي مجال مسؤولية المتدخل، تميز أنواع التعويض الممكنة نظرا لتميز هذه المسؤولية.

- التعويض العيني:

يقصد به الحكم بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل ارتكاب المسؤول الفعل الضار الذي أدى إلى وقوع الفعل الضار، وهو طريقة ناجعة بالنسبة للمضرور، إذ يهدف إلى محو الضرر ما دام ذلك ممكنا[1].

غير أنه لا يمكن اللجوء إلى التعويض العيني في مجال جبر الضرر الحاصل للمستهلك، وهذا لأن الأمر لا يتعلق بعدم تنفيذ المدين لالتزامه، بل يتعلق بان الضرر قد لحق المضرور نتيجة عيب في المنتوج

ب- التعويض بمقابل :

يندر أن يكون التعويض العيني ممكنا، خاصة بالنسبة للأضرار التي تتسبب فيها المنتوجات، هنا يتم التعويض بمقابل الذي يكون نقديا أو غير نقدي.

ج - التعويض النقدي :

يعتبر التعويض النقدي أنجع الطرق لجبر الضرر الناجم عن عيب في المنتوج، إذ يكون التعويض مبلغا من النقود، يدفعه المسؤول دفعة واحدة أو مقسطا، أو إيرادا مرتبا مدى الحياة، وفي الحالتين يجوز إلزام المدين باكتتاب تأمين (المادة 132 ق.م)[2]، على أن يختار القاضي إحدى الطرق المناسبة للمضرور.

[1]- شعباني حنين نوال، المرجع السابق ، ص 164.

[2]- علي فتاك، المرجع السابق ، ص 392 .

د- التعويض غير النقدي:

يكون التعويض غير نقدي عندما تحكم المحكمة بأمر معين على سبيل التعويض، كان تحكم بنشر الحكم على المتدخل بالجريدة وعلى نفقته، وهو ما نصت عليه المادة132 من القانون المدني، ويبدو هذا النوع فعالا في مجال حماية المستهلك، حيث يضمن توعية المستهلكين تهدف الدراسة إلى القواعد التي وضعها المشرع من خلال قانون حماية المستهلك من اجل ضمان حمايته في مواجهة المتدخل، فالالتزام بالضمان القانوني الاتفاقي يتيح حماية اكبر للمستهلك إضافة للأحكام المنصوص عليها في القانون المدني، والالتزام بالسلامة هو ضمانة أخرى، فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتجات والخدمات

خاتمة

ما يمكن قوله في خاتمة هذا البحث المتواضع أن وجود جمعيات حماية المستهلك هو تكريس لمبدأ دستو ري يتمثل في حرية إنشاء الجمعيات، وعلى هذا الأساس هي تخضع للقواعد العامة المطبقة في هذا المجال وللمبادئ التي تحكم العقود خاصة مبدأي سلطان الإدارة والحرية التعاقدية، وتتجلى خصوصية هذا العقد في الحماية على أقصى حد لمصلحة المستهلك وترقية حركة الدفاع عنه تجعله يتميز عن العقد العادي، هذا الأمر في حد ذاته يعد سببا في إعطاء الجمعية الشخصية المعنوية لتمكينها من تحقيق هذا الهدف الذي يعد اجتماعيا، بمشاكل المستهلكين وليس فقط أعضاء المستوين للجمعية ومن خلال تحليلنا للنصوص القانونية سواء المتعلقة بالجمعيات المتعلقة بحماية المستهلك ، سمح لنا بالتوصل إلى ملاحظات، حيث نجد النقص الفادح في النصوص القانونية خاصة في مجال الرقابة وتحليل النوعية والضمان واعطاء مفهوم موحد للخدمة.

أما بالنسبة لدوره سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها وذلك بسبب العراقيل وجمود الوانين التي تحد من فعاليتها من جهة وقلة الدعم المادي ان لم تقل انعدامه من جهة أخرى.

و نقترح في هذا المجال توفير الدعم المالي للجمعيات لتقوم بمهامها وتحقيق برامجها في سبيل الدفاع عن حقوق المستهلك و اشتراك أعضاء الجمعيات في المحلات التفتيشية حتى مكنوا في اكتساب الخبرة الفنية والميدانية التي تمكنهم من الوقوف على تجاوز ات المتدخلين التي المتدخلين التي تضر بمصالح المستهلك، والعمل على جعل تشكيلتها غنية بالكفاءات لأن مهامها تستلزم وجود مختصين في مختلف المجالات في قانونيين و بيولوجيين وتقنيين، كما يجب وضع مخابر الفحص تحت تصرفها.

ثم تناولنا بالدراسة آليات الرقابة المختلفة والتي أناط بها المشرع صلاحيات المراقبة وردع المخالفين حفاظا على أمن وسلامة المستهلك، نجد الهيئات الإدارية بما تملكه من موارد

بشرية ومادية لا زالت بعيدة عن توفير حماية حقيقية للمستهلك حيث اتسمت عملية المراقبة للسلع والخدمات من مرحلة الإنتاج إلى عملية عرض المنتوج للاستهلاك بالبساطة وافتقاد عنصر الصرامة في تطبيق النصوص القانونية على المخالفين، وهذا راجع لنقص الهياكل البشرية والمادية والوسائل الحديثة لعمليات المراقبة خاصة مع تطور أساليب الغش التجاري، وتقترح في هذا المجال تكثيف الدورات التكوينية لأعوان الرقابة من أجل مسايرة كافة المستجدات أما على المستوى التشريعي أو على مستوى تبادل الخبرات في مجال الرقابة ومكافحة الغش، كذلك تدعيم مختلف هذه الهيئات بالعنصر البشري كما ونوعا، نظرا لاتساع نطاق عملها وصعوبة الإحاطة والوقوف على جميع التجاوزات خاصة مع انتشار الأسواق الفوضوية والتهريب...، كما يجب الإسراع في تنصيب المجلس الوطني لحماية المستهلكين ومجلس المنافسة لمباشرة مهامهم التي خولها لهم القانون خدمة المصالح المستهلك، واستحداث المشرع الشبكة الإنذار السريع التي من خلال دورها في التنسيق مع مختلف القطاعات داخليا وخارجيا، مما يسهل تبادل المعلومات، واتخاذ الإجراءات المناسبة بأسرع وقت حماية للمستهلك. وبالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقى دون هذا الدور المنتظر منها، وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي إن لم يقل انعل أهمه من جهة أخرى، ورغم وجود جمعيات حماية المستهلك على قلتها فانه يعاب عليها عدم الفاعلية ومحدودية تأثيرها، ونقترح في هذا المجال توفير الدعم المالي للجمعيات لتقوم بمهامها و تحقيق برامجها في سبيل الدفاع على حقوق المستهلك.

وضع المشرع الجزائري من أجل ضمان حماية المستهلك قواعد في مواجهة المتدخل، فالالتزام بالضمان القانوني والاتفاقي يتيح حماية أكبر للمستهلك إضافة للأحكام المنصوص عليها في القانون المدني، والالتزام بالسلامة هو ضمانة أخرى حيث جاء بمفاهيم جديدة

كإلزامية امن المنتجات، فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتجات والخدمات.

وكرس القانون الجديد الحق في الإعلام بإلقاء التزام على المتدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة، حول خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها وكذا الإعلام بشروط البيع وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تنجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها، والوسم باعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك وحماية حقه في الاختيار عن دراية وعلم، كما ألزم المتدخل بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب عليه احترامها في المنتوج سواء كان سلعة أو خدمة.

إذا مما سبق يؤدي بنا القول إلى أن:

– أهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، وبرغم الجهد الكبير الذي

تقوم به مختلف الهياكل والهيئات والجمعيات كما رأيناه سابقا، فان أهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو وعي المستهلك نفسه حقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر التي تحدق به، فيتعد عن الاستهلاك الترف والمواد غير المراقبة والتي تباع في الأسواق وعلى قارعة الطريق... الخ، وتقترح في هذا المجال تخصيص برامج إرشادية وتثقيفية وإدخالها حتى في المناهج التعليمية بدءا من المرحلة الابتدائية، فيزداد وعي المستهلك وتبصره بحقوقه وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهها إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية .

– إن نجاح قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 في تحقيق أفضل حماية ممكنة

للمستهلك المصالح المستهلك في مواجهة المتدخل، لا يتوقف على نصوص هذا القانون فحسب بل يمتد لأبعد من ذلك بتضافر جميع الجهود من أجهزة الرقابة الإدارية إلى دور جمعيات حماية المستهلك إلى دور القضاء إلى المستهلك نفسه، كما يجب على كل هذه الأجهزة وغيرها

أن تساهم بطريق مباشر أو غير مباشر كل في مجال تخصصه في زيادة الوعي لدى المستهلك وتعريفه بحقوقه و المخاطر التي تواجهه وكيفية التعاون مع هذه الأجهزة في حال وجود خطر قد يمس بمصالحه، وهذا يشكل ضمانة إضافية له، لأننا في النهاية كلنا مستهلكون.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1 – الكتب

1–أحمد محمد محمود، الحماية الجنائية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ط2005.

2–أحمد محيو محاضرات في المؤسسات الادارية ، ط 2ن دار المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1979 ، ص 398.

3– شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، دار الشروق، القاهرة.

4– على فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية،2014 .

5– عمار بوضياف ، الوجيز في القانون الاداري ، دار جسور ، الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2007 .

6– عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

7– محمد الصغير يعلي ، القانون الاداري ، التنظيم الإداير ، دار العلوم ، الجزائر ، دون طبعة ، 2004.

8– محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.

2- المذكرات الجامعية

1- بن لحرش نوال، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام قسم الحقوق، فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة، 2012 – 2013

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

3- شعباني حنين نوال، التزام المنتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،.2012

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

5- علو سعاد، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق جامعة د. الطاهر مولاي سعيدة، 2015- 2016.

6- عمار زعبي، "حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا"، مذكرة ماجستير غير منشورة)، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة،2008/2007.

7- قنطرة سارة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، 2016-2017

8- كالم حبيبة، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005.

9- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة الجزائر،.2015-2014

3- المقالات:

1- مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والقانونية،ناصر خليل جلال ، المجلد 12، العدد 01، 2015

2- مواقي بناني أحمد، الالتزام بضمان السلامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج الخضر، باتنة، مجلة الفكر، العدد الخامس.

4- المداخلات:

1- سالم بوفليح، مداخلة بعنوان حق المستهلك في الإعلام، كلية الحقوق جامعة المسيلة.

2- سامية كسال، مداخلة تحت عنوان " مبدأ حرية التجارة و الصناعة أساس قانوني للمنافسة الحرة "، الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، المركز الجامعي بعنابة، 03 04 أفريل،2013

3- ليندة عبد الله، مداخلة تحت عنوان " المستهلك والمهني مفهومان متباينان"، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13 و14 أبريل، 2008.

5- النصوص القانونية:

1- قانون رقم 02- 89 مؤرخ في 08-02-1985 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ج.ر، عدد 06 صادرة في 08-02-1989.

2 – قانون رقم 31– 90 المؤرخ في 04–12–1990 المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية رقم 53 الصادر بتاريخ 04–12–1990.

3 – قانون رقم 04–04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس.

4– قانون رقم 03 / 09 المؤرخ في 25–02–2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 5، بتاريخ 08مارس 2009.

5– قانون رقم 10– 11 مؤرخ في 22 يونيو 201 يتعلق بالبلدية، ج.ر رقم 37 الصادرة بتاريخ 03 يونيو سنة 2011 – قانون الولاية رقم07–12 المؤرخ في21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، ج.ر رقم 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012. 6– القانون رقم12–06 المؤرخ في2012/01/12، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية العدد 02 الصادر بتاريخ 01/15/ 2012

6– المراسيم:

1– المرسوم التنفيذي رقم 08/ 266 مؤرخ في13 أوت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 454 / 02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج.ر عدد48.

2 – المرسوم التنفيذي رقم 454–02 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية بوزارة التجارة، المعدل، والمتمم. – المرسوم التنفيذي رقم 266–90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

3– المرسوم التنفيذي رقم 92–772 مؤرخ في 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني الحماية المستهلكين واختصاصاته، ج.ر عدد 52، سنة 1992.

4– المرسوم التنفيذي رقم 94–207 المؤرخ في 16–07–1994 ج.ر عدد 47، صادرة في1994/07/20

5- المرسوم التنفيذي رقم453-02 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة.

6- المرسوم التنفيذي رقم 03- 318، مؤرخ في 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 89- 147 المؤرخ في 08 أوت 1998، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري المراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج.ر عدد 59 الصادرة في 05 أكتوبر 2003

7- المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011، والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

8- المرسوم التنفيذي رقم 12- 203 المؤرخ في 06 مايو 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات.

9- المرسوم التنفيذي رقم 12- 355 مؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

10- المرسوم التنفيذي رقم 11- 241 مؤرخ في 08 شعبان عام 1432 الموافق 10 يوليو سنة 2011، يحدد تنظيم مجلس المنافسة وسيره.

11- المرسوم التنفيذي رقم 96- 355 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها.

7- المواقع الإلكترونية:

- الأجهزة المكلفة بحماية مصالح وصحة المستهلك، مديرية التجارة لولاية بسكرة

http://www.dcwbiskra.dz

الفهرس

شكر

مقدمة 01

الفصل الأول : إطار المفاهيمي لسلطات الضبط الإداري في حماية المستهلك 09

المبحث الأول: ماهية سلطات الضبط الإداري وحماية المستهلك 10

المطلب الأول : مفهوم سلطات الضبط الإداري 10

الفرع الأول : معايير سلطات الضبط الإداري 11

الفرع الثاني : المبادئ التي تقوم عليها سلطات الضبط الإداري في حماية المستهلك...12

المطلب الثاني : أنواع سلطات الضبط الإداري 15

الفرع الأول : الضبط الاداري والضبط التشريعي.....15

الفرع الثاني : الضبط الاداري والضبط القضائي.....17

المطلب الثالث : تعريف المستهلك 19

الفرع الأول : المفهوم الضيق للمستهلك 20

الفرع الثاني : المفهوم الضيق للمستهلك 23

المبحث الثاني دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....25

المطلب الأول تدور الهيئات المركزية في حماية المستهلك 26

الفرع الأول : دور وزارة التجارة 26

الفرع الثاني : دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.....36

المطلب الثاني دور مجلس المنافسة وادارة الجمارك في حماية المستهلك 41

الفرع الأول : دور مجلس المنافسة.....41

الفرع الثاني : دور إدارة الجمارك.....45

المطلب الثالث : دور الجمعيات في حماية المستهلك 48

الفرع الأول : الإطار القانوني لجمعيات حماية المستهلك 49

الفرع الثاني : الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك 52

الفرع الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن المستهلك أمام القضاء ...58

الفصل الثاني :الوسائل القانونية للتنفيذ التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك .65

المبحث الأول : مجالات التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك 66

المطلب الأول : إلزام المتدخل بضمان المنتوجات وخدمة ما بعد البيع 66

الفرع الأول : ضرورة انشاء التزام متميز عن ضمان الصلاحية 66

الفرع الثاني : كيفية تنفيذ الالتزام بالضمان وخدمة مابعد البيع 70

المطلب الثاني : التزام المتدخل باعلام المستهلك.....73

الفرع الأول : تحديد الالتزام بالأعلام 74

الفرع الثاني : وسائل تنفيذ الالتزام بالاعلام 76

المطلب الثالث : الالتزام بالمطابقة للمنتوجات.....80

الفرع الأول : احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة.....81

الفرع الثاني : أنواع المواصفات القياسية.....83

المبحث الثاني : إقرار مسؤولية المتدخل عن ضمان سلامة المستهلك 86

المطلب الأول : المسؤولية الجزائية للمتدخل.....86

الفرع الأول : كيفية متابعة المتدخل جزائيا.....87

الفرع الثاني : العقوبات الموقعة على المتدخل المخالف 92

المطلب الثاني : المسؤولية المدنية للمتدخل.....94

الفرع الأول : إقرار أحكام خاصة لصالح المضرور 95

الفرع الثاني : الدعاوى المدنية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بضمان السلامة.....96

الخاتمة 103

قائمة المراجع 108

مـلخص مذكرة الماستر

ومن هنا نستنتج ان حماية المستهلك من خلال قرارات الضبط الإداري لأجل الحد من النشاطات الاقتصادية والتجارية الغير مشروعة والتي تأثر بشكل مباشر على المستهلك، من خلال سحب المؤقت والنهائي لمزاولة النشاط التجاري وفرض أكثر قيود لأجل تنظيم وحماية المستهلك، وتهدف الدراسة كذلك إلى بيان الجهة الإدارية صاحبة الاختصاص في هذا المجال.

بينت نتائج الدراسة الدور الوقائي للإدارة في مجال حماية المستهلك، ودور رئيس البلدية في حماية المستهلك من خلال المساهمة في تنظيم العمل التجاري المحلي وتنظيم الأسواق، ودور الوالي في منح الرخص وتقيد النشاط بما يضمن سلامة المستهلك، ودور الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك والذي يشكل احد صور الحماية الإدارية للمستهلك وتنظيم النشاط. الكلمات المفتاحية: الضبط الاقتصادي، النظام العام الاقتصادي، الحماية الإدارية للمستهلك، تنظيم النشاط، سلطات الضبط الإداري.

الكلمات المفتاحية:

1/ الضبط الإداري2 / المستهلك 3/التشريع الجزائري3 / المخالفين 5/الحماية القانونية

6/المتدخل 7/ ضمان المنتوج

Abstract of The master thesis

The study aims to clarify the role of management in consumer protection through administrative control decisions in order to limit illegal economic and commercial activities that directly affect the consumer, by withdrawing the temporary and final to engage in commercial activity and imposing more restrictions in order to regulate and protect the consumer, and the study also aims to show The administrative authority with jurisdiction in this field.

The results of the study showed the preventive role of the administration in the field of consumer protection, the role of the mayor in consumer protection by contributing to the regulation of local business and the regulation of markets, the role of the governor in granting licenses and restricting activity to ensure consumer safety, and the role of administrative control in the field of consumer protection, which constitutes one of the Images of administrative protection for the consumer and regulation of the activity. Keywords: economic control, economic public order, administrative protection for consumers, activity regulation, administrative control authorities.

key words:

1/ Administrative control 2 / Consumer 3 / Algerian legislation 3 / Violators 5 / Legal protection

6/ Interfering 7/ Product Warranty