

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:.....

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم: القانون الخاص

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

حماية المستهلك في القانون المدني وقانون المنافسة

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

التخصص: قانون خاص

الشعبة: حقوق.

تحت إشراف الأستاذ(ة):

من إعداد الطالب(ة):

أ/ بن بكرة عفيف

بشداد سمية

أعضاء لجنة المناقشة

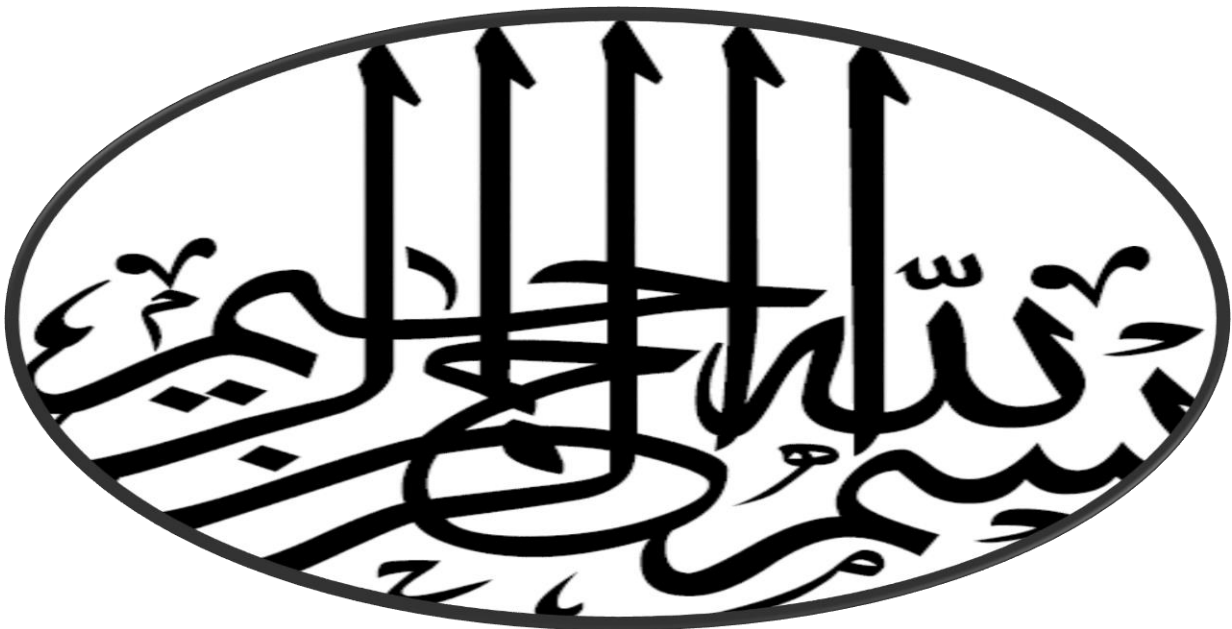
الأستاذ(ة).....زواتين خالد.....رئيسا

الأستاذ(ة).....بن بكرة عفيف.....مشرفا ومقرا

الأستاذ(ة).....بافضل محمد بلخير.....مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

نوقشت يوم: 2023/07/04



الإهداء

إلى من هرفني بحمل اسمه من كان يصنع من هفائه سعادتني إلى الذي كلما طلبه
أعطاني مرتسما دون مقابل إلى سندي وموجهي ومسهل دريبي إلى الذي بطيبته وحذانه
الوافر وعطائه بدون حدود وطلبه إلى ما أنا فيه إلى من انتظر ثمرة جهدي والذي
مهما قلبه ووصفته لن أعطيه حقه

أبي الغالي أطال الله في عمره وأدامه.

إلى التي ليس لها مثيل وإلى حبا في قلبها كبير والتي تحزن لحزني وتفرح لفرحي إلى
التي يتسع صدرها حين تضيق بي الدنيا إلى التي شجعتني ولا تزال تشجعني على
المواصلة الدرب فاستحققت أن تكون الجنة تحت أقدامنا حفظنا الله وأبقانا سدا لي
أمي الحبيبة

وإلى من هو سر قوتي وسبب فرحتي وسندي في الحياة الي من اقتسمت معمو الطو
والمره

إخوتي الأعماء

إلى كل من علمني حرفه إلى كل من أضاءوا بعلمهم عقولنا أساتذتي الأفاضل أسأل الله
أن يحفظهم ويرحمهم ويجعلهم نورا الأمة

تشكرات

اللّٰهُ لا يطيب الليل إلا بشكره ولا يطيب النهار إلا بطاعتك... ولا تطيب الجنة اللعظات إلا بذكرك... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك... ولا تطيب الجنة إلا برويتك

فالحمد لله الذي أماننا وثبتنا لإتمام هذا البحث المتواضع حمدا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام.

أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف " بن بدره عفيف " الذي لم يبخل علي بإرشاداته وتوجيهاته ونصائحه فله مني الشكر والاحترام. وأشكر كل من ساعدني في هذا البحث من قريب ومن بعيد ولو بكلمة طيبة.

الى كل هؤلاء أرجو من الله العزيز القدير أن يجزيهم عنا خير الجزاء

قائمة المختصرات

باللغة العربية

ص: صفحة

ط: طبعة

د.ط: دون طبعة

ب.ن: بلد النشر

س.ن: سنة النشر

باللغة الأجنبية:

p: p

I: ed

D.T.: Without a print

B.N.: Country of publication

SN: Year of publication

مقدمة

أضحت قضية حماية المستهلك قضية هامة ضمن قضايا المسؤولية باعتبارها نوعاً الهام فصار لزاماً من التنظيم الحكومي الاجتماعية إلى جانبها الاقتصادي والقانوني العامل على حماية مصالح المستهلكين فعملت الحكومات على اعتماد الهيئات الحكومية والمنظمات الخاصة لحماية المستهلك ومن ضمنها الجزائر لمواجهة الغلاء والاستغلال والجشع وتعزيز الرقابة الشعبية على الأسواق وتوعية المواطن بحقوقه ومواصفات السلع وتأكيد مطابقتها للمواصفات المعروضة وتعزيز التنافس والدفاع عن مصالح المستهلكين وطلب المقاضاة وتوقيع الجزاء وتعريفهم بالمخاطر، ولم يكن المشرع الجزائري بعيداً عن توفير مثل هذه الإجراءات، بل كان سابقاً إلى تبني آليات قانونية لحماية المستهلك وخلق شراكة مع أطراف فاعلة في هذا الميدان لمواكبة طرق الغش والخداع الحديثة، كل هذا جاء بناءً على المستهلك معرف بالقانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بموجب المادة 90 على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة لاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، ومما سبق تتبادر إلى أذهاننا الإشكالية التالية:

ما مدى فعالية النصوص القانونية الجزائرية في حماية المستهلك؟

أهمية الموضوع:

إن موضوع حماية المستهلك قد إكتسب أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة وبرز مع وجود الضعف الإداري وأي إلى خداع نتشار ظاهرة الفساد في معظم دول العالم الذي أد المستهلكين وتجهيزهم بسلع غير مطابقة للمواصفات أو ذات أسعار غير متناسبة في ظل استخدام وسائل الاعلام المتطورة في عملية الخداع والتضليل عبر الدعاية والإعلان خاصة الطرف الضعيف في العملية التعاقدية، بالإضافة إلى أن الرغبة في وأن "المستهلك يمثل الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين، ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة للثراء.

أهداف الدراسة:

يبقى إبراز نجاعة الآليات القانونية لحماية المستهلك هي الهدف الأسمى من الدراسة على غرار التعرف عليها و تحليلها، بمقابل محاولة إيجاد حلول لمشاكل التطبيق لهاته الآليات.

أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار الموضوع بناء على:

أ- أسباب ذاتية:

- رغبة وميول شخصي لدراسة الموضوع

- موضوع يقع ضمن التخصص مناسب له.

ب- أسباب موضوعية:

- معرفة مدى فعالية النصوص القانونية الجزائرية في حماية المستهلك

- اثره المكتبة الوطنية بمراجع في الموضوع.

4- المنهج المتبع:

نزولا عند متطلبات البحث العلمي، كما هو متعارف عليه في المواضيع القانونية

التي تفرض علينا نوع المنهج المتبع، فقد اخترنا منها ما يلي بكل جوانب الموضوع هو المنهج

الوصفي التحليلي الذي يهدف الى الالمام بالموضوع محل الدراسة من كل جوانبه.

تقسيم البحث: تم تقسيم البحث وفق الخطة الثنائية الى:

الفصل الأول: حماية المستهلك في قانون المنافسة

الفصل الثاني: قواعد حماية المستهلك في القانون رقم 03-09.

الفصل الأول:

حماية المستهلك في قانون المنافسة

تمهيد:

لقد أصبحت حماية المستهلك سواء كان شخص طبيعيا أو معنويا أكثر من ضرورة في الحياة الاقتصادية، ولا يمكن التصدي للأضرار التي تصيبه إلا من خلال وضع قوانين وفرض رقابة على كل الأفعال والممارسات غير المشروعة الصادرة من الأعوان الاقتصاديين، ورغم أن مبدأ حرية التجارة والصناعة مكرس دستوريا إلا أن هذا لم يمنع المشرع الجزائري من التدخل من خلال وضعه لقوانين تحمي المستهلك من هذه الممارسات المقيدة للمنافسة ونتيجة للتنافس الشديد بين مختلف الأعوان الاقتصاديين في السوق الذي يسعى من خلاله هؤلاء الأعوان إلى تحقيق أكبر قدر من الربح دون مراعاة القوانين والأعراف التجارية مما يؤدي للإضرار بالمنافسة بصفة عامة وينعكس سلبا على المستهلك بصفة خاصة باعتباره الشخص الذي تقوم عليه المنافسة.

المبحث الأول: العلاقة بين المستهلك وسريع المنافسة

إن المتفحص في مفهوم المستهلك لدى الإقتصاديين لا يلاحظ كثير اختلاف كما هو الشأن بين فقهاء القانون و القضاء، حيث تباينت تفسيرات كل واحد منهما في محاولة لضبط فكرة مفهوم المستهلك، وأمتد هذا الخلاف إلى تشريعات قانون المستهلك حيث تضاربت المواقف بشأن النصوص القانونية، هذا إن كان لتعريف المستهلك نصيب في هذه النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك، وانقسموا إلى اتجاهين اثنين بين الإطلاق والتقييد، وتكمن أهمية تحديد مفهوم المستهلك في تحديد الفئة التي تشملها الحماية من غيرها.

المطلب الأول: تعريف المستهلك والمنافسة

أولاً: تعريف المستهلك

يعد مفهوم المستهلك من المفاهيم التي أحدثت ثورة على المستوى الفقهي، كما طرحت إشكالات هذا المفهوم من خلال الممارسة القضائية و أربك حسابات بعض المشرعين على مستوى نطاق هذا المفهوم، فتباينت الاتجاهات بين التضييق والتوسع في تحديد مفهوم المستهلك خاصة عند القانونيين لأنه عند باقي الفقهاء لا يطرح كثير اختلاف كما هو الحال عند الاقتصاديين.

تعريف المستهلك لغة : المستهلك هو "من لا هم له إلا أن يضيفه الناس". فالمستهلك إسم

فاعل من إستهلك بضم الميم وكسر اللام وتعني بالفرنسية ¹ "consommateur".

¹ :الفيروز أبادي، القاموس المحيط، دمشق، مكتبة النوى، مادة استهلك، ج1، ص557.

والمستهلك في اللغة " مأخوذة من مادة هلك، الهلك، هلك، يهلك، وأستهلك المال " أنفقه وأنفذه.

المستهلك إصطلاحا: "هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها 3 في نطاق نشاطه المهني¹."

عرف بعض الاقتصاديين المستهلك بأنه كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي، أو هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة، كما يعرفه البعض الآخر: بأنه كل من يحصل من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية إشباعا حالا ومباشرا ، والمستهلك في المفهوم الاقتصادي يشمل:

أولا : استهلاك الأفراد أو العائلات : وهو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية لإشباع حاجات الأفراد والعائلات.²

ثانيا: الإستهلاك السوقي: هو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية لإشباع الحاجات، وذلك عن طريق شراء هذه السلع والخدمات من الأسواق مقابل مبالغ نقدية

ثالثا : الإستهلاك الذاتي: هو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية التي ينتجها الأفراد بأنفسهم دون ظهورها في الأسواق ودخولها في نطاق التبادل النقدي.

1 : فتات فوزي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص جامعة الجبيلي

اليابس، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005-2006، ص29.

2 : محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، عدد 23، الجزائر، 2003، ص41.

رابعاً : الإستهلاك السلعي أو الخدمي: وهو استخدام مال له وجود مادي لإشباع حاجة الإنسان إلى الغذاء أو الكساء أو ما شابه هذا الإستهلاك السلعي، أما الإستهلاك الخدمي فهو استخدام مال ليس له وجود مادي مثل استشارة الطبيب لإشباع حاجة الإنسان للعلاج أو استشارة المحامي لإشباع حاجة الإنسان لمقاضاة غيره.¹

فالإستهلاك في علم الاقتصاد يمثل المرحلة الأخيرة من العملية الاقتصادية وهو يختلف عن الإنتاج و التوزيع اللذان يقعان في مراحل متقدمة تتضمن جمع الثروات و توزيعها، فالإستهلاك هو استخدام ناتج العمل لإشباع الحاجات، وعليه فالمستهلك في علم الاقتصاد هو الذي يحصل على السلع و الخدمات لإشباع حاجاته ورغباته الشخصية وليس من أجل التصنيع، فهو بذلك يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية وعنده تنتهي عملية التداول.²

لقد شهد مفهوم المستهلك تطوراً من طرف المشرع الجزائري شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم وذلك من خلال النصوص القانونية التي استحدثتها حيث ورد في المادة الثالثة الفقرة الثانية من قانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية³ تعريف المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقطن سلعا قدمت للبيع، أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

1 : محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة، المرجع السابق، ص42.

2 : جيهيد سحوت، مفهوم حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة والاحتكار الاقتصادي، القانون والشريعة الإسلامية، المجلد 10، العدد 3، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، ديسمبر 2017، ص 136.

3 : المادة 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

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 وقمع الغش رقم: 09/ 03 المؤرخ في: 25 فبراير 2009م بأنه¹: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به."

ثانياً: تعريف المنافسة

المنافسة في اللغة هي: نزعة فطرية للتفوق، وتتبوأ مرتبة أحسن من كل المنافسين، ويقال في اللغة " نفس " الشيء صار مرغوباً ونافس الشيء " منافسة" إذا راغب فيه على وجه المباراة.

وحدث القرآن الكريم في سورة المطففين على التنافس في قوله عز وجل: " ختامه مسك وفي ذلك فليتنافس المتنافسون"²، أي بمعنى فليرغب الراغبون في طاعة الله أو بمعنى آخر فليرغبوا بالمبادرة.

جاء في معجم المعاني معنى منافسة، اسم المفعول منافس، فيقال نافس فلان في كذا بمعنى سابق وباراه فيه من غير أن يلحق الضرر به، أي نافسه في العمل أي فاخره،

1 : المادة 1/01 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

2 : الآية 26 من سورة المطففين.

ويقال زايد منافسه، أي عرض في المزاد أكثر منه، وكلمة أسعار لا تنافس أي لا يدانيها سعر في انخفاضها.¹

والمنافسة اصطلاحاً من المصطلحات التي تحتاج الى ضيق وتحديد مدلوله، فالمنافسة هي الوضعية التي يكون فيها بائعو الخدمة او المنتج من اجل زيادة مداخيلهم، بحيث يلجأ الى تقديم اقتراحات الى المستهلك اغراءات مقارنة مع منافسيهم تتعلق بالدرجة الأولى بالأسعار، او قيامهم العمل المتواصل للتفوق على المنافسين في نوع الجودة التي تميز منتجاتهم و خدماتهم، كلجوء وكالة سياحية بإعلان عن برنامج سياحي ترقيمي وبأسعار تنافسية مقارنة، مع منافسيهم وتقديم خدمات إضافية كضمان النقل والسعي للحصول للزبائن على تأشيرة الدخول اذا كانت السياحة خارجية.²

المنافسة تشكل أمراً محبباً ومرغوباً في النظام الاقتصادي القائم على الحرية الاقتصادية، وفتح المجال امام حرية المبادرة القائمة على التنافسية، مما ينعكس إيجاباً على المستهلك الذي يجد امامه خيارات كثيرة، وخدمة مميزة وبأسعار تنافسية، بشرط عدم لجوء المتعاملين الاقتصاديين لأعمال غير نزيهة في ممارستها لأنشطتها الاقتصادية، فالمنافسة بين ممولين للسلع والخدمات، عندما تسير في الاتجاه الفعال تسمح بتخفيض الأسعار،

1 : شفار نبيلة، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2012-2013، ص 17.

2 : أحمد محمد محمد، الحق في المنافسة المشروعة، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 07.

وتحسين في جودة الخدمة والمنتوج المعروض للاستهلاك، كما يؤدي الى تنويع الإنتاج المعروض في الأسواق بما يخدم رغبة المستهلك.¹

يشهد العالم اليوم تحولات، حيث اصبح يسمى عصر المعلومات، نتيجة الثورة تكنولوجيات المعلومات التي اكتسحت مختلف القطاعات، وأثرت بشكل مباشر على تنافسية المؤسسات، حيث اصبح حتميا هاته الأخيرة العمل الجد والمتواصل والمواظبة من اجل البقاء او التفوق على المؤسسات المنافسة او حتى من اجل المحافظة على موقعها في مواجهة ضغوطات المنافسين المحليين والدوليين بدعم الانفتاح الاقتصادي وتكريس حرية التجارة والصناعة مما وسع من حجم المنافسين الذين يمتازون بقدرات تنافسية عالمية.²

فالمنافسة في المفهوم الاقتصادي تقسم الى نوعين منافسة مباشرة ومنافسة غير مباشرة هاته الأخيرة تتمثل في الصراع بين المؤسسات القائمة في المجتمع للحصول على الموارد المتاحة فيه، أما المنافسة المباشرة، فهي تلك التي تحدث في المؤسسات التي تعمل في قطاع واحد، كما هناك تعريف اخر يركز على السوق ومفاده ان التنافسية تقاس من خلال أداء المؤسسة في السوق مقارنة بنظيرتها، وذلك بالاستناد الى تقويم حصة السوق النسبية.

1 : معيد فندي الشناف، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 25.

2 : جلال سعد، محاضرات في قانون المنافسة، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، القسم الخاص، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015-2016، ص 04.

تقاس درجة المنافسة في السوق بالنظر الى حجم المؤسسات الموجودة في السوق أو عارضي الخدمة الذين يرغبون في اشباع طلبات السوق، أي أن المنافسة تغيير عالية كلما زاد عدد العارضين ومزودي الخدمة او المنتج في السوق، فتعدد المسوقين، وتنافسهم لكسب الزبون بالاعتماد على مختلفة كالاىعار، الجودة، المواصفات، توقيت البيع، أسلوب التوزيع، ضمان الخدمة ما بعد البيع، وكسب الولاء السلعي وغيرها.¹

ولكي تتحقق المنافسة التامة تستوجب توافر شرطين أساسيين كثرة المتعاملين سواء البائعين او المنتجين، بحيث يكون تأثيرهم قليل في تحديد السعر، الى جانب شرط توافر الشفافية.²

والمنافسة ظاهرة عامة تشمل مختلف النشاطات الإنسانية ولا تقتصر في مجال معين، وهي فطرة إنسانية ووجودها لا يمكن ان يثير الاستكار او الاستهجان لطالما مورست بشفافية ونزاهة، فالتنافس يدفع الى التقدم وتقديم الأفضل مما يؤثر بالإيجاب على النمو الاقتصادي للدولة، فهي وسيلة للنمو والرفاهية، فالمفهوم السليم لها يربطها بالنمو والأداء العام للاقتصاد لكن لا يساوي بينهما.

1 : المرجع نفسه، ص 05.

2 : لينا حسن زكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 18.

تسعى المنافسة الى التفوق كهدف أساسي واسمى، والذي يعد سنة كونية فطر الانسان عليها، بغية تحقيقها والمحافظة عليها من المرحمين او المنافسين له في الحصول على مرتبة التفوق.¹

وتشكل حرية المنافسة مبدأ أساسي في النظام الاقتصادي الحر، الذي يكرسها بل انه اعتبر الضرر الناشئ عن المنافسة المشروعة ضررا مشروعاً، وأن حالة المنافسة التجارية من الحالات التي يجيز فيها القانون الحاق الضرر بالغير طالما كانت التجارة مشروعة والمنافسة شريفة تقوم على العمل والذكاء والنجاح والالتزام بأصول التعامل التجاري.²

تعد المنافسة عملاً مشروعاً، حتى لو ترتب عنها اكتساب زبائن المنافس اذا تمت بطريقة قانونية شفافية ونزيهة، وتمت عملية تحويل الزبائن الى المنافس لرغبتهم في جودة منتجاتهم، ونوعية الخدمات المقدمة من طرفه الى جانب تنافسية الأسعار التي لا يضاهيه في التخفيض منافس اخر.³

المطلب الثاني: الاعتراف بالمنافسة الحرة في الجزائر

لقد أخذ تطور تشريع المنافسة في الجزائر منحى متميز، فهو من جهة يدعم فكرة التحرر في اعتقاد راسخ منه أنه الحل الاقتصادي الأمثل، و في نفس الوقت بتخوف كبير عن ما يمكن أن يؤول إليه الوضع في ظل منافسة دولية قوية.

1 : عبد السلام أبو قحف، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، مكتبة ومطبعة الاشعاع، الاسكندرية، 2004، ص 25.

2 : احمد بالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، مداخلة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الموسوم بالاداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005، ص 46.

3 : احمد بالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، المرجع السابق، ص 47.

لقد كانت الانطلاقة الفعلية لتشريع خاص بتنمية المنافسة كإطار قانوني منفصل (مرحلة ترك التوجه الاشتراكي و تبني التوجه الرأسمالي)، من خلال صدور دستور فيفري 1989 و الذي انتقل بمقتضاه المشرع إلى تبني مذهب الاقتصاد الحر.¹

حيث اعترف المشرع صراحة بحرية الملكية الخاصة و جعلها حق دستوري يتماشى و طبيعة النظام الرأسمالي، و كذلك تحرير مختلف القطاعات الاقتصادية من احتكار الدولة، و إدماج الخواص في تسيير القطاع الاقتصادي، و بفعل هذا التطور أصدر المشرع في بادئ الأمر القانون رقم 89-12 المؤرخ في 5 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار.²

وبذلك يكون المشرع قد كرس من خلال هذا القانون مبدأ المنافسة بصفة غير مباشرة عبر النص الصريح على حرية الأسعار، حيث أخضع الأسعار لنظامين متمايز بينهما: نظام الأسعار المقننة و نظام الأسعار المصرح بها.

إذ أن النظام الاقتصادي القائم على مبدأ المنافسة من المفترض أنه يقوم على مبدأ حرية الأسعار كقاعدة عامة، فتحدد حسب المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين بينما تبقى الأسعار المقننة كاستثناء.

1 : أمال بومنتالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، العدد الثامن، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية،

كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 1 جانفي 2016، ص116.

2 : القانون رقم 89/12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار.

عندما صدر القانون 89-12 كان من الواضح أنه لا زال يحمل في طياته بعض الأفكار الإيديولوجية الاشتراكية كونه اعتمد على نظام الأسعار المقننة كقاعدة عامة و التي تتنافى مع دستور 1989¹ الذي أقر بالملكية الخاصة التي هي من مميزات النظام الاقتصادي الحر.

وبالتالي أصدر المشرع الجزائري قانون منافسة عنوانه الظاهر تحرير المنافسة و لكن في الباطن كان لا يزال يخضع المنافسة إلى تحكم الدولة، بالنظر الى أنه كانت جل القطاعات لا تزال تعرف احتكارا من طرف الدولة وأن اكبر الشركات المنتجة في البلاد هي تابعة للدولة.

فوجد المشرع الجزائري نفسه أمام معضلة، إذ أنه أصدر قانون ينادي بحرية المنافسة في بيئة اقتصادية موجهة، و سبب هذه المعضلة هو أن المشرع الجزائري استلهم من القانون الفرنسي عن طريق الأمر رقم 86-12 المؤرخ في 1 ديسمبر 1986² المتعلق بحرية الأسعار و المنافسة دون أن يراعي أن النظام الاقتصادي الفرنسي في تلك المرحلة كان قد ارتقى إلى مستوى الاقتصاد الحر و أن قواعده معتمدة ، على عكس ما هو سائد في الجزائر التي لم تكن في سنة 1989 إلا نقطة الإنطلاق نحو تحرير الاقتصاد.

مع كل هذه الفجوة كانت بعض الأحكام تطبق خاصة الممارسات التي تنظم العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين مثل: التزام بشهر الأسعار (المادة 29 من القانون

1 : دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لسنة 1989.

2 : الأمر رقم 86/12 المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة.

12¹-89 (احتباس المخزون) المادة 37 (الغش) المادة 33² (التزام بتقديم الفاتورة) المادة 30 (...)³ وغيرها والتي كانت تكيف على أنها ممارسات تجارية غير شرعية والتي اعتبرت أحكامها بمثابة بوادر لصدور قانون المنافسة المتمثل في الأمر 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995.⁴

ثم استمر العمل بقانون الأسعار 12-89 في إطار تحرير الاقتصاد من الموجه إلى الحر إلى غاية سنة 1995 وضع المشروع الأمر رقم 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 و المتعلق بالمنافسة، و هو أول قانون يصرح بالمنافسة بصفة صريحة، بحيث أوضح المشروع من خلاله مجموعة من المبادئ و الأسس التي تقوم عليها المنافسة مثل: مبدأ حرية الأسعار ، مبدأ عدم التمييز ، مبدأ الشفافية ، مبدأ المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين. و تزامنا 28 مع صدور هذا القانون تم تعديل الدستور الجزائري في استفتاء نوفمبر 1996 هذا الدستور⁵ الذي سمي بدستور الحريات، و الذي أعلن صراحة بفتح باب المنافسة الحرة و ذلك من خلال إقراره لمبدأ حرية الصناعة و التجارة في نص المادة 37 منه بقولها: « حرية الصناعة و التجارة مكفولة بمقتضى القانون و تمارس في إطار القانون» بالإضافة إلى مبدأ حرية الملكية الذي كان سائداً في دستور 1989.

1 : المادة 29 من الأمر رقم 12/86 المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة.

2 : المادة 33 من الأمر رقم 12/86 المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة.

3 : المادة 30 من الأمر رقم 12/86 المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة.

4 : الأمر 06-95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة.

5 : دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لسنة 1996.

هذا و إن التأثر بالحرية التنافسية لم ينحصر في مجرد أحكام الأمر رقم 95-06 وحدها بل امتد إلى عدة قوانين و أوامر مثل قانون الصفقات العمومية، القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المرسوم التنفيذي رقم 90 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.¹

صدر قانون جديد ينظم المنافسة و هو الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة²، هذا الأخير ألغى القانون رقم 95-06 بشكل جزئي و أبقى العمل بنظام حرية الأسعار حيث أبقى على قاعدة حرية الأسعار و قيدها بتحديد الدولة أسعار السلع و الخدمات التي تعتبرها ذات طابع الاستراتيجي.

و أبقى أيضا الممارسات المنافية للمنافسة و التي من شأنها عرقلة و الإخلال بحرية المنافسة مثل الاحتكار الهيمنة على السوق، عرقلة تحديد الأسعار و غيرها من الممارسات الواردة في نصوص القانون، كما قام أيضا بإدراج أحكام تتعلق بالتجمعات الاقتصادية مع تحديدها و تنظيمها وفق المبادئ المتعلقة بالمنافسة، بالإضافة إلى توقيع الجزاء على المخالفات و شدد العقوبات المقررة على الممارسات المقيدة للمنافسة و المتمثلة في الغرامات المالية المتفاوتة حسب جسامة النشاط الممارس³.

¹ :المرسوم التنفيذي رقم 90 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.

² : الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة.

³ : أسامة نائل المحسين، الوجيز في الشركات التجارية والافلاس، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 167.

و في سنة 2004 صدر القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد¹ للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و الذي جاء تماشياً و ما جاء في نصوص الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، حيث حدد هذا القانون مجموعة المبادئ التي تركز المنافسة مثل شفافية الممارسات التجارية و نزاهتها.

كما أدرج مختلف الممارسات غير الشرعية التي تنتفي و طبيعة المنافسة و تعيق ممارستها و قرر لها عدة عقوبات تطبق على الأعوان الاقتصاديين فهذا القانون جاء بمثابة قانون مكمل و موضح و مؤكد أحكام الأمر 03-03².

إلى غاية سنة 2008 تم تعديل الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة بالقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم³، حيث وسع من مجالات الخاضعة لقانون المنافسة و تم إضافة الصفقات العمومية كمجال هام و عدل أيضاً يخضع للمنافسة حسب المادة 2 من هذا القانون، من أعضاء مجلس المنافسة.

بعد سنتين عدل الأمر رقم 03-03 بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010⁴ بحيث قام المشرع بإعادة تنظيم مبدأ حرية الأسعار، فنص هذا القانون على قاعدة تقتضي حرية الأعوان الاقتصاديين في وضع الأسعار لكن في إطار قواعد المنافسة الحرة و النزاهة،

1 : القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المحدد¹ للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

2 : الأمر 03-03 من الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة.

3: الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة بالقانون رقم 08 12 - المؤرخ في 25 جوان 2008 المتعلق بالمنافسة المعدل و المتمم.

4 : الأمر رقم 03-03 المعدل بالقانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 أوت 2010.

مع إمكانية الدولة للتدخل في حالة ارتفاع أسعار سلع أو منتجات ذات الاستهلاك الواسع بشكل مفرط و غير مبرر.

أيضا أدخل المشرع نشاطات جديدة و تحديدا النشاطات الفلاحية و تربية المواشي، إعادة بيع السلع و بائعو اللحوم و نشاطات الخدمات و الصناعة التقليدية، الصيد البحري ضمن النشاطات التي تدخل في إطار المنافسة و بالتالي أي نشاط يقوم به الأعوان الاقتصاديين في هذه المجالات المذكورة يخضعون لأحكام قانون المنافسة.¹

المبحث الثاني: إجراءات حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة

يجد مبدأ المنافسة الحرة أساسه في مبدأ حرية التجارة والصناعة، حيث تعد المنافسة وسيلة من وسائل ضمان الشفافية، حيث يؤدي دورا مهما في معظم النشاطات الاقتصادية، ومحفزا في نفس الوقت للمؤسسات الاقتصادية، مع التأكيد على حماية المستهلك وفق الإجراءات المنصوص عليها قانونا.

المطلب الأول: حماية المستهلك من الأسعار الغير تنافسية

لقد تطرق المشرع الجزائري لهذا النوع من الممارسات التجارية من خلال المواد 22 و 23 من القانون رقم 04-202، حيث تعتبر من قبيل الممارسات غير الشرعية كل من: رفع أو خفض الأسعار المقننة

1 : أسامة نائل المحسين، الوجيز في الشركات التجارية والافلاس، مرجع سبق ذكره، ص 168.

2 : المواد 22 و 23 من القانون رقم 04-202 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

- تزييف تكلفة السلع والخدمات.

الأصل في السعر أنه متروك تحديده لقواعد المنافسة في السوق، حيث يتم تحديده بصفة حرة بعيداً عن كل قيد أو شرط وهذا ما تؤكدته المادة الرابعة من قانون المنافسة، وهذا المبدأ معترف به حتى في فرنسا والذي أدرجه المشرع الفرنسي في الباب الرابع من التقنين التجاري.

استثناء عن مبدأ حرية تحديد الأسعار، فإنه يمكن أن تتدخل الدولة من أجل تحديد أو تقييد بعض أسعار السلع أو الخدمات نظراً لما تكتسبه هذه الأخيرة من طابع استراتيجي، و بالرجوع إلى القانون 04-02 فإنه يعتبر كل مساس بالأسعار المقننة سواء بالرفع منها أو تخفيضها أو تزييف قيمة التكاليف المتعلقة بها يعد من قبيل ممارسة أسعار غير شرعية¹.
أولاً: رفع أو خفض الأسعار المقننة:

تنص المادة 22 من القانون رقم 04-02² أنه: "كل بيع سلع أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام حرية الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقاً للتشريع المعمول به". فالأصل أن سعر السلع أو الخدمات يخضع لقواعد حرية الأسعار الذي هو بمثابة مبدأ عام مكرس دستورياً، إلا أن بعض أسعار السلع و الخدمات تكون محل تقنين و تحديد من طرف الدولة دون غيرها، و التي لا يتدخل القطاع الخاص فيها.

1 : بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008، ص81.

2 : شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، الطبعة الثانية، دار الشروق للطباعة، القاهرة، 1974، ص14.

لقد صدرت العديد من النصوص القانونية التي تحدد بعض السلع الخاضعة لنظام

تقنين الأسعار و يمكن أن نذكر منها:

مرسوم تنفيذي رقم 06-06 مؤرخ في 09 ذي الحجة عام 1426 الموافق 9 يناير سنة 2006، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة¹ وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للإستهلاك في السوق الوطنية.

مرسوم تنفيذي رقم 14-05 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق 9 يناير سنة 2005، يحدد كفيات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به.²

مرسوم تنفيذي رقم 128-05 مؤرخ في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق 24 أبريل سنة 2005، يتضمن تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي.³

أما عن الأنشطة المقننة فيمكن أن نذكر على سبيل المثال تلك المحددة في قطاع الخدمات: الفنادق، الإطعام، الصيدلة، المخابر، النقل، تعليق السياقة، قاعات الرياضة لبنوك، مكاتب الصرف وعموماً كل نشاط يستوجب للقيام به التسجيل في السجل التجاري

¹ : مرسوم تنفيذي رقم 06-06 مؤرخ في 09 ذي الحجة عام 1426 الموافق 9 يناير سنة 2006، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة¹ وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للإستهلاك في السوق الوطنية.

² : مرسوم تنفيذي رقم 14-05 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق 9 يناير سنة 2005، يحدد كفيات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به.

³ : مرسوم تنفيذي رقم 128-05 مؤرخ في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق 24 أبريل سنة 2005، يتضمن تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي.

ويعتبر المرسوم التنفيذي رقم 97-40 مورخ في 18 يناير سنة 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات و المهن المقننة الخاضعة للقيود في السجل التجاري و تطهيرها، بمثابة

النص الأساسي المحدد للأنشطة المقننة سواء في مجال السلع أو الخدمات.¹

ثانياً: تزيف أسعار تكلفة السلع و الخدمات: تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية طبقاً

لأحكام المادة 23 من القانون 04-02 كلما كانت ترمي إلى²:

"- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير

الخاضعة لنظام حرية الأسعار .

- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار".

عليه فحماية للمصالح الاقتصادية للمستهلك جرم المشرع كل فعل سواء تعلق بالقيام

بتصريحات كاذبة مزيفة أو كان بمثابة مناورة تهدد المصالح المادية للمستهلك، فيمكن أن

نستنتج من مضمون الفقرة الأولى من نفس المادة أنه يكفي مجرد دفع وإستلام السلع أو

الخدمة لتكون أمام جريمة تزيف السلع الخاضعة لنظام تقنين الأسعار و لا يمكن الإحتجاج

برضا المستهلك متى كان ذلك الفعل مخالفا لقاعدة قانونية.

أما الحالة الثانية فتكمن في وجود فوارق خفية في المبالغ المالية أو عند تبادل

المصالح، حيث يتم ذلك بطريقة غير ظاهرة من شأنها أن تمكن القائم بذلك بإعادة بيعها

1 : المرسوم التنفيذي رقم 97-40 مورخ في 18 يناير سنة 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات و المهن المقننة الخاضعة للقيود في السجل التجاري و تطهيرها.

2 : المادة 23 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

بالسعر الذي يريده وهنا تثار الصعوبة في التمييز بين الفوارق المشروعة التي تكون بمثابة الفائدة المرجوة من البيع وبين الفوارق الخفية التي لا يعلمها إلا البائع الذي قام بتلك العملية. كما أن المشرع كان متفطناً لذلك وخيراً ما لجأ إليه عندما إستعمل مصطلح "...كل ممارسة أو مناورة..." حيث ترك النص مفتوحاً يجعل القاضي يجتهد في هذه الممارسات أو المناورات التي غالباً ما يكون فيها الإرهاق المادي للمستهلك، وفي القانون المصري يعتبر البائع مخالف لنظام التسعير إذا باع السلعة بسعر أو بربح أعلى¹.

مما لا شك فيه أن المشرع لا يجري على تجريم تصرفات معنية إلا إذا كانت ضارة، والنتيجة التي لم تحدث ضرراً بشخص معين بالذات فهي تضر بالمصلحة العامة خاصة بالنسبة للجرائم الاقتصادية، الأمر الذي يجعل عقوبة الغرامة من أنسب العقوبات التي إعتدها المشرع الجزائري فضلا عن العقوبات التكميلية المتمثلة في حجز السلع ومصادرتها. كما تنص المادة 12 من قانون المنافسة على أنه²: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق."

¹ : صبرينة بوزيد، الامن القانوني لأحكام قانون المنافسة، دراسة مقارنة، الطبعة 01، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 1999، ص89.

² : المادة 12 من الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة.

وعليه فإن الغرض من حظر مثل هذا النوع من البيوع يعود بالدرجة الأولى إلى الإضرار الذي قد يلحق بالمؤسسات الأخرى التي تزاول نفس النشاط الإقتصادي مع العلم أن القانون المدني لا يمنع من البيع بسعر أدنى من سعر السلعة الحقيقي وهو ما يعرف بالبيع بطريق الوضعية أي بخسارة جزافية أو بخسارة بنسبة مئوية من رأس المال.¹

و البيع بسعر أقل من سعر التكلفة الحقيقي سيؤدي دون محالة إلى الحد من المنافسة في السوق، لذا كان لزاماً منع مثل هذه الأنواع من البيوع لأن المقصد الأخير الذي تعمل المؤسسات الإقتصادية التي تتبنى مثل هذه الممارسات هو الأفراد بالسوق في مواجهة المتعاملين المنافسين بداية، و ثم تتولى فرض سياساتها من رفع الأسعار و تسيير السوق نهاية.

الجدير بالذكر أن البيع بأسعار مخفضة تعسفاً غالباً ما يكون مقترناً بإشهار من قبل المتدخل، إذ يسبق طرح المنتجات في السوق وضع رسالة إعلانية تصمم وفق عناصر شكلية وموضوعية للتأثير على جمهور المستهلكين من خلال جذب إهتمامهم وإقناعهم بإتخاذ قرار الشراء، ويشتد دور الرسالة الإعلانية حدها عندما يلجأ المستهلك إلى السوق ويرى صحة الأسعار الموضوعة على المنتجات.²

1 : عمر عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص58.

2 : عمر عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، المرجع السابق، ص59.

فالببيع بأسعار منخفضة تعسفيا ممارسة مقيدة في المنافسة استحدثها المشرع الجزائري في ظل الامر رقم 03-03 بعدما كان المشرع يحظر ممارسة إعادة البيع بالخسارة بموجب الامر رقم 95-106¹ وهي ممارسة تختلف عن الأولى سواء من حيث المضمون أو من حيث الشروط بالمقابل تم تحويل أحكام البيع بالخسارة ضمن نطاق قانون رقم 02-04 بموجب المادة 19 منه.

يشكل ممارسة البيع بأسعار منخفضة تعسفيا من الممارسات التي عرفت تطورا تشريعيا واهتماما كبيرا من طرف المشرع الجزائري، خاصة وأن السعر يعتبر عنصرا أساسيا في عملية البيع، وأهم عنصر يشد انتباه المستهلك، لذلك نجد أن المشرع وضع التزامات على عاتق المتعامل الاقتصادي كالالتزام بالاعلام بالأسعار، وحظر البيع بأسعار منخفضة تعسفيا.

يشكل موضوع الأسعار محل اهتمام المشرع الجزائري منذ صدور قانون رقم 89-12 حيث نصت المادة 10² منه: "لا يمكن أن تكون الأسعار منتج في جميع الأطوار أقل من سعر التكلفة أو سعر الشراء الفعلي إذا أدى الى الإساءة الى منافس أو إذا كان يرمي الى تحويلات غير شرعية للقيمة بين المؤسسات لتحقيق الأعباء الجبائية".

1 : الامر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة والملغى.

2 : المادة 10 من قانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 يتعلق بالأسعار والملغى.

كما أورد نفس القانون استثناءات عن تطبيق نص المادة اذا كان الأمر يتعلق بالمنتجات السريعة التلف، أو تلك التي تباع بسبب التصفية، وبصدور قانون المنافسة لسنة 1995 تم الغاء نص المادة 10 المذكورة أعلاه، ونصت المادة 12 منه على حظر إعادة البيع بسعر منخفض تعسفي واستخدام مصطلح إعادة البيع، الذي يذهب مدلولها الى منع التاجر دون المنتج والمحول من إعادة بيع اشتراه بسعر يقل عن سعر التكلفة الواردة في الفاتورة، وبصدور الامر رقم 03-03 تم توسيع من نطاق الحظر ليشمل المنتج والمحول، كما تضمنت المادة 19 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، منعت إعادة بيع بسعر أدنى من سعر التكلفة الحقيقي.¹

تم حظر ممارسة البيع بأسعار منخفضة تعسفياً بموجب المادة 12 من قانون المنافسة بنصها: "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج أو التحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن يؤدي الى أبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول الى السوق".

ثم استحداث هذه الممارسة في ظل الامر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، حيث تم ادراج هذه الممارسات ضمن الممارسات المحظورة التي تتدرج ضمن اختصاص مجلس المنافسة على اعتبار أنها تضر بالمنافسين والمتدخلين في السوق لا سيما تجار التجزئة

1 : المادة 19 من القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

يقصد بهذه الممارسة هو كل فعل قام به عون اقتصادي خاصة الموزعين الكبار سواء بصفة منفردة أو جماعية، ينصب على عنصر السعر، حيث يقوم بالتعامل بأسعار تتحدى كل منافسة تجعله يتحمل هو أيضا نتائج الخسارة من خلال البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي، حيث يتم بيع هذه السلعة فعلا للمستهلك بسعر يقل عن سعر الإنتاج والتحويل والتسويق وذلك، إذا كان هدف أو أثر ذلك تقييد المنافسة أو عرقلة إحدى المؤسسات من دخول منتجاتها الى السوق.¹

تهدف المؤسسة التي تقوم بعرض منتجاتها بأسعار منخفضة تعسفا، الاضرار بمؤسسات أخرى التي يحتمل جدا عجزها عن مواجهة التخفيض التعسفي للأسعار، مما يؤدي الى افلاسها وخروجها من السوق، وقد يعتقد المستهلك أن الأمر فيصالحه ما دام أهم اهتمامات المستهلك هو الحصول على احتياجاته بأسعار منخفضة عما عليه الحال لدى المنافسين الآخرين، لكن في حقيقة الأمر أن من شأن هذه الممارسة قيام المؤسسة بعد إزاحة منافسيها في السوق بحيث تصبح محتكرة للنشاط معين في السوق، مما يؤدي الى التحكم في الأسعار بشكل يعوض لها ما خسرت من جراء تخفيضها للأسعار، وبذلك فإن حكمة المشرع تهدف الى حماية التجار والمستهلكين معا نظرا للمساس بقدراتهم المالية.²

¹ : غسان رباح، قانون حماية المستهلك المبادئ والوسائل والملاحقة مع دراسة مقارنة، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، لبنان، 2006، ص62.

² : المرجع نفسه، ص63.

تم حظر إعادة البيع بسعر أدنى بموجب المادة 19 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث تنص: "يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي...."، تم اعتبارها من الجرائم الماسة بشفافية الأسعار، يفهم من نص المادة أعلاه أن المشرع قام بمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى تكلفتها الحقيقي، وهي عملية بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي، حيث تم تصنيفها ضمن الممارسات التجارية غير الشرعية.¹

ضف الى ذلك فإن إعادة البيع بالخسارة، المنع في هذه الحالة موجه نحو التاجر دون المنتج والمحمول، حيث يمنع على التاجر البيع بسعر أدنى من المدون في الفاتورة عكس ما هو الحال في البيع بأسعار تخفيضية تعسفا يشمل كل متدخل في العملية الى غاية وصول المنتج الى المستهلك، لذلك نصت المادة 12 على ضرورة الاخذ بعين الاعتبار تكاليف الإنتاج التحويل والتسويق.

يتحقق التعسف في إعادة البيع بالخسارة، في الفارق بين سعر إعادة بيع سلعة وسعر تكلفتها الحقيقي، فإذا كان سعر إعادة البيع أدنى من سعر التكلفة فتتحقق هذه الممارسة على انها تعسفية غير شرعية، ويثار اشكال فيما يخص المقصود بثمان التكلفة الحقيقي فلا يعقل الاخذ فقط بسعر الشراء يستوجب الإضافة له مختلف الرسوم التي يدفعها التاجر والتي

¹ : بدوي عبد الجليل، مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث، جامعة غرداية، 2019-2020، ص101.

تكلفه نظير السلعة، ومن المفترض عند البيع يتم تقدير سعر البيع عن طريق الأخذ بعين

الاعتبار قيمة الرسوم التي تم دفعها إضافة الى السعر الصافي للسلعة.¹

يستوجب لتعسف في أسعار البيع المخفضة تعسفيا أن تكون السلعة المراد بيعها قد

تم انتاجها او تحويلها او تسويقها، على خلاف البيع بالخسارة الذي يشمل مجرد عملية البيع

او إعادة بيع السلعة على حالتها دون ان يحدث عليها أي تغيير، وبذلك فالتعسف عن

طريق البيع بالخسارة أوسع نطاقا من مجال إعادة البيع بسعر أدنى من النقاط الفارقة بين

مخالفة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا وفقا للمادة 12، كونها صدرت كقاعدة عامة يتم

تطبيقها دون وضع أي استثناء خلافا لما تضمنته المادة 19 من قانون رقم 04-02 أوردت

استثناءات يتعلق الامر ببيع السلع سريعة التلف والمهددة بالفساد، السلع الموسمية، السلع

التي بيعت تنفيذا لحكم قضائي....."، الملاحظ أن هذه الاستثناءات هي نفسها التي أوردتها

المادة 10 من الأمر رقم 95-06 الملغى.²

يعكس توسيع تطبيق الحظر ممارسة أسعار مخفضة بشكل تعسفي، دون فتح المجال

للتخفيف عن تطبيق الاستثناءات، كما عودنا للمشرع الجزائري خطورة الممارسة التي يمتد

أضرارها ليس فقط في عرقلة المنافسة وإلحاق الضرر بالمنافسين في السوق، وإنما يشمل

¹ :بوحلاس الهام، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة،

2017/2016، ص 87.

² : الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة والملغى.

الضرر كذلك المستهلك لذلك نجد المشرع الجزائري قد تشدد في تطبيق المادة 12 من قانون المنافسة.

استلزم القانون توافر شروط معينة حتى يعتبر الفعل الممارس من طرف العون الاقتصادي محظور وقابل للادانة وفقا لمضمون من قانون المنافسة، التي تقتضي بمنع البيع بأسعار مخفضة تعسفية، وتعتبرها مخالفة يستحق مرتكبها تحمل الجزاء العقابي الذي رتب له القانون تبعا لذلك، بهدف حماية المنافسة الحرة في السوق وحماية المستهلك من إغراء انخفاض الأسعار، على حد تعبير أحد الفقهاء: "جزيرة من الخسائر في محيط من الأرباح"، حيث يتم اللجوء الى البيع بالخسارة لجلب أكثر قدر ممكن من الزبائن، مع الأمل في إغرائهم باقتناء منتجات ذات هوامش معتبرة، وبالتالي فإنها تعتبر وسيلة اشهارية تؤدي إذا أحسن استعمالها الى ارتفاع المبيعات حتى تتم عملية المتابعة يتطلب القانون عرض أسعار البيع والبيع أقل من سعر التكلفة وتوجيه البيع للمستهلك.¹

1- عرض أسعار البيع:

يتم عرض أسعار البيع بجميع الوسائل القانونية المتاحة لدى العون الاقتصادي، عن طريق وضع إعلانات يضع فيها أسعار المنتجات بشكل واضح، أو عن طريق اللجوء الى وسيلة اشهار الأسعار أو ممارسة البيع بصورة فعلية.²

¹ : أرزقي زويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص69.

² : المرجع نفسه، ص70.

2- البيع بأسعار تعسفية أقل من ثمن التكلفة الحقيقي:

يشكل السعر أحد العناصر الجوهرية في عملية المبيع، بل هو أهم عنصر يجلب اهتمام المستهلك ويثير اهتمام وأي اشهار للأسعار بشكل مخفض من شأن الأمر إغرائه ودفعه لاقتناء المنتجات دون أن يدرك مخاطر المسألة على المدى البعيد، في الأصل يتم تحديد الأسعار طبقا لقانون العرض والطلب، وفقا لما تضمنته المادة 04¹ من قانون المنافسة وعلى سبيل المثال الاستثناء يمكن أن تتدخل الدولة بما تملكه من سلطات، وتقوم بوضع قيود على حرية تحديد الأسعار وفقا للحالات المحددة في نص المادة 05 من قانون المنافسة.²

في حالة لجأت مؤسسة الى تخفيض الأسعار بشكل تعسفي وتكبدت الخسائر، ليس فقط قصد جلي الزبائن بغرض إزاحة منافسين لها في السوق قصد اخراجهم منه، فإن هذه الممارسة تندرج ضمن الفعل المحظور المنصوص عليه في نص المادة 12 من قانون المنافسة، وبالتالي يخضع للمتابعة وفقا لأحكام هذا القانون.³

3- توجيه البيع للمستهلك:

لا بد أن يتم توجيه الغرض أو البيع للمستهلك، ومن ثمة تتم استبعاد الممارسات التي تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، ولم يحدد قانون المنافسة المقصود بالمستهلك

1 : المادة 04 من الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة.

2 : المادة 05 من الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة.

3 : مسعد جلال، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسة التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012-2013، ص124.

هل هو المستهلك النهائي الذي يلبي حاجياته من اقتناء السلعة او المنتج او هو الوسيط بين المؤسسة المنتجة الى غاية وصول السلع الى المستهلك النهائي، وقد تكفل قانون حماية المستهلك وقمع الغش بموجب المادة 03 منه، حيث عرفته على النحو التالي: "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".¹

إضافة الى الشروط السابقة يتطلب القانون أن تكون هذه العروض أو الممارسات من شأنها تقييد المنافسة وعرقلة مؤسسات أخرى من ممارسة نشاطها وفقاً للمسار الطبيعي للسوق، الامر الذي يتطلب تدخل القانون ووضع لها الحد اذا أُلزم الأمر بتطبيق العقوبات المحددة، وفقاً لأحكام قانون الممارسة باعتبارها ممارسات مقيدة للمنافسة، إذ أن القانون لم يكتف فقط بعرض صورها المختلفة، وإنما قام باستحداث جهاز الضبط والقمع، لحماية النظام العام الاقتصادي للدولة عن طريق وضع حد لكل التلاعبات التي يمكن أن تصدر من طرف المؤسسات في السوق، خاصة تلك التي تمتلك الوضع المسيطر أو المحتكر مما قد يدفعها لممارسات تعسفية لها أضرار وخيمة على المنافسة، الامر الذي سائر فتح المجال لحرية المبادرة الخاصة استحداث هيئات للضبط النشاط الاقتصادي.²

1 : زقاري امال، حماية المستهلك في ظل قواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر 1، الجزائر، 2017-2018، ص99.

2 : زقاري امال، حماية المستهلك في ظل قواعد المنافسة، المرجع السابق، ص100.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الاتفاقيات المنافية

جاء في نص المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة "تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو في جزء جوهري منه."

فالاتفاقيات المحظورة الناشئة بين متعاملين اقتصاديين تأخذ شكل ممارسات وأعمال مدبرة واتفاقيات واتفاقيات سواء صريحة أو ضمنية، تكون غايتها أو نيتها التقييد من حرية الدخول الى السوق المعني بالمنافسة.

هذه الاتفاقيات وإن كانت تلحق ضررا مباشرا بالمنافسة فهي بطريقة غير مباشرة تؤثر على المستهلك.²

تخضع الاتفاقيات للحظر عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها، و حتى يكون الاتفاق محظور لآبد من توافر مجموعة من الشروط، وجود اتفاق بين الأعوان الاقتصاديين (أولا)، وتقييد الاتفاق بالمنافسة (ثانيا)، وجود علاقة سببية بين الاتفاق وتقييد المنافسة (ثالثا).

1 : المادة 06 من الامر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،يتعلق بالمنافسة.

2 : المرجع نفسه، ص 101.

أولاً: وجود اتفاق بين الأعوان الاقتصاديين

يقصد به التعبير عن الإرادة المستقلة من طرف مجموعة من الأعوان الاقتصاديين بهدف تبني خطة مشتركة، تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع والخدمات، ولا يقوم الاتفاق في غياب هذا الشرط.¹

نجد أن مصطلح الاتفاقات تسمية منتقدة، جاء كترجمة لمصطلح entente الذي يستعمل من قبل الفقه الفرنسي للدلالة على الأشكال المختلفة للتفاهم بين المؤسسات المتنافسة، الأمر الذي يجعل ترجمة مصطلح entente خاطئة انجر عنه اعتماد مصطلح الاتفاق للدلالة على الأشكال المختلفة للتفاهم بين المؤسسات، وللتوضيح فإن الاتفاق accord'L يختلف عن التوافق entente'L لأن التعبير الأول يعتبر مجرد شكل من أشكال التفاهم بين المؤسسات لذلك تعتبر التسمية الصحيحة والتي تشتمل على كل الأشكال التي تقوم بها المؤسسات للتفاهم فيما بينها.²

يظهر أن إعطاء تعريف قانوني للاتفاق المقيد للمنافسة شيء صعب وهو ما يبدو من خلال الآراء المختلفة للفقهاء.

1 : بن طاموس ايمان، مسؤولية العون الاقتصادي على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دراسة مقارنة، دار الكتاب الحديث، الإسكندرية، 2002، ص244.

2 : العايب نهلة، توأمية ياسين، منازعات سلطات الضبط الاقتصادي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 08 ماي 1945، قالم، 2017-2018، ص92.

وفي هذا الشأن يقول الفقيه ريبير «RIPERT إن الاتفاق يتخذ أشكالاً مختلفة جداً ولذا يتضح لنا حالياً أنه من غير الممكن إيجاد تعريف قانوني دقيق، إن فشل تعريف الاتفاق شيء في غاية الخطورة، لأنه يجعل عملية تنظيمها تنظيماً محكماً تقريباً مستحيلة.¹

ممارسة أطراف الاتفاق للنشاط الاقتصادي:

من خلال نص المادة 3/أ من الأمر رقم 03-03 المعدلة بالقانون رقم 08-12²

"تعتبر المؤسسة كل شخص طبيعي أو معنوي أياً كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد."

-استقلالية أطراف الاتفاق ونقصد باستقلالية أطراف الاتفاق أن يكون هناك استقلال قانوني بحيث يمكنهم أن يعبروا عن إرادتهم في الانضمام إلى الاتفاق بكل حرية، وعليه فالاتفاق المبرم بين الشركة الأم وأحد فروعها لا يعتبر اتفاقاً مقيداً للمنافسة لأنه حتى يكون الاتفاق محظوراً لا بد من توافر عنصر التعددية في أطرافه وأن يكون أطراف الاتفاق يتمتعون بالاستقلالية.

1 : المرجع نفسه، ص93.

2 : المادة 3/أ من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، المعدل بالقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008.

هذا ما تبنته محكمة العدل الأوروبية في اعتبار الوكيل التجاري لا يعتبر مستقلا عن الشركة التي يمثلها و ذلك لأنه يعمل باسمها و لحسابها و بالتالي الاتفاق الذي يجمعه مع الشركة لا يعتبر مقيدا للمنافسة لأنه لا يتمتع باستقلالية في اتخاذ قراراته الاقتصادية¹.

ثانيا: تقييد الاتفاق للمنافسة

إلى جانب شرط وجود الاتفاق ينبغي البحث عن الآثار التي يترتبها على حرية المنافسة، فالاتفاق المحظور يكون هدفه أو أثره هو تقييد أو عرقلة المنافسة في السوق، وهذا ما نص عليه المشرع في المادة 6 من الأمر رقم 03-03... "عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في السوق أو في جزء جوهري منه..."

وبالتالي فالممارسات التوافقية التي لا تمس بحرية المنافسة لا تكون محظورة فموضوع الاتفاق يقصد به النية منه، بحيث يكفي لاعتبار اتفاق ما محظورا مجرد انصراف نية الأطراف إلى إعاقة أو تقييد المنافسة الحرة دون ضرورة تحقيق الأهداف الغير مشروعة المقيدة للمنافسة، أما بالنسبة لأثر الاتفاق فيقصد به كل أثر محق الحصول أو احتمالي وهذا من خلال استعمال المشرع لعبارة".....يمكن أن تهدف"².

1 : عبد الكريم خضير، الممارسات المقيدة للمنافسة والية الرقابة عليها في ظل قانون المنافسة الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة حمه لخضر، الوادي، 2016/2017، ص77.

2 : عبدون نبيلة، عبدي كريمة، اثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مذكرة ماستر، جامعة عبد الرحمن ميرة، الجزائر، 2013-2014، ص47.

ثالثا: وجود علاقة سببية بين الاتفاق وتقييد المنافسة

سوف نحاول دراسة وجود علاقة السببية من خلال فرضين: **الفرض الأول:** تقييد المنافسة نتيجة مباشرة لمحل الاتفاق ويكون ذلك من خلال اتجاه إرادة طرفي الاتفاق إلى تقييد المنافسة دون حدوث الآثار المترتبة على الاتفاق كأن يقوم الأطراف بإبرام عقد يتضمن شروط مقيدة للمنافسة كالعقد المنشئ للشركة أو للمجموعة الاقتصادية هو نفسه الأداة التي تم من خلالها الاتفاق فتكون أداة الاتفاق المقيد للمنافسة هي ذاتها العقد المنشئ للشركة ، وهو ما أقرته المحكمة الفرنسية للمنافسة في رأيها المؤرخ في 21-03-1975¹ حيث قررت أن بنود العقد نفسه المؤسس للشركة PROCIREP يمثل في حد ذاته اتفاقا مقيد للمنافسة وذلك لأن بنود العقد قد تضمنت تقييدا للمنافسة بين مالكي حقوق النشر السينمائي والذين تمثلهم شركة PROCIREP، التي تأسست هي ذاتها بموجب العقد المقيد للمنافسة.

الفرض الثاني : تقييد المنافسة نتيجة مباشرة لآثار الاتفاق يعتبر الاتفاق غير مشروع

إذا احتوى على احتمال أثر تقييد المنافسة وعلى ذلك لا يمكن إثبات الاتفاق الضمني إلا بالتركيز على عنصر الأثر الذي قد ينجم عن الاتفاق والأثر المقيد للمنافسة قد يكون محتمل كما قد يكون فعليا و محققا.

¹ : رأي المحكمة الفرنسية للمنافسة المؤرخ في 21-03-1975.

يلاحظ على المشرع الجزائري أنه وفق في صياغته للمادة 6 من الأمر رقم 03 03 - حيث عاقب على مجرد ما قد يترتب عن الاتفاق من آثار محتملة من شأنها تقييد المنافسة فضلا عن وجوب قمع آثاره الفعلية الضارة.¹

إن حظر المشرع للاتفاقات المقيدة للمنافسة و غيرها من الممارسات كالتعسف في وضعية الهيمنة ليس مبدأ مطلق بل يرد عليه استثناءات نص عليها في قانون المنافسة وذلك مراعاة منه لاعتبارات معينة من خلال إعفاء أو ترخيص بعض الاتفاقات.

نص المشرع الجزائري على هذا الاستثناء بموجب المادة 9 من الأمر رقم 03-03² "لا تخضع لأحكام المادتين 6 و 7 أعلاه، الاتفاقات والممارسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي أتخذ تطبيقا له "...، يتوقف تطبيق هذا الاستثناء على توفر شرطين هما - يجب أن يكون هذا الاستثناء مكرس سواء بنص تشريعي أو بنص تنظيمي هو الآخر جاء تطبيقا لنص تشريعي.

-ارتباط الاتفاق المحظور مباشرة بالفئة المستثناة بالنص القانوني، فمن خلال نص المادة 9 من الأمر رقم 03-03 يمكن تبرير الاتفاق المقيد للمنافسة إذا كان هذا التصرف نتيجة لتطبيق نص تشريعي أو نص تنظيمي لكن لتطبيق هذا الاستثناء.

1 : عبدون نبيلة، عدي كريمة، اثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مرجع سبق ذكره، ص48.

2 : المادة 09 من الامر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،يتعلق بالمنافسة.

بموجب المادة 2/9 من الأمر رقم 03-03 يرخّص المشرع ببعض الاتفاقات وذلك لاعتبارات اقتصادية "... يرخّص بالاتفاقات و الممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين التشغيل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق".¹

من خلال نص المادة السابق ذكرها نلاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص على أية شروط إضافية لتحقيق التطور الاقتصادي، على خلاف المشرع الفرنسي الذي لا يكتفي لتحقيق التوافق للتطور بل لابد من توافر ثلاث شروط إضافية وهي:

- تخصيص جزء عادل من النفع الناتج عن التوافق لفائدة المستهلك
- أن يؤدي التوافق إلى إلغاء كلي للمنافسة من السوق المعنية أو جزء جوهري منها.

- أن يكون تقييد المنافسة ضروريا لبلوغ التطور.²

وقد بين المرسوم التنفيذي رقم 05-175³ كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق و التصريح بعدم التدخل تصريح يسلمه مجلس المنافسة بناء على طلب المؤسسات المعنية حيث يلاحظ المجلس بموجبه

1 : المادة 02/09 من الامر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،يتعلق بالمنافسة.

2 : عبدون نبيلة، عبيد كريمة، اثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مرجع سبق ذكره، ص49.

3 : المرسوم التنفيذي رقم 05-175³ كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق.

عدم وجود داع لتدخله بخصوص الممارسات المنصوص عليها في المادتين 6 و7 من

الامر 03-03.¹

وعليه فإن جميع الاتفاقات التي من شأنها ضمان التطور الاقتصادي أو التقني كما هو وارد في المادة 9 أعلاه غير ممنوعة لما تحققه من آثار إيجابية على المنافسة في السوق، وهو ما يعود بالإيجاب بالدرجة الأولى على المستهلك خاصة من خلال المساهمة في تحسين مستوى التشغيل لذلك اتجهت سياسة الدولة في السنوات الأخيرة إلى تشجيع كل ما من شأنه أن يؤدي لتوفير مناصب الشغل خاصة بعد ارتفاع معدل البطالة و كان من بين الحلول المعتمدة إنشاء العديد من الهيئات و الهياكل التي تهتم بحل هذه المشاكل، كالوكالة الوطنية للتشغيل.

وحتى يتم الترخيص بهذه الاتفاقات المحظورة التي تضمن التطور الاقتصادي أو التقني أو الاجتماعي فلا بد من إثبات علاقة سببية بين التطور والاتفاق المحظور ويقع على عاتق المؤسسات التي تكون طرفا في الاتفاق المحظور المراد ترخيصه عبء إثبات هذه العلاقة للحصول على الترخيص.²

1 : المادتين 6 و7 من الامر 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 ،يتعلق بالمنافسة.

2 : عبدون نبيلة، عدي كريمة، اثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مرجع سبق ذكره، ص50.

الفصل الثاني:

حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك

وقمع الغش

تمهيد:

نتج على اعتناق مبدأ سلطان الإدارة و مبدأ القوة الملزمة للعقد كثير من المساوي، إذ أن اختلال توازن القوى الاقتصادية أدى إلى جعل المستهلك طرف ضعيف في العلاقة التي تجمعها بالمتدخل، مما استدعى الأمر معالجة هذا الاختلال لإحداث نوع من التوازن في هذه العلاقة، فأدرك المشرع الخطورة التي يتعرض لها المستهلك، خاصة بازدياد المنتجات في السوق و تطورها مما يفتح المجال أمام المتدخلين لفرض شروطهم ، فسارع لإصدار سلسلة من القوانين و المراسيم التنفيذية هدفها بدرجة أولى حماية المستهلك ، بحيث تكتسي هذه القوانين الخاصة الطابع الحمائي ، مما نلمس اتجاه إرادة المشرع إلى جعل حماية المستهلك من بين عناصر النظام العام الحمائي ، كونه طرف ضعيف مقارنة بالمتدخل الذي يتصف بالاحترافية .

كما لصفة عقد الاستهلاك دور في إحداث هذا الاختلال لما يؤدي إلى إذعان المستهلك بتضمنه لشروط تعسفية تؤدي إلى إهدار حقوقه ، و من أجل ذلك نلاحظ من نصوص قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، أن معظم مواده جاءت بصيغة الأمر مع المنع على الاتفاق على ما يخالفها و هي في مجملها التزامات مفروضة على عاتق المتدخل للحفاظ على الرغبات المشروعة للمستهلك فيعد ضمانه حقيقة لهذا الأخير .

المبحث الأول: قواعد حماية المستهلك في القانون رقم 03-09

المطلب الأول: الالتزام بالضمان والاعلام

أولاً: الالتزام بالضمان

نص المشرع في المادة 13 من قانون رقم 03-09¹ على أنه : " يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازاً أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون ، و يمتد هذا الضمان أيضاً إلى الخدمات ، يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج... " ، لذلك ينبغي التطرق لمختلف أنواع العيوب لمعرفة طبيعة العيب الموجب للضمان:

1- ضمان العيب الخفي و تخلف الصفة:

نصت المادة 379 من القانون المدني²، على أنه : " يكون البائع ملزماً بالضمان إذا لم يشتمل البيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته ، أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه ، حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته و استعماله ، فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب... " ، فالعيب الخفي يعني ذلك العيب ، أو الخطأ الفادح في الشيء الذي لا يكتشف ، مما يمنع المستهلك من استخدام الشيء المعد للوظيفة المخصصة له.

1 - المادة 13 من القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

2 - المادة 379 من القانون رقم 10-05 المؤرخ في 20/06/2005 ، المعدل و المتمم للقانون المدني.

كما يمكن للعيب أن ينقص من قيمة المنتج أو من الانتفاع به ، بحسب الغاية التي قصدت منه مما يجعله غير مطابق لما اتفق عليه ، أو بحسب ما هو ظاهر من طبيعته أو عند استعماله ، فللعيب تعريفاً مادي بحيث يصيب الشيء و يلحق به الهلاك ، كما له تعريف وظيفي كونه يصيب ، فيكون عيباً خفياً موجبا للضمان لما لا يستطيع المستهلك الشيء في أوصافه أو في خصائصه ، عكس العيب الظاهر الذي يكتشفه المستهلك اكتشافه عند فحصه للمبيع بعناية الرجل العادي بمجرد فحصه له ، و حتى يلتزم البائع بضمان العيب الخفي ينبغي توفر شروط في هذا العيب و هي¹:

- أن يكون العيب مؤثراً:

اشترطته المادة 379 الفقرة 01 من القانون المدني²، و يظهر تأثير العيب الخفي في الإنقاص من قيمة المنتج أو الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه، فالمشرع تطلب قدراً من الجسامة في العيب على أساس معيار موضوعي، بحيث يؤثر هذا العيب على ما أعد من أجل استعماله أو حسب طبيعته، أو الإنقاص من الانتفاع به، و يقع عبء إثبات مدى جسامة العيب من عدمه على عاتق المستهلك في القواعد العامة.

- أن يكون العيب غير معلوماً لدى المستهلك:

¹ - بودالي محمد ، " مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقها لقانون حماية المستهلك " ، مجلة إدارة ، المجلد 12، العدد 02 ، 2002 ، العدد 24 ، ص 52 .

² - المادة 379 فقرة 01 من القانون رقم 10-05 المؤرخ في 20/06/2005 ، المعدل و المتمم للقانون المدني.

أي أن ال يكون العيب ظاهرا للمستهلك عند التعاقد مع المتدخل، لأنه في حالة تحقق علم المستهلك بالعيب يعد قابلا له و يسقط حقه في المطالبة بالضمان طبقا للمادة 379 الفقرة من القانون المدني.

- أن يكون العيب خفيا:

معنى ذلك لا يظهر للمستهلك، بحيث لا يستطيع أن يكتشفه عند فحصه للمنتج بعناية الرجل العادي إلا باللجوء إلى خبير لاكتشاف العيب.¹

- أن يكون العيب موجودا:

أي أن يكون العيب موجودا وقت تسلم المنتج و لا يهم إن كان موجودا قبل إتمام البيع أو بعد تمام البيع.

أكد المشرع في المادة 03 الفقرة 12 من قانون رقم 03-209 ، على أن المنتج السليم و النزيه و القابل للتسويق هو : " منتج خال من أي نقص و/أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة و سلامة المستهلك و/أو مصالحه المادية و المعنوية . " فهذا يعد تأكيدا من المشرع على اعترافه بالعيب الخفي صراحة إلى جانب اعترافه بالعيب الظاهر، خاصة عند استعماله لمصطلح " نقص " ، و لم يجعل لهذا النقص و العيب شروطا للمطالبة بالضمان بل ربطهما بعدم الإضرار بصحة و سلامة المستهلك و بمصالحه المادية و

1 - المرجع نفسه، ص53.

2 - المادة 03 الفقرة 12 من قانون رقم 03-09

المعنوية مما يعد ضماناً هامة ، مقارنة مع أحكام ضمان العيب الخفي في القواعد العامة التي تحمل المستهلك عبء إثبات هذا العيب.

2- ضمان العيب المؤثر على صلاحية المنتج للعمل:

تنص المادة 386 من القانون المدني¹، على أنه : " إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها فعلى المشتري أن يعلم البائع في أجل شهر من يوم ظهوره و أن يرجع دعواه في مدة شهرين من يوم الإعلام ، كل ذلك ما لم يتفق الطرفان على خالف ذلك . " فمن خلال هذه المادة يلتزم المتدخل بأن يكون المنتج صالحاً للعمل لمدة محددة في العقد و إذا ظهر عيب فيه يجعله غير صالح للعمل ، فإن المتدخل يصبح ملزماً بجعل المنتج مطابقاً للشيء الذي تم الاتفاق عليه.

كما أن ضمان صلاحية المنتج للعمل لمدة معلومة تختلف عن العيب الخفي و ليست مرادفاً له ، فقد يكون المنتج خالياً من أي عيب ، لكنه يعد غير صالحاً للقيام بالوظيفة المخصصة، كما قد تتحقق عدم الصلاحية للعمل نتيجة وجود عيب في الشيء كما أن المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات² على ضرورة بقاء المنتج صالحاً للاستعمال المخصص له ، و يجب الإشارة إلى أن التنفيذ هنالك اختلاف بين الالتزام بضمان صلاحية المبيع للعمل كونه ضمان اتقائي ، و التزام المتدخل بضمان العيوب الواردة في المنتج كونه ضمان قانوني.

¹ - المادة 386 من قانون رقم 10-05 المؤرخ في 20/06/2005 ، المعدل و المتمم للقانون المدني.

² - المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروط و كفاءات وضع ضمان السلع و الخدمات

نص المشرع على حق المستهلك في مطالبة المتدخل بتنفيذ التزامه بالضمان ، فحدد له كل من قانون رقم 03-09 ، طرقا يتم بها تنفيذ الضمان ، لكن قد يتعننت المتدخل و يرفض الاستجابة لطلبات المستهلك مما يستوجب على هذا الأخير توجيه إذار للمتدخل يطالبه فيه بتنفيذ التزامه بالضمان.

ثانيا: الالتزام بالإعلام

ألزمت المادة 17 من قانون رقم 03-09 إعلام المستهلك و ذلك بغرض إقامة التوازن ، مما يستدعي التطرق لمفهومه ، و بتأكيد المشرع على ضرورة إعلام المتدخل للمستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج ينبغي معرفة مضمونه ، ثم تبين كيفية إعلام المستهلك بخصائص المنتجات.¹

عرفه المشرع بموجب المادة 17 من قانون رقم 03-09² على أنه : " يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " ، فيتشابه الإشهار الذي يعد نوعا من أنواع الإعلام مع الالتزام بالإعلام ، و لكن يكمن الفرق بينهما في كون الإشهار يهدف إلى ترويج و جلب الزبائن فقط ، فعادة ما لا يتصف بالموضوعية كونه يركز على إبراز مزايا المنتجات فقط ، بينما ما يحتاجه المستهلك هو إعلام موضوعي بعيد عن التأثير على رضائه ، لأن غير ذلك قد يجعل هذا الأخير معيب ، فالإعلام الحسن الذي يتلقاه المستهلك يجعله يطمئن للمنتجات المعروضة في السوق فيؤدي ذلك إلى تكرار عملية الاقتناء فقد يصل إلى حد الولاء للمنتج ، نظرا لتوافق هذا الإعلام مع رضاه المستهلك مما يؤدي لإشباع حاجاته .فهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام نوعان:³

¹ - بوسماحة الشيخ ، " حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في أحكام القانون الج اژري " ، مجلة الخلدونية ، (1) العدد 03 ، ماي 2009 ، ص 76.

² - المادة 17 من قانون رقم 03-09

³ - فيلالي علي ، " الالتزامات ، النظرية العامة للعقد " ، موفم للنشر ، الجزائر ، 2008 ، ص 74.

الرأي الأول: الالتزام ما قبل التعاقد بالإعلام:

يقصد به ذلك الالتزام الذي ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد، و بالتالي فالضرر ، فيكون المتدخل في مثل الناجم عن الإخلال به يترتب عليه تطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية هذا الالتزام ملزما بإعلام المستهلك حول الخصائص الأساسية للمنتج ، و كذلك حول شروط العقد ، كون المتدخل ارتكب الخطأ خارج الإطار التعاقدى و من مميزات هذا الالتزام بالإعلام قبل التعاقدى أنه يتصف بالعمومية و الوقائية و الاستقلالية. فيقصد بالعمومية : أنه التزام سابق و يطبق على جميع العقود ، أما الوقائية : فبالنظر لما يهدف له من حماية العقود مستقبلا من خطر الإبطال ، فهو يؤدي إلى إنارة رضاء المستهلك قبل إبرام العقد ، فيستبعد بذلك إبطال العقد للغلط أو التدليس ، أما بالنسبة لخاصية الاستقلالية : فتعود للهدف من تقرير مثل هذا الالتزام كالتزام مستقل في مواجهة اختلال التوازن العقدى في المرحلة السابقة على إبرام العقد.¹

الرأي الثاني: الالتزام التعاقدى بالإعلام

هو ذلك الالتزام الذي يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد ، فيعد تطبيقا للمبدأ الذي يقضى بتنفيذ العقد بحسن نية، مما يترتب على الإخلال به تطبيق أحكام المسؤولية العقدية ، فمثل هذا الالتزام يختلف حسب طبيعة العقد و حسب خصائص هذا الأخير، فيكون تبعا للعقد و ليس مستقل عنه مثل الالتزام قبل التعاقدى بالإعلام.²

و لكن نظرا لصعوبة الفصل بين هذا الأخير و الالتزام التعاقدى بالإعلام ، فيعد الالتزام ، و هذا الموقف الذي اتبعه المشرع في الإعلام التزاما مستقلا و ضروري لضمان توازن العقد المادة 17 من قانون رقم 03-09 ، بحيث ألقى الالتزام بالإعلام على عاتق طرف واحد و هو المتدخل فقط و لم يميز إن كان هذا الالتزام تعاقدى أم غير تعاقدى

1 - فيلالي علي ، " الالتزامات ، النظرية العامة للعقد "، المرجع السابق، ص75.

2 - أحمد يحياوي سليمة ، " آليات حماية المستهلك من التعسف التعاقدى " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق ، بن عكنون ، 2011 ، ص 33.

فجعله عاما يقع على كل مراحل عرض المنتج للاستهلاك ، مما يعد ضمانا حقيقية للمستهلك و يرجع السبب في ذلك لقلّة الخبرة و الدراية الفنية لدى هذا الأخير عن ماهية المنتجات التي تكون محل عرض في الأسواق ، و نظرا لما أصبحت تنطوي عليه هذه المنتجات من تعقيد في التركيب و صعوبة في الاستعمال بسبب التطور العلمي و التكنولوجي أدى ذلك إلى عدم معرفة المستهلك لطريقة استعمالها ، كون المتدخل يسيطر على هذه العلاقة الاستهلاكية لوحده.¹

فالمعلومات المشار إليها بموجب المادة 17 من قانون رقم 03-09 هي تلك التي يلتزم بتقديمها المتدخل في المرحلة السابقة على التعاقد ، و الخاصة بصفات و مميزات السلع و الخدمات ، و كذلك كيفية استعمالها و كافة الاحتياطات الواجب أخذها من قبل المستهلك ، و لن يتوقف الأمر عند هذا الحد بل ينبغي عليه الإدلاء بكل المعلومات التي تمكنه من إبرام العقد و تلك التي تمكنه من تنفيذه كذلك ، فصياغة المادة 17 جاءت آمرة ، لا يمكن للأطراف الاتفاق على مخالفة شروطها ، بغية ضمان إعلام موضوعي و مؤكد للمستهلك.²

صحيح أن المشرع ألقى على عاتق المتدخل واجب إعلام المستهلك ، مما يساعده على الاستعمال الحسن للمنتجات ، فيقع على عاتق المتدخل الاستعلام لمعرفة كافة المعلومات و التوجيهات ، و طريقة استعمال المنتج ، و التحذير من مخاطره ، و لكن هذا الالتزام الملقى على عاتق المتدخل لا يمنع المستهلك من الاستعلام هو كذلك على أساس التعاون بين الأطراف و إلا وقع ضحية الجهل الغير المشروع.³

¹ - السعدي محمد صبري ، " الواضح في شرح القانون المدني الجزائري " ، الطبعة الرابعة ، دار الهدى ، الجزائر ، 2008 ، ص201.

² - السعدي محمد صبري ، " الواضح في شرح القانون المدني الجزائري " ، المرجع السابق، ص201.

³ - المرجع نفسه، ص202.

لكن بالرجوع إلى المادة 17 من قانون رقم 03-09 جعلته على عاتق المتدخل وحده دون المستهلك ، مما يقع على عاتقه معرفة كل المعلومات الخاصة بالمنتج المعروض للاستهلاك فلا يمكن له التذرع بجهله لها حتى و لو كان ذلك بصفة مشروعة ، فتقع على عاتقه قرينة قاطعة بالعلم بكل المعلومات حتى و لو كان لا يعلم بها ، مما يستوجب عليه الاستعلام عنها لكي يتمكن من اعلام المستهلك ، نظرا للتخصص الذي يتصف به دون تحميل المستهلك لعبء الاستعلام ، فيلتزم المتدخل بإحاطته علما بالمنتج الذي يريد اقتنائه ، مع تبيان مكوناته و خصائصه ، تاريخ الإنتاج ، مدة انتهاء الصالحة ، و أيضا كيفية استعمال السلعة و لفت انتباهه للمخاطر التي يمكن أن تترتب عن الاستعمال السيئ للمنتج ، فيكون بذلك للالتزام بالإعلام دورين:

- يعمل من جهة على تنوير و تبصير إرادة المستهلك لكي يتمكن من اقتناء المنتجات
- و من جهة أخرى يحذر المستهلك من مخاطر السلعة ، و تقديم المشورة لتبيين الكيفية الصحيحة للاستعمال¹

فهذا الالتزام هو التزام بتحقيق نتيجة ، لأنه لا يكفي إثبات المتدخل أنه بذل العناية اللازمة لإيصال المعلومات التي تهم المستهلك كون الأمر يتعلق ببيانات منصوص عليها قانونا كما جعل المشرع أحكام هذا الالتزام من النظام العام.

¹ - مركب حفيرة ، " الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج و الخدمة " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون 2001 ، ص 24.

فواجب المتدخل بإعلام المستهلك لا يعفيه من تقديم النصيحة التي أصبحت ضرورية بالنسبة له، و أيضا الالتزام بتحذيره الذي يضمن للمستهلك عدم الإضرار بصحته خاصة مع تطور المنتجات وتعقدتها، مما يستدعي التمييز بينهما¹:

يعرف الالتزام بالنصيحة أنه أكثر شدة من الالتزام بالإعلام ، بحيث يلتزم المتدخل بتقديم ، فهو بذلك يتجاوز المعلومات للمستهلك مع اقتراحه للحل الأمثل الذي يوافق مصالح هذا الأخير مجرد الإعلام البسيط ، و نكون بصدد تقديم المتدخل للنصيحة للمستهلك إذا انصب العقد على المنتجات المعقدة مثل الإعلام الآلي ، حتى يتسنى له اختيار النظام الذي يلائمه ، فهو يعد ، فغالبا ما ينصب الالتزام بالنصيحة على خبير في مساعدة على اقتناء هذا النوع من المنتجات مجال فني لكي يقدم المعلومات التي تهم المستهلك و ال يقتصر الأمر على ذلك فقط بل يتعدى إلى بذل عناية أكبر في تقديم المشورة له التي تساعد على اتخاذ قراره.²

و يتجسد بذل هذه العناية في القيام بالأبحاث كحالة الموثق ، أو القيام بدراسات مسبقة من أجل تركيب جهاز أو نظام للإعلام الآلي ، فواجب تقديم المشورة يتضمن القيام بعمل أو الامتناع عن عمل ، و يجد هذا الالتزام تطبيقا واضحا له في نطاق الخدمات بكثرة مثل الخدمات التي يقدمها الموثق ، المحامي ، وسطاء التأمين ، مؤسسات الائتمان... إلخ، فهذا الالتزام بالنصيحة يحمل مجموعة من العناصر، بحيث يمكن المستهلك من اختيار المنتج ، مع لفت انتباهه للنتائج التي ستتحقق عند الاقتناء و التي توافق حاجاته الشخصية تطابق رغباته المشروعة.³

¹ - جابر محجوب علي ، " ضمان حماية المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة " ، القسم 01 ، مجلة الحقوق الكويت ، السنة 20 ، العدد 03 ، ديسمبر 1996 ، ص 29.

² - جابر محجوب علي ، " ضمان حماية المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة " ، المرجع السابق، ص30.

³ - المرجع نفسه، ص31.

ما يقع على عاتق المتدخل الالتزام بالتحذير الذي يعد أكثر درجة من الالتزام بالنصيحة لأنه يعمد هذا الالتزام للتأكيد على توجيه المستهلك و مساعدته على حسن اختيار المنتج مع تحذيره حول الأخطار المترتبة بالاستخدام أو حتى بمجرد حيازة المنتج في حالة عدم احترام النصيحة المقدمة له ، أو عدم اتباعه الطريقة المثلى للاستعمال . فيجد تطبيقا له في المنتجات التي تتطوي على خطورة قد تمس بصحة المستهلك، فهو يبعد هذا الأخير عن المخاطر التي قد تصيبه من هذه المنتجات، ويكون ذلك بتقديم توضيحات مفصلة مع لفت انتباهه لهذه المخاطر التي قد تلحق به ضرر.¹

فلا لزام بالتحذير خصائص:

يشترط فيه أن يكون كاملا أو وافيا أي يلفت انتباه المستهلك إلى كافة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها ، مع تبيين الوسائل الممكن استعمالها لتجنب هذه المخاطر ، فيشترط أن يكون مفهوما لكي يتمكن المستهلك من إدراك المخاطر التي قد تترتب عن استعمال المنتج أو بمجرد حيازته له ، لكي يتمكن من إتباع الخطوات اللازمة و لن يتأتى ذلك إلا بكتابة هذه التحذيرات بلغة مفهومة و واضحة و بخط بارز ، كما يجب أن يكون التحذير ظاهرا لمستعمل المنتج بمجرد أن يقع نظره عليه ، و أن يكون لصيقا بالمنتجات لكي يتمكن المستعمل من التنبه لكافة المخاطر التي يمكن ان تتطوي عليه المنتجات، فنصت صراحة على الالتزام بالتحذير المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 378-13 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.²

¹ - كالم حبيبة ، " حماية المستهلك " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون ، 2005 ، ص 12.

² - المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 378-13 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك

فمضمون الالتزام بالإعلام يتمثل في تقديم المعلومات التي تهم المستهلك، ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد بل يمتد إلى تقديم النصيحة لتمكين المستهلك من اقتناء المنتج مع تحذيره من المخاطر التي قد تنجم عنه ، و هذا كله ينصب في مضمار تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك.¹

و لكن رغم أن المشرع في قانون رقم 03-09 ، لم ينص صراحة على الالتزام بالنصيحة ولا على الالتزام بالتحذير ، إلا أنه يمكن استخلاص من مضمون الالتزام بالعالم النصيحة و التحذير كونهما شكلان من أشكال الإعلام الموضوعي ، و يظهر ذلك من خلال المصطلح الوارد في المادة 17 من قانون رقم 03-09 " كل المعلومات " ، مما ينبغي على المشرع تدارك الأمر لما فيه من حماية للمستهلك و النص صراحة على هذين الالتزامين في قانون المتعلق بحماية المستهلك.

نجد تكريسا للالتزام بالإعلام على مستوى القضاء الجزائري بموجب القرار المؤرخ في 2010/07/22 الصادر عن الغرفة المدنية ، في قضية الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط ضد (س،ع) و الصندوق الوطني للسكن ، بحيث تتخلص وقائع القضية في كون أن للسيدة (س،ع) الحق في طلب دعم مالي من الصندوق الوطني للسكن قبل التوقيع على اتفاقية طلب قرض من الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط لكن هذا الأخير لم يحترم بنود اتفاقية القرض التي تلزمه بتوجيه المقترضين إلى مصالح الصندوق الوطني للسكن فيقع عليه الالتزام بإعلام و توجيه المقترض مع إمكانية حصوله على دعم مالي من الصندوق الوطني للسكن.²

1 - كالم حبيبة ، " حماية المستهلك "، المرجع السابق، ص13.

2 - كالم حبيبة ، " حماية المستهلك "، المرجع السابق، ص14.

كما اهتم المشرع بطائفة جديدة من المستهلكين نتيجة ازديادها ، و هم الراغبين في الحصول على قروض استهلاكية ، و خاصة مع ظهور مؤسسات مالية خاصة ، بحيث لم تعد نصوص القانون المدني كفيلة بالحماية و جسد ذلك في المادة 20 من قانون رقم:03-09¹... يجب أن تستجيب عروض القرض للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية العرض المسبق و طبيعة و مضمون و مدة الالتزام و كذا آجال تسديده ، و يحزر عقد بذلك... " ، فالمشرع اعتبر المؤسسات المالية متدخلا ، و ألقى على عاتقها التزام بإعلام المستهلك ، فالهدف من فرض مثل هذا الالتزام في هذا المجال لمنع الاستدانة المفرطة، وبما أن المعلومات التي يدلي بها لمتدخل تهم المستهلك ، و تؤثر على اتخاذ قراره بالاختناء فينبغي أن تتوفر شروط في الالتزام بالإعلام:

- أن يكون الإعلام كاملا وكافيا: لأن الهدف من الاختناء هو الاستفادة من خصائص و صفات المنتج فينبغي أن يشمل الإعلام لكل جوانب المنتج ، فيقع على عاتق المتدخل ذكر كل المعلومات التي حددتها النصوص القانونية و التنظيمية .

- أن يكون الإعلام دقيقا وصادقا: ينبغي أن تكون البيانات المدلى بها تتميز بالدقة و الصدق من أجل الحفاظ على صحة و سلامة المستهلك، فالإعلام الذي يخلو من الدقة لا يؤدي الوظيفة المرجوة منه، بسبب أهمية المعلومات المقدمة من المتدخل التي تساعد المستهلك على اتخاذ قراره و تمكنه من إتباع الاحتياطات اللازمة

- أن يكون ظاهرا و سهل القراءة : و يتحقق ذلك لما يقتني المستهلك المنتج ، فيمكن أن يطلع على المعلومات بشكل سهل و واضح و مفسر و باستعمال مصطلحات بسيطة ، و لن يتأتى ذلك إلا إذا كانت هذه البيانات مكتوبة باللغة العربية أو بلغة أخرى على سبيل

الإضافة²

¹ - المادة 20 من قانون رقم:03-09

² - نوري منير، " سلوك المستهلك المعاصر " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2013 ، ص 314.

- إذا تحققت هذه الشروط يصبح الالتزام بالإعلام بعيداً عن كل غش مما يحقق الأمان الضروري للمستهلك ، لكي يتمكن من الاستخدام السليم للمنتج ، و يتفادى مخاطر الاستعمال ، فينبغي على المتدخل أن يقدم إعلام موضوعي بعيد عن المظهر السلبي المتمثل في الخاطيء له غش المستهلك و استغلال ضعفه الاقتصادي.¹

حدد المشرع في المادة 17 من قانون حماية المستهلك ، طرقاً يتم بها إعلام المستهلك عن المنتجات ، و ذلك بواسطة الوسم ، و وضع العلامات ، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة ، و لم يحصر مجال تطبيق الالتزام بالإعلام على السلع و الخدمات فقط بل امتد ذلك إلى أسعار المنتجات باعتبارها الشيء الذي يهتم به المستهلك.

أ- البيانات الخاصة بتعريف السلع و الخدمات : يتعين على المتدخل إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتجات لكي يتمكن، فتتعدد الوسائل المتبعة من قبل المتدخل لإعلام المستهلك من استعمالها بطريقة صحيحة المستهلك فالمشرع حدد وسيلتين فقط هي الوسم و وضع العلامات ثم فتح المجال أمام المتدخل بتكنيه من استعمال أية وسيلة أخرى مناسبة، كالتغليف مثلاً، و هذا ما أكدت عليه المادة 03 الفقرة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.²

-الوسم:

عرفت المادة 03 الفقرة 05 من قانون رقم 03-09³، الوسم على أنه: " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة ، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة

1 - غازي خالد أبو عرابي ، " حماية رضاء المستهلك دراسة مقارنة بين قانون حماية المستهلك الاماراتي، و الفرنسي، و المشروع الأردني " ، مجلة علوم الشريعة و القانون ، المجلد 36 ، العدد 01 ، ماي 2009 ، ص 189.

2 - المادة 03 الفقرة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

3 - أمازو لطيفة ، " التزام البائع بتقديم المعلومات كالتزام تبغي للالتزام بالتسليم " ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق بن عكنون ، العدد 03 ، 2009 ، ص 97.

مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها".

كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش في المادة 02 الفقرة 07 على أنه¹: " جميع العالومات و البيانات و عناوين المصنع أو التجارة و الصور و الشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما و التي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق ي ارفق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

فالوسم هو تلك البيانات الموضوعية على غلاف المنتج التي تعرف به و تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك، بحيث يكون قادرا على قراءة هذه المعلومات بكل حرية و قادرا على إتباع الإرشادات المقدمة له لتمكينه من الاستعمال الصحيح للمنتج، دون حاجة أن يعود للمتدخل في كل مرة ، كما أن للوسم دور وصفي فيقدم للمستهلك وثيقة تحتوي على كل المعلومات بصفة واضحة و سهلة الفهم و الاستيعاب كونه عديم الخبرة.

-العلامات:

لتعريف العلامة تطرقت المادة 02 من الأمر رقم 06-03 المتعلق بالعلامات لتعريف العلامة ، على أنها: " كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص و الأحرف و الأرقام ، و الرسومات أو الصور و الأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها و الألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع و خدمات غيره². "

1 - المرجع نفسه، ص98.

2 - شلبي نبيل ، " التزامات المهني اتجاه المستهلك " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، 2009، ص 71.

و لكن نصت المادة 03 الفقرة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك¹، على تعريف نفس المصطلح الذي جاء به المشرع في المادة 17 من قانون رقم 03-09 " و ضع العلامات " ، فطبقا للمرسوم التنفيذي السابق الذكر ، وضع العلامات هو : " وضع على التغليف أو على المنتج كل عالمة أو إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة لمنتج أو يميزه عن غيره " ، و اعتبرت المادة 04 منه وضع العلامات وسيلة يتم بها إعلام المستهلك. كما للعالمة أدوار عدة فهي تعمل على إظهار نتائج الخيارات السابقة للمستهلكين و تعزز جودة المنتج ، فتساعد العلامة على ضمان نوعية أفضل كونها تحدد أصل و منشأ ، فينبغي وضع العالمة على الغلاف أو على الحاوية عند استحالة ذلك ، و هذا ما المنتج نصت عليه المادة 03 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات مما يساعد المستهلك على الحصول على إعلام موضوعي و صادق.²

- التغليف:

عرفت المادة 03 الفقرة 04 من قانون رقم 03-09³ التغليف على أنه : " كل تغليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها ، موجهة لتوضيب و حفظ و حماية و عرض كل منتج و السماح بشحنه و تفريغه و تخزينه و نقله و ضمان إعلام المستهلك بذلك " ، أما بالنسبة للمرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، فاعتبره و سيلة من وسائل إعلام المستهلك فقد تكون المعلومات مدلى بها على التغليف نفسه ، و في حالة تعذر ذلك ، فيساعد التغليف على حماية توضع المعلومات على المنتج مباشرة نظرا لطبيعة هذا الأخير المنتوجات من كل الأضرار التي قد تصيبها

1 - المادة 03 الفقرة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

2 - المادة 03 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.

3 - المادة 03 الفقرة 04 من قانون رقم 03-09

، مما يساهم في حماية المستهلك فيجب تقديم المنتج وفق معايير محددة عند تغليفه ، و هذا كله ينصب ضمن تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك.¹

كما نص المشرع في المادة 03 من قانون رقم 03-09² صراحة على وسيلتين يتم بها الإعلام و لكنه ترك المجال مفتوح أمام المتدخل لاختياره أي وسيلة أخرى مناسبة يتم بها الإعلام ، فكان للمشرع نظرة مستقبلية خاصة مع تطور وسائل الإعلام و مواكبتها للتطور العلمي و التكنولوجي فيمكن أن يتم إعلام المستهلك بواسطة أجهزة الإعلام و الاتصال و ذلك بوصف المتدخل للمنتج و بيان خصائصه و أوصافه و وظائفه ، فيشير إلى شروط التعاقد و مكان وجود المنتج و ثمنه و طرق الدفع ، كما يمكن أن يتم الإعلام عن طريق البريد بإرسال برقيات تبرز خصائص المنتج ، و ذكر الصفات الخاصة به إذا كان عدد الزبائن كبير، و يمكن للمتدخل الاستعانة بالإنترنت لاعتمادها الاعلام المستهلك خاصة و أنها أصبحت كثيرة التداول و تتميز بالسرعة ، كما يمكن أن يتم إعلام المستهلك بواسطة الكتالوج ، الذي غالبا ما يستعمل للتعريف بالمنتجات التي يصعب وسمها ، و يجوز الإعلام باستعمال الوسائل الشفوية أيضا ، و لكن نظرا لأن هذه المعلومات التي تقدم بواسطة هذه الوسائل لا تقدم إعلاما موضوعيا للمستهلك ، فيبقى الوسم و وضع العلامات و التغليف هي الوسائل العالمية الموضوعية لأنها لا تهدف إلى ترويج المنتجات مثل نظيرتها من الوسائل الأخرى.³

¹ - بوطبل خديجة ، " الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتجات المستوردة " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون ، 2010 ، ص 25.

² - المادة 03 من قانون رقم 03-09²

³ - ياسر أحمد كامل الصيرفي ، " حماية المستهلك و ضرورة الإعلام عن السلع و الخدمات باللغة القومية " ، مجلة القانون و الاقتصاد ، كلية الحقوق جامعة القاهرة ، العدد 75 ، 2005 ، ص 266.

المطلب الثاني: الالتزام بالسلامة العامة والمطابقة

أولاً: الالتزام بالسلامة العامة

عرف المشرع سلامة المنتجات بموجب المادة 03 الفقرة 07 من قانون رقم 03-09 على أنها:¹ " غياب كلي أو وجود ، في مستويات مقبولة و بدون خطر ، في مادة غذائية لملوثات أو مواد مغشوشة أو سموم طبيعية أو أية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتج مضرا بالصحة بصورة حادة أو مزمنة " ، فأرادته التزاما ملقى على عاتق المتدخل كونه و سيلة وقائية لحماية المستهلك من المخاطر التي قد تسببها المنتجات ، فأصبحت السلامة من الحقوق الأساسية لحصول المستهلك على منتج آمن في جميع مراحل عرضه للاستهلاك حسب ما كان ينتظره المستهلك ، لأن حماية صحة الأفراد تعد من العناصر الأساسية للنظام العام التقليدي ، التي جسدها المشرع كأحد أهداف النظام العام الحمائي بموجب قانون حماية المستهلك و قمع الغش ، نظرا لعدم التكافؤ الظاهر بين المستهلك و المتدخل ، و هذا هو السبب الذي جعله يلقي على عاتق المتدخل وحده الالتزام بسلامة المستهلك مع تعميمه للحماية على جميع المخاطر.²

ينبغي التمييز بين الالتزام العام بالسلامة الذي أقره المشرع على عاتق المتدخل لحماية المستهلك باعتباره طرف ضعيف، كما يمتد تطبيقه إلى مستعملي المنتج عن طريق المستهلك أيضا، عند استفادتهم من السلع والخدمات التي يمكن أن تحدث لهم أضرارا فيما يتعلق بصحتهم وسلامتهم، أما الالتزام التعاقدى بالسلامة فيتعلق فقط بتعويض الأضرار الناتجة عن السلعة أو الخدمة بشرط تحلي المستهلك بصفة المتعاقد هنا لكي يستفيد من هذه الحماية.³

¹ - المادة 03 الفقرة 07 من قانون رقم 03-09

² - شعباني نوال، " التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش " ، منكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012 ، ص 23.

³ - غسان رباح ، " قانون المستهلك الجديد " ، الطبعة الأولى ، منشورات زين الحقوقية ، لبنان ، 2006 ، ص

و لكن عند إلقاء المشرع للالتزام بالسلامة على عاتق المتدخل لم يشترط وجود عقد بينه وبين المستهلك فطبيعة الالتزام بالسلامة هي التزام بتحقيق نتيجة ملقى على عاتق المتدخل وحده ، و هذا ما أكد عليه عند تعريفه لسالمة المنتوجات في المادة 03 الفقرة 07 من قانون رقم 09-03.

فالمتدخل يعد ملزما بتحقيق السالمة للمستهلك سواء كان عالما بالعيب أم لا ، فلا ، فمن أجل وفاءه بالتزامه بالسلامة كالتزام بتحقيق يمكن له نفي المسؤولية بإثباته للسبب الأجنبي نتيجة ينبغي عليه أن يتوقع كل الحوادث و المخاطر ، مع ضرورة أخذه للاحتياجات اللازمة لجعل المنتج آمنا لكي لا يولد أضرارا جسدية للمستهلك ، مما ينبغي عليه عرض بيع ، تقديم خدمة ، و سواء كانت المنتوجات آلات أو مواد أو عروض ، يمكن أن تحمل أخطارا للمستهلك ، فيجب عليه جعلها متوافقة مع معايير السلامة المحددة قانونا و دون أن تنطوي على أي خطر يمكنه أن ، فالغرض من ذلك هو إقامة التوازن بين الأطراف نتيجة وجود يمس سلامة و صحة المستهلك المتدخل في مركز قوة بالنظر إلى تخصصه و المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية.¹

حدد المشرع نطاق تطبيق الالتزام بالسلامة في قانون رقم 03-09 في الفصل الأول منه بعنوان " إلزامية النظافة و النظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها " ، كما حدد في الفصل الثاني " إلزامية أمن المنتوجات " ، مما ينبغي التطرق لكل منها على حدى.²

- إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية:

نص المشرع على الالتزام بالسلامة في الفصل الأول بعنوان " إلزامية النظافة و النظافة الصحية للمواد الغذائية " ، فتنحى سألما المواد الغذائية بمراعاة المتدخل للخصائص التقنية لهذه الأخيرة التي تتغير من منتج لآخر و عدم التوفر أو النقصان أو الزيادة في

1 - المرجع نفسه، ص182.

2 - مباح صليحة ، " حماية المستهلك من خلال الدور الوقائي " ، مداخلة في الملتقى الوطني حول " المنافسة و حماية المستهلك بين الشريعة و القانون " ، جامعة خميس مليانة ، يومي 21-20 نوفمبر 2012 ، ص 58.

أحد خصائص هذه المنتجات يؤدي إلى جعلها غير سليمة ، فأكدت المادة 04 من قانون رقم 03-09 على ضرورة احترام المتدخل لإلزامية سلامة المواد الغذائية و أن لا تضر بصحة المستهلك ، كما يمنع على المتدخل عدم احترامه لنسبة الملوثات و الإضافات الغذائية المضافة لهذه المواد.¹

فص المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المتعلق بتحديد شروط و كفاءات استعمال الإضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري²، في المادة 05 منه على ضرورة استيفاء الإضافات الغذائية للشروط التالية : الحفاظ على القيمة الغذائية للمادة الغذائية ، اعتبارها كمكون ضروري في الأغذية ، تحسين حفظ أو تثبيت المادة الغذائية أو خصائصها الذوقية العضوية ، استعمالها كمادة مساعدة في مرحلة الوضع للاستهلاك شرط أن لا يكون استعمالها لإخفاء مفعول استعمال المادة الأولية ذات نوعية رديئة ، كما منعت المادة 05 من قانون رقم 03-09³ وضع مواد غذائية للاستهلاك تحتوي على ملوث بكمية غير مقبولة بالنظر إلى الصحة البشرية و الحيوانية و خاصة فيما يتعلق بالجانب السام ، مع ضرورة احترام المتدخل لشروط النظافة الصحية للمستخدمين الأماكن و محلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين ، و وسائل نقل هذه المواد مع ضمانه عدم تعرضها للتلوث.⁴

1 - المرجع نفسه، ص 59.

2 - المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المتعلق بتحديد شروط و كفاءات استعمال الإضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري

3 - المادة 05 من قانون رقم 03-09.

4 - معزز دلييلة ، " الالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني و مدى فعالية و شمولية قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش " ، مجلة معارف ، المركز الجامعي البويرة ، العدد 08 ، جوان 2010 ، ص 87.

-إلزامية سلامة المواد الغذائية:

تطرق لها المشرع في الفصل الأول بعنوان "...سالمة المواد الغذائية " من قانون رقم 09-03 ، فلا تكتمل سلامة المادة الغذائية إلا بسلامة المواد المعدة لملامستها ، و مع تطور الوسائل المستعملة لحفظ هذه المنتوجات حرص المشرع بموجب المادة 07 من قانون رقم 09-03 على ضرورة عدم احتواء أي مادة من غلاف أو آلات معدة لملامسة المواد الغذائية إلا على اللوازم التي لا تؤدي إلى فسادها ، و أحال شروط و كفاءات استعمال المنتوجات و اللوازم الموجهة لملامسة ، الذي نص بموجب المادة 05 المواد الغذائية و كذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم للتنظيم منه على أنه: " يجب ألا تعد المواد المنصوص عليها في المادة 02 من هذا المرسوم إلا بمكونات لا تتطوي على أي خطر بإصابة المستهلك في صحته " ، و في إطار المحافظة على صحة المستهلك لا يجوز وضع مواد سبق أن لامست منتوجات أخرى غير غذائية موضع ملامسة أغذية إلا بترخيص من الوزير المكلف بالتنوع ، بغية نقادي أي تلوث يصيب الأغذية.¹

-إلزامية أمن المنتوجات:

خصص لها المشرع الفصل الثاني بعنوان " إلزامية أمن المنتوجات " و ضبطها بمعايير فأراد من خلال ذلك حماية المستهلك بالدرجة الأولى ، بحيث جعله التزام يقع على كل متدخل ، مما ينبغي على هذا الأخير احترام إلزامية أمن المنتوجات ، مع اشتراطه عدم الإضرار بصحة مستهلك و ضرورة توفر في هذه المنتوجات الموضوعة للاستهلاك على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها ، و الحفاظ على أمن و مصالح المستهلك ، فأخذ المشرع في المادة 09 من قانون رقم 09-03 ، بنفس معيار تقدير السلامة ، مستندا ، و أمد بذلك على المعيار الموضوعي ، أي الاستعمال المنطقي للمنتوج من قبل

¹ - دنوني هجيرة ، " قانون المنافسة و حماية المستهلك " ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزء 39 ، رقم 01 ، 2002 ، ص 12.

المستهلك نطاق حماية سلامة المستهلك في حالة الاستعمال الغير العادي للمنتوج و هذا يدخل ضمن الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين.¹

فحددت المادة 10 من قانون رقم 03-09، معايير ينبغي على المتدخل إتباعها لتحقيق أمن المنتوجات ، منها مميزات تركيبة المنتوج و تغليفه و شروط تجميعه و صيانتته ، تأثير المنتوج على المنتوجات الأخرى ، عرض المنتوج و رسمه و تبين إرشادات الاستعمال ، تبين مخاطر استعمال المنتوج ، كما أكدت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 203-12 ، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات²، على ضرورة استجابة المنتوج للتعليمات التنظيمية المتعلقة بها في مجال أمن و صحة المستهلكين و حمايتهم ، خاصة من حيث مميزات السلعة ، شروط النظافة التي ينبغي أن تتوفر في أماكن الانتاج و الأشخاص العاملين بها ، مميزات و تدابير الأمن الأخرى المرتبطة بالخدمة و شروط وضعها في متناول المستهلك ، التدابير الملائمة لضمان مسار المنتوج فالملاحظ أن المشرع حصر نطاق تطبيق الالتزام بالسلامة على المنتوجات الغذائية فقط ربما لتأثيرها المباشر على صحة المستهلك.³

و هذا ما لا نلمسه بالنسبة لإلزامية أمن المنتوجات الذي جعلها عامة تشمل كل المنتوجات مهما كانت طبيعتها ، و لكنه حرص على مراقبة المتدخل عند تنفيذه التزامه بالسلامة في كل مرحلة من مراحل تدخله في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك، سواء في مرحلة الإنتاج ، الاستيراد ، التخزين و النقل ، التوزيع بالجملة و بالتجزئة يمكن الحديث عن الالتزام بالسلامة إلا في حالة استعمال المستهلك للمنتوج وفق للمعايير المحددة من قبل المتدخل ، فلا يعد هذا الأخير مقصر ا في تنفيذ التزامه بالسلامة إذا لم يتبع المستهلك هذه

1 - المادة 10 من قانون رقم 03-09.

2- المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 203-12 ، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات.

3 - سعداوي سليم ، " حماية المستهلك ، الجزائر نموذجا " ، الطبعة الأولى، دار الخلدونية ، الجزائر ، 2009 ، ص

لمعايير و أصابه ضرر من هذه المنتجات، و رغبة من المشرع في حماية المستهلك أمد استفادته من الحماية حتى في حالة عدم تقيده بتعليمات المتدخل بشرط أن يستطيع هذا الأخير توقع شروط أخرى للاستعمال كونه يتفوق اقتصاديا على المستهلك طبقا للمادة 09 من قانون رقم 03-09 ، فيمكن استنتاج من قانون رقم 03-09 معيارين لسالمة المستهلك و هما¹:

- يجب أن يتناسب الالتزام بالسالمة مع ما يسعى إليه المستهلك، بحيث ينبغي على المتدخل أن يتبع المعايير المحددة في القوانين و التنظيمات.

- أن يتناسب الالتزام بالسالمة مع الرغبات المشروعة للمستهلك و الاستعمال المشروع المنتظر للمنتجات.

ثانيا: الالتزام بالمطابقة

عرف المشرع في المادة 03 الفقرة 19 من قانون رقم 03-09² المطابقة على أنها " استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية و المتطلبات الصحية و البيئية و السالمة و الأمن الخاصة به " ، و أكدت المادة 11 من قانون رقم 03-09 على أنه " يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك ، الرغبات المشروعة للمستهلك...." ، فيتم تقدير هذه الرغبات المشروعة للمستهلك بالنظر إلى المعطيات التي ذكرتها المادة 11 في فقرتها 01 و 02 من قانون رقم 03-09 ، و هي طبيعة المنتج ، صنفه و منشئه ، مميزاته الأساسية ، تركيبته نسبة المقومات اللازمة و هويته و كمياته و قابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن استعماله ، و أيضا مصدره و النتائج المرجوة منه ، و مميزاته من حيث تغليفه ، تاريخ صنعه ، التاريخ الأقصى لاستهلاكه ، كيفية استعماله ، شروط حفظه و الاحتياطات المتعلقة بذلك ، و الرقابة التي أجريت عليه ، فالرغبة المشروعة للمستهلك هي أمر ذاتي يختلف من مستهلك لآخر و هي خاصة به فلا

1 - المرجع نفسه، ص117.

2 - المادة 03 الفقرة 19 من قانون رقم 03-09

يمكن للمتدخل تحديدها و تقدير ما يريده المستهلك ، و من جهة أخرى ينبغي هذا الأخير أن ينتظر إلا ما هو معقول في ظروف اقتصادية و تقنية معينة¹.

مطابقة تختلف فقد يبحث المستهلك على المطابقة الكمية ، حسب ما اتفق عليه مع المتدخل و يتبين للمستهلك بعد ذلك أن كمية المنتج أقل مما اتفق عليه فنتحقق عدم المطابقة مما يجعل المنتج غير صالح للغرض المقتنى من أجله ، فأساس المطابقة هنا الاتفاق الذي تم بين المستهلك و المتدخل حول مقدار المنتج الواجب تسليمه و لم يطابق الرغبات المشروعة للمستهلك ، كما قد تكون مطابقة وصفية لما يتم التعاقد على أساس أوصاف المنتج و ذلك بناء على عينات أو كتالوجات أو نماذج يرسلها المتدخل للمستهلك يختار هذا الأخير المنتج الذي يتوافق و رغباته المشروعة ، فنتحقق المطابقة الوصفية إذا كان المنتج غير متضمن لتلك الصفات التي عرضها المتدخل على المستهلك².

و لا تقتصر المطابقة على المطابقة الكمية و المطابقة الوصفية فقط ، بل توجد المطابقة الوظيفية التي هي لاحقة عنهما تظهر في حالة استعمال المستهلك للمنتج الذي اقتناه ، فيظهر له إن كان صالحا للاستعمال المعد من أجله ، و للأغراض التي تعاقد المستهلك على أساسها ، فالمطابقة الوظيفية مرتبطة بكل واقعة من شأنها أن تعطل هذا الاستعمال حتى و لو كان المنتج خالي من العيوب³.

فنتحقق عدم المطابقة لما يكون المنتج غير مطابق للرغبات المشروعة للمستهلك ، و ذلك نتيجة عدم احترام المتدخل للمقاييس القانونية و التنظيمية المحددة لمعايير تحقق المطابقة مما يعرقل الاستعمال السليم للمنتج ، و من أجل ضمان تحقيق الرغبات المشروعة ينبغي وضع منتوجات مطابقة لما هو محدد قانونا و تنظيما ، و بالتالي توفير الأمن

¹ - العيد حداد ، " الحماية القانونية في ظل اقتصاد السوق " ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية الحقوق بن عكنون 2002، ص 227.

² - العيد حداد ، " الحماية القانونية في ظل اقتصاد السوق، المرجع السابق، ص278.

³ - ر فتيحة ، " القواعد الوقائية لتحقيق أمن المنتجات الغذائية و الصيدلانية " ، مجلة العلوم القانونية و الإدارية ، جامعة سيدي بلعباس ، عدد خاص ، أبريل 2005 ، ص 133.

للمستهلك فتجنبه التذمر ، كما يساهم ضمان المطابقة بشكل كبير في مساعدة المستهلك على عند استعماله للمنتوج الإقبال على المنتوجات المعروضة في السوق و هو مطمئن حول مصداقيتها.¹

و لضمان تحقق مطابقة المنتوجات المعروضة للاستهلاك ألقى المشرع على عاتق المتدخل بموجب المادة 12 الفقرة 01 من قانون رقم 03-09 ، إجراء رقابة ذاتية عن طريق قيامه بكل التحريات اللازمة للتأكد من أن المنتج الذي سيعرض للاستهلاك مطابق للطلبات المشروعة للمستهلك ، سواء من حيث الكم ، أو الوصف ، أو الوظيفة المرجوة منه ، فيمكن للمتدخل أثناء قيامه بهذه الرقابة الاعتماد على وسائل مادية مناسبة كما يستطيع الاستعانة بأشخاص مؤهلين ، و نجد هذا مجسدا في الفقرة الثانية من المادة 12 من قانون رقم 03-09² ، فكل متدخل ملزم بإجراء مثل هذه الرقابة حتى و لو كان مستوردا للمنتوجات الأجنبية ، فلا يمكنه التنصل من القيام بمثل هذه الرقابة و ادعائه بوجود شهادات مرفقة مع المنتج أو بالوسم الموضوع عليه ، و يقع عليه إثبات إجراءات لمثل هذه الرقابة ، مثال بتقديمه وثائق تثبت أخذ المنتج لمخبر متخصص أو إلى مصلحة متخصصة في تقدير الجودة.

فلحماية المستهلك يستدعي الأمر أن يكون المنتج مطابقا للطلبات المشروعة للمستهلك و لاستعمال المنتظر منه، مع ضرورة إجراء المتدخل لرقابة ذاتية سابقة على عرض المنتج للاستهلاك لوقاية و حماية مصالح المستهلك، مع احترام المقاييس و المعايير القانونية المعمول بها³.

1 - المرجع نفسه، ص134.

2 - المادة 12 من قانون رقم 03-09.

3 - حساني علي ، " الالتزام بضمان الضرر في عيوب المنتجات " ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية كلية الحقوق بن عكنون ، العدد 04 ، 2011 ، ص 238.

يؤدي ضمان مطابقة المنتج للمواصفات القانونية المحددة بموجب النصوص القانونية إلى جودة المنتجات المعروضة في السوق، كما تضمن هذه المطابقة الامتثال للمواصفات المحددة قانوناً التي تجعل هذه المنتجات تنافس المنتجات الأجنبية، ويتم ضمان تطابق المنتجات مع هذه المواصفات من طرف هيئات متخصصة.¹

-المواصفات القانونية:

ي تلك المواصفات المحددة للجودة ، سواء فيما يتعلق بطبيعة المنتج ، صنفه ، مميزاته الأساسية ، تركيبه ، تغليفه ، و ذكر التاريخ الأقصى لصلاحيته و كيفية استعماله ، و كذا تبين الاحتياطات الواجب اتخاذها في حالة المنتج الخطير، فهذه المواصفات هي التي تجعل المنتج معداً للغرض المصنوع من أجله ، كما تؤدي هذه المواصفات لتبيين خطوات التركيب و صيانة المنتج ، مثلما تطرق له القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 17 أكتوبر 1998 المتعلق بالخصائص التقنية للياهورت و كفاءات وضعه للاستهلاك . فيقع على عاتق المتدخل منذ توليه مرحلة الانتاج إلى غاية استهلاك المنتج من قبل المستهلك ، احترامه لهذه المواصفات القانونية .²

-المواصفات القياسية:

تنص المادة 02 الفقرة 02 من قانون رقم 04-04³ ، على أنه: " النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد و متكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين ، و يقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية و تجارية تخص المنتجات و السلع و الخدمات التي

1 - المرجع نفسه، ص239.

² - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 17 أكتوبر 1998 المتعلق بالخصائص التقنية للياهورت و كفاءات وضعه للاستهلاك.

³ - المادة 02 الفقرة 02 من قانون رقم 04-04.

تطرح بصفة متكررة في العالقات بين الشركاء الاقتصاديين و العلميين و التقنيين و الاجتماعيين".

يتبين من هذا التعريف أن التقييس هو ذلك النشاط الذي يتم من خلاله وضع قواعد و أحكام تكون شاملة و مستمرة لمواجهة المخاطر و الأضرار التي قد تنجم عن المنتجات فهو يعمل على إيجاد حلول لمواجهة مثل هذه المشاكل الناتجة سواء باستهلاك المنتجات أو باستعمالها أو باستغلالها ، فهذه المقاييس الموضوعية تخص المنتج المخصص للاستعمال المهني كما تخص المنتجات المخصصة للاستهلاك.¹

- الهيئات المكلفة بالقيام بالتقييس:

نصت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره ، على الأجهزة المكلفة بالقيام بالتقييس² و هي : " تعد أجهزة للتقييس : المجلس الوطني للتقييس ، المعهد الجزائري للتقييس ، اللجان التقنية الوطنية ، الهيئات ذات النشاط التقييسي ، الوزارات ضمن نشاطاتها في إعداد اللوائح الفنية".

نصت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره ، على أن هذا المجلس ينشأ من أجل الاستشارة و تقديم النصح في ميدان التقييس مع اقتراح عناصر السياسة الوطنية للتقييس فهو جهاز مركزي و تقني و فني ، و من صلاحيته طبقا للمادة 03:

- اقتراح الاستراتيجيات و التدابير الكفيلة بتطوير النظام الوطني للتقييس و ترقيته
- تحديد الأهداف المتوسطة و البعيدة المدى في مجال التقييس
- دراسة مشاريع البرامج الوطنية للتقييس المعروضة عليه لإبداء رأيه.

¹ - حليني ربيعة ، " ضمان الإنتاج و الخدمات " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون 2001 ، ص 20.

² - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره ، على الأجهزة المكلفة بالقيام بالتقييس.

- متابعة البرامج الوطنية للتقييس و تقييم تطبيقها.
- فهو يحدد السياسة الوطنية للتقييس و يعمل على تقييم المطابقة
- كما نصت المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره ، على أنه:¹
- يقوم بالسهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات.
- انجاز الدراسات و البحوث و إجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس.
- تحديد الاحتياجات الوطنية في مجال التقييس.
- السهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس
- ضمان توزيع المعلومات المتعلقة بالتقييس
- تسيير نقطة الإعلام المتعلقة بالعوائق التقنية للتجارة.
- تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية و الجهوية للتقييس ، التي تكون طرفا فيها.
- كما أكدت المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 11-20 المؤرخ في 25 جانفي 2011² ، إلى ضمان المعهد تبعات المتضمن إنشاء المعهد الجزائري للتقييس و يحدد قانونه الأساسي الخدمة العمومية ، و نصت المادة 07 من نفس المرسوم على أن للمعهد مهمة إعداد المواصفات الجزائرية و نشرها و توزيعها ، جمع و تنسيق جميع أشغال التقييس ، اعتماد عالمات المطابقة للمواصفات الجزائرية و طابع الجودة ، و التكوين و التحسيس في مجال التقييس ، تطبيق الاتفاقيات و المعاهدات الدولية في مجالات التقييس التي تكون الجزائر طرفا فيها ، الإسهام بمطابقة أنظمة التسيير و الخدمات و الأشخاص ، مشاركة المعهد في أشغال المنظمات الدولية و الجهوية للتقييس و تمثيل الجزائر فيها ، فالمعهد الجزائري للتقييس يقوم بأدوار هامة من شأنها تنشيط و مراقبة مقاييس و مواصفات

1 - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره.

2 - المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 11-20 المؤرخ في 25 جانفي 2011.

المنتجات مما يؤدي إلى حماية المستهلك من المنتجات الوطنية و الأجنبية التي ال تحترم المقاييس الوطنية.¹

كذلك نصت عليها المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره² على أنه : " تنشأ لكل نشاطات مجموعة أنشطة تقييسية لجنة تقنية وطنية تنشأ بمقرر من الوزير المكلف بالتقييس ، بناء على اقتراح من المدير العام للمعهد الجزائري للتقييس ، و تدخل حسب الأشكال نفسها ، و تمارس هذه اللجان التقنية الوطنية مهامها تحت مسؤولية المعهد الجزائري للتقييس."

ورفت المادة 02 الفقرة 06 من قانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس ، هذا الإجراء على أنه : " كل الإجراءات المستخدمة بشكل مباشر أو غير مباشر لتحديد مدى احترام الشروط ذات الصلة باللوائح الفنية أو المواصفات و من ضمن ما تتضمنه الإجراءات الأخرى لأخذ العينات و إجراء التجارب و التفتيش ، و إجراءات التقييم و التحقيق ، و ضمان المطابقة ، و إجراء التسجيل و الاعتماد و المصادقة و المزج بينهما" .

فتعمد هذه اللجان التقنية الوطنية لتولي إجراء تقييم المطابقة من أجل تطبيق المواصفات كما يتم إعداد إجراءات تقييم المطابقة من طرف القطاعات المبادرة ، و يتم تأسيس إجراءات تقييم المطابقة على المواصفات أو مشاريع المواصفات الدولية أو اللوائح الفنية المعادلة لها التي تكون قد صدرت عن دولة عضوة في معاهدة تكون الجزائر طرف فيها ، و تخضع كل إجراءات تقييم المطابقة الغير المؤسسة على دليل أو مواصفات دولية إلى التحقيق العمومي الذي يكون في فترة قدرها 60 يوما.³

¹ - روت فتحي إسماعيل ، " المسؤولية المدنية للبائع المهني ، الصانع ، الموزع ، دراسة مقارنة " ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة عين شمس ، بدون سنة ، ص 275.

² - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره.

³ - جعوب الهاشمي ، " التقييس آلية لحماية الاقتصاد و المستهلك " ، مجلة مجلس الأمة، العدد 15 ، جويلية/ أوت 2004، ص 108.

وعند القيام بتقييم المطابقة، لا يجب أن يكون البحث عن ضمان كافي لمطابقة المنتجات للوائح الفنية أو المواصفات الوطنية سببا للمبالغة في إجراءات تقييم المطابقة ، و يتم تطبيق إجراءات تقييم المطابقة على موردي منتجات يكون منشأها إقليم دولة عضوة ، بحسب القواعد نفسها و ضمن الشروط ذاتها المطبقة على الوطنيين .

فتهدف إجراءات التقييم إلى إثبات المتطلبات الخصوصية للمنتجات ، أو نظام أو أشخاص ، أو هيئات تم احترامها و هي موافقة للمقاييس المعتمدة ، مما يسمح بوضع حد لغش المتدخلين و يلزمهم بالتقيد بهذه المواصفات بغية الحفاظ على مصالح المستهلك.¹

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك في القانون رقم 09/03

المطلب الأول: دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09/03
أولاً: وزارة التجارة و مصالحها الخارجية

صت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 453-02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 ، على أنه : " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع المتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة و الخدمات و حماية المستهلك بما يلي:

يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية و الهيئات المعنية شروط وضع السلع و الخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة ، و النظافة الصحية و الأمن - يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعامة ، و حماية العامة التجارية و التسميات الأصلية ، و متابعة تنفيذها - يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية - يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة و التجارب و يقترح الإجراءات و المناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة - يساهم في إرساء قانون الاستهلاك و تطويره ، يشارك في أشغال الهيئات الدولية و الجهوية المختصة في مجال الجودة - يعد و ينقد استراتيجية

¹ - جعوب الهاشمي ، " التقييس آلية لحماية الاقتصاد و المستهلك "، المرجع السابق، ص109.

لإعلام و الاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية و غير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية و المستهلكين التي يشجع إنشاءها¹. "

فمن خلال هذا النص نستنتج أن وزارة التجارة هي الوزارة المكلفة بقمع الغش و مراقبة الجودة و حماية المستهلك ، كما يستعين وزير التجارة في إطار أداءه لمهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية منها وزارة الداخلية و الجماعات المحلية ، وزارة الدفاع الوطني ، وزارة الفالحة و التنمية الريفية ، وزارة الصحة و الإسكان ، وزارة السياحة ، كما لوزارة التجارة مصالح تابعة لها مكلفة بحماية المستهلك عن طريق مراقبة المتدخلين في مختلف عمليات عرض المنتج للاستهلاك².

ثانيا: دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

تعد البلدية جهة إدارية مستقلة لها شخصية قانونية معنوية، تسعى لتحقيق أهداف أساسية متمثلة في العمل على تقدم و تطور كافة المجالات على المستوى الإقليمي و السهر على تأمين حياة المواطن و حماية سلامة المستهلك.

يتكفل بتمثيل البلدية رئيس المجلس الشعبي البلدي طبقا لنص المادة 15 من قانون رقم 10-11 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية³، حيث تقع على عاتقه مسؤولية حماية الممتلكات و المواطنين طبقا لنص المادة 89 من القانون رقم 10-11 المتعلق بالبلدية⁴ ، التي نصت على أنه : " يتخذ رئيس المجلس الشعبي البلدي في إطار القوانين و التنظيمات المعمول بها كل الاحتياطات الضرورية و كل التدابير الوقائية لضمان سلامة و حماية الأشخاص و الممتلكات في الأماكن العمومية التي يمكن أن تحدث فيها أية كارثة

1 - المرجع نفسه، ص110.

2 - فتاك علي ، " تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج " ، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي،

الإسكندرية ، 2007 ، ص. 273

3 - المادة 15 من قانون رقم 10-11 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية.

4 - المادة 89 من قانون رقم 10-11 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية.

أو حادث و في حالة الخطر الجسيم و الوشيك يأمر رئيس المجلس الشعبي البلدي بتنفيذ تدابير الأمن التي تقتضيها الظروف و يعلم الوالي بها فوراً ...

كما خولت المادة 25 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش¹ ، لرئيس المجلس الشعبي البلدي دوراً مهماً متمثل في معاينة المخالفات و قمعها باعتباره حاملاً لصفة الضبطية القضائية عن طريق استعماله وسائل الضبط الإداري لتحقيق المصلحة العامة في المجتمع و المحافظة على النظام العام سواء كان سياسياً أم حمائياً ، ففكرة البوليس الإداري فكرة، عن طريق قانونية تنظيمية للتمكن من حماية المستهلكين و توفير الضمانات الكافية لهم عن طريق استعمال وسائل الضبط الإداري المتمثلة في لوائح الضبط ، القرارات الفردية و القوة العمومية ، و هذا من أجل تفعيل رقابة مستمرة لضبط السوق و من ثمة حماية المستهلك.

ثالثاً: دور المصالح الولائية في حماية المستهلك

تعد الولاية هيئة وصية تتابع كافة شؤون المواطنين على مستوى إقليم الولاية تتمتع بالشخصية المعنوية و الذمة المالية المستقلة طبقاً لنص المادة 01 من قانون رقم 07-12 المؤرخ في 21 فيفري 2012 المتعلق بالولاية، تتكون الولاية من هيئتين هما : المجلس الشعبي الولائي و الوالي ، و طبقاً لنص المادة 74 من قانون رقم 07-12 المتعلق بالولاية ، يعمل المجلس الشعبي الولائي على تقديم المساعدة للبلديات في إطار التكامل و انسجام الأعمال التي ينبغي القيام بها ، كما يمارس المجلس الشعبي الولائي في إطار الصلاحيات المخولة له بالمحافظة على الصحة العمومية و التجارة و الأسعار ، و حماية التنمية الاقتصادية و الاجتماعية طبقاً للمادة 77 من قانون الولاية ، و يعد الوالي مسؤولاً على المحافظة على النظام و الأمن و السلامة و السكينة العمومية، و ذلك حسب الشروط المحددة بالقوانين و التنظيمات السارية المفعول في تحضير و تنفيذ إجراءات الدفاع و

¹ - المادة 25 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

الحماية و توجد كذلك على مستوى كل ولاية مديريات تعمل على السهر على مراقبة مختلف
لنشاطات التجارية بغية حماية المستهلك ، فللولاية دور في حماية الاقتصاد الوطني و
المستهلك ، و يتم ذلك بفرض سياسة وطنية في مجال قمع الغش ، و حماية جودة المنتوجات
و يتم ضمان احترام هذه السياسة باتخاذ إجراءات وقائية للحد من المخاطر التي قد تهدد
المستهلك.¹

**المطلب الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09/03
أولا: الضبطية القضائية**

حددت المادة 15 من الأمر رقم 21-11 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية²،
على أنه يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية : رؤساء المجالس الشعبية البلدية ، ضباط
الدرك الوطني ، و محافظو الشرطة ، ذوو الرتب في الدرك و رجال الدرك اللذين أمضوا
في سلك الدرك ثالث سنوات على الأقل و اللذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر
عن وزير العدل و وزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة ، مفتشو الأمن الوطني
اللذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل و عينوا بموجب قرار مشترك
صادر عن وزير العدل و وزير الداخلية و الجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة ،
ضباط و ضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية لأمن اللذين تم تعيينهم خصيصا
بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع الوطني و وزير العدل.

فالمشرع منح الاختصاص لضباط الشرطة القضائية، بالبحث ومعاينة المخالفات، و
التحري عن الجرائم المقررة قانونا و جمع الأدلة عنها و نسبتها إلى مرتكبيها، فيمارسون
هذه المهام في الحدود الموكلة لهم لمباشرة وظائفهم المعتادة، و في حالة الاستعجال يمتد

¹ - بولحية بن بوخميس علي ، " القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري " ،
الطبعة الأولى ، دار الهدى ، الجزائر 2000 ، ص 204.

² - المادة 15 من الأمر رقم 21-11 المؤرخ في 25 أوت 2021 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية.

اختصاصهم إلى كافة دائرة اختصاص المجلس القضائي التابعين له، كما يجوز تمديد اختصاصهم إلى كافة التراب الوطني.¹

ثانيا: أعوان قمع الغش التابعين للوزارة المكلفة بحماية المستهلك

تم تدعيم جهاز الرقابة بإطارات من مختلف المجالات التقنية ، و الهدف من ذلك لتمكين هذا الجهاز من مراقبة كل السلع و البضائع الغذائية ، مواد التجميل ، العطور ، قطع الغيار ، الآلات الكهرو منزلية ، الخدمات و هؤلاء الأعوان مقسمون على الرتب التالية:

- قسم المفتشين :
- رئيس مفتش رئيسي لقمع الغش.
- مفتش رئيسي لقمع الغش
- فتش قسم لقمع الغش.
- قسم المحققين:
- رئيس محقق رئيسي لقمع الغش.
- محقق رئيسي لقمع الغش.
- محقق لقمع الغش
- قسم المراقبين :
- مراقب الجودة و قمع الغش

¹ - بولحية بن بوخميس علي ، " القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، المرجع السابق، ص205.

² - عياشي جمال ، "قراءة التقييس في ظل القانون الجزائري " ، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول " الحماية القانونية للمستهلك " ، يومي 16-17 ماي 2012 ، جامعة المدية ، ص 95.

و هذا طبقا للمواد 25 ، 28 ، 39 من المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة.¹

ثانيا: جمعيات حماية المستهلكين

رغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، لكنه في أغلب الأحيان لا تقوم بالغرض الذي أنشأت من أجله، مما يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه لوحده، و من أجل ذلك كان من الضروري إيجاد جهاز يتولى الدفاع عن مصالح المستهلك متمثل في جمعيات حماية المستهلكين.

رفت المادة 21 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، جمعية حماية المستهلك على أنها : " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون ، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه و توجيهه و تمثيله ، يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط و الكيفيات المنصوص عليها في التشريع و التنظيم الساري المفعول.

و بالرجوع إلى نص المادة 02 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات²، الذي عرفها على أنها : " تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة ، و يشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم و وسائلهم تطوعا و لغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة و تشجيعها

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة.

² - المادة 02 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات.

، لاسيما في المجال المهني و الاجتماعي و العلمي و الديني و التربوي و الثقافي و الرياضي و البيئي و الخيري و الإنساني . " ..فالمشرع اعترف بوجود الجمعيات و لم يقيد وجودها بمدة محددة بقدر ما قيدها بالغرض من إنشائها الذي يجب تحديده بدقة و أن لا يكون الهدف من وراءه تحقيق الربح، كما تطرقت المادة 21 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك إلى ضرورة أن تكون هذه الجمعيات منشأة طبقا للقانون.¹

¹ - المادة 21 من قانون رقم 03-09.

الختامة

ومنه تعتبر حماية المستهلك من بين الأهداف التي تسعى الى تحقيقها معظم الإدارات باعتبارها الحماية الأهم التي يسعى اليها المواطن داخل الدولة، وذلك بالسهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك، وبوجود أجهزة قوية وفعالة تنتوع باختلاف اختصاصاتها سواء ما تعلق منه بدور وقائي لتجنب الحاق الضرر بالمستهلك او العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين.

يتضح من خلال ما سبق أن المستهلك حظي باهتمام كبير من طرف المشرع، حيث أولاه عناية معنوية تتمثل في حماية إرادته من أي عيب قد يشوبها باعتباره طرفا ضعيفا في العلاقة التعاقدية بالمقارنة مع المتدخل الذي يتفوق عليه من الناحية الاقتصادية والفنية، وعناية مادية تتمثل في حماية سالمة صحته من كل المخاطر التي قد تشكل خطرا عليها، وذلك من خلال مجموعة من الآليات الدفاعية من أجهزة رسمية وغير رسمية، هذه الأخيرة التي رهن على عملها رغم ما تجابهه من مراوغة وتطوير أساليب الخداع والغش التي واكبت التكنولوجيا وأضحت متحولة وسريعة التملص من أعين الرقابة، ورغم ذلك فإن المستهلك يحتاج إلى المزيد من العناية سواء قبل دخوله في العلاقة التعاقدية أو أثناء ذلك أو بعد انتهاءها، وهذه العناية لا تكون فعالة دون التركيز على هاته النقاط التي رأينا فيها أنها مهمة لبلوغ درجة عالية من كفاءة أجهزة الحماية نذكر منها:

- تنمية ورفع مستوى الوعي لدى المستهلك
- تعزيز التكامل الإعلامي بين الأجهزة الحكومية المعنية بتوعية وحماية المستهلك وبين وسائل الإعلام
- تطوير الحملات والبرامج التوعوية والخطط الإعلامية لرفع وعي المستهلك وتثقيفه بحقوقه.
- معالجة النقص الواضح في مجال توعية المستهلك لدى الجهات الحكومية ذات العلاقة من خلال أحدث وسائل الاتصال الجماهيري
- لتركيز على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما لدى الفئات العمرية المتوسطة.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القوانين والأوامر

- 1.دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لسنة 1989.
- 2.دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية لسنة 1996.
- 3.القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 ،يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.
- 4.القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 يتعلق بالأسعار والملغى.
- 5.القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- 6.القانون رقم 10-05 المؤرخ في 20/06/2005 ، المعدل و المتمم للقانون المدني.
- 7.القانون رقم 10-11 المؤرخ في 22 جوان 2011 المتعلق بالبلدية.
- 8.القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.
- 9.القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- 10.القانون رقم 89/12 المؤرخ في 05 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار.
- 11.المرسوم التنفيذي رقم 378-13 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك
- 12.المرسوم التنفيذي رقم 214-12 المتعلق بتحديد شروط و كيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري.
- 13.المرسوم التنفيذي رقم 203-12 ، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات.
- 14.المرسوم التنفيذي رقم 20-11 المؤرخ في 25 جانفي 2011.
- 15.المرسوم التنفيذي رقم 464-05 المتعلق بتنظيم التقييس و سيره.
- 16.المرسوم التنفيذي رقم 415-09 المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة.
- 17.المرسوم التنفيذي رقم 90 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.

18. المرسوم التنفيذي رقم 327-13 المحدد لشروط و كفيات وضع ضمان السلع و الخدمات.
19. مرسوم تنفيذي رقم 06-06 مؤرخ في 09 ذي الحجة عام 1426 الموافق 9 يناير سنة 2006، يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة¹ وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للإستهلاك في السوق الوطنية.
20. مرسوم تنفيذي رقم 05-14 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1425 الموافق 9 يناير سنة 2005، يحدد كفيات تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به.
21. مرسوم تنفيذي رقم 05-128 مؤرخ في 15 ربيع الأول عام 1426 الموافق 24 أبريل سنة 2005، يتضمن تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي.
22. المرسوم التنفيذي رقم 97-40 مؤرخ في 18 يناير سنة 1997 المتعلق بمعايير تحديد النشاطات و المهن المقننة الخاضعة للقيد في السجل التجاري و تأطيرها.
23. المرسوم التنفيذي رقم 05-175¹ كفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق.
24. الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة والملغى.
25. الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 يتعلق بالمنافسة والملغى.
26. الأمر رقم 21-11 المؤرخ في 25 أوت 2021 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية.
27. الأمر رقم 86/12 المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة.
28. الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة.
29. الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة.
30. القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 17 أكتوبر 1998 المتعلق بالخصائص التقنية للياهورت و كفيات وضعه للإستهلاك.

ثانيا: الكتب

1. أحمد محمد محمد، الحق في المنافسة المشروعة، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2001.
2. أحمد يحيوي سليمة ، " آليات حماية المستهلك من التعسف التعاقدى " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق ، بن عكنون ، 2011 .
3. أسامة نائل المحسين، الوجيز في الشركات التجارية والافلاس، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
4. بن طاموس ايمان، مسئولية العون الاقتصادي على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دراسة مقارنة، دار الكتاب الحديث، الإسكندرية، 2002.
5. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008.
6. بولحية بن بوخميس علي ، " القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري " ، الطبعة الأولى ، دار الهدى ، الجزائر 2000 .
7. سعداوي سليم ، " حماية المستهلك ، الجزائر نموذجا " ، الطبعة الأولى، دار الخلدونية ، الجزائر ، 2009 .
8. السعدي محمد صبري ، " الواضح في شرح القانون المدني الجزائري " ، الطبعة الرابعة ، دار الهدى ، الجزائر ، 2008 .
9. شريف لطفي، حماية المستهلكين في اقتصاد السوق، الطبعة الثانية، دار الشروق للطباعة، القاهرة، 1974.
10. صبرينة بوزيد، الامن القانوني لأحكام قانون المنافسة، دراسة مقارنة، الطبعة 01، مكتبة الوفاء القانونية، مصر، 1999.
11. عبد السلام أبو قحف، التنافسية وتغيير قواعد اللعبة، مكتبة ومطبعة الاشعاع، الاسكندرية، 2004.
12. عمر عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

13. غسان رباح ، " قانون المستهلك الجديد " ، الطبعة الأولى ، منشورات زين الحقوقية ، لبنان ، 2006 .
14. فتاك علي ، " تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج " ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، 2007 .
15. الفيروز أبادي، القاموس المحيط، دمشق، مكتبة النوى، مادة استهلك، ج1.
16. فيلالى علي ، " الالتزامات ، النظرية العامة للعقد " ، موفم للنشر ، الجزائر، 2008 .
- لينا حسن زكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
17. معيد فندي الشناف، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
18. نوري منير، " سلوك المستهلك المعاصر " ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2013.

ثالثا: الرسائل الجامعية والبحوث

1. أرزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
2. بدوي عبد الجليل، مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، الطور الثالث، جامعة غرداية، 2019-2020.
3. بوحلاس الهام، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، 2016/2017.
4. بوطل خديجة ، " الحماية القانونية للمستهلك في مجال المنتجات المستوردة " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق بن عكنون ، 2010 .
5. جلال سعد، محاضرات في قانون المنافسة، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، القسم الخاص، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015-2016.
6. حللمي ربيعة ، " ضمان الإنتاج و الخدمات " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق بن عكنون 2001.

7. روت فتحي إسماعيل ، " المسؤولية المدنية للبائع المهني ، الصانع ، الموزع ، دراسة مقارنة " ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، جامعة عين شمس ، بدون سنة .
8. زقاري امال، حماية المستهلك في ظل قواعد المنافسة، أطروحة دكتوراه، جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر 1، الجزائر، 2017-2018.
9. شعباني نوال، " التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012 .
10. شفار نبيلة، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2012-2013.
11. شلبي نبيل ، " التزامات المهني اتجاه المستهلك " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق بن عكنون، 2009.
12. العايب نهلة، توأيمية ياسين، منازعات سلطات الضبط الاقتصادي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2017-2018.
13. عبد الكريم خضير، الممارسات المقيدة للمنافسة والية الرقابة عليها في ظل قانون المنافسة الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة حمه لخضر، الوادي، 2016/2017.
14. عبدون نبيلة، عدي كريمة، اثر قانون المنافسة على مبدأ حماية المستهلك، مذكرة ماستر، جامعة عبد الرحمن ميرة، الجزائر، 2013-2014.
15. العيد حداد ، " الحماية القانونية في ظل اقتصاد السوق " ، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه ، كلية الحقوق بن عكنون 2002.
16. كالم حبيبة ، " حماية المستهلك " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون ، 2005 .
17. مسعد جلال، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسة التجارية، رسالة دكتوراه، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012-2013.

رابعاً: المجلات العلمية

1. احمد بالي، استراتيجية التنافس كأساس لميزة تنافسية مستدامة، مداخلة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الدولي الموسوم بالاداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، يومي 08-09 مارس 2005.
2. أمازو لطيفة ، " التزام البائع بتقديم المعلومات كالتزام تبعي للالتزام بالتسليم " ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق بن عكنون ، العدد 03 ، 2009 .
3. أمال بومنتالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، العدد الثامن، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، جانفي 2016.
4. بودالي محمد ، " مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقها لقانون حماية المستهلك " ، مجلة إدارة ، المجلد ، 12 العدد 02 ، 2002 ، العدد 24 .
5. بوسماحة الشيخ ، " حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في أحكام القانون الجزائري " ، مجلة الخلدونية ، العدد 03 ، ماي 2009 .
6. جابر محجوب علي ، " ضمان حماية المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتوجات الصناعية المعيبة " ، القسم 01 ، مجلة الحقوق الكويت ، السنة 20 ، العدد 03 ، ديسمبر 1996 .
7. جعبوب الهاشمي ، " التقييس آلية لحماية الاقتصاد و المستهلك " ، مجلة مجلس الأمة، العدد 15 ، جويلية/ أوت ، 2004 .
8. جيهده سحوت، مفهوم حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة والاحتكار الاقتصادي، القانون والشريعة الإسلامية، المجلد 10، العدد 3، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، ديسمبر 2017.
9. حساني علي ، " الالتزام بضمان الضرر في عيوب المنتجات " ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية كلية الحقوق بن عكنون ، العدد 04 ، 2011.
10. دنوني هجيرة ، " قانون المنافسة و حماية المستهلك " ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزء 39 ، رقم 01 ، 2002 .

11. عياشي جمال، "قراءة التقييس في ظل القانون الجزائري"، مداخلة في الملتقى الوطني الخامس حول "الحماية القانونية للمستهلك"، يومي 17-16 ماي 2012، جامعة المدية .
12. غازي خالد أبو عربي، "حماية رضاء المستهلك دراسة مقارنة بين قانون حماية المستهلك الاماراتي، و الفرنسي، و المشروع الأردني"، مجلة علوم الشريعة و القانون، المجلد 36، العدد 01، ماي 2009 .
13. فتات فوزي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص جامعة الجيلالي اليابس، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، سيدي بلعباس، الجزائر، 2005-2006.
14. محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، عدد 23، الجزائر، 2003.
15. مبراح صليحة، "حماية المستهلك من خلال الدور الوقائي"، مداخلة في الملتقى الوطني حول "المنافسة وحماية المستهلك بين الشريعة و القانون"، جامعة خميس مليانة، يومي 21-20 نوفمبر 2012 .
16. معروز دليلة، "الالتزام بالإعلام المستهلك الإلكتروني و مدى فعالية و شمولية قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش"، مجلة معارف، المركز الجامعي البويرة، العدد 08، جوان 2010 .
17. ياسر أحمد كامل الصيرفي، "حماية المستهلك و ضرورة الإعلام عن السلع و الخدمات باللغة القومية"، مجلة القانون و الاقتصاد، كلية الحقوق جامعة القاهرة، العدد 75، 2005.

الفهرس

Table des matières

الواجهة
الإهداء
تشكرات
قائمة المختصرات
مقدمة	أ.....
الفصل الأول: حماية المستهلك في قانون المنافسة
تمهيد:	6.....
المبحث الأول: العلاقة بين المستهلك وسريع المنافسة	7.....
المطلب الأول: تعريف المستهلك والمنافسة	7.....
المطلب الثاني: الاعتراف بالمنافسة الحرة في الجزائر	14.....
المبحث الثاني: إجراءات حماية المستهلك في ظل قانون المنافسة	20.....
المطلب الأول: حماية المستهلك من الأسعار الغير تنافسية	20.....
المطلب الثاني: حماية المستهلك من الاتفاقيات المنافية	34.....
الفصل الثاني: حماية المستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش
تمهيد:	48.....
المبحث الأول: قواعد حماية المستهلك في القانون رقم 03-09	49.....
المطلب الأول: الالتزام بالضمان والاعلام	49.....
المطلب الثاني: الالتزام بالسلامة العامة والمطابقة	65.....

المبحث الثاني: أليات حماية المستهلك في القانون رقم 09/03 77

المطلب الأول: دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك في ظل القانون رقم

09/03 77

المطلب الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك في ظل القانون

رقم 09/03 80

الخاتمة 85

قائمة المصادر و المراجع

الفهرس



ملخص مذكرة الماستر



إن حماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به هو أحد مهام ومسؤوليات الدولة الحديثة، وذلك من خلال سن التشريعات والقوانين كمرحلة أولى وتطبيقها على أرض الواقع من خلال الأعوان المكلفين بذلك كمرحلة ثانية، وتحقيق الحماية المنشودة من طرف المشرع لكافة أطراف العلاقة الاقتصادية خاصة المستهلك كونه يمثل الحلقة الأضعف في هذه المعادلة كمرحلة ثالثة، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03\09 جاء لتحقيق هذه الغاية من خلال وضعه لآليات رقابية وقائية وردعية.

الكلمات المفتاحية:

- المنافسة - حماية المستهلك - القانون المدني - التشريع الجزائري

Abstract of Master's Thesis

Protecting the consumer from all the risks that may befall him is one of the tasks and responsibilities of the modern state, through the enactment of legislation and laws as a first stage and applying them on the ground through the agents assigned to do so as a second stage, and achieving the desired protection by the legislator for all parties to the economic relationship, especially the consumer being It represents the weakest link in this equation as a third stage, and the Consumer Protection and Fraud Suppression Law No. 03/09 came to achieve this goal by establishing preventive and deterrent control mechanisms.

key words:

- Competition - Consumer Protection - Civil Law - Algerian Legislatio