

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

المرجع:

كلية الحقوق و العلوم السياسية

قسم : عام

مذكرة نهاية الدراسة لنيل شهادة الماستر

الحماية الوقائية للمستهلك من الإشهارات التجارية

ميدان الحقوق و العلوم السياسية

التخصص: القانون الإداري

تحت إشراف الأستاذة:

- حميش يمينة

الشعبة: حقوق

من إعداد الطالب :

- داني يازيد

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

بوزيد خالد

الأستاذ

مشرفا مقرا

حميش يمينة

الأستاذة

مناقشا

بنور سعاد

الأستاذة

السنة الجامعية: 2023/2022

نوقشت يوم: 2023/06/15

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى خير الأنام

وأهله ومن وفى

الحمد لله الذي ما تم جهد وختم سعي إلا بفضلته

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى أول مدرسة لي في الحياة و إلى
ساندائي أبي و أمي الغاليان إلى جميع أفراد أسرتي الكبيرة كل بإسمه دمتم

دخرا لي إلى جميع من سناداني في

إتمام وإنجاز هذا العمل ولو بالدعاء بالخير.

شكر و عرفان

الحمد لله حمدا كثيرا والصلاة والسلام على نبيه السراج المنيرا
وعملا بسنته من لم يشكر الناس لا يشكر الله " نتقدم بالشكر
الجزيل للأستاذة الفاضلة

الدكتورة "حميش يمينة"

التي رافقتني خلال هذه المدة وعدم بخلها علي بالمعلومات القيمة
والنيرة وعلى قبولها الإشراف على عملي بدون أي أدنى تردد، كما
أتقدم بالشكر الخالص إلى كل أعضاء اللجنة التي
تشرف على المناقشة هذا العمل المتواضع.

قائمة المختصرات

ص : الصفحة .

ط : الطبعة .

ع : العدد .

ج : جزء

د.ط : دون طبعة

ص ص : لمدة الصفحات

ق.ج. ج : قانون الإجراءات الجزائرية الجزائري

ج.ر.ج.ج. : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

P : page

P P plusieurs page

مقدمة

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 الأعدان 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 ، ونظرا العلاقة التبادلية التفاعلية الكثيفة والمستمرة التي تجمع بين المستهلك والمنتج (المتدخل) ، وجب إيجاد اطار قانوني يحمي حقوق المستهلك ويصونها من أي تجاوزات قد تصدر من الطرف الآخر، والتي قد تضر بصحته النفسية أو الجسدية ، وذلك فيما يعرف بقانون حماية المستهلك.

شهد الاقتصاد الجزائري مرحلة جديدة من مراحل تطوره وأخذ في التحول الواضح من نظام اقتصادي اشتراكي يعتمد على التخطيط المركزي وسيطرة القطاع العام إلى نظام اقتصادي حر يعتمد على اقتصاد السوق وعلى القطاع الخاص ، فواكبت هذه التطورات لما لها من مزايا كبيرة تمثلت خاصة في النهوض بمستوى معيشة المستهلك الجزائري من خلال تنوع وتعدد السلع والخدمات لكن في المقابل كان لها جوانب سلبية كثيرة ، حيث غزت الأسواق منتجات يجهل طبيعتها ومصدرها وكانت هذه الوفرة على حساب الجودة والتنوعية وأصبح المستهلك عرضة لمناورات و تلاعب الأعدان الاقتصاديين والتجار نتيجة الجشع والرغبة في تحقيق الربح على حساب سلامة المستهلك ، الذي يدفع ثمن كل هذه الممارسات وأمام هذه الوضعية تدخل المشرع الجزائري لصالح حماية المستهلكين بمجموعة قوانين ومراسيم يكيفها من فترة لأخرى نظرا لتغير وتطور هذه المخاطر تبعا لتغير طرق التجارة وأنماط الاستهلاك لتحقيق الردع الذي يصب في مصلحة حماية المستهلكين.

تعتبر الجزائر من بين الدول التي تبنت نفس المسار من خلال تبني فكرة الاقتصاد الحر والتخلي عن الاقتصاد الموجه ، وسعيها للانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة حيث

يعد النشاط التجاري محور النشاط الاقتصادي وتداول الثروة وبالتالي تحرير المبادلات التجارية ومنه السماح بتدفق السلع وذلك طبعاً من خلال مراقبة فعالة لهذه السلع.

هذا القانون الذي عرف عدة تطورات مع مرور الزمن نتيجة لتعالي الأصوات المنادية بأهمية المستهلك في العملية التجارية والعملية الاستهلاكية في الاقتصاد بشكل عام ، لتتناه الجزائر من خلال القانون 03-09¹ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بتاريخ 25 فيفري من سنة 2009، المتمم والمعدل بقانون 09-18 ، الذي أوضح في طياته مختلف الآليات الضرورية لحماية المستهلك، وأيضاً مختلف الجهات المخولة لها ذلك على غرار جمعيات حماية المستهلك والمجلس الوطني لحماية المستهلك.

وتأسيساً على ذلك فقد نتج عن هذا الانفتاح الاقتصادي وتحرير الأسواق ، دخول منتجات عديدة إلى السوق الوطنية ، بهدف تلبية حاجات المستهلك. وقد لجأت المنشآت التجارية إلى التعريف بمنتجاتها سواء سلعا كانت أو خدمات باستعمال طرق ووسائل لاستمالة وجذب المستهلك ، ويمكن حصر هذه الوسائل في الأشهر التجاري ، حيث يعد هذا الأخير من أشهر الطرق التي يلجأ إليها الأعوان الاقتصاديون - المعطن - لتسويق منتجاتهم².

أهمية الموضوع

- الوعي والعمل على نشر الثقافة الاستهلاكية لدى المستهلك من خلال الدور الذي تلعبه حماية المستهلك.

¹ - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة رسمية، عدد 15 الصادرة في 8 مارس 2009. يعدل و يتمم بالقانون رقم 09-18 الموافق 10 يونيو 2018، (ج ر رقم 35 المؤرخة في 13 جوان 2018)

² - محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسات في القانون الجزائري، دراسة مقارنة أطروحة دكتورة دولة في القانون العام، كلية الحقوق ، جامعة تيزي وزو، 2004، ص10.

- يتطرق الموضوع إلى الواقع المعيشي اليومي للمستهلك الجزائري ، فهو موضوع متجدد وذو طبيعة مرنة يأخذ عدة أشكال وجوانب حسب التطور والتغير الذي يحدث في النظام الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر.

- هذا ما يبرز أهمية البحث في موضوع حماية المستهلك من خلال النصوص القانونية الناظمة لهذا المجال ذلك أن حماية المستهلك هي في جوهرها حماية للمجتمع بأسره .

أهداف الموضوع :

- بيان الآليات الرسمية وغير الرسمية المكلفة بحماية المستهلك و كذلك كشف أو بيان القوانين التي تهتم بحماية المستهلك من خلال النصوص التي حمته حتى تكون إراداته حرة بالإضافة إلى تحديد الإجراءات الوقائية والقضائية من خلال النطاق التشريعي لحماية المستهلك .

- يعتبر إبراز ضرورة لجوء المستهلكين إلى حماية المستهلك لمعرفة حقوقهم وإرشادهم، قصد التمتع بالثقافة الاستهلاكية أهم أهداف الموضوع.

- السعي لتقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي رأي بعض المختصين في هذا المجال أنها ضرورية لتفعيل دور جمعيات حماية المستهلك.

أسباب إختيار :

و من الأسباب الموضوعية التي دفعتنا لتناول هذا الموضوع هي معرفة طبيعة الحماية التي يوفرها المشرع للمستهلك و محاولة إيضاح مهام الأجهزة المنوطة بها حماية المستهلك و كذلك الغش و الجشع الذي يمارسه المعلن العون الاقتصادي لما نشهده يوميا .

- على اعتبار أن المستهلك غالبا ما يكون مواطن عادي ويكون دائما في مركز ضعف

عكس المتدخل الاقتصادي الذي يملك القوة المالية والفنية.

- الميل لهذا الموضوع راجع لأهميته في نشر الوعي الاستهلاكي لدى المواطن الجزائري.
- محاولة إظهار أخطار الاستهلاك غير الرشيد على صحة وسلامة المستهلك، وحفظ حقوقه وإبراز دور جمعيات حماية المستهلك في ذلك.
- وضع حد لتجاوزات وخروقات المتدخلين الاقتصاديين اتجاه النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بحماية المستهلك وتشجيع المواطنين للإنخراط في مثل هذه الجمعيات التي تعنى بحقوقه.

الإشكالية :

وعليه نطرح الإشكالية التالية : إلى أي مدى وفر المشرع الجزائري الإطار القانوني الذي يضمن حماية المستهلك من ممارسة مهامها ودورها في حماية المستهلك بفعالية ؟

تتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية ، وهي:

- ما هو الإطار القانوني للتنظيم حماية المستهلك في الجزائر ؟

- ماهي مجالات حماية المستهلك ؟

- ماهية الهياكل المكلفة بحماية المستهلك ؟

الصعوبات :

من أهم الصعوبات التي واجهتني خلال قيامنا بهذه الدراسة ما يلي:

1 - ندرة المعطيات و المراجع التي تربط بين حماية المستهلك و السلوك الشرائي.

2 - امتناع البعض عن ملئ الاستمارة.

منهج المتبع :

لقد اعتمدت على المنهج التحليلي من أجل تحليل النصوص القانونية التي احتوتها الدراسة لتحديد فعاليتها أو قصورها في تحقيق الحماية من الإشهار التضليلي ، والاعتماد على المنهج الوصفي في توضيح بعض المفاهيم المتعلقة بالموضوع بما يساعد على فهمه وتحديده.

وللإجابة على الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى فصلين :

الفصل الأول بعنوان الإطار المفاهيمي والتنظيمي لحماية المستهلك من الإشهارات التجارية حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان ماهية حماية المستهلك ، وفي المبحث الثاني إلى رسالة الإشهارية .

أما الفصل الثاني سنتطرق فيه الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية في المبحث الأول سنتطرق ماهية جمعية حماية المستهلك ، وفي المبحث الثاني سنتطرق إلى أجهزة الرقابة وفي الأخير أنهينا هذا البحث بخاتمة .

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي والتنظيمي لحماية المستهلك
من الإشهارات التجارية

يعتبر سلوك المستهلك لب و جوهر العملية التسويقية ، فهو يحدد نجاح أو فشل أي برنامج تسويقي كما يتسم بدرجة عالية من التعقيد إلا أن فهم و تفسير الأنماط السلوكية للمستهلك تعتبر من المهام الأولى لأي إدارة تسويقية و من هنا برزت بحوث ودراسات سلوك المستهلك التي تعتبر ذات أهمية قصوى بين الباحثين والدارسين لهذا السلوك.

كما أن سلوك المستهلك ينظر إليه على أنه عملية شراء بالدرجة الأولى ، حيث كثرت طلبات الأفراد وحاجياتهم وبالتالي زادت المخاوف من السلبيات المحتملة والحتمية مما استلزم تدخل المشرع بوضع ترسانة كبيرة من القوانين و التشريعات لحمايته من مختلف المظاهر السلبية الناتجة عن الاستهلاك من بينها القانون الجديد 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وعلى اعتبار أن المستهلك هو العنصر المهم و الفعال الذي تقوم عليه العملية التسويقية في الوقت الراهن، فهو معرض للكثير من الاعتداءات من المنتجين والتجار و الموزعين من خلال الغش والتدليس نتيجة للجشع و الرغبة في تحقيق الربح السريع.

وعليه يتعين دراسة هذا الفصل في مبحثين، حيث نتطرق ماهية حماية المستهلك في المبحث الأول، رسالة الإشهارية في المبحث الثاني.

المبحث الأول : ماهية حماية المستهلك

إن موضوع حماية المستهلك أصبح من أهم المواضيع التي فرضت على الدول أن تولي لها أهمية بالغة، لما له من عظيم الأثر على حياة الشعوب ورفاهيتها، خاصة بعد تزايد المخاطر التي تهدد سلامة أرواح وأموال المستهلكين، من خلال ما سنته من نصوص وتشريعات قانونية، تهدف الى تعريف المستهلك بحقوقه والدفاع عنه لكونه الحلقة الأضعف في عملية الاستهلاك، وذلك من خلال حمايته من الغش في مختلف مراحل عملية الاستهلاك بداية من المنتج حتى تصل إليه، كما يجب التويه بالدور الكبير الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك التي ظهرت حديثاً في توفير الحماية له حيث تعمل على تحسيس وإعلام المستهلك بما يهدد صحته وماله ومرافقته ومساعدته من خلال المراقبة وقمع الغش. وقبل أن ندخل في صلب الموضوع، لا بد لنا أولاً من معرفة معنى (حماية المستهلك)¹.

وعليه يتعين دراسة هذا المبحث في مطلبين ، حيث نتطرق تعريف المستهلك في الفقه و القضاء في المطلب الأول ، و مفهوم حماية المستهلك في المطلب الثاني.

المطلب الأول : تعريف في الفقه والقضاء

تعتبر حماية المستهلك حركة حديثة يقصد بها تلك الجهود الرامية إلى تدعيم وترقية حماية المستهلكين في علاقتهم بالمنتجين وانتزاع أكبر قدر من حقوقهم المهذورة باعتبارهم الطرف الأضعف في تعاملاتهم الاقتصادية. وقد كانت الولايات المتحدة الأمريكية نقطة الانطلاق لميلاد حركة حماية المستهلك بالنظر للنمو الكبير الذي شهده النظام الاقتصادي الرأسمالي هناك وما نجم عنه من مخاطر وأضرار مست على الخصوص طائفة المستهلكين.

¹ - محمد حريز بكار وميلود العبيدي ، الآليات حماية المستهلك في الفقه الإسلامي دراسة السنة الدراسية 2020/2019 ، ص 09 .

وعليه؛ فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق تعريف في الفقه في الفرع الأول، و تعريف في القضاء في الفرع الثاني.

الفرع الأول : تعريف المستهلك في الفقه

وبناءً على ما تقدم سنحاول كشف ما يثار من إشكالات في هذا الصدد مما يمكننا المساهمة في شرح مسألة غاية في الأهمية حتى يؤدي تطبيق أحكام حماية المستهلك الغاية المنشودة¹.

أولاً : موقف الفقه من مفهوم المستهلك:

إن تحديد مفهوم واضح وشامل للمستهلك تكمن في أن أهمية ذلك تتجلى في تطبيق أحكام قانون لحماية الطرف الضعيف في الرابطة العقدية التي تربطه مع المهني المتفوق اقتصادياً، ولتطبيق هاته الأحكام على المستهلك يجب تحديد من هو المستهلك؟ وماهي ضوابط تحديد هذا المفهوم؟.

وعلى هذا الأساس اختلف الفقه في تحديد مفهوم المستهلك فمنهم من ضيق من هذا المفهوم باقتصار المستهلك على من يهدف لإشباع حاجات شخصية، ومنهم من وسع من هذا المفهوم ليشمل حتى من يتصرف لأغراض مهنية، وبالتالي سنتناول فيما يلي الاتجاهين الفقهيين ومبرراتهم من خلال استعراض كل اتجاه على حدا.

¹ - جريغلي محمد ، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص : دراسة مقارنة مع قانون الإستهلاك الفرنسي الجديد 2016 ، طالب دكتوراه جامعة أحمد دارية . أدرار، ص208.

أولاً : المفهوم الضيق للمستهلك:

طبقاً لهذا الإتجاه يعتبر مستهلكاً كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد أو يبرم تصرفات بقصد إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية¹. كما عرفه البعض² بأنه: "كل شخص يقوم بإبرام عقود تهدف للحصول على احتياجاته الشخصية والعائلية من السلع والخدمات".

وهناك تعريف آخر للمستهلك يرى أن : "المستهلك هو مل شخص طبيعي يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية أو العائلية"³.

وبناءً على ما تقدم فإن جميع هذه التعريفات حصرت مفهوم المستهلك في الشخص الطبيعي دون الشخص المعنوي على الرغم من أنه هناك من الأشخاص المعنوية من يستحق الحماية كتلك التي لا تهدف إلى تحقيق ربح، كما أن هذه التعريفات جعلت من المستهلك وكأن لا هم له إلا إشباع الحاجات الشخصية والعائلية، على الرغم من أن من المستهلكين من يهدف إلى تحقيق رغبات أخرى كعقود التأمين عن ممتلكاته مثلاً⁴.

بالإضافة إلى أن مفهوم المستهلك وفق ما تقدم، يقتصر على إشباع الاحتياجات الشخصية والعائلية مستبعداً من يتعاقد الاحتياجات مهنية، ومن تم ووفقاً لهذا الإتجاه لا يعتبر من يتعاقد بهذه الصفة مستهلكاً وبالتالي لا يستفيد من أحكام حماية المستهلك.

وربط هذا الاتجاه بين المعنى القانون للمستهلك كما سبق وأن أشرنا والمعنى الاقتصادي الذي يعتبر المستهلك شخصاً يتعاقد لإشباع حاجات غير مهنية، مما يقيم هذا

¹ - MALINVAUD, la protection des consommateurs, Dalloz, France 1981, p.49

² - محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2011، ص 99.

³ - حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية القاهرة 1996، ص13.

⁴ - محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011، ص 11.

الاتجاه تصادم بين مفهوم "المهني" أو "المحترف" الذي لا يمكن أن يكون مستهلكاً ما إذا تعاقد لأجل احتياجاته المهنية¹.

ومن الحجج التي استند إليها هذا الإتجاه أهمها:

- إن تعاقد الأشخاص إلى تحقيق غايات استهلاكية متمثلة في تلبية لاحتياجاتها من سلع وخدمات فإنه في موقف ضعيف على أساس افتقاره إلى الأدوات الخاصة بالإنتاج والتسويق وبالتالي يتعذر استفادته من وسائل التصنيع والإنتاج ومن تم فإن الأحكام شرعت لحماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

- إن لهذا الاتجاه أمان قانوني لأنه يساهم في إعطاء مفهوم دقيق للمستهلك المقصود من الحماية في اغلب التشريعات وهو ما لا يمكن الوصول إليه في تبني المفهوم الموسع للمستهلك².

- إن أحكام حماية المستهلك تهدف إلى حماية الطرف الضعيف في علاقاته التعاقدية، أما تعاقد المهني حتى ولو كان خارج مجال تخصصه لا يمكن اعتباره أنه طرف ضعيف شأنه شأن المستهلك لأن المهني مع كل هذا له خلفية المهني بالمعنى الضيق للكلمة، وله جميع مقومات التفوق الاقتصادي ويستطيع أن لم يكن في مختص في ما يرغب إبرامه من تصرفات الاستعانة بخبير لتعويضه عن النقص في خبرته ولذلك لا مبرر من قبول غير ذلك³.

وبالرغم من الحجج التي استند إليها أصحاب هذا الاتجاه إلا أنها تعرضت للنقد من عدة أوجه على أساس أن هذا الاتجاه يضيّق كثيراً من مفهوم المستهلك ويحصر المستهلكين

¹ - محمد حسين عبد العال، مرجع سابق، ص 99.

² - منى أبوبكر الصديق الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 17.

³ - حسن عبد الباسط جميعي، مرجع سابق، ص 12.

في الأشخاص الطبيعيين دون الأشخاص المعنوية كالجمعيات مثلاً، بالإضافة إلى أن هذا الاتجاه بتضييقه لمفهوم المستهلك يصور لنا المستهلك وكأن لا هم إلا إشباع حاجاته الشخصية من مأكّل وملبس، في حين أن المستهلك له اهتمامات أخرى منها إبرام تصرفات قانونية يستحق فيها إلى الحماية، كتأجير المساكن وإبرام عقود التأمين، ومن تم يكون ضعيف في مواجهة المهنيين في هذا المجال ويستحق على اثر ذلك الحماية¹.

بالرغم من كل الحجج التي استند عليها أنصار الاتجاه الضيق والانتقادات التي تعرض لها، إلا أن الآراء السابقة في مجملها صحيحة، لعل الغاية من وراء تمسك بعض الفقه بالمفهوم الضيق للمستهلك سببها بعض المسلمات في فرنسا والتي رسخت في الفكر القانون الفرنسي على أساس أن تشريعات حماية المستهلك تتال من المبادئ النظرية الرئيسية في الفكر القانوني كمواجهة الشروط التعسفية الواردة في العقود مثلاً²

وتأسيساً على ذلك تبنت لجنة³ تنقيح قانون الإستهلاك الفرنسي المفهوم الضيق للمستهلك حيث عرفت المستهلكين بأنهم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع أو الأموال والخدمات للاستعمال غير المهني⁴، ووفقاً لهذا المفهوم فإن الأخذ بهذا المفهوم الضيق يستند إلى العناصر التالية:

(أ) أن يكون من الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع والخدمات:

وينقسم المستهلكين وفق هذا العنصر إلى طائفتين، الطائفة الأولى هم الأشخاص الذين يحصلون على السلع والخدمات لأغراض غير مهنية؛ وذلك بإبرام تصرفات قانونية

¹ - حمد الله محمد حمد الله حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 11.

² - محمد أحمد عبد الحميد أحمد ، الحماية المدنية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 24.

³ - أحمد محمد محمد الرفاعي الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994 ص

⁴ - CALAIS_AULOY (J) ,droit de la consommation, Dalloz, 9 éme Edition, France, p 6.

عن طريق عقود الاستهلاك، أما الطائفة الثانية فهم الأشخاص الذين يستعملون السلع والخدمات لأغراض غير مهنية كذلك، وبالتالي يستفيد من قام بشراء السلع من صفة المستهلك شأنه شأن من قام باستعمال السلع¹.

(ب) - أن يكون محل الاستهلاك السلع والخدمات :

يجب أن تكون كافة السلع والخدمات محلاً في عقود الاستهلاك، ولا فرق في هذه الحالة بين المنقولات والعقارات بالإضافة إلى الخدمات سواء الخدمات المادية أو المالية وكل ذلك يصلح ليكون محلاً لعقود الاستهلاك طالما يهدف لتلبية الحاجيات الشخصية أو العائلية².

(ج) - الغرض غير المهني:

ويعتبر العنصر الجوهرى الذي يفرق بين المستهلك والمهني على أساس أن الهدف من تشريع أحكام حماية المستهلك هو حماية الطرف الضعيف في الرابطة العقدية لتلبية الحاجيات الشخصية والعائلية، وبالتالي يخرج من هذا المفهوم من يتعاقد لأغراض مهنية، على أساس أن المهني يمكن له الدفاع عن مصالحه ولا تشمل الحماية، وبالتالي يرى مضمون المفهوم المضيق استبعاد طائفة المهنيين من مفهوم المستهلك، بالإضافة إلى الغرض غير المهني للسلع والخدمات حتى ولو كانت خارجة عن مجال تخصصه³.

وأخيراً نخلص إلى أن هذا المفهوم قصر الحماية على المستهلك كشخص طبيعي يهدف لتحقيق رغباته الشخصية أو العائلية مجردة من كل طابع مهني.

¹ - حمد الله محمد حمد الله مرجع سابق، ص 13.

² - محمد أحمد عبد الحميد أحمد ، مرجع سابق، ص 22.

³ - منى أبوبكر الصديق، مرجع سابق، ص 24.

ثانيا : المفهوم الموسع للمستهلك:

يرى هذا الإتجاه أنه يجب التوسع في مفهوم المستهلك من حيث أنه يجب أن يشمل طائفة أخرى وهو المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه، بالإضافة للشخص المعنوي الذي يجب أن تشمل الحماية.

يعرف هذا الاتجاه المستهلك بأنه: "كل من يتعاقد بهدف استعمال أو استخدام مال أو خدمة سواء لاستعماله الشخصي أو المهني"¹.

فبالنسبة لمعيار الغاية من التصرف فإنه يقوم على أساس التصرف الذي يرغب المستهلك إبرامه أي محل العقد، وما هو غرض المستهلك منه، وهذا المعيار يتفق مع المفهوم الضيق الذي يعتبر المستهلك كل شخص طبيعي يهدف إلى إشباع حاجاته الشخصية والعائلية، أما المهني فإنه من يتصرف لأغراض مهنية، ومن تم فإن الهدف من التصرف هو الذي يحدد نقطة الاختلاف بين المهنيين والمستهلكين.

وعمد القضاء الفرنسي على اعتماد هذا المعيار في بعض أحكامه بحيث شمل الحماية لغير المهنيين باعتبارهم مستهلكين بغض النظر من أنهم أشخاص طبيعيين أو معنويين، متى كان الغرض يهدف إلى إشباع حاجاتهم الشخصية والعائلية.

إلا أنه سرعان ما هجر القضاء الفرنسي هذا المعيار ليأخذ بمعيار عدم الإختصاص الذي يجد أساسه في المادة 35 من قانون 10 يناير 1978، والذي يوسع في مفهوم المستهلك باعتبار المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه مستهلكا وسارت بعض قرارات² محكمة النقض الفرنسية تطبيقاً لهذا المعيار، خاصة الأحكام الهادفة إلى حماية المستهلك

¹ - JP pizio, L'introduction de la notion de consommateur en droit française, Recueil Dalloz, 1982 n°20, p 91.

- يوسف شندي، المفهوم القانوني للمستهلك، دراسة تحليلية مقارنة مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، كلية القانون السنة الرابعة والعشرون العدد الرابع، أكتوبر 2010، ص 190.

² - يوسف شندي، مرجع سابق، ص 193.

الخاصة بالشروط التعسفية على أساس مبدأ الجهل الذي يكون عليه المهني عند تعاقدته خارج مجال تخصصه شأنه شأن مستهلك آخر.

وانتقد هذا المعيار على اعتبار أنه لا يكفي لاعتبار المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه مستهلكاً، بل يجب أيضاً أن لا يتعلق تصرفه بمجال نشاطه المهني، أي عدم وجود علاقة مباشرة بين العقد المراد إبرامه والنشاط الذي يزاوله المهني.

وبهذا النقد ظهر ما يسمى بمعيار العلاقة المباشرة الذي سار عليه القضاء الفرنسي في أغلب أحكامه؛ حيث قرر إلى اعتباره مستهلكاً كل من يبرم عقداً ليست له علاقة مباشرة بين التصرف المراد إبرامه ونشاط المهني، ومن أمثلة العقود التي لها علاقة مباشرة بالمهنة العقود التي تشارك بطبيعتها في الدائرة الاقتصادية للتصنيع أو تسويق المنتجات كمشراء الماكينات اللازمة للتوسع في النشاط أو إبرام عقود التأمين على نشاطه المهني¹.

وبخصوص مدى اعتبار الشخص المعنوي مستهلكاً، يؤيد جانب من الفقه والقضاء إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي كالجمعيات التي لا تهدف إلى تحقيق ربح والنقابات والتعاونيات؛ أي تلك التي تحصل على سلع وخدمات، على الرغم من أنه إلى وقت قريب تم استبعاد الأشخاص المعنوية من نطاق تطبيق أحكام قانون الاستهلاك ، إلا أن محكمة النقض الفرنسية قضت بأنه يجوز لمجموعة زراعية للاستغلال المشترك أن تتمسك برخصة العدول عن التعاقد المنصوص عليها في أحكام قانون الاستهلاك بخصوص إمكانية تراجعها عن إبرام عقد لشراء طفاية حريق.

وبناءً على ما تقدم نلاحظ أن الاتجاه الموسع يميل إلى اعتبار الأشخاص المعنوية مستهلكين شأنهم شأن الأشخاص الطبيعيين عند تعاقدتهم خارج مجال تخصصهم.

¹ - حمد الله محمد حمد الله مرجع سابق، ص 32.

ومن جانبنا نرى بأن الإتجاه الموسع هو الأولى بالإتباع على أساس أنه يشمل أكبر طائفة من الأشخاص هم في أمس الحاجة للحماية، على أساس أن المستهلك شخص طبيعي أو معنوي يستحق الحماية عند تعاقد خارج محال تخصصه باعتباره طرف ضعيف في مواجهة المهني المتخصص، فتعاقد الطبيب مثلاً على إبرام تصرفات من أجل شراء أفرشة أو أجهزة تدفئة لعيادته أو حتى تهيئة عيادته يستحق الحماية على أساس أنه تعاقد مع مهني مختص وبالتالي يكون في حالة من الجهل في غير تخصصه.

بالإضافة إلى أن البعض¹ يرى -وهو ما نتفق معه- أن تعامل المهني خارج مجال اختصاصه ووجود قواعد حماية خاصة يمكن أن يستند إليها، لا ينفي حقه في الاستفادة من تلك الأحكام، بحيث لا يمكن نفي حرص المستهلك لحماية مصالحه الخاصة، ولا يمكن نفي حق المهني هو الآخر من إعمال القواعد العامة، وأن تحديد الإختصاص المهني من شأنه أن يحدد ما إذا كان هذا المهني يتعاقد خارج مجال تخصصه أو لا ومن تم اعتباره مستهلكاً أولاً الشيء الذي يضمن لنا الأمان القانوني باعتبار أن المهني المتعاقد خارج محال تخصصه طرفاً ضعيفاً في الحلقة ويستحق الحماية، الأمر الذي يتفق وروح تشريعات حماية المستهلك.

الفرع الثاني : تعريف في القضاء

انعكس الخلاف الفقهي بخصوص مفهوم المستهلك على موقف التشريعات على غرار التوجيه الأوربي الذي تبنى الإتجاه الضيق للمستهلك، بالإضافة إلى قصر الحماية على الأشخاص الطبيعيين دون الأشخاص المعنوية، إلا أن القضاء الفرنسي خالف هذا التوجيه في أغلب أحكامه بحيث تبنى الإتجاه الموسع للمستهلك، وبالرغم من إصدار المشرع الفرنسي نصوص عديدة تنظم أحكام تتعلق بحماية المستهلك، إلا أنه تحاشى وضع تعريف موحد

¹ - محمد عماد الدين عياض نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة ، عدد 09 ، جوان 2013، ص 66.

للمستهلك الأمر الذي فسره البعض على أساس أن المشرع تقادى إقحام نفسه بوضع التعريفات لأن ذلك من اختصاص الفقه، وبالتعديل الأخير لسنة 2016 تناول المشرع في المادة التمهيدية للقانون تعريف المستهلك وغير المهني والمهني، ونفس الشيء بالنسبة للتشريع الجزائري الذي تناول تحديد مفهوم المستهلك والمهني في أغلب نصوصه، لاسيما القانون 03/09 لحماية المستهلك وقمع الغش.

وبناءً على ما تقدم، فإن تحديد نطاق تطبيق أحكام حماية المستهلك من حيث الأشخاص يتطلب ضرورة تحديد موقف التشريع من مفهوم المستهلك والمهني.

كان للفقه والقضاء الفرنسيان دور كبير كما سبق وأن أسلفنا في تحديد مفهوم المستهلك على أساس التوسع في المفهوم وتضييقه ومدى تطبيق القضاء الفرنسي إلى المعايير المعتمدة في ذلك، فما هو موقف التشريعات من مفهوم المستهلك ؟

(أ) - مفهوم المستهلك في التشريع الفرنسي:

بالرغم من مطالب الفقه في تحديد مفهوم للمستهلك، إلا أن التشريع الفرنسي لم يعطي أي مفهوم آنذاك، إلا أنه وبتعديل قانون الاستهلاك لسنة 2014 الصادر بمقتضى القانون 344/2014 المؤرخ في 17 مارس 2014 نصت المادة الثالثة من هذا التعديل باستحداث مادة تمهيدية نصت على أنه "في مفهوم هذا القانون يعتبر مستهلكا كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في نشاطه التجاري، الصناعي، الحرفي، الحر"¹.

وتأسيسا على ذلك فإن المشرع الفرنسي كرس ما سار عليه القضاء الفرنسي في استخدامه لمعيار العلاقة المباشرة في تحديد مفهوم المستهلك بحيث اعتبر بأنه لإضفاء صفة

¹ - Au sens du présent code est considéré comme un consommateur toute personne physique qui agit à des fins n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale industrielle artisanale libérale."

المستهلك على كل شخص يتصرف خارج مجال تخصصه كما يجب أن لا يكون تصرف المستهلك له علاقة مباشرة بنشاطه.

وبالتعديل الجديد لقانون الاستهلاك الفرنسي رقم 301/2016 بتاريخ 14 مارس 2016 أبقى المشرع على نفس التعريف، إلا أنه أضاف النشاط الزراعي للتعداد المذكور في المادة السابقة المتعلقة بالنشاطات المهنية.

ونظراً للخلاف الفقهي الذي ظهر بمناسبة المادة 35 من قانون 10 يناير 1978 حول اقتران مصطلح المستهلك وغير المهني، حسم المشرع الفرنسي الخلاف في قانون 2016 مؤيداً ما ذهب إليه القضاء الفرنسي في أحد قراراته الشهيرة التي جاء فيها أن مصطلح غير المهني لا يستبعد الأشخاص المعنوية من الحماية"، ومن تم أصبحت محكمة النقض الفرنسية في أحدث قراراتها لا تمنع من حيث المبدأ في حماية الأشخاص المعنوية بموجب قوانين الاستهلاك، لاسيما في الشروط التعسفية، واعتبرت الأشخاص المعنوية لا تخرج من فئة غير المهنيين، الأمر الذي كرسه التشريع الفرنسي في تعديل 2016، بحيث أضاف تعريف مصطلح غير المهني في المادة التمهيدية للقانون التي نصت على أن غير المهني هو: "كل شخص معنوي يتصرف لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه التجاري الصناعي الحرفي الحر أو الزراعي، وبالتالي تبنى المشرع الفرنسي الإتجاه الموسع لمفهوم المستهلك بشكل صريح ومكرس بمقتضى قانون الاستهلاك.¹

كما اعترف المشرع للشخص المعنوي بالحماية شأنه شأن الشخص الطبيعي بحيث اعتبر أن الشخص الطبيعي هو المستهلك والشخص المعنوي إذا تعاقد خارج مجال اختصاصه اصطلح عليه غير المهني.

¹ - بختة موالك، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر ، عدد 02 ، سنة 1999، ص31.

(ب) - مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري :

لم ينص المشرع الجزائري 02/89 الملغى عن أي تعريف للمستهلك¹، إلا أنه أحال ذلك للتنظيم، ومنه عرفت المادة 02/09 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 الصادر في 1990/10/30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه: "كل شخص يقتني بئمن أو مجاناً، منتوجاً أو خدمة ، معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر، أو حيوان يتكفل به"².

واختلف الفقه حول حقيقة استعمال المشرع من هذا التعريف مصطلح الإستعمال الوسيط، في ما ذهب البعض³ إلى أن المشرع توسع في مفهوم المستهلك على اعتبار أن الاستعمال "الوسيطي" يقصد به المهني الذي يقتني السلع نصف مصنعة و يهدف إلى تهيئتها وإعادة استهلاكها.

ومن جانبنا نعتبر أن المشرع ضيق من مفهوم المستهلك وأن مصطلح "الاستعمال الوسيط" يقصد بها الجمعيات والتعاونيات التي لا تهدف إلى تحقيق ربح ولها غايات اجتماعية تقوم بتوزيع المنتج على المحتاجين من فئات المجتمع.، إلا أن الفقه يرى بأن استخدام المشرع لهذه العبارة "الاستعمال الوسيط" يعتبر توسع لا مبرر له وان هذه العبارة

¹ - قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فبراير 1989 ، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى) جريدة رسمية عدد 6 المؤرخ في 1989/02/08.

² - قانون رقم رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات جريدة رسمية، عدد 53 الصادرة في 05 ديسمبر 1990 (ملغى).

³ - Kahloula et G. Mekamcha, " La protection du consommateur en droit Algérien", Revue IDARA, Vol. n° 2-1995, p.15.

أثارت نوعا من الغموض ينبغي حذفها، على اعتبار أنها لا تتوافق مع الجملة التي تليها وهي لسد حاجياته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به¹.

وبصدور القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، عرف المشرع المستهلك في المادة 2/03 منه على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني²".

وبناءً على ما تقدم فإن المشرع الجزائري أكد على الإتجاه الضيق الذي يميل إليه وذلك أضاف عبارة مجردة من كل طابع مهني مما يفهم أنها لسد الحاجيات الشخصية والعائلية. إلا أنه وبمقارنة النص مع التعريف الوارد في المرسوم التنفيذي 90/39 نرى أن هناك نوعا من الغموض بحيث استخدم في التعريف الأول "... يفتني .. معدين للاستعمال..." " وفي التعريف الثاني "... يفتني سلعا قدمت للبيع ..". إلا انه بالرجوع لنفس القانون رقم: 02/04 باللغة الفرنسية نجد أن المادة 2/03 تنص على: "كل من يفتني سلعا أو يستعملها ... وأن التعريف لا يستبعد الشخص الذي يستعمل المنتج دون اقتنائه³".

وبصدور القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش⁴ الصادر في 25 فبراير 2009 ، تناول المشرع تعريف جديد للمستهلك بحيث نصت المادة 6/3 على أن المستهلك: "كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من اجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به."

¹ - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص31.

² - قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004) ، جريدة رسمية العدد 41 ، المؤرخ في 2004/06/27.

³ - ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة الجزائر ، 2008/2009، ص 190.

⁴ - القانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش ، ج ر رقم 2009/15.

وبهذا التعريف أكد المشرع ميله للإتجاه الضيق، وتم الاستغناء عن مصطلح الإستعمال الوسيط الذي أثار الغموض حول حقيقة ما ذهب إليه المشرع في معرض تعريفه للمستهلك في المرسوم التنفيذي 39/90 وبناءً على ما تقدم فإن معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء بحيث يكون هذا الاقتناء لسد حاجيات شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به على أساس أن الغرض يجب أن يكون غير مهنيًا بالإضافة إلى أن يكون للاستعمال النهائي¹.

كما أن للشخص المعنوي صفة المستهلك شأنه شأن الشخص الطبيعي، إلا أنه في نظرنا أن تلبية الاحتياجات الشخصية والعائلية لا تتوافق مع صفة الشخص المعنوي، بالإضافة إلى أن المشرع لم يحدد طبيعة الشخص المعنوي عاماً أو خاصاً مما يطرح التساؤل حول إمكانية اعتبار الأشخاص المعنوية العامة من المستهلكين².

كما يشير التعريف إلى الحيوان، ويرجع ذلك إلى الأهمية التي يحظى بها حيوان الصحبة وارتباطه الوثيق بين المصالح البشرية والمنافع الاقتصادية التي يعمل على تحقيقها، وبذلك يكون المشرع الجزائري قد خرج عن نظرتة السابقة ليس باعتبار أن الحيوان من أشخاص القانون المدني، وإنما شخصاً "جينيًا" تستوجب حمايته".

المطلب الثاني : مفهوم حماية المستهلك

تعتبر مفهوم حماية المستهلك من المفاهيم الأساسية التي يشير مفهوم حماية المستهلك إلى وجود مجموعة من القوانين والسياسات العامة التي تضمن عدم تعرض المستهلك للخديعة أو الغش عند اقتنائه للسلع أو حصوله على الخدمات، سواء كان ذلك على مستوى جودة الخدمة من خلال فرض ضوابط على التصميم والتصنيع والتخزين، أو

¹ - محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص 64.

² - مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05 المؤرخ في 1990/01/31.

على مستوى السعر الذي يتم به عرض الخدمة أو السلعة، وتأتي قوانين وسياسات حماية المستهلك لتشمل جميع المعنيين في الوسط التجاري والصناعي ومن أبرز هؤلاء الموردون والمصنعون والمعلنون عن السلع أو الخدمات وهناك أكثر من منظمة تُعنى بتوفير الحماية للمستهلك .

يعد مفهوم حماية المستهلك من المفاهيم المجتمعية المهمة، ويعرف بأنه كافة القوانين والأحكام القضائية التي تهدف إلى تقديم الحماية للمستهلكين من التعرض لأي من عمليات النصب والاحتيال التي قد تواجههم من قبل بعض التجار كما يعرف أيضاً بأنه مجموعة الضوابط الاجتماعية والأخلاقية التي تُفرض على كافة العاملين في القطاعات التجارية، وتلزمهم باحترام كافة فئات المستهلكين وتقديم السلع والخدمات لهم بأسلوب صحيح ومناسب¹.

ظهرت حركة حماية المستهلك نتيجة عدة عوامل منها عدم رضا المستهلكين بسبب ازدياد انعدام الأمان في العديد من المنتجات المعروضة، وعدم توفر المعلومات الكافية في السلع والخدمات المعروضة، وعدم اهتمام المحترمين بالشكاوى المقدمة من طرف المستهلكين، والاهتمام برفع مستوى معيشة الفرد من الناحية النوعية، وقد مرت مراحل تطور حركة حماية المستهلك بعدة مراحل؛ منها مرحلة ما قبل وعي المستهلك بحقوقه، وتمتد هذه المرحلة من العصور القديمة إلى أواخر القرن التاسع عشر، وساد فيها الاعتقاد بأنه ليس للناس الحق في المطالبة أكثر مما هو متوفر من الحقوق، وقد أصل العديد من الفلاسفة لهذا الاتجاه، فمنهم آدم سميث الحق الذي نادى بضرورة المنافسة الحرة والتوازن التلقائي، ومبدأ اليد الحقية التي تسيطر على النظام الاقتصادي وساد في هذه المرحلة أن البائع والمحترف زيادة على تصريف منتوجاته يسعى إلى ضمان حقوق المستهلك².

¹ - بودالي محمد، مرجع سابق، ص32.

² - بودالي محمد، مرجع سابق، ص32.

ومرحلة وعي المستهلك، وشهدت في هذه المرحلة ظهور حماية المستهلك ومرحلة بلورة حقوق المستهلك، وتمتد هذه المرحلة من الستينات إلى يومنا هذا، وتميزت باستجابة التشريعات لمطالب جمعيات حماية المستهلك، التي تضمنت حقوقاً لعل أهمها حق الأمان أي حق المستهلك في حمايته من السلع الضارة بصحته وحمايته، والحق في الإعلام بمعنى حق المستهلك في الحصول على معلومات موضوعية كافية عن منتوجات والخدمات المعروضة عليه من الإشهار الخادع والمضل، وحق الاختيار ومعناه حق المستهلك في الاختيار بين السلع بقصد الحصول على سلعة أو خدمة ذات جودة مقابل سعر معقول، وحق الاستماع للمستهلك ومعناه أن الحكومة ستأخذ مطالب المستهلكين بعين الاعتبار عند ووضعها لسياسة الحكومية فمثلاً دأب .

الفرع الأول :تعريف حماية المستهلك

بوجه عام ترتبط فكرة الحماية بالدرجة الأولى بالمستهلك باعتباره هو المعني بهذا المقصد الاستراتيجي الذي ترسم له الدولة السياسات العامة الهادفة إلى بناء منظومة تجارية تتمتع بقدر كبير من الممارسات الشفافة.

ان هذا المصطلح لا يبدو في البداية غامضاً أو سهلاً ، لكن عندما نخوض فيه بالتحليل والتقييم فان الأمر يتطلب شيئاً من الدقة والتنظيم حتى يمكن الوصول البعد أدنى من الاتفاق على بعض عناصر هذا المدلول القانوني¹.

الفرع الثاني : المقصود بحماية المستهلك

¹ - محمد كامل يعقوب ، سياسة حماية المستهلك في ظل شفافية الممارسات التجارية دراسة حالة المديرية الولائية للتجارة بولاية الوادي 2020/2019 ، تدخل ضمن متطلبات الماستر في العلوم السياسية ، تخصص سياسات عامة وإدارة محلية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم العلوم السياسية ، جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي ، 2020/2019 ، ص .22

ترتبط كلمة حماية ارتباطا وثيقا بضمان الحقوق التي أقرت المستهلك حتى أضحى يعاني بشكل دائم من العديد من الأزمات الحادة ولذلك فالمقصود بحماية المستهلك في هذه لدراسة هو توفير الأمان له بمعناه الشامل ، أي بمعنى تحقيق مقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة من خلال تعظيم قدراته في التصدي للممارسات الضارة بمصالحه واتخاذ الإجراءات الكفيلة التي توفر له هذه الحماية إجمالا في مختلف الاتجاهات¹. وترتبا على ذلك فإن تحقيق مطلوبات هذه الحماية على ذلك النحو تستدعي التنسيق بين جميع الجهات القائمة على شؤون الاستهلاك وفق منظومة علمية وعملية تعمل على توفير الهياكل الأساسية لوضع سياسات حماية المستهلكين وتنفيذها.

الفرع الثالث: مجالات حماية المستهلك

أولا: حماية الأمن الجسدي للمستهلك:

في ظل التطور الصناعي والتكنولوجي للسلع والخدمات اختفى الطابع التقليدي لاستخدامها وأضحى الحديث عن تلك المكونات الإشعاعية والكيميائية المتطورة التي تصيب الإنسان في جسمه مباشرة فتعرضه للآهات والأمراض من حيث لا يدري أصلا والأمر لا يقتصر على هذا فقط بل إن جشع المنتجين وتدفق الثروة في أيديهم بأرقام مذهلة تعمدوا غش منتجاتهم باستخدام العديد من المواد ذات الخطورة الشديدة والسامة والمنتبهة الصلاحية بغرض تحقيق فائض أكبر للربح.

لذلك كان الاهتمام بوضع الضوابط والمعايير التي يجب أن تخضع لها السلعة عند إنتاجها وكذلك اعتماد التدابير المناسبة وبصفة خاصة التدابير القانونية وأنظمة السلامة لضمان الأمان في المنتجات وتحديد المواصفات التي تمثل الحد الأدنى الواجب حتى يتحقق

¹ - عبد الله عبد العزيز الصعدي، الأهمية الاقتصادية لتشريعات المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون التي نظمتها ، جامعة الإمارات ع م خلال الفترة من 1998/12/06، ص2.

عنصر السلامة للمستهلكين ، بالإضافة إلى إيجاد نظم فعالة لسحب المنتجات التي تظهر خطورتها بعد طرحها في الأسواق مع أخطار وإعلام جمهور المستهلكين بذلك»¹.

ولذلك على المشرع الجزائري ألا يكون رحيما فيمن يتعمدون صناعة السموم واستخدام المواد المحظورة عالميا والتي تسبب الموت الحتمي البطيء أو السريع فيتخذ كل الأساليب القانونية التي تردع هؤلاء الفاسدين والمارقين على حدود فطرة الإنسان وذلك بتكليف هذا السلوك الإجرامي إلى جنائية والتي توجب القصاص العادل. لأنه إذا نص عليها القانون فعلا فلا يمكن أبدا أن يتناول العون الاقتصادي على المستهلك فقد قال تعالى ولكم في القصاص حياة يا أولى الألباب»

ثانيا : حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

وبوجه عام يعني تمكين المستهلكين من الانتفاع الكامل بالسلع والخدمات من خلال مواردهم المالية وحمايتهم من أشكال الممارسات التي تسبب أضرار بشؤونهم الاقتصادية. «ذلك لأن المستهلك عندما يبتغي أن يحوز سلعة فإنه يريد الانتفاع بها مقابل دفع مبالغ مالياه في ذلك ولا ينتظر أصلا الخسارة ، ولذلك فالمصالح الاقتصادية للمستهلكين تتأثر بصورة مباشرة لدى تخلف أي من هذه العناصر أو تعرضها للضغط، وبصورة غير مباشرة عندما تقل فرص الاختيار أمامه بين هذه السلعة وبين ما يماثلها في السوق»².

وتبعاً لذلك فهذا النمط مرتبط بوجود منافسة شفافة ونزيهة بين المنتجين ، لما لها من آثار ايجابية في إنتاج السلع وتقديم الخدمات بصورة جيدة وبأقل تكلفة وبضرورة ربطها بمعايير الجودة والسلامة من طرف الجهات المختصة.

¹ - عبد الله عبد العزيز الصعيدي ، المرجع السابق ، ص. 44

² - عبد الله عبد العزيز الصعيدي، نفس المرجع ، ص 46.

وفي هذا المقام شهد العالم بأسره وباء لكونا ابتداء من شهر فيفري 2020 والذي بدأ في الصين وقتل وما زال يقتل أكثر 400000 حالة مؤكدة ، وعن الجزائر بلدي أصيبت بهذا الجندي الفتاك الذي لا يرحم ، فتجنبت جميع الجهات لمواجهته ولا سيما رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون الذي أمر كل المعنيين بالوقاية من هذا الداء القاتل فاستجابت لذلك وزارة التجارة لاتخاذ التدابير الفعالة للحيلولة دون تفاقم الوضع ، فأمر احد مخلصيها وزير التجارة البروفيسور كمال رزيق بالضرب من حديد لكل من تسول له نفسه أن يتلاعب بالأسعار المقننة مثل السكر والسميد والزيت. وفعلا تم رصد كثيرا من المحاولات الخطيرة على مستوى الوطن، لكن أعوان التجارة كان لهم وقعا أليما على المفسدين ولذلك أود في هذه النقطة بالذات ، وكان حريا بالأعوان الاقتصاديين في هذا الظرف العصيب الذي تمر به الجزائر حماية المستهلك ، لكن طمع النفوس وقلة الإيمان بالقدر خيره وشره سلب عقولهم وماتت قلوبهم حبا وطمعا في الدنيا الفانية ونسو دار القرار ، وأقصد بالبعض بالطبع الذين نجدهم في السراء والضراء يدمنون السوء والمكر والخداع والغش.

ثالثا : حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك

إن سلامة وصحة المستهلك تكمن فقط عندما يشعر بأنه غير متقل بالضغوطات النفسية والإعلامية التي تجعله أحيانا يقبل على السلعة أو الخدمة دون إدراك وغبن كالإعلانات التجارية والتي غالبا تحمل في طياتها الكذب والبهتان والإغراء¹. وفي نفس المقام يجب أن تكون الإرادة بمنأى عن الممارسات التعسفية والعدوانية، الصادرة من المتعاقد الآخر والتي يعد من أوضح مصادرها تلك العقود التي تختفي معها قدرات المستهلك على مناقشة بنود العقد والتفاوض بشأن شروطه على نحو ينال من مصالحه بوجه عام»

¹ - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية مصر، 2004، ص45.

وواقعا كثيرا ما يقع المستهلك ضحية عقود الإذعان مثلا فلا يجد أي حيلة للخروج منها خاصة التي تحتكر السلعة أو الخدمة كمؤسسات الكهرباء (سونلغاز) وكذلك وكالات السياحة والأسفار المنتشرة عبر الوطن التي لحد الساعة تبرم عقودا تعسفية لكن وزارة التجارة لا تحرك ساكنا اتجاهها ولا ندري لماذا ؟ ، بالكاد أن يذهب أعوان التجارة لإجراء معاينات وتحقيقات ، بالرغم من هذه المؤسسات المعنية بالرقابة حسب القانون تقوم بعقود تعسفية شديدة الوطأة على المستهلك ، فمثلا إذا أراد أي شخص أن يذهب للعمرة فتطلب منه التوقيع على بنود العقد وهي من جانب واحد أي إذا أرادت هذه المؤسسة إلغاء الرحلة فترجع للمتعاقد المبلغ الذي دفعه فقط ، أما إذا كان الإلغاء من طرف الزبون فترجع له نسبة معينة قد تكون 70% إلى 80%. العقد وهذا هو التعسفي ، كان من المفروض إذا ألغيت الرحلة من طرف الوكالة فيجب تقديم التعويض عن التأجيل أو الإلغاء مضاف إليه المبلغ المدفوع وهذا طبقا لبنود القانون 04/02 المتعلق بنزاهة الممارسات التجارية.¹

رابعا : حماية فكر المستهلك وثقافته

المقصود بذلك إمام مجموع المستهلكين بما قد يتوافر من معلومات حول السلع والخدمات وظروف السوق بوجه عام ، الهدف أن يكون لديهم قدرا من الثقافة فيما يتعلق بالمسألة الاستهلاكية إجمالا وهو الاتجاه الذي يمثل أحد أساليب الإدراك للواقع الاجتماعي لما يشمل عليه من علاقات ونظم وفهم ما يدور من أحداث وما تعقبها من ردود أفعال متباينة على نحو تحقيق معه للوصول إلى المستوى .

الفرع الرابع: أساليب حماية المستهلك

تعددت هذه الأساليب بهدف حماية المستهلك بالدرجة الأولى أما علميا أو اجتماعيا أو قانونيا أو عمليا.

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص ص 46-50

أولاً: الحماية العلمية

«المقصود بذلك الدور الذي تساهم الجهات العلمية والبحثية المختلفة في تحقيق الحماية للمستهلكين من خلال القيام ببعض الأنشطة العلمية ذات الاتصال بالجمهور فيما يتعلق بأمور معيشتهم.

وبمقتضى ذلك توفير المرافق اللازمة باعتماد سلامة وجود وأداء السلع والخدمات الاستهلاكية والأساسية وفق معايير موضوعية وعلمية والإعلان عنها لجمهور المستهلكين وتنظيم الندوات وإلقاء المحاضرات بهدف التعريف بها.

وبموجب ذلك الاهتمام بتحديد المواصفات القياسية وعلامات الجودة والأمان للسلع والخدمات بشكل يؤدي إلى توجيه إرادة المستهلك توجيهها صحيحاً نحو الاختيار ذات الطبيعة الآمنة والمستوى الجيد، ذلك أن سعر السلعة لم يعد هو المعيار الوحيد الذي يدل على جودتها»¹.

يعد هذا العنصر من أهم مقومات حماية المستهلك لكونه مرتبطاً بالسياسة العامة للدولة على وجه الخصوص الهادفة إلى تثقيف المواطنين من خلال وضع برامج موجهة سنتناول مواضيع متعلقة بالصحة ولاسيما المواد المشبعة بالمضافات الكيميائية والصناعية ومصدر إنتاجها وتاريخها ولا يأتي ذلك إلا إذا علم المستهلك علماً يقيناً من خلال دقة المعلومات والمواصفات والتي هي مسؤولة بصفة مباشرة عن حماية المستهلك بواسطة منظومة وهيئات إدارية مؤهلة.

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص55.

ثانيا: الحماية الاجتماعية

ويظهر هذا النمط من الحماية بواسطة إنشاء وتكوين الجمعيات ذات الصلة بهذا الموضوع والتي عادة ما تتناول هذه الأهداف:

- 1 - توعية المستهلك إلى السبل والوسائل التي تؤهله للمعرفة الصحية للسلع والخدمات.
- 2 - خلق جسور التواصل بين أجهزة الدولة والسوق.
- 3 - التنسيق وتكثيف الجهود والخبرات لتوفير البدائل المتنوعة للدفاع عن حقوق المستهلكين.

ثالثا: الحماية القانونية

1 - الحماية التشريعية: و يقصد بها تلك القرارات والأحكام والقوانين وجملة المراسيم التي تضمن حقوق المستهلكين وتحميه من مواجهة الأطراف الأخرى للنشاط الاقتصادي من منتجين وبائعين وموزعين¹.

ويتميز هذا الصنف بالطبيعة الوقائية باعتبار أن النصوص القانونية تضمن سلفا المعايير التي يجب أن تكون عليها المنتجات وقياسات درجة جودتها على جميع المستويات مثل تنظيم المنافسة بين المنتجين وكذلك المنتجات العابرة للحدود وهذا ما كرسه فعلا المشرع الجزائري في عدة قوانين متعلقة بالتجارة وعلى وجه الخصوص القانون 02/04 وهو موضوع الدراسة الذي يتناول بالدرجة الأولى شفافية ونزاهة الممارسات التجارية لأنه بغير هذه القوانين لا يمكن مطلقا حماية المستهلك شريطة أن تكون فعالة ولو كانت ناقصة في المضمون وحتى تكون كذلك فهي مرتبطة أصلا بجودة النظام السياسي برتمته ومدى فعاليته مع أدواته التنفيذية والمتمثلة في اختيار نوعية الكفاءات الأخلاقية والعلمية، لأنه كم من

¹ - عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص 56.

إطار ذا شهادة عليا لكنه لص محترف وكم من مسئول تراه في الأخلاق عظيما وفي التسيير سقيما.¹

2 - الحماية العملية ولها مظهران :

المظهر الأول: الحماية التنفيذية

إن الإدارة هي الجهة الوصية وصاحبة الاختصاص الأصيل في تأهيل القواعد القانونية المتعلقة بحماية المستهلك، سواء كانت مركزية أم لا مركزية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، فعند القيام بهذه المهمة فلا بد من مراعاة التوازن بين كافة العناصر الفعالة في العملية الإنتاجية والاستهلاكية ، بعبارة أخرى التنسيق بين مصالح السوق والمنتج والتاجر والمستهلك من خلال الواجبات المفروضة على الإدارة بوجه عام ومنها:

- مراقبة الأماكن المخصصة للتوزيع والإنتاج.

- مشروعية وجود شهادات ذات المنشأ والصلاحية.

- الرقابة على المكونات والمواد الأولية المستخدمة في إعداد السلعة.

- الرقابة على توافر متطلبات الأمان والجودة في الحاويات والتعليق .

- الرقابة على البيئة المحيطة لعمليات الإنتاج والتصنيع وكذا كفاءة الإدارة المشرفة عليها.

المظهر الثاني: الحماية القضائية

بواسطة السلطة القضائية يمكن توقيع أشد العقوبات والجزاءات الذين يرتكبون عمدا أو سهوا وإهمالا المخالفات التي من شأنها الإضرار بصحة وسلامة المستهلك من السلع

¹ - بودالي محمد، مرجع سابق، ص32.

والخدمات كتشجيع المحل التجاري وحجز السلع والغرامات المالية والسجن ، وقد يصل الأمر أحيانا إلى تطبيق حكم الإعدام إذا أدى الأمر إلى الموت المحقق.

المبحث الثاني : رسالة الإشهارية

الإشهار رسالة تهدف إلى ترويج سلعة أو خدمة أو فكرة وفي العديد من البلدان يعيش الناس يوميا أشكالاً مختلفة من الإشهار والإشهارات المطبوعة تشغل مساحة كبيرة من الصحف والمجلات، بينما تظهر الملصقات الإشهارية في كثير من المركبات العامة والمحلات التجارية والمرافق العامة. وتتخلل الإشهارات التجارية برامج التلفاز والمذياع¹. يصل الإشهار إلى الجمهور عن طريق أشكال متعددة من وسائل الاتصال، وتشمل هذه الوسائل الصحف اليومية والمجلات والتلفاز والمذياع حيث تشتري الجهات المعلنة مساحات في الصحف والمجلات لتنتشر إعلاناتها، كما تشتري جزءا من وقت التلفاز والمذياع لتعرض فيه إعلاناتها التجارية إضافة إلى الأشكال الرئيسية للافتات الخارجية التي يطلق عليها الإشهار الخارجي وهي: الملصقات واللوحات الملونة و اللوحات الكهربائية الضخمة. وهناك وسائل إشهارية أخرى تشمل : الإشهارات الموضوعة على وسائل المواصلات وعرض الواجهات و العرض في مكان البيع ودليل الهاتف و توزيع التذكارات. وللإعلان تأثير كبير على حياة الناس في البلدان التي ينتشر فيها على نطاق واسع، حيث يُشجَعُهُم على تناول أنواع معينة من الطعام أو ارتداء ملابس معينة أو اقتناء سيارات معينة أو استعمال أنواع معينة من السلع المستخدمة في المنازل. ويُروّج الإشهار لاستعمال الأدوات الموقرة للوقت، ومن ثم يقترح عليهم كيفية الاستمتاع بوقت الفراغ المتاح. وعلى هذا النحو، فإن الإشهار

¹ -لجلط مراد ، الإطار القانوني للإشهار في الجزائر ، مذكرة مكملة للماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، قسم علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة محمد بوضياف - المسيلة ، 2021، ص أ.

يساهم في تشكيل الذوق العام والعادات والأمزجة والثقافات السائدة في البلد. وقد يساهم الاشهار في رفع المستوى المعيشي وذلك عن طريق الترويج لبيع عدة أنواع من السلع¹. يعدّ الإشهار التجاري من أحد الوسائل الاتّصالية الذي اكتسب مكانة مهمّة في عصرنا، حيث أصبح وسيلة ضروريّة تتطلبها جميع المجالات، فلا يمكن تصوّر وجود مجتمع متطوّر بدون إشهار فهو سمة العصر نظرا لارتباطه بالحياة اليوميّة. ولقد تزامن ظهور الإشهار مع الثّورة الصناعيّة بعد الحرب العالمية الثّانية فقد أسهم التطور الصناعي في زيادة المنتجات وتنوعها، وهذا ما دفع ببعض المؤسسات الاتصالية بالبحث عن وسيلة لتعريف منتجاتها وإصداراتها، مستعينة بعملية اتصال جماهيرية كتقنية تعاقدية تمكنها من جذب المستهلك وإقناعه باستعمال الوسائل الحسية والنفسيّة. وعليه يتعين دراسة هذا المبحث في مطلبين ، حيث نتطرق شروط الرسالة الإشهارية في المطلب الأول، و المبادئ المتعلقة بالرسالة الإشهارية في المطلب الثاني.

المطلب الأول : الشروط الرسالة الاشهارية

تعتبر الشروط الرسالة الاشهارية من المواضيع المتعلقة بتحديد النصوص القانونية و التنظيمية والتي هي تخضع لجملة من الضوابط التي يجب مراعاتها، واحترامها قبل إصدار الرسالة الإشهارية، والتي بموجبها تضمن نوعا من الحماية المسبقة والوقائية للمستهلك².

وعليه فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق الشّروط العامة الواجب توفرها في الرسالة الإشهارية. في الفرع الأول، والشروط المنظمة للإشهار حسب خصوصية الوسيلة الإشهارية في الفرع الثاني.

¹ - محمد كامل يعقوب ، المرجع السابق ، ص 29.

² - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، ، دار الكتاب الحديث، الجزائر، طبعة 2006، ص 166.

الفرع الأول :الشروط العامة الواجب توفرها في الرسالة الإشهارية.

إن الوسائل الإشهارية بمختلف أنواعها تخضع لجملة من الضوابط التي يجب مراعاتها واحترامها قبل إصدار الرسالة الإشهارية، والتي بموجبها تضمن نوعاً من الحماية المسبقة والوقائية للمستهلك المتلقي للإشهار وهي كالاتي:

أولاً: الضوابط المتعلقة بالشيء المعلن عنه:

- بغض النظر عن طبيعة السلعة أو الخدمة، يجب أن يكون محل الإشهار مشروعاً¹.
- يجب أن يكون محلاً للرسالة الإشهارية خالياً من العيوب أي سليماً، وهذا ما نصت عليه المادة 05 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999.

ثانياً: الضوابط المتعلقة بالمعلن².

- بموجب المادة 22 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999، يجب على المعلن أن يلتزم بإظهار اسمه في الإشهار التجاري.
- أن يكون جاداً في عرضه للمنتجات والخدمات، فيجب أن يكون ما عرضه متوفراً، فلا يجوز الإشهار على سلعة لا تتوفر بكميات كبيرة مثلاً، أو أن يكون العرض محدوداً، بل يجب أن تفي هذه الأخيرة بطلبات المستهلكين المتلقين للرسالة الإشهارية.
- التصريح الصادق بمحتويات المنتج أو الخدمة وذلك بواسطة وضع بيانات صحيحة تصف هذه الأخيرة، وهذا ما نصت على ضرورته المادة 18 من مشروع الإشهار لسنة 1999 كما يلي: ” يجب أن يكون الإعلان التجاري صادقا ومطابقا للحقيقة من جميع الوجوه.”

¹ - بوراس محمد، النظام القانون للإشهار عن المنتجات والخدمات (دراسة تأصيلية للإشهار التجاري) ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2014

² - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 65.

ثالثاً : الضوابط المتعلقة بالرسالة الإشهارية في حد ذاتها :

- تحديد هوية الرسالة الإشهارية مهما كان السند الإشهاري ويمنع ولا يؤخذ بالإشهار المجهول.

- صحة البيانات الواردة في الرسالة الإشهارية، يلتزم المعلن بذكر البيانات الخاصة بالمنتج أو الخدمة بشكل صحيح حتى ولو كان هدفه التأثير على نفس وسلوك المستهلك لجذبه لاقتناء المنتج أو الخدمة، فعليه التعريف بالمنتج بصدق وجدية، فهو ملتزم بالإعلام الذي يفرضه القانون وهذا يظهر في المادة 17 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ويظهر أيضا في المادة 5 الفقرة 3 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1989 كما يلي: "إضافة إلى القواعد الأساسية للأداب والأمانة والصدق..."، والمادة 38 من دفتر الشروط الخاص بالتلفزيون¹. والتي تنص على أنه: "ينبغي أن يكون محتوى البلاغات الإشهارية مطابقا لمقتضيات الصدق واللياقة واحترام الأشخاص"، وتقابلها نص المادة 37 من دفتر الشروط الخاصة بالإذاعات².

ومع ذلك فإن الإشهار لا يمكنه أن يكون صادقا بصفة مطلقة لأنه لا يقول كل الحقيقة، لأن المعلن لا يركز إلا على مزايا السلع والخدمة في إشهاره وهكذا يبقى على المستهلك التزود بالفطنة والحذر عند تلقيه الرسالة الإشهارية.

- لغة الإشهار يجب أن يعتمد المعلن على لغة بسيطة ليفهمها جميع المستهلكين، فاستعمال اللغة العربية بالإضافة لكونها رمزا من الرموز الوطنية المنصوص عليها في المادة 3 من الدستور الجزائري لسنة 2016، نص عليها القانون رقم 91-05 المتعلق بتعميم استعمال

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى المؤسسة العمومية للتلفزيون، ج.ر. عدد 19 ، 1991، ص13.

² - المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعات المسموعة، ج.ر. عدد 19 ، 1991 ، ص13.

اللغة العربية في المادة 19¹ وتنص المادة 31 من نفس القانون على معاقبة كل مخالف لأحكام المادة 19 المذكورة سابقاً.

بالإضافة لذلك نصّت أيضا المادة 10 من مشروع قانون الإشهار على أن: " كل إشهار تبثّه الوسائل السّمعية- البصرية في الجزائر، يجب أن يكون باللّغة العربية". وتلزم كل هذه المواد استخدام اللغة العربية كلغة أصلية واستثناء يسمح باستخدام لغة أجنبية عند الضّرورة خاصة إذا كانت القنوات الإذاعية والتلفزيونية موجهة للخارج.

الحصول على ترخيص مسبق في بعض الإشهارات التجاريّة وذلك في الحالات

التالية:

1 - محل الرسالة الإشهارية:

يشترط الترخيص المسبق لعرض الإشهارات التجارية بالنسبة لمواد معينة كالمواد الصيدلانية والطبية وهذا ألزم المشرع الجزائري بموجب نص المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المتعلق بالإعلام الطّبي والعلمي حول المواد الصيدلانية ذات الاستعمال في الطبّ البشري² ويصدر هذا الترخيص من قبل وزير الصّحة العمومية بعد أخذ رأي لجنة مراقبة الإعلام الطبي والعلمي حول المواد الصيدلانية، فما على الراغب بالحصول على هذا الترخيص بتقديم مشروع عن الرسالة الإشهارية، إلا التّوجه للجهات المعنية السابقة.

¹ - المادة 19: "يتم الإشهار بجميع أنواع باللغة العربية ويمكن استثناء استعمال لغات أجنبية إلى جانب اللغة العربية عند الضرورة"، من القانون 91-05 المؤرخ في 16 يناير، المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية، ج.ر. عدد 03 ، 1991، ص9.

² - المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 6 جويلية 1992، ج.ر. عدد 53 ، 1992، ص13.

وهذا ما كان نص المادة 10 من نفس القانون، وإن إشهار المواد الصيدلانية مقصور على المنتجات المصادق عليها من قبل الوكالة الوطنية للمواد الصيدلانية المستعملة للطبّ البشري وهذا ما نصّت عليه المادة 25 من القانون المتعلق بالصحة وترقيتها¹.

أما عن مشروع الإشهار لسنة 1999، فقد اكتفت بمادة واحدة في هذه النقطة، حيث ألزم نص المادة 53 التي أخضع فيها الإشهار الخاص بالمواد الصيدلانية إلى تأشيرة تمنحها السلطات المؤهلة أما بالنسبة للمرسوم التنفيذي رقم 06-15 المؤرخ في 18 يونيو 2006، فقد وضع شروط للممارسة أنواع من البيوع كالبيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن التعامل البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود².

فقد ألزم المشرّع في هذه الأنواع من البيوع حصول العون الاقتصادي على ترخيص مسبق، وهذا ما يظهر في نصّ المادة 6، 8، 12، 16 من نفس المرسوم التنفيذي.

2 - في حالة استعمال لغة أجنبية تكملة للنصّ الإشهاري:

ذكرنا فيما سبق كيف سمح المشرّع باستعمال لغة أجنبية ولكن شريطة أن تكون تكملة النصّ العربي مثل كلمات لا يوجد لها مرادفا باللغة العربية وأيضا في هذه الحالة اشترط المشرع الجزائري الحصول المعن على ترخيص مسبق، وهذا في نص المادة 19 من القانون رقم 91-05 السالف الذكر من دون تحديد للجهة المكلفة بذلك.

¹ - القانون رقم 13/08 يعدل ويتم القانون رقم 05/85 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها المؤرخ في 20 يوليو 2008، المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي حول المواد الصيدلانية ذات الاستعمال في الطبّ البشري، ج.ر. عدد 03، 2008، ص9.

² - بلعروسي أحمد التيجاني ويوسفي أحمد، التشريع والتنظيم المتعلقان بحماية المستهلك، الجزء الأول، دار هومة، الجزائر، 2008، ص165.

3 - شروط متعلقة بنوع معين من المسابقات الإشهارية:

كتلك المسابقات التي تحفز الجمهور على شراء المنتجات والاستفادة من الخدمات، وذلك بإغرائه بهدايا وقيم مالية يحصل عليها باقتنائه لما هو معروض وهذا ما يجعل الإقبال بكثرة¹.

ولكنّ هذه المسابقات أيضا لها شروط وجب توفّرها، كاسم المنظم وعنوانه، الفترة الزمنية المخصصة للمسابقة، وعرض الجوائز وقيمتها، ويشترط اختيار الفائزين، مع العلم أن مشروعية المسابقة تتوقف على عدم تدخل الصدفة فيها². والإشهار الخاص بتسويق السيارات كذلك له شروط لاستعمال الوسائل الترويجية لإشهار هذه العلامة أو تلك، وللنشاط الإشهاري في هذا المجال دخل كبير بأمن الطرقات وسلامة المواطن³. وهذا ما كان نصّ المادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 08-390 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات⁴. والتي تمنع على الوكيل أن يقوم بالإشهار باختلاف أنواعه، والتي من شأنها تشجيع التصرفات الخطيرة، وذلك لضمان أمن مستعملي الطرق، وبالعكس يشجع على الإشهار الذي يهدف إلى التحسيس والوقاية.

الفرع الثاني : الشروط المنظمة للإشهار حسب خصوصية الوسيلة الإشهارية.

بالإضافة للشروط العامة لكيفية الإشهار، هناك أيضا شروط أخرى يجب احترامها، ولكن هذه المرة مرتبطة بنوع الوسيلة المعتمد عليها في نقل الرسالة الإشهارية، فلكل وسيلة خصائصها ومميزاتها التي تنفرد بها، لذا نظمها المشرع الجزائري ولكن دائما بموجب نصوص قانونية متفرقة وهي كالاتي:

¹ - دعاس كمال، حق المؤلف والإشهار، شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم القانونية، الجزائر، السنة الجامعية 2003 - 2004، ص 45.

² - محمد بودالي، المرجع السابق، ص 222.

³ - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 298.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم 08-390 المؤرخ في 24 ذو القعدة 1429 الموافق لـ 12 ديسمبر 2008، المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات، ج.ر. عدد 78، 2008، ص 14.

أولاً: الضوابط القانونية للإشهار في الوسائل المقروءة:

دخل في مفهوم الوسائل المقروءة جميع النشريات الدورية والمادة 06 من القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام¹.

جاء بتعريف يحددها فهي كالصحف والمجلات بكل أنواعها والتي تصدر في فترات منتظمة وصنفها إلى صنفين، النشريات الدورية للإعلام العام والتي حددتها المادة 7 من نفس القانون بأنها كل "نشرية تتناول خبراً حول وقائع لأحداث وطنية ودولية، وتكون موجهة للجمهور"، أما الصنف الثاني فيشمل الدوريات المتخصصة وهي حسب تسميتها تتناول مواضيع خاصة وتوجه لفئات معينة من الجمهور، وهذا ما نصت عليها المادة 08 من نفس القانون.

وقد أعطى هذا القانون الأهمية لهذه الدوريات سواء العامة أو الخاصة، ويظهر ذلك في مادته 40 التي وضعت السلطة جهازاً له لضبط الصحافة المكتوبة والذي يتمتع بالاستقلالية القانونية والمالية والذي من مهامه المخولة له السهر على احترام مقاييس الإشهار لمراقبة هدفه ومضمونه.

للصحف بأنواعها دور كبير في نقل الخبر والمعلومة للقارئ أو مستهلك هذه الخدمة، ولهذا نصّ المشرع الجزائري بموجب المادة 28 من قانون الإعلام إلى الحدّ من المساحة المخصصة للإشهار والتي لا تزيد عن الثلث (3/1) من المساحة الإجمالية للنشرية، وهذا حتى ولو كان الإشهار مشروعاً حتى لا يقع المستهلك في تضليل يفقد هذه الصحف المصدقية، ولأن الهدف من هذه الأخيرة حصول المستهلك على الأخبار بمختلف أنواعها.

¹ - القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بالإعلام ، ج.ر. عدد 02 ، 2012، ص5.

ثانيا : الضوابط القانونية للإشهار في الوسائل السمعية والمرئية:

يدخل في فئة هذه الإشهارات كل من الإشهارات التي تتم عن طريق الراديو أو التلفزيون، وعرفها المرسوم التنفيذي رقم 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري على أنها اتصال في صورة خدمات إذاعية أو تلفزيونية تقدم للجمهور مهما كانت وسيلة بثها¹.

1 - الراديو:

ينتمي الراديو للأجهزة السمعية أي يقدم خدمة إذاعية وقد عرفته المادة 7 الفقرة 10 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه على أنه "خدمة اتصالات راديوية تكون إرسالها معدة ليستقبلها عموم الجمهور مباشرة، ويمكن أن تشمل هذه الخدمة إرسالات صوتية أو تلفزيونية أو أنواعا أخرى من الإرسال".

تظهر الضوابط الموضوعية من طرف المشرع الجزائري والخاصة بالرسائل الإشهارية التي تبث عن طريق الراديو في المرسوم التنفيذي رقم 91-103 السابق الذكر، والذي وضع شروط متعلقة بالإشهار في الإذاعة، وذلك من خلال جملة من الالتزامات الواردة في الفصل الرابع من دفتر الشروط، والتي هي كالاتي:

- وجوب أن يطابق محتوى الرسالة الإشهارية مستلزمات الصدق، واحترام الأشخاص.
- أما المادة 38 فقد نصت على ضرورة خلق الرسالة الإشهارية من كل أنواع وأشكال التمييز العنصري أو الجنسي ومشاهد العنف.
- المادة 40 ذكرت وجوب عدم استغلال الإشهار الجمهور خاصة الأطفال والمراهقين، وأخيراً نص المادة 41 الذي يمنع كل إشهار غير مشروع ومحظور تشريعياً.
- ومع هذا تبقى وسيلة الراديو ضعيفة نوعاً ما في مجال الإشهار، باعتبارها تعتمد على الوصف اللفظي للسلعة أو الخدمة، وهذا ما يؤثر على إقناع الجمهور².

¹ - المادة 7 الفقرة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري

ج.ر. عدد 16 ، 2014 ، ص14

² - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 158.

2 - التلفزيون:

للتلفزيون أهمية كبيرة وإيجابية أكبر، فهو أهم الوسائل إقبالاً من الجماهير وهذا ما يجعل المواد المعروضة من خلاله أكثر عرضة للمشاهدة فهو يجمع بين خاصيتين، البصر (الصورة) والسمع (الصوت)، ونتيجة لذلك يعطي للجمهور الصورة الكاملة للسلعة أو الخدمة، مما يؤدي لإقناعه والتأثير عليه¹.

وعرف المشرع الجزائري خدمة البث التلفزيوني في المادة 7 الفقرة 3 من المرسوم رقم 04/14 المذكور سابقاً بأنها: " كل خدمة اتصال موجهة للجمهور بواسطة إلكترونية تلتقط في آن واحد من طرف عموم الجمهور أو فئة منه، ويكون برنامجها الرئيسي مكوناً من سلسلة متابعة من الحصص على صور وأصوات."

والشيء نفسه بالنسبة للتلفزيون فقد ضبطها المشرع الجزائري بقواعد منظمة للإشهارات التلفزيونية، وهذا في الفصل الخامس من المرسوم التنفيذي رقم 91-101 السالف الذكر، وما يمكن ملاحظته أن هناك شروط مطابقة للشروط السابقة المتعلقة بالإشهارات الإذاعية والمذكورة في المواد 38-39-40-41، والمتعلقة بالتزام الصدق والمصادقية، وعدم استغلال الأطفال، وحظر إشهار المنتجات والخدمات المحظورة قانونياً، وبالإضافة إلى ذلك نصت المادة 46 من نفس المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المذكور أعلاه على تحديد وقت البث الإشهاري والذي لا يتجاوز 4 دقائق عن كل ساعة من البث في المعدل سنوياً، وأيضاً نص المادة 48 من المرسوم التنفيذي رقم 14-04 السالف الذكر، والذي نص على وجود احترام القواعد القانونية والتنظيمية المتعلقة بالإشهار، وأيضاً الامتناع عن بث محتويات إعلامية أو إشهارية مضللة.

¹ - مريم زعتر، الإعلان في التلفزيون الجزائري، تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية، ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق الإخوة منتوري، قسنطينة، 2007-2008، ص 62.

3 - الإشهار الإلكتروني:

كان للتطور التكنولوجي السريع أثراً كبيراً على تطور الإشهار بوسائل حديثة متطورة، فقد ظهر ما يسمّى بالإشهار عن طريق الإنترنت أو التلفون المحمول من خلال الرسائل القصيرة (SMS)، أو في البريد الإلكتروني عن طريق الرسائل الإلكترونية (Impox) وهي رسائل دعائية تصدرها مواقع مختلفة، وتوهمك بجائزة تنتظر، فالإنترنت تعتبر سوقاً مفتوحة للبيع والشراء، الإيجار، فما على التاجر إلا تسجيل إعلانه صوتاً وصورة وهذا ما يعطي الفرصة للمستهلك بمقارنة هذه السلع أو الخدمات من إعلان إلى إعلان وله أيضاً خدمة التوصيل إلى المنزل¹. وعند إغلاقه المربع الخاص بالرسالة بالأمر close يتفاجأ بعودة هذا الإشهار².

وتتنوع أشكال الإشهارات الإلكترونية، فهناك المواقع الإلكترونية (les sites) والبريد الإلكتروني (Email) وهو رسالة يتم إرسالها عبر شبكة عامة للاتصالات ويمكن أن تتضمن إشهارات، وهناك أيضاً الشريط الإعلاني، وهو مستطيل صغير الحجم بالمقارنة بصفحة الموقع ويتواجد أعلى الصفحة، ويظهر بشكل تلقائي دون أن يطلبه مستخدم الموقع، ولا يستطيع في الغالب التخلص منه لعدم وجود أيقونة لإلغائه، فيجد المستهلك نفسه أمام غزو من الإشهارات.

وفي الحقيقة لم ينصّ المشرع على هذا النوع من الإشهار - الإشهار الإلكتروني - ولم يحذو حذو التشريعات الأوروبية التي تحمي التجارة الإلكترونية، وتضع جوانب قانونية لخدمات مجتمع المعلومات³.

¹- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الفكر الجامعي، مصر، ص 55.

²- شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص 37.

³- بوراس محمد، المرجع السابق، ص 166.

إلى جانب الإنترنت هناك وسيلة الهاتف النقال بنظام GSM الذي أُنشئت عنه وزارة البريد والمواصلات سنة 1999، وهو بمثابة انطلاقة للاتصالات الجزائرية اللاسلكية¹. وفي أوت 2001 منحت الرخصة الأولى لمجمع أوراسكوم لوضع شبكة الهاتف النقال باسمها التجاري "جازي" وعام 2002 استفادت شركة اتصالات الجزائر من رخصة لتنظيم نشاطاتها للهاتف الثابت والناقل. بتقديم الخدمة العامة للمواصلات السلكية واللاسلكية، وفي أوت 2003 تم إنشاء موبيليس للهاتف النقال وبعدها في ديسمبر 2003 منحت الرخصة الثالثة لمجمع الوطنية للاتصالات باسمه التجاري نجمة² والتي تعرف بـ "أوريدو" حالياً، وأمام المنافسة القوية ما بين الثلاث مؤسسات وجد المشرع الجزائري نفسه مضطراً لضبط الإشهار في هذا المجال، وهذا بإصداره القانون رقم 03/2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية³. وأعطت مهاما لسلطة الضبط للبريد والمواصلات للسهر على وجود منافسة فعلية ومشروعة في هذا المجال، وبهذا أصدرت هذه السلطة قرار 02 المؤرخ في 2011/01/12 يحدد الشروط والأحكام المطبقة على العروض الإشهارية لمتعاملي الهاتف النقال من نوع GSM⁴ ..

أما عن شروط الإشهار عن طريق GSM فهو لا يتجاوز مدة العرض الترويجي بما فيه الإشهار 30 يوماً، ولا يمكن أن تقل المدة الفاصلة بين إشهارين لنفس المنتج عن 45

¹ - بن ساعد فاطمة، الإعلانات ودورها في خلق أداء تسويقي فعال، دراسة ميدانية في مؤسسات الاتصال الجزائرية (موبيليس - جيزي - أوريدو)، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجامعية سيدي بلعباس، 2014 - 2015، ص 155.

² - القانون رقم 03/2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية المؤرخ في 5 أوت 2000، ج.ر. عدد 48، 2000، ص 6.

³ - الموقع الإلكتروني لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الملف رقم 02-2011/01/12 www.arpt.dz.ar تم الاطلاع عليه يوم 2023/ 03/23 الساعة 17:00.

⁴ - بوراس محمد، المرجع السابق، ص 294 - 295.

يوماً، أما بالاختلاف للمنتوجين فلا تقل المدة عن 15 يوماً، ويلتزم المتعاملون بصدق المعلومة وصحتها اتجاه زبائنهم مع الالتزام بعدم تضليلهم¹.

وبناء على ما تقدم فإن الإشهار باختلاف أنواع رسائله سعى فيه المشرع لوضع قواعد قانونية تضبطه تحقيقاً لحماية ووقاية المستهلك المتلقي للرسالة الإشهارية ولكن أمام المنافسة الكبيرة ما بين المتعاملين الاقتصاديين، والانتشار الواسع للإشهار في كل مكان وزمان هذه القواعد تبقى غير كافية لوحدها، بل يجب على المعلن احترام جملة من المبادئ الأخلاقية والأدبية، وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

المطلب الثاني: المبادئ المتعلقة بالرسالة الإشهارية.

باعتبار المعلن هو صاحب المادة الإعلانية أو الرسالة الإشهارية المراد إيصالها للمتلقي أو الجمهور، فعليه الالتزام بإعلام هذا الأخير بكل صغيرة وكبيرة في المنتج؛ أي يقع عليه الالتزام بالتصريح الصادق والأمين، محترماً في ذلك المبادئ العامة الواردة في مدونة القواعد الدولية في مجال الإشهار تحت عنوان "أخلاقيات المهنة" يهدف لإيجاد نوع من الانضباط الذاتي والارتفاع بأخلاقيات التجارة². وذلك من خلال مراعاة الآداب العامة واحترام القيم الأخلاقية.

حيث قسمنا هذا المطلب إلى فرعين الفرع الأول احترام الرسالة الإشهارية للآداب العامة، وفي الفرع الثاني إلى احترام الرسالة الإشهارية للقيم الأخلاقية.

الفرع الأول :احترام الرسالة الإشهارية للآداب العامة.

الآداب العامة ما هي إلا تلك الأسس الأخلاقية التي تهدف لحفظ كيان المجتمع وتمثل الجانب الخلفي للنظام العام فهي جزء لا يتجزأ منه، لأن النظام العام ما هو إلا مجموعة من المبادئ الأساسية الاجتماعية والسياسية، الثقافية، الاقتصادية، التي يقوم عليها المجتمع، ولأن العلاقة وطيدة ما بين الإشهار والمجتمع لأن الأول يتوجه للثاني، فيجب على

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص 189.

² - قندوزي خديجة، المرجع السابق، ص 45.

المعلن الالتزام حين عرض منتجاته من سلع وخدمات عن طريق الرسالة الإشهارية، الأخذ بالاعتبار الأسس الجوهرية والقيم الأدبية لكل مجتمع، أي اختيار الرسالة الإشهارية المهذبة المتخلقة لتترك لدى الجمهور انطباعاً أدبياً حميداً، وبهذا تتوقف حرية المعلن عند بداية حقوق المستهلك فله عرض إشهاره بمساعدة المتلقي على اتخاذ قرار الشراء بدون استعمال إشهاراً يحثه على العنف واللامبالاة مثلاً، وهذا ما تنصّ عليه وتزيد من تأكيده عدة مواد قانونية¹. فتتص المادة 45 من المشروع التمهيدي لقانون الإشهار ل سنة 1988 على ضرورة تجنب المعلن في إشهاراته التجارية كل ما هو مخل بالنظام العام ويحث على العنف، والمادة 48 الفقرة 2 من المشروع التمهيدي لقانون الإشهار لسنة 1992، فينبذ العنف ويحظر على كل معلن أن يخل بالأخلاق والآداب العامة في رسالته الإشهارية، والمادة 51 أيضاً تنصّ على نفس الشيء.

وأخيراً مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 لم ينس من خلال مواده النص على منع العنف والمشاهد العنيفة². وأهمها المادة 5 فقرة 2 التي تنص على أن "يشترط في الإشهار على الخصوص... أن لا يكون مخالفاً بالآداب العامة"، ونص المادة 35 منه أيضاً تنص على "يمنع كل إشهار مخالفاً للنظام العام أو الأمن العام".

ويمنع أيضاً دفتر الشروط الخاص بالتلفزيون هذا النوع من الإشهارات اللاأدبية من خلال المادتين 38 و39، والتي تقابلها المادتين 37 و38 من دفتر الشروط الخاص بالإذاعة المسموعة، وهذا بحصر المبادئ المتعلقة باحترام الآداب والأخلاق والنظام العام فيما يلي:

- منع ما هو مخالف للأخلاق ومخل للآداب في الرسالة الإشهارية.

- احترام الإشهار للقيم الوطنية والعالمية.

¹ - قندوزي خديجة، المرجع السابق، ص 45.

² - نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص 121.

- خلو الإشهار من كل ابتذال، وهذا ما نصت عليه أيضا المادة 34 الفقرة 3 من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 "يشترط في الإشهار على الخصوص.... الخلو من كل ابتذال".
- عدم اللجوء إلى مشاهد عنيفة أو المجازفة قصد تأكيد فاعلية المواد المشهر عنها في الإشهارات التجارية أو يشجع الشعوذة أو الخرافات¹، وهذا أيضا ما دلت عليه المادة 36 من المشروع السابق الذكر.
- يجب ألا يتضمن الإشهار الموجه للأطفال والقصر أية مشاهد أو صور تلحق أضرارا بهم أو تدعو الرّسالة الإشهارية للمجازفة.
- عدم الحثّ على التمييز العنصري أو الجنسي بأشكاله².
- ألا يتضمن الإشهار في استعمال صورة المرأة أي تلميح يمس بكرامتها وسمعتها³.
- الابتعاد عن استعمال الإشهار للترويج للعلاقات اللاشعرية والتي تتنافى مع القيم الأخلاقية والدينية للمجتمع، وبأن لا تتضمن هذه الإشهارات تلميح وإشارات تخلّ بالآداب العامة، وهذا ما نصت عليه المادة 39 من مشروع قانون الإشهار 1999 أيضاً.
- وليس هذا وحسب، بل حتى قانون العقوبات نص على ردع مثل هذه التصرفات المعادية للآداب العامة بما فيها الإشهار المخل بالحياء بموجب نص المادة 333 مكرر من ق.ع.ج⁴. "يعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 20000 إلى 100000 دج كل من وزع أو أجر أو لصق أو أقام معرض أو عرض أو شرع في العرض للجمهور... أو زرع أو شرع في التوزيع كل مطبوع أو محرر أو رسم أو إعلان أو لوحات زيتية أو صور فوتوغرافية أو أصل الصورة أو أنتج أي شيء مخلّ بالحياء".

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص 189.

² - نعيمة علوش، المرجع السابق، ص 122.

³ - القانون رقم 01/14 المؤرخ في 04 فبراير 2014 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات.

⁴ - قندوزي خديجة، المرجع السابق، ص 50.

وما يلاحظ من خلال هذه المادة أن المشرع ونظراً لأهمية الموضوع ذكر كل ما يمس بالآداب العامة وحرّم كل رسالة إشهارية تحتوي على ما يمس هذه الأخيرة، وجعل الشرع كالفعل المرتكب، وذكر بذلك عبارة "المخل للحياء" ليتّرك المجال للقاضي بسلطته التقديرية وهذا كله لحماية المستهلك من الإشهارات غير مهذبة ومشينة. وبالإضافة للآداب العامة ووجوب احترامها من قبل المعلن فعليه أيضاً الالتزام بالقيم الأخلاقية.

الفرع الثاني : احترام الرسالة الإشهارية للقيم الأخلاقية.

تعرف القيم على أنها مجموعة من المتغيّرات الاجتماعية التي تحكم علاقات المستهلكين فيما بينهم، والتي تتطور في إطارها علاقتهم بالإشهار ونظرتهم إليه، ولذلك فإن للإشهار دور أساسي في التعبير عن قيمنا الأخلاقية والاجتماعية، والتي تختلف من جماعة لأخرى، ولهذا يسعى ويعمل المعلن على البحث عن هذه القيم التي تتفق فيها الكثير من المجتمعات لجسدها في رسالته الإشهارية، ليعرف ويختلف المجتمع الجزائري عن المجتمعات الأخرى في قيمه الأخلاقية، وعلى هذا الأساس نصّت المادة 58 من المشروع السابق الذكر على أنه: "يخضع الإشهار المستورد والمعد للبت في الجزائر، إلى نفس الأحكام المتعلقة بالإشهار المعد والمبث في التراب الوطني".

وفي هذه المادة يتساوى المشرع الجزائري بين الإشهار المستورد والإشهار الوطني، ويخضعه لنفس الأحكام الإشهارية لأنه معد ويبث في الجزائر، لذا فهو يلتزم بكل ما يلتزم به الإشهار الوطني من التزامات من شأنها حماية المستهلك من التّضليل في الإشهار على السلع والخدمات المعلن عنها والتي قد تمس بالصحة ومصالحه المادية، وحتى أخلاقه¹. من كل خدش للقناعات الدينية أو الفلسفية أو السياسية للأفراد، إن مسألة احترام الرّسالة الإشهارية للقيم الأخلاقية هي نسبية نظراً لتغير هذه الأخيرة من مجتمع لآخر وحتى من فترة لأخرى، وهكذا نجد أن الإشهارات قد تتخطّى الحدود الجغرافية وتتحرّر من القيود في ظل

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص 189.

العولمة والانفتاح الاقتصادي، وبهذا قد نجد أن هذا قد يؤثر على ضبط الرسالة الإشهارية لتناسب والمجتمع الجزائري الإسلامي، فمهمة الرقابة تزيد صعوبة في هذه الحالة. وبناء على ما تقدم فإن الحماية القانونية الوقائية للمستهلك في الإشهارات التجارية تتمثل في التنظيم الذاتي واحترام الرسالة الإشهارية للقواعد القانونية، إضافة إلى الالتزام بالمبادئ العامة التي تسعى إلى تقييد حرية المعلن لتحقيق الحماية للطرف الضعيف، وهو المستهلك المتلقي لتلك الرسالة الإشهارية وضبط هذه الأخيرة لتتلاءم والنظام العام والآداب العامة وقيم المجتمع الجزائري

الفصل الثاني

الهيئات المكلفة بحماية المستهلك

ضد الرسائل الإشهارية

تمهيد :

تعد الجمعيات عموما وجمعيات حماية المستهلكين على وجه الخصوص من أبرز المؤسسات التي تمارس نشاطها في المجتمع، ويعد إنشائها من أهم الحقوق الواجب احترامها. وجمعيات حماية المستهلك هي عبارة عن مؤسسات حكومية تطوعية تهدف إلى توفير الحماية ونشر الوعي والثقافة الاستهلاكية بين المستهلكين وحماية المستهلك قصد ضمان الحفاظ على سلامته والدفاع عن مصالحه¹.

تعد هذه الجمعيات حديثة النشأة، وقد ساعد على ظهورها وانتشارها مجموعة من العوامل والأسباب أهمها تغير حركة السلع والخدمات والتنوع الموجود في السوق من منتجات مستوردة ومحلية دون خضوعها للرقابة ومدى مطابقتها للمواصفات القانونية وارتفاع ظاهرة الغش والتدليس في الوسط الاقتصادي وتعرض المستهلك لعدة مخاطر بسبب عدم وعيه ومعرفته بمدى خطورة بعض السلع والمنتجات. ومن هنا ظهرت هذه الجمعيات التي تهدف إلى نشر الوعي بين المستهلكين وتمكينهم من تقادي الأخطار التي قد يتعرضون لها يوميا، كما تعمل على نشر الثقافة الاستهلاكية. وعليه، يتعين دراسة هذا الفصل في مبحثين، حيث نتطرق ماهية جمعية حماية المستهلك في المبحث الأول، أجهزة الرقابة في مجال حماية المستهلك في المبحث الثاني.

¹ - بلحسين الوناس و حركاس حسيبة ، دور جمعيات حماية المستهلك في القانون الجزائري ، مذكرة الماستر في الحقوق ، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2021/2020،ص 8.

المبحث الأول : ماهية جمعية حماية المستهلك

ترجع نشأة الحركة الجمعوية إلى القرن 19 حيث تم إنشاء أول جمعية لحماية المستهلك في العالم في أوائل الثلاثينات، ثم تطورت الفكرة في الخمسينات وظهرت أول جمعية خاصة بالمستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1928 وتسمى Consumer Research - مع العلم أن أول قانون لحماية المستهلك صدر في سنة 1873 فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعض الممارسات غير المشروعة التي كان يمارسها المنتجون والتجار الكبار بعيدا عن القيم الاجتماعية والضوابط الأخلاقية. وتحت تأثير وضغط الجمعيات على أجهزة الدولة آنذاك، صرح الرئيس الأمريكي السابق جون كينيدي JONE KENNEDY في البيت الأبيض وأمام الكونجرس الأمريكي عن الحقوق الأربعة للمستهلك وذلك في 15 مارس 1962، و تتمثل في : حقه في الأمان وحقه في المعرفة - حقه في الاختيار وحقه في الاستماع إلى آرائه. واعتبر بعد ذلك تاريخ 15 مارس 1962 يوما عالميا لحقوق المستهلك¹.

ومن ثم امتد هذا التيار إلى مختلف الدول الغربية كفرنسا، إذ ظهرت فيها عدة جمعيات متعددة الأدوار ومن أهمها الإتحاد الفيدرالي للمستهلكين (UFC) الذي أنشئ في سنة 1951.

أما في الجزائر، فإن فكرة جمعيات حماية المستهلك حديثة النشأة ، إذ ترجع إلى سنة 1987 بمقتضى قانون 87-15 مؤرخ في 21 جويلية المتعلق بالجمعيات. بعد ذلك قام المشرع الجزائري بإصدار قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة الحماية المستهلك (الملغى) محاولا من خلاله إبراز دور جمعيات حماية المستهلك والذي جاءت فيه المادة 2/12 كما يلي : "... إضافة إلى ذلك، فإن جمعيات حماية المستهلكين المنشأة قانونا لها

¹ - NEIRYNK (J), HILGERS(W), Le consommateur piégé, édition ouvrier, paris 1973,P47.

الحق في رفع دعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها".

وكذا ما نصت عليه المادة 23 من نفس القانون كما يلي : " يمكن لجمعيات المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها وبإمكانها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط".

رغم إصرار المشرع على تفعيل دور المنوط لهذه الجمعيات ، إلا أنه يستحيل ذلك لعدم وجود قوانين تنظمها ، وبقي الأمر على هذه الحال حتى صدور قانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات (الملغى).

إذ أخضع المشرع الجزائري تأسيس جمعيات حماية المستهلك في بداية الأمر إلى أحكام هذا القانون. لكن لعدم وجود أحكام خاصة بجمعيات حماية المستهلك، ألغى بمقتضى القانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات¹ بعد 22 سنة من سريانة يعترف هذا القانون بمبدأ حرية تشكيل جمعيات التي لا تخضع لإجراء الاعتماد بمراعاة إجراء ان شكليان وهما التصريح التأسيسي المسبق و تسليم وصل التسجيل طبقا للمادة 7 من قانون رقم 12-06 المذكور أعلاه. إلا أن جمعيات حماية المستهلك يشترط اعتمادها.

وتعرف جمعية حماية المستهلك حسب المادة 21 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنها²: " كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله". وتعرف جمعية حماية المستهلك أيضاً، بأنها إحدى مؤسسات المجتمع المدني ولها أهمية كبرى لكونها تقدم خدمات

¹ - قانون رقم 12-06 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات جريدة رسمية، عدد 02 الصادرة في 15 يناير 2012.

² - المادة من القانون رقم 09-03 .

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

لجمهور المستهلكين، بتوفير لهم الحماية اللازمة عن طريق توعيتهم واستقبال شكاوهم والتحقق فيها ومتابعتها لدى الجهات المختصة¹.

وتتميز جمعيات حماية المستهلك من حيث العمل والأهداف عن الجمعيات الأخرى، لكونها منظمات حيادية تطوعية لا علاقة لها بالسياسة .

وتتكون من كافة أفراد المجتمع المدني المتخصصين في مجالات مختلفة.

وعليه، يتعين دراسة هذا المبحث في مطلبين ، حيث نتطرق مفهوم جمعيات حماية المستهلك في المطلب الأول و دور جمعيات حماية المستهلك في المطلب الثاني.

المطلب الاول : مفهوم جمعيات حماية المستهلك

رغم تواجد العديد من الأجهزة التابعة للدولة والمكلفة برقابة المنتجات لحماية المستهلك، إلا أنها في أغلب الأحيان لا تقي بالغرض أو الهدف الذي أنشأت لأجله، هذا الأمر جعل المستهلك غير قادر على الحصول على حقوقه بمفرده عند حصول ضرر يمس مصلحته المشروعة، فكان لزاما وجود هيئة أو جهاز يعمل من أجل الدفاع على أمن وسلامة المستهلك التي تعرف بجمعية حماية المستهلك.

هذه الهيئات غير الإدارية مسؤولة حماية المستهلكين ورقابة عمل المتدخلين، وهذا من شأنه أن يساعد في تفعيل قواعد الحماية الموضوعة لصالح المستهلك، فالجمعية تعد فضاء ضروريا لتمكين الأفراد من طرح قضاياهم وانشغالهم

¹ - مفيد أبو زنت ، الدور الرقابي لجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على السلع الاستهلاكية في السوق الفلسطيني ، مداخلة في المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة (نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية) خلال الفترة الممتدة من 16 إلى 17 أكتوبر 2012 ، رام الله، فلسطين ، ص.8

وعليه؛ فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق تعريف جمعيات حماية المستهلكين في الفرع الأول، و خصائص جمعيات حماية المستهلك في الفرع الثاني و الفرع الثالث النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلكين.

الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلكين

ظهرت جمعيات حماية المستهلك كنتيجة للتطور الذي شهده العصر الحديث في جميع مجالات الحياة، وذلك بظهور منتجات مختلفة ومتنوعة ومتداولة في الأسواق، ما أدى إلى إحداث أضرار للمستهلك عند استعمالها، وعليه سنتناول تعريف جمعيات حماية المستهلك من الجانب الفقهي (أولاً) ثم لنصل إلى توضيح التعريف القانوني لجمعيات حماية المستهلكين في التشريع الجزائري (ثانياً).

أولاً: التعريف الفقهي

عرف الجمعية العديد من الفقهاء من بينهم الفقيه Philip Kotler بأنها حركة منظمة من المواطنين والهيئات الحكومية، تهدف إلى زيادة حقوق المشترين ونفوذهم وتأثيرهم على بائعي المنتجات¹.

كما عرفها البعض من الفقهاء بأنها الاتفاق الذي بمقتضاه يضع أكثر من اثنين من الأفراد بصفة دائمة معرفتهم أو نشاطهم غير تحقيق الفائدة أو الربح المادي².

تعرف كذلك جمعيات حماية المستهلك بأنها هيئات تطوعية غير حكومية يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم واختصاصاتهم لا تهدف إلى تحقيق الربح، وإنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع

¹ - سامر مصطفى، دور جمعيات حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين"، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 29، 2003، ص ص 100، 102.

² - بختة دندان دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع- يومي 22 و 23 أبريل 2008 المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة، ص01.

عنها عن طريق تنويره وتوعيته بماله وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية نيابة عنه¹.

وهناك من يعرفها على أنها عبارة عن جمعيات ذات طابع اجتماعي تهتم بنشر ثقافة الاستهلاك في أوساط المجتمع وتسعى إلى خلق حوار بين المستهلكين والمتعاملين الاقتصاديين من أجل تبيان حقوق وواجبات الأطراف.

لا يكفي أن نعرف جمعيات حماية المستهلك فقط لمعرفة الأهمية والدور البالغين اللذين تلعبهما لحماية المستهلكين، وإنما يكون من الضروري أن نفهم أيضا المقصود بالحماية التي تقوم بها هذه الجمعيات، كما يجب أن نحاول أن نعطي مفهوما للمستهلك باعتباره حجر الأساس الذي تقوم وتعمل لأجله الجمعيات، وننتقل لمعرفة المقصود بالمتدخل لأنه طرف من أطراف العلاقة الاستهلاكية.

1- المقصود بحماية المستهلك

قام الفقهاء بإعطاء عدة تعاريف للحماية حيث يعرفها الفقيه " George C. Alter " أنها: الأنشطة الموسعة للحكومة، ومنشآت الأعمال والتنظيمات المستقلة التي تهدف إلى حماية الأفراد من التصرفات الضارة بحقوق المستهلكين، على أنه لا يقتصر مفهوم الحماية على ضمان حقوق المستهلكين قبل التجار والصناع ومقدمي الخدمات، وإنما يمتد ليشمل حمايته من قبل الحكومة ممثلة في كافة الجهات التي تسهر على تقديم الخدمات المستشفيات ومؤسسات المياه والكهرباء .. الخ . عرف الفقيه Loreance حماية المستهلك بأنها : المجهودات التي تبذل المشتري على قدم المساواة مع البائع، فالمستهلكون يرغبون في معرفة ما يشترون وما الذي يأكلونه وما هي مدة صلاحية المنتج القابل للاستهلاك، وما إذا كان المنتج آمنا في استخدامه من قبل المستهلكين وغير ضار بالبيئة إلى غير ذلك، فضلا

¹ - زكي حريز، الدور التحسيبي لجمعيات حماية المستهلك للوقاية من التسممات الغذائية يوم إعلامي وتحسيبي حول الوقاية من التسممات الغذائية، وزارة التجارة جويلية 2007، ص 64.

على أن المستهلكين لا يريدون أن يخدعوا أو أن يغرر بهم فحماية المستهلك منوطة بجميع الأطراف الفاعلة على الساحة العمومية من أجهزة وسلطات تبرز أساسا من خلال دور المستهلك في حماية نفسه، سواء على المستوى الفردي أو على المستوى الجماعي في شكل جمعيات تدافع عنه، فالحماية التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلكين تتضمن رفع درجة الوعي واختيار ما يناسب سلامة المستهلك الجسدية والمادية¹.

2 - المقصود بالمستهلك

أورد المشرع الجزائري تعريف المستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش حيث نصت المادة 2 منه المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجانا، منتجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان متكفل به²

كما عرف المستهلك القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 3 منه على أن: "المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني³.

يعرف بعض الاقتصاديين المستهلك بأنه كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لاستعماله الشخصي كما أنه كل من يحصل من دخله من سلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية إشباعا حالا ومباشرا ولقد اقر قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الدائن بالحماية هو المستهلك، وهنا تكمن ضرورة تعريف المستهلك لتحديد الأشخاص المعنيين بهذه الحماية حيث نصت المادة 3 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا،

¹ - العيد حداد، حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2000، ص 13

² - المادة 2 من مرسوم تنفيذي رقم 39-90 .

³ - المادة 03 من قانون رقم 02/04.

سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به، ذكر المشرع في 140 مكرر ق م ج المستهلك بمصطلح "المضرور" وهو مصطلح ذو مفهوم واسع.

3 - المقصود بالمتدخل

تم تعريف المدين بالالتزام بالحماية من طرف المشرع الجزائري بمصطلح "المتدخل"، ذلك في المادة 3 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك. لكن بالرجوع للقانون المدني في المادة 140 مكرر منه نجد أن المشرع الجزائري قد حصر المدين بالالتزام في "المنتج" في عبارة يكون المنتج مسئولاً ، إلا أنه يمكن استخلاص مما سبق بأن المشرع الجزائري قد تبنى المفهوم الواسع للمتدخل فهو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك»¹.

ثانيا : التعريف القانوني لجمعيات حماية المستهلك

ورد تعريف جمعيات حماية المستهلك في التشريع الجزائري وتم تنظيمها بموجب عدة قوانين جاءت كالاتي :

- القانون رقم 62/157 المتضمن تمديد العمل بالقوانين الفرنسية الذي ينص على القوانين الفرنسية إلا ما تعلق بالسيادة الوطنية، وذلك نظرا للفراغ التشريعي الذي عرفته في تلك الفترة الزمنية بعد الاستقلال².

¹ - الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون المدني. يعدل ويتمم قانون رقم 07-05 مؤرخ في 13 مايو سنة 2007.

² - قانون رقم 62 / 157 مؤرخ في 31/12/1962، يتضمن تمديد العمل بالقوانين الفرنسية ، ج ر العدد 2 الصادر في.11/01/1963.

عرف الأمر 71/79 المتعلق بالجمعيات¹ في المادة الأولى منه الجمعيات بأنها : الاتفاق الذي يقدم بمقتضاه عدة أشخاص بصفة دائمة على وجه المشاركة معارفهم ونشاطهم ووسائلهم المادية للعمل من أجل غاية محددة لا تدر عليهم ربحاً، وتخضع هذه الجمعية للقوانين والنظم الجاري بها العمل وأحكام هذا الأمر وكذا قانونها الأساسي ما لم يكن مخالفاً لهذا الأمر.

عرف القانون رقم 15/87 المتعلق بالجمعيات² الجمعية بأنها تجمع أشخاص يتفقون لمدة محددة أو غير محددة على جعل معارفهم وأعمالهم ووسائلهم مشتركة بينهم قصد تحقيق معين لا يدر ربحاً ... ويجب أن يعلن هدف الجمعية دون غموض ويكون اسماً مطابقاً له.

- كما عرفت المادة 2 من القانون رقم 31/90 المتعلق بالجمعيات³ على أن جمعية حماية المستهلك تمثل اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدية ولغرض غير مربح

- نصت المادة 21 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه تحسيسه وتوجيهه وتمثيله... إلخ»

من خلال نص المادة نلاحظ أن المشرع لم يعط لنا تعريفاً واضحاً لجمعيات حماية المستهلك، حيث اكتفى بذكر تنظيمها والمهام المنوطة بها من إعلام وتنقيف وتحسيس وتوجيه وتمثيل عموم المستهلكين والدفاع عنهم لتحقيق مصالحهم المشروعة. تخضع جمعية

¹ - أمر رقم 79/71 مؤرخ في 03/12/1971، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 105، الصادرة في 24 ديسمبر 1971.

² - قانون رقم 15/87 مؤرخ في 21/07/1987 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 31، الصادرة في 29 يونيو 1987.

³ - المادة 02 من قانون رقم 31/90.

حماية المستهلك إلى أحكام القانون رقم 12/06 المتعلق بالجمعيات، تخضع الأحكامه كل الجمعيات مهما كان نوعها ونشاطها ومهما كان موضوعها سواء كانت جمعية محلية أو وطنية، فهي تعنى بمصالح المستهلك في جميع المجالات التي يمكن أن يشكل تقديم السلع أو الخدمات فيه خطرا على صحته وسلامته.

الفرع الثاني : خصائص جمعيات حماية المستهلك

نصت المادة 2 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات على أن الجمعية تعتبر: تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها لاسيما في المجال المهني و الاجتماعي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني¹.

من خلال هذا التعريف نستنتج العناصر المميزة لجمعية حماية المستهلك وهي: أولا: الجمعية عبارة عن عقد تنشأ الجمعية على أساس عقد الذي يجسد إرادة الأشخاص ويخضع مبدئيا للقواعد العامة كغيره من العقود، الذي يتجسد من خلال نص المادة 6 من القانون رقم 06/12 بنصها تؤسس الجمعية بحرية من قبل أعضائها المؤسسين....

فالأعضاء أحرار في تكوين أو إبرام عقد الجمعية، كما أنهم أحرار في تحديد شروط وآثار العقد وكيفية سير الجمعية، فعقد الجمعية كغيره من العقود يخضع لمبدأ سلطان الإرادة (المادة 106 ق.م.ج)، فلا يجوز تعديل العقد ولا نقضه ولا إلغائه إلا باتفاق الأطراف أو للأسباب التي يقرها القانون، فالجمعية تعد الفضاء الأساسي والملجأ الذي يمكن للأفراد

¹ - المادة 2 من القانون رقم 12/06 .

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

طرح قضاياهم وانشغالاتهم فيه، فأهم ما يميز الجمعية عن التنظيمات الاقتصادية هو الغرض غير المربح فهي لا تسعى للربح المادي¹.

ثانيا : أطراف عقد الجمعية

يمكن أن تتشكل الجمعية من أشخاص طبيعية وأخرى معنوية، كما يمكن أن تشترك الأشخاص الطبيعية مع بعض الأشخاص المعنوية كأن تشترك بعض الشركات أو الهيئات من أجل تأسيس جمعية، فالشخص المعنوي له ذمة مالية اكبر من الشخص الطبيعي ويساهم بشكل فعال في تنشيط ودعم الجمعية ماليا².

حددت المادة 5 من نفس القانون الشروط الواجب توافرها للشخص المعنوي الذي يخضع للقانون الخاص، كما يمكن للجمعية أن تتكون من أشخاص معنوية بحتة، فنصت المادة 3 من القانون 06/12 تعتبر الاتحادات والاتحاديات أو اتحاد الجمعيات المنشأة سابقا، جمعيات بمفهوم هذا القانون.

ثالثا: الغرض غير المربح

الجمعية عبارة عن مؤسسة اجتماعية لا تهدف إلى تحقيق الربح المادي تميزا لها عن تنظيمات قطاع المال والأعمال وتأكيدا لطابعها في توفير خدمة عامة بدون مقابل أو بأقل تكلفة كما أنه يبعد عنها شبح السيطرة المالية، ويسمح لها بالحصول على مزايا ضريبية وتسهيلات إدارية³.

¹ نوال بن لحرش جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر دور وفعالية -مذكرة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة 1، 2013 ص48.

² فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة الماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر، كلية الحقوق الجزائر 2004، ص 27

³ - محمد حافظ دياب الخطاب الأهلي مسائل نقدية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2006، ص 19

غير أن هذا لا يمنع الجمعية من إقامة نشاطات تسعى من خلالها لتوفير بعض الأرباح لاستخدامها في تحقيق الأهداف التي نشأت من أجلها الجمعية وهو ما نص عليه المشرع في المادة 29 من القانون رقم 12/06 فيما يتعلق بموارد الجمعيات وأموالها، كما

أن استعمال الموارد الناجمة عن نشاطات الجمعية يجب ألا يستخدم لأغراض شخصية حيث يعد تعسفا في استغلال الأموال الجماعية حسب المادة 31 من نفس القانون.

رابعا : صفة المنفعة العمومية

إن الهدف الرئيسي لجمعيات حماية المستهلك يتمثل في تحقيق الحماية اللازمة للمستهلكين، فالمشرع أعطى لها الكثير من الحقوق لممارسة دورها ومهامها بكل حرية، لذا سنعطي تعريفا لصفة المنفعة العمومية الممنوحة لجمعيات حماية المستهلك في التشريع الجزائري ثم نتطرق إلى أهم المعايير المعتمدة في الاعتراف للجمعيات بطابع المنفعة العمومية.

1- تعريف صفة المنفعة العمومية

هي تلك الخاصية تحملها بعض الجمعيات تجعلها تأخذ مكانة متميزة في السلم الهرمي، حيث تشارك الدولة في إشباع الحاجات العامة بطريقة تجعل منها جمعيات من نوع خاص وتحظى بمكانة وعناية متميزة من جانب الدولة¹.

لقد اعترف المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك بالمنفعة العمومية من خلال نصت المادة 22 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² على أنه يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية بالرجوع إلى القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات، نجد أن المشرع أعطى

¹ - حسن رابحي الحركة الجمعوية والدولة في الجزائر ، مذكرة ماجيستر ، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر ، 2001 ص 14.

² - المادة 22 من قانون رقم 03/09 .

للجمعيات المعترف لها بصفة المنفعة العمومية إمكانية الاستفادة من إعانات ومساعدات مادية من الدولة أو الولاية أو البلدية¹.

يتلخص غرض الجمعيات ذات المنفعة العمومية في تحقيق الصالح أو النفع العام². وصفة المنفعة العمومية هي صفة قانونية تمنحها السلطة المختصة للجمعية بناء على طب منها بتوافر شروط معينة، حيث أن هناك بعض المجالات لا يمكن للسلطة العمومية أن تتكفل بها بصفة منفردة إلا إذا استعانت بالمجتمع المدني، كما أن حاجيات المجتمع الأساسية يمكن للجمعيات تغطيتها إذا تم تدعيمها بعدة إمكانيات³.

2- المعايير المعتمدة في الاعتراف للجمعيات بطابع المنفعة العمومية

إن الاعتراف لأي جمعية بطابع المنفعة العمومية يترتب عنه تمويل مالي وعيني متجدد ومستمر من طرف الدولة والجماعات المحلية وفق أسس تعاقدية تحدد الهدف الذي أنشأت من أجله، وعلى هذا الأساس نص المرسوم التنفيذي 405/05 الذي يحدد كفاءات تنظيم الاتحاديات الرياضية الوطنية، وسيرها، وكذا شروط الاعتراف لها بالمنفعة العمومية والصالح العام⁴ في مادته 38 على مجموعة من المعايير، التي يجب أن تتوفر في الجمعيات التي تريد أن تستفيد من طابع المنفعة العمومية وهي على التوالي :

- جب على الجمعية أن تكون متخصصة في مجال واحد

- السمعة الوطنية والدولية للنشاطات

¹ - المادة 34 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات المرجع السابق.

² - الشريف جليد ، دور الحركة الجمعوية بين المواطنين والدولة في النظام القانوني الجزائري، مذكرة الماجستير في الإدارة العامة، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر، بن عكنون الجزائر، 2000، ص 42.

³ - بوبكر جميلي، خصائص الحركة الجمعوية في الجزائر من خلال النصوص التشريعية، الماجستير في علم الاجتماع التتمية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة 2001، ص 140.

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 405/05 مؤرخ في 2005/10/17 يحدد كفاءات تنظيم الاتحاديات الرياضية الوطنية وسيرها، وكذا شروط الاعتراف لها بالمنفعة العمومية والصالح العام، ج ر العدد 70، الصادر في 19/10/2005.

- كثافة الأنشطة.

- النتائج المتحصل عليها.

- حجم الأعداد المؤطرة وأهميتها.

- مستوى الهيكل والتنظيم والموقع على الصعيد الوطني.

- الأثر الاجتماعي والثقافي.

الفرع الثالث : النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلك

قد نص الدستور الجزائري¹ لسنة 1996 للأشخاص الحق في تكوين جمعيات وأوكل للقانون مهمة تحديد شروط وكميات إنشائها، فحتى يستطيع الأفراد القيام بتأسيس جمعية عليهم استيفاء كل الشروط القانونية المطلوبة سواء من أجل تأسيسها أو النظام الأساسي الذي يسير وينظم تلك الجمعية، وذلك بتوفر مجموعة من الإجراءات الواجب إتباعها تمكنهم من تكوين من الدفاع عن مصالحهم ضد المتدخلين من أخطار المنتوجات والخدمات التي تهدد أمنهم وسلامتهم، ونشر التوعية بين فئة المستهلكين.

أولاً: الإجراءات القانونية لتأسيس جمعيات حماية المستهلك

ومن هنا يمكن من القانون الجزائري ان يطلب بتأسيس الجمعيات احترام إجراءات التأسيس التي تكون متوقعة على إرادة مؤسسيها، غير أن هذه الإرادة يجب إفراغها في قالب

¹ - الدستور الجزائري لسنة 1996 (منشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-436 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء شعبي يوم 28 نوفمبر 1996، جريدة رسمية عدد 76 مؤرخ في 28 نوفمبر 1996، معدل ومتمم بالقانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أبريل 2002، يتضمن نص تعديل الدستور، جريدة رسمية عدد 25 مؤرخ في 04 أبريل 2002، معدل ومتمم بالقانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر 2008، يتضمن نص تعديل الدستور، جريدة رسمية عدد 63 مؤرخ في 16 نوفمبر 2008، معدل ومتمم بالقانون رقم 16-01 مؤرخ في 06 مارس 2016، يتضمن نص تعديل الدستور، جريدة رسمية عدد 14 مؤرخ في 07 مارس 2016).
- الدستور الجزائري الصادر في 1 نوفمبر 2020، بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20. 442 المؤرخ في 30 ديسمبر 1 2020، المتعلق بإصدار التعديل الدستوري والمصادق عليه في الاستفتاء.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

قانوني خاص بالجمعيات، حتى يتم الاعتراف بها من الناحية القانونية ومن ثم إخضاع تلك الإرادة إلى إجراءات تنشئ عقدا معترفا به قانونيا.

أ- الشروط الموضوعية لتأسيس جمعيات حماية المستهلك

تتعلق الشروط الموضوعية بالأعضاء الذين قاموا بتأسيس الجمعية وبالأهداف التي تسعى الجمعية من أجل تحقيقها.

1- الشروط القانونية المتعلقة بالأعضاء المؤسسين

نصت المادة 4 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات أنه بإمكان الأشخاص أن يؤسسوا أو يسيروا أو يديروا جمعية متى توفرت فيهم الشروط الآتية :

- بلوغ سن الرشد

لقد نص المشرع الجزائري القانون المدني¹ بسن الرشد ببلوغ الشخص 19 سنة كاملة دون الإصابة بسفه أو عته أو جنون أي أن القانون الجديد للجمعيات جاء مطابقا للقواعد العامة المتعلقة بالأهلية، هذا الشرط يخص الأشخاص الطبيعيين ومن يمثل الأشخاص المعنويين².

¹ - الأمر رقم 66 - 155 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في الموافق 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 75 - 58 الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 75 - 59 المؤرخ في الموافق 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم.
- القانون رقم 84 - 11 المؤرخ في 9 يونيو 1984 والمتضمن قانون الأسرة، المعدل والمتمم.
- القانون رقم 89 - 22 المؤرخ في 12 ديسمبر 1989 والمتعلق بصلاحيات المحكمة العليا وتنظيمها وسيرها المعدل والمتمم.

- القانون رقم 91 - 05 المؤرخ في 16 يناير 1991 والمتضمن تعميم استعمال اللغة العربية المعدل والمتمم.

- القانون رقم 98 - 02 المؤرخ في 30 مايو 1998 والمتعلق بالمحاكم الإدارية.

- قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

² - المواد 40، 42 و 43 ق م ج.

- الجنسية الجزائرية :

اشترط المشرع الجنسية الجزائرية في كل من يدير أو يؤسس أو يسير جمعية دون أن يحدد ما إذا كانت أصلية أم مكتسبة، كما جب أن يكون الشخص الطبيعي أو المعنوي متمتعاً بالجنسية الجزائرية¹.

- التمتع بالحقوق المدنية والسياسية:

لا يكون أهلاً لأن يدير أو يؤسس أو يسير جمعية من كان ناقصاً للأهلية أو محروم من ممارسة حقوقه المدنية والسياسية، كما أن شرط التمتع بالحقوق السياسية بحكم المادة 13 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات قد أثار إشكالات بالنسبة للجمعيات التي يمنع عليها مباشرة النشاط السياسي ولا يمكن أن تكن لها أية علاقة بالأحزاب السياسية سواء أكانت تنظيمية أم هيكلية، وإن كانت تتلقى منها إعانات أو هبات أو وصايا مهما كان شكلها.

أدى هذا الأمر إلى حرمان الأشخاص المحرومين من حقوقهم السياسية والمدنية ومن ممارسة العمل الجمعي، فلماذا يشترط التمتع بالحقوق السياسية مادامت الجمعيات ليست لها علاقة بالأحزاب السياسية؟ وجعل التواصل بينهما سبباً من أسباب تعليق نشاط الجمعيات. الأصل أن الشخص الذي أخطأ وتم حرمانه من الحقوق المدنية والسياسية وأراد أن يمارس نشاطاً تطوعياً، معنى ذلك أن القانون يجب أن يشجع على إدماج هؤلاء الأشخاص حتى يستطيع الأعضاء المكونين للجمعية تسييرها أن يكونوا غير محكوم عليهم بجنحة أو جناية تتنافى مع نشاط الجمعية.

¹ - المادة 3 من القانون رقم 79/71 المتعلق بالجمعيات على وجوب أن يكون الشخص الطبيعي أو المعنوي متمتعاً بالجنسية الجزائرية لمدة عامين على الأقل.

2- الشروط المتعلقة بأهداف الجمعية

إنشاء أو لتأسيس جمعية يجب أن يكون هدف هذه الأخيرة ضمن الصالح العام وغير مخالف للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها¹.

1- أن يكون الهدف من إنشائها غير مخالف للنظام التأسيسي القائم أي: أن تهدف الجمعية إلى عدم المساس بالنظام السياسي أو النظام الاقتصادي والاجتماعي القائم.

2- أن لا يكون الهدف من تأسيسها يخالف النظام العام والآداب العامة يمنع القانون تأسيس الجمعيات تهدف إلى مخالفة النظام العام بمفهومه الواسع من السكنية والصحة العامة والأمن العمومي والآداب العامة، فكما أن النظام العام ضامن لحرية الجمعية، فإن الإدارة قد تستعمل تحت غطاءه عديد التقييدات، لذا على الدولة أن تجد التوازن بين حرية الجمعية المعترف بها للأفراد، والزامية دورها كضامن لتحقيق النظام العام.

إن الأساس في اعتبار الآداب العامة مبررات لتقييد حرية ممارسة نشاط الجمعية وهدفها، هو أن الأفراد يعيشون وسط مجتمع فيه عديد العادات والتقاليد، لذا يجب على الأفراد ممارسة حريتهم باحترام الآداب والقواعد الأخلاقية، ولا يمكن تحديد وحصر ما يعد من الآداب العامة، فهي تتغير مع مرور الزمن، لأنها تساير المستجدات الخارجية المؤثرة فيها.

3- أن لا يكون هدفها مخالفا للقيم والثوابت الوطنية :

إن إنشاء الجمعيات يهدف إلى المحافظة على مقومات الدولة المتمثلة في سلامة ووحدة التراب الوطني والمحافظة على دين الدولة واللغة الوطنية وعادات وتقاليد المجتمع.

4- أن لا تكون تهدف إلى مخالفة القوانين والتنظيمات المعمول بها : إذ لا يعقل أن تمارس الجمعية نشاطا مخالفا للقوانين والتنظيمات المعمول بها، لان عملها هذا يعد عملا

¹ - المادة 02 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

غير مشروع، فالقانون يهدف إلى حماية الجماعة من تعسف البعض في ممارسة حقوقهم، لان الحقوق والحريات ليست من وحي الطبيعة الإنسانية بقدر ماهي من مقومات الجماعة ومن ضرورات النظام الاجتماعي¹.

من الناحية العملية فتطبيق بعض مواد القانون نتيجة الصياغة الغامضة لكثير من موادها خاصة عند رفض تسجيل الجمعيات التي تتعارض أهدافها مع نصوص القوانين التنظيمات المعمول بها.

وبذلك يمنع الإرهاب المفقودين، التي تم منعها بواسطة أمر رقم 01/06 المؤرخ في 27 فيفري 2006 المتضمن ميثاق السلم والمصالحة الوطنية².

تأسيس جمعيات الدفاع عن حقوق الإنسان أو جمعيات عائلات ضحايا من خلال مادته 46 التي تمنع كل من يقوم عن طريق تصريح مكتوب أو غير مكتوب وكل من يحاول استغلال جروح المأساة الوطنية بهدف الإساءة إلى مؤسسات الجمهورية وإضعاف الدولة والإضرار بسمعة المسؤولين الذين خدموها بتفان أو تشويه صورة الجزائر دوليا، وهذا عن طريق الحبس من ثلاثة (3) إلى خمسة (5) سنوات وغرامة من مائتان وخمسون ألف دج (250000) إلى خمسمائة ألف دج (500000) وقد تكون مضاعفة في حالة العودة.

أغفل القانون رقم 06/12 عن تحديد الجزاء المترتب عن مخالفة هذه الشروط، وهذا يتعين بالرجوع للقواعد العامة المتعلقة بالعقد، حيث يكون باطلا إذا كان السبب أو الغاية أو الهدف من التعاقد غير مشروع يهدف إلى مخالفة النظام العام والآداب العامة³.

¹ - طعيمة الجرف، الحريات بين المذهبين الفردي والاشتراكي، مطبعة الرسالة، القاهرة، د. س. ن، ص 07

² - أمر رقم 01-06 مؤرخ في 27 فبراير 2006، يتضمن تنفيذ ميثاق السلم والمصالحة الوطنية. ، ج ر عدد 11 الصادر في 2006/02/28.

³ - المادة 97 من الأمر رقم 58/75 .

ب- الشروط الإجرائية

إن الوجود القانوني للجمعية يقتضي توفر مجموعة من الإجراءات القانونية الواجب إتباعها نص عليها المشرع بمقتضى القانون رقم 06/12 المتعلق .

1- الجمعية العامة التأسيسية

يجتمع الأعضاء المؤسسين في شكل جمعية تأسيسية¹ ، والتي حرص المشرع على تسميتها بالهيئة التنفيذية لئتم المصادقة على القانون الأساسي للجمعية² يتم تحرير محضر اجتماع الجمعية يوقع عليه جميع أعضاء الجمعية العامة يحرره المحضر القضائي، ذلك أن عمل المحضر القضائي يمتد إلى مجالات وأعمال غير قضائية بحضور اجتماعات الجمعيات هذا الأمر من شأنه إضفاء المصادقية على هذه الأعمال ويتم من خلال هذه الجمعية التأسيسية التعبير عن الإرادة المشتركة نحو تكوين الجمعية وصياغة القانون الأساسي الذي ينظم الجمعية.

2- تعيين الأعضاء المؤسسين للجمعية

بموجب القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات تم اشتراط عدد الأعضاء المؤسسين للجمعية وفق التقسيم الآتي:

- عشرة (10) أعضاء بالنسبة للجمعيات البلدية.

¹ - المادة 6 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات .

² - القانون الأساسي للجمعية هو عبارة عن عقد الجمعية أو ميثاقها والذي يتضمن أهم المعطيات القانونية للجمعية، وهو الذي ينظم ويضبط علاقة الجمعية بمحيطها وأهدافها، ويحتوي على الأهداف التي من أجلها أنشأت الجمعية، يستوجب كتابته لأنه مستند أساسي في الملف الذي يقدم للإدارة .

- خمسة عشر (15) عضوا بالنسبة للجمعيات الولائية، منبثقين عن بلديتين (2) على الأقل.
- واحد وعشرون (21) عضوا بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاث (3) ولايات على الأقل.
- خمسة وعشرون (25) عضوا بالنسبة للجمعيات الوطنية، منبثقين عن اثنتي عشرة (12) ولاية على الأقل.

3- التصريح التأسيسي للجمعية

- يخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي وإلى تسليم وصل التسجيل¹، بعد اجتماع الجمعية العامة يتولى الشخص المخول له قانونا وهو رئيس الجمعية أو ممثله القانوني تشكيل الملف الإداري والتصريح التأسيسي الذي يتكون مما يأتي :
- طلب تأسيس الجمعية موقع من طرف رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا².
- قائمة بأسماء الأعضاء المؤسسين والهيئات التنفيذية وحالتهم المدنية ووظائفهم وعناوين إقامتهم وتوقيعاتهم.
- المستخرج رقم 3 من صحيفة السوابق القضائية لكل عضو من الأعضاء المؤسسين.
- نسختان (2) مطابقتان للأصل من القانون الأساسي.
- محضر الجمعية العامة التأسيسية محرر من قبل محضر قضائي.
- الوثائق الثبوتية لعنوان المقر.

¹ - المادة 7 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات المرجع السابق

² - المادة 12 من القانون رقم 06/12 ، المتعلق بالجمعيات المرجع السابق.

4- وصل الإيداع

بعد إيداع ملف التأسيس تسلم الإدارة المعنية وجوبا للجمعية مباشرة وبعد تدقيق حضوري لوثائق الملف وصل الإيداع، بعد قيام الإدارة بإجراء دراسة لمدى مطابقة تأسيس الجمعية لأحكام القانون، وهذا الأمر يجب أن يتم في حدود الأجل المحدد حسب الإدارة المختصة ابتداء من تاريخ إيداع التصريح كما يلي:

- ثلاثون (30) يوما بالنسبة للمجلس الشعبي البلدي، فيما يخص الجمعيات البلدية.
 - أربعون (40) يوما بالنسبة للولاية، فيما يخص الجمعيات الولائية.
 - خمسة وأربعون (45) يوما للوزارة المكلفة بالداخلية، فيما يخص الجمعيات ما بين الولايات.
 - ستون (60) يوما للوزارة المكلفة بالداخلية فيما يخص الجمعيات الوطنية.
- خلال هذا الأجل أو عند انقضائه يتعين على الإدارة على أقصى تقدير إما تسليم الجمعية وصل تسجيل ذي قيمة اعتماد أو اتخاذ قرار بالرفض، وهذا مانصت عليه المادة 8 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات¹.

يسلم وصل التسجيل من قبل :

- رئيس المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.
- الوالي بالنسبة للجمعيات الولائية.
- الوزير المكلف بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

¹ - المادة 10 من القانون رقم 12/06 .

إذا تبين للإدارة عدم قانونية تأسيس الجمعية تقوم باتخاذ قرار رفض تسليم وصل التسجيل ويكون معللا بعدم احترام أحكام هذا القانون، كما يمكن للجمعية رفع دعوى الإلغاء أمام المحكمة الإدارية المختصة إقليميا ضد الإدارة

5- توقيف عمل جمعيات حماية المستهلك

نص المشرع الجزائري على توقيف نشاط الجمعيات في القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات وأورد حالتين¹ :

- تعليق عمل الجمعية :

منح المشرع السلطات العمومية المختصة حق إصدار قرار تعليق نشاط الجمعية شرط أن يسبقه اعدار بوجوب مطابقة أحكام القانون في أجل محدد، تتخذ السلطة العمومية المختصة قرارا إداريا بتعليق نشاط الجمعية بعد انقضاء أجل ثلاثة (3) أشهر من تبليغ الإعدار، وفي هذه الحالة يكون للجمعية حق الطعن بالإلغاء أمام الجهة القضائية المختصة وقد حدد المشرع مدة تعليق نشاط الجمعية لمدة لا تتجاوز ستة (6) أشهر كأقصى حد.

- حل الجمعية :

أورد المشرع حل الجمعية في المادة 42 إما إراديا أو قضائيا.

أ- الحل الإرادي للجمعية :

يمكن للأشخاص المؤسسين للجمعية الحرية المطلقة في حل الجمعية بإرادتهم بموجب القانون الأساسي للجمعية، أما إذا كانت الجمعية تمارس نشاطا معترفا به يشكل منفعة عمومية تقوم هذه الأخيرة بإخطار السلطات مسبقا قصد القيام بتدابير تضمن استمرارية نشاطها.

¹ - المادة من 39 إلى 43 من القانون رقم 06/12 تنص " يعلق نشاط كل جمعية أو تحل في حالة التدخل في الشؤون الداخلية للبلاد أو المساس بالسيادة الوطنية".

ب - الحل القضائي للجمعية :

يمكن حل الجمعية قضائيا بناء على طلب مقدم أمام المحكمة الإدارية المختصة وذلك:

- عندما تمارس هذه الجمعية نشاطا مخالفا للنظام الأساسي للجمعية.

- حصول الجمعية على أموال ترد إليها من تنظيمات أجنبية خرقا لأحكام المادة 30 من القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات.

- عند إثبات توقفها عن ممارسة نشاطها بشكل واضح.

ج - الآثار المترتبة عن الحل:

يترتب على حل الجمعية أيلولة أملاكها المنقولة والعقارية طبقا لما جاء في قانونها الأساسي سواء كان الحل إراديا أو قضائيا¹.

ثانيا: تنظيم جمعيات حماية المستهلك

تقوم الجمعية بالاعتماد على قانون أساسي نموذجي يمنح من قبل السلطات الإدارية المختصة، حيث يتولى الأعضاء المؤسسين لها تطبيق أحكام القانون الأساسي، وحتى تتمكن الجمعية من تحقيق أهدافها المرجوة تحتاج إلى مصادر مالية وموارد مادية لاستمرار نشاطها وديمومة عملها.

1 - التسيير الإداري للجمعية :

تعتمد الجمعية في إدارة شؤونها على هيئات تعمل وفقا للمبادئ الديمقراطية وهي هيئة خاضعة للقانون الأساسي و الأنظمة الجاري العمل بها.

¹ - المادة 44 من القانون 06/12..

أ - تشكيل الجمعية العامة :

هي جمعية عامة عادية وتعتبر الهيئة العليا في الجمعية، تتكون من جميع الأعضاء الذين تتوفر فيهم شروط التصويت الواردة في القانون الأساسي¹ ، تختلف عن الجمعية التأسيسية التي تتعدد فيما بين الأعضاء المؤسسين لها. تمثل الجمعية العامة جهاز التداول يتم انتخابها عن طريق أعضاء الجمعية لمدة محددة، وتجتمع في دورة عادية كلما دعت الحاجة إلى ذلك بطلب من رئيس الجمعية أو بطلب من أعضاء المكتب أو بطلب من أعضائها².

تقوم الجمعية العامة بعدة أعمال مهمة تتمثل في:

- الإدلاء برأيها فيما يخص جدول ونتائج النشاطات، تقارير التسيير المالي، والوضعية الأدبية للجمعية.
- المصادقة على القوانين الأساسية والنظام الداخلي للجمعية، بالإضافة إلى تعديلاتها.
- القيام بانتخاب المكتب التنفيذي وكذا تجديده.
- المصادقة على قرارات المكتب التنفيذي بخصوص تنظيم هياكل الجمعية وتمثيلها المحلي. - قبول الهبات والوصايا عندما تقدم بإثباتات وشروط وبعد التحقق من عدم تنافيها . الأهداف مع المسطرة للجمعية.
- الموافقة على إنشاء أجهزة استشارية، ومتابعة الموافقة على اقتناء العقارات.
- دراسة الطعون المقدمة فيما يخص الانضمام إلى الجمعية.
- البت النهائي في قضايا الانضباط.

¹ - المادة 25 من القانون 06/12.

² - المادة 16 و 17 من القانون 06/12 الأساسي النموذجي للجمعيات، 2012.

- تحديد مبلغ الاشتراكات السنوية.

ب - الجهاز الإداري للجمعية :

يسمى المكتب التنفيذي أو الهيئة التنفيذية، يتم انتخاب أعضائه من قبل الجمعية

العامة لمدة محددة قابلة للتجديد، حيث يتولى المكتب مجموعة من المهام يكلف بها¹.

- يضمن تطبيق أحكام القانون الأساسي والنظام الداخلي، والسهر على احترامها.

- تنفيذ قرارات الجمعية العامة.

- تسيير ممتلكات الجمعية.

- تحديد الاختصاصات لكل نائب ومهام المساعدين.

- إعداد مشروع النظام الداخلي.

- اقتراح تعديلات القانون الأساسي والنظام الداخلي.

- ضبط مبالغ النفقات الزهيدة.

- اقتراح للجمعية العامة كل الإجراءات لتحسين عملية تنظيم وتنصيب أجهزة الجمعية.

- دراسة عمليات الشطب لكل عضو في الجمعية يرتكب مخالفة خطيرة.

- إعداد منح الجمعية.

يشرف على المكتب رئيسا يمثل الجمعية في جميع أعمال الحياة المدنية يكون منتخب من من

بين الأعضاء يمثل الجمعية لدى السلطات العمومية والقضائية ويقوم بتبليغ السلطة الإدارية

¹ - المادة 26 من القانون 06/12.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

الإدارية المؤهلة بجميع المعلومات تحضير التقريرين الأدبي والمالي وتقديمه للجمعية العامة¹ إضافة إلى الرئيس يتكون المكتب من².

- كاتب عام : يتولى تسيير الأمور الإدارية للجمعية وذلك بمعونة الكاتب العام المساعد.
- أمين المال : يقوم بتسيير أملاك الجمعية المنقولة منها والعقارية وتحصيل الاشتراكات، إعداد التقارير المالية بمعونة أمين المال المساعد.

* موارد الجمعية

تعتمد جمعية حماية المستهلك على عدة موارد نصت عليها المادة 29 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات وتتمثل في:

1- اشتراكات الأعضاء :

تلك المبالغ المالية التي يقوم الأعضاء بدفعها بصفة دورية و مستمرة وهي عملية ينص عليها قانونها الأساسي، ويشكل الاشتراك الالتزام الوحيد والحقيقي لأعضاء الجمعية ويترتب على عدم الوفاء به إمكانية الإقصاء من التنظيم، كما يحق للجمعيات اشتراط دفع حقوق الانضمام للجمعية³.

¹ - المادة 29 من القانون 06/12.

² - المادة 3 من القانون 06/12.

³ - المادة 32 من القانون رقم 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات والأمر رقم 95-09 المؤرخ في 25 فيفري 1995 والمتعلق بتوجيه المنظومة الوطنية للتربية البدنية وتنظيمها وتطويرها.

- المرسوم التنفيذي رقم 96-166 المؤرخ في 08 ماي 1996 الذي يحدد كليات تنظيم الرابطة الرياضية وسيرها وكذا هذا القانون السياسي.

- المرسوم التنفيذي رقم 91-413 المؤرخ في 25 ربيع الثاني 1412 الموافق لـ 02 نوفمبر 1991 يجد تكوين المجلس البلدي الرياضة وتنظيمه وعمله.

2 - المداخل المرتبطة بنشاطات الجمعية وأملاكها :

تقوم الجمعيات بتقديم خدمات مقابل حصولها على عروض مالية واستخدامها في سبيل تحقيق الأهداف المحددة في القانون الأساسي للجمعيات، فمثلا يمكن للجمعية الاستفادة من أملاكها عن طريق تأجيرها والحصول على مقابل للإيجار، كما أن هذه ألا تستخدم لأغراض شخصية و إلا عد ذلك تعسفا في استغلال الأملاك الموارد ينبغي الجماعية.

3- الهبات النقدية و العينية والوصايا :

تشكل الهبات والوصايا مصدر مالي آخر للجمعية، حيث يشترط المشرع أن لا تكون مثقلة أو مقيدة بأعباء وشروط إلا إذا كانت مطابقة مع الهدف المسطر في القانون الأساسي للجمعية¹.

كما منع القانون على الجمعيات حصولها على أموال تكون واردة من تنظيمات أجنبية ومنظمات غير حكومية أجنبية ماعدا التي تتم في إطار الشراكة بينها لتحقيق الأهداف المنشودة غير أنها تكون خاضعة للموافقة المسبقة من طرف السلطات العمومية المختصة.

4 - مداخل جمع التبرعات :

منح المشرع للجمعيات وسيلة أخرى لتحصيل موارد مالية من خلال جمع التبرعات شرط أن ترخص لها بذلك السلطات العمومية وفقا للأشكال المنصوص عليها قانونا².

¹ - المادة 30 و 32 من القانون رقم 06/12 .

² - كلتوم وهابي، التسويق في المنظمات غير الهادفة للربح "الجمعيات" نموذجا" مذكرة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير فرع تسيير منظمات، جامعة أمجد بوقرة بومرداس، 2011، ص36

5- الإعانات التي تقدمها السلطات العمومية

تعتبر المساعدات الممنوحة من طرف الدولة أو الولاية أو البلدية أهم مصادر تمويل الجمعيات تمنح لها في بعض الأحيان مرة كل سنة إذا رأت السلطة العمومية أن نشاط الجمعية مفيد وذا منفعة عمومية كما أن منحها للمساعدات يتوقف على التزام الجمعية المستفيدة من هذا التمويل الذي يتوقف على دفتر شروط يحدد نشاط برامج الجمعيات¹. كما يشتمل التمويل على مساعدات أخرى بشرية تتمثل في تحويل موظفين للعمل في الجمعيات وتحمل تكلفة أجورهم² ، ومساعدات تتمثل في الاستفادة من امتياز حق الانتفاع بممتلكات تابعة للأموال الوطنية.

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك

تعتبر جمعيات حماية المستهلك أحد أهم الفاعلين في تنشيط الحياة الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع، حيث أعطى لها القانون عدة صلاحيات تقوم بها للعمل على ضمان أمن وسلامة المستهلك. يرجع تواجد جمعيات حماية المستهلك وانتشارها عبر الوطن للانفتاح الاقتصادي على السلع والخدمات المتنوعة والمعروضة على فئة المستهلكين، حيث يبرز دورها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتلاءم مع المقاييس والمواصفات المحددة قانوناً³.

تقوم جمعيات حماية المستهلك بتقديم نصائح للمستهلكين بتوجيههم نحو منتج معين عن طريق وسائل الإعلام، ونشر الدراسات التي تقوم حول المنتج بالإضافة إلى إقامة محاضرات وعقد ندوات وملتقيات تهدف إلى إحاطة المستهلك بالأخطار التي يمكن أن تهدد

¹ - المادة 34 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات، المرجع السابق.

² - المادتين 46 و 47 من المرسوم التنفيذي 405/05 ..

³ - المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 04/04 المتعلق بالتقييس ، جريدة الرسمية العدد 41 ، 27 يونيو 2004.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

سلامته، فوعي المستهلك بحقوقه وواجباته تجاه المتدخلين يجعلهم يحرصون على القيام بكامل واجباتهم لحماية مصالحه.

كما تعمل جمعيات حماية المستهلك بتحسيس وتوعية المواطن من أخطار المنتجات التي تمس سلامته الصحية عند استهلاكها، وهذا بهدف خلق وعي وثقافة استهلاكية لدى المستهلك، كما تتخذ جمعية حماية المستهلكين في سبيل ردع المخالفين حين تتعرض مصلحة المستهلك للخطر، على القيام بالدفاع عن مصالحه أمام الجهات القضائية والدعوى إلى مقاطعة للسلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد وعليه؛ فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق اختصاصات جمعيات حماية المستهلك في الفرع الأول، ووسائل عمل جمعيات حماية المستهلكين في الفرع الثاني.

الفرع الأول : اختصاصات جمعيات حماية المستهلك

تعمل جمعية حماية المستهلك على تنوير المستهلكين بالمعلومات الهامة المتعلقة بالسلع والخدمات المعروضة في الأسواق، واختيار أحسن وأجود المعروضات، تماشيا مع رغبة المستهلك في الحصول على المنتج بأقل تكلفة، وتجنب اقتناء السلع والخدمات المغشوشة والتي تثقل كاهله، من خلال القيام بحملات تحسيسية وتوعوية تهدف أساسا لضمان أمن وسلامته، كما تهدف إلى ترقية المستهلك وإرشاده ، وإحاطته بالمعارف العلمية والصحية والاقتصادية، التي تساعد على تحسين مقدرته الإدراكية في اختيار نموذج استهلاكي يعبر عن وعيه وقناعاته¹.

¹ - مرخي محمد ، جمعيات المستهلك في التشريع الجزائري ، ماستر في العلوم القانونية تخصص عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم قانون الخاص ، جامعة ألكلي محند أولحاج ، البويرة ، 2015/2014 ، ص 41.

أولاً: تحسيس وإعلام المستهلكين

عملاً بالمبدأ القائل " الوقاية خير من العلاج " تقوم جمعيات حماية المستهلك بدور وقائي وذلك بواسطة قيامها بعمليات تحسيس وإعلام المستهلكين بهدف منع الضرر قبل وقوعه فتعمل هذه الجمعيات على توعية وتحسيس المستهلك من الأخطار التي قد تهدد سلامته وصحته وتعريفه بحقوقه وواجباته، وذلك عن طريق القيام بحملات تحسيسية وتنظيم أيام دراسية في أوساط فئة المستهلكين.

أ - الدور التحسيبي

يعتبر التحسيس الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك من أجل تحذير المستهلكين من المخاطر المترتبة على استعمال واستغلال المنتجات التي يضعها المتدخل للتداول في الأسواق، والتي من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلكين¹.

1 - تنظيم حملات تحسيسية

تعتبر تنظيم حملات تحسيسية الوسيلة الرئيسية التي تعتمد عليها جمعيات حماية المستهلكين ، لكونها وسيلة اتصال مباشرة مع المستهلكين تعتمد عليها لتوعية وإرشاد وتحذير المستهلكين من مخاطر استغلال المنتجات، وفي غالب الأحيان تستهدف هذه الحملات موضوع معين تفرضه ظروف حالية معينة فنشاط الجمعيات المنشغلة بقضايا الاستهلاك والمستهلك أصبح دورها فعال في هذا المجال نظراً لاحتكاكها المباشر بالمستهلكين.

¹ - نوال بن الحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية - ، الماجستير في القانون العام ، كلية الحقوق ، جامعة قسنطينة 1 ، 2013 ، ص82

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

في هذا الصدد نذكر على سبيل المثال الحملة التحسيسية التي نظمتها جمعيات حماية المستهلك بالجلفة بالتنسيق مع مديرية التجارة لفائدة المستهلك¹، التي انطلقت فعاليتها في 08 جوان 2013 تناولت مظاهر عرض المواد الغذائية على الطرقات وواجهات المحلات التجارية التي تعد أمرا عاديا بالنسبة إلى الكثيرين رغم المخاطر التي تمثلها هذه الأخيرة على صحة المستهلكين، الذي يعد المتضرر الأول من هذه الظاهرة.

فيلجأ أصحاب المحلات إلى عرض السلع والمواد الحساسة كالحليب ومشتقاته خارج المحلات وجعلها عرضة للشمس ومن دون أية حافظات خاصة، وذلك بسبب الاكتظاظ الذي تشهده هذه المحلات، الأمر الذي استدعى إخراج السلع ليتمكن المواطن من دخول المحل. تهدف هذه الحملة إلى توعية المواطن بخطورة هذه الظاهرة التي قد تتسبب في ظهور أمراض جلدية وتسممات تمثل خطرا على صحة المواطن، خاصة وأن أغلب المحلات التجارية لا تستند إلى طريقة مثالية والصحيحة للتخزين والتي تضمن الحفظ السليم للسلع.

من جانب آخر تعمل جمعيات حماية المستهلكين على إكمال وتفعيل الجهود التي تبذلها السلطات العمومية والهيئات العامة في هذا المجال، وهي بذلك تعمل على إيصال صوت المستهلك وتمثيله في وضع سياسة استهلاكية ناجعة².

نظمت مديرية التجارة لولاية بسكرة بالتنسيق مع جمعيات حماية المستهلك أياما وطنية للتحسيس والوقاية من التسممات الغذائية تحت شعار حذاري من التسممات الغذائية³. جابت القافلة مختلف شوارع وأحياء مدينة بسكرة، فقد أصدرت جمعية حماية المستهلك /التي

¹ حملة تحسيسية بعنوان "عرض المنتوجات الغذائية خارج المحلات التجارية، جمعية حماية المستهلك، الجلفة،

http://www.djelfa.info/are/news/djelfa_2023/05/24

² فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004، ص 24

³ أيام تحسيسية من 01 الى 10/10/2015، بعنوان حذاري من التسممات الغذائية، ولاية بسكرة، 18/10/2015، <http://www.dcommerce-biskra.dz2023/05/27>

يترأسها "مصطفى زبدي بيانا" يحذر من تناول منتج "دانينو" DANINO الموجه للأطفال يوم 17 مارس 2015م، وذلك بعد ثبوت رداثة المنتج بنوعيه الطبيعي والمسكر، خاصة ذلك الموجه للأطفال حيث دعت جميع المستهلكين لعدم اقتناء المنتج مهما كانت تاريخ الصلاحية. وبعد القيام بالتحاليل الذي أجرته الشركة حيث قامت باسترجاع كل العينات لدى موزعيها أكدت في بيان لها عدم وجود أي خطر على صحة المستهلك لكون الأمر يرجع إلى تردي نوعية المنتج.

2 - تنظيم ملتقيات وأيام دراسية

يمكن لجمعيات حماية المستهلك تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل مايتعلق بهذا الجانب من اجتماعات ومداولات ، وكل ذلك بمقتضى نص المادة 24 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات، كما يجب على الجمعية أن تصل إلى أكبر قدر من المستهلكين وذلك بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم والصحة والسكان من أجل تحسيس التلاميذ والطلبة بمخاطر بعض المنتوجات¹.

ومن بين هذه النشاطات نذكر على سبيل المثال يوم دراسي نظمه جمعية حماية المستهلك لولاية برج بوعريريج حول دور الإدارة والجهات الأمنية ووسائل الإعلام في حماية المستهلك². حيث عرفت التظاهرة مشاركة قوية لكل الفاعلين في عدة قطاعات على غرار مصالح الدرك الوطني ومصالح الري، الفلاحة والصحة.

¹ - عنابي بن عيسى، جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، الملتقى الوطني حول "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي" معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي يومي 13 و 14 أبريل 2008 ص. 268

² - يوم دراسي حول دور الإدارة والجهات الأمنية ووسائل الاعلام في حماية المستهلك"، ولاية برج بوعريريج، <http://aspcbba.org>، 2023/05/21

من جانب آخر نظمت الفدرالية الجزائرية للمستهلكين بالتعاون مع جمعية الأمان لحماية المستهلك لولاية الجزائر يوم دراسي وتقني حول الوقاية من التسمم بغاز أحادي أكسيد الكربون، وذلك بحضور ممثلين عن كل الأطراف المعنية، من ممثلي وزارة الطاقة، التجارة، سلطة ضبط الكهرباء والغاز، سونلغاز ، عمادة المهندسين المعماريين، أساتذة جامعيين وطلبة وجمعيات المجتمع المدني¹، من أجل التباحث والتشاور حول إيجاد حلول تقنية من أجل.

الحد من حوادث الاختناق بغاز أول أكسيد الكربون والذي يؤدي بحياة أكثر من 240 شخص كل سنة وقد خرج المؤتمرين بجملة من التوصيات أهمها:

- تكثيف حملات التحسيس بمخاطر غاز أكسيد الكربون وخاصة في المناطق النائية.
- ضرورة إجراء تدقيق إجباري للسكنات من أجل التأكد من مطابقة تركيب هذه الأجهزة لمتطلبات السلامة و الأمن في المنازل.
- اللجوء إلى تركيب أجهزة التدفئة المركزية بدل استعمال أجهزة التدفئة بالغاز للعائلات المقنطرة.

3 - المشاركة في الحصص والبرامج الإذاعية والتلفزيونية

يحق لجمعيات حماية المستهلك استغلال وسائل الإعلام المرئية وغير المرئية، السمعية والسمعية البصرية، نظرا لما لها من دور فعال في التأثير على ذهنيات المستهلكين من خلال توجيههم إلى اختيار أفضل منتج، حيث أصبحت من الوسائل الأكثر انتشارا واستعمالا من طرف جمعيات حماية المستهلكين.

وهذا ما أكده رئيس الاتحاد الوطني لحماية المستهلك محفوظ حرزلي " لدى نزوله في ضيافة منتدى جريدة ديكال " نيوز " أن الإتحاد يشرف على أيام وطنية تحسيسية للوقاية من

¹ - يوم دراسي وتقني حول الوقاية من التسمم بغاز أحادي أكسيد الكربون، الفدرالية الجزائرية للمستهلكين مع جمعية الأمان لولاية الجزائر ، 2023/05/22 ، <http://www.fac-dz.org>

التسممات الغذائية تزامنا مع دخول فترة موسم الاصطياف، كما كشف لدى نزوله ضيفا على منتدى جريدة " ديكنا نيوز" أن هناك نقصا في أعوان الرقابة، خاصة وأن المنتوجات التي تصل للمستهلك من الخارج في تزايد مستمر.، مرجعا الانتشار الهائل للسلع الرديئة التي يعرفها السوق الجزائري إلى المتعاملين الاقتصاديين والمستوردين الذي يتعمدون استيراد منتوجات بطريقة فوضوية لا تحترم رغبات المستهلك الجزائري، الذي أصبح بدوره في معاناة دائمة مع السلع المقلدة في ظل الإشهار المضلل ذو الأغراض التجارية.

ب - الدور الإعلامي

تتمتع جمعية حماية المستهلك بطابع اجتماعي يهتم بنشر ثقافة الاستهلاك في أوساط المجتمع عن طريق وسائل الإعلام، ويظهر ذلك من خلال الدور التوعوي والتوجيه الإرشادي في مجال الخدمات، بترشيد المستهلك بحصول كل فرد من المجتمع على احتياجاته من سلع وخدمات، ويكفل الدستور حق إنشاء الجمعيات لكل فرد، الذي تعد من الحقوق الأساسية لكل مواطن¹.

1- وسائل الإعلام العامة

يقصد بوسائل الإعلام جميع وسائل الاتصال سواء كانت مكتوبة كالجرائد والمجلات العامة أو المسموعة كالإذاعة أو المرئية كالتلفزيون ولقد نصت المادة 3 من القانون رقم 05/12 المتعلق بالإعلام² على أن أنشطة الإعلام في مفهوم هذا القانون العضوي، كل نشر أو بث لوقائع أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر أية وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو الكترونية وتكون موجهة للجمهور أو لفئة منه.

¹ - المادة 41 من دستور 1996، المرجع السابق.

² - قانون عضوي رقم 05/12 ، 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية العدد 02 ، 15 يناير 2012.

تعمل جمعيات حماية المستهلك على إعلام المستهلكين عن طريق الإذاعة والتلفزة والجرائد وكل الوسائل الالكترونية، بمواضيع تتعلق بالاستهلاك مثل ما قامت به قناة النهار بنشر بيان عن جمعية حماية المستهلكين حول تعليمة صادرة من الضمان الاجتماعي، تحذر فيها عن كمية شرائط الفحص الذاتي لنسبة السكر في الدم بعلبة واحدة كل ثلاثة أشهر¹.

الأمر نفسه بالنسبة للوسائل السمعية حيث بثت الإذاعة الجزائرية للقناة الأولى يوم 30 ماي 2015م ضمن برنامج "ضيف الصباح" تصريح لنائب عن جمعية أمل لحماية المستهلك لولاية الجزائر حول مخاطر استعمال الشبكة العنكبوتية على الأطفال، وضرورة سن قوانين صارمة لحماية الأطفال من الانحراف الأخلاقي خاصة في مقاهي الانترنت التي تغيب فيها أدنى شروط الرقابة².

2 - النشريات المتخصصة

تقوم جمعية حماية المستهلك بإصدار نشريات ومجلات متعلقة بالنشاطات التي ترمي إلى نشر ثقافة الوعي الاستهلاكي بين المواطنين³. ، تبرز الواقع المعيشي وتعطي نظرة استهلاكية لها أهمية بالغة، حيث تتعلق النشريات المتخصصة بمواضيع معينة تصدرها جمعية حماية المستهلكين فضلا عن دورها في تحسيس واعلام المستهلكين.

فهي تعمل على ترقية الأنشطة والربط بين أعضائها بإصدار مثل هذه النشريات أو المجلات إذا تم بالشكل المطلوب فإنه يشكل أحد موارد الجمعية التي تتأتى من بيعها⁴. وعلى هذا الأساس قامت جمعية النور لحماية المستهلك بإصدار مطويات ومجلة المستهلك مقالات

¹ - بيان صادر بتاريخ 06/07/2015 عن جمعية حماية المستهلك ، 23-04-2023

<http://www.ennaharonline.com>

² - تصريح حول مخاطر استعمال الشبكة العنكبوتية على الأطفال ، جمعية أمل لحماية المستهلك،

الجزائر، 03/04/2023، <http://www.radioalgerie.dz>

³ - المادة 24 من القانون رقم 12/06، المرجع السابق 71.

⁴ - فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 65

صحفية تتعلق بحماية المستهلك والمشاركة في حصص تلفزيونية وإذاعية، تتم فيها عملية الترقية والحماية بواسطة إعلام وتحسيس المستهلك بحقوقه المتمثلة في حماية صحته وسلامته من المخاطر التي تشكلها المنتجات والخدمات المعروضة على الاستهلاك¹.

ثانيا : مراقبة جمعيات حماية المستهلك للأسعار والجودة

تلعب جمعية حماية المستهلك دورا هاما في مجال مراقبة الأسعار وتحسين الجودة، وذلك بالقيام بعقد ندوات تحسيسية حول بعض المواصفات للسلع خاصة المتعلقة بالغذاء، كما تراقب التزام التجار بالأسعار المكتوبة على السلع المسعرة من الدولة في ظل ضعف القدرة الشرائية للمستهلك وغياب الحملات التوعوية.

أ - مراقبة جمعيات حماية المستهلك للأسعار

تعد مراقبة الأسعار في الأسواق أهم دور تقوم به جمعيات حماية المستهلك في الحفاظ على القدرة الشرائية للمواطن من ارتفاع الأسعار، خاصة الواسعة الاستهلاك بين جموع المستهلكين، حيث سندرس تعريف مراقبة الأسعار .

1 - تعريف مراقبة الأسعار

يتمثل الدور الرئيسي لجمعية حماية المستهلك في مراقبة الأسعار، وذلك بالقيام بنشر الثقافة الاستهلاكية والتأثير على سلوكيات المستهلك، لأن تحديد الأسعار أو مراقبتها يفوق قدراتها واختصاصاتها.

يعتبر السعر ذلك التعبير النقدي لقيمة السلع والبضائع، أما عملية تشكل الأسعار تحكمها قوانين اقتصادية محددة في الزمان والمكان وطبيعة النظام ، كقانون العرض والطلب

¹ - تاريخ الإطلاع يوم: 2023/05/05 سا 11:00 <http://www.elnour17.com>

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

الذي يحدد العلاقة في السوق بين السعر واستعداد المشتريين والبائعين لتبادل كميات معينة من سلعة ما بسعر معين¹.

فما على الجمعيات إتباع سوى ما قاله الصحابي الجليل عمر بن الخطاب رضي عنه حين اشتكوا له ارتفاع سعر سلعة فقال "أرخصوها بالاستغناء عنها".

2 - تطبيقات على مراقبة الأسعار

إن فتح باب التنافس أمام المتعاملين الاقتصاديين وتزايد ظاهرة الاستهلاك، أدى إلى اتساع دائرة الأسواق لتتزاخم فيها منتجات محلية وأخرى أجنبية التي ترتفع بصفة مفرطة خاصة في شهر رمضان والأعياد والأزمات، فجمعية حماية المستهلكين ليس من مهامها تحديد الأسعار غير أنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة².

تقوم جمعية حماية المستهلكين بإخبار السلطات المختصة عند وجود مخالفات، رغم أن القانون لم يمنحها أية سلطة رقابية ولم يخول لها القيام بالإجراءات التي منحت لأعوان مصالح مراقبة الأسعار وضباط أعوان الشرطة القضائية كالبحت عن المخالفات، تفحص المستندات التجارية، حرية الدخول إلى المحلات التجارية وأماكن التخزين والقيام بتحقيقات وتحرير محاضر³.

¹ - تاريخ الإطلاع يوم : 2023/04/26 سا 14:00 <http://www.memoireconomique.blogspot.com>

² - بختة دندان، المرجع السابق، 04.

³ - صبايحي ربيعة، مداخلة بعنوان فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري، قدمت في الملتقى الوطني تحت عنوان "المنافسة وحماية المستهلك" يومي 17 و 18 نوفمبر 2009م ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، ص 24.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

في هذا الصدد دعت جمعيات حماية المستهلك إلى توطيد العلاقة بينها وبين الجهات المكلفة بمراقبة الأسعار، بما يسمح بتمكينها من ممارسة الرقابة في ظل التشريعات الجديدة، في ظل غياب الوعي للمستهلك الجزائري فيما يخص الأسعار واختلافها بين السوق الدولية والمحلية لنقص التفسيرات الاقتصادية التي يتعين على الجهات الوصية القيام بها بها¹.

كما أطلقت جمعية حماية المستهلك لولاية الجزائر حملة لمقاطعة السمك يوم 15 أبريل 2015م لمدة أسبوع قابل للتجديد حتى تتخفض أسعار السمك، وكشف رئيس جمعية حماية المستهلك "مصطفى زبدي في حديثه لجريدة الحرية أنه بعد 5 أيام من الإعلان عن الحملة قامت 10 جمعيات لحماية المستهلك لولاية سطيف وقالمة ووهران وجمعية آمان لولاية بسكرة بتبني المقاطعة.

إن هدف الحملة هو كسر الاحتكار الذي يشهده سوق السمك الذي ارتفع إلى مستويات مخيفة حتى بات تناول السمك لدى العائلات الجزائرية إلى طبق كمال غير متوفر إلا نادرا فحملة مقاطعة شراء السمك التي يتصدر لائحتها السردين بعدما تجاوز سعر الكيلوغرام الواحد أكثر من 500 دج على مدار ثلاثة الأشهر الأخيرة في حين أن الجزائر تمتلك شريطا ساحليا يمتد إلى أكثر من 1200 كلم.

ب - مراقبة جمعيات حماية المستهلك للجودة

إن الرقابة على الجودة للمنتجات والخدمات هي الأساليب والأنشطة العملية المستخدمة للكشف عن العيوب وليس لمنع حدوثها، حيث تقوم جمعيات حماية المستهلك بالدور الرقابي على هذه المنتجات للحفاظ على صحة وأمن المستهلكين.

¹ - تاريخ الإطلاع يوم: 2023/04/14 سا 15:00 <http://www.echoroukonline.com>

1 - تعريف الرقابة على الجودة

الرقابة على الجودة في المنظور الاقتصادي هي مدى التزام المنتج بالموصفات والرسومات والتصميمات، وكلما كان تطابقا بين التصميمات وخصائص الإنتاج الفعلي كلما كانت الجودة عالية، وكلما انحرفت خصائص المنتجات على المواصفات القياسية كلما انخفض مستوى الجودة، والرقابة على الجودة هو الاستخدام الأنسب للأساليب والأنشطة لتحقيق وتحسين جودة المنتج.

2 - تطبيقات على مراقبة الجودة

أصبح الدور الذي تلعبه جمعية حماية المستهلك أكثر من ضرورة، حيث تعمل مع الأجهزة الرسمية التابعة للدولة في تطهير الأسواق من أي منتج لا يتطابق والمقاييس والمواصفات المحددة قانونا، ويتجاوز هدفها مجرد الدفاع عن حقوق المستهلك إلى تحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك ومصالح المحترف، كما تعمل على ضمان حقوق المستهلك في استهلاك منتج لا يشكل خطرا على صحته أو يهدد حياته¹.

تقوم بفحص المنتجات خاصة الصناعية منها من أجل التعرف على مزاياها وعيوبها واحتمالات تسببها في إصابة المستهلك، وذلك بلفت النظر للمستهلكين والمستعملين لهذه المنتجات، كما يجب أن تتوفر الجمعية على متخصصين في المجالات المختلفة، كالقانون والبيولوجيا و الإلكترونيك إلى غير ذلك.

كل هذا يؤهل الجمعية لمعرفة الخصائص الواجب توافرها في المنتجات كالأغذية والمواد الكهربائية، وبالتالي تكون الأقدر على فحصها والدعوة إلى اجتناب المنتجات

¹ - هامل الهواري، دور الجمعيات في حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والإدارية عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ، 2005، ص ص 221، 224.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

المضرة بالمستهلك، كضرورة عدم اقتناء المنتجات غير المتوفرة على الموسم¹ وفي هذا الصدد طالبت منظمة حماية وإرشاد المستهلك بتعديل العقود التي تجمع بين شركة اتصالات الجزائر وزبائنها بشكل يوضح كيفية حصول هؤلاء على تعويضاتهم في حالة حدوث أي خلل في تدفق الانترنت.

جاء هذا الطلب بعد أن أوضحت الشركة أنها ستعوض الزبائن عن تذبذب الخدمة بسبب انقطاع كابل الألياف البصرية في البحر، ولكنها لم توضح كيفية حصول هذا التعويض، وجاء في بيان للجمعية أن اتصالات الجزائر ولأول مرة في تاريخها تستبق الطلب التي قدمته جمعية حماية المستهلك بالتعويض عن الانقطاع المفاجئ الذي حدث لكبل نقل المعطيات مما أثر على جودة الولوج إلى الشبكة لكنها لم توضح كيف سيتم التعويض الذي لحق المستخدمين وخاصة مقاهي الانترنت.

كما طالبت الجمعية بإعطاء توضيحات أكبر عن سبب هذا الانقطاع وماهي الحلول التي ستتخذها مؤسسة اتصالات الجزائر مستقبلا لعدم تكرارها ، كما شددت الجمعية على أن يكون التعويض بحسب الضرر الذي تكبده المستهلكون وخاصة المؤسسات التجارية التي تعتمد على الانترنت في سيرورة عملها وليس في ساعات الانقطاع.

وحتى يكون التعويض قانونيا فهذا يتطلب تعديل العقد الذي تبرمه اتصالات الجزائر مع المشتركين بما يتناسب مع تحمل المؤسسة المسؤولية التامة في مثل هذه الحالات.

الفرع الثاني : وسائل عمل جمعيات حماية المستهلك

تسعى جمعية حماية المستهلك إلى تمثيل المستهلكين لدى الهيئات المختلفة، كما تعد حلقة وصل بين المستهلك والإدارات وذلك بنقلها انشغالات الطرفين والتكفل بها في أحسن

¹ - عبد النور بوتوشنت، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك ، مجلة العلوم القانونية، عدد 12، جامعة باجي مختار، عنابة، جوان، 2008، ص ص 120، 122.

ظروف، ويعد تمثيل المستهلكين وسيلة من وسائل مشاركة المستهلك من خلال صناعة القرار المتعلق بمنظومة حياته، لهذا يفترض في الجمعيات أن تؤدي واجباتها في خدمة المستهلك على أحسن وجه من خلال هذه الوسيلة.

أولاً: الوسائل القضائية لحماية المستهلك

يمارس المستهلك المضرور حقه في اللجوء إلى الجهات القضائية قصد المطالبة بردع المخالفين والتعويض عما لحقه من ضرر، غير أن المستهلك لا يستطيع لوحده استرجاع حقه لضعف مركزه القانوني والمالي في مواجهة المتدخل، الأمر الذي يجعله يتنازل عن حقه والمطالبة به، لهذه الأسباب كانت جمعية حماية المستهلك خير وسيلة لتمثيل المستهلكين أمام القضاء.

أ- الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

تباشر جمعية حماية المستهلك أمام الجهات القضائية مهمة الدفاع عند الإضرار بجماعة المستهلكين¹، وحتى تتمكن الجمعية من ممارسة حقها في الدفاع يجب أن تكون معتمدة من قبل السلطات العامة، فالأصل أن يقوم صاحب الحق برفع الدعوى لكن المشرع أورد استثناء يقضي بإمكانية رفع شخص أو هيئة صاحب الحق المعتدى عليه دعوى أمام القضاء، وهنا نكون أمام الصفة غير العادية².

نصت المادة 17 من القانون رقم 12/06 المتعلق بالجمعيات "... التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضرراً بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها"، فالمشرع نص

¹ - زويبر أرزقي، حماية المستهلك في ظل الممارسة الحرة، مذكرة الماجستير في القانون، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو 2011 ص 210.

² - محند أمقران بوشير ، قانون الإجراءات المدنية، نظرية الدعوى، نظرية الخصومة، الإجراءات الاستثنائية، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001، ص 69.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

في المادة 21 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقوله "... تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله".

نصت المادة 23 من القانون 09/03 "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني"

إن نص المادة 23 من القانون رقم 09/03 ، لم يحدد لنا نوع الضرر الذي يمكن أن يلحق بالمستهلك، وعليه يمكن القول بأنه يحق لهذه الجمعيات طلب التعويض عن الضرر المادي والضرر المعنوي، مع إثبات تضرر المستهلك من هذه المخالفة وليس تضررها هي نفسها، تستخدم لإثبات ذلك كل طرق الإثبات المقررة طبقا للقواعد العامة، وبالتالي تكيف الدعوى التي ترفعها جمعيات حماية المستهلك على أنها دعوى تعويض، وعليه يجب أن ترفع طبقا للاختصاص النوعي والمحلي أمام الجهة القضائية التي يقع بدائرتها موطن المدعى عليه (المتدخل) أو بمكان حصول الفعل الضار.

من خلال نص هذه المادة نستنتج أنه حتى تقوم جمعية حماية المستهلك بالمطالبة بحقوق المستهلكين لا بد من توافر شرطان¹ :

1 - وقوع عمل غير مشروع :

أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي حتى تكون الدعوى مقبولة أمام القضاء مثل الإعلان الكاذب...، والغرض من ذلك هو رغبة المشرع في ضمان احترام المنتجين للنصوص القانونية في كافة المجالات سواء المتعلقة بالغش والخداع أو الشروط التعسفية أو عدم الالتزام بالإعلام.

فوجود جريمة جنائية يمكن جمعيات حماية المستهلك من رفع دعوى أمام الجهات القضائية الجزائية ضد الممارسات التعسفية من جانب المهني، وتتأسس كطرف مدني في

¹ - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2006 ، ص 679.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

حالة وقوع فعل يعد مخالفا لأحكام القانون رقم 03/09 ، وطبقا للقواعد العامة المنصوص عليها في قانون الإجراءات الجزائية تكون الدعوى كما يلي¹ :

* أثناء التحقيق:

نصت المادة 74 ق إ ج على انه يجوز الإدعاء مدنيا في أي وقت أثناء سير التحقيق، ويحيط قاضي التحقيق باقي أطراف الدعوى علما بذلك.
قبل الجلسة: يتم الإدعاء مدنيا قبل الجلسة لدى قلم الكتاب، ويتعين أن يحدد تقرير المدعي المدني الجريمة موضوع المتابعة.

* أثناء الجلسة : يتم الإدعاء المدني بتقرير يثبته الكاتب أو بإبدائه في مذكرات، ومثال ذلك ما قررت لقيام به الجمعية الوطنية لحماية المستهلكين إزاء شركات التأمين بسبب عدم التزامها بتعويض زبائنها في الأجال القانونية، بعد تلقيها أزيد من 300 شكوى مقدمة من طرف المتعاقدون مع هذه الشركات².

ب - أن يكون الضرر قد مس بالمصلحة المشتركة للمستهلك :

هو ذلك الضرر الذي يصيب مجموع المستهلكين من جراء واسع الانتشار كالإشهار التضليلي مثلا كما يقصد بالمصلحة المشتركة المصلحة الجماعية للأفراد يستهدفون عرضا معينا فهي مصلحة مستقلة عن المصالح الفردية.

حيث يجوز للجمعية أن ترفع دعواها أمام الجهة القضائية المختصة وتقوم بالمطالبة

في الدعوى بما يلي:

- المطالبة بالتعويض قصد إصلاح الضرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، حيث يكون التعويض باسمها والحسابها كشخص معنوي.

¹- نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين، المرجع السابق، ص119.

²- جريدة الفجر الصادرة بتاريخ 07/03/2013 ، العدد 3471، ص07.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

- ان تطالب بوقف الممارسات غير المشروعة التي يقوم بها المنتجون كقيام الجمعية بتقديم طلب يقضي بوقف وسحب المنتج لعدم مطابقته المواصفات القانونية

- اعلام جمهور المستهلكين بالحكم الصادر على نفقة المحكوم عليه، فالتعويضات المحكوم نتيجة الضرر تكون لفائدة الجمعية التي تمثل المصالح الفردية وليس لفائدة عموم المستهلكين المتضررين بشكل شخصي¹.

وتظل سلطة القاضي قائمة في تحديد قيمة الضرر والتعويض المناسب له ودراسة طلبات جمعية حماية المستهلك فمسألة تقدير الضرر اللاحق بجموع المستهلكين مسألة في غاية الصعوبة.

في هذا الجانب فقد أودعت جمعية حماية وإرشاد المستهلك ومحيطه" شكوى رسمية لوزارة التجارة ضد مجموعة قنوات "بي إن سبورت القطرية bein sports" تتهمها بالتحايل على زبائنها المشتركين في الجزائر، ومخالفتها لشروط العقود المبرمة مع زبائنها دون سابق إنذار ودون تعويض، مما يعتبر خرقا صارخا لحقوقهم واستخفافا بمشاعرهم، حسبما ذكرته جمعية حماية المستهلك في المراسلة التي وجهتها لوزارة التجارة والتي تملك «النهار» نسخة منها.

حيث تطالب الجمعية فيها مصالح الوزارة بالتدخل وفتح تحقيق مع الممثلين المحليين لهذه الشركة، كون الأمر معاملة تجارية متمثلة في تقديم الخدمة الترفيهية الأكثر متابعة في مجتمعنا، حسبما تضمنته المراسلة التي طالبت بمعرفة السند القانوني والإداري الذي استند عليه بعض التجار لبيع البطاقات والأجهزة الخاصة لهذه القناة، ومدى تحملهم المسؤولية والخروقات التي وقعت حتى يتمكن المتضررون من المتابعة القانونية وتعويضهم².

¹ - محمد ،بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 681.

² - تاريخ الاطلاع على الموقع الالكتروني 2023-03-30 ساعة 12.45

كما أكدت جمعية حماية المستهلك أن مجموعة "بي إن سيورت" اعتادت العبث بمشتركها في الجزائر وحرمتهم من الخدمات التي اشتروا بأموالهم، وأصبحت تتحجج بما أسمته الوضع الآمن، وذلك من خلال إجبار مشتركها القدامى على اقتناء جهاز استقبال جديد يكلف رفقة البطاقة ما يقارب خمسة وثلاثين ألف دينار (35.000)، رغم أن جميع المشتركين الحاليين للقناة يملكون حق متابعة جميع المنافسات.

هذا وأكد مصطفى زبدي رئيس جمعية حماية المستهلك في اتصال بقناة "النهار" أن جمعيته ستتحول للمتابعة القانونية ضد القناة القطرية بسبب ما تقوم به من خرق صارخ لحقوق مشتركها في الجزائر، مضيفا أن جمعيته باشرت الإجراءات بعد تلقيها شكاوى عديدة من المستهلك الجزائري، وستسعى لاسترجاع حقه القانوني.

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

قد ترفع دعوى أمام القضاء من طرف المستهلك الفرد أو من قبل عدة مستهلكين ضد منتجات معينة، فإذا كانت مصلحة جمعية حماية المستهلكين تقتضي الانضمام إلى الدعوى فيعد انضمامها تجسيدا للأهداف المسطرة والتي انتهجتها الجمعية في سبيل تحقيق أمن وحماية المستهلك

كما يمكن للجمعية تدعيم الطلب الذي قام به المستهلك بالمطالبة بوقف الضرر الذي المستهلك كطلب إيقاف الإشهار التضليلي، فالتدخل الإنضمامي في الخصومة نصت عليه المادة 194 ق إ م إ ج على أنه: "يكون التدخل في الخصومة في أول درجة أو في مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا. لا يقبل التدخل إلا من توفرت فيه الصفة والمصلحة"¹.

¹ - المادة 194 من قانون رقم 09/08 .

ثالثاً : دعوى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن المصالح الفردية

إذا كانت الدعوى المدنية الممارسة في إطار المصلحة الجماعية تمكن الجمعيات من المطالبة باسمها ولحسابها بالتعويض عن الأضرار التي تصيب المصلحة الجماعية للمستهلكين، فإن الدعوى الممارسة في إطار المصلحة الفردية تسمح لها بالدفاع عن المصالح الفردية لمجموع المستهلكين، فهي تعمل على تجميع المصالح الفردية¹ في دعوى واحدة ممارسة من طرف جمعية تمثل المستهلكين المعنيين وذلك باسمهم ولحسابهم، سواء كان المستهلكون أشخاصاً طبيعياً أو معنوية لحقها ضرر سببه نفس المحترف، ويكون الضرر الذي لحق بهم ضرر شخصي².

لم يحدد نص المادة 23 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نوع الدعاوى الممكن رفعها وهذا ما يمكننا من القول أن لجمعية حماية المستهلك حق اللجوء إلى القضاء للدفاع عن المصالح الفردية أو الجماعية للمستهلكين لأنه من صميم ما أكدته المادة 17 من القانون رقم 12/06 المتعلق بالجمعيات.

أهدافها وهو وحتى تتمكن الجمعية من رفع الدعوى لأبد من توافر شروط أهمها³.

- أن يتعرض عدة مستهلكين لأضرار فردية نجمت عن منتج واحد، وتكون ذات مصدر مشترك كما هو الحال بالنسبة لبيع أجهزة الكترونية بأعداد كبيرة كالهواتف النقالة ثم يتبين فيما بعد أنها معيبة الصنع.

- أن تحصل الجمعية على وكالة مكتوبة من المستهلكين المضرورين قبل رفع الدعوى، وإذا أرادت الحصول على أكبر عدد من التوكيلات يجوز لها تقديم نداء عام عن طريق الصحافة

¹ - فهيمة ناصري، المرجع السابق، ص 110.

² - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل الممارسة الحرة، المرجع السابق، ص 214

³ - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 682.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

المكتوبة وإذا حكم بتعويضات معينة تكون لفائدة المستهلكين الذين وكلوا الجمعية للدفاع عنهم .

كما نصت المادة 65 من القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي : "... يمكن جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة، القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بهم لجمعيات حماية المستهلك نوع آخر من الدعاوي التي لها الصلاحية في مباشرتها هي حقها في اللجوء إلى القضاء المدني لرفع دعوى إلغاء الشروط التعسفية، التي قد تتضمنها نماذج العقود المبرمة بين المتدخلين والمستهلكين، بغية إعادة التوازن لهذه العلاقة، وطلب التعويض عن الأضرار التي قد تلحق بفئة المستهلكين".

فهناك من يرى أن هذه الدعوى لما تعد تدخلا في التعاقد بإلغائها شروط تم الاتفاق عليها مسبقا بين الطرفين، ولكن بالعودة إلى نص المادة 106 ق م ج، أتى باستثناء إلى جواز نقض العقد لأسباب التي يقرها القانون¹، وهذا ما أكد عليه المرسوم التنفيذي رقم 306/06 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية في المادة 5 منه على ضرورة مراقبة بنود العقد التي يهدف من ورائها إلى إذعان الطرف الآخر فعقود الاستهلاك التي تتم بطريقة الإذعان

¹ - بن عنتر ليلي، جمعيات حماية المستهلك موجودة أم تحتاج إلى وجود المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية مجلة سداسية، العدد 02 ، 2010 ، ص ص 184 ، 187.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

ويكون المستهلك طرفا فيها يمكن أن تحل محل دعوى مرفوعة من قبل جمعيات حماية المستهلك¹.

ثانيا : الوسائل غير القضائية لحماية المستهلك

لقد سمح القانون لجمعيات حماية المستهلك بممارسة حقها في التمثيل القضائي للدفاع عن مصالح المستهلكين ، إلا أنه كثيرا ما تكون الدعوى القضائية غير فعالة نظرا لتكلفتها وبطئ إجراءات التقاضي، كما أن الجمعية لا تملك السيولة الكافية لمباشرة جميع الدعاوى المتعلقة بحماية المستهلك الأمر الذي جعلها تلجأ إلى وسائل أخرى للدفاع عنه² حتى و إن تقدمت إلى القضاء، فإنه في الغالب لا تعرف كيف تجني فائدة واسعة من المحكوم عليهم نتيجة صدور أحكام وقرارات قضائية بتعويضات رمزية لا تعبر بدقة عما يعانیه الضحايا³.

هذا ما يجعل جمعيات حماية المستهلك تستخدم في البداية وسائل واقعية غير قضائية، وهي عبارة عن إجراءات تتخذها للضغط على المنتجين للتخلي عن الممارسات التجارية غير المشروعة تهدف إلى سحب المنتج من التداول.

أ - الدعاية المضادة

يقصد به قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر وتوزيع انتقادات عن المنتجات المعروضة في الأسواق مكتوبة في الصحف والمجلات واللافتات والملصقات، أو عن طريق

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 06/306 مؤرخ في 10/09/2006، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر العدد 56 الصادرة في 11/09/2006.

² - خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشارات التجارية، الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر 2005، ص163.

³ - محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأة المعارف الإسكندرية، مصر، ص158.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

وسائل الإعلام السمعية البصرية كالراديو والتلفزيون والانترنت مما يؤدي إلى إحداث أضرار بالغة للمنتج أو مقدم السلعة¹.

وقد أعطاهما المشرع حق القيام بكل الدراسات والخبرات المتعلقة بالاستهلاك في نشرها على نفقتها، وإن كان المشرع لم يحدد كيفية قيام الجمعيات بهذه الخبرات، فإنه يفترض أن يكون عن طريق اقتناء منتج معين من السوق شهد شكاوي واستياء المستهلكين منه ثم تقوم بتحليله في المخابر المعتمدة وذلك على نفقتها لمعرفة ما إذا كان المنتج المسوق مطابقا أو غير مطابق للمواصفات الفنية.

حيث نصت المادة 23 من القانون 02/89 المتعلق بحماية المستهلك الملغي يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها وبإمكانها أن تنشر ذلك حسب الشروط إلا انه قد تترتب

عن الإعلان مسؤولية الجمعية تجاه المتدخل ويظهر هذا خاصة عند خطئها في تقدير الخبرة ما يترتب مسؤوليتها نتيجة الأضرار التي قد تلحق بالمتدخل.

لكن المشرع لما أصدر القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى القانون 02/89 تراجع عن إقرار هذه الوسيلة لجمعيات حماية المستهلك، ولم يعد صياغة هذه المادة على النحو السابق، مما يفهم منه تقليص من أدوار هامة يمكن أن تلعبها جمعيات حماية المستهلك مستقبلا.

مهما يكن من أمر فإن تجارب المقارنة تقدم معلومات مجردة حول نوعية أو عيوب منتج غذائي ما، وبالتالي تمكن المستهلك من اختيار المنتج الذي يتوافق مع حاجياته وقدراته المالية، لذلك يمكن القول أن إجراء التجارب يعد نوعا من الإشهار النقدي للسلع أو الإشهار المضاد لما يقدمه المتدخل في إعلاناتها التجارية.

¹ - بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، المرجع السابق، ص 06.

ولقد توعدت جمعية حماية المستهلك التجار بالإشهار المضاد مالم يتم تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، والذي يدخل حيز التنفيذ يوم 18 نوفمبر 2014 ومن لم يطبقه سيتم غلق مصنعه ومنعه من بيع سلعته، كما أن أصحاب المصانع لابد أن يبيعوا كل السلع المخزونة وأن يحددوا وسم المنتج، كما أن الجمعية لن تتهاون في تطبيق المرسوم، وستلاحق جميع المتعاملين الاقتصاديين المخالفين قضائيا، لأنه كان لهم الوقت لتسوية وضعيتهم تجاه القانون الجديد¹.

ويحدد المرسوم الجديد قانون الإشهار الاستهلاكي للمواد الغذائية وغير الغذائية وكذا الخدمات، ويمنع أي إعلام تضليلي عن طريق الإشهار الكاذب ويحاسب أي تعدي على حقوق المستهلك في هذا المجال، كما حدد المرسوم مواصفات الوسم لأنه من الأمور التي سيكون على المتعاملين الاقتصاديين الالتزام بها، وأهم شيء يجب أن يظهر على المنتج تاريخ الإنتاج ونهاية الصلاحية² ، ويلزم المتعاملون بتسمية الأشياء بأسمائها حتى يتمكن المستهلك من معرفة ما يستهلكه وكل هذا يكون باللغة العربية وبكتابة واضحة.

ب - المقاطعة :

المقاطعة هي شعار ترفعه جمعية حماية المستهلك تطالب فيه المستهلكين بالتخلي أو الانقطاع عن شراء منتج معين ضار بسلامتهم وصحتهم³ ، يعبر عن هذه الوسيلة بالمقاطعة أو الإضراب عن الشراء، فالمشرع الجزائري لم ينص على مدى شرعية هذا

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 13/378 مؤرخ في 09/11/2013 ، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58 الصادر في 18/11/2013.

² - الإطلاع يوم: 2023/03/12 تاريخ 13:00 <http://www.eldjazaironline.net>

³ - أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع المنصورة، مصر، ص 513.

الأسلوب فالأصل مشروعيته شرط عدم التعسف في استعماله ولا يكون هناك تعسف متى كان هو الوسيلة الوحيدة والأخيرة بعد استيفائها كل الطرق الأخرى التي تحمي المستهلك¹. يشكل إجراء المقاطعة نتائج وخيمة على المحترفين في حال اتخاذ ذلك بشأنهم، إذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابة جمهور المستهلكين لذلك، الأمر الذي يدفع بنا للقول بأنه كان من الضروري التطرق لأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو قانون المنافسة.

من الأجدر أن يتم سن نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة. ومن جهة أخرى كيفية تنظيمه، كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء المقاطعة وكذا تحديد مدة معينة توجه مباشرة للمحترف الذي ثبتت مخالفته إما لقواعد المنافسة النزيهة أو لقانون حماية المستهلك وأنه لا يلجأ إلى هذا الأسلوب إلا كحل أخير².

وعلى هذا الأساس قامت فدرالية حماية المستهلكين الجزائريين بالتنسيق مع جمعيات حماية المستهلك بحملة مقاطعة اللحوم حيث عرفت تجاوبا كبيرا لدى فئة المستهلكين وحققت أهدافها بنسبة 30 بالمائة وساهمت في عدم ارتفاع أسعار اللحوم بنسبة 10 مرات وهذا أيام قليلة قبل بداية الشهر الكريم³.

في سياق آخر، طالبت جمعية حماية المستهلك بقائمة محددة وفتوى لمقاطعة المنتجات الإسرائيلية، وأكدت الجمعية في بيان لها أن هناك قوائم عدة وصلتها من مواطنين يطالبون بنشرها، وحسب الجمعية هناك شرطان أن تتم الحملة وفق ضوابط وتؤدي ثمارها وهما أن يقوم مجلس الإفتاء التابع لوزارة الشؤون الدينية أو المجلس الإسلامي الأعلى بإصدار فتوى تجيز مقاطعة المنتجات الإسرائيلية، التي تدر بالإرباح على الكيان

¹ -نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، ماجستير تخصص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009 ص 165.

² - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص 219.

³ - تاريخ الإطلاع يوم 20:00 2023/04/14 <http://www.numidianews.com>

الصهيوني، كما طالبت نفس الجمعية جميع المتدخلين بضبط قائمة بالمنتجات المعنية بالمقاطعة يحررها أشخاص مطلعون على التجارة العالمية¹.

ج - الامتناع عن الدفع

هذا الأسلوب يفترض استعماله في حالة وجود عدة مستهلكين مدينين بمبالغ مالية ذات طبيعة واحدة من قبل متدخل دائن واحد ، فإذا أرادت الجمعية الضغط على الدائن². لتخفيض دينه فإنها تدعو عموم المستهلكين إلى عدم دفع المبالغ المالية المطلوبة حتى يلبي الدائن مطالبهم³.

ذلك الديون المستحقة من المستأجرين للوحدات السكنية أو الجماعية أو المشتركين في هيئة التليفونات أو المياه أو الكهرباء، لكنه ووفقا للقواعد العامة يكون الامتناع عن الدفع غير مشروع إلا إذا كان الدائن نفسه لم يوف من جانبه بالتزاماته التعاقدية. حيث أنه من حق كل متعاقد في العقود الملزمة للجانبين أن يمتنع عن تنفيذ ما التزم به إذا ما طالبه الآخر طالما أن الالتزامات المتقابلة مستحقة الوفاء، وبالتالي لا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى مثل تخفيض الأسعار لأن ذلك يكون متعارضاً مع القوة الملزمة للعقد، حيث أن العقد شريعة المتعاقدين

ونظرا لخطورة هذه الأساليب، فإنه يجب على الجمعيات استخدامها بطريقة عقلانية وكأسلحة تهديدية فقط، دون أن تتحول لتصبح أسلحة تدميرية للاقتصاد والمؤسسات، إذ قد ينتج عن هاتين الوسيلتين نتائج وخيمة تمتد إلى خارج الوطن فعلاوة عن إفلاس الشركات وما يتبعه من بطالة العمال يمكن أن تتزعزع ثقة الدول الأخرى ما يرتب عدم استيراد منتجات المنتج محل النقد.

¹ - حملة مقاطعة اللحوم، فدرالية حماية المستهلكين الجزائريين مع جمعيات حماية المستهلك، 2023/03/09

سا. 21:00 <http://www.echoroukenline.com>

² - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 685 .

³ - أحمد محمد محمود خلف الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المرجع السابق ، ص 514.

المبحث الثاني: أجهزة الرقابة في مجال حماية المستهلك

يعد المتدخل المعني المباشر برقابة منتجاته وخدماته قبل عرضها للاستهلاك وتثار مسؤوليته عندما يبذل العناية اللازمة في الرقابة، من خلال التأكد من مطابقة المنتجات والخدمات، ومن جودتها وحقيقتها قيمتها.

يباشر الم تدخل مثل هذه الرقابة إما بنفسه أو عن طريق غيره، ويتم ذلك بإخطار أجهزة مختصة، وعلى هذا الأساس تنصب رقابته في شروط حفظ المنتجات وتغليفها ووسمها وخلوها من الأخطار خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتج الغذائي الذي يؤثر على المستهلك في صحته وأمنه¹.

لكن هذه الرقابة الذاتية التي يمارسها الم تدخل قد تشغلها نفائض تؤدي إلى نتائج وخيمة تشكل خطرا على المستهلك كفرد أو كجماعة ، أمام هذا النقد ازداد قلة السلطات العامة مما دفع بها إلى انتهاج سياسة رقابة وضبط السوق من جهة، ومراقبة تصرفات الم تدخلين من جهة أخرى. تتدخل العديد من الأجهزة الرقابية لحماية المستهلك سواء كانت ذات صيغة إدارية أو صيغة قضائية أو حتى ذات طابع جمعي.

وعليه، يتعين دراسة هذا المبحث في مطلبين ، حيث نتطرق الأجهزة الإدارية في المطلب الأول، و الأجهزة القضائية في المطلب الثاني.

المطلب الأول: الأجهزة الإدارية:

تشرف الهيئات الإدارية في إطار حماية المستهلك على تنظيم السوق ومن بث اضطرابات فيه قصد توفير حاجيات المستهلك بعيدا عن كل ممارسة غير نزيهة التي قد يلجأ إليها المحترف، وعليه فتدخل هذه الهيئات في تنظيم السوق حماية ودفاعا عن

¹ - سمية مكحل، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، الماستر في الحقوق تخصص قانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة محمد خيضر - بسكرة ، 2014 ، ص 10.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

المستهلك ما هو إلا تنفيذ للأدوار المكلفة به قصد توفير حماية شاملة سواء على المستوى الوطني أو المحلي حسب طبيعة الهيئة المكلفة به¹.

وعليه؛ فإنه يتعين تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، حيث نتطرق الإدارة المكلفة بالتجارة في الفرع الأول، و دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك في الفرع الثاني.

الفرع الأول : الإدارة المكلفة بالتجارة:

إن المهام المخولة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك متعددة ومتنوعة، أما التنوع يعود بالدرجة الأولى إلى المصالح التابعة لهذه الوزارة سواء كانت مركزية أو خارجية، بحيث كل مصلحة من المصالح مكلفة بنوع من الأنشطة تمارسها حسب التنظيم ساري المفعول.

لقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 453/02 الموافق لـ 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة² والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك، وهذا ما بينته المادة 05 من المرسوم التنفيذي من هذا المرسوم.

حيث يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى³، قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع، مع توجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على قصد قمع الغش أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها:

¹ - المادة 3 من المرسوم 306/06.

² - المرسوم تنفيذي رقم 453/02 مؤرخ في 2002/12/21 يحدد صلاحيات وزير التجارة، جريدة الرسمية، عدد 85، مؤرخ في 2002/12/22

³ - أهم هذه القطاعات الوزارية: وزارة الداخلية والجماعات المحلية ووزارة الدفاع الوطني، وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، وزارة الصحة والسكان، ووزارة السياحة.

أولا : على المستوى المركزي:

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08/266 المؤرخ في 19 أوت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة¹، فإنه يخول لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة².

أ - المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية لحماية المستهلك، بحيث تشرف على 5 مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للسواق قصد تطوير المنافسة السليمة، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين في إطار تنظيم المنافسة لحماية المستهلك، حيث كلاهما يعملان على تنفيذ المهام المخولة لها في حدود اختصاصاتهما، بحيث لا يمكن أن نكون أمام حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق إذ يقلل من فرض الحصول على السلع والخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك وهذا الأمر لا يشجع المنافسة في السوق لأن ذلك يقلل من حجم الاستهلاك وبالتالي ركود العمليات الإنتاجية³.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 08/266 مؤرخ في 19/08/2008، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02/454 مؤرخ في

21/12/2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48 مؤرخ في 24/08/2008

² - زروق العربي دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك في الجزائر، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الخامس حول

أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون المستهلك، جامعة الشلف، يومي 5 و 6 ديسمبر 2012، ص 3.

³ - زوبير ارزقي، مرجع سابق، ص 159 .

ب - المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 266/08 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث تقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة، كما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش، بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلافات التي تمس السوق.

تعتمد المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش وفي إطار تنفيذ مختلف المهام الموكلة لها على أربع مديريات تابعة لها وهي:

- ✓ مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- ✓ مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.
- ✓ مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.
- ✓ مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

يقابل هذه المديرية في فرنسا المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش، والتي تعمل على تنظيم النشاط الاقتصادي في السوق ومراقبة مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للالتزامات القانونية والتنظيمية المفروضة عليهم، ونتيجة لذلك أدى بالمشروع الفرنسي إلى سن قانون جديد سنة 2008 يعدل كل من القانون التجاري وقانون المنافسة الفرنسي¹.

¹ - DGCCRF Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de Répression des Fraudes.

ثانيا : على المستوى الخارجي:

يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها¹.

وبالرجوع إلى نص المادة 02 من المرسوم فإنه تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

✓ مديريات ولأية للتجارة.

✓ مديريات جهوية للتجارة.

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بالمساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها 9 مديريات فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي، وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة قصد التعاون وتنسيق عمليات المراقبة فيما بين الولايات.

ثالثا : الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة:

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وأهم هذه الهيئات تكمن في المجلس الوطني لحماية المستهلك، المركز الجزائري لمراقبة النوعية ، شبكة المخابر للتجارب وتحاليل النوعية².

¹- زروق العربي، مرجع سابق، ص65

²- زوبير ارزقي ، مرجع سابق ، ص ص 161. 163.

1 - المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC) :

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلك هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/92¹. المؤرخ في 6 جويلية 1992 وذلك تطبيقا لنص المادة رقم 24 من القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المذكور أعلاه.

للمجلس الوطني لحماية المستهلك دور استشاري فهو جهاز يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار ، وبالتالي فإنه لا يجوز للمجلس أن يصدر قرارات بل يبدي آراء تتعلق أساسا بحماية المستهلك وكذلك كل المسائل المرتبطة بنوعية السلع والخدمات.

2 - المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم (CACQE) :

لقد تم إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 174/89 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 318/03 ، حيث يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره مديرا لتمثيل المركز وكذا مشرف على مصالح المركز الخارجية التابعة له من مخابر ومفتشيات جهوية.

تتجلى أهداف المركز في مجالين:

- مجال حماية المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها.

- مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير في مجال نوعية السلع والخدمات.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 272/92 مؤرخ في 6 جويلية يحدد تكوين المجلس الوطني للمستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد52 مؤرخ في 8 جويلية 1992.

ويقوم المركز إلى جانب ذلك بإجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقة المنتوجات والمقاييس المعتمدة، كما يقوم بدراسة تقنيات إنتاج الرزم والمواد التي تتكون منها بالتعاون مع المؤسسات والهيئات المختصة، وأفضل مشروع في الجزائر المشروع الجزائري الكندي الذي يتضمن نظام يتمحور حول الوقاية والرقابة بمختلف أشكالها في قطاع المواد الغذائية لهدف إيجاد غذاء.

3 - شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية:

لقد أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في 19/10/1996 والمعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 459/97 المتضمن إنشاء شبكة التجارب وتحاليل النوعية بصدور المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002. أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، فأصبح يطلق عليها مديريةية مخابر التجارب وتحاليل الجودة هدفها القيام بالرقابة والتأكد من السير الحسن لنشاطات التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج¹.

بالمقارنة بين مخبر التجارب وتحليل الجودة بالجزائر ومخبر التجارب في فرنسا نجد أن هذه الأخير قد منح له الطابع الصناعي والتجاري في أداء مهامه، كما يعتبر مؤسسة عمومية تكلف بتحقيق كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة والخبرة والتجارب ورقابة تقديم المساعدة التقنية اللازمة لحماية وإعلام المستهلكين وتحسين نوعية المنتجات، البالغ عدده 11 مخبرا منها أربع مخابر جهوية²، قصد تحسين سير هذه الأخيرة وتوحيد الطرق

¹ - محمد سالم، جريدة الشروق تحت عنوان 48 مخبر لمراقبة السلع الفاسدة والمقلدة ، العدد 2520، الصادر في 2009/01/31 ص 10.

² - DELVOLVE (P), le droit administratif, 2eme édition, Dalloz, PARIS, 1998, p30. 68

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل سیر واسع، ولهذا الصدد كشف الوزير المكلف بالتجارة بأن مصالحه شرعت في مشروع لإنجاز مخبر لمراقبة المنتجات الاستهلاكية بكل ولاية على أن تكتمل العملية سنة 2013 وذلك بعد أن أطلق مشروع لإنجاز مخبر وطني ببلدية المعالمة بالعاصمة وجاء هذا الرد من الوزير بعد السؤال الشفهي المطروح عليه لدى مجلس الأمة حول مسؤولية الوزارة في مراقبة المنتجات المستوردة، في الوقت الذي أصبحت فيه السوق العالمية منتجعا للسلع الفاسدة والمقلدة التي تهدد صحة المواطن والاقتصاد الوطني¹.

الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة:

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي الرأسمالي، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى "مجلس المنافسة".

لقد ظهر مصطلح الهيئات الإدارية المستقلة في الجزائر لأول مرة بصدور قانون الإعلام أنشأ بموجبه المجلس الأعلى للإعلام، وعليه فظهر هذه الهيئات الإدارية الحديثة والمستقلة عن النظام الإداري المعروف جعل من المشرع ينتقدها خاصة مع عدم وجود هيئة سلمية تشرف عليها مباشرة، كما هو الأمر في النظام الإداري المركزي.

ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 1995/01/25 والمتعلق بالمنافسة، حيث أسندت إليه عدة اختصاصات منها الاستشارية

والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين الظروف المعيشية للمستهلكين، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة، مما أدى بالمشرع

¹ - زروق العربي، مرجع سابق، ص ص 7 . 8.

الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكذا الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة والاستهلاك والتوزيع، الأمر الذي يؤثر على دور المجلس في الأخذ الاعتبار كل ما له صلة بحماية صحة وسلامة المستهلك.

أولاً : الدور الاستشاري لمجلس المنافسة:

يتمتع مجلس المنافسة في الجزائر بنفس الدور الملقى على مجلس المنافسة الفرنسي، حيث أنه ملزم بتقديم آرائه حول كل مسألة مرتبطة بالمنافسة متى طلبت منه الحكومة والمحترفين أو المستهلكين طبقاً لنص المادة 462 فقرة 1 من التقنين التجاري الفرنسي¹.

يعتبر المستهلك المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية، لما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع والخدمات وبما تحققه من خفض للأسعار تساعد على رفع قدراته الشرائية، لكن الأمور ليست دائماً بما تخدم مصالح المستهلك مما يجعل الأمر العودة إلى مجلس المنافسة لطلب استشارته كونه الخبير المختص في مجال المنافسة².

تعد الاستشارة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة، ابتداءً من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين وقد بدأ التفكير في الدور الاستشاري لبعض الهيئات المكلفة بذلك في إطار المرسوم الرئاسي رقم 372/2000 المتضمن لجنة إصلاح هيكل الدولة والذي وضع لجنة فرعية تسمى "اللجنة الفرعية للاستشارة والضبط والمراقبة"³.

ويستشار مجلس المنافسة إلزامياً في حالة اتخاذ إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق أو كارثة أو

¹ -DELVOLVE (P), op.cit, p 30.

² - زويير أرزقي، مرجع سابق، ص 167.

³ - مرسوم رئاسي رقم 372/2000 مؤرخ في 22 نوفمبر يتضمن إحداث لجنة إصلاح هيكل الدولة ومهامها، ج ر عدد 71 مؤرخ في 28 نوفمبر 2000.

صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية¹.

وعليه فمثل هذه الاستشارات يمكن أن تخدم مصالح المستهلك وعلى الهيئات التي تريد تلك الاستشارات أن تضع تحت أولوياتها المستوى المعيشي للمستهلك قصد تحسين وضعيته الاجتماعية، فلا يمكن أن نتصور مثلا الزيادة في الاستهلاك في حين هناك غياب أهم السلع الضرورية التي يعتمد عليها المستهلك في حياته اليومية، وبالتالي لا بد من الرجوع إلى مجلس المنافسة والتقييد باستشارته كونه الخبير في مجال السوق.

وإذا ما تم تقديم رأيه بعد دراسته الجيدة للسوق ومن ذلك الإجراء قصد عدم الوقوع في الممارسات المنافية للمنافسة، ومن الأمثلة التي لا بد من استشارة المجلس والتقييد برأيه نذكر في حال طلب عدم التدخل بسبب الاتفاقات أو الأعمال المدبرة كما هو منصوص عليه في المادة 08 من الامر 03/03 المتعلق بالمنافسة²، حيث صدر مرسوم تنفيذي تطبيقا لهذه المادة يعتبر فيه عدم تقديم مجلس المنافسة تصريح بممارسة نشاط ما يعد بمثابة ممارسة منافية للمنافسة، وبالتالي فمثل هذه الاستشارات إلزامية لا بد أن يتم طلبها من مجلس المنافسة.

كما يمكن أن يتدخل مجلس المنافسة عن طريق الاستشارات الاختيارية حيث يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة لها علاقة بالمنافسة متى طلبت منه الأشخاص المطلوبة في المادة 35 من قانون المنافسة السالف الذكر، كما تنص المادة 36 من ذات القانون على أنه "يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة...."، حيث تكون في هذه الحالة الاستشارية اختيارية من الهيئة التشريعية حول أي مشروع قانون

¹ - كتو محمد الشريف، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، 2009، ص 53.

² - أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر. رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003.

أو المسألة لها ارتباط بالمنافسة، أما المادة 38 منه فقد سمحت للهيئات القضائية في استشارة المجلس في أي قضية متصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة¹.

عموما يمكن استشارة مجلس المنافسة كل من المصالح التابعة لرئاسة الحكومة وكذا الوزارات والبلديات والمؤسسات الاقتصادية كالبنوك سواء كانت من القطاع العام أو من القطاع الخاص، أما أخذ السلطة طالبة الاستشارة بمضمون هذه الاستشارة أو عدم بها فإن ذلك يتعلق بالأثر المترتب على قيام الهيئة الاستشارية باختصاصها، وهذا الأثر ليس له علاقة باختصاص كل من الهيئة مصدر الاستشارة أو السلطة طالبة الاستشارة فكل منهما له عمل مستقل عن الآخر².

ثانيا : الدور القمعي لمجلس المنافسة:

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات قمع الممارسات المنافية للمنافسة التي من شأنها المساس بشفافية السوق، غير أن صلاحية المجلس محدودة فقط على محاربة الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة، وذلك بعد ما يتم إخطاره من قبل الهيئات المخول لها قانونا أو أن يتم مباشرة ذلك بنفسه.

لقد وضع قانون المنافسة قواعد إجرائية تنظم سير أعماله تبدأ بمجرد إخطار المجلس كإجراء أولي، حسب ما هو منصوص عليه في المادة 44 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة.

1 - صلاحية القيام بالتحقيقات:

إن قبول الإخطار من قبل مجلس المنافسة لا يعتبر دليلا كافيا على وقوع ممارسة منافية للمنافسة، وإنما لابد عليه أن يباشر تحقيقا حول الوقائع المراد التحقيق فيها قصد إضفاء المشروعية على أعماله ويبقى على مجلس المنافسة أن يعمق التحقيق من أجل إثبات

¹- زروق العربي، مرجع سابق، ص 9.

²- زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 169.

بما لا يدع مجالاً للشك وقوع الممارسات والأفعال المحظورة، وهكذا ندرك أن عبء إثبات الممارسات يقع على عاتق مجلس المنافسة، فالسلطة المكلفة بالمتابعة هي التي يجب عليها إثبات الممارسات، وهذا مبدأ تقليدي في قانون العقوبات ونقل إلى مجال تطبيق قانون المنافسة رغم أن هذا القانون ليس طابعاً جنائياً¹.

يحقق المقرر في الطلبات والشكاوي المرفوعة لدى المجلس والتي يسندها له المجلس المنافسة، حيث يتولى مهمة فحص كل وثيقة مهما كانت طبيعتها وله أن يحجز المستندات ويضيفها إلى التقرير أو يرجعها بعد التحقيق يقوم المقرر بعد جمع وفحص الأدلة المتحصل عليها بتحرير تقرير أولي يدون فيه وقائع القضية التي تم التحقيق فيها، ويبلغ رئيس المجلس هذا التقرير إلى الأطراف وكذا وزير التجارة وإلى كل من له مصلحة في ذلك ولهم أن يبدوا ملاحظاتهم في أجل لا يتعدى ثلاثة أشهر.

بعد النهاية من التحقيق الأولي يتم وضع تقرير ختامي للقضية يسجل فيه ما أورده المحقق في التقرير الأول ويبين المخالفات المرتكبة ويقترح القرار الذي يتعين اتخاذه ثم يودع لدى المجلس، ليبادر بعده الرئيس مهمة تبليغ الأطراف مع تحديد الجلسة التي يتم الفصل فيها في القضية².

2 - صلاحية توقيع الجزاء :

يتمتع مجلس المنافسة بسلطة توقيع الجزاء على الأطراف الذين ثبت إدانتهم نتيجة انتهاك قواعد قانون المنافسة حيث يتم ذلك في شكل جلسات تستدعي فيها كافة الأطراف الذين لهم صلة بالقضية وتم استدعاؤهم من قبل رئيس المجلس، بعد الاستماع لكل الأطراف في جلسة غير علنية تبدأ مداوات المجلس والتي لا تصح إلا بحضور 8 أعضاء على الأقل

¹ - كـتو محمد الشريف، الممارسات المنافسة في القانون الجزائري، المرجع السابق ، ص364.

² - زروق العربي، مرجع سابق، ص 10.

الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية

، ولا يشارك في هذه المداولات الأعضاء الذين لهم مصلحة في القضية أو توجد بينهم وبين أحد أطرافها صلة قرابة إلى غاية الدرجة الرابعة¹.

كما أنه في حالة تساوي الأصوات يرجح الرئيس حسبما نصت عليه المادة 28 فقرة 4 من الأمر 03/03 ، و يتم صدور قرار مجلس المنافسة بعد إجراء المداولة في مواجهة المخالفين بحيث يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ مقررات وعقوبات مالية قصد وضع حد للممارسات التي توصف بأنها مقيدة للمنافسة، وتختلف العقوبات التي يوقعها المجلس على المخالفين حسب طبيعة المخالفة موضوع القضية، وعليه باستقراء أحكام المواد 56، 57، 58، 59، 61، 62، نجد أن كل العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة هي عقوبات مالية بالدرجة الأولى تليها بعض القرارات الإدارية في شكل أوامر للمؤسسات المخالفة للقيام بعمل أو بالامتناع عن عمل².

عموما فإنه من خلال التعرض لدور مجلس المنافسة والصلاحيات الممنوحة له في إطار حماية المنافسة فإنه يتبين أن للمجلس صلاحيات تشبه كثيرا تلك المعروفة في النظام القضائي من صلاحية التحقيق وكذا التبليغ والجلسات.

وأخيرا توقيع العقاب كقاضي حكم، الأمر الذي يجب أن يمارس بكل شفافية من جهة، وضع ضمانات قانونية لحماية الأشخاص محل المتابعة، الأمر الذي يجعل قرارات مجلس المنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر الفاصل في الأمور التجارية وهذا الأمر جد ضروري حال البحث عن المستثمرين.

¹ - مضمون المادة 28 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم، مرجع سابق.

² - زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 171.

المطلب الثاني: الأجهزة القضائية:

لقد أعطى قانون المنافسة الحق للأفراد الاختيار بين اللجوء إلى مجلس المنافسة أو اللجوء إلى الجهات القضائية المختصة في حال وقوع ضرر لا يمكن تحمله وهو ما نصت عليه المادة 48 منه "يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع أمام الجهة القضائية المختصة طبقا للتشريع المعمول به"¹.

الفرع الأول : هيئات القضاء العادي:

بالرغم من مجلس المنافسة له صلاحيات في البت في الممارسات المنافية للمنافسة إلا أن اختصاص القضاء يبقى دائما قائما ، حيث يقوم هذا الأخير بتكملة دور الأجهزة الإدارية.

وضمن هذا الإطار تنص المادة 60 من القانون 02/04 على أنه "تخضع مخالفات هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية... " ويصل الملف بطبيعة الحال عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية، هذا ولم يورد المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك إجراءات جديدة تنفرد بها الهيئات القضائية عن أدوارها المعروفة وفق قانون الإجراءات الجزائرية².

وتتولى بالدرجة الأولى المحاكم الابتدائية مهمة الدفاع عن حقوق المستهلك ضد الأخطار التي تهدده حيث ترفع أمامها كل دعاوى التعويض عن الأضرار الواقعة عن فعل المتعاملين الاقتصاديين على أساس المسؤولية المدنية.

¹ - المادة 48 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم، مرجع سابق.

² - زويبير أرزقي، مرجع سابق، ص 184.

كما يمكن لمجلس قضاء الجزائر العاصمة ممارسة اختصاصه الأصيل حين النظر في ما الطعون المقدمة ضد قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة وهو جاء في نص المادة 63 من قانون المنافسة تكون قرارات مجلس المنافسة المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء الجزائر الذي يفصل في المواد التجارية من قبل الأطراف المعنية أو الوزير المكلف بالتجارة في أجل لا يتجاوز¹. شهر واحد ابتداءً من استلام القرار .

وقد اعتبر المشرع أن القرارات الصادرة عن مجلس الجزائر وعن المحكمة العليا تحوز أهمية كبيرة، حيث أُلزم هذه الهيئة القضائية بإرسال قراراتها المتعلقة بالمنافسة إلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى رئيس مجلس المنافسة².

ودائماً ضمن إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن هذا الأخير تلعب النيابة دوراً هاماً بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي ترد من جماعة المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة، وظهور السواق السوداء الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك ناهيك عن تلك الآثار السلبية التي تؤثر على الاقتصاد الوطني أو تقيد المنافسة، ويتجلى دور النيابة العامة في هذه الحالة في كون أنها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصاتها³.

¹ - المادة 63 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة .

قبل التعديل كانت كل قرارات مجلس المنافسة قابلة للطعن أمام مجلس قضاء العاصمة.

² - المادة 70 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم.

³ - زوبير أرزقي، مرجع سابق، ص 187.

الفرع الثاني: هيئات القضاء الإداري:

منح القانون للقضاء الإداري صراحة اختصاص النظر في قرارات مجلس المنافسة، خاصة ما يتعلق منها بالتجميعات الاقتصادية، حيث نصت المادة 19 من قانون المنافسة على أنه "يمكن مجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع أو يرفضه بمقرر معل بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة ... يمكن الطعن في قرار رفض التجميع أمام مجلس الدولة¹.

وقد اعتبر المشرع أن القرارات الصادرة عن مجلس الجزائر وعن المحكمة العليا تحوز أهمية كبيرة، حيث أزم هذه الهيئة القضائية بإرسال قراراتها المتعلقة بالمنافسة إلى الوزير المكلف بالتجارة وإلى رئيس مجلس المنافسة².

ودائما ضمن إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن هذا الأخير تلعب النيابة دورا هاما بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي ترد من جماعة المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة، وظهور السواق السوداء الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك ناهيك عن تلك الآثار السلبية التي تؤثر على الاقتصاد الوطني أو تقيد المنافسة ويتجلى دور النيابة العامة في هذه الحالة في كون أنها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصاتها.

¹ - المادة 19 من الأمر 03/03 المعدل والمتمم، مرجع سابق.

² - نصري نبيل، "حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة"، مجموعة أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز، الجامعي الوادي، يومي 13، 14 أفريل 2008، ص 12.

خاتمة

لقد أصبح الاشهار اليوم عاملا رئيسيا في عملية التسويق، حيث أصبح علما مستقلا بذاته له ملامحه الخاصة وآليته المتميزة، حيث صار علم التسويق تخصصا أساسيا في كلية التجارة والاقتصاد، وإذا كان الاشهار التجاري يمثل مظهرا من مظاهر المنافسة المشروعة ووسيلة ناجحة للترويج والتسويق وأداة فعالة للاتصال بالجمهور وإعلامه بالسلع والخدمات المطروحة في السوق، فإنه يمكن أن يصبح وسيلة للكذب والخداع والتضليل، مما يؤثر سلبا على حق المستهلك في المعلومات الصحيحة حول السلع والخدمات مما أدى إلى تدخل المشرع في ضبط هذا الإشهار ، ووضع الآليات القانونية لضمان الحماية الفعالة للمستهلك.

يعد الإشهار وسيلة الالتزام بالإعلام وفي ذات الوقت دعاية من أجل الإقناع، وتحفيز المستهلك على الإقدام على محل الإشهار منتج أو خدمة ، فهو يهدف إلى غاية مزدوجة من جهة ضمان منافسة نزيهة وشفافة ومشروعة بين الأعوان الاقتصاديين، ومن جهة ثانية حماية للمستهلك ولتحقيق مثل هذه الغاية، تدخل المشرع لتنظيمه أو نص على عقوبات ردية عن مخالفة هذا التنظيم القانوني.

إن المشرع الجزائري يحاول جاهدا إعطاء فعالية كبيرة لجمعيات حماية المستهلك من أجل الوصول إلى غايتها المتمثلة في بلوغ المستهلك درجة الوعي الاستهلاكي وجعله حلقة هامة في الدورة الاقتصادية، يتأثر ويؤثر في المتغيرات الداخلية والخارجية التي تحكم أساسيات القدرة الاستهلاكية، حيث يمكن اعتبار دور جمعيات حماية المستهلك كنوع من الحماية المعنوية للمستهلك الذي يعتبر الطرف الضعيف في العلاقة العقدية بالمقارنة مع المتدخل الاقتصادي الذي يتوفق عليه من الناحية الاقتصادية والفنية.

كما أقر المشرع حماية قضائية للمستهلك في حال إلحاق الضرر به و هذه الحماية يمكن أن تكون حماية مدنية و ذلك برفعها (الدعوى) من المستهلك نفسه أو من طرف جمعيات حماية المستهلك ، كما يمكن أن تكون جزائية و التي تعتبر بمثابة طريقة ردية لمرتكب جريمة الإشهار الكاذب و المضلل . هذا و نشير أن حماية المستهلك قبل أن تكون

الهيئات الإدارية و القضائية مسؤولة عن حمايته ، يجب أن يكون المستهلك على قدر المسؤولية في حماية نفسه بنفسه من خلال الثقافة الإستهلاكية على غرار المستهلك الغربي أقصد أوروبا الغربية و الو . م . أ و اليابان و غيرها من الدول المتحضرة التي قفزت قفزتا نوعية في مجال الثقافة الإستهلاكية ، هذا حتما سيؤدي بالأعوان الاقتصاديين في إعادة النظر في علاقتهم معه ، بالإضافة إلى ما سبق و لتحقيق الهدف المنشود ألا و هو حماية المستهلك من الإشهارات التجارية .

وعليه أصبح الإشهار جزء من الحياة المعاصرة لا يمكن الاستغناء عنها بالنسبة للمنتجين و المستهلكين، لذا وجب أن يخلو الإشهار من التضليل على نحو يحقق حماية للمستهلك و وقايته غير أن المعلن يلجأ أحيانا للتضليل في إعلاناته التجارية حول السلع أو الخدمات مما دفع بالمشرع إلى تبني مجموعة من القوانين قصد توفير الحماية للمستهلك ومحاربة مثل هذه الظواهر . بيد أن هذا لن يثينا عن الوقوف على بعض النتائج و الاقتراحات التي عسى أن نتفعلنا في بعض محاور الإصلاح في هذا المجال.

أولاً: النتائج

- إن الإشهار يعد أداة من أدوات تعريف المستهلك بسمات وخصائص السلع و الخدمات محل الإشهار بتوفير المعلومات الكافية له عن السلع أو الخدمات محل الإشهار بتوفير المعلومات الكافية له عن السلع أو الخدمات في مرحلة ما قبل إبرام العقد.

- أن المشرع الجزائري أورد عدة تعريفات للإشهار في نصوص قانونية متناثرة يكنفهما التناقض و الغموض.

- يشترط الإشهار أن يكون صادقا واضحا ومحددا و أن يكون محله (السلع والخدمات) مشروعاً وان يتم باللغة الوطنية مع إمكانية استعمال اللغة الأجنبية كتكملة للوطنية بعد الحصول على إذن من السلطات المختصة.

- أن المشرع الجزائري لم يوضح الطبيعة القانونية للإشهار ، غير أنه يمكن تحديدها بالاستناد إلى العناصر الأساسية أو الجوهرية للعقد، حيث أنه في حالة ذكر الشروط الأساسية والجوهرية للسلع أو الخدمات محل الإشهار يعد الإشهار إيجاباً، أما إذا لم يتم تحديد تلك العناصر فيعتبر الإشهار مجرد دعوى للتعاقد.

- أن المشرع الجزائري لم يحدد المقصود بالإشهار المضلل، غير أنه نص على العناصر التي يرد عليها التضليل في الإشهار بموجب المادتين 28 من القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم ومن الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المتعلق بتحديد الشروط و الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، إلا أن لم يعتبر طريقة الصنع وشروط البيع و الأسعار وكذا صفات المعلن من العناصر التي يرد عليها التضليل، كما أن الإشهار المضلل يؤدي إلى خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك سواء باستعمال الكذب أو بدونه، وعليه فالإشهار المضلل يقع بين الإشهار الصادق و الإشهار الكاذب.

- أعطى المشرع الجزائري لكل الهيئات الإدارية سواء كانت هيئات إدارية مركزية أو لا مركزية مهمة حماية المستهلك من الإشهار المضلل فضلا عن ذلك أوكل المشرع للجمعيات حماية المستهلك مهمة توعية وتحسيس المستهلك و إعلامه و الدفاع عن مصالحه، وهذا من أجل حماية المستهلك، غير أنه لم يمنحها القيام بإجراء مقاطعة السلع أو الخدمات وكذا القيام بالإشهار المضاد للإشهار المضلل.

- إن الحماية المدنية التي أقرها المشرع لحماية المستهلك من الإشهار المضلل المنصوص عليها في القانون المدني والمتمثلة في إبطال العقد لعيب الغلط أو لعيب التدليس والتنفيذ العيني لا توفر الحماية الكافية للمستهلك من أضرار الإشهار، أما بالنسبة للحماية الجزائية المنصوص عليها في القانون العقوبات و القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش غير كافية لتوفير وردع كاف للإشهارات المضللة.

- أن المشرع الجزائري توسع في الجزاء المقرر للجرائم المتعلقة بالإشهار المضلل ليشمل الجزاء ذا الطابع الجزائي المتمثل في العقوبات السالبة للحرية التي تطبق عليها جريمة النصب و جريمة الخداع بالإضافة إلى العقوبات المالية و المصادرة ونشر الحكم، فهذا الجزاء يتمتع في رادع مرتكب جريمة الإشهار المضلل.

ثانيا : الإقتراحات

- يجب على الهيئات الرسمية أن تتمكن من ضبط السوق و تسهر على الرقابة الصارمة و ضبط الموازين فيه.
- منح جمعيات حماية المستهلك سلطة موازية للهيئات الرسمية من خلال الوقاية و الردع .
- ضبط الإشهار التجاري و إهتمام أكبر من تدخل مشرع الصارم .
- تشديد العقوبات تحقيقا لأهداف الحماية الجزائية.
- يجب غرس الثقافة الإستهلاكية وذلك بتدريسها في المؤسسات التربوية .
- ينبغي على المشرع الجزائري أن يسن قانون خاص بالإشهار لحماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد وحماية مصالحه في مرحلة مواجهة المعلن.
- العمل على إنشاء هيئات خاصة بالضبط القانون للإشهار.
- دعم وتشجيع جمعيات حماية المستهلك و إشراكها في إعداد القوانين وعدم قيدها .
- العمل على وضع تكوين خاص للقضاء من أجل المعالجة الفعالة في سبيل حماية المستهلك من الإشهار التجاري التضليلي.

قائمة المراجع و المصادر

أولاً: النصوص التشريعية

1 الدستور :

-الدستور الجزائري لسنة 1996 منشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-436 مؤرخ في 07 ديسمبر 1996، يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء شعبي يوم 28 نوفمبر 1996، جريدة رسمية عدد 76 مؤرخ في 28 نوفمبر 1996، معدل ومتمم بالقانون رقم 02-03 مؤرخ في 10 أبريل 2002، يتضمن نص تعديل الدستور، جريدة رسمية عدد 25 مؤرخ في 04 أبريل 2002، معدل ومتمم بالقانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر 2008، يتضمن نص تعديل الدستور، جريدة رسمية عدد 63 مؤرخ في 16 نوفمبر 2008، معدل ومتمم بالقانون رقم 16-01 مؤرخ في 06 مارس 2016، يتضمن نص تعديل الدستور، جريدة رسمية عدد 14 مؤرخ في 07 مارس 2016.

-الدستور الجزائري الصادر في 1 نوفمبر 2020 ،بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20 . 442 المؤرخ في 30 ديسمبر 2020 ،المتعلق بإصدار التعديل الدستوري والمصادق عليه في الاستفتاء.

2 القوانين :

- قانون عضوي رقم 05/12 مؤرخ في مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية العدد 02 ، بتاريخ 15 يناير 2012.

- قانون رقم 62 / 157 مؤرخ في 31/12/1962، يتضمن تمديد العمل بالقوانين الفرنسية ، ج ر العدد 2 الصادر في 11/01/1963.

- قانون رقم 15/87 مؤرخ في 21/07/1987 المتعلق بالجمعيات ، الجريدة الرسمية، عدد 31 ،الصادرة في 29 يونيو.1987.

-القانون رقم 84 - 11 المؤرخ في 9 يونيو 1984 والمتضمن قانون الأسرة، المعدل والمتمم.

- قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فبراير 1989 ميلادية ، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى) جريدة رسمية عدد 6 المؤرخ في 1989/02/08.

-القانون رقم 89 - 22 المؤرخ في 12 ديسمبر 1989 والمتعلق بصلاحيات المحكمة العليا وتنظيمها وسيرها المعدل والمتمم.

- قانون رقم رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات جريدة رسمية، عدد 53 الصادرة في 05 ديسمبر 1990 (ملغى).

- القانون 91-05 المؤرخ في 16 يناير، المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية ج.ر. عدد 03، 1991.

-القانون رقم 98 - 02 المؤرخ في 30 مايو 1998 والمتعلق بالمحاكم الإدارية.

- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر رقم 41 المؤرخة في 27 جوان 2004) ، جريدة رسمية العدد 41، المؤرخ في 2004/06/27.

-قانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

- القانون رقم 03/2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية المؤرخ في 5 أوت 2000، ج.ر. عدد 48 ، 2000.

- القانون رقم 13/08 يعدل ويتم القانون رقم 05/85 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها المؤرخ في 20 يوليو 2008، المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي حول المواد الصيدلانية ذات الاستعمال في الطب البشري، ج.ر. عدد 03 ، 2008.
- القانون 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، ج ر رقم 2009/15.
- قانون رقم 06-12 مؤرخ في 12 يناير 2012 يتعلق بالجمعيات جريدة رسمية، عدد 02 الصادرة في 15 يناير 2012.
- القانون رقم 01/14 المؤرخ في 04 ربيع الأول 1435 الموافق لـ 04 فبراير 2014 يعدل ويتم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 13 صفر 1386 الموافق لـ 08 يونيو 1966 المتضمن قانون العقوبات.

3 الأوامر:

- الأمر رقم 66 - 155 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 66 - 156 المؤرخ في 8 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم.
- أمر رقم 79/71 مؤرخ في 03/12/1971، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 105 ،الصادرة في 24 ديسمبر 1971.
- الأمر رقم 75 - 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم قانون رقم 07-05 مؤرخ في 13 مايو 2007.

-الأمر رقم 75 - 59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم.

- الأمر رقم 95-09 المؤرخ في 25 فيفري 1995 والمتعلق بتوجيه المنظومة الوطنية للتربية البدنية وتنظيمها وتطويرها.

- أمر رقم 06-01 مؤرخ في 27 فبراير 2006، يتضمن تنفيذ ميثاق السلم والمصالحة الوطنية. ، ج ر عدد 11 الصادر في 28/02/2006.

- أمر رقم 03-03 المؤرخ 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر رقم 43 المؤرخة في 20 جويلية 2003.

3 - النصوص التنظيمية

أ المراسيم الرئاسي :

- مرسوم رئاسي رقم 372/2000 مؤرخ في 22 نوفمبر يتضمن إحداث لجنة إصلاح هياكل الدولة ومهامها، ج ر عدد 71 مؤرخ في 28 نوفمبر 2000.

ب - المراسيم التنفيذية :

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 05 المؤرخ في 31/01/1990

- المرسوم التنفيذي رقم 91-101 المؤرخ في 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى المؤسسة العمومية للتلفزيون، ج.ر. عدد 19 ، 1991.

- المرسوم التنفيذي رقم 91-103 المؤرخ في 20 أفريل 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعات المسموعة، ج.ر. عدد 19 ، 1991.
- المرسوم التنفيذي رقم 91-413 المؤرخ في 02 نوفمبر 1991 يجد تكوين المجلس البلدي الرياضة وتنظيمه وعمله.
- المرسوم التنفيذي رقم 92-286 المؤرخ في 6 جويلية 1992، ج.ر. عدد 53 1992
- مرسوم تنفيذي رقم 92/272 مؤرخ في 6 جويلية يحدد تكوين المجلس الوطني للمستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 52 مؤرخ في 8 جويلية 1992.
- المرسوم التنفيذي رقم 96-166 المؤرخ في 08 ماي 1996 الذي يحدد كفيات تنظيم الرابطات الرياضية وسيرها وكذا هذا القانون السياسي.
- المرسوم تنفيذي رقم 02/453 مؤرخ في 2002/12/21 يحدد صلاحيات وزير التجارة، جريدة الرسمية، عدد 85، مؤرخ في 2002/12/22
- المرسوم التنفيذي رقم 04/04 المتعلق بالتقييس ، جريدة الرسمية العدد 41 ، 27 يونيو 2004.
- مرسوم تنفيذي رقم 05/405 مؤرخ في 2005/10/17 يحدد كفيات تنظيم الاتحاديات الرياضية الوطنية وسيرها، وكذا شروط الاعتراف لها بالمنفعة العمومية والصالح العام، ج ر العدد 70، الصادر في 19/10/2005.
- مرسوم تنفيذي رقم 06/306 مؤرخ في 2006/09/10، يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر العدد 56 الصادرة في 11/09/2006 .

- مرسوم تنفيذي رقم 08/266 مؤرخ في 19/08/2008، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02/454 مؤرخ في 21/12/2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48 مؤرخ في 24/08/2008.
- المرسوم التنفيذي رقم 08-390 المؤرخ في 12 ديسمبر 2008، المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات، ج.ر. عدد 78 ، 2008.
- مرسوم تنفيذي رقم 13/378 مؤرخ في 09/11/2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58 الصادر في 18/11/2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري ج.ر. عدد 16 ، 2014
- ثانيا : المراجع**
- 1 - المؤلفات:**
- أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994 .
- بلعروسي أحمد التيجاني ويوسفي أحمد، التشريع والتنظيم المتعلقان بحماية المستهلك، الجزء الأول، ، دار هومة، الجزائر، 2008.
- بوراس محمد، النظام القانون للإشهار عن المنتجات والخدمات : دراسة تأصيلية للإشهار التجاري ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014.
- حسن عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك: الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1996.

- حمد الله محمد حمد الله ، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997.
- شريف محمد غنام، التنظيم القانوني للإعلانات التجارية عبر شبكة الإنترنت، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
- طعيمة الجرف، الحريات بين المذهبين الفردي والاشتراكي، مطبعة الرسالة، القاهرة، د. س. ن.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الفكر الجامعي، مصر.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف، الإسكندرية مصر، 2004 .
- محمد أحمد عبد الحميد أحمد ، الحماية المدنية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
- محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد: دراسة مقارنة، منشأة المعارف الإسكندرية، مصر.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2006.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.

- محمد حافظ دياب الخطاب الأهلي مسائلة نقدية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2006.
- محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2011.
- محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011.
- محند أمقران بوبشير ، قانون الإجراءات المدنية، نظرية الدعوى، نظرية الخصومة، الإجراءات الاستثنائية، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001.
- منى أبوبكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.
- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع المنصورة، مصر. 2008.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، الجزائر، طبعة 2006.
- نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، 2013.

2 - الرسائل والمذكرات العلمية

أ - رسائل دكتوراه:

- العيد حداد، حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2000.

ذهبية حامق، الالتزام بالإعلام في العقود رسالة دكتوراه الدولة في القانون الخاص، جامعة الجزائر ، 2009/2008.

- بن ساعد فاطنة، الإعلانات ودورها في خلق أداء تسويقي فعال: دراسة ميدانية في مؤسسات الاتصال الجزائرية (موبيليس- جيزي- أوريدو)، التخصص التسويقي، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سيدي بلعباس، 2014-2015.

- كتو محمد الشريف، حماية المستهلك من الممارسات للمنافية للمنافسة في القانون الجزائري: دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي ، رسالة دكتوراه، دولة في القانون، فرع القانون العام ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو 2009 .

ب - رسائل ماجستير :

- الشريف جليد ، دور الحركة الجمعوية بين المواطنين والدولة في النظام القانوني الجزائري، مذكرة الماجستير، في الإدارة العامة، كلية الحقوق ،جامعة الجزائر، بن عكنون الجزائر، 2000.

- بوبكر جميلي، خصائص الحركة الجمعوية في الجزائر من خلال النصوص التشريعية، مذكرة الماجستير، في علم الاجتماع و التنمية، كية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة ، 2001.

- حسن رابحي، الحركة الجمعوية والدولة في الجزائر ، مذكرة ماجستير الفرع القانون العام ، كلية الحقوق ، بن عكنون، جامعة الجزائر ، 2000-2001.

- خديجة قندوزي، حماية المستهلك من الإشارات التجارية، مذكرة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر ، 2005.

- دعاس كمال، حق المؤلف والإشهار، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم القانونية، الجزائر، 2003-2004.
- زوبرير أرزقي، حماية المستهلك في ظل الممارسة الحرة، مذكرة الماجستير، تخصص المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تيزي وزو 2011 .
- فهيمة ناصري، جمعيات حماية المستهلك، مذكرة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق جامعة الجزائر، الجزائر 2004.
- كلتوم وهابي، التسويق في المنظمات غير الهادفة للربح "الجمعيات نموذجاً" مذكرة الماجستير، في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير فرع تسيير منظمات، جامعة أمجد بوقرة بومرداس، 2011.
- مريم زعتر، الإعلان في التلفزيون الجزائري: تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية الحقوق الإخوة منتوري، قسنطينة، 2007-2008.
- نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتوجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، 2009 .
- نوال بن الحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية - ، مذكرة الماجستير في القانون العام ، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1 ، 2013.

ج - مذكرات ماستر :

- بلحسين الوناس و حركاس حسيبة ، دور جمعيات حماية المستهلك في القانون الجزائري ، مذكرة الماستر ، الحقوق ، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2021/2020.

- سمية مكحل، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة الماستر في الحقوق ، تخصص قانون الجنائي، كلية الحقوق ، قسم الحقوق ، جامعة محمد خيضر- بسكرة ، 2014 .

- محمد كامل يعقوب ، سياسة حماية المستهلك في ظل شفافية الممارسات التجارية دراسة حالة المديرية الولائية للتجارة بولاية الوادي 2020/2019 ، مذكرة نيل الماستر في العلوم السياسية ،تخصص سياسات عامة وإدارة محلية ، كلية الحقوق ، قسم العلوم السياسية ، جامعة الشهيد حمه لخضر- الوادي ، 2020/2019 ، ص 22.

- مرخي محمد ، جمعيات المستهلك في التشريع الجزائري ،مذكرة تخرج ماستر في العلوم القانونية ، تخصص عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، قسم قانون الخاص ، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة ، 2015/2014 .

- محمد حريز بكار وميلود العبيدي ،عنوان المذكرة الآليات حماية المستهلك في الفقه الإسلامي دراسة نظرية، تخصص معاملات مالية معاصرة ،مذكرة في العلوم الإسلامية 2020/2019 .

- لجلط مراد ، الإطار القانوني للإشهار في الجزائر ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال تخصص: صحافة مطبوعة و إلكترونية، جامعة محمد

بوضياف - المسيلة،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام و الاتصال ،
2021.

ثالثا : المقالات و الملتقيات

1 - المقالات :

- ختة موالك، الحماية الجزائرية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم
القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر ، عدد 02 ، سنة 1999.

- بن عنتر ليلي، جمعيات حماية المستهلك موجودة أم تحتاج إلى وجود المجلة الأكاديمية
للبحث القانوني، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية مجلة سداسية، العدد 02 ،
لسنة 2010 .

- جريفيلي محمد ، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص ، دراسة
مقارنة مع قانون الإستهلاك الفرنسي الجديد سنة2016 ، جامعة أحمد دارية . أدرار،
تاريخ <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/133/6/1/58782>

الإطلاع 2023\04\09 سا 22:00.

- سامر مصطفى، دور جمعيات حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين"،
مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، سوريا، العدد 29، 2003 .

- عبد النور بوتوشنت، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك ، مجلة
العلوم القانونية ، جامعة باجي مختار، عنابة، عدد 12، جوان 2008.

- محمد سالم، جريدة الشروق تحت عنوان 48 مخبر لمراقبة السلع الفاسدة والمقلدة ، العدد
2520، الصادر في 2009/01/31 .

- محمد عماد الدين عياض نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة ورقلة، عدد 09 ، جوان 2013.
- هامل الهواري، دور الجمعيات في حماية المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص ، الجزائر ، 2005.
- يوسف شندي، المفهوم القانوني للمستهلك، دراسة تحليلية مقارنة مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، كلية القانون السنة الرابعة والعشرون العدد الرابع، أكتوبر 2010.

2 - ملتقيات

- بختة دندان دور جمعيات حماية المستهلك، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع- يومي 22 و 23 أفريل 2008 المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة.
- عنابي بن عيسى، جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، الملتقى الوطني حول "حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي" معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي يومي 13 و 14 أفريل 2008 .
- زروق العربي دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك في الجزائر"، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون المستهلك، جامعة الشلف، يومي 5 و 6 ديسمبر 2012.
- زكي حريز، الدور التحسيبي لجمعيات حماية المستهلك للوقاية من التسممات الغذائية يوم إعلامي وتحسيبي حول الوقاية من التسممات الغذائية، وزارة التجارة جويلية 2007.

- صبايحي ربيعة، مداخلة بعنوان فعلية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري"، قدمت في الملتقى الوطني تحت عنوان "المنافسة وحماية المستهلك" يومي 17 و 18 نوفمبر 2009م ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية.

- ناصري نبيل، "حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة"، مجموعة أعمال الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز، الجامعي الوادي، يومي 13، 14 أبريل 2008 .

-مفيد أبو زنت ، الدور الرقابي لجمعية حماية المستهلك الفلسطيني على السلع الاستهلاكية في السوق الفلسطيني ، مداخلة في المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة (نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية) خلال الفترة الممتدة من 16 إلى 17 أكتوبر 2012 ، رام الله، فلسطين .

رابعا : المواقع الإلكترونية

- الموقع الإلكتروني لسلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية الملف رقم 02-2011/01/12 www.arpt.dz.ar تم الاطلاع عليه يوم 03/23 /2023 الساعة 17:00.

- حملة تحسيسية بعنوان "عرض المنتوجات الغذائية خارج المحلات التجارية، جمعية حماية المستهلك، الجلفة،

http://www.djelfa.info/are/news/djelfa_2023/05/24

¹- أيام تحسيسية من 01 الى 10/10/2015، بعنوان حذاري من التسممات الغذائية، ولاية بسكرة، 2023/05/27، <http://www.dcommerce-biskra.dz>

- يوم دراسي حول دور الإدارة والجهات الأمنية ووسائل الاعلام في حماية المستهلك"، ولاية برج بوعرييج،

<http://aspcbba.org> 2023،/05/21

- يوم دراسي وتقني حول الوقاية من التسمم بغاز أحادي أوكسيد الكربون، الفدرالية الجزائرية للمستهلكين مع جمعية الأمان لولاية الجزائر، 2023/05/22 ، <http://www.fac-dz.org>

- تاريخ الإطلاع يوم 2023/04/02 سا 12:00
<http://www.ennaharonline.com>

- تاريخ الإطلاع يوم: 2023/05/05 سا 11:00 <http://www.elnour17.com>

- تاريخ الإطلاع يوم : 2023/04/26 سا 14:00 <http://www.memoireconomique.blogspot.com>

- تاريخ الإطلاع يوم: 2023/04/14 سا 15:00 <http://www.echoroukonline.com>

- تاريخ الاطلاع على الموقع الالكتروني 2023-03-30 ساعة 12.45
<http://www.ennaharonline.com>.

- الإطلاع يوم: 2023/03/12 تاريخ 13:00 <http://www.eldjazaironline.net>

- تاريخ الإطلاع يوم 2023/04/14 20:00 <http://www.numidianews.com>

- حملة مقاطعة اللحوم، فدرالية حماية المستهلكين الجزائريين مع جمعيات حماية المستهلك، 2023/03/09،

سا. 21:00، <http://www.echoroukenline.com>،

خامسا : مراجع باللغة الفرنسية

- CALAIS_AULOY (J) , droit de la consommation, Dalloz, 9 éme Edition, France, 2015 .

- DELVOLVE (P), le droit administratif, 2eme édition, Dalloz, PARIS, 1998.

- JP pizzio, L'introduction de la notion de consommateur en droit française, Recueil Dalloz, 1982 n°20.

- Kahloula et G. Mekamcha," La protection du consommateur en droit Algérien", Revue IDARA, Vol. n° 2-1995 , P15 .
- MALINVAUD, la protection des consommateurs, Dalloz, France 1981.
- NEIRYNK (J), HILGERS(W), Le consommateur piégé, édition ouvrier, paris 1973.

الفهرس

1	مقدمة.....
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والتنظيمي لحماية المستهلك من الإشهارات التجارية
7
8	المبحث الأول : ماهية حماية المستهلك
8	المطلب الأول : تعريف في الفقه والقضاء
9	الفرع الأول : تعريف المستهلك في الفقه
17	الفرع الثاني : تعريف في القضاء
22	المطلب الثاني : مفهوم حماية المستهلك.....
23	الفرع الأول :تعريف حماية المستهلك.....
24	الفرع الثاني : المقصود بحماية المستهلك.....
24	الفرع الثالث: مجالات حماية المستهلك.....
28	الفرع الرابع: أساليب حماية المستهلك.....
31	المبحث الثاني : رسالة الإشهارية
32	المطلب الأول : الشروط الرسالة الاشهارية
33	الفرع الأول :الشروط العامة الواجب توفرها في الرسالة الإشهارية.....

37.....	الفرع الثاني :الشروط المنظمة للإشهار حسب خصوصية الوسيلة الإشهارية.
43.....	المطلب الثاني :المبادئ المتعلقة بالرسالة الإشهارية.....
43.....	الفرع الأول :احترام الرسالة الإشهارية للآداب العامة.
46.....	الفرع الثاني : احترام الرسالة الإشهارية للقيم الأخلاقية.
49.....	الفصل الثاني : الهيئات المكلفة بحماية المستهلك ضد الرسائل الإشهارية.....
50.....	المبحث الأول : ماهية جمعية حماية المستهلك
52.....	المطلب الاول : مفهوم جمعيات حماية المستهلك
53.....	الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلكين.....
58.....	الفرع الثاني : خصائص جمعيات حماية المستهلك.....
62.....	الفرع الثالث : النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلك.....
76.....	المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك
77.....	الفرع الأول : اختصاصات جمعيات حماية المستهلك.....
88.....	الفرع الثاني : وسائل عمل جمعيات حماية المستهلك
101.....	المبحث الثاني: أجهزة الرقابة في مجال حماية المستهلك.....
101.....	المطلب الأول: الأجهزة الإدارية:.....
102.....	الفرع الأول : الإدارة المكلفة بالتجارة:.....
108.....	الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة:.....
114.....	المطلب الثاني: الأجهزة القضائية:.....

114.....	الفرع الأول : هيئات القضاء العادي:
116.....	الفرع الثاني: هيئات القضاء الإداري:
118.....	خاتمة.....
123.....	قائمة المراجع و المصادر.....

ملخص مذكرة الماستر

إن حماية المستهلك من الإشهارات التجارية ، فيعتبر الإشهار من أهم وسائل تسويق المنتجات ، فهو حلقة وصل بين المستهلك و المعلن ، فما يحتاجه المستهلك قبل إبرام أي عقد مع المعلن يجب الإيضاح بصورة واضحة السلعة أو الخدمة وذلك قصد حماية للمستهلك .

و لحماية المستهلك من هذه الإشهارات التجارية ، وضع المشرع ترسانة من القوانين ، و وضع لها جبهات رسمية و غير رسمية مساعدة ، حيث تنوعت مظاهر الحماية و لعل من بينها الحماية الوقائية والقضائية، من أجل حماية من الإشهار الكاذب والمضلل الذي أصبح وسيلة للوصول إلى المستهلك و التأثير في إختياراته .

وللمستهلك عدة حقوق كرسها المشرع الجزائري و باقي التشريعات الوضعية سواء قبل إبرام العقد أو أثناء أو بعد الإبرام، وأهم الحقوق في المرحلة السابقة للإبرام هو الحق في الإعلان الصادق عن السلعة أو الخدمة التي يسعى المستهلك للتعاقد بشأنها، حيث ضمانا لحماية المستهلك من كل أشكال الإشهار المضلل أو الكاذب كفل القانون سواء بالنسبة للمستهلك التقليدي أو المستهلك الإلكتروني مجموعة من الآليات الوقائية تفعيلا لهذه الحماية وتشديدا على المعلن لاحترام التزاماته تحت طائلة اللجوء إلى الحماية القضائية المدنية والجزائية.

الكلمات المفتاحية:

1 - المستهلك 2 - الإشهار التجاري 3 - الرسالة الإشهارية 4 - جريمة الإشهار الكاذب

Abstract of The master thesis

Protecting the consumer from commercial advertisements, advertising is considered one of the most important means of marketing products, as it is a link between the consumer and the advertiser, so what the consumer needs before concluding any contract with the advertiser must clearly state the commodity or service in order to protect the consumer.

In order to protect the consumer from these commercial advertisements, the legislator developed an arsenal of laws, and set up official and unofficial auxiliary bodies for it, as the manifestations of protection varied, perhaps among them preventive and judicial protection, in order to protect from false and misleading advertising that has become a means of reaching the consumer and influence his choices.

The consumer has several rights enshrined by the Algerian legislator and the rest of the statutory legislation, whether before the conclusion of the contract, during or after the conclusion, and the most important rights in the pre-concluding stage is the right to honestly advertise the good or service that the consumer seeks to contract with, as a guarantee of protecting the consumer from all forms of misleading advertising. Or the liar, the law guarantees, whether for the traditional consumer or the electronic consumer, a set of preventive mechanisms to activate this protection and stress the advertiser to respect his obligations under penalty of resorting to civil and criminal judicial protection.

key words:

1 -The consumer 2- Commercial advertising 3- The advertising message 4- The crime of false advertising