

جامعة عبد الحميد ابن باديس

مستغانم

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الإقتصادية



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: علوم إقتصادية التخصص: اقتصاد وتسيير المؤسسات

حماية المستهلك دراسة قانونية تنظيمية
دراسة الحالة: مديرية التجارة لولاية غليزان

تحت إشراف الأستاذ:

* بن زيدان الحاج

مقدمة من طرف الطالب :

* عيموش يوسف

أعضاء لجنة المناقشة :

الصفة	الإسم واللقب	الرتبة	عن الجامعة
رئيسا	بشني يوسف	أستاذ محاضراً	مستغانم
مقررا	بن زيدان الحاج	أستاذ محاضراً	مستغانم
مناقشا	طاري عبد القادر	أستاذ مؤقت	مستغانم
مدعو	بالأطرش منصور	أستاذ مؤقت	مستغانم

السنة الجامعية 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

"وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ *الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ *وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوَّزْنُوهُمْ يُخْسِرُونَ * أَلَا يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ * لِيَوْمٍ عَظِيمٍ *"

صدق الله العظيم (الآيات 01،02،03،04،05 من سورة المطففين)

قال تعالى :

* "يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة عن تراض منكم ولا تقتلوا أنفسكم إن الله كان بكم رحيمًا" صدق الله العظيم (الآية 49 من سورة النساء)

▪ عن عمر رضي الله عنه قال : سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول : "من احتكر على المسلمين طعامهم ضربه الله بالجزام والإفلاس" (رواه ابن ماجه)

▪ وعن أبي هريرة: أن النبي صلى الله عليه وسلم مر برجل يبيع طعاما فأدخل يده فيه فإذا هو مبلول فقال: "من غشنا فليس منا" أو كما قال (رواه الجماعة إلا البخاري والنسائي).

دعاء

يا رب لا تدعنا نصاب بالغرور إذا نجحنا ولا نصاب باليأس إذا فشلنا بل ذكرنا دائما أن التسامح هو أكبر مراتب القوة وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف.

يا رب إذا أعطيتنا مالا لا تأخذ به سعادتنا وإذا أعطيتنا قوة لا تأخذ بها عقلنا وإذا أعطيتنا نجاحا لا تأخذ به تواضعنا ، وإذا أعطيتنا تواضعا لا تأخذ اعتزازنا بكرامتنا .

يا رب إذا أسأنا إلى الناس أعطنا شجاعة الاعتذار ، وإذا أساء الناس إلينا أعطنا شجاعة العفو والغفران.

آمين

كلمة شكر

الشكر لله أولاً وأخيراً الذي وفقنا وكل ثمره جهودنا بإنجاز هذا العمل المتواضع والذي نرجو أن نكون قد قدمنا من خلاله لبنة تضاف لبناء صرح العلم والمعرفة.

ومن باب الاعتراف بالجميل نتقدم بالشكر الجزيل والإمتنان الكبير إلى كل من ساهم وساعدنا من قريب أو من بعيد من أجل أن يرى عملنا هذا النور وعلى رأسهم:

الأستاذ المؤطر: بن زيدان الحاج الذي نشكره على كل ما قدمه من مساعدة ونصائح قيمة أفادتنا في إنجاز هذا العمل وصبره المتواصل معنا.

وكل أساتذتنا المحترمين بجامعة عبد الحميد ابن باديس .مستغانم .وأصدقائنا الطلبة وخاصة طلبة العلوم الإقتصادية تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسات دفعة 2018 .

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع :

إلى نور القلوب وسيد الوجود محمد ﷺ

لا يمكن أن نقول إلا كما قاله خالقنا سبحانه وتعالى :

"وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا"

أهدي ثمرة عملي إلى من كان لهما الفضل في تربيتي وتنشئتي، إلى أغلى وأعز ناس إلي :

أمي وأبي أطال الله في عمرهما، ورزقهما الشفاء والصحة والعافية، وإلى الزوجة الكريمة وأبنائي وفلذات

أكبادي: ريتاج . محمد لعربي

وإلى كل إخوتي وأخواتي وإلى كل من يحمل لقب: عيموش وإلى كل معلمي وأساتذتي من الإبتدائي إلى

الجامعة، خاصة الأستاذ المشرف "بن زيدان الحاج" والسيد "بن يمينة مختار"

رئيس مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش بمديرية التجارة لولاية غليزان

وإلى كل من يسعى لخير هذه الأمة ويعمل جاهدا لاستعادة مجدها.

عيموش يوسف

<u>المحتويات</u>	<u>رقم الصفحة</u>
مقدمة.....	01.....
الفصل الأول: أهم تشريعات حماية المستهلك في الجزائر.....	06.....
المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للمستهلك و سلوكه والعوامل المؤثرة فيه و علاقته بالمنتج	06.....
المطلب الأول: المستهلك في ظل التشريع الجزائري	06.....
الفرع الأول: مفهوم المستهلك لغة. وإصطلاحا.....	06.....
الفرع الثاني: انواع المستهلك	08.....
الفرع الثالث: سلوكات المستهلك والعوامل المؤثرة فيه.....	08.....
المطلب الثاني: المحل في عقد الإستهلاك (المنتوج).....	10.....
الفرع الأول: السلع	10.....
الفرع الثاني: الخدمات	11.....
المطلب الثالث: مفهوم المنتج أو المهني أو مقدم الخدمة.....	12.....
الفرع الأول : صفات أو سمات المهني.....	13.....
الفرع الثاني : الفرق والعلاقة بين المهني والمستهلك.....	13.....
المبحث الثاني: تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر.....	14.....
المطلب الأول: حماية المستهلك قبل قانون 03/09.....	14.....
الفرع الأول : قانون حماية المستهلك.....	14.....
الفرع الثاني: تشريعات حماية المستهلك في ظل المرحلة التي سبقت صدور قانون 02/89.....	14.....
الفرع الثالث : حماية المستهلك في ظل القانون 02/89 الى غاية 2009	15.....
المطلب الثاني: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 03-09 الجديد إلى يومنا هذا	19.....
الفرع الأول : نبذة عن هذا القانون	19.....

19.....	الفرع الثاني : أحكام هذا القانون.....
20.....	الفرع الثالث : النصوص الملحقة به
20.....	- المطلب الثالث : علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى
20.....	الفرع الأول : إعتبره قانون متعدد الفروع.....
21.....	الفرع الثاني : الفروع الملازمة لقانون الاستهلاك.....
21.....	المبحث الثالث: المستهلك في ظل المنافسة الحرة.....
22.....	-المطلب الأول : حتمية حماية المستهلك من المنافسة الحرة
22.....	المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة.....
26.....	الفصل الثاني : آليات حماية المستهلك في الجزائر
27.....	المبحث الأول : الإلتزامات المفروضة على المحترف
27.....	المطلب الأول:إلزام المحترف بالإعلام
27.....	الفرع الأول : مضمون الإلتزام بالإعلام.....
28.....	الفرع الثاني : طبيعة ونطاق الإلتزام بالإعلام.....
28.....	الفرع الثالث : الإعلام عن طريق الوسم.....
29.....	الفرع الرابع : الإعلام بالأسعار.....
30.....	المطلب الثاني:تقرير حول الإلتزام بالضمان
30.....	الفرع الأول : مفهوم الضمان.....
30.....	الفرع الثاني : الإلتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع
32.....	المطلب الثالث: إلزام المحترف بوفرة السلع ومطابقتها.....
32.....	الفرع الأول : الإلتزام بوفرة السلع
32.....	الفرع الثاني : الإلتزام بالمطابقة.....
32.....	الفرع الثالث : مفهوم المطابقة.....

- 33.....المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك
- 34.....المطلب الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك
- 34.....الفرع الأول : دور وزارة التجارة
- 37.....الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة
- 37.....الفرع الثالث : دور إدارة الجمارك
- 38.....الفرع الرابع : دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك
- 39.....المطلب الثاني : دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك
- 39.....الفرع الأول : سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك
- 40.....الفرع الثاني : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء
- 40.....الفرع الثالث : المسؤولية المقررة على المحترف
- 41.....المطلب الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك
- 42.....الفرع الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك
- 43.....الفرع الثاني : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك
- 45.....المبحث الثالث : الحماية الجنائية للمستهلك
- 45.....المطلب الأول : جريمة خداع المتعاقد (أركانها وعقوباتها)
- 46.....الفرع الأول : تعريف جريمة الخداع
- 46.....الفرع الثاني : الركن المفترض لجريمة الخداع
- 48.....الفرع الثالث : العقوبات المقررة لجريمة الخداع
- 48.....المطلب الثاني : جريمة الغش في البضاعة (أركانها وعقوباتها)
- 48.....الفرع الأول : تعريف جريمة الغش
- 48.....الفرع الثاني : محل الغش
- 48.....الفرع الثالث : الركن المادي في جريمة الغش

50.....	الفرع الرابع : الركن المعنوي لجريمة الغش
50.....	الفرع الخامس : العقوبات المقررة لجريمة الغش
57.....	الفصل الثالث : دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك (المديرية الولائية للتجارة غليزان) أنموذجا.....
59.....	المبحث الأول : الهيئات العمومية المكلفة بحماية المستهلك.....
59.....	المطلب الأول : تعريف المديرية الولائية للتجارة
59.....	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي ومهام المديرية الولائية للتجارة.....
60.....	الفرع الأول : الهيكل التنظيمي للمديرية الولائية للتجارة
61.....	الفرع الثاني : مهام المديرية الولائية للتجارة
61.....	المبحث الثاني : الحصيلة السنوية حول نشاط قطاع التجارة لسنة 2017
61.....	المطلب الأول : حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2017
62.....	الفرع الأول: اهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.....
63.....	الفرع الثاني : حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية الخاصة بالمفتشيات الإقليمية للتجارة.....
64.....	الفرع الثالث : حصيلة التجارة الخارجية.....
64.....	المطلب الثاني : حصيلة نشاط أعوان قمع الغش لسنة 2017.....
65.....	الفرع الأول: اهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش.....
66.....	الفرع الثاني : حصيلة نشاط أعوان قمع الغش الخاصة بالمفتشيات الإقليمية للتجارة
67.....	الفرع الثالث : حصيلة العمليات التحسيسية لسنة 2017.....
68.....	المبحث الثالث : دراسة مقارنة بين سنتي 2016 و2017.....
68.....	المطلب الأول : دراسة مقارنة لحصيلة الرقابة الإقتصادية لسنتي 2016 و2017
68.....	الفرع الأول : مقارنة حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2016 و2017.....
69.....	الفرع الثاني :دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة لسنة 2016 و2017

المطلب الثاني : دراسة مقارنة لحصيلة قمع الغش لسنتي 2016 و2017.....	71
الفرع الأول : مقارنة حصيلة قمع الغش لسنة 2016 و2017.....	71
الفرع الثاني : دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة المتعلقة بقمع الغش لسنة 2016 و2017.....	72
الخاتمة.....	76

المراجع

الفهرس

قائمة المختصرات

- باللغة العربية :

ج ر : جريدة رسمية

ص : صفحة

- باللغة الفرنسية

CNPC: Conseil national pour la protection des consommateurs.

CACQE:Centre Algérien de Contrôle de Qualité et Packages.

RAAQ:Réseau de laboratoires d'essais et analyses de qualité.

إن التغيرات التي تشهدها الجزائر في شتى المجالات خاصة التغيرات الجذرية التي يشهدها اقتصادها استجابة لمتطلبات الفترة الراهنة بالتوجه إلى اقتصاد السوق وما تستلزمه هذه الفترة الانتقالية من ضرورة إدخال تغيرات وميكانزمات جديدة على مختلف القطاعات الاقتصادية الوطنية وكافة هيكلها بالإضافة إلى المؤسسات الإدارية والاقتصادية والتجارية الفاعلة وذلك للتخلص من المذهب الحمائي المعتمد في ظل النظام الاشتراكي الذي كان ينادي لتقييد التبادل مع العقبات التي تعيق تدفق وانتقال السلع عبر الحدود سواء كانت في شكل إيرادات أو صادرات.

وهكذا وقّعت الجزائر على اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي وانضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة ويقتضي عليها الاندماج في الإقتصاد العالمي والذي لا يمكن أن يتجسد إلا باتخاذ الإجراءات اللازمة والتي تهدف إلى تحرير المبادلات التجارية وإتباع المذهب الليبرالي الذي ينادي بأن تكون التجارة الدولية حرة لا تشوبها أي عقبات أو قيود التي تعيق تدفق المنتجات وتسويقها، وعليه فقد نجم عن هذا الانفتاح الاقتصادي وما يسوده من تحرير الأسواق ظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية الغرض منها إشباع حاجيات ورغبات المستهلك ، إلا أن هذا الأخير أصبح محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته وسلامته ناهيك عن وجود مناورات وتلاعبات من قبل فئة من التجار الذين لا يهمهم إلا الربح السريع على حساب المستهلك نتيجة للجشع الذي يرتابهم بعيدا عن كل روح تنافسية ونزاهة.

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري ، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون رقم 02-89 الصادر في 07 فبراير 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني الذي يطلق عليه بالمشترى ، فتغيير مدلول المصطلحات كان تبعا للظروف الاقتصادية التي مرت بها الجزائر بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية .

ومما لا شك فيه أن تحرير النشاط الاقتصادي من القيود التي كانت تعيقه سألها أهمها التدخل الكلي للدولة في التجارة الداخلية وتوليها تنظيم الأسواق بما تتناسب وسياستها فإنه لا يعني بالضرورة الانسحاب الكلي من تنظيم الاقتصاد الوطني ذلك عند سن قانون المنافسة في سنة 1995 ، وكذا التأكيد الدستوري سنة 1996 الذي يؤكد على أن حرية التجارة والصناعة مضمونة بالدولة لا تزال هي صاحبة القرار في تنظيم الإقتصاد الوطني حيث انتقل دورها من الدولة الحارسة إلى الدولة الضابطة ، وهذا يتناسب مع الفكر الليبرالي (1723 م- 1790م) الذي دافع عنه الرجل الاقتصادي والفيلسوف اليوناني "أدام سميث" تحت شعار "دعه يعمل دعه يمر" بعيدا عن كل القيود والمعوقات الموضوعية من قبل الدولة إذ أن الحياة الاقتصادية للأمم لا بد أن تبنى على المنافسة الحرة المشروعة كشرط ضروري وأساسي في النظام الليبرالي والغاية منها تقديم سلع وخدمات للمستهلك.

وفي هذا الصدد أصدر المشرع الجزائري سلسلة من القوانين تصبو إلى حماية المستهلك وتنظيم المنافسة ومن هذا المنطلق والذي نريد من خلاله التطرق لقضية حماية المستهلك في ظل هذا النظام أي المنافسة الشرسة وهذا النظام الذي لم تألفه لا السوق الجزائرية ولا المواطن الجزائري كمستهلك حيث كانت السوق الجزائرية لا تزال سوق فتية وغير مهياة لما يخفيه هذا النظام من أساليب عدة لنيل كثرة

تدفق المنتجات ومن مختلف الجنسيات على التنوع والعرض الوفير فوجد نفسه أمام سوق غارقة بمختلف المنتجات . حتى أحيانا يصعب عليه التفريق بين السلع . ولا يعلم مصدرها ولا مكان صنعها ولا وسمها مما يجعل حياته مهددة بالخطر الأمني والصحي. وذلك بسبب وقوع ظاهرة الغش التجاري وتطور أساليبه مما يستدعي الأمر وجوب حماية قانونية فعالة وشاملة للمستهلك الجزائري.

إن حماية المستهلك أصبحت أكثر من ضرورة ولا يمكن التصدي للممارسات التي تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية أكثر فعالة تحرّم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك وكذا تحميه من الناحية المادية ، ولا يمكن أن تكون لهذه النصوص فعالية في محاربة الأنشطة المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولا تلك المنافسة للمنافسة إلا بوضع آليات رادعة تتولى رقابة كل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين أو التجار وتوقيع العقاب الرادع لكل المخالفين للقوانين الموضوعة في ذلك.

ومؤخرا كان أساس إرادة المشرع القانونية والسياسية في حماية المستهلك ومن ورائه الاقتصاد الوطني القانون الجديد رقم 03-09 الصادر في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ومن ورائه سلسلة من النصوص التنظيمية.

* ترتيبا لما تم التوصل إليه تظهر الإشكالية التي نحن بصدد دراستها والمتمثلة في السؤال الجوهرى كالاتي:

- هل يمكن تصور وجود حماية فعالة للمستهلك الجزائري في ظل هذه المنافسة الشرسة؟ وما يتخللها من انعدام الوعي الديني والأخلاقي والتجاري؟
هذا بالإضافة إلى السؤال الفرعي الآتي :

- هل استطاع قانون الاستهلاك الجزائري أن يكبح جشع التاجر وينصف المستهلك الضعيف؟
الفرضية:

على ضوء الإشكالية المطروحة يمكن صياغة الفرضيتين الآتيتين:

- حماية المستهلك الجزائري من مظاهر الغش التجاري وما قد يلحقه من أضرار وخيمة تمس أمنه وسلامته الصحية خاصة مع تعمد بعض المهنيين باستعمال وسائل وأساليب الغش مع عدم إحترام مقاييس ومواصفات وملائمة ظروف الإنتاج.

- حق المستهلك في رفع دعوى أمام القضاء الجنائي والمدني في حالة إصابته بضرر مباشر ناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة قام بها التاجر ومطالبته بالتعويض وردع التاجر مستعينا بقانون حماية المستهلك وبالإحالة على بعض مواد قانون العقوبات.

● المنهج المتبع في البحث : للإجابة على الإشكالية الملائمة اخترنا اتباع المنهج التحليلي وذلك بتجميع المعلومات والأفكار العلمية والمواد القانونية وقياسها مع بعضها البعض لاستخلاص أهم الاحكام المرتبطة بالموضوع . وكذا استخدام المنهج الوصفي وذلك تبيان كل الحالات المقررة للمسؤولية الملقاة على العاتق المهني وكل من له مسؤولية أو التاجر ذو أهمية بالغة كونه يلقي بظلاله يوما بعد يوم لأنه موضوع الساعة والواقع المعيشي اليومي للمستهلك.

- أسباب اختيار الموضوع: يمكن إرجاع أسباب اختيار الموضوع إلى:
 1. أسباب موضوعية:
 - يعد موضوع حماية المستهلك الجزائري موضوعا جديدا مقارنة بالقوانين التقليدية الأخرى على غرار القانون المدني وقانون العقوبات.
 - لا يحظى المستهلك الجزائري بحماية قانونية فعالة وشاملة نظرا لما يتعرض إليه من خروقات في حقه، كعدم أمن وسلامة المنتوجات المقدمة للاستهلاك.
 - المستهلك دائما في وضعية مركز ضعف عكس خصمه المهني أو المتعامل الاقتصادي الذي يتمتع بالقدرة الفنية والمالية.
 - تفشي جريمة الغش التجاري وتناميها بسبب جشع التجار.
 2. أسباب ذاتية: بغية نشر الوعي الاستهلاكي بين جمهور المستهلكين، والحث على تكتلهم.
 - نشر الثقافة الاستهلاكية السليمة، حتى نحصل على مستهلك واعي وفاعل في المجتمع.
 - وضع حد لتجاوزات وخروقات المتعاملين الاقتصاديين للنصوص التشريعية والتنظيمية الملقاة على عاتقهم.
 - إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاقتصادية عامة وفي العلاقة الاستهلاكية خاصة.
- أهمية الموضوع: تكمن أهمية هذا الموضوع في كونه موضوع الساعة وهو الواقع المعيشي اليومي للمستهلك الجزائري، أيضا نرى أهمية هذا الموضوع تكمن في أن المستهلك الجزائري هو أولا مواطن جزائري وهو طرف يلعب دورا هاما ومحوريا في العلاقات الاقتصادية والتجارية بصفة عامة وفي العلاقة الاستهلاكية بصفة خاصة لذا يستوجب توفير حماية فعالة وشاملة له من طرف المشرع الجزائري.
- أهداف دراسة هذا الموضوع: نلخص هذه الأهداف فيما يلي:
 - الحد من التجاوزات والخروقات التي تصدر من المتعاملين الاقتصاديين والمتمثلة أساسا في جريمة الغش التجاري وخداع المستهلك وعدم الالتزام بالقوانين والنصوص التشريعية والتنظيمية التي تنظم وتضبط وتشرع نشاطهم والملقاة على عاتقهم، وكذا ردهم حتى يأخذ القانون مجراه.
 - إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية، وذلك بسن قوانين أكثر صرامة وردعية وقائية وجنائية.
 - تنمية ورفع مستوى الوعي لدى المستهلك الجزائري.
 - نشر الوعي والتحسيس الإعلامي للمستهلك لتعديل سلوكه الاستهلاكي حتى نجعل منه مستهلك فاعل في المجتمع.
- الصعوبات:

— تتمثل في قلة المراجع التي لها علاقة بالموضوع وانعدام تلك التي تربطها علاقة مباشرة بموضوع البحث.

● خطوات البحث:

- لقد قسمنا الموضوع إلى جانبين: الجانب النظري سنتطرق فيه إلى الدراسة النظرية الممكنة للجانب القانوني والتشريعي للمستهلك وكذا الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك.
- ثم الجانب التطبيقي الذي سنتطرق فيه إلى دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك (المديرية الولائية للتجارة غليزان) أنموذجا

تمهيد :

لقد قام المشرع الجزائري بوضع قوانين وتشريعات خاصة بحماية المستهلك وضمان سلامته والتي ترتبط به ارتباطا وثيقا وكمدخل رئيسي عام للموضوع وللإحاطة بجميع الجوانب إرتأينا في هذا الفصل الى دراسة قانونية لوضعية المستهلك الجزائري عبر مراحل التشريع الجزائري منذ الاستقلال إلى تاريخ إنجازنا لهذا البحث وهذا ما سنتعرف عليه في هذا الفصل من خلال المباحث الثلاثة الآتي ذكرها :

المبحث الاول : المفاهيم الأساسية للمستهلك وسلوكاته والعوامل المؤثرة فيه وعلاقته بالمنتج

المبحث الثاني : تطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر

المبحث الثالث : المستهلك في ظل المنافسة الحرة .

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للمستهلك وسلوكه والعوامل المؤثرة فيه وعلاقته بالمنتج.

المطلب الأول: المستهلك في ظل التشريع الجزائري

لقد تعددت التعريفات واختلفت بشأن تحديد من هو المستهلك وه=ا بإختلاف المجال الذي يراد له شغله هذا الأخير لم يترتب عليه من أثار فنجد الإقتصاديين والقانونيين ورجال الدين يعرفه كل حسب الزاوية التي يظر للمستهلك من خلالها، أيضا ساهم التطور التاريخي عبر العصور في وضع تعريفات مختلفة للمستهلك .

الفرع الأول: مفهوم المستهلك لغة واصطلاحا

أ. مفهوم المستهلك لغة: المستهلك لغة هو الشخص الذي يقوم بعملية الإستهلاك فنقول مستهلك السلعة أي من قام بالإستفادة منها واستغل رغباته وحاجاته منها بزوال نفعها .

ب. مفهوم المستهلك اصطلاحا: فالمستهلك يعرف اصطلاحا بأنه "الفرد الذي يستهلك السلع سواء كانت مؤقتة أو مستديمة أو ينتفع بالخدمات ويقابل المنتج الذي يقوم بإنتاج السلع"

وحسب تعريف آخر هو الشخص الذي يشتري منتجات للاستعمال الشخصي على أن نأخذ بعين الاعتبار متغيرات نابعة من الفرد ذاته ومتغيرات خارجية مع ضرورة الربط بين هذه المتغيرات الثلاث.

يلاحظ أن التعريف الأول يركز على شمولية مصطلح المستهلك سواء اقتنى الفرد سلعة أو خدمة ما ، مرة أو عدة مرات فيطلق عليه مستهلك.

غير أن إطلاق صفة (الشخص) على المستهلك في التعريف الثاني يكشف الجوانب الإجتماعية لهذا المصطلح فالشخص حسب علماء الاجتماع يعني: "وحدة للتحليل السوسيولوجي موضوع اجتماعي يحضى بمكانة خاصة ويؤدي أدوارا اجتماعية تنطوي على مسؤوليات نحو ذاته ونحو الآخرين بوصفه عضوا في مجتمع ومشاركا في مثله وتقاليد الثقافية"¹.

ت. مفهوم المستهلك تشريعيًا: المشرع الجزائري لم يعرف المستهلك في القانون رقم 89-02 إلا أنه عرفه من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر في 30-01-1990 { المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط والنهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به }² ونفس التعريف نقله المشرع الجزائري بموجب القانون الجديد لحماية المستهلك

¹ سيف الاسلام شوية (سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمانية اقتراح نموذج للتطوير) كلية الاداب والعلوم الانسانية والإجتماعية جامعة عنابة سنة 2006م الصفحة 18/19.

² رميلي نور الدين (الضمان وخدمة ما بعد البيع في ظل القانون 03-09) مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، جامعة ألكي محند الحاج ، البويرة، سنة 2013، صفحة 09

- وقد عرف المشرع الجزائري المستهلك في القانون الجديد الأخير رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بتاريخ 25 فبراير 2009 على أنه : { المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به.¹
- وقد عرف المشرع الجزائري أيضاً المستهلك بموجب القانون 02-04 المعدل والمتمم بـ ق 06-10 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه : {المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدمت للبيع أو يستفيد خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني²
- على كل يبقى مصطلح المستهلك جديداً في التشريع الجزائري حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون 02-89 الصادر 07 فبراير 1989م الملغى المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني الذي يطلق عليه "المشتري" فتغير مدلول المصطلح كما كانت نية الظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية.
- * المشرع الجزائري أطلق الصفة الاجتماعية للمستهلك عندما ذكر بأنه شخص .
- * المشرع الجزائري يعدد الاستفادة ، فالمنتج قد يسد حاجة المستهلك أو حاجة شخص آخر وحتى الحيوانات التي يتكفل بها .
- * المنتج يقتني مباشرة من عند المنتج أو عن طريق ثان (وسيط).
- ث. التعريف الفقهي للمستهلك : يتنازع التعريف الفقهي للمستهلك مفهومين : مفهوم واسع ومفهوم ضيق .
- فأما الواسع : فيقصد به كل من يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية .
- أما الضيق وهو الراجح فيعرف المستهلك بأنه الشخصي الذي يسعى للحصول على حاجته من مختلف السلع والخدمات ونستخلص من هذا التعريف ما يلي:³
- المستهلك قد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً المستهلك هو الذي يسعى للحصول على السلع والخدمات لاستعماله الشخصي أي ينتفع بها دون أن تكون له نية مسبقة للمضاربة أو نية البيع أو غير ذلك .
- المستهلك لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه والحصول عليه .
- فالمستهلك هو ذلك الشخص الذي يحصل على سلع أو خدمات بهدف غير مهني وهذه المنتوجات تقدم له من طرف شخص آخر غالباً ما يكون محترفاً والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى عقد الاستهلاك .
- لكن ليس الأمر كذلك كون أن منتوج محل شراء من طرف شخص ما يمكن مثلاً استعماله من قبل أفراد آخرين كأفراد عائلته الذين هم بالنسبة لعقد البيع من الغير هذا الغير هو المستهلك في نفس الوقت لكنه

¹ قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ج ر) المادة 03 الفقرة 02 منه .

² قانون رقم 02-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

³ رميلي نور الدين (الضمان وخدمة ما بعد البيع في ظل القانون 03-09) مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، جامعة ألكلي محند الحاج ، البويرة، سنة 2013، صفحة 10-09 .

يكون على الهامش من زاوية حق مرتبط بمفهوم العقد إما أن يحصل أو يستعمل ، فالمستهلك يعتبر دائما شخصا والهدف غير المهني يقتضي وجود احتياجات خاصة التي هي أساسا احتياجات الأشخاص الطبيعيين .
- لكن نعترف لبعض الأشخاص المعنوية بصفة المستهلك متى كان نشاطها غير مهني ولا يهدف إلى تحقيق الربح من ذلك ونذكر على سبيل المثال الجمعيات الثقافية والرياضية والدينية التي تسعى إلى تأطير الشباب وتحسين السلوكات في المجتمع فمثلا هؤلاء يمكنهم التمتع بالحماية المقررة في قانون الاستهلاك أثناء إبرامها للعقود مع غيرها.¹

الفرع الثاني: أنواع المستهلك

- أ. المستهلك النهائي : وهو الشخص الذي يشري السلعة للاستعمال الخاص به أو لأحد معارفه أو أقربائه وبالتالي تصبح سلعة استهلاكية أخيرة .
- ب. المستهلك الصناعي أو (الوسيطي) هو الشخص الذي يشري السلعة بغرض استخدامها في أغراض إنتاجية لإعادة بيعها أو إنتاج سلعة أخرى أو خدمة وتوزيعها وتسمى هذه السلع بالسلع الصناعية مثال: المواد الأولية والآلات وقطع الغيار وعموما فالمستهلك النهائي والمستهلك الوسيط يظهران كطرف في حاجة إلى حماية نظرا لانعدام خبرتهما وضعف موقفهما.²
- ت. المستهلك الشخصي (الفرد): هو الذي يشتري سلعة أو خدمات للاستعمال الشخصي أو الاستعمال لأحد أفراد أسرته.
- ث. المستهلك التابع للمنظمة : هو الفرد المسؤول داخل منظمة ما كمشراء مواد خام أو معدات بهدف إدارة المنظمة فيقوم بشراء المواد الخام بهدف تصنيعها والخروج بمنتجات خاصة بها.³

الفرع الثالث: سلوكات المستهلك والعوامل المؤثرة فيه :

أ. مفهوم سلوك المستهلك

يشير سلوك المستهلك إلى "دراسة المستهلكين عندما يقومون بتبادل شئ ذي قيمة بالسلعة أو الخدمة التي تشبع حاجاتهم" وطبقا لهذا التعريف تتعلق دراسة المستهلك بالتعرف على كيفية قيامه باتخاذ القرارات التي تتعلق بتوجيه الموارد المتاحة له من وقت وجهد ومال لشراء واستهلاك السلع والخدمات التي تشبع حاجاته.
وهناك تعريف آخر أن سلوك المستهلك هو "السلوك الذي يقوم به المستهلك عندما يبحث ويشتري ويستعمل ويقيم ويتخلص من السلع والخدمات (بعد استعمالها) التي يتوقع أن تشبع حاجاته"⁴
ب. أسباب تطور وزيادة للاهتمام بدراسة سلوك المستهلك

¹ زوبر أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون جامعة مولود معمري تيزي وزو سنة 2011 صفحة 46.

² أ د موسى زهية قانون الاستهلاك الإرسال الثاني جامعة منتوري قسنطينة . السنة 2006/2005 ص 7.

³ أ- سيف الإسلام شوية مرجع سبق ذكره ص 19--20

⁴ - أ عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك) "عوامل تأثير البيئة ديوان المطبوعات الجامعية الجزء الأول ص 17، 16 السنة 2010

في الماضي كان التعرف على المشتريين سهلا لعل بسبب قربهم من مواقع ومجالات الانتاج. لكن اليوم أدت بعض العوامل إلى زيادة الاهتمام بسلوك المستهلك وهي :

أولا : طبيعة العملية الاقتصادية حيث يعتبر المستهلك عاملا حيويا .

ثانيا : انتشار المفهوم التسويقي وتقبله في غالب الأحيان باعتبار المستهلك وحاجاته نقطتا التركيز في عملية التسويق.

ثالثا : ارتفاع معدل فشل الكثير من السلع الجديدة نتيجة عدم فهم سلوك المستهلكين التابعين للمؤسسات بالدقة .

رابعا : عوامل المحيط التي تؤثر على المؤسسات وتحدد بقاءها في السوق في أغلب الأحيان منها:

النمو الديمغرافي - ارتفاع مستوى التعلم - ظهور أفكار جديدة تنادي لحماية المستهلك والبيئة سواء على المستوى الحكومي أو الفردي - تغير عادات المستهلك الشرائية وغيرها .

ونتيجة لهذه الأسباب والعوامل أصبح من الضروري على رجل التسويق القيام ببحوث التسويق ، وفي هذا السياق ومن هذا المنظور قد اقترح لازير ويليام (LAZER WILIAM) مجموعة من الاسئلة التي يجب الاجابة عنها لفهم سلوك المستهلك من جهة وإعداد السياسات التسويقية المواتية من جهة أخرى.¹

ت. أهداف دراسة سلوك المستهلك: تهتم وتفيد دراسة سلوك المستهلك كل من المستهلك والباحث ورجل التسويق لما يلي:

1. يمكن المستهلك من فهم ما يتخذه يوميا من قرارات شرائية المتمثلة في الأسئلة الآتية والمنتظر أن يجيب عنها :
- ماذا يشتري ؟ أي التعرف على الأنواع المختلفة من السلع والخدمات موضوع الشراء والتي تشبع حاجاته ورغباته.

- ما يشتري ؟ أي يحدد الأهداف التي من أجلها أقدم على الشراء أو المؤثرات التي تحثه عن شراء السلع والخدمات

- كيف يشتري ؟ إدراك العمليات الفنية والتقنية التي تنطوي عليها عملية الشراء .

2. يمكن للباحث فهم العوامل أو المؤثرات الشخصية والعوامل أو المؤثرات الخارجية (البيئية) التي تؤثر على تصرفات المستهلكين حيث يتحدد سلوك المستهلك الذي هو جزء من السلوك الانساني بصفة عامة نتيجة تفاعل هذه العوامل²

3. تمكن دراسة سلوك المستهلك رجل التسويق من معرفة سلوك المشتريين الحاليين والمتحمليين والبحث عن الكيفية التي تسمح له بالتأقلم معهم أو التأثير عليهم وحملهم على التصرف بطريقة تتماشى وأهداف المؤسسة.

على العموم تبقى عملية سلوك المستهلك معقدة لعدة أسباب منها :

أولا : تعقد الظاهرة: ذلك أن سلوك الشرائي يتأثر بالعديد من العوامل أو المؤثرات المتداخلة .

¹ - أ عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك : عوامل التأثير البيئية) ديوان المطبوعات الجامعية السنة 2010 ص 20.

ثانيا: اختلاف النظريات التي حاولت تفسير سلوك المستهلك على أساس علمي بعيدا عن الارتجال والتخمين.

ثالثا: يعتبر سلوك المستهلك من الأسباب الحديثة نسبيا¹.

المطلب الثاني: المحل في عقد الاستهلاك (المنتوج):

- تعتبر المنتوجات بمثابة الركن الثالث في عقد الاستهلاك حيث يتم إبرام عقد الاستهلاك بين المستهلك والمهني قصد الحصول على منتوجات طبقا للاتفاق المبرم فيما بينهما ، فمعرفة أنواع المنتوجات ليس الهدف منها هو حصرها وإنما يكتسي ذلك أهمية لتحديد مجال تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع.
 - بالرجوع إلى المادة 02 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش (3-09) تنص على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". فمما لا شك فيه أن المنتوجات قد تكون سلعا أو خدمات².
- الفرع الأول: السلع: تنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش الصادر في 1990/01/30 على أن:

"المنتوج هو كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"

- كذلك تنص المادة 140 مكرر فقرة 02 من التقنين المدني الجزائري على أنه "يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار ، لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعات الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية".

فيفهم من هذه المادة أن المشرع يعتبر المنتوج كل منقول مادي في حين نجد النصوص القانونية الأخرى التي جاء بها تشير إلى تعريفات مختلفة وهذا ما قد يثير نوعا من اللبس : فمثلا تنص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أن المنتوج: "هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة" أما المادة 02 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس فإنها تعرف: "المنتوج: كل مادة أو مادة بناء أو مركب أو جهاز أو نظام أو إجراء أو وظيفة أو طريقة".

- وعليه فإن المشرع جعل في بعض الأحيان المنتوج سلعة مادية ، وفي بعض الأحيان يعتبر المنتوج خدمة ، فمثل هذا التناقض بين المواد قد يزيد من فرص تأويل النصوص القانونية بما لا يتناسب مع أهداف قانون حماية المستهلك .

* لقد أحسن المشرع صنعا مع مرور الوقت في حسم الأمر وذلك بصدور القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في 2009 أين أعطى تعريفا للمنتوج مبينا فيه أنه يدخل تحت هذا المفهوم كل من

¹ عنابي بن عيسى - نفس المرجع المذكور أعلاه ص21 و24

² 3. زويبر أرزقي: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون جامعة مولود معمري كلية ح.ع.س سنة 2011

السلعة والخدمة حيث تنص المادة 03 منه في فقرتها 11 على أن "المنتوج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".¹

* بالإضافة إلى ذلك فقد قدم المشرع عدة تعريفات للمنتوج في تعيين المادة والغرض من ذلك هو رفع اللبس والغموض عن مختلف المصطلحات وعلى سبيل المثال نذكر تعريف المادة الغذائية بأنها: "كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو خام ، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان ، بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ".²

* كذلك تعرف السلعة بأنها: "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".³

* تشمل هذه النصوص القانونية إلى جانب النصوص الأخرى وكذا اللوائح على المواصفات ومتطلبات السلع وكذا غيرها من مواد استهلاكية من حيث شروط تركيب المكونات الاختيارية أو الاجبارية والمستويات الدنيا أو القصى لاستعمالها، كذلك تنص على المواد المضافة والحدود المسموح بها كذلك تحدد هذه النصوص الشروط والممارسات الصحية السليمة في انتاج السلع خاصة المواد الغذائية.⁴

* كما أن التقدم التكنولوجي في مجالات الصناعة وحتى في مجال الزراعة أدى إلى تعاظم كمية السلع المطروحة للاستهلاك في الأسواق مع عدم إمكانية التكهن بما يمكن أن ينتج عنها من مخاطر ، وفي هذا المجال تعد المواد الغذائية والأدوية نظرا لاتصالها واستعمالها اليومي من أهم وأخطر المنتجات التي تهدد صحة وسلامة المستهلك بشكل مباشر.

الفرع الثاني : الخدمات : إلى جانب السلع نجد الخدمات و التي هي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك ، يُقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي، وكذلك خدمات شركات الاتصالات والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسوب الآلي والصناعات المرتبطة به ونشاط شركات السياحة وقطاع الإنشاءات ، والتعمير ومكاتب الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والخبراء، والمستشارين الأجانب⁵

- بالرجوع إلى قانون المستهلك الجزائري ، فإنه ينص في المادة 03 فقرة 17 منه على أن الخدمة: "كل عمل مقدم ، غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

● أما المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فنصّ على أن: "الخدمة هو كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتوج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

¹ المادة 03 فقرة 11 من القانون 03-09 الصادر في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

² المادة 03 من القانون السالف الذكر (03-09)

³ المادة 03 فقرة 18 من القانون 03-09 السالف الذكر .

⁴ زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 52-53.

⁵ زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 55

- من خلال النصين يتضح بأنه يمكن أن تكون الخدمة مادية أو مالية، ومن أمثلة الخدمات المادية نذكر الخدمات الطبية أو خدمات الفنادق، أو التنظيف أو التصليح ... إلى غيرها من الخدمات التي تقدم وتوجه للمستهلك، أما من أمثلة الخدمات المالية يمكن أن نذكر خدمات القرض، خدمات التأمين، تقديم الاستشارات، خدمات ما بعد البيع ... الخ.
 - الخدمات المقصودة هي تلك التي تشمل جميع النشاطات التي تقدم لجمهور المستهلكين أو تكون محل طلب من هذا الأخير باستثناء عمليات تسليم السلع، فيفهم من ذلك بأن الأشياء المادية مستقلة عن المجهود المبذول لتقديمها فالأداءات المبذولة تدخل في نطاق الخدمة حتى وإن كانت ناتجة عن تنفيذ عقد البيع أو ملحقه به ومثال ذلك الخدمات التي تقدم ما بعد البيع.
- المطلب الثالث: مفهوم المنتج أو المني أو مقدم الخدمة:¹

الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية هو المني إذ تعددت واختلفت المفاهيم بشأنه وذلك يعود لعدة أسباب ، لكن السبب الرئيسي يعود إلى تأثير نظرية المستهلك على نظرية المني إذ الأخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك قد يؤدي أحيانا إلى غياب صفة المني في الشخص المتعاقد الأمر الذي دفع بنا إلى ضرورة تحديد مفهوم المني لمعرفة الحدود التي يجب أن يمارس فيها نشاطه وكذا الالتزامات التي تقع عليه.

- * تنص المادة 03 من فقرة 08 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنه "المتدخل: كل شخص طبيعى أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".
- * كذلك تنص المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 02-08 المتعلق بالمنافسة على أن "المؤسسة : كل شخص طبيعى أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة ، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الإستيراد "
- * أما المادة 03 من فقرة 02 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنها تنص على أنه : "عون اقتصادي : كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في القانون المني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".
- * بالرجوع إلى المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/09/1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات فإنها تنص على أن : "المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك..."

الفرع الأول: سمات أو صفات المني:¹

1. معيار الاحتراف لمفهوم المني: نظرا لصعوبة إيجاد تعريف دقيق للاحتراف فقد عرفه البعض أنه توجيه النشاط بشكل رئيسي أو بصفة معتادة إلى القيام بعمل معين بقصد الربح أو أنه مباشرة نشاط يتخذ كوسيلة لعيش صاحبه وإشباع حاجاته

¹ زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره ص 47 و 48

¹ -زوبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 49

2. معيار الريح لمفهوم المهني : يعتبر معيار الريح أمرا أساسيا في القانون التجاري لتحديد مفهوم التاجر ، لكن بالرجوع إلى قانون الاستهلاك فإن لهذا المعيار دور ثانوي في تحديد مفهوم المهني الذي يتعاقد مع المستهلك ، حيث يعتبر قانون الاستهلاك المهني بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بتقديم شيء ما أو خدمة مقابل أجر أو مجانية لشخص طلبها يدعى المستهلك ، فعنصر الريح لا يمكن أن يكون محل نظر في علاقة المستهلك بغيره نظرا لوجود حالات لا يكون فيها هدف الريح كما هو الحال بالنسبة للتعاونيات والتي تقدم سلع أو خدمات .
* كما أن المشرع كان صريحا في المادة الثالثة (03) السالف ذكرها من ق 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، إذ أنه اعترف باقتناء السلعة أو الخدمة بمقابل أو مجانا ، ففي كلتا الحالتين لا يمكن للمهني أن يتهرب من التزاماته بأن يقدم المنتج مجانية.

الفرع الثاني: الفرق والعلاقة بين المهني والمستهلك:² يبقى على العموم الفرق بين المهني والمستهلك في النشاط الذي يمارسه كل منهما والغاية من التعاون مما لا شك فيه هو تمييز المهني عن المستهلك في الوضعية أو المركز الذي يحتله أي المهني من قدرات وتحفيزات مالية ، ومعارف تقنية والخبرة والتجربة في مجال النشاط ، وكذا القوة الآتية من تجمع المنتخبين والموزعين وتضامنهم وملكهم للمعلومات الكافية، عكس المستهلك يبقى دائما معزولا في مواجهة هؤلاء المهنيين (الخصوم) وفي مركز ضعف وتشتت وقلة الخبرة التقنية والقدرة المالية، وهنا تشتد المواجهة والصراع. لهذا أوجب المشرع الحماية للشخص أو للطرف الضعيف الذي يتصف بالمستهلك ، وهذا هو أساس قانون الاستهلاك.

- إن العلاقة بين المهني والمستهلك علاقة غير متوازنة ويتخللها في كثير من الأحيان التوتر والمشاكل فجاء قانون الاستهلاك بهدف إقامة توازن في هذه العلاقة ، ويمنح قانون حماية المستهلك للمستهلك حقوق كوزن مقابل للامتيازات التي يتمتع بها المهني.
- ولكن يجب ألا يؤدي ما سبق ذكره إلى القول بأن المستهلك والمهني شخصان مختلفان تماما من المواطنين فجاء على لسان الرئيس الأمريكي جون كينيدي في عام 1962 : (كلنا مستهلكين)³.
- هذا يعني أن الشخص الطبيعي يعتبر مستهلكا في مختلف فترات حياته وفضلا عن ذلك يمارس نشاطا مهنيا مثلا: حينما يشتري التاجر مواد غذائه يعتبر مستهلكا.
- فقانون الاستهلاك يتعلق بوظيفة اقتصادية وليس بنوع من الأشخاص.

المبحث الثاني : تطور حركة حماية المستهلك في الجزائر

نظرا لتطور الحياة البشرية عموما وخاصة في المجال الإقتصادي ومن ثم سلوكيات البشر من حيث الإستهلاك فإن القوانين والأعراف المنظمة لمجال حماية المستهلك بدورها تأثرت بهذا وعرفت عدة تعديلات تطورات مساهمة للأوضاع الإجتماعية.¹

²- صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية. تخصص قانون أعمال ، جامعة قسنطينة ، 2014 ص 25

³ الأستاذة الدكتور: موسى زهية : دروس في مقياس قانون الاستهلاك، الإرسال الأول، كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة. السنة

المطلب الأول: حماية المستهلك قبل القانون 03/09

لقد مر قانون حماية المستهلك بعدة مراحل قبل الوصول الى ما هو عليه ، ونذكر منها بإيجاز: مرحلة ما قبل وعي المستهلك بحقوقه ، مرحلة وعي جمهور المستهلك ، مرحلة بلورة حقوق المستهلك التي هي سارية المفعول الى يومنا هذا .

الفرع الأول: قانون حماية المستهلك: هو مجموعة القواعد القانونية التي تحكم العلاقة بين المستهلك والمحترف أي كل متدخل في عملية عرض السلعة للاستهلاك، ولتطبيق هذه النصوص لابد من توافر شرطين أساسيين:

الشرط الأول : وجود سلعة أو خدمة : تقدم بغرض الاستهلاك الذي قد يُسأل المنتج أو العارض عن تقديمها للغير وعما يصيبه بعد استهلاكها.

الشرط الثاني: عرض السلعة للاستهلاك : فيمجرد العرض تصبح نصوص وقواعد حماية المستهلك سارية ضد العارض في حالة إصابة حائز السلعة أو مستهلكها وعليه يطبق عليه قانون حماية المستهلك .

الفرع الثاني: تشريعات حماية المستهلك في ظل المرحلة التي سبقت صدور قانون 02-89

إنّ الحارس لتطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر يستطيع أن يمر بعدة مراحل، نبدأ تناولها بالمرحلة التي سبقت صدور القانون 02-89 ، وتميزت هذه المرحلة ببعض القوانين العامة والتي لم توفر للمستهلك الجزائري الحماية المطلوبة إلا أنها أسست أسس هامة منها :

- الأمر رقم: 47-75 والذي عدل قانون العقوبات الجزائري لها ستحدث بعض الجرائم منها الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية وذلك من خلال المواد من 429 إلى 435 من ق.ع.ج.
- الأمر رقم : 65-76 المتعلق بتسميات المنشأ ، وكان الغرض منه حماية المنتج أصلا المؤرخ في 16 جويلية 1976.

نلاحظ أن خلال هذه المرحلة أو الفترة حماية خاصة للمستهلك بل ولم يكن مصطلح المستهلك رائجا ولا معروفا استعملت المصطلحات مثل البائع والمشتري.

- بالإضافة إلى بعض النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني الصادر بموجب الأمر: 58-75¹ المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتعلقة بالسكوت التدليسي والالتزام بالإعلام، وتلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية.

* ما نستخلصه مما سبق وما نلاحظه هو غياب الحماية الخاصة للمستهلك سواء من حيث غياب النصوص القانونية أو غياب الهيئات والأجهزة التي تدافع عن مصالح المستهلك هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن

¹ صياد الصادق ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 28

¹ زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

النصوص القانونية الموضوعة آنذاك لم تعرف مصطلح المستهلك ، بل تكتفي بذكر المشتري، المبيع ... وهذا ما ينطبق على نصوص التقنين المدني.

* ما نستخلصه كذلك مما سبق نذكر أن حماية المستهلك والدفاع عنه كانت غائبة كثيرا وهذا راجع لعدة أسباب أهمها:

أ. أن الدولة هي التي كانت المتدخل المباشر في عملية الانتاج والتوزيع وبسط سلطتها في تنظيم الحقل الاقتصادي آنذاك وهو نظام الاقتصاد الاشتراكي أو نظام الاقتصاد الموجه ، الأمر الذي لم يسمح بظهور الفئات والحركات التي تطالب بحقوق وحماية المستهلك .

ب. الفراغ القانوني الذي كانت تعيشه الجزائر بعد الاستقلال لم يساعدها أو يعطي اهتماما لحركات حماية المستهلك إذ كان الهدف الاول هو استعادة السيادة الوطنية والعمل على حمايتها .

ت. الاختلاف في النظام الاقتصادي المتبع بين الجزائر وفرنسا حيث أن الجزائر إتبعت النظام الاشتراكي عكس فرنسا التي اتبعت النظام الرأسمالي ، الأمر الذي أدى إلى صعوبة في تطبيق القوانين الرامية إلى حماية المستهلك إلا أن المشرع الجزائري في هذه الفترة قد أصدر قوانين المذكورة أعلاه يمكن إدراجها ضمن القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك.

الفرع الثالث: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 89-02 إلى غاية 2009

تبدأ هذه المرحلة بصدور قانون 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989² المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إذ أولى هذا القانون حماية كبيرة للمستهلك فجاء منظما ل 30 مادة تنص على حماية المستهلك والاعتراف بحقوقه المشروعة وأهمها:

- الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحة المستهلك وأمنه ومصالحه المادية.
 - الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.
 - الحق في التمثيل والتقاضي في إطار جمعيات حماية المستهلك وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.
 - وجوب تدخل الأجهزة المختصة وذلك باتخاذ اجراءات لازمة لرقابة جودة المنتوجات والخدمات.
- وتلى هذا القانون مجموعة من المراسيم التنفيذية نذكر منها¹:

- المرسوم التنفيذي رقم : 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.
- المرسوم التنفيذي رقم : 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.
- المرسوم التنفيذي رقم : 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها.
- المرسوم التنفيذي رقم : 92-41 يحدد شروط انتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وتكييفها وتسويقها في السوق الوطنية إلى غير ذلك من المراسيم التنفيذية ... ، هذا وقد لعب هذا القانون دورا هاما في بلورة فكرة

¹ - رميلي نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 9.

حماية المستهلك في المجتمع الجزائري إذ أنه الركيزة الأساسية في بلادنا للقول بوجود حماية خاصة للمستهلك، وذلك يعود لسبب جد هام وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه (النظام الاشتراكي) والتحول إلى نظام اقتصاد السوق (النظام الرأسمالي) الذي قد يمس بمصلحة المستهلك، إذ مع مرور الوقت واتساع الأسواق والحاجة الملحة إلى الاستثمارات زاد من حجم المنتوجات المتدفقة وتنوع الخدمات التي تزيد من فرص المخاطر التي تهدد المستهلك، أصبحت الضرورة من أي وقت مضى لتدخل المشرع بسن قوانين خاصة مثل قانون المنافسة والعمل على دعم انشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطلب العمل، وشبكة مخابر التحاليل النوعية، مديرية المنافسة والأسعار بالولاية ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة... إلخ.²

أ. أسباب تبني المشروع لهذا القانون: 02-89

ب. يمكن أن نحصل أهم الأسباب التي كانت بمثابة الخلفية الأساسية لاستصدار قانون حماية المستهلك في سببين اثنين هما:

السبب الأول: تحول الجزائر من نظام الاقتصاد الموجه أو الاشتراكي إلى نظام الاقتصاد الحر أو اقتصاد السوق (الرأسمالي) والجزائر لا تزال سوق فتية عذراء تواجه لأول مرة أخطبوط السوق الحرة القادرة على التعامل مع أي كان وتحت أي لون من الألوان وما يصحب ذلك من مخاطر وأضرار يمكن أن تلحق بالمستهلك، فالسوق الجزائرية أصبحت مسرحا وميدان للصراع و المنافسة القائمة بين المنتجين والتجار والموزعين والمستوردين إلخ من المتدخلين في الحياة الاقتصادية، مما زاد من جلب مزايا تمثلت في النهوض بمستوى المعيشة للمستهلك على أساس تنوع، وتعدد السلع، حيث أصبح للمستهلك مجالا واسعا للاختيار هذا من جهة ومن جهة أخرى جلب سلبيات وعيوب منها: تدني مستوى الجودة في السلع والخدمات وظهور المنافسة الغير شرعية.

- إن الجزائر تعتمد في سد جانب كبير من حاجياتها على منتوجات مستوردة من الخارج: سلع استهلاكية ومواد طبية ومنتجات صناعية ولن نبالغ إن قلنا أنها تشكل خطورة على صحة وأمن المستهلك لإخلالها بنظام الأمن وعدم الإلتزام لضمان سلامة المستهلك.

ت. التجديدات التي أتى بها هذا القانون 02-89: ¹

أولا: إن المطلاع على قانون 02-89 يلاحظ بأنه قانون يهدف إلى حماية المستهلك في كل مراحل العملية الاستهلاكية. جاء في المادة الأولى منه: "إن عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك تشمل جميع المراحل من طور الإنشاء الأولى إلى العرض النهائي قبل الإقتناء من قبل المستهلك".

ثانيا: قانون حماية المستهلك يعمل على أن تصبح جميع المنتوجات المعروضة للاستهلاك معلومة المصدر، وتاريخ الصنع ومدة الصلاحية وكذلك كيفية الاستعمال وهذا حسب المادة الثانية منه.

² - زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 27-28.

¹ - رميلي نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 15

ثالثا : أهم تجديد ورد في قانون حماية المستهلك 02-89 هو الالتزام العام بالسلامة ومقتضاها استجابة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك (المادة 03 منه).

ويتميز الالتزام بالسلامة (أو بالضمان) الوارد في قانون حماية المستهلك عن الالتزام بالسلامة في المجال التعاقدية حيث القانون المدني والاختلاف بينهما يكمن في وجهين :

الوجه الأول : الإلتزام العام بالسلامة حسب قانون حماية المستهلك هدفه توقع الخطر .ويتم عن طريق عمليات المراقبة لتفادي المخاطر قبل حدوثها وذلك من المادة 14 من ق (02-89) وكذلك عن طريق عمليات سحب المنتج الغير مطابق للمواصفات من مسار الاستهلاك في حين أن الإلتزام التعاقدية يضمن إصلاح الضرر الذي تسبب فيه المنتج أو الخدمة.

الوجه الثاني: الاختلاف في مجال التطبيق، فإذا كان الإلتزام التعاقدية يطبق على كل من يتمتع بصفته المتعاقد فإن الإلتزام بالسلامة حسب قانون 02-89 يطبق على كل مستهلك للسلع والخدمات سواء أكان متعاقدا أو لم يكن متعاقدا.

رابعا : قانون 02-89 نص على إجراءات إدارية صارمة تعمل على جعل كل مايعرض للاستهلاك مطابقا للمواصفات القانونية وهي إجراءات وقائية أهمها : الغلق والمصادرة .

خامسا : فيما يخص الحماية الجنائية للمستهلك نجد أن المادة 28 من قانون العقوبات وتحديد المواد : 429 إلى 431، هذه المواد التي تحمي المستهلك من جرائم الغش والتدليس بالرجوع إلى المواد السابقة الذكر وبالضبط إلى المادة 429، نجد أنها تنص على جريمة خداع المتعاقد وبالتالي تفترض وجود العقد أما فيما يتعلق بقانون حماية المستهلك وتحديد المادة 28 منه فإن شرط العقد أصبح لا وجود له إذ تنص على : "دون الإخلال بالأحكام التشريعية في هذا المجال تطبق على منتج أو وسيط أو موزع أو متدخل ..."

هذا إلى جانب اتساع مجال تطبيق جريمة الخداع لتشمل أيضا مقدمي الخدمات.

إنه ومن خلال ما سبق نلمس العديد من الضمانات التي أتى بها قانون 02-89 من خلال مجمل التجديدات والتي هي كلها لصالح المستهلك.¹

ث. الحقوق التي منحها هذا القانون للمستهلك.²

● الحق بالحفاظ على صحته وسلامته عند استعماله بشكل ملائم ، السلعة أو الخدمة فيما يخص الجودة والنوعية.

¹ - أ. د : موسى زهية : دروس في قانون الاستهلاك ، الإرسال الثاني) . السنة 2005/2006 ص6.

² رميلي نور الدين ، مرجع سبق ذكره، ص 18

- الحق بالاستفادة من معاملة عادلة ودون تمييز من قبل المحترف المسؤول عن المنتج المعد للاستعمال المحلي أو التصدير.
- الحق بالاستحصال على معلومات صحيحة وواضحة ووافية تتعلق بالسلعة أو الخدمة إضافة إلى ثمنها وميزاتها وطرق استعمالها والأخطار التي قد تنتج عن هذا الاستعمال .
- الحق باستبدال السلعة أو إصلاحها أو استرجاع ثمنها وكذلك استرداد المبلغ الذي يكون قد سدده في لقاء الخدمة ، في حال عدم مطابقتها لدى استعمالها بشكل سليم ، سواء المواصفات المتفق عليها أو المعمول بها أم للغرض الذي من أجله تم الاستحصال عليها.
- الحق بتعويض كامل ومناسب عن الأضرار الناتجة عن استهلاك سلعة أو الانتفاع عن خدمة لدى الاستعمال بشكل سليم.
- الحق في انشاء جمعية لحماية المستهلك والإنتساب إليها .
- تجدر الإشارة إلى أن تطور حماية المستهلك في الجزائر أضحي مرهونا بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة حيث كثيرا ما أدت العوامل الاقتصادية والتجارية المتحكمة في السوق تحت غطاء المنافسة إلى ظهور أزمات أثرت على الحياة الاجتماعية والإقتصادية للمستهلك الجزائري.
- فلقد أثرت المنافسة الحرة على اقتصاديات الدول ومنها الجزائر خصوصا لمساسها بأغلب مجالات الحياة ، خاصة وأن الشعب الجزائري زادت كثافته بسرعة وبطريقة فوضوية ، وقد اعترف القانون بهذا الأسلوب كحل اقتصادي نتيجة للأزمات التي عرفتها الجزائر ، بالرغم من ذلك لم يمنع من وضع قاعدة أساسية يسعى القانون لحمايتها ألا وهي حماية المستهلك.
- واستمر سريان مفعول قانون حماية المستهلك رقم 02-89 إلى غاية سنة 2004 تاريخ استصدار قانون تنظيم المنافسة والذي يعد بمثابة نقلة نوعية في مجال حماية المستهلك ، حيث جاء بترتيبات جديدة وهي بمثابة تعديل ضمني لقانون 02-89 وكذا إحداث قواعد قانونية جديدة تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية.
- ما يميز هذه المرحلة هي المنافسة الحرة ، إن لهذه الخيرة عدة سلبيات كما لها عدة مزايا ، فالتقدم والازدهار الذي يشهده المجال الاقتصادي وما انعكس ذلك على المجتمع لم يمنع ظهور عدة أمور سلبية ساهمت بشكل كبير في ظهور حركات حماية المستهلك وذلك يرجع للأضرار التي أصيبت المستهلك وكذا المخاطر التي أصبحت تهدد كيانه الاجتماعي.

المطلب الثاني: قانون حماية المستهلك في ظل القانون 03-09¹ إلى يومنا هذا:

- وهي المرحلة الأخيرة التي مرت بها الجزائر في مجال حماية المستهلك ، حيث تبدأ من سنة 2009 تحديدا ، تاريخ استصدار قانون جديد لحماية المستهلك وهو قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي ألغى القانون الأول (02-89) وحل محله وهو ساري المفعول إلى يومنا هذا .

¹ - الجريدة الرسمية للجمهورية، العدد 15 الصادرة في 11 ربيع الأول عام 1430 هـ الموافق لـ 08 مارس 2009م

الفرع الأول : نبذة عن هذا القانون :هذا القانون هو القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 م الموافق ل 29 صفر 1430 هـ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- جاء بترتيبات جديدة ، تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك ، خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية ، وهذه القواعد القانونية هي بمثابة تعديل ضمني لقانون رقم 89-02 الملغى وحل محله ساري المفعول إلى يومنا هذا.

الفرع الثاني: أحكام هذا القانون:

إن رئيس الجمهورية :

- وبعد رأي مجلس الدولة .
- وبعد مصادقة البرلمان.
يصدر القانون الجديد 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يتكون من ستة (06) أبواب وخمسة وتسعون (95) مادة مبينة كما يلي:

- الباب الأول: أحكام عامة: يحتوي على 03 مواد.
 - الباب الثاني : حماية المستهلك: يحتوي على 21 مادة .
 - الباب الثالث: البحث ومعاينة المخالفات: يحتوي على 28 مادة.
 - الباب الرابع قمع الغش : يحتوي على 33 مادة.
 - الباب الخامس: غرامة الصلح: يحتوي على 08 مواد.
 - الباب السادس: أحكام ختامية: يحتوي على 02 مادة.
- الفرع الثالث: النصوص الملحقة به:¹

- القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هو قانون رقم 04-02 معدل ومتمم
- القانون المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية قانون 04-08
- مرسوم تنفيذي 09-181 المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية ، والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجنب
- مرسوم تنفيذي 09-182 المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية.

المطلب الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقوانين الأخرى:

يعتبر قانون حماية المستهلك امتدادا للقوانين الأخرى التي تهدف وبصفة عامة الى اهتمام المشرع بضرورة حماية المستهلك من جشع وطمع التجار

¹ - أ.د- مولود ديدان كلية الحقوق، بودواو، سلسلة قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، الدار البيضاء الجزائر، سنة 2009.

الفرع الأول: يعد قانون متعدد الفروع.¹²

1. القانون المدني: إن قانون حماية المستهلك له علاقة وطيدة بالقانون المدني خاصة في ضمان العيوب الخفية
 2. القانون التجاري: كما له علاقة بالقانون التجاري الذي أدت إلى اتساع حجم التعامل مع المستهلكين في شكل الشركات التجارية أو المحلات التجارية .
 3. القانون الجنائي: له مكانة هامة في قانون الاستهلاك فهناك عدة التزامات خاصة كذلك تلقى على عاتق المهنيين بهدف حماية المستهلك فإنه تقابلها عقوبات جزائية، مثل: الغش أو التديليس أو التزوير توصف بأنها جرائم جنائية.
 4. القانون الإداري : يساهم في اثناء قانون الاستهلاك من جهتين :²
 - أ. الجهة الأولى : من ناحية أعوان الادارة خاصة أعوان مديرية المنافسة والقمع والغش إذ أن مهام الأعوان هي مراقبة تطبيق النصوص التي تحمي المستهلكين.
 - ب. الجهة الثانية: فإن بعض المرافق العمومية كالبريد والمستشفى لهم مع مستخدمهم علاقات تثير نفس المشاكل بين المهنيين والمستهلكين ويبدو هنا أن قانون الاستهلاك غير منسجم والأمر بغير ذلك.
- الفرع الثاني: الفروع المتجاورة لقانون الاستهلاك: إذا خرجنا عن نطاق أو حدود قانون الاستهلاك نلاحظ بأن عدة مواد تلمسه من قريب وتنفق معه في بعض النقاط:
1. قانون المنافسة: الذي يسري على علاقات المؤسسات ببعضها البعض ، لكن توجد مجموعة من القواعد التي تعود إلى قانون الاستهلاك وقانون المنافسة مثل (منع الممارسات التجارية التعسفية أو العدوانية) وعموما تكون لقواعد قانون المنافسة نتائج بالنسبة للمستهلكين وبالمقابل قواعد قانون الاستهلاك لها تأثير على المنافسة ويمكن دمج المادتين : الاستهلاك والمنافسة فيما يسمى قانون السوق
 2. قانون التوزيع : هو فرع آخر مجاور فيما يخص النشاطات التوسيطية بين الانتاج والاستهلاك فهو قانون منظم للتوزيع ويعطي التشعبات التي تظهر الانتاج والاستهلاك الهادفة لحماية المستهلك تشمل في العموم نشاطات التوزيع.
 3. قانون البيئة : يخضع هذا القانون مع قانون الاستهلاك إلى نفس الفلسفة ويحذران من مخاطر النظام الذي يبحث دائما على المردودية في الإنتاج على حساب المصالح البشرية وفي هذا السياق يتميز قانون البيئة عن قانون الاستهلاك فيهدف الأول لحماية الأشخاص ضد مخاطر محيطهم الطبيعي فيما يبحث الثاني في حمايتهم ضد تنمية المؤسسات التي تزودهم بمنتجات وخدمات، ويمكن التقارب بينهما مثل : تلوث مياه الشرب فهو في آن واحد مسألة بيئية واستهلاكية .
- المبحث الثالث: المستهلك في ظل المنافسة الحرة (مبدأ المنافسة الحرة وتأثيره على المستهلك)¹

²-أ.د- موسى زهية، قانون الإستهلاك، الإرسال الأول، مرجع سبق ذكره، ص9-10

¹-زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 05-06

- إن التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم أثرت كثيرا على المجتمع باعتباره المستهلك بكل ما يصنع وينتج ويسوق ، وللجزائر نصيب في هذا التحول إذ أن هذه الأخيرة توجهت نحو الاقتصاد الحر الذي يعتمد على تحرير التجارة والصناعة من القيود التي كانت مفروضة عليه في النظام الاشتراكي وكذا فتح المبادرة للمنافسة بين مختلف القطاعات العامة والخاصة.
- ساهم كثيرا في النهوض بمستوى معيشة الفرد في المجتمع باعتباره مستهلكا للسلع والخدمات المطروحة في السوق.
- من هذا المنطلق أصبح الاهتمام والبحث عن إمكانية جذبه السّمة التي يبحث عنها كل محترف في النشاط الاقتصادي، وذلك باستعمال العديد من الوسائل الحديثة في جلب وإغراء هذا المستهلك نظرا للتنافس الشديد الموجود بين المتدخلين الاقتصاديين. فما ترتب عن هذه المنافسة هو جلب العديد من العيوب ظهرت في شكل ممارسات منافية لقواعد التجارة ومخالفة لقواعد المنافسة النزيهة.

المطلب الأول: حتمية حماية المستهلك من المنافسة الحرة

- أدى تحول النظام الاقتصادي الجزائري من نظام يسيطر عليه القطاع العام إلى نظام حر يعتمد على اقتصاد السوق إلى اشتعال المنافسة بين المنتجين والتجار والموزعين والمستوردين ... إلخ.
- إن المنافسة تجبر كل عون اقتصادي على بذل قصارى جهده لتحسين طرق ووسائل تخفيض تكاليف انتاج المنتجات والخدمات إلى أدنى سعر ممكن حفاظا على القدرة الشرائية للمستهلك وعليه المنافسة تعتبر منهجا متكامل ونظام محكم لبلوغ الرقي الاقتصادي والاجتماعي . وهنا الدولة مجبرة على التدخل بصورة غير مباشرة لوضع حد لكل ما قد يؤدي إلى انعدام أو إلى اضطراب المنافسة وهو ما يطلق عليه حاليا في أغلب الدول بقانون المنافسة .
- لعل المشرع الجزائري أراد أن يسبق الأحداث من خلال اعترافه بداية بروح المنافسة وحمايتها من كلّ قيد من خلال إصدار أول قانون جزائري يتعلق بالمنافسة سنة 1995 ، ثم بعد ذلك أي سنة بعد ذلك أقر بحرية التجارة والصناعة صراحة إثر التعديل الدستوري لسنة 1996¹
- يمكن قياس قوة المنافسة لبلدنا وذلك لا بد من الرجوع إلى ميزان السوق .
- بالرجوع إلى الاسواق الجزائرية يمكن أن نقرب صعوبة تطبيق النصوص القانونية سواء تلك التي لها علاقة بتنظيم الجانب الاقتصادي ، وهذا راجع لعدة أسباب خطيرة تضر لا محالة بالاقتصاد بصفة عامة وبالمستهلك بصفة خاصة يتجلى ذلك في ظهور الأسواق الغير رسمية حيث أن هذه الظاهرة تهدد الاقتصاد

¹ صياد الصادق ، مرجع سبق ذكره ص 35..

والمجتمع معا ، فمعظم شوارعنا أصبحت مملوءة بالباعة الفوضويين دون الخضوع لأي التزام قانوني وفي أماكن عمومية ووسط التجمعات السكنية وعلى حافة الطرقات حتى تكاد تسد الطريق وأمام المراكز التجارية ، الأمر هنا ينعكس سلبا على صحة وسلامة المستهلك .

- إن حماية المستهلك متوقفة على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق وذلك لن يتحقق إلا باحترام المبادئ والنصوص القانونية الموضوعية من قبل المشرع.
 - إذا كانت حماية المستهلك وتنظيم المنافسة يمثلان أهم أهداف الرقابة على الأسواق فلا يفهم من هذا أنه تدخل في عمل الأسواق بالمعنى الذي يفقدها حرية المبادرة والتكيف مع المعطيات الاقتصادية المحيطة بها ، وإنما الرقابة من قبل الهيئات المستحدثة لذلك هدفها هو مواجهة كل الممارسات المقيدة للمنافسة الحرة وكذا مواجهة الآثار السلبية الناشئة عن هاته الممارسات التي من شأنها الاضرار بالمستهلك.
- المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة².

إن لجوء بعض الأعوان الاقتصاديين إلى اتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق وكذا تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الاقتصاديين الآخرين دفع بالمشرع إلى اتخاذ بعض التدابير اللازمة لوقف هذه الأعمال غير الشرعية ، فقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى استعمال مثل هذه الأنشطة وأعطى صلاحية مراقبة ومتابعة ذلك لمجلس المنافسة . من الممارسات المنافية للمنافسة التي جاء بها قانون المنافسة الجزائري نذكر¹ :

- حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة المادة 06 من ق 08-12 المتعلق بالمنافسة
- حظر التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق م 07 من قانون المنافسة
- حظر الاحتكار
- حظر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية م 11 من ق 08-12 المتعلق بالمنافسة .
- حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفا م 12 من ق 08-12 المتعلق بالمنافسة
- التجميعات المقيدة للمنافسة.

² زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره ص 94

¹ زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره ص 98

خلاصة :

قد قمنا في هذا الفصل بدراسة مفصلة وموسعة للجانب التشريعي بالنسبة لحماية المستهلك وإضفاء بعض الشروحات والمفاهيم من خلال ثلاث مباحث ، تطرقنا في الأول إلى المفاهيم الأساسية للمستهلك وأنواعه وسلوكاته والعوامل المؤثرة فيه وعلاقته بالمنتج ، والثاني تطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر ، والثالث المستهلك في ظل المنافسة الحرة وهذا ما مكنتنا من استنتاج النقاط التالية :

يبقى مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري ، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال لقانون 02-89 الصادر في 07 فبراير 1989 الملغى ، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد سابقا في القانون المدني الجزائري والذي يطلق عليه "المشتري" ، فتغير مدلول المصطلحات كان تبعا للظروف الاقتصادية بالدرجة الأولى وذلك قصد الوصول إلى إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية والاستهلاكية.

فالمستهلك هو الشخص الذي يحصل على السلع أو الخدمات بهدف غير مهني فهذه المنتوجات تقدم له من طرف شخص آخر غالبا ما يكون محترفا والعقد المبرم بين المستهلك والمحترف يسمى عقد الاستهلاك . نستخلص بأن جوهر دراسة سلوك المستهلك هو الاجابة عن الأسئلة من أجل إرشاده وهي :ب: ماذا يشتري المستهلك ؟ ولماذا يشتري ؟ وكيف يشتري ؟ ومتى يشتري ؟ ومن أين يشتري ؟

إن العلاقة بين المهني والمستهلك علاقة غير متوازنة ويتخللها في كثير من الأحيان التوتر والمشاكل فجاء قانون الاستهلاك لهدف إقامة توازن في هذه العلاقة ويمنح قانون حماية المستهلك للمستهلك حقوق توازن مقابل الامتيازات التي يتمتع بها المهني.

قانون الاستهلاك يتعلق بوظيفة اقتصادية وليس بنوع من الأشخاص ذلك أن الشخص الطبيعي يعتبر مستهلكا في مختلف فترات حياته وفضلا عن ذلك يمارس نشاطا مهنيا مثلا: حيثما يشتري التاجر مواد غذائية يعتبر مستهلكا. ما نستخلصه مما سبق وما نلاحظه هو غياب الحماية الخاصة للمستهلك سواء من ناحية غياب النصوص القانونية أو غياب الهيئات والأجهزة التي تدافع عن مصالح المستهلك هذا من جهة ، ومن جهة أخرى أن النصوص القانونية الموضوعة آنذاك لم تعرف مصطلح المستهلك بل تكتفي بذكر المشتري ، البيع ... وهذا ما ينطبق على نصوص التقنين المدني.

أما بالنسبة لقانون 02-89 فإن المطلع عليه نلاحظ بأنه قانون يهدف إلى حماية المستهلك في كل مراحل العمليات الاستهلاكية وجاء في المادة الأولى منه: "إن عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك تشمل جميع المراحل من طور الانشاء الأولى إلى العرض النهائي قبل الاقتناء من قبل المستهلك ".
أهم تجديد ورد في القانون 02-89 الملغى هو الالتزام العام بالسلامة ، ومقتضى استجابة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك (المادة 03 منه) .

مبدأ المنافسة الحرة حتمية لحماية المستهلك الجزائري يظهر ذلك جليا من خلال نصوص قانون المنافسة 08-12 ، خاصة فيما يخص حماية المستهلك من الممارسات المنافسة للمنافسة.

ابتداء من سنة 2009 هي المرحلة الأخيرة التي مرت بها الجزائر في مجال حماية المستهلك وهي تاريخ إصدار قانون جديد لحماية المستهلك وهو القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جاء بترتيبات جديدة تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك وهو تعديل ضمني لقانون 02-89 الملغى وحل محله وهو ساري المفعول إلى يومنا هذا .

تمهيد:

بسبب المخالفات والجرائم الاقتصادية التي أصبحت تهدد صحة وسلامة المستهلك قام المشرع الجزائري بوضع عدة ضوابط قانونية هدفها حمايته من كافة الممارسات غير المشروعة والمنافية لقواعد التجارة النزيهة ، حيث قام بسن قانون: حماية المستهلك وقمع الغش والذي يعتبر الدعامة الأساسية لحقوق المستهلك ناهيك عن الالتزامات الملقاة على عاتق الأعوان الاقتصاديين .

لقد أضحت حماية المستهلك من المهام الأولى ، وأصبحت السلطات تهتم أكثر بصلاحية وسلامة السلع التي تنتجها أو تستوردها للاستهلاك العادي لمواطنيها ومن المؤكد أن في مجال نوعية المنتجات والخدمات أن المستهلك قد تضرر من تطور ظاهرة المضاربة والنقص الملحوظ في إطار المراقبة والقمع وندرة العرض بالنسبة للطلب المتزايد و أن هذه الحقائق سمحت بانتشار العديد من المنتجات المختلفة مجهولة الهوية والصنع ، التي تؤثر بدرجة كبيرة على سلامة وصحة المستهلك .

لذلك سنتناول في هذا الفصل المباحث التالية :

المبحث الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف:

المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

المبحث الثالث: الحماية الجنائية للمستهلك.

المبحث الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف

تتوقف حماية المستهلك على مدى احترام المحترف للالتزامات الملقاة عليه، حيث يكون هذا الأخير ملزماً باحترام كافة تقاليد المهنة التي يزاولها، فالاهتمام بحماية المستهلك قد يأخذ عدة أشكال الأمر الذي لا يمكن حصره في موضوعنا هذا.

المطلب الأول: إلزام المحترف بالإعلام: الإعلام هو تحصيل حقيقي لشيء ومعرفته والتيقن منه. أما في الاصطلاح الصحفي يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصدقية والوضوح.

الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام: هو إعلام و تنوير المستهلك حول المنتج وذلك بتقديم مواصفاته من وزن ومكونات وتاريخ الصلاحية وكيفية الحفاظ عليه والسعر إلى غير ذلك. من المعلومات المرتبطة بالبيع وجزء تخلف ذلك هو دليل على ممارسة أنشطة مخالفة لقواعد شفافية الممارسات التجارية. نجد مصدره في كل من القوانين المدنية وتلك المكرسة لحماية المستهلك وممارسة الأنشطة التجارية.

كما يفهم من خلال التعرض لمضمون الالتزام بالإعلام أنه قد يكون هذا الالتزام سابق عن إبرام العقد وهو ما يطلق عليه "الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام" كما يمكن أن يكون هذا الإلتزام أثناء إبرام العقد.

- نص المشرع الجزائري بضرورة التزام المحترف بإعلام المستهلك بالمبيع طبقاً للنص المادة 352 فقرة رقم 01 من التقنين المدني الجزائري¹ ضمن أحكام عقد البيع حيث تنص على أنه "يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه " فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفاً نافياً للجهالة .

- ونجده كذلك في المادة 86 من القانون المدني². التي اعتبرت السكوت العمدي تدليلاً.

- هذا بالنسبة للقانون المدني أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك وقمع الغش فتتضمن المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، إذ شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج سواء تعلقاً بكيفية الإستخدامات أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها أو منشأها أو مميزاتها.

- من النصوص القانونية التي تجرّم المحترف بذلك نذكر منها:

- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغذائية وعرضها.

¹ شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم

القانونية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 74

² ج.ر عدد 15، 08 مارس 2009 ص 15.

³ المرسوم التنفيذي رقم 90/366 المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغير غذائية وعرضها.

الفرع الثاني: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام:

يعتبر العديد من الفقهاء أن الالتزام بالإعلام وفقا لقانون الاستهلاك هو الإلتزام بتحقيق نتيجة ، فعندما يثبت المنتج أنه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك غير كافي لأن الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص تشريعية وتنظيمية ويجب أن يتم تنفيذه طبقا لما جاء في القانون فإذا لم يعلم المستهلك عنها يستنتج القاضي خلاله بالالتزام بالإعلام ويتربح حق المستهلك في التعويض . هذا يعني أن الإلتزام بالإعلام في القانون المدني يختلف عن الإلتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ونذكر من هذه الاختلافات:

أ. الإخلال بالإلتزام بالإعلام في المادة 86 من ق المديني الجزائري يؤدي لقابلية العقد للإبطال نظرا للتدليس الذي تعرض له المستهلك وهذا ليس لصالحه.

ب. تضرر المستهلك نتيجة اقتناء منتجات لا تحمل تاريخ الصلاحية مثلا، ففي إطار التقنين المدني حتى يبطل العقد لأبد من رفع دعوى قضائية يكون موضوعها طلب إبطال العقد والتعويض عليه وعلى المستهلك أن يثبت توافر الشروط المنصوص عليها في المادة 86 من ق. م. ج. وليس فقط عدم توافر البيانات على المنتج وإنما أيضا توفر نية التضليل والسكوت وأن هذا السكوت هو الدافع لإبرام العقد وكل ذلك يستحيل على المستهلك القيام به . في الحين نجد أن قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية المنتج ولا إثبات الإخلال. بالالتزام بالإعلام وإنما يكفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتج ليستخلص منها القاضي مباشرة أن هناك إخلال بالالتزام يفرضه القانون على المحترف"¹

ت. الإلتزام بالإعلام في نصوص التقنين المدني ينفذ أثناء إبرام العقد، أما في إطار نصوص حماية المستهلك فهذا الإلتزام يكون موجودا قبل إبرام العقد فهو قائم في جميع الحالات مهما كانت العلاقة بين المحترف والمستهلك. - أما بالنسبة لنطاق الإلتزام بالإعلام فهو يشمل كل من السلع والخدمات سواء كانت محل بيع أو محل تنازل مجاني للمستهلك ، بحيث يتسع نطاق الإلتزام بالإعلام بحسب نوع السلعة المقدمة للمستهلك وحسب طبيعة الخدمة، حيث لا يمكن حصر مجال معين لهذا الإلتزام ولا يمكن وضع قالب معين يقدم لكل المستهلكين المهم أن يكون بلغة يفهمها المستهلك وبصورة تجعل هذا الأخير قادرا على التحكم في السلعة أو الخدمة الموجهة له. بما يعود عليه بالفائدة.

الفرع الثالث: الإعلام عن طريق الوسم²:

يعد الوسم طريقة قانونية لتحقيق الإلتزام بالإعلام وفي نفس الوقت يلعب دورا إسهاميا للمنتج إذ بالرجوع إلى قانون الإشهار لسنة 1999 نجد أن المشرع الجزائري قد حدد إطار قانوني للرسالة الإشهارية قبل بثها أو نشرها وهذا من خلال فرض جملة من الشروط الواجب احترامها والمتمثلة أساسيا في ضرورة إعلام المستهلك حتى يتخذ قرار الشراء عن وعي وإرادة سليمة بعيدة عن كل دعاية أو ضغط .

¹ شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012، ص 78

² محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2006 ، ص 77

- إن الموضوعية التي يتميز بها الوسم عن الإشهار جعلت أغلب القوانين تعتمد عليه كوسيلة إلزامية لإعلام المستهلك .
 - يعتبر الوسم بمثابة بطاقة تعريفية إخبارية معا حول منتج معين ، ناهيك على أنه إلزام يفرضه القانون على كل محترف يزاول عملية وضع المنتج للاستهلاك .
 - تنص المادة 03 فقرة 04 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن "الوسم كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة ، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها ، بغض النظر عن طريقة وضعها"¹
 - أما المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فقد نصت المادة 05 فقرة 02 منه على أن الوسم "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طرق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما." وعليه فالوسم هو تلك البيانات الموضوعية على الغلافات أو العبوات والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك وتكون بطريقة لا توهي بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك .
 - تعرف المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 المتعلق بالعلامات على أنها "كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام، والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع، أو توظيفها والألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غير".
- الفرع الرابع: الإعلام بالأسعار²:

يلزم البائع عملا بالأمر 95-06 المؤرخ في 25/01/1995 والمتعلق بالمنافسة بإعلام المستهلك عن سعر المنتجات والخدمات ، وهذا الالتزام يهدف إلى وضع المستهلك في مأمن يجنبه كل مفاجأة فيما يخص المبلغ المدفوع لاقتناء المنتج أو الخدمة المقترحة، ويجب أن يمكن المستهلك من القيمة المضافة وأن الإعلام بالأسعار يتم من خلال وضع البيانات والعلامات أو كل طريقة ملائمة أخرى بشأن تعريف المستهلك بالسعر وأن هذه الأسعار يجب أن تكون سهلة القراءة والطريقة المستعملة لا تؤدي إلى لبس في ذهن المستهلك ... إلخ.

- وأن هذا المبدأ يلزم كل تاجر أو يشهر أسعار المنتجات المقدمة للزبائن، ويحدد القانون 89-102 الملغى المتضمن القواعد العامة ، لحماية المستهلك والمفاهيم الأساسية والأطراف المعنية لحماية المستهلك ويضع قاعدة عامة على عاتق المنتج الذي يخضع للإلتزام العام بالضمان وأمن المستهلك فضلا على أنه يؤكد حق الضمان القانوني للمقتني وحق الإعلام بالأسعار والمنتج الذي يكون مطابقا للتقييس والمواصفات²
- المطلب الثاني: تقرير حول الإلتزام بالضمان

¹ محمد بودالي ، مرجع سابق ، ص 78

² شعباني حنين نوال ، مرجع سابق ، ص 95

² - أ.د موسى زهية - إرسال 2 ، نفس المرجع ص 09

إن مبدأ وضع الإلتزام عام بضمان المنصوص عليه في المادة 02 من ق 02-89 يتمثل في حد ذاته مبدأ قانونيا جديدا يجب تمييزه عن الإلتزام التعاقدي الخاص بالقانون المدني لأن أهدافه تختلف ، فالإلتزام الوارد في قانون 1989 يهدف إلى ضمان الوقاية من المخاطر أما الإلتزام التعاقدي الوارد في القانون المدني فهو يخص فقط التعويض الناجم عن المنتج . إن الإلتزام الأول يمثل ركيزة لإعداد وضبط ميكانيزمات وآليات جهاز الحماية الذي يعود تنفيذها إلى الإدارة والقاضي الجزائري ، أما الإلتزام الثاني فينحصر على الصعيد المدني ويمثل الأساس القانوني لمسؤولية المهنيين .

الفرع الأول: مفهوم الضمان: هو التزم يتعهد فيه المحترف بسلامة المنتج والذي يقدمه من غير عيب فيه يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج¹.

والضمان هو حق من حقوق المستهلك يتم دون مصاريف إضافية وكل شرط مخالف لذلك يكون باطلا بطلانا مطلقا.

الفرع الثاني: الإلتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع: يلتزم المنتج المقتني أو المستهلك أو المشتري لأي منتج سواء كان أجهزة، أدوات، آلات أو أي تجهيزات أخرى بضمان ، تدوم صلاحيته حسب طبيعة المنتج ويقضي القانون بذلك :

- ويتم تحديد وكيفية تطبيق شرط الضمان ومدته عن طريق التنظيم²
- ويعتبر لاجبا كل شرط يقضي بعدم الضمان
- يمكن للمستهلك أن يطالب بتجريب (ESSAI) المنتجات والخدمات المذكورة في المادة 09 من القانون 02-89 دون أن يعفي ذلك المحترف من إلزامية الضمان³.
- يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو غيارا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون⁴ ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات ويستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية ، ويعتبر باطلا كل شرط مخالفا لأحكام هذه المادة ، كما يمكن أن نوضح بأن المحترف لو يقدم ضمان آخر بمقابل أو مجانا لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه، ويجب أن تبين بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة ترفق مع المنتج المقدم للمستهلك¹.
- كما يمكن تجريب المنتج المقتني من طرف المستهلك وفقا للمادة 15 من ق 03-09.
- أما في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق.

¹ محمد بودالي ، مرجع سابق ، ص 98

² موسى زهية : قانون الاستهلاك كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . الإرسال الثاني 2005/2006 ص10

³ المادة 13 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

⁴ المادة 14 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نفس المرجع ص 15

¹ المادة 16 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

أ. الإصلاح (التصليح) الاستبدال: يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب الموجود في المنتج أنظر المادة 06 من المرسوم التنفيذي 266-90 و بالنظر إلى المادة 08 من قانون حماية المستهلك الملغى 02-89 والمادتين 05 و06 من المرسوم التنفيذي 266-09 نرى أنه ينفذ إلزامية الضمان بأحد الوجوه الثلاثة الآتية: إصلاح المنتج ، استبداله رد ثمنه².

- أما بالنسبة للقانون 03-09 الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الساري المفعول وبالنظر إلى نص المادة 13 منه فإنه يتكلم عن التصليح بدلا من الإصلاح في القانون الأول الملغى ، وكذا إرجاع الثمن أو تعديل الخدمة على نفقة المتدخل وهذا في فترة الضمان المحددة وفي حالة ظهور عيب بالمنتج حسب نص المادة 13 المذكورة أعلاه كما أنها تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم

- أما حسب نص المادة 16 ممن القانون المذكور أعلاه فإن المشرع ركز فقط على صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق وهذا حسب نص نفس المادة في إطار خدمة ما بعد البيع ، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، عكس ما جاء في نص المادة 13 من نفس القانون الذي يلزم ضمان بالاستبدال أو إرجاع الثمن أو التصليح أو تعديل الخدمة على نفقة المحترف طبعا.

ب. التعويض : يلتزم المحترف بالتعويض إذا تعذر تصليح المنتج أو استبداله وذلك برد الثمن دون تأخير ذلك حسب الشروط الآتية :

- يرد جزء من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئيا وفضل المستهلك الاحتفاظ به.
- يرد الثمن كاملا إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كليا ويلزم المستهلك برد المنتج المعيب.
- لا يجوز للمحترف توقيف تنفيذ الضمان على أي خدمة يؤديها للمستهلك إلا إذا كانت الخدمة مجانا¹.
- يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة وفي حالة ظهور عيب بالمنتج إرجاع ثمنه للمستهلك حسب التنظيم الذي ينص عليه القانون³.

المطلب الثالث: إلزام المحترف بوفرة السلع ومطابقتها: نظرا لتطور حاجات المستهلك والصعوبات التي تواجههم في لإقتنائها ، لم يعد تدخل الدولة بتوفيرها لهم فقط بل ألزمت النصوص القانونية بإلزام توفير السلع ومطابقتها على عاتق المحترف

الفرع الأول: الإلتزام بوفرة السلع

أ. منع احتكار السلع: نعني بالاحتكار، سحب المواد الاستهلاكية وحتى الضرورية من السوق وإخفاءها وعدم بيعها وتأجيل عرضها وبالتالي التسبب في ندرتها فيكثر الطلب عليها ، مما يمكن أصحابها أو أصحابها من السيطرة على السوق بسبب غياب المنافسة كليا أو جزئيا كنتيجة لعملية الاحتكار حيث يتمكن صاحب السلعة من

² أ د/ موسى زهية: الإرسال، ص 10-11

³ المادة 13 من القانون 03-09 الصادر 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الانفراد والتحكم في بيعها والتأثير على أسعارها في وقت يكون الطلب عليها عديم المرونة ، وهذا الفعل يضيق على المستهلكين مما يستدعي تدخل الدولة باتخاذ إجراءات استثنائية مناسبة¹.

ب. حضر إيقاف النشاط الصناعي والتجاري: إذا تعلق هذا النشاط بالسلع التنموية الأساسية حيث وفي ظروف معينة قد يخطو المشرع على أصحاب المصانع للإنتاج ورؤساء المؤسسات الإنتاجية والتوزيعية وغير ذلك من الأنشطة الحيوية التغيير في نشاطهم أو تعديله أو التوقف عن ممارسته بدون ترخيص مسبق¹.

ت. إلزام أصحاب المؤسسات أو المهنيين أو الموزعين بتحقيق التوازن في توزيع السلعة التنموية على المستهلكين:

وذلك عن طريق فرض نظام معين في توزيعها وفق المزيج التسويقي المتفق عليه حسب التركيبات الاجتماعية والتكتلات السكنية من حيث الكم والنوعية والسعر وطبقا للمسافات ووضعية المستهلك وحاجاته المشروعة. والواقع أن كل مؤسسة تسعى إلى زيارة السوق بإتباعها أساليب وطرق قانونية ونزيهة تضمن لها تفضيلات المستهلكين ومن ثم تحقيق مركز تنافس جيد يضمن لها الربح وبالتالي الاستمرار .

الفرع الثاني: الالتزام بالمطابقة:

يعتبر من أهم الالتزامات التي يقع على عاتق المحترف عند تولي مهمة الإنتاج فبعدما كنا في ظل القانون المدني نتحدث عن المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين ، أصبحنا في ظل أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتجات العالمية ، كما يشمل الالتزام بالمطابقة احترام المواصفات القانونية و القياسية المطابقة التي فرضه المشرع على المحترف باحترام أصول المهنة.

الفرع الأول: مفهوم المطابقة:

عرف المشرع الجزائري المطابقة بأنها "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة ففي اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به.

أ. احترام المواصفات القانونية: يجب أن تتوفر المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك: حيث تنص المادة 10 فقرة 01 من ق 03-09¹ المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يتعين على كل متدخل احترام إلزامية المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص : مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط جمعه وصيانتته " أما المادة 11 منه فقد نصت في فقرتها الأولى على أنه : " يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته ، وصنعه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبه مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله"

ب. احترام المواصفات القياسية:

¹ محمد بودالي ، مرجع سابق ، ص 102

¹ المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق لحماية المستهلك وقمع الغش (ج.ر عدد 15 في 08 مارس 2009

- مفهوم التقييم: إن التقييم يعني إعداد ونشر احترام مقياس محدد من المنتج و أن التقييم عبارة مرفقة تبين الكم والكيف لخصائص نجاعة كل منتج. وتعرف المقاييس على أنها الوثائق التي تميز خصائص المنتج أو الخدمة ، هدفها الاساسي المطابقة المشروعة للمنتوجات والخدمات في حين يعتبر الأمن مظهر لهذه المطابقة.

- أصناف التقييم: على العموم هناك ثلاثة أصناف من التقييم :

أما المقاييس المعتمدة فهي ملزمة، والمقاييس المسجلة ولها طابع اختباري-وأخيرا المقاييس الخاصة أو الناجمة عن المؤسسات ذاتها.

عزف المشرع الجزائري التقييم في المادة 02 من فقرتها الأولى من القانون 04-04² المتعلق بالتقييم على أنه: "التقييم النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد متكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين يقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول مشاكل تقنية وتجارية تخص المنتوجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفات متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين".

يهدف التقييم بوجه عام للبحث في مطابقة المنتج من وجه مباشر ، غير أنه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة³.

المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته وتختلف مهام هذه الأجهزة وصلاحياتها حسب الغرض الذي تأسست لأجله فقد كلفت بسلطة رقابة وتنظيم الحياة الاقتصادية التي تجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم ، سواء على المستوى الوطني أو المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها وحسب النظام التابعة له فهناك هيئات إدارية ، وأخرى قضائية وأخرى أمنية وأيضا ظهرت إلى الوجود هيئات أخرى مستقلة عن الأنظمة السابقة الذكر أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك وهي جمعيات حماية المستهلك .

المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

الفرع الأول: دور وزارة التجارة:

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

² المادة 02 من قانون 04/04 المتعلق بالتقييم ، المؤرخ في 23 يونيو 2004 ج ر عدد 41 .

³ زوبير أرزقي: حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية سنة 2011 صفحة 136-137

الساري المفعول - لقد صدر المرسوم التنفيذي رقم 02-453¹ الموافق ل 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة والذي يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية مصالح المستهلك.

- بناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه: "يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك لما يأتي : - يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن .
- تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة
- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره ، يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة .
- يُعدّ وينفذ إستراتيجية الإعلام والإتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها "
- يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى² قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبا الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الاجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز قواعد وشروط منافسة نزيهة ، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بفرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش .
- أهم المصالح التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وتنظيم المنافسة نذكر منها:

1. على المستوى المركزي :

بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة فإنه خول لكل نم المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة.

أ. المديرية العامة لضبط النشاطات والتقنين :

تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية إلى حماية صحة وسلامة المستهلك بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزيهة، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

¹ زبير أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 157-158

² أهم هذه القطاعات الوزارية: وزارة الداخلية والجماعات المحلية، وزارة الدفاع الوطني، وزارة الفلاحة والتنمية الريفية، وزارة الصحة والسكان، وزارة السياحة.

* تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والتنظيم في إطار تنظيم المنافسة وحماية لمستهلك .

ب. المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش :

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 266-08¹ المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة ، حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق وتعتمد على أربع (04) مديريات تابعة لها هي :

1. مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة .

2. مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

3. مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة.

4. مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية.

2. على المستوى الخارجي:² 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 وعملها بالرجوع إلى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه: "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولائية للتجارة .

- مديريات جهوية للتجارة .

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

3- الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة :

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

¹ مرسوم تنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 19 أوت ، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2012 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ج ، ر ، عدد 48.

² زبير أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 163.

أ- المجلس الوطني لحماية المستهلكين : (CNPC): يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272¹ المؤرخ في 6 جويلية 1992 ، وذلك تطبيقا لنص المادة 24 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى - للمجلس الوطني لحماية المستهلكين 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 فهو لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي رأيه يتعلق أساسا بحماية المستهلك .

ب- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم (CACQE)²: لقد تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه و عمله - يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بدوره ، يعين مديرا لتمثيل المركز ، تتجلى أهداف المركز في مجالين:

- أولها في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها .
- ثانيها يمكن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير و مخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات.
- ت. شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ)³ :

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

- بصدور المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش ، هدفها القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج:

الفرع الثاني : دور مجلس المنافسة :

تنفيذا لسياسة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت الجزائر في تطبيقها لمواكبة النظام الاقتصادي والرأسمالي ، فإنها أوكلت مهمة تنظيم المنافسة وضبطها لهيئة إدارية مستقلة تدعى " مجلس المنافسة" ، لقد ظهر مجلس المنافسة في الجزائر لأول مرة بصدور الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 والمتعلق بالمنافسة

¹ مرسوم تنفيذي رقم 92/272 المؤرخ في 06 يوليو 1992 ، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين وإختصاصاته ، ج ، ر ، عدد 52 ، سنة 1992 .

² المرسوم التنفيذي رقم 03/318 ، المؤرخ 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 89/147 المؤرخ في 08 اوت 1998 ، والمتضمن إنشاء

المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم وتنظيمه وعمله ، ج ، ر ، عدد 59 .

³ المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 96/355 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996 ، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها

، ج ، ر ، عدد 62 .

، حيث أسندت له عدة اختصاصات منها تلك الاختصاصات الاستشارية والاختصاصات القمعية يكون الغرض منها ضبط المنافسة والسمهر على حسن سير اللعبة التنافسية في السوق قصد زيادة الفعالية الاقتصادية وتحسين ظروف معيشة المستهلكين ، وهذا ما أكدته المادة الأولى من القانون المتعلق بالمنافسة حيث أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى فتح المجال للهيئات الممثلة لجمعيات المستهلكين وكل الشخصيات التي لها خبرة مهنية في مجال المنافسة و الإستهلاك والتوزيع للانضمام في تكوين المجلس¹ الأمر الذي قد يؤثر إيجابا على دور المجلس في الأخذ بعين الاعتبار كل ما له صلة بحماية وسلامة المستهلك.

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

أولا : حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك² : تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة ، لذا فقد أقر المشروع وضع نوعين من الرسوم على البضائع ، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية .

يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين في ما بينهم ، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك .

ثانيا: ضمان أمن وسلامة المستهلك³ : بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد

لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج المحلي ، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة .

الفرع الرابع : دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك : يمكن للوالي ورئيس البلدية بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخل لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع .

أولا : دور الوالي في حماية المستهلك¹ : يعتبر الوالي مسؤولا عن إتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش.

¹ زوبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص، 165.

² صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في

العلوم القانونية والإدارية. تخصص قانون أعمال ، جامعة قسنطينة ، 2014 ص 62

³ محمد بودالي ، مرجع سابق ، ص 109

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلاً للدولة فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد حيث تنص المادة 96 من القانون رقم 90-09 المتعلق بالولاية المؤرخ في 07/04/1990 معدل ومتمم أنه يكون: " الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة " فتطبيقاً لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك . فالوالي باستطاعته أن يعتمد على المديرية التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار تنفيذ السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك ، حيث تنص المادة 119 من قانون الولاية أنه : " يمكن للولاية قصد تلبية الاحتياجات الجماعية لمواطنيها إنشاء مصالح عمومية ولائية لاسيما في الميادين التالية: حفظ الصحة ومراقبة النوعية "

ثانياً: دور رئيس البلدية في حماية المستهلك: يمارس رئيس البلدية وظائفه في مجال واسع ويطبق سلطاته في مجالات غير منظمة لضمان حماية صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة².

يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية أما في ما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 69 من القانون 90-08 المتعلق بالبلدية فإنه: " يتولى رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت سلطة الوالي ما يأتي " السهر على حسن النظام والأمن العموميين وعلى النظافة العمومية " كما يتولى إلى جانب ذلك طبقاً لنص المادة 75 الفقرة 02 من نفس القانون " المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأماكن " ، أما الفقرة 08 من نفس المادة 75 فإنها تنص على أنه " يتولى السهر على النظافة للمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع ". لقد صدر في سنة 1987 مرسوماً تنفيذياً رقم 87-146 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات وهذا في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع .

المطلب الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك: تعبر الأجهزة القضائية من بن أهم السلطات التي تقوم بتجسيد حماية حقوق المستهلك وردع المحترف ومن بين أهم هذه السلطات .

الفرع الأول: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك:

على الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي ، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد حماية حقوق المستهلك ، ومن ثم فرض التوازن لذا كان لزاماً للمتابعة القضائية أن تكمل دور الإدارة وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية والمتمثلة في فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على : " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات

¹ زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة منتوري مقرى بتيزي وزو، 2011، ص 179، 180، 181

² صياد الصادق ، مرجع سابق ، ص 107

القضائية". ويصل الملف طبعاً عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية¹.

أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك:

النيابة العامة هي هيئة عمومية قضائية نص عليها قانون الإجراءات الجزائية ويعدّ أوضاعها قضاة يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون. تقوم النيابة بعدة اختصاصات في المجال القضائي خاصة في إطار ممارسات الدعوى العمومية، ويزداد دورها يوماً بعد يوم نظراً لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، الأمر الذي يجعل تدخل النيابة العامة أكثر من ضروري لمواجهة مثل هذه التحديات التي تواجه المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة.

وفي إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وأمن المستهلك تلعب النيابة العامة 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 تقع من قبل المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزهية وظهور الأسواق السوداء، الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك.

ثانياً: دور القضاة في حماية المستهلك: إلى جانب النيابة العامة فللقضاة الحكم صلاحيات النظر في النزاعات الناتجة عن الإضرار بالمستهلك نتيجة الممارسات المنافية للتجارة².

يقع على القضاة عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء، وهذا بالاستناد على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني.

يمكن للقضاة بموجب الاختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم

قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالنزاعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة.

الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء:

يحق لكل شخص في المجتمع اللجوء إلى القضاء قصد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها وذلك بشرط أن تكون لهذا الشخص الصفة والمصلحة في ذلك. حيث تنص المادة 13 فقرة 01 من القانون رقم 09-08¹ المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه: "لا يجوز لأي شخص التقاضي ما

¹ زويبر أرزقي مرجع سبق ذكره، ص 184-186.

² صبياد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 119.

¹ زويبر أرزقي، مرجع سبق ذكره، ص 189-190.

² القانون رقم 09-03 المؤرخ في: 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ صبياد الصادق، مرجع سبق ذكره، ص 119.

لم تكن له صفة ، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون " ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة . فيحق للمستهلك اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية فضلا عن طلب التعويض لما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة أو أفعال مخالفة لقواعد ممارسة التجارة.

كما يمكن للمستهلك من رفع دعوى عمومية في حال مخالفة أحكام المواد 68-69-70-79-83-84 من القانون رقم 09-03² المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري

الفرع الثالث : المسؤولية المقررة على المحترف :

أولاً : المسؤولية المدنية: تنقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية هذا كقاعدة عامة إلا أنه في إطار حماية المستهلك هناك من يؤسس قيام مسؤولية العون الاقتصادي باعتباره محترف في نشاطه على أساس عقدي يربط هذا الأخير بالمستهلك ، وآخرون يؤسسون قيام المسؤولية المدنية على أساس تقصيري والتي مفادها المادة 124 من التقنين المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 1382 من التقنين المدني الفرنسي بالرجوع إلى نص المادة 140 مكرر فقرة 01 من التقنين المدني الجزائري التي تنص على أنه: " يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية " نتطرق للمسؤولية حسب أحكام وقواعد قانون حماية المستهلك لما لها من خصوصيات بحيث تقوم هذه المسؤولية على أساس إخلال أحد أطراف العلاقة الاستهلاكية (المحترف) بالالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الأضرار بالناس سواء كان المتسبب الأصلي أو المباشر شخص طبيعى أو معنوي³.

ثانياً : المسؤولية الجنائية : تُعرّف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة ، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدبير احترازي حددهما المشرع في حال قيام مسؤولية أي شخص فيعني هذا التعريف أن الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة والذي يجعل ثبوت هذه الأخيرة إلى خضوع الجاني للجزاء الذي يقرره القانون وذلك بموجب حكم قضائي .

- لقد نص المشرع الجزائري على عقوبات جزائية¹ تقع على عاتق البائع في حالة غش المواد والسلع أو التديليس أو استعمال مكاييل خاطئة أو حيازة سلع مغشوشة ، وهذا بموجب نصوص قانون العقوبات ويمكن حصر هذه النصوص في المواد 288، 289، 434، 433، 432، 431، 430، 429، تحت عنوان الغش في بيع السلع والتديليس في المواد الغذائية والطبية ، وهنا تبدو أهمية تشديد التزامات المحترف كما سبق الإشارة إليه سابقاً من خلال ضرورة وسم السلع وتغليفها بما يعود بالنفع على المستهلك وعدم الإضرار به

- إذ أن قانون العقوبات يجرم كل فعل يقوم به المحترف من غش أو تديليس يصيب به المستهلك وللمحكمة النظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة أيا كان الشخص الذي ارتكبها

المطلب الثالث: دور الجمعيات في حماية المستهلك:

¹ زويبر أرزقي ، مرجع سبق ذكره، ص 201، 202، 203

في إطار نظام اقتصاد السوق يكون التجار أسبادا في عرض السلع والخدمات ، ويفرضون شروطهم من خلال عقود يحررونها بأنفسهم ، أما بالنسبة للمستهلكين فهم "مطالبون" ليس لهم في الغالب الخيار سوى القبول أو الرفض.

ولهذا صدر القانون الجزائري لحماية المستهلك وقمع الغش سنة 2009 ليحل محل قانون 1989 ليفرض على المتدخلين سواء كانوا مستوردين أو منتجين أو بائعين التزامات عامة لضمان أمن وسلامة المنتوجات والخدمات وحفظ المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين .

تتدخل مختلف سلطات الرقابة المؤهلة لتطبيق هذه الالتزامات وفي الكثير من الأحيان تترتب عنها عقوبات جزائية .

لكن في هذه الدراسة تلعب أيضا جمعيات حماية المستهلك دورا أساسيا في إحداث التوازن مع لوبي المهنيين في المساهمة في ترقية هذا الحق البارز في الاستهلاك ومساعدة المستهلكين فرديا والدفاع عنهم ميدانيا²

تُعرف جمعية حماية المستهلكين على أنها : "هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"³.

لقد اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 02-89 الصادر في 02-07-1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والمغنى بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، أما تنظيم هذه الجمعيات من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها فقد نظمها المشرع بموجب القانون 90-31 المتعلق بالجمعيات حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها عملا بأحكام المادة 16 من القانون ذاته.

لقد أعطى المشرع الجزائري الضوء الأخضر لجمعيات حماية المستهلك لمزاولة نشاطها سواء على المستوى الوطني أو المحلي في إطار الدفاع عن جماعة المستهلكين.

الفرع الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك:

يقصد بالتدخل الوقائي لحماية المستهلك، ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وأمن المستهلك وسلامته من الأضرار التي قد تلحق به من طرف المهنيين وغيره من المتدخلين الاقتصاديين الذين يسعون إلى تحقيق أكبر ربح ممكن ولو كان ذلك على حساب أمن وصحة المستهلك وخاصة مع غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين بغية ضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة ، الأمر الذي يتطلب متابعة مستمرة من طرف هذه الجمعيات قصد تحسيس وإعلام ومراقبة الجودة والأسعار .

² وزارة التجارة، دليل المستهلك الجزائري، ص 23

³ المادة 21 الفقرة 01 من القانون 03-09 الصادر في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

أولاً- تكوين إعلام وتحسيس المستهلكين: ¹ هو دور أساسي للجمعيات تعليم المستهلكين والاستهلاك الرشيد وتنبيههم إلى قواعد النظافة وتعريفهم بحقوقهم والدفاع عنهم والتصرف بأكثر يقظة وأكثر شدة تجاه التجار ، وكلما كانت قريبة من الميدان ومن السكان المحليين ، كلما كانت فعالة وصوتها مسموع يمكن للجمعيات إقامة معارض وقوافل وإقامة جناح في السوق والإدلاء بحوارات صحفية والمشاركة في برامج إذاعية أو المقالات في الجرائد... الخ .

تسعى جمعية حماية المستهلكين إلى تحسيس المواطنين عامة والمستهلكين خاصة ، ومن أجل ذلك تلجأ إلى استعمال وسائل الإعلام المختلفة مثل التلفزيون ، الإذاعة والإشهار وتنظيم المحاضرات وتعليق الملصقات والمطبوعات والوثائق حتى تكون على اتصال مباشر بالمستهلك لكي تلم بانشغالاته ، كما أن أسلوب التحسيس لا يقتصر فقط على المستهلك فحسب وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار ومثال ذلك اختار مجلس المنافسة حيث نصت المادة 35 فقرة 02 من القانون رقم 12/08 ² المتعلق بالمنافسة " أنه يمكن أن تستشير أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين " .

ثانيا- دور جمعية حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة: تلعب هذه الجمعيات دورا هاما في متابعة الأسواق وذلك لمراقبة الأسعار وإشعارها وكذا مطابقة السلع بالجودة ، ويشبه دور الجمعية هنا ذلك الدور الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار إذ اعترف لها المشرع بالمنفعة العامة أو العمومية وفقا للشروط والكيفيات التنظيمية المعمول بها قانونا ³ .

وعليه فإن هذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر ضرورة بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من قبل منتجين وطنيين أو أجانب فتقوم هذه الجمعيات بمساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وبتقاسم المسؤولية في مراقبة الأسواق وتطهيرها وضبطها كتسقيف الأسعار وسحب المنتجات التي لا تتطابق والمواصفات والمقاييس المحررة قانونا إنصافا لحماية المستهلك ماديا وصحيا وأمنا .

الفرع الثاني- التدخل الدفاعي لحماية المستهلك: وهو الإجراء الذي تباشره هذه الجمعيات أمام الجهات القضائية في حالة الإضرار بجماعة المستهلكين أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين وعليه:

أولاً- التمثيل أمام الهيئات الاستشارية: للجمعيات دورا أساسيا في تمثيل المستهلكين أمام السلطات العمومية هي (صوت) المستهلكين الذين لا يملكون الوسائل للتعبير بصفة مباشرة فهي تمثلهم أمام هذه الهيئة التي تملك فيها دور فعّالا في الدفاع عن مصالح المستهلكين .

ثانيا: التمثيل أمام المحاكم :

¹ وزارة التجارة، دليل المستهلك الجزائري، سنة 2011، ص 24

² زوبير أرزقي، نفس المرجع، ص 207.

³ المادة 21 فقرة 2 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

يمكن لجمعية حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني باسم مستهلك أو عدة مستهلكين ألحقت بهم أضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك وعليه فإذا كان اعتراف قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالصفة التمثيلية للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين قصد إصلاح الضرر الذي قد يصيبهم فإنه اعتراف صريح للقانون للتدخل في مختلف دعاوي من قبل هذه الجمعيات سواء التأسس كطرف مدني أمام القضاء الجزائي أو رفع دعوي مدنية أصلية أمام القضاء المدني وبالتالي فتختلف الدعاوي التي ترفعها هذه الجمعيات ونذكر منها:

- أ. الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك¹: يمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني طبقا لقانون 09-03 المادة 23 منه وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين ولكن بشرط في ذلك
 1. أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي حتى يتسنى لهذه الجمعيات الادعاء مدنيا أمام القضاء الجزائي .
 2. لا بد للمدعي المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدي كتابة الضبط للمحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضائية المادة 75 من الأمر 66-155 معدل ومتمم.
 3. أن يختار مواطننا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق طبقا لنص المادة 76 من قانون الإجراءات الجزائية ، وهو ما أكدته المحكمة العليا في قرار صادر عنها تقضي فيه بوجود أن يختار المدعي المدني مواطننا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء
 4. لا بد أن يكون قاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء مختصا إقليميا، وإلا أن يأمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية المختصة.
 - ب. الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين²: إستنادا لنص المادة 23 السالفة الذكر ، فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين ، وذلك متى توفرت الشروط التالية :
 - لا بد أن يكون المستهلكون المتضررون أشخاصا طبيعيا أو معنوية لحقها ضرر سببه نفس المحترف مما يفترض معرفة هذا المحترف مسبقا .
 - أن يكون الضرر اللاحق بهم هو ضرر شخصي ويمكن أن نعطي مثلا في هذا الصدد ما يقوم به بعض المحترفين في مجال التأمين إذ تقوم بإضافة بنودا تعسفية في عقد التأمين، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على تنفيذه.
 - إلى جانب هذه الشروط هناك من يشترط تقديم وكالة، أي أن يقدم اثنان على الأقل من المستهلكين المتضررين وكالة لجمعية حماية المستهلك لتمثيلهم أمام الجهات القضائية.
- ثالثا- الدعوى إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد¹: قصد لتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك وكذا حقوقه المنصوص عليها فإنه يمكن لجمعيات حماية المستهلك

¹ - زويبر أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 214، 213.

² شعبان نوال حنين ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 96

¹ زويبر أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 216.

من اللجوء إلى استخدام وسائل أخرى غالبا ما تكون إلى جانب الدعاوى القضائية التي تتقدم بها أو ترسلها، حيث نجد بعض الجمعيات في دول أخرى تلجأ إلى هذه الوسائل بعد فشل الدعاوى التي ترفعها.

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة مقلدة .

كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر بإجراءات أخرى إلى تلك المذكورة أعلاه ، وذلك بأن تتخذ أسلوبا آخرًا للتنديد بالممارسات غير النزهة التي يقوم بها المحترفون على حساب أمن وسلامة المستهلك ، وبالتالي لمنع الإضرار بالمستهلك ، فتقوم بمواجهة فئة المحترفين بإشعار مضاد ضد كل سلعة أو خدمة موجهة للمستهلك . إذا كان الهدف من الإشهار المضاد هو وقائي لأنه يعمل على كشف حقيقة السلعة أو الخدمة ، فإنه من جهة أخرى يعمل على دعوة المستهلكين إلى عدم اقتناء أو استعمال كل ما كان محل هذه الدعاية المضادة ، والإشهار المضاد الذي تمارسه أو تقوم به جمعيات حماية المستهلك لا ينصب على المحترف ، إنما على السلع والخدمات التي هي موضوعة للتداول² ، كما يمكن التدخل بأسلوب إشهاري مضاد متى ثبت أن هناك تفریط في ارتفاع الأسعار بسبب المضاربة والاحتكار .

- فالتلوث البيئي المتزايد نتيجة الاستخدام الواسع لمصادر الطاقة وكذا المواد الكيماوية انعكس سلبا على البيئة والإنسان نتيجة زيادة كميات النفايات الصناعية .
- وعليه تقوم جمعية حماية المستهلك بالتعاون والتنسيق مع جمعيات حماية الطبيعة برفع درجة الوعي لدى الفرد بكيفية الاستغلال الرشيد للبيئة ، كما تسعى إلى الحد من التلوث الصناعي من خلال إلزام المنتج بتطبيق نظام الصيانة وتحديث المعدات والآلات واستخدام التكنولوجيا النظيفة في الصناعة لمنع التلوث داخل المنشآت الصناعية ويجب تكريس هذا كله في إطار قواعد قانونية وقائية وتنظيمية وجزائية رادعة في نفس الوقت¹.

المبحث الثالث: الحماية الجنائية للمستهلك²

لعل الحماية الجنائية للمستهلك تتجلى في صورة القمع الجنائية وهي أخطر وأشد صور الحماية لذلك سنتعرض في هذا المبحث إلي جريمة خداع المتعاقد، ثم إلي جريمة الغش حسب ما جاء في القانون العقوبات في مواد 429-431.

وللتذكير فان دراستنا لهذه المواد كانت بناء على الإحالة من المادة 28 من قانون 89-02 ملغى نصت على الآتي:
"دون الإخلال بالأحكام التشريعية في هذا المجال تطبق على كل منتج، أو وسيط، أو موزع أو متدخل خالف المادة 03 الفقرة 02 من هذا القانون ، العقوبات المنصوصة عليها في المواد: 429-431 من قانون العقوبات .

² صبياد الصادق ، مرجع سبق ذكره ، ص 156.

¹ - زوبير أرزقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 223.

² أ.د موسى زهية قانون الاستهلاك الجزء الثاني، (كلية الحقوق و العلوم الإدارية جامعة متنوري قسنطينة). السنة 2005/2006، ص 19، 20.

- وكذلك بناء على الإحالة من المادة 68 من القانون 03-09³ حيث نصت على الآتي: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول:
 - كمية المنتوجات المسلمة
 - تسليم المنتوجات غير تلك المعنية مسبقا.
 - قابلية استعمال المنتوج
 - تاريخ أو مدة صلاحية المنتوج.
 - النتائج المنتظرة من المنتوج
 - طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج وسنقسم هذا المبحث إلى المطلبين التاليين
 - المطلب الأول: ونخصه ل: جريمة خداع المتعاقد
 - المطلب الثاني: وتخصه ل: جريمة غش المتعاقد
 - المطلب الأول: جريمة خداع المتعاقد, أركانها وعقوباتها
- إن من بين إهم الجرائم التي تمارس على المستهلك وبصفة متكررة جريمة الخداع التي أصبحت تذر الكثير من الأموال للمحترف دون مراعاة سلامة وصحة وامن المستهلك الذي جعل المشرع يشدد اهتمامه بهذه الجريمة والتي عرفها كما يلي .
- الفرع الأول: تعريف جريمة الخداع¹: لم يضع المشرع الجزائري تعريفا لجريمة خداع المتعاقد بل اكتفى القانون بالنص على تجريم الفعل ثم بيان العقوبات المقررة للجريمة.
- إن الخداع هو إلباس أمر من الأمور مظهرها يخالف حقيقة ما هو عليه وهو يتم بنشاط ايجابي ملموس، فلا يكفي فيه مجرد الكتمان و يكفي فيه الكذب المجرد بعكس جريمة النصب التي تتطلب تأييده بمظاهر خارجية
- اشترط المشرع الجزائري في الخداع إن يكون بوسائل محددة أو معينة فالخداع يتم بأي طريقة يلجأ إليها الجاني وبأي وسيلة كما أشارت إليها المادة 68 من القانون 03-09²
 - والخداع حسب ما ورد في المادة القانونية وارد على شيء منقول وهو موجه إلى شخص المتعاقد
 - وإكمالا إلى ما سبق من تعريف جريمة خداع المتعاقد سنتعرض لطبيعة هذه الجريمة من عدة أوجه:

³ المادة 68 من القانون 03-09 الصادر في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

¹ أ.د موسى زهية قانون الاستهلاك الجزء الثاني، (كلية الحقوق و العلوم الإدارية جامعة متنوري قسنطينة)، السنة 2005/2006، ص 20.

² القانون 03-09 الكورخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

فنقول أن الجريمة خداع المتعاقد المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات تصنف من حيث خطورتها على أنها جنحة، وهذا حسب العقوبات المقررة لها قانونا وهي الحبس والغرامة.

- وبالنظر إلى ركنها المادي هي جريمة ايجابية (كذب).
- أما بالنسبة إلى ركنها المعنوي فتصنف جريمة الخداع على أنها من الجرائم العمدية التي تتطلب القصد الجنائي المتمثل في العلم بعناصر الجريمة وإرادة ارتكابها في الواقع، و أخيرا هي جريمة عادية ليست بجريمة سياسية ولا بالجريمة العسكرية نص عليها قانون العقوبات وتختص بالنظر فيها المحاكم العادية.³

الفرع الثاني: أركانها الركن المفترض لجريمة الخداع:

هو وجود البضاعة او منتج او خدمة محل العقد ولقد اورد المشرع تعريف لكل من البضاعة والمنتج وكذلك الخدمة في مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30/01/1990 والمتعلق برقابة الجودة قمع الغش

أ. البضاعة والمنتج : لقد عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 كلا من المنتج والبضاعة فأوردت ما يلي :

المنتج : " كل شئ منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية "

البضاعة : " كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية

- بالنسبة للبضاعة يعرفها الفقه بأنها كل منقول قابل للنقل من مكان لآخر قابل للتعامل بكافة صور التعامل : كالبيع والتأجير وسواء كانت ناتجة من الزراعة أو الصناعة وأي كانت مكوناته المادية كان يكون صلبا او سائلا أو غاز أو صورة تيار كهربائي.

- وللتذكير فإن منقول البضائع لم يرد في قانون حماية المستهلك الجديد 09-03¹ وإنما ذكر المنتج فقط

ب. الخدمات : تجدر الإشارة الى ان المشرع الجزائري لم ينص في بداية الأمر على الخداع في مجال الخدمات إذ كان نص المادة 429 المتعلق بقمع الغش² والتدليس يخص فقط السلع إلا أنه تفادى ذلك النقص في مادته الثالثة على أنه " يجب أن تتوفر في المنتج أو الخدمة التي تتعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه " .

- وبالتالي فإن الخداع قد يرد على البضاعة كما قد يكون محله خدمة
- ولقد نص المشرع على تجريم الخداع في المنقولات وعللة ذلك سرعة تداولها بين الأفراد الأمر الذي يزيد في خطورتها وتفاقم ضررها حيث يصبح الضرر أوسع وأشمل

¹ القانون 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره ص 22، 23.

1. الركن المادي لجريمة الخداع: ³ يقصد بالركن المادي بصفة عامة السلوك الصادر عن الإنسان والذي يتعارض مع القانون فالفعل هو جوهر الجريمة لذلك قيل " لا جريمة بدون فعل "

أ. فعل الخداع : لقد عبر عنه المشرع بقوله "كل من يخدع أو يحاول أن يخدع وقد سبق وان عرفنا الخداع ولكن السؤال المطروح هنا هو لِمَ تعمّد المشرع استعمال لفظ الخداع علما بان المواد المتعلقة بحماية المستهلك هنا وردت تحت عنوان " الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية "

ب. محل الخداع: ينصب الخداع على عدة أمور متعلقة بالسلعة أو البضاعة وهي أمور حددها المشرع في نص المادة 429 (ق.ع) على سبيل الحصر فلا يجوز القياس عليها إذ انصبت على " كل من يخدع أو تحاول أن يخدع المتعاقد " إذاً من خلال المادة يستخلص أن العنصر الثاني في الركن المادي لجريمة الخداع ينصرف إلى الموضوع المادي للجريمة وهو البضاعة محل التعاقد بين الجاني والمجني عليه.³

ت. وسائل الخداع: لم يشترط المشرع في جريمة الخداع أن تتم بوسائل معينة مثلما هو الحال في جريمة النصب مثلا والتي يجب أن تصل فيها وسائل الاحتيال إلى درجة معينة من الإتقان.

● **الركن المعنوي لجريمة الخداع :** من وجهة النظر للفقهاء القانونيين فإنه يقصد بالركن المعنوي ذلك الجانب النفسي الذي يتجه إلى تحقيق غرض محدد ، فالجريمة لا تقوم بمجرد قيام الواقعة المادية التي تخضع لنص التحريم بل لابد من صدور هذه الواقعة عن إرادة فاعلها وأن ترتبط به ارتباطا معنويا ، يمكن القول بأن الفعل هو نتيجة إرادة الفاعل .

● إذا يشترط توافر نية الخداع لدى البائع وهي تتوافر بمجرد علم الجاني بأن الوسيلة التي يتبعها من شأنها أن تؤدي إلى خداع المستهلك .

الفرع الثالث: العقوبات المقررة لجريمة الخداع:¹ يقصد بالعقوبة ذلك الجزاء الجنائي الذي يقرره القانون ويوقعه القضاء على المجرم.

إذ نصت المادة 429 على ما يلي: "يعاقب بالحبس من شهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد " .

المطلب الثاني: جريمة الغش في السلع (أركانها وعقوباتها):¹²²

- يعد الغش من أقدم الجرائم التي عرفتتها المجتمعات ولذلك سارت التشريعات الوضعية باتجاه واحد وهو تجريم فعل الغش وأقرت له الجزاء الجنائي .

وكذلك فعل المشرع الجزائري حماية لجماعة المستهلكين بل وللمحافظة على حياة الإنسان والحيوان أيضا

³ صياد الصادق ، مرجع سبق ذكره ص 123، 124 .

¹ أ.د موسى زهية، مرجع سبق ذكره، ص 27، 28.

² صياد الصادق ، مرجع سبق ذكره ص 123، 124 .

- إذ نصت المادة 431 من قانون العقوبات على أنه: يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة من 10.000 الى 50.000 دج لكل من:

• "يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو طبيعية مخصصة للاستهلاك..."

الفرع الأول: تعريف جريمة الغش¹: في التعريف الفقهي جاء فيه أنه يقصد بالغش كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها وذلك قصد الاستفادة من الخصائص المسلوقة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن إذن فإننا نستخلص أن الغش لا يكفي فيه مجرد الكذب كما هو الحال في جريمة الخداع ، كما أنه لا يقع بالتأثير على فكر شخص المتعاقد وإنما يتحقق الغش بطريقة تقع على المادة ذاتها .

الفرع الثاني : محل الغش: تنحصر جريمة الغش في مجموعة من السلع والمنتجات لها قاسم مشترك يتمثل في أنها تستخدم للمحافظة على صحة وحياة الإنسان والحيوان على السواء هذه السلع هي المواد والسلع الاستهلاكية التي تستعمل في تغذية الإنسان والحيوان ، أي أنها هي كل ما يحتاجه الإنسان ليتغذى منه ويعيش به ، وقد عرفت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 90-39 مؤرخ في 1990/01/30 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش إذ نصت : " الغذاء أو المادة الغذائية أو الزاد كل مادة خاصة معالجة كليا ، أو جزئيا معدة للتغذية البشرية أو الحيوانية ومنها المشروبات صمغ المضع وكل مادة تستعمل في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ما عدا المواد التي تستعمل في شكل أدوية ومواد تجميلية فقط "

الفرع الثالث: الركن المادي لجريمة الغش:

يتحقق العمل المادي لجريمة الغش في أعمال إيجابية تتمثل في تزييف البضاعة أو غشها ، مما يؤدي إلى إفسادها وجعلها غير صالحة للاستهلاك ، وتجدر الإشارة إلى أنه يحدث تغيير في البضاعة مما يجعلها تتعفن وتفسد من دون التدخل الإيجابي للشخص أي يكون بفعل الطبيعة وهذا النوع من الفساد يخرج من دائرة التأثيم ، أما الغش بمعنى التغيير والتزييف والمجرّم بنص القانون فهو ذلك التزييف الحاصل بتدخل إيجابي من الفاعل.

فالركن المادي هو ارتكاب الفعل المادي أو الشروع فيه فهنا الغش يقع على الشيء المبيع نفسه ، فلا يكفي فيه مجرد الكذب على المتعاقد وإنما يتحقق بممارسات تقع على الشيء نفسه أي على منتج الموضوع للاستهلاك وهذه الممارسات أو الأفعال تغير من طبيعة المنتج أو السلعة إضافة إلى التأثير على نفسية المتعاقد وفكره ليظهر التاجر هذا المنتج إلى المستهلك أو المشتري بمظهر كاذب غير حقيقي حتى يلقي قبولا لدى المشتري.

1- صور الغش :

أ- الغش بالإضافة : وفي هذه الصورة يتم الغش بإضافة مادة للسلعة بطريقة تؤدي إلى فسادها، ومثاله غش اللبن بإضافة الماء إليه وبيعه على حالته هذه بإيهام المستهلك على أنه لبن خالص.¹

ب- الغش بالإنتراع أو بالإنقاص : ويقصد به سلب أو نزع شيء من العناصر الجوهرية أو النافعة في المادة إذ يعتمد الجاني هنا إلى نزع كل أو جزء من العناصر الحقيقية المكونة للمادة مع احتفاظه بنفس التسمية وبيعه بنفس ثمنه أي بئمن المنتج الحقيقي والغش بالإنتراع يؤدي إلى إنقاص القيمة الغذائية للمادة المغشوشة ومثاله نزع الزبدة من اللبن وبيعه على أنه كامل الدسم.²

ت. الغش بالصناعة : تتحقق الجريمة هنا إذا كان المنتج المغشوش لا يتضمن العناصر التي يتكون منها المنتج الحقيقي بمعنى آخر صناعة منتوجات بطريقة مخالفة للقوانين واللوائح الخاصة بها .

وفي هذا المجال نورد مثالا حيا وهو واقع على أحد المواد الأساسية التي يتغذى بها الإنسان و الحيوان وهي الماء فيقدم بعض الجناة على بيع الماء على أنه معدني طبيعي وهو غير ذلك في الحقيقة لأنه غير مطابق لمواصفات الرزم والتوضيب من حيث السعة وهذا الموضوع تناولته إحدى الصحف الجزائرية منذ سنوات وأيضا مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش التي أكدت هذه الحالة رسميا واتخذت الإجراءات اللازمة على مستوى ولاية عنابة.³

د- الغش بتغيير مظهر السلعة: وهناك أسلوب آخر من أساليب الغش يمكن اعتباره صورة من صور الغش ويتمثل في تغيير السلعة أو يتم ذلك بإخفاء أو ستر البضاعة الفاسدة أو المغشوشة تحت طبقة مكان المواد الجيدة بطريقة توهم المستهلك بأنها ذات جودة عالية.

ذ- الفرع الرابع: الركن المعنوي لجريمة الغش¹ : جريمة الغش هي جريمة عمدية، يلزم لقيامها توافر القصد الجنائي لدى الجاني والمتمثل في العلم بما يعتري السلعة من غش واتجاه ارادته إلى إدخال ما في هذه المواد من فساد وتزييف على الغير وذلك من خلال التعامل في هذه السلع المغشوشة والمسمومة .

إذن فالقصد الجنائي في جريمة الغش هو أن يكون للجاني عالما بالغش راغبا في إدخاله على الغير ويقصد بإدخال الغش على الغير ضرورة توافر نية التعامل في المواد المغشوشة. فمن يخلط سلعة غذائية بأخرى بهدف الاستهلاك الشخصي أو لإهدائه لشخص معين، لا تخضع لأحكام الغش والتدليس وعليه ينتفي القصد وتنتفي معه الجريمة.

الفرع الخامس: العقوبات المقررة لجريمة الغش²:

أولا : العقوبة : العقوبة كما عرفها الفقهاء هي جزاء يقرره القانون ويمضيه القاضي على من ثبتت مسؤوليته عن الجريمة وهي إيلام مقصود لأن الهدف منها تقويم إرادة الجاني الأثمة بإيلامه ، لذا كانت العقوبة لجريمة الغش

¹ أ-د/ مرسي زهية، مرجع سبق ذكره، ص 31.

² زوير، أرزقي، مرجع، سبق ذكره، ص 225 .

³ صياد صادق، سبق ذكره، ص 205 .

¹ أ-د/ مرسي زهية، نفس المرجع، ص 35،36.

² شعباني حنين نوال، نفس المرجع، ص 92.

متنوعة ومتدرجة حسب خطورة الفعل وحسب النتائج المترتبة عن عمليات الغش أو بيع السلع المغشوشة أو الفاسدة أو المسمومة .

فالعقوبة أساسها الخطأ وجوهرها الألم الذي يصيب المحكوم عليه بهدف ردعه وردع غيره.

-ثانيا: التدبير الاحترازي³: أما التدبير الاحترازي فأساسه الخطورة الإجرامية ومضمونه وقاية المجتمع من خطورة الجاني دون قصد توجيه اللوم إليه.

كانت السياسة الجنائية تعتمد على العقوبة، باعتبارها الوسيلة الوحيدة لمكافحة الجريمة، ومع تطور التشريعات القانونية نشأت نظم الوقاية المتمثلة في التدابير، فأصبحت هذه الأخيرة تمثل الوسيلة الثانية بعد العقوبة، ومن بين أهم هذه التدابير ما يلي :

أ. مصادرة الأموال والمنتوج⁴: يعرف الفقه المصادرة بأنها إضافة مال الجاني إلى ملك الدولة قهرا عنه وبدون مقابل ، وفي تعريف آخر بأنها نقل ملكية مال أو أكثر يمتلكه المحكوم عليه إلى الدولة فهي عقوبة ناقلة للملكية وبالرجوع إلى نص المادة 25 من قانون العقوبات نجد بأنه : " يجوز أن تؤمر بمصادرة الأشياء المضبوطة كتدبير من تدابير الأمن إذا كانت صناعتها أو استعمالها أو حملها أو حيازتها أو بيعها يعتبر جريمة " وبالتالي في حالة ارتكاب الغش في المواد الغذائية أو الطبية أو بيع أو عرض أو حيازة مواد مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة كما هو منصوص عليه في المواد : 433 ، 430،429، يجوز إصدار حكم يقضي بمصادرة هذه الأشياء المحرمة كتدبير أمني .

ب. إغلاق المؤسسة أو المحل¹: غلق المؤسسة أو المحل هو تدبير احترازي محله حظر مزاولة العمل المخصص له هذا المحل أو المؤسسة ويكون الإغلاق إما مؤبدا أو مؤقتا في الأحوال التي نص عليها القانون ويفهم من هذا التدبير أن المحل أو المؤسسة قد هيئت الظروف الملائمة للفاعل لاقتراف جريمته وأن استمرار العمل به يحتمل أن يؤدي إلى جرائم تالية فيكون في غلقه ما يقطع الظروف المسهلة التي تساعد الجاني على اقتراف جريمته بإغلاق المحل أو المؤسسة هو تدبير نصت عليه بعض القوانين كعقوبة لأنه بديل عنها.

حاول المشرع الإحاطة بالجريمة من كل جانب ، ونرى بأن ما جاء به كفيل إلى حد ما بتحقيق الحماية الجنائية للمستهلك ، لكن في تصورنا أن عقوبتي النشر والتشهير أي نشر الحكم بإدانة مرتكب الغش والتشهير بمن يغش تاجرا كان أو منتجا أو كل متدخل في مسار الاستهلاك ، هذه العقوبات التي لم ينص عليها المشرع وخصوصا في قانون حماية المستهلك حسب رأينا تحقق النتائج المرجوة لأنها الوسيلة المثلى للردع والقمع لمن تسول له نفسه المساس بأمن وصحة وسلامة المستهلك

³ رميلي نور الدين ، نفس المرجع، ص 40

⁴ صياد الصادق ، مرجع سابق ، ص 214

¹ -رميلي نور الدين ، نفس المرجع السابق ، ص 41-42

خلاصة :

من خلال دراستنا للفصل الثاني بإعتباره الشق الأخير من الجانب النظري في هذا الموضوع ومن خلال المباحث الثالث ، الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف ، والثاني : الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك والثالث الحماية الجنائية للمستهلك ، لذا نستخلص النقاط الآتية:

إذا كان المحترف التزامه بإعلام المستهلك هو تحقيق نتيجة فإنه يسعى جاهدا لتحقيق هذه النتيجة والتي هي عدم الإضرار بالمستهلك ، ولكن الواقع يثبت عكس ذلك، إهمال العديد من المحترفين لهذا الالتزام ، والأكثر من ذلك هو علمهم بوجود القاعدة القانونية التي تعاقب عن الإخلال بذلك.

لقد تعودت المحاكم أثناء رد حق المستهلك عندما قام المحترف بخداعه في الأغلب الأعم الاكتفاء بالنطق بعقوبة الغرامة وهي عقوبة غير فعالة لمواجهة خطورة جرائم الخداع وذلك لسببين : أولهما أن الغرامة ضئيلة مقارنة بالأرباح الباهضة التي يحققها الجاني وبالتالي فهي عقوبة غير رادعة . ثانيهما أن الغرامة المفروضة على الجاني بحكم القانون يتحملها المستهلك النهائي .

لقد تعددت أساليب الغش التجاري وصوره في بلادنا ، حيث أصبح بعض الجناة من التجار والبائعين يتفنون ويتعمدون في تنوع وتشجيع تلك الأساليب والصور للغش ، حيث جرهم الجشع والربح السريع على حساب المصالح المعنوية والمادية والصحية للمستهلك تاركين وراءهم دينهم وقيمهم وضميرهم والالتزامات التشريعية والتنظيمية الواقعة على عاتقهم على مدار السنة خاصة في بعض الأوقات والمناسبات كشهر رمضان والأعياد ، هذا ما يكثر العمل به والتفنن فيه بدون رحمة ولا شفقة في أسواقنا خاصة سوق الخضر والفواكه تضرب عرض الحائط كل القوانين يصبح التاجر هو سيد الموقف، ضف إلى ذلك فإن ما يميز تلك الأسواق الروائح الكريهة ، روائح تعفن وفساد ما يوجد بها من مواد إلى جانب ذلك كثرة الحشرات التي باتت هي المستهلك الأول لتلك الخضر والفواكه وما تركه في إمكان المستهلك اقتناؤه ، يحدث هذا في ظل الغياب الكلي لأدنى شروط النظافة والأمن.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهياكل المكلفة بحماية المستهلك مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

تمهيد :

إن من أهم الهياكل المكلفة بحماية المستهلك والسهرة على سلامته وزارة التجارة ولواحقها من مديريات جهوية ومديريات ولائية وكذا مجلس المنافسة..... الخ .
حيث أننا قمنا بدراسة تطبيقية على مستوى مديرية التجارة لولاية غليزان التي قامت بدورها وفتحت لنا أبواب المديرية لإتمام هذا العمل الذي يعتبر امتدادا للجانب النظري ، مما سمح لنا بمعرفة دور مديرية التجارة في تنفيذ النصوص التنظيمية والتشريعية لاسيما في مجال التحقيقات الإقتصادية وقمع الغش مع تسليط الضوء الحصيلة السنوية للعمل الميداني وكذا مختلف المخالفات للتنظيم المعمول به .
وقد قمنا بتقسيم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث
المبحث الأول : الهيئات العمومية المكلفة بحماية المستهلك .
المبحث الثاني : الحصيلة السنوية حول نشاط قطاع التجارة لسنة 2017
المبحث الثالث : دراسة مقارنة بين سنتي 2016 و 2017

المبحث الأول : الهيئات العمومية المكلفة بحماية المستهلك

نظرا لشجع وكثرة التجاوزات التي يقوم بها التجار والمؤسسات التجارية وغيرها في حق المستهلك ونظرا لأهمية صحته وسلامته قامت الدولة بحق المتابعة والتحقيق في هذه التجاوزات لعدة هيئات ادارية من بينها مديرية التجارة التي هي محل دراستنا للجانب التطبيقي .

المطلب الأول : تعريف المديرية الولائية للتجارة

قبل التطرق الى التعريف بمديرية التجارة والنظام القانوني لها سوف نتكلم عن مراحل تطور المراقبة منذ العهد الإستعماري ، اين انحصرت مهامها على مراقبة المحاصيل الزراعية الموجهة نحو اوروبا والتي كانت تطبق عليها القوانين الخاصة بالغش والتدليس لسنة 1905 وسنة 1919 والمتعلق بحماية البضائع وكذا القانون المعاقب على العلامات الخاطئة الصادرة سنة 1930 .

وبعد الإستقلال أنشأت مصلحة على مستوى وزارة الفلاحة تقوم بمراقبة الجودة وقمع الغش للمواد الفلاحية النباتية والحيوانية وهذا طبقا للأحكام والقوانين الصادرة سنة 1966 والمتضمنة للقانونالجائي والقانون المتعلق بالعلامة التجارية ، بالإضافة الى الأمر المتضمن مراقبة الأسعار وتكوينها والتصريح بها من قبل المنتجين والبائعين ، وكان في ذلك الوقت الحرص بصفة عامة على حماية الإقتصاد الوطني والمستهلك مع مراعاة حقوقه وسلامته وكذا تماشيا والتطورات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية لاسيما منها التفتح على العالم بتحرير السوق ورفع الإحتكار على التجارة الخارجية لإعطاء فرصة وحرية أكبر للمبادرة للخواص بالإستيراد والتصدير والإنتاج والتصنيع .

وبعدها تحولت مصالح المراقبة الى وزارة مستقلة تسمى وزارة التجارة وصدرت عدة نصوص قانونية جديدة لتنظيم قطاع التجارة كقانون 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، وكذا امر 06/95 المؤرخ في 25/01/1995 المتضمن لقانون المنافسة وتعديل بعض أبواب قانون العقوبات بالإضافة إلى عدة نصوص تنظيمية وتطبيقية للنصوص التشريعية السابقة الذكر .

حيث تصنف المديرية ضمن الإدارات العمومية ذات الطابع المحلي تابعة وظيفيا لوزارة التجارة وتسمى بالمصالح الخارجية ، كما يعتبر قطاع التجارة من القطاعات الهامة والحساسة في نفس الوقت ، كما تسهر على حماية المستهلك مع مراعاة حقوقه وسلامته وتسهر أيضا على تطبيق سياسة الرقابة الإقتصادية وقمع الغش ، لاسيما منها التفتح على العالم بتحرير السوق ورفع الإحتكار على التجارة الخارجية للإعطاء فردية وحرية أكبر للخواص بالمبادرة في الإستيراد والتصدير والإنتاج والتصنيع .

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي ومهام المديرية الولائية للتجارة

تعتبر مديرية التجارة من بين أهم المؤسسات الإدارية التي تسهر على حماية وسلامة المستهلك من تجاوزات المهنيين أو التجار ، فمديرية التجارة تتكون من خمسة (05) مصالح تقوم بالسهر على تطبيق القوانين التي تكون دائما بالمساهمة في سلامة وامن المستهلك

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي للمديرية الولائية للتجارة
الشكل رقم (III-01): الهيكل التنظيمي للمديرية الولائية للتجارة



المصدر: ¹ مديرية التجارة

¹ قرار وزاري مشترك مؤرخ في 16 أوت 2011 يتضمن تنظيم المديريات الولائية والمديريات الجهوية في مكاتب

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

الفرع الثاني: مهام المديرية الولائية للتجارة

- تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة حسب المرسوم التنفيذي 09-11 المؤرخ في 20 يناير 2011 في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الإقتصادية وقمع الغش ، ومن أهم هذه المهام نذكر مايلي
- السهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقة بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش .
 - المساهمة في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالإتصال مع نظام الوطني للإعلام .
 - إقتراح كل التدابير ذات الطابع التشريعي والتنظيمي المتعلقة بممارسة وتنظيم المهن المقننة
 - اقتراح كل التدابير التي تهدف الى تحسين ظروف إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهنية .
 - المساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها .
 - وضع حيز التنفيذ كل نظام محدد من طرف الإدارة المركزية في مجال تأطير وترقية الصادرات.
 - تنسيق وتنشيط نشاطات الهيكل والفضاءات الوسيطة ذات المهام المتصلة بترقية التبادلات التجارية
 - المساهمة في إعداد نظام معلوماتي متعلق بالمبادلات التجارية الخارجية .
 - وضع حيز التنفيذ برنامج الرقابة الإقتصادية وقمع الغش وإقتراح كل التدابير الرامية إلى تطوير ودعم وظيفة الرقابة .
 - التكفل بمتابعة المنازعات المرتبطة بنشاطاتها .

المبحث الثاني: الحصيلة السنوية حول نشاط قطاع التجارة لسنة 2017

المطلب الأول: حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2017

من خلال التدخلات التي يقوم بها أعوان الممارسات التجارية البحث عن المخالفات والتي اسفرت عن 1926 مخالفة من إجمالي 10095 تدخلا ، قام من خلالها أعوان الرقابة بتحرير 1908 محضر رسمي كما هو مبين في الجدول التالي .

الجدول رقم (III-01): حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2017

البيان	العدد
عدد التدخلات	10095
عدد المخالفات	1926
عدد المحاضر	1908
مبلغ عدم الفوترة (دج)	963.580.900.02
كمية الحجز (كغ)	1089.284
القيمة المالية للمحجوزات (دج)	1.580.900.56.
عدد اقتراحات الغلق الإداري	391

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك

مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا .

يظهر الجدول رقم 01 عدد التدخلات التي قام بها أعوان الرقابة والبالغ عددهم 50 فرقة (20 فرقة قمع الغش و(30 فرقة الممارسات التجارية) أي ما يعادل 100 عون رقابة موزعة على 08 مفشيات إقليمية ومقر المديرية خلال سنة واحدة أي 12 شهرا بمتوسط 22 يوم في الشهر إضافة الى بعض الإستثناءات المتعلقة بمدوامة شهر رمضان وبعض المداومات الإستثنائية الأخرى المتعلقة بالتحقيقات الخاصة أو الخرجات الميدانية الفجائية خلال عطل نهاية الأسبوع والأعياد الوطنية والدينية حيث أسفرت هذه التدخلات عن رصد 1926 مخالفة نتج عنها تحرير 1926 محضر متابعة .

الفرع الأول: اهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

من خلال توزيع المخالفات في مجال الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة فقد أسفرت عملية المراقبة على ضبط أغلب المخالفات في عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات وعدم الفوترة وكذا عدم اشهار البيانات القانونية حيث صنفت في الجدول التالي:

الجدول رقم (III- 02): اهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات التجارية

والمضادة للمنافسة لسنة 2017

النسبة %	العدد	البيان
55.83	1095	عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات
15.09	296	عدم الفوترة
11.52	226	عدم إشهار البيانات القانونية
05.40	106	ممارسة نشاط تجاري قار دون التسجيل في السجل التجاري
2.70	53	عدم تعديل بيانات مستخرج السجل التجاري
2.49	49	ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع السجل التجارية
2.09	41	فواتير غير مطابقة
2.03	40	ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة محل
1.27	25	معارضة المراقبة
0.66	13	عدم احترام الأسعار المقننة
0.45	09	ممارسة نشاط تجاري بدون رخصة
0.15	03	ممارسات تجارية تدليسية
0.1	02	إلتزام المستهلك بتنفيذ إلتزاماته دون أن يلزم نفسه بها
0.05	01	الإدلاء بتصريحات غير صحيحة بهدف التسجيل في السجل التجاري
0.05	01	تحرير فواتير وهمية أو مزيفة
0.05	01	إعادة بيع المواد الأولية الموجهة للتحويل في حالتها الأصلية

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

يظهر الجدول أهم المخالفات والتجاوزات التي ترتكب في حق المستهلك والتي تمت عن طريق أعوان الرقابة الإقتصادية خلال سنة 2016 ن حيث أظهر هذا الجدول أن أهم المخالفات التي تمارس في حق المستهلك هي عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات والتي بلغت 1095 مخالفة ما يعادل 55.83 % من مجموع المخالفات المسجلة ، كما لاحظنا أن المخالفة الثانية من حيث أعلى نسبة هي عدم الفوترة التي تساعدهم على التهرب الضريبي ، وكذا مخالفة عدة إشهار البيانات القانونية عند عملية المراقبة التي تحتل بدورها المراتب الأولى ، فأما المخالفات الأخرى مثل معارضة المراقبة ، تحرير فواتير وهمية مزيفة..... إلخ فهي متفاوتة النسبة ولا تشكل عائق كبير على سلامة المستهلك ولكن تبقى في نفس الوقت مخالفة .

الفرع الثاني : حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية الخاصة بالمفتشيات الإقليمية للتجارة
من خلال التدخلات التي قام بها أعوان الرقابة الإقتصادية عبر المفتشيات الإقليمية التابعة لمديرية التجارة لسنة 2017 ، حيث تحتل المفتشية الإقليمية للتجارة بوادي ارهيو الحصيلة الكبرى من حيث التدخلات كما هو مبين من خلال الجدول التالي

الجدول رقم (III- 03): أهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات

التجارية والمضادة للمنافسة الخاصة بالمفتشيات التابعة للمديرية لسنة 2017

المقر	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضر	مبلغ عدم توقيف النشاط (دج)	اقتراحات
مفتشية وادي ارهيو	2650	255	253	104.560.00	09
مفتشية عمي موسى	394	42	41	6.400.00	11
مفتشية يبل	987	110	109	756.629.75	06
مفتشية المطمر	1343	121	117	93.990.112.00	10
مفتشية مازونة	1424	136	129	274.400.00	04
مفتشية سيدي محمد بن علي	1685	199	197	557.170.00	03
مفتشية جديوية	1864	199	198	842.650.00	21
مفتشية زمورة	648	72	69	43.500.00	06

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

تعتبر المفتشيات الإقليمية من بين أهم المصالح التابعة للمديرية والتي تساعد بشكل كبير بوصول أعوان المراقبة إلى أبعد مكان ممكن ، حيث تقوم بتقريب الإدارة من المواطن ، اما من خلال الإحصائيات فنرى أن المفتشية الإقليمية للتجارة بوادي ارهيو تحتل المرتبة الأولى من حيث التدخلات والمخالفات وكذا عدد المحاضر ، وهذا نظرا لحجم الكثافة السكانية بهذه المنطقة .

الفرع الثالث : حصيلة التجارة الخارجية

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

أ - متابعة الواردات المعفاة من الحقوق الجمركية في إطار إتفاقيات التبادل الحر : طبقا لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 85-13 المؤرخ في 06 فبراير 2013 ، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 89-10 المؤرخ في 10 مارس 2010 المحدد لكيفيات المتابعة الواردات المعفاة من الحقوق الجمركية في إطار إتفاقيات التبادل الحر ، توصلت المديرية إلى تحقيق الحصيلة التالية

- عدد طلبات الإعفاء من الحقوق الجمركية المودعة : 250
عدد الطلبات الإجمالية المؤشر عليها : 182

عدد الطلبات التي تم رفضها : 02

ب. فيما يخص البيع على الحالة (الإستراد والتصدير)

عدد الطلبات المؤشر عليها : 21

ت. فيما يخص الإنتاج والتحويل

عدد الطلبات المؤشر عليها : 161

المطلب الثاني : حصيلة نشاط أعوان قمع الغش لسنة 2017

من خلال التدخلات التي يقوم بها أعوان قمع الغش البحث عن المخالفات والتي اسفرت عن 911 مخالفة من إجمالي 9311 تدخلا ، قام من خلالها أعوان الرقابة بتحرير 870 محضر رسمي كما هو مبين في الجدول التالي .

الجدول رقم (III - 04): حصيلة نشاط أعوان قمع الغش لسنة 2017

البيانات	العدد
عدد التدخلات	9311
عدد المخالفات	911
عدد المحاضر	870
مبلغ عدم الفوترة (دج)	389.010.060.20
كمية الحجز (كغ)	834.248
القيمة المالية للمحجوزات (دج)	700.422.44
عدد اقتراحات الغلق الإداري	181

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

يظهر الجدول رقم 04 عدد التدخلات التي قام بها أعوان قمع الغش والبالغ عددهم 20 فرقة أي ما يعادل 40 عون رقابة موزعة على 08 مفيشيات إقليمية ومقر المديرية خلال سنة واحدة أي 12 شهرا بمتوسط 22 يوم في الشهر إضافة الى بعض الإستثناءات المتعلقة بمداومة شهر رمضان وبعض المداومات الإستثنائية الأخرى المتعلقة بالتحقيقات الخاصة أو الخرجات الميدانية الفجائية خلال عطل نهاية الأسبوع والأعياد الوطنية والدينية حيث أسفرت هذه التدخلات عن رصد 9311 مخالفة نتج عنها تحرير 911 محضر متابعة .

الفرع الأول: اهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

تتلخص أهم المخالفات التي تمت معاينتها خلال الخرجات الميدانية لأعوان قمع الغش خلال سنة 2017 في الجدول التالي حيث يلاحظ طغيان عدد مخالفات عدم إحترام شروط النظافة والنظافة الصحية علة المخالفات الأخرى

الجدول رقم (III- 05):اهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش لسنة 2017

النسبة %	العدد	البيان
63.77	611	عدم إحترام شروط النظافة والنظافة الصحية
13.98	134	خداع المستهلك حول تاريخ ومدة صلاحية المنتج
8.87	85	عرض للبيع مادة غير صالحة للإستهلاك
8.03	77	عدم إلزامية وسم المنتج
2.08	20	عدم إحترام إلزامية امن المنتج الموجه للإستهلاك البشري
1.46	14	عدم إخترام إلزامية سلامة المنتج
1.04	10	معارضة المراقبة
0.41	04	انعدام الرقابة المسبقة
0.31	03	عدم تقديم شهادة الضمان

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

من خلال التدخلات التي قام بها أعوان قمع الغش خلال سنة 2017 والتي بلغ عددها 9311 تدخلا تنج عنه 911 محضر متابعة ، أما المخالفات التي أخذت الجانب الأكبر فكانت من نصيب عدم إحترام شروط النظافة والنظافة الصحية التي بلغ عددها 611 مخالفة من أصل 911 أي مايعادل نسبة 63.77 % ، كما لاحظنا من خلال هذه الإحصائيات أن المنتج يستعمل أساليب كثيرة للغش دون مراعاة صحة المستهلك فيقوم بخداع المستهلك حول تاريخ ومدة صلاحية المنتج كما يقوم ببيع منتوجات مجهولة الهوية ، أيضا لاحظنا ان المنتج يقوم ببيع منتوجات غير مؤمنة وموجهة للإستهلاك المباشر كتعريض الخبز والمشروبات الغازية لأشعة الشمس... إلخ

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا .

الفرع الثاني : حصيلة نشاط أعوان قمع الغش الخاصة بالمفتشيات الإقليمية للتجارة

نلاحظ من خلال الجدول التالي أهم التدخلات التي قام بها أعوان قمع الغش عبر المفتشيات الإقليمية التابعة لمديرية التجارة لسنة 2017

الجدول رقم (III- 06): حصيلة نشاط أعوان قمع الغش الخاصة بالمفتشيات الإقليمية للتجارة لسنة 2017

المقر	عدد التدخلات	عدد المخالفات	عدد المحاضر	عدد العينات المقتطعة	كمية الحجز (كغ)	قيمة الحجز (دج)	اقتراحات النشاط	توقيف
مفتشية وادي ارهيو	1790	97	42	42	261.62	155.738.75	05	
مفتشية عمي موسى	466	36	34	08	22.87	8.720.00	/	
مفتشية يلل	966	45	45	63	88.57	43.080.00	/	
مفتشية المطمر	805	33	33	12	153	35.210.00	/	
مفتشية مازونة	944	37	36	28	11.67	10.546.00	02	
مفتشية سيدي محمد بن علي	487	51	51	20	88.87	103.094.00	/	
مفتشية جديوية	1608	92	92	33	293.86	103.094.00	02	
مفتشية زمورة	1028	37	37	12	127.79	27.823.00	03	

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

تعتبر المفتشيات الإقليمية من بين أهم المصالح التابعة للمديرية والتي تساعد بشكل كبير بوصول أعوان المراقبة إلى أبعد مكان ممكن ، حيث تقوم بتقريب الإدارة من المواطن ، اما من خلال الإحصائيات فنرى أن المفتشية الإقليمية للتجارة بوادي ارهيو تحتل المرتبة الأولى من حيث التدخلات والمخالفات وكذا عدد المحاضر ، وهذا نظرا لحجم الكثافة السكانية بهذه المنطقة ،

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

الفرع الثالث : حصيلة العمليات التحسيسية لسنة 2017

في هذا الإطار قام إدارات مديرية التجارة لولاية غليزان بعدة عمليات تحسيسية كما قاموا بتوزيع عدة مطويات عن حماية المستهلك نذكر منها مايلي :

أ- عدد المتعاملين الإقتصاديين الذين مستهم العمليات التحسيسية :10324

ب. عدد المطويات الموزعة : 19590

ت. الأنشطة التي شملها التحسيس

- المقاهي : 585

. المطاعم : 610

. المثلجات والمرطبات : 120

. محلات التغذية العامة : 5079

. محلات اللحوم ومشتقاتها : 748

. محلات الخضار والفواكه : 512

. محلات الحليب ومشتقاته : 97

. انتاج المشروبات الغازية : 05

. الحلويات : 256

. المخابز : 374

. على مستوى المؤسسات التربوية : 283 مؤسسة بمختلف الأطوار

. عدد التلاميذ الذين مستهم العملية : 25390 تلميذ

. على مستوى مراكز التكوين المهني : 21 مركزا

. عدد المتلربصين : 2280 متربصا

. على مستوى المطاعم الجامعية : 04 مراكز إطعام

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

المبحث الثالث : دراسة مقارنة بين سنتي 2016 و2017

لقد قمنا من خلال هذا المبحث بدراسة مقارنة بين سنة 2016 وسنة 2017 وقد قمنا بتقسيم هذا المبحث الى مطلبين ، المطلب الأول خاص بالرقابة الإقتصادية أما المطلب الثاني فخصصناه إلى قمع الغش .

المطلب الأول : دراسة مقارنة لحصيلة الرقابة الإقتصادية لسنتي 2016 و2017

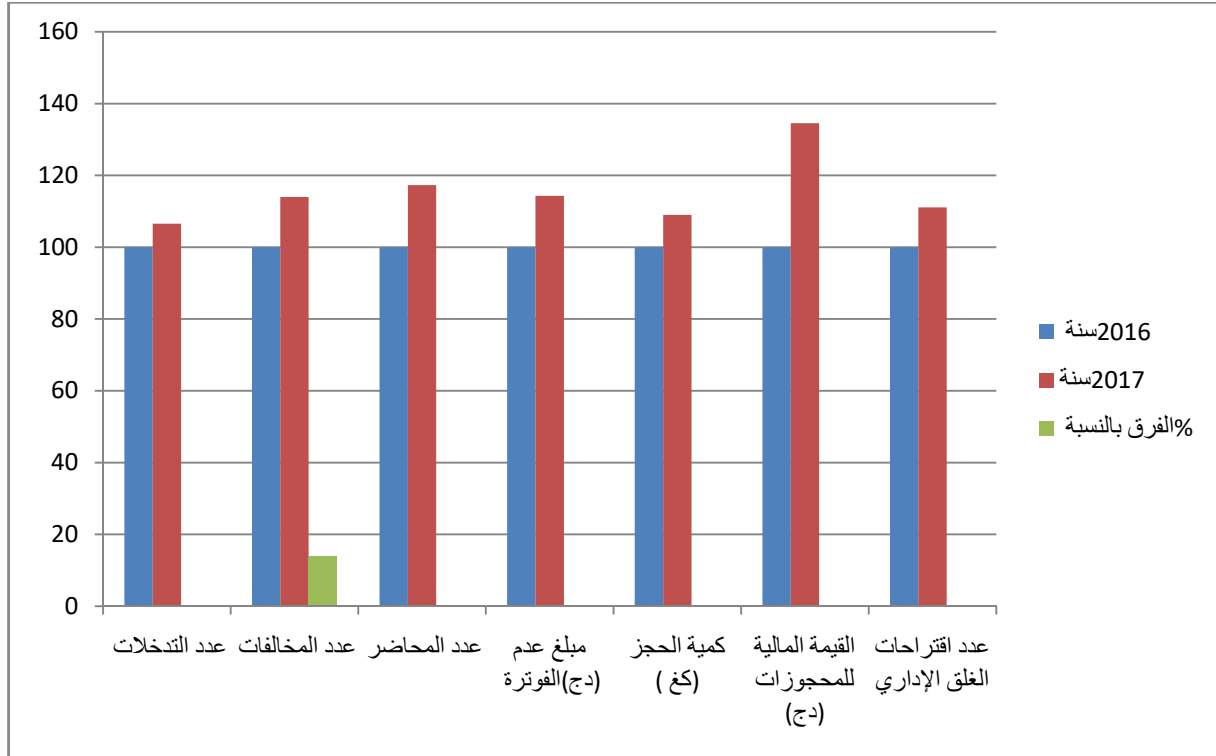
الفرع الأول : مقارنة حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2016 و2017

الجدول رقم (III - 07): مقارنة حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2016 و2017

البيان	سنة 2016	سنة 2017	الفرق بالنسبة %
عدد التدخلات	18745	19425	06.55+
عدد المخالفات	1334	1926	14+
عدد المحاضر	1224	1908	17.31+
مبلغ عدم الفوترة (دج)	657.928.128.35	963.580.900.02	14.31+
كمية الحجز (كغ)	998.912	1089.284	09.01+
القيمة المالية للمحجوزات (دج)	1.154.970.32	1.580.900.56.	34.56+
عدد اقتراحات الغلق الإداري	161	391	11.11+

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

الشكل رقم (III - 02): مقارنة حصيلة نشاط أعوان الممارسات التجارية لسنة 2016 و2017



المصدر: من إعداد الطالب

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

الفرع الثاني: دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة
لسنة 2016 و 2017

أردنا تسليط الضوء في مقارنتنا هذه على مدى انخفاض أو غرتفاس عدد المخالفات المسجلة في حق المستهلك خلال سنتي 2017 و 2018 من خلال الجول والشكل الآتيين .

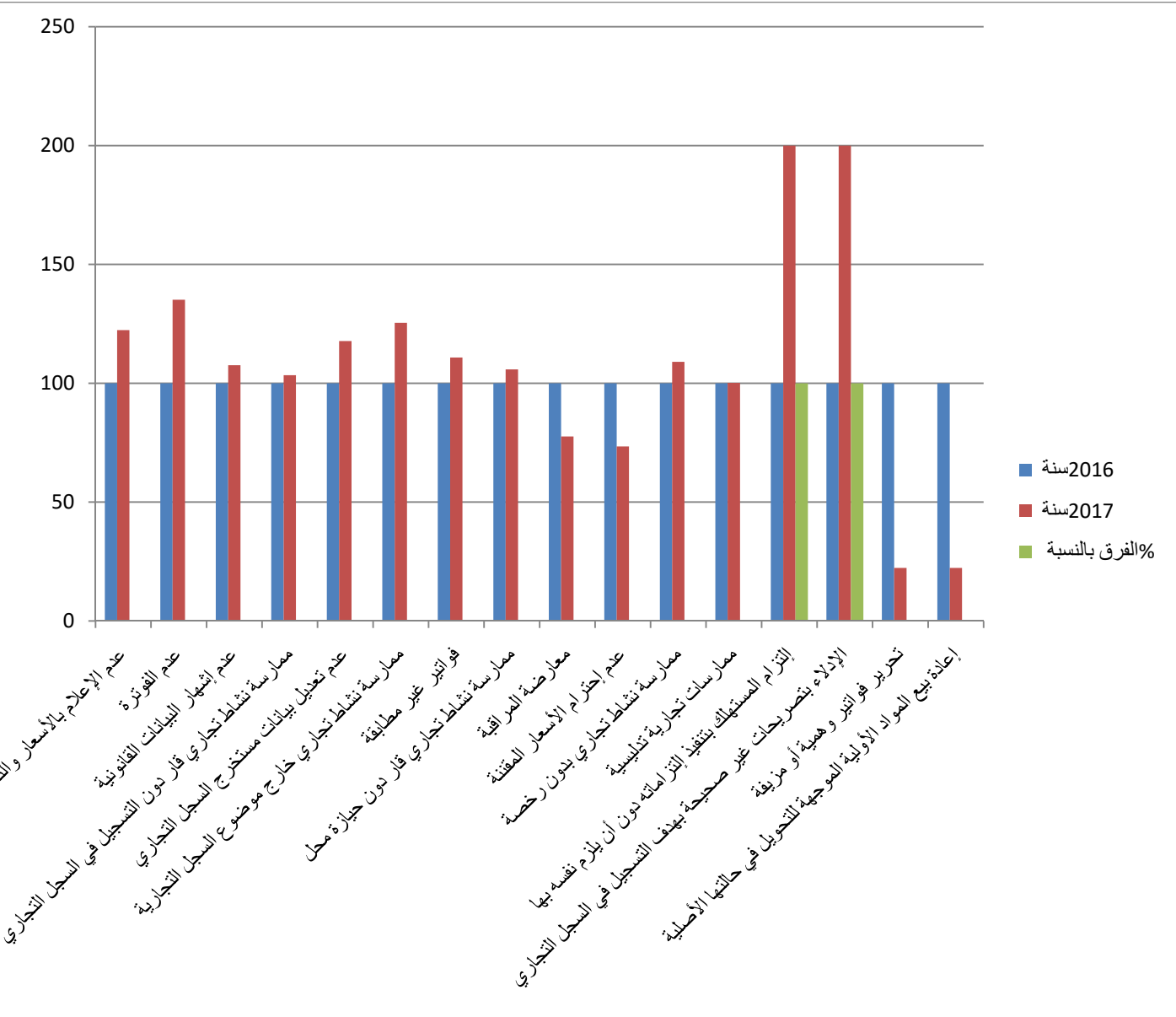
الجدول رقم (III - 08): دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بمراقبة
الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة لسنة 2016 و 2017

البيان	سنة 2016	سنة 2017	الفرق بالنسبة %
عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات	895	1095	22.35
عدم الفوترة	219	296	35.16
عدم إشهار البيانات القانونية	210	226	07.62
ممارسة نشاط تجاري قار دون التسجيل في السجل التجاري	102	106	03.40
عدم تعديل بيانات مستخرج السجل التجاري	45	53	17.77
ممارسة نشاط تجاري خارج موضوع السجل التجارية	40	49	25.44
فواتير غير مطابقة	37	41	10.81
ممارسة نشاط تجاري قار دون حيازة محل	38	40	05.26
معارضة المراقبة	43	33	-23.26
عدم احترام الأسعار المقننة	18	13	-27.66
ممارسة نشاط تجاري بدون رخصة	07	09	50.00
ممارسات تجارية تدليسية	02	03	0.15
إلتزام المستهلك بتنفيذ إلتزاماته دون أن يلزم نفسه بها	01	02	100
الإدلاء بتصريحات غير صحيحة بهدف التسجيل في السجل التجاري	01	01	100
تحرير فواتير وهمية أو مزيفة	03	01	-77.66
إعادة بيع المواد الأولية الموجهة للتحويل في حالتها الأصلية	03	01	-77.66

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

الشكل رقم (III-03): دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بمراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة لسنة 2016 و2017



المصدر: من إعداد الطالب

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

المطلب الثاني: دراسة مقارنة لحصيلة قمع الغش لسنتي 2016 و2017

أردنا من خلال هذه الدراسة بتسليط الضوء على أهم التدخلات والمخالفات خلال سنتي 2016 وسنة 2017 لمعرفة مدى زيادة أو نقصان وما هي المخالفات التي تم انخفاضها ومدى فعالية أعوان قمع الغش في ضبط المتعاملين الإقتصاديين ومدى قدرتهم على حماية المستهلك .

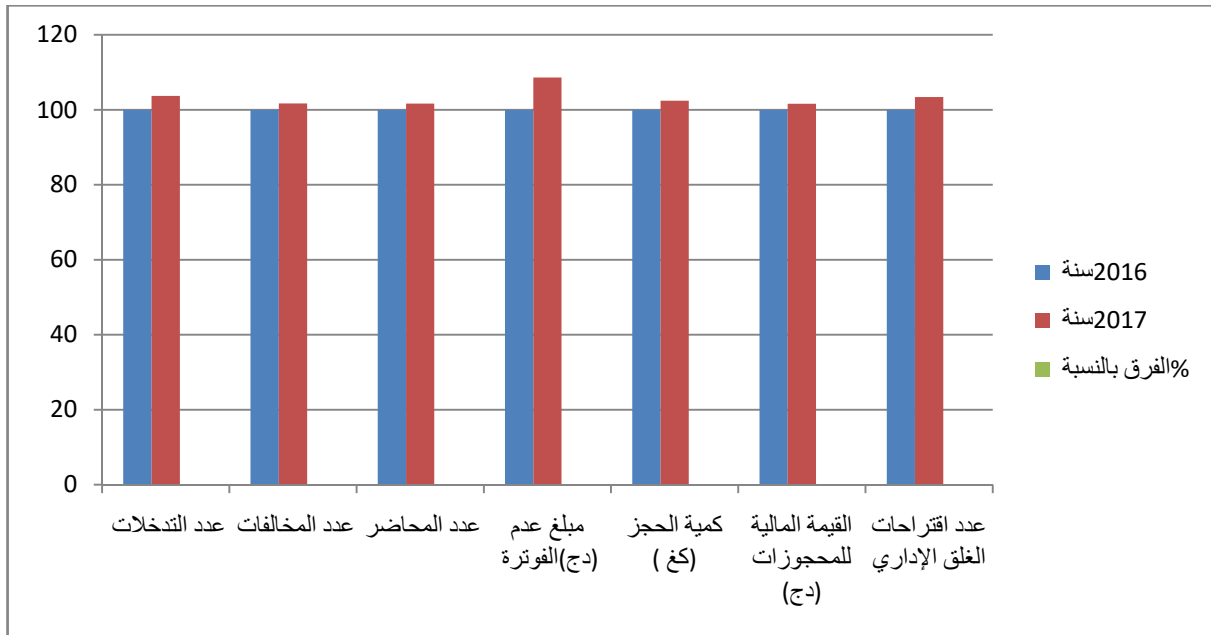
الفرع الأول: مقارنة حصيلة قمع الغش لسنة 2016 و2017

الجدول رقم (III - 09): مقارنة حصيلة قمع الغش لسنة 2016 و2017

البيانات	سنة 2016	سنة 2017	الفرق بالنسبة %
عدد التدخلات	8978	9311	3.70 +
عدد المخالفات	895	911	1.78 +
عدد المحاضر	856	870	1.64 +
مبلغ عدم الفوترة (دج)	358.141.312.10	389.010.060.20	8.61 +
كمية الحجز (كغ)	814.208	834.248	2.46 +
القيمة المالية للمحجوزات (دج)	689.312.21	700.422.44	1.61 +
عدد اقتراحات الغلق الإداري	175	181	3.42 +

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

الشكل رقم (III - 04): مقارنة حصيلة قمع الغش لسنة 2016 و2017



المصدر: من إعداد الطالب

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية للهيكل المكلفة بحماية المستهلك
مديرية التجارة لولاية غليزان أنموذجا.

من خلال الجدول والشكل السابق الخاص بمقارنة حصيلة قمع الغش لسنة 2016 و 2017 إكتشفنا ورغم التدخلات الميدانية ورغم التحسيسات أن عدد التدخلات في إرتفاع مقارنة بالسنة السابقة كما أن عدد المخالفت المسجلة أيضا في إرتفاع مستمر هذا بالطبع يزيد من عدد المحاضر .

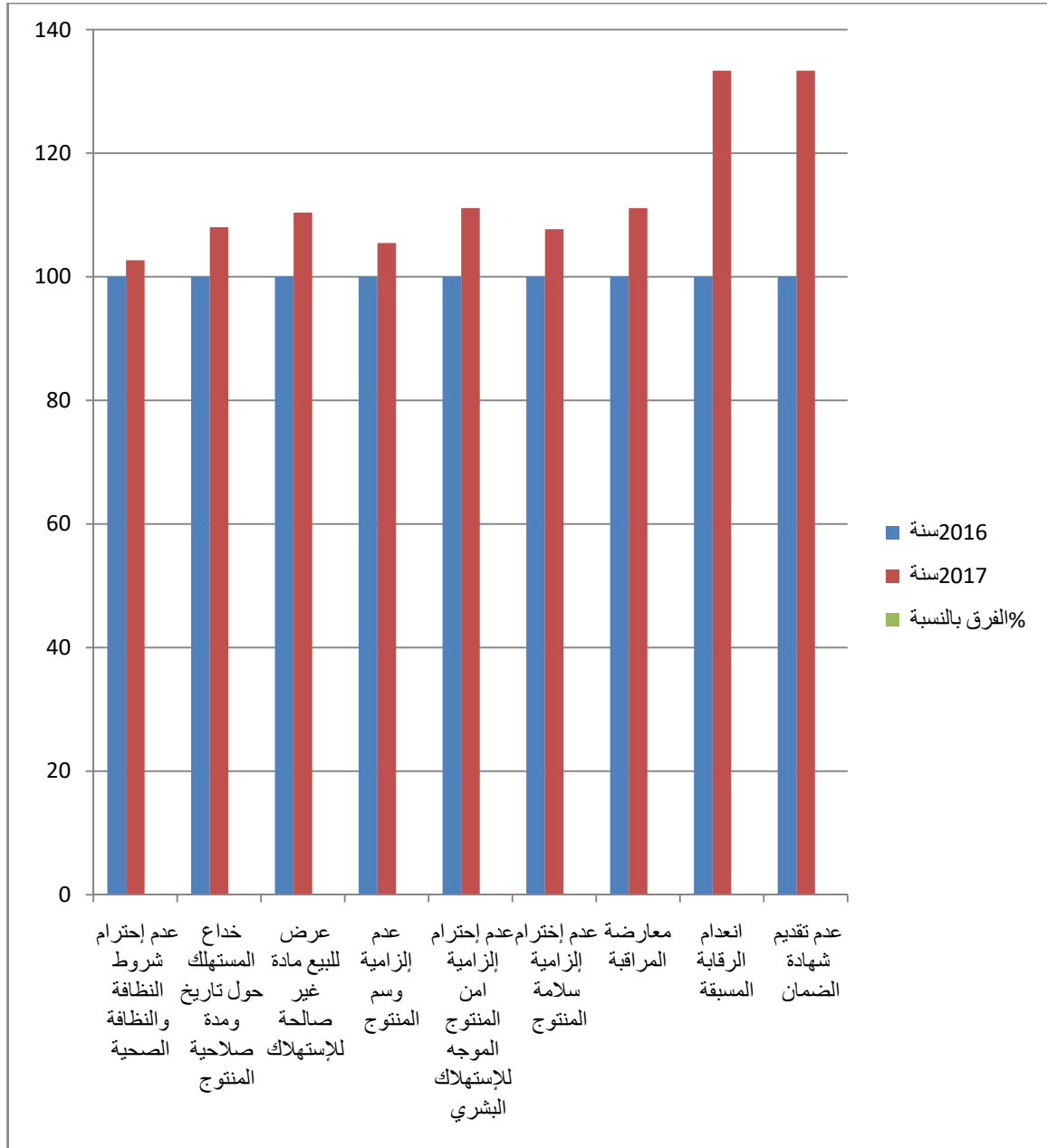
الفرع الثاني : دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش لسنة 2016 و 2017
أردنا تسليط الضوء على أهم المخالفات المسجلة خلال مقارنة لسنتي 2016 و 2017 والتي تشكل أكبر خطر على صحة وسلامة المستهلك

الجدول رقم (III- 10):دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش لسنة 2016 و 2017

البيان	سنة 2016	سنة 2017	الفرق بالنسبة %
عدم إحترام شروط النظافة والنظافة الصحية	595	611	2.68 +
خداع المستهلك حول تاريخ ومدة صلاحية المنتج	125	134	08.02 +
عرض للبيع مادة غير صالحة للإستهلاك	77	85	10.38 +
عدم إلزامية وسم المنتج	73	77	05.47+
عدم إحترام إلزامية امن المنتج الموجه للإستهلاك البشري	18	20	11.11+
عدم إحترام إلزامية سلامة المنتج	13	14	07.69+
معارضة المراقبة	9	10	11.11+
انعدام الرقابة المسبقة	3	04	33.33+
عدم تقديم شهادة الضمان	2	03	33.33+

المصدر: مديرية التجارة لولاية غليزان

الشكل رقم (III- 05): دراسة مقارنة لأهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش لسنة 2016 و2017



المصدر: من إعداد الطالب

من خلال الجدول والشكل السابق الخاص بمقارنة أهم المخالفات المتعلقة بقمع الغش لسنة 2016 و2017 إكتشفنا ورغم التدخلات الميدانية ورغم التحسيسات أن عدد المخالفات في إرتفاع مقارنة بالسنة السابقة كما وخاصة مخالفة عدم احترام شروط النظافة والنظافة الصحية، كما أن عدد المخالفات المسجلة أيضا في إرتفاع مستمر هذا بالطبع يزيد من عدد المحاضر .

خلاصة:

خلال هذا الفصل تم إستعراض الحصيلة السنوية للرقابة الإقتصادية وقمع الغش لسنة 2017 ، حيث قمنا بتسليط الضوء على عدد التدخلات الميدانية التي قام بها أعوان الرقابة الإقتصادية وقمع الغش على مستوى محلات التجارية للمتعاملين الإقتصاديين بما فهم المنتجين ، المستوردين ، الناقلين ، بائعوا الجملة والتجزئة ، حيث تم تناول عدد المخالفات للتنظيم والتشريع المعمول به المعاينة من طرف الأعوان وعدد المحاضر المحررة للمتابعة القضائية ، حيث يلاحظ إختلاف طفيف بين عدد المخالفات وعدد المحاضر وهذا راجع إلى وجود حالات لمحاضر حرر لأكثر من مخالفة ، إذ أنه يمكن تحرير محضر متابعة قضائية ضد متعامل لإقتصادي ارتكب أكثر من مخالفة واحدة في نفس الوقت .

وفي الأخير تمت مقارنة حصيلة الرقابة الإقتصادية وقمع الغش لهذه السنة بالسنة التي سبقتها (لسنة 2016) حيث لوحظ الزيادة في عدد التدخلات ، المخالفات والمحاضر وهذا راجع إلى تكثيف الخرجات الميدانية وإعادة تعيين برنامج الرقابة الإقتصادية لسنة 2018 ليشمل جميع النشاطات الإقتصادية المقيدة في السجل التجاري وكذا جميع بلديات وقرى ولاية غليزان .

الخاتمة :

في بداية هذه الدراسة، يتوجب علينا أن نعرض لأهم ما جاء فيها، مع إبراز النتائج التي توصلنا إليها، تعتبر مشكلة حماية المستهلك من أهم المشاكل التي تآرق أفكار الباحثين وعلماء القانون والاقتصاد، ما دفع للتشريعات بالاهتمام به وذلك بوضع نصوص قانونية تنظيمية تحمي المستهلك من جهة وتعاقب من يخالفها من جهة أخرى، والمشرع الجزائري قد أهمل هذا الموضوع لسنوات عديدة ولم يتناوله إلا مؤخرا بانتهاجه نظام الاقتصاد الحر، فموضوع حماية المستهلك موضوع حيوي لا يتعلق فقط بالمستهلكين وحدهم وإنما يتعلق كذلك بالنحو والتقدم الاقتصادي، فهو يمثل موضوع الساعة خصوصا ونحن مقبلين على تحول اقتصادي كبير في سياستنا قائم على حرية السوق، مما زاد من حرية المنافسة بين المنتجات الوطنية والأجنبية، ونظرا لتطور السلع والخدمات التي تقدم للمستهلك كما ونوعا، وتعدد صور وأساليب تسويقها، أدى إلى بعض الأسواق أخيرا إلى عمليات احتيال وغش تجاري، مما صعب على المستهلك لحسن نيته من إمكانية كشف هذا الغش، فيقع فريسة لهذا الاستغلال وتصاب مصالحه المادية والشخصية بالضرر. هذا ما دفع بالتشريعات ومن بينهم التشريع الجزائري بإصدار قوانين لحماية المستهلك تتضمن مواصفات فنية قياسية لجميع السلع والخدمات المنتجة محليا أو المستوردة من الخارج وذلك لتطور المعاملات الاقتصادية من جهة لوضع حد لعملية الغش من جهة أخرى، فألزمت الشركات المنتجة بالتقيد بها حفاظا على صحة المستهلك وسلامته وحمايته.

زيادة على ذلك فقد ألزمت المنتجون ومقدمي الخدمات بوضع على متوجاهتهم أو الخدمات التي يقدمونها البيانات اللازمة التي تمكن المستهلك من الاستعمال الحسن للمنتج أو الخدمة، وإعلامه بضرورة اتخاذ الاحتياطات اللازمة إن كان المنتج ينطوي على خطر، دون أن يتجاهل التصريح والإعلام عن السعر الواجب دفعه من قبل المستهلك، وقد وضع المشرع الجزائري لأجل ذلك أجهزة حكومية للوقاية متخصصة في متابعة موضوعات حماية المستهلك تعمل على مراقبة الأسعار وقمع الغش.

- فيمكن القول بأن هذا الموضوع سريع التطور والتفاعل مع مستجدات الحياة الاقتصادية في الجزائر، فلما رأت الجزائر أنها مقبلة على تحول اقتصادي في سياستها قائم على حرية السوق (اقتصاد السوق) أي إعطاء الحرية للمتعاملين الاقتصاديين والتجار ليتنافسوا في السوق لخدمة مصالح المستهلك بطريقة قانونية منظمة مضبوطة ونزيهة، هي بالأحرى مبدأ المنافسة الحرة وسن لها المشرع الجزائري قوانين تمهيدية لها في سنة 1996 جاء التأكيد الدستوري وهو تعديل ضمني لقانون 89-02 الأول مع مراعاة مصالح المستهلك وبقي قانون تنظيم المنافسة ساري المفعول إلى غاية أواخر 2003 مرورا بـ 2008 ففي هذه المرحلة لم تضيف حماية فعالة ومرجوة للمستهلك مع الإشارة بأن المستهلك الجزائري لم يكن متعود على خبايا هذا النظام الاقتصادي الجديد ولا حتى على السوق الجزائرية التي تستقبل منتجات هذا النظام.

- فيمكن أن نشير إلى أن العلاقة التي تربط المستهلك بالمنافسة وطيدة إلى حد ما، وكل منهما يؤثر في الآخر ويتأثر به، سواء كان ذلك التأثير إيجابيا نظرا لما توفره المنافسة من منتجات مختلفة في السوق كما ونوعا تساعد المستهلك كثيرا في الاختيار بين مختلف المنتجات بالإضافة إلى التخفيض في الأسعار نظرا لوفرة العرض أمام الطلب الزائد للمستهلك، أو يكون التأثير سلبيا نظرا لكثرة تدفق هذه السلع والخدمات على السوق الجزائرية وتعددت أساليب وصور تسويقها إلى المستهلك مما أدى إلى اختراق القوانين والإخلال بنصوصها التشريعية والتنظيمية كقانون المنافسة وقانون حماية المستهلك وقمع الغش من طرف المتعاملين الاقتصاديين والمنتجين للأسف ضارين عرض الحائط تلك

الالتزامات التي فرضها عليهم القانون وملقاة على عاتقهم وما يترتب عن الإخلال بأحكامها . وما خلفته هذه الخروقات خاصة في الآونة الأخيرة من تنامي ظاهرة الغش التجاري وخداع المستهلك والمضاربة غير المشروعة واحتكار السلع وعدم الوفرة أحيانا وكثرة الأشهر المضلل إلخ فأصبح التاجر هو سيد الموقف أيضا من التأثير السلبي الضرر بالبيئة التي يعيش فيها المستهلك بسبب النفايات الصناعية والمخلفات الكيميائية أيضا الضرر بالمستهلك في قطاع الخدمات الإلكترونية والتكنولوجية كالإنترنت.... إلخ.

* أما بالنسبة للأنشطة الاقتصادية فلا يزال إلى غاية الآن البحث عن السبل القويمة لإضفاء الحماية القانونية الفعالة والمرجوة للمستهلك في مواجهة الممارسات الغير شرعية والمنافية للمنافسة التي أصبحت تهدد أمن وصحة المستهلك وتتعداه إلى الجانب المالي أكثر من وقت مضى والسبب في ذلك لا يعود إلى غياب النصوص القانونية التي تبين التزامات المحترف أو غياب الأجهزة المكلفة بمتابعة ورقابة النشاط الإقتصادي والتجاري، وإنما الخلل يكمن في طريقة عمل هذه الأجهزة وكيفية تعاملها مع القضايا التي تمس المستهلك ، إذ لو رجعنا إلى الهيئات الإدارية والقضائية والجمركية وحتى الأمنية والعسكرية المختصة المكلفة بالدفاع عن حماية المستهلك في الجزائر نجد أنها تتجاوب مع الأحداث التي تصيب المستهلك بكل بساطة بعيدا عن كل احترافية وشفافية ونزاهة خاصة عندما يتعلق الأمر بالرقابة المفروضة على عملية الإنتاج وكذا الرقابة المفروضة على السلع المستوردة لدى دخولها التراب الوطني ، وكذا تجاوزات التجار وجرائمهم التي أدت إلى ضرر المستهلك إلى درجة الإعاقة والتشوه حتى الموت .

* إذا أردنا تقييم دور وعمل هذه الهيئات فلا بد من الرجوع إلى السوق باعتباره المرآة الحقيقية للإقتصاد الوطني والتجارة والمستهلك الجزائري والمكانة التي وصلوا إليها ، قصد إعادة النظر في كيفية تسيير آداء أعوان مراقبة الجودة وقمع الغش ومصالح تنظيم المنافسة وضبطها والعمل على إعطائهم الوسائل المادية والفنية وحتى البشرية التي تتمتع بالكفاءة اللازمة في البحث والمراقبة والتفتيش ومعاينة المخالفات الإقتصادية والتجارية . أما بالنسبة للجهات القضائية فعليها أن تساهم في حماية المستهلك من خلال تفعيل دور محاربة وردع أصحاب الممارسات التجارية غير المشروعة والمنافية للمنافسة والقيام بالتحقيقات والخبرة المعمقة لاكتشاف الجرائم الاقتصادية والسريعة في تنفيذ الحكم وإنصاف المستهلك المتضرر كما ينبغي لكل شفافية وروح المسؤولية ... خاصة فيما يتعلق بالقضايا الجنائية ففي نظرنا يعتبر ردعا لو يلجأ القضاة إلى النطق بأحكام عقوبتي النشر والتشهير في حق كل من تسول له نفسه المساس بالمستهلك.

* وهذا بعدما لو تشرع المحاكم في فتح أقسام تتولى البحث والفصل السريعين (ويمكن الاعتماد في هذا الصدد على جمعيات حماية المستهلك) في النزاعات التي يكون المستهلك أحد أطرافه بالتنسيق مع كل من يخوله القانون خاصة مع جمعيات حماية المستهلك المنشئة لهذا الغرض مع إعطائها الإمكانيات اللازمة وحمايتها قانونا من كافة الضغوطات التي تعترض إنشائها وعند القيام بمهامها في مواجهة الأعوان الاقتصادية كما هو شائع اليوم...
أما بالنسبة للمصالح الجمركية فيجب خفض الرسوم على السلع والبضائع المستوردة مما لا يترتب عنه زيادة في الأسعار وتحملها المستهلك النهائي ، ويجب تكثيف الرقابة مع الحدود لسد منافذ التهريب ووضع حد لدخول المخدرات إلى الوطن

* أيضا يجب من الحكومة تحسين القدرة الشرائية للمواطن المستهلك وتشجيع القروض الاستهلاكية حتى يعيش بكرامة، على ضوء ما سبق يمكن استنتاج عدة نقاط مهمة أهمها :

- الأجهزة الرقابية المختلفة مهما كانت فهي غير متمكنة من حماية المستهلك في المرحلة الراهنة ، لذا لا بد من اعتماد آليات جديدة سواء في إعادة النظر في المنظومة القانونية المتبنية في هذا الشأن وتوظيفها كقانون حماية المستهلك وقمع الغش أو قانون المنافسة الحرة أو القوانين المتعلقة بالممارسات التجارية وشروط ممارسة التجارة وكذا قانون

العقوبات وكذا إعادة النظر في الهيئات الرقابية ومواردها البشرية وكذا أساليب عملها وأدائها كالرقابة للجودة وقمع الغش حتى يتسنى إضفاء حماية شاملة وفعالة للمستهلك الجزائري، ووضع حد لكافة الممارسات المنافية للتجارة والمنافسة خاصة مع تطور تنامي صفات الغش التجارية وتقليد العلامات أو تلك المتعلقة بقطاع الخدمات والمضاربة غير المشروعة .

أيضا لا بد على القضاة أن يفصلوا في القضايا التي تصلهم والمدعي فيها المستهلك خاصة الجنائية منها بالحكم الأكثر ردة على الإطلاق للمتسبب في ضرر المستهلك خاصة بتطبيق عقوبي : النشر والتشهير حتى يبقى الجاني عبرة لمن يعتبر وضرب عصفورين بحجر واحد وذلك بمثابة محراب المقدس.

- أيضا يجب أن لا نخفي نقطة مهمة وهي قضية وعي المستهلك فإن هذا الأخير يجب أن يكون واعيا جدا بماذا يشتري ولماذا يشتري ومتى يشتري وكيف يشتري وأين يشتري إلى غير ذلك من مجموعات السلوكات الحضرية المتناسبة مع قيمه الأخلاقية والمجتمعية والثقافية والعلمية والنفسية حتى يكون مستهلكا فاعلا لأنه فرد من هذا المجتمع وهذا الأخير في حاجة إليه ، كما يجب على المستهلك التكتل مع غيره والتعاطي بصفة إيجابية مع الجمعيات والمنظمات التي تمثله وتدافع عن مصالحه ومع جمعيات حماية البيئة حتى يشكل جمهور المستهلكين قوة فاعلة وضاغطة لا تضاهيها لا قوة الأعوان الاقتصاديين ولا قوة أي مانع مهما كانت صفته قد يؤثر سلبا على ما يصبو إلى حماية المستهلك الجزائري .

- يبقى إلى أن مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك قبل أن تكون الهيئات الإدارية والقضائية والجمركية مسؤولة عن حمايته ، فلا بد على المستهلك أينما كان أن يكون واثقا من نفسه واعيا لحقوقه الكاملة دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتجات أقل قيمة وأقل أمنا وربما بثمن مرتفع لا يناسب قيمتها ، فتضره ولا تنفعه وأحيانا هو ليس في حاجة إليها ، تلك هو سلوك المستهلك الذي يجب أن نأخذه بعين الاعتبار الذي يلعب دورا هاما ومحوريا في حماية المستهلك والذي يجب على المستهلك الجزائري مراجعته قصد الاستفادة من تحديد حاجاته ورغباته ومعالم حقوقه المشروعة .

- ومما لا شك فيه أن وجود ثقافة استهلاكية سليمة عند المستهلك سيؤدي بالأعوان الاقتصادية أو التجار إلى إعادة النظر في علاقتها معه وفقا لما يطلبه بعيدا عن كل ضغط واستغلال، لكن لا يعني غياب هذه الثقافة الاستهلاكية عن المستهلك كمبرر للإضرار به فكل تقصير إزاءه يجعل الطرف الذي صدر منه الفعل المضر مسؤولا عن كل ما يصيبه.

- تبقى النوعية لا بد منها سواء من طرف الدولة بصفتها مراقب السوق أو من الأعوان الاقتصادية بصفتها صاحبة المصلحة من تسويق منتجاتها أو من طرف المستهلك الذي يتكتل في شكل جمعيات كما أشرنا سالفا للدفاع عن مصالحه وظروف معيشته ، ويمكن أن نتوصل إلى نتائج جد هامة ومرضية في هذا الصدد متى تضافرت الجهود وتعاونت الأطراف الثلاثة من هذه العلاقة ، ولنا في هذه العلاقة الاقتداء بالدول المتقدمة والنظر إلى ما وصلت إليه في إطار حماية صحة وسلامة المستهلك.

المراجع:

الكتب باللغة العربية:

الكتب:

1. الأستاذة الدكتورة : موسى زهية : دروس في مقياس قانون الاستهلاك الإرسال الأول كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . السنة 2006/2005
2. الأستاذة الدكتورة : موسى زهية : دروس في مقياس قانون الاستهلاك الإرسال الثاني كلية الحقوق والعلوم الإدارية جامعة منتوري قسنطينة . السنة 2006/2005
3. الدكتور مولود ديدان أستاذ محاضر بكلية الحقوق، بودواو، سلسلة قانون حماية المستهلك وقمع الغش، طبعة محينة، دار بلقيس، الدار البيضاء الجزائر، السنة 2009 .
4. أ عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك) "عوامل تأثير النفسية) الجزء الثاني ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الثانية جامعة الجزائر السنة 2010.
5. أ عنابي بن عيسى (سلوك المستهلك : عوامل التأثير البيئية) الجزء الأول ديوان المطبوعات الجامعية الطبعة الثانية جامعة الجزائر السنة 2010 .
6. سيف الاسلام شوية (سلوك المستهلك والمؤسسة الخدمائية اقتراح نموذج للتطوير) كلية الاداب والعلوم الانسانية والاجتماعية جامعة عنابة سنة 2006.
7. محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي ، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2006.
8. وزارة التجارة : دليل المستهلك الجزائري نوفمبر 2011.

المذكرات الجامعية:

9. رميلي نور الدين الدين (الضمان وخدمة مابعد البيع في ظل القانون 03/09) مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص ، جامعة أكلي محند الحاج ، البويرة ، سنة 2013.
10. زويبر أرزقي : حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2011
11. شعباني حنين نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012
12. صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية . تخصص قانون أعمال ، جامعة قسنطينة ، 2014

النصوص القانونية والمراسيم التنفيذية والجرائد الرسمية:

1- النصوص القانونية:

13. قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
14. قانون رقم: 04-04 المتعلق بالتقييس .
15. قانون رقم: 02-04، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، معدل ومتمم

2- المراسيم التنفيذية:

16. المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر سنة 1990 يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغير غذائية وعرضها
17. المرسوم تنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 19 أوت ، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 454/02 المؤرخ في 21 ديسمبر 2012 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ج ، ر ، عدد 48.
18. المرسوم تنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992 ، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين وإختصاصاته ، ج ، ر ، عدد 52 ، سنة 1992 .
19. المرسوم التنفيذي رقم 318/03 ، المؤرخ 30 ديسمبر 2003 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147/89 المؤرخ في 08 اوت 1998 ، والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم وتنظيمه وعمله ، ج ر ، عدد 59 .
20. المرسوم التنفيذي رقم 355/ 96 المؤرخ في 19 أكتوبر سنة 1996 ، يتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها ، ج ر ، عدد 62 .

3- الجرائد الرسمية:

21. الجريدة الرسمية للجمهورية العدد 15 المؤرخة في 11 ربيع الأول 1430 الموافق لـ 08 مارس 2009م

الملخص :

واكبت الجزائر كغيرها من دول العالم الحركية التشريعية في مجال حماية المستهلك ، نظرا لتطور أنماط و حجم الاستهلاك و بالتالي ازدياد المخاطر التي تهدد المستهلك ، خاصة مع تبنيها للاقتصاد الحر و تحرير التجارة ، فلم تعد القواعد المقررة في القانون المدني توفر لوحدها الحماية التي ينشدها المشرع.

فصدر أول قانون خاص بحماية المستهلك رقم 02/89 و الذي تم إلغائه بالقانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش هذا الأخير ألقى بالتزامات جديدة على المتدخل و وضع آليات وقائية و ردية لتوفير أكبر حماية ممكنة للمستهلك من أجل إحداث توازن بينه و بين المتدخل.

في انتظار تعديل قانون حماية المستهلك والنصوص التنظيمية التابعة له ، بما يتوافق و التطورات الاقتصادية ، لا سيما قانون التجارة الإلكترونية ، بهدف توفير حماية أكثر للمستهلك و مصالحه .

كلمات مفتاحية : المستهلك ، المتدخل ، الحماية ، الرقابة الاقتصادية ، قمع الغش.

Le Résumé :

L'Algérie a resté au fait, comme d'autres pays du monde parlementaires dans le domaine de la protection des consommateurs, en raison de l'évolution du monde et du volume de consommation donc l'augmentation des risques pour le consommateur, notamment avec son adoption de l'économie ouverte et la libération de commerce. Et les règles prescrites au code civil ne peuvent pas prévoir toute seules la protection recherchée par le législateur.

Alors , est édictée la première loi concernant la protection des consommateurs n : 89/02 dont elle est annulée par la loi n : 09/03 relative a la protection des consommateurs et la répression de la fraude, cette dernière a donné de nouveaux engagements sur l'intervenant et a mis des mécanismes de prévention et de dissuasion pour fournir la meilleure protection possible pour le consommateur, dans le but de trouver un équilibre entre lui et l'intervenant.

En attendant la modification de la loi sur la protection du consommateur et de ses textes réglementaires, conformément à l'évolution de la situation économique, notamment la loi sur le commerce électronique, en vue de mieux protéger les consommateurs et leurs intérêts.

Mots clé : Consommateur, Intervenant , Protection, Contrôle économique, répression de la fraude.