



جامعة عبد حميد ابن باديس مستغانم
كلية الحقوق والعلوم السياسية
مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق
القسم : القانون الخاص
تخصص : قانون المؤسسة والتنمية المستدامة

موسومة بـ

حماية المستهلك في اطار قانون الممارسات التجارية وقمع الغش

تحت إشراف الأستاذ :

زيغام أبو القاسم

من إعداد الطالب :

عبد الهادي أحمد

لجنة المناقشة

أستاذ / بن عبو عفيف جامعة مستغانم رئيسا
أستاذ / زيغام أبو القاسم جامعة مستغانم مشرفا
أستاذ // بوسحبة جيلالي جامعة مستغانم مناقشا

السنة الجامعية 2017/2016

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

- أبي المتوفى رحمة الله عليه واسكنه فسيح جناته.
- أمي – أمي ثم أمي العزيزة التي سهرت على تربيتي ونجّحتني في كل مشاريعي،
فاللهم احفظها واجعلها ترضى عني.
- إلى زوجتي وأولادي محمد، سندس وميلود، اللهم بارك لي فيهم وأعني على
تربيتهم تربية حسنة.
- إلى كل الأصدقاء المساندين لي في إتمام هذا العمل ونجاحه.

*** شكر و عرفان ***

أتقدم بجزيل الشكر لأستاذي الفاضل "زيغام بلقاسم" وهذا لقبوله الإشراف

على هذا العمل المتواضع رغم انشغالاته المتواصلة.

ولإعانتته وتوجيهاته لإتمام هذا العمل.

وإضافته بكل نجاح وحيوية.

فאלلهم سهل له في كل يتمناه.

وأعنه على فعل ما تحبه وترضاه

أمين يا رب العالمين.

قائمة المختصرات:

ج ر: جريدة رسمية.

ق م: قانون مدني.

ق ت: قانون تجاري.

ط: طبعة.

ص: صفحة.

أ: أستاذ.

د: دكتور.

مقدمة:

إن التطورات الحاصلة في الجزائر وهذا نتيجة للتحويلات الاقتصادية الجديدة ومسايرة المجتمعات المتطورة الأوروبية اقتصاديا واجتماعيا وسياسيا وثقافيا، والتحول من النظام الاشتراكي المهيمن على كافة الإدارات والهيكل العمومية والمؤسسات الاقتصادية، إلى الاقتصاد الحر أو اقتصاد السوق، وهذا الأخير يطمح إلى خوصصة كل القطاعات وخاصة القطاع الاقتصادي نستثني هذه الخوصصة بعض المؤسسات العمومية التي تتحكم في تنظيم المجتمع الجزائري، والمحافظة على الأمن والاستقرار وهذا نظرا لاعتماد الجزائر المطلق في سياسة نفقاتها على ريع البترول، وهذه المؤسسة هي مؤسسة "سوناطراك" وبغض النظر عن هذه المؤسسات التابعة للدولة هناك معظم المؤسسات الاقتصادية والإنتاجية قد دخلت إلى القطاع الخاص والاقتصاد الحر، وهذا نتيجة لفشل تسيير المؤسسات العمومية ومواكبة التطورات الحاصلة في مختلف الدول التي اعتمدت على سياسة الاقتصاد الحر، وكذلك التوقيع على اتفاق الشراكة مع الاتجاه الأوروبي والانضمام المقبل للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة.

يفتضي عليها الاندماج في الاقتصاد العالمي والذي لا يمكن أن يتجسد إلا باتخاذ التدابير اللازمة والتي تهدف إلى تحرير المبادلات التجارية، والتحول عن المذهب الحمائي¹ المعتمد في ظل النظام الاشتراكي الذي كان ضد المبادلات التجارية الخارجية، وإتباع النظام الليبرالي الذي يسهل حرية المبادلات التجارية الدولية وجعلها حرة خالية من أية قيود وانتقال السلع عبر الحدود والقارات في شكل واردات وصادرات.

هذا وقد استغل الانفتاح الاقتصادي والتجاري في الجزائر بظهور منتجات متنوعة في الأسواق الوطنية وإشباع رغبات وحاجيات المستهلك وكذلك ظهرت منافسة شديدة بين المتعاملين الاقتصاديين، وهذا أدى كذلك إلى تنوع السلع والمنتجات في الأسواق الوطنية

¹ - المذهب الحمائي: " كان يحمي المؤسسات التي تكاد أن تفلس وتقوم الدولة بدعمها ماليا حتى لا تقع في خطر الإفلاس".

وزيادة تطورها معاصرة للوقت الحاضر والمستقبل ومنافسة للأسواق الأوروبية، وسلع ذات جودة عالية وبأثمان معقولة، وهذا كله يخدم مصلحة وحقوق المستهلك.

ولكن من جهة أخرى أدى هذا الانفتاح والتنوع في المنتجات والسلع وتقديم الخدمات إلى ظهور أخطار متنوعة، قد تمس بصحة المستهلك وماله ووقوعه كضحية نتيجة للممارسات التجارية الغير النزيهة والغير الشرعية من طرف الأعوان الاقتصاديين، وذلك أن المتدخل يمارس مختلف الأعمال التجارية الغير الشرعية ومناورات وتلاعبات وأسعار غير شرعية لأن همهم الوحيد هو الربح السريع نتيجة للجشع الذي يرتابهم بعيدا عن كل روح تنافسية نزيهة، ومن أجل هذه الروح التنافسية الشرعية سعى المشرع الجزائري كباقي التشريعات الدولية المختلفة إلى تنظيم هذه المنافسة من خلال وضع تسهيلات وتوفير ميادين المنافسة من أسواق منظمة والقضاء على الأسواق العشوائية (السوق السوداء) وكذا إبراز حقوق وواجبات المتعاملين الاقتصاديين المتنافسين على تحقيق أهدافهم المنشودة هذا من جهة.

ومن جهة أخرى جعل هذه المنافسة نزيهة وشرعية وهذا لضمان حقوق ومصالح المستهلك الذي يكون في معظم الأحيان مستهدف بالدرجة الأولى من طرف الأعوان الاقتصاديين المتنافسين الذين لا يؤمنون إلا بتحقيق أرباح سريعة هذا ما ذكرناه سابقا.

ومن خلال ذلك أقر المشرع الجزائري وضع قوانين ردية تستهدف كل من سعى وراء هضم حقوق ومصالح المستهلك وكذا مراسيم تنفيذية تنظم المعاملات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين، وبين المتدخل والمستهلك، ولكل واحد منهم حقوق وواجبات يجب عليه الالتزام بها.

وقد ظهر مصطلح المستهلك لأول مرة في التشريع الجزائري من خلال قانون رقم 89-02 الصادر في 07 فبراير 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وهذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني والذي يطلق عليه "المشتري" وتغير المصطلحات الاقتصادية كان بالدرجة الأولى نتيجة التطورات الحاصلة، وهذا

لإضفاء حماية واسعة للمستهلك لأنه يعتبر طرف ضعيف في العلاقة التجارية وحتى مفهوم التاجر تطور ويكاد أن يستغنى عنه لولا قواعد القانون التجاري.

إذ ظهرت نصوص قانونية تطلق عليه تسمية "عون اقتصادي"¹ أو "المؤسسة"²

أو "المتدخل"³... الخ وهذا راجع لتنوع المهام الذي يلعبه في وضع المنتج للاستهلاك إذ لا ينظر إليه فقط كبائع للمنتجات وإنما كمسؤول عن العملية الإنتاجية إلى غاية النهاية إلى طرف المستهلك.

وقد صدر قانون رقم 02-04 بتاريخ 23 يونيو 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمعدل والمتمم بالقانون 06/10 بتاريخ 15 غشت سنة 2010، وجاء هذا القانون لينظم المعاملات التجارية ويؤكد على شفافية الممارسات التجارية وشرعية المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين.

وأنتبه المشرع الجزائري بإصدار قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والذي ألغى القانون رقم 02-89 الصادر في 07 فبراير 1989م والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وإصدار كذلك مراسيم تنفيذية مختلفة في شتى المجالات مثل (وسم السلع الغذائية، الضمان، المطابقة، التقييس... الخ).

وكل هذا من أجل تنظيم السوق والمعاملات بين الأعوان الاقتصاديين وكذلك لتوفير حماية أفضل للمستهلك من المخاطر المحدقة به.

إن حماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به هو أحد مهام ومسؤوليات الدولة الحديثة وذلك من خلال سن التشريعات من جهة وتطبيقها على أرض الواقع من جهة أخرى، وجاء قانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات

¹ - انظر المادة 03 فقرة 01 من قانون رقم 02-04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 06/10 مؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق 15 غشت سنة 2010، ج ر عدد 46، الصادرة بتاريخ 18 غشت سنة 2010م.

² - انظر المادة 03 فقرة 01 من قانون رقم 12-08 مؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق 25 يونيو سنة 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36 الصادرة في 02 يوليو 2008، معدل ومتمم.

³ - انظر المادة 03 فقرة 07 من قانون رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، صادرة في 08 مارس 2009م.

التجارية والمعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 جاء لتحقيق غاية المشرع في حماية المستهلك من كل المعاملات التجارية الغير نزيهة والغير شرعية والتي تشكل خطرا على صحة المستهلك وماله، وكذلك صدور قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جاء لتحقيق آليات رقابية وردعية وهذا من خلال تحقيق النظافة والنظافة الصحية لأمن المنتوجات والوقاية من التسممات الغذائية إلى غير ذلك من أهداف تطبيق هذا القانون.

واستكمالا لما تم شرحه سابقا فإن السؤال المطروح: ماهي الحماية المفروضة في إطار قانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية وكذا قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش؟ وما هي الهيآت المختصة لحماية المستهلك؟.

لتفسير الغموض والإجابة على كل التساؤلات لابد من دراسة دقيقة وإعداد خطة شاملة لتحقيق مفهوم واضح حول الحماية المتعلقة بالمستهلك.

وذلك بعنوان الفصل الأول مضمون حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية رقم 04/02 وقانون قمع الغش رقم 09/03.

وعنوان الفصل الثاني الهيآت المختصة لحماية المستهلك والآليات المستعملة.

الفصل التمهيدي: ظهور فكرة المستهلك و مفهومه:

أولاً: ظهور فكرة المستهلك.

إن فكرة الاستهلاك تعود إلى عهد الرومان أين كانوا يضعون أختاماً من الرصاص على زجاجات النبيذ حماية لنوعيتها وحماية للمستهلك من محاولة الغش، وفي العصور الوسطى كان التاجر إذا باع سلعة مغشوشة يطاق به مربوطاً بقضبان من حديد وقد علقت بصناعته حول عنقه،¹ وفكرة حماية المستهلك قد ظهرت منذ وقت طويل وعناية المجتمعات بها في مختلف العصور بمعالجتها عن طريق وضع تشريعات لمراقبة السوق و المنتجات وردع التجار المخالفين.²

وعليه فإن الاهتمام بالمستهلك هو الشغل الشاغل للمشروع والحفاظ على سلامته وصحته ولحمايته من أنواع التلاعب والاحتكار والمضاربة سواء في فترات السلم أو في فترات الحروب،³ وما جعل فكرة حماية المستهلك تنتشر هو انتقال الدول بعد الحرب العالمية الثانية من دول منتجة إلى دول مستهلكة.

ثانياً مفهوم المستهلك

يعد مصطلح " الاستهلاك " من مصطلحات علم الاقتصاد التي دخلت حديثاً لغة القانون مما يتحتم معه تحديد هذا المصطلح بشكل واضح و دقيق،⁴ لفظة " المستهلك " مأخوذة من الفعل " استهلك " يستهلك استهلاكاً، فنقول استهلك المال أي أنفقه،⁵ ولفظة " استهلك " مأخوذة من الفعل " هلك " ومن هنا تعني لفظة " استهلك " النفاذ والإنفاق.⁶

¹ - السيد خليل هيكل. نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك: دار النهضة العربية القاهرة. الطبعة: 1999 ص: 02
² - محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن. الجزء الأول. الطبعة الثانية. مطبعة جامعة القاهرة : 1979 ص: 11
³ - Didier Ferrier , la protection du consommateur, Dalloz 1996, p12.
⁴ - موفق حماد عبده: الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية دراسة مقارنة. منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى 2011، ص12.
⁵ - علي بن هادية بلحسن البليشي الجيلالي بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر. الطبعة السابعة 1991. ص 51.
⁶ - عامر قاسم. احمد القيسي. الحماية القانونية للمستهلك. دراسة في القانون المدني و المقارن الدار العلمية الدولية للنشر و التوزيع، الاردن، 2002 ص 09.

ويعرفه الدكتور رمضان علي الشرنباصي بقوله «المستهلك هو كل من يؤول إليه الشيء بطريقة الشراء بقصد الاستهلاك أو الاستعمال».¹

و عرفه الدكتور عنابي بن عيسى بأنه «الشخص الذي يشتري أو الذي لديه القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع بهدف إشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية».²

كما يعرف على أنه « الشخص الطبيعي أو المعنوي من أشخاص القانون الخاص الذي يحصل أو يستعمل المنتجات والسلع والخدمات للاستعمال الشخصي».³

و يرى علماء الاقتصاد أن المستهلك هو من تنتهي عنده الدورة الاقتصادية لان هذه الدورة تبدأ بإنتاج السلعة أو الخدمة وتمر عبر توزيعها ثم تنتهي باستهلاكها، فالسلعة إذا آلت إليه فإنها تنتهي إلى الركود و السكون،⁴ من خلال كل هذه المفاهيم نجد أن للمستهلك الطرف الأخير في اقتناء سلعة أو خدمة لإشباع رغباته.

1- الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك:

هذا الاتجاه هو الذي افديه غالبية الفقه و القضاء و التشريع و أغلب التعريفات التي وردت تحت ظل هذا الاتجاه تتفق في المضمون و المعنى و إن اختلفت في المفردات و المبنى،⁵ ويعرف المستهلك وفقا لهذا الاتجاه بأنه « كل شخص يتصرف لتحقيق أغراض لا تدخل في نشاطه المهني».⁶

¹ - رمضان علي السيد الشرنباصي. حماية المستهلك في الفقه الاسلامي دراسة مقارنة دار الجامعة الجديد للنشر الإسكندرية مصر 2004 ص32

² - عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك عوامل التأثير البنينة الجزء الاول ديوان المطبوعات الجامعة الجزائر. 2003 ص 16.
³ - jean calais – Auloy et Frank, Steinmetz, droit de la consommation, Dalloz, Paris, 5^{ème} édition, 2000, p 04.

⁴ - موفق حمد عبد مرجع سابق ص 13.

⁵ - عبد الحميد الديسطي عبد الحميد. حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج . دراسة مقارنة. دار الفكر و القانون للنشر والتوزيع. المنصورة مصر الطبقة الاولى 2010 ص 35.

⁶ - عامر قاسم احمد القيسي 6 مرجع سابق ص 09.

وهناك تعريف آخر للمستهلك على أنه «الشخص الطبيعي أو الاعتباري للقانون الخاص والذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني أي لإشباع حاجاته الشخصية أو المهنية»¹.

2- الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:

في محاولة لتوسيع الحماية القانونية للمستهلكين في مواجهة المنتجين ذهب بعض الفقه للتوسع في تحديد الفئات التي يشملها تعريف المستهلك، فكان أن عرفوا المستهلك على أنه «كل شخص يتعاقد بقصد الاستهلاك وذلك كأن يقوم باستعمال أو استخدام مال أو خدمة»².

و بالتالي يعتبر مستهلكا وفقا لهذا الاتجاه كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك أي يعرض اقتناء أو استعمال منتج أو خدمة فمثلا من يقتني سيارة لاستعماله الشخصي ومن يقتنيه لاستعماله المهني يأخذان حكم المستهلك لأن السيارة تستهلك في الحالتين عن طريق استعمالها من كليهما³.

3- مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري:

أورد المشرع الجزائري تعريفا للمستهلك في نص المادة (2) الفقرة (09) من المرسوم التنفيذي رقم 90/ 39 المتعلق برقابة النوعية و قمع الغش،⁴ جاء فيه بأنه «كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدتين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به».

كما عرفه بموجب نص المادة (03)فقرة (01) من قانون رقم 09/ 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي نصت على أن المستهلك «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية

¹ - حفيزة مركب . «الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج والخدمة» (مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص عقود و مسؤولية كلية الحقوق بن عكنون. الجزائر. 2000 ص 06.

² - عبد الحميد الديسبي عبد الحميد مرجع سابق ص 30.

³ - محمد السيد عمران حماية المستهلك اثناء تكوين العقد دراسة مقارنة منشأة المعارف الاسكندرية مصر بدون تاريخ الطبع ص 08.

⁴ - الصادر بالجريدة الرسمية عدد 05 الصادرة بتاريخ 1990/01/31.

حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به»¹، نلاحظ من خلال المادتين السالفتين الذكر أنهما يشتهان إلى حد بعيد في المعنى والمفردات وقد أضاف المشرع لفظي طبيعي ومعنوي للشخص لدقة التحديد طبيعة المستهلك وقام كذلك لاستبدال مصطلح المنتج بمصطلح السلعة.

كما نجد المادة (3) الفقرة (2) من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06/10²، أوردت تعريفا للمستهلك « كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني».

ومن خلال هذه التعاريف للمستهلك يكون المشرع الجزائري قد خالف غالبية التشريعات المقارنة التي تركت أمر تحديد التعريف للفقهاء والقضاء، كما أنه جنب الباحثين والمهتمين بشؤون المستهلك عناء البحث عن مفهوم ملائم وقيّد القضاء بالتصريحات السابقة بحيث لا يجوز له الاجتهاد مع وجود نص قانوني صريح.

¹ - انظر نص المادة (03) الفقرة (01) من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش السالف الذكر.
² - انظر المادة 03 فقرة 02 من قانون 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية, المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-10 السالف الذكر.

الفصل الأول: مضمون الحماية في اطار قانون رقم 04 –

02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،
والقانون رقم 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المبحث الأول: مضمون الحماية في إطار قانون الممارسات

التجارية رقم 02/04 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06/10:

لقد عمد المشرع الجزائري إلى تنظيم المحيط التجاري بما يتناسب مع التحولات التي تشهدها الدولة خاصة مع الانفتاح الذي تشهده أسواقنا الداخلية وكذا المبادرة التي يشهدها القطاع الخاص وعلى المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين، وعليه فإذا كانت الحرية التجارية والصناعية معترف بها دستوريا فإنه لم يمنع من سن قوانين تحمي هذه الأنشطة من جهة ومن جهة أخرى تحمي المستهلك من المخالفات التي قد تترتب عنها.

كما كانت المنافسة الحرة تزيد من تطور الاقتصاد وتحقيق الربح فإنه لم يمنع بعض المتعاملين الاقتصاديين لتحقيق ربح كبير أن يباشروا بعض الممارسات المخالفة للقوانين والأعراف التجارية، الأمر الذي دفع بالمشرع التدخل من أجل التصدي لكل سلوك مماثل قد ينجر عنه إضرار بالمنافسة، الأمر الذي لا يمكن إلا أن ينعكس سلبا على المستهلك باعتباره طرفا ضعيفا في العلاقة الاستهلاكية.

أهم الصور الممارسات المخالفة للتجارة التي يتسنى لنا معرفتها والتي سنتطرق لها الممارسات المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي جاء بها القانون رقم 04 – 02 وكذا الممارسات المنافية للمنافسة التي جاء بها القانون رقم 03 – 03 المعدل والمتمم بالقانون 08 – 12 والمتعلق بالمنافسة، مع العلم أن هذا الأخير جاء لينظم العلاقة فيما بين الأعوان الاقتصاديين لكن المخالفة التي ترد على قواعده لا تمنع من المساس والإضرار بالمستهلك.

المطلب الأول : شفافية الممارسات التجارية:

بالرجوع إلى القانون رقم 04 – 02 المعدل و المتمم بالقانون 10- 06 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإنه يعتبر أن كل ممارسة تخالف أحكام المواد من 04 إلى 13 من القانون السالف الذكر وهذه المخالفات تتمثل أساسا في:

- عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات .
- عدم الإعلام بشروط البيع .
- عدم الفوترة .

تعتبر ممارسات منافية لشفافية الممارسات التجارية.

الفرع الأول : الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع .

يعتبر الإعلام بالأسعار شرط ضروري لشفافية المعاملات التجارية وكذا لحرية اللعبة التنافسية.¹

تنص المادة 04 من قانون رقم 04- 02 المعدل و المتمم بالقانون 10- 06 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه « يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع».

أما المادة 05 من نفس القانون فإنها تنص «يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار تعريفات السلع والخدمات وعن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة».²

وعليه فجاء المشرع بمفهوم عام للطرف الذي يجب أن توجه له سعر السلع والخدمات، الأمر الذي يحتمل أن يشمل على كل من المستهلك والعون الاقتصادي.

¹ - Yves guyan .droit des affaires. tome1, 8^{eme}. Edition économique .paris 1994 .p925-926.

² - انظر القانون رقم 04-02 المعدل و المتمم بالقانون 10-06 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر .

أولاً : الحالة التي يكون فيها الزبون مستهلك:

ففي هذه الحالة يكون حق المستهلك في معرفة سعر السلع والخدمات أمر وجوبي يخضع له البائع حتى وإن لم يطلب منه ذلك.

أما فيما يخص التعريفات القانونية فإنه لا بد من تبيانها بصفة مرئية ومقروءة، وذلك حتى يتسنى للمستهلك معرفة القيمة الإجمالية للعملية التي قام بها ومعرفة قيمة الحصيلة النهائية الناتجة عن الحصول على السلعة أو الخدمة.

كما أن سعر السلع والخدمات يجب أن تقدم وتوضع في علم المستهلك مبدئياً في المكان الذي عرضت فيه هذه السلع والخدمات.¹

أما إذا كانت السلع المعروضة للعوام في واجهات (vitrine) تجارية أو فوق معروضات (étalage) داخل أماكن المخصصة للبيع فإنها يجب أن تكون محل ترقيم كتابي أو محل وسم حتى يتسنى للمستهلك الذي يرغب في التعاقد مع التاجر معرفة مدى قيمة السلعة التي يريد اقتناءها.

أما السلع غير معروضة للبيع ولكنها موجودة داخل المحل التجاري أو في أماكن مرفقة مباشرة مع هذا المحل فإنها يجب أن تكون مرفوقة بوسم، والتي يمكن فيها بعد تغييرها بثمن معين فوق السلع أو على متن الغلاف الموضوعه فيه،² إذ الغرض من إشهار هذه الأسعار يؤدي إلى ضمان شفافية السوق وكذا حرية اللعبة التنافسية.

ثانياً : الحالة التي يكون فيها الزبون عون اقتصادي:

تنص المادة 07 فقرة 01 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر على أنه «يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار التعريفات عند طلبها « ومن خلال مفهوم هذه المادة وجب على البائع إعلام العون الاقتصادي الذي يكون في رتبة مستهلك بالأسعار متى طلبت منه، أما عن الطريقة التي يمارس بها إعلان هذه الأسعار فقد نصت عليها الفقرة 02 من نفس المادة « ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول

¹ - BIOLAY jean jacques, Transparence tarifaire et pratique relatives aux paris, fax 286 n 11, lexisnexis, 2005, p08.

² - BIOLAY jean jacques, op .cit p09.

الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة».

يمكن أن يكون إعلام المستهلك العون الاقتصادي بواسطة جداول مرتبة ومنظمة وتحتوي على أسعار السلع المختلفة، أو نشرات بيانية أو دليل الأسعار وهو عبارة عن كتاب يحتوي على مختلف السلع المعروضة للبيع مع سعر لكل سلعة، وهذا يسهل عملية المعاملات الاقتصادية بين الأعوان التجاريين لان السلع في بعض الأحيان لا تكون معروضة وإنما تكون في المخزن، لذلك يوضع دليل الأسعار الذي يعرف بالسلعة الموجودة مع سعر البيع.

ثالثاً: التعريفات (العلامات):

نصت المادة 02 من الأمر 03-06،¹ المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات على ما يلي « كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام و الرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيحها بالألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعياً ومعنوي عن سلع وخدمات غيره».

وتعتبر العلامة وسيلة يتمكن من خلالها المستهلك من معرفة السلع المعروضة في السوق وتميزها عن بعضها البعض وبهذا يأتي له إجراء اختيار صائب وهنا تظهر حماية المستهلك من الوقوع في الغلط .

أما فيما يتعلق بطريقة كتابة السعر فقد ألزم المشرع في الفقرة 02 من المادة 05 من القانون 02-04 بأن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية، أي أن تكون واضحة تسهل قراءتها بشكل لا يحدث لبساً أو شكاً في سعرها بالنسبة للمستهلك وهذا ما يمكنه من إجراء اختيار صائب بين السلع و المنتوجات المعروضة للبيع وقد نصت هذه المادة السالفة الذكر فقرة 02 علي ما يلي : « يجب تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية و مقروءة».²

وقد نصت المادة السالفة الذكر فقرة 03 على ما يلي : « يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري

¹ - الأمر رقم 06-03 المؤرخ في 19/07/2003 يتعلق بالعلامات: ج.ر عدد 44 صادرة في 23/07/2003.
² - انظر إلى قانون 02-04 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 السالف الذكر.

وعندما تكون هذه السلع مغلقة ومعودة أو موزونة أو مكيلة يجب وضع علامات علي الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن».

من خلال هذه الفقرة نستنتج أن المشرع قد وضع على عاتق المهني إعداد ووزن أو كيل السلع المعروضة للبيع أمام المشتري وإذا كانت سلع موجهة للاستهلاك ومغلقة فيجب وضع علامات تحدد الوزن والسعر ومثال هذه الحالة السلع الغذائية جاهزة التعبئة وهي المخصصة للعرض على حالتها للمستهلك النهائي.

رابعاً : الإعلام بشروط البيع.

يقع على البائع باعتباره مت دخلا في العلاقة الاقتصادية وجوبا إلى جانب الإعلام بالأسعار أن يبين للزبائن شروط البيع، وهذا ما جاء في نص المادة 08 من القانون 04-02 المعدل والمتمم بالقانون 10-06 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: « يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة و شروط البيع ...»¹.

ومثال ذلك أن يتفق البائع على أن يتحمل تكاليف النقل أو إرسال السلعة إلى المكان المتفق عليه.

يرجع إلزام البائع بإعلام المستهلك بشروط البيع لعدم دراية هذا الأخير بالعناصر المرتبطة بحقوقه الجوهرية، هذا وقد نص المشرع الجزائري جملة من الشروط التي يجب على المتدخل أن يبادر بها اتجاه المستهلك قبل التعاقد في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين.²

والتي تنص على أنه « تتعلق العناصر المذكورة في المادة 02 أعلاه أساسا بما يلي

في :

- خصوصيات السلع و/أو الخدمات و طبيعتها.

¹ - انظر المادة 08 من قانون رقم 04-02 السالف الذكر.

² - مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 17 شعبان عام 1427 الموافق 10 سبتمبر سنة 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين - والبنود التي تعتبر تعسفية : ج.ر عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 معدل ومتمم بمرسوم تنفيذي رقم 08-44 ج.ر عدد 07 الصادرة في 10 فبراير 2008 .

- الأسعار والتعريفات.

- كفيات الدفع.

- شروط التسليم وآجاله.

- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم.

- كفيات الضمان ومطابقة السلع و/أو الخدمات.

- شروط تعديل البنود التعاقدية.

- شروط تسوية النزاعات.

- إجراءات فسخ العقد».

وبالرجوع إلى القواعد العامة فإنه إذا ما تم العقد دون تبيان لشروط البيع فإنه يكون قابلا للإبطال لوجود عيب من عيوب الرضا على أساس عدم العلم بشروط البيع أو عدم علمه علما كافيا بالمبيع.¹

وبالنسبة لمعيار التعسف في شروط البيع ليس بالضرورة أن تكون شركة قوية تستعمل تعسفا وإنما يمكن لحرفي بسيط أن يستعمل نفوذها لحرفي وقلة المنافسة في مهنته تؤدي به إلى اشتراط شروط تعسفية.²

الفرع الثاني : الفوترة.

تعتبر الفاتورة ثاني عنصر استعمله المشرع الجزائري كوسيلة لتجسيد شفافية الممارسات التجارية، حيث تنص المادة 10 من قانون 02-04 على أنه: «يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة، يلزم البائع بتسليمها ويلزم المشتري بطلبها منه وتسلم عند البيع أو عند تأدية الخدمة، يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة و يجب أن تقدم الفاتورة إذا طلبها الزبون».

¹ - تنص الماد 352 من التقنين المدني الجزائري : «يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع أووصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه».

² - أحمد محمد الرفاعي الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي. دار النهضة العربية . مصر. 1994. ص216 .

ففي هذه المادة نص صريح على إجبارية تقديم الفاتورة في العلاقات المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين وكذلك تقديمها لفائدة المستهلك متى طلبها صراحة وتقديم الفاتورة سواء كان محل البيع سلعة أو خدمة.

تلعب الفاتورة عدة أدوار لا تقل أهمية على أنها وسيلة لإعلام المستهلك ولعل أهم هذه الأدوار تكمن في أن:

أولاً : الفاتورة وسيلة لشفافية المعاملات التجارية:

يعتبر القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-10 أن الفاتورة وسيلة لشفافية الممارسات التجارية حيث نظمها المشرع في الفصل الثاني من الباب الثاني، تكمن هذه الشفافية التي تبديها الفاتورة في حماية حقوق الأعوان الاقتصاديين وذلك بتكبيرهم من معرفة حقوقهم من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بإعلام المستهلك عن كافة التحصيلات والرسوم وكذا المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها إذا كان البيع تم عن طريق قرض الاستهلاك الذي يكون فيه الدفع مقسماً أو مؤجلاً أو مجزأ¹.

ثانياً : الفاتورة وسيلة لإثبات المعاملات التجارية:

بالرجوع إلى المادة 30 من التقنين التجاري الجزائري فإنها تنص على أنه:

« يثبت كل عقد تجاري : 1-

2-

3- بفاتورة مقبولة».

يمكن أن يقدمها مالكيها ويحتج بها في مواجهة أي شخص أو جهة من كان السبب في ذلك، ما لم يطعن فيها بالتزوير، فمثلاً بالرجوع إلى نص المادة 226 من قانون الجمارك²، فإنه يشترط تقديم فواتير الشراء أو سندات تسليم أو أية وثيقة أخرى لإثبات

¹ - تعرف المادة 03 فقرة 20 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أن : «قرض الاستهلاك كل عملية بيع للسلع أو الخدمات يكون فيها الدفع مقسماً أو مؤجلاً أو مجزأ»

² - قانون رقم 07-79 المؤرخ في 26 شعبان 1399 الموافق ل 11 يوليو سنة 1979 المعدل المتمم بالقانون رقم 10-98 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق ل 22 غشت سنة 1998 والمتضمن قانون الجمارك : ج ر عدد 61 الصادر سنة 1998.

حيازة البضائع بصفة مشروعة حيث يشترط قانون الجمارك تبريرها بمستندات عبر كامل الإقليم الجمركي ونفس الموقف اتخذته المحكمة العليا في قرار صادر عنها في سنة 2004 إذ تعتبر عدم الفوترة جريمة تندرج ضمن جرائم التهريب في حالة حيازة بضاعة.¹

ثالثاً: الفاتورة وسيلة للمحاسبة.

تلعب الفاتورة دوراً أساسياً في مساعدة التجار في القيام بالعمليات المحاسبية للأنشطة التي أبرمت حيث فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في دفتر يومي وهو ما نصت عليه المادة 09 من التقنين التجاري والتي تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق التي تمكن من مراجعة تلك العمليات المحاسبية ومن بين هذه الوثائق الفاتورة، كما أنها تساعد المستهلك على قيامه بحسابات حول المصاريف التي تم تقديمها للحصول على السلع أو الخدمات من أجل معرفة الميزانية الأسبوعية أو الشهرية التي تم أو سيتم صرفها.

كذلك تعتبر الفاتورة كعنصر حيوي بالنسبة للإدارة الجبائية وكذلك بالنسبة للإدارة المكلفة بعملية المحاسبة لدى المؤسسات لمعرفة مركزها المالي.²

وعليه فإذا كانت هذه بعض الوظائف التي تلعبها الفاتورة فإنه حماية مصالح المستهلك وكذا الأعوان الاقتصاديين الزم المشرع أن تحرر الفاتورة طبقاً للشروط والكيفيات التي يحددها التنظيم، ولقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 2005/12/10 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصول التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك.³

¹ - قرار رقم 287833 مؤرخ في 2004/04/06 . المجلة القضائية . عدد 02 الديوان الوطني للأشغال التربوية . 2006 صفحة 481 .
² - E.TIENNE wery. facture .mémoire et paiement électroniques. Edition juris – classeur. paris .2003 p04.

³ - جريدة الرسمية عدد 80 . الصادرة سنة 2005.

رابعاً: سند المعاملة التجارية.

وقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 66/16 مؤرخ في 16 فبراير 2016 ليحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها. الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة تسمى "سند المعاملة التجارية" هي وثيقة تحرر من طرف العون الاقتصادي أثناء عملية البيع للمشتري.¹ في نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 66/16 السالف الذكر التي تنص على انه: " فئات الأعوان الاقتصاديين المنصوص عليها في المادة الأولى أعلاه، تشمل المتعاملين المتدخلين في قطاع الفلاحة والصيد والموارد البحرية وكذا الحرف والمهن". ومن خلال شرح هذه المادة نقول أن المشرع الجزائري قد خصص سند المعاملة التجارية لقطاع الفلاحة، بمعنى أي مادة فلاحية منتجة وتباع إلا ويكون البيع بواسطة سند معاملة تجارية، وهذا لضمان:

- شفافية المعاملات بكل صدق ونزاهة.
- معرفة الكميات المباعة والأسعار المطبقة من المنتجات والمواد المعنية.²

المطلب الثاني: نزاهة الممارسات التجارية:

تتطلب حماية المستهلك من المخالفات التجارية الناتجة عن عدم احترام قواعد شفافية الأنشطة التجارية حماية هذا الأخير من كل ممارسة تمس بنزاهة السوق إذ لا بد من أن تكون الأنشطة سواء تعلقت بالسلع أو الخدمات المعروضة للمستهلك بعيدة عن كل ممارسة تجارية من الممارسات التالية :

- الممارسات التجارية غير الشرعية.
- ممارسة أسعار غير شرعية.
- الممارسات التجارية التدلّيسية.
- الممارسات التجارية غير النزاهة.
- الممارسات التعاقدية التعسفية.

¹ - المادة 02 من المرسوم التنفيذي 66/16 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1437 الموافق لـ 16 فبراير سنة 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10 بتاريخ 22 فبراير 2016.
² - أنظر المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 66/16 السالف الذكر.

الفرع الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية:

باستقراء أحكام المواد 14 إلى 18 من القانون 02-04 نجد أن المشرع الجزائري أدرج ضمن الممارسات التجارية الغير الشرعية الأنشطة التالية:

أولاً: مزاولة نشاط تجاري دون اكتساب الصفة:

بالرجوع إلى أحكام المادة 14 من القانون 02-04 السالف الذكر فإنه: « يمنع على أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها ».

أما المادة 04 من القانون 08-04 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتمم بالقانون 13-06¹، فتنص على أنه: « يلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري بالقيد في السجل التجاري ... » فنلاحظ أن هذا القيد يمنحه الحق في ممارسة النشاط التجاري ونقول أنه بالقيد في السجل التجاري اكتسب صفة التاجر.

إذا كان القيد في السجل التجاري يكسب الشخص سواء كان طبيعياً أو معنوياً صفة التاجر فإن بعض المهن والأنشطة التجارية لا يمكن ممارستها بمجرد القيد في السجل التجاري أو حتى في بعض الحالات لا يمكن لنشاط مقنن بالقيد في السجل التجاري إلا بعد استخراج رخصة عن الإدارة المعنية أو المختصة ومثال على ذلك الأنشطة التجارية التي تخضع للترخيص "الرخصة" الأنشطة المتعلقة بإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص.²

كذلك تنص المادة 197 من قانون حماية الصحة وترقيتها على أنه: «تتوقف ممارسة مهنة الطبيب و الصيدلي و جراح الأسنان على رخصة يسلمها الوزير المكلف بالصحة...»³.

¹ - قانون رقم 08-04 مؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق ل 14 أوت سنة 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية . ج ر عدد52 الصادرة 18 اوت سنة 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-13 المؤرخ في 23 جويلية 2013.

² - راجع المرسوم التنفيذي رقم 97-254 مؤرخ في 08/07/1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص واستيرادها. ج ر. عدد 46 الصادر سنة 1997.

³ - قانون رقم 08-13 مؤرخ في 17 رجب عام 1429 الموافق ل 20 يوليو سنة 2008 يعدل ويتمم القانون رقم 85-05 المؤرخ في 26 جمادى الاولى عام 1405 الموافق ل 16 فبراير سنة 1985 والمتعلق بحماية الصحة وترقيتها. ج ر عدد 04 الصادرة في 03 اوت 2008 .

أما الأنشطة التي تخضع للحصول على اعتماد فيمكن أن نذكر أنشطة التامين والتي يقدم الاعتماد بمزاولتها وزير المالية بعد إبداء الرأي من طرف المجلس الوطني للتأمينات.¹

تعتبر معرفة صفة الطرف الذي يتعامل معه المستهلك ذا أهمية كبيرة إذ يمكن الرجوع عليه ومن الناحية العملية عادة ما يتخوف البائع من المستهلك في حالة معرفة هذا الأخير للرقم التسلسلي لقيده في السجل التجاري هذا إذا كان البائع شخص طبيعي، أما إذا كان شخصا معنويا فلا بد من قيدها في السجل التجاري حتى يكون لها وجود قانوني.²

ثانيا : رفض البيع أو أداء خدمة:

يحمي القانون المستهلك من كل رفض بيع لسلعة أو خدمة دون مبرر شرعي متى كانت معروضة للبيع حيث تنص المادة 15 من القانون 04-02 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 على أنه : «تعتبر كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع. يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة».

من خلال تحليل هذه المادة السالفة الذكر نستنتج أنه لقيام جريمة الامتناع أو رفض البيع لابد من توفر عنصرين:

العنصر الأول: يتمثل في الامتناع عن البيع وذلك برفض عارض السلعة بيعها رغم أنها مهياة للبيع أو ظاهرة للمستهلك في المكان المخصص لذلك.

العنصر الثاني: يكمن في انعدام المبرر الشرعي للامتناع حيث يكون سبب الامتناع غير مبرر قانونا أو واقعا عن رفض البائع أو المنتج.

ثالثا : البيع أو أداء الخدمة بشروط: هناك نوعان من البيع أو أداء الخدمة بشروط

وهي:

- البيع أو أداء الخدمة المشروط بمكافأة مجانية.

- البيع أو أداء الخدمة المشروط بشراء كمية أو المنتج أو بأداء خدمة أخرى.³

¹ - راجع المادة 204 من الأمر رقم 95-07 المتعلق بالتأمينات .
² - تنص المادة 549 من التقنين التجاري على انه : «لا تتمتع الشركة بالشخصية المعنوية الا من تاريخ قيدها في السجل التجاري».
³ - أحسين بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائي الخاص . الجزء الثاني . الطبعة الرابعة . دار هومة . الجزائر 2006 صفحة 236.

1 - البيع أو أداء خدمة المشروط بمكافأة مجانية:

تنص المادة 16 من القانون 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل على أنه : «يمنع كل بيع أو عرض لسلع وكذلك كل أداء خدمة أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروطا بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية.

لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات». وعليه فالحكمة من هذا المنع هو مساس هذا النوع من التعاملات باستقرار الأنشطة التجارية، كما تعتبر من قبيل المنافسة غير الشرعية فيما بين الأعوان الاقتصاديين نظرا للسعي لجذب الزبائن لا على أساس المنافسة النزيهة وإنما عن طريق تقديم مكافأة مجانية. يدخل كذلك في هذا النوع من البيع تلك البيوع المقترنة بهدايا حيث كثيرا ما يؤثر ذلك على قرار الشراء عندما تكون مدعومة غالبا بإعلانات و إشهارات خصيصا لذلك والحكمة في ذلك ظاهريا تبدو أن الهدية سلمت بدون مقابل للمستهلك إلا أنه في حقيقة الأمر ثمن الهدية أدرج ضمن الثمن الذي قيم به المبيع وهذا ما يفسر سبب منعه.¹

2- البيع أو أداء خدمة مشروط بشراء كمية أو منتج أو خدمة أخرى:

تمنع المادة 77 من القانون 04 - 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة،² ومن أمثلة اشتراط كمية معينة أن يلجأ بائع التجزئة إلى اشتراط على المستهلك شراء 10 كيلو غرامات في الحين أراد أن يشتري خمس كيلو غرامات من السكر، أما البيع المشروط بشراء سلعة أخرى كأن يجبر المستهلك عند شراءه المواد

¹ - جرود الياقوت . عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري . مذكرة لنيل الماجستير في القانون . فرع العقود و المسؤولية . كلية الحقوق جامعة الجزائر . السنة الجامعية 2001-2002 صفحة 69.

² - أنظر المادة 17 من قانون 04 - 02 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10 / 06 السالف الذكر.

الغذائية أن يقتني أيضا مواد التنظيف يستثني المشرع من هذا النوع من البيع أو أداء الخدمة متى كانت السلع من نفس النوع على شكل حصة.

رابعاً: البيع المقرون بشرط تمييزي:

يعتبر من قبل المنافسة غير المشروعة تلك الممارسات التي تكون فيما بين الأعوان الاقتصاديين والمنصوص عليها في المادة 18 من القانون 04 – 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 06-10 حيث تؤدي إلى ممارسة نفوذ العون الاقتصادي وذلك بأن يحصل على ميزات لا يحصل عليها عون اقتصادي آخر ويعتبر هذا النوع من الممارسات كعمل تعسفي تابع عن هيمنة التاجر الذي شغل موقعه في السوق لبيع سلعته بطريقة تمييز بين زبائنه (المستهلكين).¹

وهذا النوع من البيع قد ينعكس سلباً على مصلحة المستهلك بحيث قد يزيد في اضطراب الأسعار في السوق وحدة المنافسة من جهة ومن جهة أخرى صعوبة التمويل نظراً لهيمنة هذا العون الاقتصادي على السوق.

الفرع الثاني: ممارسة أسعار غير شرعية:

لقد تطرق المشرع الجزائري لهذا النوع من الممارسات التجارية وهذا من خلال المواد 22 و 23 من القانون رقم 04 – 02 المعدل والمتمم بالقانون 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية،² حيث تعتبر من الممارسات غير الشرعية كل من:

- رفع أو خفض الأسعار المقننة.

- تزييف تكلفة السلع والخدمات.

¹ - يرجع تاريخ ظهور البيع التمييزي كأول مرة للقانون الصادر في 27 ديسمبر 1937 وكذا الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986 من التشريع الفرنسي الذي جرم هذا البيع.

² - أنظر المادتين 22 و 23 من قانون رقم 04 – 02 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-10 السالف الذكر.

الأصل في السعر أنه متروك تحديده لقواعد المنافسة في السوق، حيث يتم تحديده بصفة حرة بعيدا عن كل قيد أو شرط وهذا ما تؤكدته المادة الرابعة من قانون المنافسة، وهذا المبدأ معترف به حتى في فرنسا والذي أدرجه المشرع الفرنسي في الباب الرابع من التقنين التجاري.¹

إلا أن بعض أسعار السلع والخدمات تكون محل تقنين وتحديد من طرف الدولة دون غيرها، والتي لا يتدخل القطاع الخاص فيها، وهذا حفاظا على القدرة الشرائية للمستهلك الضعيف أو منعدم الدخل.

وبالرجوع إلى القانون رقم 04 - 02 المعدل والمتمم بالقانون 10-06، فإنه يعتبر كل مساس بالأسعار المقننة سواء بالرفع منها أو تخفيضها يعد ممارسة أسعار غير شرعية.

والأسعار المقننة المحددة من طرف الدولة لديها هامش من الربح، حيث يلجأ العون الاقتصادي إلى إدراج تكاليف وهمية من باب المناورة للزيادة في سعر التكلفة كما لو قام بإدراج تكاليف وأعباء النقل دون أن تكون هناك تكاليف خاصة بنقل البضائع.²

1- Biolay jean - Jacques; op, cit, p 03.

2 - زرقاري كريمو، مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة السادسة عشر، 2005-2008 ص 16 و 17.

الفرع الثالث: الممارسات التجارية التدليسية:

كل عمل من شأنه المساس بشفافية الممارسات التجارية يعتبر ممارسة تجارية تدليسية، وقد تطرق المشرع إلى حماية المستهلك من الممارسات التجارية التدليسية في المادة 25 من قانون رقم 04 - 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 وقد نصت هذه المادة السالفة الذكر على حالة الاحتكار، في شكل حيازة مخزون بهدف التحفيز على ارتفاع الأسعار وحيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية،¹ بعد أن كان الأمر 95-06 الملغى يعاقب فقط على حالة احتكار السوق.

أولاً: تعريف الاحتكار: لغة: ادخار الطعام للتربص واحتباسه لانتظار وقت الغلاء

به.²

اصطلاحاً: يعرف بتعريفات عدة:

- عرفه الإمام الشوكاني بحبس السلع عن البيع.³
- وعرفه الدكتور " فتحي الدريني " بأنه "حبس مال أو منفعة أو عمل و الامتناع عن بيعه أو بذله حتى يعلو سعره غلاء فاحشاً غير معتاد، بسبب قلته أو انعدام وجوده في مظانه مع شدة حاجة الناس أو الدولة أو الحيوان إليه".⁴

من الناحية الاقتصادية: هو الانفراد بسلعة أو خدمة والتحكم الكامل في معدلات وفرتها، وتحديد أثمانها ومستوى جودتها، سعياً للحصول على أكبر قدر من الأرباح عن طريق التواطؤ بين الأطراف، لغلق المنافسة أمام الموزعين أو المنتجين الآخرين.⁵

¹ - أنظر المادة 25 من قانون 04-02 المعدل والمتمم بالقانون 10 - 06 السالف الذكر.
² - العلامة ابن منظور - قاموس لسان العرب المحيط - ب. ت. ط ، المجلة الأولى لدار الجيل بيروت - دار لسان العرب، بيروت - لبنان - ب س - ب ط، ص 687.
³ - الإمام الشوكاني - نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار- شرح منتقى الأخيار - الطبعة 1 المجلة 3 الجزء 5 - دار الكتب العلمية - بيروت 1995 ص 294.
⁴ - فتحي الدريني - بحوث في الفقه الإسلامي وأصوله، مؤسسة الرسالة 1994 ، ص 447.
⁵ - أحمد محمد محمود خلف - الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية - دراسة مقارنة - دار الجامعة الجديدة للنشر - مصر سنة 2005، ص 131.

ثانيا: هدف منع الاحتكار:

الهدف من منع الاحتكار بالدرجة الأولى حماية المستهلك، كما أنه عمل مضاد لتحقيق مقصد الأموال وتداولها بين أيادي الناس.¹

ولأن الأسعار المرتفعة لا يقدر عليها العامة في الغالب، فتصير تلك السلع حكرا على أصحاب الأموال، وأهل الشراء، وهو ما يدخل ضررا على العامة.

وبذلك نقول أن المشرع الجزائري قد وفق إلى حد كبير عند استحداثه لنص المادة 25 من قانون رقم 04-02 المعدل والمتمم بالقانون 10-06 بين التشريعات الأخرى، وهو ما يمثل حماية المستهلك من ارتفاع الأسعار.

الفرع الرابع: الممارسات التجارية غير النزيهة:

يطال عددا كبيرا من أساليب المنافسة غير المشروعة بضاعة المنافسين الآخرين ومنتجاتهم، ويحصل ذلك بأشكال مختلفة من أهمها تقليد العلامة التجارية واغتصابها وإبدال البضاعة وتقليدها لخلق اللبس حول مصدرها، وقد يخلق هذا اللبس عن طريق الإشهار المضلل أو الإشهار غير الشرعي.

أولا: تقليد العلامة أو المنتج: منعت المادة 27 من قانون الممارسات التجارية تقليد العلامة أو المنتج.

أ- تقليد العلامة: يقصد بتقليد العلامة اصطناع علامة مطابقة تماما للعلامة الصناعية أو التجارية،² وهذا التقليد الذي من شأنه أن يحدث خلطا في ذهن المستهلك يدفعه إلى الشراء بدافع الغلط، فبدلا أن يشتري منتوجا ذا علامة أصلية، فإنه يشتري آخر مقلدا يحمل نفس المواصفات ويمكن أن يكون بنفس السعر أو بسعر أعلى منه.³

¹ - عز الدين بن زغبية - مقاصد الشريعة الخاصة بالتصرفات المالية - الطبعة 1 - مركز جمعة الماجد للثقافة والتراث، دبي - سنة 2001 ص 263.

² - القاضي أنطوان ناشف - الإعلانات والعلامات بين القانون والاجتهاد - دراسة تحليلية شاملة القوانين - الاجتهادات - الدراسات ب. ط منشورات الكلي الحقوقية - لبنان 1999 ص 149.

³ - حديدان سفيان - جريمة التقليد التدليسي للعلامات الصناعية والتجارية أو علامات الخدمة - مذكرة ماجيستر في القانون الجنائي - كلية الحقوق بن عكنون - السنة الجامعية 2001 - 2002، ص 5.

وهذا التقليد الغير قانوني للعلامة التجارية قد يحدث خرقا بالنسبة للمنافسة النزيهة بين المتعاملين الاقتصاديين.

أما بالنسبة للمستهلك، فإن تأمين الحماية القانونية للعلامة التجارية يضمن له الحصول على سلعة بأفضل المواصفات والأسعار المناسبة، مع بيان شامل عن جميع العناصر الرئيسية التي تتألف منها السلعة المنتجة أو المعروضة للبيع وإفساح المجال أمامه للتفاضل بين السلع المتشابهة، لاختيار الأفضل منها وفقا لإرادته الحرة وظروفه الاقتصادية.

ب- تقليد المنتج: كثيرا ما يطلب الزبون من أحد التجار صنفا محددًا من البضاعة، فيؤكد له هذا الأخير توافر السلعة المطلوبة، ولكنه يعمل إلى بيعه نوعا آخر يشبهها لونا أو شكلا أو مذاقا، وما يلاحظ أن هذا الأمر شائع في مجال تجارة المشروبات والأدوية.

ثانيا: الإشهار الكاذب أو المضلل.

إن الإشهار الكاذب أو المضلل يعد من حالات المنافسة غير المشروعة،¹ ويقصد به الإشهار المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط وخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج.²

وجاءت المادة 28 فقرة 01 من قانون رقم 04-02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية لتنص على سبيل المثال لا الحصر على أهم صور الإشهار الكاذب أو المضلل هو الإشهار الذي " يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة...".

¹ - عياطة بن سيراغ نايلة - الجوانب القانونية للإشهار - مذكرة ماجيستر في قانون الأعمال - كلية الحقوق - بن عكنون - السنة الجامعية 2001-2002، ص 68.

² - عادل قورة - الحماية التشريعية للمستهلك في مصر - ب. ط، الناشر اليونسكو- المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية - أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا - المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجناحية - مصر، ص 42.

ومن أمثلة هذه الحالة إدعاء المنتج أن قارورات الرضاعة التي ينتجها اعتمدت من طرف كلية الطب لمدينة برلين، القارورات الوحيدة المناسبة لمرفولوجيا الأطفال الرضع.¹

وجاءت الفقرة 02 من المادة السابقة السالفة الذكر، لتمنع الإشهار الذي "يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه".

حيث يعتمد صاحب الإشهار في هذه الحالة إلى إثارة الالتباس بواسطة تضمين إشهاره لعناصر تحدث خلط في ذهن المستهلك حول صاحب الإشهار الحقيقي.

وقد نصت المادة 45 من مشروع القانون المتعلق بالإشهار لسنة 1999 على منع هذه الممارسة.²

وكذلك نصت الفقرة 03 من المادة السالفة الذكر على منع الإشهار الذي "يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار".

ويكون مثلا بتقديم عروض بيع بكميات كبيرة، في حين تكون كميتها الحقيقية محدودة وذلك بهدف إشعار المستهلك بأن الكمية سوف تنفذ، الأمر الذي يؤدي إلى التهافت على السلعة وارتفاع أسعارها لمحدوديتها علما بأن الواقع مختلفا كليا.³

الفرع الخامس: الممارسات التعاقدية التعسفية:

يعرف الشرط التعسفي على أنه: "الشرط الذي يفرض على غير المهني أو على المستهلك من قبل المهني، نتيجة التعسف في استعمال الأخير لسلطته الاقتصادية، بغرض الحصول على ميزة مجحفة"،¹

¹ - عياطة بن سبراج نابلة، المرجع السابق، ص 43.

² - أنظر المادة 45 من مشروع القانون المتعلق بالإشهار لسنة 1999.

³ - نائل عبد الرحمان - الحماية الجزائرية للمستهلك في القوانين الأردنية مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية، السنة 23، العدد 4، سنة 1990، ص 106.

كما يعرف على أنه: " كل شرط يدرج في العقد أو ملحقاته ويترتب عليه الاضرار بمصالح وحقوق المستهلك التي يحميها القانون"²

بينما عرفت المادة 03 فقرة 05 من قانون 02-04 المعدل والمتمم بالقانون 06-10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية: "شرط تعسفي: كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى عن شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

ونكرت المادة 29 من قانون 02-04 السالف الذكر بعضاً من الشروط التي يعتبرها المشرع الجزائري تعسفية وهي تلك التي تسمح للمنتج بفرض سلطته وإقامته شرط يخدم مصلحته.³

ويمكن اعتبار بنود أخرى تعسفية إذا انطبقت عليها هذه الصفات وأدرجت في العقد وأدت إلى إلغاء إرادة المستهلك، أو منحت المنتج مزايا مبالغاً فيها.⁴

يظهر من النص القانوني بشكل صريح وواضح أن مختلف الصور التي أوردتها المادة 29 السالفة الذكر مأخوذة على سبيل المثال لا الحصر.

الأمر الذي يوحي بأن المشرع الجزائري خرج من خطابه العام في النصوص القانونية السابقة من نفس القانون، والتي بسط فيها الحماية من الشروط التعسفية حتى على المنتجين، بينما اقتصرت هذه المادة على العقود التي يكون المستهلك طرفاً فيها.⁵

كما نلاحظ أن المادة 30 من نفس القانون المذكور أعلاه تركت الباب مفتوحاً لتدخل المشرع عن طريق التنظيم لتحديد العناصر الأساسية للعقود، وخولته زيادة على ذلك، منع العمل في مختلف العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية.¹

1 - محمد، السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، مرجع سابق.
2 - مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى 2011، ص 172.
3 - أنظر المادة 29 من قانون 02/04 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر.
4 - عامر قاسم، أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق.
5 - محمد بودالي، مكافحة الشروط التعسفية في العقود، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى 2007، ص 135.

كما أسس المشرع الجزائري لجنة خاصة سميت "لجنة البنود التعسفية" مهمتها البحث في العقود المبرمة بين المستهلك والمنتج، والنظر في مدى احتوائها على شروط تعسفية، وتضم هذه اللجنة ممثلين عن طريق المنتجين والمستهلكين ضمن أعضائها.²

المبحث الثاني: مضمون الحماية في إطار قانون حماية المستهلك

وقمع الغش 03/09.

يسعى المنتج من وراء تسويقه للسلع والخدمات إلى تحقيق أهداف تجارية ومحاولته تحقيق أقصى قدر من الربح دون مراعاة الطرف الضعيف في العلاقة التجارية وهو المستهلك ومتجاوزا كثيرا من القيود المفروضة عليه ولحماية الأشخاص الذين يتعامل معهم.

لهذا سن المشرع العديد من التشريعات لوضع حد لهذه التصرفات غير القانونية، وأجبر المنتج على أن يلتزم بها، ومن بين هذه التشريعات القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وذلك حتى يحقق العديد من الأهداف التي وضعها لحماية المستهلك، وتجسيد احترامه للحقوق المختلفة التي نص عليها، كما اعتبر عدم القيام بها من شأنه إقامة المسؤولية أمام القضاء وتعريضه للعقوبات المناسبة.³

المطلب الأول: إلزامية النظافة وأمن المنتوجات ومطابقتها

يجب أن يهيئ المتدخل الشروط الصحية الملائمة لكي يعرض منتجه للاستهلاك، فلا تؤدي ظروف العرض إلى تعيب منتجاته أو فسادها.

وإن هذا الالتزام المفروض على المتدخل هو أن بعض المنتوجات الموجهة للاستهلاك تحتاج إلى عناية خاصة.

¹ - أنظر المادة 30 من القانون 02/04 السالف الذكر.
² - أنظر نص المواد (06) و (07) و (08) من المرسوم التنفيذي رقم 306/06، السالف الذكر.
³ - أقر المشرع الجزائري مسؤولية المنتج عن منتوجاته المعيبة، أنظر نص المادة 140 مكرر فقرة 1 من القانون رقم 10/05 المؤرخ في 2005/06/20 يعدل ويتم الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 1975/09/26 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم الصادر بالجريدة الرسمية عدد 44 الصادرة بتاريخ 2005/06/26.

وتتمثل هذه العناية في أن يكون المنتج المعروض للاستهلاك نظيفاً، وأن تكون الأماكن التي تخصص للمنتجات الغذائية وملحقاتها كأماكن التحويل والتخزين والتكليف والتوزيع، مانعة لها من أن تكون سبباً للإضرار بالمستهلك.¹

الفرع الأول: إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية

أولاً: سلامة المواد الغذائية

يعتبر حق المستهلك في الغذاء من أهم الحقوق التي يكتسبها الإنسان بمجرد ولادته، يتفرع عن حق أصلي هو حق الإنسان في الحياة وسلامة البدن وحماية الصحة العامة وحفظ المادة الغذائية التي يستمد منها حياته، ويترتب على الاعتداء عليها ما يترتب على الاعتداء على الحقوق الأساسية الأخرى.²

وقد نص المشرع في المادة 04 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك، احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك".

من خلال نص المادة نلاحظ أن المشرع ألزم المتدخل بسلامة المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك من كل خطر يضر بصحة المستهلك.

ثانياً: تجنب عرض مواد غذائية بها ملوثات غير مقبولة.

تنص المادة 05 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر على ما يلي: "يمنع وضع مواد غذائية للاستهلاك تحتوي على ملوث بكمية غير مقبولة، بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية وخاصة فيما يتعلق بالجانب السام له...".

¹ - بخته موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الديوان الوطني للأشغال التربوية الجزائر، العدد 02، الجزء 37، 1999، ص 57.

² - محمد، محمد عبده إمام، الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية، دراسة مقارنة في القانون الإداري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004م، ص 24.

من مفهوم حيثيات المادة السالفة الذكر أنه يوجد ملوثات مقبولة ومسموح بها في المادة الغذائية.

الملوثات المسموح بها الجراثيم وكل العناصر التي تلوث المادة الغذائية، ولكن التقيد بنسب معينة لا يؤدي إلى الإضرار بصحة المستهلك، وعادة ما تكون ضرورية لإنتاج المادة الغذائية، كما هو الشأن بالنسبة لمواصفات بعض أنواع الحليب المعد للاستهلاك.¹ حيث يجب أن لا يحتوي على عدد من الجراثيم الحيوانية المتأقلمة في درجة حرارة 30 مئوية.²

ثالثاً: احترام شروط النظافة والنظافة الصحية.

المتدخل ملزم طوال فترة عرض المنتج بتحقيق شروط نظافة حتى وصولها إلى المستهلك، سواء في مرحلة الإنتاج، التخزين، النقل، العرض النهائي للمنتج.

حيث أُلزم المشرع المتدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يحترم شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين، وكذلك بالنسبة للأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وكذا وسائل نقل هذه المواد وكذا ضمان عدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية.³

رابعاً: سلامة الأغذية من المواد الملامسة لها.

لا تكتمل سلامة المادة الغذائية إلا بسلامة المواد المعدة لملامستها، وقد حرص المشرع على ضبط هذه المواد المعدة للتغليف وحتى الأجهزة المستخدمة في إنتاج المواد الغذائية، وبصفة عامة كل ما يعد لملامستها بقواعد صارمة.⁴

1 - المادة 08 من القرار الوزاري الخاص بتحديد مواصفات بعض أنواع الحليب المعدة للاستهلاك.
2 - شعيباني حنين (نوال) التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستر في العلوم القانونية فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 53.
3 - أنظر المادة 06 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر.
4 - شعيباني حنين (نوال)، مرجع سابق، ص 58.

وأثبتت دراسات أن هناك تفاعلات تحدث بين مادة العبوات البلاستيكية والأطعمة التي بداخلها، وخاصة إذا كانت من الأطعمة التي يسهل ذوبان مادة البلاستيك فيها نتيجة درجة الحرارة المحيطة بالعبوة وبداخلها.¹

حيث نصت المادة 07 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، على ضرورة حماية سلامة الأغذية من التجهيزات واللوازم والعتاد والتغليف، وغيرها من الآلات المخصصة لملامستها والتي يمكن أن تؤدي إلى إفسادها مما يشكل خطرا على سلامة المستهلك.

خامسا: المضافات الغذائية المسموح بها.

تتنوع أهداف استخدام الإضافات الغذائية في الغذاء حسب نوع المادة المضافة والحاجة إليها، وتلعب هذه المحسنات والملونات الكيميائية أو الطبيعية دورا هاما في التأثير على سلوك الشراء لدى المستهلك.

كما قد تستخدم مضافات الأغذية في إحدى مراحل نمو النبات. أو قد تضاف أثناء عمليات الحصاد، التعليب، التصنيع، التخزين، أو تسويق الأغذية بهدف تحسين نوعيتها أو زيادة المبيعات منها.²

حيث أجازت المادة 08 من قانون 09 / 03 السالف الذكر للمنتج إمكانية إدماج المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري أو الحيواني.³

وتطبيقا لأحكام هذه المادة جاء المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المؤرخ في 15 مايو 2012م الذي يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري.

1 - محمد، محمد عبده إمام الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية، مرجع سابق .
2 - زهية بويديار وشوقي جباري: " حماية المستهلك في الجزائر بين المتطلبات التجارية والضرورات الشرعية مع التركيز على الإضافات الغذائية" في الملتقى الوطني الخامس حول : حماية المستهلك في ظل قانون رقم 03/09 بجامعة عزابة ، سكيكدة، أيام 09/08 نوفمبر 2012، ص 08.
3 - أنظر المادة 08 من قانون 03/09 السابق الذكر.

الفرع الثاني: إلزامية أمن المنتوجات:

ألزم المشرع الجزائري كل متدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك أن تتوفر على الأمن بالنظر للاستعمال المشروع المنتظر منها وان تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه.

وإن المشرع في القانون رقم 89 - 02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وفي المادة 03 منه لم يقتصر تكريس الحق في السلامة على حال استعمال المنتج بطريقة غير عادية.¹

لكن المشرع تدارك هذا النقص ونص في المادة 09 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بقوله: ".....وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".² ومثال ذلك كأن يستعمل المستهلك الآلات الكهربائية مخالفا للشروط والتعليمات التي تضمن سلامته من الخطر المحتمل (كعدم ارتداء القفازات والنظارات الواقية...)

كما ألزم المتدخل عند وضعه للمنتوج مراعاة الشروط التالية:

- ذكر مميزات المنتج وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته.
- تأثير المنتج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات.
- عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج.
- ذكر فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج، خاصة الأطفال.³

¹ - محمد بودالي " حماية المستهلك في القانون المقارن لدراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 404.

² - أنظر المادة 09 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09.

³ - أنظر المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 السالف الذكر.

الفرع الثالث: إلزامية مطابقة المنتوجات:

تعتبر المطابقة من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل عند تولي مهمة الإنتاج، وفي قانون حماية المستهلك وقمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتوجات ومنافسة المنتوجات العالمية.¹

أولاً: الالتزام باحترام المواصفات القانونية:

المخاطر التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ضرورة جعلت الدولة تتدخل لتقديم ضمانات عديدة للمستهلك للتقليل من مخاطر شرائه سلعة أو آلة غير مطابقة للمواصفات تضمن سلامته.

الزم المشرع كل متدخل أن يحترم الرغبات المشروعة للمستهلك أثناء عرضه للمنتوج وذلك من حيث طبيعته وصفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة، وهويته وكمياته وقابليتها للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله ومصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه و الاحتياطات المتعلقة بذلك،² بل ألزم المشرع المتدخل بالتحري حول مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك حتى ولو قام الأعوان المكلفون بالرقابة بهذه التحريات.³

فالمواصفات القانونية هي مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب على المتدخل احترامها في المنتوج سواء كان سلعة أو خدمة طوال فترة الإنتاج حتى الاستهلاك، حيث لا يمكن تصور تقديم شهادة المطابقة لمنتوج ما، في حين هو لا يستجيب لشروط إنتاجه أو تم إنتاجه بطريقة مخالفة للمقاييس الموضوعية لذلك.

¹ - أرزقي زوبر: " حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مذكرة ماجيستر فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011م، ص 134.

² - مضمون المادة: 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 السالف الذكر.

³ - مضمون المادة: 12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 السالف الذكر.

ثانيا: احترام المواصفات القياسية:

بالرجوع للمادة 02 من القانون رقم 04/04 المتعلق بالتقييس عرف بأنه: "النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين، ويقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين"¹، والمواصفات القياسية هي عبارة عن مجموعة معطيات تقنية وعلامات وخصائص وطرق التحاليل والتجارب اللازم إجراؤها على المنتجات والخدمات قصد التأكد من جودتها والاطمئنان على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك.²

يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتج من جهة مباشرة وجهة أخرى غير مباشرة يهدف إلى البحث في مسألة السلامة، ويتجلى ذلك من خلال أن التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة، وبذلك السلامة تعتبر مظهرا من مظاهر المطابقة.³

تقوم الهيئة الوطنية للتقييس ممثلة في "المعهد الجزائري للتقييس" بمهمة اعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها بالإضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقا.⁴

ويمكن لمعامل اقتصادي أن يطلب من الهيئة المكلفة بالتقييس بتعديل المقاييس الجزائرية وإلغائها في حال ظهور مواصفات جديدة أكثر فعالية.⁵

¹ - المادة 02 من قانون 04/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يتعلق بالتقييس.
² - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مرجع سابق ص 173.
³ - فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران (السانية)، 2007م، ص 173.
⁴ - علي يحيى بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، عين مليلة، 2000م، ص 31.
⁵ - أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص 46.

ويوجد هناك عملية الإشهار على مطابقة المقاييس ويعترف بها بواسطة شهادة المطابقة وعلامة المطابقة، بأن منتجا ما مطابقا للمواصفات أو الخصائص التقنية كما هي محددة في القانون رقم 04/04 المتعلق بالتقييس.

كما أن الاشهار على المطابقة يهدف إلى إثبات جودة المواد المنتجة محليا أو المستوردة ومطابقتها للمقاييس المعتمدة للمواصفات بعلامة "ت ج" والتي تعني تقييس جزائري.

وقد نصت المادة 03 الفقرة 01 من القانون رقم 09/17¹ الذي يتعلق بالنظام الوطني للقياس على مفهوم القياس كما يلي: " القياسة هي علم القياس وتطبيقاته ويشمل جميع الجوانب النظرية والعملية للقياس مهما كان ارتياب القياس ومجال التطبيق، وتشمل كل من القياسة الأساسية والقياسة القانونية، والقياسة الصناعية".

وجاء هذا القانون المتعلق بالنظام الوطني للتقييس لفرض إجراءات صارمة على المستوردين والتجار الذين لا يعملون بالمقاييس المحددة قانونا، كما اشتمل كذلك في الفصل الثالث منه على وحدات القياس ومعايير القياس.²

المطلب الثاني: إلزامية الضمان و الوسم:

يعتبر الضمان من أهم الالتزامات التي رتبها المشرع الجزائري على عاتق المتدخل ليضمن حق المستهلك في التعويض من العيوب الخفية في المنتج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك وقد ظهر التزام الضمان خاصة مع التطور الصناعي والتكنولوجي في المنتجات الاستهلاكية التي أصبح اعتماد المستهلكين عليها أمرا أساسيا بما حقق لهم من الرفاهية إلا أنها في نفس الوقت قد زادت من فرص المخاطر التي تهددهم في أرواحهم و أموالهم.³

¹ - قانون رقم 09/17 مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1438 هـ ، الموافق لـ 27/ مارس سنة 2017م، يتعلق بالنظام الوطني للقياس، ج ر، عدد 21، الصادرة بتاريخ 02 أبريل 2017.

² - انظر المواد 09 - 10 - 11 - 12 من القانون رقم 09/17 السالف الذكر.

³ - علي يحي بن بوخميس. مرجع السابق. ص 34.

ولقد نص القانون رقم 09-03 صراحة على إعلام المستهلك (الوسم) من خلال هذه النصوص التشريعية اقر المشرع الجزائري للمستهلك حماية عن طريق جملة من الآليات القانونية التي رصدت لحماية حق المستهلك في الإعلام سواء على مستوى الإدارات المكلفة أو على مستوى الهيآت القضائية المختصة و التي تعتبر كحماية تطبيقية لحق المستهلك في الإعلام¹.

الفرع الأول : إلزامية الضمان و الخدمة ما بعد البيع

نص المشرع على إلزامية الضمان و الخدمة ما بعد البيع في الفصل الرابع من المادة 13 إلى المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09².
وعرف الضمان في المادة الثانية منه : «الضمان : التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتوج, باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته»

أولاً : الضمان القانوني

نظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات³, وفي حالة وجود عيب في المنتج الزم المشرع الضامن أو المتدخل بتنفيذ الضمان وفق ثلاثة أوجه إصلاح المنتج أو استبداله أو رد ثمنه⁴.

موضوع الضمان :

بالرجوع إلى نص المادة 13 من قانون رقم 09-03 والتي تنص على انه : «يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جاهزا أو أداة أو آلة أو عتادا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون و يمتد هذا الضمان أيضا للخدمات»
لقد الزم المشرع المتدخل بضمان المنتج و الخدمات إلى حد سواء .

¹ - ماني عبد الحق . حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و المصري . مذكرة ماجستير . كلية الحقوق والعلوم السياسية . جامعة محمد خيضر، بسكرة. 2008-2009 ص 03 .

² - انظر المواد : 13-14-15-16 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/10/1990 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات . ج ر عدد 40 الصادر بتاريخ 19/10/1990 . الجزائر 1990

⁴ - المادة 05 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر.

ثانياً: الضمان الإتفاقي.

نجد أن القانون المدني يجبر الاتفاق على تعديل أحكام الضمان بالزيادة أو الإنقاص أو الإعفاء . باستثناء حالة تعمد البائع إخفاء العيب غشا منه وهذا ما نصت عليه المادة 384 منه :«يجوز للمتعاقدين بمقتضى اتفاق حاول أن يزيد في الضمان أو ينقصا منه وان يسقطا هذا الضمان غير أن كل شرط يسقط الضمان أو ينقصه يقع باطلا إذا تعمد البائع إخفاء العيب في المبيع غشا منه »

فبالنسبة للضمان الإتفاقي نجد أن المشرع الجزائري قد أجازته في المادة 14 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فيكون تقديم الضمان من طرف المتدخل بمقابل أو مجانا .

وبهذا يكون المشرع الجزائري قد شجع على الضمان الإتفاقي أو التعاقد الذي يهدف إلى توسيع مجال الضمان بالإضافة إلى الحماية القانونية التي فرضها القانون للمستهلك.¹

ثالثاً : شهادة ضمان.

الزم المشرع المتدخل تقديم شهادة الضمان والتي يجب أن يبين فيها بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات و ذلك في شكل وثيقة مراجعة المنتج.²

وبالرجوع إلى المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات فقد ألزمت المتدخل على ذكر البيانات التالية :

- نوع الضمان (ضمان قانوني او اتفاقي)

- شروط تشغيل المنتج

- رقم القانون أو تذكرة الصندوق و تاريخها

- نوع المنتج المضمون لاسيما نمطه و صنفه رقمه التسلسلي

- سعر المنتج المضمون

- مدة الضمان

- المتنازل له بالضمان عند الاقتضاء

¹ - علي يحيى بن بوخميس . مرجع سابق . ص 48 .

² - المادة 14 فقرة 02 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 السالف الذكر.

- العبارة الآتية : « يطبق الضمان القانوني في كل الأحوال »

رابعاً : جزاء الالتزام بالضمان.

قد نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 على ثلاث حالات إذا ظهر عيب بالمنتج إما استبدال أو إرجاع ثمنه أو تصليحه.¹

1 - إصلاح المنتج :

الزم المشرع المتدخل أن يأخذ على عاتقه إصلاح المنتج وتحمل كافة نفقات الإصلاح من قطع غيار و مصاريف اليد العاملة وغيرها جبراً للضرر حتى يعود المنتج إلى طبيعته.²

2 - استبدال المنتج :

ويأتي هذا الالتزام إذا تعذر إصلاح المنتج كأن يصاب بعيب أو خلل جسيم يؤثر على صلاحية المنتج بأكمله. وفي حالة ما إذا أمكن إصلاح المنتج من طرف المتدخل وإعادةه إلى حالته الطبيعية ودون مقابل، للمتدخل حق رفض استبدال المنتج في هذه الحالة.³

3 - رد ثمن المنتج :

وفي حالة استحالة الإصلاح أو الاستبدال للمنتج فإن المشرع الزم المتدخل برد الثمن وذلك من دون تأخير وحسب شروط حددها وهي كما يلي : - يرد جزءاً من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً وفضل المستهلك الاحتفاظ به .

- يرد الثمن كاملاً إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلية، وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب .

¹ - انظر المادة 13 فقرة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 السالف الذكر.
² - سليم سداوي , حماية المستهلك الجزائر نموذجاً, الطبعة الاولى, دار الخلدونية, الجزائر, 2009, ص : 84 .
³ - علي يحيى بن بوخميس. مرجع سابق . ص: 46 .

4 - خدمة ما بعد البيع :

أعطى المشرع حماية إضافية وأكثر فاعلية للمستهلك بعد انتهاء فترة الضمان حيث نصت المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 على انه: «في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره بتعيين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق».

حيث تركز خدمة ما بعد البيع على توفير وسائل مواتية للعناية بالمنتج وعلى تدخل عمال تقنيين مؤهلين وتوفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية¹.

الفرع الثاني: إلزامية إعلام المستهلك (الوسم):

لقد ألزم المشرع المتدخل في القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمستهلك إعلام المستهلك بالمنتج المعروض للبيع.

أولاً: مفهوم الإعلام.

والإعلام لغة: " أعلم يعلم إعلاماً: أخبر به، جعله يعرفه"

اصطلاحاً: يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة، ويشترط في الإعلام المصادقية والوضوح.²

ثانياً: دور الوسم في إعلام المستهلك.

إن الالتزام بإعلام المستهلك عن طبيعة المنتجات من الأمور التي فرضت نفسها في مجال العلاقات بين المستهلكين من ناحية، والمنتجين والموزعين من ناحية أخرى، ذلك أن المستهلك يخضع لسيطرة المنتجين والموزعين، وبالتالي كان لا بد أن يتقرر حق

¹ - فدوى قهوجي. ضمان عيوب المبيع فقها و قضاءا . دار الكتب القانونية . القاهرة . 2008 . ص: 15

² - علي يحيى بن بوخميس، مرجع سابق، ص 50.

المستهلك في العلم بحقيقة السلعة وعناصرها ومواصفاتها وصلاحياتها، ويقتضي هذا الحق بأن يقوم المنتجون والموزعون بإعلام المستهلك وإخباره عن خصائص السلع والخدمات وما يحيط بها من مخاطر.¹

I. تعريف الوسم: الوسم هو: "مجموع البيانات والتنبيهات الإلزامية الواجب إظهارها على المنتج المعروض للبيع واللصيقة به"².

المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية في المادة 02 منه حيث عرفه: "وسم: كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع".

عرف المشرع في المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 بقوله: "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 سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بعض النظر عن طريق وضعها".

كما نصت المادة 17 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

وقد ألزم المشرع المتدخل في إعلام المستهلك عن طريق الوسم ويكون باللغة العربية هذا ما نصت عليه المادة 18 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، "يجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساساً..."

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، ص 140.

² - ماني عبد الحق، مرجع سابق، ص 87.

II. البيانات الإجبارية للوسم:

لم يتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش البيانات والمعلومات الواجب ذكرها على بطاقة الوسم حيث اكتفى بالنص في المادة 18 منه على إلزامية إدراج بيانات الوسم الإجبارية حيث أحال تفصيل تلك البيانات إلى النصوص التنظيمية المتعلقة بالوسم.¹

وفيما يخص الإضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، صدر مرسوم تنفيذي جديد رقم 06-12 ألزم المشرع المتدخل في مجال إعلام المستهلك، إضافة إلى البيانات السابق ذكرها ضرورة أن تحتوي الإضافات الغذائية المدمجة في المواد الغذائية والمواد الموجهة للمستهلك وبطريقة واضحة ومقروءة على أغلفتها بيانات الوسم التالية:

بالنسبة للإضافات الغذائية المدمجة في المواد الغذائية: ضرورة ذكر اسم كل مضاف غذائي عبارة "لأغراض غذائية" أو أي عبارة ملائمة، الكمية القصوى لكل مضاف غذائي أو مجموعة إضافات غذائية (ذكر قياس الوزن، الحجم، عدد الصفائح....)، عبارة "لا ينصح بتناوله من طرف الأطفال" في حالة استعمال محليات، عبارة "لا ينصح بتناوله من طرف ذوي الحساسية أو الحساسية المفرطة من الإضافات الغذائية".²

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 2005/12/22 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية العدد 83 المؤرخة في 2005/12/25 الأمانة العامة للحكومة المطبوعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.
² - مضمون المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 مؤرخ في 15 مايو 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال الإضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية العدد 30 الصادرة بتاريخ 16 مايو 2012م.

الفصل الثاني: الهيآت المختصة لحماية المستهلك والآليات

المستعملة.

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة وكلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك وحمايته، ويتنوع دور هذه الأجهزة تبعاً للغرض الذي أنشأت من أجله فقد كلفت بسلطة رقابة سواء على المستوى الوطني أو على المستوى المحلي وذلك حسب الصلاحيات المخولة لها، وحسب النظام التابعة له فنجد هناك هيئات إدارية وأخرى قضائية وهناك هيئات أخرى مثل: جمعيات حماية المستهلك.

المبحث الأول: دور الهيآت الإدارية في حماية المستهلك.

تشرف الهيئات الإدارية في إطار حماية المستهلك على تنظيم السوق ومنع بث الاضطراب فيه قصد توفير حاجيات المستهلك بعيداً عن كل ممارسة غير نزيهة قد يلجأ إليها المتدخل لتحقيق منافع وأرباح من جراء ذلك، وعليه فإن الهيئات المختصة في حماية المستهلك تسعى إلى تنظيم السوق والمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين ومن ذلك تحمي حق المستهلك والدفاع عن مصالحه وحرية اختياره لمختلف السلع والخدمات المراد اقتناؤها ويختلف دور الهيئات الإدارية حسب الغرض الذي أنشأت من أجله.

المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهيكل التابعة لها في حماية المستهلك.

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

الفرع الأول: مصالح وزارة التجارة

لقد صدر مرسوم تنفيذي رقم 02-453 بتاريخ 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة،¹ 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.

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

- يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

- يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية

للتحليل في مجال الجودة.

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

- يعد وينفذ إستراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير

الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاؤها".

وكذلك يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر

الوزارية الأخرى،² قصد ترقية المنافسة و تنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة جودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للبيع والمقبل عليها المستهلك.

أولاً: المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والمديرية العامة للرقابة

الاقتصادية وقمع الغش.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.

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

من خلال استقراء مواد المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة،¹ فإنه كلف لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين والمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين.

1- المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تعمل هذه المديرية بمختلف الوسائل اللازمة في إطار تنفيذ مهامها على حماية صحة وسلامة المستهلك، بحيث تشرف على خمس مديريات تعمل على السهر على ترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

تعتبر مديرية المنافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين في إطار تنظيم المنافسة وحماية المستهلك، حيث كلاهما يعملان على تنفيذ المهام المخولة لهما في حدود اختصاصهما، ومن هذا نستنتج:

أنه لا يمكن توفير حماية كاملة للمستهلك أمام وجود منافسة غير مشروعة أو غير نزيهة في السوق، حيث تؤثر المنافسة غير النزيهة بين الأعوان الاقتصاديين في حصول المستهلك على السلع والخدمات بالرغبات المطلوبة لديه، كما لا يمكن كذلك توفير أفضل حماية للمستهلك متى كانت السلع والخدمات المعروضة في السوق، تتنافى مع المقاييس الواجب توفرها في السلعة أو الخدمة وعدم جودتها.

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 17 شعبان 1429 الموافق 19 غشت 2008، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17 شوال 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48 الصادرة في 24 غشت 2008.

2- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

تعتبر المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش متنوعة حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08 - 266 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث تقوم بمراقبة الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية، كما تعمل على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع السهر على تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق.¹

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

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

يقابل هذه المديرية في فرنسا المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش،² والتي تعمل على تنظيم النشاط الاقتصادي في السوق ومراقبة مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للالتزامات القانونية والتنظيمية المفروضة عليهم، حيث تساهم في مختلف الأنشطة الموضوعية لحماية المستهلك بالدرجة الأولى، ولقد طالبت في العديد من المرات بتعديل بعض النصوص القانونية التي لم تعد تتجاوب مع حجم التطور الذي تعرفه المنافسة، الأمر الذي أدى بالمشروع الفرنسي في 2008 إلى سن قانون جديد يعدل كل من القانون التجاري وقانون الاستهلاك الفرنسي.³

¹ - مضمون المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 02- 454 المعدل والمتمم السالف الذكر.

² - DGCCRF: Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes .

³ -Loi N° 2008- 3 du 03 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs. JORF du 04-01-2008, voir le site: www.conso-France.org.

ثانيا: المديریات الولائية والجهوية للتجارة

بالرجوع إلى نص المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 409-03 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلحاياتها وعملها¹ فإنه: "تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل:

- مديريات ولائية للتجارة.

- مديريات جهوية للتجارة."

تقوم هذه المديریات بتنظيم شؤون المتعاملين الاقتصاديين والحرص على المنافسة الحرة والمشروعة بينهم من جهة ومن جهة أخرى الحرص على جودة السلع والخدمات المقدمة للمستهلك وحماية حقوقه، أما المديریات الجهوية للتجارة والبالغ عددها تسع مديريات فإنها تعمل على تقييم وتوجيه نشاطات المديریات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي، وتعتبر كذلك وسيط بين وزارة التجارة والمديريات الولائية للتجارة، أما إذا كانت التحقيقات التي تباشرها تتطلب تخصصات معينة فإنه بإمكانها أن تطلب تدخل هيئات ذات اختصاص جهوي لتسهيل ذلك وأهمها الأقسام الإقليمية للتجارة، ومفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود.²

الفرع الثاني: الهيئات المختصة التابعة لوزارة التجارة

في إطار المنافسة القوية بين المتعاملين الاقتصاديين وحماية الحقوق ومصالح المستهلك أمام المنافسة غير النزيهة أدى ذلك بالمشروع الجزائري إلى وضع سياسة وطنية وأسرع في إنشاء هيئات مختصة لمراقبة المتدخل في عملية الإنتاج وحماية المستهلك من التعسف في استعمال قوة المتعامل الاقتصادي وفرض هيمنته على السوق وعرض مواد استهلاكية مغشوشة أو منتهية الصلاحية وغير مطابقة للمقاييس المعمول بها وهذه الهيئات تتمثل في:

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 409-03 مؤرخ في 10 رمضان 1427 الموافق 05 نوفمبر 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلحاياتها وعملها، ج ر عدد 68، الصادرة في 09 نوفمبر 2003.

² - قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رجب 1427 الموافق 15 غشت 2006، يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة و مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود، ج ر عدد 07، الصادرة في 28 يناير 2007.

أولاً: المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC):

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلك هيئة وطنية استشارية أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992.¹

وذلك تطبيقاً لنص المادة 24 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى.²

كما سبق الذكر أن المجلس الوطني لحماية المستهلك له دور استشاري فهو جهاز يقترح آراء في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي تتكون منها المنتجات أو السلع والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجر عنها من أضرار مادية ومعنوية بالنسبة لمصلحة المستهلك، وبالتالي فإن المجلس لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي آراء تتعلق أساساً بحماية صحة المستهلك.

كما يعد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها والعمل على إعلام المستهلكين وتوعيتهم، وكذلك في كل المسائل المرتبطة بنوعية السلع والخدمات والتي يعرضها عليه الوزير المكلف بالنوعية أو أي هيئة أو مؤسسة معنية أو ستة من أعضائه على الأقل.³

ثانياً: المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACPE)

تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 الذي يبين تنظيمه وعمله.⁴

يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يكتسب الشخصية المعنوية والاستقلال المالي، يخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مديراً لتمثيل

¹ - مرسوم تنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 05 محرم 1413 الموافق 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 52، الصادرة 1992.

² - بالرغم من إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلكين المنصوص عليه في المادة 24 من القانون 89-02 وكذا صدور المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المحدد لاختصاصاته إلا أنه يلاحظ تكرار نفس المادة في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

³ - ب- موالك: الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، مرجع سابق، ص 62.

⁴ - مرسوم تنفيذي رقم 03-318 مؤرخ في شعبان 1424 الموافق 30 سبتمبر 2003، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 06 محرم 1410 الموافق 08 غشت 1989 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 59، الصادرة في 05 أكتوبر 2003.

المركز وكذا الإشراف على مصالح المركز الخارجية التابعة له من مخابر ومفتشيات
جهوية.¹

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 يكمن في مجال الرقابة بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى
اكتشاف أعمال الغش والتزوير ومخالفة التشريع الساري العمل به في مجال نوعية السلع
والخدمات.

يلعب المركز دورا آخر لا يختلف عن تلك المذكورة أعلاه، بحيث يقوم بإجراء أية
دراسة تتضمن تقنيات إنتاج الرزم والمواد التي تتكون منها بالتعاون مع المؤسسات
والهيئات المختصة الوطنية أو الدولية، وأفضل مثال على ذلك المشروع الجزائري الكندي
الذي يتضمن نظام يتمحور حول الوقاية وممارسة الرقابة بمختلف أشكالها في قطاع
المواد الغذائية بهدف إيجاد غذاء صحي.²

ثالثا: شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ):

أنشأت 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.³

إلى حين صدور المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية
لوزارة التجارة في 2002م، دخلت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة
للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، فأصبح يطلق عليها مديريةية مخابر التجارب وتحاليل

¹ - هناك أربع مفتشيات يشرف عليها المركز وهي: المفتشية الجهوية للوسط، المفتشية الجهوية للشرق، المفتشية الجهوية للغرب،
المفتشية الجهوية للجنوب.

² - KAHLLOUL (M), MEKAMCHA (G). la protection du consommateur en droit ALGERIEN. rev IDARA N°02 val 05;1995;p 30

³ - ج ر عدد 80، الصادرة في 07 ديسمبر 1997.

الجودة،¹ هدفها القيام بالرقابة والتأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش.

يمكن لشبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشئة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموجودة عبر التراب الوطني والبالغ عددها 11 مخبرا من أربع مخابر جهوية.²

قصد تحسين سير هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة وتطبيقها بشكل واسع، وفي هذا الصدد كشف الوزير المكلف بالتجارة أن مصالحه شرعت في مشروع لإنجاز مخبر لمراقبة المنتجات الاستهلاكية بكل ولاية على أن تكتمل العملية سنة 2013 وذلك بعد أن أطلق مشروع إنجاز مخبر وطني ببلدية المعالمة بالعاصمة وجاء هذا الرد من الوزير، بعد السؤال الشفهي المطروح عليه لدى مجلس الأمة حول مسؤولية الوزارة في مراقبة المنتجات المستوردة، في الوقت الذي أصبحت فيه السوق المحلية مرتعا للسلع الفاسدة والمقلدة التي تهدد صحة المواطن والاقتصاد الوطني.³

¹ - تتشكل من 65 عضو منها رئيس و5 نواب ينتخبون لمدة 03 ثلاث سنوات وينقسم إلى خمس لجان يشرف عليها نواب الرئيس وهي: لجنة تامين النوعية، لجنة الصيانة والتجهيز، الإعلام العلمي، القياس والموازن، لجنة طرق التحليل، حيث تقوم هذه اللجان بوضع مخطط عمل يعرض على مكتب المجلس لمناقشته وإثرائه وبعدها للمصادقة عليه، والهدف منه وضع سياسة ترمي إلى حماية الاقتصاد الوطني وضمان حماية أمن وصحة المستهلك.

² - المخابر الرسمية لمراقبة النوعية وقمع الغش هي: مخبر الجزائر، عنابة، بجاية، الشلف، قسنطينة، وهران، ورقلة، تبارت، سطيف، سعيدة، تلمسان، أما المخابر الجهوية منها فهي مخبر الجزائر، مخبر قسنطينة، مخبر وهران، مخبر ورقلة، أنظر الموقع

³ - محمد سالم، جريدة الشروق تحت عنوان "48 مخبر لمراقبة السلع الفاسدة والمقلدة"، العدد 2520، الصادرة في 31 جانفي 2009، ص10.

المطلب الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.

الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي لهما صلاحيات إدارية كل على حدى على حسب نوع اختصاصهما الإداري ودائرة الاختصاص الإقليمي لكل واحد منها، فالوالي يعتبر المسؤول الأول للولاية بأكملها، أما رئيس المجلس الشعبي البلدي فاخصاصه الإقليمي وسلطته الإدارية على حسب حدود بلديته وباعتبارها جزء من المجتمع فالمشرع الجزائري خول لهما صلاحيات كل على حسب اختصاصه بوضع حد للممارسات التجارية غير المشروعة , و المنافسة للمنافسة وهذا حفاظا على صحة المستهلك وأمنه وسلامة الأغذية الموجهة للاستهلاك.

الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك

يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للتجارة التي تعمل على صحة وأمن المستهلك وتحمي المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش.¹

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلا للدولة والمسؤول الأول في الولاية فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد، حيث تنص المادة 114 من القانون رقم 12-07 المتعلق بالولاية،² أنه يكون: "الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والامن والسلامة والسكينة العامة"، فتطبيقا لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك إذ تنص المادة 118 من ذات القانون أنه: "توضع تحت تصرف الوالي مصالح الأمن لتطبيق القرارات المتخذة في إطار المهام المنصوص عليها في المادة 114 أعلاه".

ومن خلال استقراء هذه المواد نستنتج أن صحة وسلامة الأفراد محل حماية من طرف الوالي وهذا الأخير لديه سلطة إدارية في دائرة اختصاصه الإقليمي، فيجب عليه أن يتخذ التدابير اللازمة من أجل حماية المستهلك الذي هو جزء من المجتمع، وهدف هذا

¹ - كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، د ت م، ص 86.

² - قانون رقم 12-07 مؤرخ في 21 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج ر عدد 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.

التدخل لتحقيق الحماية والأمن والسلامة الغذائية للمستهلك هو تحقيق المصلحة العامة في المجتمع، إذ أن المحافظة على النظام العام في حدود احترام وحماية النظام القانوني للحقوق والحريات العامة الفردية بصورة وقائية وفق فكرة البوليس الإداري التي تعتبر فكرة وقائية لحماية النظام العام والمصلحة العامة، أي المحافظة على الأمن العام والسكينة والصحة العامة بطريقة وقائية للتنظيم والعمل الإداري.¹

فالوالي له سلطة مطلقة في ولايته ويمكن له أن يعتمد على المديرية التابعة لوزارة التجارة الموجودة على مستوى كل ولاية في إطار السياسة الوطنية المتعلقة بحماية المستهلك، كما له أن يستفيد من أعمال المخابر وشبكات التحاليل والنوعية في حالة الشك في مواد قد تضر بصحة وسلامة الأفراد، وله أن ينشأ مثل هذه المصالح متى كانت الضرورة في ذلك 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".

وعليه فمن احتياجات المستهلكين هو توفير مكاتب الصحة ومخابر مراقبة النوعية قصد تفادي الإضرار بمصالحهم من جهة، ومن جهة أخرى قصد توعيتهم من المخاطر التي تهددهم، إذ تتجلى دور هذه الهيئات في الوقاية التي تقوم بها في أي مكان من أماكن الإنشاء الأولي للإنتاج، أو التحويل أو التوضيب أو الإيداع، أو العبور، أو النقل والتسويق.²

عموما يتمثل دور الوالي في حماية المستهلك بصفته ضابطا للشرطة القضائية،³ في اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تقي المستهلك من الأخطار الناجمة عن المنتوجات المعيبة أو الرديئة، وذلك بسحب المنتج مؤقتا أو بصفة نهائية وكذلك للوالي دور في منح أو سحب الرخص لبعض النشاطات المقننة والحساسة والتي يمكنها أن تضر بمصلحة

¹ - أغا جميلة، دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 233.

² - كالم حبيبة، المرجع السابق، ص 86.

³ - علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 64.

المستهلك وصحته مثل المقهى أو المطعم، والتي تمنحه (DRAG) مديرية التنظيم والشؤون العامة والتقنين، وبإمضاء من الوالي بعد التحقيق المعمق مع الفرق المختلطة من حماية مدنية وأمن حضري... الخ، كما يمكن للوالي كذلك اتخاذ قرار غلق المحل التجاري باقتراح من المديرية الولائية للتجارة.

الفرع الثاني: دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.

يمارس رئيس المجلس الشعبي البلدي وظائفه في مجال واسع.

ويطبق سلطاته في مجالات منتظمة لضمان صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة.¹

يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية.²

أما فيما 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 طبقا لنص المادة 75 فقرة 02 من نفس القانون:

" المحافظة على النظام العام وسلامة الأشخاص والأماكن"، أما الفقرة 08 من نفس المادة فإنها تنص على أنه يتولى: " السهر على نظافة المواد الاستهلاكية المعروضة للبيع".

ففي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس المجلس الشعبي البلدي اللجوء إلى استعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك قصد منع الإضرار بالمواطنين عامة

¹ - حملجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2005-2006، ص 61..

² - مضمون المادة 68 من القانون رقم 90-08 المتعلق بالبلدية، ج ر عدد 15، الصادرة 1990.

وبالمستهلك خاصة، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة الشرطة البلدية طبقاً لنص المادة 74 من قانون البلدية.¹

إلى جانب ذلك فإنه حفظاً لصحة الأفراد ونظافة المحيط، فإن البلدية تتكفل بحفظ الصحة والنظافة العمومية تطبيقاً لنص المادة 107 من قانون البلدية والتي تنص على أنه:
"تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لاسيما في مجال ما يأتي:

- توزيع المياه الصالحة للشرب.
- صرف ومعالجة المياه القذرة والنفايات الجامدة الحضرية.
- مكافحة ناقلات الأمراض المعدية.
- نظافة الأغذية والأماكن والمؤسسات التي تستقبل الجمهور.
- مكافحة التلوث وحماية البيئة".

لقد صدر في سنة 1987 مرسوم تنفيذي رقم 87-146 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات.²

وهذا في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة.

كما تعتمد البلدية في تطبيق هذه المادة 107 السالف ذكرها على مكاتب النظافة الموجودة على مستواها (BCH)³ المنشئة بموجب المرسوم رقم 87-116 المؤرخ في 30 جوان 1987، وهي موضوعة تحت الإدارة المباشرة لرئيس المجلس الشعبي البلدي.

¹ - أنظر المادة 74 من قانون البلدية السالف الذكر.

² - ج ر عدد 27، الصادرة سنة 1987.

³ - BCH: Bureaux Communaux d'Hygiène.

المبحث الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك.

أولت مختلف التشريعات أهمية بالغة لجمعيات حماية المستهلك كونها لا يمكن إغفالها من أجل تحقيق حماية متكاملة مع باقي الأجهزة والهيئات الأخرى، بحكم أنها تمثل المجتمع باعتبارها هيئة مدنية غير حكومية واحتكاكها المباشر مع فئة المستهلكين فهي تملك القدرة على التمييز بين التجار النزهاء والتجار المخالفين الذين يستغلون هيمنتهم على المنافسة التجارية في استغلال ضعف قوة المستهلك في العلاقة الاستهلاكية بين المتدخل والمستهلك، وكذلك تلعب الجمعيات دور من ناحية التحسيس والتوعية والإعلام وإشراك مختلف الشرائح في المجتمع من أجل نشر الوعي لدى المستهلك، وأكثر من ذلك فقد منح القانون لهذه الجمعيات الحق في اللجوء إلى القضاء لحماية المستهلكين نيابة عنهم في مواجهة المتدخلين.

أما دور السلطة القضائية باعتبارها السلطة المخول لها قانونا توقيع العقاب على المتدخل، كما لها سلطة الإنفراد بتوقيع عقوبات سالبة للحرية لردع المخالفين فهي تمثل ضمانا مهمة لحماية المستهلك وحصوله على تعويض الضرر الذي لحق به جراء عدم وفاء المتدخل بالتزاماته.

المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك

أولت الدولة أهمية بالغة لإنشاء جمعيات حماية المستهلك نظرا للدور الكبير الذي تلعبه في توعية وحماية المستهلك من الأخطار المحدقة به، وقد حولها القانون عدة صلاحيات تقوم بها مما أصبح من الواجب تواجد هذه الجمعيات وانتشارها على مستوى الوطن ضرورة بسبب الانفتاح الاقتصادي على سلع وخدمات متنوعة معروضة على المستهلكين سواء من طرف منتجين وطنيين أو أجانب، حيث تعمل على مساعدة الإدارات الرسمية وتتقاسم المسؤولية معها في مراقبة الأسواق وتطهيرها من أي منتج لا يتطابق مع المواصفات المحددة قانونا، كما أن هدفها يتجاوز ذلك عن طريق مكافحتها للجرائم

المرتبطة بالممارسات التجارية كالتهريب، الغش والإعلانات المضللة، والتي من شأنها إيذاء المستهلك في مصالحه المادية.¹

لقد اعترف المشرع الجزائري بالحق في تأسيس الجمعيات بموجب أول قانون خاص بالجمعيات وهو القانون رقم 31²/90 المتعلق بالجمعيات، وكذلك نص الدستور على هذا الحق نظرا لمساهمة هذه الجمعيات في التوعية بين أفراد المجتمع، ومساهمتها في عملية التنمية في الجزائر، حيث نصت المادة 41 من الدستور على أن: "حريات التعبير، وإنشاء الجمعيات، والاجتماع، مضمون للمواطن"

ولقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 02/89 الصادر في 07 فيفري 1989م والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بموجب القانون رقم 03/09 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث أفرد في الفصل السابع وتحت عنوان "جمعيات حماية المستهلك" المواد 21-22-23-24 مهام وتنظيم جمعيات حماية المستهلك في الحفاظ على حقوق ومصالح المستهلكين.

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك وتأسيسها

جمعيات حماية المستهلك هي هيئات تطوعية، غير حكومية، يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني، لا تهدف إلى الربح وإنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية نيابة عنه ضد جشع التجار والمحتكرين.³

¹ - الهواري هامل " دور الجمعيات في حماية المستهلك" مجلة العلوم القانونية والإدارية عدد خاص صادر عن كلية الحقوق، بجامعة جيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، أبريل 2005، ص 224.

² - قانون رقم 31/90 المؤرخ في 04-12-1990م، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادرة بالجريدة الرسمية رقم 53، الصادرة بتاريخ 1990/12/04م.

³ - بختة دندان "دور جمعيات حماية المستهلك" مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك، " تشريعات وواقع" يوم 22-23 أبريل 2008م، بالمركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة، ص 01.

وقد نصت المادة 02 من قانون رقم 06/12¹ على أنه: "تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون، تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة".

ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مريح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني".

من خلال مفهوم المادة السالفة الذكر أن الجمعية هي تجمع عدة أشخاص على عمل خيري غير مريح ولكل جمعية هدفها المعين الذي أنشأت من أجله.

ومن خلال استقراء المادة 02 السالفة الذكر فقرة 03 التي نصت على أنه: "يجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة ويجب أن تعبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع".

فنقول أن جمعية حماية المستهلك هي جمعية موضوعها حماية المستهلك الذي أدرج في اسمها، والحماية تكون من كل الأخطار المحدقة والتي قد تسبب أضرار للمستهلكين، وتتمثل الحماية كذلك في التوعية والتحسيس من المخاطر للمنتجات السريعة التلف والتي قد تشكل خطرا على صحة المستهلك.

ثانيا: تأسيس جمعية حماية المستهلك

تكتسب جمعية حماية المستهلك الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها والمشكلة من أشخاص طبيعيين ومعنويين،² وحسب القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات تأسس الجمعية من قبل (10) أعضاء على الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية و(15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل، و(21) عضو بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاث ولايات على الأقل و(25) عضو بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن اثني عشر ولاية على الأقل.

¹ - قانون رقم 06/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012م - يتعلق بالجمعيات.
² - مضمون المادة 02 والمادة 17 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات.

ونلاحظ أن مشكل الموارد المالية لا يشجع أبدا الجمعيات على التحرك والنشاط للقيام بدورها على أكمل وجه خاصة في مجال حماية المستهلك فكان على الدولة أن تكون سخية باعتبار أن الجمعيات همزة وصل بين المواطن والحكومة ولا يقل أهمية عنها.¹

تجدر الإشارة إلى أن أغلب جمعيات حماية المستهلك المتواجدة اليوم شكلت قبل المصادقة على قانون 04 ديسمبر 1990م.²

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

- الجمعية الجزائرية لحماية المستهلكين (AAPC) المنشأة عام 1988م.

- جمعية المصلحة والدفاع عن المستهلك (IDEC) المنشأة عام 1989م

والملاحظ أن الجمعيات المحلية عددها كثير بالمقارنة بالجمعيات الوطنية وهذا طبيعي حيث بلغ عددها 54 جمعية محلية وفقا لإحصائيات وزارة التجارة 2009م.³

الفرع الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا وتربويا وإعلاميا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، وقد أعطاه المشرع الجزائري الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها، وهناك وسيلتان تلجأ إليها عادة لتحقيق أهدافها، وهما "الدعاية المضادة والمقاطعة"⁴

وتقوم كذلك جمعيات حماية المستهلك بدور وقائي الهدف منه منع وقوع الضرر على المستهلك، وذلك من خلال تحسيس ومراقبة الأسعار، وذلك لحماية نفسه من الأخطار المحدقة به دون الوقوع فيها.

¹ - بختة دندان، مرجع سابق، ص 02.

² - حداد العيد، مرجع سابق، ص 288.

³ - إحصائيات وزارة التجارة 2009م، مأخوذة من الموقع الرسمي للوزارة www.commerve.gov.dz

⁴ - ب، موالك، مرجع سابق، ص 62.

أولاً: الدور التحسيبي والإعلامي لجمعيات حماية المستهلك

من الواجبات الأساسية لجمعيات حماية المستهلك التي أنشأت من أجلها هي تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد صحته وماله أثناء اقتناء منتج استهلاكي، ولم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار الأول حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلك.¹

كما تعمل جمعيات حماية المستهلك على غرس ثقافة استهلاكية لدى المستهلكين وتنويرهم بمعلومات هامة يجب على كل مستهلك أن يعرفها عند اقتنائه لأي منتج أو خدمة مثل خصائص السلع والخدمات المعروضة للبيع، وذلك للتمييز بينها واختيار أحسنها جودة وبأقل الأثمان أو بالثمن المناسب دون الوقوع في الحيل والتدليس، أو الإضرار المضلل الذي يستعمله المتدخل لأن هدف هذا الأخير هو الربح ولا يهمله صحة المستهلك والضرر الذي يقع فيه.

وهذا التحسيس الذي تقوم به الجمعيات لحماية المستهلك يوفر المستهلك من جرائه الوقت والجهد وتجنب الوقوع كفريسة للسلع المقلدة والمغشوشة والمنتھية الصلاحية، كما يمكنه المطالبة بحقوقه جراء الوقوع في هذه الممارسات الغير الشرعية.

وفي هذا الإطار تقوم هذه الجمعيات في سبيل تحقيق هذا الدور التحسيبي والإعلامي بطبع الدوريات في الصحف أو المجلات أو النشريات الأسبوعية أو الشهرية وتوزيعها على المستهلكين أو عن طريق الإذاعة والتلفزيون أو الانترنت بالإضافة إلى عقد الندوات وإلقاء المحاضرات²، حيث تنص المادة 24 من القانون المتعلق بالجمعيات رقم 06-12: "يمكن للجمعية في إطار التشريع المعمول القيام بما يأتي:

- تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطاتها.
- إصدار ونشر نشرات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها، في ظل احترام الدستور والقيم والثوابت الوطنية والقوانين المعمول بها"

¹ - علي يحي بن بوخميس، مرجع سابق، ص 66.

² - بختة دندان، مرجع سابق، ص 40.

كما تنص المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 على أنه: "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله.... "

ولا يقتصر دور ومهام جمعية حماية المستهلك على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط بل يتعدى دورها وذلك بالمشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة، وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات.¹

ثانيا: مراقبة الأسعار

إن الأسعار ليست محددة من طرف المشرع الجزائري إلا بعض المواد المقننة السعر، إما سعر مسقف مثل الزيت والسكر أو سعر محدد مثل غاز البوتان وهذا التحديد نتيجة محدودية القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري، أما الأسعار الأخرى فهي حرة وتحددها المنافسة المشروعة بين المتعاملين الاقتصاديين وكذلك العرض والطلب على المنتج.

وبهذا نستخلص أن جمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار ولا هي تملك السلطة التي تخول لها ذلك ولكن نقول أنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.²

ففي هذه الحالة نقول أن جمعيات حماية المستهلك لديها الحق بالتدخل في تطبيق أحكام القانون رقم 02/04 والقانون رقم 03/09 وقانون المنافسة رقم 03/03 من خلال المتابعة المستمرة لمدى تطبيق هذه القوانين على الميدان وإلزام المتدخل على احترامها، وكذلك دراسة الشكاوي المقدمة من طرف المستهلكين والتحقيق فيها.

¹ - علي يحيى بن بوخميس، مرجع سابق، ص 67.

² - بختة دندان، مرجع سابق، ص 04.

الفرع الثاني: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا في حال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل.

والدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك يتمثل إما الدفاع عن حقوق المستهلك أمام الجهات القضائية، أو الدعوة إلى المقاطعة للسلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد، وهذا الدور أجازته المشرع الجزائري للجمعيات سواء في قانون المتعلق بالجمعيات رقم 06/12 أو قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09.

أولاً: الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد

تقوم الجمعيات حماية المستهلك بتوجيه انتقاد إلى بعض السلع والخدمات بالوسائل المكتوبة كالمجلات والصحف واللافتات والملصقات، أو عن طريق الوسائل السمعية البصرية كالراديو والتلفزيون والانترنت مما يؤدي إلى إلحاق أضرار بالغة بالمنتج أو مقدم السلعة.¹

وأسلوب الدعاية المضادة والذي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان.

يكون بإتباع هذه الجمعيات لطريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، بالنسبة للنقد العام يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير.²

يبقى أن نشير في الأخير إلى أنه وكأصل عام فإنه لا مجال للحديث عن خطأ جمعيات حماية المستهلك في استعمال حق النقد باعتباره مظهراً من مظاهر حرية التعبير، على العكس من ذلك إذا كان هذا النقد صادر من تاجر تجاه منافسه فهذا غير جائز لأنه

¹ - بختة دندان، مرجع سابق، ص 06.

² - السيد محمد السيد عمران، مرجع سابق، ص 159.

يمثل توجيها للتاجر أو منتجاته وخدمات، وتقوم معه المسؤولية التقصيرية باعتبارها منافسة غير مشروعة.¹

ولا يتاح لجمعيات حماية المستهلك من تجاوز حدودها في حرية الدعاية، فعليها التزام الحذر والتجرد لتجنب الوقوع في أخطاء قد تضر بمصلحة المتدخل، والمقصود بالمصلحة هنا المصلحة المشروعة للمتدخل، كما هو الشأن بالنسبة لما قامت به جمعيات حماية المستهلك بوهران من الدعاية المضادة في حصة إذاعية حيث صرحت بوجود منتجات خاصة غير صالحة للتغذية في السوق مع ذكر الشركتين المسؤولتين واستنادا لحق الرد تم تنفيذ تصريحات هذه الجمعية.²

وفي هذا قام القضاء الفرنسي على تقابل ما تقوم به جمعيات حماية المستهلك من مقارنات وتوجيه الانتقادات لبعض المؤسسات والمنتجات والخدمات ما دامت هذه الانتقادات والمقارنات مجردة وموضوعية، وتهدف لحماية المستهلك.³

ثانيا: الدعوى إلى المقاطعة

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تصدر أمرا أو إشعارا تدعوا فيه من المستهلك الامتناع عن شراء بعض السلع نظرا لخطورتها على المستهلك أو المساس بمصلحته وأمنه.

لم ينص المشرع الجزائري على شرعية هذا الأسلوب، ولكن نشير إلى الجدل القضائي الذي قام في فرنسا بشأن من يطالب بتطبيقه وبين من يطالب بإلغائه نظرا لما يلحقه من خسائر بالمهنيين، وتم حسم الأمر بأخذ حل وسط مفاده أن الأمر بالمقاطعة ليس بالتصرف الخاطئ من الجمعية لكن شرط ألا تتعسف في استعماله ويترتب في ذلك إضرار بالمتدخل، وفي ظل سكوت المشرع الجزائري عن هذا الأسلوب فالأصل هو مشروعيته بشروطه المرتبطة بعدم التعسف في استعماله، ولا يكون هناك تعسف متى

¹ - محمد بودالي، مرجع سابق، ص 686.

² - سامية لموشية: مداخلة بعنوان "دور الجمعيات في حماية المستهلك" مجموعة أعمال للملتقى الوطني، "حماية المستهلك في ظل اقتصاد السوق"، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، أيام: 13-14 أبريل 2008م، ص 287.

³ - محمد بودالي، مرجع سابق، ص 686.

كان هو الوسيلة الوحيدة والأخيرة بعد استيفائها كل الطرق الأخرى التي تحمي المستهلك.¹

وهناك فرق بين أسلوب المقاطعة والدعاية المضادة فهذه الأخيرة تعني مجرد تزويد المستهلك بمعلومات حقيقية ومن خطورة السلعة أو الخدمة المقدمة له، أما الامتناع عن الشراء أو الدعوى للمقاطعة فيذهب أبعد من ذلك حين يتضامن جمهور المستهلكين على مقاطعة السلع والخدمات، وإن كان كلاهما يسبب خسائر جسيمة للمتدخل.²

ومن الأمثلة على ذلك ما قامت به إحدى جمعيات حماية المستهلك في الجزائر قبيل شهر رمضان لسنة 2012م على إثر غلاء المعيشة بدعوتها جمهور المستهلكين بمقاطعة اللحوم البيضاء والحمراء.

وإن مقاطعة المستهلك لمنتوج معين لا يترتب ضده أي مسؤولية ولكن إذا قامت الجمعية بإصدار تعليمية بالمقاطعة من شأنها الإضرار بالمهنيين، وأمام عدم المنح أو المنع للمشرع الجزائري لهذا الإجراء فالأصل هو مشروعيتها مع الأخذ بعين الاعتبار لشروطه وهي:

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

- أن يؤسس أمر المقاطعة.³

حيث يشكل إجراء المقاطعة خسائر فادحة على المتدخلين في حال اتخاذ ذلك بشأنهم، إذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابة فئة المستهلكين لذلك فكان من الضروري التطرق لأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو قانون المنافسة ومن الأجدر أن يتم من نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة، وجهة أخرى تنظيمية كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء المقاطعة، وكذلك تحديد مدة معينة توجه مباشرة المتدخل الذي ثبتت مخالفته إما لقواعد

¹ - نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجيستر، 2008م- 2009م، ص 165.

² - GMEKAMCHAETM;KAHLOULA.OP.CIT.P58.

³ - سامية لموشية، مرجع سابق، ص 287.

المنافسة النزيهة أو لقانون حماية المستهلك، فإنه لا يلجأ إلى هذا الأسلوب إلا كحل
أخير.¹

ثالثاً: الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء لجمعيات حماية المستهلك

المشرع الفرنسي لم يعترف لجمعيات حماية المستهلك بحق اللجوء إلى القضاء للدفاع عن مصلحة المستهلك، استناداً إلى مبدأ "النيابة العامة وحدها هي التي تدافع عن المصلح العامة"، إلى غاية سنة 1973م تاريخ صدور قانون "Royer"²، الذي اعترف للجمعيات بهذا الحق في المادة 46 منه فإن الوضع يختلف بالنسبة للمشرع الجزائري، حيث اعترف منذ البداية بهذا الحق حيث نص قانون حماية المستهلك الملغى رقم 02/89 في المادة 12 فقرة 02 على حق هذه الجمعيات في رفع الدعاوى أمام أي محكمة مختصة بشأن الضرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين وذلك قصد التعويض عن الضرر المعنوي.

وحسب المادة 17 من القانون 06/12 المتعلق بالجمعيات فإنه من آثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات في ممارسة كل الحقوق الممنوحة للطرف المدني أمام القضاء بسبب وقائع تمس أهدافها أو تمس المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها. كما نصت المادة 96 من الأمر المتعلق بالمنافسة على أنه يجوز لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقاً للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر، كما يمكنهم تأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بهم.

كما نصت المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 الذي ألغى أحكام القانون رقم 02/89 حيث نصت على حق جمعيات حماية المستهلك أن تتأسس

¹ - زوبيير أرزقي، مرجع سابق، ص 219.
² - قانون Royer مؤرخ في 27 ديسمبر 1973م.

كطرف مدني عند تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك.

وحسب المادة 17 من القانون رقم 06/12 المتعلق بالجمعيات أن تمثل أمام القضاء وتمارس حقوق الطرف المدني وذلك بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية وتلحق ضررا بمصالح الجمعية أو مصالح أعضائها الفردية أو الجماعية. والجدير بالذكر أن المشرع الجزائري خول هذا الحق للجمعيات على سبيل الاستثناء لأن الأصل أن ترفع الدعوى من صاحب الحق المتضرر وهو المستهلك. وبالرجوع إلى المادة 23 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجدها تنص " عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني".

ومن خلال نص هذه المادة يتضح أن المشرع الجزائري قد أقر صراحة بحق التقاضي لهاته الجمعيات وذلك بعد استيفائها للشروط القانونية لوجودها، أو الهدف الذي أنشأت من أجله، بأن تتأسس كطرف مدني في حال تعرض المستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل، كما يفهم من نص المادة السالفة الذكر أن المصالح الفردية للمستهلكين يجمعها الفرد المستهلك شخصيا برفع دعوى فردية أمام الجهة القضائية المختصة.

وإذا كان قبول أو جواز الدعوى للجمعية المنصوص عليها في المادة 23 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإن الطلب لا يستند إلا على المادة 124 من القانون المدني، فالجمعية تطلب تعويض الضرر الناتج عن الخطأ المهني للمصلحة الجماعية للمستهلكين.

ولم يحدد القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نوع الأضرار التي يمكن للجمعيات المطالبة بالتعويض عنها لذا نستنتج أنه يمكن أن تطالب بتعويض كل

الأضرار التي تصيب المستهلك وهذا بخلاف القانون رقم 02/89 الملغى الذي أعطى الحق للجمعيات في المطالبة بتعويض الضرر المعنوي فقط.¹

إن جمعيات حماية المستهلك في ممارستها للحق الثقافي للدفاع عن حقوق المستهلكين المتضررين تواجه كثير من العقبات ومن بينها غلاء تكاليف التقاضي، وعدم قدرة الجمعية على تحمل نفقاتها، حيث في ظل القانون الملغى رقم 02/89 لم تمارس الجمعية هذا الحق نظرا لغلاء تكاليف التقاضي والقدرة المالية المحدودة لهذه الجمعيات، لكن المشرع قد استدرك هذا الفرع من خلال قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث منحها حق الاستفادة من المساعدة القضائية وذلك بنص المادة 22 حيث تنص على أنه: ".... يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف بها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية."

المطلب الثاني: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك.

إن الهيئات القضائية هدفها الحفاظ على النظام في المجتمع وتحقيق العدل والمساواة بين الناس، ولكل فرد في المجتمع عامة والمستهلك خاصة الذي هضمت له حقوقه إما بطريقة تعسفية أو بحيل تدليسية، أو بمعاملات غير نزيهة ومغشوشة، فله الحق في اللجوء إلى القضاء برفع دعوى للمطالبة بحماية حقوقه ومصالحه.

فحق اللجوء إلى القضاء هو حق من الحقوق العامة المعترف بها لأفراد المجتمع وهو حرية مكفولة دستوريا.²

فالحماية إما تكون عن طريق رفع دعوى من طرف المتضرر بنفسه للدفاع عن مصالحه وحقوقه، وقد تتم هذه الحماية للحقوق الجماعية عن طريق رفع دعوى من طرف جمعيات حماية المستهلك، وهذه الحالة تعرضنا لها سابقا، وكذلك للنيابة العامة تحريك دعوى عمومية من تلقاء نفسها في حال المساس بمصالح المستهلك، وهنا تبرر الأهمية الكبيرة لجهاز القضاء بمختلف هيئاته في ضمان حماية وقائية عن طريق البحث والتحري والتحقيق من جهة، ومن جهة أخرى ردع المخالفين وتوقيع الجزاء إذا اعتدي حقيقة على حقوق المستهلك.

¹ - شعيباني حنين (نوال)، التزام المتدخل بضمان حماية المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، ص 152.
² - انظر المادة 140 من دستور 1996م.

الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.

الأصل في تحريك الدعوى العمومية هي النيابة العامة، ففي كل حالة يكون فيها المساس بمصالح المستهلكين جريمة، فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوى العمومية.¹ فهي الهيئة المخول لها بتحريك الدعوى العمومية ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون.²

ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل، بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل محل عضو آخر في تصرفاته القضائية، كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاء الحكم بالإضافة إلى أن النيابة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقاً للقانون.³

وتدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف إذ أن دورها في حماية المستهلك في الوقت الحالي أكثر مما كان عليه في السابق.

خاصة مع التطور الحاصل في المجال الاقتصادي والمنافسة الحادة بين المتعاملين الاقتصاديين مما يؤدي إلى ظهور خرق لقوانين الممارسات التجارية وبالتالي وقوع المستهلك في الضرر المباشر أو غير المباشر جراء هذه الممارسات التجارية الغير شرعية والمنافية للمنافسة مع العجز الفادح للإدارة المختصة في قمع المتدخلين الذين قاموا بهذه الممارسات التي تلحق الضرر بالمستهلك، وهنا تتجلى دور النيابة العامة في توقيع الجزاء المادي الملموس على المتدخل متى تسبب في سلوكه المساس بمصلحة وحقوق المستهلك، وفي هذه الحالة فالاختصاص محتكر من قبل القاضي، لهذا فالسلطة القضائية تعتبر السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفين حتى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائياً، وهذا النوع من الجرائم ينظر فيه أمام المحاكم الجزائية.⁴

1 - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة في القانون الفرنسي، مرجع سابق، ص 673.

2 - أنظر المادة 140 من دستور 1996م.

3 - علي يحي بن بوخميس، مرجع سابق، ص 64.

4 - حملاحي جمال، مرجع سابق، ص 102.

الفرع الثاني: دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك.

يعتبر وكيل الجمهورية رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام على مستوى اختصاص إقليم محكمته، يقوم وكيل الجمهورية بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بمصلحة وحق المستهلك، كما يقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة، وهو الذي يمثل المجتمع أمام المحاكم ويطالب بتطبيق القانون، ومن وظيفته تلقي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوى والبلاغات ويقرر ما يتخذ في شأنها، ويباشر بنفسه أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الحقيقة وعن الجرائم المتعلقة بالنظام العام ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي تنظر فيها، ويطعن عند الاقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية، وقد يصدر أوامر إما بحجز السلعة أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة.¹

وبالرجوع إلى قانون حماية المستهلك وقمع الغش وفيما يخص إجراء الخبرة فإن الأعوان الاقتصاديين بذلك يحيلون ملف الخبرة إلى وكيل الجمهورية، وكذلك تقوم المخابر المؤهلة قانوناً بتقديم كشوفات أو تقارير الخبرة، والذي يحيله بدوره إلى القاضي المختص إذا ما رأى أنه يجب الشروع في المتابعة أو فتح تحقيق قضائي وهذا عند الحاجة وبعد القيام بتحقيق مسبق.²

وكذلك في مجال السحب المؤقت أو النهائي للمنتوج وتنفيذه من طرف الأعوان المكلفين بذلك فقد أشارت المواد: (63-62-59) من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 على وجوب إعلام وكيل الجمهورية بكل هذه الإجراءات بنصها: "..... ويعلم وكيل الجمهورية بذلك فوراً".

من خلال هذه المواد السالفة الذكر والتحليل المعبر عنها فنقول أن وكيل الجمهورية له دور أساسي في حماية مصالح المستهلك من خلال البحث والتحري والأمر بإجراء تحقيقات والمتابعة القضائية في حال تعرض المستهلك لخطر مادي أو معنوي.

¹ - علي يحيى بن بوخميس، مرجع سابق، ص 65.

² - مضمون المادة 44 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الثالث: دور النائب العام في حماية المستهلك.

النائب العام يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس قضائي ويعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبط القضائي على مستوى المجلس القضائي، وقد خول القانون للنائب العام أن يطلب من غرفة الاتهام النظر في كل أمر من تقع منه مخالفة أو تقصير في أداء عمله، وقد يباشر النائب العام سلطاته عن طريق أعضاء النيابة العامة كل في حدود اختصاصاته المحلية.¹

الفرع الرابع: دور المحكمة في حماية المستهلك.

المحكمة هي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية، وقد تكون محكمة ابتدائية أو محكمة الجنايات، وتختص المحكمة في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال أو أفعال يعتبرها القانون جريمة أيا كان الشخص الذي ارتكبها، وللمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالف ونوع الفعل الإجرامي، قد تكون المخالفة الصادرة من المتدخل لا تكفي لمساءلته فتصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون ثابتة في جانب المتدخل فتعاقبه وفقا للقانون، ويجوز للمحكمة إذا كيف الموضوع تكييفًا خاطئًا نقلت به الدعوى من حقيقتها أو أعطتها حكما قانونيا.

كما للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتوجات موضوع المخالفة وإتلافها، أو إصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة.² إن لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه في مواجهة المتدخل تواجهه الكثير من الصعوبات، لذا أدى القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة والمتضمن المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، الحكومات إلى ضرورة وضع التدابير القانونية أو الإدارية لتمكين المستهلك أو المنظمات ذات العلاقة للحصول على تعويض عن طريق إجراءات رسمية تكون سريعة ورخيصة التكاليف، ففي الغالب نجد المستهلك ينظر إلى القضاء والمحاكم على أنه عالم مجهول، فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها وأنه ضعيف في مواجهة المتدخل، ضف إلى ذلك تكاليف الدعاوى (أتعاب المحامي،

¹ - علي يحي بن بوخميس، مرجع سابق، ص 65.

² - علي يحي بن بوخميس، مرجع سابق، ص 65.

الطبيب...)، وبطئ إجراءات التقاضي، وفي بعض الحالات يقتني المستهلك منتجاً زهيد الثمن ويحدث له ضرر بصحته أو ماله فلا يفكر في اللجوء إلى القضاء لأن التكاليف باهظة الثمن بالنظر إلى المنتج الذي اقتناه فيصبح مغلوب على أمره، وهذه من أسباب عزوف المستهلك في كثير من الأحيان في اللجوء إلى القضاء الذي هو حق من حقوقه ووسيلة للحصول على تعويض للضرر المادي أو المعنوي الذي لحق به وردع للمتدخلين المخالفين.

الخاتمة:

وفي ختام دراستنا المتعلقة بحماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية رقم 02-04 المعدل و المتمم بالقانون رقم 06-10 وقانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 03-09 الذي ألغي بموجبه القانون رقم 02-89 يمكن القول بأن المشرع الجزائري قد أولى اهتماما كبيرا لهذا الموضوع نظرا لأهميته وحماية لأفراد المجتمع عامة وفئة المستهلكين خاصة من جهة ومن جهة أخرى نظرا للتطورات الحاصلة في ميدان الاقتصاد الحر الذي جعل المتعاملين الاقتصاديين يتنافسون على زيادة مردودية بيع المنتوجات والشهرة التي تزيدهم من الربح دون النظر إلى الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية و هو المستهلك وعدم التوازن في العلاقة بين المتدخل من جهة والمستهلك من جهة أخرى مما جعل المشرع الجزائري كسائر التشريعات الأخرى في إعادة التفكير لتحقيق التوازن في هذه العلاقة السالفة الذكر وذلك بسن قوانين وتشريعات على حسب التطور الاقتصادي الحاصل في المجتمعات المختلفة و الاقتصاد الحر, ولقد تلقى المشرع الجزائري صعوبات مختلفة نظرا لكونه كان يتحكم في الأسعار والسوق, وذلك في النظام الاشتراكي وبعد خروجه من هذا النظام أتجه إلى نظام اقتصاد السوق أو ما يسمى بالاقتصاد الحر الذي يتطلب أسعار حرة تحددها المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين وهنا تحول دور المشرع الجزائري من متحكم في السوق على حسب القدرة الشرائية للمستهلك خاصة والمجتمع عامة وهذا في إطار النظام الاشتراكي, إلى دوره كمراقب ومحقق للمتدخل في عملية الإنتاج والبيع وهذا بفرض قوانين صارمة لتحديد أسعار مقننة ومسقفة فيما يخص المواد الاستهلاكية الأساسية مثل الخبز والحليب والسكر.... الخ نظرا لمحدودية القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري الضعيف أو المنعدم الدخل من جهة , ومن جهة أخرى مراقبة الأسعار الحرة وهذا بالتحقيقات الميدانية لغرض نزاهة الممارسات التجارية وشفافيتها وجعل ميدان لائق للمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين له شرعية ونزاهة تامة, وهذا ما يخدم مصلحة المستهلك.

وقد سعى المشرع الجزائري إلى جعل ضمان وأمان للمستهلك الجزائري وهذا في إطار قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 والذي ينص صراحة على معاقبة كل الممارسات التجارية غير النزيهة و نذكر منها:

- ممارسة أسعار غير شرعية .

- ممارسة تجارية تدليسية .

- ممارسة تجارة غير نزيهة.

- ممارسة تعاقدية تعسفية.

و المادة المعاقبة صراحة على هذه الممارسات التجارية غيرا لنزيهة هي المادة 38 من قانون رقم 02-04 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-10 , والتي تنص على انه "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لاحتكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون و يعاقب عليها بغرامة مالية من خمسين ألف دينار /500000دج/ إلى خمسة ملايين دينار /5000000دج/".

نلاحظ من خلال هذه المادة أن المشروع الجزائري قد جعل العقوبة كحد أقصى مرتفعة وهذا نظرا لأهمية موضوع حماية المستهلك ومسايرة التطورات الحاصلة في ظل اقتصاد السوق وردع المخالفين ولكن يجب أن نذكر أمرا مهما وهو أن العقوبة كحد أقصى لا تطبق حرفيا لان السلطة التقديرية للقاضي تخول له مهمة التحكم في سعر العقوبة والحكم بالسعر الأدنى للعقوبة نظرا لان المتدخل المخالف يتهرب من المخالفة بأية طريقة إثبات , و مثال ذلك كأن يدعي انه لم يكن يعلم أن هذه الممارسات التجارية غير شرعية وانه تاجر جديد في ميدان التجارة.

أما عن التعديل الجديد بموجب القانون رقم 06-10 فانه لم يمس الأحكام الجوهرية للقانون رقم 02-04 وإنما أضاف بعض الأحكام ومنها توسيع مفهوم النشاطات التي تطبق في إطارها قانون الممارسات التجارية وكذا إضافة صور جديدة للممارسات غير الشرعية كما غير هذا القانون مفهوم حالة العود و عدل بعض العقوبات ووسع من مجال تطبيقها.

وقد خص المشرع الجزائري قانون خاص بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 الذي ألغى القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وقد وضع قواعد في هذا القانون الجديد من أجل ضمان حمايته في مواجهة المتدخل فالالتزام بالضمان القانوني الإتفاقي يتيح حماية اكبر للمستهلك إضافة للأحكام المنصوص عليها في القانون المدني والالتزام بالسلامة هو ضمانه أخرى حيث جاء بمفاهيم جديد كالزامية امن المنتجات وإلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض نتيجة ما يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتجات والخدمات .

كرس كذلك القانون رقم 09-03 الحق في الإعلام بإلقاء التزام على المتدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها وكذا الإعلام بشروط البيع وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تنجر عن استعمالها أو من المنتجات الخطيرة بطبيعتها، والوسم باعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك و حماية حقه في الاختيار عن دراية وعلم، حيث اشترط المشرع الجزائري أن يحتوي الوسم على بيانات ضرورية تحميه من كل غموض أو التباس يوقع المستهلك في شك اقتناء السلع والخدمات، واشترط كذلك فيه اللغة العربية بكتابة واضحة ومقروءة.

كما الزم المشرع المتدخل بمطابقة المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث مجموعة الخصائص والمكونات التي يجب أن يتكون منها المنتج.

وقد خص المشرع الجزائري لمراقبة السوق وتنظيمها آليات رقابة مختلفة مثل أعوان الرقابة التجارية التابعين لوزارة التجارة أو ضباط الشرطة أو الدرك الوطني وهذا لتوفير حماية للمستهلك من الأضرار المحدقة به إلا أننا نجد في الواقع أن هذا الهيئات الإدارية لازلت بعيدة عن توفير الأمن والسلامة في المواد الغذائية.

والسبب يرجع إلى عدم توفر إمكانيات المراقبة العالية الجودة وعدم توفر وسائل النقل الخاصة بالعمل وهذا ما يعرقل عمل أعوان الرقابة التجارية ويجعل المستهلك يتعرض لاقتناء سلع فاسدة وغير مطابقة للمواصفات القياسية.

وتكون في هذه الحالة عند اقتناء سلعة مغشوشة او منتهية الصلاحية عوارض وخيمة على المستهلك في صحته أي يصاب بتسمم غذائي وهذا ما يجعل أعوان الرقابة يقومون بالتحقيق والتحري عن المنتج الذي أحدث التسمم وأخذ عينة منه ووضع تحاليل ومعاينة المتدخل المخالف ومن هنا نستنتج أن عمل أعوان الرقابة يكون في بعض الحالات لا يحمي المستهلك إلا بعد وقوع هذا الأخير في الضرر هذا من جهة ومن جهة أخرى نقول أن المستهلك الجزائري ليست له ثقافة استهلاكية بحيث لا ينظر مثلا إلى مدة صلاحية المنتج بل يقتني السلع دون النظر إلى مكوناته من الإضافات الغذائية ومدة الصلاحية ودرجة حرارة التبريد الخ، والثقافة الاستهلاكية كذلك تمتد إلى إخطار الإدارة المعنية بفساد منتج معين معروض للبيع في السوق، فمثلا في دولة قطر يوجد هناك رقم اخضر خاص لحماية المستهلك فأى مخالفة يتعرض لها المستهلك يقوم هذا الأخير بالاتصال في الرقم الخاص لإخطار الإدارة المعنية وتقوم هذه الأخيرة بمباشرة التحقيق ومعاينة المخالفين لان أعوان الرقابة لا يمكنهم مراقبة ميدانية لكل محلات المدينة في اليوم الواحد نظرا لعدم توفر الوسائل المادية والبشرية، وفي عدم توفر هذه الأخيرة يمكن أن يحدث التسمم في أية لحظة وهذا التسمم الغذائي ناتج عن فساد الأغذية أو انتهاء مدة صلاحيات أو انعدام سلسلة التبريد من التوزيع إلى العرض للاستهلاك المباشر، ومن خلال هذه المفاهيم نستنتج أن المستهلك يلعب دور كبير في مسؤولية الحماية من المخاطر المحدقة به، أي أن حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك نفسه قبل أن تكون الهيئات الإدارية و القضائية مسؤولة عن حمايته فلا بد من المستهلك أن يكون واثقا من نفسه واعيا لحقوقه دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتجات اقل قيمة .

وتبقي التوعية لا بد منها سواء كانت من طرف الدولة بصفتها مراقب السوق أو من طرف جمعيات حماية المستهلك أو من طرف الأعوان الاقتصادية بصفتها صاحبة المصلحة من تسويق منتجاتها ولنا في هذه العلاقة الاقتداء بالدول المتقدمة والنظر إلى ما وصلت إليه في إطار حماية وسلامة المستهلك .

وبالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك نقول أن واقعها الميداني يبقى منعزلاً تقريباً وهذا بسبب العراقيل والقوانين المجمدة من جهة و قلة الدعم المادي من جهة أخرى. ورغم أن القانون خول لها صلاحيات مختلفة في مجال التوعية والتحسيس وكذلك دورها الردعي للمقاطعة أو اللجوء الى القضاء فإنه يعاب عليها عدم الفاعلية ومحدودية تأثيرها

ونقترح توفير الدعم المادي للجمعيات حماية المستهلك لان لها دور مهم في حماية مصالح المستهلك وحقوقه وهذا الدور لا يمكن التخلي عنه نتيجة لأهميته في تحقيق التوازن بين المتدخل و المستهلك وكذلك نقترح إشراك جمعيات حماية المستهلك في المراقبة الميدانية مع أعوان الرقابة التجارية وهذا من اجل اكتساب خبرة وتجربة تساعد أعضاء الجمعية على القيام بمهامهم على أحسن وجه.

وهذا يتطلب منها القيام بحملات توعية وتدريب للمستهلك على كيفية الحصول على حقوقه عن طريق شرح القوانين وتعليمه أمثل الطرق الاستهلاكية، وإجراء استطلاعات الرأي حول كافة العملية التسويقية وجودة السلع، ونلاحظ في قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 ركز على الجانب الردعي حيث احتوى على (26) مادة معاقبة بينما نص على (03) ثلاثة مواد فقط بخصوص جمعيات حماية المستهلك، فالجانب الردعي بالرغم من أهميته يبقى غير كافي لوحده، إذ لابد من توعية المستهلك بحقوقه وكيفية اقتنائه لمنتجات جيدة ومطابقة للمواصفات القياسية المعمول بها، وكذا توعيته من خطورة المنتجات التي تحتوي على مضافات غذائية زائدة وعدم استهلاكها بكثرة للمحافظة على صحة المستهلك.

وفيما يخص دور الهيآت القضائية في حماية المستهلك بالرغم من الدور الكبير الذي تلعبه الهيآت القضائية في حماية حقوق المستهلك وردع المخالفين إلا أن المستهلك لا يفكر في اللجوء إلى القضاء لحماية حقوقه أو تعويض الضرر الواقع نتيجة معاملة تجارية مع متدخل، لأن طول إجراءات التقاضي تمنع المستهلك من التفكير في اللجوء إلى الهيآت القضائية من جهة ومن جهة أخرى غلاء التكاليف التقاضي.

إن أهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، وأهم دور وقائي أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو وعي المستهلك نفسه بحقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر التي تحقق به.

والحماية الوقائية للمستهلك كذلك هي استغلال المنافسة الموجودة بين الأعوان الاقتصاديين في الميدان التجاري من طرف المستهلك في اختيار أفضل السلع وأجودها بأسعار مناسبة، ووعيه بالسلع المغشوشة أو المقلدة وعدم اقتنائها، ومساعدة المستهلك لإخوانه المستهلكين عن طريق التجربة بشراء السلع من المحلات التجارية النزيهة، والمساعدة تكون عن طريق عمل إشهاري لهذه المحلات التي تبيع السلع المطابقة للمقاييس المعمول بها والعكس صحيح، أي الدعوى إلى مقاطعة المحلات التجارية غير النزيهة والتي تمارس نشاطات تجارية غير شرعية بعرضها لبيع سلع مغشوشة أو مقلدة أو غير مطابقة للمواصفات القياسية، وهذا العمل يحقق وعي للمستهلك بحقوقه ومصالحه، وكذلك يردع المتدخل الذي يمارس تجارة غير نزيهة بطريقة غير مباشرة وذلك بعزوف المستهلكين من التعامل معه، ويصبح المستهلك يتعامل مع المتدخل الذي يمارس تجارة نزيهة فقط، ما يجعل التنافس بين المتدخلين في قمة النزاهة التجارية، وهذا ما يحدث في الدول الأوروبية.

وكذلك بالإضافة إلى دور المستهلك الفعال في حماية نفسه من الوقوع كفريسة للمتدخلين الذين يمارسون نشاطات تجارية غير نزيهة وغير شرعية، نقترح على المشرع الجزائري بعض الإجراءات الاحترازية لعدم الوقوع في الضرر من طرف المستهلك وهي كالآتي:

1- استحداث رقم أخضر مجاني للمستهلكين من أجل تقديم المعلومات اللازمة على المتدخلين المخالفين أو الذين يعرضون سلع للبيع مغشوشة أو منتهية الصلاحية، أو مقلدة، أو عرضها دون إعلام بالأسعار، أو وضع إشهار تضليلي "الإشهار التضليلي مثل متدخل يضع لاقطة على محله التجاري مكتوب عليها البيع بالتخفيض (SOLD) ولكن في واقع الأمر يبيع السلع دون إحداث أي تخفيض فعلي".

أو سلع موجودة في الثلاجة ولكن كهرباء الثلاجة مقطوع مثلا أو سعر مقنن مثل الحليب والخبز والمتدخل لا يحترم هذا التقنين ... الخ.

فالمستهلك في هذه الحالات السالفة الذكر يتصل مجانا بالرقم الأخضر ليعلم الإدارة المعنية أعوان الرقابة لمديرية التجارة فيتدخلون هؤلاء الأخيرة ويعاينون المخالفة المذكورة ويقومون بالحجز في حالة الحجز العيني أو الاعتباري وبهذا يكون المستهلك قد ساهم بدرجة كبيرة في تقديم الحماية للمستهلك وردع المخالف.

2- إجراء أيام تحسيسية وتوعوية مثل اليوم العالمي لحماية حقوق المستهلك المصادف لـ 15 مارس من كل عام، الذي لا يعلم قيمة خطورة المنتج الذي يقتنيه إذا كان مغشوشا أو فاسدا سواء على صحته أو ماله، ويساهم في الأيام التحسيسية، إما أعوان الرقابة المكلفون بالإعلام أي تخصيص في كل مفتشية من مفتشيات مديرية التجارة أعوان يقومون بالإعلام والتحسيس على المواد الاستهلاكية الخطيرة أو عن المواد المضافة أو درجة الحرارة الواجب توفرها في المنتج خاصة المواد المجمدة والمحتاجة الى تبريد , وعدم اقتناء السلع الموجودة في الأسواق المعرضة إلى البكتيريا مباشرة وعدم توفرها لشروط النظافة الصحية للمواد الغذائية , وكذا القارورات البلاستيكية للماء أو المشروبات المعرضة لأشعة الشمس مباشرة والخضر الموضوعة على حافة الطريق وتحسيسهم بمدى خطورة هذه المواد الموجهة للاستهلاك.

وكذا خلق فرقة مختلطة مكونة من مختصين في البيطرة وأعوان التحقيق للتجارة وكذا أطباء من وزارة الصحة وكذلك مختصين بيولوجيين في علوم التغذية والتحليل وهذه الفرقة المختلطة مهمتها تحليل المواد الغذائية التي تحتوي على مواد أكسدة ومواد مضافة أو مكملات غذائية، وتوعية المستهلك بمدى خطورة تناول المشروبات في حالة عدم مطابقتها للمقاييس المعمول بها , وخطورتها كذلك على صحة الأطفال الصغار في حال تناول المشروبات الغازية أو غير الغازية يوميا وبصفة كثيرة ومفرطة.

- 3- دور الجمعيات في توعية المستهلك وجعل أيام مقننة خاصة بالتحسيس للمستهلك في جميع الميادين من إعلام بالأسعار إلى غاية نظافة المنتج المعروض للبيع.
- 4- دور الإعلام السمعي والبصري في التحسيس وهذا يجعل حصص إعلامية تلفزيونية وإذاعية دورها تحسيس المستهلك من خطورة المنتوجات الفاسدة وكذا توعيته بالثقافة الاستهلاكية وترسيخها في ذهنه، وهذا الدور للإعلام نلاحظه في الدول الأوروبية المتقدمة.
- 5- دور وزارة التربية والتعليم وهذا دور مهم جدا لأن التلميذ من الصغر يصبح له ثقافة استهلاكية بحيث يحبذ أكل الفواكه والخضر على أكل الحلويات ومدى خطورتها على صحته لما تحويه من سكريات مصنعة، والرهبب في الأمر أنه يوجد حالات كثيرة ومرعبة للأطفال في الجزائر المصابين بداء السكري نتيجة لتناولهم الحلويات يوميا وبكثرة ودون مراقبة أولياء الأمر.
- وفي الأخير نقترح على المشرع الجزائري إصدار قوانين تخص المواد الغذائية المصنعة والتي تحتوي على مواد مضافة أو مضادات للأكسدة التي تضر بصحة المستهلك خاصة الأطفال بوضع إشهار في العلب المعنية يفسر مدى خطورة المواد المضادة للأكسدة والمواد المضافة على صحة المستهلك إذا كان تناولها بصفة مفرطة.
- وكذلك قد سعى المشرع الجزائري على وضع قوانين تخص المواد الفلاحية والزراعية المسقية بماء ملوث والأملاح المضافة بكثرة للمواد الفلاحية والتي تنجر من ورائها إحداث خطر على صحة المستهلك.
- و كذلك في ميدان الشريعة الإسلامية نجد حكمة تقول: " المعدة بيت الداء" في معنى الحكمة يجب أن نتحرى ما نأكل، أو بمعنى آخر نأكل المفيد لصحتنا وهو الأكل الطبيعي.
- ومن خلال كل هذه الاقتراحات نقول مقولة شهيرة وهي "الوقاية خير من العلاج" ولذلك وجب على المستهلك معرفة مدى خطورة المواد الاستهلاكية المضرة بصحته أو ماله وتفاديها وهذا لعدم الوقوع في الضرر الذي قد يلحق به.

ملاحق

الملحق 1

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الحيوانات والمنتجات الحيوانية

الرقم..... التاريخ.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب المربي :
- عنوان مكان التربية :
- مكان / المنطقة الجغرافية المخصصة للتربية :
- رقم بطاقة الفلاح / المربي / الاعتماد :
- رقم التعريف الجبائي (ر.ت.ج) :

الرقم التسلسلي	تسمية المنتج المباع	عدد الوحدات (i)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي خارج الرسم (دج)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
المبلغ الإجمالي				

(1) - الوحدات : بيض الدجاج، الدواجن (الدجاج، الديك الرومي،.....)، الأرناب والخراف (النعاج والخراف والكباش.....)، المشية (الأبقار والعجول، الثيران.....) إلخ

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الاسم واللقب (شخص طبيعي) :
- الشكل القانوني (شخص معنوي) :
- العنوان المهني أو محل الإقامة :
- بطاقة الفلاح / المربي رقم بتاريخ..... المسلمة من طرف الغرفة الفلاحية لولاية.....

توقيع المشتري

الملحق 1 مكرر

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق الفواكه والخضر من طرف الفلاحين

الرقم..... التاريخ.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب الفلاح :
- العنوان :
- مكان / المنطقة الجغرافية للمستثمرة الفلاحية :
- رقم بطاقة الفلاح / الاعتماد :
- رقم التعريف الجبائي (ر.ت.ج) :

الرقم التسلسلي	تسمية المنتج المباع	وحدة الحمولة (كغ أو قنطار)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي خارج الرسم (دج)
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
				المبلغ الإجمالي

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الاسم واللقب (شخص طبيعي) :
- الشكل القانوني (شخص معنوي) :
- العنوان المهني أو محل الإقامة :
- بطاقة الفلاح رقم بتاريخ..... المسلمة من طرف الغرفة الفلاحية لولاية.....

توقيع المشتري

الملحق 2

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق المنتجات السمكية وتربية المائيات

التاريخ.....

الرقم.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب البائع :
- العنوان المهني أو محل الإقامة :
- مصدر المنتج :
- (صيد بحري، صيد قاري، تربية المائيات)
- اسم وترقيم المركبات / الزوارق :
- رقم الامتياز :
- تسمية مؤسسة تربية المائيات :
- رقم التعريف الجبائي (ر.ت.ج) :

الرقم التسلسلي	تسمية نوع المنتج المباع	الكمية (كغ)	سعر الوحدة (دج)	المبلغ الإجمالي خارج الرسم	مبلغ الرسم على القيمة المضافة (دج)	المبلغ الخالص للرسم (دج)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
المبلغ الإجمالي						

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الاسم واللقب (شخص طبيعي) :
- الشكل القانوني (شخص معنوي) :
- العنوان المهني أو محل الإقامة :
- السجل التجاري رقم بتاريخ
- بطاقة الصياد رقم بتاريخ المسلمة من طرف غرفة الصيد البحري وتربية المائيات
لولاية

توقيع المشتري

الملحق 3

نموذج سند المعاملة التجارية المطبق على أنشطة تسويق المنتجات الحرفية

التاريخ.....

الرقم.....

جزء مخصص للبائع

- اسم ولقب البائع :

- العنوان المهني :

- طبيعة الوثيقة :

- بطاقة الحرفي رقم بتاريخ

- السجل التجاري رقم بتاريخ

- رقم التعريف الجبائي (ر.ت.ج) :

الرقم التسلسلي	- تسمية المادة أو طبيعة الخدمة	- عدد المواد - مدة الخدمة	- سعر الوحدة / المادة - السعر / ساعة خدمة (دج)	المبلغ خارج الرسم (دج)	مبلغ الرسم على القيمة المضافة (دج)	المبلغ الفاضح للرسوم (دج)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
						المبلغ الإجمالي

توقيع وختم البائع

جزء مخصص للمشتري

- الاسم واللقب (شخص طبيعي) :

- الشكل القانوني (شخص معنوي) :

- العنوان المهني :

- طبيعة الوثيقة الموجودة :

- السجل التجاري رقم بتاريخ

- أو بطاقة الحرفي رقم بتاريخ

توقيع المشتري

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

مجلس قضاء
 محكمة
 نيابة الجمهورية
 وكيل الجمهورية لدى محكمة

إلى السيد: مدير التجارة لولاية

ملفات المتابعة القضائية للممارسات التجارية للسداسي الثاني 2015.

المخالفة	رقم وتاريخ المحضر	رقم وتاريخ الإرسال إلى المحكمة المختصة	رقم القضية	تاريخ الجلسة	الحكم (القرار)
ممارسة نشاط تجاري غير قار دون التسجيل في السجل التجاري.	2015/04/22 ... 890/15	2015/05/25 .. 3277/15	15/1911	2015/06/30	غيابي 30.000 دج غرامة نافذة.
عدم الإعلام بالأسعار	2015/05/28 ... 1056/15	2015/06/24 .. 4021/15	15/3084	2015/10/06	إعتباري حضوري 20.000 دج غرامة نافذة.
عدم الإعلام بالأسعار	2015/06/22 ... 1163/15	2015/07/13 .. 4482/15	2980/16	2016/09/29	حضوري 10.000 دج غرامة نافذة.

ملفات المتابعة القضائية لقمع الغش للسداسي الثاني 2015.

المخالفة	رقم وتاريخ المحضر	رقم وتاريخ الإرسال إلى المحكمة المختصة	رقم القضية	تاريخ الجلسة	الحكم (القرار)
عدم احترام الزامية النظافة والنظافة الصحية	2015/05/18 ... 283/15	2015/06/18 .. 3853/15	2852/15	2016/09/22	حضوري 20.000 دج غرامة نافذة.
عدم احترام الزامية وسم المنتج	2015/05/20 ... 296/15	2015/06/18 .. 3853/15	2851/16	2016/09/22	حضوري 20.000 دج غرامة نافذة.
عرض للبيع منتج وهو يعلم أنه فاسد	2015/07/02 ... 563/15	2015/08/08 .. 5565/15	701/16	2016/03/16	حضوري غير وجاهي 100.000 دج غرامة نافذة.

قائمة المصادر:

المرجع القانونية:

القانون المدني الجزائري.

القانون التجاري الجزائري.

أ – القوانين:

- قانون رقم 02-04 مؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 06/10 مؤرخ في 05 رمضان عام 1431 الموافق 15 غشت سنة 2010، ج ر عدد 46، الصادرة بتاريخ 18 غشت سنة 2010م.
- قانون رقم 12-08 مؤرخ في 21 جمادى الثانية عام 1429 الموافق 25 يونيو سنة 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 36 الصادرة في 02 يوليو 2008، معدل ومتمم.
- قانون رقم 03-09 مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، صادرة في 08 مارس 2009م.
- قانون رقم 07-79 المؤرخ في 26 شعبان 1399 الموافق ل 11 يوليو سنة 1979 المعدل المتمم بالقانون رقم 10-98 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق ل 22 غشت سنة 1998 والمتضمن قانون الجمارك : ج ر عدد 61 الصادر سنة 1998.
- قانون رقم 08-04 مؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق ل 14 أوت سنة 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية . ج ر عدد 52 الصادرة 18 أوت سنة 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-13 المؤرخ في 23 جويلية 2013.
- قانون رقم 13-08 مؤرخ في 17 رجب عام 1429 الموافق ل 20 يوليو سنة 2008 يعدل ويتمم القانون رقم 05-85 المؤرخ في 26 جمادى الأولى عام 1405 الموافق ل

16 فبراير سنة 1985 والمتعلق بحماية الصحة وترقيتها. ج ر عدد 04 الصادرة في 03 أوت 2008.

• قانون رقم 10/05 المؤرخ في 20/06/2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم الصادر بالجريدة الرسمية عدد 44 الصادرة بتاريخ 26/06/2005.

• قانون رقم 04/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالتقييس.

• قانون رقم 09/17 مؤرخ في 28 جمادى الثانية عام 1438 هـ ، الموافق لـ 27/ مارس سنة 2017م، يتعلق بالنظام الوطني للقياس، ج ر، عدد 21، الصادرة بتاريخ 02 أبريل 2017.

• قانون رقم 07-12 مؤرخ في 21 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج ر عدد 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.

• قانون رقم 08-90 المتعلق بالبلدية، ج ر عدد 15، الصادرة 1990.

• قانون رقم 31/90 المؤرخ في 04-12-1990م، المتعلق بتنظيم الجمعيات الصادرة بالجريدة الرسمية رقم 53، الصادرة بتاريخ 04/12/1990م.

• قانون رقم 06/12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012م - يتعلق بالجمعيات.

المراسيم:

• مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 17 شعبان عام 1427 الموافق 10 سبتمبر سنة 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين – والبنود التي تعتبر تعسفية : ج.ر عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 معدل ومتمم بمرسوم تنفيذي رقم 08-44 ج.ر عدد 07 الصادرة في 10 فبراير 2008 .

• مرسوم تنفيذي رقم 16-66 مؤرخ في 07 جمادى الأولى عام 1437 الموافق لـ 16 فبراير سنة 2016، يحدد نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها، ج ر عدد 10 بتاريخ 22 فبراير 2016.

- المرسوم التنفيذي رقم 97-254 مؤرخ في 08/07/1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص واستيرادها. ج ر. عدد 46 الصادر سنة 1997.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/10/1990 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات. ج ر عدد 40 الصادر بتاريخ 19/10/1990. الجزائر 1990
- المرسوم التنفيذي رقم 05/484 المؤرخ في 22/12/2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90/367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية العدد 83 المؤرخة في 25/12/2005 الأمانة العامة للحكومة المطبوعة الرسمية، الجزائر، سنة 2005.
- مرسوم تنفيذي رقم 12-214 مؤرخ في 15 مايو 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية العدد 30 الصادرة بتاريخ 16 مايو 2012م.
- مرسوم تنفيذي رقم 02-453 مؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر عدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.
- مرسوم تنفيذي رقم 08-266 مؤرخ في 17 شعبان 1429 الموافق 19 غشت 2008، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17 شوال 1423 الموافق 21 ديسمبر 2002 والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر عدد 48 الصادرة في 24 غشت 2008.
- مرسوم تنفيذي رقم 03-409 مؤرخ في 10 رمضان 1427 الموافق 05 نوفمبر 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر عدد 68، الصادرة في 09 نوفمبر 2003.
- مرسوم تنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 05 محرم 1413 الموافق 06 يوليو 1992، يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ج ر عدد 52، الصادرة 1992.

- مرسوم تنفيذي رقم 03-318 مؤرخ في شعبان 1424 الموافق 30 سبتمبر 2003، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 06 محرم 1410 الموافق 08 غشت 1989 والمتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، ج ر عدد 59، الصادرة في 05 أكتوبر 2003.
- مرسوم تنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 المتضمن إنشاء مخابر التجارب وتحاليل النوعية، ج ر، عدد 80 صادرة بتاريخ 07 ديسمبر 1997.
- مرسوم تنفيذي رقم 87-146 يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، ج ر، عدد 27.

الأوامر:

- أمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003، والمتعلق بالمنافسة، ج ر عدد 43 الصادرة في 20 جويلية 2003، المعدل والمتمم بموجب قانون رقم 10-05 المؤرخ في 15 سبتمبر 2010 المتعلق بالمنافسة، ج ر، 46 المؤرخة في 18 أبريل 2010.
- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19/07/2003 يتعلق بالعلامات: ج ر عدد 44 صادرة في 23/07/2003.
- أمر رقم 95-07 المتعلق بالتأمينات.

القرارات:

- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 20 رجب 1427 الموافق 15 غشت 2006، يتضمن تحديد سير الأقسام الإقليمية للتجارة ومفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش عند الحدود، ج ر عدد 07، الصادرة في 28 يناير 2007.
- قرار رقم 287833 مؤرخ في 06/04/2004 . المجلة القضائية . عدد 02 الديوان الوطني للأشغال التربوية . 2006 صفحة 481 .

المرجع باللغة العربية:

قائمة المرجع العامة:

- د. أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري الخاص . الجزء الثاني . الطبعة الرابعة . دار هومة، الجزائر 2006.
- العلامة ابن منظور، قاموس لسان العرب المحيط، ب.ت. ط، المجلة الأولى لدار الجيل بيروت، دار لسان العرب، بيروت، لبنان.
- الإمام الشوكاني – نيل الأوطار من أحاديث سيد الأخيار- شرح منتقى الأخيار – الطبعة 1 المجلة 3 الجزء 5 – دار الكتب العلمية – بيروت 1995.
- الدكتور السيد خليل هيكل، نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك، دار النهضة العربية القاهرة، الطبعة 1999.
- د.السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، بدون تاريخ الطبع.
- الدكتور محمود محمود مصطفى، الجرائم الاقتصادية في القانون المقارن، الجزء الأول، الطبعة الثانية، مطبعة جامعة القاهرة 1979.
- عز الدين بن زغبية، مقاصد الشريعة الخاصة بالتصرفات المالية، الطبعة 1، مركز جمعة الماجد الثقافة والتراث، دبي، 2001.
- علي بن هادية بلحسن البليشي الجيلالي بن الحاج يحيى، القاموس الجديد للطلاب المؤسسة الوطنية للكتاب الجزائر، الطبعة السابعة 1991.
- د. فتحي الدريني، بحوث الفقه الإسلامي وأصوله، مؤسسة الرسالة، 1994.

المرجع الخاصة:

أ – الكتب:

- أبو عمرو مصطفى أحمد، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى 2011.

- أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر سنة 2005.
- أحمد محمد الرفاعي الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي. دار النهضة العربية . مصر. 1994.
- القاضي أنطوان ناشف – الإعلانات والعلامات بين القانون والاجتهاد – دراسة تحليلية شاملة القوانين – الاجتهادات – الدراسات ب. ط – منشورات الكلي الحقوقية – لبنان 1999.
- أ- بولحية بن بوخميس علي، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، عين مليلة، 2000م.
- رمضان علي السيد الشرنباصي .حماية المستهلك في الفقه الإسلامي دراسة مقارنة دار الجامعة الجديد للنشر الإسكندرية مصر 2004.
- د- عادل قورة، الحماية التشريعية للمستهلك في مصر، ب. ط، الناشر اليونسكو، المركز الإقليمي للبحوث والتوثيق في العلوم الاجتماعية، أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، مصر.
- أ. سليم سداوي، حماية المستهلك الجزائر نموذجاً، الطبعة الأولى، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.
- عبد الحميد الديسطي عبد الحميد .حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع .المنصورة مصر الطبعة الأولى 2010.
- عامر قاسم .احمد القيسي .الحماية القانونية للمستهلك. دراسة في القانون المدني و المقارن الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- د. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2007.

- د. فدوى قهوجي، ضمان عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2008.
- موفق حماد عبده: الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية دراسة مقارنة منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، الطبعة الاولى 2011.
- د. محمد بودالي، مكافحة الشروط التعسفية في العقود، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى 2007.
- د. محمد بودالي " حماية المستهلك في القانون المقارن لدراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
- د- محمد، محمد عبده إمام، الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية، دراسة مقارنة في القانون الإداري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004م.

ب- المقالات:

- د. بخته موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الديوان الوطني للأشغال التربوية الجزائر، العدد 02، الجزء 37، 1999.
- عنابي بن عيسى، سلوك المستهلك عوامل التأثير البيئية الجزء الاول ديوان المطبوعات الجامعة الجزائر. 2003.
- د- نائل عبد الرحمان – الحماية الجزائرية للمستهلك في القوانين الأردنية مقال منشور بمجلة الحقوق الكويتية، السنة 23، العدد 4، سنة 1990.
- هامل الهواري" دور الجمعيات في حماية المستهلك" مجلة العلوم القانونية والإدارية عدد خاص صادر عن كلية الحقوق، بجامعة جيلالي ليايس، سيدي بلعباس، الجزائر، أبريل 2005.

ج - المداخلات:

- أغا جميلة، دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
- بختة دندان "دور جمعيات حماية المستهلك" مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك، " تشريعات وواقع" يوم 22-23 أبريل 2008م، بالمركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة.
- زهية بوديار وشوقي جباري: " حماية المستهلك في الجزائر بين المتطلبات التجارية والضرورات الشرعية مع التركيز على الإضافات الغذائية" في الملتقى الوطني الخامس حول : حماية المستهلك في ظل قانون رقم 03/09 بجامعة عزابة ، سكيكدة، أيام 09/08 نوفمبر 2012.

د - الرسائل والأطروحات:

د-1 - أطروحات الدكتوراه:

- فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران (السانية)، 2007م.

د-2 - رسائل ماجستير:

- الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري. مذكرة لنيل الماجستير في القانون. فرع العقود و المسؤولية . كلية الحقوق جامعة الجزائر . السنة الجامعية 2001-2002.
- حبيبة كالم، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2004 - 2005.
- حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2005-2006.

- حفيزة مركب . «الحماية التشريعية للمستهلك في جودة المنتج والخدمة» (مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص عقود و مسؤولية كلية الحقوق بن عكنون الجزائر. 2000، 2001.
- زوبير أرزقي، " حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مذكرة ماجيستر فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011م.
- سفيان حديدان – جريمة التقليد التديليسي للعلامات الصناعية والتجارية أو علامات الخدمة – مذكرة ماجيستر في القانون الجنائي – كلية الحقوق بن عكنون – السنة الجامعية 2001 – 2002.
- شعباني حنين (نوال) التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستر في العلوم القانونية فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- ماني عبد الحق . حق المستهلك في الاعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري و المصري . مذكرة ماجستير . كلية الحقوق والعلوم السياسية .جامعة محمد خيضر. بسكرة. 2008-2009.
- نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتوجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجيستر، 2008م- 2009م.
- نائلة عياطة بن سيراغ – الجوانب القانونية للإشهار – مذكرة ماجيستر في قانون الأعمال – كلية الحقوق – بن عكنون – السنة الجامعية 2001- 2002.

الجراند:

- محمد سالم، جريدة الشروق تحت عنوان: "48 مخبر لمراقبة السلع الفاسدة والمقلدة" العدد 2520، الصادرة في: 31 جانفي 2009.

المواقع الالكترونية:

- موقع وزارة التجارة: www.commerce.gov.dz

- Jean calais – Auloy et Frank, Steinmetz, droit de la consommation, Dalloz, Paris, 5^{ème} édition, 2000.
- Yves guyan .droit des affaires. tome1, 8^{ème}. Edition économique .paris 1994.
- KAHLOUL (M). MEKAMCHA (G). la protection du consommateur en droit ALGERIEN. revue IDARA N°02 val 05;1995.
- BIOLAY jean jacques, Transparence tarifaire et pratique relatives aux paris, fax 286 n 11, lexisnexus, 2005.
- E.TIENNE wery. facture .mémoire et paiement électroniques. Edition juris – classeur. paris 2003.
- Didier Ferrier , la protection du consommateur, Dalloz 1996.
- Loi N° 2008- 3 du 03 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs. JORF du 04-01-2008, voir le site: www.conso-France.org.

الفهرس

	الإهداء
	شكر و عرفان
01	مقدمة:
05	الفصل التمهيدي: ظهور فكرة المستهلك و مفهومه:
09	الفصل الأول: مضمون الحماية في إطار قانون رقم 04 - 02 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، والقانون رقم 09 - 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
09	المبحث الأول: مضمون الحماية في إطار قانون الممارسات التجارية رقم 02/04 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06/10:
10	المطلب الأول: شفافية الممارسات التجارية:
10	الفرع الأول: الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع.
14	الفرع الثاني: الفوترة.
17	المطلب الثاني: نزاهة الممارسات التجارية:
18	الفرع الأول: الممارسات التجارية غير الشرعية:
21	الفرع الثاني: ممارسة أسعار غير شرعية:
23	الفرع الثالث: الممارسات التجارية التديسية:
24	الفرع الرابع: الممارسات التجارية غير النزيهة:
26	الفرع الخامس: الممارسات التعاقدية التعسفية:
28	المبحث الثاني: مضمون الحماية في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09.
28	المطلب الأول: إلزامية النظافة وأمن المنتجات ومطابقتها
29	الفرع الأول: إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية
32	الفرع الثاني: إلزامية أمن المنتجات:
33	الفرع الثالث: إلزامية مطابقة المنتجات:
35	المطلب الثاني: إلزامية الضمان و الوسم:
36	الفرع الأول: إلزامية الضمان و الخدمة ما بعد البيع
39	الفرع الثاني: إلزامية إعلام المستهلك (الوسم):
42	الفصل الثاني: الهيئات المختصة لحماية المستهلك والآليات المستعملة.
42	المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.
42	المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهيئات التابعة لها في حماية المستهلك.
43	الفرع الأول: مصالح وزارة التجارة
46	الفرع الثاني: الهيئات المختصة التابعة لوزارة التجارة
50	المطلب الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.
50	الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك
52	الفرع الثاني: دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.
54	المبحث الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك.
54	المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك
55	الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك وتأسيسها
57	الفرع الثاني: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.
60	الفرع الثاني: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك
65	المطلب الثاني: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك.
66	الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.

67	الفرع الثاني: دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك.
68	الفرع الثالث: دور النائب العام في حماية المستهلك.
68	الفرع الرابع: دور المحكمة في حماية المستهلك.
70	الخاتمة:
78	قائمة المصادر:
88	الفهرس: