جامعة عبد الرحمان ميرة - بجاية -
كليّة الحقوق و العلوم السياسيّة

النشاط التنافسي الحرّ و حقوق المستهلك

مذكّرة لنيل شهادة الماستر في القانون
- تخصّص قانون الأعمال -

إعداد الطلبة:
جودر سميرة
بسو نجاة

إشراف الأستاذة:
بن عبد الله صبرينة

لجنة المناقشة:

الأستاذ(ة): بن يحيا رزيقة	رئيسا
الأستاذة: بن عبد الله صبرينة	مشرفا ومقررا
الأستاذ(ة): بن شعلال كريمة	ممتحنا
ممتحنا	

السنة الجامعية: 2018/2017

شكر و عرفان

الحمد لله الذي لا أحق بالشكر منه سبحانه و تعالى ، أن وفقنا و منحنا الصبر و القوة و يسر لنا في إتمام هذا العمل المتواضع.

ثم نتقدم بجازل الشكر و العرفان لأستاذة المشرفة "بن عبد الله صبرينة" عن ما أخصته لنا من توجيه و ما قدمته لنا من وقت و جهود و إرشاداتها القيمة و انتقاداتها البناءة .

مثلما لا يفوتونا ان نتوجه بالشكر الى أعضاء لجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذه المذكرة ، و على ملاحظاتهم التي لن تزيد لعملنا إلا ثراءا.

كما لا ننسى تقديم شكرنا المتواضع الى كل الأساتذة في جامعة عبد الرحمان مي ، و فرع الحقوق خصوصا ، و الى كل من قدم إلينا يد المساعدة من قريب أو من بعيد لإنجاز هذا العمل.

ألف ألف شكر للجميع

الإهداء

الى من قال الله فيها ..." ووصينا الإنسان بالوالدين إحسانا"... الآية 23 من سورة الإسراء.

الى التي أهدتني الوصل دون الخصام الى من ربتني و سقتني من حنينها شهد المنام التي أرضعتني حنانا و حبا ، فيض العطف و المودة ، الى التي سهرت من أجل راحتي أمي العزيزة الغالية رحمها الله و سكنها فسيح جنانه.

الى اعظم أب في عيني ، الى من قدم لي كل العون و المساعدة المادية و المعنوية.

الى من حثني على العمل الدءوب ، الى سر نجاحي أبي الغالي رحمه الله و جعله من اهل الجنه.

و الى الأخت الحبيبة و الغالية " نضيرة" أطال الله في عمرها و وفقها في دراستها العليا.

و الى قرة عيني و ملكة قلبي حبيبتي "ميليسة" اللهم يسر لها دراستها العليا في ألمانيا ، و الى الأخت الحبيبة " يسمينة" و والدتها "و الى الصغيرة أميرة ، و الى كل أخوتي و أخواني الى كل الأصدقاء و الصديقات المخلصات و الأوفياء الذين ساندوني ، أدامهم الله لي.

الى أبناء أخي بوعلام و محمد محبة خاصة أطال الله في عمرهما.

الى كل هؤلاء أتمنا لهم طول العمر و السعادة و أهديهم ثمرة جهدي

و شكر خاص لأسرتي التي منحتني الراحة النفسية و الثقة اللازمة لإنهاء هذا العمل و رفع من معنوياتي.

سميرة

الإهداء

أهدي هذا العمل و خلاصة جهدي الى من رباني و علمني أبجديات الحياة الى الوالدين الكريمين حفظهم الله لي و الى جدي و جدتي أطال الله في عمرهما و خاصة رفقاء العمر إخوتي خاصة أخي الصغير سيف الدين و بنات اخي " ندى و نرمان" ، و الى إبنت عمي الغالية نجمة ، و الى من تطلعتم لنجاحي بنظرات الأمل و و قفتم الى جانبي الى أهلي و أحبابي و الى كل صديقاتي.

نجاة

قائمة المختصرات

ب.ب.ن: بدون بلد نشر.

ب.ت.ن:بدون تاريخ نشر.

ج.ر.ج.ج.د.ش:جريدة رسميّة للجمهوريّة الجزائريّة الديموقراطيّة الشّعبيّة.

ص:الصفحة.

ص ص: من الصفحة الى الصفحة.

ق.م.ج:القانون المدني الجزائري.

مقدمة

عرفت الجزائر تغيرات في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية قد أدى إلى زيادة الاهتمام بموضوع حماية المستهلك، خاصة بتخلي الجزائر عن النظام الاشتراكي الذي يقوم على احتكار الدولة لجميع القطاعات الاقتصادية والصناعية، وانتهاج الجزائر لنظام اقتصاد السوق الذي يكرس حرية التجارة والصناعة.[1] ويستلزم إزالة مختلف القيود والحواجز أمام حرية الانتاج والتبادل، التي انعكست على السلوك الاجتماعي وعلى الممارسات الاقتصادية، حيث أدت هذه الظروف والمستجدات إلى ظهور فئة من المنتجين والمستوردين تسعى إلى الثراء الفاحش والسريع مستثمرة في سبيل تحقيق هذا الثراء الفاحش والسريع مستثمرة في سبيل تحقيق هذا الثراء كافة التسهيلات التي تقدمها الدولة لتشجيع الاستثمار والمستثمرين، ظنا منهما أن تحرير التجارة ومبدأ الحرية الاقتصادية بعني الفوضى وحرية إغراق الأسواق بالعديد من السلع المغشوشة وغير المطابقة للمواصفات القياسية، وقد استغلت هذه الفئة أيضا ثغرات القوانين والنظم المعمول بها حاليا، ودخلت في مجالات استثمارية صناعية وتجارية، غاية في الخطورة لتعلقها بأمن وصحة المستهلك والاقتصاد القومي،دون أن يتوافر لها الحد الأدنى من المقومات والمؤهلات اللازمة لممارسة تلك الأنشطة.[2]

ونتيجة لذلك تدخلت الدولة بتشريعها في كافة مراحل إنتاج وتوزيع وتداول واستهلاك السلع والخدمات من أجل ضمان سلامة المستهلكين، ولدرء المخاطر التي تهددهم من جراء استعمالهم واستهلاكهم لهذه السلعة وكذلك الخدمات الطبية والصحية، حيث فرضت قواعد تشريعية وتنظيمية مختلفة لتوفير أفضل الشروط التي توفر للمستهلك سلامة رضاه وحرية إرادته واختياره، بمنأى عن تلاعب بعض المنتجين والموزعين الذين أصبحوا ضحية للتضليل أو الغش أو الاستغلال.

---

[1] وهذا ما نصت عليه المادة 37 من دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 صادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 مؤرخ في 7 ديسمبر 1996، ج ر ج ج عدد 76 صادر في 8 ديسمبر 1996، معدل ومتمم بقانون رقم 02-03، المؤرخ في 10 أفريل 2002 ج ر ج ج عدد 25، الصادر في 14 أفريل 2002، وبالقانون رقم 08-19 مؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج ر ج ج، عدد 63، الصادر في 26 نوفمبر 2008 .

[2] مزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013، ص ص 2و3.

إذ بدأ الاهتمام بحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق النداء الذي أطلقه الرئيس الأمريكي " جون كينيدي" والمعروف بلائحة حقوق المستهلك في خطابه أمام الكونغرس الأمريكي في 15مارس 1962 و التي تعد من أول المبادرات التي تدعو المجتمعات إلى ضرورة حماية طائفة المستهلكين وقد تضمنت اللائحة حقوق المستهلك مجموعة من الحقوق: الحق في الحماية الصحية، الحق في الحصول على المعلومات، الحق في الاختيار، الحق في الاستماع إلى المستهلك، الحق في التعويض، الحق في الحصول على التعليم، الحق في الحصول على الاحتياجات الأساسية، حق المطالبة بالمحافظة على المصادر الطبيعية.[1]

وبدوره تأثر المشرع الجزائري بالتطور الهائل الذي عرفه قانون الاستهلاك عبر العالم، حيث وضعت أسس قانون الاستهلاك في الجزائر سنة 1989 تزامنا مع انتهاج الجزائر لنظام الاقتصاد الحر، الذي فرض قواعد المنافسة الحرة وتراجع دور الدولة إلى مراقب للعملية الاقتصادية بعدما كانت طرفا فيها، وعليه بات من الضروري وضع إطار قانوني يكفل حماية المستهلك من الممارسات التعسفية،وكان ذلك بموجب القانون رقم 02/89 الملغى المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[2] والنصوص التنظيمية اللاحقة له، والذي وضع المبادئ الأساسية كضمان العيوب الخفية، وسلامة المستهلك من المخاطر المترتبة على استعمال المنتوجات، ولم يتوقف تشريع حماية المستهلك عند هذا الحد، بل صدرت عدّة نصوص جاءت مكملة لها و التي تناولت جوانب أخرى من الحماية، كالأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بكل التعديلات.[3] والذي انصبت فيه الحماية على تنظيم قواعد المنافسة من خلال حرية الأسعار وحظر الممارسات المقيدة للمنافسة وتنظيم التجميعات الاقتصادية، وانشأ لذلك هيئة عمومية تتمثل في مجلس المنافسة وبتاريخ 23 يونيو 2004 صدر القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،[4] الذي يتضمن بدوره أحكاما تهدف لحماية المستهلك وذلك من خلال إعلامه بالأسعار والتعريفات

[1] مزاري عائشة، مرجع سابق، ص3

[2] قانون رقم 89-02 مؤرخ في 1989/02/07 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر، عدد 50 (ملغى)

[3] أمر رقم 03-03 مؤرخ في 2003/07/19 يتعلق بالمنافسة، ج ر، عدد 43 ، المعدل والمتمم بالقانون 12/08 المؤرخ في 25 يونيو 2008، ج ر، عدد 36 الصادر في 2008/07/02

[4] قانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، ج ر، عدد 41، (المعدل و المتمم).

وشروط البيع من جهة، وتجريم الممارسات التجارية غير النزيهة من جهة أخرى، ثمّ صدر القانون 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المعدل والمتمم للقانون المدني،[1] والذي أدرج أحكاما تتعلق بالمسؤولية المدنية للمنتج عن الأضرار التي تلحقها منتوجاته المعيبة، وهذا ما وضحه في أحكام المادة 140 مكرر القانون المدني لتشريع حماية المستهلك بصدور القانون 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،[2] والذي أنهى العمل بالقانون رقم 02/89 الملغى، ويكتسي القانون رقم 03/09 أهمية بالغة نظرا للحقبة التي صدر فيها، مما يجعله يترجم دون شك مرحلة مهمة من مراحل تطور قانون حماية المستهلك في الجزائر.

وبالتمعن في أحكام القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجده وعلى خلاف سابقه وضع تعريف لأطراف عقد الاستهلاك، كما وضع مجموعة من الضمانات الأساسية تهدف إلى إعادة التوازن العقدي من خلال تصحيح رضا المستهلك وذلك بضمان إعلامه من عدّة جهات وحمايته من الشروط التعسفية غير تقنيات مختلفة،وكذا ضمان سلامة المستهلك وأمنه من المخاطر التي قد تلحقه من استعمال المنتوجات التي اشترط مطابقتها للمواصفات القانونية والقياسية المعمول بها، وفي حالة ثبوت عدم صلاحية المنتوج لعيب فيه، فللمستهلك الحق في المطالبة بإصلاحه أو استبداله أو إرجاع ثمنه تنفيذا لضمان، ولتحقيق الحماية المرجوة وضع القانون الآليات اللازمة لذلك من خلال فرض الرقابة على المنتوجات المعروضة للاستهلاك وتوسيع صلاحيات القائمين بها من جهة، وإقامة المسؤولية الجزائية والمدنية لكل مخالف لقواعد حماية من جهة ثانية.

أما قانون المنافسة، فإنه يكفل حماية المستهلك عن طريق اهتمامه بالسوق وبقواعد المنافسة المشروعة، وفي هذا يلتقي قانون المنافسة مع قانون حماية المستهلك بواسطة وضع أحكام غايتها الحيلولة دون تعسف أطراف مهيمنة على السوق ومن هذا القبيل تحديد الأسعار، تنظيم المنافسة، والمعاملات المنافية للمنافسة، وكذا الإعلام الذي يلعب دورا هاما في توعية المستهلك، حتى يتسنى له ممارسة حقه في اختيار السلع والخدمات وفقا لمبدأ حرية المنافسة، وإذا

[1] قانون رقم 05-10 المؤرخ في 2004/07/20، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات المتضمن القانون المدني، ج ر، عدد 10، ص89.

[2] قانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، عدد 15، ص12.

كانت قواعد المنافسة تجعل السوق شفاف، فهي لا تكفي لتوفير الحماية المنتظرة،إذ لابد من تدخل نصوص تفرض احترام مواصفات خاصة في السلع والخدمات، وهو ما يهتم به قانون حماية المستهلك الذي يتغلغل في موضوع الحماية الخاصة بالذات السلع التي يجب أن تتوفر فيها الشروط الكفيلة بضمان سلامة المستهلك في جسمه وصحّته، فيلاحظ من هنا أن المشرع قد سنّ وتدخل بمجموعة من القوانين والأحكام التي تقوم على حماية المستهلك وذلك كنتيجة لأهمية هذا الموضوع في مجال المنافسة ومواجهة الأعوان الاقتصاديين وهذا لغرض حماية المستهلك.

فهل استطاع المشرع أو تمكن من موازنة أو توفيق بين النشاط التنافسي الحرّ وحقوق المستهلك.؟للإجابة على هذا التساؤل، ارتأينا إلى تقسيم هذا البحث إلى فصلين، سنتناول محاولة التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك (الفصل الأول)، ثمّ نتطرق نسبية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك (الفصل الثاني).

الفصل الأوّل

محاولة التوفيق بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك

لقد ساهم فتح المبادرة للمنافسة بين مختلف القطاعات العامة و الخاصة في النهوض بمستوى معيشة الفرد في المجتمع باعتباره مستهلكا للسلع و الخدمات المطروحة في السوق.

من هذا المنطلق أصبح الاهتمام بالمستهلك و البحث عن إمكانية جذب السمعة التي يبحث عنها كل محترف في النشاط الاقتصادي ، وذلك باستعمال العديد من الوسائل الحديثة في جلب و إغراء هذا المستهلك نظرا للتنافس الشديد الموجود بين المتدخلين الاقتصاديين.[1]

إن رغبة المشرع في توفير الحماية القانونية للمستهلك في مواجهة المهني ، بعد أن ثبت وجود اختلال في التوازن العقدي بينهما ، و بعد أن أثبت أيضا أن التوازن المنشود لن يتحقق إلا بسن قواعد آمرة .[2]

بذلك سخر المشرع الجزائري بعض القواعد القانونية لحماية المستهلك المتمثلة في ضوابط و آليات قانونية كافلة بضمان أمنه و سلامته من مختلف التجاوزات الاستهلاكية .[3]

لذا سوف نتطرق في اطار هذا الفصل الى استخلاص اوجه الموازنة بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك و ذلك من خلال مبحثين فتناولنا الاول تحت عنوان: التصدي القانوني لمحاولة الانصاف بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك(المبحث الاول) اما الثاني جاء عنوانه

[1] _ أرزقي زوبير ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2011، ص 7

[2] _ وطاح فريدة _زيدات وهيبة ، الموازية بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، تخصص القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية ، 2014_2015، ص 5.

[3] _ عنقي دالية ، حماية المستهلك من المواد المغشوشة ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ، تخصص القانون العام للأعمال ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية ، ص ص 6و 7.

كما يلي : "**الية الرقابة و توقيع الجزاءات للتوفيق بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك**" (المبحث الثاني)

المبحث الأول

التصدي القانوني لمحاولة الموازنة بين النشاط التنافسي الحر و الحقوق المستهلك

من أجل القيام بالإنصاف بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك , قام المشرع بوضع قوانين و أحكام تنظم بمقتضاها العلاقة بين طرفي العقد.

بمجرد أن أصدر المشرع الجزائري أول قانون للمنافسة الا و هو قانون رقم 06/89[1] نص على اهمية و الهدف المتوخي من إصداره و المتمثل في موضوع الإشكال المطروح على ضرورة تحسين معيشة المستهلكين و تحقيق حاجاتهم ، و ذلك اعتراف صريح منه بأن لا سبيل للحديث على المنافسة في السوق و تحقيق الارباح المروجة دون احترام المستهلك و الدليل على ذلك جملة من الالتزامات التي اقرها المشرع لاول مرة في قانون المنافسة و تتمثل في احترام التنافس المشروع بين الاعوان الاقتصاديين كسبيل للتنافس الحر ثم جملة اخرى من الالتزامات موجهة بالاساس لاحترام المستهلك و بالتالي يظهر لنا أن هناك تدخل واضح للمشرع الجزائري لضبط العدل و الإنصاف الواجب بين المستهلك و العون الاقتصادي كضرورة احترام العون الاقتصادي لالتزاماته المنصوص عليها في قانون المنافسة الأصل (المطلب الأول) ثم نتطرق إلى احترام التزاماته المنصوص عليها في قانون الاستهلاك و قانون الممارسة التجارية.[2]

[1] _ قانون رقم 06/89 مؤرخ في 25 جانفي 1995 ، يتعلق بالمنافسة ج.ر عدد 09 صادر في 8 فيفري 1995 (ملغى)

[2] _ إرزيل الكاهنة _ إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، مجلة الباحث لدراسات الأكاديمية ،العدد 08 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، جانفي 2016،ص67.

المطلب الأول

إلزامية احترام العون الاقتصادي لقانون المنافسة كأصل

إن ممارسة النشاط الاقتصادي بصفة عامة ، يخصع لجملة من الضوابط التشريعية و التنظيمية لغرض منع أي انحراف سائد في المجتمع ، حيث تنص المادة الأولى من الأمر رقم 03_03[1] المتعلق بالمنافسة على مايلي :

" **يهدف هذا الأمر إلى تحديد شروط المنافسة في السوق و تفادي كل ممارسات مقيدة للمنافسة و مراقبة التجمعات الاقتصادية ، قصد زيادة الفعالية الاقتصادية و تحسين ظروف معيشة المستهلكين** " فإقرار الحرية الاقتصادية ، لا تعني أبدا الفوضى في التجارة واخلال بالمنافسة الشريفة و النزيهة و تقضي إلى تقييد المعاملات التجارية ، وبروز الاحتكارات التي تضر بإقتصاد البلاد وتضر بمصلحة المستهلكين .[2]

لذلك فقانون المنافسة يلزم العون الاقتصادي باحترام الأحكام القانونية المرتبطة بالتزاماتهم و النشاط في الأسواق مقتضاها حرية أي عون اقتصادي في ممارسة نشاط تجاري أو صناعي يراه ضروريا لتحقيق أرباح طائلة متبعا أصول التنافس المشروع و النزيه .

ذلك هو المطلوب و المرغوب فيه باسم الحرية الاقتصادية الا أن ذلك غير كاف لأن العون الاقتصادي ليس الوحيد المتواجد في السوق تطبيقا لقواعد العرض و الطلب فنجاحه أو فشله مرهون بمدى استقطابه لأكبر قدر ممكن من الزبائن كمستهلكين من حيث رضائهم بما هو

[1] _ امر رقم 03/03, مؤرّخ في 19 جويلية 2003 يتعلّق بالمنافسة ، مرجع السابق.

[2] _ بو جميل عادل ، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع : المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2012 ص 34

[3] - أرزيل الكاهنة , إشكالية نجاح المشرّع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحرّ و حماية حقوق المستهلك,مرجع سابق,ص ص67-68.

معروض من السلع و الخدمات ، و تلك معادلة تبدو صعب التحقيق بسهولة كون أن العون الاقتصادي مجبر على احترام مجموعة من الالتزامات اتجاه المستهلك حتى لا يظهر بمظهر المغبون و المذعن و المتعسف [1].

وعليه يمكن حصر هذه الالتزامات في التقيد بمبدأ حرية الاسعار (فرع اول) , و التقيد بقواعد المنافسة الحرة (فرع ثاني)

الفرع الأول

التقيد بمبدأ حرية الأسعار

يكمن في السماح للعون الاقتصادي بتحديد الأسعار بصفة حرة عملا بالقاعدة القائلة "**فلا يمكن تصور منافسة نزيهة حرة دون أن تكون الأسعار حرة**"، غير أن تطبيق هذا المبدأ بصفة مطلقة ستكون له آثار كبيرة على قدرة المستهلك في اقتناء السلع و الخدمات لذلك من باب إقامة التكافؤ و التوازن و التوافق بين التنافس الحر و المستهلك من جهة ، و من باب تحقيق الكفاءة الاقتصادية و الحفاظ على المصلحة الاقتصادية للمستهلك من جهة ثانية ، يجب على العون الاقتصادي توفير السلع و الخدمات بأفضل الأسعار من هذه الزاوية فالعديد من الشركات تقوم بتحديد إستراتيجيتها على أساس المنافسة.[2]

لكن هذا لا يمنع الدولة و من جانب حماية المستهلك الذي قد يتضرر من تطبيق هذا المبدأ التدخل لإجبار العون الاقتصادي بإحترام بعض الأسعار التي تحدد سلفا من قبلها ، يتعلق الأمر ب :

[1] ن_ أرزيل الكاهنة , إشكالية نجاح المشرّع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحرّ و حماية حقوق المستهلك,مرجع سابق

[2] _سحتوت نادية ، "درجة و تحليل النظام القانوني" ,المنافسة الحرة ، المتلتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، يومي 17_18 نوفمبر 2009 ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية.

1_ السلع و الخدمات ذات الطابع الإستراتيجي فإن الدولة هي التي تحدد هذه الأسعار بعد أخذ رأي مجلس المنافسة فهنا تتدخل بموجب مرسوم لتقنينها ، و هو ما ينطبق عمليا على أسعار الحليب و الخبز نظرا للاستهلاك الواسع لها حماية للقدرة الشرائية للمستهلك .

2_ عندما يلاحظ ارتفاع الأسعار بشكل مفرط بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل نشاط معين أو في منطقة جغرافية، فإن الدولة يمكن أن تتدخل و تفرض تدبير استثنائي يخفض من هذا الارتفاع و لمدة 6 أشهر دائما بعد أخذ رأي مجلس المنافسة ، و هو ما قامت به الدولة بالفعل فيما يتعلق بمادة البطاطا في السنوات الماضية أين لجأت إلى الاستيراد كوسيلة لإعادة التوازن و القضاء على المضاربة في الأسواق و العمل على عدم التأثير الكبير على القدرة الشرائية للمستهلك.[1]

الفرع الثاني

التقيد بقواعد التنافس

و يقصد به إحترام العون الاقتصادي لأصول التنافس بالابتعاد عن تلك التصرفات و الممارسات المفيدة للمنافسة و التي لها آثار مباشرة على المستهلك من حيث طبيعة الأسعار التي ستعرض و كذا طبيعة السلع و الخدمات[2] ،و تتمثل فيمايلي:

أولا : الابتعاد عن الهيمنة على الأسواق

تعتبر الهيمنة بمثابة القوة الاقتصادية التي تحوزها مؤسسة ما و التي بها أو بموجبها تستطيع أن تعرقل المنافسة في الأسواق(المنافسة الفعلية) , مع انتهاج سلوك منها يتسم بقدر كاف من الاستقلال في مواجهة منافسيها و كذا عملائها و اخيرا في مواجهة المستهلكين ، و في هذا الإطار

[1] _أرزيل الكاهنة إشكالية نجاح المشرّع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحرّ و حماية حقوق المستهلك,مرجع سابق, **ص 70**

[2] _ أرزيل الكاهنة، مرجع نفسه, **ص 71**

صدر مرسوم تنفيذي رقم 00_314 المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية الهيمنة و كذا مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة[1].

و عليه فحماية لمصالح المستهلك لابد من التصدي للممارسة التي تكون محل هيمنة في السوق ، لأن ذلك يؤدي إلى انعدام أو أقلية السلع في السوق و كذا تمكين المستهلك من قدرة الإختيار بما يتناسب مع رغباته ، و إن وجدت كذلك سلع بديلة في نفس الوقت قد يكون محل زيادة في ثمنها.[2]

فهذه الهيمنة تعبر عن الاحتكار الذي يناقض تماما مع المنافسة الحرة و الذي تسبب أضرارا للمستهلك و المتمثلة في مايلي:

1_ استغلال المستهلك بلجوء العون الاقتصادي إلى رفع الأسعار و خفض الكميات المعروضة من السلع و الخدمات بهدف تحقيق الأرباح و يدفع جزء كبير من المستهلكين لإقتناءها ، فيقع الظلم في الخدمات للجماهير الغالبة لفائدة الفئة القليلة من المحتكرين ، بما ينتج عن ذلك من تفاوت شديد في الاسعار و الثروات.

2_ تتنافى الهيمنة على السوق مع المبادئ الديمقراطية التي يجب أن توجه إلى خدمة المستهلك و المؤسسات مهما كانت حجتها .

3_ وجود الهيمنة على السوق تحد من اختيار المستهلك و تجعله لا ينوع من خياراته و هو السبب الذي تم من أجله تغيير النظام الاشتراكي الذي سبب أزمة ندرة المواد الغذائية في سنوات الثمانينات مما ادى الى إضرابات حادة يتذكرها الجميع.[3]

---

[3] _ مرسوم تنفيذي رقم 314/00 مؤرّخ في 14 أكتوبر 2000,يحدّد المقاييس التي تبيّن انّ العون الإقتصادي في وضعية هيمنة و كذا مقاييس الأفعال الموصوفة بالتعسّف في وضعية الهيمنة,ج.ر,عدد 16,صادر في 18 أكتوبر 2000(ملغى).

[2] _ارزقي زبير,مرجع سابق,**ص ص 100-102**

[3] _أرزيل الكاهنة ، اشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، المرجع السابق ، **ص ص ، 70 _ 71.**

يمكن أن يعفى مجلس المناقشة من التدخل إذ تنص المادة 8 الامر 03/03 أنه " **يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة ، بناء على طلب المؤسسات المعنية و استنادا إلى المعلومات المقدمة له ، أن إتفاقا ما أو عملا مدبرا أو اتفاقية أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و 7 أعلاه ، لا تستدعي تدخله**".

كما انه صدر المرسوم التنفيذي رقم 05_175 المؤرخ في 12 مايو سنة 2005 الذي يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقيات ووضعية الهيمنة على السوق.[1]

فهذا التصريح يقدمه مجلس المنافسة بناء على طلب من المؤسسات المعنية بهدف عدم التدخل لانعدام السبب في ذلك ، متى كان الطالب موجها من طرف المؤسسات المعنية مباشرة ، أما إذا كان الطلب مقدما من قبل ممثلوا هذه الأخيرة فلا بد من استظهار تفويضا مكتوبا يبين فيه الصفة التمثيلية المخولة لهم.[2]

ثانيا: شفافية عمليات البيع

يتعلق الأمر بكيفيات الدفع و التخفيظات التي قد تمس أسعار البضائع و المنتجات التي تعرض في السوق . إذ يجب في هذا الشأن أن يتم بيان كيفيات الحساب و فرض احترام دفع الثمن في الأجل المحددة في الفاتورة و ضرورة توافق السعر المعلن مع المبلغ الاجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل شراء سلعة أو تأدية خدمة ، كما يجب أن تعد و توزن أو نكال المنتوجات سواءا بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري . الا ان هذه القواعد يتم فيها الإخلال بالمنافسة المشروعة و المساس بحقوق المستهلك و هذا عندما يتم البيع بالخسارة .[3]

---

[1] _**مرسوم تنفيذي رقم 05_175** المؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق 12 مايو سنة 2005 ، يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقيات ووضعية الهيمنة على السوق ، ج ر عدد 35 ، الصادرة سنة 2005.

[2] _ أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، **ص ص 102_103.**

[3] _ أرزيل الكاهنة ، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، المرجع السابق ، **ص 71.**

المطلب الثاني

الالتزام بأحكام قانون الاستهلاك و قانون الممارسات التجارية كاستثناء

تتنوع الإشكالات القانونية للعون الإقتصادي من زاوية النظر إليه فيعتبر في نظر قانون المنافسة منافس شرعي حر في السوق ، فيخضع لشروط ممارسة المنافسة كما يعتبر في نظر قانون الممارسات التجارية كل من يقوم بممارسة نشاطه في الإطار المهني العادي في جو يسوده الشفافية و النزاهة و الوضوح.[1]

و إن تم التطرق لهذه القوانين بين الحين لآخر إلا على سبيل الإضافة و التكملة فقط لقانون حماية المستهلك وقمع الغش و هذا للعلاقة الوطيدة الموجودة بينهما لأنه من بين أهداف هذه القوانين تكريس كذلك قواعد حماية المستهلك.[2]

لذلك فإن المشرع الجزائري لم يكتفي بقواعد قانون المنافسة لفرض الموازنة بين التنافس الحر و حماية المستهلك اذ انه عندما وضع قانون آخر في صف المستهلك بالمقارنة مع العون الإقتصادي كانت الضروري للإنقاص من الفارق الكبير الموجود بينهما بالإضافة جملة من خلال قانون حماية المستهلك (الفرع الأول) مضيفا قانون آخر تنصب في نفس الإطار يتمثل قانون الممارسات التجارية (الفرع الثاني).[3]

[1] _ حماش سيلية ، ساوس خيرة ، "الضوابط القانونية للمنافسة في التشريع الجزائري" ، دفاتر السياسية و القانون ، عدد 15 ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة طاهري محمد, بشار ، جوان 2016 ، **ص 414.**

[2] _ بوروح منال ، لمنافسة ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09_03 (المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش) ، مذكرة لنيل شهادة الماجستر فرع قانون حماية المستهلك و المنافسة ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 01، 2015، **ص ص ، 6_7.**

[3] _ أرزيل الكاهنة ، المرجع السابق، **ص 72.**

الفرع الأول

الزامية احترام العون الاقتصادي لأحكام قانون الاستهلاك

ظهر اهتمام الجزائر بحماية حقوق المستهلك في صدور جملة من القوانين فكانت بدايتها مع قانون رقم 02/89[1] و الذي تم إلغاءه بموجب القانون رقم 03/09 [2]و الذي تم تأكيد في مشروع إعداده على ضرورة قيام العون الاقتصادي بضمان مطابقة جميع المنتجات و الخدمات و المعروضة في عملية العرض لمقاييس الاستهلاك وكذا توسيع مجال تطبيق إجراءات حماية المستهلك و قمع الغش على جميع المنتجات و الخدمات المعروضة في السوق ، إضافة إلى إدراج مبدأ الاحتياط قصد الوقاية من الأخطار الناجمة عن وضع المنتجات التي تشكل خطر على السوق.

و في هذا الإطار نص قانون رقم 03/09 المتعلق بالاستهلاك على ضرورة قيام العون الإقتصادي بمايلي :

1_مهنة الإعلام كإحدى الوسائل التي تجعل المستهلك على دراية اكثر بالوسائل المعروضة امامه:

الإعلام وسيلة مفادها تنوير المستهلك اكثر في المنتوجات المعروضة من حيث طبيعتها و منشأها و مميزاتها الأساسية و تركيبها بمعنى آخر فهذا الإعلام حول طبيعة السلع و الخدمات يتم بواسطة لوسم "**Etiquetage** " و الذي لم يتم تعريفه في قانون الاستهلاك الجديد تاركا الأمر [3] للمرسوم التنفيذي رقم 13_378 يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك في المادة 12 منه [4].

---

[1] _ **قانون رقم 02/89**, مؤرّخ في 7 فبراير 1989 , المتضمّن حماية المستهلك, (ملغى)

[2] _ **قانون رقم 03/09**,مؤرّخ في 25 فبراير 2009, المتضمّن حماية المستهلك و قمع الغشّ، مرجع سابق

[3] _ أرزيل الكاهنة ، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، المرجع السابق ، **ص ص 72_73**

[4] _ **المادة 12 من مرسوم تنفيذي رقم 13_378** مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 ، يحدد الشروط و الكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك ، ج ر عدد 58 صادرة في 18 نوفمبر 2013.

2_ الالتزام بجودة و مطابقة المنتوجات التي يجب أن تلبي الرغبات المشروعة للمستهلك بالإضافة إلى ضرورة أن تكون تلك المنتجات من السلع و الخدمات تستجيب لمقاييس النظافة و الصحة [1].

الفرع الثاني

احترام العون الاقتصادي في قانون الممارسات التجارية

لقد كرس القانون رقم 04_02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية قواعد الشفافية و النزاهة في المعاملات التي تتم بين الاعوان الاقتصاديين و المستهلكين حيث تنص المادة الأولى منه : "**يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد و مبادئ هؤلاء المستهلكين و كذا حماية المستهلك و إعلامه** "[2].

إن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية تهدف إلى حماية المصالح الخاصة بالأعوان الإقتصادي بالدرجة الأولى بحيث تنظم العلاقة بين المهنيين الذين يتدخلون في مراحل مختلفة من مسار الاقتصادي و على تأمين الشفافية التعريفية بين الأعوان الاقتصاديين ، تشمل هذه القواعد الاعلام بالأسعار و التعريفات وشروط البيع و الفاتورة ، ترجع الفائدة من هذه القواعد إلى إختيار الموردين الذين يقدمون أفضل المنتجات و أحسن الخدمات من حيث النوعية و السعر ، كما أن إلزام البائع أو مقدم الخدمة بتسليم فاتورة للعون الاقتصادي بعد تحقيق البيع أو تقديم خدمة يوفر لهذا الأخير إعلام ما بعد التعاقدي حول الأسعار.[3]

و يمكن دراسة هذا الفرع من خلال هذا التقسيم :

اولا: الحد من الشروط التعسفية **ثانيا:**الاعلام بشروط البيع

ثالثا: الالتزام بالفوترة

---

[1] _ أرزيل الكاهنة ، المرجع السابق, **ص 74**

[2] _ **قانون رقم 04_02**,مؤرّخ في 23 جوان 2004, يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجارية, مرجع سابق.

[3] _ حماش سيلية, مرجع سابق, **ص 415.**

أولا : الحد من الشروط التعسفية:

من المعروف أن العقد يقوم على مبدأ سلطان الإرادة ، لكن النشاط المتزايد في الحياة الاقتصادية و التعاون المحسوس في المراكز الاقتصادية للطرفين جعل البائع ينفرد بوضع شروط البيع و لا يقبل المناقشة فيها ، فالمتعامل الاقتصادي قد يلجأ إلى تضمين العقد الذي يعده مسبقا شروط تعسفية قد تضر بمصالح المستهلك ، و لذا و بهدف إقامة الموازنة بين التعامل الاقتصادي و المستهلك تدخلت التشريعات بوضع حل لهذه التجاوزات التي يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي ، و ذلك من خلال الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي (1) و النص على البيانات و الشروط الالزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في المواجهة للمستهلك(2).[1]

1_ الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي :

حرص المشرع الجزائري على توفير الأطر القانونية الكفيلة للوصول بالممارسة التجارية إلى أوج شرعيتها و ذلك من خلال الضمانات المكرسة في الأمر 03_03 المتعلق بالمنافسة و كذا في قانون الممارسات التجارية 04_02 المعدل المتمم لتنظيم العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين.[2]

و في هذا الصدد أعطى المشرع الجزائري صلاحيات واسعة للقاضي بوضع حد للتعسف المحترف ، و كذا تعديل بنود العقود و الالتزامات الناشئة بما تقتضيه العدالة حيث تنص المادة 110 من التقنين المدني " **إذا تم العقد بطريقة و تضمن شروطا تعسفيا جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط..."**[3].

و يقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك كما منع إدراج الشروط التعسفية الواردة في نص المادة 29 من القانون رقم 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية

[1] _ وطاح فريدة ، زيدات وهيبة ، مرجع سابق ، **ص 19**.

[2] _**القانون رقم 02/04**, المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية، مرجع سابق.

[3] _**المادة 110 امر رقم 75-58** مؤرّخ في 26 سبتمبر 1975, يتضمّن القانون المدني, مرجع سابق.

بالرغم من ذلك فقد جاءت هذه الشروط على سبيل المثال و ليس على سبيل الحصر ،وأشارت المادة 30 من القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية بهدف حماية مصالح المستهلك و حقوقه يمكن ... و كذا منع العمل في مختلف أنواع العقود بعض الشروط التي تعتبر تعسفية.[1]

2_النص على البيانات و الشروط الإلزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك.

لم يكتف المشرع الجزائري و كذا باقي التشريعات على تحديد الشروط التي يمكن للمتعامل الاقتصادي تضمينها في العقد الذي يمكن ان يعده مسبقا و التي تعتبر تعسفية ، و إنما حدد عن طريق التنظيم الشروط التي يجب ان يحتويها العقد و ذلك بهدف حماية مصالح المستهلك .

و قد تم النص على ذلك بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 06_306 [2] المتعلق ابالعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسف و تتمثل هذه الشروط في العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك خاصة ما يتعلق بالسلع و الخدمات و كيفيات الدفع ...الخ، وإجراءات فسخ العقد ، كما تتعلق هذه الشروط بالإعلام المسبق للمستهلك و أمن و مطابقة السلع و الخدمات و كذا ضمان الخدمة ما بعد البيع .

و انطلاقا من هاتين الوسيلتين نلاحظ أن القانون حاول فرض نوع من الصرامة على المتعامل الاقتصادي اذ يسمح له بممارسة نشاطه التجاري من جهة ، و من جهة ثانية يحافظ على حقوق المستهلك و هذا هو التوازن اللازم توافره .[3]

---

[1] _ **المادة 29 من القانون رقم 04_02** يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المرجع السابق.

[2] _ **مرسوم تنفيذي رقم 06_306**,مؤرّخ في 10 سيتمبر 2006, المتعلّق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبرتعسفيّة, معدّل و متمّم,ج.ر, عدد 56 الصادر في 11 سبتمبر 2006(معدل و متمم).

.

[3] _ وطاح فريدة ، زيدات وهيبة ، مرجع سابق، **ص 21_ 22.**

ثانيا: الإعلام بشروط البيع

الالتزام بالإعلام هو الالتزام عام يجب توفره في المرحلة المسبقة من الثقافة و ذلك في جميع عقود الاستهلاك[1].

وباعتبار ان المستهلك طرفا في العلاقة الاقتصادية فقد نص القانون على ضرورة اعلام الزبائن بشروط البيع و كذا الاسعار إذ تنص المادة 8 من القانون 04_02[2] المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، "**يلزم البائع أن يخبر المستهلك بشروط البيع الممارس قبل اختتام عملية البيع**" ، و مثال ذلك أن يتفق البائع على أن يتحمل تكاليف الإرسال السلعة إلى المكان المتفق عليه أو العكس شريطة أن لا تكون هذه الاتفاقات مخالفة للنصوص القانونية إذ يبطل كل شرط يقبل المستهلك تحمله متى كان مخالفا للقانون .

و يرجع التزام البائع بإعلام المستهلك بشروط البيع لعدم دراية هذا الأخير بالعناصر الجوهرية لمحل المبيع و قد نص المشرع على جملة من الشروط التي يجب على المحترف أن يبادر بها إتجاه المستهلك قبل التعاقد في المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 06_306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ...[3]

ثالثا: الالتزام بالفاتورة

يعتبر القانون رقم 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية أن الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية حيث نظمها في الفصل الثاني من الباب و تكمن الشفافية التي تبديها الفاتورة لحماية حقوق المستهلك و ذلك يمكنهم من معرفة حقوقهم من جهة أخرى تقوم بالإعلام المنتهك عن كافة

[1] _ أرزقي زوبير, مرجع سابق, **ص 61**

[2] _ **المادة 8 من القانون 02/04** المرجع السابق.

[3] _ **المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 06_306** ، المرجع السابق.

التحصيلات و الرسوم و كذا المبالغ التي دفعها أو التي سيدفعها ، إذا كان تم عن طريق فرض الاستهلاك الذي يكون فيه الدفع المسقط أو مؤجلا.[1]

و قد إعتبر المشرع طبقا للمادة 10 من قانون رقم 04_02[2] انه من حقوق المستهلك تظمين الفاتورة المتعلقة بالمنتوج بالبيانات اللازمة و كذا تبيان الكمية و الثمن و المواصفات , كما سن لها بدائل على غرار وصل الصندوق من قانون 04_02 حق المستهلك لما تضمنه من بيانات المنتوج من حيث الكمية الثمن و المواصفات.

كما أن الفاتورة تلعب دورا أساسيا في مساعدة التجار في القيام بالعمليات الحسابية للأنشطة التي أبرمت ، حيث فرض المشرع على كل تاجر تسجيل المعاملات في دفتر اليومي و هو ما نصت عليه المادة 9 من التقنين التجاري "**كل شخص طبيعي او معنوي له صفة التاجر ملزم بمسك دفتر لليومية يقيد فيه يوما بيوم عملية المقاولة او ان يراجع على الاقل نتائج هذه العمليات شهريا بشرط ان يحتفظ بكافة الوثائق التي يمكن معها مراجعة تلك العمليات يوميا**" [3]، كما أن الفاتورة تساعد المستهلك على قيامه بحسابات حول المصاريف التي تم تقديمها على السلع أو الخدمات من أجل معرفة الميزانية الأسبوعية أو الشهرية أي تم أو سيتم صرفها ، كذلك تعتبر الفاتورة عنصر حيوي بالنسبة للإدارة الجبائية و كذا بالنسبة للإدارة المكلفة بعملية المحاسبة لدى المؤسسات االاقتصادية.

و في سنة 2005 صدر مرسوما تنفيذيا رقم 468/05 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة و سد التحويل ،... [4]

---

[1] _ معمري إكرام ، نطاق مبدأ حرية الأسعار ، (مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص قانون الشركات ، كلية الحقوق و العلوم السياسية) جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، 2016_2017، **ص 27.**

[2] _ **المادة 10 من قانون رقم 04_02**, مرجع سابق.

[3] _ المادة 9 من الامر رقم 59/75 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، معدل و متمم.

[4] _ **المرسوم التنفيذي رقم 468/05** المؤرخ في 10 ديسمبر ، 2005 ، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الاجمالية و كيفيات ذلك،ج.ر عدد 80، الصادرة في 2005.

القانون لا يكتفي بمجرد تحرير الفاتورة و تسليمها ، و إنما يجب أن تتضمن بيانات وفقا للشروط و الكميات المنصوص عليها في المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 468/05 و مخالفة تلك الأحكام يعتبر حجية على عدم مطابقة الفاتورة المنصوص عليها في المادة 12 المذكورة اعلاهمن القانون رقم 02/04.[1]

إضافة إلى أن المشرع في المادة 2 على مبدأ أن الفاتورة لا تسلم إلى إذا طلبها.[2]

كما نص المشرع في .قانون رقم 91_05 المتعلق بتعميم اللغة العربية " تطبع باللغة العربية أو بعدة لغات أجنبية الوثائق و المطبوعات و الأكياس و العلب التي تتضمن البيانات التقنية و طرق استخدام و عناصر التركيب و كيفيات الاستعمال".

و بذلك أجبر المشرع أن يكون الإعلام باللغة العربية كأصل عام إلا أنه كاستثناء على الأصل يمكن أن يحرر بلغات أخرى سهلة الفهم للمستهلك و أن تكون العبارات بسيطة و خالية من الغموض.

المبحث الثاني

آلية الرقابة و توقيع الجزاءات لتوفيق بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك

إن إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية قد يؤدي الى تعريض مصالحه للخطر و يتطور بذلك المستهلك، و من أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لابد من وجود أجهزة قوية و فعالة و بدورها يصبح قانون حماية المستهلك و قمع الغش مجرد حبر على ورق و يفتقد لآلية ردع المخالفين من المتدخلين ، و عليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص ، من خلال منحها سلطات و صلاحيات واسعة في التحري و الكشف عن المخالفات القانونية ،

[1] _ **المادة 12 من القانون 04_02**، مرجع سابق.

[2] _ **المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 05_468** ،مرجع سابق.

و يقصد بالرقابة خضوع شيء معين بذاته لرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون للقيام بالتحري و الكشف عن الحقائق المقررة قانونا.

كما منح لها المشرع سلطة توقيع الاجراءات اللازمة على كل من خالف النصوص القانونية التى من شأنها ان تظمن حماية حقوق المستهلك.

و عليه سوف نتطرق في **المطلب الاول** الى آلية الرقابة للتوفيق بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك.اما **المطلب الثاني** فيتعلق بالجزاءات كآلية لتحقيق التوازن بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك .

المطلب الثاني

آلية الرقابة لتوفيق بين النشاط التنافسي الحر و الحقوق المستهلك

لقد تم تكريس العديد من الأجهزة و كلفت بالعديد من الصلاحيات في إطار الدفاع عن المستهلك و حمايته ، و يتنوع دور هذه الأجهزة المنشئة تبعا للغرض الذي أُنشأت من أجله ، فقد كلفت بسلطة الرقابة و تنظيم الحياة الاقتصادية حتى يتجمع المستهلك بالمحترف أو المحترفين فيما بينهم ، سواء على المستوى الوطني أو على المستوى المحلي و ذلك حسب الصلاحيات المخولة لها و حسب النظام التابعة له ، فنجد هنالك هيئات إدارية و أخرى قضائية ، هذا و قد ظهرت هناك هيئات أخرى مستقلة عن النظامين السالف ذكرهما ، أصبحت تحتل مكانة جد هامة لدى المستهلك ، قصد معرفة مدى الدور الذي تلعبه في إطار حماية المستهلك و مدى فاعليتها لمواجهة أهم المخاطر التي تحيط به [1].

وعليه سنتولى دراسة كيفية تدخل الاجهزة الضابطة و مراقبة العون الاقتصادي (فرع اول) وكذا الجزاءات التي توقعها الاجهزة الضابطة على العون الاقتصادي (فرع ثاني).

[1] _ ارزقي زبير, مرجع سابق, ص ص 156-157

الفرع الأول

تدخل الأجهزة الضابطة و المراقبة للعون الاقتصادي

لقد قام المشرع بإنشاء عدة هيئات تسهر على حماية المصالح المختلفة للمستهلكين .[1] و تختلف هذه الاجهزة باختلاف الاختصاصات المخولة لها, كما سنرى لاحقا بدور فعال في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق فيها بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاج المتمثل في ردع حالة و قوع الضرر من طرف المخالفين ، هذه الهيئات تمثل الجانب التطبيقي و العملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم 09_03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش و بدون هذه الهيئات تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى و بدون فعالية .[2]

أولا: تدخل مجلس المنافسة

باعتبار أن قانون المنافسة له علاقة وطيدة بحماية المستهلك إذ يهدف أساسا بحمايته و إشباع حاجاته ورغباته بأقل تكلفة و في أحسن الظروف .[3]

لقد ظهر مجلس المنافسة لأول مرة في الجزائر عند صدور الأمر رقم 06/95[4] المتعلق بالمنافسة ، و من بين مهما التي أسندت له رقابة السوق بهدف السهر على حسن تسيير اللعبة التنافسية .

---

[1]_ بوعولي نصيرة ، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في الق الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع القانون العام للاعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة عبد الرّحمن ميرة–بجاية، **ص 45** .

[2]_ صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظلّ القانون الجديد رقم 09–03, المتعلّق بحماية المستهلك و قمع الغشّ, مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير كليّة الحقوق جامعة قسنطينة, 2013–2014، **ص 97**.

[3]_ لعويجي عبد الله ، اختصاصات مجلس المنافسة ، دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك "مداخلة في الملتقى حول حرية المنافسة في التشريع الجزائري ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باجي مختار عنابة ، يومي 3_4 أفريل 2013 ، الحور السابع.

[4]_ **قانون رقم 06/95**, المتعلّق بالمنافسة، مرجع سابق

و يلعب مجلس المنافسة دورا هاما في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك .[1]

من خلال تمتعه بعدة صلاحيات ، تنازعية و أخرى ذات طبيعة استشارية من خلالها ألزم المشرع الجزائري مجلس المنافسة بالرد على الاستشارات و الاخطارات و التفسيرات التي تتقدم بها بعض الهيآت ، من أجل الاستفسار عن واقعة قانونية لها علاقة بالمنافسة بصفته خبير مختص في مجال المنافسة و يمكن تقسيم هذه الاستشارات إلى استشارات وجوبية و اختيارية.[2]

ثانيا: الأجهزة الإدارية و الاستشارية

إن الإدارة صاحبة الدور الفعال للتطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم التي تمس به ،و لأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة قدرتها على دقة و سلامة التنفيذ الفعلي حيث تنقل التجريم و العقاب من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي وذلك بتطبيق النصوص القانونية و الإجراءات على مرتكب المخالفة[3].

و تتمثل في أعوان قمع الغش الذين يتبعون مباشرة لوزارة التجارة ، يضاف إليها وزارة التجارة من خلال شخص الوزير المكلف بالتجارة و المديريات المتواجدة على المستوى المركزي التابعة لوزارة التجارة ، و يتعلق الأمر بالخصوص بالمديرية العامة لضبط نشاطات و تنظيمها و المديرية العامة للرقابة الاقتصادية و قمع الغش و كذا الوالي باعتباره المسؤول على المحافظة على النظام و الأمن العام بشكل عام على مستوى البلدية ، يضاف إليها مخابر القمع التابعة مباشرة لوزارة التجارة و التي تهدف في مجملها إلى إجراء التحاليل و الاختبارات و التجارب قصد حماية المستهلك و قمع الغش ،و من جهة الهيئات الاستشارية فيتعلق الأمر بلجنة البنود التعسفية .[4] و هي لجنة مستحدثة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06_306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية تابعة مباشرة لوزارة

[1] _ بوعولي نصيرة ، المرجع السابق ، **ص ص95 و 96.**

[2] _ المرجع نفسه ، **ص ص95،96.**

[3] _ لعويجي عبد الله, مرجع سابق

[4] _ أرزيل كاهنة ، مرجع سابق ، **ص ص 77،78.**

التجارة .[1] تتكون من ممثل عن الوزير المكلف بالتجارة ،و ممثل عن الوزير العدل و عضو من مجلس المنافسة ، زائد عضوين عن الخزينة الجزائرية للتجارة و الصناعة و عضوين عن جمعيات المستهلكين ذات الطابع الوطني .[2] و يعتبر إنشاء هذه اللجنة تطبيق ما هو مكرس في قانون الفرنسي كآلية لرد الإعتبار للتوازن العقدي ، غالبا ما تنتهي في العلاقة لصالح المتعامل الاقتصادي [3]، ففي القانون الفرنسي تتكون اللجنة من قضاة و مختصين في القانون و لا نجد ضمن تشكيلتها الهيئات التابعة للوزارة مثلما هو المعمول به بالنسبة للجنة المستحدثة في القانون الجزائري و تحقيقا لفعاليتها في تحقيق التوافق بين التنافس الحر و حقوق المستهلك فهي تقوم.[4]

1_ رقابة الجودة

و هو ما تنص عليه المادة 29 من قانون الاستهلاك الجديد بإقرارها . " **يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه بأي وسيلة و في أي وقت و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك ، برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة المميزة الخاصة بها .** " . **و تضيف المادة 2/30 تتم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود قبل جمركتها.**"[5]

---

[1] _ **المرسوم التنفيذي رقم ، 06_306** مؤرخ في 2006/09/10 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية ، معدل و متمم ، ج . ر العدد 56 الموافق ل 2006/09/11 .

[2] _ حملاجي جمال ، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري و الفرنسي ، كلية الحقوق و العلوم الإدارية ، جامعة أحمد بوقرة ، بومرداس ،2006 ، **ص 41.**

[3] _ أرزيل الكاهنة ، الموازنة بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك ، **الملتقى الوطني** حول المنافسة و حماية المستهلك ، يومي 17و18 نوفمبر 2009 ، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية .

[4] _ أرزيل الكاهنة ، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك، مرجع سابق، **ص 78.**

[5] _ **المادة 29 و2/30 من قانون 03/09** ، مرجع سابق.

و هذه الرقابة تنصب على التأكد من قيام المحترف بتنفيذ التزامه بتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك المنصوص عليه في المادتين 11 و 12 من القانون نفسه اي قانون حماية المستهلك المتعلق بمطابقة المنتوج كأساس جوهري في الجودة.[1]

قد يضطر أعوان الرقابة إلى تحرير محاضر يسجلون فيها المخالفات و المعاينات التي تمت في تاريخها و تتضمن أسماء المكلفين بالرقابة و المتعامل الاقتصادي المخالف ، و تتمتع هذه المحاضر بحجية قانونية حتى يثبت عكس ذلك ، و هذه الحجية تظهر في إمكانية تحويل تلك المحاضر إلى القضاء لتوقيع العقاب عليه أو غلق تلك المحاضر إذا تم الصلح بين الطرفين .

2_ رقابة الأسعار و الممارسات التجارية

يظهر ذلك و يظهر تدخل هذه الأجهزة على السهر في مدى احترام العون الاقتصادي للأسعار المحددة سلفا في السوق و الذي يظهر أكثر في الرقابة على الفواتير التي يحررها الأعوان الاقتصاديين و التي من بياناتها سعر السلعة محل البيع .

3_ الرقابة على بنود تعسفية

و هنا يظهر دور لجنة البنود التعسفية التي أوكلت لها مهمة البحث في كل العقود التي يحررها الأعوان الاقتصاديين مع المستهلكين و البنود ذات الطابع التعسفي ، و إذا لاحظت وجود مخالفات تصدر توصيات ترفع إلى وزير التجارة ، فالوزير قد يأخذ بتوصيات اللجنة كما لا يأخذها و هو ما لا يكفل الصرامة في تحقيق التوازن بين المتعاملين الاقتصادي و المستهلك في مجال إبرام العقود و بالتالي عدم إنصاف المستهلك .[2]

[1] _ أرزيل الكاهنة ، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، مرجع سابق ، **ص ص60،79** .

[2] _ أرزيل الكاهنة ، مرجع نفسه ، **ص81**.

ثالثا: جمعيات حماية المستهلك

رغم أن جمعيات الدفاع عن المستهلك ليست أشخاص لقانون المنافسة غير أن هذا الأخير أشركهم في محاربة هذه الممارسات ، حيث يحق لهذه الجمعيات أن ترفع الدعاوى أمام المحاكم المختصة بإبطال أي التزام أو إتفاقية أو شرط تعاقدي يتعلق بالاتفاقيات المنافية للمنافسة أو التعسف.[1]

_ إستخدام وضعية الهيمنة على السوق ، كما يحق لها المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تلحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين فضلا عن إخطار مجلس المنافسة المناسة ، في حال المساس بالمصالح التي يتكفل بحمايتها ، ودور هذه المؤسسات وقائي في مجال حماية المستهلك.[2]

فقد نص قانون الاستهلاك لسنة 2009 على الدور الذي يجب أن تؤديه هذه الجمعيات يتمثل في :

1_ المتابعة المستمرة الأسواق لملاحظة مدى الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك في الأسعار و الجودة و الضمان ، و كذلك متابعة بيانات و الإعلانات و العروض الترويجية و عدالة شروط البيع وغير ذلك من جوانب المعاملات .

2_ دراسة الشكاوي المقدمة من طرف المستهلكين و التحقق فيها و العمل على إيجاد الحلول المناسبة أو إحالتها إلى الجهات القضائية المختصة .

3 _ تقيم المقترحات بشأن تطوير الأنظمة و القواعد السارية بما يحقق زيادة إستقرار السوق .

4 _ إلا أنه لم يمنح أي من القوانين المذكورة أعلاه أية سلطة رقابية لجمعيات المستهلكين ، و لم يخول لها القيام بالإجراءات كالتي منحت لأعوان مصالح مراقبة الأسعار و ضباط أعون الشرطة

[1] _ لعويجي عبد الله ،مرجع سابق.

[2] _ لعويجي عبد الله ، المرجع نفسه .

القضائية كالبحث عن المخالفات تفحص المستندات التجارية و المحاسبية ، حرية الدخول إلى المحلات التجارية و أماكن الإنتاج و التخزين و القيام بتحقيقات و تحرير محاضر. [1]

الفرع الثاني

الجزاءات التي توقعها الاجهزة الضابطة على العون الاقتصادي

ان فرض الجزاء على العون الاقتصادي هي التي تكفل احترامه لالتزامه اتجاه المستهلك و التي تعبر عن خاصية النص القانوني المتعلق بقاعدة الجزاء كوسيلة للردع في المجال الاقتصادي ذلك هو المطلوب لتحقيق التوازن في الاسواق , و يتكفل بتوقيع العقاب كل من:

اولا: مجلس المنافسة

باعتباره سلطة ادارية مستقلة اوكلت لها في مجال ضبط المنافسة بشكل عام توقيع بعض العقوبات على المتنافسين في الاسواق,و في الشأن و بعد الانتهاء من اجراء التحقيق و التحري تتوفر لدى مجلس المنافسة المعلومات الكافية,فيعقد جلسة للنظر في مختلف التجاوزات المرفوعة امامه و يكون هذا النوع من الجلسات سري حيث تنص المادة 2/28من قانون المنافسة على :

"**جلسات مجلس المنافسة ليست علنية",بعد دراسة الملف يصدر المجلس قراره في شكل الاحكام التي يصدرها القاضي,و تتضمن هذه القرارات احيانا اوامر الى الهيآت المختصة بقمع الممارسات المقيدة للمنافسة و عندما تكون العرائض و الملفات المرفوعة اليه او التي يبادر هو بها من اختصاصه,كما يمكن ان يقرر المجلس عقوبات مالية إما نافذة فورا او في الآجال التي يحددها عدم تطبيق الاوامر** "[2]

[1] _ أرزيل الكاهنة ، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، المرجع السابق ، **ص 82.**

[2] _ **المادة02/28 من الأمر رقم 03/03**، مؤرّخ في 19 جويلية 2003، لتعلّق بالمنافسة، مرجع سابق.

كما يمكن له التحقق من تنفيذ هذه الاوامر في الآجال المحددة لها و أن يقرر غرامات تهديدية في حدود مبلغ 100.000 دج على كل يوم تأخير,إضافة الى ذلك يمكن للمجلس تطبيق عقوبات مالية منصوص عليها في المواد 56 , 58 و59 من قانون المنافسة.

ثانيا:القضاء

هي الحالة العادية في تطبيق الجزاءات في مجال السوق ,و في هذا الاطار تنص المادة 60 من قانون المنافسات التجارية على: "تخضع مخالفات احكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية "**و يصل الملف عن طريق تحريك و مباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد ابلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك او ضباط الشرطة القضائية,مع الاشارة أن الملف قد لا يصل الى القضاء في حالة وصول الى اتفاق الصلح و هو ما تشير اليه المادة 93 من قانون الاستهلاك الجديد:"تنقضي الدعوى العمومية اذا سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح في الآجال و الشروط المحددة في المادة 92 أعلاه**[1]".

و القاضي في هذا الإطار له كافة الصلاحيات في إجراء التحقيق وفق ما تنص عليه قواعد قانون الإجراءات الجزائية[2],و هذا رغم انّ الإدارة قد قامت مسبقا بذلك,و هو ما يعني التأكد أكثر من مخالفة العون الإقتصادي لإلتزاماته من جهة,و تعرض المستهلك للضّرر من جهة اخرى العقوبات التي يوقعها في هذا الإطار هي[3]: .

1_ الجزاءات المتعلقة بمخالفة الالتزام بالإعلام

تتراوح العقوبات بين الغرامة من 100.000 دج عندما يتعلق الأول بواجب الإعلام عن السلع و الخدمات ، أما عندما يتعلق الأمر بعدم الأعلام بالأسعار و التعريفات فإن العقوبات هي الغرامة

[1] _ **المادتين 92-93 من القانون 03/09**، مرجع سابق.

[2] _امر رقم 66-156 ، مؤرخ في 8 جوان 1966 ، يتضمن قانون الاجراءات الجزائية، معدل و متمم .

[3] و طاح فريدة ، زيدات وهيبة ، مرجع سابق ، **ص ص 35،36**.

من 500 دج إلى 100.000 دج و أيضا الغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دينار عندما يتعلق الإعلام بشروط البيع .[1]

2_ الجزاء المتعلقة بعدم المطابقة

تتراوح الجزاءات بين الغرامات و الحبس حسب خطورة المخالفة ، فعندما يتعلق الأمر بمخالفة إجراءات المطابقة البسيطة فإن العقوبة هي الغرامة من 500.000 دج ، إلى 2000.000 دج ، أما إذا كانت إجراءات المطابقة جسيمة كأن يصل إلى الأمر إلى التزوير و التدليس ، فالعقوبة تصل من الحبس ستة أشهر إلى ثلاثة سنوات .[2]

3_ جزاء مخالفة بنود العقد

لقد تم إقرار لا تتجاوز الغرامة من 20.000 دج إلى 5.000.000 دج عندما يتعلق الأمر بمخالفة العون الاقتصادي لإلزامه بعدم بنود تعسفية في العقد الذي يبرمه مع المستهلك [3]. لكن هنالك عقوبات أخرى تتمثل في الغرامة من 10.000 دج تصل إلى 50.000 و هذا عندما يتم إصدار فاتورة لما هو موجود في النص القانوني و التنظيمي الخامس لفاتورة بيع السلع ،[4] فتعتبر من الأشكال التي فيها إبرام العقد بين العون الاقتصادي و المستهلك إضافة إلى سند الضمان أو وصل تسليم أو سند آخر.

[1] _ **المادة 78 من قانون 09_03** متعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، مرجع سابق.

[2] _ المادة 79 من نفس القانون .

[3] _ المادة 38 من القانون رقم 04_02 متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مرجع سابق .

[4] _ المادة 34 من قانون 04_ 02 ، متعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، مرجع سابق.

المطلب الثاني

الجزاء كآلية لتحقيق التوازن بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك

لتحقيق هدف القانون المتمثل في إقامة النظام العام في المجتمع عن طريق قواعد آمرة ,يستوجب تسليط الجزاء على كل مخالف لهذه القواعد,لأنها من أهم واجبات الدولة الحديثة ضمان الحق في اللجوء إلى القضاء للمطالبة بحقوقه,و في هذا الإطار يتم تحديد سلطة القاضي في متابعة العون الاقتصادي و ذلك في الفرع الأول، وكذا حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء في الفرع الثاني، أما في الفرع الثالث تتناول فيه المسؤولية المقررة على المحترف.[1]

الفرع الأول

سلطة القاضي في متابعة العون الاقتصادي

أمام قصور الهيئات الإدارية في توفير الحماية الفعالة للمستهلك من خلال درء الخطر وقمع الممارسات التي تهدد صحة وسلامة المستهلك ظهرت الحاجة لتكميل دور الإدارة من خلال السلطات الممنوحة للقضاء، وعليه سنتطرق لدور النيابة العامة في حماية المستهلك (أولا)، ودور قضاة الحكم (ثانيا).[2]

أولا: دور النيابة العامة في حماية المستهلك

بحسب الأصل هي المخولة قانونا بتحريك الدعوى العمومية، ففي كل حالة يكون فيها مساس بمصالح المستهلكين جريمة، فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوى العمومية.

فهي الهيئة المنوط بها للدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها، أما القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون.

ومن خصائص النيابة، انها تخضع للتدرج الإداري ولدعم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل، بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل محل أي عضو آخر في

[1] _ أرزقي زوبير،حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مرجع سابق، **ص 166**

[2] _ هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مذكّرة لنيل شهادة الماستير، تخصّص قانون إجتماعي ، كلية الحقوق و العلوم السّياسية، جامعة د.الطاهر مولاي، سعيدة، 2016-2017، **ص63**.

تصرفاته القضائية، كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاة الحكم، بالإضافة إلى ن النيابة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقا للقانون.

فتدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتنافى ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف.[1]

ففي مجال حماية المستهلك وقمع الغش تلعب النيابة العامة دور هام،وهذا بالتعاون مع مختلف الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لجمعيات حماية المستهلك ومصالح رقابة الجودة وقمع الغش أن تطلب من النيابة العامة التدخل لكبت المعارضات التي ترد من فئة المتدخلين،خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير مشروعة والأسواق غير القانونية الذي يؤدي إلى المساس بأمن وصحّة المستهلك، ومثال ذلك ما نصّت عليه المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، كما نصت كذلك المادة 3/59 من قانون حماية المستهلك.[2]

ثانيا: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك

إلى جانب النيابة العامة، فلقضاة الحكم صلاحيات النظر في النزاعات الناتجة عن الإضرار التي تلحق بالمستهلك نتيجة الممارسات المنافية للمنافسة.

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

نظرا للنتائج التي قد تترتب نتيجة عدم الاعتماد على هذا المعيار، فإن المحاكم قد تلجأ إلى معيار آخر الذي يأخذ حالة كل مستهلك ضحية على حدى، وبالتالي يكون المعيار الذي يأخذ بالمستهلك المتوسط الذكاء كمرجع لتقدير مدى وجود الخطأ الذي يعاقب عليه القانون في إطار العلاقة الاستهلاكية.[3]

---

[1] _ صياد الصادق، مرجع سابق، **ص ص 151 و 152**.
[2] _ هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، مرجع سابق، **ص ص 63 و 64**.
[3] _أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص 188** .

وعليه إذا كان موضوع الدعوى طلب التعويض فيتم رفع الدعوى أمام القضاء المدني، اما إذا كان موضوع الدعوى جرائم معاقب عليها في القانون فله الخير في أن يرفعها إما أمام القضاء المدني أو القضاء الجزائي.[1]

الفرع الثاني

حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

يحق لكل شخص في المجتمع يتعرض للاعتداء اللجوء إلى القضاء من أجل الحصول على الحماية القضائية ولكن شرط أن تتوفر لدى هذا الشخص شروط قبول الدعوى المتمثلة في الصفة والمصلحة التي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 13 الفقرة 1 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية.

ولما كان المستهلك فردا من أفراد المجتمع فإنه يحق له اللجوء القضاء للمطالبة بحماية مصالحه وطلب التعويض عما يكون قد أصابه من ضرر ناتج عن المنتوج.[2]

أولا: ثبوت حق المستهلك في رفع الدعوى القضائية

تعتبر الدعوى القضائية الوسيلة الفعالة التي يلجأ إليها قصد الدفاع عن مصالحه وحمايتها وذلك بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر هدفه وقف الممارسات غير المشروعة أمام القضاء ، كما للمستهلك حق في رفع دعاوي حق في رفع دعاوي أخرى تختلف من حيث تكييف الوقائع والضرر الذي أصابه ومثال ذلك إذا كانت الوقائع تشكل جريمة تنتج ضرر أصاب المستهلك فإن له الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية أمام القضاء المدني، وهو الأصل،[3] وذلك تطبيقا لنص المادة 2 الفقرة 1 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على " **يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصيا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة، أما إذا كانت الوقائع لا تشكل جريمة**

[1] _هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، مرجع سابق، **ص 63**.
[2] _أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص 189**.
[3] _عماري الجيلالي، بكة سيدي امحمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، **"دراسة حالة"** المخبر الولائي للوقاية بالشلف، فرع قانون الأعمال.

فإنه يتعين على المستهلك رفع دعوى مدنية قصد المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به".[1]

ثانيا: حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يمنع قانون الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراض التجارية والتي من خلالها يتعدى عون إقتصادي على مصالح عون أو عدّة أعوان آخرين.

وعليه فلا تكون أمام جريمة بمجرد مخالفة العون الاقتصادي للأعراف التجارية، وإنما يشترط أن تكون هناك نتيجة تتمثل في الاعتداء على مصالح الآخرين ولكن بتطبيق قواعد القانون المدني المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية، يجوز لكل من لحقه ضرر نتيجة فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة، فلا يكفي الاعتماد على المتنافس المتضرر لرفع هذه الدعوى، إذ ينبغي الاتحاد بين المتنافسين و المستهلكين قصد حماية حقوق المستهلك.

يتعين على المستهلك رفع دعوى منافسة غير مشروعة من توفر شروط معيّنة إلى جانب الشروط المعروفة لقبول الدعوى، وتتمثل فيمايلي:[2]

1_الخطأ:

لا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ قد ارتكب كون أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة توجب إثبات الخطأ.

والخطأ هو انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي يؤدي به إلى الإضرار بالغير، أما في المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود هناك منافسة بين شخصين وأن يرتكب أحدهما خطأ في هذه المنافسة يصيب به عمل المنافس سواء كان ذلك عن عمد أو عن مجرد إهمال، أي سواء توفر لدى المنافس قصد الإضرار بالغير وسوء النية أو كان الخطأ غير عمدي مبعثه الإهمال بحقيقة نشاط المنافس.

[1] _ المادة 2 الفقرة 1 من

[2] أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص ص 192 - 193**.

2_الضّرر:

يتميز الضرر بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة عن غيرها باعتبارها دعوى وقائية فضلا عن أنها دعوى علاجية، تهدف اتقاء وتفادي وقوع ضرر، فلو يتفطن المستهلك مثلا إلى ان العلامة ما تتشابه إلى حد كبير مع علامة اعتاد اقتناء السلع والخدمات على أساسها، وأن هذا التشابه قد يحدث الخلط لدى عامة المستهلكين، فإن له رفع دعوى المنافسة غير المشروعة لاتقاء حدوث الخلط، فلا يكفي حدوث خطأ من التاجر بل يجب أن ينجم عن خطئه ضرر للغير، وسواء كان هذا الضرر ماديا ينال المضرور في أمواله أو أدبيا يناله في سمعته واعتباره المالي وسواء كان الضرر صغيرا أو كبيرا.[1]

3_العلاقة السببية:

تسند دعوى المنافسة غير المشروعة إلى نفس الأساس الذي تقوم عليه دعوى المسؤولية المدنية، لذلك يجب أن تقوم رابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر الذي أصاب المدعي، غير أنه توجد حالات لا يترتب فيما أعمال المنافسة غير المشروعة أي ضرر للمدعي بحيث يكون المقصود من هذه الدعوى الحكم بإزالة الوضع غير المشروع بالنسبة إلى المستقبل، وفي هذه الحالات تفترق دعوى المنافسة غير المشروعة عن دعوى المسؤولية المدنية التي يكون الغرض منها تعويض الضرر، لذلك لا يكون هناك محل للتحدث عن رابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة إلا في حالات نشأ فيها للمدعي ضرر من الأعمال غير المشروعة.

الفرع الثالث

المسؤولية المقررة على المحترف

لقد ألقى المشرع الجزائري على عاتق المتدخل جملة من الالتزامات، وفي حالة مخالفتها، فإنه يترتب عليه عدّة جزاءات منها جزاءات مدنية، تتمثل في قيام المسؤولية المدنية، وفي بعض الأحيان جزاءات جنائية والتي يترتب عليها قيام مسؤولية جنائية.[2]

[1] _ أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص ص 193 - 104.**

[2] _ هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مرجع سابق، **ص**

أولا: المسؤولية المدنية:

يشترط لقيام المسؤولية المدنية بصفة عامة توافر أركانها والمتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما، والثابت أن رجوع المستهلك على المتدخل بموجب المسؤولية العقدية التي تنشأ نتيجة إخلال بالتزام تعاقدي لا يحقق الحماية الكافية لضمان جبر الضرر الناتج عن المنتوج.

أما المسؤولية التقصيرية، فهي نتيجة الإخلال بالالتزام العام المفروض على الكافة، وهو الالتزام بعدم الإضرار بالغير، و الذي نصّ عليه المشرع في المادة 124[1] من القانون المدني.

ففي مجال حماية المستهلك تنص المادة 140[2] من القانون المدني يكون مسؤولا...

اذن تشمل المسؤولية كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك و الخدمات سواء كان شخصا طبيعيا او معنويا وعلى العموم كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك من سلع، وخدمات سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا.

وعليه في حالة توافر عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية، وجب على القاضي الحكم بالتعويض المناسب للمضرور، غير أنه قد يواجه القاضي صعوبة في تقدير التعويض عن الأضرار التي لحقت بالمستهلك.

ثانيا: المسؤولية الجنائية

يقصد بالمسؤولية الجنائية صلاحية الشخص لتحمل الجزاء الجنائي مما يرتكبه من الجرائم، فارتكاب شخص لفعل يحضره القانون ينير فكرة مسؤولية جنائية، ويتم توقيع الجزاء الجنائي على هذا الشخص بمقتضى حكم قضائي صادر من الجهات القضائية المختصة ولقد كرس المشرع الجزائري في الفصل الثاني من قانون حماية المستهلك مجموعة من القواعد القانونية وعقوبات جنائية التي تساهم في ردع المخالفات والتجاوزات التي يمارسها المتدخلين في حق المستهلكين وأدرج لكل التزام من الالتزامات السابقة عقوبة خاصة بها، وإمكانية إثارة مسؤولية المتدخل كلما خالف التزام من الالتزامات.[3]

[1] المادة 124 من الامر رقم 75_58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني ، مرجع سابق.

[2] المادة 140 مرجع نفسه.

[3] هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسفية، مرجع سابق، **ص 67**.

الفصل الثاني

نسبة التوفيق بين النشاط التنافسي الحرّ وحقوق المستهلك

إن تكريس مبدأ المنافسة الحرة بين الأعوان الاقتصاديين يحمل في طياته تهديدا حقيقيا على مصلحة المستهلك الذي يحتل رغم الدور الاقتصادي الكبير الذي يلعبه، مركزا ضعيفا في علاقته مع هؤلاء الأعوان الاقتصاديين، وأمام عجز القواعد العامة عن تحقيق الحماية اللازمة لهم، بات لزاما على المشرع الجزائري وضع مجموعة من القواعد التي تسمح بتحقيق التوازن بين مصلحة الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، فقد بدأ المشرع الجزائري تحقيق لهذا الغرض، بإصدار القانون 02/89 المحدد للقواعد لحماية المستهلك طوال عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك اعتبارا لنوعيّتها، ثمّ قام بتنظيم الأسعار ومنع بعض الممارسات التجارية التي من شأنها أن يؤدي إلى اشتغال العون الاقتصادي لمركزه القوي في علاقة مع المستهلك، لذا هناك معوّقات لخلف نوع من التوازن مثل الجانب العقابي الجنائي لحماية المستهلك كطرف ضعيف الذي يمكن أن يقع ضحية الخداع أو الغش أو التدليس من قبل المهني، إضافة إلى إمكانية إيراده لشروط تعسّفية تحقق مصالحه على حساب المستهلك،[1] غير أن ما يلاحظ على أرض الواقع، قصور وانحراف من قبل المنتجين في التزاماتهم مما يؤدي إلى مساس بأمن وسلامة المستهلك لذلك سارع المشرع الجزائري إلى إحداث هيئات متنوعة وينحصر مهامها بدرجة الأولى ضمان حماية المستهلك من الشروط التعسفية ومن الأضرار طيلة عملية عرض المنتوج للاستهلاك.[2]

لذلك ارتأينا إلى تقسيم الفصل إلى مبحثين، تناولنا: نجاعة أو فعلية الأحكام والقوانين حماية المستهلك في ظل القانون الجزائري (المبحث الأول)، وتطرقنا إلى فعلية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك ودوور الهيئات الرقابية في حماية المستهلك (المبحث الثاني).

[1] وطاح فريدة، زيدات وهيبة، مرجع سابق، **ص**

[2] هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، مرجع سابق، **ص35**.

المبحث الأول

مدى نجاعة أحكام وقوانين حماية المستهلك في ظل القانون الجزائري

إن مقتضيات قانون الإستهلاك تعتمد على مبدأ حماية المستهلك، ليس فقط لضمان حقوقه وسلامة صحّته من الأخطار التي تنتج عن استعمال المواد أو المنتجات المعروضة عليه وإنما تتجاوز هذا الدور إلى درجة تمكينه من الاستفادة من هذه الحقوق,عن طريق الإجراءات التي تعكس رغبة المشرع في القضاء على بعض الممارسات التعسفية التي تصدر عن المهنيين, للتأثير بشكل أو بآخر عليه،وعلى هذا الأساس فإن دراسة موضوع حماية المستهلك كأبرز مظهر من مظاهر للحقوق التي يجب الإعتراف بها للطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية وعلى رأسها الحق في الإعلام، ومن ثمّ الوسائل القانونية لحمايتها وإنما سوف يتعداها إلى تحديد الآليات التي تمكن المستهلك من الدفاع عن مصالحه، وتوضيح كيفية تطبيق الإجراءات القانونية التي بموجبها يتم معاقبة المتعامل المخالف للمقتضيات التشريعية والتنظيمية التي تحكمها.[1]

وعليه سنتطرق الى الالتزامات المفروضة على المحترف (المطلب الأول)، ثمّ نتطرق إلى ألزام المحترف بإحترام إجراءات وضع المنتوج للإستهلاك (مطلب ثاني).

المطلب الأول

الالتزامات المفروضة على المحترف

يفرض المشرع الكثير من الالتزامات على عاتق المهني بمناسبة قيامه بنشاطه ,منها ما يمكن أن نصفه بالالتزامات المتعلقة بمعاملاته الاستهلاكية التي قد يكون طرفا فيها، ومنها ما يمكن تصنيفه بالالتزامات التي تقع عليه نتيجة أو بمناسبة ممارسته لنشاطه، وذلك تحقيقا لحماية حقوق المستهلك المنشودة، وأيا كان الأمر فإن الالتزامات التي تقع على المهني فرضها المشرع في قانون حماية المستهلك تأكيد على إحترام الحدّ الأدنى من حقوقه.

[1] تيورسي محمد،قواعد المنافسة و النظام العام الإقتصادي، مذكّرة لنيل شهادة الدكتورة، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان 2010-2011، **ص255**.

أن يعلم المهني المستهلك بكل البيانات المذكورة بالنص بما من شانه جعل إرادة المستهلك سليمة وحرة وكاملة تصلح بذلك لإبرام عقد الاستهلاك أو الدخول في علاقة الاستهلاك بما يشكل حدا أدنى من الحماية للمستهلك المنشودة.[1]

يقع على البائع المحترف واجب توضيح كيفية استعمال شيء المبيع للمشتري، وكذا الاحتياطات الواجبة عند استعماله، أي الواجب تقديم المعلومات الضرورية لاستعمال الشيء، وإعلام المشتري ليس بفكرة جديدة وإنما عرفت في الشريعة الإسلامية بما يعرف بخيار الرؤية أي الالتزام بالإعلام بالمفهوم الوضعي، ويظهر هذا من خلال قول الرسول صلى الله عليه وسلم " **لا يحل لأحد أن يبيع شيئا إلا بيّن ما فيه ولا يحل لأحد يعلم ذلك إلا بينه.**"[2]

وهو التزام خاص جاء به المشرع الجزائري نتيجة حتمية المتطلبات العصرية والظروف الاقتصادية، وهذا الالتزام الخاص ما هو إلا تكريس للالتزام العام الذي كان معروفا في القانون المدني لاسيما في عقد البيع، ويجب التذكير أنه أول عقد ولد الالتزام بالإعلام.[3]

وقد أقر المشرع الجزائري مسؤولية المتدخل وذلك بجملة من الالتزامات التي تقع على عاتقه من بينها:[4] التزام المحترف بالإعلام (الفرع الأول) والتزام بالضمان (الفرع الثاني).

الفرع الأول

التزام المحترف بالإعلام

عرف جانب من الفقهاء الالتزام بالإعلام بأنه التزام أجد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد آخر تكوين العقد البيانات اللازمة للإيجاد رضاء سليم كامل انتور على علم بكافة التفصيلات في هذا العقد، أو هو التزام يفرض على أحد طرفي عقد

[1] _ الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك:دراسة تحليلية مقارنة،دار الجامعة، الإسكندرية، 2015، **ص ص11 - 112.**

[2] _مسعودي نادية وأعراب تيليلي، فعالية أحكام حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون الأعمال، كلية الحقوق العلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية 2011 -2012، **ص ص 4-5.**

[3] _ الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، **ص ص114-115-**

[4] _أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص116.**

الإستهلاك إعلام الطرف الآخر بما يجهله من بيانات جوهرية مرتبطة بالتعاقد، وذلك في الوقت المناسب مستخدما في ذلك اللغة والوسيلة لطبيعة العقد ومجاله.[1]

فالإعلام لا يكون إلا محايدا، لأنه لا يهدف إلى ترويج سلع أو خدمات معيّنة بل يعمل على تكوين أو تصحيح فكرة معيّنة أو دعم الثقة في نظام معين، إلا أنه يبقى من الصعب التفريق بين البنود الخاصة بالإعلام من تلك المتعلقة بالإشهار.[2]

وعلى ذلك نرى أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المهني تجاه المستهلك يعبر عن واجب قانوني يفرض بنص القانون أو بالاتفاق.

وعليه فإن المحترف عليه التزاما قبل تعاقدي بالإعلام المستهلك عامة أو إعلام جمهور المستهلكين بحقيقة المنتج محل نشاطه ومحل علاقات الاستهلاك المحتملة.[3]

أولا: مضمون الالتزام بالإعلام

خصص المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش فصلا مستقلا للالتزام بالإعلام، وذلك في إطار الفصل الخامس تحت عنوان: إلزامية إعلام المستهلك المدرج ضمن الباب الثاني المتعلق بحماية المستهلك إذ نصّت المادة 17 من هذا القانون:

" يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بك المعلومات المتعلقة الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة." وتتحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم.[4]

---

[1] _ الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، **ص ص 114 - 115**

[2] _ارزقي زبير، مرجع سابق، **ص 116**

[3] _الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، **ص ص 115 - 116**.

[4] _تطبيقا لأحكام هذه المادة 17 تمّ إصدار **المرسوم التنفيذي رقم 378/13** المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك (الجريدة الرسمية عدد 58 لسنة 2013à، المادة 63 منه ألغت صراحة أحكام **المرسوم التنفيذي رقم 366/90** المؤرخ في: 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم، المنتوجات الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم، مع الإشارة أن نص **المادة 64 من المرسوم التنفيذي 378/13** نصّت أن أحكام هذه المرسوم تدخل حيزا التنفيذ بعد مرور سنة واحدة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية، وهذا باعتبار أن المادة 94 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش نصت بأن النصوص التطبيقية الخاصة **بالقانون رقم 02/89** المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك تبقى سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلّها.

وعليه فقد ألزم المشرع بأن يقوم المتدخل بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج وذلك بتبيان مكوّناته وخصائصه وتاريخ الإنتاج وانتهاء الصلاحية، وكذا كيفية استخدام السلعة ومواصفاتها القانونية ولفت الانتباه للمخاطر التي قد تنجر عن سوء استخدامها.[1]

ويهدف التزام المتدخل بإعلام المستهلك المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتوج عن إرادة حرّة وسليمة، باعتباره لا يستطيع تحديد أوصاف المنتوج ومكوّناته إلا بناء على البيانات التي تعطي له، وبذلك فهو التزام مستقل عن العقد وسابق له فهو ليس بالالتزام عقدي ولا تابع للعقد، وإنما هو التزام يجد مصدره في القانون مثله مثل الالتزامات الأخرى التي تنشأ بنص قانوني، ويكون القانون مصدره المباشر، كما أن القانون لما ينشأ التزاما معينا فإنه يهدف إلى تحقيق أغراض اجتماعية أو اقتصادية أو أدبية، وهو عندما أنشأ الالتزام بالإعلام المستهلك كان غرضه اجتماعيا، وهو حماية المستهلك من الغش الذي يمكن أن يصدر من المهني ولتحقيق الغاية من الالتزام بالإعلام يجب أن يضمن إحاطة المستهلك بكامل البيانات الخاصة بالمنتوج وطرف استعماله وكذا التحذير من خطورته.[2]

شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج، فلابد من أن يدلي بها المحترف في مجاله لصالح المستهلك، وإلا كان مسؤولا عن إخلال بواجب الإعلام بكل منتوج، ومن جملة النصوص القانونية التي تلزم المحترف بذلك نذكر منها:[3]

- المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.
- المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغذائية وعرضها.[4]

---

[1] _ Bertrand Starder, La protection des consommateurs-Acheteur à distance, volume6, Bruylant, Bruscelle, **p97**.

[2] _ شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1، بن يوسف بن خدّة، الجزائر، 2014/2013، **ص ص36-37**.

[3] _ أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص 120**.

[4] _ **مرسوم تنفيذي رقم 366/90**،مؤرّخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج ر عدد50، الصادرة في 1990.
مرسوم تنفيذي رقم 367/90، مؤرّخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية الغذائية وعرضها، ج ر عدد50، الصادرة في 1990.

ثانيا: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام

يعتبر الإعلام عامل من عوامل التي تأثر على شفافية السوق وتطوير المنافسة، فعدم التكافؤ في العلاقات بين المستهلك والمحترف يعود بالدرجة الأولى لعدم مساواة علمها بالمنتوج، لذا يجب معرفة طبيعة ونطاق هذا الالتزام نظرا للآثار التي يرتبها خاصة فيما يتعلق بمسؤولية المحترف.

1_طبيعة الالتزام بالإعلام:

يعتبر العديد من الفقهاء أن الالتزام وفقا لقانون الاستهلاك هو التزام بتحقيق نتيجة، وأيضا أن طبيعة الالتزام بالإعلام تختلف باختلاف الهدف الذي تسعى إليه القواعد القانونية التي وضعت من أجل ذلك، ويوجد من الفقهاء يعتبر الالتزام بتحقيق نتيجة ففي هذه الحالة المحترف يسعى جاهدا لتحقيق هذه النتيجة والتي هي عدم الاضطرار بالمستهلك، ولكن الواقع يثبت إهمال العديد من المحترفين لهذا الالتزام والأكثر من ذلك هو علمهم بوجود القاعدة التي تعاقب عن الإخلال بذلك.

وقد يكون أيضا التزام المنتج هو بذل عناية والتي تتمثل في تمكين المستهلك من اقتناء منتجات وخدمات دون الاضطرار وذلك بمنحه منتوجات تتماشى مع المقاييس وتتجاوب مع الرغبات المشروعة عند استعمالها.

2_نطاق الالتزام بالإعلام:

يشمل الالتزام بالإعلام كل من السلع والخدمات وسواء كانت محل بيع أو محل تنازل مجاني للمستهلك؛ بحيث يتسع نطاق الالتزام بالإعلام بحسب نوع السلعة المقدمة للمستهلك وحسب طبيعة الخدمة،اذ لا يمكن حصر مجال معين هذا الالتزام ولا يمكن وضع قالب معين يقدم لكل المستهلكين، التحكم في السلعة أو الخدمة المواجهة له بما يعود عليه بالفائدة، ويعتبر هذا العنصر جدّ ضروري في إثبات أو نفي مسؤولية المحترف اتجاه المستهلك.[1]

[1] _ أرزقي زوبير،مرجع سابق، **ص121-123**.

ثالثا: الإعلام عن طريق الوسم

يعدّ الوسم وسيلة قانونية لتحقيق الالتزام بالإعلام وفي نفس الوقت يلعب دور إشهاري للمنتوج إذ بالرجوع إلى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 نجد أن المشرع الجزائري قد حدد الإطار القانوني للرسالة الاشهارية قبل بثّها أو نشرها وهذا من خلال فرض جملة من القوانين الواجب احترامها والمتماثلة أساسا في ضرورة إعلام المستهلك حتى يتخذ قرار الشراء عن وعي وإرادة سليمة بعيدة عن كل دعاية وضغط.

يعتبر الوسم من أهم الوسائل التي تؤدي إلى إعلام المستهلك حول التفاصيل والمكوّنات التي تدخل في تركيب المنتوج، إذ يعتبر بمثابة بطاقة تعريفية واشهارية معا حول منتوج معين.[1]

حيث تنص المادة 3 فقرة 4 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنّ: **" 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 منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها."**[2]

أما المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، فقد نصّت المادة 5 فقرة 2 منه على أن الوسم:

" جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في تعليق أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما."[3]

[1] ___ أرزقي زوبير ، نفس المرجع، **ص126-127**.
[2] _ **المادة 3 فقرة 4 من القانون 03/09** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،مرجع سابق.
[3] _ **المرسوم التنفيذي رقم 39/90** المؤرخ في 3 رجب 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05، الصادرة في 1990.

رابعا: الإعلام بالأسعار

لقد نظمت مسألة الإعلام بالأسعار لأول مرة في الجزائر بموجب أحكام القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار.[1]

تليه النصوص القانونية أهمها المرسوم التنفيذي رقم 187/90 المتعلق بطريقة تجديد قواعد إشهار الأسعار.[2]

فهدف الإعلام بالأسعار هو توعية المستهلك حتى يكون في مأمن من أية مفاجأة في مبلغ الإنفاق الكلي للحصول على هذا المنتوج أو تلك الخدمة، فالعلم بالسعر النهائي يحمي رضا المستهلك وهو إلتزام إجباري على عاتق البائع لذا حماية المستهلك في هذه المرحلة تكون من خلال معاقبة كل التجاوزات في هامش الأرباح المقدرة بغرامة خمسة آلاف دج إلى مئة ألف دج، هذا طبقا للمادة 31 من القانون رقم 04-02.[3]

الفرع الثاني

إلتزام الضمان

نظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.[4]

حيث تضمنت 22 مادة ،حق الضمان القانوني لمصلحة المستهلك في مواجهة المحترف، حيث ألزمت المحترف بضمان سلامة المنتوج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له حتى لدى تسليم هذا المنتوج،كذلك خولت للمستهلك حق تجربة المنتوجات والخدمات.

[1] _ **قانون رقم 12/89** مؤرخ في 5 جويلية 1989، يتعلق بالأسعار، ج ر عدد 29، الصادرة في 19 جويلية 1989.
[2] _ **مرسوم تنفيذي رقم 187/90**، مؤرخ في 13 ماي 1990، يتضمن تصنيف المنتوجات والخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة،ج ر عدد 11، الصادرة في 14 ماي 1990.
[3] _ **المادة 31 من قانون رقم 02/04** يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.
[4] _ **مرسوم تنفيذي رقم 266/90** المؤرخ في 15 أكتوبر 1990، والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر عدد 40 الصادرة بتاريخ 19 أكتوبر 1990.

وفي حالة وجود عيب في المنتوج ألزم المشرع الضامن أو المتدخل بتنفيذ الضمان وفق ثلاثة أوجه إصلاح المنتوج أو استبداله أو ردّ ثمنه،وقد فرض المشرع هذه الضمانات حماية لمصالح المستهلك المقتني للمنتوج أو الخدمة باعتبار الطرف الضعيف في مواجهة المتدخل.[1]

كما ألزم المشرع المتدخل تقديم شهادة الضمان والتي يجب أن يبين فيها بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات وذلك في شكل وثيقة مرافقة للمنتوج بالرجوع إلى المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، فقد ألزمت المتدخل على ذكر البيانات التالية:

- نوع الضمان (ضمان قانوني أو اتفاقي)
- شروط تشغيل المنتوج.
- رقم الفاتورة أو تذكرة الصندوق وتاريخها.
- نوع المنتوج المضمون،لاسيما منطه وصنفه ورقمه التسلسلي.
- سعر المنتوج المضمون.
- مدّة الضمان.
- المتنازل له بالضمان عند الاقتضاء.
- العبارة الآتية " يطبق **الضمان القانوني في كل الأحوال**,"[2]

أولا: مفهوم الضمان

قرر المشرع بأنه يقع على المهني متى كان موضوع علاقة الاستهلاك سلعة التزاما بأن يقبل إبدال السلعة أو استردادها مع إعادة ما استلمه من قيمتها متى كانت هذه السلعة معيبة أو غير متطابقة للمواصفات أو الغرض الذي تمّ التعاقد عليها من أجله، وذلك دون أي تكلفة على المستهلك، وهذا يمثل حقا للمستهلك، ومن بين الالتزامات التي وضعها على عاتق البائع أيضا التزامه بضمان العيوب الخفية، وهو التزام مستقل عن الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق.[3] حدد المشرع كأصل عام مدّة الضمان بستة أشهر على الأقل، يسري ابتداء من يوم التسليم الفعلي

[1] _ صياد صادق، مرجع سابق، **ص 61** .
[2] _الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، **ص 205**.
[3] _محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، **ص 66**.

للمنتوج، غير أن القرار المؤرخ في 10 ماي 1994 المتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 266/90، حدد مددا خاصة ببعض المنتجات تتراوح ما بين ستة أشهر وثمانية عشر شهرا[1].

ويجوز للمستهلك أن يثبت وجود الضمان إما بشهادة الضمان وإما بوسائل أخرى، كالإعلانات الاشهارية وبيانات الوسم.[2]

ثانيا: الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع

نص المشرع على إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع في الفصل الرابع من المادة 13 إلى المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03.

تشمل خدمة ما بعد البيع جميع الأداءات المقترحة بعد إبرام العقد، والمتعلقة بالشيء المبيع، مهما كانت طريقة أدائها: كتسليم المبيع بالمنزل أو تركيبه أو إصلاحه أو صيانته.

وبهذا المعنى تعتبر خدمة ما بعد البيع جزاءا لا يتجزّأ من الضمان القانوني أو الاتفاقي،فقد ينصب الضمان الاتفاقي مثلا على الاصلاح المجاني للجهاز المبيع في إطار خدمة ما بعد البيع، كما قد يتكفل المحترف مجانيا ببداية عمل وتشغيل الأجهزة المبيعة وكذا بالعمليات الضرورية للضبط والتشغيل.

ويجعل على عاتق المشتري تكاليف المراجعة والضبط الدوري للجهاز، واستبدال قطع الغيار التي تستهلك بسرعة.

وإذا كان الضمان ينشأ عن عقد البيع، فإن خدمة ما بعد البيع تنشأ عن عقد مقاولة، يختلف عن عقد البيع حتى ولو تفرغ عنهـ وأبرم معه في وقت واحد.

وتسري خدمة بعد البيع بشكل خاص على الأجهزة المنزلية وأجهزة الإعلام الآل والسيارات.[3]

---

[1]_القرار المؤرّخ في 10 ماي 1994، المتضمّن كيفيّة تطبيق **المرسوم التنفيذي رقم 266/90.**

[2]_ بودالي محمد، مرجع سابق، **ص ص 376-377**.

[3]_ بودالي محمد، مرجع نفسه، **ص386**.

المطلب الثاني

إلزام المحترف باحترام إجراءات وضع المنتوج للاستهلاك

إضافة الى إلزامية الإعلام فقد أوجب المشرع على المحترف احترام إجراءات وضع المنتوج للاستهلاك بما يناسب مع التنظيم المعمول به في هذا المجال من بداية الإنتاج إلى غاية تقديم المنتوج للاستهلاك، هذا وإن كانت طبيعة المنتوج تستلزم القيام بتقديم تحذيرات إضافية إلى جانب الإعلام فعلى المحترف أن يبادر بذلك وإلا كان مسؤولا عن كل ما ينجم من أضرار للمستهلك.

الفرع الأول

الالتزام بالمطابقة

يعتبر من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المحترف فبعدما كنّا في ظل القانون المدني أصبحنا في ظل المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين، أصبحنا في ظل أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتوجات ومناقشة المنتوجات العالمية.[1]

أولا: احترام المواصفات القانونية والقياسية المطابقة

يؤدي ضمان مطابقة المنتوج للمواصفات القانونية المحددة بموجب النصوص القانونية إلى جودة المنتوجات المعروضة في السوق، كما تنهى المطابقة من انتقال المواصفات المحددة قانونا التي تجعل هذه المنتوجات مع هذه المواصفات من طرف هيئات متخصصة.[2]

1_احترام المواصفات القانونية

هي تلك المواصفات المحدّدة للجودة، سواء فيما يتعلق بطبيعة المنتوج، صنفه، مميزاته الأساسية تركيبه، تعليقه وذكر تاريخ نهاية صلاحياته وكيفية استعماله، وكذا تبيّن الاحتياطات

[1] أرزقي زوبير، مرجع سابق، ص 134.
[2] بوروح منال، مرجع سابق، ص 81.

الواجب اتخاذها في حالة المنتوج معد العرض المصنوع من أجله، كما تؤدي هذه المواصفات الى تبيان خطوات التركيب وصيانة المنتوج[1]. مثلما تطرق له القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 17 أكتوبر 1988 المتعلق بالخصائص التقنية للياهورت وكيفية وضعه للاستهلاك، فيقع على عاتق المتدخل منذ توليه مرحلة الإنتاج إلى غاية استهلاك المنتوج من قبل المستهلك.[2]

2_المواصفات القياسية:

عرفتها المادة 2 من الفقرة 2 من قانون 04-04 على أنه: " **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 الحلول لمشاكل تقنية وتجارب تخص المنتوجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين**".[3]

ويتبين من خلال التعريف أن التقييس هو ذلك النشاط الذي يتم من خلاله وضع أحكام تكون شاملة ومستمرة لمواجهة المخاطر والأضرار التي قد تنجم عن المنتوجات فهو يعمل على إيجاد حلول لمواجهة مثل هذه المشاكل الناتجة سواء باستهلاك المنتوجات أو استعمالها أو لاستغلالها، فهذه المقاييس الموضوعة تخص المنتوج المخصص للاستعمال المهني كما تخص المنتوجات المخصصة للاستهلاك. وتطرقت المادة 3 من القانون 04-04 المتعلق بالتقيّس، لأهداف هذا الأخير على أنه يهدف تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا.

التحقيق من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التمييز وكما يسمح القانون المتعلق بالتقيس للمتدخلين باللّجوء لاستعمال المواصفات الدولية ذات الصلة كأساس للوائح الفنية شرط تحقيق هذه المواصفات الدولية للأهداف المشروعة للتقييس، فاللّوائح الفنية تسند إلى المتطلبات المتعلقة

[1] _بوروح منال، مرجع سابق، **ص 82**.

[2] _ **القرار الوزاري المشترك** المؤرخ في 17 أكتوبر 1988، المتعلق بالخصائص التقنية للياهورت وكيفيات وضعه للاستهلاك.

[3] _**المادة 2 من الفقرة 2 من قانون 04-04**، مؤرخ في 23 جوان 2004 يتعلق بالتقيس ، ج.ر عدد 41 الصادرة في 27 جوان 2004.

بالمنتوج من حيث الخصائص واستعماله دون الاستناد إلى تصميمه أو إلى خاصياته، كما يؤخذ بعين الاعتبار المخاطر التي قد تنجز عن عدم اعتمادها، فالهدف من اللائحة الفنية هو تفادي تغليط المستهلك وحماية صحّته وسلامته.[1]

ثانيا: أنواع المواصفات

1_ المواصفات الجزائرية:

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

2_مواصفات المسجّلة:

تكون اختيارية التطبيق ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيه على الخصوص رقم التسجيل وتاريخه وبيان المقياس وتسميته.[2]

3_ مواصفات المؤسسة:

مواصفات المؤسسة تتخدها المؤسسة المعينة اعتماد على مجموعة من الخواص المحددة لمدى ملاءمة المنتوج لتأدية الوظيفية المطلوبة منه، كما يرغبها المستفيد النهائي ويتعين أخذ عدّة اعتبارات في تحديد هذه المواصفات، وتختص مواصفات المؤسسة بكل المواضيع التي ليست محل مواصفات جزائرية، كما أنه لا يجوز أن تكون هذه المواصفات متناقضة لخصائص المواصفات الجزائرية، ويختص أن نوضع نسخة من مقاييس المؤسسات لدى هيئة المكلفة بالتقييس.

[1] _بوروح منال، مرجع سابق، **ص84**.
[2] _صياد صادق، مرجع سابق، **ص ص 90،91**.

وتظهر أهمية مواصفات المؤسسة في ترقية المنتوجات، وامتدادها الجغرافي إلى العديد من الدول بالنظر إلى صلتها المباشرة بخصوصية المنتوج لاسيما أساليب عملية الانتاج والأوصاف المحددة للمواد المستخدمة في الانتاج، وغيرها من الخصائص التي تشملها هذه المواصفات.[1]

ثالثا: الإشهاد بالمطابقة

1_ تعريف الإشهاد بالمطابقة:

عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 2 من الفقرة 3 من القانون 04-04[2] المتعلق بالتقييس على أنها " **العملية التي يعترف بها بواسطة شهادة المطابقة، و/أو علامة مطابقة بأن منتوجا ما يطابق المواصفات أو اللوائح الفنية كما هي محددة في القانون.**"

كما عرّفها المادة 3 من الفقرة 1 من نفس المرسوم الإشهاد بأنه " تأكيد طرف ثالث على أن المتطلبات الخصوصية المتعلقة بمنتوج أو مسار أو نظام أو شخص ثمّ احترامها.

وبذلك تخضع المواصفات واللوائح الفنية عند تطبيقها إلى إجراءات تقييم مطابقتها ويتم الإشهاد على مطابقة منتوج ما للوائح الفنية والمواصفات القانونية بتسليم شهادة المطابقة أو تجسيد بوضع المطابقة على المنتوج.

وتجدر الإشارة إلى أن مسألة تقييم المطابقة هي مسألة اختيارية، غير أنه إذا كانت المنتوجات تمس بأمن وبصحة الأشخاص أو الحيوانات أو النباتات والبيئة فإن إشهاد المطابقة يكون إجباريا، وذلك دون تمييز بين المنتوجات المصنعة محليا أو المستوردة، وتتولى الهيئة الوطنية للتقييس بتطبيق ومتابعة تسليم الإشهاد الإجباري للمطابقة وإنشاء علامات المطابقة الإجبارية وتطبيقها وتسييرها.[3]

---

[1] شطابي علي، مرجع سابق، **ص ص 33، 34**.

[2] _ **المادة 2 من الفقرة 3 من قانون رقم 04-04** النؤرّخ في 23 جوان 2004، الذي تمّ تعديله بموجب القانون رقم 04/16 المؤرّخ في 19 جوان 2016 المتعلّق بالتقيس، ج.ر عدد 41 الصادر في 20 جوان 2016.

[3] قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامته المستهلك، أطروحة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، قانون الأعمال، كلية الحقوق، يوسف بن خدّة، جامعة الجزائر 1، 2013، **ص 166**.

2_ شروط إجراء المطابقة :

لإجراء المطابقة استوجب المشرع الجزائري ضرورة توفر الشروط التالية:

يجب أن لا يكون البحث عن ضمان كاف لمطابقة المنتوجات للوائح الفنية والوطنية، سببا للمبالغة في صرامة إجراءات تقييم المطابقة وتطبيقها أكثر مما يلزم بحجة المخاطر التي قد تنجز عن عدم المطابقة.

أنه عندما تكون الأدلة أو التوصيات ذات الصلة الصادرة عن هيئات دولية ذات نشاط تقييسي وتكون الجزائر طرفا فيها أو موجودة أو تكون على وشك الإعداد، فإنها تستخدم كأساس لإعداد إجراءات تقييم المطابقة إلا إذا كانت هذه الأدلة أو التوصيات أو بعض عناصرها، غير ملائمة لتحقيق أهداف أساسية أو بسبب عوامل مناخية أو عوامل أخرى جغرافية أو مشاكل تكنولوجية أو متعلقة ببنية تحتية أساسية.

أن يطبق إجراءات تقييم المطابقة على مورودي منتوجات يكون منشئها إقليم دولة عضو بحسب القواعد نفسها، وضمن الشروط ذاتها المطبقة على المواطنين.[1]

الفرع الثاني

الالتزام بالتحذير واتخاذ الاحتياطات اللازمة

بالإضافة إلى التزام المحترف بوضع منتوج مطابق للمواصفات ومعترف به نتيجة حصوله على شهادة المطابقة فإنه لا يمنع ذلك من وجود التزامات أخرى على عاتقه تفرض عليه ضرورة احترامها نظرا لما قد ينجو عن إغفالها وإهمالها من عواقب وخيمة على المستهلك وتمثل الالتزام بالتحذير (أولا)، والالتزام باتخاذ الاحتياطات اللازمة (ثانيا).

[1] قرواش رضوان، مرجع سابق، **ص 167**.

أولا: الالتزام بالتحذير

ومعنى ذلك انه يجب على المنتج أن يخبر المستهلك أو المستعمل للمنتوج عن المخاطر التي يمكن أن تنجو عن الاستعمال السيئ له أي تحذيره، ولكي يعفي المنتج نفسه عن هذه المسؤولية يجب أن يتوفر التحذير على الشروط التالية:

1_ أن يكون التحذير كاملا:

ويقصد بذلك أن يشمل التحذير كافة الأخطار المحتملة، فلا يجفي المنتج أو يعمل منها شيئا، وتظهر أهمية هذا الشرط في أن المحترف قد تشوبه رغبته في تشجيع المشتري على الإقدام على الشراء إلى إخفاء بعض المخاطر أو ذكره باقتضاب، لذلك فإن القضاء قد يتشدد في ضرورة اكتمال التحذير بما سمح للمشتري بالتعرف على المخاطر وكيفية توثيقها.[1]

2_ أن يكون التحذير ظاهرا:

ويقصد بذلك أن يكون متاحا للمشتري وموجودا بمكان ظاهر يجذب انتباه المستخدم ويقضي هذا على وجه الخصوص أن تتميّز البيانات التحذيرية عن غيرها من البيانات الإعلامية الأخرى، كالبيانات المتعلقة بمكونات السلعة أو بطريقة استخدامها. وغالبا ما يتم ذلك بكتابة البيانات التحذيرية.[2]

3_ أن يكون التحذير واضحا:

التحذير لا يحقق غرضه في تبصير المستهلك بالمخاطر ووسائل تجنبها إلا إذا كان واضحا سهل الدلالة، وهذا حتى لا يفهم منه شيئا آخر، فقد يفهم من عبارة " يحفظ في مكان بارد." بالنسبة لبعض المنتجات الغذائية كمشتقات الحليب أو العصائر، ضمان الاستفادة القصوى من

[1] _ أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص 145** .

[2] _قنطرة سارة، المسؤولية المدنية للمنتج وآثارها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، 2017/2016، **ص33**.

مكونات المنتوج، أو لضمان الانتعاش بالمنتوج، في حين تعرضها لدرجة حرارة عالية قد يتسبب في تسمم المستهلك قد يؤدي إلى وفاته.[1]

4_ أن يكون التحذير لصيقا بالمنتوج:

أي لصيقا بالمنتجات وليس منفصلا عنها، ويختلف التحذير الملقص بالمنتجات باختلاف طبيعة الشيء أو المنتجات كما هو الشأن بالنسبة للأشياء الصلبة أو ذات قوام رخو كالأطعمة مثلا أو الأدوية فإنها تلصق على زجاجات الأدوية أو العلب الداخلية والخارجية لتجنب ما قد يحدث من مخاطر.[2]

ثانيا: الالتزام باتخاذ الاحتياطات اللازمة

لا يكفي ان يقوم المنتج بواجب إعلام المستهلك أو تبصيره بما ينطوي عليه السلعة من أخطار إنما ألزمه المشرع الجزائري باتخاذ كل ما هو ضروري من الاحتياطات المادية.

1_اتخاذ احتياطات في تصميم السلعة وتصنيعها

تتعلق هذه الاحتياطات بمراعاة الأصول الفنية في تصميم السلعة وتصنيعها، ومعنى ذلك أن يكون المنتج على مستوى من الكفاءة التي يحق للجمهور أن ينتظرها من مهني من الطائفة نفسها، وأن يكون القائمون على تصميم السلعة قد ألموا بالظروف الواقعية التي تستعمل فيها السلعة، وذلك عن طريق الاختبارات في المعامل، لكن في بعض الأحيان يتطلب الأمر إنتاج نموذج للسلعة باليد ثمّ اختباره في جميع الظروف المحتمل استعمال السلعة فيها، وعليه فإن الخطأ في التصميم أو التضييع يؤدي بالضرورة إلى خروج السلعة مشوبة بعيب لا يستطيع المشتري كشفه، فإذا ترتب عن هذا العيب ضرر أمكن مطالبة المنتج بالتزامه بضمان السلامة.[3]

---

[1] سفير سماح، الآليات الدّاخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون إجتماعي، كليّة الحقوق و العلوم السياسيّة جامعة د.الطاهر مولاي، سعيدة 2016-2017، **ص 56**.

[2] أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص 148**.

[3] قنطرة سارة، مرجع سابق، **ص 35**.

2_ اتخاذ احتياطات لدى تعبئة السلعة:

تهتم أغلب المؤسسات الاقتصادية باتخاذ احتياطات صارمة لدى تعبئة المنتوجات حيث تجعل من التعبئة سلاح ذو حدّين، من جهة تحمي المنتوج، ومن جهة أخرى تعطي التعبئة صورة إشهارية وإعلامية جدّ مهمة لدى تسويق المنتوجات.

كثيرا ما تكون العبوة المحتوية على السلعة إحدى عوامل جذب المستهلك خاصة عندما يتم الاستفادة من العبوات في مرحلة تالية ولأغراض استهلاكية أخرى.

وتعرف التعبئة بأنها: مجموعة من الأنشطة في تخطيط السلعة المتضمنة تصميم وإنتاج غلاف أو عبوة السلعة، وللتبعية صلة المتضمنة في كل من التعليم والتبيين لأن التبيين يظهر غالبا على التعبئة والتعليم يظهر في التبيين.

إذا كان التعريف الذي قيل بشأن التعبئة، فإنه لابد عند انتاج وضاعة العبوات مراعاة شكل وطبيعة المنتوج الذي ستوضع فيه حتى تشمل عملية تداول السلعة واستعمالها، وكذا تسهيل حفظها وتخزينها، كذلك فإن للتبعية دور جدّ فعال في الأخذ بعين الاعتبار العرض الجذاب والجانب الإعلامي للسلعة[1].

3_اتخاذ احتياطات لدى تغليف السلعة

يقع على عاتق كل محترف اختيار التغليف المناسب للسلعة التي ينتجها بما يتناسب مع طبيعتها والخصائص التي تميزها عن غيرها من السلع، فالتغليف في هذه الحالة يكون بمثابة الوعاء الخارجي للسلعة والتي يحميها من المؤثرات الخارجية، كما قد يكون الغلاف بمثابة العبوة الذي توضع فيه السلعة فيعطيها شكلا معينا بالرغم من التشابه الموجود بينه وبين العبوة في الدور الذي يلعبه كل منهما.

[1] _ أرزقي زوبير، مرجع سابق **ص 152.**

4_إتخاذ احتياطات لدى تسليم السلعة

قد يتولى المنتج بيع منتجاته مباشرة للمستهلكين، فعليه عندئذ أن يقوم بتسليم هذه المنتجات طبقا للغرض الذي صنعت من أجله وكذلك بما يتناسب مع رغبات المستهلك، ويمكن أن يكون التسليم في المكان نفسه التي صنعت فيه، ويتولى المنتج تسليمها هو بنفسه أو أن يقوم بتوصيلها إلى زبائنه حسب الاتفاق أو حسب قواعد السوق[1].

كما على المنتج في حال وجود منتوجات خطيرة أن يتخذ كل الاحتياطات اللازمة التي تكفل تسلمها على نحو يجعل من المستحيل حدوث ضرر نستخلص الذي يستلمها، كما يعمل المحترف على أحاطة المستهلك علما كافيا على خصائص المنتوج الخطر.[2]

[1] _ أرزقي زوبير، مرجع نفسه **ص 153.**
[2] _ أرزقي زوبير، مرجع سابق، **ص 154**.

المبحث الثاني

فعلية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك ودور هيئات الرقابة في حماية المستهلك

لقد سن المشرع الجزائري مجموعة من النصوص القانونية من أجل إقامة توازن بين النشاط التنافسي الحرّ وحقوق المستهلك، ويتجلى ذلك في الالتزامات التي ألقيت على عاتق المهني، وهذا من أجل الحفاظ على صحة المستهلك وحمايته من الخداع والغش.

كما فرضت الدولة رقابة عن طريق أجهزتها وآلياتها، وذلك بهدف الوقاية والقضاء على الخطر الذي يهدد المستهلك، فضلا عن ذلك يلتزم بأن يضمن خلو المبيع من العيوب الخفية التي تحول دون تحقيقي المبيع الغرض من شرائه،وكذا ضمان سلامة المنتوج من الفساد.[1]

غير أن الواقع يشير إلى غير ذلك، قصور وانحراف من قبل المنتجين في التزاماتهم، وكذا عدم تأسيس بعض الأجهزة المختصة في التدخل، وعدم تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من أداء مهامها وتجهل المستهلك الجزائري في خطر.

لذلك ارتأينا إلى تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، سنتناول فعلية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك (المطلب الأول)، ونتطرق إلى دور هيئات الرقابة في حماية المستهلك في (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

فعلية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك

تؤكد مختلف الأحكام المشار إليها آنفا على نجاح المشرع الجزائري من ناحية النصوص القانونية في محاولة إقامة التوازن بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك وفق ما هو مقرر في التشريعات الأخرى السابقة[2] إلى تكريس اقتصاد السوق المبني على الحرية الاقتصادية، غير

---

[1] همشاوي وهيبة، حمودة نجوى، مرجع سابق، **ص 35** .

[2] _ أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك ، **ص 85**.

أن ذلك أمر ناقص للوهلة الأولى إذ يجب أن نجد هذه النصوص القانونية تطبيق لها عمليا،وهو ما يعبر عن فعلية النصوص القانونية الاساس من وجودها.

فالدارس للقانون يعلم جيدا أن القاعدة القانونية يجب أن تطبق لأنها يجب أن تعبر عن التطور الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، ولكن حسب الدراسة التي قمنا بها، فإنها تؤكد عدم تطبيق هذه النصوص فعليا على الواقع، وسنتناول عدم تطابق وتجانس وتفاعل النصوص الصادرة من الواقع (الفرع الأول) ثمّ نتطرق إلى انعدام المناخ والوسائل لتحقيق التنافس الحر وحماية المستهلك (فرع ثاني).

الفرع الأول

عدم تطابق وتجانس وتفاعل النصوص الصادرة مع الواقع

إن معظم النصوص السابقة التي وضعها المشرع الجزائري لا تعبر عن الواقع وحقيقة الاقتصاد والمجتمع الجزائري كونها نصوص منقولة من التشريعات الغربية خاصة الذي يميزه جملة من المعطيات يمكن إبرازها في مايلي:

أولا: عدم توافر سوق واحد عرض السلع والخدمات

لنجاح المنافسة ومن ثمة حماية المستهلك لابد أن يكون أمام سوق تنافسية واحد تكثر فيها الأعوان الاقتصادية وتعرض فيها مختلف السلع والخدمات بصفة مشروعة ونزيهة وشفافة، لكن في الواقع الاقتصاد الجزائري نلاحظ تواجد سوقين متوازيين تسيطر فيها الثانية على الأولى.

ويتعلق الأمر بوجود سوق نظامية من المفروض هي الأصل توازيها السوق غير النظامية أو غير الرسمية المسماة السوق الموازية Le marché informel التي من المفروض لا تتواجد وإن وجدت فبمعايير معينة لكن هي الكثيرة في الجزائر، ودليل على ذلك تصريحات المسؤول الأول على قطاع التجارة المتمثل في الوزير الأول على قطاع التجارة المتمثل في الوزير الذي

أكد صعوبة التحكم في هذه السوق الموازية والقضاء عليها والتي تهدد الاقتصاد الجزائري برمته[1].

ولقد اعترف سنة 2008 أمام أعضاء مجلس الأمة بمناسبة عرضه لمشروع قانون يعدل قانون المنافسة لسنة 2008 بأن الجزائر تعاني من مشكل السوق غير الرسمية (الموازية) وكذا التجار الذين يحتلون أرصفة الطرقات لعرض منتجاتهم، وتحميل الوزارة الداخلية مسؤولية ذلك.[2]

وعليه إذا أردت الدولة الجزائرية حماية المستهلك لابد لها من القضاء على رؤوس الفساد التي تحترف التزوير، تبييض الأموال، والتهرب الضريبي وغيرها.[3]

ثانيا: عدم تأسيس بعض الأجهزة في التدخل

إذا عدنا إلى النصوص القانونية الصادرة نلاحظ التركيز على تأسيس هيئة ضبط مختصة في ضبط سوق المنافسة مكلفا إياه بصلاحيات هامة وفعالة في تحقيق التوازن المطلوب في السوق. غير أنه للأسف ما جدوى ذلك النص في ظل عدم تأسيس المجلس لأكثر من 17 سنة كارثة أكده الواقع الذي كثرت فيه كل أشكال المنافسة غير المشروعة من خلال الصفقات المشبوهة النى طغت على السوق الجزائرية والتي سببت خسائر كبيرة ومدمرة للاقتصاد الجزائري قدرت بالملايير،ذلك يؤكد على فكرة تبني نصوص دون أن تجد تطبيقا لها، وهو ما جعل السوق الجزائرية تنتشر فيه كل أشكال الفساد والرشوة وتبييض الأموال وانتشار كل أشكال التزوير للعملات وتداول الأموال خارج الدائرة الرسمية على حساب ما تطلبه قواعد المنافسة المشروعة، الدليل على ذلك تصنيف السوق الجزائرية على أنها سوق خطيرة وفاسدة وغير ملائمة للاستثمار.[4]

كما أن جمعيات حماية المستهلكين التي من المفروض أن تؤدي دورها في حماية المستهلك قليلة التواجد في الميدان والسبب هو غياب ثقافة إنشاء تلك الجمعيات وهو الأمر لذي

---

[1] _أرزيل الكاهنة، مرجع نفسه، **ص 85**.

[2] _ **Déclaration** du monsieur EL HACHEMI DJABABOUB, ministre chargé du commerce à la voix de l'oranie daté du 07-4-2008

[3] _ أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك، **ص 86**.

[4] _أرزيل الكاهنة، مرجع نفسه، **ص 87**.

تنه إليه ربما المشرع الجزائري من خلال تشجيعه في قانون الاستهلاك الجديد لسنة 2009 على أنشاء جمعيات حماية المستهلكين ذلت الطابع العمومي بتدعيمه بالوسائل والأموال العمومية واستفادته من المساعدة القضائية.[1]

الفرع الثاني

انعدام المناخ والوسائل لتحقيق التنافس الحر وحماية المستهلك

يتعلق الأمر بـ:

أولا: رداءة محيط الأعمال في الجزائر

إن محيط الأعمال يوصف من قبل الهيئات الدولية بالمحيط السيئ، ففي آخر تقرير للشركة الفرنسية لتأمين التجارة الخارجية كوفاس COFACE الصادرة 2011 تمّ تصنيف محيط الأعمال في الجزائر ضمن تصنيف B والذي مؤداه أن محيط الأعمال لبلد ما متوسط على أساس أن نشاط المؤسسات هو في وضعية ضعف وغير مستقر، وهو تصنيف سيء بالنسبة للمؤسسات الجزائرية.[2]

كما فقدت الجزائر خمسة أماكن ضمن 183 من البلدان المصنفة من قبل المؤسسة المالية DOING BUSINESS سنة 2012، إذ تحتل المرتبة 148 القاضي بأن الاستثمار والمنافسة في الجزائر صعب مؤكدة على أن محيط في الجزائر لا يعرف تحسن رغم وعود ومجهودات السلطات العامة فبالعكس فهر في تراجع مستمر (أي محيط الأعمال).[3]

---

[1] _ **المادة 22 من قانون رقم 03/09**، متعلّق بحماية المستهلك، مرجع سابق.

[2] _ COFACE lance une nouvelle note « Environnement des Affaires » **www. Trading-safely.com** مقتبس من مجلة الباحث للدراسات الاكادمية ،العدد 08، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، جانفي **2016**

[3] _ Environnement des affaires :l'Algérie classée a la 148 place sur les pays partenariats- **Algérie. Over-blog. com**

ثانيا: عدم تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من أداء مهامها

لضمان قيام أعوان الرقابة بمهامهم على أحسن وجه أجاز القانون لهم الاستعانة بأعوان القوة العمومية، كما أوجب على الإدارات والهيئات العمومية المختلفة مدهم بالمعلومات الضرورية.

كما كفل القانون لأعوان الرقابة الحماية اللازمة أثناء قيامهم بمهامهم، فعاقب على الأفعال التي تحول دون قيامهم بتلك المهام[1] وفقا لنص المادة 435 من قانون العقوبات التي تنص **"يعاقب بالحبس من شهرين الى سنتين و بغرامة من 20.000 دج الى 100.000 دج دون الإخلال بالعقوبات المقرّرة في المادة 183 و مايليها من هذا القانون.كلّ من يضع الضباط و أعوان الشرطة القضائية و كذلك الموظّفين الذين يسنّد اليهم القانون سلطة معاينة المخالفات المشار إليها في المواد 427 و 428 و 429 و430 في موقع إستحالة القيام بوظائفهم إما بالرّفض السماح لهم بالدّخول الى المحال الصناعية أو محال التخوين أو محال البيع، أو بأيّة كيفية أخرى"**[2].

لكن في بعض الأحيان نرى أن الأعوان المكلفين بالرقابة لا يستطيعون أن يقوموا بمهامهم وذلك راجع لانعدام الوسائل الضرورية للتنقل وهو ما يلاحظ على الخرجات الميدانية لهم، يضاف إليه مشكل الأمن الذي يعتبر الانشغال الأول للسلطات العليا بالأصل فما بال العون الرقابي. وهو ما يعيق كثيرا هؤلاء في لعب دورهم في الرقابة على الأسواق،خاصة في الأماكن البعيدة والمعزولة ولنائية، الأمر الذي يجعل المستهلك يعاني بشكل لا مثيل له ويكون بعيد جدا عن مستويات المستهلك الغربي فلا وجه للمقارنة.

فالقانون شاسع بقدر شساعة تطبيق النصوص القانونية في كل المجالات الاقتصادية في الجزائر.

[1] _بودالي محمد، مرجع سابق، **ص 669**.

[2] _ **المادّة 435 من الامر رقم 66-156**، مؤرّخ في 18 صفر 1386 الموافق ل 8 جوان 1966 المتضمّن قانون العقوبات، المعدّل المتمّم.

ثالثا: جعل المستهلك الجزائري لحقوقه

ينصب الوضع على غياب ثقافة الاستهلاك في الجزائر، فالمستهلك الجزائري كارثة في المطالبة بحقوقه المسلوبة في قبل العون الاقتصادي في الجزائر، فهو السبب الرئيسي لتعسف العون الاقتصادي في السوق كونه لا يعلم بأدنى حقوقه، فما يهمه هو اقتناء حاجياته من السلع والخدمات دون النظر لا في جودتها ولا سلامتها، وهو ما يلاحظ على سلوكاته اليومية في الأسواق جاعلا العون الاقتصادي يحقق أرباحا على حسابه دون أن يتفطن إلى أن الوضع ينطوي على الاستغلال والكسب غير المشروع، ويمتد الوضع حتى إلى الحالات التي تسبب فيه بعض السلع أخطارا على صحّته فلا يتابع التجار إلا في حالات نادرة وهو أمر لا يكفل حقوقه المقررة في القانون.[1]

المطلب الثاني:

دور هيئات الرقابة في حماية المستهلك

تمثل وظيفة الرقابة أكبر الضمانات على مصداقية ونزاهة الممارسات الصادرة من المهنيين الملزمون بعدم التعرض لقانون المنافسة و قانون الممارسات التجارية (الفرع الأول)، كما يفرض الواقع إنشاء أجهزة متخصصة تمارس رقابة لتوفير حماية للمستهلك (الفرع الثاني) وعليه فإن قوانين الدول تحول القضاء سلطة الرقابة (الفرع الثالث).[2]

[1]_ أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر و حماية حقوق المستهلك، مرجع سابق، **ص ص 88-89**.

[2]_ وطاح فريد، زيدات وهيبة، مرجع سابق، **ص 65**.

الفرع الأول

أنواع الرقابة

تعرف الرقابة على أنها خضوع شيء معين بذاته لرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون بغية القيام بالتحري والكشف عن الحقائق المقررة قانونا.

ومن ثمة اتخاذ الإجراء الملائم لتحقيق الوقاية، فالرقابة تكون إجبارية التي ينبغي على المتدخل الالتزام بها (أولا)، كما قد تكون اختيارية (ثانيا).[1]

أولا: الرقابة الإجبارية

تفرض على المنتج وتلزمه بإخضاع منتجاته لرقابة هيئة معينة قبل إنتاجها ويكون ذلك بصفة خاصة في مجال صناعة المنتجات السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص، إيداع صيغته الكاملة في مركز مكافحة التسمم التابعة لوزارة الصحة قبل انتاجها وتصنيعها كمواد غسل الأواني، المواد المزيلة للدهون... وتوجد الرقابة الإجبارية على وجه الخصوص في مجال صناعة الأدوية والمستحضرات الطبية التي تخضع لرقابة كوزارة الصحة.

وأكد المشرع على مثل هذه الرقابة بموجب المادة 12 الفقرة 1 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش **"على انه يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السرية المفعول"**.[2]

ثانيا: الرقابة الاختيارية

هي الرقابة التي يكون فيها المنتج ملوما بإخضاع منتجاته لأي نوع من الرقابة وإنما يعمد إليها باختياره حتى يضع على منتجاته ما يسمى بالثقة الرسمية التي تميز منتجاته بضمان الإقبال

[1] _بوروح منال، مرجع سابق، **ص147** .

[2] _ سمية ميكحل، دور أجزة الرقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الجنائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، **ص 12**.

عليها تعرض المنتوج لرقابة هيئة عالمية تمنح لها شهادة أو علامة متميّزة الجودة كشهادة إيزر9002.[1]

إذا تمّت الرقابة وفق الإجراءات يمكن أن تترتب النتائج التالية:

إذا لم تلاحظ أي مخالفة بعد فحص الوثائق المذكورة في المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المؤرخ في 12 فبراير 1992، والمعدل بالمرسوم التنفيذي رقم 93-47 الصادر بتاريخ 6 فبراير 1993 المتعلق بمراقبة المواد المنتجة محليا أو المستوردة، أو بعد المراقبة بالعين المجردة للمنتوج وعندما لا توجد ضرورة لاقتطاع العينات تسلم للمفتشية الحدودية المختصة رخصة دخول المنتوج للمستورد أو ممثله المؤهل قانونا، ويجب في هذه الحالة على المستورد إرفاق رخصة دخول المنتوج بملف جمركة المنتوج المستورد.

عندما يكون عدم المطابقة ناجما عن عدم مراعاة التنظيم المتعلق بالوسم، يمكن أن يخضع المنتوج إلى إعادة توضيب طبقا للتنظيم المعمول به.[2]

الفرع الثاني

دور رقابة الأجهزة المتخصصة في توفير حماية المستهلك

قام المشرع الجزائري بتنظيم أسعار البضائع والمنتجات والخدمات وفق تظامين (مبدأ حرية الأسعار والأسعار المقننة لأجل حماية المستهلك من زيادة غير مشروعة في الأسعار وأوكلت مراقبة التزام نظامي الأسعار إلى الأعوان المكلفين بقمع الغش وخول لهم صلاحيات لضبط المخالفات، كما أن جمعية حماية المستهلكين تحرص على تحقيق حماية السوق من أعمال الغش التي تشوه أخلاقيات المنافسة لما يحفظ حقوق المستهلك الصحية والمادية.[3]

[1] _ **مرسوم تنفيذي رقم، 92-65** مؤرخ في 12 فبراير 1992، المعدل بالمرسوم التنفيذي 93-47 الصادر بتاريخ 6 فبراير 1993، المتعلق بمراقبة المواد المنتجة محليا أو المستوردة.

[2] _ قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن يوسف بن خدّة، جامعة الجزائر1، 2013، **ص180**.

[3] _ وطاح فريدة، زيدان وهيبة، مرجع سابق، **ص68**.

أولا: رقابة أعوان قمع الغش

إن السلطات الإدارية يمكن لها أن تقوم بإجراءات أو تدابير وقائية وهذا خلال مرحلة عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك بجميع مراحلها من طور الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي، وذلك تجنبا للأخطار والإضرار التي قد تلحق بالمستهلك في صحته وما له.

وفي هذا الإطار يقوم أعوان قمع الغش والمذكورين في المادة 25 من القانون رقم 09-03 بمعاينة المخالفات وإثباتها في شكل محاضر لها حجية قانونية حتى يثبت العكس.[1]

ويكلف أعوان قمع الغش بمعاينة المخالفات المنصوص عليها في القانون رقم 09-03 المشار إليه طبقا لأحكام المادة 27 من قانون الإجراءات الجزائية والتي تنص على **" يباشر الموظفون وأعوان الإدارات والمصالح العمومية بعض سلطات الضبط لقضائي التي تناط بموجب قوانين خاصة... بأحكام المادة الثالثة عشر من هذا القانون وفي هذا الإطار تمثل المهمة الأساسية لأعوان قمع الغش في مراقبة مطابقة المنتوجات والخدمات الموجهة للمستهلك بمقابل أو مجانا في مختلف مراحل عملية وضعها للاستهلاك".**[2]

وقد اشترط المشرع الجزائري في المادة 26 على تأدية أعوان قمع التابعين للإدارة المكلفة بالتجارة أداء اليمين أمام محاكم مقر إقامتهم، ولأن تسلم لهم المحكمة إشهادا بذلك يوضع على بطاقة التفويض بالعمل وأن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها،وأنهم لا يقفون عند حدود بحث ومعاينة الجرائم وإنما يمتد إلى وضع حدّ للأعمال الضارة بالمصلحة الجماعية للمستهلك سواء عن طريق استعمال وسائل الواقع ووسائل القانون.

[1] _ بوهنتالة أمال ، "قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد الثامن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة1، جانفي 2016، **ص 105**.

[2] _ زحنيت سمية، دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة مكملة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة،2015، **ص35** .

كما يمكنكم كذلك الإستعانة بالقوة العمومية عند الحاجة إليهم مد يد المساعدة عند أول طلب هذا ما أقرته المادة 24 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش عكس القانون 04-02 الذي لم يذكر تدخل القوة العمومية.[1]

ثانيا: رقابة الأسعار من قبل جمعية حماية المستهلك

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

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

فجمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار، ولا هي تمتلك السلطة التي تخول لها ذلك ولكن لا نغالي إن قلنا أنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.[2]

[1] _شلابية مسعود، دور المديرية الولائية للتجارة في حماية المستهلك، مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق،تخصص ماستر قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2015، **ص 62**.

[2] _ سفير سماح، مرجع سابق، **ص 33**.

الفرع الثالث

دور الرقابة القضائية

للسلطة القضائية دور في حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة من الممارسات المخالفة للتجارة التي يقوم بها المتدخل والتي تلحق له أضرار،[1] ولكي نضمن لمؤسسة القضاء هذا الدور يجب فتح المجال أمام القاضي في تفسير العقود، وإزالة الشروط التعسفية، وكذا تفعيل دور المحاكم في قضايا الاستهلاك.[2]

أولا: نطاق تدخل القاضي في تغيير العقود وتعديلها.

في إطار القواعد العامة نسجل عدم فعالية قواعد القانون المدني في مجال تغيير العقود نظرا لسيطرة مبدأ سلطان الإدارة على التصرف التعاقدي، ولذلك فإن تدخل القاضي يتحدد بما يسمح به هذا المبدأ، وهو التأكد من خلو الإرادة من العيوب التي تشوبها، متى تأكد من ذلك فهو يرجع في تغيير العقد إلى إرادة المتعاقدين طبقا للمادة 111 من القانون المدني الجزائري[3].

ويظهر الدور السلبي للقاضي في تغيير العقد في حالة وضوح عبارات العقد، ولكن نستخلص سلطته التقديرية ودوره الإيجابي في تفسير العبارات الغامضة.

وحسب المشرع الجزائري، نجد أن الطرف المدعى مشمول بالحماية من خلال المادة 110 من القانون المدني والتي تمنح للقاضي السلطة التقديرية في تعديل شرط أو إعفاء الطرف المدعى منه، فحماية الطرف المدعى منه، فحماية الطرف الضعيف تقتضي إبقاء العقد، وإبطال الشرط التعسفي أو إعفاء المتعاقد من تنفيذه.[4]

---

[1]_ أمال بوهنتالة، مرجع سابق، **ص108**.

[2]_ وطاح فريدة، زيدات وهيبة، مرجع سابق، **ص70**.

[3]_ مادة 111 من القانون المدني الجزائري **"**اذا كانت عبارة العقد واضحة فلا يجوز الانحراف عنها عن طريق تاويلها للتعرف على ارادة المتعاقدين

[4]_ **المادة 110**، من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

ثانيا: وجوب تفعيل دور المحاكم

مهما بلغت الحماية التي تقررها قواعد القانون وحرص القضاة على حماية المستهلك فإن قيمة هذه الحماية تبقى نظرية أكثر من واقعية إذا لم يواكبها حركة تفعيل دور المحاكم في العقاب والردع، والواقع يدلنا على هشاشة الحماية القضائية التي توفرها محاكمنا للمستهلك الجزائري ومرجع ذلك عدّة أسباب نذكر منها:

1- حداثة تكوين قضاة في قمع الغش والقضايا الاقتصادية.
2- نقص الوعي الاستهلاكي، واعتبار القضايا الاستهلاكية قضايا بسيطة لا تستدعي خصام قضائي.

ولهذه الأسباب فإن الحماية القضائية التي توفرها المحاكم تبقى دون المستوى المطلوب، وهو ما يقتضي تفعيلها من خلال تكوين قضاة متخصصين وإحداث محاكم مختصة بقمع الجرائم الاقتصادية على مستوى التراب الوطني مع الالتزام في تطبيق القانون والنطق بالأحكام الرادعة في مادة قمع الغش.[1]

[1]_وطاح فريدة،زيدات وهيبة، مرجع سابق، **ص70**.

من خلال هذه الدراسة يتبين لنا أهمية المنافسة المشروعة في تنظيم الحياة الاقتصادية بصفة عامة و الحياة التجارية بصفة خاصة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين المتواجدين في الميدان ، باحترام ما هو منصوص عليه في القانون و العادات و الأعراف التجارية و الموازنة بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك ، فهو أمر فرضته قواعد اقتصاد السوق على اساس أن هناك أعوان اقتصاديين يمارسون التجارة و الصناعة.

عمليتي الإنتاج و التوزيع في جو التنافس يشترط أن يكون مشروع ، و وجود مستهلكين يقتنون مختلف السلع و الخدمات التي يعرضها المتعاملون الاقتصاديون في السوق مقابل دفعهم لأثمان باهضة ، غير أن تلك الموازنة هي المعادلة الواجب تحقيقها ، و ذلك عن طريق تاطير القوانين الواجب تطبيقها بفرض المزيد من الالتزامات على الاعوان الاقتصاديين.

بالاضافة الى الممارسات التجارية الشفافة و النزيهة و المشروعة من جهة و احترام حقوق المستهلك في الاعلام المسبق بالسلع و الخدمات و الأسعار التي يعرضها و كذا أن يكون المنتوج مطابقا للمواصفات و المقاييس ، مع منع التعامل الإقتصادي من فرض صلة مع الشروط المتعسف فيها في مواجهة المستهلك ، بهدف تحقيق تلك الأهداف تم وضعها العون الإقتصادي تحت رقابة صريمة مع إمكانية توقيع الجزء المناسب إذ تبين أن المخالفة هي جريمة تكيف أحيانا بأنها مخالفة أو جنحة.

غير أن هذا النتظيم على المستوى القانوني و النظري يصطدم بالواقع العلمي الذي نلاحظ فيه تجاوزات كبيرة من قبل الأعوان الاقتصاديين ، خاصة فيما يتعلق بجودة المنتجات التي تراعي فيها أدنى الشروط المتعلقة بالمقاييس و الصفة و هو ما يتسبب بالعديد من الأستياء من قبل المستهلكين من جهة ، و من جهة أخرى نلاحظ أن النصوص القانونية تنصب في إقامة التوازن بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك ، لكن الواقع يشير الى غير ذلك حيث أن أعوان الرقابة يعجزون عن ممارسة نشاطهم لإنعدام وسائل ممارسة النشاط ، خاصة ما يتعلق بوسائل التنقل ، ليس الهدف من وضع النصوص بقاءها

حبرا على ورق و إنما العمل بها بهدف الحصول على نتائج مرضية تفيد المستهلك و تلزم العون الاقتصادي.

الى جانب ذلك عدم تطبيق النصوص القانونية في التشريع الجزائري بشكل عام في المجال الإقتصادي ثم يليه مشكل آخر يتمثل في عدم القضاء على السوق الموازية من طرف السلطات التي تعمل على تشجيع المنافسة غير المشروعة ، و ممارسة التجارية غير النزيهة و أسعار لا تلبي رغبات المستهلك ، هذه المشاكل جعلت المشرع الجزائري في قانون الإستهلاك الجديد الذي يشجع دور جمعيات حماية المستهلكين ذات طابع عمومي.

إن واجب المشرع هو أن يصل لتحقيق توازن بين مصلحة العون الإقتصادي و المستهلك و ان يجعل النصوص القانونية ذان تطبيق واقعي و ليس نظري و أن يعالج التغيرات التى تجاهلها مثل الدور الرقابي لجمعية المستهلك و كذلك الدعوة الى الإهتمام بتعليم ثقافة المستهلك عن طريق تخصيص البرامج التعليمية التي تتناول حقوق و واجبات المستهلك، و إستعمال وسائل الإعلام الأخرى من أجل توعيه.

إن حماية المستهلك مازالت لم تبلغ الهدف المحدد لها خاصة بعد ان تزاحمت السوق الجزائرية بالمنتجات الوطنية و المستوردة.

قائمة المراجع

اوّلا: باللّغة العربيّة:

أ/ الكتب:

1. حملاجي جمال، دور أجهزة الدّولة في حماية المستهلك الجزائري و الفرنسي،كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة أحمد بوقرّة، بومرداس 2005-2006.

2.الصغير محمّد مهدي، حماية المستهلك، دراسة تحليليّة مقارنة، دار الإسكندرية، 2015.

3. بودالي محمّد ، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.

ب/ **الرّسائل و المذكّرات الجامعيّة:**

1- الرّسائل:

1.تيورسي محمّد، قواعد المنافسة و النّظام العام الإقتصادي، مذكّرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2010-2011.

2.قرواش رضوان، الضمانات القانونيّة، لحماية أمن و سلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، قانون الأعمال، كليّة الحقوق،بن يوسف بن خدّة، جامعة الجزائر 1، 2012-2013.

قائمة المراجع

2- المذكّرات الجامعيّة :

1. أرزقي زبير، حماية المستهلك في ظلّ المنافسة الحرّة، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون، فرع المسؤوليّة المهنيّة، كليّة الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.

2. بو جميل عادل، مسؤولية العون الإقتصادي، عن الممارسات المقيّدة للمنافسة في القانون الجزائري،، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون، فرع المسؤوليّة المهنيّة، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، ، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

3. منال بوروح، منافسة الضمنات لحماية المستهلك في ظلّ القانون رقم 09-03، المتعلّق بحماية المستهلك و قمع الغشّ ، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير، فرع حماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر1،2014-2015.

4. صياد الصادق، ، حماية المستهلك في ظلّ القانون الجديد رقم 03/09، المتعلّق بحماية المستهلك و قمع الغشّ، ،، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم القانونيّة و الإداريّة، فرع قانون الأعمال، ، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة،2013-2014.

5. بوعولي نصيرة، حماية المصلحة الإقتصاديّة للمستهلك في القانون الجزائري، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون، ، فرع القانون العام للأعمال، ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية،2011-2012.

6. شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلّدة في التشريع الجزائري، ، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير، فرع حماية المستهلك و المنافسة، كليّة الحقوق،بن يوسف بن خدّة، جامعة الجزائر1، 2013-2014.

7. قنطارة سارة، مسؤوليّة المدنيّة للمنتج و أثرها في حماية المستهلك، ، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير، ، فرع القانون الخاص، تخصّص قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة محمّد لامين دباغين، سطيف 2، 2016-2017.

8. ميزاري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكّرة لنيل شهادة الماجيستير، الموسوعة في القانون و العلوم السياسّة، جامعة وهران، 2012-2013.

3- مذكّرات الماستر:

1. وطاح فريدة، زيدات وهيبة، الموازنة بين النشاط التنافسي و حقوق المستهلك، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصّص قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2014-2015.

2. عنقي دالية، حماية المستهلك من المواد المغشوشة، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2012-2013.

3.معمري إكرام، نطاق مبدأ حريّة الأسعار، مذكّرة لنيل شهادة الماستر، تخصّص قانون الشّركات، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة قاصدي مربح، ورقلة، 2016-2017.

4. سمية ميكحل، دور أجهزة الرّقابة في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون الجنائي، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة محمّد خيضر، بسكرة، 2014.

5. زحنيت سميّة، دور الهيآت الإداريّة في حماية المستهلك، ، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون إداري، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة محمّد خيضر، بسكرة، 2014-2015.

6. مسعود شلاسة، دور المديريّة الولائيّة للتجارة في حماية المستهلك، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة الشهيد حمّة لخضر، الوادي 2014-2015.

7. هشماوي وهيبة، حمودة نجوى، الحماية القانونية للمستهلك من الشروط التعسّفيّة، مذكّرة لنيل شهادة الماستر، تخصّص القانون الخاص الشامل، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2013-2014.

8. مسعود نادية، واعراب تيللي، فعالية أحكام حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2011-2012.

9. سفير سماح، الآليات الداخليّة لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكّرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصّص قانون إجتماعي، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة د.الطاهر مولاي، سعيدة، 2016-2017.

10. عماري جيلالي، بكّة سيدي محمّد مولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، دراسة حالة: المخبر الولائي للوقاية بشلف، مذكّرة تخرّج لنيل شهادة الدراسات الجامعيّة التطبيقيّة، فرع قانون الأعمال، مركز شلف، جامعة التكوين المتواصل، 2011_2012.

قائمة المراجع

4-المقالات:

1. أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرّع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحرّ و حماية حقوق المستهلك، مجلّة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 08، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، جانفي 2016، ص 67-89.

2.حمّاش سيلية، ساوس خيرة، "الضوابط القانونيّة للمنافسة في التشريع الجزائري"، مجلّة دفاتير السياسة و القانون، عدد 15، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة طاهري محمّد، بشّار، جوان 2016، ص 415

5-المداخلات:

1. سحتوت نادية، "درجة و تحليل النظام القانوني في المنافسة الحرّة"، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك يومي 17 و 18 نوفمبر 2009، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية.

2. لعويجي عبد الله، إختصاصات مجلس المنافسة، دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك، مداخلة في الملتقى حول حريّة المنافسة في التشريع الجزائري، ، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة باجي مختار، عنابة، يومي 3 و 4 أفريل 2013، المحور السّابع.

3. أرزيل الكاهنة، " الموازنة بين النّشاط التنافسي الحرّ و حقوق المستهلك"، الملتقى الوطني حول المنافسة و حماية المستهلك، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، كلية الحقوق و العلوم السياسيّة، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.

4. DECLARATION DE MENSIEUR EL HACHEMI JABOUB, MINISTRE CHARGE DU COMMERCE A LA VOIE DE L'ORANAIS , DATE DU 7 AVRIL 2008 , ALGER.

ج/ النصوص القانونية

أ. النصوص التشريعيّة:

1) أمر رقم 155/66، المؤرّخ في 18 صفر 1386، الموافق ل 8 جوان 1966، يتضمّن قانون الإجراءات الجزائيّة المعدّل و المتمّم. منشورات برتي

2) أمر رقم 156/66، المؤرّخ في 18 صفر 1386، الموافق ل 8 جوان 1966، يتضمّن قانون العقوبات المعدّل و المتمّم.

3) أمر رقم 58/75 ، مؤرّخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمّن القانون المدني. منشورات برتي

4) أمر رقم 59/75 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون التجاري معدل و متمم.

5) قانون رقم 06/95، مؤرّخ في 25 جانفي 1995، يتعلّق بالمنافسة، ج.ر عدد 09 صادر في 8 فيفري 1995(ملغى).

6) أمر رقم 03/03، مؤرّخ في 19 جويلية 2003، يتعلّق بالمنافسة، ج.ر عدد 43 صادر في 20 جويلية 2003، معدّل و متمّم ب: قانون رقم 12/08، مؤرّخ في 25 جوان 2008، ج.ر عدد 36 صادر في 2 جويلية 2008، و قانون 05/10 مؤرّخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46 صادر في 18 أوت 2010.

7) قانون 02/04، مؤرّخ في 23 جوان 2004، يحدّد القواعد المطبّقة على الممارسات التجاريّة، ج.ر عدد 41 صادر في 27 جوان 2004، ، معدّل و متمّم بموجب قانون رقم 06/10 مؤرّخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46 صادر في 18 أوت 2010.

8) قانون رقم 04/04 مؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، يتعلق بالتقييس ، ج ر عدد 41 الصادرة في 27 يونيو 2004.

9) قانون رقم 09/08 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية الإدارية، ج ر عدد 21 الصادرة في 23 أفريل 2008.

10) قانون رقم 03/09، مؤرّخ في 25 فيفري 2009، المتضمّن حماية المستهلك و قمع الغشّ، ج.ر عدد 15 صادر في 8 مارس 2009، الملغي لقانون رقم 02/89 مؤرّخ في 7 فيفري 1998.

ب_ **النصوص التنضيميّة**

1) مرسوم تنفيذي رقم 39/90 ، مؤرّخ في30 جانفي 1990، يتعلّق برقابة الجودة و قمع الغشّ، ج.ر عدد 05 صادر في 31 جانفي 1990.

2) مرسوم تنفيذي رقم 187/90، مؤرّخ في 13 ماي 1990، يتضمّن تصنيف المنتوجات و الخدمات الخاضعة لنضام الأسعار المقنّنة، ج.ر عدد 11 صادر في 14 ماي 1990.

3) مرسوم تنفيذي رقم 266/90، مؤرّخ في 15 أكتوبر 1990، المتعلّق بضمان المنتوجات و الخدمات، ج.ر عدد 40 صادر في 19 أكتوبر 1990.

4) مرسوم تنفيذي رقم 366/90، مؤرّخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلّق بوسم المنتوجات المنزليّة غير الغذائيّة و عرضها، ج.ر عدد 50 صادر في 1990.

5) مرسوم تنفيذي رقم 367/90، مؤرّخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلّق بوسم المنتوجات المنزليّة الغذائيّة و عرضها، ج.ر عدد 50 صادر في 1990.

6) مرسوم تنفيذي رقم 65/92، مؤرّخ في 12 فيفري 1992، المعدّل و المتمّم بالمرسوم التنفيذي رقم 47/93 صادر في 6 فيفري 1993، المتعلّق بمراقبة المواد المنتجة محليّا أو مستوردة.

7) مرسوم تنفيذي رقم 314/00، مؤرّخ في 14 أكتوبر 2000، يحدّد المقاييس التي تبيّن أنّ العون الإقتصادي في وضعيّة هيمنة، و كذا مقاييس الأفعال الموصوفة بالتعسّف في وضعيّة هيمنة، ج.ر عدد 16، صادر في 18 أكتوبر 2000 (ملغى).

8) مرسوم تنفيذي رقم 175/05، مؤرّخ في 12 ماي 2005، يحدّد كيفيّة الحصول على تصريح بعدم التدخّل بخصوص الإتفاقيات و وضعيّة هيمنة على السّوقن ج.ر عدد 35 صادر في 2005.

9) مرسوم تنفيذي رقم 468/05، مؤرّخ في 10 ديسمبر 2005، يحدّد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك، ج ر عدد 80 الصادرة في 2005.

10) مرسوم تنفيذي رقم 306/06، مؤرّخ في 10 سبتمبر 2006، يحدّد العناصر الأساسيّة للعقود المبرمة بين الاعوان الإقتصاديين و المستهلكين و البنود التّي تعتبر تعسفيّة، معدّل و متمّم، ج.ر عدد 56 صادر في 11 سبتمبر 2006.

11) مرسوم تنفيذي رقم 378/13، مؤرّخ في 9 نوفمبر 2013، يحدّد الشروط و الكيفيّات المتعلّقة بإعلام المستهلك، ج.ر عدد 58 صادر في 2013.

ثانيا :باللّغة الفرنسيّة

LES OUVERAGES :

−STARDER BERTRAND, LA PROTECTION DES CONSOMATEURS−

ACHTEURS A DISTANCE, VOLUME 6 BRYLANT BRUXELLE.

DOCUMENTS

1. COFACE, LANCE UNE NOUVELLE NOTE :^ENVIRONEMENT DES . AFFAIRES^ ,WWW.TRADING-SAFELY.COM

2.ENVIROENEMENT DES AFFAIRES L'ALGERIE CLASSE 148 PLACE SUR LES PAYS PARTENAIRES-ALGERIE.OVER-BLOG.COM

الفهرس

مقدّمة.....**2**

الفصل الأوّل: محاولة التوفيق بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك.....**7**

المبحث الأول: التصدي القانوني لمحاولة الموازنة بين النشاط التنافسي الحر و الحقوق المستهلك **8**

المطلب الأول: إلزامية احترام العون الاقتصادي لقانون المنافسة كأصل **9**

الفرع الأول: التقيد بمبدأ حرية الأسعار **10**

الفرع الثاني: التقيد بقواعد التنافس **11**

أولا : الابتعاد عن الهيمنة على الأسواق.....**11**

ثانيا: شفافية عمليات البيع.....**13**

المطلب الثاني:الالتزام بأحكام قانون الاستهلاك و قانون الممارسات التجارية كتكملة **14**

الفرع الأول:احترام أحكام قانون الاستهلاك **15**

الفرع الثاني:احترام العون الاقتصادي في قانون الممارسات التجارية **16**

أولا : الحد من الشروط التعسفية.....**17**

1_ الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها العون الاقتصادي **17**

2_النص على البيانات و الشروط الإلزامية بالنسبة للمتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك.....**18**

ثانيا: الإعلام بشروط البيع.....**19**

ثالثا: الالتزام بالفاتورة.....**19**

الفهرس

المبحث الثاني: آلية الرقابة و توقيع الجزاءات لتوفيق بين النشاط التنافسي الحر و حقوق المستهلك...**21**

المطلب الأول: آلية الرقابة لتوفيق بين النشاط التنافسي الحر و الحقوق المستهلك **22**

الفرع الأول: تدخل الأجهزة الضابطة و المراقبة للعون الاقتصادي **23**

أولا: تدخل مجلس المنافسة.....**23**

ثانيا: الأجهزة الإدارية و الاستشارية.....**24**

1_ الرقابة على الجودة.....**25**

2_ رقابة الأسعار و الممارسات التجارية.....**26**

3_ الرقابة على بنود تعسفية.....**26**

ثالثا: جمعيات حماية المستهلك.....**27**

الفرع الثاني: الجزاءات التي توقعها الاجهزة الضابطة على العون الاقتصادي **28**

اولا: مجلس المنافسة.....**28**

ثانيا: القضاء.....**29**

1_ الجزاءات المتعلقة بمخالفة الالتزام بالإعلام.....**29**

2_ الجزاء المتعلقة بعدم المطابقة.....**30**

3_ جزاء مخالفة بنود العقد.....**30**

المطلب الثاني :الجزاء كآلية لتحقيق التوازن بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك **31**

الفرع الأول: سلطة القاضي في متابعة العون الاقتصادي **31**

أولا: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.....**31**

ثانيا: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك.....32

الفرع الثاني :حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء 33

أولا: ثبوت حق المستهلك في رفع الدعوى القضائية 33

ثانيا: حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.....34

1_ الخطأ.....34

2_ الضّرر.....35

3_ العلاقة السببية.....35

الفرع الثالث: المسؤولية المقررة على المحترف.....35

أولا: المسؤولية المدنية; 36

ثانيا: المسؤولية الجنائية.....36

الفصل الثاني: نسبة التوفيق بين النشاط التنافسي الحرّ وحقوق المستهلك 38

المبحث الأول: مدى نجاعة أحكام وقوانين حماية المستهلك في ظل القانون الجزائري 39

المطلب الأول: الالتزامات المفروضة على المحترف 39

الفرع الأول: التزام المحترف بالإعلام 40

أولا: مضمون الالتزام بالإعلام.....41

ثانيا: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام.....43

1_طبيعة الالتزام بالإعلام.....43

2_نطاق الالتزام بالإعلام.....43

ثالثا: الإعلام عن طريق الوسم.....**44**

رابعا: الإعلام بالأسعار.....**45**

الفرع الثاني: إلتزام الضمان **45**

أولا: مفهوم الضمان.....**46**

ثانيا: الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع.....**47**

المطلب الثاني: إلزام المحترف باحترام إجراءات وضع المنتوج للاستهلاك **48**

الفرع الأول:الالتزام بالمطابقة **48**

أولا: احترام المواصفات القانونية والقياسية المطابقة.....**48**

1_احترام المواصفات القانونية **48**

2_المواصفات القياسية.....**49**

ثانيا: أنواع المواصفات.....**50**

1_ المواصفات الجزائرية.....**50**

2_مواصفات المسجّلة.....**50**

3_ مواصفات المؤسسة.....**50**

ثالثا: الإشهاد بالمطابقة.....**51**

1_ تعريف الإشهاد بالمطابقة.....**51**

2_ شروط إجراء المطابقة.....**52**

الفرع الثاني:الالتزام بالتحذير واتخاذ الاحتياطات اللازمة **52**

أولا: الالتزام بالتحذير **53**

1_ أن يكون التحذير كاملا.....**53**

2_ أن يكون التحذير ظاهرا.....**53**

3_ أن يكون التحذير واضحا.....**53**

4_ أن يكون التحذير لصيقا بالمنتوج.....**54**

ثانيا: الالتزام باتخاذ الاحتياطات اللازمة.....**54**

1_اتخاذ احتياطات في تصميم السلعة وتصنيعها.....**54**

2_ اتخاذ احتياطات لدى تعبئة السلعة.....**55**

3_اتخاذ احتياطات لدى تغليف السلعة.....**55**

4_اتخاذ احتياطات لدى تسليم السلعة.....**56**

المبحث الثاني :فعلية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك ودور هيئات الرقابة في حماية المستهلك.....**57**

المطلب الأول:فعلية التوفيق بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك **57**

الفرع الأول: عدم تطابق وتجانس وتفاعل النصوص الصادرة مع الواقع **58**

أولا: عدم توافر سوق واحد عرض السلع والخدمات.....**58**

ثانيا: عدم تأسيس بعض الأجهزة في التدخل.....**59**

الفرع الثاني :انعدام المناخ والوسائل لتحقيق التنافس الحر وحماية المستهلك **60**

أولا: رداءة محيط الأعمال في الجزائر.....**60**

ثانيا: عدم تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من أداء مهامها.....61

ثالثا: جعل المستهلك الجزائري لحقوقه.....62

المطلب الثاني:دور الهيئات الرقابة في حماية المستهلك 62

الفرع الأول: أنواع الرقابة 63

أولا: الرقابة الإجبارية.....63

ثانيا: الرقابة الاختيارية.....63

الفرع الثاني:دور رقابة الأجهزة المتخصصة في توفير حماية المستهلك 64

أولا: رقابة أعوان قمع الغش.....65

ثانيا: رقابة الأسعار من قبل جمعية حماية المستهلك.....66

الفرع الثالث:دور الرقابة القضائية 67

أولا: نطاق تدخل القاضي في تغيير العقود وتعديلها.....67

ثانيا: وجوب تفعيل دور المحاكم.....68

خاتمة 70

قائمة المراجع.....73

الفهرس.....83

ملخّص المذكّرة باللّغة العربيّة

إنّ التحوّل الإقتصادي الذّي تبّنته الجزائر منذ أكثر من عشرية من الزمن أدى بها إلى الانسحاب التدريجي من القطاع الاقتصادي، هذا التحوّل ادّى الى التفكير في العلاقة العقديّة بين المحترف الذّي يعتبر الطرف القويّ و المستهلك الذّي يعتبر الطرف الضعيف، والعمل من أجل إيجاد موازنة في هذه المعادلة، كما فرض هذا التحوّل على الدولة ضرورة وضع وسائل فعالة لضمان منافسة نزيهة من شأنها حماية القدرة الشرائية للمستهلك.

و عليه فوضع حماية شاملة للمستهلك يتوقف أساسا على الوسائل و الآليات التي من شأنها حماية مصالح المستهلك و ضمان علاقة تجارية متوازنة أمام المحترفين.

La mutation de l'économie algérienne depuis plus d'une decennie ne s'est pas encore terminé à ce jour.

Or celle-ci exige une reflexion sur la relation contractuelle entre la partie forte que represnte le professionel et la parte faible representant le consomateur afin de trouver une solution à cette équation.

En outre cette mutation nécessite la mise en place d'instruments pour garantir une concurrence saine qui n'étouffe pas le pouvoir d'achat des consommateurs.

Une protection particulière des consommateurs parait nécessaire, qui renvoie aux principes, et aux modalités d'application qui permettent de préserver les intérêts des consommateurs de produits ou services, et de garantir une relation commerciale équilibrée face aux professionnels.