وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة يحي فارس بالمدية

كلـــية الحقـوق

مذكرة بعنوان :

حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية
تخصص: قانون أعمال

من تقديم الطالبين :

- رملي مروان
- خليفي أحمد

تحت إشراف الدكتور:

سبتي عبد القادر

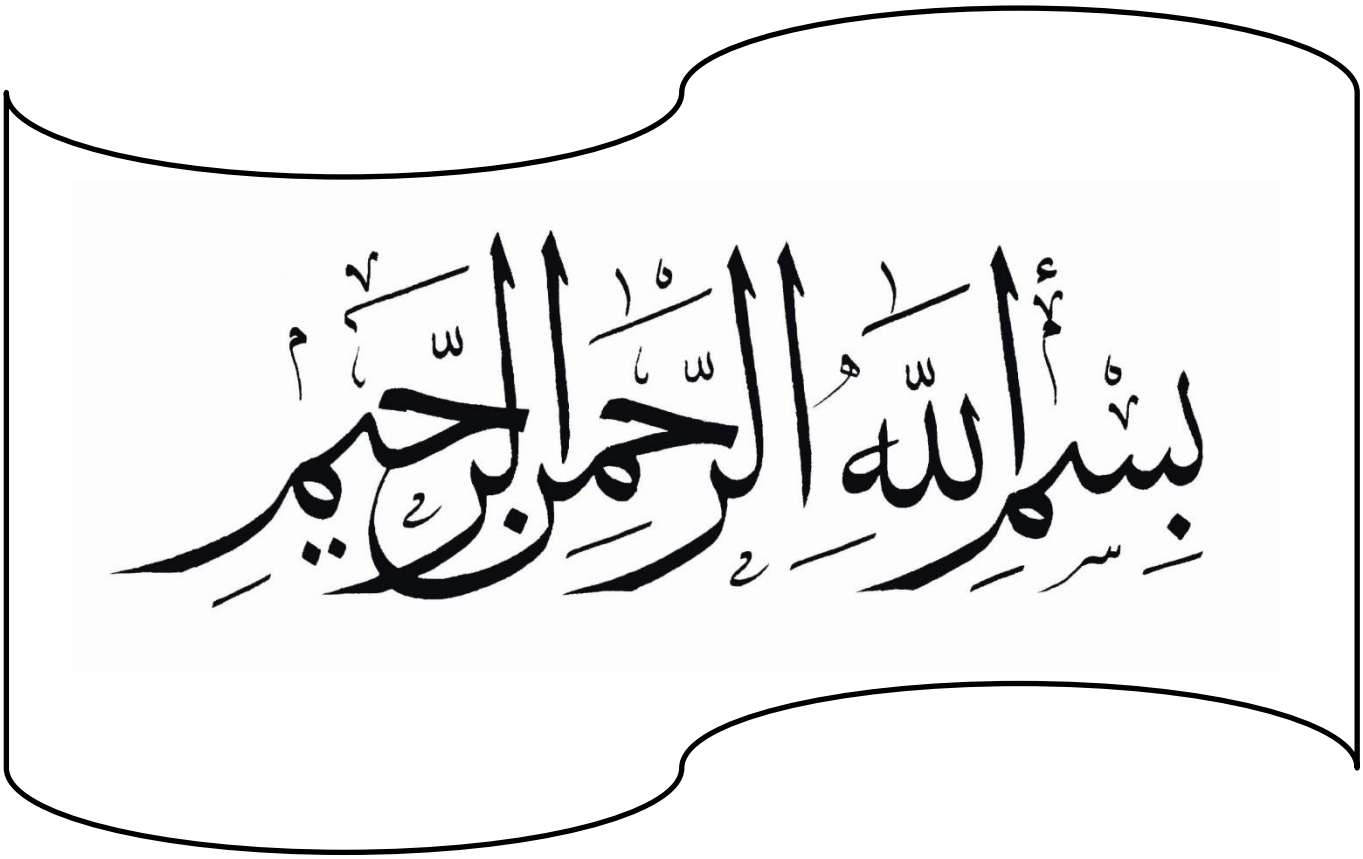
أعضاء لجنة المناقشة

الأستاذ الطاهر غياطو..... رئيسا

الأستاذ سبتي عبد القادر..... مشرفا ومقررا

الأستاذ مهري محمد أمين..... عضوا مناقشا

السنة الدراسية : 2017/2016


بسم الله الرحمن الرحيم

دعـــاء

يارب..... لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت و لا أصاب باليأس إذا فشلت، بل ذكرني دائما بأن الفشل هو التجارب التي تسبق النجاح.

يا رب .....علمني أن التسامح هو أكبر مراتب القوة

وأن حب للانتقام هو أول مظاهر الضعف.

يا رب .....إذا جردتني من المال أترك لي نعمة الأمل

و إذا جردتني من الأمل أترك لي قوة الصبر كي أتغلب على الفشل

و إذا جردتني من نعمة الصحة أترك لي نعمة الإيمان.

يا رب .....إذا أسأت إلى الناس أعطني شجاعة الاعتذار

و إذا أساء الناس لي أعطيني شجاعة العفو و إذا نسيتك فلا تنساني.

شكر وعرفان

الشكر لله عز وجل الذي وفقني في انجاز هذا العمل ، فالحمد لله رب العالمين

واتوجه بخالص الشكر والتقدير والامتنان للأستاذ المشرف الدكتور سبتي عبد القادر، الذي أشرف على هذا العمل ، فجزاه الله كل خير

كما اتوجه بالشكر الى جميع اساتذتي في كلية الحقوق جامعة المدية وعلى رأسهم الدكتور الطاهر غياطو

وإلى كافة من ساعدني من قريب او بعيد لإنجاز هذا العمل المتواضع .

فشكرا للجميع

إهـداء

إلى نور الهداية ومعلم البشرية، المبعوث رحمة للعالمين

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى الوالدين الكريمين اللذين قال الله سبحانه وتعالى فيهما

بعد بسم الله الرحمن الرحيم

" واخفض لهما جناح الذل من الرحمة و قل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا "

سورة الإسراء الآية 24

وأسأل الله العلي القدير أن يمنحهما الصحة و العافية ويمد أعمارهما و يرزقهما

جنة الخلد، إنه السميع العليم

إلى كل الأهل و الأقارب و الزملاء والأصدقاء

أحمد، هاجر، فايزة، خليل، نذير

' إليكم أحبتي جميعا أهدي هذا العمل المتواضع

مروان

إهداء

قال تعالى " قل اعملوا فسيرى الله عملكم و رسوله والمؤمنون "

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية من وقفة اعود فيها

لأستحضر كل من دعمني لتحقيق طموحي

أهدي هذا العمل إلى أغلى ما في حياتي إلى شموع تنير دربي إلى أمي الغالية

الى أبي الغالي

إلى ابنت أختي مليسا ومحمد الياس شفاه الله

إلى اصدقائي الذين منحتني إياهم الحياة« مروان، هاجر، نصر الدين، رضوان،.....» الذين حفزوني وساعدوني

لإتمام هذا العمل حفظهم الله و وفقهم

" إلـيكم جـميعا أهـديكم ثمـرة جـهدي هذا... "

أحمد

مقدمة

مقدمة:

إن تطور الظروف الإقتصادية و الإجتماعية التي شهدتها الجزائر غداة الإستقلال أدت إلي زيادة الإهتمام بالمستهلك، خاصة بعد الإنفتاح الإقتصادي و الإتجاه نحو الأخذ بنظام الإقتصاد السوق و تحرير التجارة و التخلي عن النظام الإشتراكي، و إستتبع ذلك مجموعة من القيم الخاصة و التي إنعكست على السلوك الإجتماعي و على الممارسات الإقتصادية، هذا ما ألزمه بإحداث تغييرات و مكانزمات جديدة على مختلف القطاعات الإقتصادية الوطنية و كافة هياكلها بالإضافة إلى المؤسسات الإدارية و الاقتصادية الفاعلة.

إن الانفتاح الإقتصادي و ما صاحبه من تحرير السوق أدى إلى ظهور فئة من المنتجين و المستوردين تسعي إلى الثراء الفاحش و السريع ، مستثمرة في سبيل تحقيق ذلك الثراء كافة التسهيلات التي تقدمها الدولة لتشجيع الاستثمار والمستثمرين ظنا منه بان تحرير التجارة ومبدأ الحرية الاقتصادية يعني الفوضى وحرية إغراق الأسواق بالعديد من السلع المغشوشة أو الغير مطابقة للمواصفات القياسية وقد استغلت هده الفئة أيضا ثغرات القوانين والنظم المعمول بها حاليا ودخلت في مجالات استثمارية صناعية وتجارية غاية في الخطورة لتعلقها بأمن الصحة والمستهلك والاقتصاد القومي عموما دون أن يتوافر لها الحد الأدنى من المقومات والمؤهلات اللازمة لممارسة تلك الأنشطة ، نتيجة لذلك تدخلت الدولة بتشريعها في كافة مراحل إنتاج وتوزيع وتداول السلع والخدمات من اجل ضمان سلامة المستهلكين ولدرء المخاطر التي تهددهم من إجراء استعمالهم واستهلاكهم لهده السلع وكذلك الخدمات الطبية والصحية بل أدى إلى تدخل الدولة في الحدود الضرورية للحماية والسلامة البدنية والمعنوية للمستهلكين من مخاطر السلع الاستهلاكية حيث فرضت قواعد تشريعية وتنظيمية مختلفة لتوفير أفضل الشروط التي تكفل للمستهلك سلامة رضاه وحرية إرادته واختياره بمنأى عم تلاعب بعض المنتجين والموزعين بالسلع بأسعارها للحيلولة دون وقوع المستهلك ضحية للتضليل أو الغش أو الاستغلال.

إستجابة لتفادي الإضرار بالمستهلك وحماية له عملت الجزائر على وضع ترسانة هائلة من النصوص القانونية والتنظيمية قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهه، فعمد المشرع الجزائري إلى الاهتمام أكثر فأكثر بالاستهلاك والسعي لتوفير حماية

فعالة للمستهلك، فصدر أول نص قانوني متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ، وذلك بموجب القانون رقم: 89\02 الصادر في07 فبراير 1989م، والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي حدد الخطوط العريضة وأطر حقوق المستهلك في قانون مستقل، تبعته مجموعة من المراسيم التنفيذية والقرارات تنظم كل مجال له صلة بحماية المستهلك ورعاية حقوقه وساير المشرع الجزائري التغير الكبير والسريع الذي تشهده الساحة الاقتصادية خاصة في مجال التجارة وما يصاحبه من ظهور مخاطر جديدة لم تكن من قبل تهدد فئة المستهلكين، فكان تفطن المشرع في محله حيث جاء القانون رقم 09/ 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009م، والذي بموجبه ألغى أحكام القانون السابق و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

و في سنة 1995 صدر الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، هو أول قانون يتعلق بالمنافسة، الذي نص على حماية المنافسة و تحريرها من القيود التي كانت تعيقها أهمها تدخل الدولة في التجارة الخارجية و تنظيمها للأسواق بالشكل الذي يناسبها ، كما أبرز جملة من القواعد لقمع الممارسات المحظورة، و بذلك اعتبر الأمر 95-06 من النصوص السباقة التي اعترفت ضمنيا بمبدأ حرية التجارة و الصناعة، و التي كرسها صراحة دستور 1996، إلا أن دور الدولة لا يزال قائم و ذلك من خلال تنظيم الاقتصاد الوطني وبما يتناسب و السياسة الإقتصادية للبلاد لكن الفرق يكمن فقط في كيفية التنظيم حيث إنتقل دورها من الدولة الحارسة إلى الدولة الضابطة هذا ما يتناسب مع الفكر اللبرالي المبني على المنافسة الحرة.

إن المنافسة كانت و لا تزال ظاهرة اقتصادية قبل أن تصبح قاعدة قانونية و أنه ترتبط ارتباطا وثيقا بالتجارة و الصناعة و أن الغرض النهائي هو تقديم سلع أو خدمات للمستهلك و توفير العرض الوفير لما يطلبه هذا الأخير ، من هذا المنطلق والذي نريد منه التطرق لقضية حماية المستهلك في ظل هذا النظام الذي تتباين فيه خيوطه يوما بعد يوم وأصبحت سلبياته تثير وتدق ناقوس الخطر نظرا لمساسه بالتركيبة البشرية للمجتمع ليتعداها إلى الساحة الإقتصادية للبلاد من خلال التغيرات السريعة التي يعرفها من خلال قاعدة العرض والطلب، لذلك وجب البحث عن آليات للتصدي للأفعال التي تصيبه و ذلك بوضع قواعد قانونية تجرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة و سلامته و كذا حمايته من الناحية المادية .

يستمد الموضوع أهميته من عدة نواحي ، منها الكشف عن الإختلالات الموجودة في عملية حماية المستهلك بالنظر إلى ما يوفره قانون المنافسة و الهيئات المكلفة بتنظيم المنافسة و الحامية للمستهلك، وأيضا إبراز انعكاسات المنافسة على حماية المستهلك و حقوقه ذلك أن موضوع حماية المستهلك يعد ترجمة فعلية لحقوق الإنسان ، حيث أن الحرية لم تعد مجموعة نصوص و لا إعلانات بل غدت مطلبا لكل إنسان و التزاما عاما لكل الدول، و لم تعد تنحصر في مجرد حريات سياسية وفكرية فقط بل امتدت لتشمل الحقوق الاقتصادية أيضا.

ونحاول من خلال دراسة هذا الموضوع تحقيق جملة من الأهداف أهمها، التوصل إلى معرفة مدى الحماية التي يوفرها المشرع للمستهلك في ضوء قانون المنافسة و كذا معرفة مختلف الممارسات المنافية للمنافسة في ظل قانون المنافسة بالإظافة إلى إكتشاف العلاقة بين المستهلك و المنافسة الحرة.

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يأتي صدفة بل دفعتنا إليه أسباب موضوعية و أخرى ذاتية منها محاولة إعطاء صورة أوضح و اشمل لموضوع حماية المستهلك و تبيان مدى اهتمام المشرع الجزائري بتنظيم المنافسة الحرة نظرا لتأثيرها المباشر على المستهلك و إضافة إلى إثراء المكتبة الجامعية عموما و مكتبة الحقوق خصوصا لموضوع جد مهم خاصة من الناحية القانونية كون موضوعنا يعالج حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة من الناحية القانونية .

إلا انه اعترضتنا عدة صعوبات اثناء بحثنا و على رأسها ضيق الوقت لإعداد المذكرة بالإضافة أيضا إلى قلة المراجع الحديثة وخاصة التعديلات القانونية.

وبناءا لما سبق ذكره من خطوط عريضة نقترح الإشكالية التالية:

هل وفق المشرع الجزائري في الحماية التي أولاها للمستهلك في ظل المنافسة الحرة ؟

وتنبثق من هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

-ماهي الأوجه التي تمثل إخلالا بحماية المستهلك؟

-ماهي الأليات التي يمكن إعتمادها لتأمين حماية المستهلك؟

-ما مدى فاعلية الأجهزة الإدارية و غيرها في الرقابة الهادفة لحماية المستهلك؟

و قد انتهجنا في دراستنا هذه كل من المنهج الوصفي والتحليلي من خلال تطرقنا لمختلف جوانب موضوع حماية المستهلك في إطار المنافسة الحرة لأنه يتماشى مع طبيعة الدراسة.

و حتى يمكن لنا الإلمام بجوانب هذا البحث، ارتأينا تقسيم بحثنا إلى فصلين اثنين تسبقهم مقدمة و تليهم خاتمة تتضمن أهم النتائج المتوصل إليها مدعومة بجملة من التوصيات و الإقتراحات ، فالفصل الأول سنتناول فيه القواعد العامة لحماية المستهلك الذي بدوره قسمناه إلى مبحثين، الأول حول التطور التشريعي لقانون حماية المستهلك في الجزائر، أما الثاني فكان حول نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك، أما الفصل الثاني سنعالج من خلاله تأثير المنافسة الحرة على المستهلك و المقسم هو الآخر لمبحثين ، الأول خصصناه إلى علاقة المنافسة الحرة بالمستهلك أما الثاني فكان حول آليات حماية المستهلك من الممارسات التجارية .

الفصل الأول:

القواعد العامة لحماية المستهلك

الفصل الأول: القواعد العامة لحماية المستهلك.

تتوقف حماية المستهلك على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق، و لن يتحقق ذلك إلاّ باحترام المبادئ و النصوص القانونية الموضوعة من قبل المشرع و كذا تكاثف كل فئات المجتمع بما فيهم الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين لأن ذلك يؤدي إلى بعث الثقة في كل طرف يريد حماية مصالحه الاقتصادية و الاجتماعية معا.

ويعتبر الخوض في موضوع حماية المستهلك في حد ذاته موضوعا حديثا نسبيا، حيث ظهر هذا المصطلح لأول مرة من خلال القانون رقم 89-02 الصادر في 7فبراير 1989 و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و كان أساس إرادة المشرع من خلال هذا القانون حماية المستهلك ومن ورائه حماية الاقتصاد الوطني، والذي حدد الخطوط العريضة وأطر حقوق المستهلك في قانون مستقل، وساير المشرع الجزائري التغير الكبير والسريع الذي تشهده الساحة الاقتصادية خاصة في مجال التجارة وما يصاحبه من ظهور مخاطر جديدة لم تكن من قبل تهدد فئة المستهلكين، فكان تفطن المشرع في محله حيث جاء القانون رقم:09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري 2009م، والذي بموجبه ألغي أحكام القانون السابق و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الذي من شأنه أن يضع قواعد لاحترام المستهلك من جهة والحفاظ على سلامته ومن جهة أخرى من شأن هذه القواعد والنصوص أن تحمي الاقتصاد الوطني خاصة مراقبة الأسعار و مختلف المؤشرات الاقتصادية المنجرة عنها.

ومن هذا المنطلق قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم حماية المستهلك

المبحث الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03

المبحث الأول: مفهوم حماية المستهلك

إن حماية المستهلك ورعايته أصبحت تأتي في مقدمة الواجبات الأساسية للدولة المعاصرة بمختلف أجهزتها المعنية، فضلا عن ذلك فإن حماية المستهلك كان موضع اهتمام الباحثين في كثير من فروع القانون، بل كانت موضع اهتمام المشرع الفرنسي، و مازالت في كثير من التشريعات.

إن أول ظهور لمصطلح المستهلك كان من خلال القانون رقم 89-02 الصادر في 7 فبراير 1989 و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و هذا بعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني و الذي يطلق عليه بالمشتري.

فالمستهلك هو ذلك الشخص الذي يحصل على سلع أو خدمات بهدف غير مهني، و هذه المنتوجات تقدم لهم من طرف شخص آخر غالبا ما يكون متدخلا، و العقد المبرم بين المستهلك و المتدخل يسمى عقد الإستهلاك وتكون هذه المعاملة بين المستهلك والمتدخل محددة في شكل قانوني، كما أن دراسة موضوع حماية المستهلك تقتضي الإلمام بالقواعد العامة المنظمة له، و من خلال هذا قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين، تناولنا في المطلب الأول دراسة التطور التشريعي لقانون حماية المستهلك في الجزائر، أما المطلب الثاني فتطرقنا فيه إلى أطراف العلاقة الإستهلاكية .

المطلب الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر

إن الدارس لتطور تشريعات حماية المستهلك في الجزائر ، يمكنه أن يميز بين مرحلتين : مرحلة سابقة لصدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و مرحلة ثانية كانت ما بعد صدور قانون 02/89 و من هذا المنطلق نتناول دراسة هذه المرحلتين فيما يلي.

الفرع الأول: المرحلة السابقة عن صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

بدأت هذه الفترة بصدور قانون 31-12-1962 الذي أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها مع السيادة الوطنية ، وحتى صدور القانون السابق فإن حركة حماية المستهلك لم تكن قد تبلورت بعد في فرنسا ذاتها ، الأمر الذي لم يسمح بالإقتباس عن قوانينها في هذا المجال.[1]

1 - محمد بودالي ، حماية المستهلك في قانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث ، الجزائر، 2006 م ،ص47.

فهذه الفترة لم تسمح للمشرع الجزائري بالإقتباس من القوانين الفرنسية في مجال حماية المستهلك نظرا لعدم تبلور حركة حماية المستهلك في فرنسا نفسها، كما أدى التعارض في النهج الليبرالي الذي انتهجته فرنسا مع النهج الاشتراكي الذي تبنته الجزائر هذا التعارض أدى وامتد الى القوانين الاقتصادية، الأمر الذي لم يسمح بالاقتباس منها.

فكان المشرع الجزائري يخص المستهلك طبقا للقواعد العامة في القانون المدني وفقا لنظريات عيوب الإرادة والعيوب الخفية فكان يوقع التزام المتدخل طبقا للمسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام التعاقدي، إضافة الى إمكانية تحميله المسؤولية التقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسؤول علاقة تعاقدية حسب ما تشترطه المادة 124 من الأمر 75-58 المؤرخ في 26-09-1975م المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.[1]

الفرع الثاني: المرحلة التالية لصدور قانون 02/89

تميزت هذه المرحلة بإصدار القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.[2]

وكما تدل عليه تسميته فقد تضمنت مواده الثلاثون المبادئ الأساسية المتضمنة لحقوق المستهلك "طوال عملية عرض المنتوج أو الخدمة للإستهلاك بالنظر إلى نوعيتها ، و مهما كان النظام القانوني للمتدخل "، وتشمل هذه العملية جميع المراحل إبتداء من الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي للاستهلاك قبل الاقتناء من قبل المستهلك .

وأهم الحقوق التي تضمنها هذا القانون هي :

1- حق المستهلك في سلامته من المخاطر التي تمس صحته أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية.

1- شعباني حنين، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 08

2- أنظر القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 6 المؤرخة في 1989/02/08، الأمانة العامة للحكومة المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989.

2- حق المستهلك في توفر المنتوج أو الخدمة على المقاييس و المواصفات القانونية و التنظيمية و إلزام المطابقة و لرغبته المشروعة في الإستهلاك.

3- الإعتراف بحق المستهلك في الضمان القانوني للمنتوج أو الخدمة و بحقه في تجربة المنتوج .

4- الإعتراف بحق المستهلك في التمثيل وحق التقاضي في إطار جمعيات المستهلكين .

5- إقرار واجب تدخل الأجهزة المختصة، عن طريق اتخاذ الإجراءات اللازمة بوقاية المستهلك، ووضع نظام لرقابة جودة المنتجات و الخدمات .[1]

فحماية صحة المستهلك من حماية سلامته وجودة السلع والمنتجات وكذا الخدمات من أساليب الغش والخداع عن طريق من جملة من النصوص التشريعية والتنظيمية التي حددت القواعد العامة لحماية المستهلك.

حيث شملت هذه النصوص شقين أساسيين، الشق الأول تضمن الأحكام المتعلقة بالمقاييس والشروط والمعايير الواجب مراعاتها واحترامها في عملية الإنتاج وعرض السلع والخدمات، والشق الثاني تناول النظام القانوني للمؤسسات والمرافق التي تسهر على تأطير ومراقبة مدى إحترام هذه المقاييس والمعايير والشروط من طرف المتعاملين في السوق سواء كانوا مستخدمين أو صناعيين أو رؤساء أو تجار.[2]

يمكن القول أن قانون 02/89 لعب دورا هاما وحاسما في إيجاد حماية خاصة المستهلك في الجزائر لسبب رئيسي وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه وتبنى نظام اقتصاد السوق الذي يكون فيه المستهلك في خطر محدق تجاه المخاطر التي تلحقه من تزايد حجم المنتوجات والخدمات وتنوعها، فكان تفطن المشرع في محله إذ يكتسي أهمية بالغة من خلال من قوانين خاصة، والعمل على دعم إنشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني

1 - محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، مرجع سابق ،ص 49،50.
2- سليم سعداوي، حماية المستهلك (الجزائر نموذجا)، دار الخلدونية للنشر، 2009م ، ص 16-17.

للوقاية الصحية والأمن، وطب العمل وكذا شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية، ومديريات المنافسة والأسعار بالولاية، ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش.[1]

وجاء بعده القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/90 والمؤرخ في 2009/02/25، ليزيد حماية أكثر للمستهلك وذلك قصد مواكبة ومسايرة مختلف التغيرات ويساير الحركية التشريعية الدولية التي بدورها تشهد حركية حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك نظرا لتزايد المخاطر التي تهدد مصالحه المادية والمعنوية.

المطلب الثاني: أطراف العلاقة الإستهلاكية

إن أطراف العلاقة الإستهلاكية غير متساوية من حيث الإلتزامات والإمكانيات وتكون خاضعة للإرادة الحرة للطرفين، فأصبح المطلوب الآن تحديد الشخص المقصود بالحماية (المستهلك) و الشخص الذي نحميه منهم و هو الذي أصطلح على تعريفه بالمتدخل ، فالقوة الإقتصادية التي يتمتع بها المتدخل تمكنه من التأثير والسيطرة على المستهلك، مما يستوجب تدخل السلطات العامة بقواعد آمرة.

وعليه سنحاول التطرق من خلال هذا المطلب إلى تبيان أطراف العلاقة الإستهلاكية حيث قسمنا هذا المطلب إلى فرعين يتمثل الفرع الأول في المستهلك ومجموعة من التعاريف التي جاءت بها مختلف التشريعات وكذا النظريات، أما الفرع الثاني تناولنا فيه تعريف المتدخل من خلال بعض المفاهيم والنظريات.

الفرع الأول: المستهلك

من الموضوعات التي كثرت الخلافات حولها موضوع تعريف المستهلك، فقد توالت عدة تعريفات حول المستهلك وهذا باختلاف المجال الذي يراد له شغله هذا الأخير بما يترتب عليه من آثار فنجد تعريفه عند الإقتصاديين والقانونيين ورجال الفقه والقضاء.[2]

1- علي بولحية بن خميس القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، عين مليلة، 2000م، ص 14.

2- محمد بودالي، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة سيدي بلعباس، السنة الدراسية 2002، 2003، ص 09.

أولا: تعريف المستهلك في اللغة والإصطلاح

1-التعريف اللغوي:

المستهلك هو "من لاهم له إلا أن يضيفه الناس".

فالمستهلك اسم فاعل من استهلك بضم الميم وكسر اللام وتعني بالفرنسية "consommateur".[1]

والمستهلك في اللغة مأخوذة من مادة هلك، الهلك، هلك، يهلك "واستهلك المال" أنفقه و أنقذه.

2- التعريف الإصطلاحي:

المستهلك اصطلاحا هو: من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجاته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني.[2]

ثانيا: تعريف المستهلك عند الإقتصاديين

يرى علماء الاقتصاد أن كل إنسان مستهلك، و أن الاستهلاك يمثل المرحلة الأخيرة من العملية الاقتصادية والتي تختلف عن عمليتين سابقتين هما: الإنتاج والتوزيع اللتين تهدفان إلى تجميع وتحويل الثروات.

ولا نجد لدى علماء الاقتصاد ذلك الخلاف الشديد في تحديد مفهوم المستهلك عند رجال القانون، فالمستهلك عندهم هو الذي يستعمل السلع والخدمات ليفي بحاجاته ورغباته، وليس بهدف تصنيع السلع الأخرى التي اشتراها، وهو الفرد الذي يمارس حق التملك والاستخدام للسلع والخدمات المعروضة للبيع في المؤسسات التسويقية.

1- موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الاسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الاسلامية ، الجزء 8، ص 14.
2- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الاسكندرية، دار الفكر الجامعي، دون طبعة، الجزء الأول، 2002، ص138

و إذا كان مفهوم المستهلك يحظى بهذا الإجماع لدى الاقتصاديين، فإنه يمثل موضوع خلاف في الفقه والقضاء والتشريع، وذلك بسبب أن صفة المستهلك قد تطلق على كل من يقتني مالا أو خدمة لسد حاجاته الشخصية أو العائلية، كما تطلق على من يفعل ذلك لأغراض حرفته أو صناعته، و لأن المستهلكين لا يشكلون فئة ثابتة، وتبدو أهمية تحديد مفهوم المستهلك ليس فقط كمعيار لتحديد تطبيق النصوص الخاصة بحماية المستهلك من حيث الأشخاص ومن حيث الموضوع، ولكن تبدو أهمية ذلك من أجل فهم قانون حماية المستهلك ذاته.[1]

ثالثا: تعريف المستهلك في الفقه

1-الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك

وفقا لهذا الاتجاه، فإن المستهلك هو الزبون غير المحترف للمؤسسة أو المشروع و أن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو الاعتباري للقانون الخاص، الذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني، أي لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية.[2]

وهناك من يفضل النظر إلى المستهلك من خلال ما يحصل عليه، فإن كنا في نطاق المنتجات يعتبر مستهلك من يحصل عليها أو يستخدمها بقصد إشباع حاجاته الخاصة وحاجة من يعولهم من الأشخاص، فلا يعد كذلك أن هو أعاد بيعها أو حولها أو استخدامها لأغراض مهنته أو حرفته و إن كنا في نطاق الخدمات عد مستهلكا من يستفيد من تلك الخدمات في صورة أعمال تمارس على أموال مملوكة له، كأعمال إصلاح لسيارته أو طلاء لمنزله أو صيانة لمزرعته أو في صورة خدمة يستفيد منها هو شخصيا ومباشرة كعقد نقل.

ويأخذ على هذه التعريفات جميعا أنها حصرت مفهوم المستهلك في الشخص الطبيعي، ومن ثم أخرجت الأشخاص المعنوية من يستحق الحماية الخاصة التي تنشدها المستهلك وعلى رأسها الأشخاص المعنوية التي لا تبغي الحصول على ربح من وراء نشاطها ، لهذا كله جاء تعريف c.Auby أفضل تعريفات الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك، إذ تبنت تعريفه لجنة تنقيح قانون

1- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 21.
2- محمد بودالي، نفس المرجع، ص 23.

الاستهلاك الفرنسي حيث عرف المستهلكين "بأنهم الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون السلع أو الخدمات أو الأموال بغرض غير مهني".[1]

والمستهلك طبقا لهذا التعريف هو من يستجمع ثلاث خصائص:

أ-هو شخص يحصل على سلعة أو خدمة بتصرف قانوني هو طرف فيه، وهو أيضا شخص يستهل أو يستعمل سلعة أو خدمة لغرض غير مهني.

ب- أن يكون محل عقد الاستهلاك مال أو سلعة أو خدمة.

ج-أما الخاصية الثالثة التي تميز المستهلك فهي الغرض غير المهني فهو يحصل على السلعة أو الخدمة أو يستعملها لأغراض غير مهنية، أيا كانت السلعة أو الخدمة، ويتفق الفقه على أن الطابع غير المهني لنشاط المستهلك هو فيصل التفرقة بينه وبين المهني.[2]

ويبدو هذا الاتجاه المقيد لفكرة المستهلك هو الأقرب في رأي معظم الفقهاء إلى بيان ذاتية المستهلك، فضلا عن تميزه بالبساطة والدقة القانونية وعدم إثارته للشكوك مما ييسر مسألة تطبيقه بما يوفره من أمان لدى المستهلك.[3]

2- الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك

وقد ساد هذا الاتجاه مع بداية ظهور الدعوى إلى حماية المستهلك، وتجسد في نداء الرئيس الأمريكي الأسبق kennedy من: أن المستهلكين هم نحن جميعا،[4] من الواضح أن هذا الاتجاه يسعى بتوسيعه فكرة المستهلك إلى بسط نطاق الحماية التي يتمتع بها الأخير لتشمل أكبر عدد ممكن، ومن ثم يعتبر أصحاب هذا الاتجاه أن المستهلك هو المهني الذي يتعاقد خارج نطاق مهنته أو حرفته بالمعنى الدقيق حتى لو تم التعاقد لمصلحة الخدمة أو المهنة[5].

1- محمود عبد الرحيم الديب ،الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدةللنشر،2011،ص12
2- نفس المرجع، ص 12، 13، 14.
3- عباس العبودي، تاريخ القانون، مديرية دار الكتاب للطباعة والنشر، 1988، ص 175.
4 - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 22.
5- محمود عبد الرحيم الديب، المرجع السابق، ص 15.

وذلك على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر كذلك في الواقع ضعيفا مثله مثل المستهلك العادي، كالتاجر الذي يقيم نظاما للإنذار في محله، والمحامي الذي يشتري أجهزة إعلامية لمكتبه، فهم إذن مشترون عاديون des profanes، وقد يجدون أنفسهم في مواجهة متعاقد محترف، ويكونوا بالتالي في وضعية ضعف تشبه وضعية المستهلك العادي،[1]و يدخل في طائفة المستهلكين الشخص الذي يستهلك في إطار مهنته، فهو يستعمل سلعة أو خدمة، ولا يغير في رأيهم من طبيعة التصرف من الناحية الاقتصادية أن يكون الاستعمال مهنيا، طالما أن الشيء يزول أو يفنى أن عاجلا أو آجلا.[2]

رابعا: موقف القضاء الفرنسي من مفهوم المستهلك

لقد إنتقل الخلاف الفقهي حول مفهوم المستهلك بسبب عدم وجود تعريف محدد له في القانون الفرنسي إلى ردهات المحاكم ، والتي وجدت بين أيديها نص المادة :35من قانون 10جانفي1978المتعلق بالشروط التعسفية، والتي جاء فيها: أن نصوص هذا القانون تتعلق فقط " بالعقود المبرمة بين المحترفين وعبر المحترفين أو المستهلكين"، فنشأ جدل فقهي وقضائي حول مفهوم غير المحترف (أو غير المهني)، ومدى علاقته و تأثيره في مفهوم المستهلك، وهل غير المحترف هو نفسه المستهلك، أم أنه بقصد به مفهوما آخر هو وسط بين المستهلك والمحترف؟.

وقد اتجهت محكمة النقض الفرنسية في البداية إلي تبني المفهوم الضيق على أساس أنه: وحده الذي يبرم عقد استهلاك من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية، يجوز له أن يستفيد من الحماية القانونية التي يبقى نطاقها محدودا.[3]

كذلك نجد أن محكمة النقض الفرنسية، قد ثبتت في بعض الأحكام الاتجاه الموسع لفكرة المستهلك، حيث اتجهت إلى إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي وقد قضت باعتبار أحد الشركات التجارية العاملة في مجال العقارات من قبيل المستهلكين، على أساس أن تعاقدها

1- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 22.
2- محمود عبد الرحيم الديب، المرجع السابق، ص 16.
3 - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص26.25.

كان خارج مجال تخصصها، وذلك بغرض الاستفادة من نصوص قانون حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية الصادرة في : 10 جانفي 1978.

حيث كانت هذه الشركة قد تعاقدت على شراء جهاز إنذار بغرض حماية مواقعها، إلا أنه تبين فيما بعد أن هذا الجهاز به بعض العيوب الفنية، أقامت الشركة دعوى القضائية بطلب إبطال العقد الذي يربطها بالبائع، واعتبرت المحكمة شروط العقد تعسفية و أن الشركة رغم أنها "مهني" تعمل في مجال العقارات، إلا أن هذا التعاقد خارج نطاق تخصصها الفني والتقني الخاص بنظام أجهزة الإنذار، و أن الشركة تعتبر في نفس حالة عدم العلم مثلها مثل أي مستهلك آخر، و أخيرا منذ 1995 فإن محكمة النقض الفرنسية أصبحت تستعمل في قراراتها صيغة جديدة تتمثل: في عدم اعتباره مستهلكا، وبالتالي لا يستفيد من قواعد الحماية كل شخص يبرم عقدا" ذو صلة مباشرة مع نشاطه المهني".[1]

خامسا: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري

لم يعطي المشرع الجزائري تعريفا للمستهلك من خلال إصداره للقانون رقم 89-02 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، بل إكتفى بوضع القواعد والآليات العامة لحمايته[2].

لكن في وقت لاحق تبنى المشرع الجزائري أول تعريف قانوني للمستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، في مادته الثانية في فقرته الأخيرة حيث عرف المستهلك على أنه: " كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".[3]

ومن خلال التعريف الذي أورده المشرع الجزائري يمكن استخلاص بعض الملاحظات:

1- خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، الاسكندرية، دار الجامعية، 2007، ص 23، 24.

2 - على فتاك، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، الإسكندرية ،دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى،2013،ص164.

3- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 1990/02/30، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش جريدة رسمية عدد 05 المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة للحكومة ، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990م.

إن القراءة الأولية للتعريف الذي أورده المشرع الجزائري تبين أن هناك نوعا واحدا من المستهلكين وهو: المقتني فقط لمنتوج أو خدمة، أما (المستعمل) فلا يشمله التعريف، وبالتالي لا تشمله قواعد الحماية الخاصة الواردة في قانون حماية المستهلك، وذلك رغم تسليم جميع القوانين المقارنة بدخول المستعمل في مفهوم المستهلك، بوصفه يمثل الشريحة الكبرى من المستهلكين، اتساع نطاق تطبيق مفهوم المستهلك من حيث الموضوع، فكل الأموال يجوز أن تكون محلا للاستهلاك ما دام انه تم اقتناؤها أو استعمالها لغرض غير مهني، استعمل عبارة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي" وهي عبارة غامضة وردت في غير موضعها، مما جعلها تسيل الكثير من الحبر بحثا عن تفسير مقنع لها.

فكان القصد من المشرع أن يشمل مفهوم المستهلك إلي المستهلك الوسيط وهو المحترف الذي يتصرف لأغراض مهنية تتمثل في حاجاته الاستثمارية، تمييزا له عن المحترف الذي يستعمل منتجات تدخل في تصنيع منتجات أخرى.

إن عبارة "أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به" ينبغي أن تمتد إليهم الحماية لأن الاقتناء تم لفائدتهم فعقد الاستهلاك لا يقتصر على أطرافه فقط المحترف المقتني بل يمتد إلى الأشخاص الذين هم في كفالة المقتني.[1]

بإستقراء هذه المادة يمكننا أن نستنتج أن المشرع الجزائري قد تبنى الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، وذلك لكونه جعل الاستعمال الشخصي أو العائلي أساسا لصفة المستهلك، مما يقيد باستبعاد المهني، ومما يؤكد هذا الرأي ما جاء به المرسوم التنفيذي 254/97 حيث نصت المادة 2 منه على أنه" يقصد بالمنتوج الاستهلاكي في مفهوم هذا المرسوم المنتوج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك، لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتوجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم.[2]

1- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص 28، 29، 30، 31.
2- المرسوم التنفيذي رقم 254/97 المؤرخ في 8 يوليو 19997، المتعلق بالرخص المسبقة للإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص و شرائها.

كما أنه شهد مفهوم المستهلك تطورا من طرف المشرع الجزائري شأنه في ذلك شأن باقي التشريعات في العالم وذلك من خلال النصوص القانونية، حيث جاء في المادة 03 فقرة 2 من القانون 02/04 المعدل والمتمم المتعلق بالممارسات التجارية تعريف المستهلك على أنه:

" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني".[1]

كما عرفت المادة 03 فقرة 01 من القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 على أنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".[2]

الفرع الثاني: المتدخل

جاء قانون 03/09 بمصطلح جديد في نصوص حماية المستهلك يعبر فيه عن المحترف وهو لفظ المتدخل ، و جاء هذا اللفظ شاملا لجميع المدنين بالإلتزام ، لذا ينبغي التطرق إلى تعريفه أولا، والحديث عن توسع المشرع الجزائري في تحديد سلسلة المتدخلين في عملية المنتوج للاستهلاك ثانيا.

أولا: تعريف المتدخل

قبل التطرق للتعريف الذي اتى به المشرع الجزائري لمصطلح المتدخل ينبغي اولا الوقوف عند توجه الفقه الذي اعتمد على مصطلحي المهني والمحترف.

1-تعريف الفقه لمصطلحي المهني والمحترف:

يستعمل الفقه مصطلح مهني والمحترف ويعرفون بأنه:

1-القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41 المؤرخة في 2004/06/27، الأمانة العامة للحكومة المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2004.
2- المادة 03 من القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15 المؤرخة في 8 مارس 2009.

" الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد في مباشرته لنشاط مهني بصفة معتادة، سواء كان هذا النشاط صناعيا أو تجاريا".[1]

من خلال هذا التعريف نستنتج أن الفقه قد اعتمد على معيار الاحتراف الذي يقصد به ممارسة الأعمال التجارية على سبيل التكرار وبصفة منتظمة ومستمرة واتخاذه مهنة. ومعيار الربح الذي يقصد به الهدف إلى تحقيق الربح، وهو المعنى المراد في القانون التجاري.

ويعتبر الاحتراف أو الإمتهان في القانون التجاري شرطا لاكتساب صفة التاجر، لكن في نطاق علاقات الاستهلاك بين المستهلك والمهني، فإن الشخص لا يعتبر تاجرا بالمفهوم التجاري، ولكنه يعتبر مهنيا في مواجهة المستهلك، فالصيدلي الذي يضع الدواء ويبيعه بهدف الربح لا يعتبر تاجرا رغم أنه يقصد الربح، إلا أنه ما دام قد تعامل مع المستهلك في نطاق صرفته المدنية فإنه يعتبر مهنيا و مسؤولا في مواجهة المستهلك.[2]

و تتحكم كل من عناصر القوة من الناحية التقنية و الاقتصادية و المعرفية، في تحديد معنى المهني أو المحترف هو:

ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر من الأفضلية أو التفوق، وهي المقدرة التقنية، بحيث يكون على دراية تامة بما يقدمه من منتجات وخدمات والمقدرة الاقتصادية والقانونية بالتفوق على المستهلك".[3]

إلا أن هذا التعريف ركز على العلاقة بين المهني والمستهلك من الناحية الاقتصادية أكثر من اهتمامه بالناحية القانونية التي تهمنا في تطبيق القانون. و هذا ما يعاب عليه.

و مما يمكن ملاحظته أن أغلب التعريفات الفقهية السابقة لا تأخذ عملية عرض المنتوج للإستهلاك بعين الاعتبار، وبالتالي لا يمكن الجزم بأنها تعريفات دقيقة و تحدد نطاق الصحيح للالتزام من خلال إهمالها للنطاق الزمني بالالتزام المتدخل.

1- الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجيستير، فرع عقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الادارية، جامعة الجزائر، 2001، ص 27.
2- الياقوت جرعود، نفس المرجع، ص 28.
3- ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14، 13 أفريل 2008، ص 31

2- تعريف المشرع الجزائري للمتدخل:

لم يقم المشرع الجزائري بإستعمال لفظ المتدخل صراحة من قبل، وإنما استخدم مصطلح آخر للدلالة على المعنى،[1] وذلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ولكن مجرد قراءة أولية لنص المادة الثانية منه تؤكد أنه قصد المتدخل الذي عبر عنه صراحة في القانون رقم 03/09 الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث عرفت المادة الثانية المحترف بأنه "هو منتج أو صانع، أو وسيط، أو حرفي ، أو تاجر، أو مستورد، أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار معينة في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك".

وقد حدد المتدخل صراحة بموجب المادة 07/03 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، بكونه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتدخل في عملية عرض السلع والخدمات للاستهلاك مهما كانت صفته.

ويقصد بعملية وضع المنتوج للاستهلاك، مجموع مراحل الإنتاج والإستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالعملة وبالتجزئة.[2]

و هنا نستنتج أن المشرع الجزائري اعتمد على معيار الاحتراف في تحديد الملتزم بضمان السلامة، فحتى يعتبر الشخص متدخلا، يجب أن يمارس عملية وضع المنتوج للاستهلاك ضمن إطار مهنته و إلا فلا تعتبره كذلك.

وباستقراء المادتين السابقتين، نلاحظ أنه فيما عدا استبدال مصطلح المحترف بمصطلح المتدخل، فإن تعريف الجديد لم يأتي بجديد سوى أنه أضاف الأشخاص المعنوية ضمن طائفة المستهلكين، وحذف تعداد المتدخلين في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك وهو ما كان على المشرع تبيانه لتوضيح من هم المتدخلين المسؤولين عن ضمان سلامة المستهلك، و بالتالي سهولة مساءلتهم.

1 - محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في القانون الفرنسي والجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2005، ص 52.

2- الفقرة الثامنة من المادة الثالثة من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

ثانيا: التوسع في تحديد المتدخلين في عملية عرض المنتوج للاستهلاك

ليتمكن الضحية فعليا و دائما من الوصول إلى المسؤول واحد و محدد، بسط المشرع الجزائري المزيد من الحماية المستهلك، فعددت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/09 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، بعض المتدخلين في عملية عرض المنتوج للاستهلاك، و هم المتدخلون الذين قصدتهم المادة 73 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، و المتمثلين في: المنتج أو الصانع، الوسيط التاجر، المستورد و الموزع.[1]

1/ المنتج:

أغفل المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك و قمع الغش و القانون المدني تعريف المنتج رغم أهمية ذلك في تحديد نطاق الالتزام بضمان السلامة بل اقتصر على تعريف عملية الإنتاج بأنها:

" العمليات التي تتمثل في تربية المواشي و جمع المحصول و الجني و الصيد البحري و الذبح و المعالجة و التضييع و التحويل و التركيب و توضيب المنتوج، بما فبذالك تخزينه أثناء مرحلة تضييعه و هذا قبل التسويق الأول":

نستنتج من خلال هذه المادة المعنى الواسع للمنتج، إذ يقصد به كل المتدخلين في العملية الإنتاجية، و لكن قبل التسويق الأول، أما المنتج بالمعنى الضيق و هو الشائع فهو أن يكون صانعا أو مركبا.[2]

يقوم الصانع بإنتاج أو بتحويل المادة الأولية بغرض الحصول على منتجات جاهزة أو نصف جاهزة للاستهلاك، فهو الطرف الرئيسي في العملية الإنتاجية و الأقدر على تحصل أضرار المنتجات، و هو المنتج الذي قصده التوجه الأوروبي الصادر في 25 جويلية 1985، و الذي تبناه المشرع الفرنسي في المادة 6/1386 من التيقن المدني.

و يتحدد مفهوم المركب من خلال تعريف التركيب الذي يقصد به:

1- علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، دار الفكر الجامعي الاسكندرية، 2008، ص411.
2- سعيد أوكيل، وظائف و نشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992، ص80.

ضم القطع و المنتجات نصف المصنعة للحصول على منتجات أخرى أكثر منفعة و ذات ربحية تجارية أكثر.

و غالبا ما يكون المركب أو صانع المنتوج النهائي.[1]

2/ الوسيط:

لم يتطرق المشرع الجزائري لتعريف الوسيط في قانون حماية المستهلك، و إذا فرضنا أنه قد قصد به السمسار، فإن المحكمة العليا ذهبت في قرار لها الى تعريف السمسار بأنه:

" كل شخص طبيعي أو اعتباري يحصل أو يحاول الحصول بصورة مباشرة أو غير مباشرة على مكافئة أو ميزة من أي نوع كانت عند تحفيز أو نفاوض أو إبرام صفقة".

3/ الموزع:

يمثل التوزيع وضعية أساسية للتسويق، تهدف إلى إيصال السلع بعد الانتهاء من إنتاجها إلى المستهلك، فقد يمتد نشاط الموزع ليشمل التسويق ذاته، و قد يضيق ليقتصر على عمل مخصوص أو عملية نقل لسلعة من منتجها أو مستوردها الأول إلى البائع بالجملة أو نصف الجملة. [2]

فقد أتى المرسوم التنفيذي رقم 90-30 المتعلق بالرقابة و الجودة و قمع الغش بتعريف للتسويق" مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة و نقلها و حيازتها و عرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا...".

فأي شخص ساهم في تسويق المنتوج في إطار مهني يسأل عن غياب لسلامة في المنتوج، مثله في ذلك مثل المنتج، فطالما أن التوزيع يفترض وجود المنتوج في متناول الموزع، فإن ذلك يجعل الموزع من المتدخلين المسؤولين تجاه المستهلك.[3]

1- سعيد أوكيل، مرجع سابق، ص80.
2- قرار المحكمة العليا المؤرخ في 30-12-1990، نقلا عن علي فتاك، المرجع السابق، ص419.
3- علي فتاك، تأثير المناقشة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، مرجع سابق، ص421.

4/ المستورد:

يقوم المستورد بعملية إستراد المنتوجات من الخارج إلى الجزائر، و يعتبر من المتدخلين نظرا لموقعه الحساس ضمن العملية الإنتاجية، حيث يمكن أن تدخل إلى الوطن منتوجات خطيرة أو غير مطابقة للمواصفات، أوجب المشرع عليه أن يراعي عند إستراد المنتوجات توفر المواصفات القانونية و الدولية المعمول بها حتى يتأكد أن المنتوج يستجيب لمتطلبات السلامة.[1]

5/ التاجر:

تعرف المادة الأولى من القانون التجاري، التاجر بأنه:

" كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا و يتخذه مهنة معتادة له، ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك".

و ينبغي تمييز التاجر عن الحرفي الذي هو كل شخص طبيعي سجل في سجل الصناعات التقليدية، و هو يمارس نشاطا تقليديا، يثبت تأهيلا، و يتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل و إدارة نشاطه و سيره و يتحمل مسؤوليته[2]، فالتاجر قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا، أما الحرفي فهو دائما شخص طبيعي، نظرا لما تمثله الحرفة من مفهوم الصناعة التقليدية اليدوية.

1- مرسوم تنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10-12-2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود و كيفيات ذلك، جريدة رسمية عدد 80، صادرة في 11-12-2005.
3- علي فتاك، تأثير المناقشة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، مرجع سابق، ص419.

المبحث الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03

إن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش يكتسي أهمية بالغة و ذلك أنه يجمع كلا من الطابعين الوظيفي و الجزائي في آن واحد فهو وظيفي كونه يهدف الى حماية فئة المستهلكين اتجاه فئة أخرى و هي المتدخلين، و هاتان الفئتان التي يتم من خلالهما تطبيق النطاق الشخصي لقانون حماية المستهلك، و من جهة أخرى قانون حماية المستهلك ذو طابع جزائي، كونه يترتب عليه جزاءات عند مخالفة أحكامه.

من خلال إستقراء نص المادة 2 من الأمر 09-03 نجد أنها حددت نطاق تطبيق أحكام هذا القانون "على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك".

و من خلال دراستنا لهذه المادة التي تضمنها القانون رقم 09-03 فإنه يمكننا تحديد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك و قمع الغش من حيث الأشخاص و المتمثل في المستهلك من جهة و المتدخل من جهة أخرى ، و نطاق تطبيق هذا القانون من حيث موضوع و الذي يكون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك.

المطلب الأول: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 من حيث الأشخاص

يمتاز قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش بطابع خاص ، خاصة في مجال تحديد نطاق تطبيق هذا القانون، منصب دراستنا من الناحية الشخصية من خلال تحديد الدائن و المدين، فالدائن(المستهلك) باعتباره الطرف الجدير و المستفيد من هذه الحماية في مواجهة (المتدخل) و هذا الأخير هو المدين الذي يقع على عاتقه مجموع من الالتزامات التي جاء بها قانون حماية المستهلك و قمع الغش.[1]

1- محمد عماد الدين عياض، مداخلة ضمن أعمال الملحق الوطني الخامس بكلية الحقوق بجامعة 20 أوت 1955 بسكيكدة حول "حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03" أمام 08-09 نوفمبر 2010 م. ص03.

الفرع الأول: المستهلك

جاء المشرع بتعريف المستهلك من خلال القانون رقم 09-03 في نص المادة 03 منه بأن المستهلك هو:

كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به.

لقد جعل المشرع معيار لتحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء، إذ أن ثبوت صفة المستهلك يقتضي أن يكون الغرض من اقتناء السلعة أو الخدمة هو سد حاجة شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به أي أن يكون الغرض غير مهني.[1]

هذا و لم يشترط المشرع في هذا التعريف أن يكون الغرض من الاقتناء هو سد حاجات شخصية للمقتني ذاته و هو يطلق عليه "المستهلك المتعاقد"، بل اعتبره مستهلكا أيضا من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة شخص آخر.[2]

حيث استخدم قانون حماية المستهلك و قمع الغش للدلالة على شراء المنتوج نفس اللفظ في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، و هو لفظ "يقتني" و بالتالي فقد أسقط المستعملين من دائرة المستهلكين، فالمستهلك الذي يقتني هو غالبا من يستعمل المنتوج أو الخدمة، و لكن كثيرا ما يتم استعمالها من طرف الغير كأفراد أسرة المقتني، و هو أمر يجب تداركه في هذا التعريف، نفس الشيء يقال عن اقتناء المنتوج بمقابل أو مجانا فإن لفظ "يقتني" في غير محله تماما، لأن الاقتناء يكون دائما بمقابل، و على الأرجح فإن المشرع قصد بذلك المستعمل الذي لا يشتري السلعة و إنما يستهلكها فقط و أنه لو أراد أن يلتزم المتدخل بحماية المستهلك حتى و لم يبعه المنتوج كهدية أو هبة، و في هذه الحالة كان على المشرع استخدام لفظ أوسع من "يقتني" و هو لفظ "يتحصل".[3]

1- محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص03.
2- طرح البحور علي حسين، عقود المستهلكين الدولية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2007 م، ص171 و ما بعدها.
3- شعباني حسين، مرجع سابق، ص30.

كما يشمل عقد الإستهلاك– بحسب التعريف السابق– الحيوان، و يرجع ذلك الى الأهمية المتزايدة التي أصبح يحظى بها حيوان الصحبة l'animal de compagne في وقتنا الحاضر بوصفه بضاعة و إنما بوصفه شريكا، و إلى ارتباط حمايته البين بحماية البيئة، و ارتباطها الوثيق أيضا بالمصالح البشرية، و بالمنافع الاقتصادية التي يحققها، و لعل بهذه اللفتة يكون المشرع قد خرج عن نظرته السابقة للحيوان من اعتباره شيئا من الأشياء في القانون المدني و إنما شخصا "جنينيا" من أشخاص القانون، و تمهيدا لميلاد قانون جديد هو قانون داخلي للحيوان بعد أن حظي الحيوان بإعلان عن حقوقه من قبل منظمة اليونسكو عام 1978.[1]

الأصل أن يكون المستهلك شخص طبيعي كون تلبية الحاجة الشخصية أمر يناسب الشخص الطبيعي، إلا أن المشرع إستثناءا صرح إمكانية خلع صفة المستهلك على الشخص المعنوي، و هو موقف عام استقر عليه المشرع، إذ قام المشرع بتبنيه أيضا في تعريفه للمستهلك في القانون 02/04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و ذلك بخلاف المشرع الفرنسي الذي لم يتبنى موقفا موحدا بهذا الشأن، فأحيانا يصرح بإقصاء الشخص المعنوي من بعض نصوص حماية المستهلك، في حين سكت أحيانا أخرى تاركا المجال أمام القضاء، الذي أقر في بعض أحكامه للشركة التجارية، و النقابة، و حتى الحزب السياسي، بصفة المستهلك، في حين اتخذ موقفا مغايرا في أحكام أخرى متأثرا بتيار فقهي واسع يرى بتخصيص صفة المستهلك على الشخص الطبيعي.[2]

من خلال تعريف المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش يفهم أن المستهلك المحوط بالحماية هو المستهلك العادي غير المهني و يستدل على ذلك بعبارة "الاستعمال النهائي" الواردة في تعريف المستهلك، و ذالك يعني أن يكون الإقتناء من أجل الاستهلاك الفوري أو يكون الإستهلاك خلال مدة من الزمن، كما يجب أن يكون استهلاك السلعة أو الخدمة على شكلها النهائي الموجودة عليه دون تغييرها أو تحويلها، و بالتالي من يقوم بإقتناء سلع و يقوم بالمساس بها و ذلك عن طريق تغييرها عن حالتها الأولى يخرج من دائرة مفهوم المستهلك، لأنه بذلك يكون قد أنتج منتوجا مخالفا للأول و بالتالي القواعد الحمائية لا تشمله.

1- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص32.
2- طرح البحور علي حسين، مرجع سابق، ص150.

الفرع الثاني: المتدخل

يعد المتدخل هو الوصف المقابل للمستهلك في إطار قانون حماية المستهلك و قمع الغش03/09، فقد كان لفظ المحترف أو المهني هو اللفظ الدال على المدين في نظر المشرع الجزائري حيث يعتبره المدين في مواجهة المستهلك بصفته دائنا ،كما هو الشأن في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات و غيرها من المراسيم[1]، حتى جاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش حيث اعتمد المشرع على مصطلح "المتدخل" و هو مصطلح استحدثه المشرع لم يكن من قبل.

فتوازيا مع إستفادة المستهلك من قواعد حماية المستهلك و قمع الغش نجد أن المتدخل هو من يقع عليه الإلتزام بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتوج للإستهلاك.

و لقد عرفت المادة 03 من القانون رم 09-03 المتدخل بأنه:

" كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات الاستهلاك"، ثم عرفت نفس المادة عملية وضع المنتوج لاستهلاك بأنها:

" مجموع مراحل الإنتاج و الإستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و التجزئة". و عرفت نفس المادة في الفقرة 08 و 09 الإنتاج بأنه:

" العمليات التي تتمثل في تربية المواشي و جمع المحصول و الجني و الصيد البحري و الذبح و المعالجة و التصنيع و التحويل و التركيب و توضيب المنتوج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه و هذا قبل تسويقه الأول.[2]

فلفظ المتدخل ينطوي تحته المنتج للسلعة أو الخدمة و المستورد و المخزن و الناقل و الموزع لها بالجملة أو التجزئة، فكل ممارس لهاته الأنشطة يعتبر متدخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه.

1- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 بتعليق بضمان المنتوجات و الخدمات الجريدة الرسمية عدد 40 سنة 1990 و هو من النصوص القانونية التطبيقية للقانون 89-02 الملغى.
2- القانون 09-03 مرجع سابق، المادة 03.

إن تعريف المتدخل لا يختلف بالشكل عن تعريف المحترف (المهني) في المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات، والذي جاء بأنه "كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عرض المنتوج أو الخدمة الاستهلاك...".

أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية و اقتصادية تجعله يهمين على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما برر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك و قمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن من خلال إثقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتوج الاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ من طرف المتدخل.[1]

الملاحظ أنه فيما عدا استبدال المشرع لمصطلح المحترف بمصطلح جديد هو المتدخل فإن القانون لم يأتي بجديد سوى تحديد صفة المتدخلين في عملية عرض المنتجات الاستهلاك و هو ما كان عليه تبيانه لتحديد المتدخلين الذين هم ملزمون بحماية المستهلك و بالتالي سهولة تطبيق القانون على المخالفين منهم فقد يكون المتدخل (منتج، وسيط، حرفي، موزع...) كذلك قد يكون المتدخل شخصا طبيعيا (كالتاجر) أو شخصا معنويا (كالشركة) مدينا للحماية للمستهلك باعتباره دائنا.[2]

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 من حيث المحل

تنص المادة 02 من قانون حماية المستهلك: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك مقابل أو مجانا، وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك فأحكام هذا القانون تطبق على المنتوجات التي قد تكون سلعا أو خدمات معروضة للاستهلاك و بذلك تمثل المنتوجات التي يتم اقتناؤها من أجل الاستعمال النهائي موضوع ومحل التزام الحماية التي أقرها المشرع لصالح المستهلك بصفته دائنا في مواجهة المتدخل المدين بالحماية.

1- محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص07.
2-شعباني حنين، مرجع سابق، ص16.

الفرع الأول: السلعة كمحل للإستهلاك

تباينت التعاريف في ضبط موحد "المنتوج"[1]فالمشرع الجزائري لم يضع تعريف موحد حيث و في بعض نصوصه شمل المنتوج على السلعة المادية فقط و في بعض النصوص القانونية الأخرى أضاف الخدمة للسلعة المادية و أطلق عليها مصطلح المنتوج.

و بالرجوع إلى قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 نجد المشرع قد وضع كل من السلعة و الخدمة في مصطلح واحد حيث نصت الفقرة 10 من المادة 03: المنتوج كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا و عرف السلعة في نفس المادة في الفقرة 17 السلعة كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".

و بذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس و الآلات.

و إستثنى المشرع براءات الإختراع و العلامات و الرسوم من أن تكون محلا للإستهلاك و حدد مفهوم السلعة على الأشياء المادية فقط.

و يرجع سبب ذالك لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة و المطابقة و التفتيش التي تتطلب وجودا لتطبيقها، بالإضافة لاقترانها بعالم الأعمال إذ لا يتصور مثلا أن يقوم شخص بشراء برادة اختراع أو محل تجاري أو علامة تجارية لغرض غير مهن، و إن كان ثمة من لا يرى مانعا من أن تكون بعض الأموال المعنوية كمنتوج يعني محلا للاستهلاك.

و يلاحظ أن المشرع في القانون رقم 09-03 لم يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولا بخلاف ما كان عليه الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية و قمع الغش الذي عرف السلعة "بأنها كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات

1- حيث تعرف المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقبة الجودة و قمع العش الصادر في 1990/01/30 المنتوج على أنه: "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية و عرفته المادة 140 مكرر فقرة 02 المدني الجزائري على أنه يعتبر منتوجا كل مال منقول و لو كان متصلا بعقار، لا سيما المنتوج الزراعي و المنتوج الصناعي و تربية الحيوانات و الصناعة الغذائية و الصيد الجوي و البحري و الطاقة الكهربائية.

مادية" و هو ما يمكن تفسيره أن لا مانع في نظر المشرع من أن يكون ما العقار أو المسكن محلا للاستهلاك و يخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقررها قانون حماية المستهلك و قمع الغش و هو ما دعا له البعض[1] بالنظر إلى الأهمية التي يحتلها المسكن في حياة الناس اليوم و بالنظر إلى العمليات الواردة على العقار من بيع و إيجار أصبح بشرف عليها محترفون متخصصون ما يبرر حماية المستهلك في هذه المحلات، كما أن المشرع لم يشترط عنصر الجدية في السلعة محل الاستهلاك، و من ثم فهي شمولية بأحكام القانون رقم 09-03 و يعتبر مستهلكا من يقتني أشياء مستعملة لاستعماله الشخص، و هو موقف وجيه في ظل الاغتيال الواسع عليها في السوق الجزائرية اليوم.[2] السابقة التي تعرضت لها السيارة و مدى جسامة الحادث

و هنا نصيب المشرع أن يشملها هي أيضا بالنص الصريح، لأن البيانات التي يجب العلم بها من طرف المستهلك الخاصة بالسلع المستعملة ليست تلك التي تتعلق بالسلع الجديدة، و إن كانت تتشابه في بعضها و مثال ذلك بيع السيارات المستعملة حيث يلتزم العون الاقتصادي بالاعلام المستهلك بجميع البيانات و المعلومات المتعلقة بأوصاف السيارة المباعة، بما يسير على المستهلك الوقوف على قيمة السيارة وصلاحياتها، و ملاءمتها للغرض من الشراء و من أهم البيانات و المعلومات التي تهم المستهلك معرفتها بهذا الخصوص سنة الصنع و طرازها أو نوعها، و سعة محركها و العدد الحقيقي و الصحيح للكيلومترات التي قطعتنها و أصل مصدر الأجزاء الجوهرية لها، و الحوادث....[3].

الفرع الثاني: الخدمة كمحل الاستهلاك

بالإضافة إلى السلع نجد أيضا الخدمات و التي هي منتوج يخضع القانون حماية المستهلك، و يقصد بها مجموع الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، و إنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل ذلك نجد: الخدمات المالية من البنوك و الشركات التأمين و أسواق المال و خدمات النقل البري و البحري و الجوي، و كذلك خدمات شركات الاتصالات و الخدمات السمعية و البصرية و المعلومات بما فيها الحاسب الآلي و نشاط

1- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص29.
2- محمد الدين عياض، مرجع سابق، ص10.
3- ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدى المصري و الفرنسي و الفقه و أحكام القضاء، المكتب الفني للاصدارات القانونية، القاهرة، 1999، ص164.

شركات السياحة و قطاع الإنشاءات و التعمير و مكاتب الاستشارات الطبية و القانونية و الهندسة و الخبراء و المستشارين الأجانب.[1]

و قد عرضت المادة 03 من القانون رقم 09-03 الخدمة بأنها: "كل عمل يقدم، غير تسليم السلعة، حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

و قد أستثني المشرع صراحة الالتزام بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة و أبقى عليه التزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين و هو البائع المحترف في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني تحقيقا للتناسق بين التشريعات.[2]

و بخصوص مدى خضوع المرفق العام لقواعد حماية المستهلك و قمع الغش يصدق على الخدمات التي تقدمها هذه المرافق حيث يمكن بسط تطبيق أحكام القانون رقم 09-03 على خدمات المرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي و هذا الخدمات التي تقدمها المرافق العامة الادارية بمقابل دون خدماتها المجانية حسبما يقرره جانب من الفقه، و إن كان القانون رقم 09-03 نص صراحة بدخول كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا تحت نطاق تطبيقية، ما يزيد من احتمال إمكانية دخول الخدمات المجانية للمرفق العام العمومي في نطاقه متى انطبق عليها مفهوم الخدمة في هذا القانون.[3]

1- علي ابراهيم، منظمة التجارة العالمية جولة أروجواي تقنين نهب العالم دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص193.
2- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص30.
3- محمد عماد الدين عياضي، مرجع سابق، ص11.

خلاصة:

إن موضوع حماية المستهلك يعتبر من المواضيع السائدة حاليا و التي تناولتها مختلف التشريعات من بينها الجزائر ، الذي تم إصدار أول قانون يحمي المستهلك في الجزائر سنة 1989 و صدور القانون الجديد سنة 2009 ، لذلك لا ننكر القول أن هذا الموضوع سريع التطور خاصة مع مستجدات الحياة الاقتصادية.

لذلك أصبح موضوع حماية المستهلك محط اهتمام الباحثين و الفقهاء و المشرعين على السواء، كما حظي بأهمية بالغة خاصة في أوربا و أمريكا و على الرغم من هذا الإهتمام الدولي لموضوع حماية المستهلك ، فهو مازال لم يلق العناية اللازمة أو الإهتمام الواجب من قبل المشرع العربي عموما و المشرع الجزائري بصفة خاصة، و من جهتنا حاولنا حصر و توضيح مدى التغطية و الحماية التي يوفرها التشريع الجزائري للمستهلك، و في سياق العمل قمنا بعطاء لمحة عن تطور التشريعي لحماية المستهلك و البعد الذي اتخذته والذي مر بمرحلتين كانت الأولى سابقة عن صدور قانون حماية المستهلك و تلتها مرحلة ما بعد صدور هذا القانون ، ثم حددنا أطراف العلاقة الاستهلاكية و المحددة في طرفين هما المستهلك و المتدخل ،وسلطنا الضوء علي إعطاء مفهوم شامل للمستهلك من خلال هذه العلاقة الاستهلاكية و ذالك لكونه محور دراستنا، وكان لتحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش 09-03 أهمية كبيرة فضبط نطاق التطبيق بأبعاده المختلفة يحقق الأمان القانوني للأشخاص من خلال معرفتهم مقدما وعلى نحو منضبط القواعد القانونية التي تحكم علاقاتهم لا سيما إذا ما تعلق الأمر بقواعد ذات طابع جزائي.

الفصل الثاني:

تأثير المنافسة الحرة على المستهلك

الفصل الثاني: تأثير المنافسة الحرة على المستهلك

تعرف حاجيات الأشخاص سواءا الطبعيين أو المعنويين إزديادا و توسعا كبيرين في ظل التطور الصناعي و التكنولوجي الذي أدى إلى تعدد المنتوجات و الخدمات و تنوعها مما أدى إلى زيادة المنافسة بين مختلف المتعاملين الإقتصادين ، وقد فتحت مبادئ العولمة المجال أكثر أمام عملية تسويق و تبادل السلع و المنتجات وهذا بفضل تشجيع الرأسمالية للمنافسة الحرة بين المتعاملين الإقتصاديين وهذا ما نتج عنه الزيادة في الإنتاج و تحسين الجودة و إنخفاض التكلفة ، غير أن هذه المنافسة تولدت منها سلبيات أثرت على المستهلك .

فكان لجوء الأعوان الإقتصاديين إلى إتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق غاية منهم في تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الإقتصاديين آخرين هذا ما أثر بالسلب على المستهلك و على المنافسة ، ومن هنا ظهرت ظرورة تدخل الدولة من أجل حماية فئة المستهلكين من التجاوزات التي قد تتعرض لها كما كان لازما البحث عن آليات قانونية تتماشى و واقع الحال و تحمي المستهلك مما قد يسبب له ضرار جراء اقتناءه منتوجات و سلع و حتى خدمات لا تلبي الرغبة المشروعة له ،وقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى استعمال مثل هذه الأنشطة.

من هذا المنطلق قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول :علاقة المنافسة الحرة بالمستهلك.

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من الممارسات التجارية .

المبحث الأول: علاقة المنافسة الحرة بالمستهلك

إن فكرة المنافسة تعد أمرا طبيعيا و مبدأ أساسي في عالم الإقتصاد ، بعد أن تأكد ان حرية التجارة و حرية المنافسة مرتبطان ببعضهما فلا اقتصاد دون منافسة و العكس صحيح فالمنافسة تجبر كل الأعوان الإقتصادين إلي بذل قصار جهدهم في تقديم أفضل المنتجات و الخدمات للمستهلكين ، و ذلك عن طريق تخفيض تكاليف المنتجات و الخدمات الموجهة للاستهلاك فالمستهلك هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك و بمنظور آخر هو الشخص الذي يسعى إلى الحصول على حاجته من مختلف السلع و الخدمات، و بالتالي فإن المستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية لما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع و الخدمات و بما تحققه من خفض للأسعار، التي تساعده على رفع قدرته الشرائية و من هنا تظهر العلاقة بين المنافسة الحرة و المستهلك.

ومن هذا المنطلق سنقسم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، نتناول في المطلب الأول مفهوم المنافسة الحرة وفي المطلب الثاني حقوق المستهلك في إطار المنافسة الحرة ،أما المطلب الثالث تناولنا فيه دور المنافسة الحرة في ظهور حركات حماية المستهلك.

المطلب الأول: مفهوم المنافسة الحرة

لقد باتت المنافسة الحرة أمرا طبيعيا و مبدأ أساسيا في عالم الاقتصاد بعد أن أصبحت معبرة عن ديمقراطية النشاط الاقتصادي، خاصة بعد أن تأكدت أهميتها و آثارها الإيجابية في عالم المال و الأعمال ولتحديد مفهوم المنافسة الحرة قسمنا هذا المطلب إلى ثلاثة فروع ، تطرقنا في الفرع الأول إلى تعريف المنافسة الحرة، و في الفرع الثاني تطرقنا إلى أهدافها.

الفرع الأول : تعريف المنافسة الحرة

لقد اختلفت التعريفات المتعلقة بالمنافسة الحرة ولم يصطلح الفقهاء على تعريف موحد لها فنجدها قد نالت إهتمام كل من الإقتصاديين و القانونيين، إلاّ أنهم يجمعون على أن المنافسة قبل كل شيء هي عبارة عن لعبة اقتصادية يسعى إليها كل المتدخلين في الحياة الإقتصادية.

أولا: التعريف الإقتصادي

قد عرف البعض من علماء الاقتصاد على أن المنافسة الحرة ما هي إلا تزاحم بين التجار من أجل جذب أكبر عدد من العملاء، و ترويج أكبر قدر ممكن من المنتجات و الخدمات ضمانا لازدهار التجار ازدهارا يؤدي إلى بقاء الأصلح ،إضافة إلى ذلك يتبارى التجار و المنتجون في صنع أو ترويج سلعة معينة، تتميز بأفضل الشروط و تخدم حاجة الزبائن، فتعمل على اجتذاب أكبر عدد من المستهلكين لها و المنافسة بهذا الشكل تحقق أكثر خيرا و نفعا لأنها توفر التوازن بين الإنتاج و الاستهلاك، إلا أنها لا تحدث هذا الخير إلا إذا ظلت في نطاقها المشروع، و لعله من نافلة القول أن البعض من علماء الاقتصاد قد عرف المنافسة بأنها ذلك التسابق بين المؤسسات من أجل تحديد و اختيار أفضل المتعاملين. [1]

ثانيا :التعريف القانوني.

المنافسة الحرة في مدلولها القانوني العام تعني المزاحمة القائمة على الملكية الخاصة و حرية الصناعة و التجارة التي تعطي الحق لكل عون اقتصادي في استعمال الوسائل التي يراها مناسبة لجذب الزبائن، كتنويع الإنتاج الفكري و التجاري و إدخال علامة تجارية دون محاولة عرقلة منافسي أو القضاء عليهم للحصول على أكبر المنافع ، كحماية المشروعات المتنافسة من خطر التقليد أو السطو على عناصر الملكية الفكرية بوجه عام، هذه الفكرة أصبحت ذات أهمية قصوى سواء بالنسبة للدول الصناعية الكبرى أو الدول النامية بصفة عامة[2].

و الجدير بالذكر أن هذه المنافسة لا يمكن أن تتحقق إلا بحظر كل فعل من شأنه إعاقة النشاط الاقتصادي الحر، بالرغم من أن الفرد هو محور النشاط الاقتصادي في هذا النظام و أن التنافس الحر هو الأساس، إلا أن هذا لا يعني عدم وجود القيود التي تحد أو تنظم من أسلوب ممارسته لهذا النشاط، ويكون تدخل الدولة ضروريا في تجريم أي سلوك لا يتفق

1- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية،(دراسة مقارنة)، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن،2007، ص 16.

2- محمدين جلال وفاء، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية، الفكرية(تريبس)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية،2004، ص 09

و الأهداف أو المصالح العليا للدولة[1]، و لذلك فإن السياسة التجريمية في دول السوق تقدم مجموعة من الضوابط، ذلك أن آلية توازن العرض و الطلب تتعطل عند المساس بحرية المنافسة و حرية الصناعة و التجارة، بغض النظر عن مصدر هذه الإعاقة سواء العقد أو الاتفاق الذي يبرم طواعية بين المتعاملين الاقتصاديين، فلكل فرد الحق في الاشتغال بأي عمل يرى فيه مصلحته على أن لا يكون مخالفا للقانون، باعتبار أن كل عقد يعيق حريته في الاتجار و العمل ويقيده في تجارته لمصلحة آخرين يعتبر إعاقة للتجارة .

فالمنافسة الحرة في مجمل القول، هي تزاحم الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم في نفس السوق بغية الحصول منه على أكبر حصة ممكنة، بتطوير المنتجات و خفض الأسعار مع مراعاة القوانين و الأنظمة السائدة[2].

الفرع الثاني :شروط المنافسة الحرة

لتجسيد المنافسة الحرة لا بد من توافر مجموعة شروط الأساسية و هي:

أولا:حرية الدخول إلى السوق و العلم بمجرياته

إن حرية الدخول إلى السوق المجسد الحقيقي لمبدأ المنافسة الحرة، حيث أن هذه الأخيرة ترتكز أساسا على عدم وجود أي عائق يحول دون الدخول إلى أي نشاط اقتصادي أو صناعي أو تجاري[3]، فحتى تتحقق جدية التنافس لا بد من وجود سوق هادئة خالية من الصراعات اللامشروعة ،و هنا يكمن دور التنظيمات المتعلقة بالمنافسة، إذ ينبغي على المشرع من خلالها حماية المنافسة و ترقيتها و تسهيل الدخول إلى السوق، إضافة إلى محاربة كل الممارسات التعسفية الناتجة عن وضعية هيمنة على السوق أو على احتكاره كليا أو جزئيا،و التي من شأنها عرقلة دخول أي عون اقتصادي جديد غير مرغوب فيه، فلا تنتج تبعا لذلك المنافسة الحرة الأهداف المنتظرة منها .

1- أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص –ص، 72-73.

2- كتو محمد الشريف ، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري:(دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي) أطروحة لنيل درجة الدكتوراه دولة في القانون (فرع القانون العام) ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ،كلية الحقوق ،2004-2005 ، ص- 10.

3 -البارودي علي السيد الفقي محمد ، القانون التجاري: الأعمال التجارية، الاموال التجارية ، الشركات التجارية ، عمليات البنوك و الأوراق التجارية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الإسكندرية ،1999 ، ص 201-202 .

أما بالنسبة للعلم التام بمجريات السوق، فيعني مدى توفر الشفافية التامة و العقلانية فيما يتعلق بأسعار و شروط البيع و الشراء لدى كل من أصحاب العرض و أصحاب الطلب و نوعية المنتجات و درجة جودتها و درجة التعاون و الاستقلال بين مختلف المتعاملين الاقتصاديين، حتى يتمكن كل من البائع و المشتري من دراسة البيانات و المعلومات عن السوق و السلعة، و يتخذ قراره السليم بتحديد الكمية التي يرغب في بيعها أو شرائها، و الأسعار المقبولة لديه[1].

ثانيا :تعدد الأعوان الإقتصاديين

يقصد به تواجد أكثر من عون اقتصادي على مستوى السوق الواحد، حتى يكون فيه نوع من التوازن بين أصحاب العرض و أصحاب الطلب سواء الموزعين أو المستهلكين، فالمعروف أن المنافسة لا تتحقق إلا بين متزاحمين غايتهم واحدة و هي التفوق، فلا بد من حرية الدخول إلى السوق حتى يتحقق شرط تعدد الأعوان الاقتصاديين، بينما إذا كان الدخول إليها صعبا فلا يمكن تصور كثرة و تعدد العارضين في مواجهة كثرة و تعدد المستهلكين و أصحاب الطلب فيستحسن لاستمرارية المنافسة أن يخضع السوق لأعداد كبيرة من المنشآت الصغيرة في كل نشاط بدل الخضوع لعدد قليل من المنشآت الكبرى، وما يترتب على تعدد الأعوان الاقتصاديين أو المؤسسات المنتجة لمختلف السلع و الخدمات إمكانية هذه الأخيرة أن تحل في مكان بعضها البعض كبدائل متقاربة لإشباع رغبات المستهلكين أو طالبي الخدمات[2].

ثالثا: تجانس المنتوج

يقصد بتجانس المنتوج كشرط من شروط المنافسة الحرة، أن تكون المنافسة بين منتوج واحد و متجانس، لكن درجة تجانس السلعة والخدمة المنتجة ليس فقط مسألة فنية متعلقة بنوع المنتوج وتركيبه و شكله الخارجي، ولكنها أولا و أخيرا مسألة تعود إلى ما يعتقده المستهلك و لتحقيق هذا الشرط نجد أن القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك قد فرض توافر مقاييس و مواصفات معينة في كل منتوج أو خدمة تعرض للاستهلاك و الاستعمال، حتى يتحقق شرط التجانس.إذ نصت المادة03

1-أحمد محمد محرز ،الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي : الصناعة ، التجارة ، الخدمات القاهرة ، 1994 ، ص 26-27.
2-أحمد محمد محرز، المرجع نفسه، ص 24-25.

منه على أنه : "يجب أن يتوافر في المنتوج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك، المقاييس المعتمدة و المواصفات القانونية و التنظيمية التي تميزه، و يجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتوج أو الخدمة للرغبات المشروعة للاستهلاك، لا سيما فيما يتعلق بطبيعته و منشئه و مميزاته الأساسية، و نسبة المقومات اللازمة له، و هويته و كمياته كما ينبغي أن يستجيب المنتوج أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك، فيما يخص النتائج المرجوة منه، و أن يقدم المنتوج وفق مقاييس تغليفه، و أن يذكر مصدره و تاريخ صنعه، والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، و كيفية استعماله و الاحتياطات الواجب إتحادها من أجل ذلك و عملية المراقبة التي أجريت عليه "[1]،فالهدف من اشتراط تجانس المنتوج هو القضاء على محاولة رفع ثمنه إن كان من نفس النوع أو الجنس.

المطلب الثاني: حقوق المستهلك في إطار المنافسة الحرة

في سياق إعتراف القانون بالمنافسة الحرة كحل من الحلول الإقتصادية للرقي بالرغم من تأثير المنافسة الحرة على إقتصاديات الدول نظرا لمساسها بأغلب مجالات الحياة، وبالرغم من الإعتراف القانوني بهذا الأسلوب كحل إقتصادي نتيجة للأزمات التي عرفتها، فإنّه لم يمنع من وضع قاعدة أساسية يسعى القانون لحمايتها ألا وهي حماية المستهلك، ومن أهم مظاهر سيادة المستهلك في العصر الحالي تكمن في المبادئ الأساسية التي رعتها أغلب التشريعات في إطار حماية المستهلك و التي لا يمكن التنازل عنها مهما كانت الظروف، حيث تكمن في:

-حماية صحة المستهلك و سلامته .

-حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك.

-حماية الإرادة التعاقدية للمستهلك.

الفرع الأول: حماية صحة و سلامة المستهلك

يحتل هذا المجال قدرا من الأهمية بالنظر إلى طبيعة المصلحة المحمية، خاصة في ضوء التطور الصناعي و التكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع و تقديم الخدمات، فقد إختفى إلى

1- قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك السابق الذكر.

حد ما ذلك النموذج المبسط للسلعة، و التي كانت تتكون من بعض المواد الطبيعية أو الخامات الأولية، فقد أدى إستخدام المواد الكيميائية و الإشعاعية و الأنظمة الكهربائية و الميكانيكية إلى تعرض صحة الإنسان و سلامته لقدر أكبر من الخطر.[1]

إن الإلتزام بحماية صحة المستهلك يترتب عليه قيام المحترف أو الأشخاص المؤهلين بمهمة الحماية و ذلك بتصرفات قانونية أو أعمال مادية من شأنها أن تؤدي إلى حماية صحة المستهلك و ترقيتها، فيمكن أن يكون القانون كمصدر للإلتزام في هذه الحالة وذلك عندما يلزم أحد الأطراف خاصة المحترف بواجب حماية صحة المستهلك من خلال إتخاذ جميع الإجراءات و الإحتياطات اللازمة لذلك، كما يمكن أن يكون مصدر الإلتزام بالحماية لصحة العقد، إذا كانت هناك علاقة تعاقدية بين المحترف و المستهلك (عقد تقديم خدمة، بيع سلعة).[2]

الفرع الثاني: حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك

يقصد بذلك – بوجه عام – تمكين المستهلك من الحصول على الفائدة المثلى من مواردهم المالية، و حمايتهم من الممارسات التي تضر بمصالحهم الإقتصادية، فالمستهلك كأثر لإقباله على التعاقد يهدف إلى حيازة السلعة والإنتفاع بها على نحو يوازي – على الأقل – ما سدده مقابلا لذلك، و الذي من المفترض أن يكون لأجزائه ما يناظرها من عناصر السلعة، و قدرها، و جودتها، و متانتها، و مطابقتها للمواصفات، و ملاءمتها للغرض المخصص من أجله، و خلوها من العيوب...إلخ.[3]

إلى جانب المنافسة في السوق، فإن مراقبة الأسعار ونزاهة الممارسات التجارية لها علاقة مباشرة في حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك خاصة وأن هذا الأخير يتأثر مباشرة في حال وقوع أحد الأفعال التي سيتم الاشارة إليها مما يقلّل لديه فرص الإختيار بين السلع وكذا خضوعه لضغوطات تضعف من قدراته الشرائية. فمثل هذه الأمور قد تزيد إضطرابا في السوق

1- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، صفحة 44
2- علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام- مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري- الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، صفحة 7 و8.
3- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، صفحة44و45.

حيث قد يكون في هذه الحالة عرضا كافيا في السوق لكن نظرا لغلاء الأسعار أو لعدم جودة السلع تحجم المستهلك عن الشراء مما يعني حدوث تكدس للسلع.

هذا وقد جاء في تقرير ندوة الأمم المتحدة حول التجارة والتنمية أنّه يتعين على الحكومات إعداد أو وضع سياسات صارمة في إطار حماية المستهلك، ويتعين على كل حكومة أن تضع أولويات تتناسب مع حماية المستهلك ، ومن جملة المبادئ التي تستجيب للأغراض الشرعية للمستهلك:

- حماية صحة وسلامة المستهلكين من كافة المخاطر التي تواجهه.

- ترقية وحماية المصالح الإقتصادية للمستهلكين.

- حق المستهلكين في الإعلام قصد تنوير إختيارهم حسب رغباتهم وحاجياتهم.[1]

الفرع الثالث: احترام الإرادة التعاقدية للمستهلك

المشرع الجزائري مثله مثل التشريعات المختلفة الأخرى تبين له أن المستهلك يحتاج إلى حماية خاصة تكمل الحماية التي تقررها القواعد العامة في نظرية العقد و في المسؤولية عن الفعل الضار، فالقانون يحمي رضا المستهلك كمتعاقد و لا يعتبر رضاه صحيحا إلاّ إذا كان خاليا من العيوب، فكل من الغلط و التدليس و الإكراه و الإستغلال يجعل العقد قابلا للإبطال، كما أن المشرع جعل من العقد شريعة المتعاقدين فلا يجوز لمن يتعاقد مع المستهلك و لا لهذا الأخير نقضه و لا تعديله إلاّ بإتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون و يجب تنفيذه طبقا لما أشتمل عليه و بحسن نية.[2]

إلاّ أنّه هناك من يعتبر أن مبدأ سلطان الارادة لا يمكن الإعتماد عليه في عقود الإستهلاك و ذلك راجع إلى عدة إعتبارات أهمها يكمن في أن المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة العقدية سواء من الناحية الفنية لجهله بمكونات السلع و تركيباتها أو من الناحية الإقتصادية

1-زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2010-2011،،ص31و32.

2- موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، عدد02، سنة 1999 ، صفحة 27.

حيث يصعب عليه مقارنة المحترف نظرا لمركزه القوي و أنّه غالبا ما يكون الطرف الذي يملي شروط العقد ويفرضها على المتعاقد معه (المستهلك) الأمر الذي دفع بالمشرع إلى إعطاء للقاضي صلاحيات واسعة في التدخل لوضع حد لتعسف المحترف وكذا تعديل بنود العقود و الإلتزامات الناشئة عنها بما تقضيه العدالة، حيث تنص المادة 110 من التقنين المدني الجزائري أنّه:" إذا تم العقد بطريقة الإذعان، وكان قد تضمن شروطا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفقا لما تقضي به العدالة و يقع باطلا كل إتفاق على خلاف ذلك."[1]

المطلب الثالث: دور المنافسة الحرة بظهور حركات حماية المستهلك

إن للمنافسة الحرة عدة سلبيات كما لها عدة مزايا، فالتقدم و الإزدهار الذي يشهده المجال الاقتصادي و ما إنعكس بذلك على المجتمع لم يمنع من ظهور عدة أمور سلبية ساهمت بشكل كبير في ظهور حركات حماية المستهلك، و ذلك يرجع للأضرار التي أصبحت تصيب المستهلك و كذا للمخاطر التي أضحت تهدد كيانه الإجتماعي.

تختلف مهام هذه الحركات المدافعة على المستهلك حسب اختلاف المنطقة الجغرافية التي أنشأت فيها، لكنها تتفق على هدف واحد ألا هو الدفاع عن المستهلك.

الفرع الأول: ظهور حركة حماية المستهلك في العالم

إن حركة حماية المستهلك حركة حديثة النشأة ،ولم تتبلور إلا في الستينات ، إذ تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية مهد هذه الحركة بعد أن برزت فيها مخاطر المجتمع الإستهلاكي مع بلوغ النظام الرأس مالي أوج نموه، وهنا يمكن التنويه بالرسالة الرئيس الأمريكي "جون كنيدي" التي وجهها إلى الكنغرس الأمريكي في 15 مارس 1962 و التي شدد فيها على وجوب وضع قوانين إضافية حتى تتمكن الحكومة الفيدرالية من تنفيذ إلتزاماتها قبل المستهلكين بعد أن لاحظ أن المستهلكين يمثلون المجموعة الإقتصادية الأكبر عدداً و الأقل إهتماما و إستماعا لها.[2]

1-زوبيرأرزقي ،مرجع سابق،ص33.
2- بودالي محمد، حماية المستهلك فى القانون المقارن ، مرجع سابق،ص39.

و قد تضمنت هذه الرسالة أسسا هامة حددت حقوق المستهلك وهي:

-حق الأمان :the right to sefety أي حماية المستهلك من السلع الضارة بصحته و حمايته.

-الحق في الإعلام :the right to beinformed أي حق المستهلك في الحصول على إعلام موضوعي و كافي عن المنتجات و السلع، و حمايته من الإعلام المضلل والإشهار الخادع، وتقديم البيانات الدقيقة الكفيلة بإتخاذ الإختيار الأفضل و السليم.

-الحق في الإختيار :the right to choose و معناه حق المستهلك في الاختيار قصد الحصول على السلع و الخدمات تكون على جودة عالية مقابل دفع سعر معقول.

-حق الاستماع لهthe right to behead : و معناه أن الحكومة ستأخذ مطالب المستهلكين بعين الإعتبار عند وضعها للسياسة الحكومية، إضافة إلى عناية الإدارة بها، وإعتماد جمعيات المستهلكين لإسماع صوت المستهلك إلى الجهات المعنية.

و قد لعبت هذه الرسالة دورا مميزا و هاما في مسيرة حماية المستهلكين إذ أصبحت كشعار لدى أغلب دول العالم الحالي حيث لاقت رواجا كبيرا لاسيما بين الأوساط الشعبية التي تمثل الأغلبية بل حتى لدى السياسيين و رجال القانون، الأمر الذي أدى بالتشريعات الحديثة إلى تبنّي هذه الأسس كإحدى الركائز الأساسية التي تنطلق منها حماية المستهلك. [1]

في أفريل عام 1960نشات أول منضمة دولية تسمى المنظمة الدولية لحماية المستهلكين، تضم جمعيات المستهلكين لمختلف الدول كانت في البداية تظم 5 دول و في سنة 1995 بلغت في حدود 100 دولة و اكثر من 200 عضو و من بين أبرز أهدافها :

-تصديق و مساعدة و ترقية الجهود الحقيقية للتنظيم الذاتي للمستهلكين عبر العالم.

-عقد ملتقى دولي تستطيع المنظمات الوطنية فيه أن تعمل لصالح المستهلك و حل مشاكله.

-نشر الإعلام المتعلق بالمواضيع المرتبطة بمصالح المستهلك.

1- بودالي محمد، حماية المستهلك فى القانون المقارن، مرجع سابق،ص39

-منح المساعدة للدول النامية من اجل تطوير برامجها في تربية و حماية المستهلك بواسطة و كالات الأمم المتحدة.[1]

و تلى ذلك إنتقال حركة حماية المستهلكين إلى العديد من الدول في أوروبا و أهمها فرنسا، حيث أن الإهتمام بحماية المستهلك يتعدى النطاق الوطني لذا تبنت الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي نفس الوسائل القانونية لحماية المستهلك الأمر الذي يشكل حماية واسعة النطاق و فعالة في الوقت نفسه، و لعل أهم هذه الوسائل هو صدور عدة توجيهات أوروبية غرضها تنظيم العلاقات بين المحترفين و المستهلك في إطار عقود بيع السلع أو الخدمات و التي لا يمكن للدول الأعضاء مخالفتها إلاّ إذا كانت الحماية التي تخوله قوانينها الداخلية لأحد الدول أكثر حمايةً للمستهلك.[2]

الفرع الثاني: ظهور حركة حماية المستهلك في الجزائر

لقد مرت حركة حماية المستهلك بالجزائر بمرحلتين وهما:

أولا- المرحلة الأولى السابقة عن صدور قانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

يمكن هنا الإشارة إلى الغياب الكبير لحركة حماية المستهلك و الدفاع عنه و هذا يرجع لعدة أسباب من أبرزها:

-عاشت الجزائر بعد الإستقلال فراغ قانوني لم يسمح لها بالإهتمام بحركات حماية المستهلك إذ كانت أولويتها إستعادة السيادة الوطنية .

-التدخل المباشر للدولة في تنظيم الحقل الإقتصادي الأمر الذي لم يسمح بظهور الفئات والحركات التي تطالب بحقوق و حماية المواطن.

1- بودالي محمد ، حماية المستهلك فى القانون المقارن، مرجع سابق ، ص 46
2- زوبيرأرزقي ،مرجع سابق،،ص25.

-إتباع الجزائر للنهج الإقتصادي الإشتراكي على عكس فرنسا التي إنتهجت النظام الرأس مالي هذا الإختلاف أدى إلى صعوبة تطبيق القوانين الرامية إلى حماية المستهلك .

إلاّ أن المشرع الجزائري في هذه الفترة حاول مسايرة الوضع و ذلك بإصدار قانونين يمكن إدراجهما ضمن القوانين التي تهدف إلى حماية المستهلك إذ يتمثل الأول في 2الأمر رقم 47-75 الصادر بتاريخ 17 جوان 1975[1]، و كذا الأمر رقم 65- 76 المؤرخ في جويلية 1976[2]، بالإضافة إلى بعض النصوص الخاصة الواردة في القانون المدني الصادر بموجب الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 و المتعلقة بالسكوت التدليسي و الإلتزام بالإعلام و تلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية، وما يمكن الإشارة إليه في هذه المرحلة هو غياب الحماية الخاصة للمستهلك سواء من حيث النقص الكبير للنصوص القانونية و غياب للهيئات و الأجهزة التي تدافع عن مصالح المستهلك من جهة، و من جهة أخرى أن النصوص القانونية الموضوعة آنذاك لم تعرف مصطلح المستهلك بل تكتفي بذكر المشتري، المبيع...إلخ و هذا ما ينطبق على نصوص التقنين المدني.

ثانيا- المرحلة الثانية ما بعد صدور قانون 02 -89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

أولى قانون 02-89 حماية كبيرة للمستهلك فجاء متضمنا لثلاثون مادة تنص على حماية المستهلك و الإعتراف بحقوقه المشروعة و أهمها:

-الحق في السلامة من المخاطر التي تمس صحته و أمنه و مصالحه المادية .

-الحق في الحصول على منتوج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.

1-الأمر رقم 47-75 الصادر بتاريخ 17 جوان 1975 والذي إستحدث بموجبه المشرع الجزائري جرائم أدخلها إلى قانون العقوبات في الباب الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية.

2-الأمر رقم 65-76 المؤرخ في 16 جويلية سنة 1976، يتعلق بتسميات المنشأ، والغرض منه حماية المنتج أصلا إلاّ أنّها تمس كذلك هذه الحماية المستهلك، كما نص هذا الأمر على تعريف المنتج والمنتوج وعلى عقوبات ضد الإستعمال المباشر أو غير المباشر لتسمية منشأ مزورة أو منطوية على غش أو تقليد، كذلك ضد من يطرحون للبيع أو يبيعون منتجات تحمل تسميات منشأ مزورة أو مقلدة.

– حق التمثيل و التقاضي في إطار جمعيات المستهلكين و بالتالي الإعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.

– وجوب تدخل الأجهزة المختصة و ذلك باتخاذ إجراءات لازمة لرقابة جودة المنتوجات و الخدمات.

كما أن هذا القانون لعب دورا هاما في إرساء فكرة حماية المستهلك في المجتمع إذ أنّه يعد الركيزة الأساسية في بلادنا من أجل القول أنه توجد حماية خاصة بالمستهلك، ، إذ مع مرور الوقت و نظرا لتزايد حجم المنتوجات و تنوع الخدمات التي تزيد من فرص المخاطر التي تهدد المستهلك أصبحت الضرورة أكثر لتدخل المشرع و كذلك بسن قوانين خاصة، و العمل على دعم إنشاء مختلف الهيئات و الأجهزة الوطنية و المحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، و المرصد الوطني لمراقبة الرشوة و الوقاية منها و المجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطب العمل، شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية، مديرية المنافسة و الأسعار بالولاية، مفتشية مركزية للتحقيقات الإقتصادية و قمع الغش بوزارة التجارة...إلخ[1].

يبقى المتأمل في قانون حماية المستهلك أن هناك علاقة وطيدة تربط هذا القانون بغيره من القوانين الأخرى، خاصة التقنين المدني و كذا القانون التجاري الذي أصبحت نصوصه تتجاوب مع الغرض الذي أنشأت من أجله من خلال تنظيم الأعمال التجارية فيما بين الأعوان الإقتصاديين و كذا فئة المستهلكين، و في حالة مخالفة أحكام هذا القانون فإنه يتعرض مخالفها لعقوبات مدنية و جزائية، كم أنه تجدر الإشارة إلى أنتطور حركة حماية المستهلك سواء على المستوى الدولي أو في الجزائر أضحت مرهونة بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة حيث كثيرا ما أدت العوامل الإقتصادية المتحكمة في السوق إلى ظهور أزمات أثّرت على الحياة الإجتماعية و الإقتصادية للمستهلك، الأمر الذي يجعل توحيد و توطيد بين القواعد القانونية في مجال المنافسة أمر شديد الأهمية.[2]

1-علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص15.
2-زوبيرأرزقي ،مرجع سابق،ص28.

المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من الممارسات التجارية

يكتسي تنظيم المحيط التجاري بما يتناسب مع التحولات التي تشهدها الدولة أهمية بالغة خصوصا مع التطور الاقتصادي و كذا المبادرة التي أصبح يباشرها القطاع الخاص ،وبالموازاة مع الحرية التجارية التي منحت دستوريا سنت قوانين تحمي هذه الأنشطة من جهة ،و من جهة أخري تحمي المستهلك من التجاوزات الناتجة عنها.

إن لجوء الأعوان الإقتصاديين إلى إتخاذ بعض الأساليب لبسط نفوذهم في السوق و كذا تحقيق الربح السريع على حساب المستهلك بالدرجة الأولى أو على حساب الأعوان الإقتصاديين الآخرين دفع بالمشرع إلى اتخاذ التدابير اللازمة لوقف هذه الأعمال غير الشرعية، فقد أصدر بموجب قانون المنافسة العديد من القواعد التي تحظر اللجوء إلى استعمال مثل هذه الأنشطة، كما كان لازما البحث عن آليات قانونية تتماشى و واقع الحال و تحمي المستهلك و تقيه مما قد يسبب له ضرار جراء اقتناءه منتوجات و سلع و حتى خدمات لا تلبي الرغبة المشروعة لهذا الأخير و التي سعى المشرع لإيجاد التدابير الفعالة التي تقي المستهلك و تحميه في ظل اقتصاد السوق و الحرية الاقتصادية التي تتطلب فتح المجال لحركية السلع و الخدمات و بالتالي ارتأينا أن نقسم هذا المبحث إلي مطلبين ،نتناول في المطلب الأول حماية المستهلك من الممارسات المخالفة للتجارة و المطلب الثاني نتناول فيه الأطراف المكلفة بحماية المستهلك.

المطلب الأول :حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة.

حدد قانون المنافسة الممارسات التجارية المنافية للمنافسة و التي تقع تحت طائلة البطلان وذلك من خلال المواد 6،7،10،11،12 و لعل الملاحظة الأولية بخصوص هذه الممارسات تتعلق بتوسيع المشرع مجال الممارسات المنافية للمنافسة مقارنة بالأمر 95-06 و ذلك عن طريق إدخال بعض الممارسات ضمن قائمة الممارسات المحظورة، و عليه فإن الممارسات المنافية للمنافسة تتمثل حسب الأمر 03-03 المتعلقة بالمنافسة في :

- حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة
- حظر التعسف الناتج عن الهيمنة أو الإحتكار في السوق
- حظر التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية
- حظر البيع بأسعار منخفضة تعسفيا
- التجميعات المقيدة للمنافسة

أولا :حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة

حسب مقتضى المادة 6 من الأمر من رقم 03-03 المتمم بالمادة الخامسة من القانون رقم 08-12:"تحضر الممارسات و الأعمال المديرة و الإتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة أو الحد أو الإخلال بحرية المنافسة في سوق أو في جزء جوهري منه"[1]، يستخلص من هذه المادة أنّه لمنع الممارسات يجب أن تتوفر على شرطين هما : وجود اتفاق و أن يكون هدفه عرقلة أو المساس بالمنافسة .

1-: وجود شرط الاتفاق

يقصد بالإتفاق تبني خطة مشتركة بين مجموعة من الأعوان الإقتصاديين تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع و الخدمات و لا يقوم الإتفاق في غياب هذا الشرط، و بتعبير آخر يتحقق هذا الاتفاق بمجرد انصراف إرادة كل مؤسسة معينة بسلطة القرار

1-جلال مسعد، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة تيزي وزو،2012، ص41.

إلى الانضمام أو الانخراط في قالب مشترك يشكل سلوك جماعي لمجموعة من المؤسسات مما قد يؤثر على الاستقلالية المعترفة لكل منها، ونستخلص مما تقدم أن للاتفاق عناصر أساسية تدور كلها حول محور استقلالية المؤسسات وهي ثلاث عناصر، عنصر توافق الإرادات بين مؤسسات مستقلة، عنصر حرية التراضي و عنصر حرية اتخاذ القرار.

إن مسألة استقلالية إدارة الأطراف ذات أهمية في تكييف الاتفاق بحيث تطرح أساسا في العلاقات القائمة بين المؤسسات التابعة لنفس التجمع كذلك تلك العلاقات التي تربط الشركة الأم بأحد فروعها و لا سيما إذا كانت الشركة الأم هي التي تراقب أعمال فروعها، فهذه الصورة إذن تفلت من تطبيق أحكام المادة 06 من قانون المنافسة .[1]

2-: مساس الإتفاق بقواعد المنافسة

إلى جانب تحقق شرط وجود الاتفاق ، ينبغي البحث عن الآثار التي يرتبها على حرية المنافسة لأنّمساس الاتفاق بقواعد المنافسة هو عدم مشروعيته من هذه الناحية، مع الإشارة إلى أن عدم المشروعية هذه إنما تقدر وفقا لقواعد المنافسة، وعليه فإن أطراف الاتفاق قد تراعى فيه الأنظمة الداخلية للمؤسسات المعنية و كذا المواثيق النقابية أو المهنية الخاضعة لها الأطراف المتفقة، و مع ذلك يكون هذا الاتفاق غير مشروع إذا كان يهدف مباشرة إلى المساس بالمنافسة أو يمكن أن يؤثر عليها أو يحد منها، و إن كان لا يهدف مباشرة إلى ذلك، و هذا بالضبط ما نصت عليه المادة 6 من الأمر 03-03 و إن كان يعاب عليها من حيث الصياغة أنها استعملت عبارة "يهدف" أو "يمكن أن يهدف" و الأصح أن الاتفاق يمكن أن يهدف من البداية إلى عرقلة المنافسة و لكنه يؤثر عليها بطريقة غير مباشرة و مهما يكن فالمقصود هو توافر شرط التأثير على المنافسة سواء أكان هذا التأثير حقيقيا أو مفترضا، غير أنه إذا كان الإجماع حاصل حول عدم مشروعية الاتفاق عندما يكون مخل بقواعد المنافسة، فإن نصوص قانون المنافسة لم تحدد درجة هذا الإخلال حتى يعتبر الاتفاق مخالفة تستوجب العقوبة الأمر الذي يجعل السلطة المختصة تتردد في تقدير وجود المخالفة.[2]

1-كتو محمد الشريف، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة الإدارة عدد 23 ،سنة 2002، ص59.
2-بوحلايس إلهام، الإختصاص في مجال المنافسة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة منتوري، 2004-2005، ص10

3- العلاقة السببية بين الاتفاق و المساس بالمنافسة

يعتبر عنصر السببية من الأمور التي تساعد مجلس المنافسة في معرفة اتجاه إرادة المتعاملين الاقتصاديين إلى تحقيق مقصد غير مشروع من وراء الاتفاق المبرم فيها بينهم، إذ لا يمكن اللجوء مباشرة إلى تجريم الاتفاقيات المبرمة بين الإطراف المتواطئة فيه دون أن يثبت وجود عرقلة أو آثار سلبية على حرية المنافسة.

فمتى ثبت وجود عرقلة لحرية التجارة في السوق أو أدى ذلك الإتفاق إلى المساس ولو بجزء جوهري من السوق فهو دليل على تحقق شرط الإتفاق المعاقب عليه، مع العلم أن قانون المنافسة في مادته السادسة نص على الإتفاقات غير المشروعة على سبيل المثال فقط لا على سبيل الحصر، حيث يمكن للسلطات المعنية كمجلس المنافسة في هذه القضايا أن يعاقب كل ممارسة تجارية قامت بتقييد المنافسة الحرة توصف بأنّها أخذت شكل اتفاقية، الأمر الذي قد يثير مخاوف المتعاملين الاقتصاديين عند إبرام الاتفاقات فيما بينهم حتى ولو كان غرضها مشروع، إذ يمكن ذلك المساس بمصالح وأعمال هذه الأخيرة الأمر الذي دفع بالمشرع في قانون المنافسة إلى ضرورة إرفاق عريضة إخطار مجلس المنافسة بعناصر إثبات مقنعة لا يمكن أن تكون مجرد تقديم لبعض العناصر التي من شأنها إحتمال وقوع ممارسات غير نزيهة، فالسلطة المكلفة بالمتابعة هي التي يجب عليها إثبات الممارسات، وهذا المبدأ تقليدي في قانون العقوبات و نقل إلى مجال تطبيق قانون المنافسة رغم أن هذا القانون ليس له طابعا جنائيا.[1]

ثانيا:التعسف الناتج عن الهيمنة أو الاحتكار في السوق

إن الممارسات التعسفية الناتجة عن الهيمنة أو الاحتكار في السوق تعتبر من الممارسات المنافسة للتجارة، حيث ينتج عن ذلك الإضرار بالسوق مما ينعكس سلبا على المستهلك على الرضوخ، هذا وقد تطرق المشرع الجزائري لهاتين الحالتين بموجب المادة 7 من قانون المنافسة.

1- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص .364

1-: التعسف الناتج عن الهيمنة في السوق

لقد تطرق قانون المنافسة للتعسف الناتج عن الهيمنة في السوق من خلال المادة 07 والتي تنص عل أنّه:" يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو إحتكار لها أو على جزء منها قصد:

-الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،

-تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الإستثمارات أو التطور التقني.

-إقتسام الأسواق أو مصادر التموين.

-عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لإرتفاع الأسعار وإنخفاضها.

-تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يحرمهم من منافع المنافسة.

-إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية".

تعتبر الهيمنة بمثابة القوة الاقتصادية التي تحوزها مؤسسة ما، و التي بها أو بموجبها تستطيع أن تعرقل المنافسة في السوق، كما صدر المرسوم التنفيذي رقم 175-05 المؤرخ في 12 مايو سنة 2005 الذي يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الإتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق[1] فهذا التصريح يقدمه مجلس المنافسة بناء على طلب من المؤسسات المعنية بهدف عدم التدخل لإنعدام السبب في ذلك، متى كان الطلب موجها من طرف المؤسسات المعنية مباشرة، أما إذا كان الطلب مقدما من قبل ممثلوا هذه الأخير فلابد من إستظهار تفويضا مكتوبا يبين فيه الصفة التمثلية المخولة لهم.

1-أنظر المرسوم التنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق 12 مايو سنة 2005، يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق، جريدة رسمية عدد 35، الصادرة سنة 2005.

2-: التعسف الناتج عن احتكار السوق.

يمكن لوضعية الاحتكار أن تكون مجسدة لوضعية الهيمنة في السوق إذا كانت المؤسسة تحوز على معظم حصص السوق، هذاما يجعلها لا تخضع إلى أية منافسة، و بهذا تكون قد حققت تمركزا أكيدا للقوة الاقتصادية، ففي هذه الحالة يكون الفعل المحظور غير متجسد في مجرد الهيمنة على السوق، و إنما يتمثل في استغلال هذه الهيمنة، فكما هو معروف منذ القدم فإن من يمتلك الحيازة على السلطة يكون قابلا للتعسف بها، لأن كل متعامل اقتصادي يسعى دائما وراء تحقيق موقع هيمنة و سيطرة في السوق، ولا شك أن السعي لتحقيق ذلك يساعد كثيرا على تفعيل المنافسة إن لم يكن مقترنا بالتعسف في استعمالها[1] وأدرج المشرع موضوع الاحتكار ضمن المادة 07 إلى جانب التعسف في وضعية الهيمنة على السوق، و لعل الحكمة من ذلك هو رغبة المشرع في تحقيق توازن في العقود المبرمة بين أطراف غير متكافئة في القوة، و ذلك عن طريق منع إساءة استعمال القوة الاقتصادية التي يحوزها الطرف القوي المحتكر لجميع حصص السوق أو جزء منها.

ثالثا: التعسف في حالة وضعية التبعية الاقتصادية

تحظر المادة 11 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة[2]، و قد عرفت المادة03 فقرة 5 من قانون المنافسة وضعية التبعية الإقتصادية على أنها:" هي العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونًا أو ممونا.

لقد ركّز المشرع على الطرف الضعيف بين الأعوان في هذه العلاقة التجارية، إذ أن الأصل أن يكون لكلا الطرفين نفس الحقوق عند إبرام العقد، ولكن في هذه الحالة يكون لمؤسسة ما قوة تهيمن بها على باقي المؤسسات الأخرى لأن هذه الأخيرة مجبرة على التعاقد بالشروط التي

1- عماري بلقاسم ، مجلة المنافسة ، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء ، الدفعة 14 ، السنة الدراسية 2003-2004 ، ص60 .

2- أنظر المادة 11 من الأمر رقم 03-03 ، المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424، الموافق ل 19 يوليو سنة 2003المتعلق بالمنافسة .

تفرضها عليها المؤسسة الأولى، ففي حال إبرام العقود معها للحصول على السلعة أو الخدمة تكون خاسرة نظراً لما ستدفعه كمقابل، وإذا ما رفضت التعاقد فيعني توقف الأعمال والمشاريع الإقتصادية التي تقوم بها، ففي كلتا الحالتين يكون المستهلك هو المضرور الأول والأخير في مثل هذه العلاقات التعسفية المبرمة بين المؤسسات ونجد من أمثلة الممارسات التعسفية الناتجة عن التبعية الإقتصادية يمكن أن نذكر تلك المتعلقة بالأسعار و شروط البيع، حيث كلّما كانت الممارسات ترمي إلى إلزام إعادة البيع بسعر أدنى، أو كانت مقرونة بإقتناء كمية دنيا، أو كان البيع تمييزيا أعتبرت ممارسة مقيدة تتعارض مع مبادئ المنافسة النزيهة.

وعليه فالمعيار الوحيد الذي يقاس به مدى قيام عنصر التبعية الإقتصادية غير المشروع هو التعسف في إستعمال هذه القوة الإقتصادية وتأثير هذا الأخير سلبا على السريان الحسن المنافسة.[1]

رابعا : البيع بأسعار منخفضة تعسفيا

لم يعطى تعريف فقهي أو تشريعي لهذه الممارسة لذلك نعمد لإستبيان مفهومها من خلال نص المادة 12من الأمر03/03 و التي نصت أنه "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج و التحويل و التسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق".[2]

وعليه فإن الهدف من حظر مثل هذا النوع من البيوع يعود بين الأعوان الاقتصاديين بالدرجة الأولى وكذا الأضرار الذي قد يلحق بالمؤسسات الأخرى التي تزاول نفس النشاط الإقتصادي مع العلم أن القانون المدني لا يمنع من البيع بسعر أدنى من سعر السلعة الحقيقي وهو ما يعرف بالبيع بطريق الوضيعة أي بخسارة جزافية أو بخسارة بنسبة مئوية من رأس المال

1- كتو محمد الشريف ، المنافية للحرية التنافسية في الجزائر، المرجع السابق ،ص 366 .
2- تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر2013، ص 231 .

إنطلاقا من كون قانون المنافسة جاء مكرسا لمبدأ تحرير الأسعار بمعنى أن التحديد يجب أن يكون تلقائيا من قبل السوق و بالتالي على كل مؤسسة احترام هذا التحديد، أي يمنع عليه البيع بسعر آخر منخفض لان ذلك من شأنه أن يفقد السوق توازنه مما يمس بمصالح بقية المؤسسات و اختلال مبادئ المنافسة و عدم استقرار الأسعار و تذبذب مصالح المستهلكين كون أن المستهلك يصبح مسيرا لا مخيرا كما أن هناك من يرى أنها وسيلة إشهار تؤدي إذا أحسن استعمالها إلى ارتفاع المبيعات و كثيرا ما تجد هذه الممارسة تطبيقها في المراكز الكبرى للتوزيع حيث تعرض بعض السلع أو المنتوجات للبيع بأسعار زهيدة لكن في الوقت ذاته و بالتوازي تعرض سلع بأسعار معقولة و بهوامش ربح معتبرة بموجبها فيقع المستهلك في هذا الفخ.[1]

خامسا:التجميعات المقيدة للمنافسة

يتميز اقتصاد السوق بظاهرة اقتصادية تتمثل في تجميع أو تركيز المؤسسات الاقتصادية الذي يساعد على تكوين و إنشاء وحدات اقتصادية ضخمة ،بغرض السيطرة و التحكم في النشاط الاقتصادي ومراقبته، و إذا كانت حرية المبادرة الخاصة تخول للأعوان الاقتصاديين الحق في الإندماج و أخذ المساهمات المالية و إنشاء المؤسسات المشتركة،و كان لزاما على المشرع أن يجد ضمن نصوص قانون المنافسة ما من شأنه أن يمنع هذا التركيز الاقتصادي من التأثير سلبا على المنافسة ،وتحقيقا لهذا الهدف تناول الأمر 03-03 التركيز الاقتصادي بشيء من التفصيل حيث أفرد له فصلا كاملا تحت عنوان التجمعات الاقتصادية .

لقد أتى المشرع بتعريف في نص المادة 15 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة للتجميع الاقتصادي و إن كان ذلك بطريقة مختلفة عن المألوف بصدد التعاريف ، حيث لم يعط مفهوما للتجميع الاقتصادي كما فعل مثلا بشأن وضعية الهيمنة أو التبعية الاقتصادية ، و إنما اقتصر على بيان الوسائل التي يتحقق بها التجميع في قانون المنافسة .[2]

1- لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2013، ص360 .
2- بوحلايس الهام ، المرجع السابق ،ص 32.

1-: نطاق مراقبة التجميع

لقد نصت المادة 18 من قانون المنافسة على أنه :" تطبق أحكام المادة 17 أعلاه، كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40 % من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة ." في فهم من نص هذه المادة أن المشرع وضع حدا أو نسبة مئوية لا يجوز للأعوان الاقتصاديين تجاوزها وهي 40 % مما يعني أن العمليات التي تقل عن ذلك لا تخضع للمراقبة.

2-: شروط ممارسة الرقابة على التجميع

حتى تكون مراقبة التجميع مشروعة لا بد من توفير شروط و إلا كانت باطلة، و من جملة الشروط الواجب توافرها حتى يقع التجميع تحت طائلة المراقبة نذكر:

أ-: أن يكون تعزيز لوضعية الهيمنة في السوق

لبلوغ المؤسسة الاقتصادية لتعزيز وضعيتها حتى تهيمن في السوق لابد من أن يكون لها حصة معينة في السوق المرجعي الذي تزاول فيه نشاطها، و كما أشرنا سابقا أنه لابد لممارسة الرقابة على التجميع أن يكون هذا الأخير محققا لنسبة 40 % فما أكثر من المبيعات أو المشتريات المنجزة في السوق، فلما كان تقدير حجم التجميع يعود إلى السوق فإنه يعتمد في ذلك على عدة عناصر منها على وجه الخصوص تقييم الاستهلاك الوطني للمنتوج المهني بالإضافة إلى تحديد رقم الأعمال المنجزة في السوق من طرف المعنيين بعملية تجميع[1]

ب- المساس بالمنافسة

يعتبر شرط المساس بالمنافسة من أهم السلوكات التي تسمح لمجلس المنافسة بالتدخل لمراقبة التجميع حيث أنه لا تخضع مشاريع أو عمليات التجميع للمراقبة إلا إذا كان من شأنها إلحاق الضرر بالمنافسة و هذا ما نصت عليه المادة 17 من قانون المنافسة على أن : "كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة، و لا سيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما .."

1- زوايمية رشيد، قانون النشاط الإقتصادي- مبدأ المنافسة الحرة- كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة 1998- 1999، ص10.

إنّ مراقبة التجميع لا يعني بالضرورة معاقبة الأعوان الاقتصاديين الذين أقامو التجميع و إنما الغرض منه هو ضبط هذا النشاط لمنع التعسف الذي قد ينجم عن التجميع.

يمكن لمجلس المنافسة طبقا لأحكام المادة 19 من قانون المنافسة بأن يرخص بالتجميع أو يرفضه و ذلك بمقرر معلل، أما الفقرة الثانية من نفس المادة فهي تنص على إمكانية قبول التجميع لكن بشرط أن يهدف هذا التجميع إلى تخفيف آثاره على المنافسة، فهنا الأمر لا يتعلق بممارسة منافية للمنافسة و إنما هو ممارسة تساهم في ترقية المنافسة، كما أن شرط تخفيف أثر التجميع يمكن أن يفهم منه كسب في قبول التجميع[1]،كذلك يمكن قبول التجميع و أن يرخص به من قبل الحكومة تلقائيا حتى و إن كان محل رفض من طرف مجلس المنافسة متى كانت المصلحة العامة في ذلك.[2]

المطلب الثاني :الأطراف المكلفة بحماية المستهلك

نتيجة الأضرار التي يتعرض لها المستهلك من قبل الأعوان الاقتصاديين، هذا ما دفع بالمشرع إلى إنشاء أجهزة متخصصة في ميدان الرقابة و الدفاع عن حقوق المستهلك و السهر على توفير حماية كاملة له ، ويتجلى دور هذه الأجهزة في المقام الأول بمساعدة المستهلك في الحصول على ما يلزمه من منتجات و خدمات من جهة، و حظر الأعمال التي من شأنها الإضرار بسلامته الجسدية من جهة أخرى ، فمن خلال هذا المطلب سنقوم بدراسة هذه الأجهزة.

الفرع الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

أولا : وزارة التجارة

تعتبر وزارة التجارة الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك سواء كان على المستوى المركزي أو الداخلي ،حيث تمارس نشاطها وفق التنظيم الساري المفعول للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ 17 شوال 1423 هجرية الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 ميلادية المتضمن

1- مضمون المادة 19 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم .
2 - مضمون المادة 21 من القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة، معدل و متمم.

تنظـيم الإدارة المركزيـة فـي وزارة التجـارة[1]،وبنـاء علـى المرسـوم التنفيـذي 14-18 المعـدل و المـتمم للمرسـوم التنفيـذي 02-454 الـذي يحـدد صـلاحيات وزيـر التجـارة مـن خـلال نـص المـادة 05 منه ومن أبرزها :

- يحـدد بالتشـاور مـع الـدوائر الوزاريـة والهيئـات المعنيـة شـروط وضـع السـلع والخـدمات رهـن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن
- يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من اجل تطوير الرقابة الذاتية
- تشـجيع تنميـة مخـابر الجـودة والتجـارب يقتـرح الإجـراءات والمنـاهج الرسـمية للتحليـل فـي مجـال الجودة
- يسـاهم فـي إرسـاء قـانون الاسـتهلاك وتطـويره يشـارك فـي أشـغال الهيئـات الدوليـة والجهويـة المختصة في مجال الجودة
- و مـن أهـم المصـالح التابعـة لـوزارة التجـارة المكلفـة بحمايـة المسـتهلك وتنظـيم المنافسـة نـذكر منها :

1 – على المستوى المركزي :

بـالرجوع إلـى المرسـوم التنفيـذي رقـم 14- 18 المـؤرخ فـي 19 ربيـع الأول عـام 1435 الموافـق 21 يناير سـنة 2014 ميلاديـة والمتضـمن تنظـيم الإدارة المركزيـة فـي وزارة التجـارة [2] فإنـه خـول لكـل مـن المديريـة العامـة لضـبط النشـاطات وتنظيمهـا وكـذا المديريـة العامـة للرقابـة الاقتصـادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة

أ-المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها :

هـذه المديريـة لهـا علاقـة بحمايـة المسـتهلك حـددت مهامهـا و المـديريات التابعـة لهـا المـادة 03 المرسوم التنفيذي 454/02 نذكر منها.

1- مرسوم تنفيذي رقم 02 – 454 المؤرخ في 17 شوال 1423هـ الموافق ل 21 ديسمبر 2002 بصدد صلاحيات وزير التجارة جريدة رسمية عدد85 الصادرة في 22 ديسمبر 2002

2- مرسوم تنفيذي رقم 14 – 18 مؤرخ في 19 ربيع الاول 1435هـ الموافق ل 21 يناير سنة 2014 المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة

- السهر على السير التنافسي للأسواق و اقتراح كل التدابير السامية إلى تطوير قواعد و شروط المنافسة النزيهة.
- المشاركة في تحديد السياسة الوطنية و كذا التنظيمات المتعلقة بترقية و جودة السلع و الخدمات و بحماية المستهلكين.
- تفعيل المؤسسات التابعة لقطاع التجارة والتي لديها مهام في مجال تنظيم السوق[1].

ب-المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش :

تتنوع المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش حسب ما هو منصوص عليه في المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 14 – 18 السالف الذكر والمنظم الإدارة المركزية في وزارة التجارة حيث يقوم بمراقبة الجودة وقمع مكافحة الممارسات المضادة للمنافسة وكذا محاربة الممارسات التجارية غير المشروعة مما تسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش مع العمل على تدعيم وظيفة المراقبة و تطويرها بالإضافة إلى القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص النقائص التي تمس السوق [2] وتحتوي على أربع (04) مديريات و هي :

مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش

مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة

مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية [3]

1- أشغال الملتقى الوطني الخامس، الحماية القانونية للمستهلك ،جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، كلية الحقوق، يومي 16-17 ماي 2012 ، السنة الجامعية 2011-2012 ، ص26-27.
2- مضمون المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 14 – 18 السالف الذكر
3- أشغال الملتقى الوطني الخامس، مرجع سابق،ص28 -29.

2- على المستوى المحلي :

جاء المرسوم التنفيذي رقم 11 – 09 المؤرخ في 15 صفر عام 1432 هجرية الموافق 20 يناير 2011 ميلادية المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحيتها وعملها بالرجوع الى نص المادة 02 من هذا المرسوم فإنه : " تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل : "

مديريات ولائية للتجارة (48) ومديريات جهوية للتجارة (09) [1].

عمل المشرع على إنشاء هيئات متخصصة لمراقبة المنافسة النزيهة ، وتكمن هذه الهيئات في :

أ-المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC):

يعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147المؤرخ في 6 محرم عام 1410 هجرية الموافق 08 غشت سنة 1989 ميلادية المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 04 شعبان عام 1424 هجرية الموافق 30 سبتمبر 2003 ميلادية الذي يبين تنظيمه وعمله يعد المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، و يعين مديرا لتمثيل المركز، تتجلى أهداف المركز في مجال حماية صحة المستهلك وأمنه، والسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها[2]، كما يقوم في مجال الرقابة بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول إلى اكتشاف أعمال الغش والتزوير، ومخالفة التشريع الساري والعمل به في مجال نوعية السلع والخدمات .

1 - مرسوم تنفيذي رقم 11 – 09 المؤرخ في 15 صفر 1432 الموافق ل20 يناير 2011 متضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها المادة 02

2- مرسوم تنفيذي رقم 89 – 147 المؤرخ في 06 محرم 1410 هـ الموافق ل 8 غشت سنة 1989 م المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03 – 318 المؤرخ في 04 شعبان 1424 الموافق ل 30 سبتمبر 2003 الذي ينظم عمل مجلس الوطني لحماية المستهلك (CNPC)

ب-شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ) :

جاء تنظيم هذه الشبكة من خلال المرسوم رقم 355/96 المؤرخ في جمادى الثانية عام 1417 هجرية الموافق 19 أكتوبر 1996 المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97 – 459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية و تنظيمها، يسير هذه الشبكة مجلس يضم 65 عضو و رئيس و 5 نواب ينتخبون لمدة 3 سنوات، بحيث تهدف هذه الشبكة إلى تطبيق سياسة ترمي إلى حماية الاقتصاد الوطني و ضمان حماية و أمن صحة المستهلك[1].

ثانيا : دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

يتمتع المجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرارات وإبداء الآراء حول جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه سواء كان ذلك بمبادرة منه أو عن طريق التدخل التلقائي أو كلما طلب منه ذلك عن طريق الأشخاص المؤهلة لذلك قانونا[2].

1 -الدور الإستشاري لمجلس المنافسة :

يعتبر مجلس المنافسة الجهة الرسمية التي يلجأ إليها جميع الفاعلين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، ابتدءا من السلطة العامة وصولا إلى جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية والنقابية وكل الأشخاص والهيئات التي لها أن تستشير المجلس حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة وتأتي صلاحيات المجلس الاستشارية، كما تتنوع الاستشارة التي يقدمها مجلس المنافسة إلى استشارة إلزامية التي تكون فيها الجهة المعنية ملزمة وجوبا باستشارة المجلس، كما تكون استشارة وجوبا في حالة خروج الدولة عن مبدأ حرية الأسعار وفي حالة التجمعات الاقتصادية المادتين 5 – 17 من الأمر 03 – 03 .

أما الاستشارات الاختيارية فقد ترك المشرع لجهات معينة المجال مفتوحا في استشارة مجلس المنافسة ومنحها حرية الاختيار في إمكانية القيام بذلك أو الامتناع عنه، وقد نصت على هذا النوع من الاستشارة كلا من المادة 35 – 38 من الأمر 03 – 03 فقد قام المشرع

1- اشغال الملتقى الوطني الخامس ، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق ، ص 29-30.
2- مضمون المادة 34 من القانون 08 – 12 المتعلق بالمنافسة ، معدل ومتمم.

من خلال هاتين المادتين بتعداد الأشخاص والجهات التي يكون لها حق اللجوء إلى استشارة مجلس المنافسة اختياريا ، ممثلة في الحكومة والمؤسسات والهيئات والجمعيات المختلفة وكذا الجهات القضائية[1]، غير إن حرية الاختيار الممنوحة لهاته الهيئات والجمعيات مقيدة بموضوع الاستشارة التي يشترط أن يتعلق بمسائل محددة لها علاقة بالمنافسة .

2- الدور القمعي لمجلس المنافسة:

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحية قمع الممارسات المنافية للمنافسة من شأنها المساس بشفافية السوق ، غير أن صلاحية المجلس محدودة فقط على محاربة الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة ، وذلك بعدما يتم إخطاره من قبل الهيئات المخول لها قانونا أوأن يتم مباشرة ذلك بنفسه ، لقد وضع قانون المنافسة قواعد إجرائية تنظم سير إعماله تبدأ بمجرد إخطار المجلس كإجراء أولي ، حسب ما هو منصوص عليه في المادة 44 من قانون المنافسة، [2] المرحلة التالية للإخطار المقدم لدى مجلس المنافسة تفتح المجال لهذا الأخير لان يفتح تحقيقا قصد إثبات وقوع ممارسات و أفعال يحظرها قانون المنافسة .

ثالثا : دور إدارة الجمارك :

يظهر مهام إدارة الجمارك في مراقبة حركة دخول و خروج الأفراد و السلع و يرتكز نطاق رقابتها في المجال الاقتصادي و كذا المجال الأمني.

أ- حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك :

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة ، لذا فقد اقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم والتي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45%، كما يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة

1- مضمون المادتين 35 – 38 من القانون 03 – 03 المتعلق بالمنافسة ، السالف الذكر
2- تنص المادة 44 الامر 03 – 03 المتعلق بالمنافسة ، السالف الذكر على أنه : " يمكن ان يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة ...."

محكمة لحماية السوق وكذا حماية المتنافسين فيما بينهم ، لكن دون أن تكون إدارة الجمارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك.

بصفة عامة وقد خولت المادة 241 الفقرة 01 من قانون الجمارك حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث نصت على انه : " يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش ، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها " ويجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل مخالفة [1] كذا إذا تعلق الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر الجزائري البريأن تطالب تدخل السلطات المدنية والعسكرية ومد العون لهم فور طلب ذلك منهم لتمكينهم من أداء مهامهم [2].

1) ضمان أمن وسلامة المستهلك :

بالرجوع للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته أو وضع حد لكل منتوج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتوج المحلي ، حيث يتمثل الدور الأمني الذي تلعبه الجمارك حماية سلامة وصحة المستهلك في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة . كما يمكن دور أعوان الجمارك في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذلك وسائل النقل مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضاء صريح من المعني بالأمر وفي حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك [3].

1- مضمون المادة 241 فقرة 01 من قانون الجمارك الجزائري
2- مضمون المادة 35 فقرة 03 من قانون الجمارك الجزائري
3- مضمون المادة 42 فقرة 01 من قانون الجمارك الجزائري

رابعا: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

بالنظر إلى المنصب الذي يتمتع به كل من الوالي و رئيس المجلس الشعبي البلدي فيمكن لكل منهما في إطار صلاحياته في تسيير الإدارة المحلية أن يتدخل لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع.

1 : مسؤولية الوالي اتجاه المستهلك

في إطار الدفاع عن مصالح المستهلكين يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن هذه المصالح ، و ذلك من خلال إشرافه على المديريات الولائية للمنافسة و الأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة و الأسعار و مراقبة النوعية و الغش.

و بالرجوع إلى القانون رقم 12-07 المتعلق بالولاية من خلال المادة 96 منه التي نصت على أنه ،[1] يكون:" الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام و الأمن و السلامة و السكينة العامة" فتطبيقا لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك إذ نصت عليه المادة 97 من ذات القانون أنه "توضع تحت تصرف الوالي مصالح الأمن لتطبيق القرارات المتخذة في إطار المهام المنصوص عليها في المادة 96 أعلاه" و عليه و من أجل حماية المستهلكين يتعين على الوالي بصفته ممثلا للحكومة اتخاذ جميع الإجراءات و التدابير التي من شأنها أن توفير الحماية اللازمة للمستهلك .

2: مسؤولية رئيس المجلس الشعبي البلدي اتجاه المستهلك

يعتبر رئيس المجلس الشعبي البلدي ضابط الشرطة القضائية، أما فيما يخص اختصاصاته فإنه بالرجوع إلى نص المادة 88 من القانون 11- 10 المتعلق بالبلدية[2] فإنه: " يقوم رئيس المجلس الشعبي البلدي تحت إشراف الوالي بما يأتي:

1- القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 الموافق ل 21 فبراير سنة 2012 ، المتعلق بالولاية ، الجريدة الرسمية رقم 12 الصادرة في 29 فبراير 2012.
2- مضمون المادتين 88 و94 فقرة 2و8 من القانون رقم 11-10 المؤرخ في 02 رجب عام 1432 الموافق ل 22 يونيو سنة 2011 ، المتعلق بالبلدية ، ج ر عدد الصادرة سنة 2011.

السهر على حسن النظام و الأمن العموميين و على النظافة العمومية "كما يتولى إلى جانب ذلك طبقا لنص المادة 94 فقرة 2 من نفس القانون." السهر على المحافظة على النظام العام و أمن الأشخاص و الممتلكات ، أما الفقرة 8 فإنها تنص على أنه يتولى: "السهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع.

الفرع الثاني : دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك

تتمتع الأجهزة القضائية بقدر من السلطات من خلال تدخلاتها في عمليات البحث والتحري وأكثر من ذلك تمتعها بسلطة توقيع العقاب على المخالفين وذلك بمتابعة المتدخلين في الحياة الاقتصادية أمام المحاكم متى كانت سلوكهم و أفعالهم ضمن الجرائم المعاقب عليها قانونا .

أولا : دور القضاء في حماية المستهلك

تتمتع الجهات القضائية بدور فعال خاصة في مجال حماية المستهلك، و يكمن ذلك من خلال فرض الجزاء على قمع المخالفات والجرائم الاقتصادية ، وهذا ما نصت عليه المادة 6 من قانون الممارسات التجارية [1]وعليه يتم تحريك الدعوى العمومية للنيابة العامة من قبل المستهلك أو ضابط الشرطة .

1/ النيابة العامة ودورها في حماية المستهلك

النيابة العامة هي الهيئة القضائية المنوط بها تحريك الدعوى العمومية و مباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع ، بهدف إصدار الجهات العقابية لجزاء ضد الجاني لإرتكابه جرم المساس بالمستهلكين منها جرائم الغش و الخداع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية ، ويجب تبليغها و إعلامها بوجود الجرائم الواجبة لرفع هذه الدعوى ، و لهذا تم تزويد أعوان رقابة الجودة و قمع الغش و غيرهم من أجل معاينة الجرائم ، و إبلاغ النيابة العامة بها ، كما يتحقق علم النيابة بواسطة الشكوى التي يرفعها المستهلك نفسه.[2]

1- تنص المادة 06 من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية على أنه : " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية

2- أشغال الملتقى الوطني الخامس ، الحماية القانونية للمستهلك، مرجع سابق، ص 33.

2/ دور قضاة الحكم في حماية المستهلك

يعتبر القضاء الجهة المخول لها النظر في النزاعات المرفوعة أمامها ، سواء كانت النزاعات تجارية التابعة للأقسام التجارية أو الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بالتعويض أو تنفيذ العقود المبرمة ، و عليه فالمستهلك له الخيار في رفع الدعوى في القضاء الجزائي كطرف مدني ، أمام القسم المدني أو أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية .[1]

ثانيا : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

طبقا لنص المادة 13 فقرة 1 من القانون رقم 08 – 09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية على أنه : " لا يجوز لأي شخص التقاضي مالم تكن له صفة ، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون "[2] ، ويكون ذلك بعريضة مكتوبة موقعة ومؤرخة ، ولما كان المستهلك فردا من أفراد المجتمع فإنه يحق له اللجوء إلى القضاء لحماية مصالحه المادية والاقتصادية فضلا عن طلب التعويض عما أصابه من ضرر ناتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة.

1/ ثبوت حق المستهلك في رفع الدعوى القضائية

تعتبر الدعوى القضائية الوسيلة الفعالة التي يلجأ إليها المستهلك قصد الدفاع عن مصالحه وحمايتها ، وذلك بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر هدفه وقف الأعمال غير المشروعة والمنافية للمنافسة كما يحق للمستهلك الحصول على حقه سواء بالدعاوى الفردية أو الدعاوى الجماعية، أو عن طريق المطالبة المدنية أو الجنائية ، و هذه المبادرة يجب أن تتم من قبله[3].

1- ارزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص 188.
2- القانون رقم 08 – 09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية ، ج ر عدد 21 ، الصادرة في 23 أبريل 2008
3- السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد دراسة مقارنة ، دار الجامعية للطباعة و النشر ، سنة 2003 ،ص 252.

2/ حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة فإنه يتعين على المستهلك أن تتوفر فيه شروط معينة إلى جانب الشروط المعروفة لقبول الدعوى، وهي : الخطأ بحيث لا تتحقق المسؤولية إلا إذا كان هناك خطأ قد ارتكب كون أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة توجب إثبات الخطأ[1]، أما الضرر فيميز بالنسبة لدعوى المنافسة غير المشروعة عن غيرها باعتبارها دعوى وقائية فضلا عن أنها دعوى علاجية تهدف إلى تفادي وقوع الضرر، فلا يكفي حدوث خطأ من التاجر بل يجب أن ينجم عن خطئه ضرر للغير ، [2] وسواء كان الضرر ماديا ينال المضرور ينال المتضرر في أمواله أو أدبيا يناله في سمعته واعتباره المالي وسواء كان الضرر صغيرا أو كبيرا ، أما الشرط الثالث فيتمثل في العلاقة السببية بحيث يجب ان تقوم رابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة أي ضرر للمدعي[3] .

الفرع الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك

اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك بموجب القانون رقم 89 – 02 السالف الذكر المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغي بموجب القانون 09 – 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، فقد نظمه المشرع بموجب القانون رقم 12 – 06 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 هجرية الموافق 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالجمعيات [4] حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالأهلية المدنية بمجرد تأسيسها، كما أعطى المشرع الضوء الأخضر لهذه الجمعيات بمزاولة نشاطها سواء على المستوى الوطني أو المحلي في إطار الدفاع عن جماعة المستهلكين .

1- راجع : د. عزيز العكيلي ، الوجيز في القانون التجاري ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2000 ، ص91

2- نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1994 ، ص179

3- عزيز العكيلي ،المرجع السابق ،ص92

4- قانون رقم 90 – 31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990 ، متعلق بالجمعيات ، جريدة رسمية ، عدد 53 الصادرة سنة 1990

أولا : التدخل الوقائي لحماية المستهلك

هو ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وامن المستهلك وسلامة من الأضرار التي قد تلحق به من طرف المهنيين وغيره من المتدخلين الاقتصاديين الذين يسعون إلى تحقيق اكبر ربح ممكن ولو كان ذلك على حساب امن وصحة المستهلك وخاصة مع غياب الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين.[1]

1/ تكوين إعلام وتحسيس المستهلكين

حيث يتم تعليم المستهلكين و تعريفهم بحقوقهم والدفاع عنهم والتصرف بأكثر يقضه و أكثر شدة اتجاه التجار، وكلما كانت قريبة من الميدان ومن السكان المحليين ، كلما كانت فعالة، كما أن أسلوب التحسيس لا يقتصر فقط على المستهلك فحسب وإنما يجب أن يصل لأصحاب القرار حيث نصت المادة 21 من القانون رقم 03/09 على دور جمعية حماية المستهلكين الذي يهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه .[2]

2/ دور حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة :

تلعب هذه الجمعيات دورا هاما في متابعة الأسواق وذلك لمراقبة الأسعار وكذا مطابقة السلع بالجودة ، ويشبه دور الجمعية هنا ذلك الدور الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار إذ اعترف لها المشرع بالمنفعة العامة أو العمومية وفقا للشروط والكيفيات التنظيمية المعمول بها قانونا وعليه فإن هذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك أصبح أكثر ضرورة بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواء من قبل المنتجين وطنيين أو أجانب فتقوم هذه الجمعيات بمساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة وبتقاسم المسؤولية في مراقبة الأسواق وتطهيرها وضبطها كتسقيف الأسعار وسحب المنتوجات التي لا تتطابق والمواصفات والمقاييس[3]

1- أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المكتبة الجهوية للنشر والتوزيع ، مصر ، سنة 2008 ، ص509

2- أشغال الملتقى الوطني الخامس ، مرجع سابق ، ص 99.

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

ثانيا : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك

هو إجراء تقوم به الجمعيات أمام الجهات القضائية في حالة الأضرار بجماعة المستهلكين أو القيام بأعمال أكثر صرامة في مواجهة المحترفين.

1/ التمثيل أمام الهيئات الاستشارية :

للجمعيات دور أساسي في تمثيل المستهلكين أمام السلطات العمومية هي صون المستهلكين الذين لا يملكون الوسائل للتعبير بصفة مباشرة فهي تمثلهم أمام هذه الهيئة التي تملك فيها دور فعال في الدفاع عن مصالح المستهلكين الى جانب ممثلين المهنيين وممثلين السلطات العمومية [1]

2/ تحريك الدعاوى القضائية باسم المستهلكين:

منح المشرع الجزائري جمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوى للضرر الذي أصاب المستهلكين أمام الجهات القضائية المدنية، و خولهم تحريك الدعوى العمومية أمام الجهات القضائية على أساس الخطأ الجنائي ، كما لجمعيات المستهلكين الحق في رفع الدعاوى أمام أي محكمة مختصة ، كما نصت عليه المادة 23 من القانون 03/09 و المادة 65 من قانون رقم 02/04 المعدل و المتمم بموجب القانون 06/10.[2]

1- ارزقي زوبير ، مرجع سابق ، ص212
2- أشغال الملتقى الوطني الخامس ، الحماية القانونية للمستهلك ، مرجع سابق ، ص 35.

خلاصة :

باعتبار أن المستهلك عضو أساسي في المجتمع بصفة عامة و الحياة الاقتصادية بصفة خاصة فكان لابد من توفير الحماية القانونية اللازمة له وهذا ما سعت إلية مختلف الدول بما فيها الجزائر لذلك ركز المشرع الجزائري على حماية المستهلك من خلال وضع مجموعة من النصوص القانونية التي تنظم المستهلك و التي تنظم المنافسة باعتبار أن المنافسة تأثر تأثير مباشر على المستهلك ولها علاقة مباشرة به فكان للمنافسة الأثر في ظهور جمعيات حماية المستهلك كما تولدت للمستهلك حقوق في ضل هذه المنافسة ، فسعى المشرع من خلال قانون المنافسة إلى منع و حضر كل الممارسات التي تتنافى مع المنافسة و التي تعرضنا إليها سابقا .

كما تم وضع العديد من الآليات – الأجهزة و الهيئات – القانونية من أجل حماية المستهلك سواء كانت هذه الآليات قضائية أو إدارية أو حتى هيئات المجتمع المدني المكلفة بحماية المستهلك ، كل هذه الآليات سعت إلى حماية المستهلك و ذلك نظرا إلى أهميته في الحياة الاقتصادية و المجتمع .

و لكن بالرغم من الحماية القانونية التي حضي بها المستهلك إلا أن هذا لا يبرأه فهو المسؤول الأول على حماية نفسه ، لذلك يجب أن يكون على قدر كبير من الوعي و الثقافة بالمنتجات التي يقتنيها من أجل حماية نفسه قبل أن يحميه القانون .

خاتمة

نلاحظ من الدراسة أن موضوع حماية المستهلك يحظى بإهتمام متزايد سواء على المستوى الوطني أو العالمي، لما يمثله هذا الموضوع من حساسية بالنسبة لعدة قطاعات إقتصادية وإجتماعية واسعة، وقد جسد هذا الإهتمام بإصدار قانون حماية المستهلك سنة 1989 ،كما أن هذا الإهتمام يعكس من جهة أخرى حجم التحديات الراهنة التي تواجه المجتمعات بفعل الإنفتاح الإقتصادي، و بالنظر إلى مكانة المستهلك في المنافسة الحرة نجد أن هنالك علاقة قائمة بين المستهلك و المنافسة فكلا منهما له تأثير على الآخر، خاصة من جانب المنافسة التي توفر مختلف الخدمات و المنتجات في السوق، ففي بعض الحالات تنعكس هاته الأخيرة سلبا على المستهلك وعلى القدرة الشرائية له.

لا مجال للقول بضرورة حماية المستهلك إذا لم توجد منافسة حقيقية بين المنتجين حيث تعتبر المنافسة الحرة بين جمهور المتعاملين أقوى حماية للمستهلك لأنه سيجد الخيارات المتاحة أمامه الاختيار ما يناسبه ،بعيدا عن ملاحقة التشريعات والقوانين لمن يخترق هذه الحماية، فهي بمثابة الحماية الإختيارية لجمهور المستهلكين ، حيث تعد المنافسة نوع من الحرية في مزاولة النشاط الإنساني بصفة عامة والنشاط الإقتصادي بصفة خاصة والتي يعترف بها القانون.

و كان من أثر سلسلة الإصلاحات الاقتصادية التي شرعت فيها الجزائر منذ نهاية الثمانينات ضرورة حماية المستهلك و المنافسة على حد سواء و ذلك حفاظا على السير العادي للسوق، حيث يسعى التنافس الصحيح الذي يستند على أسس سليمة يقرها القانون و يرتكز عليها الاقتصاد القوي وراء الأفضل و وراء تحقيق حاجات المستهلكين و مطالبهم المتعددة، وفي سبيل تحقيق ذلك تم سن جملة من النصوص القانونية والتشريعية والتنظيمية في مجال المنافسة والتي تسعى إلى حماية المستهلك من مختلف الأضرار والممارسات المنافية للمنافسة، وبالرجوع إلى مكانة المستهلك في النظام الاقتصادي الجزائري القائم على المنافسة، يمكن الملاحظة أن العلاقة التي تربط المستهلك بالمنافسة جد وطيدة فكل منهما يؤثر في الأخر و يتأثر به، سواء كان ذلك التأثير ايجابيا نظرا لما توفره المنافسة من منتجات مختلفة في السوق كما ونوعا تساعد المستهلك كثيرا في الاختيار بين مختلف المنتجات، أو يكون التأثير سلبيا و

غالبا ما يظهر ذلك في البلدان المتخلفة اقتصاديا حيث تكون عاجزة عن مسايرة التطور الصناعي و الزراعي الأمر الذي يؤدي بها إلى تبعيتها للدول الأجنبية الأكثر تقدما .

هذا وقد تم التوصل إلى أن حماية المستهلك مرهونة بتنظيم المنافسة و ضبطها حيث أن الحرية الممنوحة للأعوان الاقتصادية في إطار معاملاتهم مع المستهلك لا تضمن حقوق هذا الأخير، فكثيرا ما يكون المستهلك هو المستهدف بالدرجة الأولى من الممارسات غير المشروعة و المنافية للمنافسة .

وبعيدا عن كل احترافية فلو رجعنا إلى الهيئات الإدارية و القضائية المكلفة بالدفاع و حماية المستهلك في الجزائر نجد أنها تتجاوب مع الأحداث التي تصيب المستهلك بكل بساطة خاصة عندما يتعلق الأمر بالرقابة المفروضة على عملية الإنتاج و كذا الرقابة المفروضة على السلع المستوردة لدى دخولها التراب الوطني،فعلى هذه الهيئات إن تساهم في حماية المستهلك من خلال تفعيل دور محاربة الممارسة غير المشروعة والقيام بالتحقيقات المعمقة لاكتشاف الجرائم الاقتصادية و السرعة في تنفيذها.

و على ضوء ما سبق يمكن أن نستنتج إن الهيئات الرقابية مهما كانت فهي غير متمكنة من حماية المستهلك في المرحلة الراهنة، لذا لابد من اعتماد آليات جديدة قصد تطوير مهمة الرقابة و التصدي لكافة الممارسات المنافية للمنافسة .

ويبقى إن نشير إلى إن مسؤولية حماية المستهلك تقع بالدرجة الأولى على المستهلك نفسه، قبل أن تكون الهيئات الإدارية و القضائية مسؤولة عن حمايته فلا بد على المستهلك أينما كان أن يكون واثقا من نفسه واعيا لحقوقه دون أن ينقاد لإشباع رغباته بمنتجات أقل قيمة و أقل أمنا تضره ولا تنفعه.

و في الأخير إن موضوع حماية المستهلك ليس في حاجة إلى المزيد إلى التشريعات بقدر ما هو بحاجة إلى من يوجهه ويبين له كيف يمكنه استعمال هذه النصوص بطريقة فعالة تمكنه من حماية نفسه والمطالبة بحقوقه والدفاع عنها.

لكن كان على المشرع أن :

-يضاعف من آليات مراقبة الأسواق وحركية البضائع ومراقبة مدى خضوع هذه البضائع ومدى مطابقتها للنصوص القانونية والتنظيمية من حيث الجودة ومن حيث النوعية.

-الرفع من العقوبات بأنواعها وعدم التراخي في تطبيقها.

-النص على تشديد العقوبات في مجال حماية المستهلك وخاصة في حالة العود.

-العمل على ضرورة أن تهتم جمعيات حماية المستهلك بتوعية و توجيه المجتمع الإستهلاكي لا سيما فئة الشباب بالإبتعاد عن الإستهلاك الترفي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

❖ **الكتب :**

1- د عباس العبودي، تاريخ القانون، مديرية دار الكتاب للطباعة والنشر، 1988.

2- د سعيد أوكيل، وظائف و نشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992.

3- د علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام- مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري- الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.

4- أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الإقتصادي: الصناعة، التجارة، الخدمات، القاهرة، 1994.

5- د نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر . 1994

6- د نادية فوضيل ، القانون التجاري الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1994.

7- د علي ابراهيم، منظمة التجارة العالمية جولة أروجواي تقنين نهب العالم دار النهضة العربية، القاهرة، 1998.

8- د زوايمية رشيد، قانون النشاط الإقتصادي- مبدأ المنافسة الحرة- كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، السنة 1999 -1998.

9- د البارودي علي السيد الفقى محمد، القانون التجاري: الأعمال التجارية، الأموال التجارية، الشركات التجارية، عمليات البنوك و الأوراق التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، الإسكندرية،1999.

10- د ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة وفقا للقانون المدى المصري و الفرنسي و الفقه و أحكام القضاء، المكتب الفني للاصدارات القانونية، القاهرة، 1999.

11- علي بولحية بن خميس القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، عين مليلة، 2000م.

12- د عزيز العكيلي ، الوجيز في القانون التجاري ، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2000 .

13- د السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد دراسة مقارنة ، دار الجامعية للطباعة و النشر ، سنة 2003 ،

14- محمدين جلال وفاء، الحماية القانونية للملكية الصناعية وفقا لاتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية، الفكرية(تريبس)، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية،2004.

15- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

16- د محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في القانون الفرنسي والجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2005.

17- د محمد بودالي ، حماية المستهلك في قانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث ، الجزائر ، 2006 م

18- د طرح البحور علي حسين، عقود المستهلكين الدولية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2007 م.

19- أنور محمد صدقي المساعدة، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2007

20- زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية،(دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن،2007.

21- د خالد ممدوح ابراهيم، حماية المستهلك المعاملات الالكترونية (دراسة مقارنة)، الاسكندرية، دار الجامعية، 2007.

22- د علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، دار الفكر الجامعي الاسكندرية، 2008.

23- أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المكتبة الجهوية للنشر والتوزيع ، مصر ، سنة 2008

24- أ سليم سعداوي، حماية المستهلك (الجزائر نموذجا)، دار الخلدونية للنشر، 2009م

25- محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر،2011

26- تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة للنشر و التوزيع، الجزائر2013 .

27- لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2013.

28- د علي فتاك،حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج،الإسكندرية ،دار الفكر الجامعي،الطبعة الأولى،2013.

❖ **الأطروحات و المذكرات الجامعية**

❖ **أطروحات دكتوراه**

1- كتو محمد الشريف، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري : (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي) أطروحة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون (فرع القانون العام)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية الحقوق، 2004-2005.

2- جلال مسعد، مدى تأثر المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة تيزي وزو،2012.

❖ **رسائل الماجستير**

1- الياقوت جرعود، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجيستير، فرع عقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الادارية، جامعة الجزائر، 2001.

2- زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، رسالة ماجستير، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية 2010-2011

3- بوحلايس إلهام، الإختصاص في مجال المنافسة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة منتوري، 2004-2005.

4- شعباني حنين، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.

❖ **مذكرات تخرج**

1- عماري بلقاسم، مجلس المنافسة، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشرة، السنة الدراسية 2003-2006.

❖ **الدوريات :**

1- موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، عدد02، سنة 1999.

1- لينـدة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والادارية، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14، 13 أفريل 2008.

2- أ. محمد عماد الدين عياض، مداخلة ضمن أعمال الملحق الوطني الخامس بكلية الحقوق بجامعة 20 أوت 1955 بسكيكدة حول "حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03" أمام 08-09 نوفمبر 2010 م.

3- أشغال الملتقى الوطني الخامس، الحماية القانونية للمستهلك ،جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، كلية الحقوق، يومي 16-17 ماي 2012 ، السنة الجامعية 2011-2012 .

2- لعور بدرة، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين وفقا لقانون المنافسة الجزائري، مجلة الفكر، العدد العاشر، 2013.

❖ **النصوص القانونية :**

- **القوانين:**

1- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07 المتعلق بالقواعد العامة لحامية المستهلك، جريدة رسمية ، عدد 6 المؤرخة في 1989/02/08، الأمانة العامة للحكومة المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1989.

2- قانون رقم 90 – 31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990 ، متعلق بالجمعيات ، جريدة رسمية ، عدد 53 الصادرة سنة 1990 .

3- القانون رقم 79 – 07 المعدل والمتمم بالقانون رقم 98 – 10 المؤرخ في 29 ربيع الثاني عام 1419 الموافق ل 22 غشت سنة 1998 ، جريدة رسمية عدد 61 صادرة سنة 1998 ، المتضمن قانون الجمارك.

4- القانون رقم 02/04 المؤرخ في 2004/06/23 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد 41 المؤرخة في 2004/06/27، الأمانة العامة للحكومة المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 2004.

5- القانون رقم 08 – 09 المؤرخ في 18 صفر عام 1429 الموافق 25 فبراير سنة 2008 يتضمن قانون الاجراءات المدنية والادارية ، جريدة رسمية عدد 21 ، الصادرة في 23 أبريل 2008

6- القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15 المؤرخة في 8 مارس 2009.

7- القانون رقم 11-10 المؤرخ في 02 رجب عام 1432 الموافق ل 22 يونيو سنة 2011 ، المتعلق بالبلدية ، جريدة رسمية عدد الصادرة سنة 2011.

8- القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 الموافق ل 21 فبراير سنة 2012، المتعلق بالولاية ، الجريدة الرسمية رقم 12 الصادرة في 29 فبراير 2012.

- **المراسيم :**

- مرسوم تنفيذي رقم 89 – 147 المؤرخ في 06 محرم 1410 هـ الموافق ل 8 غشت سنة 1989 م المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03 – 318 المؤرخ في 04 شعبان 1424 الموافق ل 30 سبتمبر 2003 الذي ينظم عمل مجلس الوطني لحماية المستهلك (CNPC).
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقبة الجودة و قمع العش الصادر في 1990/01/.30
- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 1990/02/30، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش جريدة رسمية عدد 05 المؤرخة في 1990/01/31، الأمانة العامة للحكومة ، المطبعة الرسمية، الجزائر، سنة 1990م.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 بتعليق بضمان المنتوجات و الخدمات الجريدة الرسمية عدد 40 سنة 1990 و هو من النصوص القانونية التطبيقية للقانون 89-02 الملقى.
- المرسوم التنفيذي رقم 254/97 المؤرخ في 8 يوليو 1997، المتعلق بالرخص المسبقة للإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص و شرائها.
- مرسوم تنفيذي رقم 02 – 454 المؤرخ في 17 شوال 1423هـ الموافق ل 21 ديسمبر 2002 بصدد صلاحيات وزير التجارة جريدة رسمية عدد85 الصادرة في 22 ديسمبر 2002.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق 12 مايو سنة 2005، يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق، جريدة رسمية عدد 35، الصادرة سنة 2005.

- مرسوم تنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10-12-2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود و كيفيات ذلك، جريدة رسمية عدد 80، صادرة في 11-12-2005
- المرسوم التنفيذي رقم 05-175 مؤرخ في 3 ربيع الثاني عام 1426 الموافق 12 مايو سنة 2005، يحدد كيفيات الحصول على التصريح بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات و وضعية الهيمنة على السوق، جريدة رسمية عدد 35، الصادرة سنة 2005.
- مرسوم تنفيذي رقم 11 – 09 المؤرخ في 15 صفر 1432 الموافق ل20 يناير 2011 متضمن المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.
- مرسوم تنفيذي رقم 14 – 18 مؤرخ في 19 ربيع الاول 1435هـ الموافق ل 21 يناير سنة 2014 المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة.

الفهرس

الفهرس:

المحتويات	الصفحة
مقدمة.....	01
الفصل الأول: القواعد العامة لحماية المستهلك.	06
المبحث الأول: مفهوم حماية المستهلك.....	08
المطلب الأول: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر.....	08
الفرع الأول: المرحلة السابقة عن صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.....	08
الفرع الثاني: المرحلة التالية لصدور قانون 02/89.....	09
المطلب الثاني: أطراف العلاقة الإستهلاكية.....	11
الفرع الأول: المستهلك.....	12
أولا: تعريف المستهلك في اللغة والإصطلاح.....	12
ثانيا: تعريف المستهلك عند الإقتصاديين.....	12
ثالثا: تعريف المستهلك في الفقه.....	13
رابعا: موقف القضاء الفرنسي من مفهوم المستهلك.....	15
خامسا: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري.....	16
الفرع الثاني: المتدخل.....	18
أولا: تعريف المتدخل.....	18
ثانيا: التوسع في تحديد المتدخلين في عملية عرض المنتوج للاستهلاك.....	21
المبحث الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03.....	24
المطلب الأول: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 من حيث	24

الأشخاص.....	
الفرع الأول: المستهلك.....	25
الفرع الثاني: المتدخل.....	27
المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رقم 09-03 من حيث المحل (الموضوع)	28
الفرع الأول: السلعة كمحل للإستهلاك.....	29
الفرع الثاني: الخدمة كمحل الاستهلاك.....	31
خلاصة.....	32
الفصل الثاني: تأثير المنافسة الحرة علي المستهلك.	34
المبحث الأول :علاقة المنافسة الحرة بالمستهلك.	35
المطلب الأول: مفهوم المنافسة الحرة.....	35
الفرع الأول : تعريف المنافسة الحرة.....	35
أولا: التعريف الإقتصادي.....	36
ثانيا :التعريف القانوني.	36
الفرع الثاني :شروط المنافسة الحرة.....	37
أولا: حرية الدخول إلى السوق و العلم بمجرياته.....	37
ثانيا :تعدد الأعوان الإقتصاديين.....	38
ثالثا: تجانس المنتوج.....	38
المطلب الثاني: حقوق المستهلك في إطار المنافسة الحرة.....	39
الفرع الأول: حماية صحة و سلامة المستهلك.....	39
الفرع الثاني: حماية المصالح الإقتصادية للمستهلك.....	40

الفرع الثالث: احترام الإرادة التعاقدية للمستهلك.....	41
المطلب الثالث: دور المنافسة الحرة بظهور حركات حماية المستهلك.....	42
الفرع الأول: ظهور حركة حماية المستهلك في العالم.....	42
الفرع الثاني: ظهور حركة حماية المستهلك في الجزائر.....	44
أولا– المرحلة الأولى السابقة عن صدور قانون 02–89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.....	44
ثانيا– المرحلة الثانية ما بصدور قانون 02 –89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك....	45
المبحث الثاني: آليات حماية المستهلك من الممارسات التجارية.....	47
المطلب الأول :حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة.....	48
أولا :حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة.....	48
ثانيا:التعسف الناتج عن الهيمنة أو الاحتكار في السوق.....	50
ثالثا:التعسف في حالة وضعية التبعية الاقتصادية.....	52
رابعا : البيع بأسعار منخفضة تعسفيا.....	53
خامسا:التجميعات المقيدة للمنافسة.....	54
المطلب الثاني :الأطراف المكلفة بحماية المستهلك.....	56
الفرع الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....	56
أولا : وزارة التجارة.....	56
ثانيا : دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.....	60
ثالثا : دور إدارة الجمارك	61
رابعا: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.....	63
الفرع الثاني : دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك.....	64
أولا : دور القضاء في حماية المستهلك.....	64

ثانيا : حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء.....	65
الفرع الثالث : دور جمعيات حماية المستهلك.....	66
أولا : التدخل الوقائي لحماية المستهلك.....	67
ثانيا : التدخل الدفاعي لحماية المستهلك.....	68
خلاصة	69
خاتمة	71
قائمة المراجع.....	75
الفهرس.....	83