جامعة يحي فارس بالمدية
كلية الحقوق و العلوم السياسية

آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في الحقوق والعلوم السياسية

تخصص: قانون الأعمال

من إعداد الطلبة:

زاوي سفيان

تحت إشراف الأستاذة:

بوخديمي نسيمة

لجنة المناقشة:

*تواتي سهيلة .....رئيسا

*حليس لخضر.....مناقشا

*بوخديمي نسيمة ..... مشرفا

السنة الجامعية: 2018/2017

شكر وعرفان

أولا وقبل كل شيء، أحمد و أشكر الله الذي وهبني القدرة والصبر على إنجاز هذه المذكرة، والصلاة والسلام على خير الخلق رسولنا محمد صلى الله عليه وسلم.

يعجز اللسان أن يجد من الكلام ما يعبر عما أكنه من شكر و تقدير وامتنان إلى كل من ساهم في إنجاز هذه المذكرة، وأخص بالذكر الأستاذة المشرفة" **بوخديمي نسيمة**"، التي لم تبخل علي بتوجيهاتها ونصائحها التي مافتئت تسديها إلي لتسهيل السبل وإزاحة العقبات التي واجهتني في إعداد هذه المذكرة، فلها مني أسمى عبارات التقدير و الاحترام.

كما أتقدم بالشكر إلى كل أساتذتي في كلية الحقوق على رأسهم الأستاذ "**غياطو الطاهر**" والأستاذة "**عامر حياة**".

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة في إعداد هذه المذكرة.

إهداء

إلى من كان ينبوعا سقاني الحب و الحنان

إلى من غرسا فيا الثقة ووفرا لي الأمان

إلى من سهرت الليل لتمنحني الدفئ و الحنان إلى من كانت لي النبراس المضيء لحياتي إلى التي عاشت حياتها تحميني أمي لؤلؤة حياتي أطال الله في عمرها.

إلى من أعطى ولم يبخل وعلم ولم يقنع إلى من علمني أن الحياة كفاح والنجاح سلاح سندي في الحياة والدي الغالي حفظه الله.

إلى جدي وجدتي التي أعتبرهما بمكانة والديا اللذان لم يبخلا على بدعواتهما.

إلى أشقائي الأعزاء دون استثناء(**أسامة، أحمد، بشرى، سميرة**).

إلى كل من تقاسمت معهم ذكريات الصداقة حلوها ومرها:(**خالد، رشيد، مجيد، سيد أحمد، وليد، أحمد، بشير، فريد، العيد، عبد الحق، عبد القادر**).

إلى من أعانني في إنجاز هذه المذكرة ابن أدرار "**عبد الغفور**" جزاه الله عني كل خير.

إلى كل إخوتي أعضاء **الرابطة الوطنية للطلبة الجزائريين**.

إلى كل من يذكرهم لساني ويحملهم قلبي.

قائمة المختصرات:

- **ص:** صفحة
- **ف:** فقرة
- **ج ر ج ج:** الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية

أدى التطور العلمي والتكنولوجي في مجالات الصناعة والانتاج المختلفة الذي شهدته المجتمعات المعاصرة إلى تطور ملحوظ في مجال الاستهلاك، وذلك من خلال تزايد السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك، وعلى ضوء هذه التحولات الاقتصادية أصبح الفرد مستهلكا في مختلف جوانب حياته لتلبية احتياجاته من هذه السلع والخدمات، فهو يعقد يوميا العديد من العلاقات التعاقدية مع المتدخلين، إلا أن هذه العلاقات لا تكون عادة متوازنة نظرا لما يتميز به العون الاقتصادي أو المتدخل مقدم السلعة أو الخدمة من قوة اقتصادية واختصاص وخبرة في مجال المعاملات الاستهلاكية التي يبرمها مع المستهلك، وفي ظل هذه الظروف أصبح المتدخل يتمتع بمركز أقوى مقارنة مع المستهلك المتعامل معه الذي يجد نفسه في مركز أضعف.

هذا وقد استتبع الانفتاح الاقتصادي في الجزائر وما يسوده من تحرير الاسواق إلى ظهور منتجات متنوعة في الاسواق الوطنية الغرض منها اشباع حاجيات المستهلك، إلا أن هذه الأخير أصبح محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس بصحته وسلامته، إضافة إلى وجود مناورات وتلاعبات من قبل فئة التجار الذين لا يؤمنون إلا بالربح السريع نتيجة للجشع الذي ينتابهم بعيدا عن كل روح تنافسية شريفة، هذه الأخيرة التي سعى المشرع الجزائري على غرار باقي المشرعين الآخرين إلى تنظيمها وتأطيرها قصد تحقيق فعالية اقتصادية من خلال وضع تسهيلات للانضمام إلى الأسواق سواءا كانت سوق للسلع أو الخدمات، كذلك عمل على إبراز حقوق وواجبات كل من يمارس نشاطا اقتصاديا حتى لا يسبب ضرر في علاقته مع الغير والعمل على أن يكون لكل الأطراف نفس المزايا ، كما عمل على قمع كافة الممارسات غير الشرعية التي تتم بين المتدخلين أو بين المتدخل و المستهلك وذلك باتخاذ إجراءات جديدة استحدثت مؤخرا تبعا للإصلاحاتالاقتصادية التي انتهجتها الدولة.

يعتبر مصطلح المستهلك جديدا في التشريع الجزائري حيث ظهر لأول مرة من خلال القانون رقم89-02 الصادر في 07 فيفري 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[1]، هذا وبعدما كان المصطلح التقليدي السائد في القانون المدني الذي اطلق عليه اسم المشتري، فتغير مدلول المصطلحات كان تبعا للظروف الاقتصادية التي مرت بها الجزائر بالدرجة الأولى وذلك قصد إضفاء حماية واسعة لهذا الطرف في العلاقة الاقتصادية و الاستهلاكية.

ساير 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، فجاء المشرع الجزائري بقانون جديد رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فيفري2009، الذي أعطى تعريف جديد للمستهلك وذلك من خلال مادته الثالثة بقولها :"المستهلك كل شخص طبيعي

[1] ج ر ج ج، العدد06، الصادرة في 8 فيفري1989.

أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي مت أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به، وأضافت نفس المادة في ذات السياق تعريفا للمتدخل بقولها:"المتدخل : كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك[2]، هذا القانون بموجبه ألغى أحكام القانون السابق 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وعليه فإن حماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به هو أحد مهام ومسؤوليات الدولة الحديثة، وذلك من خلال سن التشريعات والقوانين وتطبيقها على أرض الواقع من خلال الأعوان المكلفين بذلك.

عمل المشرع الجزائري على تحقيق هذه الغاية وذلك بوضع قواعد قانونية تجرم كل الأفعال التي من شأنها المساس بصحة وسلامة المستهلك، ووضع ضوابط وآليات بغية توفير الحماية لهذا الأخير باعتباره الطرف الرئيسي في العملية الاستهلاكية ولأنه المتضرر الأول من سلبيات التكنولوجيا والتطورات التي يشهدها الاقتصاد، لذلك فإن دراسة هذا الموضوع أصبحت ضرورة ملحة للكشف عن الأسرار والخبايا التي يتعرض لها المستهلك من غش أو تدليس أو غيرها.

تم اختيار هذا الموضوع كونه من المواضيع الصعبة والشائكة التي تثير الكثير من الإشكالات فهو موضوع متطور لا يمكن ضبطه، كما أني أعتبر موضوع دراستي من المواضيع التي تستحق الخوض فيها كونها تمس بصحة الانسان وسلامته بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة، وأيضا تشوقي لمعرفة مدى نجاعة وفعالية القوانين والآليات المعتمدة في توفير الحماية للمستهلك.

اعترضتني عدة صعوبات أثناء إعدادي لهذه المذكرة على رأسها:

- ضيق الوقت وقلة المراجع كون هذا الموضوع من المواضيع الحديثة خاصة فيما يخص التعديلات القانونية.

- كثرة القوانين والمراسيم المتعلقة بالموضوع مما يجعل الإلمام بكامل الموضوع من لأمور الصعبة، إضافة إلى بعض الصعوبات الشخصية على رأسها الصعوبات المادية.

وبناءا على كل ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى فعالية الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية يمكن أن نطرح عدة تساؤلات:

-ما هي الالتزامات التي فرضها المشرع الجزائري على المتدخل كآلية من آليات حماية المستهلك؟

[2] ج ر ج ج، العدد15، الصادرة في 8 مارس2009.

– ما هي الآليات التي اعتمدها المشرع الجزائري لتحقيق الحماية المرجوة؟

– فيما يتمثل دور الهيئات الإدارية في مجال حماية المستهلك؟

– فيما يتمثل دور جمعيات حماية المستهلك في تحقيق الحماية المرجوة؟

لحل هذه الإشكالية ومجموع التساؤلات المطروحة اعتمدت على المنهج التحليلي والوصفي، حيث اعتمدت على المنهج التحليلي لتحليل جملة النصوص القانونية على رأسها القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وبعض المراسيم التنظيمية والقرارات الوزارية المتعلقة بموضوع الدراسة، إضافة إلى بعض القوانين الأخرى كقانون البلدية والولاية.....الخ.

أما بالنسبة للمنهج الوصفي فقد اعتمدته لوصف مختلف المصطلحات والتعاريف التي تتعلق بالموضوع المدروس وتقريب الصورة للقارئ.

حتى يمكن لي الإلمام بالجوانب المختلفة لهذا البحث ارتأيت تقسيم بحثي هذا إلى فصلين، وفقا لتسلسل منهجي وتناسق بين الفصول حيث :

تطرقت في الفصل الأول إلى الالتزامات المفروضة على المتدخل وذلك من خلال مبحثين حيث تناولت في المبحث الأول إلى إلزام المتدخل بالإعلام ، والمبحث الثاني إلى إلزام المتدخل باحترام وضع المنتوج للاستهلاك .

أما فيما يخص الفصل الثاني المعنون بالأجهزة المكلفة بحماية المستهلك فقسمته إلى ثلاث مباحث حيث تطرقت في المبحث الأول إلى دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك، كما خصصت المبحث الثاني لدور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك، وأخيرا تطرقت في المبحث الثالث إلى دور لجمعيات في حماية المستهلك.

تتوقف حماية المستهلك على مدى احترام المتدخل للالتزامات الملقاة على عاتقه ومدى تطبيقها، حيث يكون هذا الأخير ملزما باحترام كافة تقاليد المهنة التي يزاولها، فالاهتمام بحماية المستهلك قد يأخذ عدة أشكال الأمر الذي لا يمكن حصره في موضوعنا هذا نظرا لشساعة المعلومات المتعلقة بالموضوع، ولكن المصلحة تقتضي أن نتعرض لأهم الالتزامات التي فرضها المشرع على المتدخل في إطار التصرفات التي يبرمها مع المستهلك (الطرف الضعيف في العلاقة) سواءا كان هذا التصرف بطريق مباشر (العلاقة العقدية) أو بطريق غير مباشر، إذ يتعين على المتدخل أن ينصب اهتمامه بدرجة أولى على الإعلام بصفة عامة وإحاطة المستهلك بكل المعلومات اللازمة المتعلقة بالمنتوج، إلى جانب التزامه باحترام شروط وضع المنتوج للاستهلاك.

نظرا لما سبق ارتأيت تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

تطرقت في المبحث الأول إلى إلزام المتدخل بالإعلام وما يندرج ضمن هذا الالتزام من مضمون وطبيعة ونطاق، إضافة إلى الإعلام عن طريق الوسم الذي يعد من بين أهم الآليات التي تساهم في إعلام المستهلك بالمنتوج ضمانا لحمايته.

أما فيما يخص المبحث الثاني فخصصته لالتزام لا يقل أهمية عن سابقه ألا وهو الالتزام باحترام إجراءات وضع المنتوج للاستهلاك وما يندرج عنه من التزام بالسلامة كمطلب أول والتزام بالمطابقة كمطلب ثاني.

المبحث الأول: إلزام المتدخل بالإعلام

يقصد بالإعلام في اللغة تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه، أما في الاصطلاح: فيقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار إلى علم الجمهور عن طريق عدة وسائل سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة، ويشترط في الإعلام المصداقية والوضوح.[1]

إن الهدف من الإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات على الجمهور بقصد المعرفة وترقية الثقافة وليس بقصد الربح، بحيث يعد من وسائل الربط والاتصال بين الأفراد، إضافة إلى اهتمامه بصفة أصلية بتنمية الوعي والارتقاء بالمدارك، لذلك فهو يتميز بالموضوعية من الناحية النظرية خلافا للإعلان الذي يعتمد على المبالغة والتهويل، فالإعلام لا يكون إلا محايدا لأنه لا يهدف إلى ترويج سلع أو خدمات معينة بل يعمل على تكوين أو تصحيح فكرة معينة أو دعم الثقة في نظام معين، إلا أنه يبقى من الصعب التفريق بين البنود الخاصة بالإعلام عن تلك المتعلقة بالإشهار.

لمعرفة حقيقة الإعلام لابد من التعرض لمضمون الإعلام(كمطلب أول) وطبيعته ونطاق الالتزام به(كمطلب ثاني) والإعلام عن طريق الوسم كصورة من صور الإعلام (كمطلب ثالث) وهذا بغرض إزالة أي لبس يتعلق بهذا الالتزام والمصطلحات المشابهة له.

المطلب الأول :مضمون الالتزام بالإعلام

إن الهدف الأساسي من الالتزام بالإعلام هو تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على شراء المنتوج أو الخدمة عن إرادة حرة وسليمة، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتوج ومكوناته إلا بناء على البيانات التي تعطى له، وهو التزام يجد مصدره في القانون مثله مثل الالتزامات الأخرى التي تنشأ بنص قانوني حيث يكون القانون مصدرا مباشرا لها.[2]

بناءا على ما سبق فمضمون الإعلام يمكن أن يكون تنوير المستهلك حول المنتوج وذلك بتقديم مواصفاته من وزن ومكونات وتاريخ الصلاحية وكيفية الحفاظ عليه، بالإضافة إلى السعر الذي يشمله وكذا مواعيد التسليم إلى غير ذلك من المعلومات المرتبطة بالبيع، فقد يكون هذا الإعلام سابق عن إبرام العقد وهو ما يطلق عليه " الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام" كما قد يكون هذا الالتزام أثناء إبرام العقد.

لقد اجتهد كل من الفقه والقضاء في فرنسا بإلباس أداء هذا الإعلام ثوب الإجبار، بحيث يلتزم بمقتضاه الطرف الأكثر خبرة والأوفر علما بإمداد الطرف الآخر قبل أو أثناء إبرام العقد بالمعلومات

[1] علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دارالهدى، الجزائر،2000م،ص50.

[2] زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة مولود معمري تيزي وزو، فرع المسؤولية المهنية، السنة الجامعية2010-2011، ص117.

والبيانات المتعلقة بهذا العقد ومحله وشروطه والأشياء اللازم توافرها لديه حتى يكون على بينة من أمره، ومن ثم يقبل على التعاقد بناءا على إرادة حرة سليمة خالية من العيوب المبطلة لها.[1]

إذا كان الالتزام بالإعلام أثناء إبرام العقد لا يثير جدل فإنه قبل التعاقد قد أثار جدلا واسعا ومشاكل عدة حول إلزاميته، لكن رغبة مشرعي الدول كانت أكثر بالاعتراف بإلزاميته كونه يجد مجاله الطبيعي قبل نشوء العقد، وهذا ما يعد أمر منطقي كون رضى المستهلك يكون سابقا عن إبرام العقد نظرا لتأثره بعدة جوانب في السوق منها العلامة أو السعر أو الجودة أو ضرورة المنتوج أو نتيجة لأثر نفسي تركته فيه العملية الإشهارية، فتقدمه لدى المتدخل ما هو إلا رغبة لتجسيد هذا الرضى واقعيا، الأمر الذي يجب على المتدخل أن يقابله بحسن نية سواء أفضى ذلك إلى إبرام العقد النهائي أو إلى انسحاب المستهلك.

حتى يكون الإعلام كاملا مستوفيا للغرض الذي شرع من أجله لا بد أن يشتمل على :

– توضيح الطريقة الصحيحة لاستعمال المنتوج وفق الغرض المخصص له، فلا يكون المنتج مسؤولا إذا استعمله المستهلك لغرض آخر سبب له ضرر.

– توضيح الاحتياطات الواجب اتخاذها لدى استعماله والطريقة السليمة لاستهلاك المنتوج.

وعليه فواجب الإعلام يساوي واجب التوضيح الذي يستنير به المستهلك.[2]

الفرع الأول :مضمون الالتزام بالإعلام في ظل القانون المدني

باستقرائنا للمادة 352ف1 من الأمر رقم75–58 المعدل والمتمم المتضمن القانون المدني الواردة ضمن أحكام عقد البيع، نجد أن المشرع الجزائري قد نص على ضرورة إلزام المتدخل بإعلام المستهلك بالمبيع وذلك بقوله: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"، وبناءا على ما سبق فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا دقيقا نافيا للجهالة، كما يجب أن يكون هذا الوصف كافيا لأن يرسم الشيء في ذهن المشتري يبعده عن كل لبس أو جهالة.[3]

كما نجد هذا الالتزام كذلك في المادة 86 من الأمر رقم75–58 السالف الذكر[4] التي اعتبرت السكوت العمدي تدليسا، فنستنتج من خلال ما سبق أن السكوت العمدي يعتبر تدليسا وعليه فعلى البائع أن يصرح بكل المعلومات للمتعاقد معه.

---

[1] عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004 ، ص187.

[2] زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص119.

[3] منى عولمي، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر،2003 -2006، ص24.

[4] أنظر المادة 86 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر1975، المعدل والمتمم، المتضمن القانون المدني.

الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام في ظل قانون حماية المستهلك

باستقرائنا للمادة 17 من القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشرع الجزائري قد شدد على المتدخل بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج وذلك بقوله :"يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة "، ويقصد بها كل معلومة سواءا تعلقت بكيفية الاستخدام أو مواصفاته القانونية أو طبيعته أو منشأه أو المميزات الخاصة به، وكذلك الاحتياطات اللازمة عند الاستعمال وتاريخ الإنتاج ونهاية الصلاحية .....الخ، ومن جملة النصوص القانونية التي تلزم المتدخل بذلك نذكر:

-المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.[1]

المطلب الثاني: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام

إن من بين أهم العوامل التي تؤثر على شفافية السوق وتطوير المنافسة هو عامل الإعلام، فعدم التكافؤ في العلاقات بين المستهلك والمتدخل راجع بدرجة أولى إلى عدم مساواة علمهما بالمنتوج، لذلك كان من الواجب معرفة طبيعة ونطاق هذا الالتزام نظرا للآثار التي يرتبها، خاصة فيما يتعلق بمسؤولية المتدخل.

إن إدراك طبيعة الالتزام بالإعلام هو إدراك للغرض المرجو منه، في حين أن إدراك النطاق الذي يشمله يكمن في معرفة المنتوجات الخاضعة لإلزامية الإعلام إضافة إلى معرفة الأشخاص المستفيدين والملتزمين به.

الفرع الأول: طبيعة الالتزام بالإعلام

يعتبر العديد من الفقهاء أن الالتزام بالإعلام وفقا لقانون الاستهلاك هو التزام بتحقيق نتيجة أو مبتغى ما، فلا يكفي أن يثبت المنتج أنه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك، لأن الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص تشريعية وتنظيمية وجب تنفيذها طبقا لما هو منصوص عليه قانونا، فإذا لم يعلم المستهلك عنها يستنتج القاضي إخلاله بالتزام الإعلام وبالتالي يترتب عليه حق المستهلك في التعويض.[2]

إذا كان من الفقهاء من يعتبر هذا الالتزام هو التزام بتحقيق نتيجة، فإن هناك من يعارض على هذا الاعتقاد الذي أُخذ بصفة مطلقة وهذا لاعتبارين هما:

[1] المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ر، العدد58، الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

[2] منى عولمي ، المرجع السابق، ص26.

– **أولا :** إن حرص المتدخل على تحقيق نتيجة والمتمثلة في عدم الإضرار بالمستهلك يعد أمر نسبي، لأن الواقع يثبت إهمال العديد من المتدخلين لهذا الالتزام رغم علمهم بوجود قاعدة تعاقب المخلين بهذا الالتزام.

– **ثانيا:** قد يكون أيضا التزام المنتج هو بذل عناية المتمثلة في تمكين المستهلك من اقتناء منتجات وخدمات دون الإضرار به، وذلك بمنحه منتوجات تتماشى مع المقاييس والرغبات المشروعة عند استعمالها.

إن طبيعة الالتزام بالإعلام تختلف باختلاف الغاية التي تسعى إليها القواعد القانونية التي وُضعت من أجلها، فنجد أن الالتزام بالإعلام في القانون المدني يختلف عن الالتزام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ومن بين هذه الاختلافات نذكر ما يلي :

أ– الإخلال بالالتزام بالإعلام في المادة 86 من الأمر رقم75–58 [1]المعدل والمتمم المتضمن القانون المدني، يؤدي إلى قابلية العقد للإبطال نظرا للتدليس الذي تعرض له المستهلك.

ب– تضرر المستهلك نتيجة لاقتناء المنتجات التي لا تحمل تاريخ الصلاحية مثلا، ففي إطار التقنين المدني حتى يبطل العقد لابد من رفع دعوى قضائية يكون موضوعها طلب الإبطال والتعويض، وعلى المستهلك أن يثبت توافر الشروط المنصوص عليها في المادة 86 من الأمر رقم75–58 السالفة الذكر وليس فقط عدم توافر البيانات على المنتوج، وإنما يجب توافر نية التظليل والسكوت وأن يكون هذا السكوت هو الدافع لإبرام العقد، وفي حين نجد أن قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية المنتج ولا إثبات الإخلال بالالتزام الإعلام وإنما يكفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتوج ليستخلص القاضي مباشرة أن هناك إخلال بالتزام يفرضه القانون على المتدخل.

ج– الالتزام بالإعلام في نصوص التقنين المدني ينفذ أثناء إبرام العقد، أما في إطار نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش فهذا الالتزام يكون موجودا قبل إبرام العقد فهو قائم في جميع الحالات ومهما كانت طبيعة العلاقة بين المتدخل والمستهلك، وهذا ما ذهب إليه المشرع الفرنسي حيث يعتبر مصدر هذا الالتزام هو نص المادة 1602 من التقنين المدني الفرنسي وأضاف لها المادة 1162 من نفس التقنين، لكن فيما بعد تم سن مادة جديدة في قانون حماية المستهلك وهي المادة 111ف1 وذلك بعد المصادقة على التوجيهة الأوربية المتعلقة بالإعلام حول الخصائص الهامة للسلعة أو الخدمة.[2]

[1] راجع المادة86 من الأمر رقم 75-58، المرجع السابق.
[2] الزوبير أرزقي، المرجع السابق ، ص122.

إن وجود بعض الاختلافات حول هذا الالتزام في كل من قانون حماية المستهلك وكذا التقنين المدني لا يمنع من أن تكون هناك علاقة تكميلية بين هذين القانونين ففي حال وجود نص في قانون حماية المستهلك فعلى القاضي أن يلتزم به دون الرجوع للأحكام العامة عملا بمبدأ "الخاص يقيد العام ".[1]

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام

الالتزام بالإعلام يشمل كل من السلع والخدمات سواء كانت محل بيع أو محل تنازل مجاني للمستهلك، بحيث يتسع نطاقه بحسب نوع السلعة المقدمة للمستهلك وحسب طبيعة الخدمة، حيث لا يمكن حصر مجال معين لهذا الالتزام ولا يمكن وضع قالب معين يقدم لكل المستهلكين، المهم أن يكون بلغة يفهمها المستهلك وبصورة تجعل هذا الأخير قادرا على التحكم في السلعة أو الخدمة الموجهة له بما يعود عليه بالنفع، ويعتبر هذا العنصر جد ضروري في إثبات أو نفي مسؤولية المتدخل اتجاه المستهلك، وفي هذا السياق يمكن أن نذكر عدة أمثلة :

المثال الأول: الطبيب الذي يصرح بالمعلومات للمريض خلال المناقشات التي تتم بينهما في عيادته حول طبيعة المرض وكيفية تشخيصه تجعله في موقف أفضل من أن يقدم وثيقة مكتوبة تحدد فيه مختلف المخاطر التي يمكن أن تحصل أثناء قيام المرض بتشخيص المرض أو القيام بالعملية الجراحية، نفس الحالة تطبق على الصيدلي عندما يقدم للمريض معلومات شفوية لابد أن تكون تفسيرا لما تم تدوينه على الوصفة الطبية من تعليمات ونصائح وغيرها.

المثال الثاني : قد يكون المنتوج خاليا من أي عيب ولكن استعماله يترتب عليه عدة مخاطر، فيقع على المتدخل التزام بإعلام المستهلك أو كل مستهلك آخر حول طريقة استعماله والاحتياطات اللازمة لتفاديا للأخطار التي قد تنجم عنه.

المثال الثالث: يعتبر القائم على قاعات الألعاب أو تلك التي يطلق عليها اللعب بالحظ(jeu de hasard) متدخل كباقي المتدخلين، يعود عليه إعلام الزبون الذي يعتبر مستهلك حول اللعبة وكذا قواعدها وحتى الحد الأدنى أو الحد الأقصى الذي يمكن أن يصل إليه المستهلك من هذه اللعبة، فالالتزام بالإعلام يطبق في هذه القاعات التي وضعت فيها الآلات والتي يجب أن تكون مرفوقة بكل المعلومات والإرشادات والتعليمات لضمان السير الحسن لها.[2]

في ذات الإطار ذهبت محكمة النقض الفرنسية أكثر من ذلك في أحد القرارات الصادرة عنها حيث أكدت على أن تقديم وثيقة تحتوي على بيانات لا تؤدي بالشكل المطلوب دور الإعلام وإنما يجب

[1] الزوبير أرزقي، المرجع نفسه، ص123.

[2] الجيلالي عماري، بكة سيدي امحمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية (دراسة حالة :المخبر الولائي للوقاية بالشلف)جامعة التكوين المتواصل، مركز شلف، السنة الجامعية 2012-2011، ص32.

على المتدخل أو القائم بذلك إعلام المستهلك بما في تلك الوثيقة من بيانات حتى يتمكن من بلوغ رغباته المشروعة وذلك بمثابة التزام إضافي للالتزام الأصلي المنصوص عليه في المادة 111ف1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي.

المطلب الثالث: الإعلام عن طريق الوسم

يلعب الوسم دور إشهاري للمنتوج كما يعد وسيلة قانونية لتحقيق الالتزام بالإعلام، إذ أنه وبالرجوع إلى مشروع قانون الإشهار لسنة 1999نجد أن المشرع الجزائري قد حدد الإطار القانوني للرسالة الإشهارية قبل بثها أو نشرها وهذا من خلال فرض جملة من الشروط الواجب احترامها والمتمثلة في ضرورة إعلام المستهلك حتى يتخذ قرار بالشراء عن وعي وإرادة سليمة، فقد اعتمدت أغلب التشريعات والقوانين على الوسم كوسيلة إلزامية لإعلام المستهلك نظرا للموضوعية التي يتميز بها، كما يعمل الوسم في إطار المنافسة الحرة على حماية العلامة التجارية من كل تقليد أو تزييف قد يصيبها.

الفرع الأول: الالتزام بالوسم

يعتبر الوسم بمثابة بطاقة تعريفية و إشهارية حول المُنتج، حيث أنه و باستقرائنا للمادة 3 ف4 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشرع قد أعطى تعريف للوسم وذلك بقوله: "الوسم كل بيانات أو كتابات أو إشهارات أو علامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو..... ".[1]

وقد نصت المادة 05 ف2 من المرسوم التنفيذي 90-39[2] المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش على أن الوسم: "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما ".

من خلال استقرائنا للمادتين السابقتين يلاحظ أن المشرع الجزائري أدرج ضمن تعريف الوسم العلامة التجارية بالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها، ولكن لما كانت العلامة التجارية تؤدي دور فعال ومهم في إعلام المستهلك عن المنتوج فقد أدرجها إلى جانب البيانات والكتابات التي يمكن أن يشتمل عليها الوسم كونها غالبا ما تؤدي إلى تمييز المنتوجات الصناعية أو الزراعية مع غيرها خاصة تلك المستوردة، كما تستعمل العلامة أيضا في تسهيل العملية الدعائية للسلع لمنع تظليل جمهور المستهلكين.[3]

---

[1] أنظر المادة 3ف 4 من القانون رقم 09- 03المؤرخ في25 فيفري2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر ج ج، العدد15 الصادرة في 8 مارس2009 .

[2] مرسوم تنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ج ج، العدد05 الصادرة في30 جانفي 1990، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي رقم01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر2001، ج رج ج، العدد61، الصادرة في 16 أكتوبر 2001.

[3] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص127.

الجدير بالذكر أن المشرع الجزائري سار نفس المسلك الذي اتبعه المشرع الفرنسي باستثناء المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90-367 الذي يفرض اللغة العربية الوطنية على الملصقات لجميع المنتوجات والتي تقابلها في القانون الفرنسي المادة 4 من مرسوم1984/12/07 المتعلق بوسم المواد الغذائية والتي تلزم باستعمال اللغة الفرنسية .

عموما نجد أن المشرع الجزائري يلزم المهني كونه متدخل بضرورة وسم المنتوج خاصة تلك التي تكون محل استهلاك يومي ومستمر من طرف المستهلك خاصة تلك المواد الغذائية نظرا لإمكانية تعرض المستهلك لعدة مخاطر صحية، الأمر الذي يجعل من وسمها أكثر من ضروري وذلك قصد دفع الخطر الذي قد ينتج جراء استهلاكها.[1]

الفرع الثاني : دور الوسم في إعلام المستهلك

إن تعدد السلع في السوق في الوقت الراهن وكذا تشابهها في العناصر المكونة لها ومواصفاتها وأشكالها الخارجية يجعل المستهلك في مركز يصعب عليه التمييز بين سلعة وأخرى، لذلك ألزم المشرع الجزائري بموجب النصوص التشريعية والتنظيمية المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج، أي جميع البيانات وعناوين المصنع والتجارة والصور والشواهد أو الرموز أو خاتم أو طوق يرافق المنتوج أو يقترن به، فباشتمال الوسم على هذه العناصر يؤدي دوره الإعلامي للمستهلك، فهو الوسيلة الأفضل للإعلام حول العلاقة التي تربط المستهلك بالمتدخل خاصة وان هذه المعلومات تهم المستهلك بالدرجة الأولى لتمكنه من استعمال المنتوج.[2]

قد يختلف الوسم من سلعة لأخرى خاصة تلك المنتوجات الغذائية والتي يجب أن تكون بشكل لا يمكن يخلق شكا أو لبس في ذهن المستهلك، ويجب أن تكون بيانات الوسم مكتوبة باللغة العربية الوطنية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة، ومثال ذلك أن يكون تاريخ صنع السلعة وتاريخ نهاية صلاحيتها موضوعا على متن غلافها وذلك بصفة مفهومة من قبل عامة الناس باستثناء المنتوجات سريعة التلف مثل الخضر والفواكه[3]،أما إذا تعلق الأمر بمنتوجات غير غذائية فلابد من احترام البيانات التالية (التسمية الخاصة بالبيع، الكمية الصافية، الاسم أو اسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعته، طريقة الاستعمال وشروط الاستعمال الخاصة، جميع البيانات الإجبارية الأخرى).

---

[1] الزوبير أرزقي، المرجع نفسه، ص127.

[2] منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03(المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر01، السنة الجامعية 2014-2015، ص71.

[3] مضمون المادتين 11،05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر2005، ج رج ج، العدد83، الصادرة في25 ديسمبر2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90- 367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج رج ج، العدد50، الصادرة في31 نوفمبر1990.

أكد وزير التجارة الأسبق السيد: مصطفى بن بادة أثناء مداخلته في يوم دراسي [1] على ضرورة حصول المستهلك على المواصفات المنتظرة والمصرح بها من طرف المتدخل والمعلن عنها عن طريق الوسم، فهذا يعد تأكيدا على ضرورة صدق المعلومات التي يتضمنها الوسم، فلا يجب أن يبين في الوسم أن هذا المنتوج يحتوي على خصائص منفردة لا توجد في منتوجات أخرى، بينما هذه الخصائص موجودة في جميع المنتوجات المماثلة لهذا الأخير، كما لا ينبغي جعل المستهلك يعتقد أن هذا المنتوج يحتوي على خصائص علاجية، ولكن يستثنى من ذلك المواد المعدنية التي تخضع لمعايير تتعلق بالصحة.

إن الالتزام بإعلام المستهلك عن طبيعة المنتجات من الأمور التي فرضت نفسها في مجال العلاقات بين المستهلكين من ناحية، والمنتجين والموزعين من ناحية أخرى ذلك أن المستهلك يخضع لسيطرة المنتجين والموزعين، ويضطر بسبب حاجته إلى المواد الاستهلاكية والخدمات وبسبب عدم توافر المعلومات الكافية لديه عن السلعة أو الخدمة إلى الدخول معهم في روابط تعاقدية قد تمثل إخلالا ملموسا يعكس خضوع المستهلك لسيطرة المنتج، وبالتالي كان لابد أن يتقرر حق المستهلك في العلم بحقيقة السلعة وعناصرها ومواصفاتها وصلاحيتها، ويقتضي هذا الحق أن يقوم المنتجون والموزعون بإعلام المستهلك وإخباره عن خصائص السلع والخدمات وما يحيط بها من مخاطر. [2]

الفرع الثالث :دور الوسم في الإعلام عن وجود علامة تجارية أصلية

يعمل الوسم في إطار إعلام المستهلك على إيصال صورة حقيقية للسلعة إلى ذهن المستهلك حتى يتسنى له معرفة السلعة المراد شراؤها، كما يساهم أيضا على إظهار العلامة التجارية والتعريف بها، وعليه فإذا كان الوسم التزام قانوني فرضه المشرع على كل عون اقتصادي يباشر عملية النتاج والصناعة فإنه إلى جانب ذلك يساهم في حماية العلامة التجارية من كل مساس غير شرعي قد يمسها، مما يجعل الاهتمام بالعلامة التجارية من بين أهم القواعد المكرسة في التشريعات الوطنية و الاتفاقيات الدولية، حيث عرفت المادة 02من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية على أنها :"كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي، لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص .....". [3]

في كثير من الأحيان تؤثر العلامة التجارية بصفة مباشرة على رضى المستهلك وهذا يعود وبشكل كبير إلى الشهرة التي تتميز بها عن غيرها، كما أن بعض العلامات متى عُرضت على المستهلك

[1] يوم دراسي وتحسيسي حول الوقاية من الحوادث المنزلية المنعقد في 18 نوفمبر 2013، بمقر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية .

[2] الصادق صياد، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، فرع قانون الأعمال، جامعة قسنطينة 1، السنة الجامعية 2013-2014، ص73.

[3] أنظر المادة02 من الأمر 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر ج ر، العدد44، الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2003.

إلّا وأبدى هذا الأخير الرغبة في اقتنائها نظرا لما تتميز به من جودة، الأمر الذي يؤدي ببعض المتدخلين إلى استغلال العلامة التجارية بصفة غير مشروعة وذلك عن طريق التقليد أو المحاكاة التدليسية، وذلك قصد استغلال شهرتها وسهولة تداولها الشيء الذي من شأنه أن يبعث لدي المستهلك نوعا من الخلط واللبس.

يُعرف الأستاذ روبير ROUBIER التقليد بأنه :"إعادة اصطناع العلامة إلى جانبها الأساسي والمميز أّنه الاصطناع الكامل والحرفي للعلامة "وتكون الجريمة مرتكبة من خلال التصنيع المادي للعلامة، ومنه فيكون تقليدا لعلامة تجارية متى كان الاسم الجديد للسلعة مطابقا حرفيا للاسم الأول لها، وهذا ما أكدته المحكمة العليا في قرار صادر عنها بتاريخ 05 فيفري 2002، حيث رفضت الدعوى لعدم التأسيس القانوني وهذا نظرا لانعدام التشابه بين "برانس" و "برانساس" في حين أشار قضاة المحكمة العليا إلى عدم وجود تشابه بين الكلمتين وإن اللبس الذي يقصده المشرع هو ذلك الذي يجعل المستهلك المتوسط الانتباه يخلط بين المنتوج الذي يحمل علامة" برانس" وذلك الذي يحمل علامة "برانساس"، كذلك مجموع الخصائص لكتابة كل علامة وكذا النطق بها لا يشكل أي تشابه يمكنه إحداث خطر الملبس والخلط بينهما من طرف المستهلك ذو الانتباه المتوسط.[1]

من خلال كل ما سبق نستنتج أن العلامة التجارية تعد من أهم الوسائل التي يلجأ إليها المتدخل لتمكين المنتج من معرفة سلعته أينما وُجدت ولضمان عدم تظليل الجمهور، مما يدفعه إلى بذل أقصى جهد في تحسين منتجاته لمنافسة باقي المنتجات الأخرى في السوق، ويعتبر اختيار العلامة التجارية المناسبة للسلعة من أصعب المهام التي تواجه المنتج نظرا لكون هذا الاختيار يتعدى مداها الأجل القصير، حيث ترتبط بالسلعة لمدة طويلة حيث يصعب تغييرها، وكثيرا ما تفشل السلعة في السوق نتيجة لعدم اختيار العلامة المناسبة.[2]

[1]قرار رقم 261209 المؤرخ في 05 فيفري 2002، المجلة القضائية، العدد الأول، الديوان الوطني للأشغال التربوية ،2003،ص 265.
[2]الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص133.

المبحث الثاني: إلزام المتدخل باحترام إجراءات وضع المنتوج للإستهلاك

أوجب المشرع الجزائري إضافة إلى التزام المتدخل بالإعلام التزام آخر ألا وهو إلزامية احترام وضع المنتوج للاستهلاك بما يتناسب مع التشريع المعمول به، وذلك من بداية عملية الانتاج إلى غاية تقديم المنتوج للاستهلاك، هذا وإن كانت طبيعة المنتوج تستلزم القيام بتقديم تحذيرات إضافية إلى جانب الإعلام فعلى المتدخل أن يبادر لذلك تحت طائلة المسؤولية من الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك.

المطلب الأول: الالتزام بالسلامة

إن الالتزام العام بالسلامة هدفه تقوية الحماية المقررة للمستهلك عن طريق وضع قواعد ذات طابع وقائي، تهدف إلى منع ظهور منتوجات ضارة أو خطرة في السوق أو تقرير مسؤولية المنتج والموزع الذي يقوم بطرح منتجات تلحق ضرر لمستعمليها أو مستهلكيها بسبب ما فيها من عيوب.

يعتبر حق المستهلك في الغذاء من أهم الحقوق التي يكتسبها الإنسان بمجرد ولادته، حيث يتفرع عن حق أصلي وهو حق الإنسان في الحياة وسلامة البدن وحماية الصحة العامة وحفظ المادة الغذائية التي تعتبر المصدر الأساسي لحياته، ويترتب على الاعتداء على هذه الأخير ما يترتب على الاعتداء على الحقوق الأساسية الأخرى.[1]

بناءا على ما سبق سأتطرق في هذا المطلب لسلامة المادة الغذائية (كفرع أول) وإلى نظافة المادة الغذائية (فرع ثاني).

الفرع الأول: سلامة المادة الغذائية

ألزم المشرع الجزائري المتدخل بأن يضع مواد غذائية سليمة للاستهلاك وأن يسهر على أن لا تضر بصحة وسلامة المستهلك[2]، ويتحقق ذلك بضمان سلامتها أثناء تكوينها وأثناء التسليم والتجهيز، إضافة إلى سلامة المواد المعدة لملامستها وهذا ما سأتطرق إليه كل على حدى.

أولا: تحقيق سلامة المادة الغذائية أثناء تكوينها

يتم تحقيق هذه السلامة عن طريق احترام المتدخل للخصائص التقنية للمادة الغذائية إضافة إلى احترام نسب الملوثات والمضافات المسموح بها قانونا.

[1] دلال مهيريس، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، جامعة محمد بوضياف المسيلة، السنة الجامعية 2015-2016، ص 33.
[2] علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص31.

1- احترام الخصائص التقنية للمادة الغذائية

تتضمن عملية إنتاج المواد الغذائية وكل المنتوجات الأخرى وجوب توفر خصائص تقنية معينة خاصة بالمنتوج ذاته، حيث أن انعدامها أو نقصها أو الزيادة في أحد الخصائص المكونة لها يؤدي إلى إنتاج مواد غذائية غير سليمة، وبالتالي تمس بصحة وسلامة المستهلك.[1]

أوجب المشرع الجزائري على المتدخل ولا سيما منتج المواد الغذائية أن يتقيد بالخصائص التقنية المتعلقة بمكوناتها وظروف إنتاجها، خصوصا عندما يتعلق الأمر بتحديد الخصائص الميكروبيولوجية و البيومجهرية. [2]

2- احترام نسب الملوثات والمضافات المسموح بها قانونا

باستقرائنا لنص المادة05 من القانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أنها تمنع المتدخل من وضع مواد غذائية تحتوي على ملوثات بكمية غير مقبولة وذلك حماية للصحة البشرية والحيوانية، هذا لا ينفي وجود ملوثات مقبولة ومسموح بها في المادة الغذائية فبالنسبة للملوثات المسموح بها هي:

كل الجراثيم والعناصر التي تلوث المادة الغذائية شرط احترام النسب المسموح بها لكي لا تؤدي إلى الإضرار بصحة المستهلك وعادة ما تكون ضرورية لإنتاج المادة الغذائية كما هو الشأن بالنسبة لمواصفات بعض أنواع الحليب المعدة للاستهلاك. [3]

يقصد بالملوث حسب المرسوم التنفيذي 14-366[4] الذي يحدد الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية، كل مادة تضاف بغير قصد في الغذاء ولكن توجد فيه على شكل بقايا في الإنتاج بما فيها العلاجات المطبقة على المزروعات وعلى المواشي في ممارسة الطب البيطري وفي الصناعة وفي التحويل وفي التحضير في المعالجة وفي التوظيف والتغليف في نقل هذا الغذاء، وتوزيعه أو تخزينه أو بعد تلوث بيئي ولا تطبق عبارة الملوثات على بقايا الحشرات وشعر القوارض والمواد الخارجية، تعتبر كملوثات عندما تتجاوز الحد الأقصى لها.

[1] محمد عبده إمام، الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية، دراسة مقارنة في القانون الإداري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، ص24.
[2] مضمون المادة04 من القانون 09-03، المرجع السابق.
[3] دلال مهيريس، المرجع السابق، ص35.
[4] المرسوم التنفيذي رقم14-366المؤرخ في 15 ديسمبر2014، الذي يحدد الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية، ج ر ج ج، العدد 74، الصادرة في 25ديسمبر2014.

المبيدات هي كل مادة أو خليط لمجموعة من المواد تستخدم في تفادي آفة والقضاء عليها أو مكافحتها بما في ذلك ناقلات الأمراض البشرية والحيوانية والنباتية الإكثار منها يؤدي إلى تلويث المادة الغذائية.[1]

3- بالنسبة للمواد المضافة

سمح المشرع الجزائري بالمضافات حيث تنص المادة 08 من القانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي:" يمكن إدماج المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري أو الحيواني".

جاء في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم92-95 المتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية ، حيث تعتبر مادة مضافة لمنتوج غذائي كل مادة:

- لا يمكن استهلاكها عادة كمنتوج غذائي.
- تنطوي أو لا تنطوي على قيمة غذائية.
- لا تعد مادة أولية أساسية في تركيب منتوج غذائي. [2]

تشمل المادة المضافة على مواد حافظة، مضادات أكسدة، المواد المعطرة، المواد الملونة.....الخ.

ثانيا: ضمان سلامة المادة الغذائية أثناء التجهيز والتسليم

تنص لمادة07 من القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على:" يجب أن لا تحتوي التجهيزات واللوازم وعتاد التغليف وغيرها من الآلات المخصصة لملامسة المواد الغذائية إلا على اللوازم التي لا تؤدي إلى إفسادها"، لذلك من الواجب مراعاة هذه الشروط أثناء التجهيز لضمان سلامة المادة الغذائية.

[1] أنظر المادة13 من المرسوم التنفيذي 91-53 المؤرخ في 23 فيفري 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، ج رج ج، العدد09 الصادرة في 27 فيفري 1991.

[2] أنظر المادة02 من المرسوم التنفيذي 92-25 المؤرخ 13جانفي1992، المتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية وكيفية ذلك، ج ر ج ج، العدد،13 الصادرة في 27 فيفري 1992.

ثالثا: ضمان سلامة المواد المعدة لملامسة المادة الغذائية

يحدد المرسوم التنفيذي رقم 91-04 شروط استعمال المواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومواصفاتها التقنية ومستحضرات تنظيف هذه لمواد، حيث اشترط ألا تعد المواد الغذائية إلا بمكونات لاتنطوي على أي خطر من شأنه إصابة المستهلك في صحته. [1]

لا يجوز أن توضع مواد سبق أن لامست منتجات أخرى غير غذائية، كما أن موضوع ملامسة الأغذية لا يكون إلا بترخيص صريح يمنحه الوزير المكلف بالنوعية، كما يجب أن يقوم المنتجون أو المستوردون الموزعون بالجملة للمواد المعدة لكي تلامس الأغذية أن يذكروا في فواتير البيع وفي الوثائق المرافقة للبضائع ملاحظة "ملامسة الأغذية". [2]

الفرع الثاني: الالتزام بنظافة المادة الغذائية

نصت المادة 06 من القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي:" يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يسهر على احترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين، ولأماكن ومحلات التصنيع لإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كميائية أو فيزيائية".

باستقرائنا للمادة السابقة يتبين لنا أن المشرع الجزائري ألزم المتدخل بتحقيق شروط النظافة طوال مدة الإنتاج، وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم91-53 المتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عرض الأغذية للاستهلاك نجد أنه يحدد مجموعة من الضوابط التي يجب مراعاتها عند عرض الأغذية للاستهلاك، ومن بين هذه الشروط نذكر ما يلي:

أولا: ضوابط تطبق على المواد الأولية وتحضيرها ونقلها واستعمالها

يشترط أن تكون التجهيزات والمعدات والأماكن اللازمة لعمليات جمع محصول المواد الأولية أو إنتاجها أو تحضيرها أو معالجتها أو نقلها أو تخزينها مهيأة على نحو ملائم، حيث يتجنب فيها كل تكوين لأي بؤرة تلوث فيجب أن تكون منظفة على نحو تام.

[1] أنظر المادة05 من المرسوم التنفيذي رقم91-04المؤرخ في09 جانفي1991، الذي يحدد شروط استعمال المواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومواصفاتها التقنية ومستحضرات تنظيف هذه المواد، ج ر ج ج، العدد 04، الصادرة بتاريخ 23 جانفي 1991.

[2] أنظر المواد06،08 من المرسوم التنفيذي رقم91-04، المرجع نفسه.

ثانيا: ضوابط تطبق على أماكن التحويل والتخزين والتكييف والتوزيع

يجب أن تكون المحلات وملحقاتها ذات سعة كافية بالنظر إلى طبيعة استعمالها والتجهيزات والمعدات المستخدمة والعمال المطلوب استخدامهم.[1]

كما يشترط أيضا أن تهيأ المحال وملحقاتها على نحو يسمح بالفصل بين المناطق والأقسام التالية:

- مناطق استلام المواد الأولية وتخزينها ومناطق تحضير المنتوج وتكييفه.

- مناطق وضع المنتجات التجميلية وتخزينها ومناطق تحضير المنتوج وتكييفه.

- مناطق تداوي الأغذية الساخنة والمناطق المستعملة للمنتجات التي تؤكل.

كما يجب أن تكون المحال كافية للتهوئة وجيدة الإنارة، إضافة إلى توافر عدد كافي من المستخدمين في جميع مؤسسات المنشأة الصحية واستحواذ هذه الأخيرة على مضخات وحجرات لحفظ الملابس ومراحيض جيدة الإنارة و التهوئة.

ثالثا: ضوابط تطبق على الأغذية

يجب أن تكون الأغذية الجاهزة للبيع مخزونة أو معروضة للبيع حسب شروط تمنع أي تلوث، ويجب أن تكون الأغذية الغير محمية طبيعيا أو غير المبيعة مفصولة عن ملامسة الزبائن لها بواسطة واقيات زجاجية أو حواجز مزودة بمشبك دقيق الثقوب أو بأي وسيلة فصل أخرى ذات فعالية، كما لا يجوز بأي حال من الأحوال أن تلامس الأغذية الأرض ملامسة مباشرة ولا أن تتناولها الأيدي في ظروف يمكن أن تتلوث فيها.[2]

رابعا: ضوابط تطبق على المستخدمين

تطبق مجموعة من الضوابط عند عرض الأغذية للاستهلاك سواءا فيما تعلق منها بالمستخدمين وهي كالآتي :

- يجب أن تكون ملابس العمل وأغطية الرأس ملائمة ومن شأنها أن تمنع تلوث الأغذية.

- يجب أن تتخذ التدابير اللازمة لمنع البصق والتدخين وتناول الطعام في الأماكن التي تتداول فيها الأغذية.

[1] أنظر المادتين06،07 من المرسوم التنفيذي رقم91-53، المرجع السابق.
[2] أنظر المواد من06الى24 من المرسوم التنفيذي رقم91-53، المرجع نفسه.

– يجب أن يخضع المستخدمون المدعون بحكم عملهم لتداول الأغذية لواجب العناية الفائقة بنظافة ثيابهم وأبدانهم.

– يحظر على الأشخاص الذين من شأنهم أن يلوثوا الأغذية القيام بأي تداول لهذه الأغذية.

– يجب أن يخضع الأشخاص المنوط بهم تداول الأغذية لفحوص طبية دورية، ولعمليات التطعيم المقررة من الوزارة المكلفة بالصحة التي تعد قائمة الأمراض والإصابات التي تجعل المصابين بها قابلين لتلويث الأغذية. [1]

المطلب الثاني: الالتزام بالمطابقة

يعتبر هذا الالتزام من بين أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل عند تولي مهمة الانتاج، فبعدما كنا في ظل القانون المدني نتحدث عن المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين، أصبحنا في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية والرقي إلى المنافسة العالمية.[2]

من بين أهم العناصر الأساسية التي تدفع بعجلة التطور الاقتصادي والتكنولوجي جودة المنتوجات، حيث وبفضلها يمكن ترويج هذه المنتوجات والمحافظة على الأسواق الداخلية ،إضافة إلى كسب قواعد جديدة وضمان ثقة المستهلكين مما يزيد وتيرة طلب هذه المنتوجات [3]، فاعتماد المستهلكين على المنتجات والخدمات أصبح أمرا أساسيا فبالرغم من أنها حققت لهم أسباب المتعة والرفاهية إلا أنها في نفس الوقت زادت من المخاطر التي تهدد حياتهم، وقد تطرقت المادة 03 من القانون09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لتعريف المطابقة بقولها " استجابة كل منتوج موضوع الاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية .....".

الملاحظ أن عدد المواصفات الفنية القياسية المقررة في الوقت الحاضر محدود بالمقارنة مع الدول الأخرى، وكذلك لا يجري تحديث هذه المواصفات بصفة مستمرة وبالسرعة الواجبة لمواكبة التطورات التكنولوجية والمعارف العلمية، فضلا على أنها مواصفات وضعت أصلا لاستهداف مستوى متواضع من الجودة والكفاءة، وزيادة على ذلك فإنه من الواضح أن هناك تسييبا كبيرا في مراقبة تنفيذ هذه المواصفات.[4]

[1] دلال مهيريس، مرجع سابق، ص38.
[2] الصادق صياد، مرجع سابق، ص91.
[3] المجلة الجزائرية للمواصفات والملكية الصناعية ، العدد10، سنة 1995، ص23.
[4] سماح سفير، الآليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق ، تخصص قانون اجتماعي ، جامعة د/الطاهر مولاي، سعيدة، السنة الجامعية 2016-2017، ص61.

الفرع الأول :احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة

تعتبر المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة المأمن الوحيد الذي يطمئن إليه المستهلك في ضوء الانفتاح الاقتصادي والمنافسة الشرسة وتطور شروط الإنتاج والتوزيع وتعقد تركيب بعض السلع من الناحية الفنية، والتي أصبحت المستهلك عاجزا أمامها عن الاختيار السليم وذلك نظرا لعدم قدرته على التعرف على صفاتها الحسنة وكيفية استعمالها و استهلاكها.

فالمخاطر التي تحتويها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ضرورة جعلت الدولة تتدخل لتقديم ضمانات عديدة للمستهلك، للتقليل من مخاطر شراءه سلعة أو آلة غير مطابقة للمواصفات التي تضمن سلامته. [1]

أولا: احترام المواصفات القانونية

ألزم المشرع الجزائري المتدخل بأن يحترم الرغبات المشروعة للمستهلك أثناء عرضه للمنتوج وذلك من حيث طبيعته وصفته ومنشأه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة، وهوته وكمياته وقابليتها للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله ومصدره والنتائج المرجوة منه ومميزاته التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه. [2]

وبناءا على ما سبق نستنتج أن المواصفات القانونية هي مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب على المتدخل احترامها في المنتوج سواء كان سلعة أو خدمة طوال فترة الإنتاج حتى الاستهلاك، حيث لا يمكن تصور تقديم شهادة المطابقة لمنتوج ما في حين هو لا يستجيب للشروط إنتاجه أو تم إنتاجه بطريقة مخالفة للمقاييس الموضوعة لذلك، الأمر الذي يؤدي إلى إقرار جزاءات مدنية وإدارية وجزائية تبعا للأضرار التي يلحقها بالمستهلك، كما يمكن اعتبار الالتزام بالمطابقة الصورة الحقيقية والسليمة لاحترام القواعد الآمرة المتعلقة باحترام المواصفات القانونية وهذا ما أكده المشرع الفرنسي في المادة212فقرة 01من قانون الاستهلاك تحت عنوان الالتزام العام بالمطابقة. [3]

---

[1] الصادق صياد، المرجع السابق، ص92.
[2] مضمون المادة11من القانون رقم 03-09 ، المرجع السابق .
[3] الصادق صياد، المرجع السابق، ص93.

ثانيا: احترام الموصفات القياسية

1-تعريف التقييس

عرفت المادة الثانية من القانون رقم 04/04 المتعلق بالتقييس بأنه: "النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين، ويقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتوجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين و الاجتماعيين ".[1]

فإذا كانت الأعمال التقنية تعبر عن المقاييس القانونية فإن المواصفات القياسية هي الخصائص التقنية أو أي وثيقة أخرى وُضعت في متناول الجميع تم إعدادها بتعاون الأطراف المعنية وباتفاق منها، وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم والتكنولوجيا والخبرة وتهدف إلى توفير المصلحة العليا للأمة في مجملها ويكون مصادقا عليها من طرف هيئة معترف بها بهدف حمايتها من أي تقليد أو قرصنة، كما يمكن بذلك صنع المنتوج واستعماله وتسويقه أو حيازته من طرف صاحبه أو لمن له الحق في امتلاكه.

بناءا على ما سبق نستنتج أن المواصفات هي عبارة عن مجموعة من المعطيات التقنية والعلامات والخصائص وطرق التحليل والتجارب الواجب إجراؤها على المنتوجات والخدمات بهدف التأكد من جودتها، الشيء الذي يبعث على الاطمئنان وبالتالي تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك. [2]

2-أهداف التقييس

يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتوج من وجهة مباشرة، غير أنه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة، ويتجلى ذلك من خلال أن التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة، وبذلك تعتبر السلامة مظهرا من مظاهر المطابقة. [3]

نصت المادة :03من القانون 04/04 المتعلق بالتقييس على أهداف التقييس حيث يهدف إلى:

أ- نقل التكنولوجيا وتحسين جودة السلع والخدمات.

---

[1] المادة 02 من القانون04/04 المؤرخ في 23جوان2004، المتعلق بالتقييس ،ج ر ج ج، عدد41، الصادرة بتاريخ 27جوان2004.

[2] سماح سفير، المرجع السابق، ص63.

[3] علي فتاك، المنافسة على الالتزام بسلامة المنتوج، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، جامعة وهران،2007، ص173.

ب– التخفيف من العوائق التقنية للتجارة وعدم التمييز.

ج– إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية .

د– تجنب التداخل والازدواجية في أعمال التقييس.

هـ– التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق.

ز– تحقيق الأهداف المشروعة واقتصاد الموارد وحماية البيئة.

الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية

أولا : المواصفات الجزائرية

يقع عبئ إعداد المواصفات الوطنية على عاتق "المعهد الوطني للتقييس"[1] وذلك عن طريق إصدار برنامج عمل كل ستة أشهر، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها إضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقا.

1-المواصفات المصادق عليها

تجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن هذه المواصفات تتمتع بالصفة الإلزامية، حيث تقدم هذه الأخيرة من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس إلى لجنة توجيه أشغال التقييس، والتي يترأسها الوزير المكلف بالتقييس، وبعد دراسة المشروع من طرف هذه الأخيرة والموافقة عليه تتولى تبليغه إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ، وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييس، ويشير قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية.[2]

إن إلزامية المواصفات المصادق عليها ليست مطلقة وإنما تخضع لاستثناءين هما:

أ– في حالة إيجاد صعوبات في تطبيق المواصفات الجزائرية المصادق عليها بشرط تقديم طلب على هذه الصعوبة .

[1] المعهد الوطني للتقييس أنشئ بموجب مرسوم تنفيذي رقم 69/98 المؤرخ في 21 فيفري 1998، يتضمن إنشاء المعهد الوطني للتقييس ويحدد قانون الأساسي، نقلا عن الصادق صياد، المرجع السابق، ص95.

[2] المرجع نفسه، ص96.

ب- لا يمكن أن تطبق المواصفات المصادق عليها على كل المنتوجات الموضوعة قبل تاريخ دخول هذه المواصفات حيز التنفيذ أو تكون عائقا في وجهها.[1]

ومن بين المواصفات التي صدرت نذكر:

-قرار وزاري مشترك مؤرخ في 1997/04/27 يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض.

- قرار وزاري مشترك مؤرخ في1997/05/27 يحدد المواصفات التقنية للسكر المسحوق أو السكر المرطب.

- قرار وزاري مشترك مؤرخ في1997/05/31 يتعلق بالمواصفات التقنية للحليب الجاف وشروط و كيفيات عرضه.

- قرار وزاري مشترك مؤرخ في1997/05/25 يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع سميد القمح الصلب وشروط و كيفيات عرضه. [2]

2-المواصفات المسجلة

بعكس المواصفات المصادق عليها تكون هذه المواصفات اختيارية، حيث يتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس، تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة يراعى في هذا التدوين (الترتيب العددي لهذه المقاييس، رقم التسجيل ،تاريخ التسجيل، بيان المقياس والتسمية الخاصة به). [3]

ثانيا :مواصفات المؤسسة

فهي بوجه خاص المنتجات وأساليب الصنع والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها، وعليه فمواصفات المؤسسة تمس خصوصا إجراءات صنع المنتوج والآلات المستعملة في ذلك، وتطبق هذه المواصفات على مجموع الوحدات والهياكل والمصالح المتعلقة بالمؤسسة.

وهي مواصفات توضع أو تعد أو تنشر بمبادرة من مديرية المؤسسة المعنية، مع مراعاة التشريع والتنظيم الخاص في مجال التقييس.

[1] الزوبير أرزقي ، مرجع سابق، ص139.
[2] ج ر ج ج، العدد55، الصادرة في 20أوت 1997.
[3] مضمون المادة 07 من قانون 23/89، والمادتين 02و07 من القرار المؤرخ في 03 نوفمبر1990، المتعلق بإعداد التقييس ج ر ج ج ،العدد 54، الصادرة بتاريخ 12 ديسمبر 1990.

يتم وضع نسخة من مواصفات المؤسسة بصفة إلزامية وبدون مقابل لدى الهيئة المكلفة بالتقييس، بحيث تسهر هذه الأخيرة وتراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات الجزائرية المعمول بها، ويمكن لكل شخص يهمه الأمر أن يطلع عليها مجانا إضافة إلى إمكانية استخراج نسخة منها على حسابه الخاص.

يكمن أن تكون مواصفات المؤسسة محا مواصفات مصادق عليها أي بعبارة أخرى تعتمد كأنها مقاييس جزائرية، وهذا بعد الموافقة عليها بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس. [1]

الفرع الثالث: الإشهاد على المطابقة

يعتبر الإشهاد على المطابقة المرحلة الأخيرة التي تقوم بها الهيئة المكلفة بمراقبة مدى تطبيق واحترام المقاييس المعتمدة، حيث مُنحت هذه المهمة للعديد من الهيئات على المستوى الوطني والتي تتمتع بصلاحية متابعة ومراقبة المنتوجات بداية من مرحلة الإنتاج إلى غاية وضع المنتوج للاستهلاك، وفي حال تأّكد احترام هذه المواصفات يتم تقديم الإشهاد على مطابقة المنتوج للمواصفات الجزائرية، والذي يكون بواسطة علامة أو علامات وطنية للمطابقة أو بواسطة رخصة استعمال العلامة الوطنية ومنح شهادة المطابقة للمواصفات، ويتم إيداع العلامة الوطنية لدى المركز الوطني للملكية الوطنية والذي يكون له مجموع الصلاحيات التالية :

- دراسة طلبات منح الرخص.
- مراقبة الاستخدام الحسن للعلامة.
- إجراء التحليل والاختبارات الأخرى للمواد المعنية برخصة استعمال علامة المطابقة للمواصفات.[2]

بالنسبة للجزائر فإن منح الإشهاد على المطابقة يبقى إجراء إداري تمنحه الهيئة المكلفة بالتقييس، حيث يرمز للمنتوج المطابق للمواصفات بعلامة "ت ج" والتي تعني تقييس جزائري، فهذه العلامة هي ملك مقصور وحصري للمعهد الجزائري للتقييس حيث تنشأ وتلغى بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس وهي غير قابلة للتنازل عنها وغير قابلة للحجز.[3]

[1] سماح سفير، مرجع سابق، ص65.
[2] علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص32.
[3] الصادق صياد، المرجع السابق، ص98.

يجب أن تستوفي المضافات الغذائية جميع الشروط من حيث(المواصفات، التعريف، النقاء المحدد في المقاييس الجزائرية)، إلا في حالة عدم وجودها تستعمل المقاييس المعمول بها على المستوى الدولي بدلها.[1]

[1]مضمون المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012، يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للإستهلاك البشري ،ج ر ج ج، العدد30، الصادرة بتاريخ 16 ماي2012.

في الأخير يمكن القول بأن أهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، وأهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو وعيه بحقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر، فيبعد عن الاستهلاك الترفيهي المواد غير المراقبة وغيرها .

لقد ألزم القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك المتدخل بالإعلام عن المنتوجات على أن تكون هذه المعلومات صادقة ونزيهة، ويشتمل الإعلام على خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها وكذا الإعلام بشروط البيع وطريقة استعمال المنتجات، إضافة إلى الالتزام بالسلامة، إضافة إلى الوسم الذي يمكن اعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك وحماية حقه في الاختيار عن علم ودراية .

كما ألزم المشرع أيضا المتدخل بضرورة مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك، من حيث مجموع الخصائص والمميزات التي يجب عليه احترامها في المنتوج سواءا كان سلعة أو خدمة.

إن إخلال المتدخل بالتزاماته اتجاه المستهلك يعرض مصالحه للخطر، كما قد يلحق به أضرار جسيمة ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لابد من وجود أجهزة قوية وفعالة، ذلك أن غياب مثل هذه الأجهزة يفقد قانون حماية المستهلك دوره الردعي ويصبح مجرد حبر على ورق، وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة[1] تطبيق هذه النصوص، حيث منح هذه الأخيرة سلطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية.

تتدخل السلطة الإدارية المختصة في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل الإنتاج، حيث تقوم هذه الأخيرة بتحريات لرقابة مطابقة المنتوجات للمتطلبات القانونية الخاصة بها .[2]

تشمل رقابة الدولة أيضا مدى تنفيذ المتدخل لكافة الالتزامات الملقاة على عاتقه، لاسيما ما تعلق منها بالإعلام عن طريق الوسم و احترام شروط النظافة وسلامة المواد الغذائية ...الخ، وبصفة عامة مطابقة كل المواصفات التي تحقق الرغبة المشروعة للمستهلكين.[3]

بناءا على كل ما سبق ارتأيت تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث حيث:

خصصت المبحث الأول لدور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك خصوصا فيما يتعلق بدور وزارة التجارة والهياكل التابعة لها، دور مجلس المنافسة، دور إدارة الجمارك، دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي .

أما المبحث الثاني فخصصته لدور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك وما يندرج ضمنها من سلطة القضاء في حماية المستهلك، حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء، والمسؤولية المقررة على المتدخل.

كما خصصت المبحث الثالث لدور جمعيات حماية المستهلك وذلك من خلال التطرق إلى التدخل الوقائي والتدخل الدفاعي لهذه الأخيرة.

[1] يقصد بالرقابة :"خضوع شئ معين بذاته لرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون وذلك للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المقررة قانونا"، الصادق صياد ،مرجع سابق ،ص96.
[2] مضمون المادة 29 من القانون 09-03، المرجع السابق.
[3] الصادق صياد ، المرجع السابق، ص96.

المبحث الأول : دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

تشرف الهيئات الإدارية في إطار حماية المستهلك على تنظيم السوق ومنع بث الاضطراب فيه، قصد توفير حاجيات المستهلك بعيدا عن كل ممارسة غير نزيهة قد يلجأ إليها المتدخل لتحقيق منافع وأرباح على حساب سلامة المستهلك، وعليه فتدخل هذه الهيئات في تنظيم السوق حماية ودفاعا، ما هو إلا تنفيذ للأدوار المكلفة بها، وذلك بقصد توفير حماية شاملة سواءا على المستوى الوطني أو المحلي حسب طبيعة الهيئة المكلفة بذلك، إذ تتنوع وتختلف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشأت من أجله .

إن الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك الحماية من الجرائم التي قد تمس به، باعتبارها الجهة المتخصصة في تنفيذ هذه القواعد لقدرتها على التنفيذ حيث تنقل التجريم والعقاب وتجسده على أرض الواقع، الأمر الذي من شأنه تحقيق الحماية المرجوة.[1]

وبناءا على كل ما سبق سأتطرق لأهم الهيئات المكلفة بهذه الحماية حيث:

سأتعرض في المطلب الأول إلى دور وزارة التجارة في حماية المستهلك، كما سأخصص المطلب الثاني لدور مجلس المنافسة في حماية المستهلك، والمطلب الثالث لدور إدارة الجمارك وأخيرا سأخصص المطلب الرابع لدور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي .

المطلب الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك

تعتبر وزارة التجارة الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك سواء كان على المستوى المركزي أو المستوى اللامركزي، حيث تمارس نشاطها وفق التنظيم الساري المفعول لا سيما المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة. [2]

الفرع الأول: دور وزير التجارة في حماية المستهلك

بناءا على المرسوم التنفيذي 14-18[3] المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 02-454الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة وذلك من خلال نص المادة 5 من ذات المرسوم، ومن بين أهم هذه الصلاحيات نذكر مايلي :

---

[1] العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون ،كلية الحقوق والعلوم الإدارية ،بن عكنون ،2003،ص282.

[2] مرسوم تنفيذي رقم02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر2002المتضمن تنظيم الادارة المركزية في وزارة التجارة ،ج رج ج، عدد ،85الصادرة في 22 ديسمبر 2002.

[3] مرسوم تنفيذي رقم14-18 المؤرخ في 21 يناير 2014المعدل والمتمم للمرسوم رقم02-454، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ،ج ر ج ج ، العدد 4،الصادرة في 21 يناير 2014.

-يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الإستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن .

- يقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة، وتشجيع التنمية الخاصة بمخابر الجودة والتجارب.

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

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

- يعد وينفذ استراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية إتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشاءها .

الفرع الثاني: الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك

باستقرائنا للمرسوم التنفيذي رقم 14-18 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، نجد أن هذا الأخير قد خول لكل من المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة.

كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم12-203 المؤرخ في 06ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم شبكة الإنذار السريع. [1]

أولا-المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها

حددت المادة 3 من المرسوم التنفيذي 02-454 مهام المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها والمديريات التابعة لها، ومن بين أهم المهام المخولة لهذه الأخيرة نذكر:

- المشاركة في تحديد السياسة الوطنية وكذا التنظيمات المتعلقة بترقية وجودة السلع والخدمات المتعلقة بحماية المستهلك .

- السهر على السير التنافسي للأسواق و اقتراح كل التدابير التي ترمي إلى تطوير قواعد وشروط المنافسة النزيهة.

[1] مرسوم تنفيذي رقم12-203 المؤرخ في 06 ماي 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم، ج رج ج، العدد28، المؤرخة في 9 ماي2012.

-تفعيل المؤسسات التابعة لقطاع التجارة المتخصصة في مجال تنظيم السوق. [1]

ثانيا-المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش

تنص المادة 04من المرسوم التنفيذي 02-254 المعدل والمتمم المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة على المهام المخولة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش والتي سنوجزها كالآتي:

-مراقبة الجودة ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة .

- السهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش والعمل على تدعيم وظيفة الرقابة وتطويرها.

- القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص النقائص التي تمس السوق. [2]

تحتوي المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش على أربع مديريات وهي:

-مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة .

- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية. [3]

ثالثا: شبكة الإنذار السريع

تم إنشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-203السالف الذكر، حيث تهدف هذه الأخيرة إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم، وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتوجات الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا مصالحها الخارجية هذه المهام، بالإضافة إلى بث معلومات شبكة الإنذار السريع عن طريق التواصل مع شبكة الإنذار الجهوية والدولية كما تتبادل المعلومات مع مختلف النقابات والجمعيات خاصة مع جمعيات حماية المستهلك. [4]

---

[1] مروان رملي، أحمد خليفي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، السنة الجامعية 2017/2016، ص 58.

[2] انظر 04من المرسوم التنفيذي14-18 السابق الذكر.

[3] مروان رملي ،أحمد خليفي، المرجع السابق، ص58.

[4] انظر المواد 20،21 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203، المرجع السابق.

تضم هذه الشبكة أعضاء ممثلين عن وزارة (الداخلية والجماعات المحلية، المالية، الطاقة والمناجم، الموارد المائية، الصحة والسكان، الفلاحة، الصيد البحري، الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، التهيئة العمرانية والبيئة، النقل، البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، السياحة والصناعة التقليدية) ويرأس هذه الشبكة الوزير المكلف بحماية المستهلك ممثلا في وزير التجارة.[1]

تتولى هذه الشبكة مراقبة كافة أنواع السلع والخدمات الموجهة إلى الاستعمال النهائي للمستهلك وفي جميع مراحل عملية الاستهلاك، باستثناء المنتوجات التي تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة كالأسمدة والأجهزة الطبية والمواد والمستحضرات الكميائية .[2]

إن استحداث شبكة الإنذار السريع من خلال المرسوم التنفيذي رقم 12-203 السالف الذكر يعد إنجاز هام وحماية إضافية للمستهلك، ومسايرة لما تشهده دول العالم من استحداثها لمثل هذه الشبكات لما له من دور كبير خاصة فيما يتعلق بالجانب الوقائي، كون هذا الجهاز يتمتع بقوة تنظيمية وفعالية، إذ يشمل ممثلين عن كل الوزارات التي تهتم بمصالح المستهلك الشيء الذي من شأنه تسهيل عملية التنسيق بينها وبين وزارة التجارة كون هذه الأخيرة المسؤول المباشر عن هذا الجهاز، إضافة إلى السرعة في تبادل المعلومات بين فروعه عبر التراب الوطني من خلال التواصل مع الجمعيات الوطنية خاصة جمعيات حماية المستهلك، مما يسهل الحصول على المعلومة بأسرع وقت ممكن و اتخاذ الإجراء المناسب كالسحب الفوري للمنتوج الذي من شأنه الإضرار بصحة وأمن المستهلك.[3]

الفرع الثالث :المصالح الخارجية لوزارة التجارة

تم تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-09[4] المؤرخ في 20 يناير 2011 والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، وقد حددت المادة 02 من هذا المرسوم مديريات ولائية وأخرى جهوية .

أولا: المديريات الولائية للتجارة

حددت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 السالف الذكر مهام المديريات الولائية للتجارة، حيث تتمثل مهامها في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة

[1] الصادق صياد، مرجع سابق، ص101.
[2] مضمون المادتين 03،19 من المرسوم التنفيذي 12-203، المرجع السابق .
[3] الصادق صياد، المرجع السابق، ص102.
[4] المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر ج ج، العدد04، الصادرة في 23 جانفي 2011.

والجودة وحماية المستهلك، إضافة إلى تنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الإقتصادية وقمع الغش، والسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش .....[1]

تتكون المديرية الولائية للتجارة من خمسة فرق تفتيش تسهر على تنفيذ مهام هذه الأخيرة، فنجد مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمنافية للمنافسة مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش، مصلحة المنازعات والشؤون القانونية، مصلحة الإدارة والوسائل.[2]

ثانيا: المديريات الجهوية للتجارة

تتكون المديريات الجهوية للتجارة من ثلاث مصالح وهي: (مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل)، تتولى هذه المصالح مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة وتحقيق الأهداف الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة أمن المنتوجات[3].

الفرع الرابع :الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة

أولا: المركز الجزائري لمراقبة النوعية

تم إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318 المحدد لكيفية تنظيمه وعمله.[4]

يعتبر هذا الأخير مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي، ويخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الذي بدوره يعين مديرا لتمثيل المركز وكذا الإشراف على مصالح هذا الأخير سواءا فيما تعلق الأمر بالمخابر أو المفتشيات الجهوية، ويهدف إلى :

- المساهمة في حماية صحة وأمن المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية.
- ترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع والخدمات.
- التكوين والإعلام والاتصال وتحسيس المستهلكين.

[1] انظر المادة 03من المرسوم التنفيذي رقم 11-09، المرجع السابق.
[2] مضمون المادة 05 من المرسوم التنفيذي 11-09، المرجع نفسه.
[3] مضمون المادتين11،10من المرسوم التنفيذي11-09، المرجع نفسه .
[4] المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمر 2003، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 89-147 المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية وتنظيمه وعمله، ج رج ج ، عدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 2003.

ومن أبرز المهام التي يقوم بها ما يلي:

– المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير والمخالفات للتشريع والتنظيم المعمول به المتعلقين بنوعية السلع والخدمات ومعاينتها.

– تقديم الدعم التقني والعلمي للمصالح المكلفة بمراقبة النوعية وقمع الغش.

– وضع برامج التنشيط و الاتصال لفائدة المهنيين والمستهلكين إضافة إلى تنظيم الندوات والملتقيات والأيام الدراسية والمعارض.[1]

ثانيا: شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAQ)

جاء تنظيم هذه الشبكة من خلال المرسوم رقم 96–355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم97–459 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية وتنظيمها [2]، وبصدور المرسوم التنفيذي رقم 02–454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة أُدخلت هذه الشبكة ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش[3]، وتتمثل مهام هذه الأخيرة طبقا للمادة02 والمادة 03 من المرسوم التنفيذي 96–355 فيما يلي :

– المساهمة في تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعية وتطويرها.

– المشاركة في إعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك .

– تطوير كل عملية من شأنها أن ترقي نوعية السلع والخدمات وتحسين نوعية خدمات مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

– إجراء الخبرة والتجارب والمراقبة وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وتحسين نوعية المنتوجات.

– تدرس ولحساب الوزارات المعنية وبطلب منها ،طرق التجارب الضرورية لإعداد القواعد والمقاييس.

– تتولى مراقبة نوعية المنتوجات المستوردة أو المنتجة محليا عند إخطارها .

[1] الصادق صياد، المرجع السابق، ص106.
[2] مروان رملي ، أحمد خليفي، المرجع السابق، ص60.
[3] أنظر المادة 04من المرسوم التنفيذي رقم 02-454، المرجع السابق.

كما يمكن لشبكة مخابر التجارب والتحاليل النوعية أن تساعد المخابر الأخرى المنشأة لغرض تحليل الجودة وقمع الغش وكذا المخابر الرسمية الموزعة على كامل التراب الوطني والبالغ عددها 20 مخبرا منها 04 مخابر جهوية، هدفها الأساسي تحسين سير هذه الأخيرة وتوحيد الطرق والإجراءات الرسمية لتحليل الجودة والتحكم أكثر في تقنيات التحاليل والتجارب، كما تهدف أيضا إلى تطبيق سياسة ترمي إلى حماية الاقتصاد الوطني وضمان حماية أمن وسلامة صحة المستهلك. [1]

ثالثا: المجلس الوطني لحماية المستهلك

أُنشأ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته[2]، الذي تم تأسيسه تحت رعاية وزارة التجارة، فهو جهاز استشاري يكلف بإبداء واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك.

تنص المادة 22من نفس المرسوم السابق على الاختصاصات الموكلة للمجلس حيث يدلي المجلس بآرائه ويقترح تدابير لها، حيث يساهم في الوقاية من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها المنتوجات المعروضة في السوق وتحسينها من أجل حماية صحة المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية، إضافة إلى إبداء رأيه حول مشاريع القوانين والتنظيمات التي يمكن أن يكون لها تأثير على الاستهلاك وكذا شروط تطبيقها، واتخاذ التدابير الوقائية لضبط السوق، وجمع المعلومات الخاصة بمجال حماية المستهلكين واستغلالها وتوزيعها.[3]

المطلب الثاني : دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك

يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرارات وإبداء الآراء حول جميع المسائل التي تدخل ضمن اختصاصه سواءا كان ذلك بمبادرة منه أو عن طريق التدخل التلقائي أو عن طريق طلب مقدم من الأشخاص المؤهلة قانونا[4]، ويتمتع هذا الأخير بدورين هامين هما :

الفرع الأول: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة

يعتبر مجلس المنافسة الجهة الرسمية التي يلجأ إليها جميع الفاعلين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، إبتداءا من السلطة العامة وصولا إلى جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية والنقابية

[1] منال بوروح، مرجع سابق، ص128.
[2] المادة02 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 02 أكتوبر2012، الذي يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، ج ر ج ج، العدد 56، الصادرة في 11 أكتوبر 2012.
[3] منال بوروح، المرجع السابق، ص131.
[4] مضمون المادة 34 من القانون 08-12المؤرخ في25 جوان2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر ج ج، العدد36، الصادرة في2 جويلية 2008.

وكل الأشخاص والهيئات التي لها أن تستشير المجلس حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة، حيث تتنوع الاستشارة التي يقدمها هذا الأخير إلى استشارة إلزامية واستشارة اختيارية.

أولا: الاستشارة الإلزامية

تكون فيها الجهة المعنية ملزمة وجوبا باستشارة المجلس وذلك في حالة خروج الدولة عن مبدأ حرية الأسعار وكذا في حالة التجمعات الاقتصادية المنصوص عليها في المادتين 5-17 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.[1]

ثانيا: الاستشارة الاختيارية

باستقرائنا للمواد 35-38 من الأمر 03-03 السالف الذكر نجد أن المشرع الجزائري قد ترك المجال مفتوحا لجهات معينة في استشارة مجلس المنافسة (استشارة اختيارية)، ومنحها حرية الاختيار في إمكانية القيام بذلك أو الامتناع عنه، فمن خلال المادتين السابقتين قام المشرع الجزائري بتعداد الأشخاص والجهات التي يكون لها حق اللجوء إلى استشارة مجلس المنافسة اختياريا، ممثلة في الحكومات والمؤسسات والهيئات والجمعيات المختلفة وكذا الجهات القضائية، غير أن حرية الاختيار الممنوحة لهاته الهيئات والجمعيات مقيدة بموضوع الاستشارة التي يشترط أن يتعلق بمسائل محددة لها علاقة بالمنافسة. [2]

الفرع الثاني: الدور القمعي لمجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحية قمع الممارسات المنافية للمنافسة والتي من شأنها المساس بشفافية السوق، غير أن صلاحية المجلس لا تتعدى الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة وذلك بعد إخطاره من قبل الهيئات المخول لها قانونا أو يباشر ذلك بنفسه.

لقد وضع قانون المنافسة قواعد إجرائية تنظم سير أعماله تبدأ بمجرد إخطار المجلس وذلك كإجراء أولي، تليه مرحلة فتح تحقيق قصد إثبات وقوع ممارسات وأفعال محظورة قانونا.

أولا: صلاحية القيام بالتحقيقات

إن قبول الإخطار من قبل مجلس المنافسة لا يعتبر دليل كافيا على وقوع ممارسات منافية للمنافسة، وإنما لابد عليه مباشرة تحقيقات حول الوقائع المراد التحقيق فيها قصد إضفاء المشروعية على

[1] راجع المادتين 5،17 من الأمر 03-03 المؤرخ في19 جويلية2003، المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم، ج ر ج ج ، العدد43، الصادرة في 20 جويلية2003.
[2] انظر المادتين35-38 من الأمر 03-03، المرجع نفسه.

أعماله، ويبقى على هذا الأخير أن يعمق التحقيق من أجل إثبات مالا يدع مجالا لشك وقوع الممارسات والأفعال المحضورة ، وعليه فإن عبئ إثبات الممارسات يقع على عاتق مجلس المنافسة. [1]

يحقق المقرر في الطلبات والشكاوي المرفوعة لدى المجلس حيث يتولى فحص كل وثيقة مهما كانت طبيعتها، وله أن يحجز المستندات ويضفها إلى التقرير أو يرجعها بعد التحقيق، وبعد جمع وفحص الأدلة المتحصل عليها يقوم هذا الأخير بتحرير تقرير أولي يدون فيه وقائع القضية، ثم يقوم رئيس المجلس بتبليغ هذا التقرير إلى وزير التجارة وكل من له مصلحة في ذلك ولهم أم يبدو ملاحظاتهم في أجل لا يتعدى 3 أشهر. [2]

بعد الانتهاء من التحقيق الأولى يتم وضع تقرير ختامي للقضية يسجل فيه ما أورده المحقق في التقرير الأول، ويبين المخالفات المرتكبة ويقترح القرار الذي يتعين اتخاذه، ثم يودع لدى المجلس ليبادر بعده الرئيس مهمة تبليغ الأطراف محددا في ذلك تاريخ الجلسة. [3]

ثانيا :صلاحية توقيع الجزاء

ترجع سلطة توقيع الجزاء على الأطراف الذين ثبت إدانتهم نتيجة لانتهاك قواعد قانون المنافسة إلى مجلس المنافسة، حيث يتم ذلك في شكل جلسات تستدعى فيها كافة الأطراف الذين لهم صلة بالقضية، ترجع سلطة استدعاء الأطراف إلى رئيس المجلس.

بعد الاستماع لكل الأطراف في جلسة غير علنية تبدأ مداولات المجلس والتي لا تصح إلاَ بحضور ثمانية أعضاء على الأقل [4]، ولا يشارك في هذه المداولات الأعضاء الذين لهم مصلحة في القضية أو توجد بينهم وبين أحد أطرافها صلة قرابة إلى غاية الدرجة الرابعة، وفي حالة تساوي الأصوات يرجح صوت الرئيس حسب المادة 28 من قانون المنافسة السالف الذكر.

يتم صدور قرار مجلس المنافسة بعد إجراء المداولة في مواجهة المخالفين بحيث يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ قرارات وعقوبات مالية، وذلك بهدف وضع حد للممارسات التي توصف بأنها مقيدة للمنافسة.

[1] الزوبير أرزقي، مرجع سابق ،ص 169.
[2] مضمون المادتين51و52 من القانون رقم 03-03، المرجع السابق.
[3] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص170.
[4] مضمون المادة 28من القانون 08-12، المرجع السابق.

المطلب الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

يتجلى دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك من خلال مراقبة حركة دخول وخروج الأفراد والسلع، ويرتكز نطاق رقابتها في المجال الاقتصادي وكذا المجال الأمني، ويظهر هذا الدور من خلال نقطتين سنوضحهما كالآتي :

الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

من بين الآليات التي تحمي بها إدارة الجمارك المستهلك خفض نسب الرسوم الجمركية بهدف الحفاظ على الأسعار في السوق ولتجنب الزيادة التي قد تمسها حتى لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذلك أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع (بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة، وأخرى تخضع لرسوم عالية (تتجاوز نسبتها الإجمالية 45%)، كما يمكن لإدارة الجمارك أن تخطر مجلس المنافسة اختياريا قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وحماية المتنافسين فيما بينهم. [1]

خولت المادة 241 ف1 من القانون رقم79-10المعدل والمتمم المتضمن قانون الجمارك للعديد من الهيئات حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها، حيث نصت على:" 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 ..... .[2]

إذا تعلق الأمر بقمع الغش ومتابعة ذلك على القطر البري يمكن لإدارة الجمارك أن تطالب تدخل السلطات المدنية والعسكرية، ومد يد العون لهم فور تقديم الطلب لتمكينهم من أداء مهامهم على أكمل وجه [3].

الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك

باستقرائنا للمادة 08 مكرر من قانون الجمارك نجد أن دور هذه الأخيرة يتجلى 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 وإعاقة تنمية المنتوج المحلي، ومراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة على رأسها المخدرات والمواد المغشوشة.[4]

---

[1] مروان رملي، أحمد خليفي، مرجع سابق، ص 61.
[2] أنظر المادة 241 ف1 من القانون رقم79-07 المؤرخ في 21 جويلية1979، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-04المؤرخ في16 فيفري2017، المتضمن قانون الجمارك، ج ر ج ج ، العدد1، الصادرة19 فيفري2017.
[3] مضمون المادة 35 ف3 من القانون رقم79-07 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.
[4] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص175.

في إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع وكذا وسائل النقل أن تقوم في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أشخاص تحمل مواد مخدرة داخل أجسامها أن تخضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضى صريح من المعني بالأمر مع مراعاة الاختصاص الإقليمي لكل فرقة، أما في حالة رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة طلب للترخيص بذلك لرئيس المحكمة المختصة. [1]

المطلب الرابع: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

يتمتع كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات خولها لهم القانون، تحمي المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة كل حسب مجال تخصصه الإقليمي والصلاحيات القانونية المخولة لهم سواءا فيما يتعلق بقانون الولاية أو قانون البلدية، فسلطة الوالي تمتد على مستوى كامل تراب الولاية في حين أن سلطة وصلاحيات رئيس المجلس الشعبي البلدي تمتد على مستوى البلدية .

الفرع الأول : دور الوالي في حماية المستهلك

للوالي دور في حماية المستهلك على مستوى إقليم الولاية لفرض تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والمستهلك، وعلى هذا الأساس وبصفة هذا الأخير ضابط للشرطة القضائية يصبح مسؤولا عن ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درئ الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتوج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة دائمة أو مؤقتة باقتراح من المصالح الولائية المختصة. [2]

يتخذ الوالي الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي، وذلك من خلال إشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش وتضم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بها، والتي تهتم بالرقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك .

في إطار أداء الوالي لمهامه باعتباره ممثلا للدولة يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد، حيث تنصت المادة 96 من القانون رقم 12-07[3] المتعلق بالولاية على ما يلي :" الوالي مسؤول عن المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة"، فتطبيقا لهذا المبدأ فإنه تم توفير جميع الوسائل المادية قصد تحقيق ذلك، إذ تنص المادة 97 من ذات القانون على أنه" توضع تحت

[1] مضمون المادة42ف1 من القانون رقم79-07 المعدل والمتمم، المرجع السابق.
[2] الصادق صياد، المرجع السابق، ص107.
[3] القانون رقم 12-07 المؤرخ في 21 فيفري 2012، المتعلق بالولاية، ج ر ج ج، العدد 12،الصادرة في 29 فيفري 2012.

تصرف الوالي مصالح الأمن لتطبيق القرارات المتخذة في إطار المهام المنصوص عليها في المادة 96 من القانون رقم12-07 السالف الذكر.

الفرع الثاني : دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

يمارس رئيس المجلس الشعبي البلدي وظائفه في مجال واسع، ويطبق سلطاته في مجالات غير منتظمة وذلك بهدف حماية المستهلك، فتمتع هذا الأخير لصفة ضابط للشرطة القضائية[1] جعل المشرع الجزائري يمنحه صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر التي تحيط به من المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك، فمن مهامه سلطة مراقبة نوعية المنتجات والخدمات ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للاستهلاك، والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية واتخاذ القرارات المناسبة وإحالة المخالفين على العدالة.

باستقرائنا للمادة 80 من القانون رقم 11-10 المتعلق بالبلدية نجد أن رئيس المجلس الشعبي البلدي يسهر على تنفيذ المداولات الخاصة بهذا الأخير، كما يسهر أيضا على السير الحين للمصالح والمؤسسات العمومية للبلدية. [2]

خولت المادة 88 من القانون 11-10 المتعلق بالبلدية لرئيس المجلس الشعبي البلدي العديد من المهام خصوصا في ما يتعلق بجانب حماية المستهلك حيث يقوم ب:

- السهر على حسن تنفيذ التدابير الاحتياطية والوقائية والتدخل في مجال الإسعاف.
- السهر على النظام والسكينة والنظافة العمومية .
- تبليغ وتنفيذ القوانين والتنظيمات المتعلقة بحماية المستهلك

كما يكلف رئيس المجلس الشعبي البلدي في إطار احترام حقوق وحريات المواطنين بالسهر والمحافظة على النظام العام وأمن الأشخاص والممتلكات، كذلك فيما يخص مجال حماية المستهلك يسهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع، حيث يمكن لهذا الأخير الاستعانة بالمصالح التقنية للدولة في مجال حماية المستهلكين عبر تراب البلدية. [3]

[1] نص المادة 92من القانون رقم 11-10المؤرخ في22 جوان 2011، المتعلق بالبلدية، ج رج ج ، العدد37، الصادرة بتاريخ30جويلية2011.
[2] أنظر المادة 80من القانون رقم11-10، المرجع نفسه.
[3] مضمون المادة94و المادة123 من القانون 11-10، المرجع نفسه.

المبحث الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك

إضافة إلى دور الإدارة في مراقبة وقمع الممارسات التي تهدد صحة وسلامة المستهلك نجد أجهزة أخرى لها نفس الهدف كالأجهزة القضائية، وذلك من خلال الصلاحيات المخولة لها في إطار البحث عن مختلف الجرائم بشكل عام والجرائم الاقتصادية بشكل خاص .

تتمتع الأجهزة القضائية بسلطات وذلك من خلال تدخلها في عمليات البحث والتحري إضافة إلى تمتعها بسلطة توقيع العقاب على المخالفين وذلك بمتابعة المتدخلين في الحياة الاقتصادية أمام المحاكم متى كانت سلوكاتهم وأفعالهم ضمن الجرائم المعاقب عليها قانونا، [1] وسأعالج موضوع دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك في نقطتين حيث سنخصص المطلب الأول لسلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك ، والمطلب الثاني حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء.

المطلب الأول: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك

بالرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي، إلا أنها لا تحقق وقاية كافية وفعالة لتجسيد الحماية المرجوة للمستهلك، الأمر الذي أوجب المتابعة القضائية تكميلا لدور الإدارة وذلك من خلال السلطات المخولة لهذه الأخيرة، حيث تتمتع بسلطة فرض الجزاء كوسيلة لردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية، وفي هذا الإطار تنص المادة60 من قانون الممارسات التجارية[2] على:" تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية "، وذلك بعد وصول الملف عن طريق تحريك الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة صاحبة الاختصاص بعد إبلاغها من طرف المستهلك أو ضابط الشرطة القضائية.[3]

الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك

تعتبر النيابة العامة هيئة قضائية تتكون من قضاة يمثلون المجتمع من أجل تطبيق القانون، تقوم هذه الأخيرة بعدة اختصاصات في المجال القضائي خاصة في إطار رفع الدعوى العمومية، تلعب النيابة العامة دورا كبيرا وفعالا في حماية المستهلك نظرا لتراجع تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية .

---

[1] الزوبير أرزقي ، المرجع السابق، ص183.

[2] القانون رقم04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج، العدد41، الصادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم10-06 المؤرخ في23 جوان 2004، ج ر ج ج، العدد46، الصادرة في 18 أوت 2010.

[3] عماري الجيلالي، بكة سيدي أمحمد المولود، مرجع سابق، ص46.

تلعب النيابة العامة دورا هاما بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي تمس بأمن وسلامة المستهلك، خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة وظهور الأسواق السوداء، ويظهر دور هاته الأخيرة في هذه الحالة كونها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصها. [1]

في حال ثبوت عدم مطابقة المنتوج للمواصفات والمقاييس القانونية تقوم مصلحة المنازعات لمديرية المنافسة والأسعار بإرسال ملف إلى السيد وكيل الجمهورية بالمحكمة المختصة لاتخاذ الإجراءات اللازمة لوقف مثل هذه الممارسات.

الفرع الثاني: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك

يعتبر القضاة الجهة المخول لها النظر في النزاعات المرفوعة أمامها من قبل المستهلك[2]، حيث يتم التعامل مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية متوسط الذكاء، وهذا استنادا على معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني.

نظرا للنتائج التي قد تترتب نتيجة عدم الاعتماد على هذا المعيار، فإن المحاكم قد تلجأ إلى معيار آخر الذي يأخذ حالة كل مستهلك على حدى، وذلك بالنظر إلى مستواه الثقافي والوضعية التي تعرض لها، وبالتالي يتم الاعتماد على معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء كمرجع لتقدير مدى وجود الخطأ الذي يعاقب عليه القانون في إطار العلاقة الاستهلاكية. [3]

بموجب الاختصاص المخول للقضاة يمكن لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواءا تعلق الأمر بقضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع الدعاوى المتعلقة بالمنازعات التجارية أو ترفع أمام الأقسام المدنية عندما يتعلق عندما يتعلق الأمر بطلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة، أما إذا تعلق الأمر بموضوع دعوى ناتجة عن جرائم معاقب عليها جنائيا فللمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي أو أن يتم رفعها أمام القسم المدني، كما يمكن أن ترفع الدعوى من طرف الهيئات الإدارية المكلفة بمتابعة الأنشطة الاقتصادية. [4]

[1] الجيلالي عماري، بكة سيدي امحمد المولود، المرجع نفسه، ص47 .
[2] مروان رملي، أحمد خليفي، المرجع السابق، ص 65.
[3] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص188.
[4] المرجع نفسه، ص188.

للمستهلك الحق في إخطار مجلس المنافسة أو أن يلجأ إلى المحاكم العادية، بل يمكنه إخطارهما في نفس الوقت أو بالتوالي وذلك كون المحاكم غير ملزمة بوقف الفصل في الدعوى المرفوعة أمامها حين يكون مجلس المنافسة قد أُخطر بنفس الوقائع المعروضة على هاته الأخيرة. [1]

المطلب الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

من بين الحقوق التي كفلها المشرع حق اللجوء إلى القضاء فمن حق كل فرد في المجمع أن يلجأ إلى القضاء قد الحصول على حقوقه أو المطالبة بحمايتها شرط توافر الصفة والمصلحة، حيث تنص المادة 13 ف 1 من القانون رقم 08-09 المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية[2] على ما يلي :" لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له الصفة ، وله مصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون" ويكون ذلك بعريضة مكتوبة وموقعة ومؤرخة.

الفرع الأول : ثبوت حق المستهلك في رفع دعوى قضائية

يلجأ المستهلك إلى الدعوى القضائية باعتبارها الوسيلة الفعالة للدفاع عن مصالحه وحمايتها، حيث يلجأ هذا الأخير إلى القضاء الاستعجالي الذي يعتبر بمثابة إجراء وقائي يسبق وقوع الضرر الهدف منه وقف الأعمال غير المشروعة والمنافية للمنافسة، كما يمكن له رفع دعاوى أخرى تختلف باختلاف تكييف الوقائع والضرر الذي أصابه، ومثال ذلك إذا كانت الوقائع تشكل جريمة ونتج عنها ضرر أصاب المستهلك فإن له الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية إما أمام القضاء المدني كأصل أو القضاء الجنائي كاستثناء وذلك تطبيقا لنص المادة 2 ف1 من القانون 08-09 السالف الذكر، التي تنص على:" يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة بكل من أصابهم شخصيا ضرر مباشر تسبب عن جريمة" أما إذا كانت الوقائع لا تشكل جريمة فإنه يتعين على المستهلك رفع دعوى مدنية قصد المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به. [3]

يمكن للمستهلك رفع دعوى عمومية إلى جانب الدعوى المدنية متى كانت الأفعال الموصوفة تشكل جريمة سواء تضرر منها أو لم يتضرر منها وذلك بالتوجه إلى السيد وكيل الجمهورية مباشرة مرفقا بطلب افتتاحي للدعوى، ومثال ذلك أن يثبت المستهلك الذي رفع الدعوى العمومية بوجود تجار يمارسون إلى جانب أنشطتهم أنشطة أخرى غير شرعية كبيع المخدرات أو تقديم حبوب لها مؤثرات عقلية دون وصفة طبية. [4]

---

[1] مضمون المادة48 من القانون08-12، المرجع السابق.
[2] القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية ،ج ر ج ج، العدد21، الصادرة 23 أفريل 2008.
[3] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص190.
[4] المرجع نفسه، ص191.

يمكن للمستهلك رفع دعوى عمومية في حال مخالفة أحكام المواد 83،84،68،69،70،79، من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري.[1]

الفرع الثاني :حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة

يمنع القانون الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان آخرين، فبناءا على ما سبق لا نكون أمام جريمة لمجرد مخالفة هذا الأخير للأعراف التجارية وإنما يشترط أن تكون هناك نتيجة تتمثل في الاعتداء على مصالح الآخرين، فبالرجوع إلى قواعد القانون المدني المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية يجوز لكل من لحقه ضرر نتيجة فعل من أفعال المنافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى موضوعها هذه الأخيرة، ففي هذه الحالة يعتبر مركز المستهلك شبيها بمركز العون الاقتصادي نظرا لكون النتائج تمس بمركزيهما في كل الحالات. [2]

لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة يتعين على المستهلك أن تتوفر فيه شروط معينة إلى جانب الشروط العامة لرفع الدعوى وهي كالآتي:

أولا: الخطأ

يعرف الخطأ بأنه انحراف الشخص عن سلوك الرجل العادي يؤدي به إلى الإضرار بالغير، فلا تتحقق المسؤولية إلا إذا توافر شرط الخطأ وذلك كون دعوى المنافسة غير المشروعة توجب إثبات الخطأ، ففي المنافسة غير المشروعة يتطلب وجود تنافس بين عونين اقتصاديين وأن يرتكب أحدهما خطأ يصيب به عمل المنافس الآخر سواءا كان ذلك عن قصد أو عن مجرد إهمال فيفترض سوء النية مباشرة. [3]

ثانيا: الضرر

لا يكفي حدوث خطأ من طرف العون الاقتصادي لرفع دعوى المنافسة غير المشروعة بل يجب أن ينجم عن خطئه ضرر للغير [4]، سواءا كان هذا الضرر مادي يمس المستهلك في أمواله أو معنويا يمسه في سمعته واعتباره المالي بغض النظر عن كون هذا الأخير صغير أو كبير. [5]

---

[1] راجع المواد68،69،70،79،83،84، من القانون رقم 09-03، المرجع السابق.
[2] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص192.
[3] د/ عزيز العكيلي، الوجيز في القانون التجاري، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص91.
[4] د/نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر 1994، ص179.
[5] د/عزيز العكيلي، المرجع السابق، ص92.

ثالثا: العلاقة السببية

لا يكفي مجرد توافر الخطأ والضرر لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة وإنما يشترط أيضا توافر العلاقة السببية بحيث يجب أن تقوم الرابطة السببية بين أفعال المنافسة غير المشروعة والضرر الواقع للمدعي، و كاستثناء عام لا يلزم القاضي المستهلك بإثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر وذلك حماية له بالدرجة الأولى عكس المتنافس في مواجهة منافسه. [1]

المطلب الثالث: المسؤولية المقررة على المتدخل

يعتبر القضاء حصن الأمان في مجال حماية المستهلك فهو يكفل للمستهلك الحماية اللازمة، كما يعتبر ضمان للمخالف لتحديد مسؤوليته، فقيام المتدخل لأعمال تنافي الالتزامات الملقاة على عاتقه وأفعال تتسم بعدم المشروعية تترتب عليه عدة جزاءات منها جزاءات مدنية تتمثل في قيام المسؤولية المدنية لهذا الأخير، وجزاءات جزائية في بعض الحالات وذلك تبعا لمقدار الخطورة الناجمة عن هذه الأفعال.

الفرع الأول المسؤولية المدنية

يكون المُنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تكن تربطه علاقة تعاقدية مع المتضرر[2]، حيث يعتبر هذا الموقف سليما في إطار حماية المستهلك وهذا يتجلى من خلال العمليات التجارية اليومية لهذا الأخير، فغالبا ما يتحصل على منتوجات سواء كانت سلع أو خدمات دون أن يكون بينه وبين مُنتجها علاقة تعاقدية هذا من جهة، أما من جهة أخرى فإنه يشكل حماية أوسع للمستهلك خاصة عندما تكون المنتجات مستوردة من الخارج ويصعب إيجاد منتجها.

متى ثبت للمحكمة توافر عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية بينهما يتعين عليها الحكم بالتعويض المناسب للمضرور، حيث وفي كثير من الحالات يصعب تقدير قيمة التعويض، لذلك تستعين هذه الأخيرة أصل الخبرة ، إلا أنه يتعين عليها دائما الحكم بالتعويض عن الأضرار التي لحقت بالمضرور بالفعل[3]، ومثال ذلك يكمن في إمكانية إثبات خطأ المتدخل بعدم نشر أسعار السلع المعروضة للبيع أو عدم تقديم فواتير عن العمليات التجارية بين التاجر والمستهلك، الشيء الذي يؤدي إلى وقوع المستهلك في استغلال أو غلط يدفعه إلى التعاقد، وهذا ما ينافي حق المستهلك في الحصول على فاتورة المكفول قانونا .

---

[1] مروان رملي ،أحمد خليفي ،المرجع السابق، ص 66.
[2] مضمون المادة 140مكرر ف1 من الأمر رقم75-58 المعدل والمتمم، المرجع السابق.
[3] د/ هاني محمد دويدار، التنظيم القانوني للتجارة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1997، ص293.

قسم الفقهاء في إطار المسؤولية المدنية الأخطاء إلى قسمين فهناك من يقسمها إلى أخطاء عادية وهناك من قسمها إلى أخطاء فنية[1]، بصفة عامة تتأثر المسؤولية المدنية للمتدخل إذا كان بمثابة البائع أو عارض السلعة وهذا نظرا لاحتكاكه المباشر بالمستهلك، فيكون مسؤولا عن كل ما يحدثه المنتوج من أضرار أو عن كل مخالفة للقوانين سارية المفعول حتى ولو لم يحث ضررا للمستهلك كمخالفة قواعد النظافة وعدم احترام الموازين ...الخ، حيث تكون مسؤولية المتدخل بقوة القانون سواء كان الخطأ منسوب إليه إيجابيا أو سلبيا الأمر الذي لا يلزم المستهلك بإثبات وجود الخطأ وإنما يلتزم المتدخل بإثبات عدم وجود الخطأ من طرفه أو من هم تحت رعايته، ولا يمكن في هذه الحالة الدفع بحسن النية. [2]

الفرع الثاني : المسؤولية الجزائية

تُعرف المسؤولية الجزائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة، يكون موضوع هذا الالتزام فرض عقوبة أو تدبير احترازي حددهما المشرع في حال قيام مسؤولية أي شخص، حيث تقوم مسؤولية المتدخل جزائيا بمجرد ثبوت اقترافه لبعض الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات أو متى أحالت إليها بعض النصوص الخاصة. [3]

باستقرائنا للمواد من 429 إلى 435 وكذا المادتين 288و289 من قانون العقوبات الجزائري تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، نجد أن المشرع قد نص على عقوبات جزائية تقع على عاتق البائع في حالة غش المواد والسلع أو التدليس أو استعمال مكاييل خاطئة أو حيازة سلع مغشوشة. [4]

للمحكمة الصلاحية الكاملة للنظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال وأفعال يعتبرها القانون جريمة مهما كانت صفة الشخص المرتكب لها، كما أن لها الدور الفعال والمهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف السيد وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام وذلك بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي. [5]

طبقا للمادة 83 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، يمكن إثارة المسؤولية الجزائية للمتدخل متى ثبت أي تقصير من هذا الأخير أدى إلى مرض غير قابل للشفاء أو فقدان استعمال عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة. [6]

---

[1] الجيلالي عماري، بكة سيدي أحمد المولود، مرجع سابق، ص50.
[2] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص199.
[3] المرجع نفسه، ص200.
[4] أنظر المواد من 429 إلى435،والمادتين288و289 من الأمر رقم66-155، المؤرخ في 8 جوان 1966 المعدل والمتمم، المتضمن قانون العقوبات.
[5] علي بولحية بن بوخميس ، مرجع سابق، ص65.
[6] أنظر المادة83 من القانون رقم 09-03، المرجع السابق.

إذا كان تدخل المتدخل يرمى إلى عرقلة مهام الرقابة المنصوص عليها في المادة 25 السالف الذكر فإنه يعاقب جزائيا طبقا لأحكام المادة435 من قانون العقوبات الجزائري، هذا في حالة لم تشكل المنتوجات محل الرقابة أي أضرار للمستهلك[1]، ويجوز للسلطة القضائية مضاعفة الغرامات المنصوص عليها في المادة 36 من قانون العقوبات وكذا الشطب من السجل التجاري في حالة العود من طرف المتدخل الذي ثبت إدانته في أفعال من شأنها المساس بأمن وسلامة المستهلك. [2]

تبقى العقوبات الجزائية من أهم الموضوعات التي يجب إعادة النظر فيها قصد الاستجابة لأغراض الحماية التي تقرها أغلب الدول خاصة في مجال حماية المستهلك ومحاربة الجرائم الإلكترونية بشتى أنواعها، كما تبقى للجهات القضائية السلطة الكاملة في الفصل في الدعاوى المرفوعة أمامها من طرف المستهلك أو الجمعيات الممثلة له وتوقيع العقوبات على المخالفين سواءا كانت جزائية أو مدنية. [3]

[1] مضمون المادة84 من القانون رقم09-03، المرجع نفسه.
[2] الجيلالي عماري ،بكة سيدي أحمد المولود، المرجع السابق، 50.
[3] المرجع نفسه، ص51.

المبحث الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك

على الرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك، فهي لا تقوم بالغرض الذي أنشأت من أجله على أكمل وجه مما يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده، لذلك كان من الضروري إيجاد جهاز يتولى الدفاع عن مصالح المستهلك ممثلا في جمعيات حماية المستهلك، فقد منحه المشرع الجزائري مهمة العناية بشؤون المستهلك بموجب المواد 21،22،23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. [1]

نظم المشرع الجزائري جمعيات حماية المستهلك (من حيث الإنشاء، سيرها ، دورها) بموجب القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في 12 جانفي2012،[2] حيث يختلف دور هذه الأخيرة عن دور الجمعيات الأخرى كونها تهدف إلى تحقيق هدفين هدف وقائي وهدف دفاعي، وبناءا على هذا الأساس ارتأيت تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين:

تطرقت في المطلب الأول إلى الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك وما يندرج ضمنها دور الجمعيات في التحسيس والإعلام ودورها في مراقبة الأسعار والجودة، كما خصصت المطلب الثاني للتدخل الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك وما يندرج ضمنها من الدفاع عن مصالح المستهلكين أمام القضاء، والدعوى إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد.

المطلب الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك

تقوم جمعيات حماية المستهلك بدور وقائي الهدف منه منع وقوع الضرر على المستهلك، هذا الإجراء الاحترازي يتخذ عدة أشكال كالتحسيس ومراقبة الأسعار ...الخ، وهذا بهدف خلق وعي وثقافة استهلاكية لدى المستهلك من خلالها يكون مؤهلا لحماية نفسه بمساعدة هذه الجمعيات .

الفرع الأول : دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام

من الواجبات الأساسية للجمعيات تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، ولا يقتصر على ذلك وفقط بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلك. [3]

---

[1] الصادق صياد ، مرجع سابق، ص132.

[2] القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 جانفي2012، المتعلق بالجمعيات، ج ر ج ج العدد02، المؤرخة في 15 جانفي 2012.

[3] علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص66.

في ذات الإطار تعمل جمعيات حماية المستهلك على تنوير المستهلك بالمعلومات الهامة والمؤثرة عن خصائص السلع والخدمات المعروضة في الأسواق المحلية، وذلك لمساعدته على المفاضلة والاختيار المناسب تماشيا مع رغبة المستهلك وتكريس حقه في الاختيار وتبصيره بأحسن وأجود المعروضات، وبذلك يفور هذا الأخير الكثير من التكاليف المادية الباهظة ويوفر الوقت والجهد ويجنبه الوقوع فريسة للسلع المقلدة والمغشوشة، إضافة إلى وعيه عن كيفية المطالبة بحقوقه اتجاه من مارس عليه الخداع التظليل.

تقوم الجمعيات في سبيل تحقيق هذا الدور التحسيسي والإعلامي بطبع الدوريات من الصحف أو المجلات أو النشريات الأسبوعية أو الشهرية وتوزيعها على المستهلكين أو عن طريق الإذاعة والتلفزيون أو الأنترنت إضافة إلى عقد ندوات إلقاء محاضرات، حيث يمكن للجمعية في إطار التشريع المعمول به أن تقوم بتنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها، إضافة إلى إصدار ونشر نشريات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها في ظل احترام الدستور والقيم والثوابت الوطنية. [1]

تنص المادة21 من القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على:" جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله.....". [2]

يمتد دور جمعيات حماية المستهلك إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، الشئ الذي يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار التشاور مع السلطات المعنية، والمتمثل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة وذلك يعتبر شكل آخر لمشاركة الجمعيات. [3]

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة

إن فتح باب التنافس للمتعاملين الاقتصاديين وتزايد ظاهرة الاستهلاك أدى إلى اتساع الأسواق الجزائرية لتتزاحم فيها منتجات محلية وأجنبية مستوردة، حيث يلاحظ أن أسعار تلك المنتجات غير ثابتة ترفع بصورة مفرطة خاصة في المناسبات كشهر رمضان والأعياد والأزمات والكوارث، كما أن بعض المتدخلين يفرطون في رفع الأسعار بصورة تعسفية خاصة في المناطق النائية. [4]

[1] مضمون المادة24 من القانون رقم12-06، المرجع السابق.
[2] أنظر المادة 21 من القانون 09-03، المرجع السابق.
[3] علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص67.
[4] الصادق صياد، المرجع السابق، ص138.

يتجلى الدور الفعال لجمعيات حماية المستهلك في متابعة الأسواق وذلك من خلال الرقابة على الأسعار ومطابقة السلع للجودة، ويشبه دور هذه الأخيرة الدور الذي تلعبه مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش والأسعار إذ اعترف لها المشرع بالمنفعة العامة أو العمومية وفقا للشروط والكيفيات التنظيمية المعمول بها قانونا وبناءا على ما سبق نستنتج أن دور هذه الأخيرة أصبح أكثر من ضرورة بسبب انفتاح أسواق السلع والخدمات على المستهلكين سواءا من قبل المنتجين وطنين أو أجانب، فتقوم هذه الجمعيات بمراقبة الأسواق وتطهيرها وضبطها كتسقيف الأسعار وسحب المنتوجات التي لا تطابق المواصفات والمقاييس، ويتم هذا بمساعدة الأجهزة الرسمية التابعة للدولة. [1]

المطلب الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك

يقصد بالدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى الوسائل الردعية والدفاعية في حال وقوع الضرر على هذا الأخير من طرف المتدخل على عكس التدخل الوقائي الذي يكون قبل وقوع الضرر، وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين عدة أشكال كالقيام بالدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية ،أو الدعوى إلى مقاطعة السلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد. [2]

الفرع الأول : الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية

تتمتع الجمعيات بالحق في التمثيل القضائي وممارسة حقوق الطرف المدني وذلك بسبب وقائع تمس بهدف الجمعية أو تلحق أضرار بمصالحها أو مصالح أعضائها الفردية أو الجماعية وقد أعطى المشرع هذا الحق على سبيل الإستثناء إذ أنه في الأصل ترفع الدعوى من صاحب الحق نفسه (المستهلك). [3]

لقد سمح القانون الجزائري لجمعيات حماية المستهلك بالدفاع عن حقوق المستهلكين قصد تعويض الأضرار التي لحقت بهم، فلها أن تتأسس كطرف مدني عند تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل ولها أصل مشترك. [4]

لم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش نوع الأضرار التي يمكن للجمعيات المطالبة بالتعويض عنها إذ يمكن أن تطالب بالتعويض عن كل الأضرار التي تصيب المستهلك، تجدر الإشارة في ذات السياق إلى أن هذه الأخيرة تصطدم بالعديد من العقبات أثناء المطالبة القضائية أهمها غلاء تكاليف

[1] مروان رملي، أحمد خليفي، المرجع السابق، ص67.
[2] الصادق صياد ، المرجع السابق،ص139.
[3] مضمون المادة17 من القانون رقم12-06، المرجع السابق.
[4] مضمون المادة23 من القانون09-03، المرجع السابق.

التقاضي وعدم مقدرة الجمعية على تحمل نفقاتها، حيث منحها المشرع الجزائري في ظل القانون 09-03 حق الاستفادة من المساعدة القضائية طبقا لنص المادة22 من ذات القانون.[1]

أولا: الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلك

لكي تتأسس جمعيات حماية المستهلك كطرف مدني وتقوم بالمطالبة بحقوق لصالح المستهلكين وجب توافر مجموعة من الشروط:

1- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي.

2- لابد للمدعي المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدي كتابة ضبط المحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضائية.

3- أن يختار موطنا بدائرة اختصاص المحكمة التابع لها قاضي التحقيق طبقا للمادة72 من قانون الإجراءات الجزائية .

4- لابد أن يكون قاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء مختصا إقليميا، وإلا أن يأمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية المختصة. [2]

ثانيا: الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك

تتمتع جمعيات حماية المستهلك بالحق في الانضمام إلى الدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك، حيث يكون التدخل في أول درجة أو في مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا ولا يقبل التدخل إلا لمن توافرت فيه الصفة والمصلحة، كما يمكن أن يكون التدخل فرعيا عندما يدعم ادعاءات أحد الخصوم في الدعوى.[3]

ثالثا: الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين

بالرجوع إلى المادة23 السالفة الذكر، فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلك رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين متى توافرت الشروط التالية:

-لابد أن يكون المستهلك المتضرر شخص طبيعي أو معنوي لحقه ضرر من نفس المتدخل.

[1] راجع المادة22 من القانون 09-03، المرجع نفسه.
[2] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص214.
[3] مضمون المادتين194،198من القانون رقم 08-09، المرجع السابق.

-يجب أن يكون الضرر الذي لحق به ضرر شخصي. [1]

إلى جانب هذه الشروط هناك من يشترط تقديم وكالة، أي أن يقدم اثنين على الأقل من المستهلكين المتضررين وكالة لجمعية حماية المستهلك لتمثيلهم أمام الجهات القضائية، فتقوم الجمعية بتمثيل المستهلكين بموجب وكالة مكتوبة، أما المستهلكين الذين لم يقدموا وكالة فيبقى حقهم قائم في رفع دعواهم بصفة فردية.[2]

الفرع الثاني: الدعوى إلى المقاطعة أو إلى الإشهار المضاد

أولا: الدعوى إلى المقاطعة

قد تصدر جمعيات حماية المستهلك في بعض الأحيان أمرا أو إشعار تطلب فيه من جمهور المستهلكين الامتناع عن شراء بعض السلع أو التعامل مع مشروع معين إذا تأكدت من خطره على صحة وأمن المستهلك ويعبر عن هذه الوسيلة بالمقاطعة أو الإضراب عن الشراء. [3]

لم ينص المشرع الجزائري على مدى شرعية هذا الأسلوب، لكن تجدر الإشارة إلى الجدل القضائي الذي قام في فرنسا بشأن المطالبة بتطبيقه والمطالبة بإلغائه نظرا لما يلحقه من أضرار للمتدخلين، وتم حسم الأمر بإيجاد حل وسط مفاده أن الأمر بالمقاطعة ليس بالتصرف الخاطئ من الجمعية لكن شرط عدم التعسف في استعماله ويترتب على ذلك إضرار بالمتدخل، وفي ظل سكوت المشرع الجزائري عن هذا الأسلوب فالأصل هو مشروعيته شرط عدم التعسف، ولا يكون هناك تعسف متى كان هو الوسيلة الوحيدة والأخيرة بعد استفائها كل الطرق الأخرى الخاصة بحماية المستهلك. [4]

ثانيا: الإشهار المضاد

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

إن أسلوب الدعاية المضادة والتي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق، وذلك باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان ويكون بطريقتين:

---

[1] الزوبير أرزقي، المرجع السابق، ص214.
[2] المرجع نفسه، ص215.
[3] الصادق صياد، المرجع السابق، ص141.
[4] نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتوجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، السنة الجامعية 2008-2009، ص165.

– النقد العام يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير.

– النقد المباشر يتمثل في نقد منتوج معين بذاته لخطورته أو لعد فعاليته. [1]

لم يتطرق المشرع الجزائري لهذا الإجراء في قانون حماية المستهلك فالإشهار المضاد أو الدعاية المضادة ضرورة يمليها الواقع، فهي ضمن جوهر المهام والأهداف التي تسعى إليها جمعيات حماية المستهلك، وهي وسيلة لا تتعارض مع مضمون قانون حماية المستهلك بل تنسجم مع مضمون المادة 21 من القانون السالف الذكر فهي تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال الإعلام والتحسيس والتوجيه والتمثيل. [2]

[1] الصادق صياد ، المرجع السابق، ص140.
[2] المرجع نفسه، ص141.

في الأخير يمكن القول بأن المشرع الجزائري قد أنشأ آليات رقابية مهمتها الأسمى حماية المستهلك وردع المخالفين، وفي هذا السياق نجد الهيئات الإدارية بما تملكه من موارد بشرية ومادية ،إضافة إلى الهيئات القضائية التي تلعب الدور الكبير في حماية هذا الأخير سواء في مجال القيام بالتحقيقات في حالة المساس بحقوقه أو توقيع الجزاء على المخالفين لتحقيق الردع، أما بالنسبة لجمعيات حماية المستهلك فهي تلعب الدور الفعال سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال المجال الردعي كالدعوى إلى المقاطعة والإشهار المضاد أو اللجوء إلى القضاء.

بالرغم من الجهود الكبيرة التي تقوم بها مختلف الهياكل والهيئات والجمعيات كما سبق وأن تطرقنا إليها، نستنتج أن أهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك لنفسه هو وعيه بحقوقه وحتمية حمايتها من المخاطر التي قد تلحق به، فيبتعد عن الاستهلاك الترفيهي والمواد غير المراقبة والتي تباع في الأسواق وعلى قارعة الطرق.

إن الاهتمام الذي أولاه المشرع الجزائري للمستهلك بسنه نصوص جديدة الهدف منها سد أي نقص أو فراغ قانوني يمكن أن يمس يضر بالمصالح المادية والمعنوية لهذا لأخير، لهو انعكاس مباشر للنهج الذي اتبعته الجزائر من خلال تبنيها للنهج الرأسمالي وتخليها عن النهج الاشتراكي، الذي كان يتمتع المستهلك في ظله بحماية أكبر وفرص أقل من ناحية الوفرة والاختيار في مجال السلع والخدمات كون الدولة هي المتحكمة في دواليب الاقتصاد الوطني، وبفتح القطاع الخاص وانسحاب الدولة التدريجي في ظل اقتصاد السوق وتحرير الأسعار وحرية عبور السلع من خلال المستوردين الخواص وانضمام الجزائر إلى منظمات إقليمية ودولية أصبح دور الدولة من دور مهيمن على السوق والمتحكم في كل جوانبه إلى دور الضابط والمراقب.

كرس لقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ومجموع النصوص والمراسيم التنفيذية وبعض القوانين الأخرى كقانون الولاية و البلدية .....الخ، العديد من الآليات التي من شأنها تحقيق الحماية للمستهلك من المخاطر التي قد تلحقه نتيجة لإخلال المتدخل بالتزاماته ، ففي هذا السياق نجد إلزام المتدخل بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها والتحذير من المخاطر التي تنجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها إضافة إلى الوسم باعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك وحماية حقه في الاختيار عن دراية وعلم، حيث اشترط المشرع أن يحتوي المنتوج على بيانات ضرورية تزيل لغموض لتجنب أي ضرر قد يصيبه نتيجة جهله بالمنتوج الذي يقتنيه.

إضافة إلى إلزام المتدخل بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك وذلك باحترام الخصائص والمميزات في المنتوج سواءا كان سلعة أو خدمة و الالتزام بالسلامة الذي يشتمل على الالتزام بنظافة المواد الغذائية وسلامتها وهذا بهدف إبعاد الخطر على صحة وسلامة المستهلك.

أما بخصوص آليات الرقابة التي أناط المشرع الجزائري لها صلاحيات المراقبة وردع المخالفين نجد الهيئات الإدارية(وزارة التجارة، الوالي ، رئيس المجلس الشعبي البلدي) بما تملكه من موارد بشرية ومادية فرغم الدور الكبير الذي تقوم به في مجال حماية المستهلك إلا أنها ل تزال بعيدة عن توفير حماية حقيقية للمستهلك حيث اتسمت عمليات مراقبة السلع والخدمات من مرحلة الإنتاج إلى عملية وضع المنتوج للاستهلاك بالبساطة و افتقاد عنصر الصرامة في تطبيق النصوص القانونية على المخلفين ويرجع هذا إلى نقص الهياكل البشرية والمادية والوسائل الحديثة لعمليات المراقبة خاصة مع تطور أساليب الغش التجاري، إلا أن استحداث شبكة الإنذار السريع يعتبر خطوة ناجعة خطاها المشرع في مجال حماية المستهلك من خلال دورها في التنسيق بين مختلف القطاعات داخليا وخارجيا مما يسهل تبادل المعلومات واتخاذ إجراءات مناسبة بأسرع وقت.

تلعب الهيئات القضائية دور كبير وفعال سواء في مجال القيام بالتحقيقات في حال المساس بحقوق المستهلك أو بتوقيع الجزاء على المخالفين لتحقيق لردع كآلية لحماية المصالح والحقوق المادية والمعنوية لهذا الأخير، إلا أنها لا تقوم بالدور الكامل الذي أنشأت من أجله وذلك نظرا لعدة اعتبارات كطول إجراءات التقاضي وعدم وجود أقسام خاصة بمعالجة قضايا المستهلك إضافة إلى غلاء تكاليف التقاضي.

أما بالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك فالبرغم من الدور الكبير الذي تقوم به سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوى إلى المقاطعة والإشهار المضاد إضافة إلى حق هذه الأخير في اللجوء إلى القضاء إلا أن واقعها الميداني يثبت عكس ذلك فهي لا تقوم بالدور المنتظر منها على أكمل وجه وذلك نظرا لقلة الدعم المالي إن لم نقل انعدامه ووجود عراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها.

في الأخير تجدر الإشارة إلى أن نجاح القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في تحقيق أفضل حماية ممكنة لمصالح المستهلك في مواجهة المتدخل لا يتوقف على نصوص هذا القانون فحسب بل يمتد لأبعد من ذلك وذلك بتضافر جهود جميع الأجهزة الرقابية الإدارية وجمعيات حماية المستهلك وصولا إلى القضاء، كما يجب على كل هذه الأجهزة أن تساهم بطريق مباشر أو غير مباشر في زيادة الوعي لدى المستهلك والمخاطر التي تواجهه، فأهم حماية للمستهلك هي الحماية الوقائية وأهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية له هو وعيه بحقوقه ن فيبتعد عن الاستهلاك الترفيهي والمواد غير المراقبة وغيرها.

بناءا على كل ما سبق وبعد التطرق إلى مجموع الالتزامات المفروضة على المتدخل ودور الهيئات الإدارية ودور الجمعيات كآليات لحماية المستهلك يمكن أن نخلص إلى العديد من التوصيات لتحقيق أكبر حماية ممكنة لهذا الأخير وهي كالآتي:

- تكثيف الدورات التكوينية لأعوان الرقابة من أجل مسايرة كافة المستجدات على المستوى التشريعي أو على مستوى تبادل الخبرات في مجال الرقابة ومكافحة الغش.

- توفير الدعم المالي لجمعيات حماية المستهلك لتقوم بمهامها على أكمل وجه.

- إشراك أعضاء الجمعيات في الحملات التفتيشية لاكتساب الخبرة الميدانية والتكوينية.

- استحداث أقسام خاصة في المحاكم لمعالجة قضايا المستهلك.

- إدراج قضايا المستهلك ضمن القضاء الاستعجالي لتجنب طول الإجراءات والوقت .

- تشديد العقوبات في مجال حماية المستهلك خصوصا في حالة العود.

- نشر جمعيات حماية المستهلك لثقافة التطوع بين المستهلكين لتشكيل رأي ضاغط في المجتمع.

أولا: الكتب

1- د/ فوضيل نادية، القانون التجاري الجزائري، ديوان المطبوعات الجزائرية، الجزائر،1994.

2- د/ هاني محمد ديودار، التنظيم القانوني للتجارة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1997.

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

4- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى ن الجزائر،2000.

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

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

ثانيا: الأطروحات والمذكرات الجامعية

1) أطروحات الدكتوراه

1- حداد العيد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، بن عكنون، 2003.

2- فتاك علي، المنافسة على الالتزام بسلامة المنتوج، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، جامعة وهران، 2007.

2) المذكرات الجامعية

1- عولمي منى، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني، مذكرة لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء، الدفعة الرابعة عشر، 2003-2006.

2- بن ميسة نادية، الحماية الجنائية للمستهلكين المنتوجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، السنة الجامعية2008-2009.

3- أرزقي الزوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، السنة الجامعية2010-2011.

4- عماري الجيلالي، بكة سيدي أمحمد المولود، حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية(دراسة حالة، المخبر الولائي للوقاية بالشلف)، جامعة التكوين المتواصل، مركز شلف، السنة الجامعية2011-2012.

5- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق جامعة قسنطينة1، السنة الجامعية2013-2014.

6- بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون رقم09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة لجزائر1، 2014-2015.

7- مهيريس دلال، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، فرع قانون الأعمال، جامعة محمد بوضياف المسيلة، السنة الجامعية2015-2016.

8- رملي مروان، خليفي أحمد، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدية، السنة الجامعية 2016-2017.

ثالثا: الدوريات

01- المجلة الجزائرية للمواصفات والملكية الصناعية، العدد10، 1995.

02- المجلة القضائية، العدد01، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003.

رابعا: الأيام الدراسية

01- يوم دراسي وتحسيسي حول الوقاية من الحوادث المنزلية، المنعقد في 18 نوفمبر 2013 بمقر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.

خامسا: النصوص القانونية

1) القوانين

1- القانون رقم79-07 المؤرخ في21 جويلية 1979، المعدل والمتمم بالقانون رقم17-04 المؤرخ في 16 فيفري2017،المتضمن قانون الجمارك، ج ر ج ج، العدد11، الصادرة في 19 فيفري2017.

2- القانون رقم04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر ج ج ، العدد،41 الصادرة في 27 جوان2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم10-06 المؤرخ في 23 يونيو 2004، ج ر ج ج، العدد46، الصادرة في18 أوت 2010.

3- القانون رقم04-04 المؤرخ في 23 جوان2004، المتعلق بالتقييس، ج ر ج ج ، العدد41، الصادرة بتاريخ27 جوان2004.

04- القانون رقم08-09 المؤرخ في 25 فيفري 2008، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر ج ج ، العدد 21 الصادرة بتاريخ 23 أفريل 2008.

05- القانون رقم08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المؤرخ في19 جويلية2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر ج ج، العدد36، الصادرة في2 جويلية 2008.

06- القانون رقم09-03 المؤرخ في 25 فيفري2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج رج ج ، العدد 15، الصادرة في 08 مارس2009.

07- القانون رقم11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011، المتعلق بالبلدية، ج ر ج ج ، العدد37، الصادرة بتاريخ 30 جويلية2011.

08- القانون رقم12-06المؤرخ في 12 جانفي 2012، المتعلق بالجمعيات ، ج ر ج ج ، العدد02، المؤرخة في15 جانفي2012.

09- القانون رقم12-07 المؤرخ في 21 فيفري 2012، المتعلق بالولاية، ج ر ج ج ، العدد12، الصادرة بتاريخ29 فيفري 2012.

2) الأوامر

01- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جوان 1966، المعدل والمتمم ، يتضمن قانون العقوبات.

02- الأمر رقم75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007، المتضمن القانون المدني، ج ر ج ج، العدد31، الصادرة في 13 ماي2007.

03- الأمر رقم03-03 المؤرخ في19 جويلية2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر ج ج، العدد43،الصادرة في20 جويلية2003،المعدل والمتمم بالقانون رقم10-05 المؤرخ في 15 سبتمبر2010،ج ر ج ج ، العدد46، الصادرة 18 سبتمبر 2010.

04- الأمر رقم03-06، المؤرخ في19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر ج ج ، العدد44، الصادرة بتاريخ23 جويلية2003.

3) النصوص التنظيمية

01- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر ج ج ، العدد05، الصادرة في 30 جانفي 1990، المعدل بموجب المرسوم التنفيذي 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج ر ج ج ، العدد61، الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2001.

02- المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 19 جانفي 1991، المتضمن شروط إستعمال المواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومواصفاتها التقنية ومستحضرات تنظيف هذه المواد، ج ر ج ج ، العدد04، الصادرة في 23 جانفي1991.

03- المرسوم التنفيذي رقم91-53، المؤرخ في23فيفري1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، ج ر ج ج، العدد09، الصادرة في 27فيفري1991.

04- المرسوم التنفيذي رقم 92-25، المؤرخ في 13 جانفي1992، المتعلق بشروك استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية وكيفية ذلك، ج ر ج ج، العدد13، الصادرة في27 فيفري 1991.

05- المرسوم التنفيذي رقم 02-454، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر ج ج، العدد85، الصادرة في22ديسمبر 2002.

06- المرسوم التنفيذي رقم 03-318، المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي89-147، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية وتنظيمه وعمله، ج ر ج ج، العدد59، الصادرة في 05 أكتوبر 2003.

07- المرسوم التنفيذي رقم 05-484، المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج ر ج ج، العدد83، الصادرة في25 ديسمبر 2005، يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر ج ج، العدد50، الصادرة في31 نوفمبر 1990.

08- المرسوم التنفيذي رقم 11- 09المؤرخ في20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر ج ج، العدد04، المؤرخة في23 جانفي2011.

09- مرسوم تنفيذي 12-203المؤرخ في 06 ماي2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات ، ج ر ج ج، العدد28، المؤرخة في 09 ماي2012.

10- المرسوم التنفيذي رقم12-214المؤرخ في 15 ماي 2012، الذي يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج ر ج ج، العدد30، الصادرة بتاريخ16 ماي2012.

11- المرسوم التنفيذي رقم12-355 المؤرخ في 02 أكتوبر 2012، المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، ج ر ج ج، العدد56، المؤرخة في 11 اكتوبر 2012.

12- المرسوم التنفيذي رقم13-378المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ج ج، العدد58، الصادرة في 18 نوفمبر 2013.

13- المرسوم التنفيذي رقم14-366المؤرخ في 15 ديسمبر 2014، يحدد الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية، ج ر ج ج، العدد74، الصادرة بتاريخ25 ديسمبر 2014.

4) القرارات الوزارية

01- القرار الوزاري المؤرخ في03 نوفمبر 1990، المتعلق بإعداد التقييس، ج ر ج ج، العدد54، الصادرة بتاريخ12 ديسمبر 1990.

02- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27أفريل1997، يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض، ج ر ج ج، العدد55، الصادرة في20 أوت 1997.

03- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 ماي 1997، يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع سميد القمح الصلب وشروط وكيفيات عرضه، ج ر ج ج، العدد55، الصادرة في 20 أوت1997.

04- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 ماي 1997، يحدد المواصفات التقنية للسكر المسحوق أو السكر المرطب، ج ر ج ج، العدد55، الصادرة في20 أوت 1997.

05- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في31 ماي1997، يتعلق بالمواصفات التقنية للحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضه، ج ر ج ج، العدد 55، الصادرة في 20 أوت 1997.

	الصفحة
شكر وعرفان	
إهداء	
قائمة المختصرات	
مقدمة	01
الفصل الأول: فرض التزامات على المتدخل.....	05
المبحث الأول: إلزام المتدخل بالإعلام.....	07
المطلب الأول: مضمون الالتزام بالإعلام.....	07
الفرع الأول: مضمون لالتزام بالإعلام في ظل القانون المدني.....	08
الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام في ظل قانون حماية المستهلك.....	09
المطلب الثاني: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام.....	09
الفرع الأول: طبيعة الالتزام بالإعلام.....	09
الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام.....	11
المطلب الثالث: الإعلام عن طريق الوسم.....	12
الفرع الأول: الالتزام بالوسم.....	12
الفرع الثاني: دور الوسم في إعلام المستهلك.....	13
الفرع الثالث: دور الوسم في الإعلام عن وجود علامة تجارية أصلية.....	14
المبحث الثاني: إلزام المتدخل باحترام إجراءات وضع المنتوج للاستهلاك.....	16
المطلب الأول: الالتزام بالسلامة.....	16
الفرع الأول: سلامة المادة الغذائية.....	16
الفرع الثاني: الالتزام بنظافة المادة الغذائية.....	19
المطلب الثاني: الالتزام بالمطابقة.....	21
الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة.....	22
الفرع الثاني: أنواع المواصفات القياسية.....	24
الفرع الثالث: الإشهاد على المطابقة.....	26
الفصل الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك.....	29
المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....	31

المطلب الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك.....	31
الفرع الأول: دور وزير التجارة في حماية المستهلك.....	31
الفرع الثاني: الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك.....	32
الفرع الثالث: المصالح الخارجية لوزارة التجارة.....	34
الفرع الرابع: الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة.....	35
المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.....	37
الفرع الأول: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة.....	37
الفرع الثاني: الدور القمعي لمجلس المنافسة.....	38
المطلب الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك.....	39
الفرع الأول: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك.....	40
الفرع الثاني: ضمان أمن وسلامة المستهلك.....	40
المطلب الرابع: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.....	41
الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك.....	41
الفرع الثاني: دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.....	42
المبحث الثاني: دور الأجهزة القضائية في حماية المستهلك.....	43
المطلب الأول: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك.....	43
الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.....	43
الفرع الثاني: دور قضاة الحكم في حماية المستهلك.....	44
المطلب الثاني: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء.....	45
الفرع الأول: ثبوت حق المستهلك في رفع دعوى قضائية.....	45
الفرع الثاني: حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة.....	46
المطلب الثالث: المسؤولية المقررة على المتدخل.....	47
الفرع الأول: المسؤولية المدنية.....	47
الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية.....	48
المبحث الثالث: دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك.....	50
المطلب الأول: التدخل الوقائي لحماية المستهلك.....	50
الفرع الأول: دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام.....	50

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة.....	51
المطلب الثاني: التدخل الدفاعي لحماية المستهلك.....	52
الفرع الأول: الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية.....	52
الفرع الثاني: الدعوى إلى المقاطعة أو إلى الاشهار المضاد.....	54
الخاتمة.....	57
قائمة المصادر المراجع.....	61
الفهرس.....	68