جـــامعة مـــولود مـــعمري ، تيزي وزو
كـلية الحـقوق والعـلوم السيـاسية
قسـم الحـقوق

المسطرة الإجرائية لأشغال اليوم الدراسي الوطني

حول

الحماية القانونية للمستهلك
واقع وآفاق

مقر كلية الحقوق –بوخالفة– تيزي وزو

يوم 26 أفريل 2018

رئيسة اليوم الدراسي

أ.د/ سي يوسف /كجار زاهية حورية

رئيس اللجنة العلمية لليوم الدراسي

أ.د/ كتو محمد الشريف

أعضاء اللجنة العلمية

–أد/ جبالي واعمر ..... جامعة تيزي وزو.

– أد/ سي يوسف زاهية حورية ..... جامعة تيزي وزو.

– أد / معاشو نبالي فطة ..... جامعة تيزي وزو.

– أد / إقلولي ولد رابح صافية ..... جامعة تيزي وزو.

–أ د/صبايحي ربيعة..... جامعة تيزي وزو.

– د /أمازوز لطيفة ..... جامعة تيزي وزو.

– د/ باي صفية..... جامعة تيزي وزو.

– د / حمادوش أنيسة ..... جامعة تيزي وزو

– د/ حابت أمال ..... جامعة تيزي وزو.

–د/ زيد المال صفية..... جامعة تيزي وزو

– د/ نسير رفيق ..... جامعة تيزي وزو

–د/ بلعسلي ويزة ..... جامعة تيزي وزو

– د/ حمليل نوارة..... جامعة تيزي وزو

–د/ سعد الدين أمحمد ..... جامعة تيزي وزو

–د/ بوفراش صوفيان ..... جامعة تيزي وزو

– د/ ربيع زاهية ..... جامعة البويرة.

–د/ قونان كهينة ..... جامعة تيزي وزو

رئيس اللجنة التنظيمية: أ / زقان نبيل

أعضاء اللجنة التنظيمية

أ.حابي فتيحة..... جامعة تيزي وزو

أ.لحراري ويزة..... جامعة تيزي وزو.

أ.شعباني ..... جامعة تيزي وزو

وزو .أ.عيساوي زاهية ..... جامعة تيزي وزو.

أ.خميس سناء ..... جامعة تيزي وزو

وزو .أ.مخلوفي مليكة..... جامعة تيزي وزو

أ.مامش ..... جامعة البويرة.

اللجنة التقنية لليوم الدراسي:

1-نعار شابحة

2-مزاري كريمة

3-إدرنموش نبيل

إشكـــــاليــة اليوم الدراسي:

تحتل قضية حماية المستهلك مكانة هامة بين القضايا التي تشغل الدول، كون المستهلك هو محور اهتمام عملية التنمية، ومما زاد من الاهتمام بهذه القضية تطور البيئة الاستهلاكية، الأمر الذي ساهم في انفتاح الأسواق العالمية على بعضها البعض وزيادة تدفق السلع والخدمات، مما جعل المجتمع الدولي يعاني من تبعات هذا الانفتاح الاقتصادي والتجاري العالمي، والذي انعكس بصورة أو بأخرى في مختلف نواحي الحياة، فنشأت حركات تهدف إلى توعية المستهلك بحقوقه، وتوفير ضمانات قانونية له، وتمثيله في المطالبة بهذه الحقوق.

والتطور الحقيقي لمفهوم حماية المستهلك بدأ مع خطاب الرئيس الأمريكي جون كنيدي أمام مجلس الشيوخ في بداية الستينات، حيث أشار إلى ما يسمى ب وثيقة حقوق المستهلك، ثم امتدت إلى الدول الأخرى ومنها الجزائر التي سارعت لتكريس حماية المستهلك، وكان ذلك في نهاية الثمانينات لما أصدر المشرع القانون رقم 89- 02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك(الملغى)، بالإضافة إلى ترسانة من النصوص التطبيقية له، إذ أضحى ذلك ضرورة حتمية خاصة أمام فتح باب المنافسة بين المنتجين وفتح الأسواق الجزائرية لمختلف المنتجات الأجنبية المتنوعة التي تتبع في إنتاجها أساليب متطورة أفرزها التطور التكنولوجي، التي وإن كانت قد أفادت المستهلك الجزائري، إلا أنها سببت له كثيرا من الأضرار، ما استدعى وضع أُطر ووسائل لضمان حمايته.

لذلك فإن الإشكالية الأساسية لهذا اليوم الدراسي تتمحور في التساؤل التالي: **هل الوسائل التي كرّسها المشرع لحماية المستهلك كافية؟ وكيف يمكن تحقيق حماية فعالة له؟.**

أهداف الملتقى

1- الوقوف على المفاهيم المرتبطة بحماية المستهلك.

2- عرض الآليات التي من شأنها منع وقوع الضرر.

3- عرض الآليات الكفيلة بمعالجة الضرر وردع المسؤول عنه.

محـــــاور اليوم الدراسي:

يهتم هذا اليوم الدراسي بالإجابة على التساؤل أعلاه، من خلال التركيز على المحاور الآتية:

المحور الأول : ضبط المفاهيم المتعلقة بحماية المستهلك

-الإطار المفاهيمي من حيث الأشخاص

-الإطار المفاهيمي من حيث الموضوع

المحور الثاني : آليات حماية المستهلك قبل وقوع الضرر

-فرض التزامات على عاتق المتدخل

-فرض رقابة على تنفيذ الالتزامات

المحور الثالث: آليات حماية المستهلك بعد وقوع الضرر.

-ترتيب مسؤولية جزائية

-ترتيب مسؤولية

شـــــروط المشـــــاركة

1. أن يتسم البحث بالتأصيل والحداثة، وألا يكون منقولا من مؤلف أو مداخلة أو بحث سابق.
2. ألا يكون المقال المشارك به منشورا، أو تم الاشتراك به في ملتقى أو يوم دراسي سابق.
3. أن ينصب البحث في أحد محاور اليوم الدراسي.

4- تحرر المقالات بخطSimplified Arabic بخط 14 وتحرر الهوامش بطريقة آلية في نهاية كل صفحة بخط 12، ثم قائمة المراجع في آخر المداخلة بطريقة علمية ومنهجية.

5- ألا تتعدى المداخلة 15 صفحة.

مواعيـــــد هامـــــة.

-آخر أجل لإرسال المداخلات كاملة2018/03/30.

-تاريخ الرد على المداخلات المقبولة: 2018/04/10.

البريد الالكتروني :
siyoucefzahia@yahoo.fr

الفهرس

1- "الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك من حيث الأشخاص"
من إعداد :د/ قونان كهينة، جامعة تيزي وزو
2- "التزام المتدخل بضمان أمن المنتوجات"
من إعداد : أد/ سي يوسف كجار زاهية حورية
3- الالتزام بالإعلام، تنوير لرضا المستهلك
أد/ إقلولي صفية، جامعة تيزي وزو
4-حماية المستهلك مدنيا عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة وغير المطابقة
أد/ صبايحي ربيعة، جامعة تيزي وزو
5- مكانة حق العدول في عقد الاستهلاك
أد/ معاشو نبالي فطة، جامعة تيزي وزو
6- مبدأ الحيطة كأساس لحماية المستهلك
د/ زيد المال صافية، جامعة تيزي وزو
7- حول ضرورة حماية المستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري
د/ حمادوش أنيسة، جامعة تيزي وزو
8- إلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع، آلية لحماية المستهلك
د/ ربيع زهية، جامعة البويرة
9- الالتزام بالمطابقة ، آلية لحماية المستهلك
أ/ عيساوي زاهية، جامعة تيزي وزو
10- دور الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي
أ/ معوش رضا، جامعة بجاية
11- تمييز التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك عن الالتزام بضمان العيوب الخفية والمطابقة
أ/ شعباني نوال، جامعة تيزي وزو
12- دور تسمية المنشأ السلع في حماية المستهلك الإلكتروني
د/أيت تفاتي حفيظة، جامعة تيزي وزو
13- فعالية الرقابة الإدارية لحماية المستهلك من مخاطر المنتوجات
أ/ منال بوروح، جامعة الجزائر1
14- الطابع الخصوصي للمسؤولية الجزائية المقررة للجرائم الماسة بالمستهلك
د/ شيخ ناجية، جامعة تيزي وزو

15–تجريم مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج، آلية لحماية المستهلك في قانون رقم 09-03

د/ بلعسلي ويزة ، جامعة تيزي وزو

16- المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية لحماية المستهلك بعد وقوع الضرر.

خميس سناء ، طالبة دكتوراه، جامعة تيزي وزو.

الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك من حيث الأشخاص
قونان كهينة

مقدمة:

يتميّز العصر الذي نعيشه بالطرح المكثف للمنتوجات والخدمات، يقابله الاستهلاك المتزايد لها، وان كانت هذه الأخيرة توفر سبل الراحة والرفاهية، إلا أنها باتت تحمل في طياتها مخاطر على المستهلك، في مصالحه المادية وسلامته الجسدية، الذي يواجه محترف له من الإمكانيات المادية والفنية ما يجعله في مركز قوي، ليظهر بذلك اختلال صارخ بين من يساهم في طرح تلك المنتوجات والخدمات ومن يستفيد منها، أمام هذا الوضع كان لابد من الاجتهاد والبحث عن حماية تستوعب ما استجد من تطورات في هذا المجال، ولعل أهم الإشكالات التي يثيرها موضوع حماية المستهلك، هو الإطار المفاهيمي الذي يحكمه ويحدد نطاق تطبيقه، خاصة من حيث الأشخاص، الأمر الذي يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية: **ما هي المفاهيم المستعملة للدلالة على الأشخاص المخاطبين بأحكام حماية المستهلك؟**

سبقت القواعد العامة إلى التعرض لموضوع حماية المستهلك، من خلال أحكام الضمان في القانون المدني، التي تخاطب البائع والمشتري، باعتبارهما طرفي الالتزام، غير أن التطور أثبت محدودية وقصور مفهومي البائع والمشتري كأطراف في مجال حماية المستهلك (مبحث أول)، لذلك كان لابد من التعامل مع المخاطبين بأحكامه، بمفاهيم قادرة على تحقيق أهداف يراعى فيها الضرورات العملية، للتغطية على قصور المفاهيم الأولى، من خلال التوسع في مداها (مبحث ثاني).

المبحث الأول
قصور مفهومي البائع والمشتري كأطراف في
مجال حماية المستهلك

أثبت التطبيق العملي قصور المفاهيم المدرجة في إطار القواعد التقليدية، التي تتناول أطراف العلاقة الاستهلاكية، وبالخصوص أحكام ضمان العيب الخفي، إذ أن مفهوم المدين المخاطب بتلك القواعد والتي تنعته بالبائع، لا تفرق بين المتعاقدين فيما يتواجدان فيه من مراكز قانونية، لذلك ظهرت بوادر تراجع مفهوم البائع كمدين بالحماية (مطلب أول)، إضافة إلى أن المشتري العادي أصبح متعاقدا غير متكافئ من حيث الدراية الفنية مع الطرف الآخر في العقد، وهو المهني المتفوق عليه فنيا، خاصة في ظل التطورات الاقتصادية والصناعية التي أدّت إلى ظهور منتوجات معقّدة التركيب (مطلب ثاني).

المطلب الأول

تراجع مفهوم البائع كمدين بالحماية

تعتبر الأحكام الخاصة بحماية المستهلك، امتداد لنظرية العيوب الخفية التي نظّمها المشرع الجزائري في المواد من 379 إلى 386 من القانون المدني الجزائري[1]، والتي تمكّن المشتري في حال وجود عيب خفي يؤثر في صلاحية المبيع للاستعمال، من المطالبة بالفسخ أو إنقاص الثمن[2]، وبالرجوع إلى أحكامه، يتضح أن الملتزم بالضّمان هو البائع، وهو الشخص الذي يبيع الشيء أو الحق المالي، ويلتزم بنقل ملكيته للمشتري مقابل ثمن نقدي [3].

وفي هذا الصدد لم يفرق المشرع الجزائري بين البائعين من حيث مدى احترافهم، فقد وظّف مفهوم "**البائع**" على إطلاقه، والذي تنصرف إليه عموما جميع الالتزامات المقررة في عقد البيع، على غرار الالتزام بنقل الملكية، التسليم والضمان دون تمييز، هذا بالرغم من وجود تفرقة بين البائع الذي يبرم عقد البيع في إطار مهنته أو حرفته ولغايات تلك الحرفة، والبائع الذي يقدم على التعاقد لأغراض عديدة، ما عدا ممارسة مهنة البيع، كمن يبيع سيارته بهدف شراء أخرى، وهذا ما اصطلح على تسميته بالبائع العادي أو العرضي، بحكم ما يتمتّع به من قرينة جهل بمتعلقات ما يبيع، باعتباره غير متخصص فيها[4].كما أن هذا المفهوم قاصر، بالنظر إلى ما أسفر عنه التقدم الصناعي والتكنولوجي، بظهور نوع جديد من البائعين الذين يمتلكون مهارات تقنية عالية، ووسائل تمكّنهم من السيطرة على المنتوج، وبالتالي الإلمام بعيوبه وأخطاره، ليتعاملوا بذلك مع مشتري عديم الخبرة، الذي يقدم غالبا على إبرام العقد مع البائع وهو يفتقر إلى البيانات الأساسية الخاصة بالبيع، تأثرا بالحاجة الماسة لهذه المنتوجات التي يحتكرها، الأمر الذي نشأ عنه تغيّر في مفهوم البائع، الذي أصبح يتسع مفهومه ويوصف بالاحترافية أو المهنية[5].يؤدي مثل هذا الوضع إلى الاختلال

---

[1] – أمر رقم 75–58 مؤرّخ في 1975/09/26 يتضمن القانون المدني، ج ر، عدد 78، الصادر في 09/30/ 1975، معدّل ومتمم.

[2] – المادة 1/379 قانون مدني.

[3]– يمينة حوحو، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2016، ص. 46.

[4]– زاهية ربيع، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017، ص. 177.

– أحمد عبد العال أبو قرين، ضمان العيوب الخفية وجدواه في مجال المنتجات الصناعية، دراسة تطبيقية في بيوع الحاسب الآلي، المواد الخطرة، منتوجات الصيدلة والكيمياويات الطبية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992 ص. ص. 90–10.

[5]– يمينة حوحو، مرجع سابق، ص 47.

وعدم التوازن في الروابط العقدية، ذلك بفعل تباين المراكز الواقعية للمتعاقدين، ألا وهما البائع المهني كطرف قوي، مقابل الطرف الآخر للعلاقة العقدية وهو المشتري كطرف ضعيف[6] .

المطلب الثاني

تراجع مفهوم المشتري كمستفيد من الحماية

يعتبر المشتري الطرف الآخر المقابل للبائع في عقد البيع، هذا الأخير الذي كان يبرم بين أطراف متساوية من حيث الالتزامات والإمكانيات، وتكون خاضعة للإرادة الحرة للطرفين، فالعقد شريعة المتعاقدين، وبذلك لا يجوز لمن يتعاقد مع المشتري ولا لهذا الأخير نقضه أو تعديله إلا باتفاق الطرفين للأسباب التي يقرّرها القانون، ولا تولي قواعد الضمان المنصوص عليها في القانون المدني، أيّ اعتبار لصفة الشخص المشتري، ولا لصفته، سواء كان عاديا أو مهنيا، في الوقت الذي ازدادت فيه مقوّمات ضعفه، لذلك أصبحت هذه النظرة قاصرة عن مجاراة التطور[7].

المبحث الثاني

التوسع في المفاهيم المرتبطة بحماية المستهلك

من حيث الأشخاص

يعتبر اختيار المفاهيم وسيلة هامة لتطبيق قواعد القانون، بما يتماشى والمستجدات التي تطرأ على المجتمع، وتعتبر المفاهيم المرتبطة بأطراف العلاقة الاستهلاكية من المواضيع التي اقتضى الواقع العملي إعادة النظر فيها، ومن بين الأمور التي تم التركيز عليها هو التوسيع من المفاهيم المرتبطة بأشخاص الحماية، سواء مفهوم البائع (مطلب أول) أم المشتري (مطلب ثاني).

المطلب الأول

التوسع في مفهوم البائع

أدى تنوع مهام البائع والدور الذي يلعبه في وضع المنتوجات للاستهلاك، إلى التغيير في مدلول المصطلح التقليدي السائد، الذي كان يطلق عليه بالبائع العادي، إلى ما يسمى بالمحترف أو كما ينعته المشرع الجزائري بالمتدخل، هذا الأخير الذي تميّزه صفة الاحتراف عن غيره من المتعاقدين العاديين، بإلمامه ومعرفته بكل ما يتعلق بمنتوجاته، نظرا لما يمتلكه من معلومات وتقنيات تحتّم على من يمارس النشاط المهني معرفتها، وهو ما أدى إلى التفكير في ضرورة صياغة قانون خاص، يؤطر العلاقة التعاقدية بين الفئتين[8].

---

[6] – أحمد عبد العال أبو قرين، مرجع سابق، ص .ص. 90– 10.

[7] – زاهية ربيع، مرجع سابق، ص ص 184– 185.

[8] – فدوى قهواجي، ضمان عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2008، ص. 18.

تأثّر المشرع الجزائري بهذا التطور الحاصل في هذا المجال، يظهر ذلك في القانون المدني الذي أصبح يتضمن في نصوصه مصطلح **المنتج** من خلال القانون رقم 05- 10 المعدل للقانون المدني[9]، والذي استحدث بموجب المادة 140 مكرر 1، نظاما جديدا للمسؤولية المدنية للمنتج عن أضرار منتوجاته المعيبة، دون أن يورد تعريفا للمنتج. يضاف إلى ذلك القوانين الخاصة بحماية المستهلك، على رأسها القانون رقم 09-03 التعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[10]، أين استعمل تعبير" **المتدخل** "، وهو مصطلح حديث لم يكن معروفا من قبل، بعدما كان يطلق عليه تسمية "**المحترف**" في إطار المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات [11].

وقد عرفت المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المتدخل بأنه:"

" ***كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك***".

يستخلص من هم المتدخلين بالرجوع لنفس المادة في فقرتها 08 التي عرفت عملية وضع المنتوج للاستهلاك بأنها:

" ***مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة***"

وقد تناولت بعض القوانين مصطلحات أخرى، كالقانون رقم 04- 02 [12] الذي استعمل مصطلح العون الاقتصادي والقانون رقم 06- 04 [13] الذي تناول مصطلح الصانع.

---

[9] – قانون رقم 05-10 مؤرخ في2004/06/20، يعدل ويتمم الأمر رقم 75-85 المؤرخ في 1975/09/26، المتضمن القانون المدني، ج. ر عدد 44 صادر في 2005/06/26.

[10] – قانون رقم 09- 03، مؤرخ في 25/ 09 /2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر عدد 15، الصادر في 2009/03/08. معدل ومتمم بالقانون رقم 18- 09 مؤرخ في 06/10/ 2018، ج. ر ، عدد 35، الصادر في 2018/06/13.

[11] – مرسوم تنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 1990/09/15، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر، عدد 40، الصادر في 1990/09/19. الملغى بالمرسوم التنفيذي رقم 13-327، مؤرخ في 2013/09/26، يحدد شروط وكيفيات ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر، عدد 49، الصادر في 2013/10/02.

[12] – قانون رقم 04-02 مؤرخ في 2004/06/23، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر عدد 41، صادر في 2004/06/27، معدل ومتمم بقانون رقم 10- 06، مؤرخ في 2010/08/15، ج. ر عدد 46، صادر في 2010/08/18.

[13] – قانون رقم 06- 04 مؤرخ في 2006/02/20 يعدل ومتم للأمر رقم 95- 07 يتعلق بالتأمينات، ج. ر، عدد 15، 2006.

يظهر مما سبق، أنه بالرغم من الاستخدام غير المنتظم من المشرع الجزائري للمفاهيم، وتجاوزه أصول الصنعة التشريعية، التي أخصها وحدة المفهوم ودقته[14]، إلا أنّ القاسم المشترك بين الأشخاص المذكورين هو الاحتراف، لتظهر بذلك فكرة المحترف، كرد فعل لقصور فكرة البائع العادي كمدين بالضمان في عقد البيع، وكمفهوم جديد لم يكن متداولا من قبل[15].

لذلك فإن انحياز التشريعات إلى المفاهيم الممتدة، والتركيز في تعريفها على المضامين الواسعة، ولو بالتمرد على ما ألفناه من أحكام في القواعد العامة، يفضي إلى اتساع نطاق تطبيق قواعد مساءلة البائع، بالصورة التي تجعل مظلة الحماية شاملة لكل من يمكن أن يتضرر من تبعات التقنية والميكنة [16].

المطلب الثاني

التوسع في مفهوم المشتري

تراجع مفهوم المشتري المستفيد من الحماية في إطار القواعد التقليدية، لحساب مفهوم آخر هو المستهلك الذي عرفه البعض بأنه: الشخص الذي يحصل على سلع أو خدمات بهدف غير مهني، وهذه المنتوجات تقدم له من طرف شخص آخر يسمى بالمحترف، ويكون بالتالي العقد المبرم بينهما هو "عقد الاستهلاك"[17].

وفي القانون الجزائري، وبعد محاولة المشرع تطويع نصوص قانون حماية المستهلك نحو توسيع نطاق الحماية، بالانتقال من فكرة المستهلك النهائي إلى مستوى المستوى النهائي والوسيطي[18]، وسواء كانوا تحصلوا على المنتوج عن طريق الشراء، أو منح لهم مجانا.

---

[14] – قادة شهيدة، « إشكالية المفاهيم و تأثيرها على رسم ملامح النظام القانوني لمسؤولية المنتج– دراسة في القانون الجزائري والقانون المقارن–»، دراسات قانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص. 22.

[15]– جابر محمد ظاهر مشاقبة، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية دراسة مقارنة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 48.

[16]– قادة شهيدة، مرجع سابق، ص ص 27– 28.

[17]- Jean CALAIS-AULOY, Frank STEINMETZ, Droit de la consommation, 7ème édition, DALLOZ, Paris, 2006, p. 08.

[18]– لتفاصيل أكثر نحو الموضوع الرجوع إلى:

Mohamed KAHLOULA et Ghawti MEKAMCHA, « La protection du consommateur en droit Algérien », Revue IDARA, L.N. A. n° 15 P , 1995, p.p. 7 - 43.2

وهو ما يستخلص من المادة 2 /9 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[19]، التي عرفت المستهلك بأنّه:

" **كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستهلاك الوسيطي أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به** ".

انتقل إلى مفهوم أوسع، يرتكز على فكرة المضرور، وهو ما أكده المرسوم التنفيذي رقم 96- 48 المتعلق بالتأمين في مجال المسؤولية المدنية عن المنتوجات[20]، وتشمل المستفيدين من البوليصة (المضرورين)، فئة المستهلكين والمستعملين وللغير، وهذا بعد النص عليه في المادة 168 من القانون رقم 95- 07 المتعلق بالتأمين[21].

غير أنه بظهور القانون رقم 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أورد تعريفا آخر للمستهلك، في المادة 1/3 من القانون رقم 09-03 أعلاه، التي عرفته بأنه:

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

وتأثرا بالقانون المقارن، استحدث المشرع الجزائري قانونا يتعلق بالتجارة الالكترونية[22]، تضمن تعريفا للمستهلك الالكتروني مقارب لذلك الذي وردت به المادة 03 من القانون 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، سالفة الذكر، أين عرّف المستهلك الالكتروني، بموجب المادة 06 مطة 03 بأنه:

" ***كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي*** ".

يمكن استخلاص عدة نتائج بناء على ما تقدم، والتي يمكن حصرها فيما يلي:

1 – عدم استيعاب تعريف المستهلك للمستعمل.

---

[19]– مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 1990/01/30، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر، عدد 5، الصادر في1990/01/31، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 2001/10/16 ج. ر عدد 61، صادر في 2001/10/21.

[20] – مرسوم تنفيذي رقم 96-48 مؤرخ في 1996/01/17، يحدّد شروط التّأمين وكيفيّاته في مجال "المسؤولية المدنية عن المنتوجات"، ج. ر عدد 05، صادر في 1996/01/21.

[21] – أمر رقم 95-07 مؤرخ في 1995/01/25، يتعلق بالتأمينات، ج. ر عدد ،13 الصادر في 1995/03/08 معدل ومتمم بالقانون رقم 06-04 المؤرخ في 2006/02/20، ج. ر عدد 15، صادر في 2006/03/12.

[22] – قانون رقم 18- 05 مؤرخ في 10 /05/ 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر عدد 28، الصادر في 16 /05/ 2018.

2 – إقصاء المستهلك المهني من مجال الحماية، إذ يعتبر مستهلكا حسب التعريف من يقتني أو يستعمل منتوجا لغرض شخصي أو عائلي أي غير مهني.

وبذلك يكون المشرع قد تراجع عن موقفه في ظل القانون رقم 89-02، هذا الأخير الذي مد نطاق الحماية ليشمل المستهلك الوسيطي إلى جانب المستهلك النهائي.

غير أن الوضع مختلف في القانون المدني من خلال المادة 140 مكرر، التي تكرس الحماية المدنية للمستهلك، والتي تتوج الاتجاه الموسع لمن تشملهم الحماية في حوادث الاستهلاك، بإعطائها مفهوما واسعا للمضرور، ومن دون تفرقة بين المتعاقدين مع المنتج والأغيار، مضرورين مباشرين أو بالارتداد، مستهلكين، مهنيين، طبيعيين أو معنويين[23].

يعود سبب تراجع المفهوم التقليدي للمشتري كدائن بالحماية، في مواجهة الطرف الآخر وهو المنتج أو البائع المهني، إلى ضعفه ونقص خبرته أمام التطور الفني والاقتصادي، الذي كشف عن وسائل صناعية أخطر وبكثير من خطورة السيارات والقطارات، والتي تنتج وتوزع بسرعة منقطعة النظير[24]، صاحبها ازدياد رغبات المستهلكين لاقتنائها، كل هذه التقنيات الحديثة قضت على التوازن العقدي[25] .

تراجع بذلك مبدأ سلطان الإرادة، بعدما كان المشتري كمتعاقد في نفس الدرجة مع البائع من حيث الحقوق والالتزامات، نظرا لبساطة المنتوجات، وكذا تمتعه بالوقت الكافي للتعاقد، وبظهور المساحات التجارية الكبرى لم يعد الأمر كذلك، فأصبح بالتالي المشتري هو الطرف الضعيف في العلاقة العقدية من عدة نواحي، سواء من الناحية الفنية أو الاقتصادية[26].

الخاتمة

يتضح لنا من خلال ما سبق، أن المفاهيم الحاكمة لمجال حماية المستهلك خاصة من حيث الأشخاص المخاطبين بها، والتي صيغت في ظل مجتمع بسيط يسوده مبدأ سلطان الإرادة، قد تجاوزها الزمن، الأمر الذي يبرّر ضرورة إعادة النظر فيها بالشكل الذي يعيد التوازن بين متعاقد محترف ومشتري الطرف الضعيف في العقد، فمتى توافرت في هذا الأخير صفة المستهلك، أدى

---

[23]– قادة شهيدة، مرجع سابق، ص. 30.

[24]– مصطفى بوبكر، أثر التطور الاقتصادي والصناعي على مسؤولية المنتج، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بليدة 2، لونيسي علي، عدد خاص، عدد 02، 2012، ص. 64.

[25]– بختة موالك، "الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 02، 1998، ص. 27.

[26]– زاهية ربيع، مرجع سابق، ص. ص. 185– 186.

ذلك إلى خضوع عقد البيع لنظام قانوني متميز عن غيره من العقود، التي لا تتوفر في أحد أطرفها تلك الصفة.

فقد تراجعت فكرة البائع كنموذج بسيط، لتحل محله شركات ضخمة متفوقة اقتصاديا وفنيا في مجال المعاملات، باستخدامها الأساليب الحديثة، التي تعدّت مرحلة الإنتاج إلى مرحلة التوزيع، زيادة على الدور الذي تلعبه الإعلانات، التي أصبحت أهم من المنتوج في حدّ ذاته، لذلك تظهر ضرورة مد نطاق الحماية من حيث المدين بها، لتشمل كل من له دور في عملية طرح المنتوج للتداول ولا تقتصر فقط على البائع.

يتبين لنا أيضا من خلال ما سبق، ضرورة تجاوز المفهوم الضيق للمشتري، بأن تمتد الحماية إلى كل متضرر، والذي لا نعني به المشتري المتعاقد فقط، بل كل شخص أيا كان مركزه، لحقته أضرار نتيجة تعيّب المبيع الذي اقتناه، سواء كان متعاقدا مع المنتج أم غير متعاقد، وبالتالي يستفيد من الحماية كل متضرر لحقه ضرر من جراء عيب المنتجات بصفة عامة.

قائمة المراجع:

أولا: باللغة العربية

1- الكتب

1- **أحمد عبد العال أبو قرين**، ضمان العيوب الخفية وجدواه في مجال المنتجات الصناعية، دراسة تطبيقية في بيوع الحاسب الآلي، المواد الخطرة، منتوجات الصيدلة والكيمياويات الطبية، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992.

2- **جابر محمد ظاهر مشاقبة**، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية دراسة مقارنة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

3- **فدوى قهواجي**، ضمان عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، 2008.

4- **يمينة حوحو**، عقد البيع الإلكتروني في القانون الجزائري، دار بلقيس، الجزائر، 2016.

2- رسالة دكتوراه:

زهية ربيع، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2017.

3- المقالات:

1- بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، عدد 02، 1998، (ص. ص. 23-64).

2- قادة شهيدة، إشكالية المفاهيم وتأثيرها على رسم ملامح النظام القانوني لمسؤولية المنتج- دراسة في القانون الجزائري والقانون المقارن-، دراسات قانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص 22، (ص. ص. 43-185).

[1]- مصطفى بوبكر، أثر التطور الاقتصادي والصناعي على مسؤولية المنتج، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة بليدة 2، لونيسي علي، عدد خاص، عدد 02، 2012، (ص. ص. 50- 74).

4-النصوص القانونية:

- **النصوص التشريعية**

1- أمر رقم 75-58 مؤرّخ في 1975/09/26 يتضمن القانون المدني، ج ر، عدد 78، الصادر في 1975 /09/30، معدّل ومتمم.

2- أمر رقم 95-07 مؤرخ في 1995/01/25، يتعلق بالتأمينات، ج. ر عدد ،13 الصادر في 1995/03/08 معدل ومتمم بالقانون رقم 06-04 المؤرخ في 2006/02/20، ج. ر عدد 15، صادر في 2006/03/12.

3- قانون رقم 09- 03، مؤرخ في 25/ 09 /2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر عدد 15، الصادر في 2009/03/08. معدل ومتمم بالقانون رقم 18- 09 مؤرخ في 2018 /06/10، ج. ر ، عدد 35، الصادر في 2018/06/13.

4- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 2004/06/23، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج. ر عدد 41، صادر في 2004/06/27، معدل ومتمم بقانون رقم 10- 06، مؤرخ في 2010/08/15، ج. ر عدد 46، صادر في 2010/08/18.

5- قانون رقم 05-10 مؤرخ في2004/06/20، يعدل ويتمم الأمر رقم 75-85 المؤرخ في 1975/09/26، المتضمن القانون المدني، ج. ر عدد 44 صادر في 2005/06/26.

6- قانون رقم 18- 05 مؤرخ في 10 /05/ 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر عدد 28، الصادر في 16 /05/ 2018.

- **النصوص التنظيمية**

[1]- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 1990/01/30، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر، عدد 5، الصادر في1990/01/31، معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 2001/10/16 ج. ر عدد 61، صادر في 2001/10/21.

[2]- مرسوم تنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 1990/09/15، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر، عدد 40، الصادر في 1990/09/19. ملغى بالمرسوم التنفيذي رقم 13-327، مؤرخ

في 2013/09/26، يحدد شروط وكيفيات ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ، ج ر، عدد 49، الصادر في 2013/10/02.

ثانيا: باللغة الفرنسية

Livre:

Jean CALAIS-AULOY, Frank STEINMETZ, Droit de la consommation, 7ème édition, DALLOZ, Paris, 2006.

Article:

Mohamed KAHLOULA et Ghawti MEKAMCHA, « La protection du consommateur en droit Algérien », Revue IDARA, L.N. A. n° 2 , 1995,(p.p. 7 – 43).

التزام المتدخل بضمان أمن المنتوجات

الأستاذة الدكتورة سي يوسف زاهية حورية
كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تيزي وزو

مقدمة

أدى التطور الصناعي والتكنولوجي الذي شهده العالم حاليا –وخصوصا بعد النهضة الصناعية –، إلى ظهور منتوجات صناعية جديدة في السوق ذات طبيعة معقدة في التركيب والتصنيع لم يعتد المستهلك الجزائري عليها . فهذه المنتوجات قد تكون خطيرة بطبيعتها ، كما قد تكون معيبة لعدم مطابقتها للمواصفات القانونية، لكن رغم ذلك يقبل عليها المستهلك إمّا لأنّها ضرورية لتغطية حاجياته أو أقدم عليها تحت تأثير وسائل الدعاية المتطورة التي يمارسها المنتجون والتي تكاد تنسي المستهلك مضارها وأخطارها المحتملة. ومن أجل حماية المستهلك من هذه الحوادث الخطيرة التي تسببها هذه المنتوجات ، ألقى المشرع الجزائري على عاتق منتجي السلع ومقدمي الخدمات، وبصفة خاصة كل متدخل في عملية وضع هذه المنتوجات للاستهلاك، التزامات وقائية متعددة قصد توفير الأمن والسلامة الذي يتوقعه كل مستهلك . فمن بينها، التزام المتدخل بضمان أمن المنتوجات.

ومن هنا يطرح التساؤل التالي : **فما هو مفهوم الالتزام بأمن المنتوج؟ وماهي الآليات التي كرسها المشرع لضمان تنفيذه؟**

المبحث الأول

مفهوم التزام المتدخل بضمان أمن المنتوج

يعد الالتزام بضمان أمن المنتوج من الالتزامات التي ألقاها المشرع على عاتق المتدخل– إلى جانب الالتزامات الأخرى– والذي نص عليه في المادتين 9 و10 من قانون 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[1]، وفي المواد من 10إلى 13 من المرسوم التنفيذي رقم 12–203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات[2] . ويهدف من خلال إقراره لهذا الالتزام إلى توفير

[1]– قانون رقم 09–03 مؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد15، مؤرخة في 8مارس 2009، معدل ومتمم .

[2]– مرسوم تنفيذي رقم 12–203 مؤرخ في 6مايو 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، جريدة رسمية ، عدد 28 ، مؤرخة في 9 مايو 2012.

الأمن والسلامة للمستهلك. ولتحديد مفهوم أمن المنتوج، يتعيّن تعريفه ودراسة طبيعته، ثم نطاق تطبيقه.

المطلب الأول : تعريفه وطبيعته

الفرع الأول :تعريف أمن المنتوج

عرف المشرع الجزائري ، أمن المنتوج في المادة التاسعة من قانون رقم 09-03 كما يلي:**(يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع والمنتظر منها ، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه ، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين).**

وعرف المشرع الأمن أيضا في المادة الثالثة الفقرة 15، على أنه:**(البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل من أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به العمل).**

ويتجلى قصد المشرع من ذلك إلى تحقيق نوع من التوازن بين مختلف مكونات المنتجات والخدمات بهدف الحد أو التقليل من المخاطر التي قد تصيب المستهلك سواء في مصالحه المادية أو المعنوية أوفي صحته .

كما قام بإصدار مرسوما تنفيذيا رقم 12-203 يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، سالف الذكر، ملزما جميع المتدخلين بوضع المعلومات الضرورية التي تسمح للمستهلكين بتفادي الأخطار المحتملة والمرتبطة باستهلاك السلعة أو الخدمة والامتثال لقواعد أمن المنتوجات الموضوعة في السوق وهذا طبقا للمادة 10 منه .

الفرع الثاني : طبيعته

تتضح الطبيعة الخاصة لهذا الالتزام، باعتباره التزام بتحقيق نتيجة، وأنّه شامل لكل الالتزامات المذكورة سابقا.

الفرع الأول : أنه التزام بتحقيق نتيجة، إذ يستفاد ذلك من المادة 9 من قانون09-03 التي تنص على ما يلي : **(يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة...).**

ويقصد بالمنتوج المضمون، كل منتوج في ظروف استعماله العادية أو الممكن توقعها بما في ذلك المدّة ،لا يشكل أيّ خطر أو يشكل أخطارا محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتوج وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص **(المادة 3 الفقرة 12 من قانون 09-03).**

الفرع الثاني : أنه التزام شامل، أي أن هذا التزام لا يتحقق إلاّ بتنفيذ الالتزامات السابقة. فلا يتحقق أمن المنتوج إذا كان خاليا من بيانات الوسم، كما لا يتحقق أيضا إذا غير مطابق للمواصفات ولم تراع في إنتاجه شروط النظافة الصحية خاصة إذا كان منتوجا غذائيا.

المطلب الثاني

نطاق تطبيق الالتزام بالأمن

لتحديد نطاق تطبيق الالتزام بالأمن، يتطلب دراسة نطاقه من حيث الأشخاص أي الطرف الملزم به فهو المتدخل، والشخص الذي تقرّر هذا الالتزام لصالحه أي المستهلك . ثم تعيين المحل الذي يرد عليه هذا الالتزام أي المنتوجات والخدمات .

الفرع الأول : نطاق الالتزام بالأمن من حيث الأشخاص

إذا كان التزام بالأمن يقع على عاتق المتدخل، فهذا لن يكون إلاّ لحماية المستهلك الذي يحتل أهمية في الاستفادة من أحكام قانون الاستهلاك .

أولا : المتدخل

عرف المشرع الجزائري المتدخل في المادة 7/3 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر، والتي تنص على ما يلي : **(المتدخل : كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك).**

ويقصد بعملية عرض المنتوجات للتداول حسب الفقرة الثامنة من المادة الثالثة (3) من قانون رقم 09-03 سالف الذكر، بأنّها : **(مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة أو التجزئة).** وبناء على ذلك، فالمتدخل هو المنتج[3]، المستورد[4]، المخزِّن والناقل والموزع.

---

[3]- يعرف أحد فقهاء العرب، المنتج ، بأنه هو الذي يساهم في إنتاج الثروة الاقتصادية بواسطة المواد الصناعية أو الفلاحية أو طريق تحويلها . وما يتضح من هذا التعريف أنه تعريف ضيق عكس التعريف الموسع الذي أخذ بع المشرع الفرنسي ، لما عرف المنتج ، كل من يشارك في عملية الإنتاج أي المنتج النهائي ومنتج أحد المكونات التي تدخل في إنتاج السلعة .أنظر في هذا الصدد :

حسن عبد الباسط جميعي ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة ، دار النهضة العربية القاهرة 2000، ص 236.

[4]- يقصد بالمستورد، كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم باستيراد سلع صناعية من الخارج بغرض الاتّجار. فهدف المستورد هو وضع السلع المستوردة في التداول، عكس الجالب الذي يدخل المنتوج الأجنبي ليس بهدف الاتجار فيه، بل لغرض الاستعمال الشخصي. أنظر في هذا الصدد :

د/ عبد الحميد الدياسطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر والقانون، المنصورة، 2010، ص525.

ويقصد بالمتدخل أيضا، كل من يمارس مهنة متمثلة إمّا في نشاط إنتاجي أو توزيع أو تقديم للخدمات[5].

ويبدو مما سبق، أن المتدخل هو نفسه المهني[6]، أو عون اقتصادي كما جاء في قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم [7]، وهو نفسه المحترف الذي أخذ به المشرع في المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات الملغى[8].

فالهدف الذي توخاه المشرع من توسيع طائفة المتدخلين، هو توسيع مجال حماية المستهلك حتى يتمكن هذا الأخير من اختيار الشخص الأكثر ملاءة [9]. وبهذا يكون قد ألقى التزام بالسلامة على عاتق كل محترف سواء كان بائعا، منتجا، مستوردا وموزعا. كما أنّه لم يخص هذا الالتزام بالمهني في علاقته بالمستهلك، بل يفهم بأيّ متعامل معه. ولذلك يكون قد انتهج مسلك المشرعين الأوروبي والفرنسي اللذان وسّعا من نطاق المسئولين (منتجين حقيقيون، حكميون).

---

[5] - Jean calais Auloy, précis de droit de consommation, 4eme édition, Dalloz 1996, p 41.

[6]- تنص المادة 2/3 من قانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة على ما يلي:(**المؤسسة : كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد)**، جريدة رسمية ، عدد 36، مؤرخة في 2يوليو 2008.

[7]- تنص المادة الثالثة الفقرة الأولى منه على ما يلي: **(عون اقتصادي : كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية ، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها...)**.جريدة رسمية عدد 41 ، الصادرة في 27 يونيو 2004.

[8]- وقد استعمل المشرع مصطلح المحترف قبل ذلك في المادة 2 /1 من المرسوم التنفيذي رقم 90- 266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات والملغى، والتي تنص على ما يلي : **("المحترف"، هو منتج، أو صانع، أو وسيط، أو حرفي أو تاجر، أو مستورد، أو – موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك.....)**.

[9]- عكس ما ورد في المادة 140 مكرر قانون مدني، إذ المشرع حصر المتدخل في المنتج فقط دون أن يعطيَ تعريفا له ودون أن يحدد من هو المنتج. هل هو المنتج الحقيقي أو الحكمي كما فعل المشرع الفرنسي. وهذا بطبيعة الحال يعد تعارضا مع ما ورد في قانون رقم 09-03 سالف الذكر.

ثانيا :المقصود بالمستهلك

عرف المشرع المستهلك في المادة 3 من قانون 09-03 معرّفة المستهلك كما يلي:(**الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقتني بمقابل أو مجانا منتوجًا أو خدمة مخصصة للاستعمال العائلي أو الشخصي أو لحيوان يتكفل به)**[10].

أوردت المادة 02 الفقرة 09 من المرسوم التنفيذي 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[11]، تعريفا للمستهلك، كما يلي:(**.كل شخص يقتني بثمن أو مجانا ، منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر ، أو حيوان يتكفل به).**

كما أورد القانون 04-02 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات لتجارية سالف الذكر ، تعريفا للمستهلك ،في المادة 3الفقرة 2 منه، كما يلي:**(كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت مجردة من كل طابع مهني).**

ومن مجمل التعاريف السابقة، يتّضح أخذ مشرعنا بالتعريف الضيق لمفهوم المستهلك – والذي أخذت به مختلف التشريعات –إذ ساير المشرع الجزائري نظيره الأوروبي[12] في تعريف المستهلك، وحصره في الذي يقتني منتوجا لغرض شخصي أو عائلي أي دون غرض مهني.

إضافة إلى ذلك،أن المشرع أدخل الأشخاص المعنوية في طائفة المستهلكين الذين هم في حاجة ماسّة إلى الحماية، وهذا عكس الاتجاه الذي يرى إقصائهم منها، لكون الأشخاص المعنوية تملك مؤهلات وإمكانيات متعددة ليست في متناول الأشخاص الطبيعية.

لكن الملاحظ أنّ هذه المادة يشوبها القصور، لكون المشرع حصر كلمة المستهلك على **(من يقتني.....)**

---

[10]– وهو نفس التعريف الذي أخذ به المشرع المغربي، إذ عرف المستهلك في المادة 2 الفقرة الأولى من قانون حماية المستهلك مع الظهير المغربي رقم 03.11.1 الصادر في 18 فبراير 2011، كما يلي : **(يقصد بالمستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني أو يستعمل لتلبية حاجيته غير المهنية منتوجا أو سلعا أو خدمات معدة لاستعماله الشخصي أو العائلي)**

[11]– مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 ،يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية ، رقم 05، مؤرخة في 31 يناير1990، معدل ومتمم.

[12]– عرف المشرع الأوروبي المستهلك في المادة الثاني (2) من التوجيه رقم 25/2005 المؤرخ في 2005/05/11 بشأن الممارسات التجارية غير المشروعة، كما يلي :

(Consommateur : toute personne physique qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente directive, agit à des fins qui n'entrent pas dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale ou libérale).

فمن خلال كلمة يقتني، لا يستفيد المستعمل من الحماية رغم أنّه قد يتضرر من المنتوج مثل المقتني هذا من جهة.

ومن جهة أخرى أخرج المشرع من طائفة المستهلكين الشخص الذي يقتني منتوجا لغرض مهني ولو أنه يجهل خصائص المنتوج، أو بتعبير آخر ليس متخصصا في مجال المنتوج الذي اقتناه. فمثلا المحامي أو الطبيب الذي يقتني جهاز الكمبيوتر أو جهاز الإنذار السريع لحماية مكتبه من السرقة، فحسب نص المادة لا يستفيد من الحماية ممّا يدل على اعتداد المشرع بالضعف الاقتصادي كعامل للاستفادة من الحماية دون النظر إلى الجانب الفني والتقني الذي يعدّ أكثر أهمية.

ومن خلال ما سبق ،يتّضح إضفاء المشرع صفة المستهلك على الشخص باعتماد معيار الغاية دون الأخذ بمعيار التخصص والذي هو الأصح[13].

الفرع الثاني : تحديد نطاق الالتزام بالأمن من حيث الموضوع:

بالرجوع إلى المادة الثانية من نفس المرسوم المذكور أعلاه، فهي تنص على ما يلي : **(تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك كما هي محددة في أحكام القانون رقم 09- 03 . .... مهما كانت تقنيات وطرق البيع المستعملة).**

يفهم من المادة ، أن أحكام المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المذكور سالفا تطبق على السلع والخدمات المطروحة للاستهلاك .

عرف المشرع السلعة ، في المادة 3 الفقرة 16 من قانون رقم 09-03 ، كما يلي:**(كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا).** لكنه لم يذكر أنواع السلعة. بل ذكرها في المادة 140 مكرر الفقرة 2 قانون مدني ، والتي تتمثل في المنتوج الزراعي والصناعي والحيواني والبحري والطاقة الكهربائية.

أما بالنسبة للخدمة فقد عرفها المشرع في المادة 3 الفقرة 15 من نفس القانون على أنها:**(كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة).**

يتضح من نص المادة 2 من المرسوم نفسه، أن كلّ المنتوجات تخضع لأحكام الالتزام بالأمن، إلاّ أن المشرع استثنى بعض المنتوجات لكونها تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة بها (أنظر المادة 3)، أو تخضع لتعليمات أمن خاصة بها (أنظر المادة 4).

---

[13]- إلا أن القضاء الفرنسي يأخذ بمعيار التخصص المهني للتمييز بين المنتج والمستهلك. فالشخص الذي يتعامل خارج اختصاصاته المهنية ولو كان لغرض مهني فهو مستهلكا، مثل المستهلك العادي لجهله بالخصائص التقنية للمنتوج. أنظر في هذا الصدد :

بودالي محمد، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة الإدارة، مجلد 12، عدد42، 2002، ص 43.

إذ نصت المادة **3** من نفس المرسوم على ما يلي : **(لا تطبق أحكام هذا المرسوم على المنتوجات العتيقة والتحف والمنتوجات الغذائية الخام الموجهة للتحويل والبيوسيدات والأسمدة والأجهزة الطبية والمواد والمستحضرات الكيمائية التي تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة).**

كما نصت المادة **4** من نفس المرسوم على ما يلي: **(عندما تكون بعض السلع والخدمات محمية أو خاضعة لتعليمات خاصة تفرضها نصوص تنظيمية خاصة، فإن أحكام هذا المرسوم تطبق فقط على الجوانب والأخطار أو مجموعة من الأخطار لم تتكفل بها هذه التعليمات).**

وما يلاحظ أن المشرع أستثنى المنتوجات الغذائية الخام الموجهة للتحويل من هذا النطاق، رغم أنها تدخل في تكوين المادة الغذائية النهائية المعروضة للجمهور والتي يجب أن تكون آمنة أيضاً. لأنّه إذا كانت المادة الأولية غير آمنة، فمن الطبيعي أن المنتوج الغذائي لا يكون آمنا.

أضف إلى ذلك، لم يبّين المشرع المنتوجات التي تخضع لتعليمات أمن خاصة بها، مع العلم أن كلّ المنتوجات الحالية المطروحة في السوق، هي منتوجات متطورة ومعقدة فنيّا، فهي أصلا خطيرة بطبيعتها وتخضع لتعليمات الأمن الخاصة بها.

المبحث الثاني

الآليات المكرسة لتنفيذ الالتزام بالأمن

من أجل تجسيد أمن وسلامة المستهلك من خلال أمن المنتوجات المطروحة للتداول، وضع المشرع عدة آليات تضمن تنفيذ المتدخلين لالتزامهم بأمن المنتوجات .هذه تتمثل في آلية الرقابة كوسيلة وقائية وآلية أخرى وهي مساءلة المتدخل المخلّ بالتزامه كوسيلة علاجية .

المطلب الأول: الرقابة، آلية لضمان تنفيذ المتدخل للالتزام بالأمن

وضع المشرع الجزائري في قانون رقم 09-03 المذكور سالفا ،وكذا في المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بأمن المنتوجات ، أجهزة خاصة لمراقبة المنتوجات للتأكد على مدى توفرها على الأمن المنتظر منها قصد تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلكين .وهذه تتمثل على التّوالي في أعوان قمع الغش ، شبكة الإنذار السريع وجمعيات حماية المستهلك .

الفرع الأول : أعوان قمع الغش

يعتبر أعوان قمع الغش من الموظفين المنوط بهم قانونا القيام بعض مهام الضبط القضائي وفقا لأحكام المادة44 من قانون الإجراءات الجزائية. كما تمّ تأهيلهم بموجب أحكام المادة 25 من قانون رقم 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لمباشرة إجراءات الرقابة على المنتوجات قصد تحقيق سلامة المستهلك وأمنه.

تتمثل المهمة الأساسية لأعوان قمع الغش في اتّخاذ مجمل التدابير الوقائية المتمثلة في الدخول إلى المحلاّت الإنتاجية أو أماكن البيع والتوزيع وفحص مجمل الوثائق المتعلقة بهويّة المتدخل

ومهنته ومعاينة مختلف المنتوجات بالعين المجردة .وإذا اقتضى الحال أو هناك شكّ حول منتوج ما، فلهم الحق في اللّجوء إلى اقتطاع العيّنات قصد إجراء التحاليل المخبرية المناسبة.

كما يمكن لهم اتّخاذ التدابير التحفظية والتي تعتبر مكمّلة للتدابير الوقائية. إذ بعد البحث والتحري عن المخالفات المرتكبة من قبل المتدخلين وكشفها، يمكن لأعوان قمع الغش اتّخاذ إجراءات أخرى والتي تتمثل إمّا في إيداع المنتوج أو حجزه أو سحبه من السوق سواء كان سحبا مؤقتا أو نهائيا وحتى اللّجوء أحيانا إلى الوقف المؤقت لنشاط المؤسسة الإنتاجية.

الفرع الثاني: شبكة الإنذار السريع كجهاز لرقابة تنفيذ الالتزام بالأمن

استحدث المشرع الجزائري بموجب المرسوم رقم 12-203 سالف الذكر، جهازا خاصا لمراقبة إلزامية الأمن وذلك في المادة 17 منه التي تنص على ما يلي :

(ينشأ لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش شبكة الإنذار السريع، مكلفة بمتابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم).

وتتكون هذه الشبكة من ممثلين عن مجموعة من الوزراء الذين تم تحديدهم على سبيل الحصر في المادة 18 من نفس المرسوم المذكور أعلاه.،

أما عن صلاحيات هذا الجهاز فهي محددة في المادة 22من نفس المرسوم والتي تنص على ما يلي: **(تباشر شبكة الإنذار السريع كل عمل من شأنه:**

- ضمان البث الفوري وبدون انتظار على المستوى الوطني أو الجهوي أو المحلي حسب طبيعة الخطر المعين، لكل معلومة من شأنها أن تؤدي إلى السحب الفوري من السوق لكل منتوج من شأنه الإضرار بصحة المستهلك وأمنه.

- وضع المعلومات التي تحوزها والمتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتوجات على صحة المستهلكين وأمنهم في متناول المستهلكين

تحدد كيفيات تنظيم وعمل شبكة الإنذار السريع بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش).

وما يلاحظ أن هناك تكرار وارد بالنسبة لكلمة المستهلكين في الفقرة 2، إذ الأصح هو القول، **(وضع في متناول المستهلكين المعلومات التي تحوزها والمتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتوجات على صحتهم وأمنهم).**

الفرع الثالث : جمعيات حماية المستهلك

اعترف المشرع لجمعيات حماية المستهلك بعدّة صلاحيات قصد حماية المستهلك والرقابة على نشاطات المتدخل. وتستخلص معظم هذه الصلاحيات بصفة عامة من مختلف القوانين. يتمثل دورها في ضرورة تحسيس المستهلك وتوعيته وذلك عبر مختلف وسائل الإعلام المختلفة، ولها الحق في تمثيل المستهلك لدى القضاء كطرف مدني في حال إصابتهم بأضرار فردية تسبب فيها

نفس المتدخل ومن نفس المنتوج (المادة 21 و22 من قانون رقم 09-03). ولها الحق في تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وإصدار نشرات ووثائق، وهذا كله يدخل في إطار ممارسة نشاطها الوقائي أي قصد حماية المستهلكين. (المادة 24 من قانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات[14].

إضافة إلى ذلك خوّل المشرع لجمعيات حماية المستهلك، صلاحيات خاصة بهدف تحقيق الأمن للمستهلك وهذه وردت في المرسوم التنفيذي رقم 12-203 سالف الذكر. وهي تتمثل في اتّخاذ كل التدابير الضرورية قصد سحب المنتوجات من السوق أو توقيف الخدمة والتي يتبين أنها ستشكل خطرا على صحة وأمن المستهلك. أما في حالة عدم التأكد من خطورة المنتوج، يمكنها اللّجوء إلى أيّ هيئة تقنية مختصة بإمكانها مساعدتها على تقييم الأخطار التي يمكن أن تشكلها السلعة أو الخدمة المطروحة في السوق، ومن ثم وتبليغ المتدخلين بضرورة إعادة مطابقته وإذا استحال ذلك تقوم بإتلافها وفق الشروط الملائمة مع إعلام المستهلكين بذلك بمختلف وسائل الإعلام.(المادة 15 من نفس المرسوم).

المطلب الثاني : تقرير مسؤولية المتدخل المخالف

بهدف تحقيق حماية بُعدية وفعالة للمستهلك ، وضع المشرع آلية علاجية –بالإضافة إلى الآلية الوقائية –والمتمثلة في مسؤولية المتدخل المخلّ بتنفيذ التزامه بالأمن، سواء كانت جزائية أو مدنية .

االفرع الأول: المسؤولية الجزائية للمتدخل

كرّس المشرع في القانون رقم 09-03 المسؤولية الجزائية للمتدخل المخالف للالتزامات المحددة في ومنها الالتزام بالأمن . و تتمثل مخالفة إلزامية أمن المنتوج في حالة قيام المتدخل ببيع منتوجات مزوّرة أو سامة أو مغشوشة من شأنها أن تلحق أضرارا بالمستهلك.

وقد نصت المادة 73 من قانون 09-03 على عقوبة لهذه المخالفة والتي تتمثل في الغرامة المالية التي تتراوح من 200000 دج إلى 500000دج.

وفي حالة ما إذا تسببت هذه المخالفة للمستهلك في المرض أو العجز عن العمل، فيعاقب المتدخل بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات **(المادة 83 قانون 09-03)**.

وفي جميع الأحوال يعاقب المتدخلون المخالفين للالتزامات السابقة بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة وبغرامة من مليون دينار إلى مليوني دينار إذا تسبب هذا المنتوج في مرض

[14]–قانون رقم 12-06 مؤرخ ي 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات ، جريدة رسمية ، عدد 02 ، مؤرخة في 15 يناير **2012**.

غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة. ويمكن أن يتعرض هؤلاء لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص.

الفرع الثاني : المسؤولية المدنية للمتدخل

بالرجوع إلى نصوص القانون رقم 09-03، لا نجد ما يسمى بالجزاء المدني. فالإحالة إلى القواعد العامة لتطبيق الجزاء المتمثل، في الفسخ أو البطلان أو التعويض، فهو غير كاف وغير متكافئ مع الضرر الذي قد يصيب المستهلك في جسده وممتلكاته المادية. كما يمكن الرجوع إلى المادة 140 مكرر مدني لمساءلة المخل بالأمن وتعويض المتضرر قياسا على المنتوج المعيب لكن دون جدوى وذلك في غياب الإجراءات الواجب إتباعها للمطالبة بهذا التعويض .

خاتمة

من خلال ما سبق ، نخلص إلى القول ، حرص المشرع الجزائري على تحقيق حماية فعالة للمستهلك وذلك بضمان الأمن في المنتوجات المطروحة للتداول ، خاصة أن انفتاح السوق الجزائرية على العالم ، جعل منها مفرغة لكل السلع بمختلف أنواعها والتي في الغالب ،مضرة بصحة وسلامة المستهلك . لذا وضع عدّة آليات لضمان الأمن الذي ينتظره هذا الأخير . منها آلية الرقابة كآلية وقائية . وآلية علاجية أخرى متمثلة في مسؤولية المتدخل المخالف لالتزامه . لكن يلاحظ من مراجعة قانون حماية المستهلك غياب ما يسمى بالجزاء المدني . فالإحالة إلى القواعد العامة لا يحقق الأمن المنشود، لكون التعويض لا يتلاءم مع طبيعة المخالفة . أضف إلى ذلك أن تلك الأحكام تغطي الأضرار التجارية دون الأضرار الجسمية للمستهلك. ، فإذا كان المشرع قد نظم المسؤولية المدنية للمنتج في المادة 140 مكرر قانون مدني- فهذا لا يكفي، فالمنتج يعد كأحد المتدخلين، فما هو الأمر بالنسبة للمتدخلين الآخرين، كالبائع والناقل والمستورد؟ فهؤلاء كلهم يتدخلون في عملية عرض المنتوجات والخدمات للاستهلاك. هذا من جانب . ومن جانب آخر، فالعقوبات التي وضعها المشرع عند مخالفة المتدخل لالتزامه ليست ردعية، خاصة إذا كان المتدخل منتجا.

وبناء على ما سبق دراسته في هذا لبحث لاحظنا إيراد بعض الاقتراحات :

-على المشرع أن يتدخل في أقرب وقت لتنظيم أحكام المسؤولية المدنية لجميع المتدخلين وليس فقط المنتج كما فعل نظيره الفرنسي .

-ضرورة إعادة النظر في العقوبات المقررة للمتدخل المخالف حتى لا يتلاعب بصحة المستهلك والتي تعد شيء أهم لا يمكن تعويضها إذا فقدت.

- ضرورة تفعيل دور أجهزة الرقابة ، وخاصة أعوان قمع الغش ، وفرض عليهم عقوبات صارمة في حالة إخلالهم بتنفيذ التزامهم في الرقابة .

– ضرورة مراعاة فئة المتدخلين عند فرض العقوبة المالية، لأنه من غير المعقول أن تكون الغرامة المفروضة على تاجر التجزئة هي نفسها المفروضة على شركة إنتاجية ضخمة.

قائمة المراجع:

–باللغة العربية

– حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2000.

–عبد الحميد الدياسطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر والقانون ، المنصورة 2010.

–بودالي محمد، مدى خضع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة الإدارة ، مجلد 12، عدد 42، 2002.

– **باللغة الفرنسية**

1- Jean calais Auloy, précis de droit de consommation, 4eme édition, Dalloz 1996.

2– النصوص القانونية

أ– **النصوص التشريعية**

–أمر رقم 75–58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتعلق بالقانون المدني المعدل والمتمم.

–قانون رقم 04–02 مؤرخ في 23يونيو2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

– قانون رقم 09–03مؤرخ في 25 فيفري ،2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية ، عدد15 ، مؤرخة في 8مارس 2009 معدل ومتمم.

– قانون رقم 12–06 مؤرخ ي 12 يناير 2012، يتعلق بالجمعيات ، جريدة رسمية ، عدد 02 ، مؤرخة في 15 يناير **2012**.

ب– النصوص التنظيمية

– مرسوم تنفيذي رقم 90–39 مؤرخ في 30 يناير 1990،يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية ، رقم 05، مؤرخة في 31 يناير 1990.

–مرسوم التنفيذي رقم 90– 266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات والملغى،جريدة رسمية، عدد 40 مؤرخة في 19 سبتمبر1990.

– مرسوم تنفيذي رقم 12–203 مؤرخ في 6مايو 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، جريدة رسمية ، عدد 28 ، مؤرخة في 9 مايو2012.

3- النصوص القانونية الدولية:

-التوجيه الأوروبي رقم 25/2005 المؤرخ في 2005/05/11 بشأن الممارسات التجارية غير المشروعة.

- الظهير المغربي رقم 03.11.1الصادر في 18 فبراير 2011، المتضمن قوانين حماية المستهلك.

الالتزام بالإعلام: تنويرٌ لرضا المستهلك

أ.د إقلولي / أولدرابح صافية
جامعة مولود معمرى، تيزى وزو

مقدمة:

يعد الالتزام بالإعلام من الالتزامات التي كثر الحديث عنها وكأنها جزء لا يتجزأ من الواجبات الملقاة على أطراف العقد، وقد ارتبط هذا المصطلح في المجال القانوني بنمط التعاقدات الذي يحصل بين أطراف غير متوازنة من حيث المراكز القانونية أو الاقتصادية وغيرها من العلاقات التي تربط بين الأشخاص سواء الطبيعيين منهم أو الاعتباريين. ومن أبرز هذه العلاقات تلك التي تكون بين المتدخل باعتباره شخصا مهنيا محترفا وبين المستهلك سواء كان مهنيا أو غير مهني، الأمر الذي يجعل هذا الأخير يقدم على نحو غير متبصر بالسلـع
أو الخدمات التي يهدف للحصول عليها، إلى جانب عدم معرفته لآليات التعاقد أو بالجانب القانوني للشروط التعاقدية، ولكن الأمر لم يقتصر على هذا الحد بل برزت آليات جديدة في التعاقد والتي تتم عبر الانترنت حيث يكون فيها المستهلك عرضة للغش والتحايل عند إبرام العقد الإلكتروني أو تنفيذه، مما استوجب على المشرع أن يتدخل لتنظيم عملية التعاقد وخص هذه العلاقات بأحكام معينة من شأنها إعادة التوازن المفقود بين الطرفين، وذلك بإلقاء التزام على عاتق المتدخل بالإعلام للمستهلك وتبصيره بكافة المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة، وقد فرض المشرع هذا الالتزام نتيجة عدم التكافؤ في العلاقة التعاقدية، فالمتدخل يفترض فيه العلم الكافي بالمنتوج وخصائصه ومكوناته وكيفية استعماله أما المستهلك فهو طرف ضعيف في هذه العلاقة لذا أوجد المشرع ما يسمى بالالتزام بالإعلام.ونحن سنبحث من خلال هذه الورقة العلمية عن دور الالتزام بالإعلام كآلية لتنوير إرادة المستهلك بغرض حمايته. وهو ما سنحاول الإجابة عليه من خلال البحث عن الطبيعة القانونية الالتزام بالإعلام (أولا) ثم البحث عن أساسه القانوني (ثانيا)، ثم البحث عن نطاقه (ثالثا) وجزاء الإخلال به (رابعا)

أولا : الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام

إن الالتزام بالإعلام هو أحد الآليات القانونية التي برزت في مجال حماية المستهلك لكونه الطرف الضعيف في العقد، والحق في الإعلام يعني إلزام المدين به أن يمد الطرف الآخر(الدائن) بالمعلومات الوافية والشاملة عن السلعة أو الخدمة المراد التعاقد بشأنها سواء كان ذلك قبل التعاقد أو بعده. ونظرا للأهمية التي أولاها الفقه والقضاء لهذا الالتزام سنحاول التعريف به وخصوصياته.

1 – تعريف الالتزام بالإعلام

لم يعرف المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بل اكتفى فقط بالنص عليه في العديد من القوانين، كالقانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش [1]والقانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم[2].

اختلف الفقه في إيجاد تعريف شامل للالتزام بالإعلام فهل هو مجرد التزام بإخبار أو بتقديم نصيحة أو أنه يتعدى ذلك إلى الالتزام بالتحذير؟

ومن بين التعريفات التي أوردها الفقه نجد من يعرفه بأنه " **التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد المتعاقدين أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناءا على جميع هذه الاعتبارات بالتزام بالإدلاء بالبيانات** "[3].

وعرفه البعض الآخر على أنه "**التزام يفرضه القانون، وخاصة على المهني أو المحترف بضرورة تبصير المتعاقد، وتنوير إرادته بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد المتفاوض عليه**"[4].

وهناك من عرفه بأنه "**التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظره إذا استدعى الأمر ذلك**"[5]. نلاحظ من خلال هذا التعريف أنه لم يكتف بحصر الالتزام بالإعلام بمرحلة ما قبل التعاقد بل تعداه إلى مرحلة تنفيذ العقد.

---

[1] – قانون رقم 09–03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،ج.ر.ج.ج، عدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009.

[2] – قانون رقم 04–02 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، عدد 41 لسنة 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 10–06 مؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر.ج.ج، عدد 46 لسنة 2010.

[3] – عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك (دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون)، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2004، ص 189، عن نزيه محمد صادق المهدي، الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص.15.

[4] – بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة)، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2011، ص.89.

[5] – خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص.95.

أما جانب آخر من الفقه، فقد عرفه بأنه "**تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد**"[6].

الملاحظ من مختلف التعريفات أنها تتناول الالتزام بالإعلام من ناحية الصفة الوظيفية، لهذا الالتزام في العلاقة العقدية، إذ ترتكز على بيان دوره في تكوين رضا سليم ومستنير للمتعاقد الآخر، كما أنها تحصر الالتزام بالإعلام على شخص المتعاقد.

وما يلاحظ أيضا على هذه التعريفات أنها تصبغه مرة بالنصيحة وأخرى بالإخبار وثالثة بالتحذير، مما يقودنا إلى التمييز بين الالتزام بالإعلام وغيره من الالتزامات الأخرى إذ أن ضرورة الاتصال بين المتعاقدين من أجل المعرفة يحقق الإشباع لمصالح مختلفة ويغطي مراحل متعددة في الرابطة العقدية ليكون **التزاما بالنصيحة أو المشورة** إذا ما جاء من المتعاقد لإيضاح مدى ملائمة وأهمية العقد للمتعاقد الآخر أو لبيان مزاياه أو عيوبه، ويكون أيضا **التزاما بالتحذير** عندما يجيء من المتعاقد المحترف إلى المتعاقد الآخر للفت انتباهه حول خطورة إبرام العقد المزمع إبرامه، كما أنه يمثل **تقديم معلومات** من خلال الإدلاء المعاصر لتكوين العقد والسابق على إبرامه بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية المتعلقة بمحل التعاقد والتي يجهلها الدائن ويتعذر حصوله عليها على غير طريق المدين، وذلك بهدف تكوين رضا سليم لديه حال إقباله على التعاقد. وبذلك يأخذ الالتزام بالإعلام ثلاث معاني التزام بالإخبار أو الإفضاء أو التبصير.

وما يلاحظ أيضا أن الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي يكون أكثر أهمية في العقود الإلكترونية لكونه يتم دون التقاء حقيقي أو فعلي بين أطراف العقد ودون تمكين المستهلك من معاينة الشيء المتعاقد عليه معاينة حقيقية.

2 – الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة أو التزام ببذل عناية

يثور التساؤل عما إذا كان الالتزام بوجه عام هو التزام بوسيلة وبذل عناية [7] أم التزام بتحقيق غاية أو نتيجة، فالالتزام بالإعلام والنصيحة هو بحسب الأصل وكما يرى بعض الفقه التزام ببذل عناية، ومع ذلك ولأن هذا الالتزام قد يقترن بالتزام المدين بتوريد آلات أو معدات من شأنها تعريض سلامة الدائن للخطر فإن تحديد مضمونه يتم وفقا لمفاهيم فنية تجعل منه التزاما بتحقيق نتيجة .

---

[6] – خالد ممدوح إبراهيم، نفس المرجع ، ص 95 .

[7] – الالتزام ببذل عناية هو أن يقوم المدين به ببذل جهد من أجل الوصول إلى غرض معين سواء تحقق هذا الغرض أو لم يتحقق، فيجب أن يبذل المدين قدرا من العناية التي يوليها الشخص المعتاد، ومتى قام به يكون قد نفذ التزامه حتى لو لم يتحقق الغرض المطلوب.

أ- الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة

إن التوجه إلى جعل الالتزام بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة يتماشى مع توجه الفقه والقضاء نحو التشدد في مجال مسؤولية المحترفين، لذلك فإن الفقه والقضاء انتهيا إلى اعتبار الالتزام بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة ليس فقط في الحالات التي يرتبط فيها بتوريد الآلات والمعدات ولكن أيضا بشأن كل عقد يتم بين محترف وغير محترف [8] كالتزام البائع المهني بواجب تقديم النصح إلى المشتري، ففي تطبيق حديث لمحكمة النقض الفرنسية في قضية نلخص وقائعها في بيع تاجر لنوع معين من البلاط غير مخصص لحمامات السباحة وكان هذا البلاط لا يتحمل الماء، ألقت المحكمة على عاتق البائع المهني بواجب تقديم النصح للمشتري دون تفرقة ما على أساس تخصص المشتري وما إذا كان تاجرا من عدمه، وأوجبت على البائع بضرورة الاستعلام من المشتري عن الغرض من استخدام البلاط فضلا عن ضرورة التزامه بتقديم النصح إلى المشتري قبل تمام الشراء لإيقافه على عدم صلاحية البلاط لتركيبه حول حمامات السباحة وهي التي يطالها الماء دائما، ولتعلق هذا الإلتزام بمسؤولية المهني وعلى نحو ما أوضحه هذا الحكم فإن هذا الإلتزام يكون التزاما بتحقيق غاية وليس بذل عناية[9]. واعتبار الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة فهذا يؤدي إلى تخفيف عبء الإثبات على المستهلك في طلب التعويض بمجرد إثبات تخلف النتيجة المطلوبة أي بمجرد حصول الضرر [10].

ب -الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية

هناك رأي يذهب إلى أنه التزام ببذل عناية لأن المهني لا يملك إجبار المستهلك على اتباع نصائحه والأخذ بما يقدمه من تحذيرات معينة في طريقة الاستخدام وكل ما يملكه هو تقديم معلومات وبيانات صادقة ونصح وتوجيه ولفت نظر المستهلك، أما فهم المعلومات وتحليلها والأخذ بها لا قدرة للمهني عليه إنما متروك لمحض اختيار المستهلك، ويترتب على ذلك أن المدين يستطيع التخلص من المسؤولية إذا أثبت أنه بذل في تنفيذه التزامه عناية الرجل المعتاد أي قدم للمستهلك معلومات صادقة وصحيحة لتنوير رضاه قبل اتخاذ قرار التعاقد[11].

---

[8] – محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2015، ص.287.

[9]- Cour de cassation, arrêté n 951 du 28 octobre 2010,première chambre civile. www.cour de cassation.com

[10] – علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2008، ص.220.

[11] – محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني، الإثبات الإلكتروني، المستهلك الإلكتروني)،طبعة ثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2011، ص. 176.

إن طبيعة الالتزام بالتبصير تختلف بحسب طبيعة المعلومات التي يلتزم المدين بإعلامها لدائنه ونوعها، فعندما تكون هذه المعلومات جوهرية متصلة بموضوع التعاقد فإن التزام المدين مهنيا كان أو غير مهني بالتبصير عنها ثم التزامه بإعلام الدائن بها يكون التزاما بتحقيق نتيجة، فلا يعفى المدين من أداء هذا الالتزام إلا بإثباته السبب الأجنبي. أما إذا كانت هذه المعلومات معلومات فنية ودقيقة غير جوهرية فإنه من المعروف أن القضاء الفرنسي لا يلزم بها المدينين المهنيين الذين تتوافر لديهم بحكم مهنتهم إمكانية العلم بها، فيعفى من أدائها إلى الدائن غير المهني فيكون التزام المهني بها التزاما ببذل عناية.

ولما كان الأمر يتعلق بإثبات عمل سلبي فإن الأمر لا يخلو من صعوبة في الإثبات بالنسبة للمدين بالإلتزام، لذا لم تتردد محكمة النقض الفرنسية رغبة منها في توفير حماية للضحايا في تبني حل صارم تجاه المحترفين يقضي بتحميل المحترف عبء إثبات تنفيذه لالتزامه بالإعلام، وإن كانت أجازت فيما بعد إثبات تنفيذ هذا الإلتزام بجميع وسائل الإثبات بما فيها القرائن [12] . ونتيجة لما سبق فإن الإلتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة من حيث الوسيلة الواجب اتخاذها في إيصال المعلومات إلى المستهلك ولا بد أن تكون المعلومات التي تقدم من طرف المهني صادقة ونزيهة مما يحقق الشفافية [13].

ويمكن أن نستشف هذا المعنى في القانون الجزائري من خلال نصوص القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حيث أكدت المادة 03 فقرة 02 و03 منه ذلك من خلال استعمالها عبارة يجب وعبارة كما ينبغي وكلمة أن يذكر وهذا في ضرورة أن يستجيب المنتوج أو الخدمة للمواصفات الجوهرية المعلن عنها من طرف البائع، ولا شك في أن التحذيرات والتنبيهات تدخل ضمن المواصفات الجوهرية وما أكدته أيضا المادة 04 من نفس القانون بكلمة ويجب أن يعلم بها المستهلك ونفس الحكم جاءت به المادة 08 من القانون 02/04 في عبارة يلزم البائع....بإخبار المستهلك. أما من حيث استيعاب المستهلك لهذه المعلومات فإن الفقه والقضاء يجمع على اعتبار الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية، ويبرر هذا التفسير بحكم أن البائع أو المحترف لا يتحكم في نتيجة النصائح التي يقدمها وهو لا يستطيع أن يلزم المشتري بإتباعها [14] .

---

[12] – إسلام هاشم عبد المقصود سعد،الحماية القانونية للمستهلكين بين القانون المدني والفقه الإسلامي (دراسة مقارنة)، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2014،ص.263.

[13] – زاهية سي يوسف حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، بوزريعة، الجزائر، 2009، ص.139.

[14] – خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق ، ص 176 .

ويستطيع الدائن إثبات خطأ المدين في هذه الحالة بإثبات اختيار المدين لوسيلة لم يستطع بها فهم ما أعلنه من بيانات كإثبات عدم كفاية التحذير المقدم أو عدم وضوحه... [15].

وعليه يمكن القول بأننا نكون أمام حالتين مختلفتين من حيث طبيعة الالتزام بحيث إذا كان الالتزام بالإعلام يتضمن معلومات جوهرية متصلة بموضوع العقد نكون أمام تحقيق نتيجة أما إذا كانت المعلومات فنية فنكون أمام بذل عناية وليس تحقيق نتيجة [16].

ثانيا : الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القانون الجزائري

تطرق المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام في نصوص قانونية أرسى بها قواعد الالتزام بالإعلام المفروض على المدين المتدخل والتي نوجزها فيما يلي:

1- في القانون المدني: إن الالتزام بالإعلام يعتبر التزاما ضروريا على المحترف المتدخل يجب أن يلتزم به إلا أنه قد يعمد إلى السكوت عن بعض العيوب التي قد تضر بالمستهلك ولا يخبره بها على الرغم بعلمه بها، فمن هنا يمكن أن نتساءل هل يعتبر هذا السكوت أو الكتمان بمثابة خطأ تدليسي؟.

باعتبار أن القانون المدني هو الشريعة العامة للقوانين الخاصة فقد نص على الالتزام بالإعلام بصورة غير مباشرة عندما اعتبر السكوت وكتمان واقعة مؤثرة في التعاقد تدليسا تجيز للمدلس عليه إبطال العقد وهذا ما قصدته المادة 2/86 بقولها "ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة، إذا أثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة" فالتدليس حسب المادة أعلاه يجب أن يبلغ حدا من الجسامة بحيث لولاه لما أبرم المدلس عليه العقد كي يمكن اعتباره عيبا من عيوب الرضا أي أن يكون دافعا إلى إبرام العقد ليتمكن المدلس عليه من المطالبة بإبطال العقد [17]. وهو ما سارت عليه المحكمة العليا الجزائرية من أن: "المبدأ في القانون الجزائري هو اعتبار السكوت العمدي في واقعة مؤثرة في التعاقد تدليسا، اللهم إذا كان المتعامل حرفيا أو مهنيا ، فإنه لا يمكن له الإدعاء بالغش والتدليس[18] "إذ يستنتج أنه يجب على

---

[15] –عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر،2009، ص.180.

[16] – نواف محمد مفلح الذيابات، الالتزام بالتبصير في العقود الإلكترونية، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط، 2013، ص.48.

[17] – التدليس قد يتم بطرق احتيالية إيجابية وذلك من خلال إدلاء المتعاقد المدلس ببيانات خاطئة مخالفة للواقع كما قد يتم بوسائل سلبية تتمثل في سكوته عن الإدلاء للمتعاقد الآخر بالمعلومات المهمة عن الشيء محل التعاقد، إذ أنه يقوم بإخفاء هذه البيانات ويكتمها وكل ذلك من أجل استدراك الطرف الآخر إلى إبرام العقد.

[18] – قرار المحكمة العليا الجزائرية، الصادر عن الغرفة المدنية، بتاريخ 23 جوان 1993، ملف رقم 101365، غير منشور، نقلا عن بلحاج العربي، مرجع سابق، ص.80.

المتفاوض في مرحلة إبرام العقد أن يطلع الطرف الآخر عن حقيقة كل واقعة، أو ملابسة بكل صدق وشفافية وإلا كان مخلا بالتزامه بالإعلام ومرتكبا في نفس الوقت تدليسا يجعل العقد النهائي قابلا للإبطال لمصلحة الطرف المدلس عليه[19].

وعليه فإن من يلتزم الصمت أو يعمد إلى كتمان واقعة هامة كان يجب الإفضاء بها، ولم يكن بوسع الطرف الآخر معرفتها من خلال مصدر آخر أو بطريقة أخرى، يعد مخلا بالالتزام الملقى على عاتقه بالإدلاء بالمعلومات المتعلقة بالعملية التعاقدية، أي مخلا بالالتزام بالإعلام، فالكتمان يعد خرقا مباشرا للالتزام بالإعلام.

2- في قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

كما يجد الالتزام بالإعلام أساسه القانوني أيضا في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، هذا الأخير الذي تم تخصيص فصل كامل فيه لإلزامية إعلام المستهلك مما يؤكد على أهمية هذا الالتزام في حماية المستهلك باعتباره الحلقة الأضعف في المعاملات، حيث نص في المادة 17 منه على أنه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " [20]، فمن خلال نص المادة نلاحظ أن المشرع شدد على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج ، وكيفية الاستخدام أو مواصفاته القانونية أو طبيعتها ومنشئها ومميزاتها، وكذالك الاحتياطات اللازمة عند الاستعمال وتاريخ نهاية الصلاحية، فلا بد من أن يدلي بها المحترف في مجاله لصالح المستهلك وإلا كان مسؤولا عن الإخلال بواجب الإعلام بكل عناصر المنتج.

وعليه فقد شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج، ويفهم من ذلك أن كل معلومة سواء تعلقت بكيفية الاستخدام أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها ومنشأها أو مميزاتها بالإضافة إلى الاحتياطات اللازمة عند الاستخدام وتاريخ نهاية الصلاحية ...إلخ، فلا بد من أن يدلي بها المحترف لصالح المستهلك وإلا كان مسؤولا عن الإخلال بواجب الإعلام. ومن جملة النصوص القانونية التي تلزم المحترف بذلك نذكر منها: المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها. المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية الغذائية وعرضها.

---

[19] – بلحاج العربي، مشكلات المرحلة السابقة على التعاقد في ضوء القانون المدني الجزائري (دراسة مقارنة)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص.80.

[20] – المادة 352 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر عدد 78، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم..

كما نص المشرع الفرنسي على الالتزام بالإعلام قبل التعاقدي في قانون الاستهلاك الفرنسي، حيث أوجب في نص المادة L111-1 على كل بائع محترف أو مقدم خدمات مهني وقبل إبرام العقد أن يوقف المستهلك أو متلقي الخدمة على الصفات الأساسية للسلعة أو الخدمة محل العقد.

وقد عدل المشرع الفرنسي المادة L 111 في تقنين الاستهلاك الفرنسي بموجب القانون رقم 626 لسنة 2009 بتاريخ 12-05-2009 بإضافة فقرة أخرى تقضي بإلقاء عبء الإثبات عند التنازع بين المستهلك والمحترف على عاتق هذا الأخير، وذلك خلافا للقواعد العامة في الإثبات واتفاقا مع قضاء محكمة النقض الفرنسية فيما يتعلق بإثبات الالتزام بإعلام المستهلك قبل التعاقد، وجرى نص المادة بعد تعديلها بأنه "في حالة المنازعة يتحمل البائع إثبات تنفيذه لهذا الالتزام". وبذلك يصبح المستهلك غير ملزم بإثبات أن البائع أو المتعاقد معه المدين بالالتزام قد أخل بالتزامه بالإعلام، بل على الأخير أن يثبت قيامه بأداء هذا الالتزام وبكافة وسائل الإثبات.

3-في قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية :

حفاظا على مصلحة المستهلك فقد أكد المشرع الجزائري على ضرورة قيام المحترف بإعلام المستهلك حول الأسعار وشروط البيع، وهو ما نص عليه المشرع في قانون القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 04 من الأمر 04-02 على أنه "**يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع**"، أما عن طريقة الإعلام فتكون عن طريق وضع علامات أو وسم ومعلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة يرى الدائن أنها قد تفي بتنفيذ التزامه بالإعلام، كما يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية و مقروءة وهذا ما نصت عليه المادة 05 من الأمر 04 -02، كما يلتزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذلك الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة. وهذا ما نصت عليه المادة 09 من القانون 09-03.

من خلال ما تم ذكره في نصوص القانون المدني وقانون حماية المستهلك والقانون الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجد أن الالتزام بالإعلام في القانون المدني يختلف عن الالتزام بالإعلام في القوانين الخاصة، فبالنسبة للقانون المدني فإنه في حالة تضرر المستهلك من استعمال منتج معين لا يحمل تاريخ الصلاحية مثلا وحتى يبطل المستهلك العقد عليه أن يثبت توافر شروط ما ذكرته المادة 86 من القانون المدني وليس فقط عدم توافر البيانات على المنتج وإنما توفر نية التظليل والسكوت، وأن هذا السكوت هو الدافع لإبرام العقد، وكل ذلك يستحيل على المستهلك القيام به وإن قام به فليس من مصلحته لأنه ما قد يخسر يكون أكثر من الفائدة المرجوة، في حين أن قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية المنتج ولا إثبات إخلاله بالالتزام

بالإعلام، وإنما يكفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتج ليستخلص منها القاضي مباشرة أن هناك إخلال بالتزام يفرضه القانون على المحترف، كما أن الالتزام بالإعلام في القانون المدني ينفذ أثناء إبرام العقد أما في إطار قانون حماية المستهلك فيكون قائم في جميع الحالات ومهما كانت طبيعة العلاقة بين المحترف والمستهلك .

ثالثا : نطاق الالتزام بالإعلام

لقد أوجبت التشريعات المختلفة على المهني أو المتدخل احترام شروط معينة من حيث تزويد المستهلك بالمعلومات الكافية التي تنير بصيرته للتعرف على منتج ما، وسوف نتعرف على نطاق الالتزام بالإعلام من حيث مضمونه (1) ثم من حيث الأشخاص الملزمين به(2).

1- من حيث المضمون(محل العقد)

يتعين على المهني أن يبادر إلى إعلام المستهلك بكل التفاصيل اللازمة لتنوير بصيرته ومساعدته على القيام بالاختيار المعقول قبل الموافقة على إبرام العقد، وفي إطار الالتزام بالإعلام فإن المهني يتوجب أن يطلع المستهلك بجميع ما قد يطرأ أثناء تنفيذ العقد.

أ – مضمون الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد

يتطلب الالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على التعاقد أن يقوم المدين بالإدلاء بالبيانات والمعلومات التي يجهلها المستهلك بقصد تنوير إرادته قبل شروعه في إبرام العقد، وفيما يلي سنتعرض لأهم المعلومات التي يلزم الإدلاء بها للمستهلك قبل التعاقد بما فيها العقود الإلكترونية.

- **المعلومات الخاصة بتقديم السلع والمنتجات وصلاحيتها:** حيث يجب على المدين بالالتزام بالإعلام قبل التعاقدي الإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالخصائص وبالأوصاف المادية للشيء محل التعاقد من أجل تصحيح صورته في ذهن الدائن بهذا الالتزام، حتى يتمكن هذا الأخير من الوقوف على مزايا العقد وخصائصه الذاتية [21]، سواء تعلق الأمر بالعقود المبرمة مباشرة أو العقود التي يتم إبرامها عن بعد.

وفي هذا المجال نصت المادة 111 L-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي رقم 949 لسنة 1993 على أنه يجب على المهني أن يحيط المستهلك علما كافيا بالخصائص الأساسية للمنتجات محل التعاقد، ويتمثل ذلك في أمور عدة نذكر منها على سبيل المثال[22]:

-تسمية المبيع وطبيعة المنتوج.

-الإسم أو اسم الشركة أو العلامة المسجلة.

---

[21] – عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص232.

[22] – إسلام هاشم عبد المقصود سعد ، مرجع لسابق ، ص.267.

-عنوان الشخص المسؤول عن صناعة المنتج أو استيراده أو توزيعه.
-الوزن الحقيقي للمنتج.
-إذا كان المبيع مواد خطرة يكتب عليه ما يدل على ذلك.
-المعلومات الخاصة بالسلعة سواء طريقة استعمالها أو أضرارها إن وجدت.
-مصاريف تسليم السلع إن وجدت وطريقة التسليم وصلاحية المبيع.
-تاريخ الإنتاج وتاريخ انتهاء الصلاحية.

أما فيما يتعلق بالتعاقد عن بعد فقد أخضع القانون بعض العقود للالتزام قبل التعاقدي بالإعلام، وذلك في العقود التي لا يتمكن فيها المستهلك من رؤية المتعاقد عليه والذي قد يهب للتعاقد لمجرد الخضوع للإعلانات التي تصله دونما سعي خاص منه أو إجابة منه للعروض التي تصله على بريده الإلكتروني ودون طلب منه أيضا وبذلك قد يكون فريسة ميسورة لثورة الإعلانات الإلكترونية[23]، وبكل تأكيد فإن أهم ما يبرر هذا الالتزام الخاص بالإعلام في العقود الإلكترونية التي تتم عن بعد هو ذاته ما اعتبره بعض الفقه بمثابة العنصر السلبي في تعريف هذا النوع من العقود والمتمثل في انتفاء الحضور الجسدي للمتعاقدين، وأما العنصر الإيجابي فهو استخدام وسيلة أو أكثر من وسائل الاتصال لإتمام العقد بعد تقديم العرض للمستهلك الإلكتروني[24]. ومن ثم فإن جهل المستهلك بمحل العقد إن جاز هذا التعبير هو أهم مبرر لوجود التزام قبل تعاقدي بالإعلام، والذي أقره المشرع الفرنسي بموجب نصوص المواد 16-120 L وما بعدها من تقنين الاستهلاك، ويمكن القول أن هذه العقود وفي نطاق قانون الاستهلاك هي العقود التي تبرم مابين أحد المحترفين وأحد المستهلكين أو أكثر، باستخدام وسيلة من وسائل الاتصال أو أكثر ودون تواجد أو حضور جسدي فيما بين المتعاقدين وحيث يتم التعاقد عن بعد [25].

وقد نصت المادة 18-121 L من تقنين الاستهلاك الفرنسي والمعدلة بالقانون الصادر بتاريخ 2008/01/03 على وجوب إعلام المستهلك في التعاقد عن بعد عند تقدم المحترف بعرضه على شبكة الانترنت سواء ما يصل إلى الأخير على بريده الإلكتروني أو من خلال الإعلانات المنتشرة على الشبكة، وإمداده بالمعلومات التي تمكنه وعلى وجه الخصوص من معرفة شخصية المحترف ووسائل الاتصال به والمدد الخاصة بتسليم السلع أو الخدمات، وكذلك وسائل الدفع التقليدي أو ببطاقات الإئتمان وما يتعلق بمدة تنفيذ العقد وتجديدها بالإضافة إلى تنويره عما إذا كانت الخدمة أو السلعة محل العقد يمكن ردها أو استبدالها في حالة عدول المستهلك عن العقد.

---

[23] – محمد أحمد عبد الحميد أحمد، مرجع سابق ، ص 302.

[24] – المرجع نفسه، ص.303.

[25] – المرجع نفسه، ص.303.

أما فيما يتعلق بمدة صلاحية المنتجات فإن المشرع الفرنسي وبموجب التعديل الحاصل بالقانون رقم 526 لسنة 2009 والصادر في 2009/05/12 قام بتعديل المادة 111/2 L من تقنين الاستهلاك والتي كانت تلزم البائع للمنقولات بأن يشرح للمستهلك المدة التي تنتهي فيها صلاحية الأجزاء المكونة للمبيع أو التي من المحتمل أن تختفي من السوق خلالها، فأضاف بموجب التعديل الصانع إلى البائع ، فأصبح النص الجديد يلزم الصانع والمورد للمبيع المنقول بإعلام البائع بالمدة التي تصبح فيها المنتجات أو السلع غير موجودة بالأسواق، والأخير بطبيعة الحال هو المسؤول عن نقل هذه المعلومات إلى المستهلك في نهاية الأمر لأنه عند قيام المستهلك بمنازعة في تمام تنفيذ الالتزام بالإعلام من عدمه فإن المحترف هو الذي يتحمل عبء إثبات تنفيذ هذا الإلتزام، بأن يثبت بأنه قام بإعلام المستهلك بذلك وبكافة وسائل الإثبات.

- **المعلومات المتعلقة بإشهار سعر السلع والمنتجات:**

إن الغرض الأساسي من إشهار الأسعار هو تمكين المستهلك من المقارنة بين مختلف الأسعار المطبقة في السوق لاختيار السعر الذي يناسبه، فإشهار الأسعار إذن من شأنه أن يحمي رضى المستهلك ويجعله يعبر عن إرادة واعية وسليمة هذا من جهة، ومن جهة أخرى يضمن إشهار الأسعار شفافية السوق الذي هو شرط أساسي لتحقيق المنافسة الحرة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين كما يشكل وسيلة تحقيق الرقابة الإدارية على الأسعار.

وفي هذا الإطار نجد أن المشرع الجزائري في المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على كل متعامل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه وهو نفس ما ورد في المادة 04 من القانون 04-02 المعدل والمتمم بالقانون 10-06 المؤرخ في 15-08-2010، والتي نصت على أنه "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع"، وقد فرق القانون 04-02 بين طرق إعلان الأسعار في العلاقات بين المحترفين أو المتعاونين الاقتصاديين أنفسهم وبين طرق إعلان الأسعار بهدف إعلام المستهلكين، فإذا كان الإعلان عن الأسعار الخاص بالمحترفين يتم بواسطة جداول الأسعار أو النشرات أو دليل الأسعار(المادة 07 من القانون 04-02) فإن إعلان الأسعار لفائدة المستهلكين وهو نفس ما ورد في المادة 05 من القانون رقم 04-02 حيث يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات وبكل وسيلة من شأنها أن تحقق الغرض من الإعلان وهو إعلام المستهلك. ومن الوسائل التي اعتمدها المشرع الجزائري لإعلام المستهلك بخصائص السلعة أو الخدمة نجد الوسم الذي عرفه من خلال نص المادة 03 فقرة 04 من القانون رقم 09-03 على أنه "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها".

كما لا يمكن أن نغفل بأن هناك صنفين من البيانات في الوسم يهدف الأول إلى إعلام المستهلك بكيفيات استعمال المنتوج أما الثاني فيهدف إلى إعلامه بطبيعة المنتوج ، كما ألزمت المادة 18 المهني أن تكون بيانات الوسم سهلة القراءة ومتعذر محوها مع اشتراط أن تكون مكتوبة بالغة العربية.

وقد بينت المادة L 113-3 من تقنين الاستهلاك الفرنسي أنه يلزم في سبيل تنوير إرادة المستهلك تبصرته بشأن سعر السلعة أو الخدمة محل عقد الاستهلاك المزمع إبرامه، ويعد هذا البيان من المعلومات الجوهرية التي يتعين أن يتضمنها عرض المهني حتى يمكن اعتباره إيجابا، كما أنه لا يمكن القول بأن إرادة المستهلك أصبحت مستنيرة بما يكفي لصحة التعاقد بمجرد التعرف على خصائص السلعة وشخصية المتعاقد الآخر فقط فبجانب ذلك يتضمن أن يعلم المستهلك بسعر السلعة بشيء من التفصيل. ومن الصعب إنكار مدى احتياج المستهلك للمعلومات المتعلقة بسعر السلع والمنتجات أو الخدمات التي تكون محلا للعرض المقدم من المحترف إليه، فالمستهلك يجب أن يعرف وقبل إبرام العقد بطبيعة الحال السعر الذي سيقوم بدفعه ومن ثمة الإلتزام نظير السلعة أو الخدمة محل العقد [26]، وإذا كانت القواعد العامة ترى في الإيجاب أنه العرض الذي يتقدم به شخص معين إلى آخر بالنسبة إلى إبرام عقد ما بغية الحصول على قبوله إياه وبالتالي على قيام العقد، فيلزم لكي يعتبر العرض إيجابا أن يتضمن على الأقل طبيعة العقد المراد إبرامه فضلا عن أركانه الأساسية فالإيجاب بالبيع مثلا يلزم أن يتضمن الرغبة في إبرام البيع والشيء المراد بيعه أو شراؤه والثمن [27]. وعلى ذلك تبرز أهمية اشتمال عرض المحترف على بيانات ومعلومات خاصة بسعر السلعة أو الخدمة محل العرض إذ يعتبر عرض المحترف بمثابة الإيجاب الموجه لجمهور المستهلكين.

هذا بالإضافة إلى أن المشرع الجزائري قد نص على الإعلام الإلكتروني في المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07-02-2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة بحيث تنص المادة 04 منه على أنه " يقصد في مفهوم أحكام هذا المرسوم ما يأتي: الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار ، طرق الإشهار حول الأسعار والتعريفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة ولا سيّما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال" [28].

---

[26]- GUY Raymond ,Droit de la consommation, litec ,Paris ; 2010,p. 195.

[27] – محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص.311.

[28] – حابت أمال،التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص. 255.

ب-مضمون الالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد

باعتبار أن الإلتزام بالإعلام يمر بمرحلتين : إعلام قبل تعاقدي وإعلام تعاقدي فإن المضمون في كل منهما يختلف، فبالإضافة إلى البيانات التي يدلي بها المدين إلى المستهلك قبل إقباله على إبرام العقد والتي يتم التأكيد على البعض منها بعد إبرام العقد، هناك بيانات أخرى يلزم بالإدلاء بها سواء في مرحلة إبرام العقد أو تنفيذه، فما هي هذه المعلومات التي ينبغي إيصالها إلى المستهلك؟

- **كيفية تسليم السلع والمنتجات:** تضمنت المادة L 114-1 من تقنين الإستهلاك الفرنسي النص على ضرورة إعلام المستهلك بتاريخ التسليم أو الميعاد الخاص بتنفيذ الخدمة محل العقد، وقضت محكمة الاستئناف بأنه ووفقا لنص المادة السابقة فإنه يتعين على المحترف إعلام المستهلك بتاريخ التسليم أو تاريخ تنفيذ الخدمة محل العقد فلا يكفي ذكر مدة معينة ولكن ينبغي تحديد التاريخ بوضوح، ولكن الالتزام السابق لا يشترط إلا إذا كانت السلعة أو الخدمة محل العقد تزيد مقدار ثمنها عن حد 500 أورو وذلك وفقا لنص المادة أعلاه، كما قضت محكمة النقض الفرنسية في حكم حديث لها بأن جزاء الإخلال بالتزام المحترف بهذا البيان ليس بطلان العقد الذي خلا من تحديد تاريخ التسليم أو ميعاد الخدمة محله" وذلك لأنه ووفقا لنص المادة L 114-1al-2 من تقنين الاستهلاك، فإن للمستهلك مكنة فسخ العقد الخاص ببيع المنقول أو عقود توريد الخدمات بموجب خطاب مسجل مصحوب بعلم الوصول بعد فوات ميعاد التسليم ب7 أيام إلا في حالة القوة القاهرة[29]، ويعتبر العقد مفسوخا بمجرد تسلم المحترف لخطاب المستهلك الذي يشفعه برغبته في فسخ العقد الخاص ببيع المنقول أو عقود توريد الخدمة محل العقد، مع ضرورة الأخذ في الاعتبار بالتحفظ الوارد بالنص السابق والخاص بتوافر حالة القوة القاهرة ويقع عبء إثبات ذلك على عاتق المحترف.

طريقة استعمال المنتوج: ما يجب على المتدخل الإعلام به بعد إبرام العقد هو الطريقة الصحيحة لاستعمال السلعة حسب الغرض المخصص لها بطبيعتها، ومن ثم لا يسأل المتدخل عن الضرر الذي يلحق بالمستهلك الذي يتجاهل طريقة الاستعمال أو الغرض الذي حدده المنتج كأن يقوم باستخدام السلعة بطريقة خاطئة أو لغرض خاص لا يمكن للمتدخل أن يتوقعه، ففعل المستهلك هذا يعد من قبيل السبب الأجنبي الذي يعفي المنتج من المسؤولية [30].

- **التحذير من مخاطر المنتوج:** إن حماية المستهلك لا تتحقق فقط بمعرفة كيفية استعمال السلعة، بل يجب فوق ذلك أن يعلم بما تنطوي عليه السلعة من أخطار وكيفية الوقاية منها،

---

[29] – محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص.317.

[30] – عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني والمقارن)، الدار العلمية الدولية، 2002، ص. 125.

وعليه يكون واجبا على المنتج ألا يكتفي ببيان طريقة استعمال السلعة وإنما يبرز للمستهلك إضافة إلى ذلك المخاطر التي تحيط باستعمال السلعة أو بحيازتها والاحتياطات الكفيلة بالوقاية من هذه المخاطر(كيفية تجنبها)، والتحذير يجب أن يكون كاملا وواضحا ولصيقا بالمنتوج ذاته حتى يحدد الغرض المقصود منه[31].

نستخلص مما سبق أن حق الإعلام اللاحق لإبرام العقد هو حق لا بد أن يتمتع به المستهلك سواء عادي أو مستهلك إلكتروني، لكون الإعلام السابق على إبرام العقد لا يكفي أحيانا لتكوين صورة حقيقية عن المنتج أو الخدمة محل التعاقد لا سيما إن تمت المعاملة عبر الانترنت مما يوجب إعلام المستهلك بكل حقوقه.

2- من حيث الأشخاص الذين يقع على عاتقهم الالتزام بالإعلام.

لعله من نافلة القول أن الالتزام بالإعلام يقع على عاتق المهني أو المحترف الطرف القوي في العلاقة العقدية نظرا لما تتوفر لديه من معلومات وافية عن السلع والخدمات وما يتعلق بخصائصها ومكوناتها وكيفية استعماله، فهو المسؤول عن سلامة المستهلك من كل ما قد يصيبه من أضرار جراء استخدامه لهذه المنتجات إذ أنه يملك الوسيلة التي تمكنه من تبصير المستهلك بكل ما يتعلق بالسلع كإرفاق نشرات مع السلع والمنتجات أو الكتابة على غلاف السلعة أو المنتوج[32]،وفي هذا المجال اتجه القضاء إلى تحميل الصانع أو المنتج بالتزام إعلام المستعملين و يتمثل في إلزامه بأن يورد مع المنتوج تحذيرا من المخاطر المحتملة التي قد تنشأ عن استعماله أو الإشارة إلى الاحتياطات الضرورية للاستعمال العادي، إضافة إلى تقديم طريقة الاستعمال بشكل كاف ومفصل وأكثر ما يكون ذلك في الأشياء الخطيرة[33]، فإذا لم يقم المنتج أو الصانع بذلك عد مسؤولا بشكل مباشر قبل المشتري النهائي وهذا الحل يجد مبرره في أن البائع يعرف أكثر من الموزع طريقة استعمال المنتوج، غير أن معيد البيع لا يكون في مأمن من كل المسؤولية إذا هو نفسه محترفا مختصا بما يؤهله للقيام بنقل وتوضيح بل وحتى تصحيح المعلومات التي يقدمها الصانع[34].

هذا فيما يخص المهني إذا كان منتجا للسلعة أما إذا كان غير منتج لها سواء كان بائعا أو موزعا فليس ملزما بالالتزام بالإعلام طالما أنه غير منتج لهذه السلع، غير أن هناك اتجاها آخر في الفقه يحمل البائع مسؤولية الالتزام بالإعلام، إلا أن مدى التزامه يكون أقل بالنسبة للمنتج للسلعة، وهناك نوعان ممن الباعة بائع متخصص وبائع غير متخصص فالبائع المتخصص هو

---

[31] – المرجع نفسه، ص.126.

[32] – رمزي بيد الله علي حجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، طبعة أولى، منشورات الحلبي الحقوقية، 2016،ص. 56 .

[33] – بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص69.

[34] – المرجع نفسه، ص. 70 .

الذي يكرس نشاطه لبيع سلعة معينة دون غيرها أو سلع تخدم غرضا واحد كبائع قطع السيارات مثلا بكافة أنواعها، هذا الأخير يقع على عاتقه واجب توضيح استعمال الشيء المبيع للمشتري، وكذا الاحتياطات الواجبة الاتخاذ أي واجب تقديم المعلومات الضرورية لاستعمال الشيء المبيع وكذا تركيبه، كما يجب عليه بالنسبة للأشياء والمنتجات الخطيرة أن يحذر المشتري من المخاطر المرتبطة باستعمال الشيء. أما البائع غير المتخصص فهو يبيع سلعا مختلفة متعددة الأنواع والتزامه بالإعلام يقتصر على توفير الكتيبات والنشرات دون أن يلتزم ببيان المخاطر لأنه لا يعلمها ومن هنا تنتفي المسؤولية عنه.

كما قد يكون المتدخل في العقود المبرمة عن بعد تاجرا إلكترونيا، والتاجر الإلكتروني هو كل من يحترف مزاولة الأعمال التجارية باسمه ولحسابه ويتعامل مع المستهلك من خلال الوسائل الإلكترونية. ونظرا لأهمية شخصية المهني بالنسبة للمستهلك فقد تناول قانون الاستهلاك الفرنسي والتوجيه الأوروبي الصادر في 20 ماي 1997 شخصية المهني بحيث قرر تحديد هذه الشخصية من خلال التمييز بين ثلاث حالات لمكان الموقع عبر الانترنت وهي وجود الموقع في شبكة الانترنت في فرنسا والحالة الثانية خاصة بمواقع الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي والحالة الثالثة بشأن المواقع المنشأة في البلاد الأجنبية. وقد فرضت المادة 8-121 L من قانون الاستهلاك الفرنسي على المهنيين الإدلاء للمستهلك بالبيانات التي تحدد شخصيتهم بطريقة قاطعة وغير غامضة مثل ذكر اسم الشركة، الطبيعة القانونية، عنوان مركز إدارتها الرئيسي... .

رابعا : جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام:

تترتب المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة فيقتضي ذلك تحقق شروطها (الخطأ، الضرر والعلاقة السببية)، وهذا يتطلب من الدائن بهذا الالتزام إثبات وجود الالتزام بالإعلام واجتماع شروطه من ناحية وإخلال المدين بهذا الالتزام من ناحية أخرى، ويعتبر من صور الجزاء التي تترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام البطلان والتعويض. فعندما يكتم البائع المهني المعلومات الهامة عن المستهلك فإن هذا الأخير يجد نفسه متضررا كأن تعيب إرادته أو لا يستجيب العقد لحاجياته ونتيجة لذلك يكون من حقه المطالبة بإبطال العقد، غير أن المستهلك قد يلحقه ضرر جراء عدم تلقيه المعلومات والبيانات الضرورية المتصلة بمحل العقد مما يمكنه المطالبة بالتعويض نتيجة الضرر اللاحق به فضلا عن إمكانية تقريره فسخ العقد في حالة عدم تنفيذ المدين التزاماته.

1- قابلية العقد للإبطال

لعل من أهم أهداف إقرار التشريعات للالتزام بالإعلام عامة والالتزام قبل التعاقدي على وجه الخصوص، هو توفير حماية فعالة للمستهلك هذه الحماية التي لا يمكن أن تتحقق إلا إذا تم ترجمتها في إرادة حرة مستنيرة صادرة عن مستهلك وهو عن بينة من أمره. ولذلك فبإمكان المستهلك

المطالبة ببطلان العقد للإخلال بالتزام الإعلام بما فيها إمكانية اللجوء إلى أحكام المسؤولية التقصيرية في حالة اعتبار إخلال المحترف بالتزامه بإعلام المستهلك بمثابة خطأ مستقل يستلزم انعقاد مسؤوليته.

ويشكل الإبطال الجزاء التقليدي المعمول به في حالة وجود عيب في تكوين العقد ولكن يتعين تمديده لينطبق على كل عيب يفسد الرضاء حتى ولو كان صادرا أثناء تنفيذ العقد وبعبارة أوضح فإنه ينطبق على كل تصرف قانوني اختلت شروط صحته سواء تعلق الأمر بقرار إبرام العقد أو بأي قرار آخر يؤثر على الرضا. والبحث عن مدى قابلية العقد للإبطال بسبب الإخلال بالإلتزام بالإعلام في ضوء نظرية عيوب الرضا يقتصر على مجالي الغلط والتدليس فعندما لا ينفذ المدين التزامه بالإعلام يمكن للمستهلك طلب إبطال العقد على أساس وقوعه في غلط أو تدليس.

-**الغلط:** نصت المادة 81 من القانون المدني الجزائري على أنه " يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري رقت إبرام العقد أن يطالب بإبطاله، كما جاء في مفهوم المادة 82 من نفس القانون أن الغلط يكون جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد من إبرام العقد لو علم بالحقيقة ولم يقع في هذا الغلط. ويكون الغلط إما في الصفة الجوهرية التي كانت دافعة للتعاقد وأنه ماكان ليبرم العقد لو علم بعدم توفرها.

-**التدليس:** نصت المادة 86 فقرة أولى من القانون المدني الجزائري على أنه " يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد" كما نصت الفقرة الثانية من نفس المادة على أنه " يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة"، وعليه فالتدليس هو استعمال الحيلة لإيقاع شخص في غلط وحمله على التعاقد وهو يحتوي على عنصرين مادي وهي الحيل التي تستخدم كوسيلة لإيقاع المدلس عليه في غلط وحمله على التعاقد سواء تزويده بمعلومات خاطئة ومخافة للحقيقة أو سكوت المدين بالإلتزام عن معلومات يعلمها وكان من الواجب عليه إبلاغ المستهلك عنها، وعنصر معنوي وهو وجود نية التدليس.

وقد نص المشرع الجزائري على إبطال العقد طبقا لأحكام المادة 352 من القانون المدني الجزائري حيث تتطلب لصحة البيع علم المشتري بالمبيع علما كافيا من خلال اشتمال العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية وقرر البطلان النسبي كجزاء للإخلال بذلك. إلا أنه حتى وإن تم إبطال العقد سواء بالاستناد إلى عيب الغلط أو التدليس إلا أن المشتري يهدف إلى الحصول على شيء ملائم لاحتياجاته وضمان سلامته لا إلى إبطال العقد لذلك وجب وضع قواعد حمائية خاصة.

2- المطالبة بالفسخ أو التعويض

بالإضافة إلى الإبطال باعتباره أثر يلجأ إليه الطرف المتضرر في العلاقة التعاقدية لممارسته فإن المشرع خول لهذا الطرف ممارسة حالات أخرى متمثلة في فسخ العقد والتعويض عن الضرر الناتج عن هذا الإخلال.

-التعويض: لعل أهم ما يجب الإشارة إليه أن الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يؤدي فقط إلى إبطال العقد أو فسخه بل يمكن أن ينصرف جزاء الإخلال بهذا الالتزام إلى إقرار تعويض عن الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك فهذا الجزاء بطبيعة الحال يجد مصدره في تعيّب إرادة هذا الأخير عن طريق الغلط أو التدليس أو في حالة عدم تنفيذ الالتزامات المتفق عليها في العقد. ويقصد بالتعويض دفع مبلغ من المال لمن أصابه ضرر من الفعل المخالف للقانون أيا كانت طبيعة هذا الضرر فقد يكون ضررا ماديا أو ضررا أدبيا. فالمستهلك يتجه إلى التعويض لكي يعوض ما فاته من كسب أو ما لحقه من خسارة وذلك مع توافر أركان المسؤولية التقصيرية وقد يسقط الحق في الإبطال أو التعويض وذلك إذا ذكر في العقد أن المشتري على علم كاف بالمبيع إلا إذا ثبت تدليس البائع أو يتنازل المشتري عن حقه في طلب الإبطال أو يحل عليه التقادم المسقط أو يتعيب المبيع بيد المشتري[35].

خاتمة :

يمكن القول أن الالتزام بالإعلام الملقى على عاتق المهني لم يعد مجرد واجب أخلاقي عام بل أصبح في ظل التطورات التشريعية الحالية بمثابة التزام قانوني أساسي مشمول بجزاءات وعقوبات كفيلة بردع كل الخروقات المتعلقة بعدم احترام المهني لواجب الإعلام في مرحلة ما قبل وبعد التعاقد.

فالإعلام بهذا المعنى يعتبر حقا من الحقوق الأساسية للمستهلك غالبا ما يساهم في تحقيق نتيجتين جوهريتين، أولهما تتعلق بتبصير وإعلام المتعاقد بحيث تمكنه من ممارسة اختياراته التعاقدية على وجه سليم، وثانيهما هي ضمان سلامة الزبون والمستهلك في شخصه وذلك بتحذيره بكل المخاطر التي قد تهدد سلامته الجسدية عند استهلاك المنتج أو الخدمة.

كما تجدر الإشارة إلى أن هذا الالتزام المفروض على المتدخل من قبل المشرع لا يعني بأي حال من الأحوال أن المستهلك غير مسؤول ، فلا بد أن تكون لديه ثقافة استهلاكية وأن يكون واثقا من نفسه واعيا بحقوقه دون أن ينقاد لإشباع رغباته بواسطة منتجات لا يعرف عن خصائصها أو مكوناتها شيئا، ومما لا شك فيه إذا كان المستهلك يملك هذه الثقافة فإنه سيؤدي حتما بالمتدخل إلى إعادة النظر في علاقاته وفقا لما يطلبه المستهلك بعيدا عن أي استغلال أو ضغط.

---

[35] – خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سابق ، ص 179 .

حماية المستهلك مدنيا عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة وغير المطابقة

أ.د/ صبايحي ربيعة

مقدمة:

تهتم غالبية التشريعات بتكريس الحلول والمخارج العملية المناسبة لمواجهة الأضرار الجسمانية والمادية الناجمة عن تسرب المنتجات والخدمات المعيبة وغير المطابقة للتداول، وذلك لعدم كفاية الرقابة التي تجريها الإدارة المعنية التي لا تقوم بفحص جميع السلع وإنما تكتفي بفحص وتفتيش عينات يقدمها المنتج أو تختار عشوائيا من مخازنه أو مما يطرح للتداول، ويكون تقديرها على أساس ما يتوفر في هذه العينات من مواصفات، أمّا باقي السلع فتطرح للتداول دون الكشف عن صلاحيتها من عدمها وأمرها متروك لضمير ودرجة الأمان الذاتية لدى المتدخل الذي يبقى التزامه بالتحري والاحتياط حول مطابقة المنتوج مطلبا أساسيا ومستمرا، غير أنه من الناحية العملية إذا تخلف شرط المطابقة في المنتوج الذي يتسلمه المستهلك –دون أن يلحقه ضررا جسمانيا – يمكنه اللجوء إلى الأحكام الخاصة بعقد الاستهلاك الذي يرتب في ذمة المتدخل الالتزام بالضمان والخدمة ما بعد البيع (المحور الأول) كما يمكنه مطالبة المتدخل بالتعويض إن كان له محل (المحور الثاني).

المحور الأول: الحماية المقررة للمستهلك في إطار القانون الخاص بحماية المستهلك رقم 09-03 والنصوص التنظيمية له

عندما يكون المنتوج المباع لا ينسجم مع الرغبة المشروعة للمستهلك لتخلف المواصفات القانونية والتنظيمية المطلوبة، يحقّ للمستهلك أن يحتكم إلى القواعد المنصوص عليها في القانون الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 وجوهر هذه القواعد يقوم على فكرة الضمان والخدمة ما بعد البيع.

أولا – الالتزام بالضمان:

يدرج الالتزام بالضمان ضمن المسائل المرتبطة بالنظام العام لاتصاله مباشرة بالالتزامات الملقاة قانونا على عاتق المتدخلين، وعليه يبطل كل شرط يتعلق بعدم الضمان لانطوائه على الحدّ من التزامات المتدخل أو استبعادها[1].

[1] – المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 1990/09/15 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر عدد 40، صادر بتاريخ 1990/09/19 وانظر المادة 13/ 5 من قانون رقم 09-03، مرجع سابق.

نظم المشرع الجزائري الالتزام بالضمان ضمن أحكام عقد البيع في القانون المدني[2] وكذلك في المادة 3 من المرسوم رقم 90-266 التي تلزم المتدخل لضمان سلامة المنتوج من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له، كما يلزم القانون بأن يضمن استمرار صلاحيته لمدة معينة، وأما **القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فقد تناول الالتزام بالضمان في الفصل الرابع منه والذي عنوانه "إلزامية الضمان ما بعد البيع"، في المواد من 13 إلى 16**، وبعد أربعة سنوات من التطبيق ولتسهيل الأخذ بالضمان من الناحية العملية أصدر المشرع المرسوم التنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 2013/09/26 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ[3]، ومن خلال استقراء النّصوص أعلاه نكشف على نوعين من الضمان: ضمان قانوني وضمان اتفاقي في صورة التزام بتحقيق نتيجة أو بذل عناية.

1- **الضمان القانوني:** هو وسيلة في يد المستهلك لإلزام المتدخل بعرض وتقديم منتوجات مطابقة للمواصفات القانونية، ويكون بالتالي ملزما بضمان العيوب الخفية للشيء المبيع، كما هو الوضع في ضمان العيب الخفي المقرر عند اقتناء السيارات[4].ويتحقق الضمان القانوني إذا توفرت الشروط التالية:

أ- **أن يكون العيب خفيا**، وهو ما يفسر عدم إمكانية المشتري للكشف عليه بفحص المنتوج بعناية الرجل العادي، وللكشف عليه يتطلب الأمر من المستهلك الاستعانة بأهل الخبرة، أو تجربة المنتوج التي لا تعفي المتدخل بإلزامه بالضمان الذي يتقرر بقوة القانون لكل المواد التجهيزية[5].

ب- **ألا أن يكون المشتري عالما بالعيب**، لأن المتدخل لا يضمن العيوب التي كان المستهلك يعلمها وقت الاقتناء أو سكت عليها، لأن السكوت من علامات الرضا، وتنازلا عن حقه بالرجوع بالضمان على البائع.

---

[2] – انظر المواد من 371 إلى 386 من القانون المدني الجزائري.

[3] –مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 2013/09/26، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر عدد 49، صادر في 2013/10/02.

[4] – مرسوم تنفيذي رقم 07-390 مؤرخ في 2007/12/12 يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة ج.ر عدد 78، صادر بتاريخ 2007/12/12، وتنص المادة 30 منه على « يجب على الوكيل أن يوفر للزبون الضمان القانوني الخاص بالسيارة المسلمة. ويغطي الضمان على الخصوص نقائض التصنيع والعيوب الظاهرة و/أو الخفية وكذا استبدال قطع الغيار واللوازم غير الصالحة للاستعمال ».

[5] – تنص المادة 15 من القانون رقم 09-03 « يستفيد كل مقتن لأي منتوج مذكور في المادة 13 من هذا القانون من حق تجربة المنتوج المقتنى» وقبلها كانت المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 تنص على: «يمكن للمستهلك أن يطالب بتجربة المنتوجات والخدمات دون أن يعفى ذلك المحترف من إلزامية الضمان».

ج- ألا يكون البيع من البيوع القضائية أو الإدارية التي تتم بالمزايدة العلنية، لأن البيع في هذه الحالات يعلن عنه مسبقا، وتتاح فرصة للمتزايدين ليتفحصوا بدقة الشيء المبيع.

د- أن يكون العيب مؤثرا، ويكون كذلك إذا كان العيب جديرا بإنقاص قيمة المنتوج أو نفي الغاية النهائية منه، لكن المشرع لم يبين لنا مقدار النقص الذي يعتبر عيبا مؤثرا في المبيع، ولهذا يتعين أن نستعين بالمعيار الذي أخذ به المشرع الفرنسي الذي يقضي بأن العيب يكون مؤثرا إذا بلغ حدا من الجسامة تجعل المبيع غير صالح للاستعمال المعد له أو على الأقل استعماله بدرجة لو علم بذلك المتعاقد لامتنع عن التعاقد أصلا أو لتعاقد بأقل الثمن[6].

يسري الضمان القانوني في حق المستهلك إذا أدى العيب الخفي إلى تعطيل وظيفة أو الغرض من المبيع، كأن يؤدي العيب إلى خطر من درجة عالية كتسرب الغاز في سخان الماء، تذبذب الصورة في التلفاز، مواد غذائية سامة، تسرب في الجهاز المائي للسيارة... الخ وقد يؤدي العيب الخفي إلى عدم الصلاحية الكاملة للمنتوج مما يستدعي استبداله.

أما إذا كان المنتوج غير مطابق للبنود والشروط أو الخصوصيات المذكورة في العقد دون أن يكون معيبا، فالدعوى التي يلجئ إليها المستهلك هي الدعوى العادية حسب القواعد العامة والناتجة عن كون البائع لم ينفذ التزامه بالتسليم ومن أمثلته: عدم صحة الكيلو مترات للسيارة محل البيع، عدم صحة مقدار الوزن الحقيقي بالنسبة للوزن المشار إليه في العقد... الخ.

بالنسبة لموعد رفع الدعوى: آجال رفع الدعوى حسب القواعد العامة طويل يقدر بخمسة عشر نسبة (15) أما في دعوى الضمان للعيوب الخفية فهو أجل قصير لا يتعدى السنة الواحدة.

2 - الضمان الاتفاقي أو التجاري: فهو التزام إضافي يتحمله المتدخل باتفاق مع المستهلك، وهو يعكس رغبة الطرفين في تجاوز الضمان القانوني وعدم التقيد بشروطه، وهو في الواقع يدعم الضمان القانوني ولا يسقطه[7]، الضمان الاتفاقي على خلاف الضمان القانوني لا يوفره سوى الصانعين أو البائعين الذين يعدون به، يعمل به في مجال السيارات والأدوات المنزلية، لذا يتحصل المستهلك على ضمان مكتوب يسمى بـ شهادة أو وصل الضمان (Bon ou certificat de garantie) يتضمن اسم المتدخل، عنوانه التجاري، اسم المستهلك وعنوانه الشخصي، رقم الفاتورة، المنتوج، سعره[8].

مدة الضمان الاتفاقي عادة سنة واحدة، لكن توجد ضمانات اتفاقية مدتها 6 أشهر أو سنتين أو ثلاث سنوات[9].

---

[6] - انظر المادة 3/13 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

[7] - المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، مرجع سابق.

[8] - المادة 14من المرسوم التنفيذي رقم 90-266،المرجع نفسه.

[9] - المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266،المرجع نفسه.

الضمان سوء كان قانونيا أو اتفاقيا يرتب آثار مشتركة بين النوعين، بحيث يتعين على المستهلك إخبار المتدخل بالعيب بطلب مكتوب، شفهي أو إلكتروني لمجرد ظهوره خلال مدة معقولة حسب طبيعة المنتوج، كما يتقدم بطلب لتنفيذ الضمان، والقانون في هذه الحلة يوفر له البدائل التالية[10]:

أ – إصلاح المنتوج: كأن يستبدل قطع الغيار المعيبة بقطع جديدة ويتحمل المتدخل مصاريف الإصلاح الذي يتم في قسم خدمات ما بعد البيع في المؤسسة المزودة بوسائل مادية وبشرية لإتمام عملية الإصلاح بفعالية.

ب – استبدال المنتوج: إذا استحال الإصلاح يتعين على المتدخل استبدال المنتوج المعيب بمنتوج صالح للاستعمال يسلم للمستهلك[11]، يتم ذلك مجانا وضمن آجال تطابق الأعراف المعمول بها[12].

ج – رد ثمن المنتوج: إذا تعذر إصلاح المنتوج أو استبداله تعين على المتدخل ردّ الثمن دون تأخير، قد يردّ جزء من الثمن إذا احتفظ المستهلك بالمنتوج الذي يكون قابل للاستعمال الجزئي ويردّ الثمن كاملا إذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال كليا[13].

ثانيا – الالتزام بالخدمة ما بعد البيع:

تناول المشرع الجزائري الالتزام بضمان الخدمة ما بعد البيع عند تناوله الالتزام بالضمان، بحيث جمعهما في الفصل الرابع لبعض الخصائص الوظيفية المشتركة بينهما، إلاّ أنه اكتفى بمادة واحدة في عرض تناوله أحكام الخدمة[14]، تاركا تفاصيل وشروط إجراء الخدمة للتنظيم حسب المجالات التي تتحدد بالآلات الكهرومنزلية، أجهزة الإعلام والسيارات الجديدة على وجه الخصوص[15] لغرض إبقائها على حالة جيّدة لأطول مدة ممكنة وغالبا ما يتفق على الخدمة ما بعد البيع في الوقت نفسه الذي يبرم فيه عقد البيع.

---

10 – المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 90–266، المرجع نفسه.

11 – تنص المادة 3/30 من المرسوم التنفيذي رقم 07–390 على: «في حالة توقف السيارة لمدة تفوق عن خمسة عشر (15) يوما، فإن الوكيل ملزم بأن يضع تحت تصرف الزبون سيارة بديلة».

12 – المادتان 7 و8 من المرسوم التنفيذي رقم 90–266، مرجع سابق.

13 – المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 90–266، المرجع السابق.

14 – تنص المادة 16 من قانون رقم 09–03 في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق.

15 – من أكثر المجالات التي تطلب فيها الخدمة ما بعد البيع هو مجال الآلات الكهر ومنزلية والسيارات الجديدة ولهذا المقتضى أصدر المشرع مرسوم تنفيذي رقم 07–390 مؤرخ في 2007/12/12 مرجع سابق.

1- تعريف ومضمون الخدمة ما بعد البيع: في تعريف وتحديد مضمون وشروط الخدمة ما بعد البيع هناك مفهومين:

أ – المفهوم الواسع: وفي إطاره تشمل الخدمة ما بعد البيع كل أنواع الخدمات المعروضة بعد تكوين عقد البيع والمتصلة به وذلك مهما كانت طريقة تقديمها للمستهلك سواء كان تسليمها إلى البيت (Livraison à domicile)، تجهيزا أو تركيبا (Installation) أو تصليحا أو صيانة (Reparation et entretien).

من خلال قراءة نص المادة 3/13 من القانون رقم 09-03 نجدها تدرج تصليح المنتوج ضمن التزامات المتدخل خلال فترة الضمان، وعليه يدخل هذا الأخير بنوعيه- القانوني والاتفاقي ضمن المفهوم الواسع للخدمة ما بعد البيع.

ب – المفهوم الضيق: للخدمة ما بعد البيع لا يدخل ضمنها سوى الخدمات التي تتم بتحمل أعباء إضافية عن ثمن الاقتناء، فحسب هذا المفهوم يتم إصلاح وصيانة المبيع بتحديد مقابل لعملية الإصلاح أو الصيانة، ومن هنا يتسنى لنا التفرقة بين الضمان الذي يعتبر التزاما ناشئا عن عقد الاقتناء ويستفيد المستهلك منه مجردا من أية أعباء إضافية[16] بينما الخدمة ما بعد البيع فهي ناتجة عن عقد مقاولة (contrat d'entreprise)[17]، تتميز عن عقد البيع في حد ذاته باعتباره الالتزام الأصلي تقترن به الخدمة التي هي التزام تبعي.

2 – شروط تنفيذ الخدمة ما بعد البيع في مجال السيارات الجديدة:

1 – المدين بتنفيذ الخدمة ما بعد البيع هو الشخص المتدخل في عملية عرض المنتوج على المستهلك، قد يكون ذلك منتجا أو موزعا وفي هذا الصدد يكلف القانون الأعوان الاقتصاديون[18] الذين ينشطون في مجال تسويق السيارات الجديدة بالخدمة ما بعد البيع عن طريق محترفين ومتخصصين في مجال التصليح والصيانة، ولهذا المقتضى تنص المادة 33 من المرسوم التنفيذي

---

16 – تنص المادة 4/13 من قانون رقم 09-03 على: «يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه دون أعباء إضافية» وتطبيقا لذلك تنص المادة 32 من مرسوم تنفيذي رقم 07-390 على: «يقدم الوكيل الضمان للزبون بدون تكاليف إضافية».

17 – تنص المادة 549 من القانون المدني الجزائري على: «المقاولة عقد يتعهد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يضع شيئا أو يؤدي عملا مقابل أجر يتعهد به المتعاقد الآخر». وتنص المادة 551 من القانون نفسه على: «إذا تعهد المقاول بتقديم مادة العمل كلها أو بعضها كان مسؤولا عن جودتها وعليه ضمانها لرب العمل».

18 – الأعوان الاقتصاديون في مفهوم المادة 2 من مرسوم تنفيذي رقم07-390 هم الوكلاء الذين يقومون باستيراد سيارات وبيعها على أساس عقد الامتياز، أو هم موزعون معتمدون يبيعون سيارات جديدة على أساس عقد يربط بينهم والوكيل، أو معيدي البيع المعتمدين الذين يعيدون بيع سيارات جديدة على أساس عقد يربط بينهم وبين الوكيل أو بينهم وبين الموزع المعتمد.

رقم 07-490 على « يلزم الوكيل بضمان تأدية الخدمة ما بعد البيع للسيارات المباعة وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة»[19].

2 – يجب أن تتوفر لدى طالب ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة منشآت معدة وملائمة لأداء الخدمة ما بعد البيع مساحتها الإجمالية تفوق أو تساوي 5000 متر مربع، ويجب أن تزود هذه المنشآت بوسائل الأمن وحماية السيارات وتكون مغطاة عند الاقتضاء[20] وفوق كل هذا يلزم القانون هؤلاء التصريح بهذه المنشآت أمام المصالح المعنية التابعة للوزارة المكلفة بالصناعة[21].

3 – التزام الأعوان الاقتصاديون الذين يمارسون نشاط استيراد وبيع السيارات بتوفير قطع الغيار واللوازم الأصلية للتكفل بفعالية في تأدية الخدمة ما بعد البيع[22].

4 – يتحدد نطاق أو مضمون الخدمة ما بعد البيع في إجراء المراجعات أو المراقبة الدورية التي يغطيها الضمان، صيانة السيارات، بيع قطع الغيار واللوازم الأصلية بدافع التشغيل الجيد للسيارات[23].

5 – مقابل الخدمة ما بعد البيع يقدر على أساس الخدمات المقدمة، ولهذا المقتضى يتعين على الملتزم بهذه الخدمة أن يحرر عرض مكتوب يتضمن: وصف مفصل للخدمة المقدمة فعلا، تحديد سعرها وسعر اليد العاملة وقطع الغيار، بيان كيفية الدفع، مهلة إنجاز الخدمة إن كانت ضرورية، توقيع الملتزم بالخدمة.

المحورالثاني: الحماية المقررة للمستهلك في إطار القواعد العامة (التعويض)

إذا كانت القواعد الوقائية التي يكرسها القانون (قواعد التقييس) تستهدف إبعاد المنتجات والخدمات الرديئة من السوق، فإنه لوحدها تكون غير كافية وغير فعّالة، مما يستدعي تكملتها بقواعد علاجية تنطبق في الحالات التي يصعب فيها رقابة تسرب المنتجات المعيبة إلى التداول في السوق، ويترتب عنها أضرار تصيب المستهلك[24].

---

19 – تنص المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 07-390 على: «يجب أن يتوفر لدى الوكيل مستخدمين لديهم المؤهلات المطلوبة و/أو خبرة مهنية كافية في المجال».

20 – المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 90-390، مرجع سابق.

21 – المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 90-390، المرجع نفسه.

22 – المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 90-390،المرجع السابق.

23 – المادة 2/33 من المرسوم التنفيذي رقم 90-390، المرجع نفسه.

24 – الجزاء المدني الوحيد الذي تطرق إليه قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 هو بطلان الشرط المخالف لأحكام الضمان الوارد في المادة5/13، أمّا التعويض –وهو كذلك جزاء مدني – فلم يشير إليه القانون أعلاه، مما يبرر الإحالة على القواعد العامة بشروطها وأحكامها التي قد لا تستقيم مع حالة عدم التوازن العقدي التي تميز عقود الاستهلاك.

تنطوي القواعد العلاجية على توفير السبل للمستهلك لجبر الضرر الناجم على تخلف مطابقة المنتوج للمعايير القانونية، تناولها يحيلنا على تناول بعض الآليات التقليدية الواردة في القانون المدني[25] من جهة وبعضها مستحدثة فيه من جهة أخرى.

أولا – تأسيس طلبات التعويض على بعض الأحكام التقليدية في العقود:

ليست كل القواعد المنظمة للعقد المدني صالحة لحماية المستهلك ولهذا يمكن الإشارة إلى أهم القواعد التي قد تفيد المستهلك ضمن حالات خاصة كما يلي:

1 – حالة تعيب إرادة المستهلك: يمكن للمستهلك الذي يحصل من المتدخل على منتوج أو خدمة لا يتفق مع رغبته المشروعة أن يطلب إبطال العقد لعيب في إرادته أو التعويض له لجبر ضرر مادي أو جسماني لحق به، ومن عيوب الإرادة التي يمكن التأسيس عليها أثنين فقط هما: عيب الغلط وعيب التدليس.

نظرية الغلط بمفهومها التقليدي والضيق[26] لا تصلح كأساس للمطالبة بالتعويض وتغطية كل الأضرار التي تلحق بالمستهلك، فعلى سبيل المثال لا يسوغ لهذا الأخير أن يطلب إبطال عقد شراء سيارة بسبب غلط منه يتعلق بسعة المحرك طالما أن استخدامه للسيارة لا يتأثر بذلك.

وفي سبيل استعادة التوازن العقدي في العلاقات بين المستهلكين والمتدخلين اتجه القضاء الفرنسي إلى تبني المعيار الموضوعي في تحديد مفهوم التدليس[27]، الذي يقصد به «الإضرار بالثقة المشروعة التي يوليها المستهلك إلى المتدخل » لذلك يكون إثبات الضرر الناتج عن التضليل

---

[25] – إن القانون المدني جدير بتوفير فرص حماية كثيرة ومتعددة أمام المستهلك لو طرأت عليه تعديلات جذرية نحو هذا التوجه، فهو يحمي المستهلك ليحصّل حقوقه والدفاع عن مصالحه على أساسيين مختلفين: طلب التعويض على أساس الإخلال بالتزام تعاقدي، وطلبه على أساس الإخلال بالواجب القانوني العام الذي مفاده امتناع كل شخص عن الإضرار بالغير طبقا لمضمون المادة 124 منه.

[26] – تناول المشرع الجزائري أحكام وشروط الغلط في المواد من 81 إلى 85 منه، والمفهوم الضيق لنظرية الغلط يتقيد بالشروط التي يتطلبها القانون في الغلط وهي أن يكون جوهريا دافعا إلى التعاقد ومتصلا بالمتعاقد الآخر.

[27] – اتجهت غالبية أحكام القضاء في فرنسا إلى تبني المعيار الموضوعي، فعلى سبيل المثال اتجهت محكمة باريس في حكمها الصادر في 1985/01/31 إلى أن قيام أحد الأندية بالإعلان عن برنامج ترفيهي دون الإشارة إلى مقابل الحضور ليس من شأنه تضليل الشخص المعتاد الذي لا يتوقع أن يكون إقامة البرنامج مجانيا. انظر: موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، بغداد، 2011، ص. ص 59 – 62.

الذي يمارسه المتدخل على المستهلك دليل على سوء نيته[28]، وهو ما يتيح للمستهلك حق طلب التعويض إذا كان إبطال العقد لا يعوضه الأضرار التي أصابته.

ويثير تطبيق نظرية التدليس بمفهومها التقليدي[29] لمصلحة المستهلك الكثير من الصعوبات التي ترتبط في أساسها بصعوبة إثبات التدليس الصادر من المتدخل لاتصاله بأمور مادية وتقنية في المنتوج، وعليه فإن إثبات نية التضليل غدت من المسائل الصعبة إن لم نقل المستحيلة، خاصة بعد ظهور الإعلانات المضللة التي تعد عنصرا من عناصر الاحتيال المكون للتدليس. حتى ولو افترضنا سهولة إثبات التدليس في جانب المتدخل فإن الجزاء المترتب عن إثارته هو في الأصل إبطال العقد لمصلحة المستهلك الذي يتكبد مصاريف رفع الدعوى وطول إجراءاتها أمام القضاء، كما أن إبطال العقد يعتبر جزاء سلبي لا ينسجم مع مطالب المستهلك الذي يبحث عن منتوج أو خدمة تستجيب لرغبته المشروعة، أو يطالب بمبلغ من التعويض لجبر الضرر الذي لحقه.

2 – حالة الإخلال في تنفيذ العقد: إذا تمّ العقد فعلا بين المستهلك والمتدخل، ولم يحرص هذا الأخير على ضمان المطابقة في المنتوج أو الخدمة التي التزم بتقديمها، يحق للمستهلك أن يدفع بعدم تنفيذ ما التزم به[30] فهو بهذا الوجه غير ملزم بدفع الثمن مقابل للمنتوج غير المطابق، ولا يتسلم المنتوج طالما أنه غير مطابق لما تضمنه عقد الاستهلاك من الشروط.

يمكن للمستهلك أن يرفع دعوى ضد المتدخل الذي يسيء تنفيذ التزامه من خلال تقديم منتوج غير مطابق، وفي هذه الحالة فإن القانون المدني يوفر للمستهلك الخيار بين ثلاث دعاوى:

أما طلب التنفيذ الجبري إن كان ممكنا، طلب فسخ العقد مع جواز التعويض إن كان له محل أو الإبقاء على العقد قائما مع طلب التعويض عن الأضرار الناجمة عن سوء التنفيذ[31]، ولا يسوغ للمتدخل التخلص من مسؤوليته إلا بإثبات القوة القاهرة، وتسري نفس الأحكام على حالة التأخير في تنفيذ العقد رغم تميزها عن حالة عدم المطابقة فإن الأضرار المترتبة عنها جد متقاربة.

---

28 – حاول القضاء الفرنسي أن يساعد المضرور بالحصول على التعويض بناءً على دعوى الإخلال بالتسليم المطابق، وذلك بمدة تقادم طويلة نظرا لقصر مدة ضمان العيب الخفي.

29 – من شروط التدليس بمفهومها التقليدي: أن يبلغ حدًا من الجسامة، دافعًا للتعاقد وصادرًا من الطرف المتعاقد معه، أما التدليس الصادر من الغير فلا يؤسس عليه إلاّ إذا كان المتعاقد مع المستهلك عالما به. انظر المواد 86 و87 من القانون المدني الجزائري.

30 – تنص المادة 123 من القانون المدني على: «في العقود الملزمة للجانبين إذا كانت الالتزامات مستحقة الوفاء جاز لكل من المتعاقدين أن يمتنع عن تنفيذ التزامه إذا لم يقم المتعاقد الآخر بتنفيذ ما التزم به».

31 – تنص المادة 119 من القانون المدني على: «في العقود الملزمة للجانبين، إذا لم يوف أحد المتعاقدين بالتزامه، جاز للمتعاقد الآخر بعد إعذاره المدين أن يطالب بتنفيذ العقد أو فسخه، مع التعويض في الحالتين إذا اقتضى الحال ذلك».

ثانيا – تأسيس طلبات التعويض على القواعد المستحدثة في المسؤولية المدنية:

يحدث أن يلحق المستهلك أضرارا نتيجة استهلاكه أو استعماله لمنتجات غير مطابقة للمواصفات القانونية والتنظيمية مما يجعلها تفتقر لمعايير السلامة والأمن؛ في هذه الأحوال يعتبر التعويض أهمّ ما ينتظره المستهلك، لأجل ذلك أدرج المشرع الجزائري تعديلات على القانون المدني في 10 جوان 2005 تتضمن أسس لحماية المستهلك والتعويض له إما من قبل المنتج مباشرة أو على أساس الكفالة والضمان الاجتماعي من قبل الدولة.

1- تكريس المسؤولية المدنية للمنتج: تضمنت أسس وأحكام هذه المسؤولية المادة 140مكرر من القانون المدني التي تنص على: « يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية، يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية »[32]

أوّل ما تحدّد في صدارة المادة 140/مكرر هو المسؤول الذي يكون منتجا أدرجه المشرع في عداد المحترفين طبقا للمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات التي تنص: « ... المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط حرفي أو تاجر مستورد وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته »[33].

وفي مفهوم القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإن المسؤول يتسع ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك[34] فهو المسؤول الضامن لهذه المنتجات سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق شركة التأمين أين اكتتب تأمينه عن المسؤولية المدنية عن المنتجات، ينسجم النص القانوني الجديد في تحديد مفهوم المنتج مع ما ورد في المادة 1386-6 التي تعتبر منتجا كل من يتصرف لغرض مهني كالمستورد، البائع المحترف، الموزع المؤجر، الممول المحترف إذا كان المنتج مجهولا، وهدف المشرع من التوسع في مفهوم المنتج هو توفير فرص التعويض للضحية بأيسر الطرق.

كما يتحدد النطاق الشخصي في مسؤولية المنتج بالمستهلك المتضرر، وقد وسعت المادة 140/مكرر من نطاق المشمولين بالحماية لكل المتضررين من جراء استعمال أو استهلاك منتجات دون تمييز بين الضحايا بعقد أو بغير عقد، ينسجم هذا التوجه كثيرا مع المرسوم التنفيذي رقم 90-

---

[32] – لم يعثر في عرض الأسباب في الجريدة الرسمية لمداولات المجلس الشعبي الوطني ما يبرر استحداث هذه المادة، إلّا أنّ تفسيرات أغلبية الباحثين تربط بين هذه المادة ودعم حقوق الضحية وحفظ المصلحة العامة.

[33] – المنتج هو كل من يتدخل في عملية عرض المنتوج وتشمل مرحلة الإنشاء الأولي إلى العرض النهائي، انظر المواد من 5 إلى 28 من القانون رقم 89-02 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى).

[34] – المادة 7/3 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

39 الذي تبنى المستهلك البسيط والمستهلك المحترف[35]، ولكنه لا ينسجم مع ما ورد في المادة 3/ فقرة 1 من القانون رقم 09-03 التي صنفت مفهوم المستهلك في حدود المستهلك النهائي.

2- كفالة الدولة التعويض عن الأضرار الجسمانية: إذا ترتب ضرر جسماني عن استهلاك واستعمال منتجات مجهولة المصدر وتعذر على المستهلك المضرور إيجاد المسؤول الأصلي، أو تعذر عليه الحصول على تعويض من المؤمن بسبب تخلف شرط من شروط التأمين أو سقوط الحق في التأمين، في هذه الأحوال تتكفل الدولة بالتعويض عن الضرر بوصفها مسؤولا احتياطيا، ويعوض للمستهلك بناء على اعتبارات اجتماعية بعيدة كل البعد عن أسس المسؤولية المدنية المألوفة في القواعد العامة[36]، وعليه فإن كفالة الدولة الأضرار الناجمة عن عيب في المنتوج يتقيد بالشروط الواردة على وجه الحصر في المادة 140/مكرر 1 من القانون المدني الجزائري وتتمثل في:

1 – أن يكون الضرر جسماني.

2 – ألا يكون للمضرور يد في وقوع الضرر الذي يرتبط بعيب في المنتوج أخلّ بالسلامة والأمن المفترضين فيه.

3 – انعدام المسؤول عن الضرر.

إن تطبيق المادة 140/مكرر1 يرتبط بإصدار نصوص خاصة تبين إجراءات المطالبة بالتعويض الذي ينطوي على أساس الضمان والكفالة ولا علاقة له بسلوك المسؤول، وعليه يستبعد تحريك دعوى للمطالبة بهذا النوع من التعويض، ويكتفي بتقديم طلب من المضرور أمام صناديق تنشئ خصيصا لهذا الغرض، ولم ينشئ المشرع صندوق خاص بحماية المستهلك عن الأضرار

---

35 – تنص المادة 9/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-390 المؤرخ في 1990/10/30 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على: «المستهلك هو كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي».

36 – فكرة تكفل الدولة بضحاياها تجد مبررها في حماية النظام العام الاجتماعي وتطلع الدول للاهتمام بكرامة الإنسان وانشغالاته الرئيسية، وحمايته من بعض المخاطر الناجمة عن التقدم العلمي، وقد تجسدت هذه الانشغالات في حماية السلامة الجسدية طبقا للمادة3 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، ولم يتخلف المشرع الجزائري عن مواكبة التطور الحاصل في المجتمع الدولي، فقد كرّس الدستور مجموع حقوق الإنسان في المواد 32-34-35-39 كما كرّس المشرع حق السلامة الجسدية في التشريع الخاص بحماية المستهلك والذي يستخلص من مجموع الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل وهي تنطوي على ضمانات في حق المستهلك.

الناجمة عن عيب في المنتجات بالشروط الواردة في المادة 140/مكرر 1 أعلاه[37]، رغم ما يمثله هذا الصندوق من أهمية في الحدّ من الأثر السلبي للاقتصاد التنافسي على المستهلك.

خاتمة:

نظم المشرع الجزائري –على غرار كل التشريعات الوضعية– الالتزام بالمطابقة الذي ينطوي على إلزام المتدخل بالتقيد بالمواصفات والمقاييس القانونية المتعلقة بعملية الإنتاج لتحقيق أمن وسلامة المنتوج الذي يعرض للاستهلاك، إلاّ أنه من الناحية العملية بقيت حماية المستهلك مهددة بالخطر ومحدودة لتسرب منتجات محلية وأجنبية غزت الأسواق الجزائرية وهي غير مطابقة للمواصفات القانونية مما يجردها من الجودة المطلوبة لأمن وسلامة المستهلك، أحكام حماية هذا الأخير من الأضرار الناجمة عن غياب شرط المطابقة لم ترد جملة في القانون الخاص بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، بل هي أحكام موزعة بين هذا الأخير الذي اكتفى مختصرا بالنص على الضمان والخدمة ما بعد البيع، والقواعد العامة في القانون المدني التي من جملة أحكامها نستخلص أنّ المشرع اعتبر مسؤولية المتدخل المدنية هي مسؤولية قائمة على أساس العيب في المنتوج وهو العيب الذي لا يستقيم ولا ينسجم مع الغرض الذي خصص له المنتوج وهو مما يتنافى والرغبة المشروعة للمستهلك، وان كان مشرع القانون المدني قد وفّق في توسيع الحماية لتشمل المتعاقد وغير المتعاقد، إلاّ أنه أغفل بعض التفاصيل الإجرائية التي هي في غاية الأهمية بالنسبة لموضوع الحماية و يتعلق الأمر بتحديد الأضرار القابلة للتعويض عليها وتحديد مواعيد دقيقة وخاصة بقضايا المستهلك الذي يشكلّ فئة مميزة مقارنة بالقضايا الأخرى.

[37] – وذلك على غرار صندوق تعويض ضحايا حوادث المرور الذي أنشئ بموجب المادة 70 من أمر رقم 69-107، وكذلك صندوق تعويض ضحايا الإرهاب بمقتضى المادة 5/145 من مرسوم تشريعي رقم 93-18 مؤرخ في 1993/12/29 يتعلق بقانون المالية لسنة 1994.

مكانة حق العدول في عقد الإستهلاك

أ.د معاشو نبالي فطة
جامعة مولود معمري، تيزي وزو

مقدمة:

إنّ المبدأ في العقود التي تنشأ صحيحة هو اكتسابها القوة الملزمة لتنفيذها، وثبوت قاعدة العقد شريعة المتعاقدين لا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون، لذا يتم تنفيذها لما اشتملت عليه وكل ما هو من مستلزماتها وذلك بحسن نية.

مع ذلك هناك بعض النصوص الأخرى تخرج عن نطاق القوة الملزمة للعقد حفاظا على التوازن العقدي، جعل بعضها تتسّم بأحكام مستثناة عن القاعدة العامة، كما هو في عقد البيع عن طريق التجربة، أو العقد بالعربون، العقد الاستهلاكي، وصولا إلى التعاقد عن بعد بمختلف الوسائل الحديثة، وهو ما دفع مختلف التشريعات الوطنية والدولية إلى استحداث أطر وآليات قانونية جديدة لمواكبة هذه التغيرات ومواجهة المنافسة الشديدة حفاظا على متطلبات الأفراد وتحقيق التوازن في العلاقات التعاقدية وحماية المتعاقد الضعيف في مواجهة المحترف الذي يفوقه معرفة علميا وتكنولوجيا، تطّلب الأمر إذا ظهور ما يسمى بقانون حماية المستهلك لتوسيع في مفهوم المتعاقد.

إنّ بروز فكرة حماية المستهلك وُضع لها عدّة ضوابط أساسية تجعله محور هذه العلاقة له عدّة حقوق تعود على المحترف بالتزامات قانونية، مثل الالتزام بالإعلام، والالتزام بالضمان.

اهتم المشرع الجزائري بوضع قانون لحماية المستهلك، من خلال القانون رقم 89-02[1]، الذي ألغي بالقانون رقم 09-03 الساري المفعول[2]، لكن بقي منذ سنوات يشوبه النقص وثغرات منها عدم تنصيصه على حق المستهلك في العدول عن العقد كما فعلت بقية التشريعات الأخرى، الفرنسي، المغربي والتونسي، إذ يعد وسيلة لحماية رضا المستهلك باعتبار أنّ نظرية عيوب الرضا غير كافية في هذا النوع من العقود إلى غاية وضع مشروع تعديل قانون رقم 09-03 ليدرج فيه مادة تخص هذا الحق.

من خلال هذه المداخلة يتم البحث عن كيفية تعامل المشرع الجزائري بإدراج شرط حق العدول عن العقد بالنسبة للمستهلك وذلك بإظهار أنّ المشرع الجزائري تناول هذا النوع من الشروط في قواعد القانون المدني في بعض نماذج من العقود (المحور الأول) ثم تبيان الأحكام الخاصة بحق العدول عن العقد في عقد الاستهلاك (المحور الثاني).

---

[1]- قانون رقم 89-02 مؤرخ في 08 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06، صادر في 08 فيفري 1989، (ملغى بموجب القانون رقم 09-03).

[2]- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، صادر في 08 مارس 2009.

المحور الأول

تكريس قاعدة حق العدول عن العقد في القواعد العامة للقانون المدني

نجد أنّ المشرع الجزائري لم يغفل عن إدراج حق العدول عن العقد في بعض قواعد القانون المدني[3]، وذلك عندما نص في المادة 106 على أنّ العقد شريطة المتعاقدين، لا يجوز تعديله أو نقضه إلا بإتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون، لذا تحليل هذه الفكرة يتم في نقطتين: فكرة نسبية القوة الملزمة للعقد (أولا) ثم تبيان بعض النماذج للعقود التي أدرج فيها حق العدول عن العقد (ثانيا).

أولا: مبدأ نسبية القوة الملزمة للعقد، من حيث مضمونه.

يظهر مبدأ نسبية القوة الملزمة للعقد من خلال تحليل المادة 106 من القانون المدني الجزائري والتي تسمح في شرطها الثاني أن يعدّل عن العقد بنقضه من أحد الطرفين، أو من القاضي متى بررت ذلك أسباب قانونية.

1) تعريف العقد شريعة المتعاقدين:

من خلال قراءة المادة 106[4] يتبيّن أنّه إذا أبرم العقد بين طرفين واستوفي هذا العقد على كل أركانه وشروط صحته، من رضا صحيح، ومحل وسبب مشروعين وشكلية متوفرة وتسليم، فإنّ العقد يتحصل على قوته الإلزامية ويصبح قانون وشريعة بين طرفيه وللغير.

2) الاستثناءات الواردة على هذه المادة:

مع ذلك أدرج لهذه القاعدة استثناءات عند تطبيقها، فاعتبرها ليست قاعدة مطلقة وإنّما يجوز أن ترد عليها استثناءات، سواء تعلق الأمر بنسبية آثار العقد بالنسبة للأشخاص الملزمين به وهذا لا يدخل في إطار هذه المداخلة، أو تعلق الأمر بنسبية موضوع هذا العقد حيث يمكن أن يرد عليه تعديل أو نقض.

لذا أدرج المشرع بعض الحالات يجوز فيها لأحد المتعاقدين العدول عن العقد بإرادة منفردة بنصوص خاصة.[5]

ثانيا: بعض التطبيقات للعقود التي ورد فيها حق العدول.

لقد أدرك المشرع الجزائري من خلال القانون المدني حق العدول عن العقد وهو ما يؤكد أنّ القانون الجزائري يعترف بهذا الحق ويتعامل بهذا الشرط لأجل حماية حقوق المتعاقدين، لكن بأحكام مختلف حسب كل حالة.

---

[3]– أمر رقم 75–58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر عدد 78، صادر في 24 رمضان 1395 الموافق لـ30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

[4]– راجع المادة106 من ق.م.ج سالف الذكر.

[5]– راجع المادتين 110، 119 من ق.م.ج .

1) حق العدول في عقد البيع بشرط التجربة:

تناول المشرع أحكام عديدة لتنظيم عقد البيع فخصص له ما يقرب من 64 مادة وهي محددة من المادة 351 إلى المادة 415 من القانون المدني، ومن خلال المادة 355 نجده قد أورد في هذه المادة البيع الموقوف على شرط التجربة إذ يتم الاتفاق بين البائع والمشتري على مدة يمكنّه فيها من تجربة محل عقد البيع[6] وما يستنتج من هذه المادة أنّ أحكام حق العدول عن عقد البيع بشرط التجربة تتمثل في:

أ- أنّ إدراج مدة حق العدول يكون إما باتفاق الطرفين وإذا لم يتفق على المدة فتحدد بمدة معقولة يعينها البائع يستعمل فيها المشتري حقه في العدول عن الشراء.

ب-انقضاء المدة دون رد من المشتري أو سكت، يعد ذلك قبولا للعقد، لذا يعد هذا النوع من العقود عقدا موقوفا على شرط القبول إلا إذا تبيّن أنّ البيع معلق على شرط فاسخ.

2) حق العدول في عقد الهبة:

أجاز المشرع الجزائري في قانون الأسرة 84-11[7]وذلك في المواد من 202 إلى 212، ولقد عالج مسألة الرجوع عن العقد وذلك من خلال المادة 211، وهي تخص حق العدول عن الهبة بين الأصول والفروع مهما كان سنه، ولكن أدرج استثناءات عندما يخص التصرف لهبه لصالح الأبناء فلا يجوز للأبوين الرجوع عنها في ثلاثة حالات:

- إذا كانت من أجل الزواج الموهوب له.
- إذا كانت العملية لضمان قرض أو قضاء دين.
- إذا تصرف الموهوب له بالبيع أو التبرع أو ضاع منه أو أدخل عليه ما غير طبيعته.

بينما المادة 212 تمنع الرجوع والعدول عن الهبة إلا بقصد المنفعة العامة.

لهذا نجد أن المشرع من خلال عقد الهبة حاول أن يحمي أطراف عقد الهبة تارة الواهب، وتارة أخرى الموهوب له، حتى لا يتضرر أيّ منهما من هذا التصرف.

3) حق العدول في التعاقد بالعربون:

لم يرد نصا خاصا في القانون المدني والذي يعد شريعة عامة، بخصوص التعاقد بالعربون أو حكم العربون في المعاملات المدنية، إلى غاية 2005 أين تم تعديل القانون المدني وأدرجت المادة 72 مكرر لتمنح له حكما خاصا.

يعتبر العربون مبلغ نقدي يقدمه أحد المتعاقدين وهو المدين كمقابل لحق العدول، لذا:

---

[6]- راجع المادة 355 من ق.م.ج سالف الذكر.

[7]- قانون 84-11 مؤرخ في 9 جوان 1984، يتضمن قانون الأسرة، ج.ر عدد 24، السنة 21، صادر في 12 جوان 1984، معدل ومتمم.

- يدرج العربون في عقود المعارضة الملزمة لجانبين.
- يحدد مبلغه بالاتفاق بين المتعاقدين.
- له حكم خاص وآثار خاصة، فإذا عدّل من قدم العربون وهو غالبا المشتري أو المدين بالثمن يفقده، أما إذا عدّل من تسلمه رد ضعفه.

ولا يعتبر فقد مبلغ العربون أو رد ضعفه كتعويض عن الضرر الذي لحق المتعاقد جراء العدول في حقه، بل هو مقابل لحق العدول فإدراج العربون في العقد يمنح الحق في العدول عنه بتطبيق القاعدة التي سبق ذكرها أعلاه.

المحور الثاني

أحكام حق العدول عن العقد في عقد الاستهلاك.

عرف المشرع الجزائري قانون حماية المستهلك بموجب صدور القانون رقم 89-02 سالف الذكر، وهو أولا قانون يكرس الإصلاحات الاقتصادية في إطار حرية المعاملات والمنافسة، حيث أورد تعريف للمستهلك المرسوم التنفيذي رقم 90-39[8] على أن: «**المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي النهائي لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان أن يتكفل به**»، وهو نفس التعريف احتفظ به في القانون رقم 09-03، كما عرفه القانون 04-02[9] المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، علما أنّ «**المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني**».

ومن أسباب نشأة حركة حماية المستهلكين:

- حصول المستهلك على سلع وخدمات.
- لا تكون له نية مسبقة للمضاربة.
- لا يتمتع بالقدرة الفنية للحكم على ما يسعى لاقتنائه.
- بالمقابل يتمتع المحترف والمنتج أو البائع الموزع، بمركز أقوى من حيث المعرفة والقدرة الفنية.

---

[8]- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير سنة 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05، الصادرة سنة 1990. معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم01- 315 المؤرخ في16 أكتوبر2001، ج.ر عدد 61، صادر في 21 أكتوبر2001.

[9]- قانون رقم 04-02 مؤرخ في23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر عدد 41، صادر في27 جوان 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم10-06،المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر عدد 46، صاد في 18 أوت 2010.

لذا عملت الكثير من التشريعات منها المشرع الفرنسي والقانون الأوربي، والتشريعات العربية، دون الجزائري، بتكريس حق العدول عن العقد لمصلحة المستهلك حماية له وتحقيقا لمصالحه، خاصة أنّه يفتقر إلى الخبرة والمعرفة مقارنة بخبرة الطرف الآخر، ثم قصور القواعد العامة لحماية المستهلك.

أولا: تعريف حق العدول في عقد الاستهلاك.

يعدّ العدول عن العقد حق من الحقوق التي قررت للمستهلك في العديد من التشريعات منها القانون المغربي من خلال القانون رقم 108-03[10]، عرف حق العدول على أنّه: «**وسيلة قانونية يسمح بمقتضاها لأحد طرفي العقد أن يعيد النظر في شروط العقد قبل إبرامه وقبل تنفيذه خلال مدة محددة قانونا ويستعملها من تقررت لمصلحته بإرادة منفردة دون اتفاق مسبق**».

كما عرف حق العدول بأنّه: تعبير عن إرادة مخالفة لما وقع الاتفاق عليه، ثم عرف أيضا أنّه: سلطة أحد المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلّل دون آثار قانونية.

من خلال هذه التعاريف يمكن استنتاج بعض الخصائص لحق العدول:

- يرد حق العدول على العقد اللازم كالبيع والإيجار دون العقود غير اللازمة معقد الوكالة.
- مصدر حق العدول هو القانون، أو الاتفاق ويتقرر بإرادة منفردة للمستهلك، دون اللجوء إلى القضاء، أو موافقة الطرف الآخر.
- حق العدول من الحقوق المؤقتة المحددة بمدة وذلك حفاظا على استقرار المعاملات.[11]

ثانيا: نطاق تطبيق حق العدول في مجال حماية المستهلك.

من خلال تفحص قانون الاستهلاك الفرنسي نجده قد استبعد بعض الحقوق من تطبيق هذه القاعدة التي نص عليها في المادة 121، 20، 2 وهي:

- عقود توريد الخدمات التي يبدأ تنفيذها بالاتفاق مع المستهلك، قبل انتهاء المدة المقررة لممارسة حق العدول.
- عقود توريد السلع يتم تصنيفها وفق خصوصيات المستهلك.

---

[10]- كرس التدابير الخاصة بحماية المستهلك كخطوة جد مهمة في مسار الدفاع على حقوق المستهلكين حيث عزز الحقوق الأساسية للمستهلك – الحق في الإعلام – الحق في حماية الحقوق الاقتصادية – الحق في التمثيل- الحق في التراجع – الحق في الاختيار – الحق في الإصغاء إليه.

كرس هذا القانون في المادة 35 حق المستهلك في الرجوع عب العقد خلال 7 أيام و 30 يوما إذا لم يف المورد بالتزاماته.

[11]- عبد الرحمن خليفي، حماية المستهلك الالكتروني في القانون الجزائري – دراسة مقارنة-، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، العلوم الإنسانية، المجلد 27، العدد 1، 2013.

- عقود توريد الصحف والدوريات والمجلات لأنّها ذات طبيعة مؤقتة العدول عنها يجعلها غير صالحة ويفقد قيمتها وكذلك.
- عقود الخدمات والرهان وأوراق اليانصيب المصرح بها والسبب يعود أن هذه العقود طبيعتها تجعل حق العدول غير ممكن خاصة إن كانت السلع سريعة التلف.[11]

1) حق العدول في عقد القرض الاستهلاكي في القانون الجزائري:

نظم المشرع الجزائري عقد القرض الاستهلاكي انطلاقا من القانون المدني، وذلك في المادتين 457 و 458.

أ- تنظيم عقد القرض الاستهلاكي في القانوني المدني:

اعتبره ذلك العقد الذي يلتزم به المقرض بأن ينقل إلى المقترض ملكية مبلغ من النقود أو شيء مثلي آخر على أن يرد إليه المقترض عند نهاية القرض نظيره في النوع والقدر والصفة.

ومن خلال هاتين المادتين حدد أحكام عقد القرض الاستهلاكي باعتباره عقدا زمنيا ينتهي بانتهاء الأجل المتفق عليه لكن للمقترض حق إنهاء العقد والعدول عنه بعد 6 أشهر على القرض ويعلن رغبته في الإلغاء وعلى أن يتم الرد من المقرض في أجل لا يتجاوز 6 أشهر من تاريخ إعلان العدول.

ب- تنظيم العقد الاستهلاكي بموجب نص خاص:

بالرغم من أنّ عقد القرض الاستهلاكي يعد من العقود التي أوردها المشرع الجزائري في القانون المدني، إلا أنّه اعتبر من العقود الحديثة نسبيا عالجها المشرع مقارنة بالتشريع الفرنسي نظرا لصعوبة وخطورة هذا العقد على إرادة المستهلك التي قد يتعرض لها بسبب سرعة الاستدانة دون أن يعني عواقب الأمور وهو ما دفع المشرع الجزائري إلى تنظيم هذا الموضوع بأكثر جدية ودقة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 15-114 بتاريخ 12 ماي 2015، ولو أنه قد عرف القرض الاستهلاكي في المادة 20/03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 [12]. كما عرف المرسوم السالف الذكر هذا العقد في المادة 2/2 على أنه كل بيع لسلع يكون الدفع فيه إلى أقساط أو مؤجلا أو مجزأ.

ج- تحديد مدة حق العدول عن عقد القرض الاستهلاكي:

حماية لرضا المستهلك أضاف للحقوق التي تتمتع بها من حق في الإعلام عن القرض قبل وبعد انعقاده.

---

[12]- المادة 20/03، « **القرض الاستهلاكي: كل عملية بيع للسع والخدمات يكون فيها الدفع مقسطا أو مؤجلا أو مجزءا**».

أدرج حق مفترض يخص مهلة التفكير والتدبير يلتزم المقرض خلال تلك المهلة الإبقاء على العرض أو يعدل عن إيجابه عند انتهاء المدة. وهذه النقطة لها أثر بالغ في حماية رضا المستهلك للفترة السابقة لعقد القرض.

وبعد ذلك حق للمستهلك في إرجاع السلعة أو رفض الخدمة خلال مدة يحددها القانون دون إبداء مبررات، مع التزام التاجر برد قيمتها وتحمل المستهلك مصاريف الرجوع فقط. وهو ما تؤكده المادة 2/11 من المرسوم 114/15 السالف الذكر:«...**غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدته 8 أيام عمل تحسب من تاريخ إمضاء العقد طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما**».

أضافت المادة 1/14 أنّه: «**عندما يتم بيع المنتوج على مستوى المنزل فإن مدة العدول تكون بـ 7 أيام مهما يكن تاريخ التسليم أو تقديم السلعة**».

د- كيفية ممارسة حق العدول:

جعل لإجراءات ممارسة هذا الحق تتم وفق القواعد العامة وهي:

1) أن يتّم العدول بالتعبير الصريح المباشر عن رغبته في العدول كما هو محدد في المادة 1/6 من ق. م. ج، كما يتم برسالة موصي عليها مع وصل استلام قياسا على الحق في العدول المقرر في عقد التأمين المادة 90 من قانون التأمينات.
2) أن يتّم العدول خلال المدة المحددة قانونا، وما يميز هذا العقد أنّ الآثار المترتبة عن استعمال حق العدول، لا تسري واجبات المقترض إلا من تاريخ تسليم السلعة التي استوفى القرض من أجلها، وتتوقف في حالة انقطاع هذا التسليم المادة 08 من قانون التأمين، وفي حالة بيع متوال فإن واجبات المقترض تسري ابتداء من بداية تسليم السلعة وتتوقف في حالة انقطاع هذا التسليم.

ثانيا: موقف المشرع الجزائري من حق العدول عن العقد في مشروع تعديل القانون 03/09.

تتسم العقود التي يبرمها المستهلك عامة عقودا عن بعد بمختلف الطرق، سواء عن طريق الهاتف أو التلفزيون أو عن طريق الانترنت، وهي تسمى بالبيوع عن بعد.

اعتبر حق العدول في هذا النوع من العقود من أهم الضمانات التي يستفيد منها المستهلك لعدة أسباب منها:

- عدم رؤية المبيع.
- الدعاية والإعلان المغري.
- عدم الدراية الفنية للمستهلك.

لقد ناقش المجلس الشعبي الوطني مشروع قانون تعديل القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أدرج من خلال هذا المشروع حق العدول عن الشراء لصالح المستهلك، وذلك من خلال المادة 19 لهذا المشروع، ولقد علق بعض المسؤولين منهم السيد تومي

المدير التنفيذي للفيدرالية الجزائرية للمستهلكين على أن هذه القاعدة ستدخل ثقافة جديدة في المجتمع الجزائري، إذ تنص هذه المادة: « **يجب أن لا يمس المنتوج المقدم للمستهلك بالمصلحة المادية ولا يُسبب له ضررا معنويا. وفي إطار كل بيع يمنح المستهلك أجل للعدول دون دفعه لمصاريف إضافية**».

كما أشار النص كذلك على أجل العدول وعلى قائمة المنتوجات المعنية به التي تحدد عن طريق التنظيم.

وتم اقتراح أثناء النقاش مدة 15 يوما من تاريخ اقتناء المنتوج وتجريبه والسماح له برده، هذه المدة تضمن للأشخاص القاطنين بعيدا إمكانية العودة لرد المنتوج. كم أنّ هذا الحق يفرض على التاجر أو البائع استرداد المنتوج وإرجاع المبلغ للمستهلك.

كما علق بعض الحاضرين منهم ممثلة وزارة التجارة على أنّ حق العدول لا يخص المنتوجات التي يكشف فيها عطب أو عيوب لأن هذه تدخل ضمن حق ضمان المنتوج.

في حالة رفض التجار تعويض مبلغ الشراء يمكن للمستهلك التقرب من جمعيات حماية المستهلكين والمفتشيات على مستوى الولايات لإيداع شكواهم بعد تقديم فاتورة الشراء، أو الاتصال بالرقم الأخضر لوزارة التجارة 20/10 عن طريق الثابت أو 3000 عن طريق الهاتف المحمول.

خاتمة:

في ختام هذه المداخلة يتبين مدى ما لحق العدول من أهمية خاصة بالنسبة لحماية رضا المستهلك من إبرام العقود بدون دراية ومعرفة ومجازفة تؤدي في معظم الأحيان إلى الندم خاصة أنّ أغلب عقود الاستهلاك تبرم عن بعد هذا من جهة، ومن جهة ثانية فإنّ إقرار هذا الحق لطرف واحد يخلق نوع من عدم التوازن ومساس بمبدأ العقد شريعة المتعاقدين، وبالتالي فهو عبارة عن توسيع في الاستثناءات الواردة عنه في مصلحة المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة.

وممارسة هذا الحق يؤدي حتما إلى زوال ذلك العقد وانقضاءه ويرد التاجر الثمن للمستهلك دون أن يتماطل حتى لا يعد تعسفا له[13] ولا يطالب المستهلك إلا برد السلعة كما تسلمها دون تعويض أو مصاريف أخرى، باعتباره حقا مجانيا لا يرتب أي جزاء من خلال حق العدول.

وما يعاب على المشرع الجزائري أنه قرر حماية المستهلك من خلال حق العدول في مجال الائتمان منذ 2015، ولم يدرجها في قانون حماية المستهلك في 2018 إلا إثر مشروع تعديل قانون 09-03 الذي تمت المصادقة عليه ولم يصدر بعد.

---

[13]- خاصة أن المشرع الفرنسي رتب مسؤولية جزائية على التاجر أو البائع الذي يتماطل على رد الثمن ويتجاوز المدة القصوى لذلك وهي 30 يوما وإلا يترتب عن ذلك دفع غرامة تأخيره لصالح المستهلك.

مبدأ الحيطة كأساس لحماية المستهلك

د/زيدالمال صافية
جامعة تيزى وزو

مقدمة:

يعتبر مبدأ الحيطة تطورا جديد لحماية المجتمع والبيئة من الأخطار غير المعروفة[1]، فهو مبدأ يستجيب للتخوفات من الآثار الضارة التي تنجم عن استعمال التكنولوجيا المتطورة والمواد الخطيرة، في غياب اليقين العلمي حول الأخطار المحتملة، إذ لا يشترط تطبيق مبدأ الحيطة معرفة جيدة ويقينية بالأخطار فيكفي أن تكون هناك شكوك بوقوعها، حتى تصبح السلطات العامة في الدولة ملزمة باتخاذ كل التدابير اللازمة لمنع وقوع أخطار محتملة.

حتى أواسط التسعينات لم يكن مبدأ الحيطة معروفا خارج المجال البيئي ومباشرة بعد ظهور مرض جنون البقر في أوربا منذ 1984، قضية الدم الملوث والغضب الشعبي الذي أثارته وتوجيه الانتباه إلى هذه المخاطر دعت السلطات إلى الاهتمام أكثر بحماية المستهلك، وجدت أن أساس حماية المستهلك هو إدخال مبدأ الحيطة من أجل وقاية أفضل من مخاطر المواد والمنتوجات التي تشكل تهديدا حقيقيا على صحة وسلامة المستهلك.

من هنا أصبح مبدأ الحيطة له صلة بالأمن الغذائي والصحة للمجتمعات[2]،حيث يجب على كل منتوج أن تتوفر فيه ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك أو أمنه. وتعددت مجالات تطبيقه، فما مدى فعالية مبدأ الحيطة في توفير الحماية لصحة المستهلك؟ تكون الإجابة عن هذه الإشكالية بالتعرض لتحيد طبيعة مبدأ الحيطة ثم امتداد المبدأ إلى مجال حماية المستهلك بعدما كان يخص البيئة فقط وأخيرا تطبيقات المبدأ في بعض القضايا ذات أهمية دولية.

المحور الأول: طبيعة مبدأ الحيطة

على الرغم من الاختلاف في صياغة مبدأ الحيطة في مختلف الاتفاقيات الدولية والاعلانات الدولية والتشريعات التي تتضمن مبدأ الحيطة فهناك شروط أساسية لتطبيق مبدأ الحيطة وتحديد قيمته القانونية.

أولا –تعريف مبدأ الحيطة

لا يوجد تعريف جامع مانع استقر عليه الفقه القانوني وإنما توجد مجموعة من التعاريف منها:

---

[1]-Gilde LANNOI،«Sagesse،Prudence،précaution» Revue juridique de l’environnement، numéro spécial، principe de précaution,, 2008, p. 12-14

[2]- Christophe RADE، «le principe de précaution، nouvelle étique de la responsabilité» ; revue juridique de l’environnement، Numéro spécial، op.cit. p. 75-76

يقصد بمبدأ الحيطة: اتخاذ جميع التدابير والاحتياطات اللازمة لمنع وقوع الأضرار الجسيمة التي يثور الشك حول إمكان وقوعها إذا ما رخص بإقامة نشاط معين، على الرغم من عدم وجود أدلة علمية أو يقين علميي يؤيد هذا الشك[3].

كما يمكن تعريفه انه السلوك الذي يجب أن يتبعه كل شخص يتخذ قرار يتعلق بنشاط يفترض أنه ينطوي على خطر جسيم للصحة أو أمن الأجيال الحالية والمقبلة أو للبيئة، ويفرض هذا السلوك بصفة خاصة على السلطات العامة التي يجب عليها تغليب ضرورات الصحة والأمن على حرية تبادل السلع سواء بين الخواص أو بين الدول[4].

وحسب مجموعة من المؤلفين منهم و K.VINEY لا يعتبر مفهوم الحيطة ابتكارا أو اكتشافا جديد وإنما يرتكز على مفهوم معروف ثم تجاهله ألا وهو الحذر(prudence)، الذي يعني بصفة خاصة التزام المقررين في السلطة العامة الأخذ في الاعتبار الأخطار والأضرار غير المعروفة[5].

ثانيا–شروط تطبيق مبدأ الحيطة

يتحدد مضمون مبدأ الحيطة بعدم توفر اليقين العلمي، خطر محتمل، تكاليف اقتصادية معقولة.

1– عدم توافر اليقين العلمي عن الأخطار:

تنص الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية المتضمنة لمبدأ الحيطة على عبارة عدم توافر اليقين العلمي مع اختلاف بسيط في المصطلحات المستعملة، هناك من فضلت استعمال عبارة الدلائل أو الاثباتات القاطعة أو غياب الدلائل العلمية، ويعد بروتوكول قرطاجنة حول السلامة الإحيائية سنة 2000 الأداة القانونية الوحيدة التي عرفت مفهوم عدم توافر اليقين العلمي بأنه: "عدم كفاية المعلومات والمعرفة العلمية ذات الصلة فيما يتعلق بمدى حدة الآثار الضارة المحتملة (المادة 6/10)[6].

هكذا يعتبر تطبيق مبدأ الحيطة على المخاطر غير المعلومة والمحتملة على البيئة أو صحة الإنسان عندما تكون المعلومات غير مكتملة أو أن الأدلة غير مؤكدة، فعدم وجود يقين علمي حول أخطار معينة يؤدي إلى اتخاذ تدابير احتياطية طبقا للمقولة الفرنسية المشهورة"dans le doute، abstient toi"

---

[3] -Pascal MARTIN BIDOU، «Principe de précaution en droit international de l'environnement , revue générale du droit publique, N°3, 1999, p.. 632

[4]- Pierre BECHMAN، Véronique MANSUY، le principe de précaution،Litec، Paris, 202, p. 58

[5]-Pierre BECHMAN، Véronique MANSUY op,cit p. 58

[6]–بروتوكول قرطاجنة بشأن السلامة الاحيائية المتعلق باتفاقية التنوع البيولوجي المعتمد بمونتريال في 2000/01/29. الذي صادقت عليه الجزائر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04–170 المؤرخ في 2004/06/08 ج.ر عدد 38 الصادر بتاريخ 2004/06/13

يعني عند وجود الشك امتنع.[7]

2-الخطر المحتل:

لا يتعلق عدم توافر اليقين العلمي بأخطار مؤكدة وإنما تخص أخطارا مفترضة محتملة ومن مهمة الخبراء تقدير درجة احتمال وقوع الخطر، يعني أن مبدأ الحيطة يهدف لمواجهة أخطار محتملة الوقوع غير مقبولة اجتماعيا.إن تقييم الأخطار المحتملة بطبيعتها تعتبر عملية معقدة وتبرز المظهر المتناقض في مبدأ الحيطة[8]. السؤال المطروح هنا كيف يمكن تقدير خطورة الأضرار الجسيمة والمحتملة التي لا يمكن إصلاحها وغير معروفة؟ من الصعب جدا إن لم نقل مستحيل معرفة وتقدير درجة الخطورة، ومدى احتمال حدوثها إذا لم تتوفر حقائق علمية كافية[9]

3-أنتكون تكلفة التدابير الاحتياطية الفعالة معقولة:

يقصد من هذا الشرط استعمال أحسن التقنيات المتوفرة بتكلفة اقتصادية مقبولة تتناسب والمستوى الاقتصادي للدولة المعنية، يعني ذلك أن التدابير تكون فعالة بأقل تكلفة اقتصادية ممكنة من خلال اللجوء الى أفضل وسائل التكنولوجيا المتاحة[10]. ويرى في هذا الصددJ. P BARDI اقتصادي في منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أنه: لا يمكن للدولة أن تحقق أهدافها بأي ثمن كان، وذلك ما أخذ به المشرع الفرنسي في قانون Barnier سنة 1995الذي أخذ بوجهة نظر الاقتصاديين فنص على استخدام أفضل تكنولوجيا متوفرة بتكلفة اقتصادية مقبولة[11] .

4-شرط تناسب الإجراءات والتدابير مع الخطر:

يتعين أن تكون الإجراءات والتدابير الاحتياطية التي تتخذها السلطات العامة سواء السياسية أو الإدارية ملائمة ومتناسبة مع الخطر أو حالة الضرورة، كما يتعين أن تتغير مع تغير درجة الخطر، وبالتالي فإن هذه الإجراءات من الممكن أن تتسم بالشدة عند عدم الإلمام بكافة جوانب الخطر، ثم تبسيط هذه التدابير مع تطور فكرة الخطر بعد إجراء الدراسات العلمية، كما يمكن

---

[7] - Cécile DEROANY, des principes de la précaution analyse de critères commun et interprétation différenciée RJE, N° 2 /2004, p. 148

[8] -Pascale Martin BIDOU، op.cit. p. 647-648

[9] - Nicolas DESADELLER، Les principes pollueurspayeurs، prévention précaution (essai sur la Genèse et la porte juridique de quelques principes du droit de l'environnement،Bruyland، Bruxelles, 1999, p. 169

[10] -عمارة نعيمة، مبدأ الحيطة ومسؤولية المهنيين أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013، ص 107.

[11] - Cité par Gertrude PIERATTI et Jean Luc PRAT, « Droit économie développement durable des relations nécessairement complémentaire mais inévitablement ambigües » Revue juridique de l'environnement, N°3, 2003, p. 441.

أن تتغير بتطور وتقدم العلم [12]، فلا بد أن تتوفر ثلاث شروط لتحقيق مبدأ التناسب وهي كالآتي:

-استحالة اتخاذ تدابير أقل شدة.

- التوازن بين آثار التدابير المتخذة والخطورة الفعلية على الصحة للمنتوجات المعروضة في السوق.

- الطابع الضروري للتدابير المتخذة[13].

5-حالة الضرورة:

لابد من توفر حالة الضرورة لتتدخل السلطات العامة لمواجهة الخطر المحتمل ولابد أن يثبت الخبراء هذه الحالة عدم اليقين العلمي وتقييم درجة الخطورة، فالأمر يتطلب حدا أدنى من التحليل العلمي الذي يعد إجباريا لتطبيق المبدأ، فمجرد الخيال أو التخمين لا يكفي لتطبيقه[14]. يوضح مرض جنون البقر هذه الحالة، وأن عدم توافر المعلومات الكافية حول خطورة الوضع يستدعي تطبيق مبدأ الحيطة [15].

6-الطابع المؤقت للتدابير الاحتياطية:

يعني أن التدابير التي تتخذها الدول في إطار مبدأ الحيطة تعتبر بطبيعتها مؤقتة وقابلة للمراجعة أو التعديل وإعادة التكييف حسب نتائج البحوث والدراسات العلمية، إذ قد يؤدي ذلك الى التطور في تقييم الخطر أو تخفيض درجة الخطورة أو إزالتها تماما[16]، فعلى الدول بذل جهودها للحصول على معلومات إضافية ضرورية للوصول إلى تقييم وتقدير أكثر موضوعية للخطر ودراسة نتائج التدابير الضرورية في مدة معقولة[17].

فقد لجأت فرنسا إلى اتخاذ تدابير احتياطية في قضية جنون البقر استنادا إلى رأي لجنة الخبراء، كما اتخذت تدابير جديدة إضافية للرقابة فيما يتعلق بالحيوانات التي تعتبر سليمة، على الرغم من أنها أثارت عدة احتجاجات على ذلك.

---

[12]- عبد الحفيظ علي الشيمي، مبدأ الحيطة في المجال البيئي وأثره على بعض الحقوق والحريات، دار النهضة العربية، د ط، 2011، ص 117

[13] -Philipe ICARD, «L'articulation de l'ordre juridique communautaire et des ordres nationaux dans l'application du principe de précaution» Revue juridique de l'environnement N° spécial sur le principe de précaution, op.cit. p. 38.

[14]- عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 107.

[15] -Philippe ICARD, op.cit. p. 38-39.

[16]Cecile DEROANY, op.cit. p. 154-155

[17] -Philippe ICARD, op.cit. p. 39-40

ثالثا –القيمة القانونية لمبدأ الحيطة:

على الرغم من أن مبدأ الحيطة كرس على نطاق واسع في مجال القانون الدولي للبيئة، كما نصت عليه قوانين مختلف الدول وأقرت به الهيئات القضائية وأبدى الفقه اهتماما به، لكن هذا لم يجعل المبدأ يحظى بالإجماع حول طبيعته، فكان ينظر لمبدأ الحيطة من خلال الاتفاقيات الدولية التي تتضمن المبدأ على أنه قاعدة قانونية لها قيمة القواعد الاتفاقية ويعبر عن قيم المجتمع، بالنسبة للبعض الآخر يعتبر قاعدة اتفاقية يجب التمسك بها في مواجهة كل من يعرض الغير للخطر، ويرى فيه البعض الآخر أنه مبدأ عملي يدعو إلى التطور لم يستقر بعد فهو في طور التطور المستمر[18].

بينما ذهب رأي آخر إلى أن مبدأ الحيطة ما هو إلا مبدأ توجيهي، لكن هذه الرؤية كانت محل انتقاد فقهي وتشريعي لأنها لا تتفق مع ما هو مستقر علية الآن من أن مبدأ الحيطة أصبح جزءا من النظام القانوني للدول الذي تبنته مثل القانون الأوروبي والقانون الفرنسي. وبالتالي لا يعد قاعدة توجيهية وإنما قاعدة قانونية بكل ما يترتب عليها من نتائج قانونية. في هذا الإطار فإن كلا من الولايات المتحدة وكندا في قضية اللحوم الهرمونية نظرت لمبدأ الحيطة على أنه لا يزال قريبا من المبادئ التوجيهية لقرارات السلطات العامة في الدولة، أما بالنسبة لمجلس الدولة الفرنسي فقد منح مبدأ الحيطة قيمة القاعدة العرفية مصدرها القانون الدولي[19]، كما يعد مبدأ الحيطة في نظر البعض مبدأ سياسيا رغم تكريسه في العديد من الاتفاقيات الدولية والتشريعات الوطنية،

هكذا يبقى مصطلح مبدأ الحيطة يثير الإشكالات في التفسير بحكم تنوع المفاهيم التي يطرحها وله مضمونا سياسيا[20]. وينتمي إلى القواعد ذات المضمون الغير المحدد لأن القواعد التوجيهية تأتي في عبارات عامة مجردة وتمنح بعض الاختصاصات للسلطات العامة في إطار بعض السياسات العامة كالصحة والاستهلاك والبيئة [21]. ويرى البعض الآخر أن مبدأ الحيطة أصبح الدافع الأساسي لتحريك المسؤولية، وأن هذه المسؤولية التي يرتبها المبدأ لا تطبق على الأضرار البسيطة التي يمكن إصلاحها وإنما تطبق على الأضرار الجسيمة وفي نطاق تكلفة اقتصادية مقبولة، [22].

---

[18]–عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 6.

[19]– عبد الحفيظ علي الشيمي، مرجع سابق، ص60، 61

[20] - Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit, p. 3

[21]– نعيمة عمارة، مرجع سابق، ص 7. للتفصيل أكثر، أنظر: زيد المال صافية، حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة في ضوء احكام القانون الدولي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص 351–354

[22]–عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 7

خلافا لكل ذلك هناك من يرى أن مبدأ الحيطة يحظى بقيمة دستورية، [23]بالفعل نجد أن مبدأ الحيطة يتمتع بقيمة دستورية في بعض الدول الأوربية كقبرص، ألمانيا، بلجيكا[24]، فرنسا بعدما ألحق ميثاق البيئة بالدستور الفرنسي في 2004. ويرى البعض الآخر أن مبدأ الحيطة له قيمة أعلى من القانون مبررا ذلك بوجود مبدأ الحيطة منصوص عليه في مختلف الاتفاقيات الدولية التي طبقا للدستور الفرنسي والجزائري، حيث يجب استبعاد تطبيق القاعدة القانونية التي لا تتوافق أو تخالف اتفاقا دوليا [25].

المحور الثاني

امتداد مبدأ الحيطة من مجال البيئة إلى مجال الصحة والامن الغذائي

إن امتداد مجال تطبيق مبدأ الحيطة من قانون حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة وإقحامه في مجال آخر قريب منه وهو صحة وسلامة المستهلك، يجد هذا الامتداد مصدره سواء في القانون الدولي أو قانون المجموعة الأوربية أو في القوانين الداخلية.

أولا–في القانون الدولي:

لم يتعرض جهاز تسوية النزاعات في المنظمة العالمية للتجارة لمسألة تطبيق مبدأ الحيطة، إلا في إطار الاتفاقيات وفي القضايا التي تتعلق بالتدابير الموجهة لاستبعاد خطر أضرار بعض المنتجات على الصحة العامة، مثلما هو الحال في قضية "اللحوم الهرمونية"، حيث قامت المجموعة الأوربية بحضر استعمال واستيراد لحوم البقر التي تتغذى من بعض الهرمونات لمضاعفة الإنتاج الحيواني واحتجت الولايات المتحدة وكندا على الخطر.

قد كان هدف لجنة كودكس للتغذية (Commission du Codex alimentaire)–هيئة تم إنشاؤها من طرف منظمة الأمم المتحدة للتغذية والزراعة (FAO) ومنظمة الصحة العالمية (OMC) في 1962. وضع قواعد ومعايير دولية في المجال الغذائي لتنظيم العلاقة بين التبادل الحر والأمن الغذائي وترقية الممارسات التجارية الشريفة وحماية صحة المستهلكين، فهو جهاز للتقييس التقني[26].

في الواقع تضع هذه الهيئة قواعد تحفيزية غير ملزمة، رغم ذلك فإن قانون التجارة الدولية أخذ في الاعتبار خصوصية المجال الغذائي، فوضع في المرتبة الأولى المعايير المحددة في إطار لجنة كودكس للتغذية، إذ أن اتفاق الصحة والصحة النباتية SPS يشير صراحة إلى للجنة، حيث تقضي ديباجته أن اتخاذ تدابير الصحة والصحة النباتية المنسجمة بين الدول الأعضاء يكون على

---

[23] - Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit, p. 57
[24] - Nicolas DE SADELLER, op.cit. p. 43 et s.
[25] - Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit, p58.
[26] -Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit,., p.15.

أساس المعايير والتوجيهات والقرارات الدولية التي تم إعدادها في إطار المنظمات الدولية بما فيها لجنة كودكس للتغذية وبالتالي فإن الدول التي تحترم معايير كودكس تستفيد من قرينة احترام والامتثال لاتفاق SPS.

مع ذلك لم يرد مبدأ الحيطة من بين المبادئ العامة للجنة codex للأغذية، على الرغم من أن الاتحاد الأوربي لجأ إلى هذا المبدأ في قضية اللحوم الهرمونية، لهذا دعا في سنة2000 اللجنة لتقديم تعريف والاعتراف به في المسائل الغذائية[27]،فجاء التعريف على أن عندما يشير التقييم الأولي للأخطار إلى احتمال وقوع آثار غير مقبولة على صحة الإنسان تنجم عن الأخطار الموجودة في مادة غذائية، فإن غياب المعلومات العلمية الكاملة لا يثار لتأجيل اتخاذ تدابير خاصة متناسبة مع الأخطار تهدف إلى الوقاية من تلك الآثار [28].

ثانيا–قانون المجموعة الأوربية:

إذا كانت فصول اتفاق المجموعة الأوربية المتعلقة بمجال حماية الصحة والمستهلكين ومجال السياسة الزراعية المشتركة لا تشير صراحة لمبدأ الحيطة، فإن أعمال المجموعة تشير صراحة لهذا المبدأ، مما قد يؤدي إلى تصور تعديلات محتملة في اتفاق المجموعة الأوربية في اتجاه الأخذ في الاعتبار بطريقة أفضل لمبدأ الحيطة وذلك ما يظهر مما يلي:

1–سياسة حماية المستهلك:

تم إدماج سياسة حماية المستهلك في إطار اتفاق المجموعة الأوربية بموجب اتفاق ماسترخت 1992الذي يقضي بأن المجموعة الأوربية تساهم في تعزيز حماية المستهلك (المادة 153)، كما أكد اتفاق أمستردام على أن المجموعة الأوربية تساهم في حماية صحة وأمن المستهلك. لقد تمت الإشارة إلى هدف حماية الصحة العامة، حتى ولو لم تشر هذه المادة الى مبدأ الحيطة صراحة، في 1999/07/28 تبنى المجلس الأوربي قرارا يتعلق بسياسة المجموعة لحماية المستهلك، الذي يدعو فيه اللجنة إلى الأخذ في الاعتبار مبدأ الحيطة عند إعداد مشاريع قوانين مرتبطة بسياسة المستهلك.

2–سياسة الحماية الصحية:

إن التوجيه الأوربي 92/59/CEالمتعلق بالأمن العام للمنتوجات هدفه حماية صحة وأمن المستهلكين يقضي بإمكانية اتخاذ تدابير ضرورية بصفة وقائية في حين يبدو أن تطبيق مبدأ الحيطة من الصعب أن يتوافق مع شروط الالتزام بالأمن العام للمنتوجات، ومن أجل إدماج مبدأ الحيطة تمت إعادة صياغة التوجيه السالف الذكر في ديسمبر 2001 وتغييره قبل جانفي 2004.

---

[27] -Christine. NOIVILLE, « Principe de précaution et organisation mondiale de commerce, le cas du commerce alimentaire », journal du droit international, N 2/2000, p. 263

[28]- Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit. p. 38.

يلزم هذا التوجه المنتجين بعدم عرض إلا المواد الآمنة في السوق، وأن احتمال انطواء أحد هذه المنتوجات على أخطار لا يمكن معالجتها بصفة فعالة إلا في إطار الإجراءات الخاصة، يؤدي ذلك بالسلطات العامة في الدول الأعضاء إلى اتخاذ تدابير الضرورة التي تتمثل في المنع أو الحظر المؤقت أو سحب المنتوج أو توبيخ الأشخاص المعنية، وأن ذلك لا يطبق إلا بالنسبة للمنتوجات التي يمكن أن تكون خطيرة مهما كانت طبيعة الخطر، فالسلطات المختصة يجب أن تتخذ تدابير متناسبة مع خطورة الضرر والأخذ في الاعتبار قانونا مبدأ الحيطة [29].يكون تبرير تقييد مبدأ حرية تنقل البضائع واللجوء إلى مبدأ الحيطة على أساس المادة 30 من التوجيه التي تقضي بأن الصحة وحياة الأفراد تحتل المرتبة الأولى حسب الاجتهاد القضائي المتواصل للمحكمة. يستخلص من ذلك أن مبدأ الحيطة كان معترفا به في مجال حماية الصحة. [30]

ثالثا–في القوانين الداخلية:

سبق وأن أشرنا أن كان مجال تطبيق مبدأ الحيطة مقتصرا على المجال البيئي، لكن بفضل توعية الرأي العام تمت المطالبة بتطبيق في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وذلك في مختلف الدول كفرنسا والجزائر مبدأ الحيطة لحماية المستهلك من الأضرار الخطيرة، التي قد يتعرض لها بفعل المنتوجات المختلفة التي قد يستهلكها.

1–في فرنسا:

صرح مجلس الدولة الفرنسي في 1998 أن تطبيق مبدأ الحيطة هو معيار جديد لسلوك المسؤولين في مجال الصحة، كما جاء في تقرير المجلس الوطني للتغذية في 2001/09/20 المتعلق بمبدأ الحيطة والمسؤولية في مجال التغذية. مع ذلك لا يعتبر مبدأ الحيطة جزءا مطلقا في قانون الصحة والتغذية، بما أنه لا يوجد هذا المبدأ لا في قانون المستهلك ولا في القانون الريفي ولا في قانون الصحة العامة، إلا أنه يمكن تحديد معالمه في قانون المستهلك في إطار القواعد المتعلقة بالأمن العام للمنتجات في الفصل المتعلق بالوقاية في المادة L221/1 et s.

لم يتردد مجلس الدولة في رقابة مشروعية التدابير الإدارية المتخذة في مجال الصحة العامة وأمن المستهلكين، مما أدى إلى تأييد عدة حالات طبقت فيها تدابير استثنائية لمواجهة حالة الضرورة أو الشك. نذكر على سبيل المثال:

- قرار منع عرض في الأسواق أسماك المياه العذبة المستوردة من أوغندا، كينيا، تانزانيا، ويجب سحب هذه المنتوجات حيثما وجدت والتخلص منها بحرقها.
- قرار بمنع استغلال وتربية الأبقار المصابة بمرض ESBوإلزامية اتخاذ تدابير صحية.

[29] -Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit, p. 44-45
[30] - Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit., p. 52

– إلغاء قرار رئيس البلدية الذي سمح بتأسيس برج أسلاك يبعد بحوالي 26 متر من مجموعة من المدارس المجاورة على أساس الخطر المحتل على صحة الأفراد المعرضة باستمرار لمجال الكهرومغناطيسي [31].

لقد أعطت هذه القرارات مدلولا معياريا لمبدأ الحيطة في مجال الصحة العامة وأمن المستهلك، تعد كل هذه القرارات الإدارية تطبيقا للتدابير الاحتياطية التي تفرض في مجال الصحة العامة حتى ولو لم يستعمل المجلس مفهوم مبدأ الحيطة المنصوص عليه في المادة L110/1 من قانون البيئة، كما حاولت هيئات قضائية أخر تطبيق مبدأ الحيطة في مجال الأخطار على الصحة.

2 –في القانون الجزائري:

أصبح مبدأ الحيطة مكملا للالتزام بالسلامة فأصبح من الثابت اليوم أن السلطات العامة في الدولة تتدخل بمجرد احتمال قيام خطر معين، وبعد دراسة النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بهذا المجال في القانون الجزائري نجدها تشير إلى فكرة الخطر المحتمل.

أ–النصوص المتضمنة القواعد الخاصة بمنتجات وخدمات معينة:

ارتبط مبدأ الحيطة بمنتجات جد معقدة في إنتاجها وتركيبتها وبمجالات حساسة بالنسبة للصحة والأمن والأدوية والصحة النباتية والبيطرية، كل نصوصها تضمنت الإشارة الصريحة لفكرة الخطر المحتمل وبالتالي فإن تطبيق التدابير الاحتياطية تبين رغبة المشرع في تبني الفكرة الجوهرية لهذا المبدأ، بدليل تضمن القانون المتعلق بحماية المستهلك فصلا خاصا تحت عنوان "التدابير التحفظية ومبدأ الاحتياط".

فقد جاء الفصل الأول من الباب الأول النص في القانون 09–03 [32] تحت عنوان: التدابير التحفظية فجاءت المادة 4 منه تقضي بوجوب توفر كل منتوج او خدمة على الضمانات ضد المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك وأمنه وأن تستجيب للرغبات المشروعة للاستهلاك، حيث تنص على أنه: "يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر ألا تضر بصحة المستهلك".

كما رخص هذا القانون لأعوان قمع الغش أن يتخذوا كافة التدابير الاحتياطية قصد حماية المستهلك وصحته وسلامته، حسب المادة 25من القانون 09–03ويصرح لهم بالرفض النهائي لدخول منتوج مستورد عند الحدود في حالة إثبات عدم مطابقته بعد المعاينة المباشرة أو بعد إجراء التحريات المدققة (المادة 54 من قانون 09–03) كما يخول لهم كذلك إيداع المنتوج أي وقف

---

[31] - Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit p.-55-56

[32]–القانون رقم 09–03 المؤرخ في 2009/02/25 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر عدد 15

المنتوج المعروض للاستهلاك، إذا ثبت بعد المعاينة المباشرة أنه غير مطابق للمادة 55 من قانون رقم 09-03.

كما خول لهم كذلك سحب المنتوج[33] المعترف بعدم مطابقته من حائزه وحجزه، بغرض تغيير اتجاهه أي إعادة توجيهه وإتلافه في حالة ما إذا تعذر استعماله استعمالا قانونيا واقتصاديا (المادة 57 من قانون رقم 09-03). يعتبر آخر إجراء يمكن اللجوء إليه في سلسلة التدابير الاحتياطية لتفادي الوقاية من الخطر المشبوه الذي ينطوي عليه المنتوج غير المطابق. ولا يخفي ما بين الشروط الصحية والسلامة من علاقة، ذلك أن غياب الشروط الصحية يؤدي حتما إلى تلوث أو فساد الأغذية المعروضة للاستهلاك وهذا ما تؤكده الأحكام الواردة في المرسوم التنفيذي رقم 91-53[34]، إذ تنص المادة 5 منه بأنه:

"يجب أن تكون المواد الأولية محمية من كل تلوث...".

وتنص المادة 1/6 من ذات المرسوم التنفيذي بأنه: "يجب أن تكون التجهيزات والمعدات والأماكن... بحيث يتجنب فيها كل تكوين لأية بؤرة تلوث".

وتنص المادة 2/10 من نفس المرسوم بأنه: "يجب أن تصرف المنتوجات... لاستبعاد أي تلوث".

تقضي المادة 2/11 من هذا المرسوم بأنه: "يجب أن تكفل تهوية جيدة لمنع ... أي تلوث للأغذية".

وتقضي المادة 35 من المرسوم التنفيذي رقم 92-284[35] على أن يمكن للوزير المكلف بالصحة أن يحدد قائمة أنواع النباتات الخاضعة للترخيص التقني المسبق للاستيراد وللقواعد الخاصة بصحة النباتات.

كما يرتبط النظام القانوني لسلامة المستهلك بالمرسوم التنفيذي رقم 93-140 المتضمن إنشاء مخبر وطني لمراقبة المنتوجات الصيدلانية[36] على أساس أن هذا المخبر يتولى في إطار

---

[33]- تنص المادة 59: "يتمثل السحب المؤقت في منع وضع كل منتوج للاستهلاك حيثما وجد عند الاشتباه في عدم مطابقته وذلك في انتظار نتائج التحريات المعمقة، لاسيما نتائج التحري والاختبارات والتجارب"، كما تنص المادة 24 من المرسوم التنفيذي 90-39 المؤرخ في 1990/01/30 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 5، المعدل والمتمم على أنه: "يمكن تطبيق السحب المؤقت على صنف من الخدمات او المنتوجات التي أثارت فعلا شكوكا لدى أعوان الرقابة أثناء الفحص"

[34]-المرسوم التنفيذي رقم 91-53 المؤرخ في 1991/02/23 المتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك

[35]- المرسوم التنفيذي رقم 92-284 المؤرخ في 1992/07/06 يتعلق بتسجيل المنتجات لصيدلانية في الطب البشري.

[36]- المرسوم التنفيذي رقم 93-140 المؤرخ في 1993/06/14 يتضمن إنشاء مخبر وطني لمراقبة المنتوجات الصيدلانية وتنظيمه وعمله.

مهمته مراقبة انعدام الضرر في المنتوجات الصيدلانية المسوقة بناء على المادة 4 منه التي نصت: "... يراقب انعدام الضرر في المنتوجات الصيدلانية المسوقة..."

ما يلاحظ على مختلف تطبيقات التدابير الاحتياطية في مختلف القوانين التشريعية والتنظيمية التي تقر المسؤولية عن عدم اتقاء المخاطر، فإنها تشمل على مبدأ الحيطة الذي يهدف إلى الوقاية من الأخطار الجسيمة التي تصيب الإنسان باعتباره مستهلكا، حتى عندما ترد قواعد احتياطية في قانون الصحة النباتية والحيوانية فإنها تهدف الى حماية المستهلك لكونها موارد مستهلكة بشريا. [37]

ب-إجراءات إعمال مبدأ الحيطة:

إذا كان يوجد ثمة خطر وأن هذا الخطر سيرتب أضرارا جسيمة يتعذر تداركها، ولكنه لا يوجد تأكيد علمي على هذا الخطر ونتائجه الضارة، فإنه يتعين اتخاذ مجموعة من الإجراءات التي يقتضيها مبدأ الحيطة وذلك لحماية الصحة العامة، تتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:

- قاعدة التأجيل المؤقت للنشاط وليس منعه:

أول إجراء يجب أن يتخذ لتطبيق مبدأ الحيطة سواء في المجال البيئي أو المجال الصحي هو التأجيل أو الإيقاف المؤقت للنشاط أو لمنتج أو لصناعة أو للتجارة في منتج معين. والجدير بالذكر أن الإيقاف المؤقت يختلف عن المنع، المنع يعد تطبيقا لمبدأ الوقاية وليس الحيطة، أما التأجيل فإنه إجراء يقوم على قرينة تتمثل في وجود رؤية أو نظرة سلبية لنشاط أو منتوج معين وهذه القرينة قابلة لإثبات العكس عن طريق البحث العلمي. فإجراء التأجيل لا يمكن اللجوء إليه إلا عندما يكون الخطر احتمالي ولا يمكن تداركه أو من الصعب تفاديه[38].

- قاعدة الحظر الكلي لعرض منتوج للاستهلاك:

ترمي قاعدة المنع الكلي لعرض منتوج للاستهلاك إلى منع المتدخل من عرض منتوجات مشبوهة بتأثيرها السيئ على صحة المستهلك، حيث يمنع استيراد وإنتاج وتوزيع وتسويق واستعمال المادة النباتية المحورة وراثيا[39]. كما يمنع صنع واستيراد وتوزيع كل منتوج استهلاكي يحتوي على مادة أو أكثر من المواد الكيميائية المحظورة استعمالها[40]، تعتبر قاعدة الحظر في مفهوم مبدأ

---

[37]- عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 106.

[38]- عبد الحفيظ علي الشيمي، مرجع سابق، ص، 114،115

[39]- المادة 1 من القرار المؤرخ في 2001/12/24 الذي يمنع استيراد وإنتاج وتوزيع وتسويق واستعمال المادة النباتية المعدلة وراثيا.

[40]-المادة 04 من المرسوم التنفيذي 97-254 المؤرخ في 1997/07/08 التعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها.

الحيطة الذي مفاده المنع الكلي لعرض منتوج مشبوه للاستهلاك حتى يتم التأكيد من تفادي كل الخطر[41].

- **قاعدة الترخيص المسبق:**

يتضمن مبدأ الحيطة تصورا جديدا فيما يخص الالتزام بأمن المنتوجات والخدمات الاستهلاكية، ذلك أنه في المفهوم التقليدي لهذا الالتزام كان عدم إثبات الخطر يفسر بغياب أي عيب يخص أمن المنتوج وبالتالي التسليم بأمنه للاستهلاك، لكن في إطار مبدأ الحيطة فإنه يتوجب عكس هذه الفرضية إذ يجب إثبات عدم خطر المنتوج وأن مجرد غياب الأدلة العلمية القاطعة تفيد وجود عيب مخل بأمنه لافتراض سلامته[42]،لذلك فرضت قيود بصفة أساسية تمثلت في ضرورة الحصول على ترخيص مسبق قبل العرض للاستهلاك.

لذا فإن قاعدة الترخيص المسبق تسري على بعض المنتوجات والخدمات الاستهلاكية الخطيرة على الصحة التي لا يمكن الاطمئنان بشأن سلامتها، بالنظر إلى أخطارها المعقدة وحالة عدم اليقين العلمي التي تكتنفها كالمنتوجات ذات الطابع السام التي تنطوي على خطرمن نوع خاص[43] والمنتوجات الصيدلانية والرخص المتعلقة باستيراد النباتات والمنتجات النباتية، والتي بالرغم من خطورتها فإنه لا يمنع عرضها للاستهلاك، لكن يجب أن تخضع للترخيص المسبق بهدف تأكد الإدارة المختصة أن النشاط المقترح قد تم اتخاذ جميع الاحتياطات اللازمة التي يفرضها القانون والتنظيم بشأنها[44].

- **قاعدة السحب المؤقت:**

الأصل أن سحب منتوج ما من الأسواق لا يتم إلا إذا تم التأكد من عدم مطابقة المنتوج من خلال إخضاعه للاختبار والتحليل، لكن طبقا للمادة 53 من قانون رقم 09-03 والمادة 1/24 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 أجاز المشرع للسلطة الإدارية المختصة بسحب المنتوج في حالة الخطر الوشيك لاستحالة المطابقة، كما أنه بإمكانها أن تأمر على نفقة ومسؤولية حائزه الحالي إعادة توجيهه او إتلافه دون الإخلال بالمتابعات القضائية المحتملة.

- **قاعدة الحجز دون إثبات قضائي سابق:**

الأصل أن الحجز لا يكون إلا بعد إذن قضائي سابق للمنتوجات المعترف بعدم مطابقتها للمادة 1/27 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 لأن الحكم القضائي يعد ضمانة للمتدخل من سوء

---

[41] مزاي عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون لمنافسة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013/2012، ص 107

[42] – عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 137.

[43] – المرسوم التنفيذي 97-254 السالف الذكر

[44] عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 138-139.

تقدير محتمل للسلطة الإدارية المختصة، إلا أن المشرع أو السلطة التنظيمية أجازت للسلطات الإدارية المختصة الحجز دون حكم قضائي سابق على المنتوجات غير المطابقة، إذا كانت تمثل خطرا على صحة المستهلك وأمنه طبقا للمادة 4/27 من نفس المرسوم التي تنص: "غير أنه يجوز للأعوان المنصوص عليهم أعلاه بتنفيذ الحجز دون إذن قضائي قبلي في الحالات الآتية:

–المنتوجات المعترف بعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة والموصفات القانونية والتنظيمية.

– أن يمثل المنتوج خطرا على صحة المستهلك وأمنه."

فإذا كان الشرط الأول يقصد به الخطر الواضح فإن الشرط الثاني يقصد به الخطر المشبوه، وعليه لا يتم تبرير هذا الحكم سوى بالاستناد إلى مبدأ الحيطة، إذ أن صحة المستهلك وأمنه مسائل جوهرية لا يفيد فيها إلا العجلة بقدر الإمكان وأن من شأن انتظار الحكم القضائي تفويت ذلك[45].

المحور الثالث

تطبيقات مبدأ الحيطة لحماية المستهلك

إن الخطر الذي يمكن أن يترتب عن التطور العلمي والتكنولوجي غالبا ما لا يظهر بشكل واضح ومؤكد، الأمر الذي يستحيل معه التأكد من السلامة البيئية وسلامة المنتوجات والخدمات الاستهلاكية على صحة وسلامة المستهلك، وبالنظر إلى الأولوية التي تفتضيها حماية وصحة المستهلك فإنه من الضروري اتخاذ تدابير بشأن تلك المنتوجات، حتى مع غياب الدليل العلمي الكافي الذي يثبت وقوعها، وذلك ما تثبته هذه القضايا:

أولا –أزمة مرض جنون البقر:

تعد أزمة جنون البقر من أهم الأمثلة التي أدت إلى امتداد مبدأ الحيطة من مجال البيئة الى حماية صحة المستهلك، ليس على المستوى الأوربي فقط وإنما على المستوى الدولي،بعد ظهور أول حالة في بريطانيا عام 1986 انطلقت الدراسات حول المرض التي انتهت في 1987 الى فرضية أكثر احتمالا لتفسير ظهور المرض نتيجة إدماج الطحين الحيواني الأصل في تغذية الأبقار وهو الطحين المحضر من جثث الحيوانات الملوثة وغير الصالحة للاستهلاك، على إثر ذلك قررت بريطانيا منع دخول طحين الحيوانات إلى إقليمها ثم تلتها فرنسا[46].

اعتبرت التدابير المتخذة تطبيقا لمبدأ الحيطة في مجال حماية المستهلك، حيث أنه على الرغم من عدم وجود الدليل العلمي أو اليقين العلمي حول العلاقة السببية بين هذا المرض والعلف الحيواني الذي كانت نتائجه مبنية على مجرد فرضية محتملة التي لم تثبت إلا في سنة 1994[47].

---

[45]– مزاري عائشة، مرجع سابق، ص 109–110

[46]- Véronique MANSSUY، Principe de précaution، environnement، santé et sécurité alimentaire، Liec, 2003, p.

[47]– عمارة نعيمة، رجع سابق، ص 40

وفي 1996 تم الإعلان عن إمكانية إصابة الإنسان بالمرض الأمر الذي أدى باللجنة الأوربية إلى اتخاذ قرار فوري لحضر استيراد الأبقار وباقي منتوجات هذه الحيوانات من بريطانيا، مما أدى بها إلى تقديم طعن ضد قرار اللجنة الأوربية أمام محكمة العدل الأوربية.

أصدرت المحكمة ثلاثة قرارات: القرار الأول في سنة 1996 رفضت طلب وقف تدابير الحظر دون ذكر مبدأ الحيطة صراحة[48]، لكن في القرارين التاليين في سنة 1998 أكدت المحكمة أن في حالة غياب الدليل العلمي حول حدوث خطر على صحة الإنسان يمكن للدول الأوربية اتخاذ تدابير حماية دون انتظار إثبات حقائق واقعية وجسامة الأضرار كليا [49]، هكذا نجد أن أزمة جنون البقر دفعت إلى اتخاذ بعض إجراءات الضرورة من جانب بعض الدول الأوروبية وجميع هذه الإجراءات ارتكزت على مبدأ الحيطة.

ثانيا –قضية اللحوم الهرمونية:

تتلخص وقائع القضية أن الولايات المتحدة لم تتردد في استخدام اللحوم الهرمونية من أجل مضاعفة الإنتاج الحيواني اللحوم التي تم تلقيحها بهرمونات النمو، بغرض السيطرة على الأسواق وتحقيق رغبة المستهلكين الذين يعتمدون على لحم البقر المنخفض في نسبة الكوليسترول في نظامهم الغذائي، غير مهتمة تماما بالمخاطر التي يفرزها هذا الهرمون على صحة المستهلك حال تناوله باحتمال تواصل هذه الهرمونات في جسم المستهلك نفس النشاط الذي كانت تقوم به في جسم الحيوان المعالج به، إضافة الى مخاطر الإصابة بالسرطان[50]

على إثر هذه المخاوف قرر الاتحاد الأوربي حظر استيراد اللحوم الهرمونية الأمريكية والكندية، كما حظرت استخدام هذه الهرمونات كوسيلة لتحفيز نمو الحيوانات الموجهة لاستهلاك الإنسان وحظر عرض هذه اللحوم في الأسواق سواء ثبتت خطورتها على المستهلك أم لم يثبت ذلك، وهي بذلك أعطت الأولوية لتطبيق مبدأ الحيطة بمجرد أن أثارت الشكوك والمخاوف حول خطورتها، دون انتظار الإثبات العلمي لتلك المخاوف.

احتجت الولايات المتحدة ضد هذا الإجراء، وادعت أن هذه التدابير تتعارض مع الأحكام الواردة في الجات سنة 1994 واتفاق الصحة والصحة النباتية والاتفاق المتعلق بالعقبات الفنية أمام التجارة، وكذا الاتفاق المتعلق بالزراعة في ظل المنظمة العالمية للتجارة.

---

[48] -Philippe KOURILSKY, Geneviève VINEY, le principe de précaution, rapport du 1er ministre, édition Edile, Paris, 2000, p. 131-132.

[49]– عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 41–42 للتفصيل أكثر أنظر:

Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit. p. 46-47.

[50]– عمارة نعيمة، مرجع سابق، ص 41–42 للتفصيل أكثر أنظر:

Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit. p. 46-47.

هكذا تبين أن الولايات المتحدة تعطي الأولوية للإثباتات العلمية الكافية التي تؤكد حظر المنتوج وأن مجرد الاشتباه أو الشك لا يكفي لاتخاذ هذه التدابير، بعكس المجموعة الأوروبية التي منحت الأولوية لحماية المستهلك بتطبيقها لمبدأ الحيطة، الذي أصبح في نظرها قاعدة عرفية في القانون الدولي للبيئة[51].

ثالثا–مسألة الكائنات المحورة جينيا:

ينظر الكثيرون إلى الخلاف بشأن اللحوم الهرمونية على أنه مجرد بداية لخلافات تجارية أشد حدة، تتمثل هذه المرة في الكائنات المحورة جينيا وهذه المرة أيضا يتمثل الطرفان المتنازعان في المجموعة الأوربية من جهة ومجموعة ميامي وعلى رأسهم الولايات المتحدة من جهة أخرى، وقد دفع قلق المواطنين الأوربيين من التأثيرات الصحية غير المضمونة للكائنات المحورة جينيا الاتحاد الأوربي إلى أن يصدر تشريعا في جوان 1999 على تجميد أي موافقات جديدة على عرض الكائنات المعدلة جينيا في السوق أثناء مراجعة قانون المجموعة الأوربية الذي يحكم الموافقة على الكائنات المحورة جينيا. أكدت الولايات المتحدة على أن القيود المفروضة على الكائنات المحورة جينيا تتناقض مع قواعد منظمة التجارة العالمية، لأن الدليل العلمي القوي عن الآثار على الصحة غير قائم، ويعارض الاتحاد الأوربي ودول أخرى هذا الرأي يؤكد في المقابل أن المطالبة بوضع بطاقات وغير ذلك يعتبر ردا معقولا على تكنولوجيا جديدة تنطوي على آثار صحية وبيئية كثيرة، مازالت تخفيها الشكوك العلمية وبالتالي يعد ذلك استجابة لحق المعرفة ولإعلام للمستهلك [52]. وهو ما تؤكده المادة 6/10 من البروتوكول قرطاجنة سنة 2000 [53]،الذي يعتبر المعيار العالمي لمبدأ الحيطة في مجال حركة الاستيراد ووضع علامات وبطاقات ومعلومات حول هذه والمنتوجات التي خضعت

للتعديل الوراثي[54]. يعد النص على مبدأ الحيطة في هذا لبروتوكول استحقاقا كبيرا لدول المجموعة الأوربية، لأن ذلك يعتبر تأكيدا على استبعاد تطبيق قانون المنظمة العالمية للتجارة التي تعامل

---

[51] -Christine NOIVILLE ,op. cit, p. 270

[52]– أنظر في ذلك: هيلاري فرانش، مرجع سابق، ص 114. –115

[53]– بروتوكول قرطاجة بشأن السلامة الإحيائية التابع لاتفاقية التنوع البيولوجي المعتمد بمونتريال في 2000/01/29 الذي صادقت عليه الجزائر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 04–170 المؤرخ في 2004/06/08، ج.ر عدد 38، الصادر بتاريخ 2004/06/13

[54]–للتفصيل أكثر أنظر:

M.A.MAJEAN-Sandrine DUBOIS, « Biodiversité, biotechnologie, le droit international désarticulé », Journal du droit international, 2000, N°4, p.949 et s. Voir aussi : Pierre BECHMAN, Véronique MANSUY, op.cit. p. 17-18

الكائنات المحورة جينيا معاملة أي مادة أخرى تخضع للتجارة، وبالتالي تحصلت هذه الدول على إجراء الموافقة المسبقة لعرض هذا النوع من المنتجات في السوق (المادة 7 من البروتكول).

لذلك فقد صدر في الجزائر قرار إداري في سنة 2000 السالف الذكر يمنع أي استيراد وإنتاج وتسويق واستعمال المادة النباتية المعدلة وراثيا، إلا بالنسبة لأغراض البحث العلمي وليس للاستهلاك هدفها من ذلك منع كل حظر على المستهلكين، وتوفير كل الظروف الفنية لإنتاج زراعي طبيعي لمنتوجات البيولوجية التي تستجيب للشروط الجديدة للتجارة الدولية.

كما صرحت في هذا الصدد السيدة حمامة قريشي نائبة مديرة البحث بوزارة الزراعة والتنمية الريفية أن الجزائر لا تستورد بذور القمح وذلك من أجل الحفاظ على التراث المحلي لمختلف أصناف النباتات والبذور ومنع أخطار التعديل والتحوير. وتؤكد لحد الآن أن لم يتم إدخال أي بذور لنباتات معدلة جينيا إلى الإقليم الوطني وإذا ما ثبت ذلك فسيتم إعادتها إلى مورديها[55].

الخاتمة

أمام التطور السريع في طرق وأنماط الاستهلاك الجديدة يفرض مبدأ الحيطة واجب الاستجابة للتخوف من عدم مواكبة التطور العلمي والتقني لإصلاح الأضرار واتخاذ تدابير استباقية لوقوعها. يجب التأكيد اليوم بوجود محاولات لتطبيق مبدأ الحيطة كأساس لحماية المستهلك من أحل وقاية أفضل من مخاطر المواد والمنتجات التي تشكل خطرا وتهديدا حقيقيا على صحته وسلامته.

مع ذلك فإن تطبيق المبدأ مازال يشوبه غموض سواء من الناحية القانونية أو الواقعية، إذ يترك للسلطات العامة في الدولة السلطة التقديرية في اتخاذ التدابير الاحتياطية حسب مستوى الحماية التي تسعى إلى تحقيقها، وتستند في ذلك أساسا على رد فعل المجتمع عن الأخطار المحدقة به فهو مبدأ سياسي أكثر منه قانوني. كما أن الدول تتصرف عند اتخاذها التدابير الاحتياطية حسب إمكانياتها المادية والتكنولوجية، مما يؤدي إلى وجود تباين ما بين الدول في تطبيق المبدأ، مما يعني بدوره أن الدول ملزمة ببذل عناية وليس بتحقيق نتيجة لذا يجب:

-إدراج مبدأ الحيطة بشكل صريح في مختلف النصوص القانونية التي تهدف لحماية المستهلك من الأضرار التي تفتقر لليقين العلمي.

- تحديد الطبيعة القانونية للمبدأ سواء كان مجرد مبدأ توجيهي لسلوك السلطات العامة أو التزام قانوني يرتب مسؤولية في حالة مخالفته.

-الاعتماد على أهل الخبرة المتخصصين عند تقدير خطورة الوضع الذي يتطلب اتخاذ تدابير احتياطية.

---

[55]-ضمان سلامة وأمن المنتوجات التي تعرض في السوق هدف أساسي لكل سياسة لحماية المستهلكين لاسيما مع عالية سلسلة الإنتاج، الموقع الإلكتروني:

www.djazairess.com/fr.horizon/104509

حول ضرورة حماية المستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري

د/ حمادوش أنيسة

مقدمة:

يعد الإشهار التجاري من الأنشطة الاتصالية التي ترتكز عليها أية مؤسسة اقتصادية في سبيل التعريف بمنتجاتها وخدماتها، باعتباره من العوامل الرئيسية التي ترتكز عليها عملية التسويق. فضلا عن ذلك، يعد الإشهار التجاري حلقة وصل بين المحترف أو المنتج ،الذي يعتبر مصدر للسلعة أو الخدمة، والمستهلك الذي يحاول الاستفادة منها بهدف تلبية رغبة الاستهلاك الشخصي أو العائلي.

ورغم أن الإشهار التجاري يعد مظهرا من مظاهر المنافسة المشروعة ووسيلة فعالة لترويج السلع والخدمات، إلا أنه يشكل في الوقت ذاته وسيلة للتحايل والخداع، بسبب التأثير السيكولوجي الذي يمارسه هذا النشاط على نفسية المستهلك وعلى حقه في الحصول على كل المعلومات الخاصة بالسلعة أو الخدمة التي هو بحاجة لها، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري إلى التدخل لحضر سوء استخدام الإشهار التجاري عن طريق تنظيم وضبط هذا النشاط لتوفير حماية أكثر للمستهلك.

من هنا كانت إشكالية هذه الورقة البحثية حول فعالية الحماية القانونية المقررة للمستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري. والإجابة على هذه الإشكالية يكون من خلال تبيان مظاهر سوء استخدام الإشهار التجاري(**المبحث الأول**) ومظاهر حماية المستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري(**المبحث الثاني**).

المبحث الأول: مظاهر سوء استخدام الإشهار التجاري

إن التنافس من أجل الحصول على أكبر حصة من السوق و تصريف أكبر قدر ممكن من السلع والخدمات، دفع بالمنتجين والأعوان الاقتصاديين إلى استخدام كل الوسائل من أجل البقاء في السوق، حتى ولو كان ذلك سيؤدي إلى الإضرار بالمستهلك . بذلك، سيتحول الإشهار التجاري من أداة لترويج السلع والخدمات إلى أداة لتغليط ومخادعة المستهلك بشتى الصور (**المطلب الأول**). فضلا عن أنه قد يرد على عنصر أو أكثر من العناصر التي يمكن أن ينصب عليها الإشهار (**المطلب الثاني**).

المطلب الأول: صور سوء استخدام الإشهار التجاري

تختلف صور الإشهار التجاري غير الشرعي الناتج عن سوء الاستخدام باختلاف الأسلوب المستخدم لتغليط وتضليل المستهلك"[i]، فقد يكون إشهار تجاري مضلل أو مخادع (**الفرع الأول**)، كما قد يكون إشهار تجاري كاذب (**الفرع الثاني**)، أو إشهار تجاري مقارن (**الفرع الثالث**).

الفرع الأول: الإشهار التجاري المظلل أو المخادع

يعرف الفقه الإشهار التجاري على أنه: " **كل إخبار أو إعلام تجاري القصد منه التعريف بسلعة أو خدمة معينة عن طريق إبراز مزاياها ومحاسنها بغية خلق انطباع جيدة يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذه السلعة أو الخدمة**" [ii].

أما المشرع الجزائري[iii]، فلم يعرف الإشهار التجاري المظلل أو المخادع **(Publicité trompeuse)**، ولكن اكتفى بذكر صورة في المادة **28** من قانون رقم **04-02** الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية[iv] والتي اعتبرت أن الإشهار التجاري المظلل إشهارا غير شرعي وممنوع:

ـ الإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتوج أو خدمة أو كميته أو وفرته أو مميزاته .

ـ الإشهار الذي يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه .

ـ الإشهار الذي يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

أما المادة **1/3** من المرسوم التنفيذي رقم **378/13** الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بأعلام المستهلك [v]، فلقد عرفت الإشهار التجاري على أنه " الادعاء : كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئة أو خصائصه الغذائية عند الاقتضاء وطبيعته وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى".

أما عن الإشهار التجاري المظلل في قانون رقم **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[vi]، فلقد نصت عليه المادة **68** والتي عرفته كالتالي: " ... كل من يخدع أو يحاول أو يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت ..."

ولما كان الإشهار المظلل أو المخادع يهدف إلى خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك، فلقد اعتبر الفقه الإشهار المظلل أو الإشهار المخادع بمثابة مصطلحات مترادفان[vii]، لأنهما يؤديان إلى تغليط المستهلك باستعمال الكذب أو دونه، وسواء كان بقصد أو من دون قصد أي عن طريق الإهمال[viii].

ويتحقق التظليل أو الخداع في الإشهار التجاري إذا توفر عنصران، الأول مادي ويتمثل في وجود الإشهار المظلل مهما كانت وسيلة التعبير عنه، وأن ينصب التظليل على إحدى العناصر التي نصت عليها المادة **28** من قانون رقم **02/04** والمادة **68** من قانون **03/09** .

وأما العنصر المعنوي للإشهار المظلل، فيقصد به توفر سوء النية لدى المعلن أو صاحب الإشهار واتجاهها إلى مخادعة وإيقاع المستهلك في لبس، لكن تم استبعاد عنصر سوء النية في الإشهار التجاري المظلل ليصبح بذلك جريمة مادية[ix]، على أساس أن القانون يجرم الفعل المادي، ومن ثم يستوي أن يكون المعلن قد قام بالإشهار بسوء قصد أم لا [x].

الفرع الثاني: الإشهار التجاري الكاذب

يقصد بالكذب، إخبار عن شيء بخلاف ما هو في الحقيقة أو الواقع، سواء كان عن قصد أم نتيجة خطأ[xi].

ويعتبر الإشهار التجاري إشهارا كاذبا **(Publicité mensongère)** حسب وجهة نظر الفقه عندما يكون: " **يكون الإشهار كاذبا منذ اللحظة التي لا تتطابق فيه الرسالة الإعلانية التي يتضمنها مع واقع المنتوج أو الخدمة المعلن عنها**" [xii]. كما يعرف الإشهار التجاري الكاذب بأنه: " إخبار يتولاه مهني بقصد التعريف بمنتوج أو خدمة معينة لإبراز مزاياه ومدح محاسنها، بغرض ترك انطباع مقبول عنها لدى جمهور المخاطبين بها وإقباله على المنتوجات والخدمات محل الإشهار "[xiii].

نستنتج من هذه التعاريف الاختلاف بين الإشهار التجاري المظلل والإشهار الكاذب، حيث يؤدي الإشهار المظلل إلى تغليط المستهلك أو من شأنه أن يؤدي إلى ذلك. في حين أن الإشهار الكاذب يتمثل

في وجود كذب يؤدي إلى غش المستهلك، ومن ثمة فإن الإشهار المظلل يوجد في نقطة تقع بين الإشهار التجاري الصادق والإشهار الكاذب.

وعليه، إذا كان بإمكان التمييز بين الإشهار الصادق والإشهار الكاذب، فإن هذا التمييز غير جائز، لأن كلاهما من طبيعة واحدة وهو خداع وغش المستهلك، فالفرق بين النوعين من الإشهار يكمن في الدرجة فقط .فإذا كان الإشهار المظلل يصاغ بعبارات تؤدي إلى خداع المستهلك، فإن المعلومات والبيانات التي يتضمنها لا تتضمن الكذب وتصاغ بطريقة تؤدي إلى خداع المستهلك[xiv].

غير أن الإشهار المظلل أوسع نطاق من الإشهار الكاذب، لأنه يشمل كافة صور الإشهار الكاذب[xv]، ولكن العكس غير صحيح.

الفرع الثالث: الإشهار التجاري المقارن

لا يقتصر الإشهار التجاري على خداع وتظليل المستهلك بل امتد إلى المساس والإضرار بقيمة الخدمات والمنتجات التابعة للمؤسسات المنافسة وذلك عن طريق ما يسمى بالإشهار المقارن**(Publicité comparative)**.

لقد أصبح هذا النوع من الإشهار التجاري يلعب دورا هاما في تشويه المنتجات وخدمات المتنافسين في السوق، باعتباره يستهدف التقليل من قيمة السلع والخدمات المعروضة من قبل المؤسسات المتنافسة ومحاولة إيقاع المستهلك في غموض ولبس، ليتحول هذا النوع من الإشهار إلى أداة للمنافسة غير الشريفة[xvi].

يقصد بالإشهار المقارن ذلك: " الإشهار الذي يركز على إبراز مزايا منتوج أو خدمة معينة من خلال مقارنتها بموصفات بمزايا غيرها، مع الإشارة إلى اسم التاجر المنافس أو اسم منتجاتها على نحو يحط من قيمة المنشأة التجارية وسلعها وخدماتها ، ويؤدي إلى إيقاع المستهلك في لبس وغموض"[xvii].

أما المشرع الجزائري، فقد عرف هذا النوع من الإشهار في المادة **2/42** من مشروع القانون الجزائري المتعلق بالإشهار كالتالي:" **يعد ذكر منتوجين، أو سلعتين، أو علامتين، أو خدمتين، أو اسمين، أو تسميتين، أو صورتين، أو إشارتين، بغرض المقارنة بينهما أو الاستخفاف بأحدهما بصفة مباشرة، إشهارا مقارنا**".

وإذا كان الإشهار المقارن ممنوعا بموجب نص المادة **42** المذكورة أعلاه مهما كان شكله، إلا أنه بالرجوع إلى الفقرة **2** من نفس المادة ، فإن الإشهار التجاري المقارن الممنوع هو الذي يهدف إلى الاستخفاف بمنتوج الغير المنافس.

ولقد تطرق المشرع الجزائري إلى الإشهار التجاري المقارن في القانون **02/04** المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة **26** منه، كما تناولت المادة **27** من قانون **04-02** الممارسات التجارية غير النزيهة التي يقوم بها العون الاقتصادي والتي تعتبر من قبيل الإشهار التجاري، لكونها تهدف إلى تشويه سمعة العون الاقتصادي المنافس وتقليد علامته المميزة التي تأثر على التاجر وحتى على المستهلك الذي يقع ضحية الغش والكذب[xviii].

المطلب الثاني: محل التظليل والخداع في الإشهار التجاري

لا نكون بصدد إشهار مضلل أو مخادع أو كاذب أو مقارن ،إلا أذا تضمن الإشهار أو الإعلان عبارات أو معلومات كاذبة أو مظللة حول المنتوج أو الخدمة التي ورد الإشهار عليه، سواء تعلق الكذب بالسلعة ذاتها أو بما يحيطها من معلومات وبيانات، **ومن ثم نكون بصدد إشهار تجاري كاذب أو مظلل إذا انصب حول توفر السلعة أو الخدمة (الفرع الأول)، أو حول طبيعة السلعة أو الخدمة المعروضة في السوق(الفرع الثاني)، أو انصب حول أصل الخدمة أو المنتوج (الفرع الثالث)، أو حول العناصر الجوهرية للسلعة أو الخدمة(الفرع الرابع).**

الفرع الأول: الإشهار المظلل والكاذب حول توفر السلعة أو الخدمة

إذا كان الإشهار التجاري يتعلق بالادعاء بوجود سلعة ما أو خدمة ما وهي في الحقيقة غير ذلك، أو حال الإعلان بوجود سلعة ولكن في الحقيقة غير جاهزة للتسليم[xix]. مثال ذلك،

الإشهار التجاري الذي يتضمن إعلان أحد المحلات التجارية عن عرض 30 منتوج مثلا للبيع ، في حين هذه البضاعة غير متوفرة تماما في المحل أو غير جاهزة أصلا[xx]. لقد نص المشرع الجزائري على هذه الحالة في نص المادة **28/ 3** من قانون **02/04** السالف الذكر.

الفرع الثاني: الإشهار المظلل أو الكاذب حول طبيعة السلعة أو الخدمة المعروضة

يعد من قبيل الإشهار المظلل والكاذب ، ذلك الإشهار الذي يتضمن بيانات أو معلومات من شأنها أن تحدث تغيير جسيم في مجموع العناصر المميزة التي تشكل الطبيعة المادية للمنتوج[xxi]. لقد منع المشرع الجزائري بموجب نص المادة **60** من المرسوم التنفيذي **378/13**[xxii] كل إشهار أو إعلان من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك حول طبيعة أو تركيبة أو نوعية المنتوج أو مقدار العناصر الأساسية المكونة له.

الفرع الثالث: الإشهار الكاذب والمظل حول أصل الخدمة أو المنتوج

يكتسي أصل المنتوج أو الخدمة أهمية كبيرة لدى جمهور المستهلك، ذلك أن المنتوج الأصلي للسلعة أو الخدمة يعد أفضل المنتجين، وعليه يكون الإشهار المظلل حول مصدر السلعة أو الخدمة إذا تضمن الإعلان بيانات أو معلومات حول سلعة ما على أنها من أصل فرنسي، وتحمل بطاقة مطبوع عليها العلم الفرنسي بالحجم الكبير، ولكن تحمل في ذات الوقت وبخط صغير غير واضح ما يدل على أنها صنعت في الصين[xxiii].

الفرع الرابع: الإشهار الكاذب والمظل حول العناصر الجوهرية للخدمة أو السلعة

نعني بالخصائص الجوهرية للسلعة أو الخدمة، تلك الصفات المميزة للسلعة أو الخدمة والتي تمثل الدافع الأساسي للمستهلك لاقتنائها. ويعتبر من قبيل الإشهار المظلل أو الكاذب المساس بالعناصر الجوهرية للسلعة، تلك التي تحمل بيانات أو معلومات تبين أن السلعة أو الخدمة ذات خاصية معينة، في حين لا تتوفر فيها، مثال أن يزعم بائع السيارة أنها تحمل كل التجهيزات الحديثة في حين أنها لا تتوفر على ذلك، أو أن يشهر المنتج أن منتجاته قد كانت موضوع مراقبة صحية، في حين أنها غير ذلك[xxiv].

إن مثل هذه الاشهارات تعد إعلانات كاذبة ومضللة للمستهلك، هدفها الأساسي هو جذب العملاء إلى نقطة البيع بغرض التأثير عليهم وحثهم لاقتناء السلعة أو الخدمة ، باعتبار المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة والأكثر تأثير في الإشهار الكاذب والمخادع .

المبحث الثاني: مظاهر حماية المستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري

فرضت ضرورة حماية المستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري والآثار الخطيرة التي تترتب عن ذالك تدخل المشرع الجزائري عن طريق وضع قواعد وضوابط لتنظيم نشاط الإشهار **(المطلب الأول)**، فضلا عن فرض عقوبات منها مدنية وأخرى جزائية ضد كل مخالف لهذه القواعد **(المطلب الثاني)**

المطلب الأول: القواعد والضوابط القانونية الخاصة بالاشهارات التجارية

يعد الإشهار التجاري أداة هامة للتأثير على إرادة المستهلك والوسيلة الأكثر فعالة في يد المحترف أو المهني لجلب أكبر عدد ممكن من العملاء. ولما كان المستهلك هو الطرف الضعيف والمستهدف من الاشهارات التجارية، تدخل المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي رقم **13-378** الذي يحدد شروط إعلام المستهلك، والذي يعد مكملا لنص المادة **17** من قانون رقم **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بوضع مجموعة من القواعد والضوابط لتنظيم الاشهارات التجارية ومنع البعض منها ،لاسيما الاشهارات المظللة أو الكاذبة.

وتصنف هذه الضوابط إلى مجموعة من القواعد خاصة بصاحب الإشهار **(الفرع الأول)** وضوابط خاصة بالسلعة أو الخدمة **(الفرع الثاني)**، وضوابط أخرى خاصة بالرسالة الاشهارية **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول: الضوابط الخاصة بصاحب الرسالة الاشهارية

تنص المادة 60 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على ما يلي: " **يمنع .... وكل أسلوب للإشهار أو العرض أو الوسم، أو البيع من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك...**" **وتضيف المادة 56 من ذات المرسوم على ما يلي:** " **تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب...**"

نستنتج من فحوى نص المادتين ، أنه يشترط في صاحب الإعلان أن يكون صادقا وأمينا، وأن تكون الرسالة الإشهارية خالية من كل خداع أو كذب عند تقديمه لمنتوج أو خدمة ما ،لعدم الأضرار بالمستهلك.

أكثر من ذلك، فلقد منع المشرع الجزائري الأعوان الاقتصاديين الأضرار بمنافسيهم، وذلك عن طريق أسلوب الإشهار المقارن، ولقد أكد ذلك من خلال نص المادة **2/60** من المرسوم التنفيذي رقم **13-378** بنصه على ما يلي:" ... **يمنع كل بيان برمي إلى التمييز والمفرط على حساب منتوج مماثل آخر**"

بالنتيجة، يلتزم صاحب الرسالة الاشهارية على تجنب كل خداع أو كذب ضد المستهل كمما يمنع عليه أي طعن أو تشويه أو خدمات المؤسسات المنافسة .

الفرع الثاني: الضوابط الخاصة بالمنتوج أو الخدمة المعروضة:

تتمثل الضوابط الخاصة بالسلعة أو الخدمة في ضرورة أن تكون البيانات والمعلومات الخاصة بهذه الأخيرة دقيقة وصحيحة، وأن تتضمن عند وصفها للمنتوج أو الخدمة على شكل من أشكال الخداع والتضليل، والذي من شأنه أن يثير انطباعا خاطئا لدى جمهور المستهلك ،مما يؤدي إلى خداعه وتغليطه، هذا ما أكدت عليه المادة **36** من المرسوم التنفيذي رقم **378/13**[xxv].

الفرع الثالث: ضوابط قانونية خاصة بالرسالة الاشهارية

يقصد بالرسالة الاشهارية مضمون أو شكل الإشهار التجاري. وتتضمن الرسالة الاشهارية على مجموعة من البيانات والمعلومات عن السلعة أو الخدمة المعروضة، ومعلومات خاصة بسعر السلعة والخدمة وأماكن التوزيع[xxvi].

تختلف القواعد والضوابط الخاصة بالرسالة الاشهارية، باختلاف الوسيلة المستخدمة في الإشهار بالسلعة أو الخدمة سواء كانت سمعية، بصرية. لذا يجب أن تكون الرسالة الاشهارية مستوفية للشروط القانونية المطلوبة ، وأن تكون خالية من أي خداع أو تعسف أو تظليل[xxvii].

فإذا كانت الرسالة الاشهارية عن طريق وسيلة مركبة، فيتعين على المعلن في هذه الحالة تجنب الصور التي من شأنها خداع وتغليط المستهلك. أما إذا كانت الوسيلة مكتوبة، فينبغي في هذه الحالة أن تكون الكتابة واضحة وخالية من أي غموض أو لبس. وأما إذا كانت الرسالة الاشهارية مسموعة، فهنا يجب أن تتضمن كل المعلومات اللازمة والضرورية والخاصة بالسلعة أو الخدمة، هذا ما أكدته المادة **56** من المرسوم التنفيذي رقم **378/13**.

وأخيرا يجب أن تخضع الرسالة الاشهارية إلى جانب الضوابط القانونية إلى ضوابط أخلاقية ودينية ، حيث يجب أن تتميز بالحياء وتجنب التبذير والإغراء[xxviii].

المطلب الثاني: جزاء سوء استخدام الاشهارات التجارية

لم يكتف المشرع الجزائري بوضع قواعد وضوابط لتنظيم الاشهارات التجارية، بل أقر حضر كل الصور غير المشروعة للاشهارات التجارية عن طريق فرض عقوبات مدنية **(الفرع الأول)**، وجزائية **(الفرع الثاني)**، على كل من قام بإشهار تضليلي أو كاذب بهدف الأضرار بالمستهلك.

الفرع الأول: العقوبات المدنية

إذا كان الإشهار التجاري الموجه إلى المستهلك النهائي إشهار خادع ومضلل بهدف توقيعه في غلط وتدليس، فلقد تدخل المشرع لفرض جزاءات مدنية تختلف باختلاف ما إذا كان الإشهار المظلل أو المخادع قد أدى إلى إبرام العقد أم لا، أم أن الإعلان يشكل عملا ضارا بالمستهلك.

فإذا كان الإشهار المضلل أو المخادع قد أدى إلى إبرام العقد، جاز للمستهلك المتضرر من سوء استخدام الإشهار التجاري أن يلزم المعلن وفقا للقواعد العامة بتنفيذ التزاماته التعاقدية متى كان ذلك ممكنا، هذا ما يستفاد من نص المادة **164** من القانون المدني الجزائري[xxix].

أما إذا تعذر على المعلن تنفيذ التزامه المعلن عنه بموجب الإشهار الكاذب أو المظلل، جاز للمستهلك المضرور طلب الحصول على شيء من النوع ذاته، هذا ما أقرته المادة **170** من القانون المدني الجزائري.

فضلا عن ذلك، جاز للمستهلك المتضرر من الإشهار المضلل أو المخادع طلب إبطال العقد عن طريق دعوى التدليس طبقا لنص المادة 86 من القانون المدني الجزائري، ففي هذه الحالة

يتم إعادة الطرفان إلى الحالة التي كان عليها المتعاقدان قبل التعاقد ، وذلك متى ثبت أن المعلن قد استعمل طرق احتيالية تدليسية وأن نيته قد اتجهت إلى الأضرار بالمستهلك.

وأخيرا، يمكن للمستهلك المضرور طلب التعويض بسبب وجود خطأ في جانب المعلن ، والمتمثل في سعيه من خلال الإشهار الكاذب والمظلل إلى خداع وتغليط المستهلك لحثه على التعاقد. غير أنه في هذه الحالة، يجب على المستهلك إثبات توافر عناصر المسؤولية المدنية لدى المعلن، وذلك من خلال إدعائه عليه بالخطأ الذي تسبب في إلحاقه بالضرر، ووجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر الحاصل، هذا ما يستفاد من نص المادة **182** من القانون المدني الجزائري.

ولكن تجدر الملاحظة، أن طلب التعويض في هذه الحالة يكون مستقلا عن دعوى طلب تنفيذ الالتزام أو دعوى التدليس[xxx].

أما إذا كان سوء استعمال الإشهار التجاري يشكل عملا وفقا لنص المادة **124** من القانون المدني الجزائري، فإنه يجوز الاستناد إلى الحماية التي توفرها دعوى المنافسة غير المشروعة. غير أن هذه الدعوى تقتصر على التاجر دون المستهلك العادي، الذي يحرم من الاستفادة من هذه الدعوى [xxxi] التي نص عليها المشرع الجزائري في قانون 02/04 الخاص بالممارسات التجارية[xxxii].

ويلزم لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة، وقوع خطأ من قبل العون الاقتصادي أو تاجر منافس يمارس نفس النشاط التجاري، وأن يلحق هذا الخطأ ضررا سواء كان ماديا أو أدبيا[xxxiii]. وأخيرا يجب توفر رابطة سببية بين الخطأ والضرر[xxxiv].

الفرع الثاني: العقوبات الجزائية

لم يتضمن قانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نص جزائي خاص بالاشهارات التجارية المضللة والمخادعة، غير أن المادة **68** من هذا القانون، قد أحالت إلى تطبيق نص المادة **429** من قانون العقوبات الجزائري[xxxv] التي تنص على معاقبة كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد وبأيه وسيلة كانت، في كمية، المنتوج، أو طبيعته، أو صفاته الجوهرية، أو في تركيبته، أو مصدرها بالحبس من شهرين إلى 3 سنوات وبغرامة من 20.00 إلى 20.000دج أو بإحدى العقوبتين. وفي جميع الأحوال، فإنه يتعين على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي تحصل عليها بدون حق[xxxvi].

أما إذا ارتكبت الجريمة أو الشروع فيها قد ارتكب بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة، أو تم ارتكابها أو الشروع فيها بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل، أو المقدار، أو الكيل، أو التغيير عن طريق الغش في تركيب، أو وزن، أو حجم السلع والمنتجات، ولو قبل البدء فيها أو كان استعمال في ذلك بيانات كاذبة.

أما المادة **433** من قانون العقوبات الجزائري ، فلقد نصت على عقوبة الحبس من سنتين (02) إلى خمس سنوات وبغرامة من 2000دج إلى 20.000دج في حالة الغش باستعمال كتيبات أو منشورات أو معلقات أو إعلانات أو تعليماته.

أما قانون رقم **04-02** فلقد نص في المادة **38** منه على معاقبة كل مرتكب لإشهار تضليلي بغرامة تتراوح بين خمسين ألف 50.000دج وخمسة ملايين 5.000.000,00دج. يلاحظ من خلال هذه العقوبة مقدار الغرامة مقارنة مع تلك المقررة بموجب نص المادتين **428** و **433** من قانون العقوبات.

وبالإضافة إلى العقوبات الأصلية المقررة رفي المادة **38** المذكورة أعلاه، أجاز المشرع الجزائري في المادة **39** من قانون **04-02** على إمكانية حجز البضائع محل الإشهار التضليلي، وكذا حجز العتاد والتجهيزات المستعملة في ارتكابه، ويمكن للوالي المختص إقليميا وبناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة ،أن يقرر ودون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني، وعند الاقتضاء إتلافها من قبل مرتكب المخالفة، وفقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما[xxxvii].

بالإضافة إلى ذلك، يجوز للوالي اتخاذ بواسطة قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 30 يوما في حالة مخالفة الممارسات التجارية النزيهة لاسيما الإشهار التضليلي[xxxviii].

الخاتمة:

إذا كان الإشهار التجاري وسيلة هامة في يد المؤسسات في تحقيق أغراض تجارية، إلا انه يشكل في الوقت ذاته وسيلة للاستحواذ على المستهلكين، باعتباره المستهدف الأول من الإشهار التجاري من أجل تعريفه بخصائص و مميزات السلع والخدمات المراد ترويجها.

فرغم أهمية نشاط الإشهار التجاري في المجال الاقتصادي والتجاري، إلا انه لم يحض بتأطير قانوني خاص ينظم قواعده وضوابطه، الأمر الذي أدى إلى سوء استخدامه ملحقا بذلك أضرارا بجمهور المستهلكين وحتى بالمؤسسات المنافسة في السوق ، فظهرت بذالك صور غير مشروعة للإشهار التجاري، كالإشهار المضلل أو الكاذب أو الإشهار المقارن، والتي كانت سببا في أضرار كثيرة مست العديد من المستهلكين.

ولقد توصلنا من خلال البحث في مدى حماية المستهلك من سوء استخدام الإشهار التجاري، أن المشرع الجزائري لم يقرر حماية خاصة وكافية للمستهلك، فاكتفى بالنص على بعض الأحكام في نصوص متفرقة كقانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وقانون 02/04

المتعلق بالممارسات التجارية، فضلا عن بعض النصوص في القانون المدني وقانون العقوبات بخصوص العقوبات المقررة في حالة الإشهار التجاري غير المشروع.

فبسبب قلة وحتى انعدام الثقافة الاستهلاكية في مجتمعنا، فضلا عن عدم انتشار نشاط الإشهار التجاري كما هو الحال في الدول المتقدمة، يبقى المستهلك عرضة للمخاط والإضرار بسبب سوء استخدام الإشهار التجاري، وعليه إلى التوصيات التالية:

_ ضرورة قيام المشرع الجزائري بسن قانون خاص ينظم نشاط الإشهار التجاري عن طريق ضبط أحكامه قواعده، بهدف ضمان حماية أكثر للمستهلك.

_تقرير جزاءات قاسية على مرتكبي الإشهار غير الشرعي بكل صوره تتعدى العقوبات المالية الى فرض عقوبات سالبة للحرية

الهوامـــــــش:

1- عرفت المادة 1/3 من قانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المستهلك على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به" . وعرفته المادة 2/3 من قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

[2] – منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د س ن، ص 13.

[3] – أما تعريف المشرع الفرنسي للإشهار التجاري فلقد ورد في نص المادة 3 من قانون رقم 79-115 الصادر في 1979/12/19 المتعلق بحماية اللافتات الإعلانية المعلقة على الجدران راجع في ذلك:

HOUTCIEFF(Dimitri), droit commerciale, Sirey, Paris, 2011,p444

[4] – ج ر العدد 41، الصادر بتاريخ 27 يونيو 2004.

[5] – مرسوم تنفيذي رقم 378/13 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58 الصادر في 18 نوفمبر 2013.

[6] – ج ر العدد 15 الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.

[7]– عبد الفاضل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، 1991، ص 175.

[8]– بتول صراوة عبادى، التظليل الإعلاني التجاري و أثره على المستهلك ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، د.س.ن، ص 28.

[9]– بلقاسم حمدي، الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب والمظلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد التاسع، جوان 2016، ص 250.

[10]– بتول صراوة عبادى، التظليل الإعلاني التجاري...، المرجع السابق ،ص219.

[11] – المرجع نفسه، ص 222.

[12]– ممدوح خيري هشام، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية 1998، ص 21.

[13]- DAVIER(P.F), le mensonge en publicité, L.G.D.J,1972, Paris ,p.20.-

[14]– بلقاسم حمدي، مرجع سابق ، ص 259.

[15]– بليمان يمينة ، الإشهار الكاذب أو المضلل،مجلة الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري ، قسنطينة ،مجلد ب ، عدد 32 ، ديسمبر 2009، ص 293.

[16]– أحمد سعيد الزقود، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمظللة ، دار الجامعة ، الإسكندرية، 2007، ص 32.

[17]– القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 1995، ص 15.

[18]– ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران ، 2013، ص 62.

19 -BOULOC (B) , publicité, trompeuse, notion de publicité, RTD, com, 2006, P.1.

[20]– ملال نوال، جريمة الإشهار المخادع ...، المرجع السابق، ص 70..

[21]– أحمد سعيد الزقرد، الحماية المدنية...، المرجع الأسبق، ص 95.

[22] – عمر محمد عبد الباقي خليفة، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، رسلة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، 2004، ص 143.

23- FABRE (Gérard) , concurrence, distribution , Paris , 1983, P.62.

[24]– مرسوم تنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر ، العدد 58 الصادر في 18 نوفمبر 2013.

[25] – بلقاسم حامدي الحماية الجزائية...، مرجع سابق، ص 251.

[26] – أبو العلاء علي أبو العلاء النمر، " حماية المستهلك في العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، دار النهضة العربية، 1998، ص 12.

[27] – شوايدية منية، ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 378/13، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 12، جوان 2015، ص 151.

[28] – تنص المادة 36 من المرسوم التنفيذي 378/13 على ما يلي: " يجب أن لا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مظللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطباعا خاطئا بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليط المستهلك يجب أن تكون الادعاءات المستعملة على الوسم وعرض المواد الغذائية الموضوعة خبر الاستهلاك...".

[29] – عبد الفتاح خذران " دور أهمية الإشهار في المؤسسة الاقتصادية الخدمية، دراسة حالة مؤسسة، اتصالات الجزائر للهاتف النقال، ما ستر تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012–2013، ص 10.

[30] – تنص المادة 36 من المرسوم التنفيذي رقم 378/13 من الفقرة الخامسة منها على ما يلي: " يجب الا تكون الادعاءات ..... تشجع أو تسمح بالاستهلاك المفرط لمادة غذائية"

[31] – الصادر بموجب أمر رقم 75 – 58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج ر العدد 78 الصادر في 1975/09/30 معدل ومتمم.

[32]–. ملال نوال، جريمة الخداع...، المرجع السابق، ص 139.

[33] – المادة 124 من ق م ج ، معدلة بالقانون رقم 05 – 10 : " كل فعل أيا كان ترتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض.

[34] – حساني علي، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض، على ضوء القانون رقم 04– 02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية ، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان، العدد 11، 2011، ص 90.

[35] – راجع المواد 26 و 27 ، 28 من قانون رقم 04 – 02 ، السالف الذكر .

[36] – يراد بالضرر المادي الأذى الذي يصيب الشخص في ماله، أو الضرر المعنوي فهو الأذي الذي يصيب الشخص في شرفه وعواطفه .

[37] – المادة 43 من قانون 04 – 02، السالف الذكر.

[38] – المادة 46 من قانون 04 – 02، السالف الذكر.

قائمة المراجع:

باللغة العربية:

1_ الكتب:

- أبو العلاء علي أبو العلاء النمر، " حماية المستهلك في العلاقات الخاصة ذات الطابع الدولي، دار النهضة العربية، 1998.
- أحمد سعيد الزقود، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمظللة، دار الجامعة، الإسكندرية، 2007.
- بتول صراوة عبادى، التظليل الإعلاني التجاري وأثره على المستهلك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، د.س.ن.
- عبد الفاضل محمد أحمد، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية، مكتبة الجلاء الجديدة، مصر، 1991.
- القاضي أنطوان الناشف، الإعلانات والعلامات التجارية بين القانون والاجتهاد، دراسة تحليلية شاملة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 1995.
- ممدوح خيري هشام، الحماية المدنية من الإعلانات التجارية الخادعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية 1998.
- منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د س ن.

2_ الرسائل و المذكرات الجامعية:

- عبد الفتاح خذران " دور أهمية الإشهار في المؤسسة الاقتصادية الخدمية، دراسة حالة مؤسسة، اتصالات الجزائر للهاتف النقال، ما ستر تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2012-2013.

- عمر محمد عبد الباقي خليفة، الحماية العقدية للمستهلك دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، رسلة دكتوراه، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، 2004.
- ملال نوال، جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والمقارن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران ، 2013.

3_ المقالات:

- بلقاسم حمدي، الحماية الجزائية للمستهلك من الإشهار الكاذب والمظلل، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد التاسع، جوان 2016.
- بليمان يمينة، الإشهار الكاذب أو المضلل،مجلة الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري ، قسنطينة ،مجلد ب، عدد 32 ، ديسمبر 2009 293.
- حساني علي، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض، على ضوء القانون رقم 04- 02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية ، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان، العدد 11، 2011.
- شوايدية منية، ضوابط حماية المستهلك من الإشهار الكاذب وفقا للمرسوم التنفيذي 378/13، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية، العدد 12، جوان 2015.

4_ النصوص القانونية:

أ_ النصوص التشريعية:

- أمر رقم 75 – 58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج ر العدد 78 الصادر في 1975/09/30 معدل ومتمم.
- ***قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23*** يونيو سنة***2004*** ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية. (ج ر **رقم** 41 المؤرخة في 27 ***جوان 2004.***
- قانون رقم **09-03** مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009، يتعلق ***بحماية المستهلك وقمع الغش،*** ج.ر العدد 15، الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.

ب_ المراسيم التنفيذية:

- مرسوم تنفيذي رقم 378/13 مؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط الكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

_ باللّغة الفرنسية:

1_ Ouvrages :

- DAVIER(P.F), le mensonge en publicité, L.G.D.J, 1972, Paris
- FABRE (Gérard), concurrence, distribution, Paris, 1983.
- HOUTCIEFF(Dimitri), droit commerciale, Sirey, Paris, 2011.

2_ Articles :

- BOULOC (B), publicité, trompeuse, notion de publicité, RTD, com, 2006.

إلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك

د/ ربيع زهية، جامعة البويرة

مقدمة:

يعتبر عقد البيع من بين أهم العقود المسماة التي يتم بواسطتها تنظيم العلاقات التعاقدية بين الأطراف وذلك من خلال تحديد حقوقهم والتزاماتهم، ولا يقتصر هذا العقد على مجرد التزام البائع بنقل ملكية الشيء المبيع إلى المشتري بل ضرورة أيضا ضمان خلوه من العيوب، وأن يكون شاملا لكافة الصفات التي تعهد البائع بوجودها ومن خلال هذا المنطلق برزت فكرة الضمان التي عرفتها معظم الشرائع القديمة، إلا أنه ونظرا لبساطة المعاملات جعلت الأمر يتوقف عند حد ضمان العيب الخفي.

تغيرت الأوضاع مع التطور الصناعي والتقدم التكنولوجي المعاصر، الذي كان له أثر بالغ في نظام الإنتاج والتوزيع، إذ أصبحت المنتوجات التي صاحبت هذا التطور تمتاز بالتعقيد والدقة يصعب على مستعمليها التعامل معها إذا أصابها خلل أو عطل، خاصة أمام الصعوبات التي يجدها المستهلك في ظل أحكام القانون المدني بالخصوص منها ما تعلق بإثبات العيب الخفي، وهذا ما جعل المشرع يعيد تنظيم هذا الالتزام بموجب نصوص تشريعية ومراسيم تنفيذية في مجال تشريع الاستهلاك.

يعد الالتزام بالضمان من بين أهم الالتزامات التي رتبها المشرع على عاتق البائع المحترف بصفة عامة إذ قام بوضع قواعد صارمة لا يمكن التسامح فيها، والتي تشمل كل عمليات الإنتاج ووضع السلع والخدمات للاستهلاك، فألزمه على إثر ذلك بالتكفل بسلامة المنتوج والخدمة ليس فقط خلال مراحل الإنتاج، بل أيضا عندما يكون المنتوج في يد المستهلك، ويتحقق ذلك بإلزامية ضمانه والذي يمتد إلى ما بعد بيعه.

تعتبر إلزامية الخدمة ما بعد البيع إلزامية مكملة لإلزامية الضمان، وهذا وفقا للقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[1]، حيث قررها المشرع وألقاها على عاتق المتدخل لضمان استفادة المستهلك من المنتوج لمدة طويلة ومفيدة، فأينما وجدت سلعة خاضعة للضمان يكون تنظيم الخدمة ما بعد البيع بشأنها إجباريا، فهما التزامان قانونيان يقعان على عاتق البائع المهني والذي جمعهما المشرع الجزائري تحت فصل واحد سماه بإلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع وهذا في القانون المشار إليه أعلاه.

فنتساءل في هذا الصدد ما مدى مساهمة خدمات ما بعد البيع في تحقيق حماية كافية للمستهلك؟

([1]) قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.

سنجيب على هذا التساؤل في مبحثين:

المبحث الأول: مفهوم الخدمة ما بعد البيع .

المبحث الثاني: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع وجزاء الإخلال بها.

المبحث الأول: مفهوم الخدمة ما بعد البيع

أصبحت الخدمة ما بعد البيع من بين أهم الأنشطة الأساسية والفعالة لجلب الزبائن، وبالتالي فهي تعد معيارا أساسيا لقياس فعالية مختلف المؤسسات على اختلاف أنواعها، حتى ولو كانت البعض منها لا توفرها، إذ تعتبرها عبئا عليها، فهي من أهم الأساليب التي تبحث عنها لأجل تسويق منتجاتها والحفاظ على مركزها في السوق، وعلى هذا الأساس أضحت الخدمة ما بعد البيع من أهم وسائل الترويج للمنتوجات بحثا عن ثقة المستهلك فيها.

تبعا لما سبق فقد سعى المشرع الجزائري ومن أجل تحقيق حماية فعالة للمستهلك على إلزام المتدخل بتوفير خدمات ما بعد البيع لجميع السلع التجهيزية المعروضة للاستهلاك، وذلك بموجب نص قانوني خاص المتمثل في المادة 16 من القانون 09-03، والتي جاء فيها: "في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعلوف في السوق" وعلى هذا الأساس فلابد للتعرض لتعريف الخدمة ما بعد البيع وخصائصها (المطلب الأول)، ثم بيان أهميتها (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف الخدمة ما بعد البيع وخصائصها

إن ضمان الخدمة ما بعد البيع يعد ضمانا حديثا لم تتباين أحكامه بشكل واضح، ولقد اختلفت التعاريف التي تناولت هذا النوع من الضمان (الفرع الأول)، ومن خلالها تبرز لنا أهم الخصائص التي يتميز بها هذا الضمان عن الضمانات الأخرى (الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف الخدمة ما بعد البيع

هناك عدة تعاريف للخدمة ما بعد البيع منها الفقهية والتشريعية.

1- التعريف الفقهي: عرّفها فقهاء الاقتصاد على أنها "الفكرة الرئيسية التي يعطيها المنتج للسلعة من أجل إرضاء أكثر للمستهلكين إلى أقصى الحدود بهدف تكرار الشراء"[2].

وفي نفس السياق فقد تم تعريفها أيضا بأنها "كل الأنشطة التي يبذلها المنتج والتي من شأنها أن تمكن المستهلك من تأمين أفضل استفادة يحصل عليها من السلع، من خلال زيادة المنافع

(2)أحمد شاكر العسكري، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 172.

الإضافية، بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجياته ورغباته"[3].

يتضح لنا من خلال هذه التعاريف أن الاقتصاديين يعتبرون الخدمة ما بعد البيع مجموع الخدمات التي يقوم بها المتدخل وذلك لأجل كسب ثقة المستهلك، التي بها يحققون ترقية مبيعات المؤسسة، وبالتالي الرفع من قدراتها التنافسية[4].

أما فقهاء القانون فقد عرّفوا الخدمة ما بعد البيع على أنها "مجموع الخدمات المقدمة للزبائن من طرف المنتج أو الموزع، وتتمثل هذه الخدمات في تسليم المبيع، التركيب، الصيانة والتصليح، المساعدة بالمنزل، المراجعة الدورية، التكوين عن بعد"[5].

إلا أن البعض يرى أن الخدمة ما بعد البيع هو عقد مبرم في كثير من الأحيان بمقابل من أجل صيانة وتصليح وتجديد بضاعة معينة، ويكون ضمن إطار الضمان القانوني أو الاتفاقي[6].

وعلى كل فإنه وحسب فقهاء القانون فإن للخدمة ما بعد البيع معنيين[7]:

معنى واسع: والذي يشمل جميع الأداءات المقترحة بعد إبرام العقد، والمتعلقة بالشيء المبيع، مهما كانت طريقة أدائها، كتسليم المبيع بالمنزل، أو تركيبه، أو إصلاحه وصيانته، وبهذا المعنى تعتبر الخدمة ما بعد البيع جزءا لا يتجزأ من الضمان القانوني أو الإتفاقي.

معنى ضيق: حيث ينصرف إلى تلك الأداءات التي تكون بمقابل ولا تدخل في البيع فيتم مثلا إصلاح المبيع وصيانته بمقابل.

2- التعريف القانوني: لم يُعرّف المشرع الجزائري الخدمة ما بعد البيع، بل اكتفى بتعداد الخدمات التي تدخل ضمنها، وهذا في نص المادة 16 من القانون رقم 03/09 السالفة الذكر، والمتمثلة في الصيانة، وتصليح المنتوج المعروض في السوق.

([3])زينب ماتن، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل استراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية، دراسة حالة مجمع SOVAC للسيارات، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011/2010، ص113.

([4])سميحة علال، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة، 2004-2005، ص 122.

([5])بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2012-2013، ص 12.

([6])أنور العمروسي، دعاوى الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف، مصر، 2004، ص 122.

([7])محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 386.

بل أكثر من ذلك، لم يتطرق المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 327/13[8] أصلا للخدمة ما بعد البيع، حيث اكتفى بالإشارة فقط إلى ضمان عيوب الخدمات أثناء اقتناء السلعة أو تقديم الخدمة، لأن التعريف ليس من صلاحيات المشرع، بل هو من اختصاص الفقهاء.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة ما بعد البيع

تتميز الخدمة ما بعد البيع بمجموعة من الخصائص أهمها:

1- خاصية الإلزامية: حيث تستمد الخدمة ما بعد البيع إلزامية من نص المادة 16 من القانون رقم 03/09 الذي كرّس ولأول مرة مثل هذا النّوع من الالتزامات بموجب نص تشريعي.

2- خاصية المقابل (عدم مجانيتها): عكس ما هو معمول به في الضمان القانوني الذي تكون فيه إلزامية الخدمة تتبع الضمان من حيث مجانيته أثناء سريانه، فإن إلزامية الخدمة ما بعد البيع تكون دائما بمقابل يحدده المتدخل الذي يقع عليه عبء إخبار المستهلك بذلك أثناء إبرام العقد[9]، حيث يلتزم المتدخل دائما بأن يعلم المستهلك بشروط بيع السلع والخدمات، وكذا بالأسعار والتعريفات.

3- خاصية بدء سريان الخدمة ما بعد البيع: استنادا إلى نص المادة 16 من القانون رقم 03/09 فإن بداية مدة سريان إلزامية الخدمة ما بعد البيع تكون وفق حالتين وهما:

- الحالة الأولى: ويبدأ سريان الخدمة ما بعد البيع بعد إنقضاء فترة الضمان إلى غاية نهاية صلاحية المنتوج.

- الحالة الثانية: وتسري في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، أي تلك الحالات التي لا يضمن فيها المتدخل سوى العيب أو الخلل الناتج عن سوء التصنيع، أما تلك الإعطاب التي تسبّب فيها المستهلك بخطئه أو خطأ الغير أو قوة قاهرة فلا تشملها إلزامية الضمان، بل يستفيد من ضمانها في إطار الخدمات ما بعد البيع مع العلم أنها بمقابل مالي يحدده المتدخل كما قلنا سابقا وذلك تفاديا لوقوع المستهلك في غلط، أضف إلى ذلك فإن تأدية هذه الخدمات غير محددة بمدة معينة عكس إلزامية الضمان التي تكون فيها المدة محددة تتراوح غالبا ما بين 6 أشهر و24 شهرا حسب طبيعة كل سلعة.

([8])مرسوم تنفيذي رقم 327/13 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية العدد 49، الصادر بتاريخ 2 أكتوبر 2013.

([9])المادة 4 من القانون رقم 02/04 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.

المطلب الثاني: أهمية الخدمة ما بعد البيع

ترجع أهمية الخدمة ما بعد البيع على وجه الخصوص إلى كون صلاحية أو كفاءة الأجهزة المبيعة، وخطورة الحوادث التي يمكن أن تسببها لا تظهر إلا باستعمالها خلال فترة زمنية معينة، الأمر الذي جعل إلتزام المتدخل لا يقتصر على مجرد نقل ملكية المبيع إلى المشتري، بل لابد أيضا من ضمان صلاحية هذا المنتوج أو الخدمة المقدمة طوال الفترة المحددة للضمان، والذي يمتد حتى بعد انتهاء هذه المدة، لذلك فإن هذه الخدمات المقدمة بعد البيع أصبحت ضرورة تجارية تفرضها التعقيدات العديدة للأجهزة الحديثة ذات التقنية العالية، خاصة أمام صعوبة إيجاد في كثير من الأحيان فنيين متخصصين بصيانة وتصليح هذه المبيعات قصد تأدية وظيفتها بنجاعة خلال الفترة الزمنية التالية لتسليمها للمستهلك، لذا فإن هذه الخدمات تحقق مصلحة طرفي العقد وهما المستهلك الفرع الأول)، والمهني (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أهمية الخدمة ما بعد البيع بالنسبة للمستهلك

تحقق الخدمة ما بعد البيع أهداف متعددة للمستهلك والذي يستفيد منها من أجل الإنتفاع بالشيء المبيع لمدة طويلة، ويمكن ذكر هذه الأهداف كما يلي:

أولا: تيسير استعمال المبيع وحسن الإنتفاع به

تحقق الخدمة ما بعد البيع مصلحة المشتري في الاستفادة من الشيء المبيع، وكذا تسهل له استعماله على أحسن وجه، إذ تقلل من آثار تعطل جهاز المبيع، كما تساعده أيضا على إتقان وسائل التعامل مع هذه الأجهزة وذلك في حالتي التشغيل والتعطيل، من خلال التوجيهات والمعلومات التي يزودها إياه المنتج[10].

ثانيا: ضمان سلامة المستهلك وأمنه

إن جل الخدمات التي يقدمها المنتج بعد البيع المتعلقة أصلا بصيانة المنتوج وإصلاحه، الهدف منها هو تحقيق الأمن والسلامة لمستعملي الأجهزة والآلات الحديثة، وذلك في مواجهة الأضرار التي قد تسببها لهم، سواء تلك التي تصيبهم في النفس أو الأموال[11]. فالخدمة ما بعد البيع تهدف بالدرجة الأولى إلى ضمان سلامة المشتري المادية والجسدية، حيث تحول دون وصول الخطر الكامن في المبيع للمساس بشخصه، أو الإضرار بماله.

ثالثا: تحقيق غاية المشتري في الشراء

([10])بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 16.

([11])أسعد دياب، ضمان عيوب المبيع الخفية، دراسة مقارنة بين القانون اللبناني والشريعة الإسلامية والقوانين الحديثة العربية والأوروبية، الطبعة الثالثة، دار اقرأ، بيروت، 1983، ص 169.

إن الخدمة ما بعد البيع تحقق للمستهلك الغاية التي من أجلها أقبل على التعاقد، التي تتمثل أصلا في رغبته في الحصول على مبيع صالح للاستعمال، وبالتالي أداء الغرض المعد لأجله، ويتسنى له ذلك إذا كان المبيع سليما، وفي حالة ما إذا كان به عيب أو خلل، فلا بد من إزالته عن طريق إصلاحه وصيانته، وهو ما تحققه له الخدمة ما بعد البيع.

الفرع الثاني: أهمية الخدمة ما بعد البيع بالنسبة للبائع المحترف

تحقق الخدمة ما بعد البيع أهداف عديدة ليس فقط بالنسبة للمستهلك بل أيضا للبائع المحترف التي تتمثل فيما يلي:

أولا: تخفيف مسؤولية البائع المحترف أو الإعفاء منها

إن قيام البائع المحترف بالتزاماته المتعلقة بإصلاح المبيع وصيانته، وذلك في حالة حدوث خلل أو أعطال له يجعله غير صالح للاستعمال، من شأنه أن يخفف من مسؤوليته أو يعفى منها وذلك عن الأضرار التي قد تسببها تلك المبيعات، فالتزام البائع بالصيانة يؤدي إلى تحقيق مصلحته المتمثلة في إقبال المستهلكين على إنتاجه باعتباره يضمن لهم استمرارية صلاحيتها طوال فترة استعمالها[12].

ثانيا: كسب ثقة العملاء وتحسين سمعته التجارية

تساعد الخدمات ما بعد البيع التي يؤديها البائع المحترف على الاحتفاظ بالعملاء وجلب مستهلكين جدد قصد التعاقد والإقبال على منتوجاته المعروضة للاستهلاك وبالتالي ازدياد نسبة المبيعات والأرباح[13].

المبحث الثاني: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع وجزاء الإخلال بها

تعتبر الخدمة ما بعد البيع إحدى الالتزامات الإضافية التي تقع على عاتق المتدخل إتجاه المستهلك، ولا تقدم من أجل التخلص من الضمانات الملقاة على عاتقه، فهي جزءا لا يتجزأ من الضمان (القانوني والاتفاقي) ولقد نص عليها المشرع في الفصل الرابع من الباب الثاني في القانون رقم 03/09 تحت عنوان "إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع".

ويشكل وجود وفعالية الخدمة ما بعد البيع ضمانا لديمومة واستمرارية صلاحية الأجهزة والآلات وحسن عملها طوال المدة العادية لبقائها[14]، فلابد من تبيان كيفية تنفيذها (المطلب الأول)، ثم جزاء الإخلال بها (المطلب الثاني).

([12])بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 17.

([13])LETOURNEAU Philippe, responsabilité des vendeurs et fabricants, 2ème édition, Dalloz, Belgique, 2006, p 184.

([14]) محمد بودالي، مرجع سابق، ص 386.

المطلب الأول: كيفية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع

يعتمد المتدخل في تقديم الخدمة ما بعد البيع على مراكز الخدمة التابعة له أو على الموزعين أو قد يفوضها لمتخصصين (الفرع الأول)، كما أن للخدمة ما بعد البيع صور متعددة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: أداء الخدمة ما بعد البيع

يتوقف مكان أداء خدمات ما بعد البيع من طرف المحترف على مجموعة من العناصر أهمها: خصائص السلعة ومميزاتها، إمكانية نقل السلعة بسهولة، تكاليف نقل السلعة، مدى إمكانية توفير المعدات المتخصصة لتقديم الخدمة[15].

يعتمد المنتج أو المتدخل لتقديم الخدمة على مراكز الخدمة التابعة له وهو ما ينطوي على تكاليف مرتفعة ومخاطر استثمارية عالية، وقد يعهدها إلى أحد المراكز المتخصصة، الأمر الذي يعرض المؤسسة إلى فقدان السوق.

يمكن للمنتج من جهة أخرى أن يقوم بتفويض أداء خدمات ما بعد البيع للوكلاء الذين يختارهم ممن تتوفر فيهم الرغبة والقدرة على الخدمة، نظرا للاعتبارات التالية: السرعة، التكلفة، السهولة، والقرب من المستهلك، لكن في نفس الوقت قد تواجه المنتج مشاكل الإشراف والرقابة على الموزعين للتأكد من مستوى أداء الخدمة وتكاليفها بالإضافة إلى فقدان الاتصال المباشر مع المستهلكين، وقد تفوض في بعض الأحيان أداء الخدمات ما بعد البيع إلى مؤسسات متخصصة في هذا المجال بالمناطق التي لا توجد فيها طلب يسمح بإنشاء مراكز الخدمة للمؤسسة والتي تستفيد من مساعدات فنية تقدم لها من طرف المؤسسة المنتجة[16].

الفرع الثاني: صور الخدمة ما بعد البيع

يهدف المتدخل أو المنتج من خلال تقديمه لخدمات ما بعد البيع إلى الحفاظ على العلاقة مع المستهلك بعد شرائه للسلعة، وذلك من أجل استمرار العلاقة بينهما، حيث تتنوع هذه الخدمات والتي نذكر منها:

أولا: خدمة الصيانة والتصليح

يضمن المتدخل في إطار الخدمة ما بعد البيع صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق[17]، فغالبا ما يفضل المستهلك اقتناء السلعة التي تكون فيها مسؤولية المتدخل قائمة ومستمرة طوال عمر بقائها، فإذا كان هذا الأخير يقدم خدمات الصيانة والتصليح مجانا خلال فترة

([15])محمد صادق بازغة، إدارة التسويق، الملكية الأكاديمية للنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 310.

([16])Philippe KOTLER et autres, Marketing management, 13 Edition, Pearson éducation, France, 2006, p 481.

([17]) المادة 16 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

الضمان، إلا أنه وبمجرد انقضاء هذه الفترة يصبح أداؤها بمقابل، أي على سبيل المعاوضة[18]، ومثل هذه الالتزامات تفرضها التعقيدات العديدة للأجهزة والسلع الحديثة[19].

نقصد بخدمة الصيانة والتصليح، جميع الإجراءات المستخدمة من أجل الحفاظ على سلامة المعدات والأجهزة المستعملة في العملية الإنتاجية، هذا ما يساهم في زيادة الاستخدام الفعال لتلك المعدات بغية تعزيز جودة السلع وفقا لما خططت له المؤسسة[20]، ويحرص المنتج على أن تكون خدمات التصليح والصيانة مستمرة طوال فترة استعمال السلعة، وهذا من خلال توفير ورشات التصليح التابعة له لتأدية تلك الخدمات، لتحقيق ديمومة واستمرارية صلاحية الأجهزة والآلات وحسن عملها طوال المدة العادية لبقائها، وذلك عن طريق التقليل من الأعطال التي تصيبها، ومن جهة أخرى يجب على المهني عند قيامه بتصليح الأعطال أن يحدد طبيعته وكيفية وسبب حدوثه، ثم يقوم بتوفير المواد اللازمة لإجراء الصيانة السريعة، مع توفير التسهيلات في عملية الاستبدال.

ثانيا: توفير قطع الغيار

تعتبر قطع الغيار عناصر ملحقة أو لوازم تدخل في تركيب السلعة، وتضمن التشغيل الجيد للجهاز وكذلك أيضا الاستعمال السليم للسلعة المراد إصلاحها، وهي بحد ذاتها سلع معروضة وموجهة للبيع، وتساهم بالدرجة الأولى في ضمان صلاحية السلعة لمدة أطول[21].

ثالثا: خدمة التركيب

تعتبر خدمات التركيب من الخدمات التي لها أهمية كبيرة في بعض القطاعات، كالإعلام الآلي، الأشغال العمومية...الخ، وعليه فإن الكثير من المؤسسات الإنتاجية تقوم بتركيب السلعة بمنازل المستهلكين عن طريق متخصصين تابعين لها، وهذا من أجل ضمان سلامة التركيب من الناحية الفنية، وسلامة الأداء[22]. وباعتبار أن تركيب الشيء قد يؤدي إلى إتلاف الجهاز أو قد يقلل من فعاليته، فإن المتدخل يضمن في كثير من الأحيان خدمة التركيب، وذلك طبقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم327/13.

([18]) جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في بيوع المنقولات الجديدة، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون المصري والكويتي، الطبعة الثالثة، دار طيبة للطباعة، مصر، 2008، ص 144.

([19]) GRELON Bernard, Les entreprises de services, thèse pour le doctorat, université Paris I, Pantheon Sorbonne, édition économica, Paris, 1976, p 66.

([20]) غسان قاسم دواداللامي، أميرة شكرولي البياتي، إدارة الإنتاج والعمليات: مركزات معرفية وكمية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 475.

([21]) Thierry LAMBÉRT, la pièce détachée en droit économique, la revue de jurisprudence commercial, Edition doctrine, France, 2002, p 04.

([22]) Philippe KOLER et autres, op.cit. p 172.

رابعا: خدمة التسليم والنقل

يقوم المتدخل بتوفير خدمات نقل السلع عن طريق وسائل مناسبة من مكان البيع، سواء كان محلا للبيع أو مصنعا إلى محل إقامة المشتري، أو إلى مكان آخر يتم تعيينه من طرف هذا الأخير[23]، على أن تكون أتعاب هذه الخدمة مشمولة بثمن البيع وهو ما يوفر على المستهلكين مشقة وتكاليف نقل السلع.

المطلب الثاني: جزاء الإخلال بضمان الخدمة ما بعد البيع

تعتبر إلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع من أهم الالتزامات التي فرضها القانون رقم 03/09 على المتدخل ضمن نصوص صريحة وواضحة، وكان لزاما على المشرع أن يستتبع هذه القواعد الموضوعية بقواعد إجرائية تكفل لها التطبيق الفعلي، وذلك بوضع أجهزة تتولى مهمة البحث والمعاينة المرتبطة بمدى احترام وتنفيذ إلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع، وفي حالة ما إذا تبين لها ثبوت مخالفة المتدخل لهذا الإلتزام فإنه يتم ردعه إداريا وذلك بفرض غرامة المصالحة المستحدثة بموجب القانون نفسه (الفرع الأول)، أمّا إذا امتنع عن تسديد الغرامة المفروضة عليه، يتم حينئذ ردعه قضائيا، سواء كان ذلك مدنيا بتعويض المستهلك عن عدم صلاحية المنتوج، أو عن الضرر الناتج عن عيب فيه أو جزائيا بتوقيع العقاب عليه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجزاء الإداري عن الإخلال بضمان الخدمة ما بعد البيع

سمح المشرع الجزائري لبعض الأعوان المؤهلين بعد إجراء التحقيقات اللازمة وثبوت لهم للمخالفة المرتكبة من طرف المتدخل، والمتعلقة أصلا بإلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع بإمكانية فرض غرامة الصلح عليه كوسيلة سريعة ورادعة لحل النزاع، وذلك كطريق بديل قبل الحل القضائي، وترتب هذه الغرامة آثارا قانونية هامة.

أدخل المشرع الجزائري لأول مرة غرامة الصلح في المنازعات المتعلقة بالاستهلاك، وهي تعتبر من التدابير التحفظية التي جاء بها القانون رقم 03/09 ونص عليها في الباب الخامس منه بناءً على نصوص المواد من 86 إلى 93، هذا الإجراء الذي لم يكن معروفا في ظل القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك الملغى[24]، وقد تم استحداث هذا الإجراء من أجل خلق التوازن بين مصلحة المستهلك ومصلحة المتدخل قصد تفادي الوصول إلى القضاء من جهة، ومن أجل ردع كل من يمس سلامة المستهلك من جهة أخرى.

يتبين لنا من خلال المادة 87/3 من القانون رقم 03/09 أنها اشترطت لكي يستفيد المخالف من غرامة الصلح أن لا يكون في حالة العود، بمعنى أن الشخص المخالف الذي وقعت عليه

([23]) المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13، مرجع سابق.

([24]) قانون رقم 02/89 مؤرخ في 7 فبراير 1989، يتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 6، الصادر بتاريخ 8 فبراير 1989 (ملغى).

الغرامة، وعاد مرة أخرى لارتكاب المخالفة نفسها لا يمكن تكرار فرض غرامة الصلح عليه، إذ أنه لا يستفيد من ذلك بل يرسل المحضر المحرر في شأنه من طرف الأعوان المؤهلين إلى الجهة القضائية المختصة.

كما وضحت المادة 86 من القانون رقم 03/09 الجهة الإدارية التي لها الحق لفرض هذه الغرامة، وهم الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، والتي جاء فيها ما يلي: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك".

كما لا يمكن من جهة أخرى وطبقا لأحكام المادة 87 من القانون رقم 03/09 للأعوان المؤهلين اللجوء إلى فرض غرامة الصلح إذا كانت المخالفة المرتكبة:

– تمس الأشخاص والأموال: إذ أن تعويض الضرر في هذه الحالة يتعدى الضرر الاقتصادي المتعلق بالمنتوج إلى ضرر جسدي ومالي، فلا يعقل فرض غرامة الصلح.

– إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية، كالسحب المؤقت للمنتوج مثلا أو السجن أو الحبس...الخ.

– في حالة تعدد المخالفات الصادرة من المتدخل والتي لا يمكن في إحداها تطبيق غرامة المصالحة مثلا كإهانة الأعوان المكلفين بتوقيع هذه الغرامة أو عرقلة مهامهم.

– بالإضافة إلى حالة العود المشار إليها سابقا.

يلاحظ أنه ما عدا هذه الحالات التي أشارت إليها المادة 87 السالفة الذكر فإن المخالفات المتعلقة بعدم تنفيذ ضمان الخدمة ما بعد البيع يعاقب عليها بغرامات مالية فهي حالات قابلة لفرض غرامة الصلح عليها.

تتميز إجراءات فرض غرامة الصلح بالبساطة، ولا تتطلب وقتا كما هو الحال في المطالبة القضائية، حيث تبلغ المصالح المكلفة بحماية المستهلك المتدخل المخالف في أجل لا يتعدى 7 أيام تسري آجالها من تاريخ تحريرهم لمحضر المخالفة المرتكبة وذلك عن طريق إنذاره برسالة موصى عليها مع إشعار بالإستلام، كما يجب أن يتضمن الإنذار بيانات إلزامية جاءت على سبيل الحصر، وهي: محل إقامة المخالف، مكان وتاريخ وسبب المخالفة، الأساس القانوني المطبق أو المعتمد عليه، بالإضافة إلى مقدار الغرامة المفروضة وكذا آجال وكيفية تسديدها[25].

ومن جهة أخرى فقد تم تحديد غرامة الصلح تحديدا دقيقا في القانون رقم 03/09، ولم يترك ذلك للسلطة التقديرية للإدارة أو لمحل تفاوض بين الطرفين –الإدارة والمتدخل المخالف–،نلاحظ

([25]) المادة 90 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

أنه إذا كان المشرع قد حدد العقوبة بمبلغ مالي فيما يخص عدم تنفيذ الضمان فإنه بالنسبة لعدم تنفيذ الخدمة ما بعد البيع فقد حددها بنسبة مئوية تقدر بـ 10% من ثمن المنتوج المقتنى، وهذا ما أشارت إليه المادة 88/7 من نفس القانون.

يتم تسديد مبلغ غرامة الصلح دفعة واحدة، ولا يقبل التجزئة ولا دفعه بالتقسيط، ويتم الدفع لدى قباضة الضرائب المتواجدة في دائرة اختصاص مكان إقامة المتدخل المخالف أو مكان المخالفة، ولا بد أن يتم في أجل الثلاثين (30) يوما التي تلي تاريخ الإنذار المذكور، والموجه للمخالف من طرف المصالح المختصة[26]، وفي حالة ما إذا سجلت عدة مخالفات على نفس المحضر، يجب على المخالف أن يدفع مبلغا ماليا إجماليا، وذلك لكل غرامات الصلح المستحقة[27].

أمّا في حالة ما إذا قام المخالف بتسديد مبلغ الغرامة في الآجال المحددة، فيقوم قابض الضرائب بإعلام المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بحصول الدفع في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ الدفع[28]، أما إذا لم يتم استلام الإشعار في أجل خمسة وأربعين (45) يوما والتي تسري ابتداءً من تاريخ وصول الإنذار للمخالف ففي هذه الحالة فإن المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش تقوم بإرسال ملف المخالف إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا[29].

حتى تفرض الغرامة يجب أن تكون مخالفة إلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع من طرف المتدخل، التي تعتبر من بين أهم الشروط التي تؤدي إلى فرضها، والتي يترتب عنها حل النزاع بين المتدخل المخالف والإدارة التي فرضتها، إذ أنه في حالة تسديدها فلا حاجة لعرض النزاع على القضاء، وبالتالي تنقضي الدعوى العمومية بالنسبة للمتدخل المخالف وتحصيل الغرامة بالنسبة للإدارة التي فرضتها طبقا لنص المادتين 90-92 من القانون 09-03.

الفرع الثاني: الجزاء القضائي عن الإخلال بضمان الخدمة ما بعد البيع

حاول المشرع الجزائري ومن خلال النصوص ذات الصلة بحماية المستهلك تفعيل الحماية اللازمة من أجل تحقيق ضمان سلامة وأمن المستهلك، إذ أنه إلى جانب تخويل مصالح حماية المستهلك وقمع الغش صلاحيات واسعة في هذا المجال ومنها بالخصوص توقيع غرامة الصلح من أجل ردع المخالفين لالتزاماتهم التي فرضتها النصوص القانونية على عاتقهم، فإنه لم يتوقف عند هذا الحد، بل قام أيضا بمنح الهيئات القضائية صلاحية النظر في النزاعات المتعلقة بمخالفة

([26]) المادة 92/1 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

([27]) المادة 89 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

([28]) المادة 92/2من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

([29]) المادة 92/3 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

أحكام القانون رقم 03/09، وذلك من أجل فرض عقوبات على المتدخل المخالف، سواءً أكان ذلك عن طريق الدعوى المدنية، أو الدعوى الجزائية.

أولا: الدعوى المدنية

نص المشرع الجزائري صراحة في المادة 13 من القانون رقم 03/09 على إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع، وتبعا لذلك فالمتدخل ملزم بضمان المنتوجات التي يعرضها للاستهلاك من كل عيب يجعلها غير صالحة للاستعمال وكذا الشأن بالنسبة للخدمات، وقد شرع لذلك عقوبة يمكن أن يفرضها الأعوان المؤهلون بالبحث والمعاينة وفق الشروط التي سبق الإشارة إليها[30].

لكن أهم ما يمكن ملاحظته أن لا القانون رقم 03/09 ولا حتى المرسوم التنفيذي رقم 327/13 تناولا مدى إمكانية لجوء المستهلك إلى القضاء، قصد مطالبة المتدخل بالتعويض في حالة ما إذا لحقه ضرر من جراء إخلاله بتنفيذ التزاماته المتعلقة أصلا بالضمان والخدمة ما بعد البيع، بالرغم من أن هذا الأخير جاء أصلا ليدعم الحماية القانونية للمستهلك، ويحافظ على صحته، وأمنه، وسلامته، ومصلحته المادية من أي ضرر مادي أو معنوي قد تسببه المنتوجات المعيبة أو الخدمات[31].

لعلّ السبب الذي جعل المشرع يغفل عن النص عن هذا الإجراء المتعلق بحق المستهلك للمطالبة بالتعويض عن الأضرار الناجمة عن المنتوجات المعيبة، وكذا مدته في المرسوم التنفيذي رقم 327/13، يعود إلى أن تحديد الشروط والكيفيات الخاصة لتطبيق أحكام هذا المرسوم عند الحاجة ترجع إلى صدور قرارات للوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش[32]، وإلى غاية صدورها ليس هناك ما يمنع الرجوع إلى القواعد العامة التي نظمت هذا الجانب.

ثانيا: الدعوى الجزائية

لم ينص المشرع الجزائري على إجراءات خاصة تنفرد بها الهيئات القضائية، وذلك في مجال حماية المستهلك، وعلى هذا الأساس تكون متابعة المخالف من طرف النيابة العامة، وذلك بمجرد ثبوت خطأ المتدخل الموجب للمسؤولية، ويتحقق ذلك بتحريك الدعوى العمومية[33]، بعد إخطاره من

([30]) تعتبر غرامة الصلح بالنسبة للأعوان المؤهلين بفرضها إجراءا اختياريا، وهذا ما يستخلص من عبارة "...**يمكن**..." المستعملة في نص المادة 86 من القانون 03/09، أما بالنسبة للمتدخل المخالف فهي إجراء قمعي إذ لا يمكن التفاوض أو الاعتراض عليها.

([31])علي حساني، الإطار القانوني للإلتزام بالضمان في المنتوجات، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2011-2012، ص 351.

([32]) المادة 23 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13، مرجع سابق.

([33]) المواد 29 – 48 من الأمر رقم 155/66 المؤرخ في 08 جوان 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية العدد 48، الصادر بتاريخ 10 جوان 1966 المعدل والمتمم.

طرف المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، وكذا ضباط الشرطة القضائية والأعوان المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة[34].

كما يمكن للمتضرر أي المستهلك تقديم شكوى سواء أمام وكيل الجمهورية أو أن يدعي مدنيا أمام قاضي التحقيق المختص قصد مطالبة المتدخل بالتعويض[35].

وتتمتع أيضا جمعيات حماية المستهلكين بحق التقاضي في رفع الدعاوى والتأسيس كطرف مدني للمطالبة بالتعويض عن الأضرار المشتركة للمستهلكين أمام الجهات القضائية المختصة[36]، كما يحق أيضا لكل شخص طبيعي أو معنوي وكذا الجمعيات المهنية رفع الدعاوى للمطالبة بالتعويض عن الأضرار اللاحقة بهم[37].

كما حرص المشرع على تفعيل ضمان حماية المستهلك وسلامته، إذ أنه فرض بموجب القانون رقم 03/09 تدابير وقائية من أجل تحقيق ذلك، إلا أن هذه الأخيرة لا تغني عن العقوبات الجزائية المنصوص عليها في هذا القانون، الذي يتميز بالطابع الجزائي لأحكامه[38]، ونصّ المشرع في هذا الإطار على جزاءات جديدة لم يكن منصوصا عليها في القانون رقم 02/89 الملغى، سواء تعلق الأمر بعقوبات أصلية نص عليها المشرع في نص المادة 77 إذ يعاقب المشرع على مخالفة إلزامية الخدمة ما بعد البيع بغرامة تتراوح من خمسين ألف دينار (50.000 دج) وقد تصل إلى مليون دينار 1.000.000 دج كحد أقصى أو تعلق الأمر بعقوبات تكميلية يمكن أن يحكم بها القاضي المختص بالإضافة إلى العقوبة الأصلية، وتتمثل في الشطب من السجل التجاري للمخالف هذا ما نصت عليه المادة 85 من قانون 09-03.

نستنتج مما سبق أن المشرع قد حاول تكريس آليات جديدة لضمان فعالية الحماية الجزائية للمستهلك، وذلك من خلال توقيع الجزاء على المتدخل المخالف لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلا أنه يلاحظ من جهة أخرى أن هذه الجزاءات جاءت في شكل غرامات بسيطة بالمقارنة مع الإمكانيات الكبيرة التي يتمتع بها المتدخل، مما قد يؤدي إلى عدم ردع هؤلاء، وهذا ما قد ينقص من هذه الحماية التي أراد المشرع أن يوفرها للمستهلك.

([34]) المادة 25 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

([35]) المادة 2 من الأمر رقم 155/66 المعدل والمتمم، مرجع سابق.

([36]) المادة 23 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

([37]) المادة 65 من القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

([38]) المادتان 65، 68 من القانون رقم 03/09، مرجع سابق.

خاتمة:

نخلص إلى القول بأن الخدمة ما بعد البيع تعتبر من أهم المستجدات التي جاء بها القانون رقم 09-03 حيث أن حماية المستهلك لا تتوقف بمجرد إنتهاء مدة الضمان بل ألزمت المادة 16 من نفس القانون المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع، وذلك لضمان استفادة المستهلك من المنتوج لمدة طويلة.

وتبعا لما سبق فقد ألزم المشرع بتوفير خدمات ما بعد البيع لجميع الأجهزة والسلع الأخرى المعروضة في السوق والموجهة للاستهلاك والخاضعة للضمان، إذ جعله المشرع وفقا لقانون 09-03 جزءا لا يتجزأ من الضمان وكل ذلك من أجل ضمان ديمومة صلاحية المنتوج للاستعمال المخصص له.

ومن خلال دراستنا توصلنا إلى عدة نتائج منها:

- تتبع الخدمة ما بعد البيع الضمان من حيث مجانيته أثناء سريانه، وتكون بمقابل بعد انتهاء فترة الضمان أو عندما لا يلعب الضمان دوره، لذلك جمعهما المشرع تحت فصل واحد سماه بإلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع.

- يتعدد مضمون الخدمة ما بعد البيع من تركيب وإصلاح وصيانة ...، وهي خدمات غير محددة المدة كما أنه تشمل الخدمة ما بعد البيع حتى العيب أو الخلل الناتج عن سوء الاستعمال والتشغيل أي الذي يتسبب فيه المستهلك أو الغير.

- تقاس فعالية أداء خدمات ما بعد البيع استنادا لمعايير محددة منها: التكاليف، مدة الإنجاز، توفير قطع الغيار الجيدة.

- إن الاهتمام بالخدمة ما بعد البيع تعد مسألة بالغة الأهمية، كونها تعزز العلاقة وتطيل مدتها بين كل من المتدخل والمستهلك.

- حاول المشرع الجزائري أن يواكب التطور الحاصل في مجال الاستهلاك، إذ تناول الخدمة ما بعد البيع في قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلا أنه لم ينظم أحكامها، كما أنه لم يتطرق إليها المرسوم التنفيذي رقم 327/13، وهذا بالرغم مما تتميز به هذه الأخيرة من طبيعة خاصة في مجال النوعية أو الضمان أو الوقاية.

- لم يتطرق المشرع إلى الإجراءات الواجب إتباعها من طرف المستهلك من أجل المطالبة والاستفادة من ضمان الخدمة ما بعد البيع.

وانطلاقا من النتائج المتواصل إليها فإننا نوصي بما يلي:

- كان لزاما على المشرع أن يضع معايير الخدمة ما بعد البيع وضبطها في شكل يجعل شهادة الضمان تنص صراحة على جميع حقوق المستهلك المترتبة عنها.

– ضرورة وضع نصوص قانونية خاصة تتناول قواعد تأدية خدمات ما بعد البيع من طرف محترفيها وذلك لضمان صلاحية الخدمة المعروضة للاستهلاك لأنها في نفس الدرجة من الخطورة مع السلع والمنتجات من حيث الأضرار المترتبة عنها في حالة عدم مطابقتها.

– السعي لفتح وإنشاء ورشات عديدة لتغطية الطلب على خدمتي الصيانة والتصليح والتقليص من مدة إنجازهما.

– توظيف موارد بشرية مؤهلة وكفاءات في مجال الصيانة والتصليح تتميز بالمعرفة الجدية بكل العيوب والأعطال الممكن أن تحدث للسلع والمنتوجات المعروضة للاستهلاك.

قائمة المراجع

أولا: الكتب

1. أحمد شاكر العسكري، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
2. أسعد دياب، ضمان عيوب المبيع الخفية، دراسة مقارنة بين القانون اللبناني والشريعة الإسلامية والقوانين الحديثة العربية والأوروبية، الطبعة الثالثة، دار اقرأ، بيروت، 1983.
3. أنور العمروسي، دعاوى الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف، مصر، 2004.
4. جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في بيوع المنقولات الجديدة، دراسة مقارنة بين القانون الفرنسي والقانون المصري والكويتي، الطبعة الثالثة، دار طيبة للطباعة، مصر، 2008.
5. غسان قاسم دواد اللامي، أميرة شكرولي البياتي، إدارة الإنتاج والعمليات: مركزات معرفية وكمية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
6. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دراسة معمقة في القانون الجزائري، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
7. محمد صادق بازغة، إدارة التسويق، الملكية الأكاديمية للنشر والتوزيع، مصر، 2001.

ثانيا: الرسائل والمذكرات

– الدكتوراه:

1. بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2012–2013.
2. علي حساني، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات، دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2011–2012.

- المذكرات:

1. زينب ماتن، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل استراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية، دراسة حالة مجمع SOVAC للسيارات، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011/2010.
2. سميحة علال، جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة منتوري قسنطينة، 2004-2005.

ثالثا: النصوص القانونية

النصوص التشريعية:

1. الأمر رقم 155/66 المؤرخ في 08 جوان 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية العدد 48، الصادر بتاريخ 10 جوان 1966 المعدل والمتمم.
2. قانون رقم 02/89 مؤرخ في 7 فبراير 1989، يتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية العدد 6، الصادر بتاريخ 8 فبراير 1989 (ملغى).
3. القانون رقم 02/04 مؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.
4. قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد 15، الصادر بتاريخ 8 مارس 2009.

النصوص التنظيمية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 327/13 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية العدد 49، الصادر بتاريخ 2 أكتوبر 2013.

باللغة الأجنبية

Ouvrages :

1. LETOURNEAU Philippe, responsabilité des vendeurs et fabricants, 2ème édition, Dalloz, Belgique, 2006.
2. Philippe KOTLER et autres, Marketing management, 13 Edition, Pearson éducation, France, 2006.

Thèse :

1. GRELON Bernard, Les entreprises de services, thèse pour le doctorat, université Paris I, Pantheon Sorbonne, édition économica, Paris, 1976.

Article :

1. Thierry LAMBÉRT, la pièce détachée en droit économique, la revue de jurisprudences commerciales, Edition doctrine, France, 2002.

الالتزام بالمطابقة كآلية لحماية المستهلك

عيساوي زاهية

جامعة مولود معمري تيزي وزو

مقدمة:

نظرا لكثرة المنافسة في السوق واتجاه المتدخلين للحصول على قدر كبير من الأرباح دفعهم لبذل جهد كبير لدفع المستهلكين على الشراء باستعمالهم وسائل مشروعة وغير مشروعة بقصد التأثير على رغبتهم المشروعة مستغلين في ذلك ثقتهم وعدم خبرتهم بالمنتجات التي يقبلون على اقتنائها، ما ترتب عنه وجود منتجات لا تستجيب لأدنى شروط الانتاج والجودة ولا للمعايير المطلوبة قانونا. مما دفع المشرع التدخل لتأطير هذه المسألة عن طريق التشديد في الالتزامات المفروضة على المتدخلين وحثهم على أن تكون المنتوجات المعروضة للاستهلاك مطابقة لما ينتظره المستهلكون ولا تحمل في طياتها أي خطر يهدد سلامة وصحة المستهلك.

استنادا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش[1] وللمرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين[2]، يعتبر الالتزام بالمطابقة من بين الالتزامات الأساسية التي أدرجها المشرع والملقاة على المتدخل.

عليه يلعب التزام المتدخل بضمان مطابقة المنتوج الاستهلاكي دورا هاما في مجال المعاملات الاستهلاكية وحماية المستهلك، حيث يعتبر أداة لتأكيد الثقة بين هذا الأخير والمتدخل، خاصة وأن المنافسة بين المهنيين حاليا لا تقتصر فقط على أثمان المنتجات بل تمتد لتشمل مدى الجودة لهذه المنتوجات.

فأهمية هذا الموضوع تكمن في التحقق من مطابقة المنتوجات للمواصفات المتطلبة قانونا، ومن كونه التزام جديد فرضه المشرع لحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية, وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية الآتية: إلى أي مدى يكرس الالتزام بالمطابقة حماية فعالة للمستهلك في ظل القانون 09-03؟

وللإجابة عن هذه الإشكالية عمدنا لتقسيم الآتي حيث تناولنا في المبحث الأول مفهوم الالتزام بالمطابقة، في حين خصصنا المبحث الثاني للوسائل التي من شأنها أن تجسد الالتزام بالمطابقة.

---

[1]- ج ر عدد 15 الصادر في 2009/3/8

[2]- ج ر عدد 56 الصادر في 2006/9/11

المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالمطابقة

نظرا لتنوع المنتوجات واختلاف مستويات الجودة وسلامة مواصفاتها ،سعى المشرع الجزائري كغيره من المشرعين لحماية المستهلك منها، بإلزام المتدخلين بضرورة وضع سلع مطابقة لمواصفاتها المقررة في القانون بغرض ضمان الرغبة المشروعة .لذا يجب أن نبين ما المقصود بالالتزام بالمطابقة (المطلب الأول) مع الإشارة لمضمونه (المطلب الثاني.)

المطلب الأول: تعريف الالتزام بالمطابقة:

بالعودة إلى القواعد العامة نجد أن المشرع الجزائري لم يتناول مثل هذا الالتزام في القانون المدني، بل تحدث عن التسليم المطابق، وأشار إلى الصور الثلاث للمطابقة من مطابقة كمية ووصفية ووظيفية[3]، ومثل هذا الالتزام يختلف عن ما هو مكرس في قانون حماية المستهلك وقمع الغش. وعلى هذا الأساس سنتناول المقصود بالالتزام بالمطابقة (الفرع الأول) وشروط الالتزام بالمطابقة (الفرع الثاني.)

الفرع الأول: المقصود بمطابقة المنتوجات

لتحديد المقصود بمطابقة المنتوجات يستدعي بنا الأمر أن لا نحصره فقط في مطابقتها للمواصفات والمقاييس والذي يعد تعريفا ضيقا (أولا)، بل للمطابقة تعريفا أوسع (ثانيا).

أولا– التعريف الضيق لمطابقة المنتوجات:

تنص المادة 5 من قانون رقم 89–02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[4] على أنه: «يجب على كل منتج أو وسيط أو موزع، وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك أن يقوم بنفسه أو عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتوج أو الخدمة للقواعد الخاصة به والمميزة له.«يستخلص من هذه المادة أن المقصود بالمطابقة هو مطابقة السلع

---

[3] – نقصد بالمطابقة الكمية أن يسلم البائع منتوجات مطابقة للمقدار والكمية المتفقة عليها في العقد
أما المطابقة الوصفية هي التزام البائع بأن يسلم للمشتري منتوج مطابق لما تم الاتفاق عليه سواء من حيث الصفة، الجودة والنوعية. أما المطابقة الوظيفية فهي صلاحية المبيع للاستعمال في الغايات التي تستعمل من أجللها منتجات من نفس النوع وكذا في الأغراض التي يبتغيها المستهلك
أنظر أكثر تفصيلا في هذه النقطة" أمازوز لطيفة ,التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري ,أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم ,تخصص: القانون. كلية الحقوق و العلوم السياسية ,جامعة مولود معمري ,تيزي وزو,2011. و ايضا انظر: طرافي آمال، التزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل قانون رقم 09–03، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الجزائري، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة محند أولحاج، البويرة، 2013، ص 12 وما يليها.

[4] – قانون رقم 89–02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06 الصادرة بتاريخ 08 فيفري 1989 (ملغى).

والخدمات للمقاييس والمواصفات، وحرص المشرع عن هذا النوع من المطابقة عن طريق النصوص التنظيمية التي أصدرها.

ولم يخلو القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[5] من إيراد هذا النوع من المطابقة فيه، فالمادة 8/3 منه نصت على أنه: «المطابقة استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط التنظيمية في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة بها.«عليه المطابقة حسب هذه المادة هي استجابة المنتوج الاستهلاكي المطروح في إحدى حلقات الوضع حيز الاستهلاك للشروط المحددة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية ولقواعد السلامة والأمن الخاصة به.

ثانيا –التعريف الواسع لمطابقة المنتوجات:

نصت المادة 1/11من قانون 09-03 على أنه: «يجب أن يلبي كل منتوج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستهلاك والأخطار الناجمة عن استعماله

كما يجب أن يحترم المنتوج المتطلبات المتعلقة بمصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه.«نستخلص من هذه المادة أن المشرع لم يقتصر على موافقة المنتوج للمعايير والمواصفات القانونية والتنظيمية بل وسع ليشمل الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته والصنف وكذا المميزات الأساسية والى غير ذلك.

نقصد بالرغبة المشروعة للمستهلك في ذلك الشيء الخاص به، والمترتب على إرادته وذوقه ما يترتب عليه من نشؤ حالة فردية لكل فرد تعكس رغبته من هذا المنتوج بشرط أن لا تكون مخالفة للقانون، والمتدخل لا يستطيع أن يحدد هذه الرغبة المشروعة. لذا يستوجب عليه مراعاة امن وسلامة المستهلكين فيما يعرضه عليهم من منتجات لأن هذا يمكن توقعه منه.[6]

---

[5] – قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر. عدد 15 الصادر بتاريخ 08 مارس 2009.المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 2018/06/10ج ر عدد 35 الصادر في 2018/06/13

[6]– انظر أكثر تفصيلا في هذه النقطة، ليلى جمعي، مدى حرص المشرع الجزائري على مطابقة المنتوج للرغبات المشروعة، مجلة الحضارة الإسلامية العدد 28، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، ص 553.

لأن احترام التوقع المشروع للمستهلك من طرف المتدخلين يمثل جوهر ضمان المطابقة, إذ تقتضي المطابقة صلاحية المنتوج للاستعمال بحسب طبيعته وتخصيصه, وفقا لغرض المستهلك الخاص وتوقعه المشروع. [7]

الفرع الثاني :الشروط المكرسة قانونا لالتزام بضمان مطابقة المنتوجات

استنادا لتعريف الالتزام بالمطابقة في المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش . وبالعودة لأحكام المادة 12 من نفس القانون يمكن ان نستخلص شروط هذا الالتزام التي يتوجب على كل متدخل ان يحترمها.

– عدم تعارض المنتوج الاستهلاكي للرغبة المشروعة و التي تتحقق عن طريق المعايير حددتها المادة 2/11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش: كطبيعة المنتوج, ومميزاته وخصائصه ومنشئه وصنعه.

– أن يكون المنتوج مطابقا للمواصفات وقت عرضه للتداول وقبل تسليمه للمستهلك, مع ضرورة ان يكون كل منتوج تم عرضه للتداول بإرادة المتدخل.

– بمقتضى أحكام المادة 12 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش يتوجب على المتدخلين أن يخضعوا منتوجاتهم للرقابة من طرف الأجهزة المكلفة بذلك قبل عرضهم للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية و التنظيمية المعمول بها.[8]

– ضرورة الحصول على شهادة المطابقة من قبل السلطات المختصة بذلك[9]

المطلب الثاني: مضمون الالتزام بالمطابقة:

يعتبر الالتزام بالمطابقة من بين الالتزامات الهامة الملقاة على عاتق المتدخل من خلال قانون 09-03، ومن خلاله نستخلص أن مضمون هذا الالتزام يتمثل في مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية (الفرع الأول) وكذا مطابقتها للمواصفات القياسية (الفرع الثاني).

الفرع الأول :المواصفات القانونية

يقع على كل متدخل احترام المواصفات القانونية التي تعبر عن الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتوجات من الإنتاج إلى غاية الاستهلاك, وكما يعتبر هدا الالتزام الصورة الحقيقية

---

[7]–الصغير محمد خضري مهدي, التزام المهني بضمان مطابقة المنتج في عقود الاستهلاك, مجلة الحقوق للبحوث القانونية و الاقتصادية بكلية الحقوق المجلد الأول ,العدد الثاني ,إسكندرية,2016.ص 538.

[8] – انظر في إجراءات رقابة المنتوجات المطلب الثاني من المبحث الأول من هذا المقال.

[9]– انظر أكثر تفصيلا فيما يخص هذا الإجراء : قونان كهينة, الالتزام بالسلامة من اضرار المنتجات الخطيرة (دراسة مقارنة),أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية ,تخصص القانون, جامعة مولود معمري ,كلية الحقوق والعلوم السياسية ,قسم الحقوق, تيزي وزو .2017, ص ص245.248

لاحترامه للقواعد الآمرة المتعلقة بالموصفات القانونية[10] .وهذا ما أكد عليه في قانون حماية المستهلك وقمع الغش من خلال المادة 11 فقرة 3 التي تنص على أنه :""تحدد الخصائص التقنية للمنتوجات التي تتطلب تأطيرا خاصا عن طريق التنظيم ""

أصدر المشرع عدة قرارات وزارية تتضمن مواصفات خاصة لبعض المواد الاستهلاكية كالقرار الوزاري مشترك مؤرخ في 1997/05/27 يحدد المواصفات التقنية للسكر المسحوق أو السكر الرطب .[(11)]

القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 1997/05/25 يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع السميد القمح الصلب وشروط وكيفيات عرضه[(12)].القرار الوزاري المؤرخ في 2019/01/16, يحدد الخصائص المتعلقة بالأشياء واللوازم المصنعة من الخزف الموجهة لملامسة المواد الغذائية.[13]

القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2018/12/20, يتضمن النظام التقني المتعلق بخصائص المارغرين والمنتوجات المماثلة وأخلاط الطلي.[14]

كذلك القرار المؤرخ في 2018/10/08, يتضمن النظام التقني المتعلق بخصائص الملح ذي النوعية الغذائية.[15]

الفرع الثاني: المواصفات القياسية والتقييس:

اتضح لنا من التعريف الذي أوردناه أعلاه أن المطابقة مرتبط ارتباطا وثيقا بالتقييس والمواصفات القياسية, لذا سنحاول من خلال هذا الفرع تعريف المواصفات القياسية (أولا),مع تبيان أنواعها(ثانيا).

أولا –تعريف المواصفات القياسية:

تتمثل في وثيقة قانونية متاحة للجميع، تم إعدادها بالتعاون مع كل الأطراف المعنية من أجهزة رقابة وتجار وكذا مستهلكين، وهذه الوثيقة مؤسسة على النتائج المشتركة والمعروفة وتهدف

---

[10]– قسوري فهيمة ,التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في اطار القانون رقم 09-03,مجلة الاجتهاد القضائي, العدد 14,أفريل 2017 , ص 437

[11]– جردة رسمية عدد 55 مؤرخة في 1997/10/20

[12]– المرجع نفسه.

[13]–ج ر عدد36 صادر في 2019/6/16

[14]– ج ر عدد 33 الصادر في 2019/05/19

[15]– ج ر عدد01 الصادر في 2019/01/06

لتحقيق المصلحة العامة[16].أما التقييس هو عبارة عن وثائق تحدد خصائص تقنية مطلوبة لمنتوج ما بقصد حماية صحة وأمن المستهلك، مما تعتبر السلامة مظهر للمطابقة.[17]

وبالرجوع للمادة 1/2 من القانون المتعلق بالتقييس[18] نجد أن المشرع ذكر عبارة الوثائق المرجعية عند تعريفه للتقييس والمقصود منها هي المواصفة التقييسية، وهي عبارة عن وثيقة غير الزامية توافق عليها هيئة التقييس، معترف بها وتمنح للاستخدام العام المتكرر للقواعد أو الخصائص المتضمنة الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة أو طريقة إنتاج.

وعليه التقييس يحمي صحة وأمن المستهلك، ويسهل عليه اختيار المنتوجات المطابقة، لذا نجد أن المستهلكين يتمسكون بهذه المواصفات القياسية.[19]

وعدم مطابقة المنتوجات للمواصفات والمقاييس المحددة قانونيا يعد انعدام صريح لعدم تنفيذ المتدخل لالتزامه[20] فهذا الأخير ملزم عليه بالتأكد من أن منتوجاته تطابق المقاييس واللوائح المتعلقة بسلامة المستهلك.[21]

ثانيا– أنواع المواصفات القياسية: قسم المشرع الجزائري المواصفات إلى صنفين هما: مواصفات جزائرية (وطنية)، اللوائح الفنية.

–1المواصفات الجزائرية (الوطنية): تتمثل في تلك المواصفات التي تعدها الدولة عن طريق الهيئة الوطنية للتقييس، التي تقوم بإصدار برنامج عملها تبين فيه المواصفات التي بصدد إعداد وكذا المواصفات التي تم المصادقة عليها في فترة سابقة كل ستة اشهر.[22]

وهذا النوع من المواصفات يتضمن على وحدات القياس وتركيب المنتوج وشكله وخاصيتها وكذا نوع المصطلح والتمثيل الرمزي وطرق الحساب والقياس وكذا وسم المنتوجات وأمنها وصحتها

---

[16]– زوبير ارزقي, حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ,مذكرة لنيل شهادة الماجستير ,تخصص المسؤولية المهنية: كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 20، ص 136.

[17]– نوي هناء، دور المواصفات القياسية في ضمان سلامة وجودة المواد الغذائية، مجلة المفكر، العدد الثالث، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص 548

[18] – القانون رقم 04–04 المؤرخ في 2004/06/23 يتعلق بالتقييس ,معدل ومتمم بموجب القانون رقم 16–04 مؤرخ في 2016/06/19, ج ر عدد 37 صادرة في 2016/06/22

[19] –فلوش الطيب ,المرجع السابق,ص 180

[20] - Juris classeur, concurrence, consommation, «garantie de conformité des meubles vendus aux consommateurs », volume 03, fax 1060, 2009, p.08

[21] - Chendab Rabih, Le régime juridique du contrat de consommation, édition LGDJ et Alpha, Paris, 2010, p . 109.

[22]–فلوش الطيب، المر جع السابق، ص 180.

وطريقة استعمالها[23]. ويشمل هذا النوع من المواصفات نوعين هما: مواصفات مصادق عليها، مواصفات مسجلة.

1-المواصفات المصادق عليها: هي ملزمة التطبيق، و إعدادها تمر بعدة مراحل فبعد تقديمها كمشروع ودراسته من طرف هيئة التقييس، وبعد قيامها بالتحريات يتم المصادقة عليه من طرف الرئيس المكلف بالتقييس، وحتى تكون ملزمة يجب أن يتم نشر قرار المصادقة على المقاييس المعتمد في الجريدة الرسمية، و تطبق بأثر فوري ومباشر على المنتوجات.[24]

2-المواصفات المسجلة: هي اختيارية التطبيق، ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس يدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي، بالإضافة لذكر رقم التسجيل وتاريخه وتسميته حسب المادة 8 من القانون 04-04 السالف الذكر.[25]

3-اللوائح الفنية: يتم إعداد مشاريع اللوائح الفنية بمبادرة من الدوائر الوزارية المعينة والتي تبلغ إجباريا إلى الهيئة الوطنية للتقييس ,فمن حيث الإجراءات يخضع كل مشروع لائحة فنية على مواصفات وطنية و/أو دولية لنفس الإجراءات المنصوص عليها في المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس[26].أما فيما يتعلق بمشاريع اللائحة الفنية غير المؤسسة على مواصفات وطنية و/أو دولية فإنها تخضع لتحقيق عمومي.[27]

وبالرجوع لقانون المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم عرف اللوائح الفنية من خلال المادة 7/2 على أنها: «وثيقة تنص على خصائص منتوج ما أو العمليات وطرق الإنتاج المرتبطة به، بما في ذلك النظام المطبق عليها، ويكون احترامها إلزاميا كما يمكن أن تتناول كليا أو جزئيا المصطلحات أو الرموز أو الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة، أو اللاصقة أو عملية أو طريقة إنتاج معينة ويمكن للائحة أن تجعل المواصفة أو جزء منها إلزامية.«يستخلص من هذه المادة أن اللائحة الفنية هي وثيقة الزامبية، وإعدادها ضروري لتحقيق أهداف شرعية.

---

[23]- انظر المادتين 12 و13 من قانون 04-04 السالف الذكر

[24]-بن بوخميس علي بولحية، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، مطبعة دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000، ص 38

[25]- راجع المادة 8 من قانون 04-04 السالف الذكر، المعدل والمتمم.

[26]- المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 2005/12/06 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر عدد 80، الصادر في 2005/12/11

[27]- قسوري فهيمة، المرجع، ص 440.

ثالثا –الإشهاد على المطابقة:

عرفها المشرع في المادة 2 /9 من قانون 04-04 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم على أنها العملية التي يعترف بها بواسطة شهادة للمطابقة و/أو علامة للمطابقة بأن منتوجا ما يطابق المواصفات أو اللوائح الفنية كما هي محددة في القانون.

بالرجوع للمرسوم التنفيذي رقم 17-62 المتعلق بشروط وضع وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة[28].عرف الإشهاد بالمطابقة على المنتوجات في المادة 04/02 منه على أن هذا المنتوج مطابق لمميزات خاصة أو قواعد محددة مسبقا ومراقبة بدقة.

وفرض المشرع هذا الإشهاد دون تمييز بين المنتوجات الوطنية و المستوردة طبقا للمادة 03 من المرسوم 05-465 المتعلق بتقييم المطابقة[29] وأكده أيضا من خلال المرسوم 17-62 من خلال المادة 3فقرة4 منه.

لكن عندما يتعلق الأمر بتحديد الهيئة المكلفة بمنح شهادة المطابقة ميز إذا كانت المنتوجات وطنية منح المشرع سلطة تسليم الشهادة للمعهد الجزائري للتقييس أما إذا كانت مستوردة فتمنح تلك الشهادة من طرف الهيئات المؤهلة لبلد المنشأ والتي تكون معترفا بها من طرف المعهد الجزائري للتقييس.[30]

بالإضافة إلى الإشهاد بالمطابقة استحدث المشرع اجراء بموجبه يجسد عملية الاشهاد المتمثل في وسم المطابقة وهو علامة توضع على المنتوج هدفه هو التأكيد على مطابقته لجميع مستويات الحماية المحددة [31]

المبحث الثاني: وسائل تجسيد مطابقة المنتوجات

حرص المشرع على جعل المنتوجات المعروضة للاستهلاك مطابقة للمقاييس المحددة وفقا للقانون أو التنظيم. إذ أنه لم يتوقف في هذه النقطة وضع آليات أو وسائل من شأنها أن تضمن حصول المستهلك على منتوجات مطابقة، وذلك بضرورة احترامه للشروط المتعلقة بالوسم (المطلب الأول والرقابة التي يلتزم بها ليضمن مطابقة المنتوجات ما يحقق سلامة أمن المستهلك (المطلب الثاني).

---

[28]– المرسوم التنفيذي رقم 17-62 المؤرخ في 07 فبراير 2017 المتعلق بشروط وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة، ج.ر عدد 09 الصادرة في 2017/02/12.

[29] – المرسوم رقم 05-465 المؤرخ في 2005/12/06 المتعلق بتقييم المطابقة، ج.ر عدد 80 الصادرة في 2005/12/11 (ملغى)

[30] – انظر المادة 10 من المرسوم رقم 17-62 المتعلق بشروط وضع وسم المطابقة، ... السالف الذكر.

[31]– انظر كل من القانون رقم 16-04 ,السالف الذكر ,و المرسوم التنفيذي رقم 17-62,السالف الذكر.

المطلب الأول: الوسم كآلية لضمان تحقيق المطابقة

تعد حماية سلامة وأمن المستهلك بشأن ما يقتنيه من سلع وخدمات هدف أولى لقانون الاستهلاك. فجسد عدة آليات لضمان ذلك ومن بينها الالتزام بالوسم الذي فرضه على المتدخلين والذي يعد كضمانة لتحقيق المطابقة، وهو أهم وسيلة لإعلام المستهلك لذا يستوجب عليهم السهر على احترام الأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة به. ما يستوجب توضيح مفهومه (الفرع الأول) وبعد ذلك كيفية تحقيق المطابقة عن طريق هذا الالتزام (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالوسم

أولا: تعريف الوسم

عرف الوسم في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: « كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها».[32]

يستخلص من هذه المادة أن الوسم يتمثل في البيانات المتعلقة بالسلعة بهدف التعريف بها، والمدرجة على المنتوج عن طريق بطاقة ملصقة على الغلاف.

عرفه في المادة 14/03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378[33] على أنه: « كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو ملصوقة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تغليف المنتوج أو مرفق بهذا الأخير»

يتضح من هذه التعاريف أن بطاقة الوسم ليست بالوسم ,فالبطاقة هو الشيء الذي توضع عليه بيانات الوسم، أما الوسم بحد ذاته فيتمثل في تلك البيانات الواجب إدراجها على بطاقة الوسم.[34]

ثانيا- شروط الوسم:

نظمت قوانين حماية المستهلك وقمع الغش شروط خاصة بالالتزام بالوسم على كل المتدخلين احترامها وهذه الشروط يمكن قسمتها إلى قسمين؛ شروط تتعلق ببطاقة المنتوجات (1) وشروط أخرى تتعلق بالبيانات الخاصة بالمنتوج(2).

1-الشروط المتعلقة ببطاقة وسم المنتوجات: حدد المشرع الجزائري من خلال المادتين 17 و18 من قانون 09-03 شروط البطاقة الخاصة بالوسم والمتمثلة في:

---

[32]-المادة 03 من قانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[33]- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 2013/11/09 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام، جر عدد 58 المؤرخة في 2013/11/18

[34]-عبد الحق هاني، الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة- أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص26.

أ-أن تكون بطاقة الوسم لصيقة بالسلع أو الغلاف الذي يحوي السلعة أو العبوة أو العلبة، بشكل يحول إزالتها أو إسقاطها حسب المادة 1/11من المرسوم التنفيذي 13-378

ب-أن تكون بيانات بطاقة الوسم غير قابلة للمحو أي يتعذر محو هذه البيانات في الحالات الطبيعية، وأن تكون هذه البطاقة محمية من تأثير العوامل الخارجية كالماء مثلا.[35]

وهذا ما أكده المشرع في المرسوم 13-378 على أن بطاقة الوسم تكون ملصقة ومقروءة وظاهرة وغير قابلة للمحو.[36]

وإن تعلق الأمر بمنتوجات غير غذائية يجب أن تكون البيانات الإجبارية منقوشة أو موضوعة على المنتوج حسب طبيعته بشرط أن يتعذر محوه حسب المادة 44 من نفس المرسوم السالف الذكر.

2-الشروط المتعلقة ببيانات وسم المنتوج: المشرع لم يقتصر من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على تنظيم بطاقة الوسم فقط، بل نظم أيضا البيانات المتعلقة بالوسم من شفافيتها وكذا شكليتها.

أ-شفافية شروط وسم المنتوجات :نقصد به أن تكون نلك البيانات الخاصة بمنتوج معين والمذكورة على البطاقة واضحة ومفهومة أي كتابتها بخط واضح ومقروء حسب المادة 2/11 من المرسوم 13-378 .[37]

وكما تتحقق شفافية هذه البيانات بأن تكون وافية بمعنى أن يحاط المستهلك بجميع المعلومات المتعلقة بالسلعة المطروحة للاستهلاك[38]، والمشرع الجزائري نص عليه في المادة 17 من قانون 09-03، وأكد عليه المرسوم 13-378 من خلال المادة 9 منه.

وكما يجب أن تكون بيانات الوسم غير مغلطة أي تؤدي بالمستهلك للوقوع في الغلط أو اللبس، حسب المادة 60 من نفس المرسوم المذكور سالفا « يمنع استعمال كل بيان... أو تقديم أو وسم... من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك». وعليه فشرط الشفافية لا يتحقق بدون صدق المعلومات ومطابقتها للحقيقة، بحيث يلتزم المتدخل في عملية طرح المنتوج للاستهلاك أن تكون بيانات الوسم مطابقة للحقيقة من جميع الاتجاهات حتى لا يضلل المستهلك حول أي بيان للوسم التي يلتزم المتدخل بنقلها له .[39]

---

[35]-عبد الحق هاني، المرجع السابق، ص51

[36]-راجع المادة 07 من المرسم 13-378 السالف الذكر

[37]-راجع المادة 11 فقرة 2 من المرسوم رقم 13-378 الساف الذكر.

[38]-عبد الحق هاني، المرجع السابق، ص52.

[39]-القيلولي سميحة، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، 1967، ص305.

ونظرا لأهمية هذا الشرط المشرع الجزائري لم يكتف بالنص عليه في قانون حماية المستهلك، بل أقره أيضا في المادة 08 من القانون رقم 04-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه «... بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج...».[40]

ب-شكلية بيانات وسم المنتوجات: أن تكون تلك البيانات الخاصة بالسلعة مكتوبة على تلك البطاقة أو الغلاف. ومن خلال هذا الشرط الخاص بالشكلية يستطيع أن يتأكد الأعوان المكلفون بالرقابة من مدى صحة تلك البيانات وكذا مطابقتها للمواصفات التي اشترطها القانون. وأقر المشرع هذه الكتابة بموجب المادة 07 من المرسوم التنفيذي 13-378[41] عند ذكر كلمة "تحرر". وكما يستشف من نص هذه المادة أن المشرع ألزم أن تكون تلك البيانات الخاصة بوسم المنتوجات محررة باللغة العربية وهذا حماية منه للمستهلك الذي تتفاوت درجة علمهم باللغات الأجنبية، وأكد على هذه اللغة أيضا من خلال المادة 18 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع الثاني: كيفية تحقيق مطابقة المنتوجات عن طريق الالتزام بالوسم.

يعتبر الالتزام بالوسم كما أشرنا سابقا آلية قانونية للمحافظة على صحة وأمن المستهلك وكذا حماية مصالحه المادية من خلال وضع البيانات على بطاقة المنتوج، ما يجعل المستهلك حريصا حول المنتوجات التي يستهلكها. وهذا الالتزام لديه شقين فيتعلق الأول بإعلام هذا المستهلك حول المنتوج وطريقة استعماله، أما الشق الثاني فيتعلق بمميزات المنتوج.

وعندما نربط هذا الشق بتعريف المطابقة بالمفهوم الواسع الوارد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش نجد نفس الشيء. فالرغبة المشروعة -كما ذكرنا سابقا- للمستهلك تتحقق من حيث مصدر المنتوج ومميزاته وتغليفه وكذا شروطه....إلخ [42]. وهذه الخصائص تتحقق أو نستخلصها عن طريق الوسم الذي يقوم به المتدخل، ومن خلاله يستطيع أعوان قمع الغش من مراقبة هذا الوسم ومدى مطابقته للقانون.

لأنهم مكلفون أيضا بضبط مطابقة الوسم فبالرجوع للمادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 بين الكيفية التي تتم به هذه المطابقة.

فعندما يكون المنتوج غير مطابق من حيث البيانات الخاصة بالوسم، فيتم ضبطه عن طريق إعادة توضيبه طبقا للتنظيم المعمول به وهذه الأخيرة تختلف باختلاف طبيعة المنتوج .فإذا كان من المواد الغذائية أو غير غذائية ينبغي أن يخضع لإعادة التوضيب طبقا لأحكام المرسوم 13-378

---

[40]-القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 الصادر في 2004/06/27، معدل ومتمم.

[41]-أنظر المادة 07 من المرسوم 13-378 السالف الذكر..

[42]-راجع المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

السالف الذكر.إذا كان من مواد التجميل والتنظيف البدني فيجب كر البيانات الواردة في المرسوم 97-37.[43]

أخيرا نقول إن كانت البيانات الخاصة بالمنتوج صحيحة وكفل المتدخل بوضعها كما أمره القانون فان هذا المنتوج مطابق من الوسم

المطلب الأول: الرقابة كآلية لتنفيذ المطابقة:

ارتأى المشرع الجزائري لكي يتم تطبيق قواعد وتنظيمات قانون حماية المستهلك تطبيقا سليما، لابد من وضع آلية فعالة لمراقبة المنتوجات[44] التي تعرض للاستهلاك ليتحقق من توفر المقاييس المتعمدة. مما يتعين توضيح كيفية القيام بهذه الرقابة (الفرع الأول)، مع الإشارة إلى النتائج التي ترتبها هذه الأخيرة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: كيفية ممارسة الرقابة على المنتوجات

نقصد بالرقابة مجموعة الأنشطة والإجراءات التي تتخذ من قبل المتدخل ومن قبل هيئة أخرى للتأكد من مطابقة المنتوجات للمواصفات القانونية وخلوها من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها للمستهلك.[45]

الرقابة التي يمارسها المتدخل قد تكون إجبارية وذلك بإخضاع منتجاته لرقابة هيئة معينة قبل إنتاجها وعرضها للاستهلاك [46]. وكما قد تكون اختيارية تخضع لأرادته والهدف منها جذب المستهلك ويضمن ثقة إضافية لمنتوجاته[47].فإن كان هذا الإجراء ضروري لتأكيد على المطابقة فالأمر يستدعي التمييز بين المنتوجات المحلية والمستوردة من حيث طريقة مراقبتها.

---

[43]–المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 1997/01/14المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10-114المؤرخ في 2010/04/18المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية ,ج ر عدد 04 المؤرخة في 1997/01/15

[44] – ليتفادى المشرع حصول المستهلك على منتوجات مضرة لصحته وأمنه وسلامته كفل إجراء مثل هذه الرقابة لهيئات متخصصة سواء كانت تلك المنتوجات عليه أو مستوردة كالضبطية القضائية وأعوان قمع الغش وزارة التجارة، مخابر تحليل التوعية... إلى غير ذلك، أنظر أكثر تفصيلا في هذه النقطة، منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 المتعلق بحماية وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 201، ص 119 وما يليها.

[45] – سي يوسف زاهية، رقابة المنتوجات المستوردة آلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، عدد 11، المركز الجامعي لتامنغست، إلى 2017، ص 14.

[46] – تنص المادة 1/12 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يتعين على كلّ متدخل إجراء مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك"...

[47] – بن بوخميس علي بولحية، المرجع السابق، ص 79.

أولا –مراقبة المنتوجات المحلية:

تقصد بالمنتوجات المحلية تلك المنتوجات المنتجة في الجزائر من طرف المتدخل، وهذا النوع من المنتوجات أخضعها المشرع لإجراءين من الرقابة والتي تتمثل في المعاينة المباشرة وغير المباشرة.

1. المعاينة المباشرة للمنتوجات المحلية: حسب المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش[48] نصت على ممارسة الأعوان المؤهلين قانونا بإجراء الرقابة عن طريق المعاينات المباشرة والفحوص البصرية وتتم عن طريق العين المجردة ويمكن إثباتها عند فحص المنتجات أو الاطلاع عليها[49] كانعدام شروط النظافة والحفظ وانتفاخ العبوات كعلامة لتلف المنتوج أو انتهاء تاريخ الصلاحية المدونة على المنتوجات...إلخ.

وتمارس هذه المعاينة أيضا بواسطة فحص الوثائق والتدقيق فيها أو بواسطة المكاييل والموازين والمقاييس التي تسمح بالكشف عن تلك التجاوزات[50] مع إمكانية الحجز عليها.

وتختم كل عملية معاينة بتحرير محاضر تدون فيها تواريخ وأماكن إجراء الرقابة ويرفق معه كل وثيقة من شأنها أن تثبت الوقائع المبينة فيه[51]. حسب المادة 6 من المرسوم التنفيذي 90-39 بينت ضرورة احتواء هذه المحاضر على بيانات من اسم العون محرر المحضر وتاريخ المعاينة وساعتها واسم الشخص الذي وقعت لديه المعاينة وجميع عناصر الفاتورة مع رقم تسلسل المحضر إمضاء كل من القائم بالمعاينة والمعني بالأمر وان رفض الإمضاء يذكر ذلك في المحضر.[52]

2. المعاينة غير المباشرة للمنتوجات المحلية: نظرا لعدم إمكانية فحص بعض المنتوجات بالعين المجردة لإثبات المخالفات الموجودة فيها، مكن الجهات المختصة من فحصها وإجراء التحاليل عليها وذلك بعد أخذ عينات وهذا ما نسميه بالمعاينة غير المباشرة لأن الأمر يتطلب اقتطاع عينات.[53]

فنصت المادة 30 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «تتم الرقابة... ، وتتم عند الاقتضاء باقتطاع العينات بغرض إجراء التحاليل أو الاختيارات أو التجارب».

---

[48] – المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 / 01 /1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 2001/10/16 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 61 عدد 61 المؤرخة في 21 أكتوبر 2001.

[49] – بن بوخميس علي بولحية، المرجع السابق، ص 71.

[50] – انظر المادة 3 من المرسوم التنفيذي 90-39 السالف الذكر.

[51] –انظر المادة 31 نمن القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

[52] –راجع المادة 06 من المرسوم التنفيذي 90-39 السالف الذكر.

[53] – بوروح منال، المرجع السابق، ص 151.

أما المرسوم 90-30 السالف الذكر نجده أنه حدد لنا الكيفية التي تتم بها عملية اقتطاع العينات، حيث يشمل كل اقتطاع على ثلاث عينات، تسلم الأولى للمخبر بقصد تحليلها، أما العينتان الأخيرتان فتستعملان في الخبرتين المحتملين حسب المادة 9 منه. إذا كان المنتوج سريع التشويه أو كان ممن لا يمكن اقتطاع ثلاث عينات بسبب وزنه أو كميته القليلة فيقتطع عينة واحدة فقط وترسل للمخبر.[54]

حيث يشترط في هذه العمليات الخاصة بالاقتطاع أن تخضع لإجراءات دقيقة حتى تضمن سلامتها، والتي من شأنها أن تجنب أي خطر بالتلاعب بالنتائج أو تعديلها.[55]

بعد اقتطاع هذه العينات يتم تحليلها في مخابر مؤهلة[56]، وعند وصولها يتأكد الأعوان من سلامة التشميع والختم الموجود على العينة، وبعدها يقوم المخبر بالتحليل ميكروبيولوجيا أو فيزيائيا أو كيميائيا[57] مستعملين مناهج التحليل المطابقة للمقاييس الجزائرية، أو مناهج دولية في حالة انعدام الوطنية.[58]

وحال انتهاء أعوان الرقابة من أشغالهم يحررون ورقة تحليل تسجل فيها نتائج التحريات التي قاموا بها فيما يخص مطابقة المنتوج، وترسل في أجل 30 يوما ابتداء من تاريخ تسلم المخبر إياها إلا في حالة القوة القاهرة حسب ما قضت به المادة 20 من المرسوم 90-30 السالف الذكر.

ثانيا -مراقبة المنتوجات المستوردة:

تخضع كل المنتوجات عبر الحدود مهما كانت طبيعتها ووجهتها لإجراءات مراقبة المطابقة قبل جمركتها، فحدد القانون الجهاز الذي يكفل بإجراء هذا النوع من الرقابة وكذلك الإجراءات اللازمة لذلك.[59]

---

[54] - انظر المادتين 16 و17 من المرسوم 90-39، السالف الذكر.

[55] -FILALI (D), FETTA (F), BOUCENDA (A), Concurrence et protection du consommateur dans les domaines alimentaires en Algérie, R.A.S.J.E.P, N°01, 1998, p.63.

[56] -عرفت المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي رقم 14-153 المؤرخ في 2014/04/30 المحدد لشروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها، ج.ر عدد 28 المؤرخة في 2014/05/14 المخابر على أنها "مخابر التحاليل والتجارب: كل هيئة أو مؤسسة تحلل أو تقيس أو تدرس أو تجرب أو تعاير، أو بصفة عامة تحدد خصائص أو فعاليات المادة أو المنتوج ومكوناتها في إطار تقديم الخدمات..."

[57] - بوخميس بن علي بولحية، المرجع السابق، ص 73.

[58] - انظر المادة 19 من المرسوم التنفيذي 90-30.

[59] - راجع المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 2011/01/20، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها،، ج.ر. عدد 04 المؤرخة في 2011/01/23.

وبالرجوع للمادة 1/6 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 الذي يحدد شروط مراقبة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك [60]، والمادة 30 من قانون 09-03 ، نستخلص منها أن مراقبة هذه الأخيرة يتم على مرحلتين هما: الفحص العام و المعمق.

1-الفحص العام :

أ-فحص الوثائق: ينصب هذا النوع من الفحص على الوثائق التي يقدمها المستورد أو من يمثله قانونا مع التحقق منها والتأكد من صحتها[61] وتتمثل هذه الأخيرة في تلك الوثائق المحددة في المادة 3 من المرسوم رقم 05-467 السالف الذكر.[62]

ب-الفحص بالعين المجردة: في حالة اذا كان فحص الوثائق لا يكفي لتؤكد من مطابقة المنتوج المستورد، يمكن لها أن تلجأ للفحص بالعين المجردة التي تعد بمثابة مراقبة مادية لها.

حيث حددت المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-4567 السالف الذكر حالات المراقبة العينية والتي تتمثل في مطابقة المنتوج استنادا للمواصفات القانونية والتنظيمية. وكذلك للنيابات الخاصة بالوسم وعدم وجود أي تلف أو تلوث في المنتوج.[63]

ج -الفحص المعمق أو المدقق: يتمثل في أخذ عينات وتحويلها إلى المخبر لتحليلها للتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس واستجابتها للرغبة المشروعة[64]. والمادة 8 من المرسوم 05-467 بينت لنا متى يتقرر اقتطاع العينات [65]

وحسب المادة 12 من المرسوم 05-467 يتم نقل تلك العينة فورا لمخبر مراقبة الجودة وقمع الغش أو أي مخبر معتمد مع تبليغ نتائج هذه العملية المستورد خلال 48 ساعة من تاريخ إيداع الملف، مع إمكانية تمديد المدة لظروف معينة حسب المادة 14 من المرسوم أعلاه.

الفرع الثاني: النتائج المترتبة عن رقابة المنتوجات

يجب أن نميز بين نوعين من المنتوجات :منتوجات محلية، ومنتوجات مستوردة.

---

[60] – المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 2005/12/10 المتعلق بتمديد شروط مراقبة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، ج.ر. عدد 80 المؤرخة في 2005/12/11.

[61] – انظر أكثر تفصيلا في هذه النقطة: شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، يوسف بن خدة، 2013، ص ص 54-58.

[62] راجع المادة 3 من المرسوم رقم 05-467 السالف الذكر

[63] – انظر أ كثر تفصيلا في هذه الحالات راجع شطابي علي، المرجع السابق، ص ص 58-60.

[64] – سي يوسف زاهية، المرجع السابق، ص 18.

[65] – راجع المادة 8 من المرسوم 05-467.السالف الذكر

أولا –فيما يتعلق بالمنتوجات المحلية:

إذا ما تبين من تقرير المخبر أن المنتوج مطابق للمواصفات القانونية والقياسية، يقوم العون أو أعوان الرقابة بتقديم للمتدخل أو من يمثله قانون البراءة والتي تخوله الحصول على إلغاء الضريبة من الإدارة الجبائية حسب المادة 22 من قانون 90–39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

وفي حالة مخالفة المنتوج للمواصفات، ستوجب على السلطات الإدارية المختصة أن تتخذ التدابير اللازمة على هذا المتدخل المخالف حسب المادة 21 من قانون 90–39 السالف الذكر والتي أحالتنا إلى المواد 23 إلى 30 من نفس لمرسوم، وهذه الأخيرة بينت لنا تلك التدابير الوقائية والتي من شأنها حماية المستهلك وصحته ومصالحه وتتمثل في السحب المؤقت أو النهائي أو إتلافها إن اقتضى الأمر.[66]

ثانيا– فيما يتعلق بالمنتوجات المستوردة:

وفي هذه الحالة أيضا الأمر لا يخرج عن صدور مقرر ين إما بتسليم رخصة الدخول أو رفض الدخول للمنتوج المستورد.

1– تسليم رخصة دخول المنتوج السوق الوطنية: في حالة ما إذا كانت نتائج التحليل مطابقة للمواصفات والمقاييس يسمح للمتدخل المستورد من وضع منتوجه في السوق وعرضه للاستهلاك، مع إمكانية تعويضه بقيمة العينة المقتطعة [67] وذلك عن طريق تقديم له رخصة الدخول.

2–تسليم مقرر رفض الدخول للمنتوج المستورد: يجب أن يكون هذا الرفض مستندا لأسباب واضحة، ومقابل ذلك منح القانون إجراء للمتدخل المستورد والذي يعد كضامنة له هو إمكانيته بالطعن الإداري لذلك الرفض أمام الجهة الإدارية المختصة.[68]

حيث يتم اللجوء لاتخاذ هذا التدبير في حالة ما كان هناك شك في عدم مطابقة المنتوج المستورد والذي يضبط عند إجراءات الرقابة، فتكون أمام حالة التصريح بالرفض المؤقت لدخوله أما

---

[66] – راجع المواد 23 إلى 30 من المرسوم 90–39 وانظر أيضا اكثر تفصيلا في هذه التدابير، بلجراف سامية، خلود كلاش، دور مخابر مراقبة النوعية في ضمان جودة المنتوج الغذائي، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، أفريل 2017، ص ص 437–439

[67] – شطابي علي، المرجع السابق، ص 65.

[68] – المرجع نفسه، ص 65.

إذا كان التصريح يتضمن الرفض النهائي للدخول والذي يتقرر عند إثبات عدم المطابقة بالمعاينة المباشرة أو بعد التحليل.[69]

خاتمة:

أحسن المشرع حينما اعترف بوجود التزام أصيل و مستقل عن غيره من الالتزامات ألا وهو الالتزام بالمطابقة , ولكن ما يعاب على موقفه أنه بالعودة الى القوانين التي تنظم حماية المستهلك هناك تداخل في المفاهيم بين الالتزام بالمطابقة و الالتزام بالأمن والالتزام بالسلامة.

تعتبر المطابقة رغم ذلك أحد الشروط الأساسية في الجودة التي أصبحت معيار للتفاضل بين المنتوجات، وهذه الأخيرة تستلزم أن تكون منها السلع والخدمات مطابقة للرغبة المشروعة المنتظرة من طرف المستهلك، وكذا مطابقة المقاييس.

فالالتزام بالمطابقة لوحده لا يعد ناجعا لحماية المستهلك ما دفع المشرع لتفعيل هذه الحماية عن طريق تكريسه لجزاءات إدارية ومدنية وجزائية في حالة ما إذا أخل المتدخل بهذا الالتزام. ورغم كل الجهود التي تبنتها الدولة عن طريق أجهزتها لتحسين جودة المنتوجات عن طريق المطابقة، إلا أنها محدودة وقاصرة على مواكبة التطورات والعولمة.

مما يستوجب على المشرع أن يضع تنظيما أكثر تفصيلا لالتزام المتدخل بضمان مطابقة المنتج الاستهلاكي في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لأن هذا الأخير لا يحقق حماية فعالة للمستهلك فيما يخص هذا الالتزام.

المراجع :

أولا باللغة العربية

الكتب:

-أبو بكر مهم ,حماية المستهلك من الأضرار الناجمة عن المنتجات المعروضة في السوق(بين التشديد التزامات المهنيين وفعالية مراقبة الدولة), دار الأفاق المغربية, المغرب ,سطات,2018

- بن بوخميس علي بولحية، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، مطبعة دار الهدى للنشر والتويع، الجزائر، 2000،
- القيلولي سميحة، الوجيز في التشريعات الصناعية، مكتبة القاهرة الحديثة، مصر، 1967.

[69]- أبو بكر مهم ,حماية المستهلك من الاضرار الناجمة عن المنتجات المعروضة في السوق(بين التشديد التزامات المهنيين وفعالية مراقبة الدولة),دار الافاق المغربية , المغرب ,2018.ص ص168.171.

الرسائل:

-أمازوز لطيفة ,التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري ,أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم ,تخصص: القانون. كلية الحقوق و العلوم السياسية ,جامعة مولود معمري ,تيزي وزو,2011

-قونان كهينة, الالتزام بالسلامة من اضرار المنتجات الخطيرة (دراسة مقارنة),أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم القانونية ,تخصص القانون, جامعة مولود معمري, كلية الحقوق والعلوم السياسية , قسم الحقوق, تيزي وزو .2017.

-بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 المتعلق بحماية وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2014.

-زوبير ارزقي, حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ,مذكرة لنيل شهادة الماجستير ,تخصص المسؤولية المهنية: كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011،

- شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، يوسف بن خدة، 2013،
- طرافي آمال، التزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل قانون رقم 09-03، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الجزائري، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة محند أولحاج، البويرة، 2013.
- عبد الحق هاني، الحماية القانونية للالتزام بالوسم دراسة مقارنة- أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

المقالات :

- قسوري فهيمة ,التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في اطار القانون رقم 09-03,مجلة الاجتهاد القضائي,العدد 14,أفريل 2017 , ص ص 433-455

- جمعي ليلى ، مدى حرص المشرع الجزائري على مطابقة المنتوج للرغبات المشروعة، مجلة الحضارة الإسلامية العدد 28، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران،

- سي يوسف زاهية حورية، رقابة المنتوجات المستوردة آلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، عدد 11، المركز الجامعي لتامنغست، 2017،

- كلاش خلود، دور مخابر مراقبة النوعية في ضمان جودة المنتوج الغذائي، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، أفريل 2017.

– نوي هناء، دور المواصفات القياسية في ضمان سلامة وجودة المواد الغذائية، مجلة المفكر، العدد الثالث، جامعة محمد خيضر، بسكرة.
– الصغير محمد خضري مهدي, التزام المهني بضمان مطابقة المنتج في عقود الاستهلاك, مجلة الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية بكلية الحقوق المجلد الأول, العدد الثاني, إسكندرية, 2016

القوانين:

– القانون رقم 89–02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر عدد 06 الصادر بتاريخ 08 فيفري 1989 (ملغى).
– القانون رقم 04–02 المؤرخ في 2004/06/23 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 41 الصادر في 2004/06/27، معدل ومتمم.
– القانون رقم 04–04 المؤرخ في 2004/06/23 يتعلق بالتقييس ,معدل ومتمم بموجب القانون رقم 16–04 مؤرخ في 2016/06/19, ج ر عدد 37 الصادر في 06/22/ 2016
– القانون رقم 09–03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر. عدد 15 الصادر بتاريخ 08 مارس 2009.المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18–09المؤرخ في 2018/06/10 ج ر عدد 35الصادر في 2018/06/13 .
– المرسوم التنفيذي رقم 97–37 المؤرخ في 1997/01/14المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10–114المؤرخ في 2010/04/18المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية, ج ر عدد 04 الصادر في 1997/01/15
– المرسوم التنفيذي رقم 90–39 المؤرخ في 1990/01/30 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01–315 المؤرخ في 2001/10/16 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر عدد 61 عدد 61 الصادر في 21 أكتوبر 2001.
– المرسوم التنفيذي رقم 05–464 المؤرخ في 2005/12/06 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر عدد 80، الصادر في 2005/12/11
– المرسوم رقم 05–465 المؤرخ في 2005/12/06 المتعلق بتقييم المطابقة، ج.ر عدد 80 الصادر في 2005/12/11 (ملغى).
– المرسوم التنفيذي رقم 05–467 المؤرخ في 2005/12/10 المتعلق بتمديد شروط مراقبة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، ج.ر. عدد 80 الصادر في 2005/12/11.
– المرسوم التنفيذي رقم 06–306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين,ج ر عدد 56 الصادر في 2006/9/11.

– المرسوم التنفيذي رقم 11–09 المؤرخ في 2011/01/20، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر. عدد 04 الصادر في 2011/01/23.

–المرسوم التنفيذي رقم 13–378 المؤرخ في 2013/11/09 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام، ج ر عدد 58 الصادر في 2013/11/18.

–المرسوم التنفيذي رقم 14–153 المؤرخ في 2014/04/30 المحدد لشروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها، ج.ر عدد 28 الصادر في 2014/05/14 .

–المرسوم التنفيذي رقم 17–62 المؤرخ في 07 فبراير 2017 المتعلق بشروط وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة، ج.ر عدد 09 الصادرفي 2017/02/12.

ثانيا باللغة الفرنسية

- Chendab Rabih, Le régime juridique du contrat de consommation, édition L.G.J et Alpha, Paris, 2010,.
- FILALI (D), FETTA (F), BOUCENDA (A), Concurrence et protection du consommateur dans les domaines alimentaires en Algérie, R.A.S.J.E.P, N°01, 1998
- Juris classeur, concurrence, consommation, «garantie de conformité des meubles vendus aux consommateurs », volume 03, fax 1060, 2009,

دور الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي في حماية المستهلك من الشروط التعسفية

أ/معوش رضا، جامعة بجاية

مقدمـــة :

يشكل الإشهار مصدرا لإعلام المستهلكين لكنه بالمقابل يعتبر من بين الأخطار التي تهدد رضا المستهلك بالنظر إلى ما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة من تقنيات ووسائل عالية المستوى تصور له السلع الخدمات على غير حقيقتها بالرغم من مساهمته في بعض الأحيان في تقديم بعض المعلومات، إلا أن ذلك يبقى نسبيا كون هذه الوسيلة غالبا ما تركز على استقطاب الزبائن وتنشيط الطلب على المنتوج والسلع والخدمات.

من هذا المنطلق وبالنظر إلى البعد الذي تعرفه ظاهرة الإشهار اليوم من انتشار واسع أين أصبحت فيه الجرائد وواجهات المحلات الكبرى والشوارع والمساحات الكبرى لا تخلو من لوحات إشهارية ومعلقات، والبرامج التلفزيونية تتخللها ومضات إشهارية بين الحين والآخر تستعمل فيها أحدث التقنيات المعمول بها في هذا المجال، وهو ما يكون دافعا قويا للمستهلك لإبرام عقود غالبا ما تكون بنودها تعسفية ومجحفة في حقه.

دفع هذا الوضع إلى ضرورة التفكير في تفعيل حماية المستهلك وذلك عن طريق ضمان حقه في الحصول على المعلومات الصحيحة والدقيقة المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة وجعل ذلك من بين حقوقه الأساسية، فكان الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي على وجه الخصوص من بين أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المهني، وبالمقابل يعتبر من بين الحقوق الجوهرية للمستهلك، وهو ما يجعل التساؤل مشروعا **عن الدور الذي يلعبه هذا المبدأ في حماية رضا المستهلك لتفادي تضمين العقود المبرمة بين المهني و المستهلك شروطا تعسفية ؟**

إن الإجابة عن هذه الإشكالية يستلزم البحث عن ما أولاه المشرع الجزائري على ضوء القانون 03/09 [1] و القانون 02/04 [2] من أهمية لهذا الالتزام في سبيل المساهمة في تحقيق أكبر قدر من الحماية للطرف الضعيف وهو المستهلك، الأمر الذي يستدعي دراسة مفهومه(**المبحث الأول)**، ثم تحديد مضمونه **(المبحث الثاني)**.

1- القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 ، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

2- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جويلية 2004، **يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية**، ج ر عدد 41، الصادرة بتاريخ 27 جويلية 2004، معدل ومتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46، الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010.

المبحث الأول

مفهوم الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي

يعتبر إعلام المستهلك ضرورة عملية وقانونية في آن واحد[3] ، كما يعتبر المهني دائنا به تجاه المستهلك، وقد أثبتت العديد من الدراسات أن هذا الالتزام يكون في مرحلتين، مرحلة سابقة لإبرام العقد يسمى فيها بالالتزام قبل التعاقدي بالإعلام، ومرحلة تنفيذ العقد يسمى خلالها بالالتزام العقدي بالإعلام.

ويقصد بالإعلام عموما تبيان للمستهلك طريقة استعمال المنتوج بخصائصه للغرض الذي أراده المستهلك وكذا تحذيره من المخاطر الناجمة عنه في حالة عدم التقيد بتعليمات الاستعمال وذلك من خلال البيانات الموضوعة على الأغلفة أو العبوات أو بطاقة تلصق على المنتوج مباشرة، وهذا هو الوسم بالإضافة إلى وسيلة أخرى المتمثلة في دليل الاستعمال[(4)]

لكن ما يهمنا في دراسة حماية المستهلك من الشروط التعسفية هو الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام لارتباطه الوثيق برضا المستهلك الذي يشكل ركنا من أركان العقد، وهو ما يستلزم أولا التعرض لتأطير القانون لهذا المبدأ(**المطلب الأول)**، من أجل الوقوف على الشروط التي يجب توافرها لقيامه **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول

التأطير القانوني للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي.

إن الهدف من فرض الالتزام بالإعلام في الفترة السابقة لإبرام العقد هو الحصول على رضا واضح للمستهلك وذلك بالقدر الذي لا يترك فيه المهني المستهلك جاهلا بالعناصر الهامة التي يعتمد عليها لاتخاذ قراره قبل التوقيع على العقد[5].

هذا ما يستدعي من المدين بهذا الالتزام (المهني) القيام بتصرف إيجابي وذلك بأن يقوم بتقديم معلومات وبيانات جوهرية ذات صلة بالعقد المزمع إبرامه إلى الطرف الآخر ليكون هذا

---

[3] _GUY (Raymond), ***droit de la consommation***, 2éme éd, Lexis NexisLitec, Paris, 2011.p 209.

4- زاهية حورية سي يوسف،**دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري**، دار هومة للطباعة والنشر و التوزيع، الجزائر، 2017 ، ص ص 51-52.

[5]- هناك من يرى أيضا أن الإلتزام ماقبل التعاقدي بالإعلام له جانبان : جانب إيجابي، يتمثل في إلتزام المهني بتزويد المستهلك بكل المعلومات التي تجعله يقتنع بالتعاقد أو عدم التعاقد. و الجانب السلبي الآخر الذي يتمثل في ضرورة خلو تلك المعلومات من الكذب و اللبس حتى لا توقع المستهلك في الغلط .**نقلا عن** :زاهية حورية سي يوسف، **دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري**، المرجع السابق ، ص 53.

الأخير على بيّنة من أمره قبل دخوله في العقد[6].

من أجل ذلك فقد برزت العديد من الدراسات الفقهية والجهود التشريعية التي حاولت ضبط تعريف لهذا المبدأ **(الفرع الأول)** وذلك بغرض الوصول إلى إعطاءه تكييفا قانونيا على غرار باقي الالتزامات المنبثقة عن العلاقة العقدية **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول : تعريف مبدأ الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي:

تبنى المشرع الفرنسي الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام وأفرد له نصا خاصا في الكتاب الأول من تقنين الاستهلاك الفرنسي[7]، بينما اتجه المشرع الجزائري من خلال جميع القوانين المتعلقة بالمستهلك إلى عدم النص صراحة على هذا الالتزام بالرغم من بعض المحاولات المحتشمة في هذا الخصوص[8]، وذلك من باب صعوبة وضع حدود فاصلة بينه وبين الالتزام بالإعلام التعاقدي بالرغم مما قد توحيه التسمية الخاصة بكل منهما من فروق[9].

بالرجوع إلى المادة 17 من القانون 09-03 نجد أن المشرع أورد نصا عاما يلقي على عاتق المهني التزاما بإعلام المستهلك، لكن لم يبرز من خلاله الفترة التي يطبق فيها، في حين أنه باستقراء المادة 08 من المرسوم التنفيذي 04-02 سوف تتضح بعض مظاهر الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام من خلال استعمال عبارة " **قبل اختتام عملية البيع**"[10]التي تدل دلالة واضحة على أن هذا الالتزام يجد تطبيقه في الفترة السابقة لإبرام العقد.

---

[6]- آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد : دراسة تحليلية مقارنة**، الطبعة الأولى ، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع ، بيروت، 2010، مرجع سابق، ص 39.

[7]-l111-1 : « Avantque le consommateur ne soit lié par un contrat de vente de biens ou de fourniture de services, le professionnel communique au consommateur, de manière lisible et compréhensible, les informations suivantes: 1) Les caractéristiques essentielles du bien ou du service, compte tenu du support de communication utilisé et du bien ou service concerné ; 2) Le prix du bien ou du service, en application des articles L. 113-3 et L. 113-3-1 , etc… », voir code de la consommation français version consolidée au code du 03/10/2014, Edition du 05/10/2014, consultable sur le site suivant : http://codes.droit.org/cod/consommation.pdf.

[8]- أنظر المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، ج ر عدد 58 ، الصادرة بتاريخ 2013/11/18.

[9]_حدوش كريمة، **الإلتزام بالإعلام في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2011- 2012، ص 10.

[10]_هناك من يرى بأن هذه العبارة المستعملة من طرف المشرع الجزائري غامضة فهل يقصد قبل تطابق الإيجاب والقبول،أوقبل تنفيذا لالتزامات المترتبة عن عقد البيع؟

لمزيد من التفصيل/ أنظر خديجي أحمد ، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي**، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الحادي عشر، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2014، ص 24.

حاول الفقه على ضوء هذه النصوص القانونية إيضاح مدلول هذا الالتزام وصياغة تعريف له على أنه" الالتزام بالإدلاء المعاصر لتكوين العقد والسابق لإبرامه بكافة المعلومات والبيانات الجوهرية والمؤثرة المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، والتي يجهلها الدائن ويتعذر الحصول عليها من غير المدين وذلك بهدف تكوين رضا حر وسليم لديه حين إقباله على التعاقد"[11].

كما عرّفه بعض الفقهاء على أنه " التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد، وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يعلم ببيانات معينة، أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر، الذي يلتزم بناءا على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات"[12]

من خلال ذلك يتضح بأن الالتزام بالإعلام يتخذ في هذا المقام مظهرا إيجابيا وذلك لأن الوفاء به يؤدي إلى السماح للمستهلك بالبدء في إبرام العقد وهو على علم بحقيقة التعاقد والبيانات التفصيلية المتعلقة بأركانه وشروطه ومدى ملائمتها للغرض الذي يبتغيه من التعاقد[13].

الفرع الثاني: التكييف القانوني للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي

تزداد أهمية الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي في مجال حماية المستهلك من الشروط التعسفية وذلك كون الإعلام في هذا الخصوص لا يتعلق بمواصفات السلعة أو الخدمة محل التعاقد بين الحرفي والمستهلك، وإنما ينصب على شروط العقد بحد ذاتها قبل أن يبدأ العقد في إنتاج آثاره القانونية.

لذلك ذهب العديد من شراح القانون المدني إلى اعتباره التزاما مستقلا عن العقد[14] بالنظر إلى أن الوفاء به يتم قبل انعقاد العقد، لكن هذا الطرح لم يكن محل خلاف فقهي وإنما الخلاف انصب حول تكييف هذا الالتزام على ضوء مقتضيات حماية المستهلك وتصنيفه عما إذا كان التزاما ببذل عناية أم أنه التزام بتحقيق نتيجة.

ظهرت في هذا الخصوص ثلاثة اتجاهات حاولت تحديد طبيعة هذا الالتزام:

---

[11]_حدوش كريمة،"**الإلتزام بالإعلام على ضوء القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**"، مرجع سابق، ص 09.

[12]_آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في إطار العقد**، مرجع سابق، ص 28.

[13]_ عبد المنعم موسى ابراهيم، **حماية المستهلك**، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 367.

[14]_خديجي أحمد ، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي، مجلة دفاتر السياسة والقانون**،مرجع سابق، ص 23.

ـ ذهب الرأي الأول إلى اعتباره التزاما ببذل عناية بحكم أن المدين (المهني) يلتزم بأن يقدم للدائن(المستهلك) كافة المعلومات المتعلقة بشروط العقد إضافة إلى توضيح كل خبايا السلعة أو الخدمة محل التعاقد وغيرها من المعلومات الجوهرية للعقد دون أي ضمان من جانبه في تحقق النتيجة المرجوة.

هذا ما يعني أن المهني يعتبر في نظرهم قد وفّى بالتزامه ما قبل التعاقدي بالإعلام بمجرد إحاطة المستهلك علما بجميع المعلومات المتعلقة بالعقد، ما يترتب عنه بالتبعية أنه في حالة عدم جدوى ذلك لا يكون مسؤولا بأي حال من الأحوال، تأسيسا على أنه لا يستطيع إجبار الدائن على العمل وفقا للمعلومات التي قدمها وما يؤكد ذلك هو أن النتيجة المطلوبة من الالتزام احتمالية وليست مؤكدة الوقوع[15]

ـ اعتبر الاتجاه الثاني أن الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة وبالتالي فإنه في حالة عدم تحقق النتيجة وهي ضمان سلامة رضا المستهلك، أو بصيغة أخرى إحاطة المتعاقد الآخر بكل ما ينتظره من العقد سواء عند إبرامه أو عند تنفيذه[16] فإن المهني يعتبر قد ارتكب خطأ عقديا في مرحلة التفاوض على أساسه يخضع لأحكام المسؤولية العقدية نظرا لاتساع الدائرة العقدية لتشمل الأخطاء السابقة على التعاقد[17].

ـ اتخذ الاتجاه الثالث موقفا وسطا بخصوص التكييف القانوني للالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام وذلك من خلال تجزئته إلى شقين : الأول يلتزم فيه المدين(المهني) بتحقيق نتيجة تتمثل في إيصال المعلومات والبيانات التي يجهلها المستهلك بناءا على مبرر مشروع، أو بصيغة أخرى فهو التزام سلبي يتمثل في الامتناع عن كتمان الحقيقة.

بينما يشكل الشق الثاني منه التزام إيجابي يجبر المهني على اتخاذ كل الوسائل والأسباب المناسبة التي تضمن استيعاب الدائن لكل معطيات وشروط العقد بالقدر الذي يجعله يقدم على إبرام العقد أو التوقيع عليه بكل طمأنينة وثقة .

بالرغم من أهمية هذه المحاولات الفقهية في المساهمة في تحديد التكييف القانوني للالتزام بالإعلام إلا أنها تبقى مجرد آراء فقهية غير ملزمة، على فرض الاستئناس بها من طرف القاضي .

فالتكييف القانوني لأي التزام في مجال العقود يتحدد بالنظر إلى الجزاء التشريعي في حالة مخالفته، بناءا على ذلك فالمشرع الجزائري وبالرجوع إلى كافة القوانين المتعلقة بالمستهلك سوف

---

[15] _ خديجي أحمد ، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي**، مرجع سابق ، ص 26.

[16] _ نساخ فاطمة، **الوظيفة الاجتماعية للعقد**،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر،2012 ـ 2013، ص 261.

[17] _ آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد**، مرجع سابق، ص 71.

يتبين عدم تقرير الجزاء المدني[18] في حالة مخالفة المهني لالتزامه بالإعلام قبل إبرام العقد، مما يعني أن نية المشرع قد اتجهت إلى اعتباره التزاما ببذل عناية.

في المقابل فإن المشرع الفرنسي وإلى جانب الجزاء الجزائي المنصوص عليه في المادة 06/111[19] فقد قرر جزاءا مدنيا على مخالفة الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي من خلال المادة 04/111 التي نصت على أنه في حالة النزاع حول تنفيذ هذا الالتزام من عدمه فإن المهني أو المحترف ملزم بإثبات أنه وفى بالتزامه. هذا ما يوحي بأن نية المشرع الفرنسي قد اتجهت إلى اعتبار الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي التزاما بتحقيق نتيجة مادام أنه أعفى المستهلك من الإثبات في حالة نشوب نزاع بخصوصه، وهو ما تعززه المادة 07/111 من تقنين الاستهلاك التي اعتبرت كل النصوص القانونية بما في ذلك تلك المتعلقة بالالتزام بالإعلام من النظام العام وبالتالي فلا يجوز للأطراف الاتفاق على مخالفتها.

المطلب الثاني

شروط قيام الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي

يعتبر الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام التزاما قانونيا يجد مجاله في مبدأ حسن النية قبل وأثناء التعاقد، كما يستمد وجوده من مبادئ الشريعة الإسلامية التي تحث على التزام جانب الصدق والأمانة في المعاملات[20]

إلا أن كل ذلك لا يضمن الحماية اللازمة للمستهلك خصوصا مع المشاهد التي نعيشها في حياتنا اليومية من انتصار لسلطان المادة وطغيانها على غيرها من مقومات الحياة[21]

---

[18]_ تجدر الإشارة إلى أن المشرع اعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة جزائية بموجب نص المادة 32 من القانون 04-02 التي جاءت كما يلي:" **يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 08 و09 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج)، إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)"**،إلا أن هذا النص لا يفي بالغرض بالنسبة للمستهلك ذلك أن هذا الجزاء لن يساهم في الإبقاء على الرابطة العقدية باعتبارها تتعلق بحاجة أو خدمة ضرورية للمستهلك وهي الأولوية بالنسبة له، أضف إلى ذلك فالدعوى العمومية لن تمكن المستهلك(الضحية) إلا بالمطالبة بتعويض عن طريق الدعوى المدنية بالتبعية والذي غالبا ما يكون ضئيلا مقارنة بالضرر اللاحق به، والقيمة المالية للعقد.

[19]_جاء في نص هذه المادة ما يلي :" **كل مخالفة لأحكام المواد 01/111 إلى 03/111 وكذا المادة 05/111 تعرض صاحبها إلى غرامة إدارية لا تتعدى 3000 أورو كحد أقصى بالنسبة للشخص الطبيعي، و15000 أورو بالنسبة للشخص المعنوي** "

[20]_حدوش كريمة، **الإلتزام بالإعلام في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، مرجع سابق، ص 09.

[21]_السيد محمد السيد عمران، **حماية المستهلك أثناء تكوين العقد**،، الدار الجامعية، د ب ن، 2003، ص 59.

كما أنه من بين الحوافز التي ساعدت على تقرير الالتزام بالإعلام كمبدأ جوهري في العلاقات التعاقدية هو ثبوت وجود عدم تكافؤ معرفي بين المستهلك والمهني، غالبا ما يكون فيه المحترف مُلِمًا بتفاصيل العقد وشروطه بحكم أنه هو الذي قام بصياغته منفردا دون مشاركة الطرف الآخر.

هذا ما جعل المستهلك في مركز ضعف يعجز فيه عن حماية حقوقه، نتيجة امتلاك المحترف لمعلومات وبيانات ذات تأثير كبير على رضاءه في حين يجهلها هو، مما دفع الفقه والقضاء إلى التصدي لذلك من خلال فرض نظام وقائي يشترط قرينتين لقيام الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي تتمثل في افتراض العلم في جانب المهني(**الفرع الأول**)، وافتراض الجهل في جانب المستهلك (**الفرع الثاني**).

الفرع الأول : إفتراض العلم في جانب المهني

إن المركز القوي للمهني على المستوى الاقتصادي والفني تجعله يتمتع بامتيازات عديدة في مواجهة المستهلك بدءا من تفرده بتحرير بنود العقد وهو ما يسمح له بطريقة آلية بالتنصيص على ما شاء من الشروط التي تضمن له الحصول على فائدة مؤكدة بمجرد تنفيذ العقد.

إضافة إلى ذلك فانعدام التكافؤ المعرفي بين المهني والمستهلك قد ساعد في تعميق فجوة اختلال توازن العقد خصوصا أن تحقيق قدر من المساواة المعرفية بين طرفي العقد يعتبر بمثابة كلمة السر التي تفتح طريق التوازن العقدي[22].

لكن هذا الامتياز المعرفي في جانب المهني لا يؤخذ على إطلاقه إذ أنه بالقدر الذي يساهم في منحه امتيازات فإنه بالمقابل يعتبر ظرفا أو عاملا لا يسمح له بالتنصل من التزامه بالإعلام بحجة أنه لا يعلم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد.

فمستلزمات حماية المستهلك احتوت هذا الوضع عن طريق عدم قبول ادعاء المحترف جهله للمعلومات والبيانات الجوهرية ذات الصلة بالعقد في مواجهة المستهلك، وهذا ما يدل على أن علم المحترف بالمعلومات والبيانات الجوهرية مفترض[23].

كما أن افتراض العلم في جانب المهني بالمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه يمتد إلى ضرورة علمه بمدى تأثير هذه المعلومات على رضا المستهلك عند إقدامه على التعاقد، بمعنى آخر أن المهني بناءا على المعلومات التي يملكها عن السلعة أو الخدمة من جهة، ومعرفته الجيدة لوضع المستهلك وقلة خبرته من جهة أخرى يستطيع أن يتخذ موقفا سلبيا تجاه المستهلك من خلال

---

[22] _ إبراهيم عبد العزيز داود، **عدم التوازن المعرفي في العقود**، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2014، ص 09

[23] _آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد**، مرجع سابق، ص 101.

عدم تنبيهه لإحدى شروط العقد الجوهرية التي تحرمه من الاستفادة من الضمان والخدمة ما بعد البيع مثلا .

إن المقصود بتأثير المعلومات التي يدلي بها المهني للمستهلك والتي تنعكس على تكوين رضاءه، هو تلك المعلومات التي يتوقف عليها اتخاذ المستهلك لقراره في قبول التعاقد من عدمه، بصيغة أخرى فإن قرار المستهلك في إبرام العقد متوقف وجودا وعدما على المعلومات التي سيدلي بها المهني والتي يكون مفترضا به العلم بها.

يمكن قياس علم المهني بشروط وتفاصيل العقد وتأثيره على رضا المستهلك بما هو معروف في إطار القواعد التقليدية للقانون المدني بالغلط الجوهري الذي يخفي من خلاله البائع على المشتري بعض تفاصيل العقد التي تعتبر دافعا رئيسيا للتعاقد[24]

يتحقق الغلط الجوهري بحسب القواعد العامة إذا بلغ درجة من الجسامة بحيث يمتنع فيه المتعاقد الآخر عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط[25] ، كما أن افتراض العلم في جانب المهني تبرره احتمال لجوء هذا الأخير إلى التدليس الذي يكون نتاج إيهام المتعاقد الآخر(المستهلك) بغير الحقيقة بالالتجاء الى الحيلة والخداع لحمله على التعاقد[26]، أو قد يكون في صورة السكوت التدليسي La réticence dolosive الذي يعتبر سببا من أسباب تطور مفهوم الالتزام بالإعلام[27]

إن التسليم بضرورة علم المهني ببيانات العقد ومشتملاته يعززه على الصعيد التشريعي موقف المشرع الفرنسي من خلال المادة 04/111 من تقنين الاستهلاك التي ألقت على المهني عبء إثبات وفاءه بالتزامه بالإعلام ما قبل التعاقدي، بمفهوم المخالفة أن المستهلك معفى من الإثبات ما دام أن مسؤولية المدين(المهني) قائمة إلى غاية قيامه بإثبات العكس.

غير أن مثل هذا النص لا نجد له أثرا في جميع التشريعات الجزائرية المتعلقة بحماية المستهلك مما يفرغ هذا الالتزام من محتواه ويجعله في حكم العدم، بالرغم من إمكانية الاستعانة بالقواعد العامة في مجال إثباته وذلك من خلال نص المادة 223 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: **" على الدائن إثبات الالتزام وعلى المدين إثبات التخلص منه".**

---

[24]_عبد الرزاق أحمد السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد**، (نظرية الالتزام بوجه عام)، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د س ن، ص 289.

[25]_ أنظر المادة 82 من القانون المدني الجزائري التي تنص **"يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط".**

[26]-صامت آمنة، **التدليس كسبب لاختلال التوازن العقدي**، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني السادس حول ضمانات التوازن العقدي، يومي 12 و13 نوفمبر2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 01 (غير منشور).

[27]-PIEDELIEVRE (Stéphane), ***droit de la consommation***, **éd Economica,** Paris, 2010, p 341.

الفرع الثاني: افتراض الجهل في جانب المستهلك

ترتبط فكرة افتراض الجهل في جانب المستهلك بمعايير تحديد اختلال توازن العقد الذي أشرنا إليه آنفا والتي اتجه جانب من الفقه إلى اعتباره بديلا موضوعيا يمكن الاعتماد عليه الى جانب التعسف في استعمال القوة الاقتصادية والميزة الفاحشة لتحديد مدى اختلال توازن العقد.

إن الدليل على ذلك هو أن النفوذ الاقتصادي لم يعد قادرا على الإلمام بكل مظاهر وأسباب الضعف التي تصيب المستهلك، لأن مظاهر وصور الضعف قد تعددت وأصبحت تشمل حالات أخرى، مثل الضعف المعرفي الناجم عن جهل المستهلك أو نقص خبرته[28]، وهو ما كان من بين الانتقادات الموجهة لنظرية عقد الإذعان لحصرها على مظهر واحد فقط من مظاهر الضعف التي قد تصيب المستهلك وهو الضعف الاقتصادي.

فجهل المستهلك لبنود العقد ناتج عن عدم إحساسه بضرورة الاستعلام عنها إلا نادرا عندما يواجه صعوبات في تنفيذ العقد، حتى أنه وإن حدث وأحس بضرورة الاستعلام فإنه لن يكون في مقدوره تحقيق ذلك نتيجة سرعة ومرونة المعاملات العقدية، إضافة إلى أن معلومات وشروط العقد غالبا ما تكون في شكل مطويات، نشرات إيضاحية أو ملاحق تابعة للعقد الأصلي لا يتمكن المستهلك من الإطلاع عليها إلا بعد إبرام العقد النهائي[29].

لذلك لا يكفي قيام الالتزام بالإعلام علم المحترف بالبيانات والمعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد وإنما يجب أن يكون المستهلك جاهلا هذه المعلومات جهلا مشروعا ومبررا[30]، لذلك فإنه متى ثبت عدم جهل المستهلك لشروط العقد ومضمونه تنتفي مسؤولية المهني بالرغم من عدم سعيه لإعلام المستهلك، هذا ما يؤكد بأن واجب المهني متوقف على مدى توفر المعلومات المتعلقة بالعقد وشروطه في جانب المستهلك.

إن اشتراط مشروعية جهل المستهلك للمعلومات والبيانات العقدية في الفترة السابقة لإبرام العقد أمر منطقي تحقيقا للعدالة العقدية، ذلك أنه لا يستساغ التمادي في حماية الطرف الضعيف لأن في ذلك خطر يهدد توازن العقد، يترتب عنه أن المستهلك يكون عليه واجب الاستعلام عن البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد الذي ينوي إبرامه إلا إذا أثبت هذا الأخير استحالة ذلك.

---

[28] _ إبراهيم عبد العزيز داود،**حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية (دراسة تحليلية مقارنة في ضوء نظريتي عقود الإذعان وعقود الإستهلاك)**، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2014، ص 130.

[29] _TROCHU (Michel), TREMORIN (Yannick), BERCHON (Pierre), **La protection des consommateurs contre les clauses abusives, étude de la législation française du 10-1-1978**, Revue de droit et pratique de commerce internationale, Tome 07, n° 01, éd MASSON, Paris, 1981, p 51.

[30] _آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد**، مرجع سابق، ص 103.

ترجع استحالة استعلام المستهلك إلى احتمالين، الأول تكون فيه الاستحالة موضوعية تتعلق بالشيء محل التعاقد كتواجده في حيازة البائع في عقد البيع بشكل لا يستطيع المستهلك معرفة خصائصه الأساسية وأوصافه المادية مثال ذلك أيضا تواجد عقد العمل لدى رب العمل بالقدر الذي يستحيل على العامل الاطلاع على بنوده. في حين أن الاحتمال الثاني يعود إلى ظروف ذاتية أو شخصية تتعلق بالمستهلك تبرر عدم قدرته في الحصول على هذه المعلومات دون أن يكون لإرادة المتعاقد الآخر(المهني) تأثير في ذلك كحالة إطلاع العامل بحسب المثال السابق على عقد العمل دون أن يستوعب شروطه التعسفية نظرا لمحدودية مستواه التعليمي.

الأبعد من ذلك فإن مشروعية جهل المستهلك الذي يعتبر الدائن بالالتزام بالإعلام يمكن أن تقوم على أساس ثقة هذا الأخير تجاه المتعاقد الآخر المدين بهذا الالتزام، هذا الاعتقاد المشروع يعني أن المستهلك الذي يتواجد في حالة ضعف لا يملك المؤهلات اللازمة التي تسمح له بالقراءة الواضحة والسليمة لبنود العقد بالقدر الذي يضمن له الحفاظ على مصالحه التعاقدية[31]

المبحث الثاني

مضمون الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي

سبقت الإشارة إلى أن الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي يستلزم من المدين به كقاعدة عامة القيام بتصرف إيجابي يتمثل في تقديم البيانات الجوهرية ذات الصلة بالعقد المزمع إبرامه إلى الطرف الآخر، ليكون الأخير على بيّنة من أمره قبل الإعلان النهائي عن قبوله بالعقد.

غير أن التسليم بهذه القاعدة العامة بصفة مطلقة سوف يؤدي إلى إرهاق المدين بالالتزام ما قبل التعاقدي نظرا لصعوبة حصر جميع الوقائع والظروف التي تدخل في نطاق العقد خصوصا إذا أخذنا بعين الاعتبار عدم تنظيم المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي بموجب نص صريح في بعض العقود ذات الأهمية كالقروض البنكية وعقود التأمين والخدمات....إلخ[32].

من هذا المنطلق تبرز أهمية البحث عن مضمون هذا الالتزام من خلال التطرق إلى محله(**المطلب الأول**)، وهو ما سيفسح المجال للوقوف على مظاهره (**المطلب الثاني**).

---

[31] _RHISLAIN Tabi Tabi, **les nouveaux instruments de gestion de processus contractuel**, thèse de doctorat en droit, faculté de droit, université de LAVAL, QUEBEC, 2011, p 81.

[32]– عكس المشرع الفرنسي الذي استثنى بعض العقود والمعاملات من تطبيق أحكام المادة 111 فقرة 02 من تقنين الاستهلاك الفرنسي سيما تلك المنظمة بموجب القانون النقدي والمالي *Code monétaire et financier*، العقود المبرمة من طرف المؤسسات الخاضعة لقانون التأمينات، التعاضديات والإتحادات الخاضعة لقانون التعاضديات، التعاضديات وشركات الإدخار الخاضعة لقوانين الضمان الاجتماعي.

المطلب الأول

محل الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي.

إن دراسة محتوى الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي بما يحتويه من معلومات تساعد المستهلك على اتخاذ قراره عن بينة يظل له أهمية خاصة باعتباره العامل الحاسم في تحديد قرار التعاقد، وعليه فكلما كانت المعلومات ملائمة ومفيدة للمستهلك كلما كان النظام الحمائي للمستهلك يتمتع بمظاهر الصحة والقوة[33]

لذلك فإنه وفي إطار تفعيل دور الالتزام ما قبل التعاقدي في مجال حماية المستهلك من الشروط التعسفية فإنه يتوجب على المهني أن لا يمتنع عن كتمان كل ما من شأنه الإسهام في تنوير رضا المستهلك **(الفرع الأول)**،إضافة إلى دوره الإيجابي المتمثل في تزويد المستهلك بكافة بيانات و شروط العقد **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول :الامتناع عن الكتمان :

في بداية سبعينيات القرن الماضي بدأ القضاء في فرنسا يبني تصورا جديدا لفكرة حسن النية مختلف تماما لتلك النظرة الضيقة التي حبسه فيها أنصار النظرية التقليدية للعقد، وقد شكّل هذا التصور منعطفا هاما في دور حسن النية، حيث تكرّس كمبدأ حقيقي وأساسي لتنفيذ العقود، بل أيضا كقاعدة لتكوين العقد وتفسيره[34].

يكون على عاتق المهني إعمالا لهذا المبدأ التزام سلبي يتمثل في الامتناع عن كتمان كل ما من شأنه أن يساعد المستهلك في تكوين قناعته في إبرام العقد، ذلك أن التزام الصمت من جانب المهني وتكتمه المعلومات التي يجهلها الدائن في الالتزام بالإعلام والتي لو علم بها لما أقدم على التعاقد أو تعاقد بشروط مختلفة يعتبر أحد الطرق الاحتيالية التي تكون الركن المادي في التدليس الذي يصيب الرضا[35].

لكن ما تجدر الإشارة إليه في هذا الخصوص هو أنه يشترط لاعتبار الكتمان صورة من صور التدليس أن يكون له تأثير على رضا المتعاقد الآخر(المستهلك)، وذلك بأن يجره ذلك إلى التعاقد، بمعنى آخر أن يستخدمه المهني بقصد تضليل الطرف المخدوع أو المدلس عليه، فإن لم يكن القصد من ذلك هو التضليل، فإن الغلط الذي عاب إرادة الشخص، لا يؤثر لا من بعيد ولا من قريب على العقد، كأن تُرَوِجَ إحدى الشركات عن مصنوعاتها وذلك بإخفاء جميع مزاياها الحسنة

---

[33] _ إبراهيم عبد العزيز داود، **عدم التوازن المعرفي في العقود**، مرجع سابق، ص 56.

[34] _درماش بن عزوز، **التوازن العقدي**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013 ـ 2014، ص 237.

[35] _عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك (دراسة مقارنة)**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 376.

عليها وبأنها تمتلك أفضل السلع، فإن لم تكن تقصد التضليل من وراء ذلك فإن موقف هذه الشركة لا يمكن اعتباره طريقة من طرق الاحتيال[36].

بالرغم من هذه العلاقة الوطيدة بين الكتمان كسبب من أسباب الاخلال بالالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي والتدليس الذي قد يكون سببا من أسباب بطلان العقد بحسب مقتضيات المادة 86 من القانون المدني الجزائري، إلا أن الالتزام بالإعلام في الفترة السابقة لإبرام العقد يبقى محتفظا بأصالته واستقلاله عن نظرية عيوب الرضا.

تجد هذه الاستقلالية ما يبررها من الناحية القانونية ذلك أنه وفقا للقواعد العامة يُشترط في الكتمان أو السكوت توفر سوء النية في جانب المُدلِس وهي العمد أو التضليل للوصول إلى غرض غير مشروع[37]، في حين أنه وفي إطار قواعد حماية المستهلك عامة وحمايته من الشروط التعسفية على الوجه الخصوص فإنه يتم الاستغناء عن الركن المعنوي في نظرية التدليس[38]

تقوم مسؤولية المهني بمجرد ثبوت عدم إحاطته المستهلك بمعلومات كان يعلمها هو باعتباره محرر العقد، ويجهلها في ذات الوقت المستهلك وهو ما يسمح لهذا الأخير المطالبة بإبطال العقد والمطالبة بالتعويض حتى وإن كان ذلك إهمالا، دون الحاجة إلى إثبات سوء نية المهني وهي التضليل أو الإضرار بالمستهلك[39] وذلك في إطار توسيع نطاق المسؤولية لتشمل الخطأ السلبي[40]

هذا ما يعني أن الكتمان كصورة للتدليس وفقا للقواعد العامة وكصورة للإخلال بالالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام في إطار حماية المستهلك من الشروط التعسفية يختلفان بخصوص إعفاء المستهلك من إثبات سوء نية المهني، إلا أنهما يشتركان في حق كليهما في المطالبة بإبطال العقد.

الفرع الثاني :الإدلاء بالبيانات والمعلومات

إضافة إلى حظر كتمان المهني الحقائق والمعلومات العقدية عن المستهلك، فقد يفرض القانون على المهني القيام بالتزام إيجابي بالإعلام يتمثل في الإفضاء إلى المستهلك ببيانات إضافية تتعلق

---

[36]_ قدادة خليل أحمد حسن ، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، الجزء الأول (مصادر الالتزام)، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 57.

[37]_عبد الرزاق أحمد السنهوري ، **الوسيط في شرح القانون المدني**، الجزء الأول ، مرجع سابق، ص 325.

[38]_ عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك**، مرجع نفسه، ص 376.

[39]_ فاتن حسين حوى، **الوجيز في قانون حماية المستهلك**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 54.

[40]_ أنظر، صبايحي ربيعة، **تطور دور القضاء في حماية المستهلك من الشروط التعسفية**، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الدولي حول التحول في فكرة النظام العام من النظام العام إلى الأنظمة العامة، المنظم يومي 07 و 08 ماي 2014، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، ص ص، 08،07 (غير منشور).

بالالتزامات المتبادلة بين الطرفين وذلك لتمكين المستهلك من معرفة مضمون علاقته بالمحترف وجوانبها القانونية[41].

غير أنه وفي إطار دراسة حماية المستهلك من الشروط التعسفية فإن المظهر الإيجابي للمهني بخصوص الإعلام يتجسد إضافة إلى تعريف المستهلك بشخصية المهني وخصائص السلعة وسعرها وإحاطته علما بشروط عقد الاستهلاك المزمع إبرامه، من حيث مراحل تنفيذه وأسلوب التسليم وما يرد في العقد من ضمانات، وما إذا كانت هناك خدمة ما بعد البيع ستقدم له من عدمه وكذلك مدة العقد[42].

يتضح من خلال المادة 08 من القانون رقم 04-02 أن المشرع الجزائري على اعتمد هذا الالتزام، كما أكدت المادة 09 من نفس القانون على أنه" ***يجب أن تتضمن شروط البيع***[43] ***إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كيفيات الدفع، وعند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات"***.

تزداد أهمية إدلاء المهني للمستهلك ببيانات العقد وشروطه مسبقا في إطار عقود الخدمات التي تتسم بتعقيدها باعتبار أنها قد تحتوي على أكثر من عقد(عقد الفندقة مثلا)، أو إذا تعلق محل العقد بسلعة أو خدمة حديثة العرض في الأسواق[44]، كعقد التزويد بخدمة الكهرباء والأنترنت، العقود الالكترونية.

كما أثبت الواقع أن بيان شروط التعاقد يحقق للمستهلك فوائد عديدة، إذ تختلف آلية تنفيذ عقد الاستهلاك بحسب محل العقد، فتسليم سيارة لا يتم بذات الطريقة التي تسلم بها سلعة غذائية أو تقدم بها خدمة ما، وهذا ما يعني أن الإدلاء بها للمستهلك أمر جوهري ومؤثر في إرادته التعاقدية.

بالإضافة إلى ذلك فإنه من واجب المهني القيام بكل المساعي والجهود في سبيل نقل كل المعلومات للمستهلك والذي يتخذ صورا أخرى في نطاق حماية المستهلك من الشروط التعسفية ذلك أن دور المهني لا يقتصر فقط على إمداد المستهلك ببعض المعلومات المتعلقة بشخصه أو في

---

[41] _آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد**، مرجع سابق، ص 83.

[42] _ مصطفى أحمد أبو عمرو، **موجز أحكام قانون حماية المستهلك**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2011، ص 116.

[43] _ ما يلاحظ هو أن المشرع الجزائري في العديد من مواد القانون 04-02 قد استعمل مصطلح **"البائع"**و**"البيع"** مثال ذلك المواد07، 08، 09، 10 منه، وهو ما يوحي بأن عقود الاستهلاك هي مرادفة لعقود البيع، هذا بالرغم من أنه أثناء تعريفه للعون الاقتصادي بموجب المادة 03 فقرة 01 نجد أنه قد وسَّع من مفهومه ليشمل المنتج والتاجر والحرفي ومقدم الخدمات.

[44] _ عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك**، مرجع سابق، ص 377.

تقديمه لبعض البيانات المتعلقة بالعقد، كالثمن وطرق الدفع...إلخ، وإنما يمتد إلى أبعد من ذلك ليشمل التزامه بشرح مضمون العقد بكل تفاصيله، وترجمة بعض ألفاظه، تحديد مسؤوليات الأطراف وطرق حل النزاع....إلخ، وهو ما يجري به العمل على مستوى شركات التأمين أين يكون فيها انضمام مستهلكي التأمين دون معرفة كاملة بمضمونها وبما تحتويه من شروط بسبب اقتصار حريتهم على اختيار المؤمن فحسب[45] دون أن يكون لهم إمكانية الاطلاع على بنود العقد أو فحصها من أجل استيعاب مضمونها بالقدر الذي يسمح لهم بالتوقيع على وثيقة التامين عن قناعة تامة.

المطلب الثاني

مظاهر تفعيل مبدأ الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي

إن تحقيق الهدف من الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام هو الحصول على رضا واضح ومستنير على أساسه يُقْدِمُ المستهلك على إبرام العقد وهو في كامل يقينه مُلِمًا بجميع شروط العقد دون تخوف أو تردد.

لكن أثبت الواقع أن رضا أطراف العقد وبالرغم من استحالة الاستغناء عنه لتكوين العقد إلا أنه لا يعتبر كافيا[46]، بدليل أن المنازعة على شروط العقد غالبا ما تكون في وقت لاحق لإبرام العقد.

هذه المنازعات تعود بالدرجة الأولى لارتباط الرضا بعوامل ذاتية تتعلق بالمتعاقدين والتي ترتبط بدورها بالظروف المحيطة بالعلاقة التعاقدية مما يجعلها متغيرة، وهو ما يجعل الاكتفاء بمحل الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي القائم في شقه السلبي على الامتناع عن الكتمان والايجابي المتمثل في الإدلاء بالمعلومات في ضمان حماية مثلى للمستهلك أمر مستبعد، ذلك أن إرادة المتعاقدين تقوم فقط على مبدأ حسن النية القائم هو الآخر على حالة معنوية ومجردة وهي الاعتقاد[47].

هذا ما شجع البحث عن بديل حقيقي وفعّال يجسد ضمان حماية رضا المستهلك وذلك من خلال إرساء نظام جديد تظهر ملامحه من خلال منح المستهلك مدة للتفكير **(الفرع الأول)** تسمح له بفحص مضمون العقد، إضافة إلى الرجوع لتبني تقنيات الشكلية من خلال فرض التزام آخر على عاتق المستهلك يتمثل في ضرورة تزويد المستهلك بالوثيقة التعاقدية **(الفرع الثاني)**

---

[45]_نويري سعاد ، **حماية رضا مستهلك التأمين– دراسة مقارنة–**، مداخلة ملقاة بمناسبة المؤتمر السنوي الثاني والعشرون حول الجوانب القانونية للتأمين واتجاهاته المعاصرة، المنظم يومي 13 و14 ماي 2014، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ص 50.

[46]_ BENCHENEB Ali, ***le droit algérien des contrats, Données Fondamentales***, EUD, Dijon, 2011, p 77.

[47]_ARTHAUDE Claude, **De la bonne foi et ses effets en matière civile**, Thèse pour le doctorat, faculté de droit de Paris, 1874, p 01.

.La remise d'un document contractuel

الفرع الأول :منح المستهلك مدة للتفكير

جسّد القانون الجزائري تبني نظام جديد لتفعيل الالتزام بالإعلام ما قبل التعاقدي في سبيل تحقيق حماية أوسع للمستهلك بصفة عامة، وحمايته من الشروط التعسفية بصفة خاصة من خلال فرض التزام ثانوي جديد على عاتق المهني يتمثل في ضرورة تمكين المستهلك من مدة للتفكير *Un délai de réflexion* وذلك بموجب المادة 04 من المرسوم التنفيذي 06-306 والتي جاء فيها ما يلي: ***" يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكافة الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد"***.

أكدت على نفس الالتزام المادة 20 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي جاء فيها ما يلي ***"....يجب أن تستجيب عروض القرض للإستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية العرض المسبق وطبيعته ومضمون ومدة الالتزام وكذا آجال تسديده، ويحرر عقد ذلك"***[48].

إن صياغة هذه المواد يكشف بوضوح نجاح المشرع في الجمع بين الحفاظ على نزاهة وشفافية الممارسات التجارية الذي يمثل هدفا من أهداف قانون المنافسة من جهة، والحفاظ على أمن وصحة المعاملات التعاقدية بين الخواص[49] والذي يعتبر هدفا من أهداف قانون حماية المستهلك.

لكن ما يلاحظ هو أن المشرع الجزائري لم يحدد المدة الممنوحة للمستهلك للتفكير وفحص بنود العقد، بخلاف المشرع الفرنسي الذي حدد هذا الأجل في بعض العقود، كما في عقد المراسلة إذ حُدِدت مدة التفكير فيه بـ: 07 أيام فيما يخص العقود المبرمة عن بعد *les contrats à distance* و30 يوم بالنسبة للقرض *العقاري Le crédit immobilier*[50].

---

[48]_ تجدر الإشارة إلى أن مخالفة المهني لأحكام المادة 20 من القانون 09-03 تترتب عنها مسؤولية جزائية وهذا ما نصت عليه المادة 81 من نفس القانون بنصها على ما يلي:**"مع مراعاة الأحكام المنصوص عليها في التشريع الساري المفعول، يعاقب بغرامة مالية من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليون دينار 1.000.000 دج)، كل من يخالف الالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك المنصوص عليها في المادة 20 من هذا القانون".**

[49]_ TROCHUMichel **&**TREMORIN Yannick **&** BECHERON Pierre, **La protection des consommateurs contre les clauses abusives, étude de la législation française du 10/01/1978,** op. cit, p 41**.**

[50]_Safia BENZEMOUR, **La remise en cause des principes du droit commun par le droit de la consommation (étude comparative), faculté de droit,** université d'Oran, 2013, p 17.

إن عدم تحديد المشرع الجزائري صراحة للمدة الممنوحة للمستهلك من أجل التفكير لاتخاذ قراره بالتعاقد من عدمه يفهم منه أن المشرع ترك هذه المسألة لاتفاق الأطراف وفقا لطبيعة العقد إعمالا لمبدأ العقد شريعة المتعاقدين.

يتمتع المستهلك في المدة الفاصلة بين المفاوضات والتوقيع النهائي على العقد بالعديد من المزايا بدءا من استغلاله هذه المدة للاطلاع على بنود العقد وفحصها، كما يمكنه أيضا تقدير ودراسة احتمالات مدى نجاح العقد بالنظر الى إمكانياته المادية، كما يمكنه الاستعانة بغيره من أجل الاستعلام وشرح بنود العقد الغامضة، والأبعد من ذلك إمكانية مقارنة نموذج العقد الذي يريد إبرامه مع عقود أخرى خصوصا إذا كانت تشترك في صفة المتعاقد الآخر(المهني) كعقود القرض والتامين .

غير أن أهمية الفارق الزمني الممنوح للمستهلك من أجل التفكير تتعاظم أهميته بالنظر إلى تفاديه من جهة للتعاقد المباشر، إلى جانب أحقيته في الرجوع عن العقد حتى بعد التوقيع عليه، كما أن المهني لا يمكنه تنفيذ العقد إلا بعد فوات أجل مدة التفكير وذلك بهدف السماح للمستهلك لاتخاذ قراره في أحسن الظروف[51].

الفرع الثاني: تقديم الوثيقة التعاقدية:

يلزم القانون المحترفين في بعض الحالات باقتراح التعاقد بنماذج عقدية مكتوبة تشتمل على معلومات محددة تتوجه إلى إعلام المستهلكين عن التزامات الأطراف المختلفة للعقد[52] ويؤيد هذا

---

[51] _ Mohamed LACHACHI, **L'équilibre du contrat de consommation (étude comparé),** mémoire présenté et soutenu pour l'obtention du diplôme de magister en droit privé, spécialité agents économiques/ consommateurs, faculté de droit, université d'Oran, 2013, p 63.

[52] _ فالعقد النموذجي عبارة عن عقد مكتوب ويمكن الرجوع اليه عند النزاع ولا يكلف القاضي عناء كبيرا سواء في إثبات العقد ذاته، عندما يتعلق الأمر بعقود تكون الكتابة فيها ركنا في العقد كإيجار السفينة، وعقد الشركة، أو في تنفيذها إذا تبين كيفيات التنفيذ في العقد، **لمـزيد من التفصيل حول العقود النموذجية: راجـع:** لعشب محفوظ بن حامد، **عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري و المقارن**،المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، ص ص، 103، 105.

– ومثال العقود النموذجية بقوة القانون ما نص عليه المشرع الجزائري في المادة 21 من المرسوم التشريعي لسنة 1993 المتعلق بالنشاط العقاري، أنظر المرسوم التشريعي رقم 93–03 مؤرخ في 01 مارس 1993 يتعلق بالنشاط العقاري، ج ر عدد 14، الصادرة في 03 مارس 1993.

– كما أن المشرع الجزائري أكد سنة 1994 على ضرورة إخضاع العقود المبرمة بين المؤجرين والمستأجرين إلى قالب نموذجي وذلك بموجب المادة الأولى من المرسوم94–96 والتي جاء فيها ما يلي:" **يصادق على نموذج عقد الإيجار الملحق بهذا المرسوم والمنصوص عليه في أحكام المادة 21 من المرسوم التشريعي 93–03 المؤرخ في أول مارس 1993** ".

الالتزام إلتزام آخر يلقى على عاتق المهني يتمثل في واجب إعلام من يتعاقد معه بشروط العقد عن طريق تزويده بنسخة من العقود التي يقترحها متضمنة نصوص الحماية وقواعد الضمان المقررة لمصلحة المستهلك[53] .

كما أنه ونتيجة للتطور العلمي والتكنولوجي وما صاحبه من ظهور عقود جديدة في غاية السرعة والتعقيد فقد اتخذ الالتزام ما قبل التعاقدي صورة حديثة تتمثل في تقديم وثيقة الإعلام ما قبل التعاقدي التي تهدف إلى تشكيل تصور واضح ومستنير للمنافع والالتزامات المقرر التعاقد عليها[54].

لا يجب الخلط بين الوثيقة التعاقدية *Le document contractuel* وبين الشكلية التي تعتبر ركنا من أركان العقد في بعض العقود[55]، فالشكلية أو الرسمية المنصوص عليها في القواعد العامة تكون في الفترة اللاحقة لإبرام العقد استكمالا لباقي أركان العقد.

كما أنه يجب الإشارة في هذا السياق أن الوثيقة التعاقدية ليست بتلك الصورة الواردة في الفقرة 04 من المادة 03 من القانون 04-02 التي تنص على أنه ***:" يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط البيع العامة المقررة سلفا....."***.

تكمن أهمية التمييز في هذا الخصوص في أن هذه الآليات تعتبر وسيلة لإثبات إبرام العقد بينما الوثيقة التعاقدية لا تعتبر كذلك وإنما هي وسيلة حمائية تستهدف تمكين المستهلك من فحص بنود العقد قبل التوقيع عليه بصفة نهائية، وبالتالي فهي وسيلة تساهم في تكوين العقد لا في إثباته.

فالوثيقة التعاقدية هي نتاج لتطور مفهوم الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام والذي يعتبر تقنية جديدة في ظل قوانين الاستهلاك، اصطلح بعض الفقه بتسميته بالشكلية الإخبارية أو

---

[53]– عدنان ابراهيم سحنان، حق المستهلك في الحصول على الحقائق (المعلومات والبيانات الصحيحة عن السلع والخدمات)"،**مجلة المفكر**، العدد الثامن، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص 30.

[54]_ساسان رشيد ، **المسؤولية عن الإعلام ما قبل التعاقدي**، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، عدد 39، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2014، ص 161.

55_ وهي العقود التي يشترط لانعقادها إضافة الى ركن التراضي احترام شكلية معينة، وتعد هذه الشكلية ركنا من أركان العقد، بحيث يمنع إغفالها قيام العقد، وهذا ما قرره المشرع مثلا في المواد 418، 883 ، 324 مكرر 01 من القانون المدني الجزائري، **لمزيد من التفصيل** ، أنظر فيلالي علي، **الالتزامات: النظرية العامة للعقد**، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، مرجع سابق، ص ص، 65، 66.

الإعلامية Le Formalisme Informatif الذي يهدف بالأولوية إلى الحفاظ على رضا المستهلك من جهة كما أنه يحقق الأمن القانوني للمهني من جهة أخرى[56].

تبنى المشرع الجزائري بطريقة غير مباشرة وضمنية هذه التقنية الجديدة بموجب المادة 20 من القانون 09-03 أين استعمل المشرع عبارتي " **مدة الالتزام**" "**يحرر عقد بذلك**"، فالربط بين العبارتين يمكن من خلاله أن نستنتج بأن المدة الممنوحة لطالب قرض الاستهلاك يجب أن تكون بالموازاة مع وثيقة تعاقدية تسمح له بالإطلاع على بنود العقد خصوصا كيفيات الدفع، وقيمة القرض، والمسؤولية المحتملة جراء عدم التسديد،.. إلخ.

لكن ما يؤخذ على المشرع الجزائري هو أنه وبالرغم فعالية هذا الآلية الجديدة في ضمان حماية المستهلك من الشروط التعسفية إلا أنه حصر تطبيقها في نطاق جد محدود وهو عقد القرض الاستهلاكي بالرغم من وجود العديد من العقود الاستهلاكية التي لا تقل أهمية عنه كالتأمينات بمختلف أنواعها، والعقود الواردة على العقار كعقد البيع والبيع على التصاميم.....إلخ.

في حين أن المشرع الفرنسي قد وسَّع بصراحة من دائرة إعمال هذه التقنية لتشمل جميع العقود بدون أي استثناء وذلك بموجب المادة 134 فقرة 02 من قانون الاستهلاك الفرنسي التي جاء فيها على أنه " ***يلتزم البائع المحترف أو مقدم الخدمة بأن يقدم لكل شخص مهتم إذا طلب منه ذلك نسخة من العقود التي يقترحها عادة "***.

كما يلاحظ أيضا في هذا الصدد أن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى مسألة جوهرية وهي الجزاء المترتب عن الإخلال بهذا الالتزام، عكس المشرع الفرنسي الذي رتَّب جزاء الغرامة المقررة بالنسبة للمخالفات من الدرجة الخامسة حسب مقتضيات 134 فقرة 01 من قانون الاستهلاك الفرنسي

خاتمة:

يتبين ختاما مما سبق دراسته أعلاه أهمية الالتزام بالإعلام في الفترة السابقة لإبرام العقد من خلال تفادي المنازعة أصلا حول شروطه وهو ما يشكل في حد ذاته ضمانة جوهرية وأساسية للمستهلك تقيه خطر إبرام العقد دون الإلمام بتفاصيله وشروطه ، غير أن الملاحظ هو عدم تفعيل المشرع الجزائري لهذا المبدأ في كل القوانين التي لها صلة بحماية المستهلك وهو الأمر الذي يجب تداركه من خلال التنصيص على هذا المبدأ وجعله التزاما إضافيا على عاتق المهني في جميع تعاملاته مع المستهلك خصوص في العقود التي يكثر التعامل بها وذات القيمة المعتبرة على غرار القروض البنكية، عقود بيع السيارات والعقارات ، عقود التأمين بمختلف أنواعها وهو الهدف الذي نرجوه من خلال تعديل قانون حماية المستهلك المعروض حاليا على البرلمان للمناقشة والمصادقة.

56_Nablot Cyril, ***Droit de la consommation***, éditions Lextenso, paris, 2012 , p 121.

قائمة المراجع :

باللغة العربية :

أولا :الكتب /

01) زاهية حورية سي يوسف، **دراسة قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2017 .

02) آمانج رحيم أحمد، **حماية المستهلك في نطاق العقد : دراسة تحليلية مقارنة**، الطبعة الأولى، شركة المطبوعات للنشر والتوزيع ، بيروت، 2010.

03) عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك**، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.

04) السيد محمد السيد عمران، **حماية المستهلك أثناء تكوين العقد**، الدار الجامعية، د ب ن، 2003 .

05) إبراهيم عبد العزيز داود، **عدم التوازن المعرفي في العقود**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014.

06) عبد الرزاق أحمد السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد**، (نظرية الالتزام بوجه عام)، الجزء الأول، دار إحياء التراث العربي، بيروت، د س ن، ص 289.

07) ــــــــــــــــــ، **حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية (دراسة تحليلية مقارنة في ضوء نظريتي عقود الإذعان وعقود الإستهلاك)**، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2014.

08) قدادة خليل أحمد حسن، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، الجزء الأول (مصادر الالتزام)، الطبعة الرابعة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 57.

09) فاتن حسين حوى، **الوجيز في قانون حماية المستهلك**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 54.

10) مصطفى أحمد أبو عمرو، **موجز أحكام قانون حماية المستهلك**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2011، ص 116.

11) لعشب محفوظ بن حامد، **عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر،د س ن .

12) فيلالي علي، **الالتزامات: النظرية العامة للعقد**، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

ثانيا / أطروحات الدكتوراه :

01)- درماش بن عزوز، **التوازن العقدي**، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013 ـ 2014

02) – نساخ فاطمة، **الوظيفة الاجتماعية للعقد**،أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر،2012 ـ 2013.

ثالثا / مذكرات الماجيستير :

01)_حدوش كريمة، **الالتزام بالإعلام في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2011- 2012.

رابعا / المقالات :

01) عدنان إبراهيم سحنان، حق المستهلك في الحصول على الحقائق (المعلومات والبيانات الصحيحة عن السلع والخدمات)"، **مجلة المفكر**، العدد الثامن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، ص ص 11-39.

02) ساسان رشيد، **المسؤولية عن الإعلام ما قبل التعاقدي**، مجلة التواصل في الاقتصاد والإدارة والقانون، عدد 39، كلية الحقوق، جامعة عنابة، 2014، ص ص 159-173.

03) خديجي أحمد، **حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي**، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الحادي عشر، كلية الحقوق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2014، ص ص19-29.

خامسا / المداخلات:

01)- صامت آمنة، **التدليس كسبب لاختلال التوازن العقدي**، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني السادس حول ضمانات التوازن العقدي، يومي 12 و13 نوفمبر2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، (غير منشور).

02)- صبايحي ربيعة، **تطور دور القضاء في حماية المستهلك من الشروط التعسفية**، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الدولي حول التحول في فكرة النظام العام من النظام العام إلى الأنظمة العامة، المنظم يومي 07 و 08 ماي 2014، كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، ص ص،01-14 (غير منشور).

03)-نويري سعاد ، **حماية رضا مستهلك التأمين- دراسة مقارنة-**، مداخلة ملقاة بمناسبة المؤتمر السنوي الثاني والعشرون حول الجوانب القانونية للتأمين واتجاهاته المعاصرة، المنظم يومي 13 و14 ماي 2014، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ص ص 50-79.

سادسا / النصوص التشريعية :

01) -قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جويلية 2004، **يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية**، ج ر عدد 41، الصادرة بتاريخ 27 جويلية 2004، معدل ومتمم بموجب القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر عدد 46، الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010

02) القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15 ، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009، المعدل والمتمم.

سابعا / النصوص التنظيمية :

01)- المرسوم التنفيذي رقم 378/13 المؤرخ في 2013/11/09 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، ج ر عدد 58 ، الصادرة بتاريخ 2013/11/18

باللغة الفرنسية :

Les ouvrages :

01) _BENCHENEB Ali, ***le droit algérien des contrats, Données Fondamentales***, EUD, Dijon, 2011.

02) _PIEDELIEVRE (Stéphane), ***droit de la consommation***, **éd Economica,** Paris, 2010

03) _Nablot Cyril,***Droit de la consommation***, éditions Lextenso, paris, 2012 .

Les thèses de doctorats

01)_ARTHAUDE Claude, **De la bonne foi et ses effets en matière civile**, Thèse pour le doctorat, faculté de droit de Paris, 1874.

02)_RHISLAIN Tabi Tabi, **les nouveaux instruments de gestion de processus contractuel**, thèse de doctorat en droit, faculté de droit, université de LAVAL, QUEBEC, 2011.

Les mémoires de magister :

01)_Safia BENZEMOUR, **La remise en cause des principes du droit commun par le droit de la consommation (étude comparative), faculté de droit, mémoire de magister,** université d'Oran, 2013.

02)_ Mohamed LACHACHI, **L'équilibre du contrat de consommation (étude comparé),** mémoire présenté et soutenu pour l'obtention du diplôme de magister en droit privé, spécialité agents économiques/ consommateurs, faculté de droit, université d'Oran, 2013.

Articles et communications :

01)-TROCHU (Michel), TREMORIN (Yannick), BERCHON (Pierre), **La protection des consommateurs contre les clauses abusives, étude de la législation française du 10-1-1978**, Revue de droit et pratique de commerce internationale, Tome 07, n° 01, éd MASSON, Paris, 1981.

Lois :

01_code de la consommation français version consolidée au code du 03/10/2014, Edition du 05/10/2014, consultable sur le site suivant : **http://codes.droit.org/cod/consommation.pdf.**

تمييز التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك عن الإلتزام بضمان العيوب الخفية والإلتزام بالمطابقة

أ/شعباني نوال
كلية الحقوق والعلوم السياسية/جامعة تيزى وزو

مقدمة

أصبحت أغلب المنتوجات في الوقت الحالي تتسم بالحداثة والتعقيد في إنتاجها، كما صارت السلع المغشوشة والمقلدة تغزو أسواقنا، هذا ما نتج عنه شيوع الأضرار التي تسببت فيها هذه المنتوجات، وهو أيضا ما جعل بالدول تسرع إلى وضع تشريعات خاصة لحماية المستهلكين من أضرار المنتوجات، وضمان سلامتهم الجسدية إضافة إلى حقوقهم المادية .

لقد كان ضمان سلامة المستهلكين يتم وفق القواعد العامة في القانون المدني ضمن الالتزامات التي يفرضها عقد البيع، ولكن هذه القواعد لم تصبح فعالة وكافية في مواجهة أضرار المنتوجات المعيبة وأحيانا الخطرة والمعقدة، وهنا كان القانون الفرنسي سباقا لإقرار مبدأ ضمان السلامة، وهذا من خلال ربط مسؤولية المنتج بالقواعد التقليدية للمسؤولية، فكان يربطها بأحكام المسؤولية العقدية إذا ألحق المنتوج ضررا بالمشتري، ويربطها بأحكام المسؤولية التقصيرية إذا ألحق ضررا بالغير.

أما في الجزائر فكان العمل في هذا المجال وفقا لقواعد القانون المدني[1] إلى غاية صدور أول قانون لحماية المستهلك، وهو القانون رقم 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[2]، الذي تم إلغاؤه بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[3]، إضافة إلى التعديل الذي مس القانون المدني سنة 2005، وإقرار المادتين 140 و140 مكرر، حيث تم إرساء مبدأ ضمان السلامة، ولم يعد العيب في المنتوج هو الذي ينقص من قيمة المنتوج فقط بل ذلك الذي يضمن سلامة المستهلك المشروعة من السلع والخدمات التي ينتجها المتدخل، وهذا هو التعريف الحقيقي للإلتزام بضمان السلامة، حيث نصت المادة التاسعة من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: "**يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للإستهلاك مضمونة وتتوفر على**

---

[1] – أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، المعدل و المتمم.

[2] – قانون رقم89-02 مؤرخ في 08 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 06، صادرة في 08 فيفري 1989."ملغى"

[3] – قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش،جريدة رسمية عدد 15، صادرة في 08 مارس 2008.

الأمن بالنظر على الإستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه.."

من خلال التدقيق في المادة التاسعة من قانون حماية المستهلك وقمع الغش سالفة الذكر، يتبين لنا مفهوم الالتزام بضمان سلامة المستهلك، ويظهر أنه مفهوم منفرد ومتميز عن غيره من الالتزامات الأخرى الواردة في القانون المدني، والتي كان يعتمد عليها في توفير الحماية للمستهلكين، خاصة الالتزام بضمان العيوب الخفية والالتزام بالمطابقة.

ولكن كيف نميّز بين الالتزام بضمان العيوب الخفية والالتزام بالمطابقة؟

لذا سينصب موضوع هذا البحث حول التمييز بين الالتزام بضمان سلامة المستهلك عن الالتزام بضمان العيوب الخفية (المبحث الأول)، وعن الالتزام بالمطابقة (المبحث الثاني).

المبحث الأول

تمييز الإلتزام بضمان السلامة عن الالتزام بضمان العيوب الخفية

يلتزم البائع تجاه المشتري بتقديم سلعة أو منتوج خالية من العيوب، وهذا تجنبا لضمان التعويض عن الأضرار التي قد تلحق المضرور بسبب العيب في المنتوج، فالعيب الخفي ينشئ التزاما بالضمان في ذمة البائع، ويتميز الإلتزام بضمان سلامة المستهلكين عن الإلتزام بضمان العيوب الخفية من حيث عدة أوجه، لذا ينبغي تحديد أحكام الإلتزام بضمان العيوب الخفية (المطلب الأول)، وبيان الإختلاف بينه وبين الإلتزام بضمان السلامة (المطلب الثاني).

المطلب الأول: أحكام الإلتزام بضمان العيوب الخفية

لتمييز الإلتزام بضمان السلامة عن الإلتزام بضمان العيوب الخفية، يتعين أساسا بيان الأحكام المتعلقة بضمان العيوب الخفية، والتي تتجلى في تعريف العيب الخفي(الفرع الأول)، وبيان الشروط التي ينبغي توافرها فيه حتى يضمنه البائع(الفرع الثاني).

الفرع الأول: تعريف العيب الخفي

لم يعرف القانون المدني العيب الخفي، بل اكتفى ببيان الشروط التي يجب توافرها في العيب حتى يكون موجبا للضمان، ولم ينظم المشرع الجزائري أحكام العيب الخفي في المنتوج بصفة خاصة(كما في مسؤولية المنتج)، بل اكتفى بوضع قواعد العيب الخفي في عقد البيع، والتي نصت عليها المواد من 379 إلى 386 من القانون المدني .

إلا أنه يمكننا استنتاج تعريف للإلتزام بضمان العيوب الخفية من خلال نص المادة 379 من القانون المدني، والتي أقرت بالتزام البائع بضمان العيب الخفي من خلال ثلاث مظاهر أساسية وهي:

- تخلف الصفات التي تعهد البائع بوجودها في المبيع.
- عدم صلاحية المبيع للإستعمال.

- النقص في قيمة المبيع.

الفرع الثاني: شروط العيب الخفي

يشترط في العيب الخفي الموجب للضمان أربعة شروط أوردتها المادة 379 من القانون المدني.

أولا: أن يكون العيب قديما

يمكن استنتاج شرط قدم العيب من خلال نص المادة 397 من القانون المدني، سالفة الذكر، والتي نصت على أنه:

"**يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري**".

فالعبرة من وجود العيب الخفي من عدمه هو وقت تسليم المبيع للمشتري، ولا فرق في ذلك بين العيب بمعنى الآفة الطارئة أو بمعنى تخلف الصفات المتفق عليها ،فإذا كان المبيع معينا بذاته،يكون العيب موجودا عند انعقاد البع ومستمرا حتى لحظة تسليم المبيع للمشتري[4].

وللوصول إلى تحقيق حماية أكبر للمشتري فيما يتعلق بطبيعة العلم بالعيب، فقد تم اشتراط أن يكون هذا العلم حقيقيا وليس مفترضا، كما يجب أن يكون هذا العلم يقينا[5].

ثانيا:أن يكون العيب خفيا

يكفي أن يكون العيب قديما حتى يضمنه المشتري،بل يجب أن يكون خفيا، فإذا كان العيب ظاهرا في المنتوج وقت تسليمه للمشتري،فإن البائع لا يضمنه،كما يجب ألا يكون في وسع المشتري أن يكتشفه حتى ولو بذل في سبيل ذلك عناية الرجل المعتاد[6].

ثالثا:أن يكون العيب مؤثرا

يتمثل العيب المؤثر الموجب للضمان وفقا للأحكام القانون المدني في العيب الذي يقع في مادة الشيء المبيع، ويكون على قدر معين من الجسامة، وتحدد درجة الجسامة وفقا لمعيار موضوعي حددته المادة 379 سالفة الذكر بقولها: "...**أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته،أو من الإنتفاع به بحسب الغلية المقصودة منه حسبما هو مذكور في عقد البيع،أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله**".

---

[4] –كريم بن سخرية،المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية،2013، صفحة 09.

[5] –علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بسلامته في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم،تخصص قانون،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة،2016، صفحة 194.

[6] –علي خوجة خيرة، المرجع السابق، صفحة 189.

رابعا:عدم علم المشتري بالعيب الخفي

إذا كان العيب خفيا لا يكون موجبا للضمان، إلا إذا أثبت المشتري أنه كان لا يعلمه بالفعل وقت تسليم المبيع إليه، وهو ما يستنتج من نص المادة 379 من القانون المدني التي نصت على أنه: "**غير أنّ البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع أو كان في استطاعته أن يطّلع عليها لو أنه فحصها بعناية الرجل العادي.**

المطلب الثاني:الإختلاف بين الإلتزام بضمان العيوب الخفية والإتلتزام بضمان السلامة

نستنتج من خلال تعريف الإلتزام بضمان العيوب الخفية المقرر في الإحكام العامة للقانون المدني، وكذا من خلال تحديد شروطه، الاختلاف بينه وبين الإلتزام بضمان السلامة.

إن هذه الاختلافات هي التي أدت إلى نشوء الالتزام بضمان السلامة المستقل عن ضمان العيوب الخفية، وهذا بعد أن ثبت قصورها في توفير حماية كافية وفعالة للمستهلك، وتتمثل هذه الاختلافات في:

الاختلاف في مفهوم العيب (الفرع الأول)، والاختلاف في توسيع نطاق الحماية(الفرع الثاني).

الفرع الأول: الاختلاف في تحديد مفهوم العيب

سواء كنا بصدد الإلتزام بضمان العيوب الخفية المقرر في الأحكام العامة أو الإلتزام بضمان السلامة المقرر بموجب المادة 140 مكرر من القانون المدني وقانون حماية المستهلك، يتعين وجود عيب في المنتوج أدى إلى الإضرار بالمستهلك، ولكن الإختلاف يقع في تحديد العيب الموجب لضمان العيب الخفي أو لضمان السلامة، إذ يعتبر عيب المنتوج النقطة الأساسية لإقامة مسؤولية المنتج، والذي يتجاوز في مفهومه العيب المعروف في قواعد العيوب الخفية المقترنة بعقد البيع[7].

فوفقا لأحكام العيوب الخفية،فإنّ العيب الخفي يتحدد وفقا لمظاهر محددة هي: تخلف الصفات التي تعهد البائع بوجودها في المبيع، عدم صلاحية المبيع للإستعمال، والنقص في قيمة المبيع، أما بموجب الإلتزام بضمان السلامة،فإن العيب يتعلق بمسألة موضوعية هي عدم كفاية الأمن والسلامة في المنتوج.

وبالتالي يمكن التمييز بين العيب في المسؤولية الموضوعية –وفقا للإلتزام بضمان السلامة– وبين العيب الخفي في القانون المدني من خلال النظر إلى المصلحة محل الإعتبار في كل منهما، فالأولى ترمي إلى ضرورة توافر الأمان في السلعة بما يحفظ صحة الأشخاص وسلامتهم البدنية

[7] –بن بعلاش خاليدة، بشير بن لحبيب، "حماية المستهلك في ظل قواعد المسؤولية المدنية المستحدثة"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم اللسياسية، العدد الأول، جامعة عمار ثليجي، الأغواط،2015 صفحة 135.

من أخطار المنتوج،أما الثانية فترمي إلى ضمان حصول المشتري على مبيع صالح لأداء الغرض المخصص له نو من ثم تحقيق مصلحة اقتصادية[8].

ويتمثل العيب الذي يتعين على المضرور إثباته، في كل مخالفة للإلتزامات الواقعة على عاتق المتدخل لضمان سلامة المستهلك، ولا يستلزم أن يثبت المستهلك قِدَم العيب وخفائه وتأثيره، كما في القواعد الخاصة بضمان العيوب الخفية، بل يكفيه إثبات أنّ المنتوج به عيب أثناء عرضه للإستهلاك ولا يوفر الأمان والسلامة، وسواء كان عيبا في تصنيع المنتوج أو في تصميمه.

وهو ما جعل البعض ينفي ملاءمة تطبيق أحكام ضمان العيب الخفي على أضرار المنتجات الخطيرة، ذلك أن نصوص وأحكام ضمان العيب الخفي لا تسمح بمد التعويض إلى الأضرار التي تصيب المشتري في جسده وفي أمواله الأخرى من غير المنتوج المعيب[9].

الفرع الثاني: الإختلاف في توسيع نطاق الحماية

يختلف الإلتزام بضمان السلامة عن الإلتزام بضمان العيوب الخفية في توسيع نطاق الحماية، ويتمثل هذا التوسيع أساسا في: التوسيع في وقت تقدير العيب وفي نطاق الحماية .

أولا: التوسيع في وقت تقدير العيب

يتعين على المشتري حتى يضمن العيب الخفي الحاصل في المبيع أن يثبت أن العيب قد وقع قبل تسليم المبيع، أما بموجب أحكام الإلتزام بضمان السلامة، فإنه على المستهلك إثبات أن الضرر قد حصل لحظة عرض المنتوج للتداول، وقد عرفتها المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنها:

مجموع مراحل الإنتاج والإستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة".

فالمتدخل يلتزم بضمان العيب في المنتوج طيلة عملية وضع المنتوج للتداول، وليس العيب الحاصل قبل التسليم فقط وفقا لأحكام ضمان العيوب الخفية، وبذلك وسع المشرع الجزائري من النطاق الزمني للمسؤولية، نتيجة لتوسيعه للنطاق الشخصي للمسؤولين، فالمسؤول الضامن ليس هو المنتج فقط بل جميع الأشخاص اللذين تدخلوا في عملية عرض المنتوج للتداول[10].

---

[8] –بن بعلاش خاليدة ،المرجع السابق،صفحة 135.

[9] –قونان كهينة، قصور ضمان العيب الخفي في حماية منتج المواد الخطيرة، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية الجامعة مولود معمري، تيزي وزو،2016 ، صفحة 116.

[10] –محمد بودالي، المرجع السابق بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة، دار الفجر، الجزائر،2005 ، صفحة 442.

ثانيا: التوسيع في نطاق الحماية

من جهة، فإنّ الإلتزام بضمان العيوب الخفية يجد أساسه في الإلتزام العقدي بين البائع والمشتري، أما الإلتزام بضمان السلامة فهو التزام خاص، يشمل كل شخص تضرر من غياب السلامة في المنتوج، سواء كانت تربطه بالمتدخل علاقة عقدية أم لا، وهو ما أقرته المادة 140 من القانون المدني، وهذا توسيع في نطاق الدائنين بالإلتزام.

كما أن تطور الإنتاج الصناعي والتقدم العلمي أدى إلى تعدد المدينين بالضمان ليشمل جميع المتدخلين في عملية عرض المنتوج، سواء تعلق الأمر بتغليفه أو تغليفه أو تسويقه، الشيء الذي لم تتناوله قواعد الضمان[11].

المبحث الثاني

تمييز الإلتزام بضمان السلامة عن الإلتزام بالمطابقة

إن الإلتزام بالمطابقة في التشريع الجزائري يقوم على أساس قانوني يمكن استنتاجه من الأحكام العامة في القانون المدني، وكذا النصوص المتعلقة بحماية المستهلك، ومن أجل التمييز بين الإلتزام بالمطابقة المقرر في القانون المدني وبين الإلتزام بضمان السلامة، ينبغي تعريف الإلتزام(المطلب الأول)، وبيان الإختلاف بينه وبين ضمان السلامة(المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف الإلتزام بالمطابقة

من أجل تعريف وضع تعريف واضح للإلتزام بالمطابقة ينبغي تعريف الإلتزام وفقا لقواعد القانون المدني(الفرع الأول، والمطابقة وفقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش ا(لفرع الثاني)

الفرع الأول: تعريف الإلتزام بالمطابقة في القانون المدني

لم يعرّف القانون المدني الجزائري المطابقة،بل توقف عند النص على الإلتزام ،كما أنه قصر هذا الإلتزام في إطار عقد البيع بالعينة دون تعميمه على البيوع الأخرى، وهو ما نصت عليه المادة 353 منه بقولها:

"**إذا انعقد البيع بالعينة يجب أن يكون مطابقا لها وإذا تلفت العينة أو هلكت في يد أحد المتعاقدين ولو دون خطأ كان على المتعاقد بائعا أو مشتريا،أن يثبت أنّ الشيء مطابق أو غير مطابق للعينة.**"

ويذهب الرأي الغالب في الفقه والقضاء الفرنسيين إلى القول بأنّ الإلتزام بالمطابقة يرتبط بالإلتزام بالتسليم،و يعتبر وصفا له، لأن التسليم لا يتم إلا إذا قام البائع بتسليم المشتري شيئا مطابقا

[11] – ربيع زهية، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة لنيل دكتوراه في القانون، تخصص قانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2017، صفحة 185.

للمواصفات، وبذلك يكون البائع مخلا بالإلتزام بالمطابقة، إذا سلم منتوجا تختلف مواصفاته عن تلك المتفق عليها في العقد[12].

الفرع الثاني: تعريف المطابقة وفقا لقانون حماية المستهلك

عرفت المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك و قمع الغش المطابقة كما يلي:

"**استجابة كل منتوج موضوع للإستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاص به.**"

وقد نصت المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على الزامية المطابقة،أي مطابقة المنتوج:" **للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية، و....والأخطار الناجمة عن استعماله**".

نستنتج أن الإلتزام بالمطابقة في القانون المدني والمراد تمييزه عن الإلتزام بضمان السلامة، يختلف عن الإلتزام بالمطابقة المكرس في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمرتبط بفكرة ضمان السلامة.

المطلب الثاني: الإختلاف بين الإلتزام العام بالمطابقة و الإلتزام بضمان السلامة

يختلف الإلتزام بالمطابقة المكرس بموجب المادة353 من القانون المدني مع الإلتزام بضمان السلامة المكرس بموجب قانون حماية المستهلك و قمع الغش في ناحيتين أساسيتين، إذ يختلف عنه من حيث أساس الإلتزام(الفرع الأول)، وكذا من حيث محل الإلتزام (الفرع الثاني).

الفرع الأول:الإختلاف من حيث أساس الإلتزام

إن الإلتزام بالمطابقة المقرر في القانون المدني يجد أساسه في عقد البيع، أي أن أساسه الإلتزام العقدي الذي يربط البائع للمشتري،فإذا لم تكن هناك رابطة عقدية بين البائع والمشتري، فإن المقتني للمنتوج –في حالة التضرر من المنتوج– لا يمكنه المطالبة بتطبيق الإلتزام بضمان المطابقة وفقا للمادة 353 من القانون المدني، سالفة الذكر، وإنما عليه اللجوء إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، وبالتالي إثبات الخطأ في جانب البائع .

في حين أنّ الإلتزام بضمان السلامة المقرر بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أساسه قانوني، وبالتالي يضمن المتدخل سلامة المستهلك من عيوب المنتجات التي يتدخل في عرضها سواء كانت تربطه بالمستهلك علاقة عقدية أم لا، وفي حالة الإخلال بهذا الإلتزام يكفي أن يثبت المستهلك الضرر الذي أصابه من جراء العيب في المنتوج دون إثبات خطأ المتدخل نكما في المسؤولية العقدية.

[12] – كريم بن سخرية، المرجع السابق، صفحة 21 .

الفرع الثاني: الإختلاف من حيث محل الإلتزام

إنّ الإلتزام بالمطابقة في القانون المدني محله مطابقة المبيع في إطار البيع بالعينة للمبيع المتفق عليه، أي حصول المشتري على السلعة التي اتفق عليها أثناء إبرام العقد، وإلا يعتبر البائع مخلا بهذا الإلتزام، أما محل الإلتزام بضمان السلامة، فهو توفير منتوج للمستهلك سليم وآمن، على أن يتم ذلك عن طريق تنفيذ المتدخل للإلتزامات الواقعة عليه والتي تضمن سلامة المستهلك، كالإلتزام بالإعلام والأمن وبمطابقة المنتوج للمواصفات الفنية والقانونية، وذلك بما يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك.

خاتمة:

لقد ظهر الإلتزام بضمان السلامة من أجل سد العجز الواضح في الأنظمة القانونية التقليدية عن تقديم حماية كافية من الأضرار التي تتسبب فيها هذه المنتوجات، حيث تم إقرار التزام جميع المتدخلين في عملية عرض المنتوجات للإستهلاك بضمان سلامة المستهلك، والمكرَّس بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

إنّ أساس الالتزام بضمان السلامة القائم على العيب وكذا التوسيع في مجال الحماية من خلال حماية المستهلك المتعاقد وغير المتعاقد مع المتدخل، والتوسيع من دائرة المتدخلين المسؤولين، هو ما جعله التزاما قائما بذاته، متميزا عن الإلتزامات الأخرى كالإلتزام بضمان العيوب الخفية والإلتزام بالمطابقة، والتي أثبتت عجزها في توفير حماية كافية للمستهلك خاصة في ظل المستجدات الإقتصادية حيث غزو المنتوجات المقلدة والخطيرة التي أصبحت تهدد أمن وسلامة المستهلكين.

وإذا كان المشرع الجزائري قد تفطن إلى وضع القواعد الخاصة بضمان السلامة بموجب قانون حماية المستهلك و قمع الغش،فأولى به أن يفصّل هذه الأحكام-كما فعل المشرع الفرنسي- من خلال إعادة النظر في الأحكام المتعلقة بعقد البيع في القانون المدني بما يتماشى مع إقرار مسؤولية المنتج عن منتوجاته التي تهدد سلامة المستهلك.

قائمة المراجع

أولا:الكتب

1- بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة، دار الفجر، الجزائر، 2005.

2- كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013.

ثانيا: الرسائل الجامعية

1-ربيع زهية ، فاعلية الضمان لحماية المشتري في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة لنيل دكتوراه في القانون، تخصص قانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2017.

2-علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بسلامته في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2016.

ثالثا: المقالات

1-بن بعلاش خاليدة، بشير بن لحبيب،"حماية المستهلك في ظل قواعد المسؤولية المدنية المستحدثة"، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، العدد الأول، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، 2015، صفحة132 إلى 149.

2-قونان كهينة، قصور ضمان العيب الخفي في حماية منتج المواد الخطيرة، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو،2016 ، صفحة116 إلى138.

رابعا: النصوص القانونية

1-أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

2-قانون رقم89-02 مؤرخ في 08 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جريدة رسمية عدد 06، صادرة في 08 فيفري 1989.(ملغى)

3-قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية عدد 15، صادرة في 08 مارس 2008 .

فعالية الرقابة الإدارية لحماية المستهلك من مخاطر المنتوجات

أ/ أستاذة منال بوروح، جامعة الجزائر 1

مقدمة:

نظرا للأضرار الجمة التي يتعرض لها المستهلك، ونتيجة لكون الجزاءات المقررة في القانون المدني لم تعد كفيلة بحمايته ولا تخدم مصالحه، فقد بادر المشرع لإيجاد ضمانات وآليات وقائية لتجنب الأضرار التي قد تلحق به فعمد إلى إيجاد أجهزة متخصصة في مجال الوقاية والدفاع عن حقوق المستهلك، تعمل على توفير لهذا الأخير منتوجات خالية من المخاطر التي من شأنها الإضرار بسلامته الجسدية وبمصالحه، وفي حالة عدم احترام المتدخل لمثل هذه المواصفات تطبق عليه جزاءات إدارية بغية منعه من الاستمرار في الإضرار بالمستهلك، وهنا يظهر دور الجزاء الوقائي في إطار وقاية هذا الأخير .

غير أن تطور أساليب الإنتاج والتوزيع في السوق، وكذا ازدهار عمليات الاستيراد الناتج عن تحرير التجارة الخارجية، أدى إلى تعزيز انفلات بعض المنتوجات من الخضوع لإجراءات الرقابة ومن ثمة عدم تطبيق الجزاءات الوقائية على مثل هذه المنتوجات التي قد تحتوي على خطر يمس بصحة وسلامة المستهلك، وتصل إليه وهي غير آمنة بعدما يكون قد تلاعب بها المتدخلين سواء بالخداع أو الغش أو حتى بمخالفتهم للالتزامات المفروضة عليهم، فأدى بالمشرع إلى الإتيان بجزاءات ردعية تطبق على هؤلاء المتدخلين قصد تحقيق حماية تامة للمستهلك، ويظهر ذلك من خلال دور الجزاء الردعي في إطار قمع الجرائم الاقتصادية .

فهل حقيقة نوّع المشرع من الرقابة المفروضة على المتدخل؟ وهل تعد فعالة لوقاية المستهلك من مخاطر المنتوجات؟

للإجابة على هذه الإشكالية المطروحة ارتأينا تقسيم البحث إلى نقطتين على النحو التالي :

-**أولا:الدور الوقائي للرقابة الإدارية في إطار وقاية المستهلك**

- **ثانيا:تنوع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك**

المبحث الأول:

الدور الوقائي للرقابة الإدارية في إطار وقاية المستهلك

تمكن حماية المستهلك في حصوله على منتوجات ذات جودة، ولتحقق ذلك مرهون الأمر بمراقبة هذه المنتوجات والمحافظة عليها لتفادي النتائج المضرة بصحة ومصالح وأمن المستهلك، فتتعدد أنواع هذه الرقابة بحسب طبيعة المنتوجات **(المطلب الأول)**، كما قد تكون أنواع اللاحقة لضمان استعمال المستهلك للمنتوج**(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول:

أنواع الرقابة القبلية للحفاظ على سلامة المستهلك

تعرف الرقابة على أنها خضوع شيء معين بذاته لرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون بغية القيام بالتحري والكشف عن الحقائق المقررة قانونا، ومن ثمة اتخاذ الإجراء الملائم لتحقيق الوقاية[1]، فالرقابة أنواع قد تكون رقابة إجبارية التي ينبغي على المتدخل الالتزام بها **(الفرع الأول)**، كما قد تكون اختيارية تبقى لرغبة المتدخل **(الفرع الثاني)**، ونظرا لاختلاف المنتوجات عن بعضها البعض فتخضع بعض المنتوجات لرقابة سابقة **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول: الرقابة الإجبارية

هي تلك الرقابة التي تفرض على عاتق المتدخل لإخضاع المنتوجات لرقابة إجبارية قبل عرضها للاستهلاك بغية التأكد من مدى مطابقتها للمقاييس المحددة قانونا[2]، وأكد المشرع على مثل هذه الرقابة بموجب المادة **12 الفقرة (01)** من قانون رقم **09-03** المتعلق بحماية المستهلك، على أنه : "يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول....." .

الفرع الثاني: الرقابة الاختيارية

لا يعد المتدخل ملزما بإجراء مثل هذه الرقابة، ولكنه قد يلجأ لها بمحض إرادته حتى يضمن ثقة إضافية لمنتوجاته، ويسمح بزيادة الإقبال عليها كعرض المنتوج على مخبر معتمد أو هيئة عالمية تمنح له شهادة أو علامة متميزة بالجودة بغية ضمان نوعية ثابتة في منتوجاته[3].

الفرع الثالث: الرقابة السابقة

تفرض هذه الرقابة على المنتوجات الموجهة للاستهلاك النهائي، فيشرط فيها حصول المتدخل على رخصة مسبقة للإنتاج أو صنع منتوجات حتى يؤذن بتسويقها والمشرع رأى من الضروري حصول المتدخل على مثل هذه الرخصة لحماية المستهلك[4] ، نظرا لما تلحق به من أضرار كالمنتوجات

---

[1]–خضير كاظم محمود وموسي سلامة اللوزي، " **مبادئ إدارة الأعمال** " ، الطبعة الأولى ، إثراء للنشر والتوزيع الأردن، 2008، ص 382-383.

[2]– بولحية بن بوخميس علي،" **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**"، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر 2000 ، ص 68.

[3]– القيسي عامر قاسم أحمد، "**الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة في القانون المدني والمقارن** "، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2002، ص 209.

[4]– قمار خديجة، " **الرقابة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك**"، الملتقى الوطني حول "**المنافسة وحماية المستهلك بين الشريعة والقانون** "، يومي 20-21 نوفمبر 2012، جامعة خميس مليانة ، ص 171.

الاستهلاكية ذات الطابع السام، أو التي تشكل خطرا من نوع خاص[5]، كل هذا بغية الحفاظ على صحة وسلامة المستهلكين[6].

فبتحقق هذه الرقابة يكون المستهلك مطمئنا عند اقتنائه لمثل هذه المنتوجات، كما يمتد نطاق ممارسة هذه الرقابة إلى المنتوجات المستوردة حال دخولها البلد المستورد، فيمارسها موظفي الجمارك وذلك عن طريق معاينة الوثائق المرفقة بهذه المنتوجات، مع مراقبة مدى تطابق هذه الأخيرة مع الوثائق المرفقة بها[7].

المطلب الثاني:

أنواع اللاحقة لضمان استعمال المستهلك للمنتوج

وقد تكون رقابة لاحقة **(الفرع الأول)**، ومن أجل ضمان السلامة للمستهلك اعترف المشرع للأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة بنوع آخر من الرقابة وهي الرقابة المستمرة **(الفرع الثاني)** .

الفرع الأول:الرقابة اللاحقة

تجرى هذه الرقابة على المنتوج الذي أكتمل صنعه وأصبح جاهزا للتسويق والاستهلاك، فتتم عن طريق تقديم الأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة لملاحظاتهم وإجراء فحوصات ظاهرية على المنتوج وتحليلها ويكلل كل هذا بتحرير محاضر المعاينة، فالهدف من القيام بالرقابة اللاحقة هو بغية اكتشاف المخاطر التي قد تشكلها بعض المنتوجات المخالفة لما هو مفروض قانونا[8] .

الفرع الثاني: الرقابة المستمرة

يخول للهيئات المكلفة بالقيام بالرقابة، القيام في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتوج للاستهلاك، عن طريق التحري للتأكد من مدى مطابقة المنتوج، بغية تفادي المخاطر التي قد تهدد المصالح المادية والمعنوية وكذا أمن المستهلك، فتمارس هذه الرقابة مهما كانت المرحلة

---

(5) -أنظر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2008/12/31، المعدل للقرار الوزاري المؤرخ في 1997/12/28 الذي يحدد قائمة المنتوجات الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص وكذا قوائم المواد الكيماوية المحظورة والمنظم استعمالها لصنع هذه المنتوجات، جريدة رسمية رقم 23، المؤرخة في 2009/04/29، ص 20.

(6) - Fenouillet Dominique et Labarthe Françoise ،**" Faut–il recodifier le droit de la consommation ?** " ، éditions Economica، Paris ، 2002 ، p 159 .

(7) -Gambelli Franck et Leclerc Rémy ،**" La réglementation européenne des produits** " ، éditions Cetim، Paris ، 2000 ، p108-109.

(8) -Juris classeur, concurrence ،consommation، **"Santé et sécurité des consommateurs**" volume 05 ،fasc 950 ، 2004، p20.

الاستهلاكية التي يكون فيها المنتوج، وإذا تبين لهؤلاء الأعوان أي إخلال يمكنهم اتخاذ الإجراءات الوقائية المحددة قانونا[9]

المبحث الثاني:

تنوع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك

لقد حدد كل من قانون رقم **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،وكذا المرسوم التنفيذي رقم **90-39** المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، التدابير التحفظية التي تتخذها الأجهزة المكلفة برقابة المنتوجات بغية ضمان صحة وسلامة المستهلك، فأقر هذا القانون تدابير ذات طابع وقائي . **(المطلب الأول)**، ومن أجل تفعيل هذه الرقابة يتم إتباعها باتخاذ تدابير تحفظية ذات طابع قمعي تقوم هذه الهيئات بتوقيع عقوبات على منتوج يحتوي على خطر يهدد أمن وسلامة المستهلك**(المطلب الثاني)**، والشيء المستحدث بموجب القانون رقم **09-03**، هو فرض غرامة المصالحة على عاتق المتدخل كاحتياط لتفادي اللجوء إلى القضاء**(المطلب الثالث)**.

المطلب الأول:

فرض تدابير ذات طابع وقائي

الفرع الأول: رفض دخول المنتوجات

حسب نص المادة **53**من قانون حماية المستهلك، التي منحت للأعوان المكلفين برقابة الجودة وقمع الغش الحق في رفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتوجات المستوردة عبر الحدود، ويتم تقرير هذا الأمر من طرف المفتشية الحدودية لرقابة الجودة وقمع الغش[10]، فيتم اللجوء لمثل هذا التدبير في حالة الشك في عدم مطابقة المنتوج، بحيث يكتشف هذا الأخير عند إجراء تحريات مدققة أو عند ضبط المطابقة ، وهنا نكون أمام حالة التصريح بالرفض المؤقت لدخول المنتوج، أما بالنسبة للتصريح برفض الدخول النهائي للمنتوج المستورد عند الحدود، فيتقرر عند إثبات عدم مطابقة المنتوج المستورد بالمعاينة المباشرة أو بعد إجراء التحريات المدققة[11].

---

[9] -كالم حبيبة، "**حماية المستهلك** "، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق بن عكنون، 2005، ص 66 .

[10]-ناصر فتيحة، "**مراقبة المطابقة للمنتوجات المستوردة**"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق بن عكنون، العدد 01، جوان 2012، ص 294 .

[11]- أنظر المادة 54 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، ص 19

الفرع الثاني: إيداع المنتوجات

يقصد بإيداع المنتوجات وقفها عن العرض للاستهلاك متثبت بعد المعاينة المباشرة أنها غير مطابقة بموجب قرار من الإدارة المختصة، قصد ضبط مطابقتها من طرف المتدخل، ويتم الإعلان عن رفع الإيداع من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، بعد التأكد من أن المنتوجات أصبحت مطابقة للمواصفات والمقاييس المحددة قانونا[12].

الفرع الثالث: جعل المنتوج مطابقا

تتمثل عملية جعل المنتوج مطابقا في إنذار المخالف المعني والحائز للمنتوج بأن يزيل سبب عدم المطابقة أو كل ما يتعلق بعدم احترام القواعد والأعراف المعمول بها طبقا للمادة **56** من قانون رقم **09-03**، والمادة **25** من المرسوم التنفيذي رقم **90-39**، فيتم ذلك بإدخال تعديلات على المنتوج أو بتغيير فئة تصنيفه[13]، فطرق ضبط مطابقة هي: ضبط المطابقة المتعلقة بالوسم وضبط المطابقةالمتعلقة بالجودة الذاتية للمنتوج، وعند التأكد من أن المنتوج أصبح مطابقا، تسلم المفتشية الحدودية المعنية رخصة دخول المنتوج المستورد.[14]

المطلب الثاني: تدابير ذات طابع ردعي لردع المتدخل المخالف

الفرع الأول: حجز المنتوج

يتقرر حجز المنتوج طبقا لنص المادة **57** من قانون حماية المستهلك، إذا ثبت عدم إمكانية ضبط مطابقته أو إذا رفض المتدخل المعني إجراء عملية ضبط مطابقة المنتوج المشتبه فيه، وبالرجوع إلى نص المادة **27** من المرسوم التنفيذي رقم **90-39**، التي عرفت الحجز على أنه مجسد في سحب المنتوج المعترف بعدم مطابقته من حائزه[14].

---

[12]-أنظر المادة 55 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، ص 19.

[13] -بوسماحة الشيخ، "**حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في ظل أحكام القانون الجزائري**"، مجلة الخلدونية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، العدد 03، ماي 2009، ص 81

[14]-أنظر المادة 20 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المتعلق بتحديد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، جريدة رسمية رقم 80، المؤرخة في 2005/12/11، ص 17، والمادة 04 من القرار المؤرخ في 2006/05/04 الذي يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، جريدة رسمية رقم 52 ، المؤرخة في 2006/08/20، ص 16.

[14]-نلاحظ أن قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ميز بين حجز المنتوج و سحبه في حين أن المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، عرف الحجز بسحب المنتوج .

فيقوم بهذا الحجز الأعوان المكلفون بالقيام بالرقابة بعد الحصول على إذن قضائي، غير أنه يجوز لهم تنفيذ الحجز دون حصولهم على هذا الإذن طبقا للحالات التي حددتها المادة **27 الفقرة (03)** من هذا المرسوم التنفيذي، فالحجز نوعان قد يكون عيني أو اعتباري.

كما تجعل المادة **57** من قانون رقم **09-03**، الهدف من حجز المنتوج إما تغيير اتجاه هذا الأخير أو إعادة توجيهه أو إتلافه، مما يقع على عاتق الأعوان المكلفين بالقيام بالحجز تحرير محضر متضمن البيانات المحددة في المادة **06** من المرسوم التنفيذي رقم **90-39**، مع الوصف التفصيلي للتدابير المتخذة وترك مراجع المحضر لحائز المنتوج[15].

الفرع الثاني: سحب المنتوج من التداول

يقصد بالسحب منع حائز المنتوج من التصرف فيه، أي نزعه من مسار وضع المنتوج حيز الاستهلاك[16]، ويكون الغرض من السحب لتحقيق المطابقة، كما أنه قد يكون سحب مؤقت أو سحب نهائي :

- **السحب المؤقت:**

يسحب المنتوج مؤقتا عند الاشتباه في عدم مطابقته، وذلك إلى غاية ظهور نتائج التحريات المعمقة لا سيما نتائج التحاليل أو الاختبارات أو التجارب[17]، فيترتب على السحب المؤقت تحرير محاضر مع تشميع المنتوجات المشتبه فيها و توضع تحت حراسة المتدخل المعني طبقا لنص المادة **61** من قانون رقم **09-03** ، فالملاحظ أن المنتوج لا يسحب تماما من المتدخل، بل يبقى حائزا له ولكنه يمنع عليه التصرف فيه قانونا مثلا ببيعه[18] .

- **السحب النهائي:**

نصت المادة **62** من قانون رقم **09-03**، على تنفيذ مثل هذا السحب من طرف الأعوان المكلفين بالرقابة فيتم السحب النهائي للمنتوجات دون اشتراط حصولهم على رخصة مسبقة من طرف السلطة القضائية في الحالات التالية:

- المنتوجات التي ثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي انتهت مدة صلاحيتها.
- المنتوجات التي ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك.

---

[15]-أنظر المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة الرسمية رقم 05، المؤرخة في 1990/01/31، ص 207.

[16]-بوسماحة الشيخ ، المرجع السابق، ص 207 .

[17]-طبقا للمادة 59 (01) من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، ص 19.

[18]-Hasnaoui Abdallah ، **"La garantie des défauts des produits vendus au consommateur"** ، mémoire soutenu pour l'obtention du diplôme de Magister de contrat et responsabilité ، faculté de Droit Ben Aknoun، 2001 ، p96 .

– حيازة المنتوجات دون سبب شرعي والتي يمكن استعمالها في التزوير.

– المنتوجات المقلدة.

– الأشياء أو الأجهزة التي تستعمل للقيام بالتزوير.

مع تحمل المتدخل المعني لمصاريف وتكاليف استرجاع المنتوج المشتبه فيه أينما وجد في حالة سحبه نهائيا، ويمكن إعادة التوجيه للمنتوجات محل السحب النهائي مجانا متى كانت قابلة للاستهلاك إلى مركز ذي منفعة عامة[19]، وتعلم المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش المستهلكين بكل الوسائل عن الأخطار والمخاطر التي يشكلها كل منتوج مسحوب من عملية العرض للاستهلاك[20] .

الفرع الرابع: إعادة توجيه المنتوج

نصت على هذا التدبير المادة **58** من قانون رقم **09-03**، فيتقرر إعادة توجيه المنتوج متى كان ذلك ذا منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي أو لاستعماله في غرض شرعي بعد تحويله، كما نصت المادة **29** من المرسوم التنفيذي رقم **90-39** على أنه يتم توجيه المنتوجات المحجوزة إذا كانت قابلة للاستهلاك إلى مركز ذي منفعة جماعية بناءا على مقرر تتخذه السلطة الإدارية المختصة بحماية المستهلك وقمع الغش، فيقصد بتغيير المقصد:

– إرسال المنتوجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر إلى هيئة تستعملها في غرض شرعي، إما مباشرة، وإما بعد تحويلها .

– رد المنتوجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر إلى الهيئة المسؤولة عن توضيبها أو استيرادها[21]

الفرع الخامس: إتلاف المنتوج:

تطرقت المادة **63** من قانون رقم **09-03**لإتلاف المنتوج،الذي يتحقق في الحالة التي يكون فيها هذا المنتوج مقلدا أو غير صالح للاستهلاك، وفي حالة تقرير الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش إتلاف المنتوجات، يتم ذلك من طرف المتدخل بحضور الأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة[22]، ويتم تحرير محضر الإتلاف من طرف الأعوان ويوقعون عليه مع المتدخل المعني،

---

[19]–طبقا للمادة 63 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، ص 20 .

[20]–طبقا للمادة 67، مرجع سابق، ص 20 .

[21]–طبقا للمادة 26 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 05، ص 206.

[22]–أنظر المادة 64 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش ، جريدة رسمية رقم 15 ، ص20.

طبقا للمادة **64 الفقرة (02)** و**(03)** من القانون رقم **09-03**المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

الفرع السادس:التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة:

متى تقرر اتخاذ إحدى التدابير التحفظية أو في حالة تطلب أخذ الاحتياط، سواء بالسحب أو الحجز أو الإتلاف أو إعادة التوجيه أو تغيير المقصد[23]، فإنه يتخذ القرار بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير.[24]

نلاحظ على التدابير التحفظية المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك، باستثناء التدبير التحفظي المتمثل في التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات التي لا يمكن تطبيقها على الخدمات، مما يجب تدارك الأمر، خاصة أن المستهلكلا يقبل على اقتناء السلع بل كذلك يطلب تقديم الخدمات .

المطلب الثالث: فرض غرامة الصلح على عاتق المتدخل:

منحت المادة **86** من القانون رقم **09-03** للأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة إمكانية فرض غرامة الصلح على كل متدخل يرتكب مخالفة معاقب عليها، وإذا لم تسدد هذه الغرامة في الأجل المحدد بـ **30 يوما**، يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة،فغرامة الصلح لا تعد صلحا مدنيا ولا عقوبة بالمعنى المنصوص عليه في قانون العقوبات وإنما هي إجراء موقع بواسطة الإدارة لإتاحة الفرصة للمتدخل للتسوية الودية مع الإدارة دون اللجوء إلى التسوية القضائية التي تتميز إجراءاتها بالتعقيد والبطيء، كما لغرامة الصلح دور هام في تنمية الموارد المالية للخزينة العمومية[25] .

كما ويختلف مبلغ غرامة الصلح حسب اختلاف كل مخالفة على النحو التالي:

- انعدام سلامة المواد الغذائية المعاقب عليها بثلاثمائة ألف دينار **(300.000دج)**.
- انعدام النظافة والنظافة الصحية المعاقب عليها بمائتا ألف دينار **(200.000دج)**.
- انعدام أمن المنتوج المعاقب عليه بثلاثمائة ألف دينار **(300.000 دج)**.
- انعدام رقابة المطابقة المسبقة المعاقب عليها بثلاثمائة ألف دينار **(300.000 دج)**.
- انعدام الضمان أو عدم تنفيذه المعاقب عليه بثلاثمائة ألف دينار **(300.000دج)**.
- عدم تجربة المنتوج المعاقب عليها بخمسون ألف دينار **(50.000 دج)**.

---

[23]-بوسماحة الشيخ، المرجع السابق، ص 82.

[24]-طبقا المادة 65 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، ص 20.

[25]-مامش نادية، "**مسؤولية المنتج دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي**"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 161-162.

– رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع المعاقب عليها بـ **(10%)** من ثمن المنتوج المقتنى.
– غياب بيانات وسم المنتوج المعاقب عليها بمائتا ألف دينار **(200.000دج)**[26].

خاتمة

من خلال ما سبق يمكن القول أن المشرع بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كرس حماية وقائية من خلال فرض رقابة ذات طابع إداري على عاتق المتدخل المخل بالالتزامات المفروضة عليه قانونا سواء كان الالتزام بإعلام المستهلك والالتزام بالسلامة والأمن والالتزام بمطابقة المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك والالتزام بضمان المنتوج للاستعمال المعد له.

فمن شأن هذه الرقابة وقاية المستهلك من مخاطر المنتوجات باعتباره طرفا ضعيفا مقارنة بالمتدخل صاحب الدراية الكافية بهذه المنتوجات، ورغبة من المشرع في تفعيل هذه الحماية أتبعها بجزاءات إدارية منها ذات طابع وقائي ومنها ذات طابع ردعي، من شأنها تكريس حماية للمستهلك، والشيء الجديد الذي اعترف به المشرع في قانون حماية المستهلك متمثل في غرامة الصلح التي تسمح بالتسوية الودية للنزاع دون اللجوء للقضاء وتفادي إجراءاته المطولة، فيعد بذلك فرض الرقابة على عاتق المتدخل ضمانة هامة لحماية المستهلك.

قائمة المراجع:

الكتب:

–القيسي عامر قاسم أحمد، "**الحماية القانونية للمستهلك، دراسة مقارنة في القانون المدني والمقارن**"، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر التوزيع، الأردن، 2002.

–بولحية بن بوخميس علي،" **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**"، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر 2000.

–خضير كاظم محمود وموسي سلامة اللوزي، "**مبادئ إدارة الأعمال**"، الطبعة الأولى، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

مقالات:

–قمار خديجة، "**الرقابة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك**"، الملتقى الوطني حول "**المنافسة وحماية المستهلك بين الشريعة والقانون**"، يومي 20-21 نوفمبر 2012، جامعة خميس مليانة.

–ناصر فتيحة، "**مراقبة المطابقة للمنتوجات المستوردة**"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق بن عكنون، العدد 01، جوان 2012.

[26]– طبقا لنص المادة 88 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15، ص 22.

-بوسماحة الشيخ، "**حماية المستهلك الناتجة عن عروض المتدخل في ظل أحكام القانون الجزائري**"، مجلة الخلدونية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، العدد 03، ماي 2009.

مذكرات الماجستير:

- كالم حبيبة، "**حماية المستهلك** "، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق بن عكنون، 2005 .

- مامش نادية، "**مسؤولية المنتج دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي**"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012 .

القوانين:

- قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 15

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة الرسمية رقم 05، المؤرخة في 1990/01/31.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المتعلق بتحديد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية رقم 80، المؤرخة في 2005/12/11.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية رقم 05.

- القرار المؤرخ في 2006/05/04 الذي يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، جريدة رسمية رقم 52، المؤرخة في 2006/08/20.

-أنظر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2008/12/31، المعدل للقرار الوزاري المؤرخ في 1997/12/28 الذي يحدد قائمة المنتوجات الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص وكذا قوائم المواد الكيماوية المحظورة والمنظم استعمالها لصنع هذه المنتوجات، جريدة رسمية رقم 23، المؤرخة في 2009/04/29، ص 20.

المراجع باللغة الفرنسية:

Les ouvrages:

- Fenouillet Dominique et Labarthe Françoise ،**" Faut–il recodifier le droit de la consommation ?** " ،éditionsEconomica، Paris ، 2002.

-Gambelli Franck et Leclerc Rémy ،**" La réglementation européenne des produits "** ، éditions Cetim، Paris ،2000.

Périodiques:

-Juris classeur ، concurrence ، consommation ، **"Santé et sécurité des consommateurs**"volume 05 ،fasc 950 ، 2004.

Les mémoires:

-Hasnaoui Abdallah ، **" La garantie des défauts des produits vendus au consommateur** " ، mémoire soutenu pour l'obtention du diplôme de magister ، de contrat et responsabilité ، faculté de droit ben aknoun، 2001.

دور تسميات منشأ السلع في حماية المستهلك الالكتروني

د. أيت تفاتي حفيظة

جامعة مولود معمري، تيزي وزو

مقدمة

يلعب الاستهلاك دورا أساسيا في المجال الاقتصادي، والاجتماعي، لذا تعتبر العملية الاستهلاكية عملية اقتصادية يهدف الفرد من خلالها إلى إشباع حاجياته اليومية والوقتية دون أن تتخللها نية الربح[1]. مع بزوغ فجر الألفية الثالثة شهدت الساحة العالمية الكثير من المتغيرات والتحديات في ظل ما اصطلح عليه بالعولمة، وما صاحبها من ثورات علمية في مجال التكنولوجيا الرقمية وتكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية، التي لعبت فيها أجهزة الحاسوب وشبكات الاتصال العالمية دورا كبيرا في زيادة معدلات طلب المستهلك على مختلف أنواع السلع والخدمات نتيجة سهولة التعاملات الإلكترونية. فالمستهلك الإلكتروني الذي يقتني حاجياته بواسطة التعاملات الإلكترونية لا يجد أي عناء في اقتناء السلع والخدمات عند إبرام العقد الإلكتروني مع أشخاص يحترفون بيع السلع وتقديم الخدمات[2] .

وعليه، بات من الطبيعي أن تكون العلاقة بين المستهلك الإلكتروني والمهني علاقة غير متوازنة ومضطربة نوعا ما نتيجة لعدة عوامل، يتقدمها جهل المستهلك وعدم درايته الكافية لفهم هذه التقنية المعلوماتية ، فضلا عن عدم معرفته للمهني بسبب الغياب المادي، أي الوجود الافتراضي على شبكات الاتصال فقط، وكذا افتقاده للخبرة والمقدرة على التمييز بين سلعة وأخرى من حيث الجودة والفائدة خاصة عندما لا يزود بمعلومات دقيقة حول ما يقتنيه، إضافة لتأثير الدعاية المفرطة والإعلانات الكاذبة والمغرية، التي قد تسلب إرادة المستهلك في الكثير من الأحيان، كل ذلك أدى إلى ضرورة البحث عن آليات قانونية تحمي الإرادة الحرة والمستنيرة للمستهلك الإلكتروني تواكب ما أفرزته التكنولوجيات المعلوماتية من تحديات في ظل الثورة العارمة للدعاية والإعلان اللذان قد يكونان في الكثير من الأحيان كاذبان ومظللان .

لعل أهم آلية قانونية تحصن المستهلك الإلكتروني من السقوط في فخ الجهل عن مصدر السلع ومدى جودتها من جهة، والدعاية والإعلان المضلل من جهة ثانية، هي النظام القانوني

---

[1] أحمد شهاب ازغيب، حماية المستهلك في عقود الاستهلاك الإلكترونية رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، 2016 ، ص 1 .

[2] علاء عمر محمد الجاف، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2017، ص 13 .

لتسميات المنشأ، هذا النظام الذي يمنح حماية غير مباشرة للمستهلك الإلكتروني من خلال حماية ما يعرف بتسميات المنشأ، وعليه يمكن طرح الإشكالية التالية: **كيف يمكن حماية المستهلك الالكتروني من خلال النظام القانوني لتسميات المنشأ؟.**

سنحاول الإجابة عن الإشكالية المطروحة، من خلال التطرق للنقاط التالية :

أولا: مبادئ النظام القانوني لتسميات المنشأ ضمانة فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني .

ثانيا: شروط اكتساب تسميات المنشأ آلية فعالة لعدم تضليل المستهلك الإلكتروني .

ثالثا: الحماية المعززة لتسميات المنشأ آلية أخرى لحماية المستهلك الإلكتروني .

أولا: مبادئ النظام القانوني لتسميات المنشأ ضمانة فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني

بداية نشير إلى أن المشرع الجزائري نظم تسميات المنشأ بموجب نظام خاص تجلّت أحكامه في الأمر رقم 76-65[3] المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ، وعرفها في الفقرة الأولى من المادة الأولى منه على أنها: "الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى و من شأنه أن يعين منتجا نشأ فيه و يكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرًا أو أساسًا لبيئة جغرافية تشتمل على عوامل طبيعية وبشرية " .

وعليه، يقصد بتسميات المنشأ التسمية الجغرافية لمنطقة أو جزء منها تستخدم للدلالة على المنتج الذي نشأ داخل حدود هذه المنطقة أو جزء منها وتعود جودته ونوعيته وخصائصه الأساسية إلى البيئة الجغرافية التي نشأ فيها وما تتضمنه من عوامل طبيعية كالمصادر الجينية أو التربة أو المياه أو المناخ السائد بها، أو العوامل البشرية كالخبرات أو المعارف التقليدية التي يتسم بها المنتوج وتعكس ممارسات محلية عريقة وثابتة وذائعة الصيت[4].

تتميز المنتجات التي تحمل تسميات المنشأ بشهرتها الواسعة وسمعتها الطيبة وجودتها العالية، لذلك يمكن القول أن النظام القانوني لتسميات المنشأ يقوم على مبدأي شهرة وجودة المنتوج الحامل للتسمية، ومن الثابت أن عاملي شهرة المنتوج وجودته يعتبران أهم ضمانة للمستهلك الإلكتروني الذي أصبح يهتم بالمنتجات التي يكون مصدرها الجغرافي معروفًا ومعلومًا من جهة ومشهورًا بخصوصياته الطبيعية أو المناخية أو البشرية مقارنة بأمثاله من جهة أخرى، فمن شأن هذه العوامل الطبيعية أو المناخية أو البشرية أو تضمن أمن وسلامة المنتوجات التي اعتبرها المشرع حقًا من الحقوق التي يلتزم المنتج بضمانها للمستهلك الإلكتروني.

---

(3) أمر 76-65 مؤرخ في 16 يوليو 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، ج ر عدد59، الصادر في 23 جويلية 1976.

(4) علاء عمر محمد الجاف، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، منشورات حلبي الحقوقية، بيروت، 2017، ص 60. كذلك: كريم تهاني، النظام القانوني لتسميات منشأ للمنتجات، مذكرة ماجيستر، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2012، ص19.

باعتبار أن شرط الجودة يعد بمثابة العمود الفقري للنظام القانوني لتسميات المنشأ، فلقد استحدثت النصوص التنظيمية المتعلقة به شكلين من التسميات، الأولى تتمثل في تسمية المنشأ الأصلية المضمونة[5] الذي ألزم القانون أن تتوافر في السلع المشمولة بها الحد الأدنى من الجودة، والثانية تتمثل في تسمية المنشأ الجيدة[6] أو المراقبة التي تهدف إلى ضمان مستويات أعلى من الجودة للمنتجات التي تمثلها، ولقد ألزمت الأحكام القانونية المهنيين الذين يقومون بإنتاج سلع تحمل هذه التسميات التقدم بصفة دورية إلى الجهات المانحة لها بطلب تجديد استغلالها يتضمن البيانات المتعلقة بطبيعة ونوع تسميات المنشأ المراد استغلالها[7]، ولهذه الجهات أخذ عينات من السلع الحاملة للتسمية والقيام بفحصها للتأكد من توافر عنصر الجودة فيها، وفي هذا ضمانة أخرى لحماية المستهلك الإلكتروني فضلاً عن ذلك، وبهدف حماية المستهلك بوجه عام والمستهلك الإلكتروني بوجه خاص يقر القانون الخاص بحماية تسميات المنشأ قيودًا على بعض النظم القانونية الأخرى المجاورة لها، كالنظام القانوني للعلامات الذي تمنع أحكامه استعمال الأسماء الجغرافية كعلامة إذا كانت تشكل تسمية منشأ طبقًا للفقرة السابعة من المادة السابعة من الأمر 03-06[8] المتعلق بالعلامات، التي جاء فيها "يستثنى من التسجيل ...7 – الرموز التي تشكل حصرا أو جزئيا بيانا قد يحدث لبسا مع المصدر الجغرافي لسلع أو خدمات معينة ،...." وعلة ذلك أن استعمال الأسماء الجغرافية التي تشكل تسميات منشأ كعلامة من شأنه أن يحدث لبسًا في ذهن المستهلك الإلكتروني لارتباط منشأ وجودة ونوعية وسمعة وسمات السلع التي تحمل تسمية المنشأ أساسًا ببيئة جغرافية معينة تتمتع بخصائص وميزات محددة، واستعمالها كعلامة سيؤدي حتمًا إلى تضليل المستهلك الإلكتروني.

هذا، وتعتبر تسميات المنشأ أداة مهمة لتمييز المنتجات محل التسمية عن المنتجات المشابهة لها التي لا تحمل هذه التسميات، ومن المسلم به أن وظيفة التمييز التي يؤديها تسميات المنشأ تمكن المستهلك الإلكتروني من حرية الاختيار المستنير والتفضيل بين السلع والمنتوجات من جهة، وحمايته من كل أشكال الغش والتضليل من جهة أخرى، فوظيفة التمييز هي التي توفر للمستهلك الإلكتروني وسائل وآليات حماية واحترام اختياراته وإرادته .

---

(5) قرار مؤرخ في 14 أكتوبر 1970، يتعلق بكيفية منح وتجديد البطاقة المخصصة للخمور ذات التسمية الأصلية المضمونة، ج ر صادرة في 18 نوفمبر 1970 .

(6) أمر رقم 70-55 مؤرخ في 01 أوت 1970 يتضمن تنظيم الخمور الجيدة، ج ر صادرة في 14 أوت 1970.

(7) المواد من 2 إلى 6 من القرار السالف الذكر.

(8) أمر رقم 03-06 مؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالعلامات ، ج ر عدد 44 صادر في 23 جويلية 2003.

كما تعد تسميات المنشأ آلية هامة لتحديد مصدر المنتجات والتأكيد أنها تتحدر فعلاً من المجال الجغرافي الذي يتوافر على خصائص تجعل منها ذات جودة عالية[9]، انطلاقًا من هذه الزاوية يمكن اعتبار هذه التسميات وسيلة لإعلام المستهلك حول مصدر وخصائص المنتج وطرق صنعه، ومن شدة تأثيرها على المستهلك؛ فهي تطبع في ذهنه الكثير من المواصفات التي يثق في وجودها في المنتج الذي تمثله بها.

ثانيا: شروط اكتساب تسميات المنشأ آلية فعالة لعدم تضليل المستهلك الإلكتروني

نظم المشرع الجزائري تسميات المنشأ ونص على قواعد حمايتها بالنسبة لجميع المنتجات، سواء كانت طبيعية أو مصنعة مقابل توافر جملة من الشروط، وخصّها بأهمية بالغة لما تلعبه هذه التسميات من دور هام في حماية المستهلك الإلكتروني، يمكن تقسيم شروط حمايتها إلى نوعين، الشروط الموضوعية المتعلقة بذاتية المنتجات المرتبطة بها، والشكلية التي تتمثل في إجراءات تسجيل طلب الحصول على هذه التسميات وحمايتها سواء على المستوى الوطني أو الدولي .

1- علاقة الشروط الموضوعية بحماية المستهلك الإلكتروني

تتمثل الشروط الموضوعية لاكتساب الحق في استعمال تسميات المنشأ في اقتران التسمية باسم الجغرافي وأن تتعلق هذه التسمية بالسلع دون الخدمات، وتتمتع هذه المنتوجات بميزات خاصة منسوبة حصرًا إلى المكان الجغرافي، وأن تدخل العوامل الطبيعية والبشرية في المنتوج، فضلاً على مشروعية تسميات المنشأ[10] .

بالنسبة لتعلق تسميات المنشأ بالاسم الجغرافي، نشير بداية إلى أنّه يقصد بالاسم الجغرافي التسمية التي تطلق على بلد أو منطقة أو مكان مسمى. ولم يشر المشرع الجزائري إلى المسافة الواجب احترامها بالنسبة لهذه المناطق، وهذا أمر منطقي لأن كل منطقة تختلف عن الأخرى نظرا لعوامل شتى .

يعد كذلك كاسم جغرافي، الاسم الذي يكون تابعًا لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى، ويكون متعلقًا بمساحة جغرافية معينة لأغراض بعض المنتجات، ويترتب على ذلك أنّه يجب أن تكون تسميات المنشأ مطابقة لميزات المكان الجغرافي التي نشأ فيه المنتج محل الحماية، وأن ينفرد هذا المكان الجغرافي بصناعة المنتج المقصود بالحماية[11]، ولكون تسميات المنشأ أهم آلية لتحديد مصدر المنتجات ذات الجودة الخاصة؛ ألزم المشرع ألا يتم الحصول عليها

---

(9) SERGO Zakaria, Protection des dénominations géographiques dans l'union européenne, Thèse de doctorat, Université Laval, 2014, P 43.

(10) المواد من1 إلى 7 من الأمر 76-65 السالف الذكر.

(11) فرحة زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، الحقوق الفكرية، حقوق الملكية الصناعية والتجارية وحقوق الملكية الأدبية والفنية، دار ابن خلدون للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 360.

إلاّ إذا اقترنت التسمية باسم المنطقة الجغرافية التي نشأت فيها، حيث لا تصلح أن تكون الأسماء والإشارات العادية تسميات منشأ إلاّ إذا كانت مرتبطة باسم جغرافي يثبت مكان نشأتها[12] في ذلك أيضًا ضمانة إضافية أخرى لحماية المستهلك الإلكتروني.

هذا، وقد ألزم المشرع الجزائري في الفقرة الأولى من المادة الأولى من الأمر 76-65 على وجوب تمتع المنتجات المعنية بتسميات المنشأ بميزات خاصة منسوبة حصرًا إلى المكان الجغرافي الذي نشأت فيه أو صنعت فيه، وأن تكون هي الأساس في تمييزه عن المنتجات المماثلة، وغاية ذلك هو حماية المستهلك الإلكتروني، لأن العلاقة المادية الموجودة بين المنتجات والمنطقة التي نشأت فيها تضمن للمستهلك جودة ونوعية للمنتوج وصفاته المميزة .

لتعزيز عنصر الجودة الذي يقوم عليه نظام تسميات المنشأ؛ ألزم المشرع الجزائري تدخل العوامل الطبيعية والبشرية في المنتوج كالمعارف التقليدية وخبرات السكان المحليين باعتبار أن تسميات المنشأ هي نقطة التقاء الخبرات البشرية مع خيرات الطبيعة.

فضلاً عن ذلك، ولتعزيز حماية المستهلك بوجه عام والمستهلك الإلكتروني خاصة؛ نص المشرع الجزائري في المادة الرابعة من الأمر 76-65 على عدم حماية تسميات المنشأ متى كانت غير نظامية أو مشتقة من أجناس المنتجات أو مخالفة للنظام العام والآداب العامة.

يقصد بالتسميات غير النظامية تسميات المنشأ غير المسجلة في الجزائر التي يجهل المستهلك الإلكتروني مدى جودتها وكذا مصدرها، فهذه التسميات تفتقر إلى عنصر الشهرة [13].
كما لا يمكن اعتبار التسميات المشتقة من أجناس المنتجات تسمية المنشأ كماء كولونيا أو الفول السوداني أو صابون مارساي، أو القمح الفاسي، أو فطر باريس، وعلة ذلك أنها تفقد وظيفتها بالنسبة للمستهلك في بيان جودة ومصدر المنتوجات .

2- علاقة الشروط الشكلية لتسميات المنشأ في حماية المستهلك الإلكتروني

حماية للمستهلك؛ تخضع تسميات المنشأ لتنظيم قانوني دقيق يبدأ بصدور نصوص تشريعية أو تنظيمية تحدد المنطقة الجغرافية المخصصة للإنتاج، وشروط ومقاييس المنتوج الذي يتمتع بشهرة عالية وسمعة طيبة نتيجة عمل مضني لأجيال متعددة ومتعاقبة وعلاقتها بالمحيط الذي تتواجد فيه .

---

(12) حسين نوارة، الحماية القانونية لملكية المستثمر الأجنبي في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2013، ص 307.

(13) عجة الجيلالي، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، موسوعة حقوق الملكية الفكرية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2015 ، ص 260.

على غرار سائر عناصر الملكية الصناعية، فإن الاستفادة من تسميات المنشأ تتطلب إتباع إجراءات شكلية، تبدأ بإيداع طلب استغلال تسميات المنشأ الوطنية إلى المصلحة المتخصصة والمتمثلة في المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

بالنسبة لمضمون الطلب، حددت النصوص التشريعية والتنظيمية الجزائرية البيانات الإلزامية التي يجب أن يتضمنها مضمون طلب الاستفادة من استغلال تسميات المنشأ، والمتمثلة في:

– اسم ولقب المودع وعنوانه ونشاطه وصفته، وفي حالة الطلب المقدم من شخص معنوي بيان نشاطه وعنوانه وكذا ذكر مركزه الرئيسي، وإذا تم إيداع الطلب من ممثل مفوض لهذا الغرض، فإنّه يجب بيان اسم هذا الشخص وصفته وعنوانه.

– بيان تسميات المنشأ المطلوب تسجيلها، والمساحة الجغرافية المعينة .

– بيان قائمة تفصيلية للمنتجات التي تشملها تسميات المنشأ.

– ذكر النصوص القانونية السارية المفعول على هذه التسمية، والمتخذة بناءًا على طلب الوزارات أو المؤسسات أو الأشخاص الاعتبارية أو الطبيعية التي تمارس نشاطها في المنطقة الجغرافية المعنية بهذه المنتجات، ويجب أن تتضمن هذه النصوص على وجه الخصوص ميزات المنتجات وجودتها، فضلاً عن تضمنها شروط استعمال تسميات المنشأ خاصة فيما يتعلق بنموذج التسمية المحدد في طريقة الاستعمال.

– ذكر مبلغ الرسوم المدفوعة للسلطة المتخصصة وطريقة الدفع، ويجب ذكر رقم وتاريخ سند الدفع، كما يجب أيضا أن يكون طلب التسجيل مؤرخًا وموقعًا من قبل المودع مع ذكر صفته.

هذا، ولقد نصت المادة الرابعة من المرسوم التنفيذي 76–121[14] وجوب إرفاق طلب التسجيل بالوثائق التالية:

– نسخة من النص التشريعي الخاص بتسميات المنشأ.

– قائمة بأسماء المستعملين.

– سند بالرسوم النظامية المدفوعة.

– تفويض الممثل إذا كان له محل.

والملاحظ، أن المتمعن في أحكام القانون الجزائري بشأن مضمون ملف طلب استغلال تسميات المنشأ، يجده مبني على مبدأ الوصف شأنه في ذلك شأن ملف طلب براءة الاختراع، وهذا أمر ايجابي، لأن الوصف له أهمية بالغة خاصة عند تحديد نطاق استغلال هذه التسميات التي تقوم على مبدأي الإقليمية والتخصيص، فضلاً عن دوره الفعال في حماية صحة وسلامة المستهلك

---

(14) مرسوم تنفيذي رقم 76–121 مؤرخ في 16 جويلية 1976، المتعلق بكيفيات تسجيل وإشهار تسميات المنشأ وتحديد الرسوم المتعلقة بها، ج ر عدد 30، صادر في 23 جويلية 1976.

الالكتروني، باعتبار أن تسميات المنشأ أداة إعلامية تضمن جودة السلع المغطاة بها، وأنها لا تمنح إلاّ بعد التأكد من أن المنتوج يتمتع بالمواصفات المنصوص عليها قانونًا.

غير أن حال الوصف في الأحكام القانونية المتعلقة بتسميات المنشأ يتسم بالسطحية والقصور، لذلك ننصح المشرع الجزائري – بهدف حماية المستهلك بوجه عام والمستهلك الإلكتروني خاصة– الاقتداء بنظيره المغربي في هذه المسألة، وذلك بتدعيم ملف إيداع طلب استغلال تسميات المنشأ فضلاً عن الوثائق والبيانات السالف ذكرها ما يلي:

– خصائص ومميزات المنتوج مقارنة بأمثاله[15] لتكريس حق المستهلك الإلكتروني في الاختيار المستنير.

– بيان العناصر التي تثبت الارتباط الكائن بين جودة المنتوج المنشأ الجغرافي المحدد وأن المنتوج متأصلاً فعلاً في هذا المجال الجغرافي.

– بيان اجتياز مراحل المراقبة بنجاح، علما أنه يوجد في الجزائر هيئة مراقبة خاصة بتسمية المنشأ المتعلقة بالخمور وأخرى خاصة بالصناعات التقليدية ولم ينص الأمر 76–65 على وجوب تقديم ما يثبت أن المنتوج المشمول بتسمية المنشأ قد خضع لهذه المراقبة. ففي إقرار هذا الشرط حماية لصحة وسلامة المستهلك الالكتروني .

وبعد إيداع طلب استغلال تسميات المنشأ يأتي دور السلطة المتخصصة بالتسجيل لفحص الطلب الموجه إليها .

من المسلم به، أن لهذه السلطة صلاحية البحث في مدى توافر الطلب على جميع البيانات المقررة قانونا، وإذا كان المودع قد استوفى الرسوم الواجب أداؤها والتحقق من كون التسمية المودعة غير مستبعدة من الحماية قانونا ولا تخالف النظام العام، والبحث في مدى توافر الشروط الموضوعية استنادا للمادتين 13و 14 من الأمر 76–65 .

الجدير بالإشارة أن نظام الفحص المعتمد بشأن تسميات المنشأ هو نظام الفحص الإداري السابق الذي يتكفل به فضلاً عن المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، جهات إدارية أخرى متخصصة في رقابة جودة المنتوجات المشمولة بتسميات المنشأ كلجنة اختيار الخمور ومنتجات الكروم والخمور في الجزائر مثلاً [16]، وهذا ما يستشف من أحكام المادة الثامنة من المرسوم التنفيذي 76–121 التي تلزم المتخصصة بالتحقق عما إذا كانت تسمية المنشأ المودعة لا تخالف أحكام المواد 4 التي تستبعد تسميات المنشأ غير نظامية أو تلك المتعلقة بالنظام العام أو المشتقة من أجناس المنتجات، والمادة 11 المتعلقة بوجوب تضمين ملف طلب التسجيل ما يفيد توافر

---

[15] خالد ميداوي، حقوق الملكية الصناعية في القانون الجديد رقم 97–17، دار القلم، الرباط، 2005، ص 30.

[16] مرسوم تنفيذي رقم 70–112 مؤرخ في 01 أوت 1970 يتعلق بتشكيل لجنة اختيار الخمور ومنتجات الكروم والخمور، ج ر عدد 69 صادر في 13 أوت 1970.

الشروط الموضوعية المقررة قانونا في تسميات المنشأ، والمادة 32 المتعلقة بالشروط الموضوعية أيضا. ولقد أحسن المشرع الجزائري صنعًا باعتماده هذا النظام في فحص تسميات المنشأ باعتباره ضمانة لتكريس حق المستهلك الإلكتروني في سلامة وأمن المنتوجات والسلع .

بعد قبول طلب تسجيل تسمية المنشأ يتم شهره، ونشر التسمية المقبولة والمسجلة قانونا في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية، ولابد من الإشارة إلى التسجيل الخاص بتسميات المنشأ بوضع تحت تصرف الجمهور؛ ومن ثم يمكن لكل شخص الحصول على نسخ وملخصات التسجيل أو الوثائق المرفقة بالإيداع بعد دفع الرسوم المحددة لهذا الغرض.

ثالثا: الحماية المعززة لتسميات المنشأ آلية أخرى لحماية المستهلك الإلكتروني

قد تتعرض تسميات المنشأ إلى التقليد أو التزوير؛ وتبعًا لذلك قد تصاب إرادة المستهلك الإلكتروني بعيب من عيوب الإرادة، مما توجب تدخل المشرع لإقرار حماية لهده التسميات من خلال تمكين صاحبها من اللجوء للقضاء، ونميز هنا بين الدعوى المدنية والجزائية.

1- الحماية الجزائية لتسمية المنشأ المقررة في قانون تسمية المنشأ.

تتمثل الحماية الجزائية هنا في دعوى التقليد جنحة التقليد، التي يمكن مباشرتها عند وقوع تقليد للتسميات، والذي عرفه المشرع الجزائري في المادة 28 من الأمر رقم 76-65 المتعلق بتسميات المنشأ والتي جاء فيها "يعد عملاً غير مشروع الاستعمال المباشر أو غير المباشر لتسمية منشأ مزورة أو منطوية على الغش أو تقليد تسمية المنشأ، والمادة 21 من نفس الأمر"، ويقصد بالتقليد كل استعمال غير مشروع لتسمية منشأ مسجلة"، والجدير بالذكر أن التقليد لا يكون باستعمال تسمية المنشأ كما هي فحسب، وإنّما وكما سبقت الإشارة إليه يكون أيضًا بإدخال تغييرات جزئية أو أساسية عليها على نحو يجعل الخطاب الذي تمرره للجمهور هو ذاته الذي تمرره تسميات المنشأ الأصلية، ويتحقق ذلك إمّا عن طريق تغيير عبارة تتكون منها الإشارة بعبارة مرادفة أو قريبة المعنى أو بإقحام عبارات مغايرة للتمويه لكن مع الحفاظ على نفس الخطاب وهذا قصده المشرع في المادة 21. يشترط لقيام هذه الجريمة توافر سوء النية لدى المقلد، إذ يجب أن يتوافر لديه قصد تضليل الجمهور عن طريق استعمال تسمية المنشأ على منتجات غير منحدرة من المنطقة الجغرافية التي تشملها هذه التسميات[17]، ولقد نص المشرع الجزائري في المادة 30 من الأمر رقم 76-65 على عقوبات أصلية وأخرى تكميلية تطال مرتكبي جريمة تقليد أو تزوير تسميات المنشأ المسجلة تتمثل في الحبس من ثلاثة أشهر إلى ثلاث سنوات، والغرامة من 2000 إلى 20000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين على كل من يقوم بعملية التقليد أو تزوير تسمية المنشأ وهي نفس

---

(17) درقاوي حورية، مساهمة تسمية المنشأ في ضمان الجودة، مذكرة ماجيستر، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2013، ص 121.

العقوبة على المشاركين في تزوير هذه التسميات. بالإضافة إلى عقوبة الأشخاص الذين يطرحون عمدًا للبيع أو يبيعون منتجات تحمل تسميات منشأ مزورة والتي تتمثل عقوبتها في الغرامة من ألف إلى خمسة عشر ألف دج، والحبس من شهر إلى سنة واحدة أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل هذا بصرف النظر عن العقوبات المقررة في قانون العقوبات أو قانون حماية المستهلك السابق الإشارة إليهما. هذا، ولقد رتب المشرع الجزائري عقوبات تكميلية نص عليها في الفقرة الأخيرة من المادة 30 من الأمر رقم 76-65 تتمثل في نشر الحكم في الأماكن العامة، والجرائد اليومية، حيث جاء فيها "يمكن أن تأمر المحكمة بلصق الحكم في الأماكن العامة التي تعينها ونشر النص الكامل أو الجزئي في الجرائد التي تعينها وذلك كله على نفقة المحكوم عليه".

2- الحماية المدنية لتسميات المنشأ: تعد تسميات المنشأ موروثًا ثقافيا لمجتمع معين تعكس ممارساته التقليدية وهويته الروحية والثقافية، لذلك يجب على الأجيال الحالية صونها ونقلها إلى الأجيال المستقبلية بنفس الصورة التي تلقتها بها، وهذا لا يتأتى إلا بحماية قانونية تمنع أي اعتداء من أي طرف على هذه التسميات، وأن تحظى بنفس الحماية التي تحظى بها العلامة المشهورة، استنادًا إلى عنصر الشهرة الذي يجمعهما.

لذلك، يجب أن تتسم هذه التسميات بطابع النظام العام الذي يمنع استعمالها على أي منتجات مشابهة أو مجاورة، أو حتى مخالفة للمنتجات التي تحمل تسميات المنشأ، فمن شأن هذا الاستعمال إضعاف سمعة أو شهرة هذه التسميات أو تحويلها إلى أسماء عامة، فضلاً عن تضليل المستهلك حول مصدرها.

بالرجوع إلى المشرع الجزائري نجد الأمر رقم 76-65 لا يتضمن أي حماية مدنية لتسميات المنشأ بالرغم من أنّه خصها بعدة دعاوى جزائية كدعوى الغش والخداع والتزوير والتقليد مثلاً، وهذا ما يستوجب الرجوع إلى القواعد العامة في القانون المدني لحماية هذه التسميات بموجب دعوى المنافسة غير المشروعة التي يرى جانب من الفقه أنها من الدعاوى الهامة لحماية هذه التسميات[18]. غير أنّ حقيقة الأمر أن دعوى المنافسة غير المشروعة تبقى دعوى قاصرة عن إضفاء الحماية الكافية لتسميات المنشأ للأسباب التالية:

- دعوى المنافسة غير المشروعة الدعوى مقتصرة على المتنافسين الذين يقومون بإنتاج نفس السلع، أو سلع مشابهة للسلع الحاملة لتسمية المنشأ، مما يجعل استعمال هذه الإشارات على سلع مخالفة من شأنها إنقاص من قيمة أو شهرة تسميات المنشأ دون حماية تذكر.

---

[18] فؤاد معلال، الملكية الصناعية والتجارية، دراسة في القانون المغربي والاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، دار الآفاق المغربية للنشر والتوزيع ، المملكة المغربية، 2009، ص 581.

– دعوى المنافسة غير المشروعة مقتصرة على المنتجين المتنافسين؛ مما يقصي ممثلي الشعوب الأصلية والمحلية من حماية هذا الموروث، وكذلك يقصي جمعيات حماية المستهلك من التأسيس لحماية هذه الإشارات وحماية المستهلك.

– أثار دعوى المنافسة غير المشروعة مقتصرة على التعويضات المالية فقط.

وعليه، ننصح المشرع الجزائري بإضفاء حماية مضاعفة لهذه التسميات تكون أساسها دعوى التقليد المدنية، التي يمكن تعريفها على أنها تلك الدعوى المنصوص عليها قانونًا وتكون الأفعال المكونة لها محل متابعة جزائية بدعوى التقليد ، فهذه الدعوى يصفها جانب من الفقه بأنها دعوى تهدف إلى إيقاف عملية التقليد ووضع حد له، وبالتالي فإنّ الجزاء المدني المتوخى منها هو وفق عملية التقليد وما تتبع ذلك من غلق للمنشأة، ومصادرة للمعدات، والآلات المستعملة في هذه العملية. فصحيح أن المقلد يجد نفسه في النهاية مضطرًا لتعويض المتضرر عن الأضرار اللاحقة به، إلاّ أنّ التعويض يبقى ثانويًا مقارنة مع بالضرر الناتج عن عملية التقليد[19]، ولعلّ هذه الدعوى تتماشى ونظام تسميات المنشأ حيث تمنع أي مساس بها، فضلاً عن إمكانية رفعها من أي جهة صاحبة مصلحة، كما يمكن للمتضرر إقامة دعوى المنافسة غير المشروعة إذا توافرت أركانها من خطأ وضرر وعلاقة سببية للمطالبة بالتعويض عما فاته من كسب وما لحقه من خسارة جرّاء هذا الاعتداء.

خاتمة

تسميات المنشأ تعد أداة فعالة لحماية المستهلك الإلكتروني لما تعكسه من جودة المنتوج وسمعته الطيبة، غير أنّها مقتصرة على السلع فقط دون الخدمات، نظرًا لطبيعتها التي لا تمتد إلى تغطية الخدمات. والملاحظ أن هذه الحماية هي حماية غير مباشرة غير أن ما يؤخذ عليها أنها حماية قد تجاوزها الزمن، ولم تعد تفي بالغرض الذي تقررت من أجله، وهو ردع المتطاولين على هذه التسميات، كما أن نصوص القانون الجزائري صدرت سنة 1976 أي منذ ما يقارب 43 سنة، وهو ما يجعلها لا تساير المتطلبات التي أفرزتها تكنولوجيات الاتصال الحديثة. بالرغم من أهمية تسميات المنشأ في حماية المستهلك الإلكتروني، فإننا نجد هذه التسميات في الجزائر مجرد إرث استعماري كونها مقتصرة فقط على الخمور والكروم لذلك نطالب الهيئات المختصة والمتمثلة في الوزارات بإحداث تسميات المنشأ، ومد لواء هذه التسميات إلى كافة المنتجات الفلاحية والطبيعية والصناعية التي تزخر بها الجزائر لكي يمكنها من منح ضمانات فعالة للمستهلك الإلكتروني هذا ومن جهة، ومن جهة أخرى نطالب جمعيات حماية المستهلك بتوعية المستهلك الإلكتروني بجميع الآليات التي تعزز حمايته لاسيما ما تعلق منها بهذه الإشارات وليس التحسيس بما هو معلوم فقط.

---

[19] خالد مداوي، مرجع سابق، ص 169.

الطابع الخصوصي للمسؤولية الجزائية المقررة للجرائم الماسة بالمستهلك

د.شيخ ناجية
كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة تيزي وزو

مقدمة:

يتعين في ظل النظام الليبرالي الحالي أن تؤدي المنافسة إلى الالتزام بالمتطلبات المشروعة للمستهلكين، غير أنه ولما كانت الأهداف التجارية تتجاوز – في غالب الأحيان- حماية الأمن وسلامة وصحة ومال المستهلك، فإن شرف المنافسة أصبح وهمًا، يصعب تحقيقه، حيث نلاحظ أن التفاوت بين القوى الاقتصادية في الواقع يدفع ببعض الأعوان المتدخلين في السوق إلى طرح منتجاتهم وخدماتهم بشكل مبهم ومثير للشك والشُبهة، مما يؤثر سلبا على المستهلك.

وأمام هذا التناقض بين مساعي ورغبات التجار في توسيع هامش الربح والمضاربة بالأسعار وبين ضرورة توفير المنتوجات والخدمات المختلفة للمستهلكين، وجدت الدول نفسها ملزمة بضرورة سن قوانين لحماية الطرف الضعيف في هذه المعادلة، ألا وهو المستهلك.

ولما كان الأمر كذلك، فكان لزاما على مشرعنا بالتدخل برد فعل تشريعي يحدد قواعد قانونية لحماية المستهلك سواء قبل تعاقده مع المتدخل وحتى بعد هذا التعاقد، وكل ذلك لضمان المستوى المناسب من الحياة الكريمة والحصول على السلع والخدمات والحاجات الكفيلة بتحقيق رغبات كل فرد وحمايته من مختلف مظاهر الإضرار التي تنمو يوما بعد يوم في زمن العولمة وتحرير الأسواق.

وتبعا لما سبق، يمكن طرح الإشكال الآتي: **فيما تكمن خصوصية المسؤولية الجزائية المترتبة عن اقتراف العون المتدخل لمخالفات تمس بسلامة وأمن وصحة المستهلك؟ بمعنى أخر، كيف نظّم المشرع أحكام الحماية القضائية الجزائية للمستهلك في قانون الاستهلاك؟**

عليه، ومن أجل الإجابة عن هذه الإشكالية، فإنه يتم تناول الأفعال الإجرامية التي قد يرتكبها المتدخل أو المهني في العلاقة الاستهلاكية ومن ثمة تحديد الجزاءات التي تطبق في حق هذا الأخير باعتباره مخلا لأحكام قانون الاستهلاك، وكل ذلك في إطار ما يسمى بالمسؤولية الجنائية للمتدخل أو المهني، التي يفترض قيامها توافر عنصرين مختلفين هما كل من الوعي بالفعل وطبيعته المحظورة والإرادة التي تعني حرية الاختيار للفعل الإجرامي.

ويُقصد بالمسؤولية الجزائية في إطار القواعد العامة، ذلك الأثر القانوني المترتب عن الجريمة كواقعة قانونية – أي يعتد بها القانون- وتقوم على أساس تحمّل الفاعل للجزاء الذي تفرضه القواعد القانونية الجنائية سواء كانت واردة ومنصوص عليها في قانون العقوبات كقانون

عام، أو في ظل القانون الخاص بالمستهلك وحمايته كقانون خاص، وبذلك يتم توضيح ما يصدر من مخالفات من المتدخل ضد المستهلك سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا (المبحث الأول)، للانتقال إلى الجزاءات المقررة قانونا لردع المخالفين (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الأفعال المجرّمة المرتكبة من طرف المتدخل ضد المستهلك طبقا للقانون رقم 09-03.[1]

تنص المادة الثالثة في الفقرة السابعة (م07/3) من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع العش أنّ: «**المتدخل هو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك**».

وما يمكن ملاحظته من خلال هذا البند، هو أن المشرع قد وسّع من نطاق الحماية الجزائية للمستهلك، وذلك من خلال تضييقه لفرصة الإفلات من العقاب، حيث استعمل مصطلح متدخل الذي يشمل جميع أشخاص السلسلة الاقتصادية من منتج إلى موزع، أو ناقل، أو وسيط أو مستورد. وعن هذه الجرائم، فقد تتعلق بمخالفة قواعد ضمان سلامة وأمن المنتوج (المطلب الأول)، أو قد تتعلق بمخالفة قواعد ضمان السلامة الصحية للمستهلك (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المخالفات المتعلقة بعدم ضمان سلامة وأمن المنتوج.

يعاقب القانون 09-03 على كل الأفعال ذات الصلة بالإخلال بضمان سلامة وأمن المنتوج، وهي جريمة عرقلة ممارسة مهام الرقابة (الفرع الأول)، وجريمة مخالفة أمن المنتوج (الفرع الثاني)، وجرائم مخالفة قواعد مطابقة المنتوجات وإلزامية الضمان وتجربة المنتوج وإعلام المستهلك (الفرع الثالث)، وكذا جريمة مخالفة قواعد التدابير الإدارية، والالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك (الفرع الرابع).

الفرع الأول

جريمة عرقلة ممارسة مهام الرقابة.

تنص على هذه الجريمة المادة 25 من القانون رقم 09-03، كرفض التسليم للوثائق أو المنع من الدخول إلى المحال الصناعية أو محال التخزين أو البيع أو بأية كيفية أخرى سواء من طرف الصانع أو المنتج أو البائع.

---

[1] – قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يتطلب قيامها وإسنادها إلى مقترفها التأكد من توفر القصد الجنائي عند ارتكاب السلوك الإجرامي.[2]

الفرع الثاني

جريمة مخالفة أمن المنتوج.

تنص عليها المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ولقد كيّفها المشرع بالجنحة، ترتكب من طرف كل متدخل في عملية الاستهلاك وذلك في حالات هي:

-الإخلال بمميزات المنتوج وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته؛

-تأثير المنتوج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات؛

-الإخلال بإلزامية عرض المنتوج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذلك كل الإرشادات والمعلومات الصادرة عن المنتج؛

-إمكانية تعرض بعض فئات المستهلكين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتوج وتبعا لذلك فكل إخلال بالتزامات سابقة يكون بمثابة عناصر الركن المادي للجريمة مع ضرورة وجود قصد في ارتكاب تلك الأفعال.

الفرع الثالث

جريمة مخالفة قواعد: مطابقة المنتوجات، إلزامية الضمان، تجربة المنتوج، إعلام المستهلك.

وهنا، لابدّ من التذكير أنه لابد من الالتزام بمطابقة المنتوج للمواصفات القانونية وهو التزام يقع على عاتق المتدخل، وذلك طبقا للمادة 11 من القانون 09-03، ويجب على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك، وذلك طبقا للمادة 12 من القانون رقم 09-03 السابق. ويكون ذلك من أجل تلبية المنتوج المعروض للاستهلاك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وليستجيب لرغبات المستهلك.

أما بخصوص مخالفة إلزامية الضمان وعدم تنفيذ خدمات ما بعد البيع، فيكون عند ظهور نقص في قيمة أي من المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة، وبالتالي حرمان المستهلك من الاستفادة بها فيما أعدت من أجله[3]، عليه فإن المتدخل يلتزم في إطار تنفيذ خدمة ما بعد البيع وبمناسبة ظهور العيب الخفي في خلال الفترة المحددة كضمان باستبدال أو إرجاع ضمن المنتوج أو تصليحه أو تعديل الخدمة على نفقته ودون دفع المستهلك لأية أعباء إضافية، وبذلك تقوم جريمتي مخالفة إلزامية الضمان وعدم تنفيذ خدمات ما بعد البيع المنصوص عليها المادتين 13 و16 من القانون رقم 09-03.

---

[2]- طرح البحور علي حسن، عقود المستهلكين ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطني، الإسكندرية، 2007، ص 145.

[3]- جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 21.

وضف إلى ذلك جريمة مخالفة إلزامية تجربة المنتوج، حيث يكون مرتكبا لجريمة مخالفة تجربة المنتوج كل من يمتنع عن تمكين المستهلك من تجربة المنتوج، كما يمكن أن يكون المتدخل مسؤولا بارتكابه لجريمة مخالفة إلزامية إعلام المستهلك، وذلك بقيامه بفعل الامتناع عن تبليغ المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج[4] كعدم وسم المواد الغذائية مثلا.

الفرع الرابع

جريمة مخالفة قواعد التدابير الإدارية ومخالفة الالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك.

وبالنسبة لحالة مخالفة قواعد التدابير الإدارية، فتكون عند اتخاذ الإدارة المكلفة باتخاذ تدابير تحفظية من أجل سحب المنتوج بصفة مؤقتة أو نهائية أو إيداعه للمطابقة أو تشميعه، وفي حالة مخالفة المتدخل لأحد هذه القرارات كإعادة بيع المنتوج المشمع أو المودع لضبط المطابقة أو الذي تم سحبه من عملية عرضه فيكون مرتكبا لجريمة مخالفة القواعد والتدابير الإدارية وذلك بعلم وإدراك منه.[5] أما بشأن جريمة مخالفة الإلتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك، فتتحقق عند مخالفة الالتزامات المتعلقة بعروض القرض للاستهلاك من حيث عدم استجابتها مثلا للرغبات المشروعة للمستهلك، وبالتالي مخالفة أحكام المادة 20 من القانون 09-03 السابق.

المطلب الثاني

الجرائم المتعلقة بمخالفة قواعد ضمان السلامة الصحية للمستهلك.

قد يرتكب المتدخل أفعالا مجرمة أخرى تمس بالسلامة الصحية للمستهلك، وتتمثل في مخالفة إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها (الفرع الأول)، وجريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك (الفرع الثاني) وكذا جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني (الفرع الثالث) وجريمة التقصير المفضي لعجز أو وفاة للمستهلك (الفرع الرابع).

الفرع الأول

جريمة مخالفة إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها.

يلتزم كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك باحترام السلامة في هذه المواد والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك[6]، كما يمنع وضع مواد غذائية للاستهلاك تحتوي على ملون بكمية غير مقبولة بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية وخاصة فيما يتعلق بالجانب السام

---

[4]- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 1990/11/10، يتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها، جريدة رسمية عدد 50، صادر بتاريخ 1990/01/21، وذلك في المادة 2 فقرة 03 منه.

[5]- علي الفتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتوج، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2007، ص 308.

[6]- عملا بالمادة 04 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

له.[7] عليه فكل مخالفة لإلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها، يؤدي إلى قيام الجريمة ومعاقبة فاعلها.

الفرع الثاني

جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك.

تعتبر هذه الجريمة قائمة في إحدى الحالات المنصوص عليها في المادة 68 من قانون رقم 09-03، وتتمثل هذه الأفعال في الخداع في كمية المنتوجات المسلمة إلى المستهلك، أو في تسليم المنتوج غير ذلك المعين في السابق أو في الخداع في تاريخ ومدد صلاحية المنتوج أو في النتائج المنتظرة من المنتوج.

وتجدر الإشارة، أنه بشأن هذه الجريمة يشترط إلحاق ضرر بالمستهلك، إذ بمجرد ارتكاب الأفعال المادية السابقة تقوم الجريمة وبذلك صنف البعض مثل هذه الجرائم بجرائم الخطر وليس من جرائم الضرر.[8]

الفرع الثالث

جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني.

وتتحقق هذه الجريمة بتوافر أحد عناصر الركن المادي التالية:

- تزوير أي منتوج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني.
- عرض أو الوضع للبيع أو بيع منتوجا مع العلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البشري أو الحيواني.
- عرض أو وضع للبيع أو بيع، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتوج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني.

ويضاف إلى هذا الركن توافر عنصري القصد والإدارة مع العلم أن الفعل معاقب عليه.[9]

الفرع الرابع

جريمة التقصير المفضي لعجز أو وفاة المستهلك.

وتتمثل في تلك الأفعال المرتكبة في جريمة الغش وجريمة مخالفة أمن المنتوج حينما يلحق المنتوج المغشوش أو غير المؤمن بالمستهلك مرضا أو عجزا عن العمل أي تحقق النتيجة الإجرامية وهي إلحاق الضرر بالمستهلك.[10]

---

[7]- طبقا للمادة 05 من القانون نفسه.

[8]- علي فتاك، مرجع سابق، ص 516.

[9]- العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه، 2000، ص 281.

[10]- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2008، ص 155.

المبحث الثاني

الجزاءات المطبقة على الأفعال الإجرامية المقترفة من المتدخل ضد المستهلك

تنوعت الجزاءات التي رصدها المشرع للأفعال المجرمة السابقة بين عقوبات أصلية وعقوبات تكميلية تبعية، ويتم التمييز هنا بين الجزاءات المتعلقة بمخالفة قواعد ضمان سلامة وأمن المنتوج (المطلب الأول) ثم تلك الجزاءات المطبقة على مخالفة قواعد ضمان السلامة الصحية للمستهلك.

المطلب الأول

العقوبات الأصلية والتكميلية في الجرائم المتعلقة بمخالفة قواعد ضمان سلامة وأمن المنتوج.

وتتمثل عقوبات الجرائم السابقة، والتي تكيف كلها بجنح في تلك المطبقة على جريمة عرقلة ممارسة مهام الرقابة (الفرع الأول)، وتلك الموقعة على جريمة مخالفة أمن المنتوج (الفرع الثاني)، وكذا تلك المتعلقة بإلزامية الضمان وبحرية المنتوج وإعلام المستهلك (الفرع الثالث)، وكذا جريمة مخالفة التدابير الإدارية (الفرع الرابع).

الفرع الأول

جزاء عرقلة ممارسة مهام الرقابة

يعاقب عن هذا الفعل المادة 84 من القانون 09-03 المذكور سابقا، ويعاقب كل متدخل يرتكب هذه الجريمة بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من عشرون ألف 20.000 دج إلى مائة ألف دينار 100.000 دج، وذلك دون الإخلال بالعقوبات المقررة في المادة 183 من قانون العقوبات[11] وما يليها والمتعلقة بجريمة العصيان.

الفرع الثاني

جزاء مخالفة أمن المنتوج

تنص المادة 73 من القانون 09-03 على عقوبة هذه الجريمة بنصها على عقوبة الغرامة من 200.000 دج إلى 500.000 دج، مع عقوبة تكميلية تتمثل في مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب الجريمة السابقة.

الفرع الثالث

العقوبات المطبقة على مخالفة مطابقة المنتوجات وإلزامية الضمان وتجربة المنتوج وإعلام المستهلك. وتكون العقوبات المطبقة عن كل هذه المخالفات متمثلة في الغرامات المالية، فيعاقب عن جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوجات من 50.000 دج إلى 500.000 دج[12]، كما يعاقب عن جريمة مخالفة إلزامية الضمان وجريمة عدم تنفيذ خدمات ما بعد البيع بجزاءات مختلفة

---

[11]- أمر رقم 66-156 مؤرخ في 08 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، معدّل ومتمم.

[12]- طبقا للمادة 74 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

الأولى وهي غرامة من 100.000 دج إلى 500.000 دج[13]، والأخرى بغرامة من 50.000 دج إلى مليون دينار 1.000.000 دج.[14]

في جريمة مخالفة إلزامية المنتوج:

تعتبر جريمة مخالفة إلزامية تجربة المنتوج جنحة معاقب عليها بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف (100.000 دج) دينار كل من يمتنع عن تمكين المستهلك من تجربة المنتوج.[15]

وفي جريمة مخالفة إلزامية إعلام المستهلك تأخذ هذه الجريمة هي الأخرى وصف الجنحة إذ يعاقب بعقوبة أصلية تتمثل في غرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار جزائري (1.000.000 دج)[16] كل متدخل يخالف إلزامية وسم المنتوج المبينة سابقا.

وكذلك عقوبة تكميلية حسب نص المادة 82 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مضمونها مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها سابقا.

الفرع الرابع

في جريمة مخالفة: قواعد التدابير الإدارية، مخالفة الالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك.

أولا: في جريمة مخالفة قواعد التدابير الإدارية.

في حالة مخالفة المتدخل لواحد من التدابير الإدارية كبيع منتوج مشمع أو مودع لضبط المطابقة أو سحبه مؤقتا من عملية عرضه للاستهلاك أو يخالف إجراء التوقيف المؤقت للنشاط يتعرض لعقوبات أصلية تنوعت بين الحبس والغرامة، إذ يعاقب بالحبس من ستة (06) أشهر إلى ثلاث (03) سنوات وبغرامة من خمسمائة ألف (500.000 دج) إلى مليوني دينار جزائري (2.000.000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين[17]، وتتخذ هذه الجريمة حسب عقوبتها وصف الجنحة. بالإضافة إلى عقوبة تكميلية تتمثل في دفع مبلغ بيع المنتوجات موضوع الجريمة السابقة للخزينة العمومية والذي يقيم على أساس سعر البيع المطبق من طرف المخالف أو على أساس سعر السوق.

---

[13]- طبقا للمادة 75، مرجع نفسه.

[14]- طبقا للمادة 77، مرجع نفسه.

[15]- المادة السادسة والسبعون (76) من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

[16]- المادة الثامنة والسبعون (78) من القانون رقم 09-03، مرجع نفسه.

[17]-المادة التاسعة والسبعون (79) من القانون رقم 09-03، مرجع نفسه.

ثانيا: في جريمة مخالفة الالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك.

حسب نص المادة واحد وثمانون (81) من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يعاقب بغرامة مالية من خمسمائة ألف (500.000 ج) إلى مليون دينار جزائري (1.000.000 دج) كل من يخالف الالتزامات المتعلقة بعرض القروض للاستهلاك الموضحة أعلاه.

المطلب الثاني

العقوبات الأصلية والتكميلية في الجرائم المتعلقة بمخالفة قواعد ضمان السلامة الصحية للمستهلك.

تتمثل العقوبات الأصلية للجرائم السابقة المتعلقة بمخالفة قواعد ضمان السلامة الصحية للمستهلك، سواء تعلق الأمر بالجنح أو الجنايات، في عقوبات أصلية تتراوح بين عقوبة السجن المؤبد والسجن المؤقت والحبس والغرامات المالية، يضاف إليها عقوبات تكميلية في البعض منها.

الفرع الأول

في جريمة مخالفة إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها.

تمثل جريمة مخالفة إلزامية النظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها جنحة معاقب عليها بعقوبة أصلية تتمثل في غرامة من مائتي ألف (200.000 دج) إلى خمسمائة ألف (500.000 دج) لكل من يخالف إلزامية سلامة المواد الغذائية المنصوص عليها في المادتين الرابعة (4) والخامسة (5) من القانون رقم 09-03.[18]

بالإضافة إلى عقوبة تكميلية مضمونها مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها.[19]

كما يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار جزائري (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية النظافة والنظافة الصحية المنصوص عليها في المادتين السادسة (6) والسابعة (7) من القانون رقم 09-03.[20]

الفرع الثاني: في جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك.

أحالت المادة الثامنة والستون (68) من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، إلى المادة 429 من قانون العقوبات بالنسبة للعقوبة الأصلية المقررة لجريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك، وحسبها يعاقب بالحبس من شهرين إلى

---

[18]- المادة ثمانون (80) من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

[19]- المادة الواحد والسبعون (71) من القانون رقم 09-03، مرجع نفسه.

[20]- المادة الثانية والثمانون (82) من القانون رقم 09-03، مرجع نفسه.

ثلاثة سنوات وبغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من يرتكب الأفعال المذكورة سابقا.

وكعقوبة تكميلية وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.[21]

وتشدد العقوبة حسب نص المادة التاسعة والستون (69) طبقا للحالات المذكورة آنفا لترفع إلى خمس (5) سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف (500.000 دج).

بالإضافة إلى عقوبة تكميلية طبقا للمادة 82 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مضمونها مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادتين الثامنة والستون (68) والتاسعة والستون (69).

الفرع الثالث

في جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني.

تمثل جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري والحيواني جنحة حسب نص المادة 431 من قانون العقوبات التي أحالت عليها المادة سبعون (70) من القانون رقم 09-03، وكعقوبة أصلية يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).[22]

أما العقوبات التكميلية فتتمثل حسب نص المادة 82 من القانون رقم 09-03، في مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات[23] المنصوص عليها في المادة سبعين (70) من القانون رقم 09-03.

الفرع الرابع

في جريمة التقصير المفضي لعجز أو وفاة المستهلك.

إذا نتج عن جريمة الغش أو الخداع أو مخالفة قواعد الأمن ضرر للمستهلك ترتب عنه مرضا أو عجزا عن العمل فيعاقب حسب نص المادة ثلاثة وثمانون (83) من القانون رقم 09-03 التي أحالت إلى نص المادة 432 من قانون العقوبات[24]، فيعاقب الجاني حسب الفقرة الأولى

---

[21]- المادة الثانية والسبعون (72) من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

[22]- المادة 429 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 1966/06/08 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، مرجع سابق.

[23]- مادة 431 من الأمر رقم 66-156، مرجع نفسه.

[24]- المادة 432 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 1966/06/08، مرجع سابق.

منها، بالحبس من خمسة سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة مالية من خمسمائة ألف (500.000 دج) إلى مليون دينار جزائري (1.000.000 دج) وتمثل هذه الجريمة جنحة.

وتشدد العقوبة في الجريمة السابقة طبقا للفقرة الثانية من المادة 432 من قانون العقوبات لتأخذ وصف جناية معاقب عليها بالسجن المؤقت من عشر سنوات إلى عشرين سنة وبغرامة من مليون دينار جزائري (1.000.000 دج) إلى مليوني دينار جزائري (2.000.000 دج)، إذا تسبب المنتوج المغشوش أو الفاسد في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة.

أما إذا تسببت تلك المادة في موت شخص أو عدة أشخاص فتصل عقوبة الجناية حدها الأقصى لتصبح السجن المؤبد.

وفي نهاية هذا المبحث يمكن القول بأن المشرع أضاف إلى جانب العقوبات الأصلية والتكميلية المذكورة بعض العقوبات التكميلية الأخرى بمقتضى هذا القانون تتمثل في[25]:

- ضم الغرامات المنصوص عليها ضمن أحكام هذا القانون[26]، ويقصد بالضم جمع العقوبات المالية في حالة تعدد المحاكمات، وليس دمج العقوبات التي تكون كأصل عام حينما تتعدد الجرائم.

وعليه تضم الغرامات المنصوص عليها كعقوبات مالية طبقا لنصوص القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أي جمع الغرامات المالية في حالة تعدد المحاكمات.

- أما في حالة العود فتضاعف الغرامات، كما يمكن للجهة القضائية المختصة بأن تأمر بتشطيب السجل التجاري لمرتكب الجريمة، وهي عقوبة جوازية.

خاتمة:

نستخلص من هذه الدراسة أن المشرع الجزائري كثير الاهتمام بمصلحة المستهلك، حيث قام بإسناد الفعل الإجرامي لصاحبه، وجعله مسؤولا جزائيا، ومن ثمة توقيع العقاب عليه، متى كان أهلا لذلك، ونجده قد توسع كثيرا في نطاق التجريم، فلم يكتف بالنص على الجرائم التي تلحق بأضرار فعلية للمستهلك، بل تعداها لتشمل حتى الأفعال التحضيرية لذلك ولاسيما بتجريمه لحيازة المواد المغشوشة مثلما تنص المادة 433 من قانون العقوبات.

إضافة إلى ذلك، فنجد المشرع قد شدد من حدة ودرجة العقاب على هذه المخالفات ولاسيما تلك المنتجة لأضرار وخيمة للمستهلك، حيث تصل إلى حد الحبس المؤبد.

---

[25]- المادة الخامسة والثمانون (85) من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

[26]- المادة 36 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 1966/06/08 المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، مرجع سابق.

كما تجدر الإشارة إلى أن مشرعنا قد وسّع نطاق الأشخاص المسؤولين جزائيا ليكون مسؤولا كل شخص متدخل وسواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا مثلما نصّ عليه في قانون حماية المستهلك.

وبدورنا ندع المشرع إلى التشديد أكثر في الطابع الجزائي للمسؤولية الجزائية للعون المتدخل منتجا كان أو موزعا أو ناقلا أو مستوردا وذلك لحماية حقوق المستهلك من جهة ولاسيما أنه بمثابة الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية وكذا من أجل الحفاظ على السير الحسن للمعاملات التجارية السارية.

قائمة المراجع :

الكتب:

[1]–جابر محجوب علي، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1998، ص 21.

[2]–خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2008، ص 155.

[3]–طرح البحور علي حسن، عقود المستهلكين ما بين قضاء التحكيم والقضاء الوطني، الإسكندرية، 2007، ص 145.

[4]–علي الفتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، دار الفكر الجامعي، القاهرة، 2007، ص 308.

رسالة دكتوراه :

– العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، رسالة دكتوراه، 2000، ص 281.

النصوص القانونية :

[1]– أمر رقم 66–156 مؤرخ في 08 جوان 1966، يتضمن قانون العقوبات، معدّل ومتمم.

[2]– مرسوم تنفيذي رقم 90–367 مؤرخ في 1990/11/10، يتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها،

[3]– قانون رقم 09–03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

تجريم مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج آلية لحماية وضمان سلامة المستهلك في قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

د. بلعسلي ويزة

مقدمة

تعد مشاكل سلامة وصحة المستهلك من أهم المشاكل العويصة التي أولت لها الجزائر اهتماما كبيرا في وقتنا الحالي، نظرا للتلاعب والاتجار بصحة المستهلك من طرف أشخاص طبيعية أو معنوية تتدخل في عملية عرض منتوجات مغشوشة وغير مطابقة للمواصفات القانونية والاشتراطات الصحية للمستهلك.

نتج عن ذلك ظهور أنواع جديدة وخطيرة من أفعال تشكل جرائم على أمن وسلامة المستهلك، اتسع نطاقها بسبب الترويج والإشهار المضللين، تحقيقا لمنافع مالية كثيرة وثروة اقتصادية عالية. فمن اجل مواجهة هذه الظاهرة الإجرامية المتصاعدة، لم يكتف المشرع الجزائري بتقرير المسؤولية التقصيرية والعقدية في القانون المدني، ولا بالقواعد العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات، بل تدخل مجددا لوضع قانون خاص ذو طابع حمائي يخدم مصلحة المستهلك، تمثل في قانون رقم 09 – 03 المؤرخ في 25 فبراير2009،[1] يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الذي يهدف المشرع من ورائه إلى تحقيق حماية فعالة وكافية للمستهلك تحقيقا لأمنه وسلامته ضد أي منتوج يشكل خطرا عليه أو يلحق ضررا به.

وبالتالي يبقى السؤال مطروحا: هل حقق المشرع الجزائري فعلا هذه الحماية للمستهلك في ظل قانون جرم الكثير من الأفعال منها تجريم مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج المرتكب من طرف المتدخل سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا.

للإجابة على هذه الإشكالية، يجب التطرق إلى جريمة عدم مطابقة المنتوج (المبحث الأول) ثم إلى المسؤولية الجزائية للمتدخل عن هذه الجريمة (المبحث الثاني).

[1] قانون 09-03 مؤرخ في 25 فيفري2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، صادر بتاريخ 8 مارس 2009.

المبحث الأول – مفهوم جريمة عدم مطابقة المنتوج:

بات من الصعب على المستهلك في كثير من الأحيان، التعرف على جودة المنتوجات المعروضة للاستهلاك، نظرا لتعدد أصنافها واختلاف مصادر إنتاجها، وعدم دراية المستهلك بالأمور التقنية الموجودة فيها. أدى ذلك إلى ظهور جرائم كثيرة تلحق ضررا به، إذا لم ينظم المشرع قانون حماية المستهلك وقمع الغش بقواعد قانونية آمرة لا يجوز مخالفتها. واستجابة لذلك، ألقى المشرع على عاتق المتدخل التزاما قانونيا بمراقبة مطابقة المنتوج لكل المواصفات قبل عرضه للاستهلاك وإلا كان مسؤولا جزائيا.

وتعرف جريمة عدم مطابقة المنتوج بأنها سلوك إجرامي يرتكبه المتدخل مخالفا بذلك المواصفات القانونية والقياسية المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وتختلف المطابقة في مجال قانون حماية المستهلك وقمع الغش عن تلك المنصوص عليها في القواعد العامة. فإذا كانت المطابقة في القانون المدني وفي الإطار العقدي، تتضمن تقديم مبيع مطابق للمواصفات المحددة في العقد، فان المطابقة في قانون رقم 09 – 03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش تتضمن مفهومين، مفهوم ضيق (المطلب الأول) ومفهوم واسع (المطلب الثاني).

المطلب الأول: المفهوم الضيق لمطابقة المنتوج:

تعتبر إلزامية مطابقة المنتوج من أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل. فهو التزام قانوني نظمه المشرع الجزائري بقواعد قانونية آمرة لا يجوز للمتدخل مخالفتها لأنه من النظام العام.

بالرجوع إلى نص المادة 3 فقرة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش يقصد بالمطابقة «استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به».

يتمثل المفهوم الضيق للمطابقة حسب نص هذه المادة في مطابقة المنتوج المعروض للاستهلاك للمواصفات القانونية والقياسية. يراد بالمواصفات القانونية الخصائص المطلوبة في منتوج معين كالجودة والمهارة والأمن والتغليف، تاريخ الصنع، مدة الصلاحية، شروط الحفظ... الخ، أي استجابة المنتوج المعروض للاستهلاك للشروط التي تتضمنها اللوائح التنفيذية وهي عبارة عن معلومات ضرورية يلتزم بها المتدخل تجاه المستهلك ليساعده على اقتناء المنتوج من عدمه[2].

[2] – بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012 – 2013، ص132.

وتعرف المادة 2 فقرة 7 من قانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس[3] اللائحة الفنية على أنها: « وثيقة تتخذ عن طريق التنظيم وتنص على خصائص منتوج ما أو العمليات وطرق الإنتاج المرتبطة به بما في ذلك النظام المطبق عليها ويكون احترامها إجباريا ».

وتنص المادة 10 فقرة 1 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على: « يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتوج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص:

– مميزاته وتركيبته وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته ».

حرص المشرع الجزائري أيضا في قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ضرورة مطابقة المنتوجات التي يستعملها أو يقتنيها المستهلك للمقاييس، وذلك بفرض نوع من الرقابة الأولية التي تباشر قبل الإنتاج وقبل عرض أي منتوج للاستهلاك سواء كانت تلك المنتوجات موجهة للاستهلاك المحلي أو مستوردة أو موجهة للتصدير.

ويعد المتدخل المسؤول المباشر عن رقابة منتوجاته قبل عرضها للاستهلاك[4]. ويجب أن تكون هذه المنتوجات مطابقة للمواصفات القانونية التي حددها القانون وتستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك المنصوص عليها في المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

كما يقع على المتدخل التزاما باحترام المواصفات القياسية، وذلك باعتبار أن المقياس وسيلة لأمن المستهلك. فالقانون حدد الخصائص التقنية والقياسية الواجب توافرها في المنتوج عن طريق شهادة المطابقة للمواصفات التقنية التي تهدف إلى ضمان النوعية والجودة وفقا للمعايير الدولية[5].

تعرف المقاييس على أنها الوثائق التي تبين خصائص المنتوج أو الخدمة، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتوجات والخدمات. في حين يعد الأمن مظهرا لهذه المطابقة[6].

أما المواصفة القياسية فهي عبارة عن وثيقة قانونية متاحة للجميع ومصاغة بالتعاون أو بالاتفاق مع ذوي المصالح المتأثرة بها (أجهزة الرقابة، التجار، المستهلكين...) وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم والتكنولوجيا والخبرة، تهدف إلى توفير المصلحة العامة[7].

---

[3] – قانون رقم 04-04 مؤرخ في 25 جويلية 2004، يتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية، عدد 41، صادر بتاريخ 23 جويلية 2004.

[4] – شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010-2011، ص 92- 93.

[5] – بحري فاطمة، مرجع سابق، ص132.

[6] – بولحية بن بو خميس علي، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، مطبعة دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000، ص 28.

[7] - Auloy (Jean Calais), Steinmetz (Frank), Droit de la Consommation, Dalloz, 6ème Edition, Paris, 2003, p 241 – 242.

ويهدف قانون التقييس، حسب نص المادة 30منه إلى البحث في مطابقة المنتوج وكذلك بطريق غير مباشر إلى البحث في مسالة السلامة، وبالتالي فان التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة، ومن ثم تعتبر السلامة مظهر من مظاهر المطابقة[8].

وبناء على ما سبق يرتبط مفهوم المطابقة ارتباطا وثيقا بالتقييس، فاحترام هذا الالتزام يشكل حماية للمستهلك من كل ما هو معروض ومقدم للاستهلاك.

المطلب الثاني – المفهوم الواسع للمطابقة:

يتسع مفهوم المطابقة ليشمل الغرض المنتظر من المطابقة ويقصد بذلك حسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش مطابقة المنتوجات للرغبة المشروعة للمستهلك.

ولقد نص المشرع الجزائري على وجوب أن يلبي كل منتوج معروض للاستهلاك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

بالإضافة إلى ذلك يجب أن يستجيب لرغبات المستهلك المشروعة من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه وأقصى تاريخ لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه[9].

تتحقق مطابقة المنتوجات للرغبة المشروعة للمستهلك بتوافق هذه المنتوجات مع المقاييس القانونية والتنظيمية، بحيث تكون خالية من أي عيب في صنعها أو نقص معلومات في كيفية استعمالها. بمعنى يجب أن يكون المنتوج سليما ونزيها وقابلا للتسويق دون أن يضر بصحة المستهلك أو مصالحه المادية أو المعنوية، كعدم وضع الوسم الذي يجب أن يتضمن تاريخ التصنيع والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله ومصدره والاحتياطات الواجب اتخاذها من اجل ذلك وكذلك عملية المراقبة التي أجريت على المنتوج[10].

ولكي يتأكد المتدخل من سلامة وامن المنتوج، يجب عليه إجراء مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك طبقا لما هو معمول به ووفقا للتشريع الساري في هذا المجال، قبل عملية الإنتاج وأثناء عملية الإنتاج وقبل عرض المنتوج للاستهلاك للتأكد من سلامة وأمن المنتوج، وبالتالي تستمر الرقابة إلى غاية مرحلة العرض النهائي للمنتوج أي تسويقه، وتشمل هذه الرقابة المواد المنتجة محليا والمستوردة. وتكون هذه الرقابة متناسبة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل، حسب

---

[8] – فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2007، ص 173.

[9] – انظر المادة 11 من قانون رقم 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

[10] – ركاي غنيمة، الالتزام بمطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات القانونية والتنظيمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2004- 2005، ص 103.

حجم وتنوع المنتوج موضوع الاستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لاختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال[11].

وبناء على ما سبق يقصد برقابة المنتوجات «مجموعة من الأنشطة المحددة التي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه يتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له سلفا»[12].

وتكون الرقابة التي يفرضها القانون على المتدخل، إما رقابة داخلية أو خارجية. ففي مجال الرقابة الداخلية، يلتزم المتدخل بإجراء رقابة تحليلية لكل المواد الأولية والمستحضرات النهائية، وتتم هذه الرقابة بالقيام بالفحوص الضرورية، باعتماد المنتج أو أي متدخل آخر على مخابر متواجدة على مستوى مصنعه أو وحدة إنتاجه، أو عن طريق مخابر تحليل النوعية المعتمدة وشبكة المخابر، على أن تنتهي هذه الرقابة بتسليم شهادة المطابقة.

كما قد تكون هذه الرقابة خارجية، فيلتزم المتدخل بإخضاع منتجاته لرقابة هيئة خارجية قبل تسويقها، كما هو الشأن بالنسبة للأدوية والمستحضرات الطبية، فهي تخضع لرقابة وزارة الصحة. فلا يعرض المنتوج للبيع إلا تحت عبارة " مسجل بوزارة الصحة "[13].

وباعتبار أن مراقبة مطابقة المنتوج التزام قانوني يقع على المتدخل شخصيا، فان الرقابة التي يجريها الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من قانون رقم 09-03 لا تعفيه من القيام بهذا الالتزام، بل يجب عليه أن يتحرى دائما حول مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك[14].

المبحث الثاني – المسؤولية الجزائية عن جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج:

تكيف جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج على أنها جنحة يجب لقيامها توافر ركنين أساسيين، الركن المادي المتمثل في ارتكاب المتدخل أفعال مخالفة للقانون والركن المعنوي أي ارتكاب الجريمة عن قصد وإدراك (المطلب الأول). وبتوافر هذه الأركان مجتمعة يسال المتدخل جزائيا عن الجريمة ويفرض عليه الجزاء المناسب (المطلب الثاني).

---

[11] – خالدي فتيحة، الحماية الجزائية للمستهلك "دراسة في ضوء القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 /02 /2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة معارف، عدد 8، جوان 2010، ص 47.

[12] - SID LAKHDAR (Mohammed), Le dispositif législatif et réglementaire en matière de protection, R.A.D.S.J.E.P, N° 2, 2002, p 24.

[13] – شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 93.

[14] – انظر المادة 12 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المطلب الأول – أركان جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج:

يتحقق الركن المادي لجنحة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج والتي يسال عنها جزائيا المتدخل سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا بارتكابه سلوكا إجراميا يكون قد خالف به أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تلزمه بإتيان أفعال مطابقة لمحتوى النصوص الآمرة التي تنظم نشاطه.

يتخذ السلوك الإجرامي للمتدخل صورة السلوك السلبي، المتمثل في الامتناع عن القيام بواجب الرقابة والتحري حول مطابقة المنتوج، بحيث يجب أن تكون المنتوجات متوفرة على المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية وان تلبي الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعتها وصنفها وتركيبتها وقابليتها للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعمالها وكذلك من حيث مصدرها والنتائج المرجوة منها وكذا من حيث تغليفها وتاريخ صنعها والتاريخ الأقصى لاستهلاكها وشروط حفظها... الخ[15].

كما يجب أن تتناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل، حسب حجم وتنوع المنتوجات وتلزمه بامتلاك الوسائل المادية للرقابة، مع مراعاة اختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال[16].

ولقد فرض المشرع الجزائري على المتدخل أن يلتزم سواء بنفسه أو بواسطة متخصصين باتخاذ كل ما هو ضروري من الاحتياطات في توفير المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية في المنتوجات أو الحيلولة دون تحقيق الغرض من الاستهلاك[17].

أما في حالة المواد المستوردة، فإن المتدخل يعد شهادة المطابقة في مستوى وحدات الإنتاج، وعند شحن البضائع للتصدير، وفي المرسى، أو لدى وصولها عندما يفرغها المستورد، باستعمال وسائله الخاصة في المراقبة أو اللجوء إلى خدمات مصالح مخبر التحاليل أو أية هيئة وطنية أو أجنبية للمراقبة. أما إذا كان المنتوج المستورد مصحوبا بشهادة المطابقة يقوم المتدخل (المستورد) باستخلاصه الجمركي، ويعرضه للاستهلاك.

ويحتفظ المتدخل سواء في حالة المنتوجات المحلية أو المستوردة بشهادة المطابقة طوال الفترة القانونية المطبقة على حفظ الوثائق التجارية[18].

كما يجب على المتدخل أن يتأكد من سلامة منتوجاته وأمنها وصلاحياتها للتسويق وذلك بإجراء الرقابة عليها في كل مراحل وأوقات الإنتاج قبل عرضها النهائي للاستهلاك، فإذا لم يقم

---

15 – انظر المادة11 من قانون رقم 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

16 – انظر المادة 12 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

17 – ساسي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010- 2011، ص88.

18 – بحري فاطمة، مرجع سابق، ص 133 – 134.

بهذا الفعل يكون المتدخل قد ارتكب الركن المادي لجريمة عدم مطابقة المنتوج سواء تحققت النتيجة الإجرامية أو لم تتحقق مادام أن الجرائم التي نص عليها المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش من جرائم الخطر. فالمتدخل يسأل عن سلوكه الإجرامي بمجرد انه يشكل خطرا على امن وسلامة وصحة المستهلك.

تعتبر جريمة عدم مطابقة المنتوج للمواصفات القانونية والتقنية بالنظر إلى ركنها المادي من الجرائم الوقتية التي تتم في لحظة زمنية معينة أثناء الإنتاج أو التصنيع. كما أنها تعد من جرائم الخطر التي لا يشترط لقيامها كاملة وقوع ضرر معين للمستهلك، بل يكفي فيها أنها تهدد احد حقوقه الشخصية أو المالية المحمية قانونا. ويترتب على هذه الخاصية الأخيرة أن تاريخ تقادم الجريمة يبدأ من اليوم الموالي لوقوع النشاط الإجرامي بغض النظر عن وقوع نتيجة مادية فيما بعد، لأن السلوك الإجرامي كاف لوحده لقيامها، وبالتالي لا أهمية للبحث عن العلاقة السببية في هذه الجريمة.

وباعتبار أن جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوجات، جريمة عمدية، يتطلب قيامها توافر القصد العام، المتمثل في علم المتدخل بجميع عناصر الركن المادي، أي امتناعه عن القيام بواجبه القانوني المتمثل في إجراء المراقبة على مطابقة المنتوجات قبل عرضها للاستهلاك، واتجاه إرادته إلى تحقيق هذه الجريمة بمجرد إتيانه للسلوك السلبي المتمثل في امتناع إجراء الرقابة على مطابقة المنتوجات دون انتظار ويسأل المتدخل جزائيا عن جريمة عدم مطابقة المنتوج سواء كان ذلك عن قصد أو خطأ إهمال، وسواء صدر الخطأ منه شخصيا أو كان صادرا من طرف الأشخاص الخاضعين لإشرافه ورقابته.

وتؤسس مسؤوليته الجزائية عن فعل الغير على أساس الخطأ الشخصي الصادر منه، لأن نصوص حماية المستهلك وقمع الغش تخاطبه شخصيا وتلزمه شخصيا بالقيام بواجب الرقابة والتأكد من سلامة وأمن المنتوجات قبل عرضها للاستهلاك. وبذلك يكون المشرع الجزائري، قد سوى بين العمد والخطأ في إقرار المسؤولية الجزائية للمتدخل عن هذه الجريمة.

المطلب الثاني – جزاء جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج:

تعد جريمة مخالفة إلزامية مطابقة المنتوج من المخالفات المجنحة، خصص لها المشرع الجزائري في قانون رقم 09– 03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 50.000 دج إلى 500.000 دج[19]. في حالة ما إذا خالف المتدخل إلزامية رقابة المطابقة المسبقة للمنتوج قبل عرضه للاستهلاك، طبقا لما تقضي به النصوص التشريعية والتنظيمية السارية المفعول.

[19] – انظر المادة 74 من قانون رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

كان لزاما على المشرع الجزائري أن يرفع من مقدار تلك الغرامة إلى مقدار يتناسب مع جسامة الضرر الذي يمكن أن يلحق بأمن وصحة المستهلك وإذا انعدمت تلك الرقابة التي تعتبر التزاما إجباريا على عاتق المتدخل.

كما اغفل أيضا على النص إلى جانب عقوبة الغرامة المالية على إحدى العقوبات التكميلية المنصوص عليها في قانون العقوبات وذلك بالإحالة بصفة خاصة إلى نص المادة 18 مكرر من قانون العقوبات الجزائري 2006 المعدل والمتمم، لاسيما إذا كان المتدخل شخصا معنويا ذو قدرات مالية عالية، لأن قصر الجزاء في هذه الجريمة على عقوبة الغرامة المالية فقط لن يكون كافيا لقمع جرائم المتدخل التي تتكرر باستمرار، دون مبالاة لصحة وأمن المستهلك المعرضة يوميا للخطر والهلاك.

خاتمة:

بالرغم من تجريم العديد من الأفعال والسلوكات التي يرتكبها المتدخل سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، والتي تمس بصحة وسلامة المستهلك وإقرار مسؤوليته الجزائية بشكل واسع، تبقى الحماية المقررة للمستهلك من خلال نصوص قانون رقم 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش غير كافية، مادام أن طبيعة الفعل المرتكب يصنف ضمن المخالفات المجنحة. كما أن العقوبة المقررة لجرائمه يغلب عليها طابع الغرامات المالية البسيطة مقارنة مع الأضرار التي يمكن أن تحدثها، إذا لم يقم بواجب الرقابة من حيث مطابقة منتوجاته للمواصفات القانونية والقياسية المتطلبة.

وبناء على ما سبق نقدم بعض التوصيات التي من أهمها ما يلي:

1- إعادة تفعيل النصوص الواردة في قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وذلك بإعادة تكييف بعض الجرائم من جنحة إلى جناية وتشديد العقاب عليها.

2- النص على العقوبات التكميلية إلى جانب عقوبة الغرامة المالية.

3- الرفع من مقدار الغرامة المالية بما يتناسب مع الخطر والضرر الذي يلحق بالمستهلك.

قائمة المراجع:

أولا: باللغة العربية:

1- **الكتب**

- بولحية بن بوخميس علي، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، مطبعة دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.

2- الرسائل والمذكرات الجامعية:

أ- الرسائل:

1- بحري فاطمة، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لنيل درجة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012 – 2013.

2- فتاك علي، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران، 2007.

ب- المذكرات الجامعية:

1- ركاي غنيمة، الالتزام بمطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات القانونية والتنظيمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، 2004- 2005.

2- ساسي مبروك، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010- 2011.

3- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2010-2011.

3- المقالات:

خالدي فتيحة، الحماية الجزائية للمستهلك "دراسة في ضوء القانون رقم 09-03 المؤرخ في 2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة معارف، عدد 8، جوان 2010.

4- النصوص القانونية:

1- قانون رقم 04-04 مؤرخ في 25 جويلية 2004، يتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية، عدد 41، صادر بتاريخ 23 جويلية 2004.

2- قانون 09-03 مؤرخ في 25 فيفري2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، صادر بتاريخ 8 مارس 2009.

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

1- Ouvrages ;

-Auloy (Jean Calais), Steinmetz (Frank), Droit de la Consommation, Dalloz, 6ème Edition, Paris, 2003

2- Articles :

-SID LAKHDAR (Mohammed), Le dispositif législatif et réglementaire en matière de protection, R.A.D.S.J.E.P, N° 2, 2002, p 24.

المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية لحماية المستهلك بعد وقوع الضرر

أ.سناء خميس، طالبة دكتوراه

مقدمة

انتهج المشرع الجزائري السياسة الحمائية في مجال الاستهلاك والدليل على ذلك الإشارة إلى ضرورة حماية المستهلك وأخذ مصلحته بعين الاعتبار في أغلب النصوص القانونية منها قانون حماية المستهلك وقمع الغش03/09 والقانون المدني الجزائري.

نص المشرع الجزائري على مجموعة من الالتزامات على عاتق المتدخل الاقتصادي يهدف من خلالها تفادي وقوع الضرر بتجنب طرح منتوج للتداول لا يستجيب للسلامة المنتظرة منه شرعا، أمّا بعد وقوع الضرر فتبنى نظام المسؤولية الموضوعية للمنتج التي تقوم بمجرد وقوع الضرر دون الحاجة لإثبات السلوك الخاطئ من قبل ضحية المنتوج المعيب.

تناول المشرع الجزائري المسؤولية القانونية الخاصة للمنتج في نص مادة واحدة ووحيدة في القانون المدني الجزائري وهي المادة 140 مكرر، ما يدفعنا للتساؤل: ما المقصود بهذه المسؤولية وما مدى فعالية أحكامها في حماية ضحايا حوادث الاستهلاك بعد وقوع الضرر؟

للإجابة عن هذه الإشكالية قسمت المداخلة لمبحثين:

مبحث أوّل: مفهوم المسؤولية الموضوعية للمنتج

مبحث ثاني: آثار قيام المسؤولية الموضوعية للمنتج

المبحث الأوّل: مفهوم المسؤولية الموضوعية للمنتج

يستعين المتضرر من المنتجات المعيبة بالقواعد العامة للمطالبة بالتعويض والتي كانت تستلزم إثبات خطأ المنتج وهو ما شكل صعوبة له، هذا الظرف أدّى بالضرورة للتفكير لوضع وتكريس قواعد مسؤولية مبنية على النظرية الموضوعية القائمة على الضرر واستبعاد قواعد المسؤولية المدنية المبنية على النظرية الشخصية القائمة على الخطأ، هذه المسؤولية سميت بالمسؤولية الموضوعية للمنتج ونظرا لحداثة الموضوع سنبين بداية المقصود منها في مطلب أوّل ولتكريسها من قبل الدول في مطلب ثاني على التوالي:

المطلب الأوّل: التعريف بالمسؤولية الموضوعية للمنتج

سنخصص هذا المطلب للتعريف بالمسؤولية الموضوعية من خلال تبيان تعريفها ومختلف التسميات التي أطلقت عليها(فرع أوّل) ومن التعريف نستخلص أهم الخصائص التي تتمتع بها (الفرع الثاني).

الفرع الأوّل: تعريف المسؤولية الموضوعية

تعرف مسؤولية المنتج المدنية على أنها تلك التي تقوم في حق هذا الأخير نتيجة الأضرار التي تسببها منتجاته للمستهلك ولتعويض عن هذه الأضرار نتيجة لذلك[1].

تنقسم المسؤولية المدنية للمنتج إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية، ونظرا لعدم إمكانية الأحكام والقواعد المنظمة لهما في توفير الحماية المناسبة للمستهلكين تم تقرير مسؤولية جديدة خاصة بالمنتج ذات طابع موضوعي، والمسؤولية الموضوعية للمنتج هي تلك التي تتقرر بقوة القانون لا تقوم على الخطأ وإنما تقوم على أساس عدم كفاية الأمان والسلامة في المنتجات، أي أن المنتج يكون مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في المنتوج سواء كان متعاقدا مع المضرور أو غير متعاقد معه[2]، فأساس المسؤولية المستحدثة العيب المسبب للضرر الذي يستوجب التعويض لا الخطأ الذي يقتضي العقوبة[3]، فهذه المسؤولية إذن ذات طابع خاص ليست مفترضة ولا خطئية تقع على عاتق المنتج عن الأضرار التي تسببها المنتجات المعيبة، فهي تقوم بقوة القانون بمجرد حدوث الضرر من منتوج معيب.

يطلق على المسؤولية المستحدثة في الأنظمة الأنجلوأمريكية تسمية المسؤولية الشيئية، الموضوعية أو غير الخطئية، أما في أوروبا فتعرف بالمسؤولية المؤسسة على المخاطر وفي فرنسا تعرف بالمسؤولية بدون خطأ[4].

الفرع الثاني: خصائص المسؤولية الموضوعية للمنتج

تتمتع المسؤولية الموضوعية للمنتج بثلاث خصائص أساسية هي:

أوّلا: قواعد المسؤولية الموضوعية للمنتج من النظام العام

إن تطبيق القواعد المنظمة للمسؤولية المستحدثة في مواجهة المنتج المسؤول يتصل بالنظام العام، ما يعني أن كل شرط باستبعاد هذه المسؤولية أو التخفيف منها يعد باطلا بطلانا مطلقا، فالمادة 1386 مكرر15 ق م ف فأشارت إلى أن المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة من النظام العام، وبالتالي لا يجوز الاتفاق على الإعفاء أو الحد منها بالنسبة للأضرار التي تصيب

---

[1]– علي بولحية بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 200، ص 84.

[2]– نادية مامش، مسؤولية المنتج" دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع" قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012، ص 46.

[3]– عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد مصادر الإلتزام، الجزء الأول،منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1998، ص768.

[4]– قادة شهيدة :المسؤولية المدنية للمنتج دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه دولة في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، 2005. ص178.

الأشخاص مطلقا وان كل اتفاق بالإعفاء من المسؤولية أو الحد منها في هذا الصدد يعتبر باطلا بطلانا مطلقا وهو ما عبّر عنه المشرع الفرنسي باعتبار الشرط كأن لم يكن[5].

مع ذلك فقد سلم المشرع الفرنسي بصحة شرط الإعفاء من المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة أو التخفيف منها بالنسبة للأضرار التي تصيب الأموال في العلاقة بين المهنيين ولا يمكن اعتبار المشرع الفرنسي قد خالف نصوص التوصية الأوروبية لأن هذه الأخيرة ليست آمرة إلّا في الإطار الذي نصت عليه، وهي فيما يتعلق بالأضرار التي تصيب الموال، فلم تحم التوصية إلّا المستهلكين الذين يستخدمون الشيء لاستعمالهم آو استهلاكهم الشخصي أساسا وبعبارة أخرى أن يكون الشيء مخصصا لمثل هذا الاستعمال أو الاستهلاك الخاص وليس للاستعمال المهني، وبالتالي لا يدخل في الحماية التي قصدها التوصية الأوروبية المهنيين[6].

ثانيا: المسؤولية الموضوعية للمنتج مسؤولية بقوة القانون ذات طابع خاص

إن المشرع الفرنسي على غرار باقي التشريعات الأوروبية المستوحية لأحكام التوجيه الأوروبي، اعتبر مسؤولية المنتج مسؤولية بقوة القانون ذات طابع خاص قائمة على فكرة المخاطر، فيكفي بحسب رأي البعض طرح منتوج معيب من شانه المساس بأمن وسلامة المستهلك وأمواله لكي تنعقد مسؤولية المنتج، بصرف النظر عن ما إذا كان المضرور متعاقدا أو من الغير[7]، وهو المنحى الذي تبناه المشرع الجزائري بوضوح إثر التعديل الذي أورده في 2005 على القانون المدني الجزائري[8] إذ تنص المادة 140 مكرر منه:" يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية" فالبيّن من هذا النص أن المشرع الجزائري يقر بوجود مسؤولية خاصة بالمنتج ليست مسؤولية عقدية ولا مسؤولية تقصيرية فهي مسؤولية بقوة أو بحكم القانون.

ثالثا: الطبيعة الموضوعية لمسؤولية المنتج المستحدثة

يرى البعض من الفقه من بينهم جوسران –ديموج وسافاتييه أنه من الواجب أن يتم هجر النظرية الشخصية والأخذ بالنظرية الموضوعية، بمعنى هجر المسؤولية القائمة على الخطأ ولو

---

[5]– محمود السيّد عبد المعطي خيال :المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة و مخاطر التقدم، دار النهضة العربية، مصر، 1998.

[6]– سناء خميس: المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015، ص 33.

[7]– قادة شهيدة :المسؤولية المدنية للمنتج، مرجع سابق، ص149

[8]– أمر رقم 75–58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78 الصادرة في 30 سبتمبر 1975، معدّل ومتمم.

كان مفترضا إلى المسؤولية المجردة من أي خطأ وهو الفرق الجوهري بين هاتين المسؤوليتين؛ فأساس المسؤولية الشخصية الخطأ لا الضرر والمسؤول هو الحارس لا المنتفع في حين المسؤولية الموضوعية تقوم على أساس الضرر لا الخطأ، والمسؤول هو المنتفع لا الحارس[9]، وهو الهدف الرئيسي الذي حرص عليه القانون الفرنسي الخاص بالمسؤولية الموضوعية للمنتج، إي إعفاء المضرور من عيوب المنتجات من إثبات الخطأ الشخصي للمنتج، أي إعفاء المضرور من عيوب المنتجات من إثبات الخطأ الشخصي للمنتج بصفة عامة وبالتالي بصفة خاصة من إثبات خطا المنتج عن تخلف مواصفات الأمان والسلامة في المنتوج الذي تم إطلاقه للتداول[10]. فسبب الأخذ بالمسؤولية الموضوعية يرجع إلى أن فكرة الخطأ لم تعد تصلح أن تكون أساس للمسؤولية بعد أن تكثف الإنتاج وتطورت وسائل الدعاية وتنوعت أساليب البيع ممّا نجم عن ذلك مخاطر لا يمكن ترك وزرها على عاتق المستهلك أو المستعمل هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا يمكن الأخذ بنظرية المسؤولية الموضوعية على إطلاقها لكي لا تكون لصيقة بالضرر وحده، لذا يستلزم الأخذ بحل وسط الذي يمثّل اتجاه معتدل بالأخذ بالمسؤولية المشدّدة التي تستبعد الخطأ ومتطلباته، ولكنها تتطلب إثبات العيب في المنتوج إلى جانب الضرر، ولقد ذكر التوجيه الأوروبي[11] هذا الهدف صراحة في مضمون حيثيات إصداره، بالإضافة إلى مضمون المادة الأولى التي تثبت أن ثبوت عيب السلعة لا ينظر إليه على أنّه قرينة على خطأ المنتج ولكنّه يعدّ في حد ذاته أساسا لقيام المسؤولية.

المطلب الثاني: التكريس القانوني للمسؤولية الموضوعية للمنتج

لا يخفى على أحد أن بروز المسؤولية الموضوعية لم تكن في الجزائر ولا حتى في الدول العربية وإنما ظهرت في دول الإتحاد الأوروبي بعدما أن حاول القضاء تكريسها في العديد من المجالات خاصة مجال المسؤولية المدنية للمنتج فصدرت توصيات أوروبية متضمنة أحكام المسؤولية الموضوعية للمنتج وبعدها كرست على مستوى القوانين الداخلية للدول.

الفرع الأول: تكريس المسؤولية الموضوعية للمنتج في دول الإتحاد الأوروبي

اعتنق توجيه بروكسل لسنة 1976 المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة هذا النظام حيث نصت المادة الأولى منه:" صانع الأشياء المنقولة مسؤول عن الضرار التي تسببها

---

[9]– عبد الرزاق أحمد السنهوري، مرجع سابق، ص769

[10]– سناء خميس، مرجع سابق، ص 37.

[11] - Directive n° 85/374/CEE, du 25 juillet 1985 relative au rapprochement des dispositions législatives réglementaires et administratives des états membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux, modifiée et complétée.

عيوبها سواء كان عالما بها أو كان بالإمكان العلم بها" بعدها جاءت اتفاقية ستراسبورغ الصادرة عن المجلس الأوروبي في 27 جانفي 1977 المتعلقة بالمسؤولية عن فعل المنتجات في حالة الأضرار الجسدية أو الوفاة التي نصت في المادة 01/03:" يسأل المنتج عن تعويض الضرر الناشئ عن عيب في إنتاجه ينجم عنه وفاة الشخص أو إصابته بجروح" [12]

غير انه لم يعمل بها في الدول الأعضاء بالمجموعة الأوروبية لعدم التصديق عليها من العدد الكافي فكانت أحكام اتفاقية ستراسبورغ هي التي ساهمت بعد ثمانية سنوات من صدورها في بلورة التوجيه الأوروبي لسنة 1985 الساعي إلى انسجام ووحدة القوانين الأوروبية في مجال مسؤولية المنتج عن أضرار منتجاته، فقد ورد في الحيثية الثانية من التوجيه:" إن المسؤولية غير خطئية للمنتج هي الوحيدة الكفيلة وكحل ملائم وفعلي للمشكلة في عصر يتميّز بالتكنولوجيا المتطورة، وبتعاظم الأخطار الناتجة عن الإنتاج التقني المعاصر"

ومسؤولية المنتج وفق أحكامه تقام على الأساس الموضوعي المرتبط بفكرة الحماية من المخاطر، فهي مسؤولية موضوعية تعمل على خلق توازن عام لفكرة مخاطر الضرر بين كل من المنتج والمتضرر.

بعد تبلور هذه الفكرة في ذهن واضعي الاتفاقيات الدولية استقبلت من قبل القوانين الداخلية منها التشريع الفرنسي الذي اصدر قانونا خاصا بمسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة ذو الطابع الموضوعي، ولم يؤسس مسؤولية المنتج على الأساس القانوني التقليدي لفكرة الخطأ بل انطلاقا من قاعدة موضوعية قائمة على فكرة المخاطر، فبعد التأخير الذي دام عشر سنوات أدمج المشرع الفرنسي التوصية الأوروبية لسنة 1985 في القانون المدني باستحداث القانون رقم 389 لسنة 1998 الصادر في 19 ماي 1998 [13] بأن أضاف الباب الرابع مكرر إلى الكتاب الثالث من القانون المدني الفرنسي والذي يحمل عنوان:" المسؤولية عن فع المنتجات المعيبة" ضمن ثمانية عشر مادة هي المواد من 1386 مكرر 01 إلى المادة 1386 مكرر 18، ونشير إلى أن المشرع الفرنسي نص على المسؤولية الموضوعية منذ سنة 1988 لكن ليس في مجال الإنتاج بل في المجال الطبي بموجب القانون الصادر في 20 ديسمبر 1988 [14].

الفرع الثاني: تكريس المسؤولية الموضوعية للمنتج في الجزائر

بالرجوع لأحكام المسؤولية عن الأشياء غير الحية في القانون المدني الجزائري يمكن القول أنها مسؤولية قائمة بحكم القانون أو موضوعية، والمادة 138 منه تعد قرينة قاطعة على ذلك، إذ

[12] Convention Européenne de Strasbourg du 17 janvier 1977 sur la responsabilité du fait des produits en cas de lésions corporelles ou du décès.

[13] -Code civil français, 104ème édition, Dalloz, Paris, 2005.

[14] -**Andrey BEUN** : Le principe de précaution en matière de responsabilité médicale, mémoire de DEA, droit privé générale, école doctorale n°74, Université du droit de santé, Lille 02, 2003, p 78.

أن المضرور يثبت فقط الضرر الذي تسبب الشيء في وقوعه، لذا ذهب القضاء الجزائري إلى أن الشرط الأساس والوحيد الذي يجب توافره لقيام المسؤولية عن الأشياء غير الحية هو وقوع الضرر لا غير، وعلى هذا الأساس جعلت المحكمة العليا الحارس مسؤولا عن الضرر الذي يحدثه دون أن يتطرق في بعض الأحيان إلى افتراض الخطأ كالقرار الصادر في 08 ديسمبر 1982، وكذا القرار الصادر في 20 أكتوبر 2011[15]، مع الإشارة أن قرارات المحكمة العليا في هذا الشأن يشوبها الاضطراب في اتخاذ موقف واضح يمكن الارتكاز عليه فهي تارة تخذ بالخطأ، وتارة أخرى تشير إلى فكرة تحمل التبعة إذ تجعل الضرر هو أساس المسؤولية دون التطرق للخطأ[16].

برز موقف المشرع الجزائري في هذا الصدد منذ 2005، إذ تأثر بالدول الأجنبية خاصة فرنسا، بحيث تناول في مجال المسؤولية المدنية لأول مرة المسؤولية الموضوعية للمنتج بنص صريح ضمن القانون المدني بإدراجه المادة 140 مكرر في التعديل الذي تم في 2005 وكانت هذه المسؤولية ذات طابع موضوعي ليست بعقدية ولا بتقصيرية وإنما قائمة على عنصري الضرر والعيب.

المبحث الثاني: آثار قيام المسؤولية الموضوعية للمنتج

إن الأثر الأساسي لقيام المسؤولية الموضوعية للمنتج على الطرفين هو التعويض، فالتعويض هو الوسيلة الوحيدة المرضية للمتضرر والجزاء الفعال للمنتج نتيجة تسببه في حدوث الضرر، وللحصول على التعويض من قبل المستهلك يستلزم عليه إتباع جملة من الإجراءات المحددة قانونا(المطلب الأول) ولضمان حصوله على التعويض كرس المشرع الجزائري آلية التأمين في مجال المسؤولية الموضوعية وجعله إلزاميا على كل المنتجين يترتب عند مخالفته جزاء(الفرع الثاني).

المطلب الأول: شروط قيام المسؤولية الموضوعية للمنتج

إن المتضرر من منتوج معيب بعد تضرره مباشرة يسعى للحصول على التعويض، وهذا السعي من الناحية القانونية يتم عبر وسيلة قانونية تسمى بدعوى المسؤولية التي ترفع من المتضرر ضد المنتج المسؤول بمجرد حدوث الضرر دون اشتراط توفر الخطأ كون المسؤولية ذات طابع موضوعي، والدعوى قبل أن يتم رفعها يجب التأكد من توافر أركان المسؤولية التي إن انعدمت إحداها تنعدم(الفرع الأول) وبعدها يرفع دعواه باحترام جملة من الشروط(الفرع الثاني).

---

[15]– قرار المحكمة العليا الصادر عن الغرفة المدنية، ملف رقم 688491 المؤرخ في 20 أكتوبر 2012، مجلة المحكمة العليا، ع01 لسنة 2012.

[16]– العربي بلحاج، المسؤولية عن الأشياء غير الحيّة في القانون المدني الجزائري، م ج ع ق إ س، ع03، الجزائر،1991، ص 639.

الفرع الأوّل: أركان المسؤولية الموضوعية

لقيام المسؤولية الموضوعية للمنتج يستلزم توفر ثلاث لأركان أساسية هي العيب، الضرر، وعلاقة السببية بين العيب والضرر، ولكل ركن أحكام خاصة به.

أوّلا: ركن العيب

أشار المشرع الجزائري إلى ركن العيب لقيام المسؤولية الموضوعية حسب مضمون نص المادة 140 مكرر ق م ج، فيعتبر العيب الشرارة الأولى التي تثير مسؤولية المنتج بالطبع مع اقترانه بركني الضرر والعلاقة السببية بينهما.

أ –المقصود بالعيب

تنص المادة التاسعة من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على:" يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على المن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وآمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين" فمن مضمون هذا النص نستنتج أن مفهوم عيب السلامة مختلف عن مفهوم العيب الخفي الموجود في القواعد العامة فيمكن أن يتضمن العديد من المفاهيم نذكر منها:

- عدم مطابقة المنتوج للمواصفات والمقاييس القانونية او التنظيمية.
- عدم تلبية المنتوج الرغبات المشروعة للمستهلك في السلامة[17].

تعد الرغبة المشروعة للمستهلك هي تحقيق سلامته من الأضرار عند استهلاكه منتوج معين، ولعلّ الدافع من وراء استعمال هذا المصطلح هو جعل تقدير الالتزام بالسلامة يخضع لمعايير موضوعية تحقق مصلحة كل من المنتج والمستهلك، فتقدير الرغبة المشروعة بالنظر إلى المستهلك يجعلها بعيدة كل البعد عن التقدير السيّد للمنتج فلا يمكنه أن يحدد السلامة المشروعة بمفرده وفي الوقت ذاته لا يعتبر المنتوج غير مستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك إذا كانت المعارف العلمية أو التقنية عند وقوع الضرر لم تكن لتمكننا من التنبؤ بوقوعه[18].

ب – عملية الطرح للتداول

لم ينص المشرع الجزائري في المادة 140 مكرر ق م ج بتاتا على عملية الطرح للتداول، لكن في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أشار إلى عملية الوضع للاستهلاك التي لا تنطبق تماما مع عملية الطرح للتداول، إلّا أنّه يمكن القول أنها تضمّنت نفس العناصر مع عملية الطرح للتداول، فالمادة الثالثة الفقرة الثامنة من القانون رقم 03/09 عرّفت هذه العملية:" مجموع

---

[17]– سناء خميس، مرجع سابق، ص 59.

[18] -**M. KAHLOULA & G. MEKAMCHA :** La protection du consommateur en Droit algérien, (première partie), revue **IDARA**, vol05, n° 02,1995, p 13.

مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة" وهذا التعريف لا ينطبق مع تعريف المشرع الفرنسي لعملية الطرح للتداول إلّا أن العناصر التي تضمنتها تعريف عملية الوضع للاستهلاك تتضمن تخلي المنتج الإرادي عن المنتوج[19].

الفرع الثاني: ركن الضرر

الضرر فقها هو الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه أو بمصلحة مشروعة له، سواء كان ذلك الحق أو تلك المصلحة متعلقة بسلامة جسمه أو بمصلحة مشروعة له، سواء كان ذلك أو تلك المصلحة متعلقة بسلامة جسمه أو بعاطفته آو بماله[20]، أمّا قانونا فرغم الأهمية التي يحض بها الضرر في إطار المسؤولية المدنية إلّا أننا لا نجد له تعريفا في نصوص القانون المدني الجزائري رغم وروده في أماكن متفرقة منه.

لم ينص المشرع الجزائري صراحة عن الأضرار المعنية بالتعويض في نطاق المسؤولية الموضوعية للمنتج على غرار النقاط الأخرى التي لم يفصل فيها في هذا الشأن، فالمادة 140 مكرر ق م ج نصّت على مسؤولية المنتج عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه ولم تحدد طبيعة هذا الضرر وبالتالي فالتعويض يشمل كل الأضرار مهما كانت طبيعتها[21] وهي:

1- الأضرار الجسمانية: ويدخل في نطاقها كل من عجز المضرور و أو وفاته.

2- الأضرار المعنوية: نص المشرع الجزائري على التعويض عن الضرر المعنوي حسب نص المادة 182 مكرر ق م ج التي أضافها في تعديل 2005 تنص:" يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية أو الشرف أو السمعة"

3- الأضرار المادية: نميّز بين الضرر الذي يلحق جميع أموال ضحية المنتوج المعيب والضرر الذي يلحق المنتوج في حد ذاته: فالضرر الذي يلحق أموال الضحية له المطالبة بالتعويض عن كل ضرر يصيب أمواله أمّا الضرر الذي يلحق المنتوج المعيب في حدّ ذاته فهذا النوع من الأضرار تخضع للقواعد العامة المتعلقة بضمان العيوب الخفية في عقد البيع[22]، وقواعد الضمان المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، وبالتالي فهي تخرج من نطاق المسؤولية الموضوعية خاصة مع استبقاء المشرع الجزائري الأحكام المتعلقة بضمان العيوب الخفية.

---

[19]- أحمد معاشو، المسؤولية عن تعويض الأضرار عن المنتجات المعيبة، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2010، ص44.

[20]-السعيد مقدم، التعويض عن الضرر المعنوي في المسؤولية المدنية" دراسة مقارنة"، دار الحداثة، لبنان، 1985. ص 40

[21]- سناء خميس، مرجع سابق، ص 71.

[22]- سناء خميس، مرجع نفسه، ص 72.

الفرع الثالث: ركن علاقة السببية

لعلاقة السببية أهمية كبرى في الوقت الحاضر ذلك لأن مجال الالتزامات المحدّدة أي الالتزامات بتحقيق نتيجة آخذ في الأتساع والسببية ركن متفق عليه فهو الركن الثالث في المسؤولية الموضوعية للمنتج، معناها قيام علاقة مباشرة بين العيب والضرر، فعلاقة السببية في إطار المسؤولية المستحدثة ركن مستقل[23] له عنصران عنصر مادي وعنصر معنوي:

1-**العنصر المادي:** تتعلق إقامة مسؤولية المنتج عن عيوب المنتجات، بالإضافة إلى ثبوت تعيب السلعة بضرورة إقامة الدليل على وجود ذلك العيب قبل إطلاق المنتوج في التداول بإرادة المنتج، فبحسب الأصل يلزم المضرور أن يقيم الدليل على الوقت الذي ظهر فيه العيب لإثبات أن تعيب المنتوج أو إطلاقه الإرادي للتداول هو السبب في إحداث الضرر.

2-العنصر المعنوي: يعتبر ثبوت إطلاق المنتجات في التداول بإرادة المنتج بمثابة العنصر المعنوي الذي تقوم على أساسه علاقة السببية بين الضرر وعيب السلعة، وبالنظر إلى صعوبة إثبات هذا العنصر المعنوي بل استحالته في بعض الأحيان لتعلّقه بعوامل نفسية خاصة بالمنتج، بالإضافة إلى صعوبة حصول المضرور على الوثائق الموجودة تحت يد المسؤول والتي قد تفيد في هذا الإثبات، افترض القانون المدني الفرنسي أن المنتجات أطلقت للتداول بإرادة المنتج بمجرد تخليه عن حيازتها.

المطلب الثاني: التعويض كأثر للمسؤولية الموضوعية للمنتج

الفرع الأوّل: شروط رفع دعوى التعويض

لرفع دعوى التعويض يستلزم توافر جملة من الشروط الشكلية والموضوعية وهي نفسها الموجودة في القواعد العامة وهي:

أولا الشروط الموضوعية:

تنص المادة 13 ق إ م إ ج:" لا يجوز لأي شخص التقاضي ما لم تكن له صفة ومصلحة قائمة أو محتملة يقرها القانون"

إنّ نص هذه المادة يبيّن لنا الشروط الموضوعية اللّازم توافرها لرفع الدعاوي القضائية بما فيها دعوى المسؤولية الموضوعية للمنتج وفقا للقانون الجزائري وهي: الصفة والمصلحة.

- **<u>الصفة</u>:** فبالنسبة للمدعي تتوفر شرط الصفة في كل من:
  - المتضرر المباشر
  - المتضرر بالارتداد

[23]- حسن عبد الباسط جميعي، حسن عبد الباسط جميعي ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، مصر، 2000 ص28.

- الدائنين حسب نص المادة 189 ق م ج
- جمعيات حماية المستهلكين

أمّا المدعى عليه فتتوفر الصفة غالبا في كل من:

- المنتج
- شركات التأمين
- الدولة

•**المصلحة:** في إطار المسؤولية الموضوعية للمنتج يشترط في المتضرر أن تكون لديه مصلحة وهي متوفرة باعتبار المتضرر من منتوج معيب مصلحته تكمن في الحصول على التعويض دون المدعى عليه وهو المنتج المسؤول الذي ليس له مصلحة من رفع الدعوى ضده[24].

ثانيا: الشروط الشكلية:

إن الشروط الشكلية الواجب توافرها عند رفع دعوى المسؤولية منظمة في قانون الإجراءات المدنية والإدارية وتتمثل في:

•**الأهلية:** طالما لا يوجد نص في قانون الإجراءات ولا في قانون آخر يقضي بوجوب توافر أهلية غير المنصوص عليها في القانون المدني فيما يخص دعوى المسؤولية الموضوعية للمنتج، تبقى القواعد العامة المطبقة في هذا الشأن إذ يشترط أهلية الأداء لرفع الدعوى وذلك ببلوغ سن الرشد القانوني المنصوص عليه في المادة 40 ق م ج[25].

•**الآجال:** تنص المادة 133 ق م ج:" تسقط دعوى التعويض بانقضاء خمس عشرة سنة من يوم وقوع الفعل الضار" فالمشرع الجزائري حدّد آجال رفع دعوى التعويض ب 15 سنة كاملة، وهي مدّة طويلة يستفيد منها المتضرر من منتوج معيب وفقا لنظام المسؤولية المستحدثة للمنتج مقارنة بالمدة التي حدّدها المشرع للمشتري المرتبط بعقد في مجال قواعد ضمان العيوب الخفية والمقدرة بسنة من يوم التسليم الفعلي للمبيع ما لم يلتزم البائع بالضمان لمدّة أطول وفي كل الحالات لا يمكن أن تقل عم مدّة 06 أشهر من تاريخ تسليم السلعة الجديدة وإذا ما كانت منتجات مستعملة فلا تقل المدّة عن 03 أشهر حسب ما نصت عليه المادتين 16و17 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 سالف الذكر.

•**الاختصاص:** للمحكمة الاختصاص العام للنظر في القضايا وبالضبط للمحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه حسب نص المادة 37 ق إ م إ، فنطبق الأمر نفسه بخصوص

---

[24]– سناء خميس، مرجع سابق، ص 112

[25]– أمر رقم 75–58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78 الصادرة في 30 سبتمبر 1975، معدّل ومتمم.

المسؤولية الموضوعية للمنتج، فيتم النظر إلى مكان وقوع الفعل الضار حسب نص المادة 2/39 ق إ م إ.

وبخصوص المشرع الفرنسي فنص أن المحكمة المختصة محليا هي المحكمة التي يقع في دائرتها موطن المدعى عليه، وفي حالة تعددهم فللمدعي اختيار موطن احدهم حسب نص المادة 42 ق إ م ف

والملفت للانتباه أن المشرع الفرنسي بخصوص المنازعات الاستهلاكية ونظرا لطابعها الخاص لوجود طرف ضعيف وهو الضحية من منتوج معيب، حاول أن يكرس أكبر قدر ممكن من الناحية الإجرائية إذ منح قانون الاستهلاك الفرنسي منذ 2009 بصدور القانون رقم 526/2009 في 12 ماي 2009 بمادته 24 الإمكانية لقيام المستهلك برفع دعواه أمام المحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها مكان إقامته وقت نفاذ العقد أو مكان إقامته وقت وقوع الفعل الضار حسب نص المادة L141-5 من ق إ ف، بذلك يكون للمتضرر من المنتوج المعيب الحرية في اختيار المحكمة التي تناسبه محليا لرفع دعوى التعويض وفقا للقانون الفرنسي بين كل من:

- محكمة موطن المدعى عليه(المنتج)
- محكمة موطن وقوع الفعل الضار
- محكمة مكان إقامته وقت نفاذ العقد(إذا ما وجد عقد بين المتضرر والمنتج)
- محكمة مكان إقامته وقت وقوع الفعل الضار.

الفرع الثاني: تقدير التعويض

الأصل في التشريع الجزائري أن التعويض يكون كاملا دون تحديد، بمعنى أن المشرع الجزائري لم يضع حدا أدنى للمطالبة بالتعويض أو حدا أقصى له أو قيمة الضرر الذي يمكن على أساسها المطالبة بالتعويض، وذلك باستقرائنا لنصوص المواد 176 إلى 187 ق م ج

ولضمان الحصول على التعويض تم تدعيم قواعد مسؤولية المنتج المدنية بآلية التأمين.

تعتبر آلية التأمين من المسؤولية المدنية للمنتج ضرورة ملحة لا خيار في الآونة الأخيرة خاصة مع كثرة وازدياد عدد ضحايا حوادث المنتجات المعيبة نظرا للتقدم الذي يشهده مجال الإنتاج وكذا استعمال التقنيات المعقدة التي أفرزها التطور العلمي والتقني، لذا تدخلت التشريعات المقارنة بما فيها التشريع الجزائري ووضعت نصوصًا قانونية تؤكد إلزامية إبرام المؤسسات الإنتاجية عقود تأمين لضمان مسؤوليتها المدنية مهما كانت طبيعتها: عقدية، تقصيرية أو موضوعية. وبموجب هذه العقود يتدخل المؤمّن عند قيام مسؤولية المنتج لتقديم مبلغ التعويض للضحيّة المحدّد بصورة مسبقة في العقد.

أوجب المشرع الجزائري كل متدخل بضرورة اكتتاب تأمين لتغطية مسؤوليته المدنية المهنية عن الأضرار التي تسببها منتجاته؛ حيث تنص المادة 1/168 من الأمر رقم 95- 07 المعدّل

والمتمّم:" يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بصنع أو ابتكار أو تحويل أو تعديل أو تعبئة مواد معدّة للاستهلاك أو للاستعمال، أن يكتتب تأمينًا لتغطية مسؤوليته المدنية المهنية تجاه المستهلكين والمستعملين وتجاه الغير"

أشارت في فقرتها الأخيرة إلى صدور تنظيم، لذا صدر المرسوم التنفيذي رقم 96- 48 المحدّد لشروط التأمين وكيفياته في مجال المسؤولية المدنية عن المنتجات[26]، مع التنويه أن المشرع الجزائري قبل إصدار هذا القانون، وفي قانون التأمين رقم 80- 07 الصادر في 09 جويلية 1980 كان قد نصّ في مادته 103 على إلزامية التأمين على المسؤولية المدنية المترتّبة عن المنتجات المعدّة لتغذية الأنعام أو للعلاج الطبي، فألزم المؤسسات القائمة بوضع وتغيير وتحويل وتكييف تلك المنتجات أن تعقد تأمينًا من العواقب التي قد تلحق بمستعمليها وكذلك الأمر بالنسبة لمستوردي هذه المنتجات[27].

نستنتج أن المشرع الجزائري بيّن نيّته في جعل التأمين من المسؤولية المدنية عن فعل المنتجات إلزاميًا، فاعتبر آلية التأمين بمثابة مبدأ قانوني لا يمكن تجاوزه أو التشكيك فيه كما أن هذه الإلزامية تشمل كل المنتجات وكافة المتدخلين ما يدلّ على التوسيع من دائرة التعويض لضحايا حوادث المنتجات.

إنّ صيغة الإلزام التي جاء بها نص المادة 168 من الأمر رقم 96- 07 يجعلها ذات طبيعة آمرة لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، لذا قام المشرع الجزائري بتقرير جزاء في حالة عدم الامتثال لهذا الالتزام، إذ تنص المادة 1/184 من الأمر السالف الذكر:

"يعاقب على عدم الامتثال لإلزامية التأمين المشار إليها في المواد من 163 إلى 172 و 174 بغرامة مالية يتراوح مبلغها بين 5.000 د ج و 100.000 د ج"

إنّ الجزاء المترتب في حالة الإخلال بإلزامية إبرام عقد التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات يتمثّل في غرامة مالية فقط قدرها 5.000 دج إلى 100.000 دج، ما يجعل هذا الجزاء ذو طابع رمزي وليس بجزاء حقيقي، بالتالي كان على المشرع أن يضع جزاءًا أكثر صرامة فرغم التعديل الذي أجراه على قانون التأمينات في 2007، إلّا أنّه لم يقم بالرفع من مقدار الغرامة خاصة مع العلم أن هذا التأمين يمثل التزام على عاتق المؤسسات الإنتاجية التي تدخل أرباحًا طائلة من النشاط الذي تمارسه، بالتالي لا تشعر بمقدار هذه الغرامة ما يدفعها لعدم الامتثال لهذا الالتزام. كما أشارت الفقرة الثانية من نفس المادة إلى قيام المسؤول باكتتاب تأمين عن مسؤوليته المدنية.

---

[26]- مرسوم تنفيذي رقم 96- 48 المؤرخ في 17 جانفي1996، يحدّد شروط التأمين و كيفياته في مجال" المسؤولية المدنية عن المنتجات"، ج.ر.ع 05 الصادرة في 21 جانفي 1996.

[27]- إبراهيم أبو النجا: التأمين في القانون الجزائري(الأحكام العامة طبقًا لقانون التأمين الجديد)، الجزء الأوّل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983، ص 39.

ولعلّ الحل الذي يمكن اقتراحه في هذه المسألة هو قيام المشرع الجزائري باشتراط إبرام عقد التأمين مع شركات التأمين قبل مزاولة النشاط الاقتصادي للمؤسسات المنتجة وإلّا تُمنع من مزاولة النشاط، وإن زاولته فيكون بصورة غير مشروعة.

وفي حالة غياب أو جهل المسؤول عن الضرر تتدخل الدولة للتعويض حسب نص المادة 140 مكرر 01 ق م ج بتوفر جملة من الشروط هي:

- أن يكون الضرر جسمانيا: يجب أن يكون الضرر ذو طابع جسماني وإلّا لن تعوض الدولة، والضرر الجسماني هو كل ما يتعلق بالسلامة الجسدية للمتضرر.
- أن لا يكون للمتضرر يد في حدوث الضرر: بمعنى أن يكون العيب قد لعب دورا إيجابيا في إحداث الضرر، أمّا إذا لعب دورا سلبيا مثل الحالة التي يكون فيها الضرر ناتجا عن سوء استعمال أو استهلاك المنتوج وليس لعيب فيه، كأن يكون خاليا من أي عيب لكنه خطر فلا يتخذ المتضرر الاحتياطات اللازمة عند استعماله فتصيبه أضرار لذلك لا تتدخل الدولة للتعويض في هذه الحالة.
- انعدام المسؤول: وينعدم المسؤول في حالة ما إذا كان مجهولا أو كان معلوما لكن ثبت عدم مسؤوليته.

خاتمة

في الأخير يمكن القول أن المسؤولية الموضوعية للمنتج تعتبر آلية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة شأنها في ذلك شأن أحكام المسؤولية الخطئية سواء العقدية أو التقصيرية ولكن فقط هي الأكثر فعالية من عدة جوانب سواء في أحكامها النظرية أو التطبيقية: النظرية من خلال قيامها على النظرية الموضوعية المقابلة للنظرية الشخصية في قواعد المسؤولية المدنية التي تشترط فقط الضرر لقيامها بالإضافة إلى خصائصها التي تجعل غايتها الوحيدة هي حماية الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية.

أمّا في جانبها التطبيقي فيكمن من خلال التوسيع من الأشخاص المكتسبة لصفة المدعى إذ تشمل كل من المتضرر، المتضرر بالارتداد، الدائنين وجمعيات حماية المستهلكين، وصفة المدعى عليه تتوفر في كل من المنتج، شركات التأمين. كما تم تدعيم أحكام المسؤولية الموضوعية بنص المادة 140 مكرر 01 ق م ج التي تشير إلى تدخل الدولة للتعويض في حال جهل المسؤول.

أمّا أهم التوصيات التي يمكن اقتراحها في هذا الخصوص:

-تدعيم أحكام المسؤولية الموضوعية بنصوص قانونية أخرى فمادة واحدة لا تكفي للإلمام بكل ما تحويها،

-تخصيص فصل خاص بأحكام المسؤولية الموضوعية وعدم إدراجها ضمن أحكام المسؤولية التقصيرية(الفعل المستحق للتعويض)

-تحديد كيفية تدخل الدولة للتعويض ما إذا كان عن طريق تقديم مساعدات أم تعويضات،
-انشاء صناديق خاصة للتعويض.

قائمة المراجع

الكتب

1/ إبراهيم أبو النجا: التأمين في القانون الجزائري(الأحكام العامة طبقًا لقانون التأمين الجديد)، الجزء الأوّل، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983

2/ السعيد مقدم، التعويض عن الضرر المعنوي في المسؤولية المدنية" دراسة مقارنة"، دار الحداثة، لبنان، 1985.

3/ حسن عبد الباسط جميعي :مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة "دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية، مصر،2000

4/ عبد الرزاق أحمد السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجدي مصادر الإلتزام، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1998.

3/ علي بولحية بولخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000

6/ محمود السيّد عبد المعطي خيال :المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة و مخاطر التقدم، دار النهضة العربية، مصر، 1998.

الرسائل والمذكرات

1/ قادة شهيدة :المسؤولية المدنية للمنتج دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه دولة في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، 2005.

2/ سناء خميس: المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة دراسة مقارنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015.

3/ نادية مامش، مسؤولية المنتج" دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون فرع" قانون الأعمال"، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012.

4/ أحمد معاشو، المسؤولية عن تعويض الأضرار عن المنتجات المعيبة، مذكرة تخرج لنيل إجازة المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2010.

المقالات

1/ العربي بلحاج، المسؤولية عن الأشياء غير الحيّة في القانون المدني الجزائري، م ج ع ق إ س، ع03، الجزائر،1991.

النصوص القانونية

1/ أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج ر عدد 78 الصادرة في 30 سبتمبر 1975، معدّل ومتمم.

2/ مرسوم تنفيذي رقم 96- 48 المؤرخ في 17 جانفي1996، يحدّد شروط التأمين و كيفياته في مجال" المسؤولية المدنية عن المنتجات"، ج.ر.ع 05 الصادرة في 21 جانفي 1996.

3/ قرار المحكمة العليا الصادر عن الغرفة المدنية، ملف رقم 688491 المؤرخ في 20 أكتوبر 2012، مجلة المحكمة العليا، ع01 لسنة 2012.

En langue française

1/ Andrey BEUN : Le principe de précaution en matière de responsabilité médicale, mémoire de DEA, droit privé générale, école doctorale n°74, Université du droit de santé,
Lille02, 2003, p 78.

2/ M. KAHLOULA & G. MEKAMCHA **:** La protection du consommateur en Droit algérien, (première partie), revue **IDARA**, vol05, n° 02,1995, p 13.

Textes juridiques

1/ Code civil français, 104ème édition, Dalloz, Paris, 2005.

2/Convention Européenne de Strasbourg du 17 janvier 1977 sur la responsabilité du fait des produits en cas de lésions corporelles ou du décès.

3/ Directive n° 85/374/CEE, du 25 juillet 1985 relative au rapprochement des dispositions législatives réglementaires et administratives des états membres en matière de responsabilité du fait des produits défectueux, modifiée et complétée.

توصيات اختتام اليوم الدراسي الوطني

1- تحيين دليل المستهلك ليتماشى والتعديل الجديد المرتقب.

2-ضرورة التسرع في إصدار النّصوص التنظيمية المتعلقة بضمان الخدمة ما بعد البيع.

3-إعادة تكييف بعض الجرائم الواقعة والماسة بأمن وسلامة المستهلك وإدراجها في قانون رقم 09-03 .

4- وضع ميكانيزمات أكثر فعالية تتماشى والتطور التكنولوجي وتدعيم أجهزة الرقابة بالكفاءات البشرية المتخصصة للقيام بدورها على أحسن وجه.

5- ضرورة إخضاع أجهزة الرقابة للمسؤولية عند الإخلال بواجباتها.

6- تشجيع الأعوان الاقتصاديين على التقيد بأحكام وقواعد قانون حماية المستهلك ومنح جوائز لمن يقدم خدمات ممتازة للمستهلك.

7- إدماج مبدأ الحيطة بشكل صريح في قوانين حماية المستهلك.

8- الرفع من مقدار الغرامة إلى الحد الذي يتناسب مع الأضرار المترتبة على المستهلك.

9- ضرورة إدراج نصوص تبين إجراءات التعويض للمستهلك في القانون الخاص بحماية المستهلك.

10-نشر ثقافة استهلاكية صحيّة بين عموم المواطنين تنعكس إيجابيا على قرارات مسئولي ومسيّري المؤسسات لتحسين الإنتاج والمحافظة على صحة وسلامة المستهلك.