

جامعة أحمد دراية أدرار



كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

## خدمة ما بعد البيع كآلية لحماية المستهلك

مذكرة ماستر تخصص: قانون الأعمال

تحت إشراف:

\*د. معامير حسبية

من إعداد الطالبين:

\*عقاوي الطاهر

\*حنين ياسين

لجنة المناقشة:

رئيساً

أستاذ بجامعة أدرار

د. مسعودي يوسف

مشرفاً ومقرراً

أستاذة بجامعة أدرار

د. معامير حسبية

عضواً مناقشاً

أستاذ بجامعة أدرار

د. القصاصي عبد القادر

تمت المناقشة بتاريخ: 2019/07/11

# إهداء

أهدي هذا العمل

إلى والديا الكريمين اللذان كانوا سببا في وصولي إلى هذا اليوم

إلى كل الأخوات وكل الأقران

إلى كل الاساتذة الاعزاء منابر العلم

إلى كل من كان له فضل علينا

إلى الأصدقاء والأحباء مكان الإخلاص

ياسين

إهداء

أهدي هذا العمل

إلى الوالدة الكريمة أطال الله في عمرها

إلى الأخ وجميع الأقارب

إلى الأساتذة الأفاضل و الزملاء

إلى كل الأصدقاء الأعزاء

إلى كل من ساعدني على إنجاز هذا العمل

الطاهر

## شكر وتقدير

الحمد لله و الشكر له بأن وفقنا لإتمام هذا العمل  
الشكر للأستاذة الدكتورة معامير حسيبة  
على إشرافها على هذا العمل فساندتنا  
وما بخلت علينا بشيء  
الشكر لكل قريب أو بعيد ولو بمجرد انه سأل.

# مقدمة

## مقدمة

تشهد دول العالم حراكا كبيرا في المجالين الصناعي والتجاري، مما أدى إلى تزايد الحركة الاستهلاكية وتدفق هائل للمنتجات والإقبال الكبير للمستهلكين على هذه المنتجات المعروضة في السوق، إلا أنه وبالرغم من كل الإيجابيات ظهرت مشكلة اتساع الفجوة المعرفية بين المستهلك الذي غالبا ما يكون جاهلا بخصائص المنتجات، وكل المعلومات التي تمكنه من استعمال المنتج دون تعرض مصلحته وأمنه وسلامته للخطر، وبين المحترف الذي يعد عالما بكل المعلومات بحكم خبرته في مجال النشاط الذي يشغله.

فالخلل في التوازن المعرفي جعل من المستهلك هو الطرف الضعيف في هذه العلاقة، وعليه فقد تدخل المشرع ليقوم بدور الحامي لإيجاد التوازن الذي تفقده هذه العلاقة، فتدخل بوضع سياسة استهلاكية شاملة، وضبط السوق ومراقبة حركة السلع والخدمات لتقييد التلاعبات وكل ما يشكل خطرا على سلامة المستهلك.

وكان ذلك عن طريق إصدار مجموعة من القوانين التشريعية والتنظيمية لتكريس حماية المستهلك، من بين أهم هذه القوانين القانون رقم 09-03<sup>1</sup> المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، فنظم عدة جوانب في العلاقة الاستهلاكية، انقسمت إلى ثلاثة أنواع من الالتزامات تجسدت في ثلاث مراحل لكل مرحلة مميزات وظروف تكوينها.

بداية من المرحلة السابقة على التعاقد، والتي لها تأثير على رضا المستهلك وتنوير إرادته وجلبه للتعاقد، وهنا نحن بصدد التزام المتدخل بالإعلام قبل التعاقد، فتعتبر مرحلة التأثير على رضا المستهلك، باعتباره من أهم الأركان التي يقوم عليها أي عقد، فجاء تنظيم المشرع لهذه المرحلة حماية لرضا المستهلك.

<sup>1</sup> - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، سنة 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر.ج. عدد 35، سنة 2018.

بعد ذلك تأتي مرحلة التعاقد، وهي مرحلة مهمة وحاسمة تقوم على ضرورة خلق توازن بين طرفي العقد، في هذه المرحلة أقدم المشرع على حماية المستهلك من تعسف المتدخلين وسيطرتهم على بنود العقد، التي تثقل كاهل المستهلكين وتعطي للمتدخلين ميزة التفوق والسيطرة على جميع مقومات العقد، كما يحمي المشرع من خلالها حق المستهلك في العدول عن العقد.

أما المرحلة الأخيرة تتمثل في مرحلة تنفيذ العقد، فتعتبر مرحلة بالغة الأهمية وفيها سعى المشرع لحماية المستهلك من تحلل المتدخلين من التزاماتهم أثناء وبعد تنفيذ العقد، ولعل أهم التزام يميز هذه المرحلة الالتزام بضمان العيوب الخفية للمنتجات.

ويعرف الالتزام بالضمان بأنه التزام كل متدخل خلال فترة زمنية محددة في حالة إذا ظهر عيب بالمنتج باستبدال أو إرجاع ثمنه، أو تصليح السلع والتعديل على الخدمات وذلك على نفقته.

ونظم المشرع أحكام الالتزام بالضمان على نوعيه، فالضمان القانوني يستفيد منه المستهلك بموجب القانون، حيث حدد المشرع المدة التي يستفيد منها من الضمان حسب طبيعة كل سلعة، على أن لا تقل هذه المدة عن ستة (6) أشهر بالنسبة للسلع الجديدة و(3) ثلاثة أشهر بالنسبة للسلع المستعملة، ويعتبر الضمان القانوني من النظام العام فلا يجوز الإنقاص منه أو إبطاله، إضافة إلى ذلك نص المشرع على الضمان الاتفاقي أو ما يسمى بالضمان الإضافي، وهو التزام تعاقدية محتمل يبرم لمنح المستهلك مدة ضمان أكبر من التي منحها إياه المشرع في الضمان القانوني، لكن هناك حالات يسقط فيها حق المستهلك في الاستفادة من الضمان، بسبب أن العيب الذي شاب المنتج عيب غير تصنعى، أو في حالة انتهاء فترة الضمان يكون المستهلك في وضع يضطر من خلاله إلى عدم استعمال المنتج لعدم صلاحيته، فوضع المشرع حل لهذه المشكلة، بإدراجه من خلال نصوص القانون 09-03 لالتزام خدمة ما بعد البيع.

ويرجع السبب في اختيارنا لهذا الموضوع في الأهمية التي تتميز بها خدمة ما بعد البيع نظرا لجهل أغلب المستهلكين بأنها لم تعد مجرد امتياز على السلع بل أصبحت إلزامية على كل المتدخل بموجب القانون رقم 09-03، فهي كالتزام تحقق غرض المستهلك من اقتناء المنتج، والمتمثل في الاستفادة من هذا الأخير لأطول مدة ممكنة وليس لمدة محددة كما هو في الالتزام بالضمان.

ويكمن الهدف من دراسة هذا الموضوع، تبيان التنظيم القانوني لالتزام خدمة ما بعد البيع، والتعريف بالوسائل الرقابية التي وضعها المشرع لإلزام المتدخل بتنفيذ التزامه هذا، وتبيان مدى نجاعة وسائل الرقابة التي فرضها المشرع على المتدخلين على تنفيذ هذا الالتزام.

في إطار دراستنا لهذا الموضوع اعترضتنا بعض الصعوبات، تمثلت في نقص المعالجة التحليلية لهذا الموضوع نتيجة لحدائته في المجال التشريعي والتنظيمي، وإن وجدت اتسمت بتباين الآراء حول تفسير أحكام خدمة ما بعد البيع.

في ضوء تحديد نطاق الموضوع وعرض أهميته سنعتمد على الاشكالية التالية: إلى أي مدى يمكننا اعتبار القواعد القانونية التي جاء بها المشرع الجزائري في تنظيمه لإلزامية خدمة ما بعد البيع فعالة لحماية المستهلك؟

ولالإجابة على هذه الإشكالية كان لا بد لنا من العمل وفق منهج يضمن معالجة الصحيحة والثرية للموضوع، فارتأينا إتباع المنهج التحليلي لتحليل أحكام بعض النصوص القانونية في هذا الصدد، ووفقا لذلك جاء موضوعنا مقسم إلى فصلين:

في الفصل الأول حاولنا توضيح المفاهيم الفقهية والقانونية لخدمة ما بعد البيع وتمييزها عما يشابهها والحديث هنا عن إلزامية الضمان نتيجة للتداخل الكبير بينها وبين إلزامية خدمة ما



بعد البيع، ثم نتحدث عن شروطها وكذا صورها، إضافة إلى تحديد نطاقها الشخصي والموضوعي.

أما في الفصل الثاني تناولنا آليات تفعيل خدمة ما بعد البيع، من أجل احترام هذا الالتزام وتطبيق الأحكام الموضوعية التشريعية والتنظيمية في القانون من طرف المتدخل، كان لزاما وضع آليات رقابية لمراقبة مدى التزام المتدخلين بها، وتسهيل الردع الإداري والقضائي في حالة ثبوت المخالفة لهذه الأحكام، كما حاولنا تحديد الإشكالات التي تعترض تفعيل هذا الالتزام على أرض الواقع.

## الفصل الأول

ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

## الفصل الأول

### ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

إن سياسة حماية المستهلك تفرض من خلال النصوص التشريعية والتنظيمية التي أقر بها المشرع الجزائري على كل متدخل في العملية الاستهلاكية، وهي جملة من القواعد والالتزامات عليه الخضوع لها وعدم مخالفتها، ولعل من بين أهم تلك القواعد والالتزامات، القواعد التي يلتزم بها بعد التعاقد (سواء بعد بيع سلع أو خدمات)، بحيث تعتبر هذه القواعد بمثابة حماية للمستهلك إثر استعماله لهذه المنتجات، وتفاديا للأضرار التي قد تلحق هذه المنتجات هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعمل هذه القواعد كإجراءات وقائية لضبط التصرفات والمعاملات التجارية العديدة.

وعلى ذلك في هذا الفصل سنتناول أهم التزام يقع على عاتق المتدخل بعد التعاقد، ألا وهو الالتزام بالخدمة ما بعد البيع. فسنحدد مفهوم هذا الالتزام (المبحث الأول)، ثم نحدد نطاق تطبيقه (المبحث الثاني).

## المبحث الأول

### مفهوم خدمة ما بعد البيع

تعتبر خدمة ما بعد البيع من الإضافات التي جاء بها المشرع الجزائري من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، حيث لم ينص عليها في القانون السابق الملغى رقم 89-102<sup>1</sup>، فأعطى بذلك حماية إضافية وأكثر فعالية للمستهلك حتى بعد انتهاء فترة الضمان، تمثلت في فترة دخول خدمات ما بعد البيع.

جاءت هذه الإضافة بعد توجه العديد من المؤسسات الاقتصادية للبحث عن التميز عن منافسيها في الأسواق، من خلال جلب اهتمام المستهلك لتعاقد جديد مع هذه المؤسسة في رحلة بحث منه عن ضمان صلاحية السلع والخدمات وجودتها لمدة أطول، وذلك من خلال الخدمات المقدمة بعد عملية البيع.

وعليه أصبحت خدمات ما بعد البيع معيارا لقياس فعالية المؤسسات الاقتصادية، وذلك باعتبارها وسيلة مهمة للترويج لمنتجاتها بحثا عن ثقة المستهلك بها. من خلال هذا المبحث سنحاول تحديد معنى لإلزامية خدمة ما بعد البيع وأهميتها (المطلب الأول)، وكذا نبين شروطها وصورها في (المطلب الثاني).

<sup>1</sup> - القانون رقم 89-02، المؤرخ في 07 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج. عدد 06، سنة 1989، ملغى بموجب القانون 09-03.

## المطلب الأول

### تعريف خدمة ما بعد البيع

أقر المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 09-03 إلى جانب حق المستهلك في الضمان حقه أيضا في خدمة ما بعد البيع، وتعتبر هذه الأخيرة وسيلة تنافسية فعالة بالنسبة للمتدخلين لجلب العملاء والزبائن من خلالها، وقد حظيت باهتمام الفقهاء خاصة منهم الاقتصاديين والقانونيين.

في هذا المطلب سنحدد معنى خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، ونبين أهمية هذا الالتزام بالنسبة للمستهلك والمتدخل (الفرع الثاني)، والتمييز بين إلزامية الضمان وإلزامية خدمة ما بعد البيع (الفرع الثالث).

## الفرع الأول

### تعريف خدمة ما بعد البيع

تعرف خدمة ما بعد البيع لدى فقهاء الاقتصاد على أنها: «كل الأنشطة التي يبذلها المنتج، والتي من شأنها تمكين المستهلك من تأمين أفضل استفادة يحصل عليها من السلع، من خلال زيادة المنافع الإضافية، بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجياته ورغباته»<sup>1</sup>. يرى الفقهاء الاقتصاديون من خلال هذا التعريف أن خدمة ما بعد البيع هي مجموعة الخدمات والأنشطة التي يقوم بها المنتج لكسب رضا المستهلك من أجل أقصى انتفاع من هذا الأخير بهذه السلع.

وتعرف خدمة ما بعد البيع في معناها الواسع، بأنها الخدمة التي تتعلق بكل أنواع الخدمات التي تعرض بعد إبرام عقد البيع، والتي تتعلق بالسلع المباعة مهما كانت طريقة

<sup>1</sup> - ماتن زينب ، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل استراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الانتاجية دراسة حالة مجمع (SOVAC) للسيارات-الجزائر-مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر(3) ، كلية العلوم التجارية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، 2010/2011، ص 113.

## الفصل الأول: ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

عملها، كالتسليم في محل سكني أو التركيب أو الصيانة، وبهذا المعنى يكون الضمان القانوني أو الاتفاقي جزء من هذه الخدمة<sup>1</sup>.

نلاحظ من خلال التعريف الموسع لخدمة ما بعد البيع، أنها تشمل كل الأنشطة التي تتعلق بالمنتجات بعد عملية التعاقد، ويدخل ضمن هذه الأنشطة والخدمات مختلف الخدمات كالتسليم في المنزل، خدمة التركيب، الصيانة والتصليح، توفير قطع الغيار. وبالإضافة إلى التعريف الموسع لخدمة ما بعد البيع توجد عدة تعاريف أخرى لهذه الخدمة نذكر منها:

1\_ « هي خدمات داعمة إضافية تقدم بعد عملية الشراء للعميل بهدف ترغيبه بالشراء وزيادة رضاه وبناء علاقة طيبة طويلة معه »<sup>2</sup>.

2\_ « هي كل الأنشطة التي يبذلها المنتج والتي من شأنها تمكين المستهلك على شراء وتأمين أفضل استفادة يحصل عليها من السلع من خلال منافع إضافية بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجاته ورغباته »<sup>3</sup>.

أما في المعنى الضيق: « فيدخل في هذه الخدمة الأداءات التي تكون مقابل دفع تكاليف إضافية لا يشملها ثمن الشيء المبيع، بحيث يقوم البائع بكل عمليات الإصلاح والصيانة للمبيع المسلم لكن يجب على المشتري دفع تكاليف إضافية »<sup>4</sup>.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلم يقدم تعريف للخدمة ما بعد البيع ولكن بتحليل نص المادة 16 من القانون رقم 09-03<sup>5</sup>، نلاحظ أن المقصود بالتزام خدمة ما بعد البيع في نظر المشرع الجزائري أنها مجموعة الأداءات التي تتعلق بضمان صيانة وإصلاح المنتج المعروض في السوق في الحالة التي لا يمكن للضمان أن يؤدي مفعوله، مما يميزه ويجعله التزاما

<sup>1</sup> - جريفيلى محمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد ( دراسة مقارنة ) ، رسالة دكتوراه ، جامعة أحمد دراية أدرار ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، أدرار ، الجزائر ، 2017/2018 ، ص 279.

<sup>2</sup> - ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية condor ( بولاية البويرة )، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، 2016، ص 176.

<sup>3</sup> - مرجع نفسه، الموضوع نفسه.

<sup>4</sup> جريفيلى محمد، مرجع سابق، ص 279 .

<sup>5</sup> - أنظر المادة 16 من القانون 09-03 سالف الذكر.

مستقلا بذاته عن الالتزام بالضمان سواءاً الضمان القانوني أو الاتفاقي، ومنه فالمشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الضيق لالتزام خدمة ما بعد البيع.

من خلال التعريفات السابقة لإلزامية خدمة ما بعد البيع نستنتج خاصيتين أساسيتين لهذا الالتزام تمثلتا في:

#### أولاً: خاصية الإلزامية

تعتبر خدمة ما بعد البيع من المستجدات التي جاء بها قانون حماية المستهلك في سبيل ملئ الفراغ التشريعي الذي ساد قانون 89-02 (الملغى)، إذ لا تتوقف حماية المشرع للمستهلك بمجرد انتهاء مدة الضمان، بل ألزمت المادة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع<sup>1</sup>.

الملاحظ هنا أن خدمة ما بعد البيع اكتسبت خاصية الإلزامية بقوة القانون من خلال نص المادة 16، بعد ما كانت هذه الخدمات مجازة للمتدخلين يستعملونها كوسيلة للدعاية لجلب الزبائن لاقتناء منتوجاتهم، فيضعون عبارة خدمة ما بعد البيع متوفرة على إعلاناتهم.

#### ثانياً: خاصية عدم المجانية

أخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الضيق لخدمة ما بعد البيع وبالتالي فصلها عن الزامية الضمان التي تكون مجانية وعلى نفقة المتدخل، فنص المشرع في المادة 13 من القانون رقم 09-03 على ما يلي:

«... يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتوج، استبداله أو ارجاع ثمنه، أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته ...».

تتطلب خدمات ما بعد البيع ثمناً اتفاقياً غير مشمول بثمان البيع<sup>2</sup>. فخدمات ما بعد البيع تخرج عن ثمن البيع وهي ليست ضمن الضمان القانوني أو الاتفاقي ولها سعر يحدده المتدخل، وعلى هذا الأخير أن يقوم بإعلام المستهلك أثناء إبرامه للعقد بسعر خدمات ما

<sup>1</sup> شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012/2011، ص 69.

<sup>2</sup> صايد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 01، قسنطينة، الجزائر، 2014/2013، ص 67.

## الفصل الأول: ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

بعد البيع، وتحديد تعريفات وقيمة كل خدمة حتى لا يقع المستهلك في الغلط، وهذا ما نصت عليه المادة 4 من القانون رقم 04-02<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني

#### أهمية خدمة ما بعد البيع

تتجلى أهمية خدمات ما بعد البيع عموماً في النقاط التالية:

— تعتبر خدمات ما بعد البيع بمختلف أنواعها عاملاً أساسياً للمؤسسة في تحضير المستهلك لتقييم السلعة واستعمالها ومن ثم التحضير للشراء القادم، تمثل هذه الخدمات أساس القيمة المضافة التي تخلقها المؤسسة في ظل أسواق تتميز بقوة التكنولوجيا<sup>2</sup>.

— كما تمارس خدمات ما بعد البيع من طرف الشركة المنتجة للأجهزة والآلات المعمرة أو الموزعين أو من قبل شركات مستقلة، لكن يعملون في أغلب الأحيان كصفة وكيل للشركة المنتجة أو موزع وذلك على شكل محطات للخدمة موزعة على مناطق مختلفة في البلاد، كما تقدم بعض الشركات خدماتها بشكل لامركزي، وتعهد بها إلى عدد من الموزعين أو الوسطاء في شكل وكلاء معتمدين من طرفها، أو تعهد إلى شركات متخصصة وفقاً لطبيعة المنتجات، كما أن تلك الخدمات تولد نسبة أرباح على الدخل أكثر بمرتين من مبيعات السلعة أو جوهر الخدمة<sup>3</sup>.

— كما ترجع أهمية الخدمة ما بعد البيع على وجه الخصوص، إلى أن صلاحية أو كفاءة الأجهزة المباعة أحياناً لا تظهر عيوب السلع إلا باستعمالها خلال فترة زمنية معينة، الأمر الذي أقنع بائعي هذه المنتجات بأن البيع لم يعد تصرفاً وقتياً، ينتهي بنقل ملكية الشيء المباع للمشتري، إنما أصبح اتفاقاً مركباً ومعقداً يصطحب بعمليات عديدة، تبدأ من لحظة

<sup>1</sup> - أنظر المادة 04 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج. عدد 41، سنة 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أغسطس 2010 ج.ر.ج. عدد 46، سنة 2010.

<sup>2</sup> - ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 177.

<sup>3</sup> - سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الأول، المجلد 29، 2013/2012، ص 303.



إبرامه وتتوزع خلال كل مدة استعمال السلعة، ومن بين هذه العمليات خدمة الإصلاح وصيانة الشيء المبوع<sup>1</sup>.

## الفرع الثالث

### تمييز الزامية خدمة ما بعد البيع عن الزامية الضمان

بعد إغفال المشرع تنظيم الزامية خدمة ما بعد البيع في القانون 89-02 (الملغى)، بحيث اكتفى بالحديث عن الزامية الضمان لحماية المستهلك وضمان حقه إذا ما شاب المنتج عيب بعد استخدامه من طرف المستهلك، عاد المشرع ليتدارك الأمر من خلال القانون رقم 09-03 الذي جاء بمستجدات جديدة من بينها المادة 16 التي تقضي بأن الحماية لا تتوقف بمجرد انتهاء فترة الضمان، بل تتعداه لتحقيق أكبر استفادة ممكنة من المنتج، لهذا بعد انتهاء فترة الضمان القانوني والاتفاقي يأتي الدور على خدمة ما بعد البيع كالتزام مكمل لالتزام الضمان، لذلك وجب على المستهلك أن يميز بين الالتزامين لتفادي استغلال جهله بها من طرف المتدخلين.

وقد نصت المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58<sup>2</sup> على ما يلي:

« يلتزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المبوعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة.

ويجب أن تتضمن خدمة ما بعد البيع على الخصوص الخدمات الآتية:

- المراجعات الدورية التي يغطيها الضمان.

- العناية والصيانة والتصليح.

- بيع قطع الغيار واللوازم المصادق عليها من طرف الصانع. ».

من خلال نص هذه المادة نستنتج أن الزامية خدمة ما بعد البيع تتفرع عن الزامية الضمان فكل ما ورد عليه الزامية الضمان من سلع يكون تنظيم خدمة ما بعد البيع بشأنه

<sup>1</sup> - بن عمارة محمد ، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري ، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، وهران، الجزائر، 2013/2012، ص 15 .

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المؤرخ في 08 فبراير 2015، يحدد شروط وكيفية ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج.ر.ج. عدد 05 سنة 2015.

## الفصل الأول: ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

ملزماً على المتدخل، فتتشابه الزامية الضمان مع الزامية خدمة ما بعد البيع في الغرض المنشود لهما والتمثل في الاستفادة من المنتج لأطول وقت ممكن.

أما بالنسبة للفرق بينهما، ففي مجال خدمة ما بعد البيع الأمر يختلف تماماً عما هو في الضمان التقليدي، إذ أن البائع يعرض جملة من الخدمات في شكل عقد ما بين المحترف والمستهلك موضوعه ضمان الصيانة خلال مدة الضمان دون الاستغناء عن الضمان القانوني<sup>1</sup>. وهذا ما توضحه المادة 14 من قانون 09-03 التي نصت على:

« كل ضمان آخر مقدم من المتدخل بمقابل أو مجاناً، لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه »

نلاحظ من خلال هذه المادة بأن الالتزام بالضمان مستقل عن الالتزام بخدمة ما بعد البيع، وأن الاستفادة بخدمة ما بعد البيع لا يعني إلغاء الضمان حتى في الآجال القانونية والاتفاقية للضمان، ولذلك على المستهلك أن يعي بحقه في خدمة ما بعد البيع فضلاً عن حقه في الضمان.

تختلف إزامية الضمان عن الزامية خدمة ما بعد البيع في كون المقابل في إزامية الضمان يقع على عاتق المنتج حسب المادة 13 فقرة 04 من القانون 09-03<sup>2</sup>، وذلك عكس ما هو عليه الحال بالنسبة لخدمة ما بعد البيع حيث تكون الأعباء المالية على نفقة المستهلك.

كما تختلف الزامية خدمة ما بعد البيع عن إزامية الضمان في المدة الزمنية لكل التزام، فالمدة التي يستفيد فيها المستهلك من الزامية الضمان محددة حسب القائمة الوزارية، وهي تتراوح ما بين 6 اشهر و18 شهراً حسب طبيعة كل سلعة<sup>3</sup>.

كما لا تقل مدة الضمان عن 6 أشهر بالنسبة للسلع التجهيزية التي لم يصدر تنظيم بشأنها<sup>1</sup>، أما بالنسبة للسيارات فتحدد المدة في حدود 36 شهراً<sup>2</sup>، لكن الزامية خدمة ما

<sup>1</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 80.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 04 من القانون 09-03 السالف الذكر.

<sup>3</sup> - أنظر الملاحق من 01 إلى 07 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، ج.ر.ج. ج العدد 03، سنة 2015.

بعد البيع غير محددة المدة كما هو في الضمان وتعتبر ملزمة ما دام المنتج قيد الاستعمال وطول مدة حياة المنتج يلزم المتدخل بتوفير خدمة ما بعد البيع. تقتصر الزامية الضمان على العيب الذي لا يد للمستهلك فيه، ويكون نتيجة خلل صناعي فيلزم المتدخل بضمان إصلاح هذا العيب، بينما تشمل إلزامية خدمة ما بعد البيع كل خلل يصيب المنتج سواءً كان الخلل صناعياً أو كان الخلل ناجماً عن سوء استعمال للمنتج، كما نصت على ذلك المادة 379 من القانون المدني<sup>3</sup> بحديثها عن ضمان العيب الخفي الذي يشوب المنتجات.

### المطلب الثاني

#### شروط خدمة ما بعد البيع وصورها

حتى نكون أمام التزام بخدمة ما بعد البيع اتفق أغلب التشريعات على وجوب توفر شروط معينة لوجوب قيام هذا الالتزام، هذا ما سنتناوله (الفرع الأول)، في حال توفرت هذه الشروط وقام الالتزام على عاتق المتدخل، فوجب عليه تنفيذ هذا الالتزام بالقيام بمجموعة من الخدمات لصالح المستهلك، ولمعرفة التصرفات التي يمكن اعتبارها خدمة ما بعد البيع وجب علينا معرفة الصور التي يكون عليها هذا الالتزام (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> - أنظر المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 مؤرخ 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر.ج. عدد 49، سنة 2013.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 37 من المرسوم التنفيذي 15-58، سالف الذكر.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 379 من الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج. عدد 78، سنة 1975، المعدل والمتمم بالقانون 05-10، ج.ر.ج. عدد 44، سنة 2005.

## الفرع الأول

### شروط خدمة ما بعد البيع

يقع على عاتق المتدخل الالتزام بخدمة ما بعد البيع، ولقيام هذا الالتزام وجب توفر شرطين أساسيين، يتمثل الشرط الأول في ضرورة انتهاء فعالية الالتزام بالضمان (أولاً)، أما الشرط الثاني فيتمثل في دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك (ثانياً).

#### أولاً: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان

ويقصد بانتهاء فعالية الالتزام بالضمان، الحالات التي لا يمكن للمستهلك أن يطالب فيها بالضمان ونجملها في حالتين:

1- الحالة التي تنتهي فيها المدة القانونية للضمان وذلك بموجب القرار الوزاري المشترك المحدد لمدة الضمان حسب كل سلعة<sup>1</sup>، فبمجرد انتهاء هذه المدة ينقضي الالتزام بالضمان بقوة القانون، كما أنه يمكن أن يكون هناك ضمان إضافي حسب الاتفاق، فتنتهي فعالية الضمان بانتهاء الفترة المتفق عليها.

2- الحالة التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره فيها، فالمتدخل ملزم بإصلاح وصيانة المنتج الذي ظهر به عيب قبل انقضاء المدة المقررة للضمان، فإذا طرأ عيب على المنتج بسبب خطأ من المستهلك، فالمتدخل هنا ملزم بإصلاح المنتج مجاناً، وهو ما يجعل الضمان لا يغطيه حتى ولو لم تنتهي المدة القانونية والاضافية للضمان<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - أنظر ملحقات من 01 إلى 7 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014 السالف الذكر.

<sup>2</sup> - بوهنتالة أمال ، قداش سلوى ، واقع الالتزام بالضمان و خدمة ما بعد البيع في الجزائر ، مجلة الدراسات و البحوث القانونية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة باتنة 1 ، عدد 06 ، ص 207.

وقد فرقت المادة 16 من القانون رقم 09 - 03<sup>1</sup> المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بين خدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان ضمنيا، فجعلت خدمة ما بعد البيع تدخل حيز التنفيذ بنهاية مدة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره<sup>2</sup>. وهو ما يجعل العمل بخدمة ما بعد البيع مشروطا بعدم فعالية الضمان سواء بسبب زمني أو موضوعي.

### ثانيا: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك

يتلقى المتدخل في إطار التزامه بخدمة ما بعد البيع مقابلا يدفعه المستهلك له، حيث يقوم المتدخل بإصلاح أو صيانة المنتج إذا طلب منه المستهلك ذلك، لكن بمقابل مادي يدفعه هذا الأخير، ولا يجوز للمتدخل رفض أداء التزامه هذا، فإذا ما رفض ذلك جاز مساءلته جزائيا، إلا أنه يجوز لأطراف العقد الاتفاق على أن يكون الإصلاح والصيانة في إطار خدمة ما بعد البيع مجاني، كأن يتم الاتفاق بينهما على أن تكون أول صيانة أو إصلاح أول عيب يطرأ على المنتج بعد انتهاء فترة الضمان على عاتق المتدخل، وذلك في سبيل الترويج لمنتجاته بهدف ترغيب المستهلك بشرائها وزيادة رضاه<sup>3</sup>.

## الفرع الثاني

### صور خدمة ما بعد البيع

إن خدمة ما بعد البيع من الالتزامات الواقعة على عاتق المتدخل لصالح المستهلك، وتتجلى في شكل خدمات متعلقة بالمنتج المبيع، منها ما هو مرافق للبيع كاستلام المنتج بالمنزل ومنها ما يكون بعد استلام المنتج كخدمات إضافية. في هذا الفرع سنفصل في الصور التي تشكل خدمة ما بعد البيع.

<sup>1</sup> - أنظر المادة 16 من القانون 09-03 السلف الذكر.

<sup>2</sup> - مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، الجزائر، 2016/2015، ص 22.

<sup>3</sup> - بوهنتالة أمال، قداش سلوى، مرجع سابق، ص 207.

### أولاً: خدمة التصليح والصيانة

تدخل عملية الإصلاح في نطاق ما يعرف بالصيانة الاصلاحية التي يجب أن تجري عندما يحدث تلف أو عطل للمنتج المبيع، لتؤدي إلى علاج وإصلاح هذا العطل وذلك التلف وإزالة أسبابه.

وتفترض خدمة التصليح والصيانة أن لدى مقدم الخدمة فريق من الفنيين المختصين القادرين على الاستجابة الفورية لمكالمات واتصالات العملاء، كمهندس كهربائي ميكانيكي وعامل فني، بحيث يمكن اصلاح كل ما يتعلق بالجهاز المبيع من الناحيتين الكهربائية والميكانيكية<sup>1</sup>.

إن الالتزام بالصيانة والإصلاح يعد جوهر الالتزامات التبعية للالتزام بتسليم المبيع، والتي تقع على عاتق البائع، حيث يهدف إلى تحقيق غرض المشتري من اقتناء المبيع وإبقاء هذا الاخير في حالة جيدة لأطول وقت ممكن<sup>2</sup>.

ويلاحظ أن الاصلاح أدق من الصيانة، حيث يقصد به إعادة الشيء المبيع إلى حالته الصحيحة بعد خلل طرأ عليه، بينما الصيانة تشمل جميع الاعمال اللازمة لحفظ الشيء في حالة صحيحة<sup>3</sup>.

### ثانياً: خدمة التركيب

يضمن المنتج البائع خدمة التركيب، وتزداد أهمية هذه الخدمة خاصة في بعض الاجهزة التقنية التي تتطلب مهارة فنية معينة من أجل تركيبها وضمان السير الحسن لها، ذلك لأنه قد يتسبب تركيب الشيء في اتلاف الجهاز أو التقليل من فعاليته، ومن أمثلة الاجهزة التي

<sup>1</sup> - بن عمارة محمد ، مرجع سابق ، ص 48.

<sup>2</sup> - أمازوز لطيفة، التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري ، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، تيزي وزو، 2010/2011، ص 145.

<sup>3</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 48.

تتطلب مهارة معينة في التركيب نذكر منها: تركيب أجهزة الانذار في المنزل، أو مكان العمل أو مصنع معين<sup>1</sup>.

### ثالثا: خدمة التسليم في المنزل

انتشرت خدمة التسليم في المنزل، ولم تعد تقتصر على الآلات والأجهزة الكهرومنزلية، بل اتسعت دائرة المنتوجات المشمولة بها، وتمثل هذه الخدمة في توفير وسيلة النقل الملائمة من مكان البيع، سواء كان محلا للبيع أو مصنعا للإنتاج إلى محل إقامة المشتري، وتكون أتعاب هذه الخدمة مشمولة بثمن البيع<sup>2</sup>.

### رابعا: خدمة توفير قطع الغيار

لقد جاء في المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المحدد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، أنه يجب على الوكيل أن يلتزم بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المبيعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة، ويجب أن تتضمن خدمة ما بعد البيع على الخصوص مجموعة من الخدمات، ومن بينها بيع قطع الغيار واللوازم المصادق عليها من طرف الصانع<sup>3</sup>.

من خلال نص المادة نلاحظ أنه يلزم على المتدخل بأن يقوم بتوفير قطع الغيار الجديدة للمستهلك في حالة تلف القطع المستخدمة، لا يستطيع البائع الهروب من التزاماته لعدم توفر قطع الغيار اللازمة لتوقف انتاجها أو لارتفاع سعرها، بل يجب عليه أن يثبت أنه قام ببذل الجهد اللازم لتوفير قطع الغيار أو أن هذا يتجاوز مقدرته<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - حراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، الجزائر، تيزي وزو، 2012/2011، ص47.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه، الموضوع نفسه.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 38 من المرسوم التنفيذي 15-58 السالف الذكر.

<sup>4</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 50.

ولا يتحلل البائع من مسؤوليته إلا إذا أثبت أن عدم التنفيذ يرجع إلى سبب أجنبي أو قوة قاهرة لا يد له فيها، ويعتبر من قبيل السبب الأجنبي حظر استيراد قطع غيار الجهاز إثر إعلان حالة الحرب مع الدولة المصنعة<sup>1</sup>.

## المبحث الثاني

### نطاق تطبيق الزامية خدمة ما بعد البيع

إذا كان الأصل في القواعد العامة نسبية العقد، غير أن الواقع أثبت أن كثيرا من المستهلكين المتضررين لا تربطهم علاقة تعاقدية مباشرة بالمتدخل، فهل يجوز لهذه الفئة المطالبة بتوفير خدمة ما بعد البيع في إطار قواعد حماية المستهلك، أم أن الحماية تقتصر على أطراف العلاقة التعاقدية فقط، أما بالنسبة للمنتوج فإن هناك العديد من المنتوجات التي تدخل في نطاق الحماية المخولة للمستهلك ويسأل عنها المتدخل. و عليه في هذا المبحث سنتناول نطاق تطبيق الزامية خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص (المطلب الأول)، ثم نطاق تطبيق الزامية خدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

### نطاق التطبيق من حيث الأشخاص

إذا ما تعلق الأمر بإبرام عقد بيع الذي ينظم أحكامه القانون المدني، فإننا نجد أن الضمان يتعلق بأطراف عقد البيع المتمثلة في البائع والمشتري، وبالتالي المستفيد هو المشتري سواء كان شخص عادي أو محترفا، والبائع ملزم بالضمان على مختلف أنواعه. أما فيما يخص التزام خدمة ما بعد البيع المنصوص عليه في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يفترض أنه حق للمستهلك العادي والتزام على عاتق المتدخل باعتبارهما أطراف أساسية في العلاقة الاستهلاكية. و عليه في هذا المطلب سنتحدث عن المستهلك كطرف مستفيد من إزامية خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، وعلى المتدخل كطرف ملزم بتوفير هذا الالتزام (الفرع الثاني).

<sup>1</sup> - أمازوز لطيفة، مرجع سابق، ص 138.



## الفرع الأول

### المستهلك كطرف مستفيد من خدمة ما بعد البيع

تبدو أهمية تحديد مفهوم المستهلك أنه يسمح بتحديد نطاق تطبيق قواعد الحماية من حيث الأشخاص، بمعنى أنه يترتب على هذا التحديد معرفة من ينطبق عليه وصف المستهلك من الحماية، ومعرفة ذلك يتوجب علينا تعريف المستهلك لغة وفقها ومعرفة الاتجاه الفقهي الذي يأخذ به المشرع الجزائري من خلال التعريف (أولاً)، ثم تبين عناصر تعريف المستهلك حسب المنظومة القانونية الجزائرية (ثانياً)

#### أولاً: تعريف المستهلك

يعرف المستهلك لغة على أنه الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك وهذه الأخيرة تعني فلان قضى من شيء ما حاجته، أو استنفذها.<sup>1</sup>

أما فقهيًا فقد احتدم الخلاف حول موضوع تعريفه، ذلك لأن صفة المستهلك يمكن أن تطلق ليس فحسب على من يحصل على متطلباته الأساسية أو الكمالية لسد حاجاته الشخصية أو الأسرية، بل أيضا على من يشتري مال أو خدمة لأغراض صناعته أو حرفته، وترتب على ذلك الخلاف ظهور اتجاهين مختلفين:

#### الاتجاه الموسع لتعريف المستهلك:

فيقصد بالمستهلك في الاتجاه الموسع كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة. إذن يعتبر مستهلكا وفقا لهد الرأي من يشتري سيارة لاستعماله الشخصي ومن يشتري سيارة لاستعماله المهني لأن السيارة تستهلك في الحالتين عن طريق استعمالها.<sup>2</sup>

بينما من يشتري هذا الغرض بهدف إعادة بيعه لا يعتبر مستهلكا لأن الغرض لم يستهلك بعد.

<sup>1</sup> - غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، منشورات زين الحقوقية، الطبعة الثانية، لبنان، 2011، ص 19.

<sup>2</sup> - السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دار الجامعة، مصر، 2013، ص 21.

وطبقا للمفهوم السابق فإن المحترف الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني يعتبر مستهلكا استنادا إلى أن هذا المهني قد يجد نفسه في مواجهة متعاقد محترف. والهدف من ذلك مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني الذي يبرم تصرفات لا تخدم مهنته. ليكون بمثابة المستهلك قليل الخبرة وليس المهني المحترف<sup>1</sup>.

### الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك:

وفق هذا الاتجاه فإن المستهلك هو كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ووفقا لهذا الرأي يخرج كل من يقوم بالتصرفات القانونية من أجل أغراض حرفته أو مهنته<sup>2</sup>.

وعرف أيضا "ذلك الشخص الذي يبرم عقودا مختلفة من شراء و إيجار وغيرها، من أجل توفير ما يحتاج من سلع وخدمات وأغذية وأدوية لإشباع حاجاته الضرورية والكمالية الآنية والمستقبلية، دون أن تكون لديه نية المضاربة بهذه الأشياء أو إعادة تسويقها<sup>3</sup>.

وفق هذا الاتجاه لا يعد مستهلكا من يقتني مالا أو خدمة لغرض مزدوج، أي مهني وآخر غير مهني كأن يقتني وكيل عقاري سيارة يستعملها ليس فقط من أجل استخداماته المهنية لكن أيضا من أجل نقل أسرته وهذا ما يسمى الاستعمال المختلط<sup>4</sup>.

وقد احتج أنصار هذا الاتجاه بحجج واعتبارات منها، أن المفهوم الضيق للمستهلك يسمح للسلطات بضبط شؤون الاستهلاك لدى الأفراد، وأن الأصل في إصدار التشريعات هو حماية الشخص العادي وهو الضعيف<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، منشورات حلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2016، ص17.

<sup>2</sup> - جريفيلي محمد، مرجع سابق، ص 16.

<sup>3</sup> - مرجع نفسه، موضع نفسه، ص 16.

<sup>4</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، مرجع سابق، ص 21.

<sup>5</sup> - جريفيلي محمد، مرجع سابق، ص 17.

كما أن معرفة ما إذا كان المحترف يتصرف داخل مجال اختصاصه أم لا، يتطلب دراسة كل حالة بحالة. إذن المعيار الذي أخده هذا الاتجاه هو معيار الغرض من التصرف والذي يحدد تصنيف المتعاقد ما إذا كان مستهلكا أم محترفا<sup>1</sup>.

أما المشرع الجزائري فقد تناوله في إطار القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>2</sup> من خلال النص على عناصره، لكن رغم ذلك فإن التناقض في تعريفه قائم بسبب سريان تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش<sup>3</sup>.

كما عرف القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المستهلك بأنه: « كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني »<sup>4</sup>.

ويتضح أن المشرع الجزائري لم يحدد ما إذا كان المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا، ويستخلص كذلك أن المشرع الجزائري خص بالحماية فئة المستهلكين غير المحترفين، لأن هذه الأخيرة هدفها من الاستهلاك هو إشباع حاجة غير تجارية، ويكون قد استبعد من يقتني منتجات لحاجته المهنية أو الصناعية من نطاق الحماية المقررة للمستهلك، والذي يسمى المستهلك المحترف، لأنه صاحب خبرة ودراية وبذلك فهو لا يستفيد من الحماية القانونية<sup>5</sup>. وهو ما يؤكد أن المشرع الجزائري واکب بأحكامه الاتجاه الضيق في تعريف المستهلك.

<sup>1</sup> - رمزي بيد الله علي الحجازي، مرجع سابق، ص 22.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 03 من القانون 03-09 السالف الذكر.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 02 فقرة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج عدد 5، سنة 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم تنفيذي رقم 01-315، مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج.ج عدد 61، سنة 2001.

<sup>4</sup> - أنظر المادة 03 من القانون رقم 02-04، السالف الذكر.

<sup>5</sup> - زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، بدون طبعة، دار هومة، الجزائر، 2009، ص 35.

## ثانياً: عناصر تعريف المستهلك

يتحدد المقصود بالمستهلك عن طريق ثلاث عناصر وهي:

أ- المستهلك قد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً أقر المشرع الجزائري في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 سالف الذكر بأن المستهلك هو « كل شخص... » أي أنه لم يحدد ما إذا كان الشخص طبيعياً أو معنوياً ولتجنب الغموض تدارك الأمر في القانون 03-09 وحسم طبيعة المستهلك حين أدخل طائفة الأشخاص المعنوية داخل دائرة المستهلكين المقرر حمايتها حيث كان تبريره في أنها أحياناً لا تمارس نشاطاً مهنيًا تحصل منه على مواردها المالية أو على أسباب وجودها ومن ثم فإنها تشبه المستهلك العادي تماماً<sup>1</sup>.

ب- العنصر الثاني يتمثل في أن المستهلك يبرم العقود من أجل الحصول على السلع والخدمات للمنفعة وأن يكون غير مختص في مجال هذه المعاملة، ودون أن تكون لديه نية في إعادة بيعها أو تصنيعها، فالفرد يحصل على الألبسة ليلبسها والمنزل ليسكنه... إلخ.

حتى لو كان منتجاً لتلك السلعة فإنه يكون مستهلكاً لغيرها، وعليه فإنه يستحق الحماية حيث يسعى للحصول على هذه السلع الاستهلاكية لشخصه ولعائلته<sup>2</sup>.

ج- أما العنصر الثالث فيتمثل في أن المستهلك يقتني بمقابل أو مجاناً: استخدم المشرع نفس اللفظ في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وفي المرسوم التنفيذي رقم 90-39<sup>3</sup>، وهو لفظ " يقتني.. " فالمستهلك الذي يقتني ليس بالضرورة من يستعمل المنتج أو الخدمة فكثيراً ما يتم استعمالها من طرف الغير كأفراد أسرة المقتني مثلاً، كما أن الاقتناء دائماً يكون بمقابل، لذا لا يتناسب لفظ " يقتني " مع مجاناً.

<sup>1</sup> - شعباني (حنين) نوال ، مرجع سابق ، ص 29.

<sup>2</sup> - عبد المنعم موسى ابراهيم ، حماية المستهلك دراسة مقارنة، منشورات حلي الحقوقية، ط1، لبنان، 2007، ص 21.

<sup>3</sup> - أنظر تعريف المستهلك في المادة 03 فقرة 02 من القانون 03-09 سالف الذكر، والمادة 02 فقرة 10 من المرسوم التنفيذي 90-39 سالف الذكر.

## الفرع الثاني

### المتدخل كطرف دائن بضمان خدمة ما بعد البيع

يقتضي تعريف المتدخل الملتزم بضمان خدمة ما بعد البيع للمنتوجات الوقوف عند توجه الفقه الذي اعتمد على مصطلح المهني والمحترف. قبل التطرق إلى تعريف المشرع الجزائري الذي جاء بمصطلح جديد وهو المتدخل. وعليه سنتناول في هذا الفرع تعريف المتدخل في (الفرع الأول)، ثم نبين مدى اعتبار المرافق العامة من المتدخلين في (الفرع الثاني).

### أولاً: تعريف المتدخل

عرف بعض الفقه المتدخل بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطا تجاريا أو صناعيا، سواء بصورة منفردة بصفته مهنيا حرا أو يمارسها بصورة مشتركة مع آخرين في شكل شركة.

ويرى البعض الآخر أن المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي خاص أو عام، والذي يظهر في العقد كمتدخل محترف يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني سواء كان هذا النشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو حر أو غيره<sup>1</sup>.

وعرفه الأستاذ علي أحمد صالح على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار النشاط المعتاد المنظم، بحيث يقوم من خلال هذا النشاط بالإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات "

يشترط لاكتساب صفة المتدخل أن يمارس هذا الأخير مهنته على سبيل الاعتياد من أجل إنتاج أو توزيع أو عرض خدمات ويكون ذلك في إطار منظم قانونا<sup>2</sup>.

ويعرف البعض المهني بالاعتماد على عنصر القوة من الناحية التقنية والاقتصادية والمعرفية، فالمهني أو المحترف هو:

<sup>1</sup> - جريفي محمد، مرجع سابق، ص 39.

<sup>2</sup> - منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، الجزائر، 2015/2014، ص 11.

## الفصل الأول: ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

« ذلك الشخص الذي يتمتع بالعناصر من الأفضلية أو التفوق وهي مقدرة تقنية، بحيث يكون على دراية تامة بما يقدمه من منتجات و خدمات، والمقدرة الاقتصادية و القانونية بالتفوق على المستهلك »<sup>1</sup>.

أما عن المشرع الجزائري لم يعرف المهني من خلال القانون 89-02 لكنه قام بتعريفه من خلال المادة 03 من القانون 09-03 بأنه: « الطرف الملزم بتنفيذ خدمة ما بعد البيع بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك».

وما يجدر بنا الاشارة اليه أن المشرع لم يفرق بين المنتج والموزع والوسيط واعتبره مهنيا كل متدخل في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك.

وعليه يمكن تعريف المتدخل بالاعتداد بعنصر العرض بأنه الشخص الذي يقوم بوضع المنتج للتداول فالمتدخل وفق هذا العنصر هو كل شخص يضع المنتج للتداول عن طريق إنتاجه أو استيراده أو تخزينه أو نقله أو توزيعه، وهو ما أشارت إليه المادة 3 فقرة 8 من نفس القانون<sup>2</sup>.

### ثانيا: مدى اعتبار المرافق العامة من المتدخلين

تنقسم المرافق العامة في القانون الاداري إلى مرافق عامة اقتصادية ومرافق عامة إدارية، فتتميز المرافق العامة الاقتصادية بنشاط تجاري وصناعي يشبه نشاط الأفراد في القطاع الخاص، إلى درجة اشتداد المنافسة بين لقطاعين بخصوص بعض الخدمات. كالنقل والاتصال وغيرها من الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي لها اتصال دائم، ومتواصل مع المستهلك بشكل عام<sup>3</sup>.

فالمرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي والتجاري، يقصد بها تلك المرافق التي تزاول نشاطا تجاريا مشابها للأفراد، وهي تخضع للقانون الخاص، والمشرع الجزائري قد اعتبر

<sup>1</sup>-شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 15.

<sup>2</sup>- بن زادي نسرين، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، الجزائر، 2015/2014، ص 27.

<sup>3</sup>- جريفيلى محمد، مرجع سابق، ص 45.

المؤسسات العمومية الاقتصادية شركات تجارية، وهو ما يجعلها تدخل في خانة المتدخلين الذين يخضعون لقانون حماية المستهلك وقمع الغش<sup>1</sup>.

أما المرافق العامة الادارية تمارس نشاطا يختلف تماما عما يزاوله الأفراد عادة، وتخضع بشكل عام للقانون العام ولا تلجأ للقانون الخاص إلا على سبيل الاستثناء<sup>2</sup>، فهي المرافق التي تزاول نشاطا إداريا، بالرغم من أنه يقدم خدمات مقررة لخدمة المستهلك في حياته اليومية، إلا أنه يختلف عما تزاوله المرافق الاقتصادية بسبب طابعها الاقتصادي المعد لهذا الخصوص، وبالتالي فإن المرافق الإدارية تتميز بخضوعها التام للقانون العام<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني

#### نطاق تطبيق خدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع

تختلف التعاريف وتباين في ضبط مفهوم موحد للمنتوج، فالمشرع الجزائري لم يضع تعريف موحد، حيث وفي بعض النصوص القانونية قصر المنتوج على السلعة المادية فقط، لكنه في نصوص الأخرى أضاف الخدمة للسلعة المادية وأطلق عليهما مصطلح المنتوج<sup>4</sup>. أشارت المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لمفهوم المنتوج حيث نصت على:

« يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية أخرى من الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات .. ».

كما عرفته المادة 3 فقرة 10 من نفس القانون بأنه :

«... كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا».

<sup>1</sup> - مسعودي فاروق ، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، الجزائر، 2015/2016، ص 32.

<sup>2</sup> - لحراي (شالح) ويزة ، مرجع سابق ، ص 46.

<sup>3</sup> - جريفيلي محمد ، مرجع سابق ، ص 46.

<sup>4</sup> - صايد الصادق ، مرجع سابق ، ص 48.

## الفصل الأول: ماهية التزام خدمة ما بعد البيع

وبالرجوع إلى نص المادتين يتضح أن إلزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع تمثل السلع والخدمات محلها أو موضوعها، وهو ما يعني أن السلع أو الخدمات وما يعرض للاستهلاك تمثل جملة المنتوجات.

في هذا المطلب سنبين مفهوم السلع كمحل لالتزام خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، ثم الخدمات كمحل لالتزام خدمة ما بعد البيع (الفرع الثاني).

### الفرع الأول

#### السلع كمحل لخدمة ما بعد البيع

في هذا الفرع سنتناول التعاريف القانونية للسلعة في (الفرع الأول)، ثم سنبين السلع الموجبة لالتزام خدمة ما بعد البيع (الفرع الثاني).

#### أولاً: تعريف السلع

عرف المشرع الجزائري السلع من خلال القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى) كما يلي: « كل منتج سواء كان شيئاً مادياً أو خدمة، مهما كانت طبيعته يجب أن توفر على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك و/ أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية »<sup>1</sup>.

ويستفاد من هذا النص أن المشرع كان قد شدد الالتزام على المنتج بالضمان عن كل منتج مهما تكن طبيعته هذا من جهة، ومن جهة أخرى يلاحظ أن استعمال كلمة المنتج جاءت بصيغة العموم لا تتضمن أية استثناءات، مما يفهم أنها قد تمتد لتشمل المنتوجات الزراعية، الحرفية، المنتوجات المحلية والمستوردة، لكن بالرغم من هذه الصياغة الواسعة، فإن هذا المفهوم لا ينطبق على المنتوجات الخاضعة لأحكام قانونية خاصة كالأسلحة والمواد المتفجرة والمواد السامة والمخدرة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - أنظر المادة 02 من القانون رقم 89-02 السابق الذكر .

<sup>2</sup> - شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2014/2013، ص 17.



كما عرفت المادة 03 الفقرة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السلعة بقولها:

« السلعة كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً »

من خلال هذا النص القانوني يتضح أن المنقول المعنوي لا يدخل ضمن الأشياء المادية وبالتالي لا يمكن اعتباره سلعة.

كما عرفها المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الذي أطلق عليها مصطلح البضاعة كما يلي:

« البضاعة: كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية »<sup>1</sup>.

ويفهم من خلال الفقرة 03 من المادة 02 من نفس المرسوم، أن الغذاء يعتبر سلعة حيث نصت على ما يلي: « الغذاء: كل مادة معالجة كلياً أو جزئياً معدة للتغذية البشرية أو الحيوانية ومنها المشروبات وصمغ المضغ وكل مادة تستعمل في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ما عدا المواد التي تستعمل في شكل أدوية ومواد تجميلية فقط ».

يمكن اعتبار السلع بأنها أموال منقولة كالسيارات والآلات الكهربائية والمواد الغذائية... إلخ، وتعتبر الأموال سلعا ولو كانت مرتبطة بعقار، ويعد مالاً منقولاً كل شيء غير مستقر في حيزه وغير ثابت فيه ويمكن نقله دون تلف، إلا أن المشرع الجزائري لم يستخدم لفظ مال في قانون حماية المستهلك، لتفادي التأويل الواسع لمفهوم الأموال الذي يشمل المنقولات والعقارات<sup>2</sup>.

ثانياً: السلع الموجبة لخدمة ما بعد البيع

نصت المادة 13 في الفقرة الأولى منها من القانون 09-03 على أن:

« يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء كان جهازاً أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون ... ».

<sup>1</sup> - أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 السالف الذكر.

<sup>2</sup> - شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 35.

ويفهم من نص المادة أن الزامية الضمان ترد على الأجهزة والآلات والعتاد والمركبات أو أي سلع تجهيزية أخرى مصنوعة محليا أو مستوردة على حد سواء.

كما أن القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014<sup>1</sup>، المحدد لمدة الضمان حسب طبيعة السلعة، يحدد في قائمة مجموعة من السلع التي يسري عليها الالتزام بالضمان فيحدد المدة الزمنية لهذا الالتزام بالنسبة للسلع المذكورة نذكر منها على سبيل المثال: أجهزة الطبخ، أجهزة التلفاز، أجهزة تسخين الماء، الأدوات الكهربائية المحمولة... إلخ، والملاحظ هنا أن كل هذه السلع سلع تجهيزية ولا تدخل ضمنها السلع الغذائية.

كما أن الضمان يسري على المركبات بمختلف أنواعها بنص المشرع في المادة 13 «... أو مركبة...»، وكذلك بموجب المادة 36 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 والتي جاء فيها بأنه يلزم وكيل السيارات بالتكفل في إطار الضمان بالمركبات التي تحتوي على عيوب ونقائص<sup>2</sup>.

نستنتج مما سبق ذكره أن الضمان وخدمة ما بعد البيع يسريان على السلع التجهيزية وكذلك على السيارات والآلات بصفة عامة.

### الفرع الثاني

#### الخدمة كمحل لالتزام خدمة ما بعد البيع

أدخل قانون حماية المستهلك وقمع الغش الخدمة ضمن طائفة المنتوجات، وذلك نظراً للاتساع والنشاط الكبير لهذا القطاع في السنوات الأخيرة، لا سيما منذ تحرير التجارة وتشجيع النشاط الأجنبي في مجال الخدمات، ولعل خير مثال على ذلك خدمات الاتصال التي تغزو السوق بعدد كبير من المتعاملين، لذا كان من الأجدر أن تتم حماية المستهلك من هذه الخدمات التي تخالف أحيانا الرغبات المشروعة للمستهلك<sup>3</sup>.

من خلال هذا الفرع سنحاول تحديد تعريف للخدمة (أولا) ثم نبين خصائصها (ثانيا).

<sup>1</sup> - أنظر (الملحق الأول) مدة ضمان السلع الكهرومنزلية والكهربائية والالكترونية من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، سالف الذكر.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 36 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 السالف الذكر.

<sup>3</sup> - شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 40.

### أولاً: تعريف الخدمة

إلى جانب السلع نجد الخدمات والتي هي منتوج يخضع لقانون حماية المستهلك، ويقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي، وكذلك خدمات شركات الاتصال والخدمات السمعية والبصرية والمعلومات بما فيها الحاسب الآلي والصناعات المرتبطة به ونشاط شركات السياحة وقطاع الإنشاءات والتعمير ومكاتب الاستشارات الطبية والقانونية والهندسية والخبراء والمستشارين الأجانب<sup>1</sup>.

كما جاء تعريف الخدمة بموجب المادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-39<sup>2</sup> بأنها كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتوج ولو كان هذا التسليم ملحقاً بالمجهود المقدم أو داعماً له. وعرفت أيضاً من خلال المادة 03 فقرة 17 من القانون 09-03<sup>3</sup> بأنها: «... كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى لو كان تابعا ومدعما للخدمة المقدمة...»<sup>3</sup>. يتضح من خلال هذه النصوص القانونية أن الخدمة لا تتعلق بالتسليم، لأن هذا الأخير مرتبط بمفهوم السلعة باعتبارها التزام بإعطاء شيء، في حين أن الخدمة التزام بعمل، فلا يعتبر تغليف المنتوج أو الاستقبال الجيد للزبون خدمة. وعن خضوع الخدمات التي تقدمها المرافق العامة لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش، يسري هذا القانون على الخدمات التي تقدمها المرافق العامة ذات الطابع الاقتصادي<sup>4</sup>.

### ثانياً: خصائص الخدمات

تنفرد الخدمات في إطار عقود الاستهلاك بمجموعة من الخصائص تمثلت في:

<sup>1</sup>- صياد صادق، مرجع سابق، ص 50

<sup>2</sup>- أنظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 السالف الذكر.

<sup>3</sup>- مسعودي فاروق، مرجع سابق، ص 45.

<sup>4</sup>- صياد صادق، مرجع سابق، ص 51.

1- الخدمة غير ملموسة: تعتبر من أهم الخصائص التي تفرق بين الخدمة والسلعة، فالخدمة ليس لها تواجد مادي لأنها عبارة عن قيمة غير مادية حتى ولو ارتكزت عملية عرضها على دعم مادي.

فالزبون يبني تصوره الذهني على أساس ما يقدمه صاحب العرض سواء كانت المؤسسة نفسها أو شخص يمثلها<sup>1</sup>.

2- عدم انفصالية الخدمة: الخدمة غير قابلة للانفصال عن من يقدمها، فإذا مرض مقدم العرض في آخر لحظة لا يمكن تعويضه بفنان آخر، وهذا يعني أن قدرات الانتاج محددة في هذا الفنان فقط.

وأيضاً فإن زمان ومكان إنتاج الخدمة واستهلاكها لا يمكن فصلهما في أي حال، ومنه تتبع مشاكل عدة من أهمها مشاكل التخزين، وتكييف العرض مع الطلب، لذلك ففي مجال الخدمات يجب أن يكون المكان والزمان صالحان للإنتاج والبيع والاستهلاك معاً<sup>2</sup>.

3- عدم التجانس: تتميز السلع بمقاييس وخصائص موحدة على عكس الخدمات التي من الصعب تنميطها أو الحصول على مستوى ثابت من الجودة فهي تختلف من مؤسسة لأخرى ومن فرد لآخر وتختلف بالنسبة لنفس الشخص من وقت لآخر.

فعملية تقديم الخدمة تعتمد على أشخاص مكلفين بذلك يختلفون من حيث الآراء والسلوك وهذا ينعكس على جودة الخدمة<sup>3</sup>.

4- قابلية الخدمة للتلف: قابلية الخدمة للتلف نابعة من عدم قدرتها على التخزين، لذلك فإن الكميات غير المستخدمة خلال فترة العرض ستختفي للأبد فتذكرة السينما التي لا تباع هي تذكرة مفقودة للأبد، ومقعد في الطائرة يفقد إذا لم يشتري قبل موعد الرحلة، لذلك

<sup>1</sup> - لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009/2008، ص 81.

<sup>2</sup> - عبد القادر برانيس. هادية كبير، خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستهلكين، مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم، الجزائر ، ص 334.

<sup>3</sup> - لسود راضية، مرجع سابق، ص 82.

غالبا ما تفرض شركة الطيران عقوبات على المسافرين عند تأجيل رحلاتهم، لأنها تدرك أن الكميات غير المستخدمة أثناء عرض الخدمة هي كميات ضائعة لا تعوض<sup>1</sup>.  
جاء في نص المادتين 04 و 05 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327<sup>2</sup> على أنه يجب على كل متدخل توفير الضمان على السلع والخدمات.  
وعليه نستنتج أن إلزامية الضمان تشمل السلع وكذلك الخدمات وبالتالي فالمتدخل ملزم بتوفير خدمة ما بعد البيع في مجال الخدمات في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره فيها.

---

<sup>1</sup> - عبد القادر برنيس. هادية كبير، مرجع سابق، ص 335.

<sup>2</sup> - أنظر المادتين 04 و 05 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 السالف الذكر.

## الفصل الثاني

آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

## الفصل الثاني

### آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

يهدف قانون حماية المستهلك في مجمل التشريعات العربية والغربية لحماية الطرف الأقل خبرة والأضعف مقدرة على الصعيد الاقتصادي والفني والقانوني، لا سيما بعد أن يقع هذا الأخير في الكثير من الحالات ضحية لتلاعبات و غش المتدخلين في العملية الاستهلاكية فيندفع إلى التعاقد دون رضاه التام، إذ يكتشف بعد إبرام العقد أن تعاقدته جاء دون تروٍ وعلى غير رغبته الحقيقية.

وعليه كان للتدخل التشريعي دور بارز في حمايته من خلال إيجاد الوسائل اللازمة لتحقيق هذه الحماية من خلال قواعد موضوعية بينت حقوق المستهلك والتزامات المتدخل، لكن هذه القواعد لا تكفي وحدها لإجبار المتدخلين على عدم مخالفة هذه الالتزامات، لذا كان لزاماً إدراج قواعد جزائية تتسم بالصفة الردعية لإجبار المتدخل على تنفيذ التزامه، وفي حالة مخالفته للنصوص القانونية يتعرض للجزاء الإداري من جهة وجزاء قضائي من جهة أخرى،

في هذا الفصل سنتطرق بالتفصيل لآليات الرقابة الإدارية لحماية المستهلك (المبحث الأول)، وكذا آليات الرقابة القضائية (المبحث الثاني).

## المبحث الأول

### أجهزة رقابة المتدخلين لالتزامهم بخدمة ما بعد البيع

إن إخلال المتدخل بالتزاماته اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف، يعرض مصلحته للخطر وقد تلحقه أضرار نتيجة ذلك، ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لا بد من وجود أجهزة قوية وفعالة، إذ بدونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق ويفتقد لآلية ردع المخالفين له من المتدخلين.

وعليه تم إنشاء أجهزة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص<sup>1</sup>، فتعددت هذه الأجهزة، بحيث أصبح كل جهاز مكلف بمراقبة التزام معين من التزامات المتدخل اتجاه المستهلك.

وفي هذا المبحث سنتحدث عن الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك بالنسبة لإلزامية خدمة ما بعد البيع (المطلب الأول)، وتبين الجزء الإداري المترتب عن الإخلال بهذا الالتزام (المطلب الثاني).

### المطلب الأول: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

يفتقد غالبية المستهلكين للثقافة الاستهلاكية مما ينتج عنه فجوة معرفية بينهم وبين المتدخلين، وهو ما يجعلهم غير قادرين على دفع الضرر الذي يلحق بهم نتيجة عدم مطابقة المنتجات التي تم اقتناءها للمعايير القانونية، مما تطلب تدخل المشرع بفرض التزامات على عاتق المتدخل، ووضع أجهزة مكلفة بمراقبة هذا الأخير.

في هذا المطلب سنتناول جمعيات حماية المستهلكين كأحد الأجهزة المكلفة بمراقبة المتدخلين (الفرع الأول)، وكذا الأعراف المؤهلون للبحث والتحري عن المخالفات التي يقوم بها المتدخلين (الفرع الثاني)

<sup>1</sup> - صادق صياد، مرجع سابق، ص 96.



## الفرع الاول

### جمعيات حماية المستهلك

إن الحديث عن جمعيات حماية المستهلكين يضطرنا إلى الإشارة بأن هذه الجمعيات لا تهدف الى الربح، وأن دورها يتصف بأنه اجتماعي، يتجلى في إعلام وتحسيس المستهلك بأخطار و عيوب المنتوجات من جهة، وإلى توجيهه وتمثيله من جهة أخرى<sup>1</sup>.

في هذا الفرع سنحاول تحديد تعريف لجمعيات حماية المستهلك (أولاً)، ثم سنبين مهامها (ثانياً).

### أولاً: تعريف جمعيات حماية المستهلك

إن جمعيات المستهلكين في الجزائر تخضع من حيث إنشائها وتنظيمها وتسييرها إلى القانون رقم 12-06<sup>2</sup> المتعلق بالجمعيات، ويمكن أن يكون نشاطها وطني أو محلي حسب ميدان نشاطها<sup>3</sup>.

تعرف الجمعيات على أنها هيئات تطوعية غير حكومية يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم واختصاصاتهم، لا تهدف الى الربح وإنما تهدف لحماية المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمن الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية نيابة عنه ضد جشع التجار المحتكرين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، بحث مقدم لدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2013/2012، ص 199.

<sup>2</sup> - القانون رقم 12-06، المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج. عدد 02، سنة 2012.

<sup>3</sup> - علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2000، ص 66.

<sup>4</sup> - صياد صادق، مرجع سابق، ص 133.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

هذا وقد عرفها القانون 12-06<sup>1</sup> المذكور أعلاه كما يلي:

«...تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لا سيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني...».

من خلال هذا النص يتبين لنا ان جمعيات حماية المستهلك من الجمعيات التي لا تهدف للربح وأنها ذات طابع اجتماعي تتسم بالقلب التطوعي يساهم كل منخرط فيها بما يملك من معارف ووسائل في مختلف المجالات.

كما عرفها القانون 09-03 على انها: «...كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله»<sup>2</sup>.

يؤكد هذا النص على ضرورة خضوع جمعيات حماية المستهلك لقانون خاص وهو القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات، كما يبين هذا النص الهدف من تأسيس هذه الجمعيات.

### ثانيا: مهام جمعيات حماية المستهلك

يمكن أن يكون لجمعيات حماية المستهلك دور هام في عدة مجالات، نوجزها أساسا في مجال التحسيس أو التوعية أو الإعلام، وتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم<sup>3</sup>.

**1- الدور الإعلامي والتحسيبي:** وهو دور وقائي يعمل على منع حدوث الضرر للمستهلك ويتمثل في خلق الوعي العام للمستهلك حول السلع والخدمات، وعلاقتها بصحته وإرشاد المستهلك الى سبل التأكد من ملائمة المواد الاستهلاكية والخدمات، كما أنها تعمل

<sup>1</sup> - أنظر المادة 02 من القانون رقم 12-06 السالف الذكر.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 21 من القانون 09-03 السالف الذكر.

<sup>3</sup> - علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص66.

على كشف الإعلان الخادع، وكذلك تقوم بنشر الابحاث المتعلقة بالمنتجات عن طريق جميع وسائل الإعلام وغيره من أجل التوعية<sup>1</sup>.

فتقوم الجمعية بتقديم نصائح للمستهلكين بتوجيههم نحو منتج معين نظرا لطبيعته وخصائصه، والدعوة لمقاطعة بعض المنتجات كالمواد الغذائية التي تنجم عنها أمراض<sup>2</sup>.

كما لا يقتصر دور مهام جمعيات حماية المستهلك على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط، بل يمتد دورها إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك، بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو ما يسمح لها بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني لنقائين والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد المطابقة<sup>3</sup>.

### 2- الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين:

أ- التمثيل أمام المجلس الوطني لحماية المستهلك: ينص المشرع الجزائري بخصوص المجلس الوطني لحماية المستهلك في المادة 24 من القانون 09-03 بقولها: « ينشأ المجلس الوطني لحماية المستهلكين يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك ..»

يتكون من ممثل واحد عن كل وزارة، والهيئات والمؤسسات العمومية والشخصيات الخبيرة، بالإضافة إلى ممثل عن كل جمعية حماية المستهلكين المؤسسة قانونا<sup>4</sup>.

ب- أما التمثيل في مجلس المنافسة، فيكون عن طريق الحق الذي منحه مجلس المنافسة للجمعية في إخطاره عند قيام المهني بممارسة تمس المنافسة والمصلحة الاقتصادية للمستهلك، فيقوم مجلس المنافسة للاستماع لجمعية حماية المستهلكين باعتباره طرفا في النزاع ليصدر قراره بعد ذلك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - فاطمة بحري، مرجع سابق، ص 99.

<sup>2</sup> - شعباي (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 102.

<sup>3</sup> - علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص 66.

<sup>4</sup> - جريفي محمد، مرجع سابق، ص 70.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

ج- التمثيل القضائي: فتقوم جمعية حماية المستهلك بتمثيل هذا الأخير أمام القضاء بعد المساس بمصالحه، وفي هذا الصدد وطبقا للقانون رقم 09-03 فإنه منح لهذه الجمعيات حق تمثيل المستهلك وصفة التقاضي أمام القضاء، لتأسس كطرف مدني إذا تعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار تسبب فيها نفس المتدخل أو ذات أصل مشترك<sup>2</sup>.

وحسب المادة 17 من القانون 12-06 المتعلق بالجمعيات، فإنه من آثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات في ممارسة كل الحقوق الممنوحة للطرف المدني أمام القضاء.

كما نصت المادة 96 من الأمر رقم 03-03<sup>3</sup> المتعلق بالمنافسة على أنه يجوز لجمعيات حماية المستهلك التي أنشأت طبقا للقانون، رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا الأمر<sup>4</sup>.

وقد كرس المشرع الجزائري ذلك بموجب المادة 23 من القانون 09-03 الذي نص على أنه: « عندما يتعرض مستهلك أو مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني... ».

وبهذا تثبت لها صفة التقاضي<sup>5</sup>.

وبالرجوع للمادة 23 من القانون 09-03 فإنها لم تحدد الضرر، وهو ما يوسع في خيارات الجمعية مع الحرية في طرق الاثبات.

<sup>1</sup> - بوعولي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، الجزائر، 2012/2013، ص 133.

<sup>2</sup> - فاطمة بحري، مرجع سابق، ص 200.

<sup>3</sup> - الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. عدد 43، سنة 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008، ج.ر.ج. عدد 36، سنة 2008.

<sup>4</sup> - صياد الصادق، مرجع سابق، ص 144.

<sup>5</sup> - جريفيلي محمد، مرجع سابق، ص 71.

من خلال المهام السابقة الذكر، يتبين لنا أن جمعيات حماية المستهلك لها دور فعال في حماية المستهلك من مخالفة المتدخل لإلزامية خدمة ما بعد البيع، وذلك من خلال دورها التوعوي والتحسيبي المهم، وكذلك بسبب قلة الإدراك عند المستهلكين الجاهلين بحقوقهم لهذه الخدمة والزاميتها ومجالها وكيفية استيفاء المستهلك لحقه بشأنها، وتنويره كذلك عن كيفية إثبات هذا النوع من الحقوق، والدور المنوط بهذه الجمعيات إضافة إلى مرافقة المستهلك حتى يستفيد من خدمة ما بعد البيع كحق قانوني منصوص عليه، وليس امتياز لسعة معينة أو تحفيز تجاري كما هو شائع عند بعض المستهلكين.

### الفرع الثاني

#### الأعوان المؤهلون للبحث و التحري

نص المشرع على الأعوان المؤهلون للبحث والتحري عن المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك من خلال المادة 25 من القانون رقم 09-03<sup>1</sup> المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث يمكن حصر هؤلاء الأعوان في ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب القانون وأعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك.

في هذا الفرع سنحاول تحديد الأعوان المؤهلون للبحث والتحري عن المخالفات (أولاً)، ثم سنبين مهامهم (ثانياً).

#### أولاً: التعريف بالأعوان المؤهلون للبحث والتحري

أوكل المشرع الجزائري مهمة البحث والتحري ومعاينة المخالفات بموجب أحكام القانون 09-03 إلى عدة أعوان يتمثلون في:

<sup>1</sup> - أنظر المادة 25 من القانون رقم 09-03 السالف الذكر.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

1- ضباط الشرطة القضائية: نصت المادة 15 من الأمر رقم 66-155<sup>1</sup> المتضمن قانون لإجراءات الجزائية الذي حدد من خلاله المشرع من لهم صفة ضابط شرطة قضائية على ما يلي:

« يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية

1- رؤساء المجالس الشعبية القضائية.

2- ضباط الدرك الوطني.

3- محافظو الشرطة.

4- ضباط الشرطة.

5- ذوو الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني بعد موافقة لجنة خاصة.

6- مختصو الامن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة.

7- ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير الدفاع الوطني ووزير العدل...».

من خلال نص هذه المادة يتبين لنا أن الموظفين المذكورين، هم من يتمتعون بصفة ضابط الشرطة القضائية بحكم القانون، المتمثلون في ضباط الدرك الوطني وضباط الشرطة ورؤساء المجالس الشعبية البلدية، أما باقي الموظفين الذين تم ذكرهم في المادة هم موظفين معينين بموجب

<sup>1</sup> - الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، المعدل والمتمم، ج.ر.ج.ج، عدد 48، لسنة 1966.

قرار مشترك، بين وزارتين كضباط الأمن العسكري الذين يتم تعيينهم بموجب قرار مشترك بين وزير العدل ووزير الدفاع الوطني.

2- الأعوان المرخص لهم بموجب القانون: وهم الذين ذكرهم المشرع الجزائري تحت مسمى الأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب نصوص خاصة بهم، كأعوان الجمارك وبصفة خاصة يؤهلون للقيام بمعاينة المخالفات<sup>1</sup>.

تعدد الأجهزة التي تساهم في حماية المستهلك، فنجد أجهزة تخضع لسلطة وزير الصحة وأخرى تخضع لسلطة وزير الفلاحة والصيد البحري، وتلك التي تخضع لوزير المالية لكن هذه الأجهزة لا تعمل أساسا على حماية المستهلك، وإنما تجسد الأهداف التي سطرها كل وزارة على حدى<sup>2</sup>، فأصدر المشرع قوانين خاصة تمنح اختصاص معاينة المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش للأعوان التالية:

\* أعوان الجمارك: يعتبر أعوان الجمارك حماة الاقتصاد الوطني، يسهرون على استحقاق الدولة لحقوقها من عمليات نقل البضائع فيقي هؤلاء الأعوان المستهلك من الأضرار التي قد تصيبه نتيجة تسرب منتوجات فاسدة أو مغشوشة.

\* أعوان السلطة البيطرية: تمارس السلطة البيطرية وباعتبارها وكيلا صحيا كل الحقوق المخولة لها قانونا، من أجل حماية الصحة البشرية والحيوانية، فتتكلف بالتفتيش سواء داخل البلاد أو على مستوى الحدود<sup>3</sup>.

\* أعوان حفظ الصحة البلدية: أنشأ المشرع في إطار مراقبة نوعية المواد الغذائية والمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع على مستوى البلدية، مكاتب لحفظ الصحة البلدية ويسهر أعوان هذه المكاتب على مراقبة نوعية هذه المواد الغذائية والمنتوجات الاستهلاكية.

<sup>1</sup> - شعباي حنين نوال ، مرجع سابق ، ص 115.

<sup>2</sup> - حراري شالح ويزة ، مرجع سابق ، ص 97.

<sup>3</sup> - مرجع نفسه، الموضوع نفسه.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

\* أعوان اللجنة المكلفة بالتفتيش على مستوى الموانئ: أحدث المشرع الجزائري على مستوى الموانئ لجنة دائمة مكلفة بالتفتيش تتولى القيام بمراقبة وتفتيش السلع على مستوى الميناء<sup>1</sup>.

3- الأعدوان التابعون لوزارة التجارة: يتمثلون في الأعدوان المؤهلون لمعاينة المخالفات وهم تابعون للمصالح الخارجية لوزارة التجارة، المتكونة من مديريات ولائية وجهوية للتجارة والذي بين المشرع مهامها من خلال المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 الذي يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها<sup>2</sup>.

كما نص في المادة 05 من نفس المرسوم التنفيذي على تقسيم المهام في المديريات الولائية للتجارة، تمثلت في خمسة (05) مصالح في كل مديرية تتضمن كل مصلحة فرق للتفتيش تمثلت هذه المصالح في :

\* مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي

\* مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة

\* مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش

\* مصلحة المنازعات والشؤون القانونية

\* مصلحة الادرة والوسائل<sup>3</sup>.

### ثانيا: سلطات ومهام الأعدوان المؤهلين للبحث والتحري

يسهر هؤلاء الأعدوان على البحث في مدى احترام المتدخل لجميع الالتزامات المترتبة على عاتقه في جميع مراحل الاستهلاك، قصد تفادي المخاطر التي تهدد صحة المستهلك وأمنه أو

<sup>1</sup> - لحراري شالح ويزة، مرجع سابق، ص 98.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج. ج عدد 04 سنة 2011.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 السالف الذكر.



المساس بمصلحه، فالأصل في هذه الرقابة أنها رقابة وقائية، وتتحوّل إلى رقابة قمعية متى تمّ الكشف عن المخالفات التي يرتكبها المتدخل وتحقيقاً لهذه المهمة الصعبة منح المشرع هؤلاء الأعوان سلطات واسعة<sup>1</sup>.

يلاحظ من خلال نص المادة 29 من القانون رقم 09-03<sup>2</sup>، أن أعوان الرقابة يقومون في إطار تأديتهم لوظائفهم، وبأي وسيلة كانت بمراقبة المتدخلين في أي مرحلة من مراحل عملية العرض للاستهلاك، وذلك من خلال دخول المحلات مع مراعاة احترام أحكام المادة 34 من القانون 09-03، والقيام بالمعاينة والبحث والتحري للتأكد من مدى قيام المتدخل باحترام التزاماته منها التزامه بتوفير خدمة ما بعد البيع.

وبعد القيام بعملية المراقبة والتحري وفي حالة ما إذا ثبتت مخالفات بشأن عدم احترام المتدخل لأحد التزاماته أو عند التبليغ عنه من طرف أحد المستهلكين أو جمعيات حماية المستهلك، يقوم هؤلاء الأعوان بتحرير محاضر تثبت تلك المخالفات مع مراعاة أحكام المادة 31 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني

#### الجزء الإداري للإخلال بالتزام خدمة ما بعد البيع

خول قانون حماية المستهلك الأعوان المكلفين بالرقابة والبحث والتحري سلطة ردع المخالفات التي بإمكانها أن تمس بمصلحة المستهلك وأمنه، فنجد أنها اعتمدت مجموعة على من الوسائل القانونية من أجل الكشف على المخالفات ومعاينتها، لتتخذ في شأنها التدابير اللازمة من أجل إيقافها، ومن بين التدابير التي يمكن أن يلجأ إليها أعوان الرقابة، فرض غرامة الصلح على مرتكب المخالفة.

في هذا المطلب سنتحدث عن تعريف غرامة الصلح وشروطها (الفرع الأول)، ومقدار غرامة الصلح وإجراءات فرضها (الفرع الثاني)

<sup>1</sup> - لحراري (شالح) ويزة، مرجع سابق، ص 101.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 29 من القانون 09-03 السالف الذكر.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 31 من القانون 09-03 السالف الذكر.

## الفرع الأول

### غرامة المصالحة

قد تقضي الدولة حقها في العقاب بالتراضي، وهو ما تحققه حالة الإجراءات الموجزة أو الأوامر الجنائية والتي تعتبر صورة من صور التصالح.

فالتصالح سبب ينقضي به حق الدولة في العقاب، حيث يجيز المشرع بعض الجرائم ذات الطابع الاقتصادي للجهة العامة التصالح مع مرتكب الجريمة، حيث يتعين على المتهم أن يدفع مبلغ من المال أو التخلي عن مال<sup>1</sup>.

#### أولاً: تعريف غرامة الصلح

« إلزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزانة الدولة المبلغ الذي حدده الحكم »<sup>2</sup>.

هذا وتعتبر غرامة المصالحة من التدابير التحفظية التي جاء بها القانون رقم 09-03، والتي لم تكن موجودة في ظل القانون رقم 89-02 (الملغى)، حيث تم استحداث هذا الاجراء من أجل تحقيق التوازن بين مصلحة المستهلك ومصلحة المتدخل لتفادي الوصول إلى القضاء، ومن أجل ردع كل من يمس بسلامة المستهلك خاصة مع بساطة اجراءاتها<sup>3</sup>.

#### ثانياً: شروط غرامة المصالحة

نص المشرع على مجموعة من الشروط يجب أن تتوفر لتطبيق غرامة الصلح وانقضاء الدعوى الجنائية تمثلت في الآتي:

- يخول للأعوان المذكورين في المادة 25 من القانون رقم 09-03، إمكانية فرض غرامة الصلح في حال وجود مخالفة لأحكام القانون الخاص بحماية المستهلك، ويتضح من ذلك أن الصلح ليس حقاً للمخالف فإذا طلبه لا يلزم به الإدارة المختصة<sup>4</sup>.

- لا تفرض غرامة المصالحة إذا كانت المخالفة تعرض صاحبها لعقوبة غير مالية، مثل العقوبة السالبة للحرية إذ أنها كانت عبارة عن تعويض عن ضرر ألحق بأشخاص أو

<sup>1</sup> - فاطمة بحري، مرجع سابق، ص 231.

<sup>2</sup> - حراري (شالح) ويزة، مرجع سابق، ص 144.

<sup>3</sup> - شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 126.

<sup>4</sup> - فاطمة بحري، مرجع سابق، ص 232.

بممتلكات<sup>1</sup>، أي أن غرامة الصلح تقرر في المخالفات المعاقب عليها بغرامة فقط دون أن تحدث ضرر لأشخاص أو ممتلكات.

- في حالة تعدد المخالفات يجب أن تكون كلها يجوز تطبيق غرامة الصلح عليها.  
ويعني هذا الشرط أنه في حالة تعدد المخالفات التي يرتكبها المتدخل الواحد أن تكون كلها من المخالفات التي يجوز تقرير غرامة الصلح عقابا لها، فلا يمكن اعتماد هذا الأسلوب من القمع حتى ولو وجدت مخالفة وحيدة فقط لا تسمح باعتماد الغرامة<sup>2</sup>.  
أما الشرط الأخير فتمثل في حالة العود المنصوص عليها في المادة 07 من قانون 03-09 والتي تعني أن مرتكب المخالفة المراد تقرير غرامة الصلح عليه غير متعود على ارتكابها أي أنه يشترط أن يكون قد ارتكبها للمرة الأولى وهو المقصود بحالة العود<sup>3</sup>.

## الفرع الثاني

### مقدار غرامة الصلح وإجراءات فرضها

منح المشرع الجزائري من خلال المادة 86 من القانون رقم 03-09 الأعوان المكلفين بالرقابة إمكانية فرض غرامة الصلح على كل متدخل يرتكب مخالفة معاقب عليها، وهي إجراء موقع بواسطة الإدارة، لإتاحة الفرصة للمتدخل للتسوية الودية مع الإدارة دون اللجوء إلى التسوية القضائية التي تتميز إجراءاتها بالتعقيد والبطء<sup>4</sup>.

### أولا: مقدار غرامة الصلح

لقد قام المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش بتحديد وتقدير غرامة الصلح، فحددها تبعا لكل مخالفة، كما حدد مقدار الغرامة الواجب دفعها في كل مخالفة على حدى، وفي هذا الصدد نميز بين نوعين من غرامات الصلح:

<sup>1</sup> - أنظر المادة 87 من القانون 03-09 السالف الذكر.

<sup>2</sup> - لحراري (شالح) ويزة، مرجع سابق، ص 114.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 87 من القانون 03-09 السالف الذكر.

<sup>4</sup> - منال بوروح، مرجع سابق، ص 167.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

**1- الغرامات المحددة:** أوضحت تشريعات حماية المستهلك تضع حدودا دنيا، وأخرى قصوى لمبلغ الغرامة الواجبة الدفع حتى تتمكن الادارة أن توازن بين الأخطار والأضرار الناجمة عن المخالفة، وبين العقوبة المقضي بها حتى تحقق ردع المخالفين، ولقد سار المشرع الجزائري على هذا النحو فيما يتعلق بالغرامات التي تفرضها السلطة القضائية، أما غرامة الصلح التي تفرضها الادارة المكلفة بحماية المستهلك جعل لها حدا ثابتا فحسب<sup>1</sup>.

كمثال على الغرامة المحددة، فقد حدد المشرع الجزائري مبلغ غرامة الصلح في جريمة انعدام سلامة المواد الغذائية المعاقب عليها في المادة 71 في القانون 09-03 بثلاثمئة ألف دينار (300.000 دج)<sup>2</sup>.

**2- الغرامة النسبية:** فيها لا يحدد القانون هذه الغرامة بشكل ثابت، وإنما يحدد مقدارها بالنظر إلى النسبة المئوية من القدرة المالية للمخالف، وقد انتهج المشرع الجزائري هذا الأسلوب في تحديد غرامة الصلح لمخالفة رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع وحددها بنسبة 10 % من ثمن المنتج المقتنى.

إذا سجلت عدة مخالفات على نفس المحضر، يمثل مبلغ الغرامة حاصل جمع مبالغ غرامات المخالفة كلها<sup>3</sup>.

### ثانيا: إجراءات فرضها

استنادا للمادة 90 من القانون 09-03، عند معاينة المخالفة من الجهة المكلفة يتم إثباتها وتحرير محضر بشأنها قبل تبليغ المتدخل المخالف.

مع ملاحظة أن القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح لا يقبل الطعن كما نصت على ذلك المادة 91 من نفس القانون<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - لحراري (شالح) ويزة، مرجع السابق، ص 116.

<sup>2</sup> - فاطمة بحري، مرجع سابق، ص 235.

<sup>3</sup> - لحراري (شالح) ويزة، مرجع سابق، ص 116.

يتميز إجراء فرض غرامة الصلح بالسرعة، حيث تعتمد المصالح المكلفة بحماية المستهلك لإبلاغ المتدخل المخالف في أجل أقصاه 07 أيام تسري ابتداء من تحرير المحضر، عن طريق إنذاره برسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام، وله مهلة ثلاثين (30) يوما من تلي تاريخ الإنذار لدفع مبلغ الغرامة، بحيث يتم هذا الدفع مرة واحدة لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف<sup>2</sup>.

يتعين وجوبا أن يتضمن الإنذار البيانات التالية: محل إقامة المخالف، مكان المخالفة، تاريخها وسببها، لتجنب الوقوع في خطأ جسيم عند تبليغ الإنذار وتوجيهه إلى غير المعني به<sup>3</sup>.

نصت المادة 92 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، على أنه في حالة عدم استلام الإشعار بالدفع من طرف المتدخل في أجل خمسة وأربعين (45) يوما ابتداء من تاريخ وصول الإنذار للمخالف، ترسل المصالح المختصة بحماية المستهلك الملف إلى الجهة القضائية المختصة اقليميا<sup>4</sup>.

## المبحث الثاني

### آلية الرقابة القضائية

يعتبر اللجوء الى القضاء احدى الحقوق الجوهرية لضمان الحرية الفردية، سواء كان من جانب المستهلك كفرد أو مجموعة المستهلكين عندما يتكتلون على شكل جمعيات حماية المستهلكين، لهذا يمكن للقضاء أن يتحرك من تلقاء نفسه عن طريق وكيل الجمهورية، عندما تعلق الامر بتحريك الدعوى العمومية، أو أخطر من طرف المستهلك أو ممثليه الشرعيين، الذين لهم الصفة أو المصلحة، أو عن طريق وساطة في جهاز مختص بالبحث ومعاينة المخالفات التي تمس المستهلك.

<sup>1</sup> - عبد المنعم نعيمي، قراءة في أحكام غرامة الصلح كآلية لحماية المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، جامعة الجزائر 1، العدد السابع، سنة 2015، ص 237.

<sup>2</sup> - منال بوروح، مرجع سابق، ص 168.

<sup>3</sup> - عبد المنعم نعيمي، مرجع سابق، ص 238.

<sup>4</sup> - شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 127.

في هذا المبحث سنتعرض بالدراسة إلى دور السلطة القضائية في حماية المستهلك عن طريق الردع القضائي للمخالفين، ومتابعتهم جزائيا في حالة إضرارهم بمصلحة المستهلك (المطلب الأول)، ثم نقوم بإظهار الإشكالات الواقعية التي تتعلق بالتزام خدمة ما بعد البيع (المطلب الثاني).

## المطلب الأول

### الردع القضائي لمخالفى إلزامية خدمة ما بعد البيع

لم يخرج المشرع الجزائري في مجال حماية المستهلك عن المبادئ العامة المتبعة في إجراءات المتابعة والتقاضي المنصوص عليها وفقا لقانون الإجراءات الجزائية، سواء من حيث تحريك الدعوى أو من حيث الأشخاص، ونظرا لأهمية الحماية الجزائية تحقيقا لمصلحة المستهلك، فقد تدخل المشرع من خلال تجريمه لمخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع على غرار باقي الالتزامات التي نص عليها، وذلك بآليات وكيفيات تراعي خصوصية العلاقة الاستهلاكية محددًا العقوبات والإجراءات الردعية لأي مخالف لهذا الالتزام. في هذا المطلب سنبين دور القضاء في حماية المستهلك المخالف لإلزامية خدمة ما بعد البيع من خلال تبيان الأخطاء الموجبة للمتابعة (الفرع الأول)، ونبين كيفية تحريك الدعوى العمومية (الفرع الثاني)، والجزاء المترتب عن هذه المخالفة (الفرع الثالث).

## الفرع الأول

### الأخطاء الموجبة للمتابعة

يكون المتدخل مسؤولا عن كل ما يحدثه المنتج من إضرار بمصلحة المستهلك، ويكون مسؤولا عن كل مخالفة للقوانين السارية المفعول ولو لم يحدث ضررا للمستهلك، حيث تكون مسؤولية المتدخل مفترضة بقوة القانون وسواء كان ذلك الخطأ المنسوب إليه إيجابيا أو سلبيا، الأمر الذي لا يلزم المستهلك بإثبات وجود الخطأ، وإنما يفترض على المتدخل إثبات انعدام

الخطأ من طرفه أو ممن هم تحت رعايته ورقابته، ولا يمكن أن يدفع المتدخل بحسن نيته إزاء المستهلك<sup>1</sup>.

نستنتج مما سبق أنه يكفي لقيام المسؤولية المدنية للمتدخل توفر عناصر الخطأ، والمتمثل في إخلاله بالواجبات الملقاة على عاتقه من أجل ضمان مصلحة المستهلك، سواء كان التصرف عمدياً أو غير عمدي وسواء ترتب عن ذلك إضرار بالمستهلك أم لم يترتب ذلك، وهي كلها قواعد تم إقرارها من أجل ردع المخالفين وتوفير حماية أكبر للمستهلكين، إذ يمكن التعبير عن الخطأ بأنه لائحني أي يتحقق بمجرد مخالفة النص القانوني<sup>2</sup>.

ولا يمكن انتفاء المسؤولية عن المتدخل إلا في حالة اثبات القوة القاهرة أو خطأ المضرور، أو فعل الغير كعدم مراعاة الوسيط للشروط والوسائل القانونية في مجال النقل أو التوزيع من حفظ وصيانة<sup>3</sup>.

### الفرع الثاني

#### تحريك الدعوى العمومية

الدعوى العمومية ملك النيابة العامة بداءً من وكيل الجمهورية على مستوى المحاكم، ثم النائب العام لدى المجلس القضائي والمحكمة العليا، حيث تنص المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 90-31 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش على أنه: « إذا تبين من المحاضر المحررة... أن الخدمة أو المنتج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية، تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش ملفاً يشمل على جميع الوثائق التي تفيد الجهة القضائية المختصة ».

<sup>1</sup> - أرزقي زويبر، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011، ص 200.

<sup>2</sup> - شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 130.

<sup>3</sup> - وفاء عيشاوي، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، سنة 2017، ص 234.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

ويمكن تحريك الدعوى العمومية من عدة اطراف تمثلت في:

### أولاً: النيابة العامة

تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع ويقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إبلاغه بالمخالفة وذلك عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من الغير، التي يمكن أن تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة أو عن طريق شكوى المستهلك من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه اليه من طرف أعوان قمع الغش كضباط الشرطة القضائية أو أعوان الجمارك أو أعوان المديرية الولائية للتجارة<sup>1</sup>.

### ثانياً: تحريك الدعوى من طرف المستهلك المتضرر

يقع للمستهلك الضحية أن يرفع شكواه إلى قاضي التحقيق، عن طريق الادعاء المدني أمامه مطالباً بالتعويض عن الضرر اللاحق به بسبب الجريمة التي ارتكبها المتدخل، وذلك حسب ما نصت عليه المادة 02 من الأمر رقم 66-155<sup>2</sup> المتعلق بقانون الإجراءات الجزائية التي تنص على: « يتعلق الحق في الدعاوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جنائية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصياً ضرر مباشر تسبب عن الجريمة ... ».

ويقوم قاضي التحقيق بعرض شكوى المدعي المدني أمام وكيل الجمهورية لإبداء الرأي، وإذا كان قاضي التحقيق غير مختص، أصدر أمر بإحالة المدعي المدني أمام الجهة القضائية المختصة بعد سماع طلبات النيابة العامة<sup>3</sup>.

كما تقدم الشكوى من المستهلك المجني عليه، أي من تعرض حقه الذي يحميه نص التجريم لعدوان مباشر وتحققت بالنسبة إليه النتيجة الإجرامية، ولا يجوز تقديم الشكوى من

<sup>1</sup> - شعباني (حنين) نوال، مرجع سابق، ص 131.

<sup>2</sup> - الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج. عدد 48 لسنة 1966، المعدل والمتمم بالأمر رقم 15-02 المؤرخ في 23 يوليو 2015، ج.ر.ج. عدد 40، سنة 2015.

<sup>3</sup> - حملاوي شارف عقيلة، ضمانات حماية المستهلك، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2016/2017، ص 143.



المضور من الجريمة إذا لم يكن هو المجني عليه فيها، فحق المضور يقتصر على التعويض دون طلب العقاب على الجاني<sup>1</sup>.

### ثالثا: تقديم شكوى من جمعيات حماية المستهلكين

تلعب جمعيات حماية المستهلكين دورها في إعلام وتوجيه المستهلك إضافة إلى تمثيله، فلها دور في الكشف عن المخالفات المرتكبة ضده، وحتى الإبلاغ عنها، فالقانون يمنح الاختصاص في تحريك الدعوى القضائية للنيابة، كما يخول حق تقديم الشكوى من قبل الأشخاص الطبيعية والمعنوية، وتعتبر الجمعيات من قبل الأشخاص المعنوية الخاصة التي يحق لممثلها القانوني تقديم الشكاوي وفقا لشروط قانونية معينة. فجمعيات حماية المستهلك يحق لها رفع الشكاوي باسم المستهلكين المتضررين من المخالفات المتدخل لالتزامه بتوفير خدمة ما بعد البيع<sup>2</sup>.

وقد جاء في المادة 17 من القانون رقم 06-12<sup>3</sup> المتعلق بالجمعيات بنص صريح بإعطاء الجمعيات حق رفع الدعوى للدفاع عن المصلحة الجماعية والفردية، وإن كان هذا الاعتراف نتيجة بديهية للاعتراف للجمعية بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية.

## الفرع الثالث

### العقوبات المقررة لمخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع

نص المشرع الجزائري من خلال المادة 77 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على عقوبة مخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع، بعد إغفال القانون رقم 89-02 (الملغى) الذي لم ينص على هذه الإلزامية ولا على جزاء مخالفتها، حيث أنه وحسب نص المادة السالفة الذكر، فإن العقوبة المقررة لمخالفة هذه الإلزامية تمثلت في غرامة قدرت بمبلغ 50.000 دج كحد أدنى إلى 1000.000 دج كحد أقصى.

<sup>1</sup> - زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09-03، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2015/2014، ص 144.

<sup>2</sup> - مرجع نفسه، ص 145.

<sup>3</sup> - أنظر المادة 17 من القانون رقم 06-12 السالف الذكر.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

كما يحيل نص المادة 185<sup>1</sup> من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على المادة 36<sup>2</sup> من قانون العقوبات، حيث جاء في نص هذه الأخيرة منح السلطة التقديرية للقاضي بضم العقوبات المالية، إذا تعددت الغرامات من نفس المتدخل، وفي حالة العود تضاعف الغرامات.

إضافة إلى العقوبات الأصلية يمكن أن يأمر القاضي المكلف بالحكم بعقوبة تكميلية تمثلت في الشطب من السجل التجاري، وذلك طبقا لنص المادة 85 من القانون 09-03 سالف الذكر.

### المطلب الثاني

#### الإشكالات الواقعية المتعلقة بخدمة ما بعد البيع

تعرف خدمات ما بعد البيع في الجزائر عدة مشاكل وعقبات بسبب عدم تطبيق النصوص القانونية، الأمر الذي يؤدي في الكثير من الأحيان إلى حرمان المستهلك من حقوقه. في هذا المطلب سنبين أهم الإشكالات الواقعية التي تعترض المستهلك في إطار حقه في الاستفادة من خدمة ما بعد البيع كحق شرعه له القانون، ويمكن إجمال هذه الإشكالات في إشكالية استقلالية الضمان عن إلزامية خدمة ما بعد البيع (الفرع الأول)، وإشكالية عدم توفير قطع الغيار (الفرع الثاني)، إشكالية عدم توفير ورشات خدمة ما بعد البيع (الفرع الثالث) وإشكالية تحديد المقابل في خدمة ما بعد البيع (الفرع الرابع).

### الفرع الأول

#### إشكالية استقلالية الضمان عن إلزامية خدمة ما بعد البيع

<sup>1</sup> - أنظر المادة 85 من القانون 09-03 السالف الذكر.

<sup>2</sup> - أنظر المادة 36 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج. عدد 49 لسنة 1966 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 يونيو 2016، ج.ر.ج. عدد 37، سنة 2016.

يعتبر الالتزام بالضمان التزاماً مستقلاً بذاته عن الالتزام بخدمة ما بعد البيع، غير أنه وبالرجوع إلى الواقع العملي فنجد أن أغلبية المتدخلين لا يفرقون بين أحد طرق تنفيذ الضمان المنصوص عليها قانوناً والمتمثلة في إصلاح المنتج، وبين خدمة ما بعد البيع، حيث أن الإصلاح يكون في حالة ظهور عيب بالمنتج أثناء فترة الضمان القانوني والاتفاقي ودون أن يتحمل المستهلك أعباء أو مصاريف إضافية، ذلك بأن يقوم المتدخل بإصلاح العطب الموجود في السلعة أو استبدال الأجزاء المعيبة فيها بأجزاء سليمة، ويكون ذلك بتقديم قطع الغيار اللازمة والقيام بتركيب هذه القطع.

لكن بخصوص خدمة ما بعد البيع يلتزم فيها المتدخل بضمان صيانة وإصلاح المنتج محل التعاقد، وذلك في حالة ظهور العيب في المنتج بعد المدة المحددة قانوناً للضمان، أو أن العيب الذي يطرأ على المنتج لا يغطيه الضمان، كالعيوب الناتجة عن أخطاء من طرف المستهلكين فالعيب هنا يلتزم المتدخل بإصلاحه لكن المقابل في ذلك يكون على عاتق المستهلك<sup>1</sup>.

وتكمن الإشكالية هنا في جهل المستهلكين بالتنظيم القانوني لكل التزام، فلا يفرق أغلب المستهلكين بين الالتزام بالضمان المنصوص عليه في المادتين 13 و 14 من القانون 09-03، وبين خدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من القانون نفسه، إضافة إلى عدم علمهم بالتعديلات والإضافات التي تطل القوانين التي تحمي مصالحهم، مما يتيح الفرصة للمتدخلين لمحاولة استغلال جهل المستهلك بذلك.

### الفرع الثاني

#### إشكالية عدم توفير قطع الغيار

لا يمكن إصلاح المبيع إلا بوجود قطع غيار أصلية لإعادته إلى حالته الأولى، وقد كان المشرع الجزائري حريصاً على أمان وضمان المستهلك، فأكد على ضرورة توفير قطع الغيار الأصلية، تفادياً للتقليد الذي من شأنه إتلاف المنتج وهلاكه من جراء ذلك.

<sup>1</sup>-بوهنتالة أمال.قداش سلوى، مرجع سابق، ص 213.

## الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع

والمرسوم التنفيذي رقم 15-158<sup>1</sup> ألزم المتدخل بضرورة توفير قطع الغيار الأصلية في السوق، لكن لا يجوز للمتدخل أن يمتنع عن القيام بالتزامه بالخدمة ما بعد البيع بحجة عدم توفر قطع الغيار الأصلية، كأن يتمسك بوقف إنتاجها أو ارتفاع سعرها أو أن هذه المنتجات المستوردة ليست لها نقاط بيع معتمدة في الجزائر.

وعليه لا ترفع مسؤولية المتدخل إلا إذا قام بإثبات أن عدم التنفيذ بسبب عدم إمكانية توفير قطع الغيار يرجع لسبب أجنبي<sup>2</sup>.

وفي تصريح صحفي من رئيس فيديرالية جمعيات حماية المستهلك لجريدة الخبر جاء في هذا التصريح :

"...أما بالنسبة للأجهزة الكهرومنزلية، فقال محدثنا أنها هي الأخرى تعرف تأخرا في مجال خدمات ما بعد البيع مقارنة مع الجارتين تونس والمغرب، فأغلب المنتجات الكهرومنزلية يتم استيرادها من الخارج، وبالتحديد من الصين، وعندما يتجه المستهلك إلى الوكيل في حالة أصيب الجهاز بعطب فإنه لا يجد قطع الغيار، ويجد نفسه ملزما على رمي جهازه واقتناء جهاز من نوع جديد، إذ تحولت السوق الجزائرية إلى منطقة استهلاك فقط"<sup>3</sup>.

## الفرع الثالث

### إشكالية عدم توفير ورشات الإصلاح ما بعد البيع

لا يتحقق الالتزام بالضمان أو الالتزام بخدمة ما بعد البيع إلا بتوفير ورشات الإصلاح والصيانة، فيجب أن تتوفر على أيادي عاملة فنية متخصصة في تركيب وصيانة قطع غيار المنتج، كما يجب أن تتوفر على المواد وقطع الغيار اللازمة لإصلاح المنتجات، ذلك لكي

<sup>1</sup> -أنظر المادة 38 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 السالف الذكر.

<sup>2</sup> - بوهنتالة أمال. قداش سلوى، مرجع سابق، ص 213.

<sup>3</sup> - سفيان بوعبياد محمد الفاتح خوخي، خدمات ما بعد البيع .. طريقة أخرى للتحايل على الجزائريين، جريدة الخبر، ليوم 2011/12/11، متاحة على الموقع الإلكتروني [www.djazairress.com](http://www.djazairress.com) بتاريخ 2019/04/19 21:13.

يتمكن المستهلك من الانتفاع بالمنتوج على النحو المتفق عليه<sup>1</sup>. وهذا مشكل قائم في الجزائر حيث أن القليل من الشركات توفر ورشات للصيانة والتصليح، وذلك أن هدف المتدخل تحقيق الربح من المنتوجات دون نية ربط علاقته بالمستهلك من خلال خدمات ما بعد البيع، وأبرز مثال على ذلك آلاف المنتجات التي تأتي من الصين ولا توجد ورشات تصليح لهذه الشركات فلا توفر أي خدمة بعد بيع المنتج للمستهلك.

### الفرع الرابع

#### إشكالية تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع

تكون تكاليف الصيانة والتصليح في خدمة ما بعد البيع بمقابل أي أن تكاليف هذه الخدمة يتحملها المستهلك. وبذلك يطرح إشكال تحديد مقابل الخدمة التي يوفرها المتدخل، فالأمر يعود إليه لتحديد أي مقابل يراه مناسباً في خدمة ما بعد البيع. ولا يملك المستهلك أي حق في مناقشة الثمن خاصة مع غياب المنافسة وتمركز الخدمة وقطع الغيار في يد المتدخل الذي يحتكر السوق عن طريق عقد الامتياز حتى تكون له السلطة عن إبرام العقد وتحديد مقابل الخدمة والتكاليف الضافية<sup>2</sup>.

وفي هذه الحالة لا يبقى أمام المستهلك إلا اللجوء إلى القضاء ليتمكن من إجراء خبرة لتحديد المقابل لكن غالباً لا يلجأ المستهلك للقضاء لطول إجراءات التقاضي وتكاليفه، خاصة وأن الأمر يتعلق بمنقول جديد كسيارة مثلاً إذ لا يمكن انتظار الفصل في الحكم والمبيع جامد ينتظر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - بوهنتالة أمال. قداش سلوى، مرجع سابق، ص 213.

<sup>2</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 303.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 304.

الخاتمة

## الخاتمة:

من خلال ما تقدم في دراستنا، يتضح أن الالتزام بخدمة ما بعد البيع يعد أحد أهم الركائز للدفاع على مصلحة المستهلك، والذي يهدف إلى ضمان الاستفادة المثلى من المنتجات لدى هذه الفئة، وذلك أنه يساهم في إجبار المتدخلين بضمان استعمال المنتجات إلى مدة غير محددة، ما دام المنتج صالح للصيانة.

ومن النتائج التي تمكنا من الوصول إليها فيما يخص الالتزام بخدمة ما بعد البيع:

1- إن إلزامية خدمة ما بعد البيع كالتزام حديث جاء بصدور القانون 09-03 حيث أُضيف هذا الالتزام على عاتق المتدخل نتيجة الفراغ القانوني في كل الحالات التي تعدم حق المستهلك من الاستفادة من الضمان، وبالتالي انقضاء الحماية التي شرعها له القانون، وهو ما يتنافى والغرض المنشود وراء سن قانون حماية المستهلك، وقد اكتفى المشرع من خلال القانون 09-03 بجعل خدمة ما بعد البيع كالتزام على عاتق المتدخل بعدما كانت مجرد امتياز على المنتجات.

2- نظرا للتطور السريع والمتزايد في مجال عقود الاستهلاك قام المشرع الجزائري بوضع تعديل جديد على قانون حماية المستهلك تمثل في القانون رقم 18-09، وقد مس التعديل التزام خدمة ما بعد البيع حيث أحال المشرع تبيان كفاءات ممارسة خدمة ما بعد البيع على التنظيم، وذلك من أجل تنظيم أكثر وتوضيح لالتزام المتدخل في هذا المجال.

3- إن أطراف إلزامية خدمة ما بعد البيع جاءت بتحديد دقيق من المشرع، حيث جعل المستهلك الذي يقتني المنتجات للاستعمال النهائي هو من تشمله الحماية القانونية فأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك، في حين أنه حدد من يدخلون في نطاق المتدخلين فكل من يقوم بعرض المنتج للاستهلاك سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا يعد متدخلا باستثناء المرافق العامة الإدارية، و التوسيع في تحديد مفهوم المتدخل جاء بهدف توفير أقصى حماية ممكنة للمستهلك.

4- إن موضوع التزام خدمة ما بعد البيع يقع على المنتجات المتمثلة في السلع التجهيزية والآلات والمركبات، حيث نظمها بموجب نصوص تنظيمية تحت مسمى الالتزام بالضمان وكل السلع التي يرد عليها الالتزام الضمان؛ يرد عليها الالتزام بخدمة ما بعد البيع بالتوازي، كما يمتد هذا الالتزام إلى الخدمات أيضا.

5- إن المشرع الجزائري في إطار خدمة ما بعد البيع وضع أجهزة رقابية على نشاط المتدخل لمراقبة مدى احترامه لتنفيذه لهذا الالتزام، فأعطى صلاحيات المراقبة لأجهزة رسمية تمثلت في الأعوان والأشخاص الذين تم تحديدهم بموجب القانون، وكذلك لأجهزة غير رسمية تمثلت في جمعيات حماية المستهلكين والتي لها دور كبير في هذا المجال.

كما خرجنا ببعض التوصيات فيما يخص هذا الموضوع:

1- أورد المشرع الجزائري تعديل على المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وذلك بموجب القانون رقم 09-18 وتمثل هذا التعديل في إحالة تحديد شروط وكيفيات الخدمة ما بعد لبيع على التنظيم، لكنه إلى اليوم لم يصدر أي نصوص تنظيمية خاصة بهذا الالتزام، وبما أن مسألة حماية المستهلك من تعسف المتدخلين وتجاوزهم لالتزاماتهم هو غرض المشرع، فكان لزاما النظر باهتمام أكبر لهذه النقطة، وإصدار نصوص تنظيمية خاصة بالالتزام بخدمة ما بعد البيع كما هو الحال بالنسبة للنص التنظيمي المتمثل في المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

2- لاحظنا أن المشرع الجزائري لم يصدر نصوص قانونية لتنظيم جانب الخدمات كما فعل مع السلع، لغموض كيفية تنفيذ إلزامية الضمان وإلزامية خدمة ما بعد البيع عليها، بحيث اكتفى فقط بوضع قواعد تنص على امتداد التزام الضمان والتزام خدمة ما بعد البيع إلى الخدمات، فوجب على المشرع مسايرة التطور في هذا القطاع وسن نصوص تحدد كيفيات تنفيذ التزام خدمة ما بعد البيع على الخدمات، خصوصا ما تعلق بالعيوب الموجبة لتفعيل التزام خدمة ما بعد البيع في مجال الخدمات.



3- باستقراء النصوص القانونية المنظمة للالتزام خدمة ما بعد البيع لاحظنا أن المشرع الجزائري لم يحدد مقابل هذا الالتزام، هذا الفراغ القانوني استغله المتدخل لصالحه بتحديد المقابل يضمن له تحقيق أرباح على حساب المستهلك، دون أي ضوابط أو معايير، وهذا لا يخدم مصلحة المستهلك الذي يسعى القانون إلى حمايتها، لذلك نوصي بتدخل المشرع لتحديد سقف مقابل خدمة ما بعد البيع لكل سلعة وخدمة.

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: القوانين

- 1- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 يونيو سنة 1966، الذي يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر.ج.ج عدد 48 لسنة 1966، المعدل والمتمم بالأمر رقم 15-02 المؤرخ في 23 يوليو 2015، ج.ر.ج.ج عدد 40، سنة 2015.
- 2- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج.ر.ج.ج عدد 49 لسنة 1966 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 16-02 المؤرخ في 19 يونيو 2016، ج.ر.ج.ج عدد 37، سنة 2016.
- 3- الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج.ر.ج.ج عدد 78 سنة، 1975، المعدل والمتمم بالقانون 05-10، ج.ر.ج.ج عدد 44، سنة 2005.
- 4- القانون رقم 89-02، المؤرخ في 07 فيفري 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج عدد 06، سنة 1989، ملغى بموجب القانون 09-03.
- 5- الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 يوليو سنة 2003 المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج عدد 43، سنة 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008، ج.ر.ج.ج عدد 36، سنة 2008.
- 6- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج عدد 41، سنة 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أغسطس 2010 ج.ر.ج.ج عدد 46، سنة 2010.
- 7- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج عدد 15، سنة 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر.ج.ج عدد 35، سنة 2018.

8- القانون رقم 06-12، المؤرخ في 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج. ج عدد 02، سنة 2012.

#### ثانيا: المراسيم التنظيمية والقرارات الوزارية

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج. ج عدد 5، سنة 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم تنفيذي رقم 01-315، مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر.ج. ج عدد 61، سنة 2001.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير سنة 2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج. ج عدد 04 سنة 2011.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم 13-327 مؤرخ 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر.ج. ج عدد 49، سنة 2013.
- 4- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، ج.ر.ج. ج العدد 03، سنة 2015.
- 5- المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المؤرخ في 08 فبراير 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج.ر.ج. ج عدد 05 سنة 2015.

#### ثالثا: الكتب

- 1- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دار الجامعة، مصر، 2013.
- 2- عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة، منشورات حلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2007.
- 3- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.

4- رمزي بيد الله علي الحجازي، الحماية المدنية للمستهلك بعد التعاقد الإلكتروني، منشورات حلبي الحقوقية، ط1، لبنان، 2016.

5- زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، بدون طبعة، دار هومة، الجزائر، 2009.

6- غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، منشورات زين الحقوقية، ط 2، لبنان، 2011.

#### رابعاً: سائل الدكتوراه

1- أمازوز لطيفة، التزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2010/2011.

2- بن عمارة محمد، الخدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2013/2012.

3- جرينفيلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد ( دراسة مقارنة )، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018/2017.

4- فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بالكايد، تلمسان، الجزائر، 2013/2012.

#### خامساً: مذكرات الماجستير

1- أرزقي زويير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة، مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011/2010.

2- بوعولي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، الجزائر، 2013/2012.

- 3- بن زادي نسرين، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، الجزائر، 2015/2014.
- 4- زموش فرحات، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09-03، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2015/2014.
- 5- حملاوي شارف عقيلة، ضمانات حماية المستهلك، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2017/2016.
- 6- لحراري شالح ويزة، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012/2011.
- 7- لسود راضية، سلوك المستهلك اتجاه المنتجات المقلدة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة، قسنطينة، الجزائر، 2009/2008.
- 8- ماتن زينب، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل استراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الانتاجية دراسة حالة مجمع (SOVAC) للسيارات-الجزائر، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر(3)، الجزائر، 2011/2010.
- 9- منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 (المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، الجزائر، 2015/2014.
- 10- مسعودي فاروق، فعالية الالتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، الجزائر، 2016/2015.

- 11- صايد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 01، قسنطينة، الجزائر، 2014/2013.
- 12- شطابي علي، حماية المستهلك من المنتوجات المقلدة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، الجزائر، 2014/2013.
- 13- شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2012/2011.

#### سادسا: المقالات

- 1- بوهنتالة أمال، قداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، عدد 06.
- 2- وفاء عيشاوي، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، سنة 2017.
- 3- ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية condor (بولاية البويرة)، مجلة المعارف، جامعة البويرة، الجزائر، العدد 21، 2016.
- 4- سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، العدد الأول، المجلد 29، 2013.
- 5- عبد المنعم نعيمى، قراءة في أحكام غرامة الصلح كآلية لحماية المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، جامعة الجزائر 1، العدد السابع، سنة 2015.

6- عبد القادر برانيس. هادية كبير، خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستعملين، مجلة الاستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم، الجزائر.

المواقع الإلكترونية:

**www.djazairess.com -**



الفهرس

الفهرس

2.....	مقدمة
7.....	الفصل الأول: ماهية إلزامية خدمة ما بعد البيع
8.....	المبحث الأول: مفهوم خدمة ما بعد البيع
9.....	المطلب الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع
9.....	الفرع الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع
12.....	الفرع الثاني: أهمية خدمة ما بعد البيع
13.....	الفرع الثالث: تمييز إلزامية خدمة ما بعد البيع عن إلزامية الضمان
15.....	المطلب الثاني: شروط خدمة ما بعد البيع و صورها
16.....	الفرع الأول: شروط خدمة ما بعد البيع
16.....	أولاً: انتهاء فعالية الالتزام بالضمان
17.....	ثانياً: دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع من طرف المستهلك
17.....	الفرع الثاني: صور خدمة ما بعد البيع
18.....	أولاً: خدمة التصليح و الصيانة
18.....	ثانياً: خدمة التركيب
19.....	ثالثاً: خدمة التسليم في المنزل
19.....	رابعاً: خدمة توفير قطع الغيار
20.....	المبحث الثاني: نطاق تطبيق إلزامية خدمة ما بعد البيع
20.....	المطلب الأول: نطاق التطبيق من حيث الأشخاص
21.....	الفرع الأول: المستهلك كطرف مستفيد من خدمة ما بعد البيع
21.....	أولاً: تعريف المستهلك

- 24.....ثانيا: عناصر تعريف المستهلك
- 25.....الفرع الثاني: المتدخل كطرف دائن بضمان خدمة ما بعد البيع
- 25.....أولا: تعريف المتدخل
- 26.....ثانيا: مدى اعتبار المرافق العامة من المتدخلين
- 27.....المطلب الثاني: نطاق تطبيق خدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع
- 28.....الفرع الأول: السلع كمحل لخدمة ما بعد البيع
- 28.....أولا: تعريف السلع
- 29.....ثانيا: السلع الموجبة لخدمة ما بعد البيع
- 30.....الفرع الثاني: الخدمة كمحل لالتزام خدمة ما بعد البيع
- 31.....أولا: تعريف الخدمة
- 31.....ثانيا: خصائص الخدمات
- 35.....الفصل الثاني: آليات تفعيل إلزامية خدمة ما بعد البيع
- 36.....المبحث الأول: آلية الرقابة الادارية
- 36.....المطلب الأول: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك
- 37.....الفرع الاول: جمعيات حماية المستهلك
- 37.....أولا: تعريف جمعيات حماية المستهلك
- 38.....ثانيا: مهام جمعيات حماية المستهلك
- 38.....1-الدور الإعلامي والتحسيسي
- 39.....2- الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين
- 41.....الفرع الثاني: الأعدوان المؤهلون للبحث والتحري

- أولاً: التعريف بالأعوان المكلفون بالبحث والتحري.....41
- 1- ضباط الشرطة القضائية.....42
- 2- الأعوان المرخص لهم بموجب القانون.....43
- 3- الأعوان التابعون لوزارة التجارة.....44
- ثانياً: سلطات ومهام الأعوان المؤهلين للبحث والتحري.....44
- المطلب الثاني: الجزء الإداري للإخلال بالتزام خدمة ما بعد البيع.....45
- الفرع الأول: غرامة المصالحة.....46
- أولاً: تعريف غرامة الصلح.....46
- ثانياً: شروط غرامة المصالحة.....46
- الفرع الثاني: مقدار غرامة الصلح و إجراءات فرضها.....47
- أولاً: مقدار غرامة الصلح.....47
- ثانياً: إجراءات فرضها.....48
- المبحث الثاني: آلية الرقابة القضائية.....49
- المطلب الأول: الردع القضائي لمخالفي الزامية خدمة ما بعد البيع.....50
- الفرع الأول: الأخطاء الموجبة المتابعة.....50
- الفرع الثاني: تحريك الدعوى العمومية.....51
- أولاً: النيابة العامة.....52
- ثانياً: تحريك الدعوى من طرف المستهلك المتضرر.....52
- ثالثاً: تقديم شكوى جمعيات حماية المستهلك.....53

53.....	الفرع الثالث: العقوبات المقررة لمخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع.....
54.....	المطلب الثاني: الإشكالات الواقعية المتعلقة بخدمة ما بعد البيع.....
54.....	الفرع الأول: إشكالية استقلالية الضمان عن إلزامية خدمة ما بعد البيع.....
55.....	الفرع الثاني: إشكالية عدم توفير قطع الغيار.....
56.....	الفرع الثالث: إشكالية عدم توفير ورشات الإصلاح ما بعد البيع.....
57.....	الفرع الرابع: إشكالية تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع.....
59.....	الخاتمة.....
63.....	قائمة المصادر والمراجع.....
70.....	الفهرس.....

## الملخص:

جاء القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لتنظيم خدمة ما بعد البيع وجعلها إلزامية على عاتق المتدخل وحق معترف به بموجب القانون للمستهلك، ويعتبر الالتزام بخدمة ما بعد البيع هو التزام بتصليح وصيانة المنتج المعيب، ويرتبط ذلك أساسا بالأجهزة والآلات الحديثة التي تزداد تعقيدا وتنوعا مع مرور الزمن، كما أن الالتزام بالخدمة ما بعد البيع عقد مستمر لا ينتهي بمجرد نقل الملكية والتسليم وضمن العيوب الخفية، بل يستمر ليلزم المتدخل بضرورة إصلاح المنتج في يد من كان بإصلاحه وصيانته طول حياة المنتج وذلك على نفقة المستهلك.

Loi n ° 09-03 sur la protection du consommateur et la répression de la fraude pour réglementer le service après-vente et le rendre obligatoire pour le client interrogé et son droit reconnu légalement au consommateur; l'engagement en matière de service après-vente est un engagement de réparer et d'entretenir le produit défectueux, L'engagement au service après-vente est un contrat continu qui ne s'achève pas avec le transfert de propriété et la livraison et la garantie des vices cachés, mais continue à imposer la nécessité de réparer le produit entre les mains de la réparation et de la maintenance de la vie du produit aux frais du consommateur.

Law No. 09-03 on consumer protection and suppression of fraud to regulate post-sale service and make it obligatory on the interrogee and right recognized by law for the consumer, and the commitment to after-sales service is a commitment to repair and maintenance of the defective product, The commitment to the after-sales service is a continuous contract that does not end with the transfer of ownership and delivery and the guarantee of hidden defects, but continues to oblige the need to repair the product in the hands of the repair and maintenance of the life of the product at the expense of the consumer.

## الكلمات المفتاحية:

- خدمة ما بعد البيع - الضمان - الالتزام