جامعة أحمد دراية أدرار

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

الآليات القانونية لحماية المستهلك في التشريع الجزائري

مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال

إعداد الطالبين:

مدياني محمد الطاهر

باعلي عبد السلام

إشراف الأستاذ:

د/ يوسفات علي هاشم

لجنـــــــة المناقشـــــــــة:

الدكتورة باية فتيحة	أستاذة محاضرة (ب) ، جامعة أدرار	رئيســـــــــاً
الأستاذ يوسفات علي هاشم	أستاذ محاضر (أ) ، جامعة أدرار	مشرفاً ومقرراً
الأستاذة معامير حسيبة	أستاذة مساعدة (أ) ، جامعة أدرار	عضواً مناقشــاً

السنة الجامعية

2015-2016م

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع الى أمي وأبي والى سائر اخوتي
كما أهديه الى جميع الاهل والاقارب والأصدقاء...
الى جميع أساتذتي على مر جميع الاطوار...
الى جميع طلبة العلم والمعرفة في هذا الوطن...

محمد الطاهر

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع الى أمي وأبي والى سائر اخوتي
كما أهديه الى جميع الاهل والاقارب والأصدقاء...
الى جميع أساتذتي على مر جميع الاطوار...
الى جميع طلبة العلم والمعرفة في هذا الوطن...

عبد السلام

شكر وعرفان

الحمد لله الذي أعاننا على إنجاز هذا البحث، ولا يسعني إلا أن نسجد لله شكراً وحمداً على توفيقه ، ويذكر لأهل الفضل علينا بعد الله سبحانه كل جميل وحسن صنيع.

ولابد لنا ونحن نخطو خطوتنا الأخيرة في تدرج الماستر من وقفة نعود بها الى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة مع اساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في بناء جيل الغد...

الى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة...

نتقدم بالتقدير والاحترام الى الأستاذ الدكتور يوسفات علي هاشم المشرف على انجاز هذا العمل والذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه القيمة فجزاه الله عنا كل خير على ما قدمه لنا ...

كما لا ننسى ان نتقدم بالشكر للجنة المناقشة كل باسمه...

الى الأساتذة الكرام أساتذة كلية الحقوق والعلوم السياسية...

الى كل من ساعدنا من قريب او بعيد في انجاز هذا العمل...

محمد الطاهر&عبد السلام

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم اليوم ثورة في شتى المجالات ، رغبة منه في تحسين المستوى المعيشي للفرد وتحقيق مجتمع الرفاهية ، وفي ظل مناخ العولمة وما تبعه من تنوع كبير في أشكال وحجم الاستهلاك ، حيث أصبحت السلع والخدمات متوفرة ومتنوعة وتلبي كل حاجيات ورغبات الفرد في حياته ، وبقدر ما لهذه الوفرة من جوانب إيجابية كبيرة ، فإن لها سلبياتها الخطيرة على المستهلك، كونه العنصر الأساسي الذي تقوم عليه التجارة في وقتنا الحالي، فهو مهدد بالعديد من المخاطر مما استلزم تدخل المشرع بوضع مجموعة من التشريعات لحمايته من سلوكيات المتدخل .

فكان تفطن المشرع في محله حيث جاء بالقانون رقم 03/09المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والذي بموجبه ألغي أحكام القانون رقم 89 /02، السابق والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، حيث جاء بقواعد وأليات وقائية لحماية المستهلك والذي هو موضوع دراستنا.

وأهمية الموضوع ترجع الى ان الجزائر هي من الدول المستوردة للسلع، والتي لا تتوفر في بعضها او كلها على مواصفات السلامة وان الانفتاح الاقتصادي ادى بالدولة الجزائرية الى تشجيع الانتاج الصناعي وفتح المجال للمستثمرين لبناء اقتصاد وطني قوي، خاصة وان الجزائر تسعى الى الدخول في المنظمة العالمية للتجارة.

انطلاقا من ذلك فان دراسة هذا الموضوع تهدف الى توضيح اهم الاجراءات الوقائية ووسائل الحماية التي اقرها المشرع الجزائري للمستهلك.

كما تهدف ايضا الى إنصاف المستهلك الذي هو طرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية وذلك بسن قوانين أكثر صرامة وردعية وقائية وجنائية، و نشر الوعي لدى المستهلك والتحسيس الإعلامي للمستهلك لتعديل سلوكه الاستهلاكي حتى نجعل منه مستهلك فاعل في المجتمع.

واهم الصعوبات التي وجهناها اثناء كتابتنا للبحث هي قلة المراجع التي لها علاقة بالموضوع وصعوبة الحصول عليها.

وجاء سبب اختيار هذا الموضوع نظرا لكون موضوع حماية المستهلك يخضع للتطور المستمر وكذا نظرا لتغير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك في تغير دائم ويجب على

المشرع مواكبتها بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل، كذلك خاصية الموضوع لأنه يتغير تبعا لتغيرات الوقت.

اما بالنسبة لأسباب الذاتية فتعود الى اهمية هذا الموضوع والميل والرغبة في دراسته اذ تمثل هذه الدراسة المساهمة المتواضعة في محاولة اثراء المكتبة ولو بالقدر البسيط في مجال حماية المستهلك.

وحماية المستهلك من جميع المخاطر التي قد تلحق به ه ي أحد مهام ومسؤوليات الدولة الحديثة، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش جاء لتحقيق هذه الغاية من خلال وضعه لآليات رقابية وقائية وردعية.

وبناء على ما سبق تتمثل إشكالية الموضوع في: ماهي الآليات القانونية التي وضعها المشرع لحماية المستهلك في ظل التشريع الجزائري؟

وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا ب دراسة ا لموضوع بإتباع المنهج التحليلي، قصد تحليل النصوص القانونية، اذ يتطلب منا تحليلها وتوضيحها للوقوف على آليات الحماية التي أقرها المشرع، ومعرفة مدى فعالية هذه الآليات على أرض الواقع.

ولدراسة هذا الموضوع ارتأينا تقسيم البحث إلى فصلين، وفق تسلسل منهجي، حيث نتناول في الفصل الأول دور الالتزامات المفروضة على المتدخل في حماية المستهلك، ضمن أربع مباحث هي المبحث الأول الزامية اعلام المستهلك وفي المبحث الثاني الزامية المتدخل بالسلامة وفي المبحث الثالث الزامية المتدخل بالضمان، المبحث الرابع الزامية مطابقة المنتوجات،ونتناول في الفصل الثاني دور اجهزة الدولة في حماية المستهلك ضمن ثلاث مباحث هي: المبحث الأول دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك والمبحث الثاني دور الجمعيات في حماية المستهلك والمبحث الثالث دور الهيات القضائية في حماية المستهلك.

الفصل الاول:

دور الالتزامات

المفروضة على المتدخل

في حماية المستهلك

الفصل الاول :دور الالتزامات المفروضة على المتدخل في حماية المستهلك

ان القانون من حيث وظيفته يهدف الى حماية الطرف الضعيف في مواجهة الطرف القوي لهذا اعتمد المشرع الى وضع جملة من الالتزامات التي تستهدف تحقيق العدالة والمساواة حماية للمستهلك ، وقد تضمن القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مجموعة من الالتزامات التي ترمي الى معالجة التوازن الحاصل بين المستهلك والمتدخل ولكنه ليس القانون الوحيد الذي يحمل بين طياته حماية لشخص المستهلك بل هناك قوانين مكملة له تصبو الى تحقيق الوقاية المرجوة.

وعموما هناك مجموعة من الالتزامات سوف نسلط الضوء عليها ضمن اربعة مباحث ارتأينا تخصيص المبحث الاول في الزامية إعلام المستهلك، وفي المبحث الثاني في الزامية المتدخل بالسلامة، وفي المبحث الثالث الزامية مطابقة المنتوجات، وفي المبحث الرابع الزامية المتدخل بالضمان.

المبحث الأول: إلزامية إعلام المستهلك.

الإعلام هو تحصيل حقيقي لشيء ومعرفته والتيقن منه، أما في الاصطلاح الصحفي يقصد به عملية توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة ويشترط في الإعلام المصداقية والوضوح.

فالإعلام يتميز بالموضوعية من الناحية النظرية خلافا للإعلان الذي يعتمد على المبالغة والتهويل فالإعلام لا يكون إلا محايد لأنه يهدف إلى ترويج سلع أو خدمات معينة، حتى يتسنى لنا معرفة حقيقة الإعلام فلابد من دراسة مضمون الإعلام ثم التعرض لنطاق وطبيعة

الالتزام بالإعلام وتوضيح الالتزام بالوسم قصد إزالة ربما أي لبس بين هذا الالتزام والمصطلحات الأخرى المشابهة له.[1]

وسندرس في المطلب الاول مضمون الالتزام بالأعلام، وفي المطلب الثاني طبيعة ونطاق الالتزام بالأعلام وفي المطلب الثالث الأعلام عن طريق الوسم.

المطلب الأول: مضمون الالتزام بأعلام.

الالتزام بإعلام المستهلك هو التزام يرمي إلى تنوير المستهلك وتمكينه من الإقدام على اقتناء المنتوج أو الخدمة عن إدارة حرة وسليمة ، فهو لا يستطيع تحديد أوصاف المنتوج ومكوناته إلا بناءا على البيانات التي تعطى له ، وهو التزام يجد مصدره في القانون مثله مثل الالتزامات الأخرى والإعلام هو عبارة عن بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا حول واقعة أو قضية وعليه مضمون الالتزام بالإعلام تنوير المستهلك حول المنتوج وذلك بتقديم مواصفاته من وزن ومكونات وتاريخ الصلاحية وكيفية الحفاظ عليه والسعر إلى غير ذلك من المعلومات المرتبطة بالبيع وجزاء تخلف ذلك هو دليل على ممارسة أنشطة مخالفة لقواعد شفافية الممارسات التجارية. نجد مصدره في كل من القوانين المدنية وتلك المكرسة لحماية المستهلك وممارسة الأنشطة التجارية[2]

نص المشرع الجزائري على ضرورة التزام المحترف بإعلام المستهلك بالمبيع طبقا للنص المادة 352 فقرة رقم 01 من القانون المدني[3] ضمن أحكام عقد البيع حيث تنص على أنه

---

[1] عمار الجيلالي و بكة سيدي امحمد المولود ،حماية المستهلك في التشريع الجزائري (دراسة حالة)المخبر الولائي للوقاية الشلف ،مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية ،جامعة التكوين المتواصل ،المركز الشلف ،فرع قانون الاعمال،2011_2012،

ص30.

[2] زوبير أرزقي ،حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة ماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المهنية ، الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ،سنة 2011 ، ص 117.

[3] الامر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم ،الجريدة الرسمية ،العدد 31 سنة 1975.

"يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه " فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجهالة .

ونجده كذلك في المادة 86 من القانون المدني [1]. التي اعتبرت السكوت العمدي تدليسا، هذا بالنسبة للقانون المدني أما بالنسبة لقانون حماية المستهلك وقمع الغش فتنص المادة 17 منه على أنه : (يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة) ، إذ شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج سواء

تعلق بكيفية الاستخدامات أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها أو منشأها أو مميزاتها.[2]

من النصوص القانونية التي تجرّم المحترف بذلك نذكر منها:

المرسوم التنفيذي رقم 90/ 366 [3] المتعلق بوسم المنتوجات المترلية غير الغذائية وعرضها.

المرسوم التنفيذي رقم 90-367[4] المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

المطلب الثاني:طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام.

الاعلام من احد العوامل التي تأثر على شفافية السوق وتطوير المنافسة فعدم التكافؤ في العلاقات بين المستهلك والمحترف يعود بالدرجة الاولى لعدم مساواة علمهما بالمنتوج ، اذ يجب معرفة طبيعة ونطاق هذا الالتزام نظرا للآثار التي يرتبها خاصة فيما يتعلق بمسؤولية

---

[1] مضمون الفقرة الثانية من المادة 86 من الامر رقم 58/75 المتضمن القانون المدني." ويعتبر تدليسا السكوت العمدي عن واقعة او ملابسة إذا ثبت ان المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة او هذه الملابسة."

[2] زوبير أرزقي ، المرجع السابق ، ص 120.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 90 / 366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات المترلية غير الغذائية وعرضها ، الجريدة الرسمية العدد 50،سنة 1990.

[4] المرسوم التنفيذي رقم 367/90 ،المؤرخ في10 نوفمبر 1990 ، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها ، الجريدة الرسمية ،العدد 50 ،سنة 1990.

المحترف ،ان معرفة طبيعة الالتزام بالإعلام يعتبر معرفة بالغرض المرجو في الحين معرفة النطاق الذي يشمله يكمن في معرفة المنتوجات الخاضعة لإلزامية الاعلام وكذا معرفة الاشخاص المستخدمين والملزمين به .[1]

وسنتناول هذا بالدراسة في فرعين مستقلين في الفرع الاول طبيعة الالتزام بالإعلام ، وفي الفرع الثاني نطاق الالتزام بالإعلام .

الفرع الاول :طبيعة الالتزام بالإعلام.

يعتبر العديد من الفقهاء أن الالتزام بالإعلام وفقا لقانون الاستهلاك هو الالتزام بتحقيق نتيجة ، فعندما يثبت المنتج أنه بذل العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك غير كافي لأن الأمر يتعلق ببيانات إجبارية منصوص عليها في نصوص تشريعية وتنظيمية ويجب أن يتم تنفيذه طبقا لما جاء في القانون فإذا لم يعلم المستهلك عنها يستنتج القاضي خلاله بالتزام الإعلام ويترتب حق المستهلك في التعويض .[2]

إذا كان من الفقهاء من يعتبر هذا الالتزام هو التزام لتحقيق نتيجة فإننا نعترض على الاعتقاد الذي أخذوه بصفة مطلقة وهذا من خلال أمرين هما:

الأمر الأول : إذا كان المحترف التزامه هو تحقيق نتيجة فإنه يسعى جاهدا لتحقيق هذه النتيجة والتي هي عدم الإضرار بالمستهلك ، ولكن الواقع يثبت إهمال العديد من المحترفين لهذا الالتزام والأكثر من ذلك هو علمهم بوجود القاعدة التي تعاقب من تسبب في الإخلال بذلك.

الأمر الثاني : قد يكون أيضا التزام المنتج هو بذل عناية والتي تتمثل في تمكين المستهلك من اقتناء المنتجات والخدمات دون الإضرار به وذلك بمنحه منتوجات تتماشى مع المقاييس وتتجاوب مع الرغبات المشروعة عند استعمالها ، هذا ويمكن أن نقول بأن طبيعة الالتزام

---

[1] عمار الجيلالي و بكة سيدي محمد المولود ،المرجع السابق ،ص 31.

[2] عولمى منى ، مسؤولية المنتج في ظل تعديل القانون المدني ، مذكرة تخرج لنيل شهادة المدرسة العليا للقضاء ، الدفعة 14 ،2003_2006 ،ص 26 .

بالإعلام تختلف باختلاف الهدف الذي تسعى إليه القواعد القانونية التي وضعت من أجل ذلك،اذن يعني أن الالتزام بالإعلام في القانون المدني يختلف عن الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش ونذكر من هذه الاختلافات:

-الإخلال بالإلتزام بالإعلام في المادة 86 من القانون المدني [1] يؤدي لقابلية العقد للإبطال نظرا للتدليس الذي تعرض له المستهلك وهذا ليس لصالحه.

-تضرر المستهلك نتيجة اقتناء منتجات لا تحمل تاريخ الصلاحية مثلا، ففي إطار التقنين المدني حتى يبطل العقد لابد من رفع دعوى قضائية يكون موضوعها طلب إبطال العقد والتعويض عليه وعلى المستهلك أن يثبت توافر الشروط المنصوص عليها في المادة 86 من القانون المدني ، وليس فقط عدم توافر البيانات على المنتوج وإنما أيضا توفر نية التضليل والسكوت وأن هذا السكوت هو الدافع لإبرام العقد وكل ذلك يستحيل على المستهلك القيام به ، في الحين نجد أن قانون حماية المستهلك لا يشترط إثبات سوء نية المنتج ولا إثبات الإخلال بالتزام الإعلام وإنما يكفي عدم وجود بيانات إلزامية على المنتوج ليستخلص منها القاضي مباشرة أن هناك إخلال بالتزام يفرضه القانون على المحترف .

-الالتزام بالإعلام في نصوص التقنين المدني ينفذ أثناء إبرام العقد، أما في إطار نصوص حماية المستهلك فهذا الالتزام يكون موجودا قبل إبرام العقد فهو قائم في جميع الحالات مهما كانت العلاقة بين المحترف والمستهلك. [2]

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالأعلام.

نطاق الالتزام بالإعلام يشمل كل من السلع والخدمات سواء كانت محل بيع أو محل تنازل مجاني للمستهلك، بحيث يتسع نطاق الالتزام بالإعلام بحسب نوع السلعة المقدمة للمستهلك وحسب طبيعة الخدمة، حيث لا يمكن حصر مجال معين لهذا الالتزام ولا يمكن

[1] انظر المادة 86 من الامر 58/75 المتضمن القانون المدني .

[2] زوبير ارزقي ،المرجع السابق ،ص 121 و 122 .

وضع قالب معين يقدم لكل المستهلكين المهم أن يكون بلغة يفهمها المستهلك وبصورة تجعل هذا الأخير قادرا على التحكم في السلعة أو الخدمة الموجهة له. بما يعود عليه بالفائدة. [1]

ويمكن تقسيم المجالات التي يسود فيها نطاق الالتزام بالإعلام الى قسمين:

-المجال الاول هو الاشياء المعقدة والتي تمثل تكنولوجيا معينة وخاصة في مجال الاعلام الالي وذلك حتى يتسنى للزبون ان يكون على بينة من امره في اختيار نظام الاعلام الالي الاكثر ملائمة ،وحول اداءاته او نتائجه وكذا عيوبه ،والمصاعب المرتبطة به وبخاصة تلك المتعلقة بتركيبته وبتكوين المستعملين بحيث يمتد الالتزام بالنصح ليشكل التزاما بمساعدة الزبون .

- والمجال الثاني هو بعض المهن وخاصة بالنسبة للتوثيق ،حيث كان الموثق اول من اعترف القضاء بوجود التزام بالنصح على عاتقه ثم فيما بعد بالنسبة لوكلاء الدعاوى المحضرين ،المحامين،الوكلاء العقارين ،الخبير المحاسب وغيرهم. [2]

ويمكن ذكر بعض الامثلة في هذا الصدد:

المثال الأول: الطبيب الذي يفضي بالمعلومات للمريض خلال المناقشات التي تتم بينهما في عبارته حول طبيعة المرض وكيفية تشخيصه تجعله في موقف أفضل من أن يقدم وثيقة مكتوبة تحدد فيه مختلف المخاطر التي يمكن أن تقرب أثناء القيام بتشخيص المرض أو القيام بعملية جراحية.

المثال الثاني : قد يكون المنتوج خاليا من أي عيب ولكن استعماله ينطوي عليه عدة مخاطر،فيقع على المحترف التزام بإعلام المستهلك أو كل مستهلك آخر حول طريقة استعماله والاحتياط اللازم لتفادي إخطاره .

---

[1] عماري الجيلالي و بكة سيدي محمد المولود ،المرجع السابق ،ص 23

[2] محمد بودالي ، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي) ،دار الكتاب الحديث ، الجزائر ،2006، ص 74 .

المثال الثالث : يعتبر القائم على قاعات الألعاب أو تلك التي يطلق عليها اللعب بالحظ محترف كباقي المحترفين ، يعود عليه التزام إعلام الزبون الذي هو مستهلك حول اللعبة وكذا قواعدها وحتى الحد الأدنى أو الحد الأقصى الذي يمكن أن يصل إليه المستهلك من اللعبة فالالتزام بالإعلام يطبق في هذه القاعات التي وضعت فيها الآلات والأجهزة التي يجب أن تكون مرفقة على متنها كل الإرشادات والتعليمات اللازمة لضمان سيرها العادي .[1]

المطلب الثالث:الاعلام عن طريق الوسم.

يعد الوسم طريقة قانونية لتحقيق الإلتزام بالإعلام وفي نفس الوقت يلعب دورا إشهاريا للمنتوج إذ بالرجوع إلى قانون الإشهار لسنة 1999 نجد أن المشرع الجزائري قد حدد إطار قانوني للرسالة الإشهارية قبل بثها أو نشرها وهذا من خلال فرض جملة من الشروط الواجب احترامها والمتمثلة في ضرورة إعلام المستهلك حتى يتخذ قرار الشراء عن وعي وإرادة سليمة بعيدة عن كل دعاية أو ضغط .[2]

إن الموضوعية التي يتميز بها الوسم جعلت أغلب القوانين تعتمد عليه كوسيلة إلزامية لإعلام المستهلك تقع على المحترف سواء كان ذلك على سلع غذائية او غير غذائية وسنتطرق في الفرع الاول الى تعريف الالتزام بالوسم ،و في الفرع الثاني الى دور الوسم في اعلام المستهلك.

الفرع الاول: تعريف الالتزام بالوسم .

الوسم هو تلك البيانات الموضوعة على الأغلفة أو العبوات والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك، ويجب أن تكون بطريقة لا توحي بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك

[1] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ،ص 124.

[2] عمار الجيلالي و بكة سيدي محمد المولود ،المرجع السابق ، ص33.

وأن لا تحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الظن أو الشك فيها ، ناهيك على انه التزام يفرضه القانون على كل محترف يزاول عملية وضع المنتوج للاستهلاك.[1]

تنص المادة 03 فقرة 04 من قانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن "الوسم كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة ، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو وسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها".

أما المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش [2] فقد نصت المادة 05 فقرة 02 منه على أن الوسم "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طرق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما."

يلاحظ أن المشرع الجزائري من خلال المادتين السالف ذكرهما أنه أدرج ضمن تعريف الوسم العلامة التجارية بالرغم من أنها تخضع لنظام قانوني خاص بها ، لكنها تلعب دورا هاما وفعالا في إعلام المستهلك عن المنتوج وهي غالبا ما تؤدي إلى تمييز المنتوجات الصناعية أو الزراعية مع غيرها خاصة تلك المستوردة ، وهكذا قد أدرجها المشرع إلى جانب البيانات والكتابات التي يُمكن أن يشمل عليها الوسم ، وعموما نجد ان المشرع الجزائري يلزم المهني كونه محترف بضرورة وسم المنتوج خاصة تلك التي تكون تلك التي تكون محل استهلاك يومي ومستمر من طرف المستهلك خاصة تلك المواد الغذائية نظرا لإمكانية تعرض المستهلك

[1] صياد الصادق ، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03 -09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية و الادارية ،جامعة قسنطينة 1 ،2013 -2014 ص 73.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمرقابة الجودة وقمع الغش ،الجريدة الرسمية،عدد05،سنة1990

لعدة مخاطر صحية الامر الذي يجعل وسمها اكثر من ضروري وذلك دفعا لكل خطرا قد يلحق منها.[1]

الفرع الثاني :دور الوسم في اعلام المستهلك.

ان تعدد السلع في السوق في وقتنا الحاضر وكذا تشابهها الى حد كبير في مكونتها ومواصفتها واشكالها الخارجية يجعل المستهلك في مركز يصعب عليه التمييز بين سلعة وأخرى،الامر الذي يجعل الوسم تلك الدعاية التي تساعده على التفرقة بين السلع المطروحة في السوق ، وكذلك يقلل الوسم من عنصر المخاطرة عند تحديد السلعة التي يرغب في شرائها بصفة متكررة واستبعاد سلع اخرى ،كما تخفض من الوقت والجهد المبذول في الشراء .[2]

يساعد الوسم في اعلام المستهلك وذلك من خلال تسهيل عملية تقييم السلعة وجودتها بالنظر الى المعلومات التي يوفرها خاصة امام الكم الهائل للسلع التي تشهدها الاسواق الوطنية وذلك بإبراز العلامة الاصلية للمنتوج من تلك المقلدة وبالتالي فان هذا يعتبر نوع من الضمان للمستهلك وهذا ما اكده المشرع الفرنسي من خلال فرضه رمزا تتأسس عليه يحدده ويميزها في نفس الوقت عن غيرها لان ذلك يؤدي الى جذب انتباه المستهلك.[3]

الوسيلة المناسبة لإعلام المستهلك والتي حددتها النصوص التنظيمية هي الوسم فالهدف من الوسم هو ايصال اكبر قدر ممكن من المعلومات الضرورية لقيام المستهلك بالاختيار الصحيح بفضل عدد من المعلومات المتعلقة بالمنتوج نوعيته ،سعره ،شروط استخدمه ،التاريخ

[1] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ، ص127 و128 .

[2] حواس مولود ، اثر التغليف على سلوك المستهلك ،مذكرة ماجستير ،كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، ص 126 .

[3] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ،ص 129.

المحدد لاستهلاكه وبعض اجراءات الامن الواجب احترمها ،فالوسم له وظيفة اعلامية ، وظيفة حفظ وحماية نوعية المنتوج ووظيفة امنية.[1]

وقد يختلف الوسم من سلعة لأخرى خاصة من تلك المنتوجات الغذائية والتي يجب ان تكون بشكل لا يمكن ان يخلق لبسا في ذهن المستهلك ويجب ان تكون بيانات الوسم مكتوبة باللغة العربية الوطنية ،وبلغة اخرى على سبيل الاضافة [2] ، ومثال ذلك ان يكون تاريخ صنع السلعة وتاريخ نهاية صلاحيتها موضوعا على متن غلافها وذلك بصفة مفهومة من قبل عامة الناس باستثناء المنتوجات السريعة التلف مثل الخضر والفواكه .[3]

اما اذا تعلق الامر بمنتوجات غير غذائية فانه لابد من مراعاة البيانات التالية عند وسمها :

-التسمية الخاصة بالبيع.

-الكمية الصافية.

-الاسم او اسم الشركة او العلامة المسجلة وعنوان المسؤول عن صناعة المنتوج او توضبيه او استيراده او توزيعه.

-طريقة الاستعمال او شروط الاستعمال الخاصة.

-جميع البيانات الاجبارية الاخرى المنصوص عليها بمقتضى نص قانوني خاص.

يمنع القانون استعمال اي اشارة اواي علامة او تسمية خيالية او طريقة التقديم او الوسم او اي اسلوب للإشهار ،العرض او البيع من شانها ان تدخل لبسا في ذهن المستهلك ويعاقب مرتكبها بعقوبات صارمة.[4]

ان التزام المحترف بوسم المنتجات التي يضعها في السوق من شانها بعث المنافسة وتطويرها خاصة وانه اصبح كل محترف يتقن في الاغلفة المستعملة على المنتوجات ويتم من

---

[1] بركات كريمة ، حماية المستهلك من المخاطر الناجمة عن استعمال المنتوجات والخدمات ، دراسة مقارنة ، مذكرة ماجستير في القانون ، فرع قانون الاعمال ،كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ،2003_2004 ، ص 63 .

[2] مضمون المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

[3] مضمون المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

[4] بركات كريمة ، المرجع السابق ،ص 66 و 67.

خلالها وسم هذه الاخيرة بطرق سهلة مفهومة بمجرد الاطلاع عليها ما تزيد من قيمة العلامة في نظر المستهلك ،كما انه كثيرا ما تكون المعلومات التي يقضي بها المحترف بمثابة تلك الامور المذكورة في الوسم كان يتطرق الى العلامة الجيدة للمنتوج وكذا جودتها وانها تتمتع عن غيرها من ذات

الصنف بعدة مميزات كفلة استهلاكها للطاقة ...الخ الامر الذي يجعل الوسم هو بمثابة التزام قانوني يصبح عنصرا من عناصر الدعاية التجارية التي يلجا اليها المحترف .[1]

المبحث الثاني: إلزامية المتدخل بالسلامة.

يهدف الالتزام بالسلامة الى تقوية الحماية المقررة للمستهلك عن طريق وضع قواعد ذات طابع وقائي ، ويهدف إلى عدم وضع منتوجات مضرة او خطيرة في السوق أو تقرير مسؤولية المنتج والموزع الذي يقوم بطرح منتجات تلحق بسبب ما فيها من عيوب الضرر لمن يستعملها أو يستهلكها .

إن المشرع الجزائري من خلال القانون الجديد رقم 09/ 03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حرص على توفير حماية أكبر للمستهلك بالإضافة إلى الالتزامات التي كرسها في القواعد العامة، حيث جاء بمفاهيم جديدة كإلزامية أمن المنتوجات وإلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها، فوجود هذه الالتزامات يوسع من فرص المستهلك في الحصول على التعويض عما قد يلحقه من أضرار جراء اقتنائه واستعماله لهذه المنتوجات والخدمات. [2]

سنتناول اهم النقاط التي تفسر الالتزام العام بالسلامة، حيث قسمنا دراستنا لهذا الموضوع الى اربعة مطالب: طبيعة الالتزام بالسلامة في المطلب الاول، ومجال التطبيق او نطاق الالتزام بالسلامة في المطلب الثاني، وفي المطلب الثالث مضمون الالتزام بالسلامة، والشروط الواجب توفرها في المنتوج الموضوع للاستهلاك في المطلب الرابع.

[1] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ، ص 130 .

[2] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص 80.

المطلب الاول :طبيعة الالتزام بالسلامة.

ثار جدل في الفقه والقضاء حول طبيعة الالتزام بالسلامة هل هو مجرد التزام ببذل عناية ؟، أم التزام بتحقيق غاية ؟ ، فإذا قلنا أن التزام البائع المهني بضمان السلامة هو التزام ببذل عناية فإنه لا يكفي المشتري للحصول على التعويض أن يثبت حصول الضرر بفعل السلعة ، بل يتعين عليه أن يقيم الدليل على خطأ المنتج المتمثل في عدم اتخاذ الاحتياط اللازم لتجنب وجود عيب أو خطورة بالسلامة ، أما إذا نظرنا لالتزام المنتج أو البائع بضمان السلامة على أنه التزام بتحقيق نتيجة ، فإن هذا يؤدي إلى تخفيف عبئ الإثبات على المتضرر ، الذي يستطيع الحصول على التعويض بمجرد إثبات تخلف النتيجة المطلوبة[1].

إذن هناك فرق واضح بين الغاية التي يهدف إلى تحقيقها الالتزام بضمان العيوب الخفية وما يرمي إليه الالتزام بالسلامة ، فالأول يرمي إلى ضمان حصول المشتري على مبيع صالح للاستعمال الذي أعد له في حين يراد بالضمان الثاني حصول المشتري"المستهلك "على مبيع يتضمن مستوى من الأمان الذي لا يجعله مصدرا للإضرار بالنسبة له أو المحيطين به ، ويؤدي اختلاف الغاية على هذا الوجه إلى اختلاف قواعد المسؤولية الناشئة على الإخلال بالالتزامين ولذلك كان من الضروري أن تخضع المسؤولية عن الضرر الناشئ عن عدم توفر الأمان اللازم في السلعة لقواعد تختلق عن قواعد ضمان العيوب الخفية[2] .

إن الالتزام بضمان السلامة ليس التزاما ببذل عناية، بل هو أكثر، ولكنه أقل من الالتزام بتحقيق نتيجة، فهو أكثر من الالتزام ببذل عناية لان العبرة في قيام المسؤولية تتجاوز سلوك المنتج أو البائع إلى ما تنطوي عليه السلعة من خطورة فالمسؤولية تقوم بمجرد ثبوت العيب حتى لو كان يجهله أو حتي يستحيل علمه به ، ولكنه أقل من الالتزام بتحقيق نتيجة،

[1] محمد بودالي ، المرجع السابق ، ص 403

[2] صياد الصادق ،المرجع السابق ص 81

لأنه بالإضافة إلى إثبات الضرر يجب إثبات رجوع الضرر إلى عيب أو خلل في التصنيع مما أكسب السلعة صفة الخطورة وبالتالي تسببها في الضرر.[1]

المطلب الثاني: نطاق تطبيق التزام المتدخل بالسلامة.

في مجال تطبيق الالتزام بالسلامة من حيث الموضوع نميز بين السلع والخدمات:

أولا:في مجال السلع:

عرف القانون رقم 03 /09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المادة 03 المنتوج بأنه": كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجان".

نلاحظ أن المشرع وضع ضمن تعريف" المنتوج" "الخدمة" فهو لم يفرق بين السلعة كشيء مادي والخدمة ، وعرف المشرع السلعة في نفس المادة" كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا ، كما عرفت المادة 02 من المرسوم90 / 39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش :"المنتوج كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية".، أما المرسوم التنفيذي رقم 266/90المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات[2] في المادة 04 عرفه بقوله" "المنتوج "هو كل مايقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة"

من خلال استعراضنا للتعريفات التي وضعها المشرع الجزائري للمنتوج أو السلعة نلاحظ أنها تعار يف مختلفة وغير موحدة مما يؤدي إلى نوع من الغموض والالتباس في تطبيق هذه النصوص[3].

ثانيا : في مجال الخدمات:

عرف القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الماد ة 03 الخدمة : "كل عمل مقدم ، غير تسليم السلعة ، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة

[1] عبد المنعم موسى ابراهيم ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) ،منشورات الحلبي الحقوقية بيروت ،الطبعة الاولى،2007 ، ص 569 .

[2] – المرسوم التنفيذي رقم90 / 266 المؤرخ في 15 اكتوبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ،الجريدة الرسمية ،العدد 40 سنة 1990.

[3] صياد الصادق ، المرجع السابق ص 82.

المقدمة"، وعرفتها المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90 /39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش" الخدمة:"كل مجهود يقدم ماعدا تسليم منتوج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له" ، والخدمة قد تكون (مادية) مثل الفندقة ، التنظيف ،الإصلاح (أو مالية) القرض،التأمين (أو فكرية) علاج طبي ،استشارات قانونية.

يفهم من خلال هذا التعريف أن الخدمة المقصودة هي الخدمة التي تشمل جميع النشاطات التي تقدم كأداءات ، باستثناء عملية تسليم المنتوج، أي يعتبر المجهود الذي يقدم مختلفا عن الأشياء المادية ، وبذلك تدخل كل الأداءات ضمن الخدمة حتى ولو كانت ملحقة بعقد البيع كما هو الحال بالنسبة للخدمة ما بعد البيع ، حيث نص المشرع في المادة 16 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك": في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم ، أو في كلا الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره ، يتعين على المتدخل المعني بالضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق .[1]

والملاحظ انه وان كان قانون 09 / 03 ومن قبلها القانون 89/ 02 الملغى، يطبق حتى على الخدمات إلا أن فعاليته في هذا الميدان مشكوك فيه، لان القواعد التي به غير مهيأة للتطبيق على الخدمات وكذلك ليس له طابع عام، وهو لا يطبق حسب ما يبدو لنا على المنتوجات والخدمات التي تخضع للتنظيمات التشريعية الخاصة وهي: الأسلحة ،المتفجرات المواد السامة أو المخدرات... الخ.[2]

المطلب الثالث: مضمون التزام المتدخل بالسلامة.

الالتزام بالسلامة تم تكريسه و توحيده من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش والذي نجده اهتم بسلامة المنتوجات أو الخدمات في الظروف العادية للاستعمال أو في

[1] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص 83

[2] جرعود الياقوت ، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري ،مذكرة ماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ،كلية الحقوق بن عكنون ،جامعة الجزائر ،2001 -2002 ،ص 76

ظروف أخرى منطقيا ،متوقعة من طرف المحترف ، يجب أن تحقق السلامة المشروعة المنتظرة ، كما يجب أن لا تمس صحة الأشخاص.

وسوف تتمحور دراستنا لهذا المطلب حول إلزامية سلامة المواد الغذائية في فرعا اول ،وإلزامية النظافة والنظافة الصحية في فرعا ثاني.

الفرع الاول :إلزامية سلامة المواد الغذائية.

يعتبر حق المستهلك في الغذاء من أهم الحقوق التي يكتسبها الإنسان بمجرد ولادته يتفرع عن حق أصلي هو حق الإنسان في الحياة و سلامة البدن ، وحماية الصحة العامة بحماية وحفظ المادة الغذائية التي يستمد منها حياته ، ويترتب على الاعتداء عليها ما يترتب على الاعتداء على الحقوق الأساسية الأخرى.[1]

لقد نص المشرع في المادة 04 من قانون حماية المستهلك على أنه":يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك، احترام إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على ألا تضر بصحة المستهلك...".

من خلال هذا النص ألزم المشرع المتدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك بضرورة بذل العناية المطلوبة للحيلولة دون وجود عيب أو خطر يهدد أمن وسلامة المستهلك، وبالرجوع لنص المادة 05 من قانون حماية المستهلك نجدها تمنع المتدخل من وضع مواد غذائية تحتوي على ملوثات بكمية غير مقبولة حماية للصحة البشرية والحيوانية[2] .

وإعمالا لمفهوم المخالفة فإنه توجد ملوثات مقبولة ومسموح بها في المادة الغذائية، حيث يقصد بالملوثات المسموح بها، الجراثيم وكل العناصر التي تلوث المادة الغذائية ، ولكن التقيد بنسب معينة لا يؤدي إلى الإضرار بصحة المستهلك ، وعادة ما تكون ضرورية لإنتاج المادة

[1] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص 83.

[2] مضمون المادة 05 من القانون 03/ 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

الغذائية ، كما هو الشأن بالنسبة لمواصفات بعض أنواع الحليب المعد للاستهلاك حيث يجب أن لا يحتوي على عدد من الجراثيم الحيوانية المتأقلمة في درجة حرارة° 30 مئوية[1].

الفرع الثاني:الزامية النظافة والنظافة الصحية .

المتدخل ملزم طوال فترة عرض المنتوج بتحقيق شروط النظافة حتى وصولها إلى المستهلك سواء في مرحلة الإنتاج ، التخزين ، النقل ، العرض النهائي للمنتوج فيقتنيه المستهلك وهو مستوفي لجميع شروط النظافة وإلا ترتب عليه التزام قانوني على المتدخل المخالف لهذه الشروط.

حيث ألزم المشرع كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يحترم شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين ، وكذلك بالنسبة للأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وكذا وسائل نقل هذه المواد وكذا ضمان عدم تعرضها لتلف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية .[2]

لا تكتمل سلامة المادة الغذائية إلا بسلامة المواد المعدة لملامستها ، فإن كانت هذه الأغذية في الماضي القريب تلامسها الأكياس الورقية والعبوات الزجاجية ، فإنه في وقتنا الحاضر وأمام استخدام التكنولوجيا الحديثة في ميدان تغليف الأغذية وسعي المتدخلين إلى جذب المستهلكين باستخدام المواد الجذابة واللامعة ، حرص المشرع على ضبط هذه المواد المعدة للتغليف وحتى الأجهزة المستخدمة في إنتاج المواد الغذائية ، وبصفة عامة كل ما يعد لملامستها بقواعد صارمة.[3]

وأثبتت الدراسات أن هناك تفاعلات داخلية تحدث بين مادة العبوات البلاستيكية و الأطعمة التي بداخلها ، وخاصة إذا كانت من الأطعمة التي يسهل ذوبان مادة البلاستيك

---

[1] شعباني (حنين) نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية ،فرع المسؤولية المهنية ،كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو ، 2012 ،ص 53.

[1] انظر المادة 06 من القانون 03 / 09 المتعلق بحماية المستهلك.

[2] شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق ،ص 58.

فيها نتيجة درجة الحرارة المحيطة بالعبوة وبداخلها ، حيث نصت المادة 08 :من قانون حماية المستهلك على ضرورة حماية سلامة الأغذية من التجهيزات واللوازم والعتاد والتغليف ، وغيرها من الآلات المخصصة لملامستها والتي يمكن أن تؤدي إلى إفسادها مما يشكل خطرا على سلامة المستهلك. [1]

وفي مجال منتجات الصيد البحري تم إصدار قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 أفريل 2010 م، يتضمن المصادقة على النظام التقني المتعلق بمواصفات حاويات استيداع منتجات الصيد البحري وتربية المائيات ونقلها.[2]

فالمنتجات الصيدية منتجات سريعة التلف للغاية ، حيث أنها وفي حالة انعدام شروط حفظ الصحة والنظافة ، تشكل خطرا على صحة المستهلك ، حيث يسمح هذا القرار المشترك الخاص باستعمال الصناديق البلاستيكية والمصنعة من مادة البلاستيك الغذائي من مادة أولية لم يتم تدويرها ، عوض صناديق الخشب التي تشكل خطر على صحة المستهلك نظرا لإفرازها مواد خطرة كما هو الحال بالنسبة للصناديق المصنوعة من خشب" الزان " والتي تلامس المنتجات الصيدية المحملة فيها ، كما تشكل وسط ملائم لنشاط البكتيريا نظرا لاحتفاظها بنسب رطوبة عالية جدا وصعوبة تنظيفها عند كل استعمال،ويشمل هذا القرار جميع منتوجات الصيد البحري وفي جميع المراحل(الاستيداع ، النقل ، التخزين ، البيع)، حيث تكون مواد التغليف من مواد بلاستيكية والمنتجات التي من شأنها ملامسة منتجات الصيد البحري ، وبعد كل استعمال وجب تنظيف الصناديق البلاستيكية وغسلها وتجفيفها وحفظها في مكان بعيد عن مكان الإنتاج لتفادي العدوى والغبار. [3]

[1] صياد الصادق ، المرجع السابق ،ص 83.

[2] قرار وزاري مشترك مؤرخ في 23 أفريل 2010 م، يتضمن المصادقة على النظام التقني المتعلق بمواصفات حاويات استيداع منتجات الصيد البحري وتربية المائيات ونقلها.

[1] انظر الوثيقة بالقرار الوزاري المؤرخ في 23 افريل 2010 السابق ذكره.

هذا القرار المشترك الخاص باستخدام الصناديق البلاستيكية يعد إضافة مهمة في تحقيق حماية أكبر للمستهلك ، خاصة كون المنتجات الصيدية سريعة التلف و تشكل خطورة كبيرة على صحته ، لكن الملاحظ أنه حددت فترة 06 أشهر كتاريخ لبداية تطبيق هذا القرار أي في ديسمبر 2011 م ، لكن لم نشهد تطبيق ميداني له ، ومازالت الصناديق الخشبية بما تشكله من خطر على صحة المستهلك مستعملة في نقل وبيع المنتوج الصيدي إلى غاية كتابة هذه الأسطر ، ورغم تعدد الأسباب و المبررات التقنية والفنية كعدم توفر هذه الصناديق بشكل كافي ، وانتظار نفاذ مخزون الصناديق الخشبية لدى الصيادين ، يبقى المستهلك يدفع الثمن ومهدد بأخطار جراء عدم تطبيق نصوص هذا القرار من طرف الأعوان المكلفين بذلك[1].

وتتنوع أهداف استخدام الإضافات الغذائية في الغذاء حسب نوع المادة المضافة والحاجة إليها ، ويعتبر استخدام هذه الإضافات الغذائية أمرا شائعا وواسع الاستخدام وذا أهمية كبيرة ، حيث لجأت العديد من الدول المنتجة إلى تجنب الخسائر المادية الناتجة عن فساد الأغذية وتلفها بحفظها عن طريق استخدام إضافات غذائية ذات طبيعة كيميائية أو طبيعية قصد حفظها من التلف[2].

ومن ناحية أخرى فإن عمليات التصنيع المختلفة التي تمر بها الأغذية يفقدها جزءا كبيرا من ألوانها الطبيعية ومظهرها وجاذبيتها للمستهلك الذي يعزف عنها وعن استهلاكها بهذه الصفة ، لذلك تلعب هذه المحسنات والملونات الكيميائية أو الطبيعية دورا هاما في التأثير في السلوك الشرائي للمستهلكين ، وتزيد من إقبالهم عليها ، كما قد تستخدم مضافات الأغذية في إحدى مراحل نمو النبات ، بحيث يتم امتصاصها عن طريق الجذور ، أو قد تضاف أثناء

[1] المادة 03 من القرار المزاري المشترك المؤرخ في 23 افريل 2010.

[2] صياد الصادق ، المرجع السابق ، ص 82.

عمليات الحصاد، التعليب ،التصنيع ، التخزين أو تسويق الأغذية بهدف تحسين نوعيتها أو زيادة المبيعات منها[1].

حيث أجازت المادة 08 من قانون حماية المستهلك للمنتج إمكانية إدماج المضافات الغذائية في المواد الغذائية وذلك وفق الشروط والمعايير المرخص بها .

وتطبيقا لأحكام هذه المادة جاء المرسوم التنفيذي رقم12 / 214 الذي يحدد شروط و كيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري ، حيث وفي المادة 03 منه عرف المضاف الغذائي على أنه":كل مادة لا تستهلك عادة كمادة غذائية في حد ذاتها ولا تستعمل كمكون خاص بالمادة الغذائية ، تحتوي أولا على قيمة غذائية ، تؤدي إضافتها قصدا إلى المادة الغذائية لغرض تكنولوجي أو ذوقي عضوي في أي مرحلة من مراحل الصناعة أو التحويل أو التحضير أو المعالجة أو التوظيب أو التغليف أو النقل أو التخزين لهذه المادة ،إلى التأثير على خصائصها وتصبح هي أو أحد مشتقاتها ، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ،مكونا لهذه لمادة الغذائية " .

لقد كان تفطن المشرع بإصدار هذا المرسوم في محله ويؤكد الحرص الكبير الذي يوليه لحماية صحة المستهلك ، كون المضافات الغذائية لا يمكن الاستغناء عنها في كثير من المواد الغذائية المصنعة إن لم نقل في معظمها ، وما تحتويه من مخاطر على صحة المستهلك خاصة على المدى البعيد ، هذا الحرص يتجلى خصوصا في مواكبة المشرع لآخر ما توصلت إليه التكنولوجيا في مجال الإضافات الغذائية المرخص بها والمسجلة أرقامها في النظام الدولي للترقيم أو من حيث قائمة الأغذية التي يمكن أن تدمج فيها الإضافات الغذائية ، وكذلك من

[1] زهية بديار وشوقي جباري حماية المستهلك في الجزائر بين المتطلبات التجارية والضرورات الشرعية مع التركيز على الاضافات الغذائية في الملتقى الوطني الخامس حول المستهلك في ظل 09/03 جامعة عزابة سكيكدة ايام 08 و 09 نوفمبر 2012 ص 08.

خلال تحديد قائمة المضافات الغذائية التي يمكن دمجها في المواد الغذائية وكذا الحدود القصوى المرخص بها.[1]

إضافة لما سبق أرجأ المشرع بداية سريان تطبيق أحكام المرسوم التنفيذي رقم 214/12 الذي يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري ، بمرور سنة كاملة من تاريخ صدوره في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية أي بتاريخ 16 مايو 2013 م [2]، وهذا ربما رغبة من المشرع إعطاء فرصة للمتدخلين من أجل التكيف مع الشروط الجديدة التي يفرضها عليهم هذا المرسوم الجديد ، رغم كون الفترة طويلة نسبيا كون المستهلك هو المتضرر نظرا لكون الحماية التي يقررها لا تشمله إلا بعد مرور سنة كاملة في خلال هذه الفترة ، ربما سنشهد ضحايا جدد جراء عدم البدء بتطبيق هذا المرسوم[3].

المطلب الرابع:الشروط الواجب توفرها في المنتوج الموضوع للاستهلاك:

من خلال النصوص التشريعية الجديدة في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد الفصل الثاني المعنون (إلزامية أمن المنتوجات) ألزم المشرع كل متدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك أن تتوفر على الأمن بالنظر للاستعمال المشروع المنتظر منها وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه.

والجدير بالذكر أن المشرع في القانون الملغى رقم89/02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، وفي المادة 03 منه لم يقتصر في تكريس الحق في السلامة على حالة استعمال المنتوج أو الخدمة بالطريقة العادية المنتظرة منها ، بل يمتد هذا الحق أبعد من ذلك حيث يستفيد المستهلك من هذا الحق حتى ولو أستعمل المنتوج بطريقة غير عادية ، ،كأن

[1] صياد الصادق ، المرجع السابق ص 84.

[2] المرسوم تنفيذي رقم 12 /214 المؤرخ في 15 ماي 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري ، الجريدة الرسمية ،العدد 30 ،سنة 2012.

[3] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص83.

يخالف شروط السلامة المرفقة بالمنتوج كما هو الشأن بالنسبة لاستعمال الآلات الكهربائية والتي يمكن أن تشكل خطرا على مستعملها إذا خالف التعليمات و الشروط التي تضمن سلامة مستعملها كعدم ارتداء القفازات والنظارات الواقية...الخ. [1]

لكن المشرع تدارك هذا النقص ونص في المادة 09 :من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم09/03 بقوله" ...ذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين "[2].

كما ألزم المتدخل عند وضعه للمنتوج مراعاة الشروط:

-ذكر مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته.

-تأثير المنتوج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات.

-عرض المنتوج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج.

-ذكر فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتوج، خاصة الأطفال.[3]

المبحث الثالث: إلزامية مطابقة المنتوجات

يعتبر الالتزام بالمطابقة من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المحترف عند تولي مهمة الإنتاج ، فبعدما كنا في ظل القانون المدني نتحدث عن المطابقة للمحل المتفق عليه من طرف المتعاقدين, أصبحنا في ظل أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش نتحدث عن المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية في المنتوجات ومنافسة المنتوجات العالمية[4] .

[1] مضمون المادة 03 من المرسوم التنفيذي 02 /89 المتعلق بالقواعد العمة لحماية المستهلك .

1 انظر المادة 09 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[3] صياد الصادق ، المرجع السابق ،ص 86.

[4] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ، ص 134.

فجودة المنتوجات تشكل عنصرا أساسيا في التقدم الصناعي والتطور التكنولوجي ، حيث بفضلها يمكن ترويج هذه المنتوجات والمحافظة على الأسواق الداخلية ,بالإضافة إلى كسب قواعد جديدة وضمان ثقة المستهلكين مما يزيد من وتيرة طلب هذه المنتوجات ، فاعتماد المستهلكين على المنتجات والخدمات أصبح أمرا أساسيا فبالرغم من أنها حققت لهم الكثير من أسباب المتعة والرفاهية إلا أنها في نفس الوقت زادت من فرص المخاطر التي تهدد حياتهم ، والمقصود بالمطابقة في قانون حماية المستهلك(استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية ، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به).[1]

وسندرس هذا الالتزام في مطلبين ،في المطلب الاول الزامية احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة ،وفي المطلب الثاني انواع المواصفات .

المطلب الاول:إلزامية احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة.

يعتبر الالتزام بمطابقة المنتوج للمواصفات القانونية والقياسية من أهم الالتزامات التي تقع على المتدخل، ويكون هذا الالتزام حتى قبل الإنتاج إلى غاية العرض النهائي للاستهلاك ويترتب هذا الالتزام في كل الأوقات والمراحل ، فالمواصفات القانونية أصبحت المأمن الوحيد الذي يطمئن إليه المستهلك في ضوء الانفتاح الاقتصادي والمنافسة الشرسة وتطور شروط الإنتاج والتوزيع وتعقد تركيب بعض السلع من الناحية الفنية ، والتي أصبح المستهلك عاجزا أمامها عن الاختيار السليم لعدم قدرته الوقوف على الصفات الحسنة لها وكيفية استعمالها واستهلاكها .

فالمخاطر التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها ضرورة جعلت الدولة تتدخل لتقديم ضمانات عديدة للمستهلك، للتقليل من مخاطر شرائه لسلعة أو آلة غير مطابقة للمواصفات تضمن سلامته .

[1] انظر المادة 03 الفقرة 18 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

الفرع الاول :الالتزام باحترام المواصفات القانونية .

ففي الفصل الثالث من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وتحت عنوان إلزامية مطابقة المنتوجات ألزم المشرع كل متدخل أن يحترم الرغبات المشروعة للمستهلك أثناء عرضه للمنتوج وذلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليتها للاستعمال و الأخطار الناجمة عن استعماله ومصدره والنتائج المرجوة منه ، والمميزات التنظيميةٍ من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه[1] .

بل ألزم المشرع المتدخل بالتحري حول مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك حتى ولو قام الأعوان المكلفون بالرقابة بهذه التحريات[2] .

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

الفرع الثاني: الالتزام باحترام المواصفات القياسية.

[1] السيد خلف الله عبد العال احمد ، الحماية الجنائية للمستهلك من جرائم التدليس ،رسالة دكتوراه في الحقوق ، كلية الحقوق ، جامعة عين شمس ، مصر ، 1998 ،ص14.

[2] انظر المادة 11 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[3] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ، ص 134.

بالرجوع للمادة 02 من القانون الخاص رقم 04/04المتعلق بالتقييس[1] تنص على أنه":النشاط المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين، ويقدم وثائق مرجعية تحتوى على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتوجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين ".

فإذا كانت المقاييس القانونية هي الأعمال التقنية التي تحتوي عليها المنتجات والخدمات بما يميزها عن غيرها ، فإن المواصفات القياسية يقصد بها الخصائص التقنية أو أي وثيقة أخرى وضعت في متناول الجميع تم إعدادها بتعاون الأطراف المعنية وباتفاق منها وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم والتكنولوجيا والخبرة وتهدف إلى توفير المصلحة العليا للأمة في مجملها ويكون مصادقا عليها من طرف هيئة معترف بها بهدف حمايتها من أي تقليد أو قرصنة،كما يمكن بذلك صنع المنتوج و استعماله وتسويقه أو حيازته من طرف صاحبه أو لمن له حق امتلاكه[2] .

فالمواصفات القياسية عبارة عن وثيقة قانونية متاحة للجميع ومصاغة بالتعاون أو بالاتفاق مع جمع من ذوي المصالح المتأثرة به(أجهزة الرقابة، التجار، المستهلكين،) وتستند إلى نتائج العلم والتقنية والخبرة وتهدف إلى تحقيق المصلحة العامة.

من كل ما سبق ذكره يمكن القول بأن المواصفات هي عبارة عن مجموعة معطيات تقنية وعلامات وخصائص وطرق التحاليل والتجارب اللازم إجرائها على المنتوجات والخدمات قصد التأكد من جودتها والاطمئنان على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك.[3]

---

[1] القانون 04 -04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس ،الجريدة الرسمية العدد 41 ،سنة2004.

[2] صياد الصادق ، المرجع السابق ،ص 88.

[3] جرعود الياقوت ، المرجع السابق ص 173.

يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتوج من وجهة مباشرة ,غير أنه يهدف عن طريق غير مباشر إلى البحث في مسالة السلامة ,ويتجلى ذلك من خلال أن التقييس يستهدف بوجه خاص تحقيق الأهداف المشروعة ,وبذلك السلامة تعتبر مظهرا من مظاهر المطابقة[1] .

وقد نصت المادة 03 : من القانون04- 04 المتعلق بالتقييس على أهداف التقييس حيث يهدف التقييس على الخصوص حسب هذه المادة إلى:

ا-تحسين جودة السلع والخدمات ونقل التكنولوجيا.

ب -التخفيف من العوائق التقنية للتجارة وعدم التمييز.

ج -إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية.

د -تجنب التداخل والازدواجية في أعمال التقييس.

ه-التشجيع على الاعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق.

و -اقتصاد الموارد وحماية البيئة.

ز-تحقيق الأهداف المشروعة.

المطلب الثاني: أنوع مواصفات المطابقة القانونية.

القانون يوجب على المنتجين ان تكون جميع منتجاتهم المعروضة للتداول في السوق مطابقة للمواصفات ولا تحمل اخطارا للمستهلكين، كما توفر لهم الصحة والسلامة المطلوبة وتلبي حاجياتهم المشروعة وهذا يتأتى ما لم تكن هذه المنتجات تطابق مواصفات ومقاييس متفق عليه او محددة من قبل المشرع.

[1] فتاك علي ، تاثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج ،رسالة دكتوراه في القانون ،كلية الحقوق ،جامعة وهران ،2007 ،ص 173.

ومن خلال ما سبق يتبين ان المطابقة نوعان مطابقة للمواصفات الوطنية وأخرى مطابقة لمواصفات المؤسسات وسنتناول هذه المسائل فيما يلي :

الفرع الاول :مطابقة المنتوج للمواصفات الوطنية .

عرف المشرع الجزائري المواصفة في نص المادة (02)الفقرة (03) من القانون 04-04 المتعلق بالتقييس ، بقوله "وثيقة غير الزامية توافق عليه هيئة تقييس معترف بها تقدم من اجل الاستخدام العام للمتكرر ،القواعد والاشارات او الخصائص المتضمنة الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة لصفات المنتوج او عملية او طريقة انتاج معينة ".

تقوم الهيئة الوطنية للتقييس ممثلة في" المعهد الجزائري للتقييس "بمهمة إعداد المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر ، حيث يحتوي المواصفات الوطنية عن طريق إصدار برنامج عملها كل ستة أشهر ، حيث يحتوي هذا البرنامج على المواصفات الوطنية الجاري إعدادها بالإضافة إلى المواصفات المصادق عليها سابقا[1].

يبدأ اعداد المواصفة بان تعرض اللجان التقنية الوطنية على المعهد الجزائري للتقييس مشاريع للمواصفات ، مرفقة بتقرير يبرر محتواها وبعد ان يتحقق هذا المعهد من جدوى الملف المطروح عليه يمنح فترة زمنية قدرها ستون (60) يوما للمتعاملين الاقتصاديين ولكل الاطراف المعنية لتقديم ملاحظتهم ،بعد انقضاء هذا الاجل لا تؤخذ اية ملاحظة بعين الاعتبار، بعد المصادقة على المواصفة ،تسجل وتصبح معتمدة بموجب مقرر صادر عن المدير العام الجزائري للتقييس ، وتخل حيز التنفيذ ابتداء من تاريخ توزيعها عبر المجلة الدورية للمعهد . [2]

[1] انظر المادة 02 الفقرة 03 من القانون 04 /04 المتعلق بالتقييس.

[2] عمار زعبي، حماية المستهلك من الاضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ، رسالة دكتوراه العلوم في الحقوق ،تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق، جامعة محمد خيضرة ،بسكرة ،2012 -2013 ، ص 80 .

يقوم المعهد الجزائري للتقييس بفحص منتظم مرة كل خمس (05) سنوات قصد الابقاء عليه ومراجعتها او الغائها ، ومن يهمه الامر له الحق في المبادرة بإجراء للفحص لدى المعهد الجزائري للتقييس .

نلاحظ من خلال ما سبق ان المواصفة لها دور كبير في توحيد القواعد وشروط الانتاج المتعلقة بالتغليف وسمات منتج ما و اللصقات الموضوعة عليه ، وكذا طريقة انتاجه مما يؤدي الى تعزيز مبدأ حماية المستهلك والوقوف في وجه كل تلاعب محتمل من قبل المنتج او محاولته التأثير على رضا المستهلك او مخادعته بملصقات او سمات لا تعكس حقيقة الواقع ،ولا جدوى من ورائها لتحقيق اهداف تجارية بحتة على حساب صحة وسلامة المستهلك ومصالحه المادية.[1]

الفرع الثاني :مطابقة المنتوج لموصفات المؤسسة.

تعد مواصفات المؤسسة بمبادرة من المؤسسة المعنية بالنظر إلى خصائصها الذاتية وتختص بكل المواضيع التي ليست محل مواصفات جزائرية، أو إن كانت محلا لمواصفة واحدة أو عدة مواصفات جزائرية ,فانه يجب أن تحدد بمزيد من التفصيل ,ولا يجوز أن تكون مواصفات المؤسسة مناقضة لخصائص المواصفات الجزائرية ويجب أن توضع نسخة من مقاييس المؤسسات لدى الهيئة المكلفة بالتقييس، وهذه الهيئة مخولة لإجراء تحقيقات لدى كل متعامل عمومي وخاص قصد الحصول على الإعلام اللازم.[2]

ويتم وضع نسخة من مواصفات المؤسسة بصفة إلزامية وبدون مقابل لدى الهيئة المكلفة بالتقييس ،ه ذه الأخيرة تسهر وتراقب مدى مطابقة مواصفات المؤسسة للمواصفات

[1] شعباني حنين نوال ، المرجع السابق ،ص 97.

[2] علي بولحية بن بوخميس ، "القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري"، دار الهدى، عين مليلة الجزائر،2000 ، ص 31 .

الجزائرية الجاري بها العمل ,ويمكن لكل شخص يهمه الأمر أن يطلع عليها مجانا أو استخراج نسخة منها على حسابه الخاص باستثناء المواصفات ذات الطابع السري[1] .

و تبقى مقاييس المؤسسة مرتبطة بالمواصفات الجزائرية وهذا راجع لغرض مهم وهو توحيد الجهود بين الهيئات المكلفة بتنظيم عمليات التقييس والمؤسسات الاقتصادية حتى يتسنى لها وضع منتجات في الأسواق ، تكون محل متابعة ومراقبة دورية لمنع عمليات الغش في المنتوجات التي تهدد صحة وأمن المستهلك ، وكذا ضبط المعاملات الاقتصادية ،كما أن تعديل المقاييس الجزائرية يتم غالبا بمبادرة من الهيئة المكلفة بالتقييس مع أنه يمكن أن يكون بطلب من متعامل اقتصادي لتعديلها قصد تسهيل عملية تطبيقها ، أو أن يطلب إلغائها في حال ظهور مواصفات عالمية جديدة أكثر فعالية[2] .

المطلب الثالث:الاشهاد على مطابقة المقاييس الوطنية.

هي العملية التي يعترف بها بواسطة شهادة المطابقة وعلامة المطابقة بان منتجا ما مطابقا للمواصفات أو الخصائص التقنية كما هي محددة في القانون رقم 04/04المتعلق بالتقييس ،كما أن الأشهاد على المطابقة يهدف إلى إثبات جودة المواد المنتجة محليا أو المستوردة ومطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية أو نفي ذلك ، وقد فرض المشرع الجزائري على المنتج أو على المتدخل في مرحلة إنتاج المواد الغذائية والمنتجات الصناعية واستيرادها وتوزيعها أن يقوموا بإجراء تحاليل الجودة ومراقبة مطابقة المواد التي ينتجونها أو التي يتولون المتاجرة فيها أو يكلفون من يقوم بذلك ، وهذا قبل عرضها للاستهلاك ويمنح الأشهاد على المطابقة من طرف الجهة المختصة.[3]

---

[1] كالم حبيبة ، "حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق و العلوم الإدارية ، جامعة الجزائر، 2005 ص46.

[2] زوبير ارزقي ، المرجع السابق ، ص 140 .

[3] – صياد الصادق ، المرجع السابق ، ص 91

وحسب المادة من القانون04/04 المتعلق بالتقييس فانه يتم الإشهاد على مطابقة منتوج ما للوائح الفنية والمواصفات الوطنية بتسليم شهادة المطابقة أو تجسد بواسطة وضع علامة المطابقة على المنتوج ، وبالنسبة للجزائر فان منح الإشهاد على المطابقة يبقى إجراءا إداريا تمنحه الهيئة المكلفة بالتقييس، حيث يرمز للمنتوج المطابق للمواصفات بعلامة"ت ج "والتي تعني" تقييس جزائري فهذه العلامة هي ملك مقصور وحصري للمعهد الجزائري للتقييس وتنشا وتلغى بقرار من الوزير المكلف بالتقييس بناءا على اقتراح من هيئة التقييس وهي غير قابلة للتنازل عنها وغير قابلة للحجز.[1]

ويتم الإشهاد على مطابقة المنتوج للمواصفات الجزائرية بواسطة علامة أو علامات وطنية للمطابقة أو بواسطة رخصة استعمال وضع العلامة الوطنية ومنح شهادة المطابقة على هذه المواصفات ، ويتم إيداع العلامات الوطنية عند السلطات المختصة بالتقييس والتي تكون لها على الخصوص الصلاحيات التالية:

-دراسة طلبات منح الرخص.

-تنفيذ عمليات تقييم المصانع وتفتيشها.

-مراقبة الاستخدام الحسن للعلامة.

-إجراء التحليل والاختبارات الأخرى للمواد المعنية لرخصة استعمال علامة المطابقة للمواصفات .

حتى في مجال المضافات الغذائية يجب أن تستوفي الشروط من حيث مواصفات التعريف والنقاء المحددة في المقاييس الجزائرية إلا في حالة عدم وجودها تستعمل بدل ذلك المقاييس المعمول بها على المستوى الدولي.[2]

المبحث الرابع: إلزامية المتدخل بالضمان.

[1] -عمار زعيي ، المرجع السابق ،ص 83

[2] مضمون المادة 08 من المرسوم تنفيذي رقم 12 -214 المؤرخ في 15 ماي 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري .

تدخل المشرع الجزائري لضمان سلامة المستهلك بوضع قواعد صارمة لا تتسامح مع المتدخلين في عملية وضع السلع والخدمات للاستهلاك ، فألقى على عاتقهم التزامات تكفل سلامة المنتوج خلال مراحل الانتاج وحتى عندما يكون المنتوج في حوزة المستهلك والوفاء بها جدير بإعادة التوازن المفقود بين المتدخل والمستهلك ، وضمان أمن المستهلك المقرر في المادة 10 من قانون حماية المستهلك [1].

وسوف نعالج هذا الالتزام في ثلاثة مطالب ،انواع الضمان في مطلب اول ، والتزام المتدخل بتقديم شهادة الضمان والخدمة ما بعد البيع في مطلب ثاني ودعوى الضمان في مطلب ثالثا.

المطلب الاول:انواع الضمان.

يعتبر الضمان من أهم الالتزامات التي رتبها المشرع الجزائري على عاتق المتدخل حيث يلتزم به المتدخل إلى جانب ضمان عدم التعرض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية في المنتوج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك وقد ظهر التزام الضمان خاصة مع التطور الصناعي والتكنولوجي في المنتوجات الاستهلاكية التي أصبح اعتماد المستهلكين عليها أمرا أساسيا، بما حققت لهم من أسباب المتعة والرفاهية إلا أنها في نفس الوقت قد زادت من فرص المخاطر التي تهددهم في أرواحهم وأموالهم.

وهناك نوعان من الضمان هما الضمان القانوني الذي فرضه القانون، والضمان الاتفاقي الذي جاءت به الارادات وسندرسهم بالتفصيل في الفروع التالية.

الفرع الاول: الضمان القانوني.

نص المشرع على إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع في الفصل الرابع من المادة 13 إلى المادة 16 من القانون رقم09/ 03 المتعلق بحماية لمستهلك وقمع الغش.[2]

[1] انظر المادة 10 من القانون 09 /03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] انظر المواد 13 ،14، 15، 16، من القانون 03 -09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

وعرف الضمان في المادة الثانية منه" الضمان التزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتوج ، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته ".

كما نظم المشرع الجزائري أحكام الضمان بالمرسوم التنفيذي رقم266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات .حيث تضمن (22مادة) ، كفلت حق الضمان القانوني لمصلحة المستهلك في مواجهة المحترف ، حيث ألزمت المحترف بضمان سلامة المنتوج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له حتى لدى تسليم هذا المنتوج كذلك خولت للمستهلك حق تجربة المنتوجات و الخدمات ،وفي حالة وجود عيب في المنتوج ألزم المشرع الضامن أو المتدخل بتنفيذ الضمان وفق ثلاثة أوجه إصلاح المنتوج أو استبداله أو رد ثمنه[1] .

وقد فرض المشرع هذه الضمانات حماية لمصالح المستهلك المقتني للمنتوج أو الخدمة باعتباره الطرف الضعيف في مواجهة المتدخل.

وبالرجوع لنص المادة 13 :من القانون رقم 03/09 والتي تنص على أنه ": يستفيد كل مقتن لأي منتوج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتادا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان أيضا للخدمات."

لقد ألزم المشرع المتدخل بضمان المنتوج أو الخدمة المقدمة للمستهلك بقوة القانون من أجل حمايته في حال ظهور عيب بالمنتوج ، حيث يرى البعض بأن الضمان الذي أقره المشرع يشمل المنتجات والخدمات على السواء لكنه لا يشمل بالنسبة للمنتجات سوى المنتجات الاستهلاكية أي الأشياء المنقولة المادية المباعة من قبل المتدخل إلى المستهلك وكما هو ا لحال في المادة 06 :فقرة 01 من قانون حماية المستهلك رقم 02-89 (الملغي) وتقابله في القانون الجديد 09/03 المادة 13 حيث ذهبت إلى إطلاق الضمان ليشمل" لأي

[1] انظر المرسوم التنفيذي 90 – 266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات

منتوج"قبل أن تمهد إلى تخصيص بعض المنتجات..." سواء كان جهازا أو أداة أوآلة أو عتاد أو مركبة... "[1]

الفرع الثاني :الضمان الاتفاقي.

الضمان الاتفاقي كما يتضح من مسماه لا يقوم إلا باتفاق مسبق بين المنتج أو البائع وبين المشتري"المستهلك."، وإذ ا كان الفقه قد تصور في وقت مضى أن الضمانات الاتفاقية ليست إلا نوع من التعديل والتوسع في الضمانات القانونية للعيوب الخفية فإن استقلالية هذين النوعين من الضمانات أصبحت الآن أمرا مسلما به.[2]

فنجد في القانون المدني أنه يجيز الاتفاق على تعديل أحكام الضمان بالزيادة أو الإنقاص أو الإعفاء ، باستثناء حالة تعمد البائع إخفاء العيب غشا منه ، وذلك بموجب المادة 384 منه والتي تنص على أنه":يجوز للمتعاقدين بمقتضى اتفاق خاص أن يزيدا في الضمان أو ينقصا منه وأن يسقطا هذا الضمان ، غير أن كل شرط يسقط الضمان أو ينقصه يقع باطلا إذا تعمد البائع إخفاء العيب في المبيع غشا منه..."

والجدير بالذكر أن المرسوم التنفيذي رقم 90/ 266 يتفق مع أحكام القانون المدني الواردة في المادة السالفة الذكر من حيث المبدأ إذ تنص المادة العاشرة منه على جواز منح المستهلك ضمانا إتفاقيا يحقق له بعض المزايا مقارنة بالأحكام التشريعية مع التنبيه على ضرورة عدم تخفيض مدة الضمان إلى أقل من 06 أشهر إبتداءا من تاريخ التسليم وفقا للمادة 16 من هذا المرسوم أما فيما يتعلق بالاتفاق على الإعفاء من الضمان فالأمر غير وارد في ظل المرسوم خلافا للقانون المدني حسبما نصت عليه المادة العاشرة منه بأنه ":يبطل كل شرط بعدم الضمان ويبطل مفعوله[3] ."

---

[1] محمد بودالي ، المرجع السابق ص 368

[2] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص 56

[3] منادي مليكة ، مداخلة بعنوان (حماية المستهلك اثناء تنفيذ العقد في القانون الجزائري) ،القيت بالملتقى الوطني الرابع حول " حماية المستهلك تشريعات وواقع "،يوم 22 و 23 افريل 2008 ،المركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة ،ص 05

وهذا ما أكده المشرع في المادة 14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش "...كل ضمان آخ....لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني...".[1]

كما أجاز المشرع للمتدخل ضمانا إتفاقيا سواء كان بمقابل أو مجانا بشرط أن توضع بنود تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة مرفقة بالمنتوج ، حيث أن الإتفاق بين المتدخل والمستهلك بزيادة الضمان ربما يكون أنفع للمستهلك ، حيث يجوز للمتدخل أن يلتزم بضمانات إضافية وفي هذه الحالة تضاف هذه الضمانات إلى تلك المنصوص عليها في القانون ، لكن وفي كل الأحوال لا يمكن التنازل على الضمان القانوني أو الإنقاص منه فهذا الضمان بقوة القانون ، حيث يعتبر كل شرط مخالف باطلا.[2]

فبالنسبة للضمان الإتفاقي نجد أن المشرع الجزائري قد أجازه في المادة14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش فيكون تقديم الضمان من طرف المتدخل بمقابل أو مجانا على عكس ما هو الحال في المادة 11 :من من المرسوم التنفيذي266/90 والتي أجاز فيه للمحترف أن يمنح للمستهلك ضمانا إتفاقيا أنفع من الضمان القانوني لكن بشرط أن يكون هذا الضمان مجاني

وبهذا يكون المشرع الجزائري قد شجع الضمان الاتفاقي أو التعاقدي الذي يهدف إلى توسيع مجال الضمان بالإضافة إلى الحماية القانونية التي فرضها القانون للمستهلك.[3]

المطلب الثاني:إلتزام المتدخل بتقديم شهادة ضمان المنتوجات والخدمة ما بعد البيع.

يلتزم المتدخل بضمان سلامة منتوجاته من كل عيب قد يشوبها حيث نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على استفادة كل مقتن للمواد التجهيزية من الضمان

[1] انظر المادة 14 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

[2] انظر المادة 13من القانون 03 -09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

[3] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص58

بقوة القانون او ما يسمى شهادة الضمان الذي سنعالجه في فرعا اول ، ونصت المادة 16 منه على تنفيذ الخدمة ما بعد من اجل تفعيل هذا الضمان[1] ، وهو ما سنعالجه في فرعا ثاني.

الفرع الاول : تقديم شهادة الضمان.

ألزم المشرع المتدخل بتقديم شهادة الضمان والتي يجب أن يبين فيها بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات وذلك في شكل وثيقة مرافقة للمنتوج .

وبالرجوع للمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات[2] ، فقد ألزمت المتدخل على ذكر البيانات التالية:

-نوع الضمان (ضمان قانوني أو اتفاقي) .

-شروط تشغيل المنتوج.

-إسم الضامن وعنوانه.

-رقم الفاتورة أو تذكرة الصندوق وتاريخها.

-نوع المنتوج المضمون، لاسيما نمطه وصنفه ورقمه التسلسلي.

-سعر المنتوج المضمون.

-مدة الضمان.

-المتنازل له بالضمان عند الاقتضاء.

-العبارة الآتية" يطبق الضمان القانوني في كل الأحوال."

وفي قرار لاحق [3] يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات أضاف بعض التفصيلات الأخرى لشهادة الضمان.

[1] انظر المواد 13 و 16 من القانون 03 – 09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2] انظر المادة 14 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

[3] قرار مؤرخ في 10 ماي 1990 يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات

ففي المادة 05 :من هذا القرار نصت على منح البائع للمستهلك شهادة الضمان وفق النموذج الذي ألحق بالقرار، كذلك ألزمت البائع بتحرير الأختام المطلوبة وأن تتضمن تعريف المشتري والمتدخل المكلف بتنفيذ الضمان أو الأداءات المرتبطة بالخدمة ما بعد البيع.

-الشروط الواجب توفرها في دليل الاستعمال:

بالإضافة إلى إلزامية أن يحرر دليل الاستعمال باللغة العربية وبلغة أخرى عند الاقتضاء ألزم المتدخل بذكر البيانات التالية في دليل الاستخدام:

-الرسم البياني الوصفي للجهاز.

-التركيب والتنصيب و الاشتغال و الاستعمال والصيانة.

-التعليمات الأمنية.

-صورة أو رسما للنموذج المضمون[1].

الفرع الثاني : الالتزام بالخدمة ما بعد البيع .

إن هدف المشرع من تقريره حق الضمان لصالح المستهلك في مواجهة المتدخل هو الوفاء بالتزاماته في حال ظهور عيب في المنتوج خلال فترة الضمان،ويتم تنفيذ الضمان على ثلاثة أوجه حسب الفقرة الثانية من المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإنه في حالة ظهور عيب بالمنتوج يجب على المتدخل خلال فترة الضمان المحددة استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتوج[2].

أولا:إصلاح المنتوج.

ألزم المشرع المتدخل أن يأخذ على عاتقه إصلاح المنتوج وتحمل كافة نفقات الإصلاح من قطع غيار ومصاريف اليد العاملة وغيرها جبرا للضرر حيث يعود إلى طبيعة المنتوج.

---

[1] المادة 06 من القرار المؤرخ في 10 ماي 1990 الذي يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات

[2] صياد الصادق . المرجع السابق ،ص 59

والمادة 06 :من المرسوم التنفيذي 90/ 266نصت على أنه :"يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب ..."[1]

ثانيا :إستبدال المنتوج.

ويأتي هذا الالتزام إذا تعذر إصلاح المنتوج كأن يصاب بعيب أو خلل جسيم يؤثر على صلاحية المنتوج بأكمله ، وفي حالة ما إذا أمكن إصلاح المنتوج من طرف المتدخل وإعادته إلى حالته الطبيعية ودون مقابل ، للمتدخل حق رفض استبدال المنتوج في هذه الحالة .

إذن استبدال المنتوج يكون فقط إذا تعذر معه إصلاح العيب أو الخلل من طرف المتدخل وهذا ما أكدته الماد ة 07 من المرسوم التنفيذي 90 /266، بقولها : "يجب على المحترف أن يقوم باستبدال المنتوج إذا بلغ عيبه درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا على الرغم من إصلاحه".

وفي كل الأحوال يتحمل المحترف المصاريف سواء في عملية الإصلاح أو الاستبدال حيث تكون مجانا وعلى نفقته .

ثالثا:رد ثمن المنتوج .

في حالة استحالة الإصلاح أو الاستبدال للمنتوج فإن المشرع ألزم المحترف برد الثمن وذلك من دون تأخير وحسب شروط حددها وهي كما يلي:

1-يرد جزأ من الثمن إذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال جزئيا وفضل المستهلك الاحتفاظ به.

2-يرد الثمن كاملا ، إذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال كلية ، وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتوج المعيب[2] .

رابعا :تعديل الخدمة والخدمة ما بعد البيع.

[1] انظر المادة 06 من المرسوم التنفيذي 90 -266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

[2] صياد الصادق ، المرجع السابق ، ص 59

1-تعديل الخدمة:

في مجال الخدمات قد يختلف الأمر عما هو عليه في المنتوج المادي ، فالضمان في مجال الخدمات يكون بتعديل الخدمة أي بتغيير شروطها في حال إخلال المتدخل بالتزاماته ، حيث يستفيد المستهلك من تغيير في الخدمة لصالحه كأن يتحمل المتدخل نفقاتها دون المستهلك، وهذا ما قصده المشرع في المادة13 من قانون حماية المستهلك المتعلقة بالضمان بقوله : ...."أو تعديل الخدمة على نفقته..." أي على نفقة المتدخل[1].

2 -خدمة ما بعد البيع :تعتبر خدمة ما بعد البيع من الإضافات التي جاء بها قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، حيث لم يتعرض لها القانون السابق رقم 89/02 فكان اجتهاد المشرع في محله حيث يعطي حماية إضافية وأكثر فاعلية للمستهلك حتى بعد انتهاء فترة الضمان ، حيث نصت المادة 16 على أن":في إطار الخدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي يمكن للضمان أن يلعب دوره ، يتعين على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق" وعلى تدخل عمال تقنيين مؤهلين ، و توفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية[2].

وفي مفهومها الواسع تشمل كل أشكال الخدمات الممنوحة بعد إبرام عقد البيع والمتعلق بالشيء المبيع ، مهما كانت طريقة الدفع كالتسليم في المترل ، والإصلاح والعناية لكن في مفهومه الضيق ، وحدها الخدمات التي تتطلب ثمنا إضافيا غير مشمول بثمن البيع وهي المقصودة ، وبهذا فمفهوم خدمة ما بعد البيع هي خدمة الصيانة والإصلاح فحسب .

ويلاحظ غياب هذه الخدمة بالنسبة للعديد من المنتوجات ، واقتصارها على السيارات وبعض الأجهزة الكهربائية ، كما يلاحظ جهل اغلب المستهلكين بإلزامية تقديم هذه الخدمة بقوة القانون ، وهو ما أدى إلى استغلاله من طرف المتدخلين في جعل هذا الالتزام وسيلة

[1] انظر المادة 13 من القانون 03 -09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[2]- شعباني حنين نوال ،المرجع السابق ،ص69 و70.

للدعاية عن منتجاتهم ، فيضعون عبارة" خدمة ما بعد البيع متوفرة " على إعلاناتهم ، ليس لإعلام المستهلكين وإنما لجذبهم نحو اقتناء منتوجهم . [1]

المطلب الثالث: دعوى الضمان.

ينفذ الضمان بين طرفيه وهما ،المستهلك والمتدخل لذا يتعين عليهما القيام بواجبهما على اكمل وجه حتى يأتي الضمان بثماره ،فيلتزم المستهلك بإخطار المتدخل بوجود العيب حتى يتمكن هذا الاخير من تنفيذ التزامه حسب الطرق المحددة قانونا ، وطبقا للمادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات [2] ، يجب على المستهلك بمجرد ظهور العيب أن يقدم للمحترف طلبه بتنفيذ الضمان ،والغاية منه تحاشي تفسير سكوت المستهلك بأنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب ويستحسن للمستهلك ان يسرع في اخطار المتدخل بالخلل قبل تفاقمه وما ينجم عن ذلك من اضرار ، فغالبا ما تنص وثيقة الضمان على ميعاد قصير للإخطار ، فحسب المادة 18 من المرسوم التنفيذي المذكور اعلاه ،يمكن ان يتم الاخطار شفويا او كتابيا ،او بأية وسيلة تطابق التشريع المعمول به ، ويكن للمحترف حسب المادة 18 من المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات سالفة الذكر بان يطلب بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين او ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتوج . [3]

بعد اخطار المتدخل يتعين عليه القيام بتنفيذ التزامه بالضمان في أجل محدد مع المستهلك وفي حالة عدم وجود أتفاق يحدد هذا الأجل بسبعة (07) أيام إبتداءا من تاريخ طلب تنفيذ الالتزام بالضمان ، وفي حالة تقصير المتدخل ينذره المستهلك وله سبعة 7 ايام اخرى من تاريخ استلام الاشعار بالإنذار لتنفيذ التزامه ،وفي حالة عدم تنفيذ الضمان يمكن للمستهلك أن يرفع دعوى قضائية أمام المحكمة المختصة في أجل أقصاه سنة، هنا إذا لم يعد

[1] صياد الصادق ، المرجع السابق ،ص 60.

[2] انظر المادة 18 من المرسوم التنفيذي 90 -266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

[3] شعباني حنين ، المرجع السابق ،ص 68.

الضمان مسألة اختيارية تعود لإرادة المحترف ، بل أصبح الضمان من النظام العام بموجب قواعد آمرة[1] .

[1] صياد الصادق ،المرجع السابق ،ص 62

الفصل الثاني:

دور أجهزة الدولة في

حماية المستهلك

الفصل الثاني: دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك.

إن إخلال المتدخل بالتزاماته، يعرض مصالح المستهلك الطرف الضعيف للخطر، ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك لا بد من وجود أجهزة قوية وفعالة فدونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على ورق ويفتقد لآلية ردع المخالفين له من المتدخلين، وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص، من خلال منحها سلطات وصلاحيات واسعة في التحري والكشف عن المخالفات القانونية.

وعموما هناك مجموعة من الاجهزة الادارية المكلفة بحماية المستهلك ومن هذه الأجهزة نجد بعض الهيآت الإدارية ذات الصلة بالمستهلك وجمعيات حماية المستهلك وإدارة الجمارك وكذا الهيات القضائية، وسنفصل ذلك في المباحث التالية:

المبحث الأول: دور الهيات الإدارية في حماية المستهلك.

لإدارة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك حماية من الجرائم الماسة به، ولأنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القواعد من جهة ومن جهة أخرى قدرتها على دقة وسلامة التنفيذ حيث تنقل التجريم والعقاب من مجال التشريع إلى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية على أرض الواقع.

حيث تقوم الهيآت الإدارية باختلاف اختصاصاتها كما سنرى لا حقا بدور فعال في حماية مصالح المستهلك سواء ما تعلق منها بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين، هذه الهيآت تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون رقم09/ 03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وبدون هذه الهيآت تصبح تلك القوانين عديمة الجدوى وبدون فعالية.

ومن خلال المطالب التالية سندرس الهيات الإدارية المسؤولة عن حماية المستهلك.

المطلب الأول: دور وزارة التجارة والهياكل التابعة لها.

تعتبر وزارة التجارة هي الهيئة الأولى المسؤولة عن حماية المستهلك، حيث تتولى تنفيذ نظام مراقبة السلع الغذائية والخدمات المرتبطة بها من زاوية مدى مطابقتها لمعايير الجودة والصحة والأمان حيث نجد وزارة التجارة ومختلف الهياكل التابعة لها ممثلة في وزير التجارة وما يتمتع به من صلاحيات بالإضافة إلى الهياكل المركزية ومختلف المديريات الجهوية والولائية تسهر على حماية المستهلك وقمع الغش، وهذا ما سيأتي تفصيله في الاتي:

الفرع الأول :دور وزير التجارة:

حسب المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 453/02 الدي يحدد صلاحيات وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات، وحماية المستهلك يكلف وزير التجارة بما يلي:[1]

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

– يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامات وحماية العلامات التجارية والتسميات الأصلية ومتابعة تنفيذها.

–يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

–يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمن اهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

–يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره.

–يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.

–يعد وينفذ استراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشائها. كما نصت المادة 09 من نفس المرسوم السابق ، على أن يسهر وزير التجارة على السير الحسن للهياكل المركزية واللامركزية والمؤسسات والهيئات التابعة لدائرته الوزارية.[2]

الفرع الثاني: الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك.

[1] – مرسوم تنفيذي رقم 453/02 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة ،الجريدة الرسمية العدد 85 سنة 2002.

[2] – انظر المادة 05 من المرسوم التنفيذي 453/02يحدد صلاحيات وزير التجارة.

خول المرسوم التنفيذي رقم08 /266 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة لكل من المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك.[1]

كما أنشأ المرسوم التنفيذي رقم12 /203 [2]المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات" شبكة الإنذار السريع "مكلفة بمتابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم.

-اولا : المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين:

تكلف المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين بإعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية وتكييفها وتنسيقها، وتحديد جهاز لملاحظة ومراقبة الأسواق ووضعه.

كما تقترح كل التدابير المتصلة بالضبط الاقتصادي، لاسيما في مجال التسعيرة وتنظيم الأسعار وهوامش الربح كما تشارك في تحديد السياسات الوطنية وكذا التنظيمات العامة والنوعية المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات وبحماية المستهلكين، وتظم هذه المديرية خمسة مديريات فرعية وهي: مديرية المنافسة والخدمات، مديرية الجودة والاستهلاك، مديرية تنظيم الأسواق والنشاطات التجارية والمهن المقننة، مديرية الدراسات والاستكشاف والإعلام الاقتصادي، مديرية التقنين والشؤون القانونية.

-ثانيا : المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

من مهامها تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وإنجاز كل الدراسات واقتراح كل التدابير بغية تدعيم

[1] - المرسوم تنفيذي رقم 266/08 مؤرخ في 13غشت 2008م ، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ، المعدل والمتمم الجريدة الرسمية العدد 48 سنة 2008.

[2]- المرسوم تنفيذي رقم 203/12 المؤرخ في 06مايو 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، الجريدة الرسمية العدد 28، سنة 2012.

وظيفة المراقبة وعصرنتها، كما تقوم بتوجيه نشاطات المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها كما تقوم بالتنسيق ما بين القطاعات في مجالات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش ومتابعة المنازعات في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية، وتظم هذه المديرية أربع مديريات فرعية وهي:

-مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.

-مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.

-مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

-مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية. [1]

-ثالثا : شبكة الإنذار السريع:

تم إنشاء هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 203/12 [2]،المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، حيث تهدف إلى حماية المستهلك من خلال متابعة المنتوجات التي تشكل أخطارا على صحة المستهلكين وأمنهم، وتطبيق التدابير المتعلقة بمتابعة المنتوجات الخطيرة، حيث تتولى الإدارة المركزية لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وكذا مصالحها الخارجية هذه المهام بالإضافة إلى بث معلومات شبكة الإنذار السريع، عن طريق التواصل مع شبكة الإنذار الجهوية والدولية كما تتبادل المعلومات مع مختلف النقابات والجمعيات خاصة مع جمعيات حماية المستهلك.

وتضم هذه الشبكة أعضاء ممثلين عن وزارة الداخلية والجماعات المحلية، المالية، الطاقة والمناجم، الموارد المائية، الصحة والسكان، الفلاحة، الصيد البحري، الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، التهيئة العمرانية والبيئة، النقل، البريد وتكنولوجيا

[1] – انظر المادة: 04من المرسوم التنفيذي رقم453/02 يحدد صلاحيات وزير التجارة.

[2] – مرسوم تنفيذي رقم 203/12المؤرخ في 2012/05/06،المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات.

الإعلام والاتصال، السياحة والصناعة التقليدية، الاتصال، ويرأس هذه الشبكة للإنذار السريع الوزير المكلف بحماية المستهلك المتمثل في وزير التجارة[1].

حيث تتولى هذه الشبكة مراقبة كافة أنواع السلع والخدمات الموجهة إلى الاستعمال النهائي للمستهلك، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، باستثناء المنتوجات التي تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة كالأسمدة والأجهزة الطبية، والمواد والمستحضرات الكيميائية

إذ أن استحداث شبكة الإنذار السريع من خلال المرسوم التنفيذي رقم203/12 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، يعد إنجاز هام وحماية إضافية للمستهلك ومسايرة لما تشهده دول العالم من استحداثها لمثل هذه الشبكات لما له من دور كبير خاصة في الجانب الوقائي لما يتمتع به هذا الجهاز من قوة تنظيمية وفعالية، إذ يشمل ممثلين عن كل الوزارات التي تهم مصالح المستهلك، مما يسهل عملية التنسيق بينها وبين وزارة التجارة كونها المسؤولة المباشرة عن هذا الجهاز، كذلك ما يميز هذا الجهاز وكما تدل عليه تسميته هو السرعة في تبادل المعلومات بين فروعه عبر كافة التراب الوطني ومن خلال التواصل مع الجمعيات الوطنية خاصة جمعيات حماية المستهلكين وكذا شبكات الإنذار الدولية مما يسهل الحصول على المعلومة بأسرع وقت ممكن واتخاذ الإجراء المناسب كالسحب الفوري للمنتوج الذي من شأنه الإضرار بصحة المستهلك وأمنه، وتوفير كافة المعلومات التي تحوزها ووضعها في متناول المستهلك خاصة المتعلقة بالأخطار التي تهدد أمنه وصحته.[2]

الفرع الثالث: المصالح الخارجية لوزارة التجارة:

[1]- صياد الصادق ،مرجع سابق،ص99،

[2]- انظر المواد 19،03 من المرسوم التنفيذي رقم 203/12 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات.

تم تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09/11[1] والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، وحددت المادة 02 من هذا المرسوم مديريات ولائية وأخرى جهوية.

أولا :المديريات الولائية للتجارة:

حيث تتمثل مهامها في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك، وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش، حيث تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش، كما تساهم في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق بالاتصال مع النظام الوطني للإعلام.

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

ثانيا :المديريات الجهوية للتجارة:

تتكون المديريات الجهوية للتجارة من ثلاث مصالح هي مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها، مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق، مصلحة الإدارة والوسائل.

[1] - مرسوم التنفيذي رقم 09/11 ،المؤرخ في 20 يناير2011م والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها ،الجريدة الرسمية العدد04 ،سنة2011.

[2] – انظر المادة 02، 03 من المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

حيث تتولي هذه المصالح مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة وإنجاز التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتوجات[1].

الفرع الرابع :الهيآت المتخصصة التابعة لوزير التجارة:

ويقصد بها تلك الهيآت التي خول لها المشرع مهام وصلاحيات خاصة بحماية المستهلك كاختصاص أصيل بموجب نصوص قانونية خاصة.

أولا :المجلس الوطني لحماية المستهلكين.

أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم272/92[2] وحسب القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث نص في المادة 24 منه على أنه ينشأ مجلس وطني لحماية المستهلكين، ومن مهامه حسب هذه المادة أيضا إبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك.

فالمجلس الوطني لحماية المستهلكين يعتبر جهاز استشاري في مجال حماية المستهلكين مكلف بإبداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك فالمجلس الوطني لحماية المستهلك هيئة حكومية استشارية تنظم في لجنتين متخصصتين لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها ولجنة إعلام المستهلك الرزم و القياسة، ويقوم المجلس بإبداء رأيه في المسائل المتعلقة بتحسين الوقاية من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة للمستهلك وما ينجم عنها من أضرار، وبالتالي فإن المجلس لا يجوز له أن يصدر قرارات بل يبدي آراء تتعلق أساسا بحماية صحة المستهلك، كما

[1] – انظر المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم09/11 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.

[2] – مرسوم تنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992م يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته ،الجريدة الرسمية العدد 52 سنة 1992.

يعد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها والعمل على إعلام المستهلكين وتوعيته.[1]

وكذلك في كل المسائل المرتبطة بنوعية السلع والخدمات التي يعرضها عليه الوزير المكلف بالنوعية أو أي هيئة أو مؤسسة معينة أو ستة من أعضائها على الأقل كما يبدي المجلس برأيه حول التدابير التي تساهم في تحسين الوقاية من مخاطر السلع والخدمات المعروضة في السوق فضلا على اطلاعه بالبرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش وكذا إعلام وتوعية المستهلك وحمايته كما يدلي المجلس بآراء ويقترح تدابير لها علاقة بالوقاية من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها المنتوجات المعروضة في السوق وتحسينها، وله أن يقترح مشاريع القوانين والتنظيمات المتعلقة بالمستهلك، فيضع التدابير الوقائية لضبط السوق وآليات لحماية القدرة الشرائية... الخ[2] .

وقد حددت المادة 04 من المرسوم التنفيذي 92 /272 تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين ويتشكل من:

الوزير المكلف بالنوعية، العمل، الصحة، الصناعة، الفلاحة، البيئة، الداخلية، العدل، البريد والمواصلات، النقل، التربية، المالية، ومدير المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم والمدير العام للمعهد الجزائري لضبط المقاييس والملكية الصناعية والمدير العام للغرفة الوطنية للتجارة ومن 07 ممثلين لجمعيات المستهلكين مؤسسة قانونيا وذات صبغة تمثيلية ومن 07 خبراء مؤهلين في ميدان نوعية المنتجات والخدمات يختارهم الوزير المكلف بالنوعية ، ويمكن للمجلس في إطار أعماله أن يلجأ إلى خدمات الخبراء الجزائريين والى جانب كل شخص من

[1] - انظر المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم272/92 الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

[2] – بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد 02،1999، ص62.

شأنه أن يقدم مساهمة في هذا المجال ، ويجتمع المجلس في دورات عادية مرة كل 03 أشهر ويمكن أن تنعقد دورات استثنائية بطلب من رئيسه أو بطلب من ثلثي أعضائه[1] .

ثانيا :المركز الجزائري لمراقبة النوعية.

يشكل هذا المركز الهيئة العليا لنظام البحث والرقابة والتحقيق على المستوى الوطني، حيث تم إنشاءه بموجب المرسوم التنفيذي رقم147/89 ، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم318/03 الذي يبين تنظيمه وعمله.[2]

ويتمتع المركز بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويوضع تحت وصاية وزير التجارة ويهدف إلى:

-المساهمة في حماية صحة وأمن المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية.

-ترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع والخدمات.

-التكوين والإعلام و الاتصال و تحسيس المستهلكين.

ومن بين أبرز مهام هذا المركز نذكر:

-المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير والمخالفات للتشريع والتنظيم المعمول بهما والمتعلقين بنوعية السلع والخدمات ومعاينتها.

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

-وضع برامج التنشيط و الاتصال لفائدة المهنيين والمستهلكين.

-تنظيم الندوات والملتقيات والأيام الدراسية والمعارض والملتقيات العلمية والتقنية أو الاقتصادية لصالح جمعيات المستهلكين والمهنيين.

ثانيا: شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية:

[1] – انظر المادة 04 من المرسوم تنفيذي رقم272/92 الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.

[2] المرسوم تنفيذي رقم318/03المؤرخ في30ديسمبر2003، المعدل والمتمم المتضمن انشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله ،الجريدة الرسمية العدد 59،سنة2003.

تم إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/96 والذي يتضمن كذلك تنظيمها وسيرها [1]، وتطلع هذه الشبكة بمهام وذلك حسب المادة 02 من هذا المرسوم حيث:

-تساهم في تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعية وفي تطويرها.

-تشارك في إعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك وفي تنفيذها

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

-تنظيم المنظومة المعلوماتية عن نشاطها والمخابر التابعة لها.

كما تكلف شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية بإنجاز كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة، وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتجات.[2]

وبصدور المرسوم التنفيذي رقم454/02المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة في سنة 2002 م، أدخلت هذه" الشبكة" ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش فأصبح يطلق عليها"مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة."

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

يتمتع كل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بصلاحيات خولها لهم القانون، تحمي المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كل حسب مجال تخصصه الإقليمي والصلاحيات القانونية المخولة لهم سواء فيما يتعلق بقانون الولاية أو قانون البلدية.

الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك:

[1] – مرسوم التنفيذي رقم 96-355المؤرخ في19اكتوبر1996، المتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها،الجريدة الرسمية ،العدد ،62،سنة1996.

[2]– انظر المادة 02من المرسوم التنفيذي رقم 355/96المتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها.

للوالي دور في حماية المستهلك على مستوى إقليم الولاية لفرض تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والمستهلك، وعلى هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤول على ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتوج مؤقتا أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخصة بصفة أو مؤقتة على رأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة، وهو المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان حماية حقوق المستهلك على المستوى المحلي وذلك من خلال إشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار، التي تنشط في مجال المنافسة والأسعار ومراقة النوعية وقمع الغش، وتضم هذه الأخيرة مديرية فرعية خاصة بمراقبة الجودة وقمع الغش، التي تهتم بالرقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.[1]

فالوالي يعتبر مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار والتي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش[2].

وفي سبيل تطبيق القرارات التي يصدرها في مجال المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة توضع تحت تصرفه مصالح الأمن كما يتولى التنسيق بينها. وعليه فلما كانت صحة وسلامة الأفراد محل حماية فإنه يتعين على الوالي بصفته ممثلا للحكومة أن يتخذ جميع الإجراءات والتدابير اللازمة التي من شأنها أن تكفل قدرا من الحماية الضرورية لمنع الإضرار بشريحة المستهلكين، فتدخل الوالي عن طريق وسائل الضبط الإداري لتحقيق هذه الحماية يكون هدفه تحقيق المصلحة العامة في المجتمع وليس من أجل حسن تنظيم المرفق العام أو تحسين سيره كما هو معروف في النظام الإداري، إذ أن المحافظة على النظام العام في حدود احترام وحماية النظام القانوني للحقوق والحريات العامة والفردية بصورة وقائية وفق فكرة

[1] – علي بولحية بن بوخميس،المرجع السابق، ص64.

[2] – كالم حبيبة، المرجع السابق ،ص 86.

البوليس الإداري التي تعتبر فكرة وقائية لحماية النظام العام بمدلوله ومفهومه الإداري أي المحافظة على الأمن العام والسكينة والصحة العامة بطريقة وقائية للتنظيم والعمل الإداري[1].

وعليه فإن الوالي باعتباره ممثلا للدولة على مستوى إقليم ولايته، يعتبر مسؤولا عن اتخاذ الاحتياطات اللازمة والضرورية للمحافظة على الصحة والنظافة العمومية، وكذا ضمان جودة ونوعية المواد الاستهلاكية المعروضة على المواطنين، وعليه فإن الوالي هو الذي يتحمل عبئ تطبيق السياسة الوطنية في مجال تطوير التوعية وحماية المستهلك وذلك بإتباع التوجيهات التي يصدرها إليه وزير التجارة، وبما أن الوالي يسهر على تنفيذ القوانين والتنظيمات في كامل إقليم الولاية حسب المادة 113 من قانون الولاية فإنه ملزم بتطبيق كافة القوانين بما فيها قانون حماية المستهلك وقمع الغش ومختلف النصوص التنظيمية التي تحمي المستهلك في إقليم ولايته[2].

الفرع الثاني :دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك:

بصفته ضابط الشرطة القضائية منح له المشرع صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر التي تحيط به من منتجات وخدمات معروضة للاستهلاك، ومن مهامه سلطة مراقبة نوعية المنتجات والخدمات ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للاستهلاك والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية واتخاذ القرارات المناسبة في ذلك مع إحالة المخالفين على العدالة .[3]

ويمارس رئيس المجلس الشعبي البلدي وظائفه في مجال واسع، ويطبق سلطاته في مجالات غير منتظمة لضمان صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة، والدور الذي تقوم به السلطات المحلية في هذا الإطار غالبا ما تمارسه وهي تمثل الدولة لا بصفتها هيئة محلية تتمتع

[1] كالم حبيبة، مرجع سابق، ص، 87.

[2] قانون رقم 07/12 مؤرخ في 21 فبراير 2012 المعلق بالولاية، الجريدة الرسمية العدد 12 ،سنة 2012.

[3] علي بولحتي بن بوخميس، مرجع سابق،ص63.

بالاستقلالية ومع ذلك يبقى القدر الذي أتاح من خلاله المشرع الفرصة للهيئات المحلية كي تسهم فيه بشكل مستقل مهما، وبما أن رئيس المجلس الشعبي البلدي هو الهيئة التنفيذية للبلدية وممثلها القانوني من جهة وهو ممثل الدولة على مستوى تراب البلدية من جهة ثانية فهو بهاتين الصفتين يتدخل لحمايةالنظام و حفظ الصحة .[1]

أولا :دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك بصفته مثلا للبلدية:

يسهر على تنفيذ مداولات المجلس الشعبي البلدي طبقا لنص المادة 80 من قانون البلدية رقم11/ 10 كما يسهر على وضع المصالح والمؤسسات العمومية البلدية وحسن سيرها[2]، ومن بين هذه المصالح والمؤسسات ما يعنى بحماية صحة وسلامة المستهلكين عبر تراب البلدية.

ثانيا :دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك بصفته ممثلا للدولة:

حسب نص المادة 85 من قانون البلدية رقم11/ 10 فإن رئيس المجلس الشعبي البلدي يمثل الدولة على مستوى البلدية. ويتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية ويمثل الدولة تحت السلطة الرئاسية للوالي، وتحت إشرافه يقوم بالعديد من المهام كما جاء في المادة 88 من قانون البلدية خاصة فيما يتعلق بموضوعنا وهو حماية المستهلك حيث يقوم ب:

-السهر على النظام والسكينة والنظافة العمومية.

-السهر على حسن تنفيذ التدابير الاحتياطية والوقاية والتدخل في مجال الإسعاف.

-يقوم بتبليغ وتنفيذ القوانين والتنظيمات المتعلقة بحماية المستهلك.

كما يكلف رئيس المجلس الشعبي البلدي في إطار احترام حقوق وحريات المواطنين بالسهر على المحافظة على النظام العام وأمن الأشخاص والممتلكات، كذلك في مجال حماية

[1] - عبد الحميد طيبي مداخلة بعنوان: "دور الضبط الإداري في حماية المستهلك من خلال اختصاصات الهيئات اللامركزية "قدمت في الملتقى الوطني تحت عنوان "المنافسة وحماية المستهلك" يومي 17و18نوفمبر2009، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية،ص05.

[2] - قانون رقم 10/11المؤرخ في 22يونيو2011، المتعلق بالبلدية ،الجريدة الرسمية العدد 37 ،سنة2011.

المستهلك يسهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع، وفي ذلك يمكن لرئيس المجلس الشعبي البلدي الاستعانة بالمصالح التقنية للدولة في مجال حماية المستهلكين عبر تراب البلدية .[1]

وفي مجال النظافة وحفظ الصحة تسهر البلدية بمساهمة المصالح التقنية للدولة على احترام التشريع والتنظيم المعمول بهما المتعلق بحفظ الصحة والنظافة العمومية خاصة في مجالات:

-الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلة للجمهور.

-توزيع المياه الصالحة للشرب.

ومن خلال ممارسة رئيس المجلس الشعبي البلدي لمهامه هاته يصدر قرارات قابلة للتنفيذ وفي حال الاستعجال ينفذ القرار فورا بعد إعلام الوالي بذلك حسب نص المادة 99 من قانون البلدية.

وبالنسبة للمكاتب الصحية للنظافة بالبلدية فقد أنشأت بمرسوم رقم 146/87[2] وحسب المادة02 من هذا المرسوم فإن المكتب يكون تحت سلطة رئيس البلدية، فيقوم بإعداد الوسائل والملفات التقنية التي منحت له بموجب النشاط الذي قامت به هياكل البلدية حيث يقوم بمساعدة المصالح المعنية بمراقبة نوعية المواد الغذائية والاستهلاكية المخزونة أو الموزعة على مستوى البلدية.

ومكتب النظافة البلدي هو مكتب مسير من طرف طبيب يعين من طرف رئيس البلدية ويظم المكتب:

-من واحد إلى أربعة تقنيين سامين أو تقنيين للصحة العمومية.

-من واحد إلى اثنان تقنيين سامين أو تقنيين في البيئة.

-من واحد إلى اثنان تقنيين سامين أو تقنيين في الفلاحة.

---

[1] - انظر المادة 94 والمادة 123 من قانون رقم 10/11، المتعلق بالبلدية

[2] - المرسوم تنفيذي رقم 146/87مؤرخ في 30جوان1987، المتعلق بإنشاء مكاتب الصحة البلدية ، الجريدة الرسمية العدد 27 سنة 1987.

-بيطري تقني سامي أو تقني في الصحة الحيوانية.

-مفتش أو مفتش مساعد لمراقبة النوعية.

المطلب الرابع :دور الجمارك في حماية المستهلك:

جهاز الجمارك يحرس المنافذ الحدودية لكل دولة فهو ذو أهمية كبيرة كونها تتحكم في حركة دخول وخروج الأفراد والبضائع، من هنا يأتي الدور الكبير لجهاز الجمارك كونه الهيكل الذي تناط به مهمة حماية حدود الدولة سواء في المجال الأمني أو الاقتصادي، وكلاهما الهدف منهما حماية الفرد المستهلك مما يضره، سواء بمنع دخول البضائع أو تصديرها بصورة مخالفة للقانون ومراقبتها .

فالجمارك هي خط الدفاع الأول وأول جهة حكومية تتولى استقبال ومعاينة الإرساليات الواردة فدورها مهم جدا في مكافحة الغش التجاري، فمن خلال فحص المستندات المرافقة للإرساليات مثل شهادة المنشأ التي تثبت على البضاعة وتوضح اسم البلد المنتج سواء بالحفر أو الحياكة أو الطباعة أو اللصق أو كتابة حسب نوع البضاعة وما تشمله من معلومات وأرقام على الطرود وملكيتها وجهة الشحن ، إضافة إلى الفواتير وإذن التسليم الذي يوضح فيه نوع البضاعة وعدد الطرود والوزن وميناء التحميل والمستورد الفعلي ، ولا تفسح الجمارك السلع إلا بعد استيفائها شروط فسحها سواء كان الشرط موافقة جهة معينة أو تحليل مخبري في المختبرات الخاصة بالجودة والنوعية وكذلك المواصفات والمقاييس ، مما يساعد على التعرف على البضائع المغشوشة التي يصعب في معظم الحالات كشفها بالمعاينة الظاهرية أو بإرفاق شهادات معتمدة من قبل هيئة المواصفات والمقاييس تفيد المطابقة كما تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ، و لكيلا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة ، لذا فقد أقر المشرع

وضع نوعين من الرسوم على البضائع ، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية[1] .

تساهم إدارة الجمارك بدور فعال في مجال حماية المستهلك لا يقل أهمية عن باقي الأجهزة الإدارية الأخرى، وبالرجوع إلى نص المادة 241 من قانون الجمارك [2]في فقرتها الأولى":يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراء ات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة الوطنية لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها[3]."

فإدارة الجمارك تقوم بدور الرقابة على كامل مجال المحيط الجمركي المتمثل في إقليم الدولة بما فيها المياه الداخلية و الإقليمية والمنطقة المتاخمة والفضاء الجوي الذي يعلوها، كما يطبق التشريع والتنظيم الجمركيان على جميع البضائع المستوردة من الخارج أو المصدرة، كما يشمل البضائع ذات المنشأ الجزائري الموضوعة تحت نظام جمركي موقف للحقوق الداخلية للاستهلاك وبذلك فهي تقوم بحماية المستهلك، وفي سبيل تحقيق هذه الغاية تقوم إدارة الجمارك عن طريق مختلف مصالحها بمهمة المراقبة والتي تعني جميع التدابير المتخذة لضمان مراعاة القوانين والأنظمة السارية التي تكلف بتطبيقها، كما تقوم بعملية الفحص وهي جميع التدابير القانونية والتنظيمية التي تتخذها للتأكد من صحة التصريح المفصل وصحة وثائق الإثبات ومطابقة البضائع للبيانات الواردة في التصريح والوثائق.[4]

وكمبدأ عام فإنه يجب على كل مستورد أو مصدر إحضار كل بضاعة مستوردة أو أعيد استيرادها أو المعدة للتصدير أو لإعادة التصدير أمام مكتب الجمارك المختص قصد إخضاعها

[1] – زوبير أرزقي، مرجع سابق .ص 173.

[2] قانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 جويلية 1979 المعدل والمتمم ،بالقانون 10/89 المؤرخ في 22مارس 1998 ،المتضمن قانون الجمارك ،الجريدة الرسمية ،العدد1998 .

[3] – مضمون المادة 241من قانون الجمارك.

[4] – انظر المواد:01،04 ، 05من قانون الجمارك.

للمراقبة الجمركية، كما يصرح بالبضائع الفاسدة قبل خروجها من المستودع على الحالة التي تقدم فيها إلى إدارة الجمارك عند هذا الخروج، ويمكن أن يرخص للمودع بإتلافها تحت مراقبة الجمارك ويجب مراعاة عند استيراد المنتوجات توافر المقاييس والمواصفات القانونية الجزائرية والدولية، وتدعيما لحماية المستهلك وضع جهاز خاص لرقابتها وإخضاعها للتحاليل المخبرية قبل جمركتها، حتى يتم التأكد من أن المنتوج يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك.[1]

المطلب الخامس :دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك:

بعد فشل القطاع العام الاقتصادي في تحقيق الفعالية الاقتصادية المنشودة من جهة، وانهيار أسعار البترول من جهة أخرى، غرق الاقتصاد الوطني في المديونية الداخلية والمديونية الخارجية مما ولد أزمة اقتصادية واجتماعية حادة دفعت بالدولة إلى الانسحاب التدريجي من الحقل الاقتصادي والسماح للقطاع الاقتصادي الخاص من التدخل ومنافسة ما تبقى من القطاع العام.

ولتكريس هذه التحولات ، صدرت عدة نصوص قانونية صريحة ابتداء من نهاية الثمانينات والنصف الأول من عشرية التسعينيات بحيث أعيد النظر في القانون المنظم للقطاع الخاص ، كما كرست استقلالية المؤسسات العامة الاقتصادية قبل التقرير في خصخصتها في 1995م بذلك ظهرت العناصر الأولية لوجود قطاع اقتصادي ذو متعاملين ذوي المصالح المتناقضة مما يشجع على المنافسة باعتماد هذه الهيكلة الجديدة للاقتصاد الوطني ، تحول دور الدولة من المتدخل المحتكر إلى الضابط والمراقب للأنشطة الاقتصادية المختلفة ، بذلك كان لزاما على الدولة وضع منظومة قانونية مناسبة للأوضاع الجديدة ، فصدرت عدة قوانين مست عدة مجالات منها قطاع الاستثمارات ، ومجال المنافسة والأسعار .[2]

[1] – زوبير ارزقي،مرجع سابق،ص.175

[2] – كايس شريف، مداخلة بعنوان "مدى فعالية رقابة مجلس المنافسة في الجزائر "ألقيت في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة الذي تنظمه كلية الحقوق بجامعة عبد الرحمان ميرة بجاية يومي17و 18 نوفمبر 2009، ص02.

وفي هذا المسعى اتجهت الجزائر الى اجراء إصلاحات اقتصادية أدت الى ظهور عدة تشريعات فيما يخص المنافسة اخرها الامر رقم 03/03، المتعلق بالمنافسة.[1]

ومما لا شك فيه ان تنصيب مجلس المنافسة كان يهدف بالأساس إلى ترقية وحماية المنافسة وبالتالي ضمان حماية كافة عناصر العلاقة الاقتصادية وضمان التوازن فيما بينها، بما فيها حماية مصالح المستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في هذه العلاقة، كما يبرز ذلك من أحكام القانون المتعلق بالمنافسة الذي جاء ليضع أسس قانون المنافسة والقواعد التي من شأنها تنظيم الممارسات وتصرفات الأعوان الاقتصاديين.

والمشرع قد أوكل لمجلس المنافسة نوعين من الصلاحيات، صلاحيات ذات طابع استشاري وصلاحيات ذات طابع ردعي.

الفرع الاول :الدور الاستشاري لمجلس المنافسة:

يتمتع المجلس بصلاحيات استشارية في مجال المنافسة ، فالقانون خوله هذه الوظيفية التي تؤهله للقيام بهذا الدور تحقيقا لأهدافه في حماية المنافسة ، حيث له أن يبدى رأيه بشأن نصوص حيز التحضير أو حول المسائل التي لها صلة بالمنافسة ، وُتعود الاستشارة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة، ابتداء من السلطة العامة إلى المواطن البسيط عبر جمعيات المستهلكين والجمعيات المهنية والنقابية وغيرها من الأشخاص التي لها أن تستشير مجلس المنافسة حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة، لذلك يبدى مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت منه الحكومة ذلك، كما يستشار في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة[2] .

[1] – الامر رقم 03/03المؤرخ في19جويلية2003، المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم،بالقانون 05/10،المؤرخ غي 15 اوت2010،الجريدةالرسميةالعدد،46،سنة2010.

[2] – ناصري نبيل ، مداخلة بعنوان "تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك " ألقيت في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة الذي نظمته بكلية الحقوق بجامعة عبد الرحمان ميرة ببجاية يومي 17و18 نوفمبر 2009، ص11.

ومن هنا يبرز الدور الكبير للمجلس في حماية مصالح المستهلك سواء من خلال الاستشارات الاختيارية أو الإجبارية.

أولا: الاستشارات الاختيارية:

نصت المادة 35 من الأمر03 /03 [1]المتعلق بالمنافسة على أنه ":يبدى مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة"، وحسب نفس المادة تكون الاستشارة اختيارية من طرف الحكومة، الجماعات المحلية، والهيئات الاقتصادية والمالية، والمؤسسات والجماعات والجمعيات المهنية والنقابية، وكذا جمعيات المستهلكين، كما للهيئات القضائية المختصة طلب استشارة المجلس لمعالجة القضايا المعروضة عليها والمتعلقة بالممارسات المنافية للمنافسة. كما يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو بطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو كل طرف آخر معني، بهدف تشجيع وضمان الضبط الفعال للسوق.

ثانيا: الاستشارات الإجبارية.

تكون استشارة مجلس المنافسة علي سبيل الإلزام في حال اتخاذ تدابير تحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها وذلك بناءا على اقتراحات القطاعات المعنية ومنها مجلس المنافسة و ذلك بغرض تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع و الخدمات الضرورية أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب محسوس للسوق، ومكافحة المضاربة بجميع أشكالها و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك، كما يمكن اتخاذ تدابير مؤقتة لتحديد هوامش الربح و أسعار السلع و الخدمات أو تسقيفها، حسب الأشكال نفسها، في حالة ارتفاعها المفرط وغير المبرر، لاسيما بسبب اضطراب خطير

[1]- الامر رقم 03 /03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

للسوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية.[1] .

إن استشارة مجلس المنافسة الإلزامية تكون بغض النظر عن إمكانية الأخذ برأي المجلس من عدمه سواء في الحالة التي يستشار فيها المجلس من قبل الحكومة بشأن مقتضيات تشريعية أو تنظيمية تخص المنافسة، أو في الحالة التي يستشار فيها المجلس بشأن وضع تدابير حددها المشرع على سبيل الحصر كالتي من شأنها الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك، وتسقيف الأسعار بالنسبة للسلع الأساسية في حالة اضطراب السوق، ومن هنا يبرز الدور الكبير للمجلس في حماية مصالح المستهلك.[2]

الفرع الثاني :الدور الردعي لمجلس المنافسة:

بالإضافة إلى الدور الاستشاري لمجلس المنافسة يتمتع كذلك بصلاحية أساسية تتمثل في اتخاذ القرارات إزاء الممارسات المقيدة للمنافسة، وقبل أن يصدر المجلس قراراته ضمن الجلسات التي يحددها لهذا الغرض تتخذ أمامه إجراءات خاصة، تخوله في ذلك مختلف النصوص القانونية والتنظيمية صلاحيات مختلفة كإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء الهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون أعمال منافية للمنافسة.

1-صلاحية القيام بالتحقيقات:

بعد تدوين القضية لدى مصالح مجلس المنافسة، تأتي مرحلة التحقيق والتي يسندها رئيس المجلس إلى المقررين الذين عينوا بموجب مرسوم رئاسي، وأثناء التحقيق يتمتع المقررون بسلطات واسعة مقررة لهم بموجب قانون المنافسة، لهم حرية الدخول إلى المحلات التجارية وأماكن الشحن والتخزين، وذلك بحضور صاحب المحل، كما يمكن لهم تصفح جميع

[1] - انظر المادة 35من الامر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

[2] - زوبير ارزقي،مرجع سابق،ص170.

المستندات التجارية والمالية والمحاسبية، ومن جهة أخرى لا يمكن للعون الاقتصادي أن يمنع المراقبة بحجة السر المهني طبقا للمادة 51 من الأمر03/03 المتعلق بالمنافسة[1]

2 – صلاحية توقيع الجزاءات:

إذا خلصت التحقيقات التي يقوم بها مجلس المنافسة عن الأفعال التي أخطر بها، أنها تشكل إحدى الممارسات المنافية للمنافسة، فإن المجلس يملك سلطة قمع هذه الممارسات بتوقيع جزاءات مالية ضد الأطراف المعنية، إلى جانب سلطته في إصدار أوامر لوقف هذه الممارسات، حيث يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات جزائية واسعة، حيث خاصة المشرع بسلطة تسليط جزاءات مالية، ويكون تقديرها حسب طبيعة المخالفة المرتكبة.[2]

ويعتمد مجلس المنافسة في ذلك على معايير متعلقة لاسيما بخطورة الممارسة المرتكبة، والضرر الذي لحق بالاقتصاد الوطني، والفوائد المجمعة من طرف مرتكبو المخالفة، ومدى تعاون المؤسسات المتهمة مع مجلس المنافسة خلال التحقيق في القضية وأهمية وضعية المؤسسة المعنية في السوق ، فيعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة بغرامة لا تفوق 12 % من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم، المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعفي الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات، على ألا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان صاحب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار ، ولمجلس المنافسة إقرار غرامات في حق المؤسسات التي قدمت معلومات خاطئة أو غير كاملة أو تهاونت في تقديمها في آجالها المحددة وفي كل الأحوال لا تتجاوز قيمة هذه الغرامات ألف دينار جزائري، كما له أن يصدر غرامات تهديدية عن كل يوم تأخير .[3]

[1] – انظر المادة:51من القانون رقم03/03المتعلق بالمنافسة.

[2] – أحسن بوسقيعة ، الوجيز في شرح القانون الجزائي، الجزء الثاني، الطبعة الرابعة، دار هومة، الجزائر،2006 .ص227.

[3] – زوبير ارزقي، مرجع سابق،ص،171.

من خلال كل ما سبق يمكن القول بأن المستهلك هو أكبر متضرر من انعدام حرية المنافسة أو تقييدها، لأن ترك نظام السوق تحركه ممارسات عشوائية يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة،وما يستتبع دلك من آثار ضارة على المستهلك، فالرقابة التي يمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك رغم المآخذ التي وجهت له في عدم تفعيل عمله على أرض الواقع.

المبحث الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك.

أولت مختلف التشريعات أهمية بالغة لجمعيات حماية المستهلك، كونها حلقة لا يمكن إغفالها من أجل تحقيق حماية متكاملة مع باقي الأجهزة والهيآت الأخرى، وبحكم أنها تمثل المجتمع باعتبارها هيئة مدنية غير حكومية واحتكاكها المباشر مع فئة المستهلكين فهي تملك من قدرة وميزة لا تتوفر مع باقي الهيآت الأخرى، من خلال التحسيس والتوعية والإعلام وإشراك مختلف الشرائح في المجتمع من أجل نشر الوعي لدى المستهلك بل أكثر من ذلك فقد منح القانون لهذه الجمعيات الحق في اللجوء إلى القضاء لحماية المستهلكين نيابة عنهم في مواجهة المتدخلين.

المطلب الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك.

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

الفرع الاول: الدور التحسيسي والإعلامي:

من الواجبات الأساسية للجمعيات تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، و لم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلك .[1]

كما تعمل جمعيات حماية المستهلك في هذا الإطار بتنوير المستهلكين بالمعلومات الهامة والمؤثرة عن خصائص السلع والخدمات المعروضة في الأسواق المحلية، وذلك لمساعدته على المفاضلة والاختيار المناسب تماشيا مع رغبة المستهلك وتكريس حقه في الاختيار، وتبصيره بأحسن وأجود المعروضات، وبذلك يوفر المستهلك الكثير من التكاليف المادية الباهظة، ويوفر الوقت والجهد فيتجنب الوقوع فريسة للسلع المقلدة والمغشوشة كما يعي كيفية المطالبة بحقوقه اتجاه من مارس الخداع والتضليل ، وفي هذا الإطار تقوم هذه الجمعيات في سبيل تحقيق هذا الدور التحسيسي والإعلامي بطبع الدوريات من الصحف أو المجلات أو النشرات الأسبوعية أو الشهرية وتوزيعها على المستهلكين أو عن طريق الإذاعة والتلفزيون أو الإنترنت.[2]

ولا يقتصر دور ومهام جمعيات حماية المستهلكين على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو ما يسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة، وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات .[3]

الفرع الثاني: مراقبة الأسعار:

[1]- علي بولحية بن بوخميس،المرجع سابق،ص66.

[2] – بختة دندان، مداخلة بعنوان:" دور جمعيات حماية المستهلك"، مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول" حماية المستهلك تشريعات وواقع"، بالمركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة يوم23.22 أبريل 2008 م، ص04.

[3] – علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق،ص67.

إن فتح باب التنافس للمتعاملين الاقتصاديين وتزايد ظاهرة الاستهلاك أدى إلى اتساع الأسواق الجزائرية لتتزاحم فيها منتجات محلية وأجنبية مستوردة، والملاحظ أن أسعار تلك المنتجات غير ثابتة ترتفع بصورة مفرطة خاصة في المناسبات كشهر رمضان والأعياد والأزمات والكوارث، كما أن بعض المتدخلين يفرطون في رفع الأسعار بصورة تعسفية خاصة في المناطق النائية ،اذ إن جمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار ولا هي تمتلك السلطة التي تخول لها ذلك ولكن لا نبالغ إن قلنا إنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر، من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة .[1]

المطلب الثاني :الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك:

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى وسائل ردعية دفاعية وهذا في حال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل حيث يصبح الدور الوقائي لهذه الجمعيات عديم الجدوى وبدون فاعلية، وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حين تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة أشكال، منها القيام بالدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية، أو الدعوة إلى المقاطعة للسلع والخدمات والقيام بالإشهار المضاد، وهذا الدور الذي تطلع به هذه الجمعيات أجازه المشرع بنص القانون سواء في قانون 03 /09المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أو في قانون الجمعيات رقم [2] 06/12.

الفرع الاول :الدعاية المضادة:

[1]- بختة دندان،مرجع سابق،ص05.

[2] قانون رقم06/12 مؤرخ في12جانفي2012 ،يتعلق بالجمعيات،الجريدة الرسمية عدد 02،سنة 2012

قد تقوم جمعيات حماية المستهلك بتوجيه انتقاد إلى بعض السلع والخدمات بالوسائل المكتوبة كالمجلات والصحف واللافتات والملصقات، أو عن طريق الوسائل السمعية البصرية كالراديو والتليفزيون والانترنت مما يؤدي إلى إلحاق أضرار بالغة بالمنتج أو مقدم السلعة .[1]

إن قيام جمعيات حماية المستهلك بهذا الدور من الإعلان التوعوي يشكل نقيضا لأسلوب الدعاية التي يقوم بها المحترف، على اعتبار إن هذه الأخيرة مهما كانت صادقة فإنها لا تتضمن إلا جانب المزايا والمحاسن دون المساوئ أي تفتقد للموضوعية ، وأسلوب الدعاية المضادة والذي يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلان، يكون بإتباع هذه الجمعيات لطريقتين هما النقد العام والنقد المباشر، بالنسبة للنقد العام يتم بنقد بعض نماذج الإنتاج مما يكشف عن حرية التعبير أما بالنسبة للنقد المباشر فيتمثل في نقد منتوج معين بذاته لخطورته أو لعدم فعاليته. [2]

الفرع الثاني :الدعوى إلى المقاطعة:

قد تصدر جمعيات حماية المستهلك في بعض الأحيان أمرا أو إشعارا تطلب فيه من جمهور المستهلكين الامتناع عن شراء بعض السلع أو التعامل مع مشروع معين إذا تأكدت من خطره على صحة وأمن المستهلك ويعبر عن هذه الوسيلة بالمقاطعة لم ينص المشرع الجزائري على مدى شرعية هذا الأسلوب ,لكن نشير إلى الجدل القضائي الذي قام في فرنسا بشان من يطالب بتطبيقه وبين من يطالب بإلغائه نظرا لما يلحقه من خسائر بالمهنيين، وتم حسم الأمر بأخذ حل وسط مفاده أن الأمر بالمقاطعة ليس بالتصرف الخاطئ من الجمعية لكن شرط ألا تتعسف في استعماله ويترتب على ذلك إضرار بالمتدخل ,وفي ظل سكوت المشرع

[1] محمد بودالي،مرجع سابق،ص108.

[2] السيد محمد السيد عمران "حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1986ص159.

الجزائري عن هذا الأسلوب فالأصل هو مشروعيته بشروطه المرتبطة بعدم التعسف في استعماله.[1]

ولا يكون هناك تعسف متى كان هو الوسيلة الوحيدة والأخيرة بعد استيفائها كل الطرق الأخرى التي تحمي المستهلك .[2]

وهناك فرق بين أسلوب المقاطعة وأسلوب الدعاية المضادة فهذه الأخيرة تعني مجرد تزويد المستهلك بمعلومات حقيقية وعن خطورة السلعة أو الخدمة المقدمة له، أما الامتناع عن الشراء أو الدعوى للمقاطعة فيذهب أبعد من ذلك حين يتضامن جمهور المستهلكين على مقاطعة السلع والخدمات، وإن كان كلاهما يسبب خسائر جسيمة للمحترف ، ولا شك أن مقاطعة المستهلك لمنتوج معين لا يرتب ضده أي مسؤولية ولكن إذا قامت الجمعية بإصدار تعليمة بالمقاطعة من شأنها الإضرار بالمهنيين، وأمام عدم المنح أو المنع للمشرع الجزائري لهذا الإجراء فالأصل هو مشروعيته مع الأخذ بعين الاعتبار لشروطه وهي:

-أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاذ كل الطرق التي تحمي المستهلك.

-أن يؤسس أمر المقاطعة .

حيث يشكل إجراء المقاطعة نتائج وخيمة على المحترفين بحال اتخاذ ذلك بشأنهم، إذ يتوقف مصيرهم بمدى استجابت جمهور المستهلكين لذلك الأمر، فكان من الضروري التطرق لأسلوب المقاطعة سواء من جانب قانون حماية المستهلك أو قانون المنافسة، ومن الأجدر أن يتم سن نص قانوني يعترف لجمعيات حماية المستهلك بهذا الإجراء صراحة ,ومن جهة أخرى تنظيمه كوجوب إخطار مجلس المنافسة بذلك قبل التطرق لإجراء مقاطعة منتوج

[1] -محمد بودالي،مرجع سابق،ص 109.

[2] – نادية بن ميسية ، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتوجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري مذكرة ماجستير تخصص قانون أعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008 م،2009،ص165.

أو متدخل وكذا تحديد مدة معينة توجه مباشرة المحترف الذي ثبتت مخالفته إما لقواعد المنافسة النزيهة أو لقانون حماية المستهلك، فانه لا يلجا إلى هذا الأسلوب إلا كحل أخير .[1]

الفرع الثالث :دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن مصالح المستهلك أمام القضاء:

بخلاف المشرع الفرنسي الذي لم يعترف لجمعيات المستهلكين بحق اللجوء إلى القضاء للدفاع عن المصلحة المشتركة استنادا إلى مبدأ" النيابة العامة وحدها هي التي تدافع عن المصلحة العامة حيث ظل كفاح هذه الجمعيات مستمرا حتى سنة الذي اعترف لها بهذا الحق و يختلف الوضع بالنسبة للمشرع الجزائري حيث اعترف منذ البداية بهذا الحق حيث نص في المادة 12 من قانون حماية المستهلك الملغى رقم02 /89 على حق هذه الجمعيات في رفع الدعاوى أمام أي محكمة مختصة بشان الضرر الذي لحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين وذلك قصد التعويض عن الضرر المعنوي[2].

وحسب المادة 17 من القانون رقم06/12 المتعلق بالجمعيات فان المشرع أعطى الحق للجمعيات أن تمثل أمام القضاء وتمارس حقوق الطرف المدني وذلك بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية وتلحق ضررا بمصالح الجمعية أو مصالح أعضائها الفردية أو الجماعية، والجدير بالذكر أن المشرع أعطى هذا الحق للجمعيات على سبيل الاستثناء إذ الأصل أن ترفع الدعوى من صاحب الحق نفسه وهو المستهلك.[3]

إن جمعيات حماية المستهلك وإن كانت مؤسسات معترف بها إلا أنها تبقى بعيدة عن احتلال أماكنها الطبيعية التي احتلتها في أماكن أخرى، بحيث أنها غير مندمجة اجتماعيا إذ تنقصها القاعدة الشعبية، والتي بدونها سيبقى محكوما عليها البقاء على وضعيتها الحالية، وفي الغالب الأعم فان عددها لا يتجاوز بضعة العشرات، كما أنها لا تمثل حركية كبيرة، ثم يجب الاعتراف أيضا بأنها محدودة وأن إمكانياتها المادية لا تسمح لها بضمان استمرارية نشاطها

[1] – نادية بن ميسرةمرجع سابق،ص166.

[2] – انظر المادة 12من قانون رقم 89/02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الملغى.

[3] – انظر المادة 17من القانون رقم06/12 مؤرخ في12جانفي2012 يتعلق بالجمعيات.

وأن واقعها الاجتماعي السياسي لا يمكن أن يتحقق إلا بشكل بسيط وثقلها المؤسساتي ضعيف[1].

المبحث الثالث: دور الهيات القضائية في حماية المستهلك.

تحقيقا لهدف القانون في الحفاظ على النظام في المجتمع وتحقيق العدل بين الناس كفل المشرع للمستهلك الذي كان ضحية مخالفة القاعد القانونية، حق رفع الدعوى للمطالبة بحماية حقوقه فحق الالتجاء إلى القضاء هو حق من الحقوق العامة المعترف بها لأفراد المجتمع، وهو يدخل في نطاق الحريات العامة المكفولة دستوريا .

فالحماية الإجرائية للمستهلك تتم طريق الدعوى التي يرفعها بنفسه للدفاع عن مصالحه وحصوله على الحماية القضائية لحقه الذي اعتدي عليه، وقد تتم هده الحماية عن طريق دعوى جماعية تتولاها جمعيات المستهلكين نيابة عن المستهلك ، وللنيابة العامة تحريك دعوى عمومية من تلقاء نفسها في حال المساس بمصالح المستهلك كما سيأتي تفصيله لاحقا، ومن هنا تبرز الأهمية الكبيرة لجهاز القضاء بمختلف هيأته في ضمان حماية وقائية من خلال صلاحيات البحث والتحري من جهة وعلاجية في حالة الاعتداء على هذه المصالح عن طريق ردع المخالفين وتوقيع الجزاء من جهة أخرى.

المطلب الأول :دور النيابة العامة في حماية المستهلك.

بحسب الأصل هي المخولة قانونا بتحريك الدعوى العمومية، ففي كل حالة يكون فيها مساس بمصالح المستهلكين جريمة، فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوة العمومية فهي الهيئة المنوط بها الدعوى العمومية في تحريكها ورفعها ومباشرتها أمام القضاء نيابة عن المجتمع وتطالب بتطبيق القانون، ومن خصائص النيابة العامة أنها تخضع للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة فهي جهاز متكامل، بمعنى أن أي عضو من أعضاء النيابة العامة يمكنه أن يحل

[1] – حداد العيد"الحماية الدولية للمستهلك"، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، يومي 17 و 18نوفمبر2009، ص288.

محل أي عضو آخر في تصرفاته القضائية كما أنها تتمتع باستقلال تام أمام قضاة الحكم، بالإضافة إلى أن النيابة لا تسأل عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقا للقانون .[1]

فتدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتنافى ولا يتعارض مع دورها التقليدي المعروف إذ يتجلى دورها في مجال حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر مما كان عليه في السابق، خاصة مع ظهور آفات اجتماعية واقتصادية جديدة نتيجة لعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس بالمستهلك، وذلك بتوقيع الجزاء المادي الملموس على المحترف متى تسبب بسلوكه في المساس بالمستهلك.[2]

وفي هذه الحالة فالاختصاص محتكر من قبل القاضي، لهذا فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائيا، وهذا النوع من الجرائم ينظر فيه أمام المحاكم الجزائية .

المطلب الثاني :دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك.

بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام على مستوى اختصاص إقليم محكمته، يقوم وكيل الجمهورية بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بالمستهلك، كما يقوم بتحري ك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة ليحاكموا وفقا للقانون، وهو الذي يمثل المجتمع أمام المحاكم ويطالب بتطبيق القانون، ومن وظيفته تلقي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوى والبلاغات ويقرر ما يتخذ ف ي شأنها، ويباشر بنفسه أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الحقيقة وعن الجرائم المتعلقة بالنظام العام ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي تنظر فيها، ويطعن عند الاقتضاء في

[1] – علي بولحيتي بن بوخميس ، مرجع سابق، ص64.

[2] – حملاجي جمال" دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي"، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أمحمد بو قرة، بومرداس 2006 ،ص102

الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية، وقد يصدر أوامر إما بحجز السلعة أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة .[1]

المطلب الثالث :دور النائب العام في حماية المستهلك.

النائب العام يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس قضائي، ويعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبط القضائي على مستو ى المجلس القضائي وقد خول القانون للنائب العام أن يطلب من غرفة الاتهام النظر في كل أمر من تقع منه مخالفة أو تقصير في أداء عمله، وقد يباشر النائب العام سلطاته عن طريق أعضاء النيابة العامة كل في حدود اختصاصاته المحلية .[2]

المطلب الرابع :دور المحكمة في حماية المستهلك.

المحكمة هي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية، وقد تكون المحكمة الابتدائية أو محكمة الجنايات وتختص المحكمة بالنظر في جميع الدعاوي وللمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طر ف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالف ونوع الفعل الإجرامي، قد تكون المخالفة الصادرة من المحترف لا تكفي لمساءلته فتصدر المحكمة حكما بالبراءة، أو تكون المخالفة ثابتة في جانب المحترف فتعاقبه وفقا للقانون، ويجوز للمحكمة إذا كيف الموضوع تكييفا خاطئ ا نقلت به الدعوى من حقيقتها وأعطتها حكما قانونيا. كما للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتجات موضوع المخالفة وإتلافها أو إصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة .[3]

إن لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه في مواجهة المتدخل تواجهه الكثير من الصعوبات، ففي الغالب نجد المستهلك ينظر إلى القضاء والمحاكم على أنه عالم

1-علي بولحيتي بن بوخميس، مرجع سابق، ص65.

2 – انظر المادة 44من قانون رقم09/03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

3 – علي بولحيتي بن بوخميس ،مرجع سابق ،ص66.

مجهول فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها، وأنه ضعيف في مواجهة المتدخلين الذين هم أكثر تمرسا منه وأفضل وضعا ماليا منه، ضف إلى ذلك تكاليف الدعوى وبطيء إجراءات التقاضي كل هذا يجعل المستهلك في كثير من الأحيان يعزف عن اللجوء إلى القضاء الذي هو حق من حقوقه ووسيلة لحصوله على حقوقه المادية والمعنوية والدفاع عنه وردع المخالفين من المتدخلين.

خاتمة

خاتمة:

بعد دراستنا لهذا الموضوع من خلال الفصلين الأول دور الالتزامات المفروضة على المتدخل في حماية المستهلك، والثاني دور الأجهزة الإدارية في حماية المستهلك، نستخلص النتائج الآتية:

1. إذا كان التزام المحترف بإعلام المستهلك هو تحقيق نتيجة فإنه يسعى جاهدا لتحقيق هذه النتيجة والتي هي عدم الإضرار بالمستهلك، ولكن الواقع يثبت عكس ذلك، إهمال العديد من المحترفين لهذا الالتزام، والأكثر من ذلك هو علمهم بوجود القاعدة القانونية التي تعاقب عن الإخلال بذلك.

2. وبخصوص آليات الرقابة المختلفة والتي أناط بها المشرع صلاحيات المراقبة وردع المخالفين حفاظا على أمن وسلامة المستهلك، نجد الهيئات الإدارية بما تملكه من موارد بشرية ومادية لا زالت بعيدة عن توفير حماية حقيقية للمستهلك حيث اتسمت عمليات المراقبة للسلع والخدمات من مرحلة الإنتاج إلى عملية عرض المنتوج للاستهلاك بالبساطة وافتقاد عنصر الصرامة في تطبيق النصوص القانونية على المخالفين، وهذا راجع لنقص الهياكل البشرية والمادية والوسائل الحديثة لعمليات المراقبة خاصة مع تطور أساليب الغش التجاري.

3. وبالنسبة لدور جمعيات حماية المستهلك، وبرغم الدور المنتظر منها سواء في مجال التوعية والتحسيس أو من خلال دورها الردعي كالدعوة للمقاطعة واللجوء للقضاء، إلا أن واقعها الميداني يبقي دون هذا الدور المنتظر منها، وذلك بسبب العراقيل وجمود القوانين التي تحد من فعاليتها من جهة، وقلة الدعم المادي إن لم نقل انعدامه من جهة أخرى، ورغم وجود جمعيات حماية المستهلك على كثرتها فإنه يعاب عليها عدم الفاعلية ومحدودية تأثيرها.

4. أما عن دور الهيآت القضائية في حماية المستهلك فبالرغم من الدور الكبير والفعال لهذا الجهاز سواء في مجال القيام بالتحقيقات في حال المساس بحقوقه أو بتوقيع الجزاء على المخالفين لتحقيق الردع، كضمانة أساسية لحماية مصالحه وحقوقه المادية منها والمعنوية، إلا

أن طول إجراءات التقاضي وعدم وجود أقسام خاصة بمعالجة قضايا المستهلك حيت تدرج الآن في القسم التجاري، وغلاء تكاليف التقاضي، كلها عوائق وعقبات تحول دون حصول المستهلك على حقوقه عن طريق القضاء.

ومن اهم التوصيات التي نوصي بها ما يلي:

1.على المشرع العمل على تكملة النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك والتقليل من الإحالة الى التنظيم حتى لا ينتظر المستهلك سنوات عديدة لكي يصدر النص التنظيمي.

2.ضرورة إضافة مولد قانونية لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، تحمل المسؤولية بشكل صريح للشخص المعنوي عند الاضرار بالمستهلك.

3.ضرورة تعديل المرسوم التنفيذي ر قم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش وذلك حتى ينسجم مع الاحكام الجديدة التي جاء بها القانون الجديد لحماية المستهلك وقمع الغش.

4.على الدولة ان تعمل على زيادة عدد المخابر المكلفة بتحاليل النوعية لتصبح المخابر متوفرة على مستوى كل ولاية وذلك لتفعيل مهام الرقابة وتسريع الحصول على النتائج ومن ثم اتخاذ الإجراءات المناسبة.

5. ضرورة دعم جمعيات حماية المستهلك حتى لا تظل عاجزة عن القيام بوظائفها ولتقوم بمهامها وتحقيق برامجها في سبيل الدفاع على حقوق المستهلك.

6.انشاء لجان تحكيم خاصة واعطائها صلاحية كافية لفض النزاعات الناشئة بين المستهلكين والمنتجين بشكل ودي.

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

قائمة

المراجع

و المصادر

قائمة المراجع.

أولا: الكتب.

1. أحسن بوسقيعة"الوجيز في شرح القانون الجزائي الخاص"، الجزء الثاني ، الطبعة الرابعة، دار هومة،الجزائر،2006 .

2. السيد محمد السيد عمران"حماية المستهلك أثناء تكوين العقد "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى منشأة المعارف، الإسكندرية، ،1986

3محمد بودالي،"حماية المستهلك في القانون المقارن"، دراسة مقارنة ، الطبعة الاولى،دار الكتاب الحديث،الجزائر،2006.

4. عبد المنعم موسى ابراهيم "حماية المستهلك " دراسة مقارنة،الطبعة الاولى، منشورات الحلبي الحقوقية،بيروت،2007.

5. علي بولحية بن بوخميس"القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري"، الطبعة الاولى، دار الهدى، عين مليلة الجزائر،2000 .

ثانيا: الرسائل والمذكرات.

1-الرسائل العلمية.

1. السيد خلف الله عبد العال احمد ،الحماية الجنائية من جرائم التدليس والغش ،رسالة دكتوراه في الحقوق ،كلية الحقوق ،جامعة عين شمس ، 1998.

.2 العيد حداد "الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق"، رسالة دكتوراه في القانونغير منشورة،كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة بن عكنون، الجزائر، 2004 م.

3. عمار زعبي ،حماية المستهلك من الاضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ،رسالة دكتوراه في الحقوق قانون اعمال ،كلية الحقوق، جامعة محمد خيضرة ، بسكرة، 2012-2013.

4. فتاك علي، تاثير المنافسة على الالتزام بالضمان سلامة المنتوج، رسالة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق، جامعة وهران ،2007

2-المذكرات:

1.حملاجي جمال" دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي"، مذكرة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بو قرة، بومرداس 2005م 2006م.

2.جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة اماجستير ،فرع العقود والمسؤولية ،كلية الحقوق،جامعة الجزائر ،2001-2002.

3. زوبير أرزقي" حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مذكرة ماجستير، فرع المسؤولية المهنية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو،2011.

.4كالم حبيبة"حماية المستهلك"، مذكرة ماجستير فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر،2005

5 .نادية بن ميسية"الحماية الجنائية للمستهلك من المنتوجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري"، مذكرة ماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008 ،2009.

6.صياد الصادق،"حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش" ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية و الادارية ،تخصص قانون اعمال جامعة قسنطينة ،كلية الحقوق،2013-2014.

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

8. شعباني حنين نوال،"التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش "مذكرة ماجستير في العلوم القانونية ،فرع المسؤولية المهنية ،كلية الحقوق،جامعة مولود معمري تيزي وزو ،2012.

ثالثا المقالات:

1.بختة موالك"الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري"المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، العدد02،1999م

رابعا المداخلات:

1.بخته دندان"دور جمعيات حماية المستهلك"، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول" حماية المستهلك تشريعات وواقع"، بالمركز الجامعي طاهر مولاي بسعيدة يوم 22.23أبريل 2008 م.

2. حداد العيد"الحماية الدولية للمستهلك"، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر2009.

3.كايس شريف" مدى فعلية رقابة مجلس المنافسة في الجزائر"، مداخلة في الملتقى الوطني حول " حماية المستهلك و المنافسة"، الذي نظمته كلية الحقوق بجامعة عبد الرحمان ميرة ببجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر2009 .

4.منادي مليكة ، مداخلة بعنوان : حماية المستهلك اثناء تنفيذ العقد في القانون الجزائري، ورقة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول"حماية المستهلك تشريعات وواقع " يوم 22 و 23 افريل 2008 ،المركز الجامعي طاهر مولاي ،سعيدة.

5 .لصري نبيل" تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك"، مداخلة في الملتقى الوطني حول" حماية المستهلك و المنافسة "الذي نظمته كلية الحقوق بجامعة عبد الرحمان ميرة ببجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر2009 .

6.شوقي جباري وزهية بوديار،مداخلة بعنوان:"حماية في الجزائر بين المتطلبات التجارية والضرورات الشرعية مع التركيز على الاضافات الغذائية قدمت في الملتقى الوطني الخامس،"حول المستهلك في ظل القانون 09/03 "،جامعة عزابة، سكيكدة ايام 08و09 نوفمبر 2012.

خامسا النصوص القانونية:

ا–النصوص التشريعية.

1.الامر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان 1395، الموافق 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 31 سنة 1975.

2.قانون 02/89 المؤرخ في 08 فبراير 1989المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الملغى، الجريدة الرسمية عدد 06، سنة1989.

3.قانون رقم 31/90المؤرخ في 4ديسمبر1990المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 02، سنة 2012.

4.قانون رقم 02/04المؤرخ في 23جوان2004 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، لسنة 2004.

5.قانون رقم 03/09المؤرخ في 25فيفري2009المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15، سنة2009.

6.قانون رقم05/10يعدل ويتمم الامر رقم 03/03المؤرخ في 19يوليو2003المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية عدد46، سنة2010.

7.قانون رقم 10/11المؤرخ في 22يونيو2011 المتعلق بالبلدية،الجريدةالرسميةعدد 37،سنة2010.

8.قانون رقم 06/12المؤرخ في 12جانفي2012المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 02، سنة2012.

9.قانون رقم07/12المؤرخ في 21فبراير2012المتعلق بالولاية، الجريدة الرسمية عدد 12، سنة 2012.

ب-النصوص التنظيمية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 146/87مؤرخ في 30جوان1987، المتعلق بإنشاء مكاتب الصحة البلدية، الجريدة الرسمية عدد 27، سنة1987.

2.مرسوم تنفيذي رقم 90 - 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 05، سنة1990.

3.مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 اكتوبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، الجريدة الرسمية عدد 40، سنة 1990.

4.مرسوم تنفيذي رقم 90 /366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتوجات المترلية الغذائية وعرضها، الجريدة الر سمية عدد 50، سنة1990.

5. مرسوم تنفيذي رقم 96-355المؤرخ في 19اكتوبر1996، يتضمن انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية عدد 62،سنة1996.

6. مرسوم تنفيذي رقم 453/02 مؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزر التجارة الجريدة الرسمية العدد 85 سنة 2002.

7. مرسوم تنفيذي رقم 318/03مؤرخ في 08 ديسمبر 2002 م يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 147/89المؤرخ في08 غشت 1989م، والمتضمن انشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية عدد 33، سنة1989.

8.مرسوم تنفيذي رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية عدد41، سنة2004.

9. مرسوم تنفيذي 266/08مؤرخ في 13غشت 2008م المعدل والمتمم. والمتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية العدد 48، سنة 2008.

10. مرسوم تنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20يناير2011م والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها الجريدة الرسمية عدد 04، سنة 2011.

11. مرسوم تنفيذي رقم 12-203المؤرخ في 06المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال امن المنتوجات، الجريدة الرسمية عدد 28، سنة 2012.
12. مرسوم تنفيذي رقم12-355 مؤرخ في 02اكتوبر2002، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، الجريدة الرسمية عدد56، سنة2012.
13.مرسوم تنفيذي رقم 12 - 214 المؤرخ في 15 مايو 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية عدد 30، سنة2012.

الفهرس

الفهرس

العنوان الصفحة

مقدمة: 01

الفصل الاول: دور الالتزامات المفروضة على المتدخل في حماية المستهلك.....**04**

المبحث الاول: الزامية اعلام المستهلك..... **04**

المطلب الاول: مضمون الالتزام بالإعلام.....05

المطلب الثاني: طبيعة ونطاق الالتزام بالإعلام.....06

الفرع الاول: طبيعة الالتزام بالإعلام.....06

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام.....08

المطلب الثالث: الاعلام عن طريق الوسم.....09

الفرع الاول: تعريف الالتزام بالوسم.....09

الفرع الثاني :دور الوسم اعلام المستهلك.....10

المبحث الثاني: الزامية المتدخل بالسلامة.....**12**

المطلب الاول: طبيعة الالتزام بالسلامة..... 13

المطلب الثاني نطاق تطبيق الالتزام بالسلامة.....14

المطلب الثالث: مضمون التزام المتدخل بالسلامة.....15

الفرع الاول: الزامية سلامة المواد الغذائية.....16

الفرع الثاني: الزامية النظافة والنظافة الصحية.....16

المطلب الرابع: الشروط الواجب توفرها في المنتوج الموضوع للاستهلاك..... 20

المبحث الثالث: الزامية مطابقة المنتوجات.....21

المطلب الاول: الزامية احترام المواصفات القانونية والقياسية للمطابقة.....22

الفرع الاول: الالتزام باحترام المواصفات القانونية.....22
الفرع الثاني: الالتزام باحترام المواصفات القياسية.....23
المطلب الثاني: انواع مواصفات المطابقة القانونية.....24
الفرع الاول :مطابقة المنتوج للمواصفات الوطنية.....25
الفرع الاول :مطابقة المنتوج لمواصفات المؤسسة.....26
المطلب الثالث :الاشهاد على مطابقة المقاييس الوطنية.....27
المبحث الرابع: الزامية المتدخل بالضمان.....28
المطلب الاول:انواع الضمان.....28
الفرع الاول :الضمان القانوني.....29
الفرع الثاني :الضمان الاتفاقي..... 30
المطلب الثاني التزام المتدخل بتقديم شهادة الضمان والخدمة ما بعد البيع.....31
الفرع الاول :تقديم شهادة الضمان 31
الفرع الثاني :الالتزام بالخدمة ما بعد البيع..... 33
المطلب الثالث: دعوى الضمان..... 35
الفصل الثاني: دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك..... 38
المبحث الأول :دور الهيآت الإدارية في حماية المستهلك 39
المطلب الأول :دور وزارة التجارة والهياكل التابعة لها.....39
الفرع الأول :دور وزير التجارة.....39
الفرع الثاني :الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة المكلفة بحماية المستهلك....40
أولا: المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين.....40
ثانيا: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.....41
ثالثا: شبكة الإنذار السريع.....41

الفرع الثالث :المصالح الخارجية لوزارة التجارة.....43
أولا :المديريات الولائية للتجارة.....43
ثانيا :المديريات الجهوية للتجارة 43
الفرع الرابع :الهيآت المتخصصة التابعة لوزارة التجارة.....44
أولا :المجلس الوطني لحماية المستهلكين..... 44
ثانيا :المركز الجزائري لمراقبة النوعية.....45
ثالثا :شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية 46
المطلب الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.....47
الفرع الأول: دور الوالي في حماية المستهلك.....47
الفرع الثاني :دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك 48
المطلب الثالث :دور الجمارك في حماية المستهلك 51
المطلب الرابع :دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك 52
الفرع الأول :الدور الاستشاري لمجلس المنافسة 53
الفرع الثاني :الدور الردعي لمجلس المنافسة 55
المبحث الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك 57
المطلب الأول: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك..... 57
الفرع الاول :الدور التحسيسي والإعلامي..... 57
الفرع الثاني :مراقبة الأسعار..... 58
المطلب الثاني :الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك..... 58
الفرع الاول: الدعاية المضادة..... 59
الفرع الثاني :الدعوى إلى المقاطعة 59
الفرع الثالث :دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن المستهلك أمام القضاء61

المبحث الثالث : دور الهيآت القضائية في حماية المستهلك.....62

المطلب الأول :دور النيابة العامة في حماية المستهلك.....62

المطلب الثاني :دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك.....63

المطلب الثالث :دور النائب العام في حماية المستهلك 63

المطلب الرابع: دور المحكمة في حماية المستهلك 64

خاتمة: 66

قائمة المراجع والمصادر:.....69