

جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية الحقوق و العلوم السياسية
قسم الحقوق

محاضرات في مقاييس حماية

المستهلك

المحاضرة التمهيدية + المحور الأول

للسنة الأولى ماستر، تخصص قانون أعمال

إعداد الدكتور: مكي حمشة

السنة الجامعية: 2023-2024م

المحاضرة التمهيديّة: تقديم عام لمقياس قانون حماية المستهلك

من المعلوم أن كل أفراد المجتمع مستهلكون، غير انه ليس كل متدخل في الأنشطة الاقتصادية الأخرى (الإنتاج و الادخار و الاستثمار و التوزيع و التسويق..... الخ) مستهلك، و ذلك لان لطائفة المتدخلين قوة اقتصادية و اجتماعية ذات تأثير كبير على طائفة المستهلكين، من حيث تملكها لأدوات الإنتاج الحديثة و سيطرتها على حاجيات المستهلكين المادية منها و الخدماتية، مما دفع بكل التشريعات المقارنة إلى الاهتمام بمسألة حماية المستهلك و العمل على توفير قدر معقول من الحماية تكفل له الطمأنينة اتجاه ما يشتريه من سلع و خدمات.

في هذا الإطار حاول المشرع الجزائري من خلال تعديله لأول قانون متعلق بالمنافسة الحرة و هو الأمر رقم 06/95 المؤرخ في 1995/01/25، عن طريق تقسيمه إلى نصين، يتمثل الأول في الأمر رقم 03/3 المعدل و المتمم، يضم قواعد و مبادئ المنافسة الحرة و وسائل حمايتها من الممارسات المنافية لها، فيما يتمثل النص الثاني في القانون رقم 02/04 المنظم للقواعد المطبقة على ممارسات التجارية، غير أن المشرع الجزائري لم يكتف بمنع الممارسات التجارية التي تمس بالمصلحة الاقتصادية للمستهلكين، بل تدخل أيضا لتحديد القواعد العامة لقمع الغش و حماية المستهلكين طوال عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك اعتبارا لنوعيتها و تحقيقا لسلامتهم و أمنهم بموجب القانون رقم 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 09/18 المؤرخ في 2018/06/10.

بناء على ما تم بيانه، فان مضمون محاضرات مقياس قانون حماية المستهلك لهذا السداسي الأول من السنة الجامعية 2024/2023 يتمثل بالدرجة الأولى في شرح ما جاء به القانون رقم 03/09 من آليات و قواعد وقائية و ردعية لحماية المستهلك في مواجهة المتدخل، وباعتبار أن هذا الأخير هو محور لكل الأنشطة الاقتصادية، فينبغي أن تتصف هذه الحماية بالعدالة في موازينها لحقوق و واجبات و مصالح أطراف العلاقة التعاقدية، أي أنه ليس المطلوب أن تكون حماية المستهلكين تعديا و على حساب الحقوق العادلة للطرف الآخر (المتدخل)، ذلك لان مثل هذا الأمر فيه إضرار بمصلحة المستهلكين عند عزوف المنتجين عن إنتاج السلع و الخدمات، كما لا يجب أن تتخذ حماية المستهلكين صورة مناقضة لآليات السوق كنظام التسعير الجبري مثلا لبعض السلع و الخدمات الذي يتناقض مع آليات السوق و

حرية التجارة و من ثم الإضرار بالمستهلكين، لان التسعير الجبري لا بد و أن يترتب عنه نقص العرض من السلع و الخدمات و بالتالي ظهور أسواق سوداء تفرض منطقتها لاسيما من جانب ارتفاع الأسعار.

تسهيلا لدراسة كل ما تم الإشارة إليه أعلاه، نقسم محاضرات مقياس قانون الاستهلاك إلى ثلاثة

محاور:

المحور الأول: ماهية قانون حماية المستهلك

الفصل الأول: التطور التاريخي لحماية المستهلك.

الفصل الثاني: الثاني: مفهوم قانون حماية المستهلك.

المحور الثاني: قواعد حماية المستهلك (الحماية المدنية والجنائية)

الفصل الأول: قاعدة إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع (من المادة 13 إلى المادة 16)

الفصل الثاني: قاعدة إلزامية إعلام المستهلك (المادة 17- 18 من القانون رقم 09/03)

الفصل الثالث: قاعدة إلزامية النظافة والنظافة الصحية وسلامتها (من المادة 04 إلى المادة 08)

الفصل الرابع: قاعدة إلزامية امن المنتوجات (من المادة 09 إلى 10)

الفصل الخامس: قاعدة إلزامية مطابقة المنتوجات (من المادة 11 إلى المادة 12)

المحور الثالث: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك.

الفصل الأول: الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

الفصل الثاني: الأجهزة غير الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

قائمة المراجع المعتمدة

- أولاً: النصوص القانونية
- القانون رقم 02/89 المؤرخ في 1989/02/07، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ج ر عدد 06 لسنة 1989، ملغى بموجب القانون رقم 03/09.
- الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 1975/09/26 والمتضمن القانون المدني ج ج ر عدد 78 لسنة 1975 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 ج ج ر عدد 13 لسنة 2007
- الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 / 07 / 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ج ر عدد 43 لسنة 2003، المعدل و المتمم.
- القانون رقم 02-04 المؤرخ في 2004/06/23، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ج ر عدد 41 لسنة 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 06/10، ج ج ر عدد 46 لسنة 2010 ومعدل ومتمم بالقانون رقم 11/17 المتضمن قانون المالية لسنة 2018، ج ج ر عدد 76 لسنة 2017 ومعدل ومتمم بالقانون رقم 13/18 المتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2018 ج ج ر عدد 42 لسنة 2018
- القانون رقم 03/09، المؤرخ في 25 / 02 / 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج ج ر عدد 15 لسنة 2009، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 09/18 المؤرخ في 2018/06/10 ج ج ر عدد 35 لسنة 2018.
- القانون رقم 10/11 المؤرخ في 22 / 06 / 2011، يتعلق بالبلدية، ج ج ر عدد 37 لسنة 2011.
- القانون رقم 06/12 المؤرخ في 12 / 01 / 2012، المتعلق بالجمعيات، ج ج ر عدد 02 لسنة 2012.
- القانون رقم 07/12 المؤرخ في 21 / 02 / 2012، يتعلق بالولاية، ج ج ر عدد 12 لسنة 2012.
- القانون رقم 04/04 المؤرخ في 23 / 07 / 2004، يتعلق بالتقييس ج ج ر عدد 41 لسنة 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/16 ج ج ر عدد 37 لسنة 2016
- القانون رقم 08/04 المؤرخ في 14 / 08 / 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ج ر عدد 52 لسنة 2008. المعدل والمتمم بالمادة 58 من الأمر رقم 01/10 المتضمن قانون

- المالية التكميلي لسنة 2010 وبالقانون رقم 06/13 ج ج ر عدد 39 لسنة 2013 وبالقانون رقم 08/18 ج ج ر عدد 35 لسنة 2018
- القانون رقم 05/18 المؤرخ في 10/06/2018 يتعلق بالتجارة الالكترونية ج ج ر عدد 28 لسنة 2018
- المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990، متعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج ج ر عدد 05 لسنة 1990، معدل و متم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 315/01، المؤرخ في 16/10/2001، ج ج ر عدد 61 لسنة 2001.
- المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10/11/1990، متعلق بوسم السلع المنزلية غير الغذائية، ج ج ر عدد 50 لسنة 1990.
- المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20/01/2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة و صلاحياتها و عملها، ج ج ر عدد 04 لسنة 2011.
- المرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10/11/1990، يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ج ر عدد 50 لسنة 1990.

ثانيا: المؤلفات

- حسين بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2005 .
- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.
- عاطف عبد الحميد حسن، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 1996.
- عامر قاسم احمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني و المقارن)، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة للنشر و التوزيع، سلطنة عمان، 2002.
- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك و القواعد المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى عين مليلة، الجزائر، 2000. - لعشب محفوظ، الإذعان في القانون المدني الجزائري والقانون المقارن، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990

- علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

- خالد ممدوح إبراهيم، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، الدار الجامعية الإسكندرية 2007.

- ممدوح علي مبروك، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 2008.

ثالثا: الرسائل و المذكرات

- العيد حداد، الحماية القانونية للمستهلك في ظل اقتصاد السوق، أطروحة الدكتوراه في القانون، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2003.

- حساني علي، الالتزام القانوني في الضمان للمنتجات، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه في الحقوق، جامعة تلمسان، 2012/2011

- جرعوت الياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة الماجستير في القانون، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002/2001.

- صياد صادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، 2014/2013.

- عمار زغبي، حماية المستهلك في الجزائر - نصا و تطبيقا -، مذكرة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008/2007.

المقالات العلمية:

- علي بولحية بو خميس، " جهاز الرقابة و مهامه في حماية المستهلك "، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية و السياسية، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، العدد 39، 2002.

- محمد بودالي، "مدى خضوع المرافق العامة و مرتفقيها لقانون حماية المستهلك"، مجلة الإدارة، مجلد 12، عدد 24، 2002.

- هامل الهواري، " دور الجمعيات في حماية المستهلك "، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، عدد خاص صادر عن كلية الحقوق بجامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، أبريل 2005.

المحور الأول: الإطار النظري لحماية المستهلك

الفصل الأول: التطور التاريخي لحماية المستهلك

بالرغم من النطاق الضيق لاحتياجات المستهلك و معاملاته الاستهلاكية قديما، إلا أن فكرة تعرضه للخداع و التضليل أكيد كانت موجودة و مسلم بها، لكن الاختلاف و عدم التوافق بين الفقهاء كان بخصوص فكرة الحماية في حد ذاتها، و قبل التطرق إلى توضيح مضمونها، سوف نقوم بدراسة نشأة و تطور هذا الحق على المستوى الدولي منذ الأزمنة القديمة حتى المجتمعات الحديثة، وصولا إلى تطور هذا الحق في التشريع الجزائري الذي نجده

، على غرار الكثير من التشريعات المقارنة، اعتمد على عدة طرق لحماية فئة المستهلكين و التي كانت معتمدة قديما لتؤكد على قدم حق حماية المستهلك.

المحاضرة الأولى: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات القديمة

لقد ساد لدى المجتمعات القديمة في الفترة الممتدة من العصور القديمة إلى أواخر القرن 19 اعتقاد لدى الناس بأنه ليس لديهم الحق في المطالبة بأكثر مما هو متوفر لهم من حقوق في وقت ساد فيه الاهتمام بالإنتاج وفقا لمبدأ المنافسة الحرة و التوازن التلقائي للاقتصادي و مبدأ اليد الخفية التي تسيطر على النظام الاقتصادي، مما أدى إلى سيادة فكرة فليعاني المشتري بدلا من فليعاني البائع، لذا سميت هذه المرحلة بمرحلة ما قبل وعي المستهلك

أولا/ في مصر أيام الفراعنة:

يعتبر قدماء المصريين من أوائل المهتمين بوضع قواعد لحماية المستهلك، إذ يرجع ظهور التشريع في مصر القديمة إلى القرن 50 قبل الميلاد عندما عرفت الكتابة، كما يرجع أول تدوين للقوانين المصرية إلى القانون الذي أصدره "الملك توت" المعروف بـ: "اله القانون"، عام 4241 قبل الميلاد و من أهم القوانين الجنائية الاقتصادية آنذاك، قوانين الملك "حور محب"، الصادرة عام 1330 قبل الميلاد، و التي تنص المادة الثامنة منه على: " الجريمة الخاصة بالمفتشين عديمي الذمة المتواطئين مع محصلي الضرائب".

هذا و قد استمر العمل بهذا القانون في العصر الروماني حتى عام 2012 قبل الميلاد، و من نصوصه الخاصة بحماية المستهلك، أنه حدد السعر القانوني للفائدة، فلا يجوز اشتراط فائدة سنوية أكثر

من ثلث رأس المال، كما لا يجوز المطالبة بأكثر من ضعف الدين مهما طالت المدة، كما حرمت الفائدة المركبة.

ثانيا/ في العراق القديمة:

يعد قانون "أورنمو" في سومر سنة 2050 قبل الميلاد، أقدم قانون مكتشف حتى الآن، ليس في العراق فحسب بل في تاريخ العالم، حيث سبق شريعة "الملك حمورابي" بثلاثة قرون، و تكمن أهميته بالنسبة للمستهلك من جانب أنه احتوى على مواد تتعلق بالموازين و النقود و التأمين الاجتماعي و التعويض المادي، و هو أول قانون تكلم عن التعويض بدلا من القصاص، وبعدها جاء قانون "أوروكا جينا" حوالي سنة 2355 قبل الميلاد، و من أهم ما تضمنه أن منع استغلال الضعيف، و ذلك بمنع الأغنياء من شراء حيوانات و بيوت تابعيهم إلا إذا تم ذلك برضاهم و دفعوا لهم السعر المناسب.

أما في مملكة بابل الأولى فقد ورد في قانون "حمورابي" (مدة حكم حمورابي 34 سنة في بابل الأولى) الذي يعد من أشهر القوانين التي وصلتنا عن الحضارة القديمة، حيث كان به تنظيم اقتصادي بارع لتحديد أثمان السلع و أتعاب الأطباء و أجور البنائين و البحارين و الرعاة و أصحاب المهن الأخرى، وهو جرم الكثير من المهملين حتى الإعدام في حال الحقول الأذى القاتل بالمستهلكين.

ثالثا/ عند الإغريق:

إن من بين أهم القوانين التي تعرضت لحماية المستهلك في الحضارة الإغريقية نجد:

- قانون دراكون: الذي وضع في أثينا حوالي عام 621 قبل الميلاد، و أهم ما جاء فيه منع احتكار النظم القانونية من طرف الأشراف تحقيقا لمبدأ المساواة.
- قانون صولون: الذي جاء ليخفف من وطأة الحالة الاقتصادية التي تمر بها البلاد و خاصة تلك المتعلقة بالمستهلك و أهم ما جاء فيه تحديد سعر الفائدة و تحريم الربا الفاحش.

رابعا/ في الحضارة الرومانية:

لقد وجد عند الرومان نصوصا مميزة تتعلق باستيراد الحبوب و تجارتها و بارتفاع الأسعار و التموين، كما وجدت نصوص تعاقب من يخالف التسعيرة بعقوبات شديدة، كالمنع من مزولة المهنة التجارية و الإبعاد و الغرامة و المصادرة و حتى الأشغال الشاقة و الإعدام في بعض الحالات، إلى جانب ذلك تم إنشاء وظيفة لمراقبة الأسواق و الأسعار منحت إلى موظف خاص يسمى ب: " حاكم السوق"

خامسا/ حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية:

يقر المختصون بأن الشريعة الإسلامية، تتميز عن القانون الوضعي بثلاث ميزات جوهرية هي: الكمال، السمو و الدوام، و هي مستمدة من الأصل الذي نشأت عنه، فهي من عند الله و من صنعه. و من مظاهر حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية، أن كان الرسول- صلى الله عليه و سلم- يطوف في الأسواق متفقدا أمر الناس، يوجههم و ينذرهم و ينهاهم عن المنكر، أو يولي بعض الصحابة للقيام بالمهمة و من أتم وظائف الحسبة الرقابة على الأسعار و تحديدها و منع الاحتكار و قمع الغش (من غشنا فليس منا) و ضبط المكايل و الموازين، و من أهم الأحكام التي جاء بها الإسلام لصيانة حقوق المستهلكين بإيجاز:

- حرمة التطفيف في الكيل و الميزان.
- حرمة الاحتكار و الغش في وصف السلعة بالكذب.
- تحريم الغش بكتمان عيوب السلعة، كما تعتبر الخديعة و الغرر من المحرمات.
- تحريم الغش التجاري (كتصرية الإبل و الغنم و الغش بالخلط أو بالإضافة).
- تحريم الكثير من البيوع كبيع حاضر لبادي و بيع تلقي الركبان و حرمة البيع على البيع.

المحاضرة الثانية: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة

بعد ازدياد وعي المستهلكين، بدأت حركة حماية المستهلك لتمتد من أواخر القرن 19 إلى غاية الستينيات من القرن 20، كما شهدت تكوين أول جمعية لهم في الولايات المتحدة الأمريكية و تطورت لتصبح فيما بعد اتحادا عالميا.

أولا/ ظهور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية:

لقد بدأت حركة حماية المستهلك بمفهومها الحديث في الو.م.أ بالرسالة التي وجهها الرئيس الأمريكي " جون كندي" إلى الكونغرس الأمريكي في 15 مارس 1962، حيث حث فيها على وجوب وضع قوانين تمكن الحكومات من تنفيذ التزاماتها تجاه المستهلكين الذين يمثلون المجموعة الأكبر عددا و الأقل اهتماما و استماعا لها، و تضمنت هذه الرسالة حقوق جديدة للمستهلك منها: حق الأمان و الحق في الإعلام و الحق في الاختيار و الحق في إسماع صوت المستهلكين للجهات المعنية، و على نفس المنهاج سار رؤساء أمريكا ببعث رسائل مماثلة إلى الكونغرس للتأكيد على ضرورة الاهتمام بمسألة حماية حقوق المستهلك، على غرار ما قام به الرئيس "جونسون" عام 1964 و الرئيس " نيكسون" عام 1969. و في بداية السبعينيات قامت مجموعة من النشطاء بتكوين حركة لحماية المستهلك بقيادة "رالف نادر" و هو من أشهر نشطاء الحركة في أمريكا باعتماد قائمة موضحة لحقوق المستهلك بإضافة ستة حقوق إلى الحقوق الأربعة التي وضعها "كيندي"، ليصبح عددها الإجمالي عشرة حقوق هي:

- 1- حق المستهلك في الحصول على سلع تمتاز بجودة التصميم و الدقة في الأداء 2- حق المستهلك في أن يدفع ثمنا عادلا مقابل السلع و الخدمات التي يحصل عليها 3- حق المستهلك في الحصول على الاحترام و المعاملة اللائقة ن المؤسسات التي يتعامل معها 4- حق المستهلك في أن تكون المنتجات المقدمة له خالية من أي آثار بيئية ضارة 5- حق المستهلك في أن تكون المنتجات المقدمة له لا تتعارض مع عادات و تقاليد و قيم المجتمع 6- حق المستهلك في تقديم الشكاوي و الطعون و التي ترتبط بالسلع و الخدمات التي يشتريها أو يستعملها 7- حق الأمان 8- حق الإعلام 9- حق الاختيار 10- حق الاستماع له.

ثانيا/ تطور حركة حماية المستهلك في أوروبا:

بعد فترة قصيرة، انتقلت حركة حماية المستهلك إلى كندا ثم أوروبا بعد أن شعرت دول القارة بالمخاطر التي تحدق بالمستهلك، و في مطلع عام 1972، جاء الاهتمام الأوروبي بالمستهلكين، و ذلك في شبه توصية صدرت في قمة باريس لزعماء دول و حكومات السوق الأوروبية، حيث حدد مجلس

وزراء السوق سنة 1975 برنامج لحماية المستهلكين و تم الإعلان فيه عن الحقوق الأساسية لحماية المستهلك، وتبعاً لذلك قامت الدول الأوروبية بإصدار تشريعات متخصصة في مقاومة التعسف ضد المستهلك، فأصدرت ألمانيا تشريع اتحادي يتعلق بمقاومة الشروط التعسفية ضد المستهلك الواردة ضمن الشروط العامة في العقود النموذجية "عقود الإذعان"، و ذلك بتاريخ 1976/12/09، وفي إنجلترا، صدر قانون خاص بالشروط المجحفة في العقد، أما في فرنسا فقد صدر قانون حماية المستهلك رقم 23/78، المؤرخ في 1978/01/10

03/ تطور حركة حماية المستهلك على الصعيد الدولي:

مع ظهور الثورة الصناعية و زيادة الإنتاج، ازداد الوعي بضرورة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث قام رئيس الاتحاد للمستهلكين في الو.م.أ بمبادرة إنشاء أول منظمة دولية تسمى "المنظمة الدولية للمستهلكين لمختلف الدول" في أبريل عام 1960، حيث تتمتع هذه الأخيرة بوضع مستشار لدى المجلس الاقتصادي و الاجتماعي لمنظمة الأمم المتحدة، و منظمة الأمم المتحدة للثقافة و العلوم، و منظمة التغذية العالمية، و يدير هذه المنظمة مجلس يتكون من 15 عضواً، لها أهداف تصب في حماية المستهلك المادية و المعنوية، تلي ذلك إعلان المجلس الاقتصادي و الاجتماعي للأمم المتحدة في منتصف السبعينيات، بأن لحماية المستهلك علاقة بالتنمية الاقتصادية و الاجتماعية، و في سنة 1985، تم اعتماد مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية لحماية المستهلك والتي تسعى إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- مساعدة الدول على تحقيق الحماية الكافية لسكانها كونهم مستهلكين، من خلال تأسيس جمعيات و منظمات للمستهلكين.
- 2- تسهيل الوصول للمعلومة الوافية لتمكينهم من الاختيار.
- 3- حث الدول على وضع سياسات و قوانين و مراقبة تنفيذها لحماية مصالح المستهلك.

رابعاً: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر:

أمام تعاظم الضغط الذي أصبحت تمارسه جمعيات حماية المستهلك، وجدت الجزائر نفسها مضطرة للاهتمام نسبياً بالمستهلك و بمسألة حمايته، لأجل ذلك عمدت إلى إنشاء هيئات تعنى بموضوع حماية المستهلك، و وضع قوانين و تنظيمات التي تنظم الاستهلاك بوجه عام و تكفل مراقبة مدى مطابقة المنتجات المعروضة للاستهلاك لمقاييس الجودة و من ثم محاربة الغش و التضليل إلا أنها لم تواكب في البداية هذه الحركة العالمية بسبب طبيعة النظام الاقتصادي الذي انتهجته بعد الاستقلال و الذي تميز

باحتمار الدولة للتجارة الخارجية من خلال مؤسسات عمومية أوكلت لها مهمة الاستيراد، أما من الناحية الإدارية، فإنه لا توجد هيئة متخصصة في الرقابة، لذا تولت هذه المهمة وزارة الفلاحة و مصالحها الخارجية- مصلحة قمع الغش- و كان عدد أعضاءها محدودا، و مهمتهم الرئيسية هي قمع الغش بشكل عام و ليس في إطار حماية المستهلك، بل لحماية الاقتصاد الوطني.

- و في عام 1982 تم تحويل هذه المصلحة من وزارة الفلاحة إلى وزارة التجارة و ذلك للقيام بقمع الغش و رقابة الأسعار و التحقيقات الاقتصادية، و بعد التحولات الاقتصادية و السياسية التي حدثت في سنة 1989، و تبني الدولة السياسة اقتصاد السوق، ظهر مصطلح المستهلك لأول مرة في تاريخ الجزائر كمفهوم جديد بموجب القانون رقم 02/89، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و الذي جاء بمبادئ أساسية خمسة هي: إلزامية السلامة الصحية - إلزامية الأمن الاقتصادي - إلزامية الضمان - إلزامية الإعلام - إلزامية المطابقة للمقاييس المعتمدة،

بناء على هذا الأساس نستطيع التمييز بين مرحلتين:

01/ المرحلة السابقة لصدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: تميزت

هذه المرحلة بصدور بعض القوانين العامة التي لم توفر للمستهلك الجزائري الحماية المطلوبة، إلا أنها قد أسست لمبادئ هامة منها:

1- الأمر رقم 47/75، و المعدل لقانون العقوبات الجزائري و الذي تحدث عن بعض الجرائم منها الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية (انظر المواد من 429 إلى 435 من ق.ع.ج).

2- الأمر رقم 65/76، في 16/07/1976 المتعلق بتسميات المنشأ، و كان الغرض منها حماية المنتج.

3- تضمن القانون المدني لبعض الأحكام المتعلقة بالسكوت التديسي (الالتزام بالإعلام، و تلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية.

4- إلى جانب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 07/03/1987، المتعلق بتعاونيات الاستهلاك ذات الطابع الاجتماعي و لا تهدف إلى تحقيق الربح، و الهدف من إنشائها المساهمة في حماية القدرة الشرائية للعامل عن طريق ضمان تموين المشتركين فيها تموينا منتظما.

02 / مرحلة صدور القانون رقم 02/89 إلى غاية 2009: مع بداية عام 1989، سارعت الجزائر إلى إصدار قانون 02/89 المؤرخ في 07/02/1989، و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك حيث أولى هذا التشريع حماية كبيرة للمستهلك ليعتبر اللبنة الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك في الجزائر، و ذلك باحتوائه على 30 مادة متعلقة بمسألة الحماية و الاعتراف بالحقوق المشروعة للمستهلك، و قد استتبع هذا القانون بمجموعة من المراسيم التنفيذية، نذكر منها:

- 1- المرسوم التنفيذي رقم 39/90، يتعلق برقابة الجودة و قمع الغش.
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 266/90، يتعلق بضمان المنتجات و الخدمات.
- 3- المرسوم التنفيذي رقم 366/90، يتعلق بوسم المنتجات الغذائية و عرضها.
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 41/92، يحدد شروط إنتاج مواد التجميل و التنظيف البدني و تكييفها و تسويقها في السوق الوطنية...إلى غير ذلك مع المراسيم التنفيذية.

لقد لعب هذا القانون دورا بارزا في بلورة فكرة حماية المستهلك في المجتمع الجزائري، و يعتبر الركيزة الأساسية للقول بوجود حماية خاصة للمستهلك، و ذلك بسبب تراجع الدولة و انسحابها من المجال الاقتصادي الموجه و التحول إلى اقتصاد السوق الذي قد يمس بمصلحة المستهلك هذا وقد أوكلت بموجب هذا القانون مهمة الإشراف رسميا على حماية المستهلك في الجزائر، طبقا للمادة 15 منه إلى ثلاث هيئات أساسية هي: سلطات إدارية - سلطات قضائية و جمعيات حماية المستهلك.

هذا و قد استمر سريان مفعول قانون حماية المستهلك رقم 02/89 إلى غاية 2003 تاريخ صدور قانون تنظيم المنافسة رقم 03/03، الذي يعد بمثابة نقلة نوعية في مجال حماية المستهلك، حيث جاء بترتيبات جديدة، تعد بمثابة تعديل ضمنى لقانون 02/89، و كذا إحداث قواعد قانونية جديدة تهدف أساسا إلى تعزيز حماية المستهلك، خصوصا ما يتعلق بالعقود الاستهلاكية و.

الفصل الثاني: ماهية قانون حماية المستهلك

قبل الحديث عن مضمون قانون حماية المستهلك، يجب بداية تحديد المقصود بالمستهلك الذي لم يحض باهتمام فقهاء القانون إلا بداية النصف الثاني من القرن 20، حيث كان استعمال هذا المصطلح محصورا لدى رجال الاقتصاد، لذلك يكون الهدف من هذه المحاضرة هو محاولة الإجابة عن الإشكالية التي من خلالها نتساءل عن مفهوم كل من المستهلك و المتدخل، و ما إذا كان المهني يدخل في فئة المستهلكين عندما يقوم بإبرام عقود الاستهلاك خارج نطاق تخصصه المهني لاسيما و أن العقود قد تخدم مهنته أو عمله بشكل مباشر أو غير مباشر؟.

المحاضرة الأولى: مفهوم قانون حماية المستهلك

لضبط مفهوم قانون حماية المستهلك، يجب التطرق إلى تعريفه و بيان خصائصه وأخيرا تحديد علاقته ببعض القوانين الأخرى.

أولا/ تعريف قانون حماية المستهلك:

يعرف قانون حماية المستهلك بأنه: "مجموعة من القواعد القانونية التي تنظم العلاقات بين المستهلك بوصفه الطرف الضعيف و المتدخل بوصفه الطرف القوي في عملية عرض السلع و الخدمات الاستهلاكية في السوق بهدف توفير حماية المستهلك، بداية من مرحلة إنتاج السلع و تقديم الخدمات ثم التوزيع إلى عرضها النهائي للاستهلاك و اقتنائها من طرفه"

ثانيا / بيان خصائص قانون حماية المستهلك:

بناء على التعريف أعلاه، و طبقا لأحكام القانون رقم 03/09 المعدل و المتمم، خصوصا المادة الأولى منه، و كذا أحكام القانون رقم 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فإن لقانون حماية المستهلك جملة من الخصائص تميزه عن القوانين الأخرى منها:

01 / الصياغة الفنية الخاصة لقانون حماية المستهلك وقمع الغش: تتميز الكثير من قواعد قانون

حماية المستهلك بصياغة فنية خاصة، كالقواعد المتعلقة بمقاييس و مواصفات السلع و الخدمات و كذا قواعد ضمان المنتجات و الخدمات و قواعد امن و سلامة و مطابقة المنتجات، كل هذه القواعد ترمي إلى التوسع من مسالة حماية المستهلك و بالتالي تدخل أهل الخبرة و الاختصاص في كل نوع من هذه القواعد.

02 / الصياغة الأمرة لقواعد قانون حماية المستهلك: يمثل المستهلك الجوهر الأساسي لقانون حمايته

و قمع الغش و لأجل تحقيق هذا المسعى لجأ المشرع إلى الصياغة الأمرة، سواء في جانبه التشريعي أو

التنظيمي، ضامنا بذلك احترامه من طرف كافة المتدخلين و لضمان فاعلية الأحكام، وضع أيضا نظاما رقابيا صارما، يتعلق بتفتيش المحلات و المنشآت و عرض السلع و المنتجات للتحقق من سلامة تطبيق هذا القانون، إلى ذلك يضمن هذا القانون جملة من المخالفات و الجزاءات المتعلقة بها، تعزيزا من المشرع للطابع الأمر لقواعد حماية المستهلك و قمع الغش.

03 / خاصية الرقابة: لقد حدد المشرع من خلال أحكام قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجهات المؤهلة للقيام بالرقابة و معاينة المخالفات و إثباتها في محاضر و في إطار ذلك منحت لجميع هذه الأشخاص المؤهلة سلطات واسعة و هامة لمحاولة تحقيق التوازن العقدي بين المستهلكين و المتدخلين

ثانيا / علاقة قانون حماية المستهلك ببعض فروع القوانين الأخرى:

يعد قانون حماية المستهلك من القوانين الحديثة، الذي يهتم بحماية فئة المستهلكين، و بالرغم من أنه قانون مستقل بذاته، إلا أنه هناك عدة قوانين ذات صلة به، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، و لعل أهمها:

01 / علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة: تظهر العلاقة بين القانونين، في كون أن المستهلك يمثل الهدف النهائي الذي تسعى كل مؤسسة أو عون اقتصادي بجذبه نحو سلعه و خدماته المعروضة في السوق من اجل تحقيق أكبر ربح ممكن، إذ الهدف من ممارسة الأنشطة الاقتصادية هو الاستهلاك الذي اشتق منه المستهلك، لذلك فان أي مساس بحرية المنافسة فيه مساس للسوق كلية، و بالتالي مساس بطريقة غير مباشرة بسلامة المستهلك.

02 / علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون المدني: يضم القانون المدني مجموعة القواعد القانونية التي تنظم المعاملات المالية بين الأفراد دون التمييز بين صفة القائم بها، أما قانون حماية المستهلك فينظم العلاقات بين المستهلكين و المتدخلين خلال عملية الإنتاج و التوزيع و العرض، و من ثم فإن هناك علاقة وثيقة بين القانونين، و باعتبار الثاني الشريعة العامة لكل القوانين، فإن الأول يستمد منه أهم قواعده الحمائية بالنسبة للمستهلك، كالتزام بضمان العيوب الخفية، الالتزام بالإعلام، الالتزام بالسلامة و الشروط التعسفية...و غيرها.

03/ علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون التجاري:

بما أن النشاط التجاري الذي يُوّطره القانون التجاري أهم الأنشطة الاقتصادية، فإن هناك علاقة جد وطيدة بين هذا القانون و قانون حماية المستهلك و ذلك لان التاجر سواء كان شخصي طبيعي أو معنوي يعد محترفا في معاملاته مع المستهلك، بالتالي يعد أهم عناصر مجال تطبيق قانون حماية المستهلك، كما أن هذا الأخير يتضمن أحكام تتعلق بالتجار كالإشهار التجاري.

04/ علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الإداري: بما أن القانون الإداري يهتم بتنظيم الإدارة و

نشاطها، فإن العلاقة التي تظهر بينه و بين قانون حماية المستهلك هي من خلال خضوع المؤسسات العمومية الاقتصادية التي تمارس نشاطات تجارية و صناعية و تقديم خدمات بمقابل مادي لأحكام قانون حماية المستهلك، لأنها تعد في علاقتها مع المنتفعين بخدماتها في مركز المحترف، كالمستشفيات، مؤسسة الكهرباء و الغاز...الخ.

05/ علاقة قانون حماية المستهلك بقانون العقوبات: يتصل قانون حماية المستهلك اتصالا وثيقا

بقانون العقوبات، على أساس أن الأول يتضمن عقوبات جزائية توقع على كل متدخل مخالف لأحكامه و التي تمس بأمن و صحة و أموال المستهلك، و من جهة أخرى هناك بعض الأحكام الجزائية خاصة بحماية المستهلك منصوص عليها في قانون العقوبات، كما هو الحال بالنسبة لجرائم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية والطبية (المواد من 429 إلى 435 ق.ع.ج) و التي أحالتنا إليها المواد 68، 69، 70 من القانون رقم 03/09 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 09/18 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، هذا وتجب الإشارة إلى أن الجزاء الجنائي يمتد إلى نطاق الممارسات التجارية المنظمة بموجب القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم كالبيع المتلازم، رفض البيع، عدم الإعلام بالأسعار و شروط البيع و عدم الفوترة...الخ.

المحاضرة الثانية: تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك رقم 03/09:

تعتبر مسألة ضبط نطاق تطبيق أي قانون من متطلبات الأمن القانوني المنشود، كونه، يتيح للأشخاص مسبقا و على نحو مضبوط معرفة القواعد القانونية التي تحكم علاقتهم و هو أمان وثقة تتعاطم الحاجة إليه، خاصة في قانون حماية المستهلك، و كذا إذا ما تعلق الأمر بقواعد ذات طابع جزائي.

لقد تولت المادة 02 من القانون رقم 03/09 تحديد نطاق تطبيقه، حيث نصت على أن أحكام هذا القانون تطبق على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، فمن خلال نص هذه المادة و أحكام أخرى من ذات القانون فإن نطاق تطبيق هذا الأخير يمكن رصده من خلال:

الجزء الأول من المحاضرة الثانية:**مجال تطبيق القانون رقم 03/09 من حيث الأشخاص**

تخص أحكام قانون رقم 03/09 صنفين من الأشخاص، الأول هو المستهلك باعتباره المستهدف أساسا بالحماية في هذا القانون و المستفيد مما تضمنه من حقوق، أما الثاني هو المتدخل باعتباره المعني بتطبيق أحكام هذا القانون و المسؤول عن ما رتبته من التزامات، لذا سوف نتولى بشيء من التفصيل دراسة طرفي العقد الاستهلاكي.

أولا: مفهوم المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في العقد الاستهلاكي

لقد حظي موضوع المستهلك باهتمام واسع لدى الفقه القانوني و القضاء، سعيا وراء تحقيق الحماية الضرورية له، غير أن المستهلك كمصطلح لم يحظ بتعريف دقيق، ذلك انه عرف أكثر لدى رجال الاقتصاد الذين عرفوا العملية الاستهلاكية بأنها آخر العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم لإشباع الحاجات بمعنى فناء أو هلاك السلع و الخدمات، بهذا يعد المستهلك الشخص الذي تنتهي عنده الدورة الاقتصادية التي تبدأ بإنتاج السلعة أو الخدمة، و تمر بتوزيعها ثم تنتهي باستهلاكها، فالسلعة إذا آلت إليه تنتهي إلى الركود و السكون، أما:

01/ موقف الفقه من مفهوم المستهلك: انقسم الفقه إزاء موضوع تحديد تعريف دقيق للمستهلك إلى

اتجاهين اثنين هما:

أ- الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك: يمثل هذا الاتجاه أغلبية الفقه الفرنسي الذين يرون أن لفظ المستهلك يقتصر على الشخص الذي يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية و العائلية، و يخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة و من أهم التعريفات التي وضعت في هذا الاتجاه الذي تؤيده لجنة شروط التعسفية في فرنسا نجد أن المستهلك هو: "كل شخص يقتني أو يستعمل مالا أو خدمة لتحقيق هدف شخصي أو عائلي، سواء تعلق الأمر باقتناء المنقولات أو العقارات دون أن يكون لهذا الاقتناء أي هدف مهني".

بهذا التعريف تحرم فئة التجار و المهنيين الذين يتعاقدون لأغراض تجارية أو مهنية من التمتع بالحماية التي يكفلها القانون للمستهلك، كما يستبعد من هذا التعريف كل من يقتني منتوجا أو خدمة لغرض مزدوج بمعنى أن يقتني السلعة أو الخدمة لغرض مهني و آخر غير مهني في نفس الوقت، كأن يقتني وكيل عقاري سيارة يستعملها في تنقلاته الخاصة مع عائلته إلى جانب استعمالها في خرجاته المهنية، لأن في هذه الحالة تطبق قاعدة "الفرع يتبع الأصل".

إلى جانب ذلك، فقد شدد فريق من هذا الاتجاه في تضيق مفهوم المستهلك، و ذلك باستبعاد صفة المستهلك حتى عن الشخص الذي يتصرف لأغراض مهنية، و عن المهني الذي يتصرف لغرض مهني حتى و لو كان تصرفه خارج مجال اختصاصاته المهنية، وبما أن هذا المهني الذي يتصرف خارج حدود درايته و مؤهلاته المهنية في وضعية أضعف مقارنة مع الطرف الآخر المتعاقد معه، فإنه حسب لجنة تنقيح قانون الاستهلاك الفرنسي يستفيد من الحماية لقواعد خاصة بدلا من قواعد حماية المستهلك.

* الانتقاد الموجه لمفهوم الضيق للمستهلك: بالرغم من المآخذ المسجلة على هذا الاتجاه، كغلوه في التضيق من مفهوم المستهلك، حيث حصر هذا الأخير في طائفة الأشخاص الطبيعيين فقط، مما يجعلنا نتساءل عن سبب إقصاء فئة الأشخاص المعنوية من طائفة المستهلكين بالرغم من أن الأخذ بهذا المفهوم الضيق للمستهلك، سيساعد على تحقيق الأمن القانوني المنشود للمستهلك، و الذي يصعب تحقيقه في ظل تبني مفهوم موسع لصفة المستهلك.

ب - الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك: يرى أنصار هذا الاتجاه، أن المقصود بالمستهلك هو: كل من يبرم تصرفا قانونيا من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية و يهدف هؤلاء بهذا التعريف إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني، الذي يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته كما هو الحال بالنسبة للطبيب الذي يشتري المعدات الطبية أو التاجر عندما يشتري أثاث محله، أو من يشتري سيارة لاستعماله الشخصي أو المهني يعتبر مستهلكا ما دامت السيارة تستهلك في الحالتين،

فالمستهلك حسب هؤلاء هو من تنتهي عنده دورة السلعة أيا كان الغرض من استعمالها، لذا يستبعد من هذا المفهوم كل من يشتري سلعة أو خدمة لأجل بيعها ثانية، لأن المال لا يستهلك هنا. و ما يلاحظ على هذا المفهوم انه يوسع من دائرة الحماية المقررة للمستهلك إذ أنه أضاف فئات أخرى من المتعاقدين، و يتعلق الأمر بالمهني الذي يتعاقد خارج إطار تخصصه للحصول على أشياء أو خدمات لأغراض حرفته، و لكنه يتصرف خارج مؤهلاته المهنية، الأمر الذي يجعله في موقف المتعامل الجاهل بالمقتضيات التعاقد الخاصة بالسلع و الخدمات غير المتخصصة بها، كحال الطبيب الذي يقتني المعدات الطبية، و حال التاجر الذي يشتري نظام الإنذار لمحله التجاري و كذا المحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لمكتبه، كل هذه الفئات جديرة بالحماية القانونية التي تكفلها قوانين حماية المستهلك للمستهلكين، ضد إساءة استعمال الأطراف القوية المتعاقدة معها لقوتها الاقتصادية.

***الانتقاد الموجه للاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:** على الرغم من أن هذا الاتجاه قد اخذ

بالتخصص و الخبرة كمعيار لتحديد المستهلك، حيث كل من يتعاقد في مجال لا خبرة له فيه يعد مستهلكا حتى ولو كان مهنيا في مجالات أخرى، قاصدا بذلك توسيع دائرة مفهوم المستهلك، لا سيما عندما اعتبر البعض من هذا الاتجاه و على رأسهم الأمريكي: " رالف نادر " المستهلك مرادف لكلمة المواطن و ذلك بالنظر إلى المصلحة و بالتالي فان حماية المواطن مرتبطة بحماية المستهلك، فإنهم بهذا أعطوا عدة مآخذ لهذا الاتجاه منها:

- 1- أنه يجعل حدود قانون الاستهلاك غير دقيقة لمعرفة ما إذا كان المهني يعمل في إطار تخصصه أم لا، حتى نحدد القانون الواجب التطبيق عليه.
- 2- انه إذا كان هؤلاء المهنيين الذين يتعاقدون خارج نطاق تخصصهم في وضعية ضعف، فإنهم لن يحتاجوا لقواعد حماية المستهلك، طالما انه هناك قواعد خاصة بهم لحمايتهم.

02 / موقف القضاء من مفهوم المستهلك: لقد تأثر القضاء الفرنسي بالجدل الفقهي حول تحديد

مفهوم المستهلك خاصة بعد ظهور مصطلح جديد و هو " غير المهني"، اثر صدور القانون الفرنسي رقم 23/78 الصادر في 10/01/1978 المتعلق بحماية المستهلكين ضد الشروط التعسفية، نظرا لان المادة 35 من ذات القانون، أشارت إلى أن نصوص هذا القانون تتعلق فقط بالعقود المبرمة بين المحترفين و غير المحترفين أو المستهلك، لذلك أثير التساؤل حول مفهوم مصطلح " غير المهني" و هل يقصد به المستهلك نفسه أم لا؟.

و أمام اعتراف بعض الفقه بصعوبة تحديد فكرة الغير مهني، و اعتبار لدى البعض بأنه نفسه المستهلك، بمقتضى، نجد أن القضاء الفرنسي من خلال القرار الصادر في 1987/04/28، قد وضع المستهلك و المهني الذي يتصرف خارج إطار اختصاصاته المهنية أثناء ممارسة مهنته في كفة واحدة، على اعتبار أن هذا الأخير في نفس حالة الجهل التي يتصف بها أي مستهلك عادي و يجب بالتالي إفادته بالأحكام الحمائية بناء على ذلك فإن القضاء الفرنسي قد كرس مفهومًا جديدًا للمستهلك هو مفهوم المحترف المستهلك.

لكن مع بداية 1995، غيرت محكمة النقض الفرنسية من موقفها في قرار لها باستعمالها لصيغة جديدة مضمونها " لا يعتبر مستهلكا و لا يستفيد من قواعد الحماية، الشخص الذي يبرم عقدا له صلة مباشرة مع نشاطه المهني"، و يخضع وجود هذه العلاقة لتقدير قاضي الموضوع، و استنادا إلى هذا المعيار الذي طبقته على الشروط التعسفية و القرض الاستهلاكي، يجعل المهني بعيدا من أن يكون محلا للحماية بموجب القواعد المقررة لحماية المستهلك، و هو الإقرار الصريح لمحكمة النقض الفرنسية بتبني المفهوم الضيق للمستهلك.

03/ موقف التشريع الجزائري من حماية المستهلك: تعد الجزائر من أوائل الدول العربية التي اهتمت بمسألة الاستهلاك و السعي لتوفير حماية فعالة للمستهلك، غير أنه لم يرد أي تعريف له في القانون رقم 02/89 كأول قانون لحماية المستهلك، هذا و قد كانت حمايته في ظل الاقتصاد الموجه مقتصرة على بعض المواد ضمن القانون المدني، مع أن هذا الأخير لم يشير إلى مصطلح المستهلك بل كان مصطلح المشتري هو السائد.

أ- **مفهوم المستهلك في القانون رقم 02/89-الملغى-**: لم يعرف المشرع الجزائري صراحة المستهلك في القانون رقم 02/89 غير أنه بموجب المادة 06 منه فإنه قد أحالنا إلى التنظيم الذي تحدد من خلاله مفاهيم المصطلحات الواردة في هذا القانون و على رأسها مصطلح المستهلك و هو ما توالى المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 30/90 بيانه عند قولها " المستهلك هو كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به". بهذا التعريف يتبين أن المشرع الجزائري، قد أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك، معتبرا إياه فقط ذلك الشخص الذي يقتني المنتجات و الخدمات لأجل استعماله و احتياجاته الشخصية، و بالتالي لا يعتبر من قبيل المستهلكين كل من يقتني لأجل حاجاته المهنية، و ما يؤكد موقف المشرع في تبنيه للمفهوم الضيق هو الفقرة الثانية من المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 254/97، المتعلق

بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة عند قولها: " لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم".

ب- مفهوم المستهلك في القانون رقم 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل و المتمم:

مع تعدد و تنوع حاجيات المستهلك، تطور معه مفهوم المستهلك و معه تطور التشريعات المؤطرة لحمايته، و هو ما يلاحظ من خلال نص المادة الثانية من القانون رقم 02/04 التي تنص على: "يعد المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له و مجردة من كل طابع مهني"، باستقراء نص المادة، يتبين أن المشرع، قد أضاف شيئاً جديداً بخصوص المستهلك، و يتعلق الأمر بإمكانية أن يكون الشخص الاعتباري أو المعنوي من طائفة المستهلكين كما هو الحال بالنسبة للجمعيات الخيرية التي تمارس أنشطة غير مهنية و لا تسعى إلى تحقيق الربح بالقدر الذي تهدف فيه إلى غايات إنسانية و اجتماعية، و كذا نقابات الملاك المشتركين.

ج- مفهوم المستهلك في القانون رقم 03/09 المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 09/18:

تنص المادة 03 من القانون رقم 03/09 على أن: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل، أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية، أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، يستفاد من خلال تعريف المستهلك المذكور أعلاه، انه ينبغي أن تتوفر جملة من العناصر و المواصفات حتى يمكن إضفاء صفة المستهلك على الشخص و هذه العناصر هي:

1- أن يكون من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية: على عكس المرسوم التنفيذي المطبق

للقانون 02/89 الذي أقصى الشخص الاعتباري من إمكانية اعتباره مستهلكاً، فإن القانون 03/09 قد توافقت مع القانون رقم 02/04 على اعتبار أن المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي، خاصة عندما تكون تصرفات هذا الأخير (المعنوي) مماثلة لتصرفات الأشخاص الطبيعية، أي لا يكون في مركز قوة، لكن ما يعاب على المشرع في هذا الخصوص، هو عدم تحديده لقائمة الأشخاص الاعتبارية المشمولة بالحماية في هذا الصدد، و عدم الاكتفاء بمعيار الغرض.

2- فعل الاقتناء: يغلب على المستهلك أسلوب الاقتناء لتلبية حاجاته، لذا كل التعريفات السابق

ذكرها، استعملت مصطلح " يقتني"، أما المستعمل فلا يمكنه الاستفادة من الحماية بموجب قانون حماية المستهلك، بالرغم من انه في غالب الأحيان من يقتني هو من يستعملها، كما يمتد هذا الاستعمال إلى أفراد أسرة المقتني، لذا من المفيد تدارك النقص الحاصل في التشريع الخاص بحماية المستهلك حتى يشمل

المقتني و المستعمل، فيكون فعل الاقتناء بمقابل لما يدفع المستهلك مقابلا أما عن المجانية، فتكون عندما يمنح المنتج كهدية مثلا.

3- أن يستهلك المنتج بصفة نهائية: لقد جعل المشرع حتى يكون الشخص مستهلكا أن يكون غرضه من الاقتناء النهائي للمنتج، الاستهلاك الفوري و إلى استعمالها حتى تستهلك متى كانت من الأشياء ذات الاستهلاك المتراخي، بذلك لا يعد الشخص مستهلكا طبقا لقانون حماية المستهلك من يقتني منتوجا بهدف إعادة بيعه لعدم تحقق شرط الاستهلاك.

4- أن يلي حاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به: لقد شمل المشرع في تعريفه للمستهلك الشخص الذي يلي حاجاته الشخصية أو حاجات عائلته دون حاجاته المهنية أو حاجة حيوان يتكفل به، بذلك تتحقق له الحماية بموجب قانون حماية المستهلك عندما يكون المستهلك بعيدا عن الطابع المهني.

ثانيا: مفهوم المهني كطرف قوي في العقد الاستهلاكي

يدل تعبير مهنة على كل نشاط منظم هدفه الإنتاج أو تقديم الخدمات، و التجارة هي أولى أشكال هذه النشطة المنظمة، لذلك اعتبرت من أهم المهن، بذلك يعرف المهني بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف كأصل عام لتلبية حاجيات حرفته و مهنته و يتصرف بقصد المضاربة، فيشتري الأشياء بقصد إعادة بيعها و يستأجر المكان ليتخذة محلا لمزاولة نشاطه، و من ثم فإن المحترف هو الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية، هذا وقد تعددت التسميات التي أطلقها المشرع للدلالة على المتدخل بمناسبة إصداره للنصوص التشريعية و التنظيمية، حيث لم يستقر على مصطلح واحد، واستعمل بداية لفظ (محترف) و غيره إلى مصطلح (عون اقتصادي)، ثم إلى تسمية (المؤسسة) و أخيرا استقر إلى لفظ (المتدخل).

01/تعريف المحترف: يعرف المحترف حسب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات بأنه: "هو كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو مستورد أو موزع، و على العموم كل متدخل ضمن أطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك" و هو ذات التعريف ذكرته المادة الأولى من القانون رقم 02/89 (الملغى).

من خلال التعريف، يتبين أن جوهر التمييز بين المستهلك و المحترف يتمثل في: الغرض من النشاط أو التصرف، إذ المستهلك يتعاقد بهدف تحقيق أغراض شخصية و عائلية، بينما المهني يتصرف بهدف تحقيق أغراض مهنته، ذلك ما جعل المشرع يطلق تسمية مهني للتعبير على لفظ المحترف في المادة 07_ و 08 من القرار المؤرخ في 10/05/1994، المتضمن تطبيق المرسوم التنفيذي رقم

266/90 المؤرخ في 15/05/1990، و المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات (ج ر عدد 1990/40).

02/ الأساس القانوني للتسميات الدالة على المتدخل:

أ- مصطلح المتدخل: بعد أن كان المشرع يستخدم مصطلح المحترف للدلالة على المهني، ذكر صراحة مصطلح المتدخل بموجب المادة 03 فقرة 07 من القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، بكونه الشخص الطبيعي أو المهني الذي يدخل في عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك.

ب- مصطلح المؤسسة: بموجب المادة 03 فقرة أولى من الأمر رقم 03/03 المعدلة بموجب القانون رقم 12/08، يأخذ المتدخل اسما آخر و هو المؤسسة التي تعرفها المادة المذكورة أعلاه بأنها: " كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد"

ج- مصطلح العون الاقتصادي: بموجب المادة 03 فقرة أولى من القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم، سمي المتدخل بالعون الاقتصادي و الذي يقصد به بمفهوم هذا القانون: " كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها"

03/ مدى اعتبار أشخاص القانون العام محترفين: تساءل الفقه حول ما إذا كان أشخاص القانون العام في صورة المرافق العامة من فئة المهنيين و بالتالي إطلاق وصف المستهلك على المنتج من خدمتها، للبحث في ذلك وجب الاعتماد على أهم تقسيم أوجده الفقه الإداري الذي يميز بين:

أ- المرافق العامة الاقتصادية (المرافق ذات الطابع الصناعي و التجاري): من المعلوم أن هذا النوع من المرافق هو حديث النشأة، تزاوّل نشاط من جنس نشاط الأفراد، مثل: مرفق نقل السكك الحديدية، و البريد و الكهرباء و الغاز، فتخضع هذه المرافق لقواعد القانون الخاص و لاختصاص القضاء العادي في علاقتها مع الغير، و نظرا لما أصبحت تهدف إليه هذه المرافق من جلب الزبائن مستعملة في ذلك وسيلة للإشهار و التسويق و تقديمها للسلع و الخدمات، أكثر فردية، فقد تحولت إلى فئة المهنيين تهدف إلى إرضاء المنتفع (المستهلك) قبل أن تهدف جزئيا إلى تحقيق المصلحة العامة، و بالتالي يمكن اعتبارها من طائفة المتدخلين.

ب- المرافق العامة الإدارية: هذا النوع من المرافق شيدت على أساسها نظريات القانون الإداري، و اعتبرت أساس تطبيق القانون الإداري قبل تعرضها إلى ما يسمى بأزمة المرفق العام، و هي تمارس نشاطا يختلف تماما عن نشاط الأفراد، و هي بالتالي تخضع بشكل تام للقانون العام إلا استثناءا، خاصة تلك التي تقدم خدماتها مجانا مثل: مرفق العدالة و الشرطة و الدفاع، فلا يعد عندئذ المنتفعين منها من طائفة المستهلكين

كونهم في مركز تنظيمي تحدده القوانين، و من ثم لا يمكن اعتبار هذه المرافق من قبل المتدخلين، غير أن هناك نوع آخر من المرافق العامة الإدارية تقدم خدماتها بمقابل كالمستشفيات، فهي حسب الفقه الفرنسي من فئة المحترفين، و اعتبار المنتفعين من خدماتها من فئة المستهلكين الذين يحق لهم التمسك بقواعد قانون حماية المستهلك، شريطة ألا يكونوا من المحترفين.

الجزء الثاني من المحاضرة الثانية:

نطاق تطبيق القانون رقم 03/09 من حيث المحل (الموضوع)

طبقا لنص المادة 02 من القانون رقم 03/09، فإن أحكام هذا القانون تسري على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك.

أولا/ السلعة كمحل للاستهلاك:

السلعة طبقا للفقرة 17 من المادة 03 من القانون 03/09 هي: "كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل مادي أو مجانا"، و بذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية، بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس و الأثاث... و غيرها.

ما يلاحظ على التعريف، أن المشرع قد قصر في مفهوم السلعة على الأشياء المادية، مما يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلا للاستهلاك مثل براءات الاختراع و العلامات و الرسوم و النماذج الصناعية، و لعل العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة، ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة و المطابقة و التقييس التي تتطلب كيانا ماديا لتطبيقها، كما أنها مقترنة بعالم الأعمال، إذ لا يتصور أن يقوم شخص بشراء براءة الاختراع أو علامة تجارية أو محلا تجاريا لغرض غير مهني، غير أن هناك من يرى أنه لا مانع أن تكون بعض الأموال المعنوية باعتبارها منتوجا ذهنيا محلا للاستهلاك.

و ما يلاحظ أيضا أن المشرع في القانون 03/09 لم يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولاً بخلاف ما كان عليه الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق بمراقبة النوعية و قمع

الغش الذي عرف السلعة بأنها: "كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات مادية"، و هو ما يمكن تفسيره أن لا مانع في نظر المشرع من أن يكون العقار كالمسكن و العقار الفلاحي محلا للاستهلاك و يخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقررها قانون حماية المستهلك و قمع الغش، كما أن المشرع لم يشترط عنصر الجدية في السلعة للاستهلاك، و من ثم فإن السلعة المستعملة مشمولة بأحكام قانون حماية المستهلك رقم 03/09.

و في الأخير، يجب التنبيه أنه يخرج عن مفهوم السلعة الأشياء التي لا تقبل التعامل فيها، إما بحكم طبيعتها أو بحكم القانون و التي لا تصلح أن تكون محلا للحقوق المالية.

ثانيا/ الخدمة كمحل للاستهلاك:

تعرف الخدمة حسب الفقرة 16 من المادة 03 من القانون رقم 03/09 بأنها: كل عمل يقدم، غير تسليم السلعة، حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة"، و عليه فإن مفهوم الخدمة يشمل كل عمل أو أداء قابلا للتقويم بالنقود، سواء كانت هذه الأداء ذات طابع مادي كالإصلاح و التنظيف أو ذات طابع مالي كالتأمين و الائتمان أو ذات طبيعة ذهنية أو فكرية كالعناية الطبية و الاستشارات القانونية، فكل هذه الخدمات يمكن أن تكون محلا للاستهلاك طالما أن غايتها هي سد حاجة شخص أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به كالخدمات البيطرية.

هذا و تضمنت بعض أحكام هذا القانون فكرة "بيع الخدمة" على غرار شمول المصطلح " خدمة ما بعد البيع للسلع و الخدمات" على حد سواء.

ثالثا/ نطاق تطبيق القانون رقم 03/09 من حيث العقود:

يقصد بالعقد هنا، العقد الذي تتم من خلاله عملية الاستهلاك أي العقد الذي يقتني بموجبه المستهلك السلعة أو الخدمة من المتدخل الأخير في عملية وضع المنتج للاستهلاك، و هو عادة الموزع بالتجزئة و قد اصطلح عليه الفقه بعقد الاستهلاك، و إذا كان الأصل أن عقود الاستهلاك تكون من قبيل عقود المعاوضة و الملزمة لجانبيين و تتم بوسائل التعاقد التقليدية، فهل تشمل هذه العقود، العقود التبرعية و الملزمة بجانب واحد و عقود التجارة الالكترونية.

01/ تطبيق احكام القانون رقم 03/09 على عقود التبرع و العقود الملزمة لجانب واحد: بالرجوع

إلى المادة 02 من القانون رقم 03/09 التي تنص على: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا"، و كذا المادة 03 من ذات القانون التي تنص على أن المستهلك هو: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة " و كذا تعريفها للسلعة بأنها:

كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً، فإننا نجد أنه لا مانع من أن يكون عقد تبرع و ملزم لجانب واحد متى كان العرض مجاناً رغم الأصل في عقد الاستهلاك هو عقد معاوضة و ملزم لجانبين، و يتم غالباً بمقابل، و من ثم لا يمكن استبعاد تطبيق قواعد حماية المستهلك بدعوى أن العقد يحقق مصلحة اقتصادية للمستهلك كونه متحرراً من أي التزام، و في هذا الصدد تجب الإشارة إلى أن التقديم المجاني للسلع و الخدمات من طرف المهني ليس بالضرورة من باب التبرع، بل يكون الهدف منه أحياناً فائدة بعيدة المدى و هو الغالب في النشاط التجاري، كاستعمال أسلوب الترويج للسلع أو الخدمات من قبل بعض المؤسسات بتوزيعها المجاني لنماذج من منتجاتها في المواسم و المعارض، كما يلجأ البعض إلى أسلوب البيع بالمكافأة و ذلك بإعطاء شيء مجاني مع الشيء المباع، و أحياناً عن طريق الألعاب و مسابقات الحظ التي تنتهي بمنح جوائز للفائزين، إلى ذلك نجد أن المشرع يفرض أحياناً أن تقدم الخدمة مجاناً كالخدمات التي قد يتطلبها تنفيذ الضمان القانوني المكفول للاستهلاك بمقتضى المادة 13 من القانون 03/09، و حينئذ يكون العقد ملزماً لجانب واحد وهو المتدخل دون أن يكون عقد تبرع لانقضاء نية التبرع لدى المتدخل، بل إن عملية الاقتناء قد يتحول تكييفها من عقد إلى تصرف بإرادة منفردة.

02/ تطبيق أحكام القانون رقم 03/09 في مجال عقود التجارة الإلكترونية: في ظل عصر

الرقمنة الذي انتشر فيه الانترنت انتشاراً هائلاً شاعت التجارة الإلكترونية كتطبيق لفكرة العولمة، إذ يمكن تشبيهها بسوق الكتروني تقدم لجمهور المستهلكين المنتجات و الخدمات في صورة رقمية أو افتراضية و يتم دفع ثمنها بالنقود الإلكترونية، هذا و تعرف التجارة الإلكترونية طبقاً للمادة 06 من القانون 05/18 المؤرخ في 2018/05/10 (جريدة رسمية عدد 28 لسنة 2018) بأنها: "النشاط الذي يقوم بموجبه مورد الكتروني باقتراح أو ضمان توفير سلع و خدمات عن بعد لمستهلك الكتروني عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

إن الغرض من التجارة الإلكترونية هو خلق مجتمع المعاملات اللا ورقية و بالتالي سوق تحل فيه الدعائم الإلكترونية محل الدعائم الورقية، و من ثمة يجب التعامل معها على أساس واقع حتمي، ولكن ينبغي إن لا نخلط بين مصطلح التجارة الإلكترونية و مصطلح الأعمال الإلكترونية، فهما ليسا مترادفين كما يعتقد البعض و إنما يختلفان، حيث تعد الأعمال الإلكترونية أوسع مجالاً و أكثر شمولية فهي تشمل التجارة و البنوك الإلكترونية و الحكومة الإلكترونية و شركات التأمين الإلكترونية، في حين تعتبر التجارة الإلكترونية نشاط تجاري، لاسيما التعاقدات حول طلب المنتجات و الخدمات باستخدام وسائل الكترونية و ضمن بيئة الكترونية، على هذا الأساس فإن المستهلك في هذا المجال هو نفسه المستهلك في مجال

عمليات التعاقد التقليدية، لكنه فقط يتعامل عبر وسيلة الكترونية، مما يعني تمتعه بنفس حقوق المستهلك العادي و تشمله نفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع لهذا الأخير، غير أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار القواعد المتعلقة بخصوصية العقد الالكتروني، كونه من العقود التي ترم عبر شبكة الكترونية التي بالرغم من محاسنها، إلا أن المساوئ الناشئة عن استخدامها من طرف الكثير من قرصنة الانترنت بغرض الاستيلاء على أموال المستهلكين، مستغلين في ذلك الضعف الفني لهؤلاء الأخيرين في شبكة الانترنت.

ذلك ما دفع بالكثير من التشريعات المقارنة إلى وضع آليات قانونية لحماية المستهلك في التعاملات الالكترونية، سواء كان قبل أو عند لتعاقد الالكتروني، أين نجد اغلب الأعمال التجارية الالكترونية مسبوقة بالإعلان عبر شبكة الانترنت، و هو الذي قصده المشرع الجزائري في المادة 03 من القانون رقم 05/18 بالمصطلح "الإشهار الالكتروني"، الذي يعد كإعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع سلع أو خدمات عن طريق الاتصالات الالكترونية، و في إطار المتطلبات المتعلقة بالمعاملات التجارية الالكترونية، أوجب المشرع الجزائري في المادة 10 من ذات القانون، أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبوقة بعرض تجاري الكتروني و أن توثق بموجب عقد الكتروني مصادق عليه من طرف المستهلك الالكتروني، و لصحة هذا الإعلان التجاري الالكتروني اشترطت المادة 11 من نفس القانون وضوح الإعلان، أي تضمنه لجميع البيانات الكافية عن السلعة أو الخدمة المقدمة و التي من شأنها نقادي الإشهار المضلل، كما اهتم المشرع بحماية المستهلك الالكتروني عند إبرام العقد و هو ما توضحه المادة 13 من قانون التجارة الالكترونية عند قولها: " يجب أن يتضمن العقد الالكتروني على الخصوص المعاملات الآتية:

- الخصائص التفصيلية للسلع و الخدمات - شروط و كيفيات التسليم - شروط الضمان و خدمات ما بعد البيع - شروط فسخ العقد الالكتروني - شروط و كيفيات الدفع - شروط و كيفيات إعادة المنتج - كيفيات معالجة الشكاوى - شروط و كيفيات الطلبية المسبقة عند الاقتضاء - الجهة القضائية المختصة في حالة النزاع طبقا لأحكام المادة 02 أعلاه - مدة العقد حسب الحالة، و تأكيدا على حماية المستهلك الالكتروني أضافت المادة 14، انه في حالة عدم احترام المادة 10 و أحكام المادة 13 من القانون ذاته من طرف المورد الالكتروني يجوز للمستهلك طلب إبطال العقد و التعويض عن ما لحقه من ضرر.