

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون تيارت

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



مذكرة لنيل شهادة الماستر في شعبة الحقوق

التخصص قانون خاص معمق

بعنوان :

حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

تحت إشراف:

▪ الأستاذ الدكتور: الصالح بوغرارة

من اعداد الطالبين:

▪ مختار عبد القادر

▪ قيطون سيد أحمد

لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	أستاذ التعليم العالي	▪ ولد عمر الطيب
مشرفا مقررا	أستاذ التعليم العالي	▪ الصالح بوغرارة
عضوا مناقشا	أستاذ محاضر ب	▪ عياد خيرة
عضوا مدعوا	أستاذ محاضر أ	▪ شارف بن يحي

السنة الجامعية: 2022-2023



عن أبي الدرداء رضي الله عنه عن النبي ﷺ قال "مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَبْتَغِي فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الْمَلَائِكَةَ لَتَضَعُ أجنحتها لطالب العلم رضا بما يصنع، وَإِنَّ الْعَالَمَ لَيَسْتَغْفِرُ لَهُ مَنْ فِي السَّمَاوَاتِ وَمَنْ فِي الْأَرْضِ حَتَّى الْحَيَاتَانِ فِي الْمَاءِ، وَفَضَلَ الْعَالَمَ عَلَى الْعَابِدِ كَفَضْلِ الْقَمَرِ عَلَى سَائِرِ الْكَوَاكِبِ، وَإِنَّ الْعُلَمَاءَ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ، وَإِنَّ الْأَنْبِيَاءَ لَمْ يورثُوا دِينَارًا وَلَا دِرْهَمًا وَإِنَّمَا وَرَّثُوا الْعِلْمَ، فَمَنْ أَخَذَهُ أَخَذَ بِحِطِّ وَافِرٍ".

رواه أبو داوود والترمذي وابن ماجه والدارمي وأحمد

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لا يشكر الناس لا يشكر الله".

❖ الحمد لله العلي العظيم الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلمه ومن علينا بجميل الفضل وعظيم النعم على أداء هذه المذكرة وإكمالها.

❖ تقديرا للفضل وعرفنا للجميل نتقدم بجزيل الشكر إلى أستاذنا الفاضل "الصالح بوغرارة" الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل، والذي لم ييخل علينا بتوجيهاته رغم انشغالاته الكثيرة، فشكرا على عطائك ونتمنى أن تبقى شمعة تنير الأجيال، وأن يمدك الله بالصحة والعافية، جزاك الله عنا كل خير وأطال في عمرك.

❖ كما نتقدم بجزيل الشكر إلى لجنة المناقشة الموقرة على تفضلهم بتصفح هذا العمل من أجل إثرائه، فلكم منا خالص التقدير والإحترام.

❖ كذلك نتقدم بالشكر إلى جميع أساتذتنا في جميل المراحل الدراسية فلولاهم لما وصلنا إلى ما نحن عليه اليوم.

❖ دون أن ننسى التوجه بالشكر والإهتمام إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد.

الإهداء

أهدي هذا العمل إلى:

من يؤمنون بك حين يخذلك الجميع إلى روح أمي الغالية رحمها الله، وإلى الخالة العزيزة التي كانت بمثابة الأم والنور الذي أنار دربي حفظها الله ورعاها.

إلى المرأة التي صنعت أيامي وكللتها بالجمال لأعبر لكي عن مدى امتناني لكونك دائمة الثقة بنجاحي إلى نصيي الأجل من الدنيا-إلى زوجتي الغالية-

إلى زينة حياتي وبهجتها إلى الإبتسامات التي تعانق علي الأمل إلى من حلت بركة وجودهم في حياتي وملاأت ضحكاتهم الجميلة عمري إلى ولدي الغاليين {إلين المباركة ومنصف سيف الدين}.

الإهداء

أهدي ثمرة جهد السنين المتواضعة إلى:

من جعل الله الجنة تحت قدميها وجعلت حب الحياة يسري في روحي وجسدي، إلى من نذرت عمرها في أداء رسالة صنعتها من أوراق الصبر وطرزتها في ظلام الدهر على سراج أمل أن أصل أنا إلى هاته اللحظة، رسالة تعلم معنى العطاء والوفاء، إلى ملهمتي والدتي الغالية.

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد طريق العلم لي والدي الذي سار معي في كل درب وكل طريق لأصعد به إلى طريق النجاح.

إلى أخي الغالي خالد الذي كان سندي في الحياة في السراء والضراء.

إلى الذين قاسموني أفراحي وأحزاني، الذين ساندوني و دفعوني دائما للأفضل ووقفني بجانبني، إخوتي وأصدقائي حفظهم الله وأدامهم عزا وفخرا أعتز به في كل مكان وزمان.

إلى كل أحبتي من قريب أو من بعيد حفظهم الله ورعاهم.

قائمة بأهم المختصرات

ج ر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

ع : العدد.

ص: الصفحة.

ف: الفقرة.

ط: الطبعة.

مقدمة

في ظل النهضة الاقتصادية والتكنولوجية التي تشهدها جميع المجالات، فإن حماية المستهلك أصبحت ضرورة حتمية ومن الأولويات المهمة التي تهتم بها سياسات الدول. بمختلف أنظمتها القانونية والاقتصادية، وذلك في سعيها لفرض التكافؤ والتوازن في العلاقات التنافسية الاقتصادية والاستهلاكية فيما بين المتدخلين وبين هؤلاء وبينهم وبين المستهلك باعتبار هذا الأخير الحلقة الأساسية في هذه العلاقات إلا أنه يعتبر الطرف الضعيف فيها أمام المتدخل صاحب الخبرة و القوة الاقتصادية والكفاءة التقنية والمعرفية، وهذا يعود أيضا لانتهاج الدول لنظام اقتصاد السوق الحر الذي من خلاله تجسدت المنافسة الحرة التي تهدف إلى زيادة فعالية وتطوير النشاط الاقتصادي وانفتاحه والتي يكمن أساسها في حريتها وفي الالتزام بتزاهتها وشفافيتها.

واكبت الجزائر كغيرها من دول العالم التطورات والتغيرات الاقتصادية من خلال تبنيتها للنظام الاقتصادي الحر والتخلي عن النظام الاشتراكي وفتح المجال للخصائص والاعتماد على نظام اقتصاد السوق الحر للنهوض بالمستوى المعيشي والاقتصادي للمستهلك.

تلعب المنافسة الحرة دورا كبيرا في نظام اقتصاد السوق من خلال خلق بيئة تنافسية تضمن وفرة وتدفق وتعدد السلع والخدمات في الأسواق ودفع المؤسسات إلى تحسين الجودة والتنوع والاختلاف في الأسعار باعتبارها هي التي تضع سعرا عادلا للسلع والخدمات وهي التي تحدد العلاقات فيما بينها، ما يمنح المستهلك من جهة الحماية والاستقرار ومن جهة أخرى تكفل له حرية الاختيار وتحسن من مستواه المعيشي، وتمكن الأعوان الاقتصاديين من ممارسة الأنشطة التجارية دون قيود وحواجز. حيث يعد قانون المنافسة مرآة عاكسة للرغبة في تجسيد الحرية الاقتصادية وإشباع حاجات المستهلكين، وتعتبر المنافسة شرطا أساسيا للتقدم الاقتصادي ووسيلة تضمن التكافؤ والتوازن الاقتصاديين، إلا أنه لا يمكن أن يتحقق كل هذا إلا بالالتزام الأعوان الاقتصاديين بقواعد المنافسة دون اللجوء إلى مضاعفة قوتهم الاقتصادية عن طريق الممارسات المنافية لها والمخالفة للممارسات التجارية والتي تنعكس سلبا على المستهلك الذي يتحمل ما تجلبه هذه المخالفات والتجاوزات من آثار سلبية تخل بالعرض والطلب والأسعار وتمس بأمنه وسلامته.

وبهذا أصبح المستهلك محل اهتمام كبير بين المتدخلين في سعيهم لجذبه بشتى الطرق لتحقيق الأرباح المضاعفة والهيمنة على الأسواق دون مراعاة التزاهة والشفافية في حرية المنافسة والممارسات التجارية.

تولى لحقوق المستهلك أهمية كبيرة لضمان أمنه وسلامته نتيجة للتطور الصناعي والتكنولوجي والتقني وغزو المنتجات المتطورة والمعقدة للأسواق التي كل منها تعنى على حدى بخصائص ومميزات خاصة بها

تجب مطابقتها للمعايير والمواصفات القانونية وللرغبات المشروعة للمستهلك وتضمن صحته وسلامته وتبلي احتياجاته و متطلباته وتحافظ على مصالحه المادية والمعنوية، وكذا حقه في التعاقد بإرادة حرة وسليمة لا يشوبها التضليل أو الغموض، وامتدت حقوقه إلى غاية ما بعد التعاقد من ضمان للمنتوجات وخدمة ما بعد البيع.

ومن أجل توفير الحماية اللازمة للمستهلك وضمان السير الحسن للنشاط التنافسي الحر ولممارسات تجارية نزيهة وشفافة وفرض التكافؤ والتوازن بين هذه الحماية وحرية المنافسة، عمدت التشريعات الوطنية وضع قوانين تعنى بذلك، وعليه تدخل المشرع الجزائري بفرض جملة من القواعد المقررة لحماية المستهلك وقمع الغش بموجب القانون رقم 89-02 الذي أصدره سنة 1989 إلا انه ألغي لاحقا في سنة 2009 بموجب القانون رقم 09-03 وعدل هذا الأخير سنة 2018 بموجب القانون رقم 18-09¹، وهذا لتحقيق الحماية اللازمة للمستهلك، حيث تضمن هذا القانون حقوق المستهلك المتمثلة في الالتزام بضمان سلامته الذي يقع عاتق المتدخلين و الذي يشمل جملة من الالتزامات المتفرعة المتعلقة بتصنيع ومطابقة وعرض السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك ومراقبتها، وبالعلاقة القائمة بين المتدخل والمستهلك بإعتبارهما أطراف العلاقة الاستهلاكية والحرص على تنفيذ وتكريس هذه الإلتزامات على أرض الواقع بإقراره لجملة من الإجراءات العملية.

ولكون قواعد المنافسة والممارسات التجارية وقواعد حماية المستهلك وقمع الغش تشكل كلا متكاملا كان ولا بد من تدخل المشرع الذي تدخل فعلا بإقراره لقواعد قانون المنافسة الذي شمل أيضا القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية وذلك بموجب الأمر 95-06 والذي أصدر سنة 1995 إلا أنه ألغي فيما بعد سنة 2003 بموجب القانون 03-03 المعدل والمتمم² الذي تضمن القواعد التي تنص على فرض

¹- القانون رقم 89-02، المؤرخ في 07 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر، ع 06، صادرة في 29 جويلية 1989، الملغى بالقانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر، ع 15، صادرة في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09، المؤرخ في 10 جوان 2018، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 35، صادرة في 13 جوان 2018.

²- القانون رقم 95-06، المؤرخ في 26 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج ر، ع 09، صادرة في 22 فيفري 1995، الملغى بالقانون رقم 03-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، ع 43، صادرة في 20 جويلية 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر، ع 36، صادرة في 02 جويلية 2008، المعدل والمتمم.

حرية المنافسة والحد من الممارسات المنافية والمقيدة لها وتحسين معيشة المستهلكين وكذا إلى مجلس ضبط السوق الذي أسماه مجلس المنافسة وحدد ماهيته وصلاحيته وحدد أيضا بموجبه هذا القانون العقوبات المقررة للمخالفات والتجاوزات الصادرة عن المتدخلين في هذا المجال، كما ارتأى وأقر إصدار قانون منفرد متعلق بالممارسات التجارية رقم 04-02¹ وذلك في سنة 2004 والذي حدد من خلاله قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الأنشطة التجارية بين الأعوان الإقتصاديين وبين هؤلاء وبين المستهلكين وهذا لإضفاء الدقة والوضوح عليها وحماية مصالح المستهلك وإعلامه والحد من الممارسات والألاعيب والمناورات التي يقوم بها بعض الأعوان الإقتصاديون والتي لا تكتسي النزاهة والشفافية ولا تراعي الأخلاق والأعراف المعمول بها في التجارة.

وعليه فإن موضوع حماية المستهلك له أهمية كبيرة نظرا لارتباطه بضمان سلامة هذا الأخير من جهة والحفاظ على اقتصاد سوق يكتسيه النشاط التنافسي الحر وانفتاح وتحرير للأسواق وممارسة للأنشطة التجارية الشفافة والترهبة بدون قيد أو حاجز يحول دون ذلك من جهة أخرى، وكذلك أهمية الموازنة بين هذه حماية وحرية المنافسة والممارسات التجارية ورسم الحدود بينها وذلك لتفادي الإخلال بها وضبطها وحماية المستهلك والدفاع عن مصالحه.

حيث يكمن الهدف من هذه الدراسة في توضيح مدى أهمية حماية المستهلك في ظل الألاعيب والمناورات التي يقوم بها المتدخل والتي تؤدي إلى تهديد أمن المستهلك وصحته وسلامته ومصالحه الاقتصادية، وكذلك إخلالها بالمنافسة الحرة التريهة والشريفة وبثها للإضطراب في الأسواق وعدم احترام الأخلاق والمبادئ الواجب اتباعها في ممارسة الأنشطة التجارية. إضافة إلى تبيان الحقوق الشرعية التي أقرها المشرع الجزائري للمستهلك المتمثلة في الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين، وكذلك إلتزامات المؤسسة في قانون المنافسة وإلتزامات الأعوان الإقتصاديين في قانون الممارسات التجارية، والإجراءات العملية الهادفة لفرض تنفيذ هذه الإلتزامات المقررة لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك، وكذا تبيان أهمية فرض التوازن

¹ - القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 41، صادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 46، صادرة في 18 أوت 2010.

والتكافؤ بين هذه الالتزامات المتفرعة في مجالات حماية المستهلك وقمع الغش والمنافسة والممارسات التجارية، في حماية المستهلك.

وتنشطر دوافع إختيارنا لهذا الموضوع إلى أسباب موضوعية وأخرى ذاتية حيث تتمثل الأسباب الموضوعية في:

✓ جهل أغلبية المستهلكين لحقوقهم الشرعية المقررة قانونا، وبالتالي ضياع مصالحهم المادية والمعنوية وتعرض أمنهم وسلامتهم واستقرارهم للخطر.

✓ التساؤلات والغموض الذي يسود هذا الموضوع، فيما يخص حماية المستهلك من جهة وعدم التدخل لضبط المنافسة حفاظا على حريتها من جهة أخرى.

✓ ارتباط هذا الموضوع بمجالات حيوية بالغة الأهمية في الاقتصاد ألا وهي مجال حماية المستهلك والمنافسة والممارسات التجارية، ومساسها بفئة مهمة في المجتمع-المستهلكين-.

✓ نقل الدراسات السابقة واستحداثها في ظل التعديلات القانونية والعراويل المستجدة على أرض الواقع. وغير ذلك من الأسباب الموضوعية، إضافة إلى أسباب ذاتية هي:

✓ تناسب الموضوع مع ما يمر به ويشهده المستهلك الجزائري في الآونة الأخيرة من تلاعب كبير بالأسعار وخلق للأزمات خاصة في مجال المواد الغذائية والسيارات.

✓ الرغبة في الإطلاع والمعرفة وتوسيع المكتسبات القانونية والعلمية في مجال حماية المستهلك والمنافسة الحرة.

✓ تسليط الضوء على هذا الموضوع، من أجل توعية أفراد المجتمع بحقوقهم والأضرار التي قد تصيبهم من جراء التهاون فاستيفائها.

خلال تحضيري لهذا البحث واجهتني صعوبة في إنجازها، نظرا لكونه موضوع شاسع لا يمكن التطرق لكل حيثياته وتفصيله الدقيقة بما يتناسب مع حجم مذكرة ماستر، إضافة إلى كوننا حصرنا الدراسة بالمستهلك الجزائري والتشريعات الوطنية.

إن لحماية المستهلك وقمع الغش أهمية كبيرة ونظرا للارتباط الوثيق لها بجزية المنافسة ونزاهة وشفافية الممارسات التجارية، الأمر الذي تطلب وجود قواعد قانونية تنظم كل مجال على حدى، مع مراعاة فرض التكافؤ والتوازن بينها في مسعا لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة.

وعليه فإن السؤال الذي يطرح في هذا الصدد كإشكالية جدية بالبحث والتحليل:

➤ ما مدى مراعاة المشرع الجزائري لحماية المستهلك في حرية المنافسة؟

للإجابة على إشكالية الدراسة والإلمام بمحاورها اعتمدنا في دراستنا لهذا الموضوع على المنهج

الوصفي والتحليلي والتاريخي:

انتهجنا المنهج الوصفي وذلك من خلال التعاريف والوصف الدقيق والشرح للمفاهيم المتضمنة

في هذا الموضوع، وانتهجنا المنهج التحليلي وذلك عن طريق البحث والتحليل في مختلف النصوص القانونية

المتعلقة بموضوع البحث والتي لها صلة به مع التركيز بشكل واسع على القانون الجزائري، واعتمدنا على

المنهج التاريخي لسرد نشأة وتطورات القوانين والتعديلات التي طرأت عليها.

ومما سبق ولدراسة هذا الموضوع ولبلوغ الأهداف المرسومة وتبيان حيويته وأهميته، اقتضى ذلك

بتقسيم هذا البحث إلى فصلين أساسيين، تناولنا في الفصل الأول منه الضمانات المقررة للموازنة بين حماية

المستهلك وحرية المنافسة وفي الفصل الثاني الإجراءات العملية المكرسة لحماية المستهلك في ظل المنافسة

الحرية.

الفصل الأول:

الضمانات المقررة للموازنة بين حماية
المستهلك وحرية المنافسة

في ظل واقع السوق واجتياح النشاط التنافسي لحقوق المستهلك، تدخل المشرع الجزائري في محاولة لفرض التوازن بين حماية المستهلك وحرية المنافسة، وذلك بإقرار مجموعة من الحقوق للمستهلك متمثلة في إلتزامات تقع على عاتق المتدخل وهذا بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش والذي يهدف إلى ضمان سلامة المستهلك.

ونظرا لتوقف حماية المستهلك على مدى تنظيم المنافسة الحرة في الأسواق وحمايتها من الممارسات المنافية لها والتي من شأنها عرقلة سير النشاط التنافسي الحر وتقييده والتأثير على السوق، ألزم المشرع الجزائري بموجب قانون المنافسة المتدخل¹ (المؤسسة) بالامتناع عن الممارسات المقيدة للمنافسة وبإخضاع التجميعات الاقتصادية لرقابة جهاز ضبط السوق.

كذلك وللارتباط الوثيق بين حماية المستهلك والمنافسة الحرة والممارسات التجارية ومراعاة لسلامة المستهلك ومصالحته ومصالحة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، فرض المشرع الجزائري جملة من الإلتزامات على المتدخل (العون الاقتصادي)² تضمنت الإلتزام بشفافية الممارسات التجارية وبتراثتها.

وعليه سنتناول في هذا الفصل مبحثين، سنتطرق في المبحث الأول إلى إلتزامات المتدخل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وفي المبحث الثاني سنعالج إلتزامات المتدخل في قانوني المنافسة والممارسات التجارية.

¹-تعرف المؤسسة بأنها "كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الإستيراد"، مادة 03، من الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، ع 43، صادرة في 20 جويلية 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 جوان 2008، ج ر، ع 36، صادرة في 02 جويلية 2008.

²-العون الاقتصادي هو "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفة القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها"، مادة 03 ف 01، من القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 41، صادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 46، صادرة في 18 أوت 2010.

المبحث الأول: إلتزامات المتدخل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

تضمن هذا المبحث إلتزامات المتدخل¹ في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، حيث سنتطرق فالمطلب الأول إلى إلتزام المتدخل بسلامة وأمن المنتوجات وفي المطلب الثاني إلى إلتزام المتدخل بإعلام المستهلك²، وبالضمان وخدمة ما بعد البيع.

المطلب الأول: الإلتزام بسلامة وأمن المنتوجات.

سنتطرق في هذا المطلب إلى تحديد مفهوم الإلتزام بسلامة وأمن المنتوجات الذي ينشطر إلى الإلتزام بمطابقة المنتوجات (الفرع الأول) والإلتزام بنظافة المواد الغذائية وسلامتها وأمن المنتوجات (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الإلتزام بمطابقة المنتوجات.

نص المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم في فصله الأول في المادة الثالثة في فقرتها الثامنة عشر على أن المطابقة هي "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية السلامة والأمن الخاصة به"³. كما نصت المادة 11 من الفصل الثالث المتعلق بإلزامية مطابقة المنتوجات من القانون السالف الذكر على أنه "يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته

¹ - يقتضي تعريف المتدخل الوقوف عند توجه الفقه الذي اعتمد مصطلح المحترف الذي هو "كل شخص طبيعي أو معنوي إعتاد ممارسة مهنة أو حرفة أو نشاط على سبيل الإنتظام والإستمرار، بحيث وصل إلى أعلى درجات الخبرة والتخصص والدراية بثنايا وخبايا هذه المهنة أو تلك الحرفة أو ذلك النشاط"، معتز نزيبه ومحمد الصادق المهدي، التعاقد المحترف: مفهومه، التزاماته، مسؤوليته، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 2009، ص 12 13.

- وعرف المشرع الجزائري المتدخل بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للإستهلاك"، المادة 03 ف 07، من القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ج ر، ع 15، صادرة في 08 مارس 2009، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09، المؤرخ في 10 جوان 2018، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 35، صادرة في 13 جوان 2018.

² - المستهلك حسب المفهوم الموسع له هو "كل من يتعاقد بهدف الإستهلاك هو أو من يعولهم أو لاستعماله المهني"، محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية مصر، 2011، ص 15.

- وعرف المشرع الجزائري المستهلك بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجاناً، سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"، المادة 03 ف 01، من القانون رقم 09-03.

³ - المادة 03، ف 18، من قانون رقم 09-03.

وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يحترم المنتج المتطلبات المتعلقة بمصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه¹.

من خلال ما تضمنته هاته المادة فإن المشرع الجزائري قد قام بتوسيع مفهوم المطابقة من موافقة المنتج للمقاييس القانونية والقياسية ليشمل الرغبات المشروعة للمستهلك².

يعد الإلتزام بالمطابقة من أهم الإلتزامات التي يتولاها المتدخل ويتحمل مسؤوليتها، حيث يلتزم بمطابقة المنتج للمعايير المحددة قانونا من مواصفات قانونية وقياسية (أولا)، لتشمل المطابقة الرغبات المشروعة للمستهلك (ثانيا)، ولضمان تحقق مطابقة المنتجات تقوم هيئات مختصة مكلفة بالتقييس بإجراء تقييم المطابقة وهذا كآلية لضمان وفاء المتدخل بإلتزامه بالمطابقة (ثالثا) وضمان سلامة المستهلك.

أولا الإلتزام بمطابقة المنتج للمعايير المحددة قانونا:

يهدف الإلتزام بمطابقة المنتج للمواصفات القانونية والقياسية المحددة قانونا لضمان جودة المنتجات المتداولة في السوق، والتي تجعل منها صالحة للاستعمال للغرض الموجهة له الذي من أجله توجهت إرادة المستهلك لاقتنائها بما يضمن طبعا أمنه وسلامته.

أ) المواصفات القانونية:

المواصفات القانونية هي تلك المواصفات المتعلقة بطبيعة المنتج وصنفه ومنشأه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة مقاومته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار المحدقة جراء استخدامه³، حيث يتعين على كل متدخل إحترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص مميزاته وتركيبه

¹ -المادة 02 ف02، من القانون رقم 18-09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص ص 279 281.

³ -المادة 10 ف01، من القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته، ومميزاته التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه¹.

فالموصفات القانونية هي المواصفات التي تتمثل في الشروط والخصائص والمميزات الواجب توفرها في المنتج سواء كان هذا الأخير سلعة أو خدمة، وهذا نزولا لتحقيق رغبات المستهلك والغاية المرجوة من اقتنائه لهاته السلعة أو طلبه لهاته الخدمة، ويقع على عاتق المتدخل احترام المواصفات القانونية بحيث لا يستفيد المنتج غير المطابق لهاته المواصفات أو غير المتوفر عليها من شهادة المطابقة ويترتب عن هذا جزاءات إدارية مدنية وجزائية، وهذا باعتبار أن احترام المتدخل لهاته المواصفات واجب عليه لكون الإلتزام بالمطابقة استجابة لقواعد قانونية آمرة².

ب) المواصفات القياسية:

نظرا لما يشهده العالم من تطور وتدفق كبير للمنتوجات بالأسواق التكنولوجية منها والصناعية وما إلى ذلك وتزايد درجة تعقيدها وتنوعها. لذلك ارتأى المشرع إلى سن جملة من القواعد القانونية تتضمن المقاييس والخصائص والمواصفات لكل منتج سواء كان سلعة أو خدمة يتم طرحه للتداول لغرض الاستهلاك، وهذا التنظيم والتطوير للمنتوجات المحلية يسعى للنهوض بالاقتصاد الوطني كما يهدف بنسبة كبيرة لحماية المستهلك وأمنه وسلامته.

و المواصفات القياسية هي وثيقة قانونية متاحة للجميع تتم صياغتها من طرف ذوي المصالح المتأثر بها كأجهزة الرقابة والتجار وذلك بالتعاون فيما بينهم وتستند إلى النتائج المحصل عليها عن العلم والخبرة والترقية وتهدف إلى تحقيق المصلحة العامة.

أما بالنسبة للمقاييس فهي الوثائق التي تبين خصائص المنتج أو الخدمة، ويعتبر كل من "فورقو" و"ميهيلوف" (fourgoux et Mihailov) المقياس كوسيلة لأمن المستهلكين، فالمقياس أو المعايير تحدد خصائص معينة لحماية صحة وأمن المستهلكين³.

¹ -المادة 11 ف1، من القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، أطروحة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2011، ص 135.

³ -زبير أرزقي، المرجع نفسه، ص 136.

عرف المشرع الجزائري التقييس في الفقرة الأولى من المادة الثانية من القانون 04-16 المتعلق بالتقييس على أنه "النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة، يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين"¹.

تم تعريف التقييس أيضا بأنه استحداث لوثائق مرجعية تحوي حلولاً لتلك المشاكل التقنية والتجارية التي تقع على المنتجات والأموال والخدمات التي يتعرض لها الشركاء والمتعاملين بشكل روتيني في علاقتهم الاقتصادية والاجتماعية وحتى العلمية، حيث لم يشر المشرع الجزائري لهاته الوثائق في التعديل الجديد².

والغرض من التقييس حسب ما نصت عليه المادة 04 من القانون 04-04 المتعلق بالتقييس هو:

- تحسين جودة السلع والخدمات ، ونقل التكنولوجيا ،
- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التمييز،
- إشراك الأطراف المعنية في التقييس واحترام مبدأ الشفافية،
- تجنب التداخل والإزدواجية في أعمال التقييس،
- التشجيع على الإعتراف المتبادل باللوائح الفنية والمواصفات وإجراءات التقييم ذات الأثر المطابق،
- إقتصاد الموارد وحماية البيئة،
- تحقيق الأهداف المشروعة³.

وأضيف إلى هذا في التعديل الجديد من خلال القانون رقم 04-16 المتعلق بالتقييس أنه يهدف أيضا إلى الاستجابة للأهداف المشروعة لا سيما في مجال الأمن الوطني وحماية المستهلكين وحماية الاقتصاد الوطني والتزاهة في المعاملات التجارية وحماية صحة الأشخاص وأمنهم وحياة الحيوانات أو صحتها والحفاظ على النباتات وحماية البيئة وكل هدف آخر من الطبيعة ذاتها⁴.

¹ -المادة 02 ف01، من القانون رقم 04-16، المؤرخ في 19 جوان 2016، المتعلق بالتقييس، ج ر، عدد 37، صادرة في 22 جوان 2016، المعدل والمتمم للقانون رقم 04-04، المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس، ج ر، ع 41، صادرة في 27 جوان 2004.

² -نصيرة تواتي، دور مطابقة المتوجات للمقاييس القانونية في حماية المستهلك على ضوء القانون 04-16 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم، مجلة الاجتهاد القضائي، ع 14، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية الجزائر، أفريل 2017، ص 461.

³ -المادة 03، من القانون 04-04.

⁴ -المادة 03، من القانون 04-16.

يعتبر التقييس نشاط ذو منفعة عامة تتكفل الدولة بتربيته ودعمه حيث يتم إنشاء هيئة وطنية للتقييس سميت بالمعهد الوطني للتقييس¹.

كما أجاز المشرع الجزائري استخدام المواصفات الدولية ذات الصلة في حالة توفرها، أو عندما يكون إنجازها وشيكاً، كأساس للوائح الفنية والمواصفات الوطنية، إستثنى من ذلك الحالات التي تكون فيها هاته المواصفات غير مجدية أو لا تتوافق مع المصالح المشروعة والمنشودة، خاصة ولاسيما لأسباب نقص مستوى الحماية أو عوامل مناخية وجغرافية ومشاكل تكنولوجية أساسية².

يهدف التقييس بوجه عام للبحث في مطابقة المنتج من وجه مباشر، غير أنه يهدف من وجه غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة نظراً لكون التقييس يهدف بوجه خاص لتحقيق الأهداف المشروعة وبذلك فإن السلامة تعتبر مظهر من مظاهر المطابقة. وتتم المطابقة بين المنتج واللائحة الفنية دون المواصفة وذلك باعتبار أن صحة وأمن المستهلك عنصر يرتبط به اللائحة الفنية، بحيث يكون المنتج متوفراً على السلامة المرجوة منه متى كان مطابقاً لهاته اللوائح الفنية³.

1. أنواع المواصفات القياسية:

حسب ما تطرق إليه المشرع الجزائري من خلال قانون التقييس السالف ذكره، فإن المواصفات القياسية تنقسم إلى المواصفات الوطنية واللوائح الفنية.

1.1. المواصفات الوطنية:

المواصفات الوطنية هي مواصفات تعين عن طريق البرنامج الصادر عن الهيئة الوطنية للتقييس كل ستة أشهر حيث يبين فيه المواصفات المصادق عليها في الفترة السابقة والجاري إعدادها⁴، حيث يتولى إعداد المواصفات الوطنية للجان التقنية الوطنية وهذا حسب المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره كل حسب ميدان اختصاصها، وتعرض على المعهد الوطني للتقييس مرفقة بتقارير تبرر محتواها، حيث وبعد قيام المعهد الجزائري للتقييس بمجموع الإجراءات المنصوص عليها

¹ - المادة 04، من القانون 04-04، المتعلق بالتقييس، السالف ذكره.

² - المادة 06، من القانون 04-04.

³ - فتاك علي، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، ط 1، الإسكندرية مصر، 2013، ص ص 245 246 247.

⁴ - المادة 13، من القانون 04-04.

في المادة 16 من نفس المرسوم تقوم اللجان بالمصادقة على الصيغة النهائية للمواصفة، وتسجل هاته المواصفات الوطنية المعتمدة بموجب مقرر صادر عن المدير العام للمعهد الجزائري للتقييس وتدخل حيز التطبيق ابتداء من تاريخ توزيعها عبر المجلة الدورية للمعهد¹.

يقوم المعهد الجزائري للتقييس بإجراء فحص منتظم للمواصفات الوطنية مرة كل خمس سنوات قصد الإبقاء عليها أو مراجعتها أو إلغائها².

وتتمثل هذه المواصفات الوطنية في المعطيات العلمية والتقنية المتوفرة وتقنيات التحويل المرتبطة بها أو الاستعمالات النهائية المتوقعة للمنتوجات، فهي تضمن وحدات القياس وشكل المنتوجات وتركيبها وإبعادها وخصائصها سواء كانت طبيعية أو كيميائية ونوعها وصحة ووسم المنتوجات والتميز الرمزي وطرق الحساب والاختيار والقياس والأمن والصحة، وتشمل المواصفات الوطنية مواصفات مصادق عليها ومواصفات مسجلة³.

■ المواصفات المصادق عليها:

وهي مواصفات إجبارية التطبيق بعد المصادقة عليها من طرف اللجان التقنية الوطنية ودخولها حيز التنفيذ⁴، وهذا بعد المصادقة عليها من طرف الوزير المكلف بالتقييس ويتم نشر قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية، حيث ورد استثناء على مبدأ إلزامية المواصفات المصادق عليها وهذا إما في حالة إذا ما استعصى تطبيقها ويشترط تقديم طلب على هذا الاستعفاء وكذلك بالنسبة للمنتوجات المطروحة للتداول في الأسواق والمعروضة للاستهلاك قبل دخول هاته المواصفات حيز التنفيذ⁵.

¹ - المواد 10 و16 و17، من المرسوم التنفيذي 05-464، المؤرخ في 06 ديسمبر 2005، متعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج ر، ع 80، صادرة في 11 ديسمبر 2005.

² - المادة 19 ف 01، من المرسوم التنفيذي 05-464.

³ - منال بروج، حماية المستهلك من خلال أحكام الالتزام بالمطابقة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017، ص 331.

⁴ - منال بروج، المرجع نفسه، ص 331.

⁵ - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 139.

■ المواصفات المسجلة :

هي مواصفات لا تقوم على مبدأ إلزامية التطبيق بل هي اختيارية يتم تسجيلها من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس في سجل يمسك من طرف هاته الأخيرة يدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر على الخصوص رقم التسجيل وتاريخه وبيان المقياس وتسميته¹.

■ مواصفات المؤسسة:

هي مواصفات تعد من طرف المؤسسة المعنية وتعنى بكل المواضيع التي ليست محل للمواصفات الوطنية وتكون مراعية بذلك القواعد القانونية المتعلقة بالتقييس ولا يجوز أن تنافي المواصفات الوطنية، توضع مواصفات المؤسسة وتنشر من طرف مديرية المؤسسة كما يجب أن تبلغ هذه المواصفات إلى المعهد الجزائري للتقييس، ويمكنها أن تحل محل مواصفات مصادق عليها واعتمادها كمواصفات وطنية².

1.2. اللوائح الفنية:

مشروع اللائحة الفنية هو وثيقة تعد باعتبارها مشروعاً لللائحة الفنية كمرحلة تحضيرية، ووضعها تحت تصرف أطراف معنية مع إمكانية إدخال التعديلات عليها.

عرف المشرع الجزائري اللوائح الفنية من خلال الفقرة السابعة من المادة الثانية من قانون التقييس السالف ذكره، بأنها عبارة عن وثيقة تتخذ عن طريق التنظيم وتنص على خصائص منتج ما، أو العمليات وطرق الإنتاج المرتبطة به، بما في ذلك النظام المطبق عليها، ويكون احترامها إجبارياً، كما يمكن أن تتناول جزئياً أو كلياً المصطلح والرموز والشروط الواجبة في مجال التغليف، والسمات المميزة أو اللصقات لمنتج، أو عملية طريقة إنتاج معينة³.

ويجب أن تعد وتعتمد اللوائح الفنية لإحقيق هدف شرعي، مع الأخذ بعين الاعتبار المخاطر التي قد تنجز من عدم اعتمادها، وتعد من قبل الدوائر الوزارية المعنية وتبلغ إجبارياً مشاريع اللوائح الفنية إلى الهيئة الوطنية للتقييس⁴.

¹ - جرعود ياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، بن عكنون الجزائر، 2002، ص 105.

² - منال بروح، المرجع السابق، ص 332.

³ - المادة 02 فقرة 06 و 07، من القانون رقم 04-04، المتعلق بالتقييس، السالف ذكره.

⁴ - المواد 04 و 05، من القانون رقم 16-04، المتعلق بالتقييس، السالف ذكره.

لا تعد اللوائح الفنية ولا تعتمد ولا تطبق بهدف و/أو بغرض إحداث عوائق غير ضرورية للتجارة، ولا يتم الإبقاء عليها اذا زالت الظروف أو الأهداف التي دعت إلى اعتمادها، أو تغيرت بحيث أصبح من الممكن تلبية الهدف المشروع بطريقة أقل تقييدا للتجارة¹.

ثانيا) مطابقة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك:

المقصود من إلزامية مطابقة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك هو إحترام المتدخل ومراعاته خلال عملية عرض المنتجات في السوق بغرض توجيهها للاستهلاك للتوقعات التي تلي رغبة المستهلك المشروعة وتمكنه من الإقبال على اقتنائها². حيث نصت المادة 11 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على إلزامية مطابقة المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك وذلك " من حيث طبيعته وصفه ومنشأه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهوياته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لإستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه³.

لضمان سلامة وأمن المنتج يجب إجراء تقييم المطابقة عليه قبل عرضه للاستهلاك والتداول في الأسواق وتستمر مرحلة الرقابة إلى غاية مرحلة العرض النهائي للمنتج وتسويقه، وتنقسم الرقابة إلى رقابة داخلية كالإلتزام المتدخل بالرقابة التحليلية لكل المواد الأولية والمستحضرات النهائية وتنتهي بتسليم شهادة المطابقة، ورقابة خارجية كرقابة وزارة الصحة على الأدوية والمستحضرات الطبية قبل عرضها ولا تعرض للبيع إلا تحت عبارة "مسجل بوزارة الصحة"⁴.

¹ -المواد 05 و06، من القانون رقم 04-04، المتعلق بالتقييس، السالف ذكره.

² -سيف الدين رحالي، التزام المتدخل بمطابقة المنتجات ضمانات قانونية فعالة لحماية المستهلك، دائرة البحوث القانونية والسياسية مجلد 5، ع 01، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس الجزائر، 2021، ص 37.

³ -المادة 11، من القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

⁴ -سيف دين رحالي، المرجع نفسه، 38.

ثالثاً) آليات ضمان تحقيق إلتزام المتدخل بالمطابقة:

تهدف عملية التقييس إلى ضمان تحقيق مطابقة المنتجات للمواصفات المعتمدة واللوائح الفنية بما يضمن سلامة وأمن المستهلك، وللتأكد من وفاء المتدخل بإلتزامه بمطابقة المنتج ينبغي القيام بإجراءات تقييم المطابقة عن طريق هيئات مختصة ومكلفة بذلك، وتعتبر هاته الإجراءات وثائق ذات طابع تقييسي¹.

أ) الهيئات المكلفة بالتقييس:

تعد أجهزة التقييس كل من المجلس الوطني للتقييس والمعهد الجزائري للتقييس واللجان الوطنية والهيئات ذات النشاطات التقييسية والوزارات ضمن نشاطاتها في إعداد اللوائح الفنية².

ب) إجراء تقييم المطابقة:

عرفته المادة 02 من قانون التقييس بأنه كل الإجراءات المستخدمة بشكل مباشر أو غير مباشر لتحديد مدى احترام الشروط ذات الصلة باللوائح الفنية أو المواصفات، ومن ضمن ما تتضمنه الإجراءات الأخرى لأخذ العينات وإجراء التجارب والتفتيش، وإجراءات التقييم والتحقيق، وضمن المطابقة، وإجراءات التسجيل والاعتماد، والمصادقة والمزج بينهما³. حيث تعد اللجان التقنية الوطنية إجراءات تقييم المطابقة من أجل تطبيق المواصفات وتعد القطاعات المبادرة إجراءات هذا التقييم من أجل تطبيق اللوائح الفنية، وتخضع المواصفات واللوائح الفنية إلى عند تطبيقها إلى إجراءات تقييم مطابقتها، وتعد إجراءات تقييم المطابقة وثائق ذات طابع تقييسي⁴. وتؤسس هاته الإجراءات على المواصفات أو مشاريع المواصفات الدولية أو على اللوائح الفنية المعادلة لها الصادرة عن دولة عضو في معاهدة تكون الجزائر طرفاً فيها⁵.

يمكن لكل دولة عضو مذكورة في المادة السالفة الذكر وكذا كل الأطراف التي يهملها الأمر إبداء ملاحظاتها حول مشروع اللائحة الفنية وإرسالها إلى المعهد الجزائري للتقييس خلال فترة التحقيق العمومي

¹ - منال بروج، المرجع السابق، ص 334.

² - المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 05-464، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، السالف ذكره.

³ - المادة 02 ف 05، من القانون رقم 04-04، المتعلق بالتقييس، السالف ذكره.

⁴ - المادة 30، من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

⁵ - المادة 31، من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

التي لا يمكن أن تتجاوز 60 يوما¹، حيث يخضع لهذا التحقيق كل مشروع لائحة فنية غير مؤسسة على مواصفات أو مشاريع مواصفات وطنية و/أو دولية².

تخضع كل إجراءات تقييم المطابقة الغير مؤسسة على دليل أو مواصفات دولية إلى الإجراءات المنصوص عليها في المواد من 24 إلى 27 من المرسوم التنفيذي 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره³.
يترتب على إجراءات تقييم المطابقة الإشهاد على هاته المطابقة وهذا ما نصت عليه المادة 02 في فقرتها التاسعة من قانون التقييس السالف ذكره بأنه " العملية التي يعترف بها بواسطة شهادة للمطابقة و/أو علامة للمطابقة بأن منتوجا ما يطابق المواصفات أو اللوائح الفنية كما هي محددة في هذا القانون"⁴، تعد هذه الشهادة بمثابة شهادة تأهيل للمنتوجات.

ويعتبر الإشهاد على المطابقة آخر مرحلة تقوم بها الهيئة المكلفة بمراقبة تطبيق واحترام المقاييس المعتمدة ووفي حالة مطابقة المنتوج للمواصفات المعتمدة يتم الإشهاد بالمطابقة⁵.

بعد التحقق من المطابقة يتم منح العلامات الدالة على مطابقة المنتوجات للمقاييس والمواصفات الجزائرية وهي علامة يتم وضعها على المنتوجات⁶.

في الأخير نجد أن المفهوم الموسع للمطابقة يتجسد في مطابقة المنتوج للطلبات المشروعة للمستهلك بما يضمن أمنه وسلامته والوصول إلى جودة المنتوجات بالسهر على إلزامية مطابقتها للمقاييس والمواصفات المعتمدة والمقررة قانونا.

الفرع الثاني : الإلتزام بنظافة المواد الغذائية وسلاماتها، وأمن المنتوجات.

تولى المشرع الجزائري الإلتزام بأمن وسلامة المستهلك في الفصل الأول والثاني من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث تطرق في الفصل الأول إلى إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها وتضمن الفصل الثاني إلزامية أمن المنتوجات.

¹ -المادة 25، من المرسوم التنفيذي رقم 05-464، المتعلق بتنظيم التقييس وسيره، السالف ذكره.

² -المادة 24، من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

³ -أنظر المواد من 24 إلى 27، من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

⁴ -المادة 02 ف 09، من القانون رقم 04-04، المتعلق بالتقييس، السالف ذكره.

⁵ -منال بروج، المرجع السابق، ص335.

⁶ -يوغنجة بن عياد، العلامات التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة ماجيستر في الحقوق، كلية الحقوق بن

عكنون الجزائر، 2013، ص184.

أولاً) مفهوم الإلتزام بنظافة المواد الغذائية وسلامتها، وأمن المنتوجات:

عرف إلتزام المتدخل بسلامة المواد الغذائية من خلال المادة 04 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش في فقرتها الأولى والتي نصت على أنه يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك إلزامية سلامة هذه المواد والسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك¹. كما ألزم المتدخل باحترام الشروط والكيفيات التي تهدف إلى سلامة وصون صحة المستهلك، وذلك باحترام الخصائص الميكروبيولوجية للمواد الغذائية²، ونسبة الملوثات المسموح بها بالنظر إلى الصحة البشرية والحيوانية³، مع مراعاة الحدود القصوى المرخص بها خلال إدماج الإضافات الغذائية فيها⁴.

ألزم المتدخل أيضا باحترام شروط عرض المواد الغذائية للاستهلاك وذلك من خلال احترام النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين ولأماكن ومحلات التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وكذا وسائل نقل هذه المواد، والحرص على احتياطات تجهيزها وذلك من ناحية التعبئة والتغليف مع التقيد بشروط وكيفيات استعمال المنتوجات واللوازم الموجهة لملاسة المواد الغذائية وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم بهدف ضمان عدم تعرض هذه المواد الغذائية للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية⁵.

خصص المشرع الفصل الثاني من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالف ذكره لأمن المنتوجات حيث نصت المادة التاسعة منه بأنه يجب أن تكون المنتوجات المعروضة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين⁶، ظاهر النص قد يفيد الإشارة إلى سلوك المتدخل، وبوجه خاص عبارة "يجب أن يتوفر" أي أن المنتج ومن هو في حكمه،

¹-المادة 04 ف 01، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

²-المادة 04 ف 02، من القانون رقم 09-03.

³-المادة 05 ف 01، من القانون رقم 09-03.

⁴-المادة 08 ف 01، من القانون رقم 09-03.

⁵-المادة 06 و07، من القانون رقم 09-03.

⁶-المادة 09، من القانون رقم 09-03.

يعد ملتزما بالقيام بعمل يتمثل في توفير ضمانات السلامة في المنتج¹. والمقصود بالأمن هو "البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الإصابات بحدود ما يسمح به العمل"². مسؤولية المتدخل في هذا الإلتزام مسؤولية موضوعية مبنية على أساس الضرر وليس لها علاقة بالخطأ، وبالتالي لا مجال للبحث عن طبيعة الإلتزام بضمان سلامة المنتج من خلال سلوك المتدخل، مما يعني معه أن هذا الإلتزام ذو طبيعة خاصة، تتمثل في أنه متى لحق شخص ضرر بسبب عيب في المنتج لزم المتدخل بالتعويض³.

من خلال ما سبق وما أقره المشرع الجزائري فيما يتعلق بنظافة وسلامة المواد الغذائية وأمن المنتجات يتجلى لنا أن هذا الإلتزام يهدف إلى المحافظة على صحة وسلامة المستهلك وتأمينه من المخاطر التي قد تلحق به.

ثانياً) محله:

يتضمن إلتزام المتدخل بنظافة المواد الغذائية وسلامتها وأمن المنتجات، شطرين المواد الغذائية (أولاً)، والمنتجات (ثانياً).

أ) المواد الغذائية محل الإلتزام:

إن المقصود بالمواد الغذائية "كل مادة معالجة أو معالجة جزئياً أو خام، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان بما في ذلك المشروبات وعلك المصنع، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد تحميل أو مواد التبيغ"⁴. وتقتضي سلامة هذه المواد الغذائية الإمتثال للشروط والكيفيات المحددة عن طريق التنظيم كذلك المتعلقة بنسبة المضافات⁵، والخصائص الميكروبيولوجية⁶.

¹ -فتاك علي، المرجع السابق، ص 202،

² -المادة 03 ف 15، من القانون رقم 09-03،التعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

³ -فتاك علي، المرجع السابق، ص 203.

⁴ -المادة 02 ف 03، من القانون رقم 09-03.

⁵ -أنظر الرسوم التنفيذي رقم 12-214، المؤرخ في 15 ماي 2012،المحدد لشروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية الموجهة

للاستهلاك البشري، ج ر، ع 30، صادرة في 15 ماي 2012.

⁶ -أنظر المرسوم التنفيذي رقم 15-172، المؤرخ في 15 جوان 2015، يحدد شروط والكيفيات المطبقة في مجال الخصائص الميكروبيولوجية

لمواد الغذائية، ج ر، ع 37، صادرة في 08 جويلية 2015.

ب)المنتجات محل الإلتزام:

يقع على عاتق المتدخل الإلتزام بأمن كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً¹، وذلك في نطاق ما تتضمنه شروط الاستعمال العادية والمتوقعة لهذه السلعة أو الخدمة أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين حيث يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بما يضمن صحة المستهلك وأمنه ومصالحه².

ويجدر الإشارة إلى أن محل هذا الإلتزام لا يشمل المنتجات العتيقة والتحف والمنتجات الغذائية الخام الموجهة للتحويل والبيوسيدات والأسمدة والأجهزة الطبية والمستحضرات الكيميائية التي تخضع لأحكام تشريعية أو تنظيمية خاصة³.

المطلب الثاني: الإلتزام بإعلام المستهلك، وبالضمان وخدمة ما بعد البيع.

ستعرض في هذا المطلب إلى العناصر الأساسية للتعريف بكل من إلتزام المتدخل بإعلام المستهلك(الفرع الأول)، ثم إلى إلتزامه بالضمان وخدمة ما بعد البيع(الفرع الثاني).

الفرع الأول: الإلتزام بإعلام المستهلك.

ستطرق في هذا الفرع إلى التعريف الفقهي والقانوني للإلتزام بإعلام المستهلك، ومضمونه المتمثل في الإدلاء بالبيانات والتعريفات والأسعار وشروط البيع، وكذلك إلى طبيعته القانونية، والوسائل التي ينفذ بها.

أولاً) تعريف الإلتزام بالإعلام:**أ) التعريف الفقهي:**

عرف الإلتزام بإعلام المستهلك بأنه "إلتزام يغطي على المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويتعلق بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم لدى المستهلك"⁴.

¹ -المادة 03 ف 10، من القانون رقم 09-03،التعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -المادة 09، من القانون رقم 09-03.

³ -المادة 03، من المرسوم التنفيذي رقم 12-203، المؤرخ في 06 ماي 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، ج ر، ع 28، صادرة في 09ماي 2012.

⁴ -نزار الهام، الإلتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، 2019، ص 6.

كما ارتأى بعض شراح القانون على أن الإلتزام بالإعلام هو "إلتزام سابق على التعاقد يتعلق بالإلتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد، البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد أو ضفة أحد طرفيه، أو طبيعة محله، أو أي اعتبار آخر"¹. وعرف أيضا على أنه " إلتزام ينشأ في المرحلة السابقة على التعاقد وبموجبه يعلم البائع المشتري بكل ما يمكن أن يؤثر على قراره في إبرام العقد من عدمه، وذلك ليصدر رضا حر من جانب المستهلك ". وعليه وعلى ضوء ما سبق من التعريفات نجد أنها أعطت للإلتزام بالإعلام مفهوما ضيقا حيث حصرتة وجعلته يقتصر على المرحلة السابقة للتعاقد فقط وهذا أحد صورته فقط وهو الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد. في حين أن هذا الإلتزام يمتد لتغطية مرحلة تنفيذ العقد.

كما اقتصرته هاته التعريفات على أن الهدف من اعلام المستهلك هو إيجاد رضا حر لدى هذ الأخير، في حين أن الهدف منه يشمل اعلامه بحوصله من البيانات والخصائص وكيفية استعمال الشيء محل التعاقد وتحذيره من المخاطر التي قد يتعرض لها جراء استعماله وكيف يتفادها.

كذلك يعرف الإلتزام بالإعلام على أنه "إلتزام ينشأ في المرحلة السابقة على التعاقد ويستمر في أثناء تنفيذ العقد، يلتزم فيه الذي يقع على عاتقه هذا الإلتزام بأن يقدم للمتعاقد الآخر، جميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل التعاقد، التي يجهلها الدائن بالإلتزام، وذلك بهدف تكوين رضا حر وسليم عند المتعاقد، وحصوله على أكبر فائدة من هاته السلعة أو الخدمة وتحذيره من المخاطر التي تنجم عنها. وعليه فإن للإلتزام بالإعلام صورتين تتمثلان في الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، والإلتزام التعاقدى بالإعلام"².

والمقصود أيضا من إعلام المستهلك هو إعطاؤه بيانات تخص مكونات المنتج وطريقة استعماله، حتى تتحقق الفائدة التي من أجلها اشترى ذلك المنتج، وأن المنتج لا يلتزم بإعلام المستهلك عن مكونات المنتج فقط، بل يلتزم بتحذيره من مخاطر المنتج أيضا³.

¹ - إسماعيل قطاق، العقود الالكترونية وحماية المستهلك، مذكرة ماجستير في القانون، جامعة الجزائر، 2006، ص 49.

² - أكرم محمد حسين التميمي، التنظيم القانوني للمهني دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، ط 1، 2010، ص ص 95 96 97.

³ - زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، ط 2009، الجزائر، ص 145.

ب) التعريف القانوني :

نص المشرع الجزائري بضرورة إلتزام المحترف بإعلام المستهلك وتجلت أهمية هذا الإلتزام من خلال النصوص القانونية التي أوردتها طبقا لما جاء به قانون حماية المستهلك وقمع الغش، الذي نص على إلتزام المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى، ويجب أن تحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الإستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا، وعلى سبيل الإضافة، يمكن استعمال لغة أو عدة لغات سهلة الفهم من المستهلكين، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها¹.

و طبقا لنص المادة 352 من فقرتها الأولى من القانون المدني الجزائري ضمن أحكام عقد البيع التي تضمنت الإلتزام بإعلام المستهلك بالمبيع حيث أوجبت على البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجهالة².

استنادا لما تم تداوله في مجموع التعاريف الفقهية والقانونية السابقة لمفهوم الإلتزام بالإعلام، فإن المقصود من إعلام المستهلك إعطائه حوصلة شاملة للمعطيات والبيانات المتعلقة بالمنتج وطريقة استعماله والتحذير من الاخطار التي قد يحدثها حتى يتمكن المستهلك من اقتنائه وتحقيق الغاية المرجوة من ذلك.

ثانيا) مضمونه:

يعتبر الإلتزام بالإعلام من الإلتزامات التي تقع على عاتق المتدخل وذلك لحماية رضا المستهلك وتنويره وتبصيره حول المنتج أو الخدمة التي طلبها وذلك من خلال مضمون الإلتزام بالإعلام المتمثل في الادلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بهذا المنتج المراد اقتنائه أو الخدمة المراد طلبها(أولا)، وكذلك إعلامه بالأسعار والتعريفات وشروط البيع(ثانيا).

أ) الادلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة :

يقع على عاتق المتدخل اعلام المستهلك حول المنتج أو الخدمة المراد حيازتها والاستفادة منها وذلك بتقديم حوصلة شاملة لخصائص ومواصفات وبيانات ومميزات هذا المنتج أو هاته الخدمة التي تعتبر محل

¹ -المواد 17 و18، من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -المادة 352 ف 01، من الأمر رقم 05-10، المؤرخ في جوان 2005، المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر، ع 44.

التعاقد، وهذا ما اقره المشرع الجزائري في مجموعة من النصوص القانونية، حيث نصت المادة 10 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه "يتعين على كل متدخل إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك في ما يخص :

- مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته،
 - تأثير المنتج على المنتجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتجات،
 - عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله واطرافه وكذا كل الارشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج،
 - فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج، خاصة الأطفال.
- تحدد القواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات عن طريق التنظيم¹.

كما جاء في المادة 08 من القانون 02_04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تضمنت الزامية إخبار المستهلك من طرف البائع وقبل اختتام عملية المبيع بأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات التزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة².

ب) الاعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع:

تطرق المشرع الجزائري إلى الزام المتدخل بالإعلام بالأسعار وشروط البيع من خلال المادة 05 قانون الممارسات التجارية السالف ذكره حيث نصت الفقرة الأولى منها على أنه "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، كما جاء في الفقرة الثانية من المادة السالفة الذكر الزامية تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة. بالنسبة للفقرة الثالثة من هذه المادة تضمنت وجوب تعداد أو كيل أو وزن السلع المعروضة للبيع سواء كانت

¹ -المادة 10، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -المادة 08، من القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 41، صادرة في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بالقانون 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 46، صادرة في 18 أوت 2010.

بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل امام المشتري، واذا تم كل هذا خلال غياب المشتري وجب وضع علامات على غلاف هاته السلع تسمح بمعرفة وزن أو كمية أو عدد هاته السلع المقابلة للسعر المعلن¹.

ثالثاً) الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام:

سنتطرق إلى الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي والتعاقدي وحول إذا ما كان إلتزاماً ببذل عناية أو تحقيق نتيجة. (أ) الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام: هو إلتزام يفصل عن العقد وينشأ في المرحلة السابقة على التعاقد أو إبرام العقد حتى يتكون عند المستهلك رضا حر يستطيع من خلاله أن يبرم العقد أو يرفض إبرامه، وهو عبارة عن إلتزام عام في شأن كل عقود الاستهلاك، يجب الوفاء به قبل تكوين العقد. ولعل بعض الفقه يطرح صعوبة التمييز بين الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي والإلتزام بالإعلام التعاقدي، فقد قال غستان إن "الحدود الفاصلة بين الإلتزامين لا يمكن رسمها بوضوح إن لم يكن هذا التحديد مستحيلاً"².

وبالرغم من وجهة نظر غستان إلا أنه يمكن رؤية التمييز وإن كان دقيقاً في بعض الحالات، إلا أنه ليس مستحيلاً على ضوء معيار وقت نشوء الإلتزام والمطالبة بتنفيذه، فالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي هو إلتزام لا يقوم ولا جدوى من تنفيذه إلا قبل إبرام العقد فإذا أنشأ الإلتزام وارتبطت جدواه بالمرحلة السابقة للعقد على تبادل الإرادات المنشئة للعقد فهو إلتزام قبل تعاقدي بالإعلام³.

(ب) الإلتزام التعاقدي بالإعلام: يرجع الفضل في نشوئه إلى الفقه الفرنسي وينشأ هذا الإلتزام في مرحلة تنفيذ العقد، الذي يرى أن كثير من العقود تحتوي على إلتزام تبقي بالإدلاء بمعلومات معينة لتسهيل تنفيذ الإلتزامات القانونية الأصلية⁴، الملاحظ هنا أن الإلتزام بالإعلام التعاقدي يجد مصدره في العقد، وأن الإدلاء بالمعلومات تنشأ بمناسبة عقد معين، وفي حدود ما يقضيه ذلك العقد من اعتبارات لواجب المشاركة والتعاون بين المتعاقدين، وبالتالي فهو إلتزام حسن النية، أو تنفيذاً عقدي. كما أن هذا الإلتزام يجد أساسه

¹ -المادة 05، من القانون رقم 04-02، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

² -نزبه المهدي، الإلتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 1972، ص 75.

³ -عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط 1، 2007، ص 369 370.

⁴ -سعد سعيد عبد السلام، الإلتزام بالإفصاح في العقود، دار النهضة العربية، ط 1، القاهرة مصر، 2006، ص 15.

في إلزام عقدي، مقتضاه قيام أحد المتعاقدين بإعلام المتعاقد الآخر، بأي معلومات أو بيانات يحتاجها، تتعلق بخصائص البيع وخطورته¹.

(ت) الإلتزام بالإعلام إلزام ببذل عناية: اتجه الفقه والقضاء الفرنسي إلى أن الإلتزام بالإعلام إلزام ببذل عناية لا تحقيق نتيجة²، والمقصود بذلك هو إلتزام المتدخل بالوفاء لصالح المستهلك بهذا الإلتزام مع بذل قدر كبير من الحرص والحيلة والعناية في ذلك، سواء كانت هاته العناية موجبة قانونا عليه أو تم الاتفاق عليها بينه وبين المستهلك، والغاية من ذلك تحقيق النتيجة المرجوة وإن لم يضمن المتدخل تحقيقها باعتبار أن عدم فهم المستهلك للبيانات والمعلومات المقدمة له وعدم التقيد بها الذي يؤدي إلى عدم تحصيل المنفعة التامة والفعالية من المنتج محل التعاقد تخرج عن نطاق المهني الذي هو ملزم بتنوير رضا المستهلك واعطائه مجموع البيانات والمعلومات وطرق الاستعمال المتعلقة بالمنتج لتكوين إرادة سليمة لديه تمكنه من التعاقد كذلك لضمان امته وسلامته خلال تنفيذ العقد، فلا سلطة للمتدخل على المستهلك تمكنه من ضمان احترام هذا الأخير لما تم اعلامه به من خصائص ومميزات وكيفيات استخدام لهذا المنتج وهذا للاستفادة المطلقة منه وتفادي ما قد يصدر منه من مخاطر وبالتالي تبقى احتمالية ضمان تحقق النتيجة من عدمها مرتبطة بتقيد المستهلك بما اعلم به³، فمهما بلغت المعلومات المقدمة لهذا الأخير فلا يمكن ضمان تحقق النتيجة إلا بتعاونه، ولا تقوم مسؤولية المهني إلا بإثبات خطائه⁴.

(ث) الإلتزام بإعلام المستهلك إلزام بتحقيق نتيجة: اعتبر الإلتزام بالإعلام إلزاما بتحقيق نتيجة بالاستناد إلى كونه يقوم في الأساس على الإلتزام بالسلامة الذي يعتبر إلزاما بتحقيق نتيجة، فهذا الإلتزام يمثل حماية للمستهلك⁵.

¹-صيري حمد خاطر، الإلتزام قبل التعاقد بتقديم معلومات، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، العراق، ع 1، 1996، ص 173.

²-د محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 2007، ص 179.

³-بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2018، ص ص 33 34.

⁴-أكرم محمد حسين التميمي، المرجع السابق، ص 113.

⁵-عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، ط1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 92.

ارتأى بعض الفقهاء أن إلترام المهني بإعلام المستهلك خاصة في مجال العقود التي ترد على الأشياء الخطرة هو إلترام بتحقيق نتيجة، ويؤسس هذا الاتجاه رأيه على أن هذه الطبيعة هي التي تتناسب مع الإلترام بالإعلام وتضمن تحقيق نتيجة للهدف المنشود من وجوده¹.

إن نجاعة الإلترام بإعلام المستهلك تكمن في كونه إلتراماً بتحقيق نتيجة لضمان سلامة المستهلك وأمنه، وهذا هو الهدف المراد تحقيقه من خلال وفاء المدخل بهذا الإلترام، حيث يقع على عاتقه في حالة وقوع ضرر للمستهلك إثباته للسبب الأجنبي لدفع المسؤولية عنه، غير هذا فإنه لم يقم بإعلام المستهلك كما ينبغي وعليه تحمل ما أصاب المستهلك من أضرار، مع ترك السلطة التقديرية لقاضي الموضوع حول ما إذا كان إعلام المستهلك كافياً لضمان أمنه وسلامته أم لا حسب كل ظروف كل قضية، تأكيداً لذلك نصت المادة 1386 من القانون المدني الفرنسي حول المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة في الفقرة العاشرة منها على أنه " يكون المنتج مسؤولاً عن العيوب، حتى إذا كانت قد صنعت وفق المعايير الموجودة وتلك التي كانت موضعاً لموافقات إدارية"، و بالاستناد على تعريف العيب في الفقرة الرابعة منها حيث نصت على أنه هو " عندما لا يتضمن السلامة التي لا يمكن انتظارها من الإنتاج" فبذلك نجد أنهما تؤكد على كون الإلترام المتدخل بإعلام المستهلك إلتراماً بتحقيق نتيجة².

رابعاً) وسائل الإلترام بالإعلام:

كرس المشرع الجزائري مجموعة من الوسائل لتمكين المتدخل من تنفيذ إلترامه بإعلام المستهلك بمميزات وخصائص المنتج أو الخدمة (أولاً)، وكذلك الوسائل التعريفية والترويجية لهما (ثانياً).

أ) وسائل إعلام بمميزات وخصائص المنتج أو الخدمة:

1. الوسم: عرفه المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش في الفقرة الرابعة من المادة الثالثة منه على أنه "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على

¹ - مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان، 2011، صص 93 94.

² - أكرم محمد حسين التميمي، المرجع السابق، صص 112 113.

طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"¹. كما عرف أيضا من خلال القانون رقم 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة الثانية منه الفقرة السادسة بأنه "جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمه أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما"².

2. التغليف: يعرف بأنه جميع النشاطات المتعلقة بتصميم وإنتاج حافظات أو أغلفة للمنتجات، وعرف أيضا بأنه مجموعة من الأنشطة التي تهم بتصميم وإنتاج عبوة المنتج الخارجي، ويعتبر التغليف في كثير من السلع جزء أساسي من المنتج ذاته، حيث أن الغلاف المميز يزيد من قيمة المنتج في ذهن المستهلك"³. وعرفه المشرع الجزائري من خلال الفقرة الثالثة من المادة الثالثة من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنه "كل تغليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها، موجهة لتوضيب وحفظ وحماية وعرض كل منتج والسماح بشحنه وتفريغه وتخزينه ونقله وضمان إعلام المستهلك بذلك"⁴. للتغليف عدة وظائف منها التقنية كحماية المنتج واحتواءه وحفظه وتسهيل عملية نقله وتخزينه واستهلاكه واستعماله وكذلك حماية البيئة، ووظائف ترويجية وتسويقية كتقديم المعلومات والتكيف مع عادات الشراء كالأخذ بعين الاعتبار حجم العبوات"⁵.

(ب) الوسائل التعريفية والترويجية للمنتج:

1. الإشهار التجاري: عرفه المشرع الجزائري في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات

¹ -المادة 03 ف04، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -المادة 02 ف06، من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، ع04، صادرة في 31 جانفي 1990.

³ -رابح أو كيل، الدور الترويجي للتغليف في متاجر التجزئة ومدائل تأثيره النفسي على حماية المستهلك، مجلة علمية معارف، ع 14، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، السنة الثامنة، الصادرة في جوان 2013، ص 35.

⁴ -المادة 03 ف03، من القانون 09-03.

⁵ -رابح أو كيل، المرجع نفسه، ص 36 37.

أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية"¹. كما عرف وفقا لقانون الممارسات التجارية السالف ذكره بأنه " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج السلع مهما كان المكان أو وسائل الاتصال "².

2. **العلامة:** عرف المشرع الجزائري العلامات بأنها " كل الرموز للتمثيل الخطي لا سيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع والخدمات أو توضيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره"، كما أوجب وضع هذه العلامات على السلع والخدمات³، فهي وسيلة تميز هذه السلع والخدمات عن تلك المشابهة لها من حيث مجال استخدامها فبفضلها يتعرف المستهلكون على منتجاتهم المفضلة كتمييزهم للعلامات الأصلية المتواجدة عليها⁴.

الفرع الثاني: الإلتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع.

في مضمون هذا الفرع سنتطرق إلى التعريف بالإلتزام بالضمان وشروطه وإثباته وتنفيذه، ثم سنتناول خدمة ما بعد البيع التي سنعرفها ثم نبين شروط إلتزام المتدخل بها.

أولاً) الإلتزام بالضمان:

أ) تعريف الإلتزام بالضمان:

الإلتزام بالضمان واجب قانوني يقع على عاتق المتدخل حيث تناول المشرع الجزائري أحكامه في الفصل الرابع من الباب الثاني من قانون حماية المستهلك وقمع السالف ذكره، والمعنون بإلزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع وذلك في المواد من 13 إلى 16.

عرف الإلتزام بالضمان بأنه إلتزام كل متدخل خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتج باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته⁵.

¹-المادة 02 ف 08، من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، السالف ذكره.

²-المادة 03 ف 03، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

³-المادة 02 ف 01 والمادة 03، من الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالعلامات التجارية، ج ر، ع 41، صادرة في 23 جويلية 2003.

⁴-صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، ط 01، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 41.

⁵-المادة 02 ف 19، من القانون رقم 09-03، من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالف ذكره.

حيث يجب على كل محترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له و/أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان عند تسليم المنتج¹. ولكي يضمن المنتج البائع الخلل بموجب هذا الإلتزام، يشترط أن يحدث خلال فترة الضمان المحددة، وأن يكون الخلل غير مرتبط بخطأ المشتري، وإذا توافرت هذه الشروط، فعلى البائع إصلاح الخلل وإستبدال الأجزاء المعيبة بأجزاء جديدة².

رغم وجود القواعد العامة في هذا الشأن، فإنها ليست فعالة في أغلب الأحيان لحماية المستهلك، بسبب المهلة القصيرة التي ألزم المشرع رفع الدعوى خلالها، وبسبب إلتزام المضرور بإثبات وجود العيب الذي نشأ عنه الضرر، بالإضافة إلى ما يتميز به المنتج أو الخدمة المعروضين للاستهلاك من خصوصيات فنية، تقنية وتكنولوجية، يجد المستهلك العادي نفسه عاجزا عن تفهم مكوناتها، وقد يستغل المحترف ذلك، لذلك فرض المشرع نوعا آخر من الضمان وهو ضمان الصلاحية للعمل³.

يعتبر الضمان المنصوص عليه في المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أوسع مجالا وأكثر فعالية من الضمان المنصوص عليه في المادة 368 من القانون المدني، وهذا لعدة اعتبارات سواء من حيث القوة الإلزامية للإلتزامين، لكون أحكام ضمان المنتجات تتسم بالطابع الإلزامي، حيث يلزم المتدخل بالضمان بقوة القانون⁴، بخلاف أحكام الصلاحية التي تتميز بالطابع التعاقدي⁵. أما من حيث نطاق الحماية فضمن المنتجات يحمي المستهلك من كل طرف متدخل في العملية الإنتاجية وليس من البائع فقط كما هو الحال في أحكام ضمان صلاحية المنتج، ويشمل هذا الأخير ضمان السلع فقط على عكس ضمان المنتجات الذي يشمل السلع والخدمات⁶، أما فيما يتعلق بالسبب الموجب للضمان فيتحقق بمجرد اكتشاف العيب حتى لو كان المنتج صالحا للعمل به هذا في ضمان المنتجات، أما فيما يخص ضمان

¹ -المادة 03، من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر، ع 40، صادرة في 19 سبتمبر 1990.

² -زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 113.

³ -زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 111.

⁴ -المادة 13 ف 01، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

⁵ -المادة 384، من الأمر رقم 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

⁶ - نجاة مهدي، قفاف فاطمة، التزام المتدخل بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة الحقوق والحريات، ع 04، صادرة في أبريل 2017، ص 681.

الصلاحية فيتحقق بمجرد حصول أي خلل في المبيع يجعله غير صالح للعمل به¹. بالنسبة لموضوع الضمان فإن أحكام ضمان صلاحية للمبيع مدة معينة تضمن فقط نقص الانتفاع به على غرار أحكام ضمان المنتجات فيه تضمن إضافة إلى الانتفاع بالمنتج مدة معينة، نقص السلامة والأخطار الناجمة عن استخدام المنتج².

الإلتزام بالضمان هو إلتزام بتحقيق نتيجة باعتبار ان السبب الرئيسي لقيام هذا الإلتزام ووقوعه على عاتق المتدخل هو عدم صلاحية المنتج في تحقيق الغاية المرجوة منه حيث يجب على هذا الأخير عند تنفيذه للإلتزام أن يعيد المنتج للعمل بالصفة التي تلي رغبة المستهلك في تحقيق تلك الغاية التي لأجلها تم اقتناؤه³.

(ب) شروط العيب الموجب للضمان:

يستلزم توفر شرطين أساسيين ليضمن المتدخل العيب في منتوجه، وهما أن يحدث العيب خلال فترة الضمان، وأن يرتبط هذا العيب بصناعة المنتج.

1. وجود العيب ضمن فترة زمنية محددة: المقصود بذلك وجود العيب ضمن آجال الضمان المحددة قانونا ليتمكن المستهلك بالرجوع على المتدخل بضمانه، حددت مدة الضمان بستة أشهر بالنسبة للمنتجات الجديدة لا يمكن أن تقل عن ذلك، وذلك ابتداء من تاريخ تسليم السلعة الجديدة أو الخدمة، أما بالنسبة للمنتجات المستعملة فحددت بثلاثة أشهر لا يمكن ان تقل عن ذلك، وتحدد هاته المدة حسب طبيعة المنتج بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش أو بقرار مشترك بينه وبين الوزير المعني سواء كانت المنتجات جديدة أو قديمة⁴.

¹ - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، البيع والمقايضة، الجزء الرابع، دار التراث العربي، القاهرة، 1968، ص 759.

² - شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، في الحقوق فرع مسؤولية مهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012، ص 63 64.

³ - قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية وامن سلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه، في الحقوق قانون خاص تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة الجزائر، 2013، ص 31.

⁴ - المادة 16 و17، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر، ع 49، صادرة في 02 أكتوبر 2013.

تبدأ مدة سريان الضمان من تاريخ تسليم المنتج للمستهلك، أي وقت التخلي عنه، يثبت زمن التسليم من طرف المستهلك بتقديمه لشهادة الضمان التي تحتوي على جملة من البيانات عن الضامن ونوع المنتج ومدة الضمان وبيانات أخرى، كما تحتوي على عبارة يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال إلى أن المشرع انتقد في هذا حول إذا ما كان عليه إلزام المتدخل بتقديم شهادة الضمان بالنسبة لجميع المنتجات التي يشملها الضمان، وليست المحددة عن طريق التنظيم فقط¹.

يمكن للمستهلك الاستفادة من ضمان إضافي وهو عبارة عن ضمان مقدم من طرف المتدخل للمستهلك ولا يلغي الضمان القانوني، إلا أن هنالك إشكالية حول ما إذا كان هذا الضمان بمقابل أو مجانيا حسب ما تطرق إليه المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أو مجانيا حسب ما صدر في المرسوم التنفيذي المحدد لشروط وكيفيات وضع السلع والخدمات، غير أنه نادر ما يمنح المتدخلون الضمان الإضافي وإذا قدموه فالغرض الدعاية للمنتج وليس حماية المستهلك².

2. ارتباط العيب أو الخلل بصناعة المنتج: ليقع على عاتق المتدخل الإلتزام بالضمان يجب أن يرتبط العيب بصناعة المنتج، لذلك يستبعد من نطاق الضمان العيب أو الخلل الناجم عن مخالفة التعليمات المرفقة بالمنتج³. فالضمان يقوم على العيوب التي ترجع لصناعة المنتج، أما إذا كان سبب الخلل خارجيا أو راجعا إلى سوء استخدام المنتج أو إهماله أو مخالفة التعليمات المرفقة به بشرط أن تكون هذه التعليمات واردة على نحو من التفصيل والوضوح الذي يمكن للمستهلك العادي إستيعابها أو تدخل الغير أو القوة القاهرة، فإن الضمان لا يلزم به المتدخل⁴. فالإلتزام بهذا الضمان يعد تطبيقا لمبدأ المسؤولية التعاقد عن الخطأ في تنفيذ العقد⁵، لذلك فإن بيع سلعة لخلل فيها لا يعد تنفيذ للعقد بحسن نية، ولو تأخر ظهور العيب إلى ما بعد التسليم، لأن العيوب لا تنكشف في الأجهزة والآلات الحديثة إلا من خلال العمل والممارسة لذلك يلزم

¹-شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 65.

²-بوعزة نصيرة، الإلتزام بضمان المنتجات كآلية لحماية المستهلك وتحقيق علاقة اقتصادية متوازنة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، المجلد 09، ع09، 2016، ص74.

³-بوهنتالة أمال قداش سلوى، واقع الإلتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع، مجلية الدراسات والبحوث القانونية، ع 06، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2017، ص 205.

⁴-زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 118.

⁵-المادة 107، من القانون المدني الجزائري.

المتدخل بضمائها¹. وعليه فإن حدوث العيب خلال فترة الضمان يعد قرينة على أن الخلل مرتبط بصناعة المنتج².

(ت) **إثبات الضمان:** أقر المشرع الجزائري صراحة على الإلتزام بالضمان إلا أنه اشترط تقديم قرينة إثبات تتمثل كأصل عام في الضمان³، ويجسد هذا الضمان عن طريق تسليم شهادة الضمان للمستهلك بقوة القانون⁴، والمتضمنة على بيانات ذكرها المشرع الجزائري على وجه الخصوص كإسم أو إسم شركة الضامن وعنوانه ورقم سجله التجاري وسعر السلعة ومدة الضمان، ويمكن أن تستخدم هاته البيانات عند الاقتضاء في مجال تقديم الخدمات وذلك إما عن طريق بند تعاقدى أو الفاتورة أو في قسيمة الشراء أو أي وثيقة اثبات أخرى طبقا للتشريع المعمول به⁵، ويحدد نموذج شهادة الضمان بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش⁶، والتي تتكون من شقين يحتفظ المتدخل بالشق الأول ويقدم الشق الثاني للمقتني الذي يجب أن يقدمه في حالة الشكوى كقرينة إثبات⁷.

يبقى الضمان ساري المفعول في حالة عدم تسليم شهادة الضمان أو عدم مراعاة ما يجب أن تتضمنه من البيانات المنصوص عليها في التنظيم المعمول به، ويحق للمستهلك في هذه الحالة الاستفادة من الضمان والمطالبة به عن طريق تقديم أي وسيلة إثبات أخرى كالفاتورة أو قسيمة شراء أو تذكرة الصندوق وذلك في كل مراحل عملية عرض السلعة أو الخدمة للاستهلاك⁸.

حدد المشرع الجزائري شكلية محددة للضمان الإضافي تتضمن على نفس البيانات الواجب ذكرها في الضمان الاتفاقي لغرض منح المستهلك دليل يحتج به في المطالبة بحقه في حالة إستفادته من هذا الضمان⁹.

¹- محمد حسين منصور ضمان، صلاحية المنتج للمبيع مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية مصر، 2004، ص33.

²- بوعزة نصيرة، الإلتزام بضمان المنتوجات كآلية لحماية المستهلك وتحقيق علاقة اقتصادية متوازنة، المرجع السابق، ص 76.

³- بوعزة نصيرة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه في العلوم لقانونية، تخصص قانون السوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2019، ص73.

⁴- المادة 05 ف02، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، حدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، السالف ذكره.

⁵- المواد 06 و07، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

⁶- المادة 07 ف02، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

⁷- المادة 03، من القرار المؤرخ في 12 نوفمبر 2014، يحدد نموذج شهادة الضمان، ج ر، ع 16، صادرة في 01 أبريل 2015.

⁸- المادة 08، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

⁹- بوعون زكريا، آليات تنفيذ ضمان السلع والخدمات، في القانون الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، ع 43، مجلد أ، 2015، ص278.

ث) تنفيذ الضمان: يقع على عاتق المستهلك القيام بإخطار المتدخل بوجود عيب في المنتج، بحيث يعد هذا الإجراء إجراء قانوني واجب على المستهلك حتى يتسنى للمتدخل معاينة منتوجه ويتفادى هو به أنه قد قام بقبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب¹، حيث تعد دعوى الضمان غير مقبولة إذا لم يقوم المشتري بإخطار المنتج خلال مدة معقولة من إستلامه للمبيع²، ولا يستفيد من الضمان إلا بعد تقديم شكوى كتابية أو عن طريق أي وسيلة اتصال أخرى مناسبة لدى المستهلك، من حق المتدخل القيام بمعاينة مضادة للمنتج محل الضمان خلال مدة عشرة أيام إبتداء من تاريخ تسلمه الشكوى وذلك على حسابه وبحضور الطرفين أو ممثليهما في مكان تواجد السلعة المضمونة³، إذا لم ينفذ المتدخل إلتزامه خلال ثلاثين يوما التي تلي إستلامه الشكوى يجب إعداره من طرف المستهلك برسالة موصى عليها مع الاشعار بالاستلام وفي هذه الحالة يتعين على المتدخل تنفيذ الضمان في أجال ثلاثين يوما ابتداء من تاريخ التوقيع على الاشعار بالاستلام⁴.

أقر المشرع الجزائري طرق تنفيذ الضمان والمتمثلة في إصلاح السلعة أو إعادة مطابقة الخدمة، أو إستبدالها أو رد ثمنها، دون تحميل المستهلك أي أعباء إضافية.

إذا تعذر إصلاح المنتج أو إستبداله كان المتدخل ملزما برد الثمن جزئيا، هذا إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئيا وفضل المستهلك الإحتفاظ به، أو رد الثمن كليا في حالة ما إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال الكلي وفي هذه الحالة يرد المنتج المعيب للمستهلك⁵.

إذا لم يقوم المتدخل بإصلاح العيب في الآجال المتعارف عليها مهنيا حسب طبيعة السلعة فإنه يمكن للمستهلك القيام بهذا الإصلاح عن طريق مهني مؤهل من اختياره على نفقة المتدخل⁶.

¹-مراد قرني، دعوى الضمان القانوني لعيوب المبيع، رسالة ماجستير، في القعود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر 2006، ص58.

²-زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص108.

³-المادة 21، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، حدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، السالف ذكره.

⁴-المادة 22، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

⁵-حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012، ص260.

⁶-المادة 13، من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

ثانياً) الإلتزام بخدمة ما بعد البيع.

أ) المقصود بخدمة ما بعد البيع: المقصود بالخدمة هو كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة حتى لو كان هذا التسليم مدعماً للخدمة المقدمة¹، وعرفت أيضاً بأنها كل أداء له قيمة اقتصادية².

تطرق المشرع الجزائري إلى تعريف خدمة ما بعد البيع من خلال المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات خدمة ما بعد البيع في المادة الثالثة منه على أنها "مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً مثل خدمات التصليح المؤقت والتصليح، والصيانة، والتركيب، والمراقبة التقنية، والنقل، وكذا توفير قطع الغيار"، ويقدمها كل عون اقتصادي أو شخص آخر طبيعي أو معنوي يوكل إليه عرض خدمات ما بعد البيع³.

يتمثل مضمون خدمة ما بعد البيع في ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق من قبل المتدخل المعني وهذا بعد إنقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره⁴.

ب) شروط خدمة ما بعد البيع: لإلزام المتدخل بخدمة ما بعد البيع وجب توفر شرطين أساسيين.

1. انتهاء فعالية الإلتزام بالضمان: هي الحالة التي تنقضي فيها مدة الضمان المحددة قانوناً أو وجود سبب يحول دون الوفاء بالإلتزام بالضمان كخطأ المستهلك الصادر عنه والذي بسببه طرأ عيب على المنتج كمخالفة طرق الاستعمال مما يجعل الضمان غير قابل للتنفيذ حتى لو لم تنتهي مدته، لذلك يلزم المتدخل بصيانة المنتج وإصلاحه على نفقة المستهلك.

2. دفع مقابل أداء خدمة ما بعد البيع: يقع على عاتق المستهلك دفع مقابل مادي لا يدخل في ثمن المبيع مقابل الاستفادة من خدمة ما بعد البيع، بحيث يقوم هذا الأخير بصيانته وإصلاحه للمنتج إذا رجع

¹-المادة 03، من قانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

²-المادة 02 ف 04، من الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر، ع 44، صادرة في 23 جويلية 2003.

³-المادة 03 ف 01 و 03، من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، المؤرخ في 31 ماي 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، ج ر، ع 45، الصادرة في 09 جوان 2021.

⁴-المادة 16، من القانون رقم 03-09.

عليه المستهلك بهذا الطلب، فيكون المتدخل في هذه الحالة ملزماً بالوفاء إلزاماً قانونياً يترتب عدم الوفاء به متابعة جزائية، كما يمكن الاتفاق على مجانية هاته الخدمة¹.

المبحث الثاني: إلتزامات المتدخل في قانوني المنافسة والممارسات التجارية.

في سعي المشرع الجزائري للموازنة بين حماية المستهلك ونشاط المنافسة الحرة وحفاظاً على الأخلاق الواجب مراعاتها في ممارسة التجارة، فرض بموجب قانوني المنافسة والممارسات التجارية جملة من الإلتزامات التي تقع على عاتق المتدخل²، تتمثل في الإمتناع عن الممارسات المقيدة للمنافسة وإخضاع التجميعات الاقتصادية لجهاز ضبط السوق وهذا ما ستأوله في المطلب الأول، بالنسبة للمطلب الثاني سنتطرق إلى إلتزامات المتدخل في قانون الممارسات التجارية والمتمثلة أساساً في الإلتزام بشفافية هذه الممارسات ونزاهتها.

المطلب الأول: إلتزامات المتدخل (المؤسسة) في قانون المنافسة.

تضمن هذا المطلب إلتزام المؤسسة بالامتناع عن الممارسات المقيدة للمنافسة والمتمثلة في الامتناع عن الاتفاقات المحظورة والامتناع عن استغلال وضعية الهيمنة والتبعية الاقتصادية والإلتزام بإخضاع التجميعات الإقتصادية لرقابة مجلس المنافسة³.

الفرع الأول: الإلتزام بالامتناع عن الممارسات المقيدة للمنافسة.

أولاً) الامتناع عن الاتفاقات المحظورة:

تطرق المشرع الجزائري إلى الاتفاقات المقيدة للمنافسة في المادة السادسة من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة والتي نصت على أنه " تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات والاتفاقات الصريحة أو الضمنية التي تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه، لاسيما عندما ترمي إلى :

- الحد من الدخول في السوق أو ممارسة النشاطات التجارية فيها،

¹ -بوهنتالة أمال قداش سلوى، المرجع السابق، ص 207.

² - يجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري قد اعتمد على مصطلح المتدخل بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، واعتمد على مصطلح المؤسسة بموجب قانون المنافسة، واعتمد مصطلح العون الاقتصادي بموجب القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

³ -راجع ماهية مجلس المنافسة في الصفحة 76 من هذه المذكرة.

- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،
- اقتسام السوق أو مصادر التموين،
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بتشجيع المصطنع لإرتفاع الأسعار أو لإنخفاضها،
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين مما يجرهم منافع المنافسة،
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية كما لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية،

■ السماح بمنح صفقة عمومية لفائدة أصحاب هذه الممارسات المقيدة¹.

يجدر الإشارة إلى أن المشرع لم يعرف الاتفاقات المقيدة للمنافسة من خلال ما تضمنته المادة السادسة السالفة الذكر بل اكتفى بتعداد أشكال الاتفاقات التي يمكن ممارستها من قبل الأعوان الاقتصاديين². تعرف الاتفاقات المقيدة للمنافسة بأنها "كل تنسيق في السلوك بين المشروعات أو أي عقد أو اتفاق ضمني أو صريح، وأي كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق إذا كان محله أو كانت الآثار المترتبة عنه، من شأنها أن تمنع أو تقيد أو تحرف المنافسة"³.

والمقصود من ذلك اتجاه إرادة الأعوان الاقتصاديين إلى الانخراط في قالب مشترك يشكل سلوكا جماعيا لمجموع المؤسسات لتبني خطة مشتركة لغرض الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع أو الخدمات وهذا الشرط ضروري لقيام الاتفاق، وهو إتفاق لا يشترط أن يكون ذو طبيعة تعاقدية وإنما في شكل ترتيبات ودية للإخلال بالمنافسة عن طريق الخطة المتبناة من طرف الأعوان الاقتصاديين وذلك بتبادل المعلومات فيما بينهم، ويمكن أن تخص هاته الاتفاقات الأعوان الاقتصاديين من نفس المستوى أو من مستويات مختلفة⁴.

لا يمنع القانون تعاون المؤسسات وتنسيق الجهود فيما بينها من أجل تكريسها للقيام بدراسات وتبادل معلومات والخبرات بهدف الإنتاج والإنتاجية، بحيث يحظر قانون المنافسة الاتفاقات الضمنية والصريحة بين

¹ -المادة 06، من الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج، ر، ع 43، صادرة في 20 جويلية 2003،

المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 جوان 2008، ج، ر، ع 36، صادرة في 02 جويلية 2008.

² -لاكلي نادية، قانون المنافسة، ط 1، ابن ندیم للنشر والتوزيع، 2023، ص ص 50 51.

³ -تبورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة، الجزائر، 2013، ص 190.

⁴ -تبورسي محمد، المرجع نفسه، ص ص 190 191.

المؤسسات التي تنسق جهودها وتكرسها لتنظيم المنافسة وبالتالي عرقلة السير الطبيعي لقانون العرض والطلب ومثالا على ذلك التفاهم على سعر معين لخدمة أو سلعة معينة، أو تقسيم الأسواق ومصادر التموين والعديد من الممارسات والوسائل الأخرى التي تستخدم للإحتيال على قواعد المنافسة والتي ذكرها المشرع الجزائري على سبيل الحصر لا المثال¹.

تعتبر الاتفاقات المقيدة للمنافسة لعمليات اقتصادية اتجهت أو انصرفت إرادة أطرافها إلى اتباع سلوك مشترك وذلك بالتنسيق والتعاون وتكاثف جهود مؤسستين أو أكثر بهدف عرقلة المنافسة في سوق سلعة أو خدمة معينة، وتستبعد التصرفات الأحادية نظرا لغياب عنصر التراضي وتطابق الإرادات الحرة لأطراف هاته الاتفاقات².

تنقسم الاتفاقات المقيدة للمنافسة إلى اتفاقيات تعاقدية تتمثل في اتفاقات أفقية وأخرى عمودية.

والمقصود من الاتفاقات الأفقية، الإتفاقات التي تتم بين مجموعة من المؤسسات الذين لا توجد بينهم تبعية ولكن يعملون في مستوى واحد من السوق³، أي أن الاتفاقات الأفقية تشتمل على مجموعة من المؤسسات المستقلة والمتواجدة في نفس السلسلة الاقتصادية والتي تمارس نفس النشاط الاقتصادي كالاتفاق المبرم بين الموزعين⁴.

أما الاتفاقات العمودية فيقصد بها تلك الاتفاقات التي تتم على مستويات مختلفة في سوق الإنتاج والتوزيع أو الخدمات كتلك التي تنعقد بين منتج يتواجد في مستوى عالي نسبيا وموزعين يعملون في مستويات منخفضة مقارنة بمستواه وتستمد هاته الممارسات مرجعيتها من سلسلة الإنتاج والتوزيع أي الحركة العمودية للبضائع⁵.

يمكن للاتفاقات المقيدة للمنافسة أن تأخذ شكل عضوي كالاتفاقات المبرمة بين الجمعيات أو النقابات المهنية، بحيث يكيف هذا التصرف على أنه إتفاق مقيد للمنافسة وذلك لإحتواء موضوعها التأسيسي على

¹- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات بغداددي، 2012، ص 35.

²- لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 52.

³- شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار هومة، الجزائر، 2012، ص 73.

⁴- لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 53.

⁵- تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 191.

قرارات منافية لقواعد المنافسة، وذلك لتجاوز هذه الهيئات للسلطات المخولة لها أو كتحديد عتبة الإنتاج بين الأعضاء لغرض تقييد المنافسة.

تعتبر الاتفاقات الأفقية أكثر خطورة لإمكانية تقييدها أو حتى إلغائها للطابع التنافسي، وذلك لتأثيرها على صعيد الإنتاج والتوزيع، ولا يمكن حظر هاته الاتفاقات إلا في حالة تقييدها للمنافسة¹. بالرغم من إستبعاد التصرفات الأحادية من نطاق الحظر المتعلق بالاتفاقات المقيدة للمنافسة، إلا أن هناك أشكال فيما يخص تمييز هذا السلوك الأحادي عن السلوك الناجم عن تطابق الإرادة المشتركة بين المؤسسات أو الأعران الاقتصاديين، باعتبار أنه يمكن أن يؤثر قرار صادر عن عون اقتصادي واحد على أعران اقتصاديين آخرين وبالتالي ترتب إلتزامات على عاتق هؤلاء الأعران.

لا يحتج بالإكراه كعيب من عيوب الإرادة في قانون المنافسة، بحيث لا تشكل السياسة المفروضة من قبل المنتج على الموزعين التابعين لسلطته تصرفاً أحادي الجانب، وتعتبر اتفاقاً مقيداً للمنافسة خاصة إن تم تطبيق البنود المتعاقد عليها من قبل الموزعين أو المفروضة عليهم من طرف المنتج، أي أنه لا تشكل الضغوطات الاقتصادية التي يتعرض لها الموزعون عبئاً في الإرادة².

كذلك بالنسبة للممارسة المدبرة والتي تعتبر شكلاً من أشكال الاتفاقات المقيدة للمنافسة وهي عبارة عن تصرف قانوني خفي أي لا يظهر فيه رضا الأطراف المتعاقدين بل يكون ذو طابع ضمني، بحيث يمكن التمييز والفرقة بين الاتفاق والممارسة المدبرة لإحتواء هاته الأخيرة على تواطئ متناسق بين المؤسسات المتواجدة في نفس المستويات³.

و أيضاً من أشكال الاتفاق المحظور تماثل السلوكات، أي عندما تتخذ مجموعة من المؤسسات نفس الاستراتيجية التجارية كإتباع المؤسسات الاقتصادية للأسعار المرتفعة المقررة من طرف مؤسسة اقتصادية ضخمة لتحقيق هامش ربح أكبر وهذا دون وجود اتفاق بينهما، لا يعتبر تماثل السلوكات محظور

¹-لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 53.

²-لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 54.

³-لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 58.

إلا إذا كان هناك تطابق في الإرادات بين هاته المؤسسات التي تبنت سلوك مشترك ولو بصورة ضمنية، وأن تكون هاته الممارسات متشابهة بقدر كاف¹.

بالنسبة لما يتعلق بقرارات جمعيات المؤسسة والتي عرفها الفقه بأنها كل تعبير عن إرادة جماعية لعدة مؤسسات مجتمعة داخل هيكل واحد من أجل تحقيق هدف مشترك أي تجسيد تصرفات هذه المنظمة في قرار واحد وهذا ما يميزها عن الاتفاق وهي عبارة عن مجموعة من القرارات الداخلية للجمعية كالتحديد الجماعي للأسعار، أو قرارات متعلقة بعلاقات الجمعية مع الغير، ولا يطبق الحظر على القرارات الصادرة عن تجمعات مراقبة من طرف الدولة، لم ينص المشرع الجزائري على هذا النوع من الاتفاقات في قانون المنافسة إلا أن قرارات جمعيات المؤسسة تعتبر شكلا من أشكال الاتفاقات العضوية التي يمكنها التأثير على النشاط الاقتصادي.

يندرج مفهوم الاتفاق والممارسة المدبرة وقرارات جمعيات المؤسسة ضمن عبارة التواطؤ والذي يتجسد من خلال تعاون الأطراف ويعد من خلاله كل طرف مسؤولا عن تصرفات باقي الأطراف طيلة مدة هذا التواطؤ².

ثانيا) الامتناع عن استغلال وضعيه الهيمنة والتبعية الاقتصادية:

نظرا لإمكانية تتمتع مؤسسة اقتصادية معتبرة مقارنة بباقي المؤسسات المنافسة لها في السوق بسبب قدرتها الإنتاجية الفعالة واعتمادها لأجهزة حديثة وعمال أكفاء وغيرها من العوامل التي تساعدها في الهيمنة على السوق، وتعد وضعيه الهيمنة من بين الممارسات التي يمكن قيامها في السوق غير أنها لا تشكل ممارسة مقيدة للمنافسة إلا في حالة التعسف فيها³.

عرف المشرع الجزائري وضعيه الهيمنة من خلال الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف ذكره وذلك في المادة الثالثة الفقرة ج بأن وضعيه الهيمنة هي "الوضعيه التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على

¹ - محمد شريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة كتوراها في القانون العام، تيزي وزو الجزائر، 2005، ص 114.

² - لاكلي نادية، المرجع السابق، ص ص 63 64.

³ - لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 115.

مركز قوة إقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه تعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أو زبائنها، أو مموليها"¹.

ولقد تدخل المشرع الجزائري لمنع التعسف في استغلال الوضع المهيمن وذلك من خلال المادة 07 من الأمر السالف الذكر مبينا الشروط التي تمنع فيها الهيمنة حيث تضمن ما يلي " يحظر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكار لها أو جزء منها قصد :

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها،
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات أو التطور التقني،
- اقتسام الأسواق أو مصادر التمويل،
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار ولاخفائها،
- تطبيق شروط غير متكافئة لنفس الخدمات تجاه الشركاء التجاريين، مما يجرهم من منافع المنافسة،
- إخضاع إبرام العقود مع الشركاء لقبولهم خدمات إضافية ليس لها صلة بموضوع هذه العقود سواء بحكم طبيعتها أو حسب الأعراف التجارية².

وتحدد وضعية الهيمنة عن طريق معايير تشكل السوق المعيار الأساسي الذي يمكن لمجلس المنافسة من خلاله تحديد وضعية المؤسسات الاقتصادية المتنافسة فيها³، والمقصود بالسوق هو " كل سوق للسلع أو الخدمات المعنية بممارسات مقيدة للمنافسة وكذلك تلك التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية، لاسيما بسبب مميزاتها وأسعارها والاستعمال الذي خصصت له والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية"⁴.

كما قد يستند إلى بعض المعايير الاقتصادية لتحديد وضعية الهيمنة⁵، والتي تناولها المشرع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 المحدد للمقاييس التي تبين أن الوضع الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة والتي ذكرها على وجه الخصوص

¹ -المادة 03 ف ج، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

² -المادة 07، من الأمر رقم 03 03.

³ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 117.

⁴ -المادة 03 ف ب، من الأمر رقم 03-03.

⁵ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 117.

في المادة 02 منه كحصّة السوق التي يحوزها العون الاقتصادي مقارنة بالحصّة التي يحوزها كل عون من الأعوان الاقتصاديين الآخرين الموجودين في نفس السوق¹، بحيث يمكن اعتماد هاته المقاييس بالرغم من إلغاء المرسوم التنفيذي نظرا لإنعدام النصوص التي تبين كيفية تحديد وضعية الهيمنة².

تضمنت المادة 09 من قانون المنافسة السالف الذكر الإستثناءات الواردة على حظر الاتفاقات والتعسف في وضعية الهيمنة وذلك بأنه لا تخضع لأحكام المادتين 6 و7 أعلاه الاتفاقات والممارسات الناتجة عن نص تشريعي أو نص تنظيمي اتخذ تطبيقا له.

يرخص بالاتفاقات والممارسات التي يمكن أن يثبت أصحابها أنها تؤدي إلى تطور اقتصادي أو تقني أو تساهم في تحسين الشغل، أو من شأنها السماح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعزيز وضعيتها التنافسية في السوق.

لا يستفيد من هذا الحكم سوى الإتفاقات والممارسات التي كانت محل ترخيص مجلس المنافسة³. بالنسبة للاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية هي حالة تحدث في حالة غياب الحل البديل وعرفها المشرع الجزائري من خلال المادة 3 الفقرة د من قانون المنافسة بأها " العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا"⁴.

لم يحظر المشرع الجزائري التبعية الاقتصادية إنما حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، ويتجلى هذا من خلال مضمون المادة 11 من قانون المنافسة، والتي نصت على أنه " يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التبعية لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة.

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في :

■ رفض البيع دون مبرر شرعي،

¹ -المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 314-2000، المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، المحدد للمقاييس التي تبين أن الوضع الاقتصادي

مهيمن وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة (الملغى)، ج ر، ع 61، صادرة في 18 أكتوبر 2000.

² -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 117.

³ -المادة 09، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁴ -المادة 03 ف د، من الأمر رقم 03-03 .

- البيع المتلازم أو التمييزي،
- البيع المشروط بإقتناء كمية دنيا،
- الإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى،
- قطع العلاقة التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة،
- كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق¹.

ثالثا) الامتناع عن ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي:

يعتبر ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي من الممارسات المقيدة للمنافسة، وهذا ما نصت عليه المادة 12 من قانون المنافسة بأنه "يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها"².

لم يكتفي المشرع الجزائري فقط بمنع ممارسة هذا البيع بل إنه اقتضى أن يمتد هذا الحظر إلى محاولة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا، ذلك أن مجرد عرض مثل هذه الأسعار يمكن أن يعرض المؤسسة للمتابعة³.

يتجلى لنا من خلال استقراء نص المادة السالفة الذكر أنه يجب توفر جملة من الشروط ليعتبر البيع يباع بأسعار مخفضة تعسفيا وهي عرض أسعار البيع، والبيع بأسعار أقل من تكاليف الإنتاج، التحويل والتسويق ويشترط في الأخير أن يكون البيع بأسعار مخفضة تعسفيا موجه للمستهلك.

لا تعتبر هذه الممارسة محظورة إلا في حالة عرض المنتج بسعر أدنى من سعر التكلفة فالتعسف يكمن في عرض سعر أقل من سعر التكلفة⁴، ولا يمكن حظر البيع بالخسارة إلا في حالة تقييده للمنافسة بين باقي المتنافسين المتواجدين في نفس السوق، إذ يجب أن تهدف المؤسسة من وراء البيع بالخسارة إلى تقييد المنافسة من خلال إقصاء مؤسسة منافسة لها⁵.

¹ -المادة 11، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

² -المادة 12، من الأمر رقم 03-03.

³ -كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، 2009، ص 82.

⁴ -محمد تيورسي، المرجع السابق، ص 117.

⁵ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 151.

هناك استثناءات واردة على إعادة البيع بالخسارة وعدم اعتباره ممارسة محظورة وهذا ما تضمنته المادة 19 من القانون 04-02 المتعلق بقواعد الممارسات التجارية بأنه " يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي.

يقصد بسعر التكلفة الحقيقي، سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الإقتضاء، أعباء النقل.

غير أنه لا يطبق هذا على :

- السلع السهلة التلف والمهددة بالفساد السريع،
- السلع التي يبيع بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي،
- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنيا،
- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وفي هذه الحالة، يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين الجديد،
- المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة¹.

الفرع الثاني: الإلتزام بإخضاع التجمعات الاقتصادية لرقابة مجلس المنافسة.

ارتأى المشرع الجزائري إلى إدراج التجمعات الاقتصادية ضمن الممارسات التجارية التي يمكن أن تقيّد المنافسة، وتناولها لوحدها من خلال الفصل الثاني من قانون المنافسة ومنح مجلس المنافسة صلاحية مراقبتها، أي أنه وبالرغم من كونها لا تنتمي إلى الممارسات المقيدة للمنافسة إلا أنه يمكن أن تمس بها، وذلك لإمكانية لجوء بعض المؤسسات إليها لتعزيز وضعيتها التنافسية في السوق والتي قد تصل إلى درجة الهيمنة مما يؤدي إلى إقصاء باقي المتنافسين².

سنتطرق في هذا الفرع إلى تحديد مفهوم التجمعات الاقتصادية وصورها (أولا) ثم الشروط الواجب توفرها والإجراءات الواجب تتبعها لممارسة الرقابة على هاته التجمعات (ثانيا).

¹ - المادة 19، من القانون رقم 04-02، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

² - لاكلي نادية، المرجع نفسه، ص 152.

أولاً) مفهوم التجميعات الاقتصادية وصورها:

عرف التجميع الاقتصادي بأنه تحويل حق ملكية أو الإرتفاع بكيان إقتصادي لمصلحة كيان إقتصادي آخر بشكل كلي أو جزئي، أو تشكيل وحدة اقتصادية جديدة، كما يعرفه البعض بأنه يرتكز على عنصرين أساسيين هما تحويل الملكية أو الانتفاع بممتلكات المنشأة وحقوقها والتزاماتها من جهة، وتمكين المنشأة أو مجموع المنشآت من ممارسة نفوذ على بقية المنشآت من جهة أخرى¹.

فالتجميع الاقتصادي عبارة عن علاقة قانونية ناتجة عن تصرف قانوني بين مؤسستين أو أكثر تتمتع بالاستقلالية ثم تفقد إحداها هذه الاستقلالية بمجرد اندماجها في الأخرى، مما يؤدي إلى إنشاء وحدة القرار بين المؤسسات المجتمعة من أجل تعزيز وضعيتها الاقتصادية إزاء منافسيها في السوق².

عدد المشرع الجزائري أشكال عملية التجميع الاقتصادي من خلال المادة 15 من قانون المنافسة على أنه " يتم التجميع في مفهوم هذا الأمر إذا اندمجت مؤسستان أو أكثر كانت مستقلة من قبل، أو حصل شخص أو عدة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسسة على الأقل، أو حصلت مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو عدة مؤسسات أو على جزء منها، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، عن طريق أخذ أسهم في رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى، أو أنشأت مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة إقتصادية مستقلة³.

يمكن للتجميع الإقتصادي أن يكون أفقياً عندما يحصل بين مؤسسات متواجدة في نفس السلسلة الاقتصادية كالتجميع القائم بين منتجين أو موزعين.

كما يمكن أن يكون عمودياً عندما ينشأ بين مؤسسات متواجدة في مستويات مختلفة في السلسلة الاقتصادية كأن ينشأ بين منتجين وموزعين.

يمكن للتجميع الاقتصادي أن ينشأ عن طريق الاندماج أو عن طريق الانقسام⁴.

¹-محمد تيورسي، المرجع السابق، ص 234.

²-لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 152.

³-المادة 15، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁴-لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 154.

ثانياً) شروط وإجراءات الرقابة على التجميعات الاقتصادية:

لممارسة الرقابة على التجميع الاقتصادي يجب أن يقيد هذا الأخير المنافسة في السوق المعنية وتجاوزه للحد القانوني المقرر له، وبعد توفر هذان الشرطان تتم المؤسسات المعنية جملة من الإجراءات القانونية والمتمثلة في تقديم طلب لدى مجلس المنافسة الذي يمكن قبوله أو رفضه أو قبوله مع اشتراط جملة من الشروط لتخفيف أثر التجميع الاقتصادي على المنافسة.

سنتطرق إلى شروط التجميعات الاقتصادية (أ)، ثم إلى الإجراءات الرقابة عليها (ب).

أ) شروط التجميعات الاقتصادية:

- تقييد التجميع الاقتصادي للمنافسة في السوق المعنية: نصت المادة 17 من قانون المنافسة على أنه "كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة، ولا سيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما، يجب أن يقدم أصحابه إلى مجلس المنافسة الذي يبت فيه في أجل ثلاثة (3) أشهر¹.
- تجاوز التجميع الاقتصادي للحد القانوني: نصت المادة 18 من القانون السالف الذكر على الحد القانوني للتجميع الاقتصادي وهو كلما كان يرمي إلى تحقيق 40 بالمئة من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق معينة، وتطبق عليه في هذه الحالة أحكام المادة 17 أعلاه².

ب) إجراءات الرقابة على التجميعات الاقتصادية:

يتوجب على المؤسسات المعنية بالتجميع الاقتصادي تقديم طلب لدى مجلس المنافسة بهدف الحصول على ترخيص لممارسة هذا التجميع³. يقدم طلب الترخيص لعملية التجميع الاقتصادي المتعلق باندماج مؤسستين أو أكثر أو بإنشاء مؤسسة مشتركة في مفهوم أحكام المادة 15 من قانون المنافسة في الفقرتين الأولى والثالثة بالاشتراك بين الأطراف المعنية في التجميع، في حالة إذا ما كانت عملية التجميع ترمي إلى الحصول على المراقبة وهذا حسب ما جاء في الفقرة الثانية من المادة نفسها يقدم طلب الترخيص الشخص أو الأشخاص الذين يقومون بعملية التجميع⁴.

¹ - المادة 17، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

² - المادة 18، من الأمر رقم 03-03.

³ - المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 05-219، المؤرخ في 22 جوان 2005، يتعلق بالترخيص لعمليات التجميع الاقتصادي،

ج ر، ع 43، صادرة في 22 جوان 2005.

⁴ - المادة 04، من المرسوم التنفيذي رقم 05-219.

تقدم طلب الترخيص المؤسسات المعنية بعملية التجميع الإقتصادي أو ممثلوها الذين يجب أن يقدموا توكيلا مكتوبا يبرر صفة التمثيل المخولة لهم¹. ويتكون ملف طلب الترخيص من الوثائق المنصوص عليها في المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المتعلق بالترخيص لعمليات التجميع الإقتصادي². بعد تقديم طلب الترخيص لدى مجلس المنافسة يقوم بالفصل فيه ويبت فيه في أجل ثلاثة أشهر³.

بعد الفصل في طلب الترخيص يمكن لمجلس المنافسة أن يرخص بالتجميع أو يرفضه بمقرر معلل بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالقطاع المعني بالتجميع، ويمكن أن يقبله بشروط من شأنها التخفيف من آثار التجميع، كما يمكن للمؤسسات المكونة للتجميع أن تلتزم من تلقاء نفسها بتعهدات من شأنها تخفيف آثار التجميع، ويمكن الطعن في قرار رفض التجميع أمام مجلس الدولة⁴.

يترتب على هذا الإجراء أثر موقف، إذ لا يمكن أن تتخذ المؤسسات المعنية أي تدبير خلال هذه المهلة إلا بعد صدور قرار مجلس المنافسة⁵.

يعاقب على عمليات التجميع المنصوص عليها في المادة 17 أعلاه التي أنجزت بدون ترخيص من مجلس المنافسة بغرامة مالية يمكن أن تصل إلى 07 بالمئة من رقم الأعمال من غير الرسوم المحققة في الجزائر خلال آخر سنة مالية محتتمة، ضد كل مؤسسة هي طرف في التجميع أو ضد المؤسسة التي تكونت من التجميع⁶.

يمكن للحكومة في حالة رفض مجلس المنافسة لترخيص عملية التجميع وذلك إما تلقائيا أو بناء على طلب المؤسسة المعنية إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك⁷، وترخص تجميعات المؤسسات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي⁸، ويجب أن يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تنظيمي أو تشريعي له صلة بالمنافسة.

¹- المادة 05، من المرسوم التنفيذي رقم 05-219، يتعلق بالترخيص لعمليات التجميع الإقتصادي، السالف ذكره.

²- المادة 06، من المرسوم التنفيذي رقم 05-219.

³- المادة 17، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁴- المادة 19، من الأمر رقم 03-03.

⁵- لاكملي نادية، المرجع السابق، ص 162.

⁶- المادة 61، من الأمر رقم 03-03.

⁷- المادة 21، من الأمر رقم 03-03.

⁸- المادة 21 مكرر، من الأمر رقم 12-08، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

تعفى بعض التجميعات الاقتصادية من الحظر في حالة تقييدها للمنافسة في الحالات المذكورة أعلاه وهذا لمساهمتها في التحسين الإقتصادي وتحسين الشغل¹.

المطلب الثاني: إلتزامات المتدخل(العون الاقتصادي) في قانون الممارسات التجارية.

من خلال ما تناوله المشرع الجزائري في قانون الممارسات التجارية 04-02 المعدل والمتمم وسعيه لتنظيم مختلف العلاقات القائمة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين المتواجدين في السوق، وذلك من خلال فرض جملة من الإلتزامات عليهم، التي تهدف من جهة إلى حماية المستهلك سواء قبل التعاقد أو بعد التعاقد ومن جهة أخرى تهدف إلى إضفاء الشفافية والنزاهة خلال ممارسة الأنشطة التجارية وإحقاق المنافسة الشريفة.

حيث سنتطرق أولا إلى إلتزام العون الإقتصادي بشفافية الممارسات التجارية، ثم إلى إلتزامه بتراهتها.

الفرع الأول: إلتزام العون الاقتصادي بشفافية الممارسات التجارية.

تطرق المشرع الجزائري لشفافية الممارسات التجارية في الباب الثاني من قانون الممارسات التجارية السالف ذكره، وذلك بين الأعوان الإقتصاديين ولم يهمل مصلحة المستهلك خلال تعامله مع العون الإقتصادي بل ألزم هذا الأخير بضرورة الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع باعتباره بائعا وهذا قبل التعاقد وألزمه بعد التعاقد بتسليم فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها، وهذا ما سنتطرق إليه على التوالي.

أولا) الإلتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع:

■ في مواجهة الأعوان الاقتصاديين: نصت المادة 04 من قانون الممارسات التجارية على أنه "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بالأسعار وتعريفات السلع وشروط البيع"². ويكون هذا الإعلام في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأي وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة³. وتكمن أهمية هذا الإلتزام تجاه الأعوان الاقتصاديين في أنه يدعم

¹-المادة 36، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

²-المادة 04، من القانون رقم 02-04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

³-المادة 07، من القانون رقم 02-04.

المساواة فيما بين البائعين ويسمح للتجار من التحقيق فيما إذا كان مورديهم لم يفرضوا عليهم أسعارا أو شروط بيع مجحفة تخالف الأسعار والشروط الممنوحة لأعوان اقتصاديين آخرين¹. يلزم العون الاقتصادي بإعلام الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشروط البيع وهذا ما أقره المشرع من خلال أحكام المادة 09 من قانون الممارسات التجارية والتي نصت على أنه " يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كفيات الدفع عند الاقتضاء، الحسوم والتخفيضات والمسترجعات"²، غير أن المشرع لم يتطرق صراحة إلى إعداد جداول الأسعار ووثائق شروط البيع ولذا فهو يلزم البائع أو مقدم الخدمات بإعلام المشتري أو المستفيد من الخدمة بحسب ما تضمنته المادة 04 السالفة الذكر. ويلاحظ من نص هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يربط تنفيذ الإلتزام بالإعلام بشروط البيع وإنما أغفل هذه المسألة، خلافا للإلتزام البائع بالإعلام بجدول الأسعار الذي يلزم البائع بإعلام الزبون المهني "العون الاقتصادي" بالأسعار والتعريفات إن طلبها³.

■ **في مواجهة المستهلكين:** يعتبر الإلتزام بالإعلام عامل تنمية وتشجيع للمنافسة الشريفة والترهبة بحيث يهدف هذا الإلتزام إلى تمكين المستهلك من الإطلاع على الخصائص الأساسية للمنتوج وهو حق من حقوقه الأساسية تسمح له بإختيار واقتناء السلع التي تستجيب لحاجاته ورغباته وبذلك يتمكن من اتخاذ قراراته عن علم ودراية ويرشد استهلاكه مما يعود عليه بالمنفعة وعلى السوق وذلك بالقضاء على المنتجات والخدمات ذات النوعية الرديئة⁴.

أوجب المشرع الجزائري من خلال قانون الممارسات التجارية في سعيه لإضفاء شفافية الممارسات التجارية بين العون الاقتصادي والمستهلك بضرورة إعلام هذا الأخير بالأسعار والتعريفات وشروط البيع عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة وذلك بصفة مرئية ومقروءة⁵، ويجب أن تحتوي الأسعار المطبقة على جميع الرسوم الواجب دفعها لكل خدمة مقترحة محتوية التكاليف

¹- محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، المرجع السابق، ص 80.

²- المادة 09، من القانون رقم 02-04، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

³- محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، المرجع السابق، ص ص 83 84

.85

⁴- محمد شريف كتو، المرجع نفسه، ص ص 80 81.

⁵- المادة 04 و 05، من القانون 02-04.

الإضافية المقترحة التي يتحملها المستهلك كنفقات التسليم أو إرسال السلعة أي يجب أن توافق الأسعار والتعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة¹.

تتطلب بعض قطاعات النشاط والسلع والخدمات المعنية كجيفيات خاصة بالإعلام والتي تعتمد على استعمال وسائل معنية للإشهار والاتصال لاسيما الدعائم التقنية والتكنولوجية².

يلزم البائع بتقديم معلومات نزيهة حول المنتج أو الخدمة المعروضة على المستهلك ويتجلى ذلك من خلال المادة 08 من قانون الممارسات التجارية والتي نصت على أنه "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بسميزات هذا المنتج أو الخدمة"، كما نصت على إخبار المستهلك بشروط البيع حيث ألزم البائع بإعلام المستهلك بشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقع للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة³.

ثانياً) الإلتزام بتحرير فاتورة أو وثيقة تقوم مقامها:

ألزم قانون الممارسات التجارية المعدل والمتمم الأعوان الاقتصاديين بتقديم الفاتورة عند ممارستهم نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات والصناعة التقليدية والصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعته القانونية.

تسلم الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها إجبارياً من طرف البائع في حالة ما إذا كان المشتري عوناً اقتصادياً، ويحل محلها وصل الصندوق أو سند المعاملة إذا ما كان المشتري مستهلكاً، ويمكن لهذا الأخير طلب الفاتورة فتكون في هذه الحالة واجبة التسليم من طرف البائع للمشتري أو المستفيد من الخدمة⁴.

■ تسليم الفاتورة للعون الاقتصادي أو وثيقة تقوم مقامها: يجب أن يكون كل تعامل اقتصادي سواء بيع سلع أو تأدية خدمات مصحوباً بفاتورة يلزم البائع بتسليمها ويلزم المشتري بطلبها منه وتسلم عند البيع أو تأدية الخدمة، يمكن أن يحل محل الفاتورة بدائل حددها القانون¹.

¹- محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص 82.

²- المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 09-65، المؤرخ في 07 فيفري 2009، الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول

الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية، ج ر، ع 10، صادرة في 11 فيفري 2009.

³- المادة 08، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

⁴- المواد 02 و 03، من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر،

ع 46، صادرة في 18 أوت 2010.

ويجدر الإشارة إلى أنه يقبل وصل التسليم بدل الفاتورة في المعاملات التجارية المتكررة والمنتظمة عند بيع منتوجات لنفس الزبون ويجب أن تحرر فاتورة إجمالية شهريا تكون مراجعها وصولات التسليم المعنية، ويستثنى من هذا كل الأعوان الاقتصاديين الغير مرخص لهم صراحة بواسطة مقرر من الإدارة المكلفة بالتجارة، ويختص سند التحويل بالبضائع التي ليست محل معاملات تجارية باعتباره مبرر لتحركها خلال عملية النقل².

تحرر الفاتورة ووصل التسليم والفاتورة الاجمالية وكذا سند التحويل وفق الشروط والكيفيات المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05-468³.

■ تسليم وصل الصندوق أو الفاتورة للمستهلك: يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون⁴.

الفرع الثاني: إلتزام العون الإقتصادي بنزاهة الممارسات التجارية.

سعى المشرع الجزائري من خلال القواعد المتعلقة بالممارسات التجارية إلى تكوين علاقات تجارية مشروعة ومتوازنة هذا بفضل التكامل الناجم عن تعاضد القواعد المتعلقة بشفافية الممارسات التجارية التي تطرقنا إليها والقواعد المتعلقة بنزاهة هذه الممارسات والتي سنتناولها في ما يلي والتي تضمنها الباب الثالث من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم، والمتمثلة في الممارسات التجارية غير الشرعية (أولا)، وممارسة أسعار غير الشرعية (ثانيا)، وكذلك الممارسات التجارية التدليسية (ثالثا)، وغير التزيهة (رابعا)، والتعاقدية التعسفية (خامسا). يلزم العون الاقتصادي بالامتناع عن هذه الممارسات.

أولا) الامتناع عن الممارسات التجارية غير الشرعية:

تعد كل من الممارسات التجارية التي من شأنها أن تؤدي إلى الإخلال بالمعاملات التجارية الشريفة والتزيهة والتي أدرجها المشرع في الفصل الأول من الباب الثالث من قانون الممارسات التجارية والمتمثلة في ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة اللازمة لذلك ورفض البيع والبيع المشروط بمكافأة والبيع

¹ -المادة 10، من القانون رقم 10-06، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره..

² -المادة 11، من القانون رقم 10-06

³ -المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر، ع 80، صادرة في 11 ديسمبر 2005.

⁴ -المادة 10 الفقرة 03، من القانون 10-06.

المتلازم والبيع المشروط وبيع المواد الأولية على حالتها الأصلية وإعادة البيع بالخسارة وممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر.

أ) منع ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة اللازمة لذلك: نصت المادة 14 من قانون الممارسات التجارية السالف ذكره على أنه "يمنع على أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها"¹. حيث يلزم كل شخص طبيعي أو اعتباري يرغب في ممارسة نشاط تجاري بالقيود في السجل التجاري².

منع القانون التجاري الجزائري ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة اللازمة لذلك نظرا لما تلحقه من أضرار تؤدي إلى الإخلال بالمساواة في المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين وهذا لتهربهم من دفع الضرائب والأعباء التي تفرضها القوانين³.

ب) رفض البيع أو تقديم خدمة: نصت الفقرة 02 من المادة 15 من قانون الممارسات التجارية بأنه "يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة دون مبرر شرعي إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت خدمة متوفرة"⁴. ويشترط حتى تكون هذه الممارسة ممنوعة ثلاثة شروط، أولها الطلب مهما كان الشكل الذي قدم فيه وأن يكون الطلب ذا نية حسنة، وأن يكون محل الرفض بيع منتج أو أداء خدمة كل هذا شريطة أن تكون السلعة المطلوبة متوفرة وجاهزة والخدمة المطلوبة يمكن أدائها⁵.

ج) البيع بمكافأة: تضمنت المادة 16 من قانون الممارسات التجارية الشروط والحالات التي يكون فيها البيع بالمكافأة يباع يعاقب عليه قانونيا بحيث يقتضي المشرع الجزائري من خلال نص هذه المادة أنه "يمنع كل بيع أو عرض بيع لسلع أو أداء خدمة أو عرضها عاجلا أم آجلا مشروطا بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات

¹ - المادة 14، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

² - المادة 04، من القانون رقم 04-08، المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر، ع 52، صادرة في 18 أوت 2004، المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-08، المؤرخ في 10 جوان 2018، والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر، ع 35، صادرة في 13 جوان 2018.

³ - محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص 92.

⁴ - المادة 15 ف 02، من القانون رقم 04-02.

⁵ - محمد شريف كتو، المرجع نفسه، ص 93.

إلا إذا كانت من نفس السلع أو خدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة وكانت قيمتها لا تتجاوز 10 بالمئة من المبلغ الإجمالي للسلع والخدمات المعنية.

ولا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات¹.

(ح) منع البيع المشروط (المتلازم): منع المشرع الجزائي البيع المشروط وتطرق إلى الحالات التي يكون فيها بيعا محظورا وأقر ذلك من خلال المادة 17 من القانون السالف الذكر التي نصت بأنه "يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بأخرى أو بشراء سلعة"، لا يعنى بهذا الحكم السلع من نفس النوع المبيعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة².

والعلة في منع هذا النوع من البيع أنه يؤدي إلى فرض شراء أكثر مما يريده الزبون وفوق حاجته الحقيقية³.

(خ) منع ممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر: حسب ما نصت عليه المادة 18 من قانون الممارسات التجارية السالف ذكره فإنه "يمنع على أي عون إقتصادي ممارسة نفوذ على عون إقتصادي آخر أو يحصل منه على أسعار أو أجال دفع أو شروط بيع أو كيفيات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تفتضيه المعاملات التجارية التزيهة والشريفة"⁴.

يستنتج من نص المادة أنه توجد ممارسات تتم فيما بين الأعوان الاقتصاديين تعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة وذلك بممارسة عون اقتصادي نفوذ على عون اقتصادي آخر وذلك بأن يحصل على مميزات لا يحصل عليها عون اقتصادي آخر سواء تعلق الأمر بالأسعار أو أجال الدفع أو شروط البيع، أو كأن ينقل عون إقتصادي سلعا لأحد الأعوان دون غيرهم، أو يفرض على بعض الأعوان الدفع المسبق في حين يمنح البعض الآخر آجالا للدفع دون مبرر شرعي⁵.

¹ -المادة 16، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

² -المادة 17، من القانون رقم 04-02.

³ -محمد شريف كتو، المرجع السابق، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص 96.

⁴ -المادة 18، من القانون رقم 04-02.

⁵ -زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 75.

د) منع البيع بالخسارة: يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي¹، ويعد البيع بالخسارة نوع من الاحتكار حيث يهدف تخفيض ثمن السلعة إلى تدمير صغار البائعين والأعوان الاقتصاديين، فقد يتفق بعض الأعوان الاقتصاديون المحتكرون فيما بينهم على تخفيض سعر سلعة معينة مؤقتاً من أجل إغلاق المؤسسات الصغيرة المنافسة ثم بعد أن يتم إغلاقها يقوم المحتكرون برفع السعر مرة أخرى حيث لا يوجد غيرهم في السوق².

ذ) منع بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية: يمنع إعادة بيع المواد الأولية على حالتها الأصلية وذلك إذا كان القصد من اقتنائها التحويل واستثني من ذلك الحالات المبررة كتوقيف النشاط أو تغييره أو حالة القوة القاهرة³.

ر) مراقبة البيوع خارج المحلات وعند مخازن المعامل وبالتخفيض وعند تصفية المخزونات والبيع الترويجي: يلجأ التجار لتصريف سلعتهم في فترات زمنية معينة باستعمال بعض الأساليب والتقنيات الغير عادية في مقابل تقديمهم بعض المزايا لجذب الزبائن مثل تخفيض أسعار البيع، حيث تضمنت المادة 21 من قانون الممارسات التجارية هذه البيوع ونصت على ما يلي " تحدد عن طريق التنظيم، شروط وكيفيات البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، أو البيع عند مخازن المعامل، والبيع بالتخفيض، والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع الترويجي"⁴.

يحدد المرسوم التنفيذي رقم 06-215 شروط وكيفيات ممارسة هذه البيوع⁵.

ثانياً) الإمتناع عن ممارسة أسعار غير الشرعية:

تطرق المشرع الجزائري إلى موضوع ممارسة أسعار غير الشرعية في الفصل الثاني من الباب الثالث من قانون الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف ذكره، بحيث نصت عليها المواد 22 و 23 منه و 22 مكرر التي استحدثها المشرع في القانون 10-06 المعدل والمتمم لقانون الممارسات التجارية 04-02.

¹ -المادة 19، من القانون 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

² -بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي في اطار قانون المنافسة والممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو الجزائر، 2018، ص 105.

³ -المادة 20، من القانون رقم 04-02.

⁴ -المادة 21، من القانون رقم 04-02.

⁵ -المرسوم التنفيذي رقم 06-215، المؤرخ في 18 جوان 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، ج ر، العدد 41، صادرة في 21 جوان 2006.

وهذا نظرا لأهمية الأسعار في استقرار السوق والمجتمع، بحيث تمنع ممارسة أسعار غير الشرعية سواء تم ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة¹، فممارسة حرية الأسعار فعل لا يجرم إلا إذا كان محل الممارسة سلع أو خدمات تخضع لنظام الأسعار المقننة والتي تتم بطريقة غير ظاهرة من شأنها أن تمكن القائم بها بإعادة بيعها بالسعر الذي يريده². فالقاعدة العامة في الأسعار هي حريتها إلى أن هذه الحرية تنقلص حين تتدخل الدولة لتحديد بواسطة التنظيم أسعار بعض السلع والخدمات نظرا لطابعها الاستراتيجي ومنع تعسف بعض الأعوان الاقتصاديين³، الذين في الأصل هم ملزمون بالتقيد بهوامش الربح والأسعار المسقفة والمصادق عليها، كذلك يلزم الأعوان الاقتصاديون بالإمتناع عن الممارسات التي ترمي إلى القيام بتصرّجات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار، وإضفاء زيادات غير شرعية⁴.

كما يجب الإلتزام بإيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات تلك التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما لدى السلطات المعنية وهذا أيضا إذا كانت محل تدابير تصديق على الهوامش والأسعار، وذلك ضمن شروط وكيفيات تحدد عن طريق التنظيم⁵.

ثالثا) الإمتناع عن الممارسات التجارية التدليسية:

تعتبر الممارسات التجارية التدليسية جملة من المناورات التي تؤدي إلى عتامة المعاملات التجارية وإخفاء شروطها الحقيقية⁶. حيث منع المشرع الجزائري من خلال المادة 24 من قانون الممارسات التجارية الممارسات التجارية التي ترمي إلى دفع أو إستلام فوارق مخفية للقيمة، تحرير فواتير وهمية أو مزيفة، إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية. كما تضمنت المدة 25 من القانون السالف ذكره بعض الممارسات التجارية التدليسية الأخرى المتمثلة

¹ - محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، المرجع السابق، ص 108.

² - غزالي نصيرة وعمران عائشة، ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، ع 02، المجلد 05، 2021، ص 1429.

³ - سهيلة بوزبرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، مجلة الأبحاث القانونية والسياسية، ع 05، 2017، ص 129.

⁴ - المواد 22 و 23، من القانون رقم 02-04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

⁵ - المادة 22 مكرر، من القانون رقم 06-10، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

⁶ - محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، المرجع السابق، ص 111.

في حيازة منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية، أو مخزون من المنتوجات بهدف تخفيض الارتفاع الغير مبرر للأسعار، أو أن يكون هذا المخزون خارج تجارتهم الشرعية قصد بيعه¹. بحيث تعتبر هذه الممارسات التجارية المنصوص عليها في المادة 25 صورا من صور المضاربة غير المشروعة².

رابعا) الإمتناع عن الممارسات التجارية غير النزيهة:

عرف الفقه الفرنسي الممارسات التجارية غير التزيهة بأنها كل وسيلة مخالفة للقانون بما فيها المخالفة لأعراف التجارة، الإتفاقات الخاصة كالبيع بالخسارة أو التجمعات الممنوعة، تعد ممارسة غير مشروعة وحتى مخالفة العقد في شرطه عدم الممارسة مثل عقود العمل وبيع المحل التجاري وتحويل الزبائن بفعل مناورات المنافس³.

عرف المشرع الجزائري الممارسات التجارية غير التزيهة من خلال وصفه وتعداده لهذه الممارسات⁴، بحيث تمنع كل ممارسة تجارية مخالفة لأعراف التجارة النزيهة والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو أعوان اقتصاديين آخرين ممارسة غير نزيهة⁵.

علاوة على ذلك أشار المشرع للإشهار غير الشرعي واعتبره ممارسة تجارية غير نزيهة حيث يعتبر كل إشهار تضليلي إشهارا غير شرعي وممنوع إذا توفر فيه شرطا الوجود والتضليل⁶، لاسيما إذا تضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته أو عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو منتوجاته أو خدماته أو نشاطه، كذلك إذا تعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب أن يقدمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار⁷.

¹ -المادة 24 و25، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

² -محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص112.

³ -براشمي مفتاح، منع الممارسات التجارية غير التزيهة في القانون الجزائري دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن بلة، 2018، ص10.

⁴ -راجع المادة 27، من القانون رقم 04-02.

⁵ -المادة 26، من القانون رقم 04-02.

⁶ -محمد شريف كتو، المرجع نفسه، ص119.

⁷ -المادة 28، من القانون رقم 04-02.

خامسا) الإمتناع عن الممارسات التجارية التعاقدية التعسفية:

يعرف الشرط التعسفي بأنه الشرط الذي يفرض على الغير المحترف أو المستهلك من قبل المحترف نتيجة تعسف في استعمال هذا الأخير لنفوذه الاقتصادي بغرض الحصول على ميزة فاحشة¹. وعرفه المشرع الجزائري من خلال قانون الممارسات التجارية بأنه كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد².

حيث نصت المادة 29 من قانون الممارسات التجارية السالف ذكره على أنه "تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لاسيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

- أخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك،
- فرض إلتزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد،
- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك،
- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في إتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية،
- إلزام المستهلك بتنفيذ إلتزاماته دون أن يلزم نفسه بها،
- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخذ هو بالإلتزام أو بعدة إلتزامات في ذمته،
- التفرد بتغيير أجال تسليم المنتج أو تنفيذ خدمة،
- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة³.

وبهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود، ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية¹.

¹ - السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشآت المعارف، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، ط 01، الإسكندرية مصر، 1998، ص32.

² - المادة 03، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

³ - المادة 29، من القانون رقم 04-02.

أما فيما يخص شروط منع وبطلان البنود التعسفية فإن ثبوت وصف التعسف لا يكفي لوحده لمنع وبطلان هذا البند وإنما لابد من توفر بعض الشروط لذلك، وهي وجود إتفاق أو إتفاقية بين بائع ومستهلك أي وجود عقد استهلاك، وأن يحرر هذا العقد مسبقاً من طرف البائع، وإذعان المستهلك².

¹-المادة 30، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

²-محمد شريف كتبو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص124.

من خلال دراستنا لهذا الفصل فإن المشرع الجزائري وفي سعيه لحماية المستهلك وضمان أمنه وسلامته وهذا نظرا للإنتتاح الاقتصادي وشدة المنافسة وتعدد الممارسات التجارية وتنوع المنتجات واختلاف طبيعتها ودرجة تعقيدها وتطورها خاصة التكنولوجية منها والصناعية، تدخل المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 (المعدل والمتمم) بإقرار الحقوق الشرعية للمستهلك، والتي تتجسد في شكل إلتزامات تقع على عاتق المتدخل وهذا لغرض إحقاق التوازن والتكافؤ في العلاقة الاستهلاكية التي دائما ما يكون فيها المستهلك طرفا ضعيفا أمام المتدخل صاحب القوة الاقتصادية والكفاءة المعرفية والتقنية وهذا ما يؤدي إلى إفقاد العلاقة الاستهلاكية توازنها وتكافؤها.

وعليه ألزم المتدخل بجملة من الإلتزامات الواجب مراعاتها والمتمثلة في الإلتزام بمطابقة المنتجات وذلك باحترامه للمواصفات القانونية والقياسية بهدف توفير منتجات ذات جودة عالية في الأسواق وخالية من العيوب وتوفر حماية أكبر للمستهلك، والإلتزام بسلامتها وأمنها باحترام شروط النظافة والنظافة الصحية ونظافة المواد الملامسة لها وذلك طيلة مراحل تكوينها وتجهيزها وعرضها وتسليمها واحترام الخصائص التقنية والمكروبيولوجية في تكوينها. يلزم أيضا بإعلام المستهلك بكافة المعلومات عن المنتجات التي يسوق لها، بغرض تكوين رضا حر وسليم لديه وحفاظا على أمنه وسلامته وتحقيق غايته المشروعة وتجنبيه الأضرار التي قد تلحق به من جراء المنتج محل التعاقد، في الأخير يلزم المتدخل بضمان المنتجات التي يعرضها للاستهلاك لمدة معينة، وقد استحدث المشرع حماية إضافية للمستهلك، تتمثل في خدمة ما بعد البيع تضمن للمستهلك صيانة وإصلاح ما اقتناه من منتجات بعد إنتهاء فعالية الضمان، إما لإنتهاء مدة الضمان، أو لأسباب أخرى لا يمكن للضمان أن يكون فيها فعالا.

إضافة إلى هذا تدخل المشرع أيضا بموجب قانوني المنافسة والممارسات التجارية، قصد إحقاقه للتوازن بين حماية المستهلك وحرية المنافسة، حيث ألزم المتدخل بموجب القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (المعدل والمتمم) وسماه بالمؤسسة، بالامتناع عن الممارسات المنافية للمنافسة، المتمثلة في الاتفاقات المحظورة بين المؤسسات في سوق معينة، وذلك بتنسيق الجهود لأجل تنظيم المنافسة والحد من الدخول إلى السوق أو إقصاء متنافسين آخرين، كذا الإلتزام بالامتناع عن الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة والتبعية الاقتصادية إلا في الحالات المستثناة قانونا، والإلتزام بإخضاع التجميعات الاقتصادية لرقابة مجلس المنافسة.

كذلك ألزم المتدخل والذي اطلق عليه مصطلح العون الاقتصادي بموجب القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (المعدل والمتمم) بشفافية هذه الممارسات بالإلتزام بالإعلام

بالأسعار والتعريفات وشروط البيع والإلتزام بتسليم الفاتورة أو وثيقة تقوم مقامها سواء في مواجهة أعوان إقتصاديين آخرين أو في مواجهة المستهلكين، والإلتزام بتراثة الممارسات التجارية بالامتناع عن الممارسات التجارية غير الشرعية وغير التزيهة والتعاقدية التعسفية وممارسة أسعار غير شرعية.

الفصل الثاني: الإجراءات العملية لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

بالرغم من كل الضمانات المقررة للموازنة بين حماية المستهلك وحرية المنافسة وفرض التكافؤ والتوازن في العلاقة الاستهلاكية، وذلك في ظل قواعد قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانوني المنافسة والممارسات التجارية، وذلك عن طريق جملة من الإلتزامات الملقاة على عاتق المتدخلين والتي تعتبر حقوقا للمستهلكين وذلك لضمان السير الحسن للمنافسة وممارسة الأنشطة التجارية بكل نزاهة وشفافية والتي تناولناها في الفصل الأول، إلا أنه تبقى مجرد قواعد تفتقر إلى التجسيد على أرض الواقع، وعليه فإن المشرع أقر إلى جانب هذه الآليات الموضوعية واسنادا إليها جملة من الإجراءات العملية لضمان سلامة وأمن المستهلكين واستفائهم حقوقهم الشرعية، وكذلك لفرض وضمان حرية المنافسة وتنظيم السوق ومنع بث الإضطراب فيه وضبط تصرفات المتدخلين والحد من جميع التجاوزات والمخالفات التي لها آثار سلبية تنعكس على المستهلك وتعرقل المنافسة و تخالف قواعد الممارسات التجارية، سواء بطرق ودية كإتباع الإجراءات الإدارية أو بطرق ردية كالمتابعة القضائية.

وتتجسد هذه الإجراءات العملية في المهام المنوطة بمجموعة من الهيئات والسلطات الإدارية منها والقضائية وجمعيات حماية المستهلكين، المخول لها العديد من الصلاحيات سواء على المستوى الوطني أو المحلي في مجال حماية المستهلك و الدفاع عن مصالحه، وتختلف أدوارها باختلاف طبيعتها القانونية و الغرض الذي أنشأت من أجله.

وعليه سنعالج في هذا الفصل ماهية الإجراءات العملية، حيث سنتطرق في المبحث الأول إلى الهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك، وفي المبحث الثاني سنتناول جمعيات حماية المستهلكين والقضاء في الدفاع وحماية المستهلك نظرا لاكتسائها الطابع المستقل.

المبحث الأول: الهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك.

من أجل ضمان ممارسة فعالة للرقابة، حرص المشرع على إنشاء أجهزة تعمل على رقابة نشاط المتدخلين والمنتجات وفرض النظام في الأسواق والحد من الممارسات المناهية للمنافسة والمخالفة للتجارة، وذلك سعياً منه لحماية المستهلك حماية شاملة من أي خطر أو تعدي يكون عرضة له، لذلك تلعب هذه الهيئات الرقابية دوراً مهماً من خلال فرض النظام وتطبيق القواعد القانونية وضمن تنفيذ المتدخل لإلتزاماته سواء على المستوى الوطني أو المحلي، حيث تصب كل هذه الجهود في الدفاع عن المستهلك وحمايته وضمن أمنه وسلامته.

وعليه سنتطرق في المطلب الأول إلى دور وزارة التجارة والجماعات المحلية في حماية المستهلك، وفي المطلب الثاني إلى دور مجلس المنافسة وإدارة الجمارك في هذه الحماية.

المطلب الأول: وزارة التجارة والجماعات المحلية.

سنعالج في الفرع الأول دور وزارة التجارة في حماية المستهلك وذلك على المستوى المركزي والخارجي وسنتطرق إلى الهيئات المتخصصة التابعة لها ومساهماتها في حماية المستهلك، وفي الفرع الثاني سنتطرق إلى دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك.

الفرع الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك.

تعد وزارة التجارة الجهاز الأول المكلف بحماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلك، في إطار ما خول لها من صلاحيات، سواء على المستوى المركزي أو الخارجي، عن طريق الهيئات التابعة لها. سنتطرق في هذا الفرع إلى دور وزارة التجارة على المستوى المركزي والخارجي (أولاً)، ثم دور الهيئات المتخصصة التابعة لها.

أولاً) دور وزارة التجارة على المستوى المركزي والخارجي:

يمنح لوزير التجارة كل الصلاحيات في إطار حماية المستهلك، وهذا ما جاء به المشرع من خلال المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات الوزير المكلف بالتجارة¹، وبناء على المادة 05 منه والتي تنص على أنه " يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك بما يأتي:

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج، ر، ع، 85، صادرة في 22 ديسمبر 2002.

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال ضمان الجودة والنظافة الصحية والأمن،
- تقترح 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،
- تشجيع تنمية مخابر تحاليل الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة،
- يعد وينفذ استراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية والغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين التي يشجع إنشائها،
- يستعين وزير التجارة في إطار أداء مهامه بالاتصال مع مختلف الدوائر الوزارية الأخرى قصد ترقية المنافسة وتنظيم الأنشطة التجارية ومراقبة الجودة وصلاحيات السلع والخدمات المعروضة للجمهور وضبط المنافسة باقتراح كل الإجراءات اللازمة التي من شأنها تعزيز القواعد وشروط منافسة نزيهة، وتوجيه وتنظيم النشاط التجاري بغرض رقابة على ذلك قصد قمع الغش¹.
- كذلك يناط بوزير التجارة مهام وصلاحيات ضبط وترقية المنافسة²، كما يسهر على السير الحسن للهياكل والمؤسسات التابعة لدائرته الوزارية سواء على المستوى المركزي واللامركزي³.
- وعليه سنتطرق إلى دور وزارة التجارة في حماية المستهلك على المستوى المركزي والخارجي.
- أ) دور وزارة التجارة على المستوى المركزي: حسب المرسوم التنفيذي رقم 18-14 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة⁴، التي تشمل سبع مديريات⁵، إلا أن المشرع حول مهمة حماية المستهلك

¹ -المواد 02 و 05، من المرسوم التنفيذي رقم 02-453، يحدد صلاحيات وزير التجارة، السالف ذكره.

² -المادة 04، من المرسوم التنفيذي رقم 02-453.

³ -المادة 09، من المرسوم التنفيذي رقم 03-453.

⁴ -المرسوم التنفيذي رقم 18-14، المؤرخ في 21 جانفي 2014، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في مديرية التجارة، ج ر، ع 04، صادرة في

36 جانفي 2014، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 02-454، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في

وزارة التجارة، ج ر، ع 85، صادرة في 22 ديسمبر 2002.

⁵ -أنظر المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 18-14.

على المستوى المركزي لكل من المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش¹.

1. المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها: تتخذ هذه المديرية في إطار مهامها جميع التدابير اللازمة الرامية لحماية صحة المستهلك وضمان سلامته، بحيث تشرف على أربع مديريات، كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السلمية والترهبة وكذا الإهتمام بجودة السلع والخدمات وحماية المستهلك².

تعتبر مديرية الجودة ومديرية والاستهلاك ومديرية المنافسة أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها في إطار حماية المستهلك وتنظيم المنافسة، والنتائج المتوصل إليها، لكن المتأمل لذلك لا يمكن أن نكون أمام حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق إذ يقلل ذلك من قرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك أو على الرغبات المنتظرة عند طرح سلع وخدمات للمستهلك³، ومن مهام مديرية المنافسة ما يلي:

- اقتراح الأدوات القانونية المتعلقة بترقية المنافسة في سوق السلع والخدمات،
- دراسة الملفات الواجب عرضها على مجلس المنافسة وتحضيرها وضمان تنفيذ قراراته ومتابعتها،
- إعداد ترتيب بملاحظات الأسواق ووضعها،
- المبادرة بكل الدراسات والأعمال التحسيسية تجاه المتعاملين الاقتصاديين لتطوير وتكريس مبادئ المنافسة وقواعدها،
- متابعة المنازعات المتعلقة بالممارسات المنافية للمنافسة،
- تنسيق المشاركة في أشغال لجان الصفقات العمومية⁴، وتشمل هذه المديرية بدورها أربع مديريات فرعية¹.

¹-فروج ريم إكرام، صلاحيات وزارة التجارة في مجال حماية المستهلك، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد 06، ع 01، 2002، ص382.

²-المادة 03، من المرسوم التنفيذي رقم 02-454، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة، السالف ذكره.

³-متوفر على موقع مديرية التجارة لولاية بسكرة، <https://www.dcwiskra.dz>، اطلع عليه يوم 03 أفريل 2023، على الساعة 13:22.

⁴-المادة 03، من المرسوم التنفيذي رقم 02-454.

في حين تكلف مديرية الجودة والاستهلاك بما يأتي:

- اقتراح مشاريع النصوص ذات الطابع التشريعي أو التنظيمي وذات البعد العام والنوعي والمتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلكين،
- المساهمة في إرساء حق المستهلكين،
- المشاركة في كل الدراسات المرتبطة بالمواصفات في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن والمطبقة في جميع مراحل صنع المنتجات وتسويقها،
- اقتراح كل التدابير الرامية إلى إرساء نظم للعلامات التصنيفية وحماية العلامات والتسميات الأصلية،
- التشجيع عبر المبادرات الملائمة على تطور المراقبة الذاتية للجودة على مستوى المتعاملين الاقتصاديين،
- تنشيط عملية تقييس المنتجات والخدمات وطرق تحاليل الجودة وتشجيعها ومتابعتها،
- ترقية برامج إعلام المهنيين والمستهلكين وتحسيسهم،
- اقتراح كل التدابير فيما يخص مخاطر تحليل الجودة وقمع الغش²،
وتضم بدورها أربع مديريات فرعية³.

2. المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش: طبقا لما جاءت به المادة 04 من المرسوم التنفيذي المتضمن تنظيم الإجارة المركزية لوزارة التجارة السالف ذكره، حول إختصاص هذه المديرية فهي تكلف بمهام تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة للمنافسة والتجارية لا مشروعة، والسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها، وإنجاز كل الدراسات واقتراح كل التدابير بغية تدعيم وظيفة المراقبة وعصرنتها، وتوجيه نشاطات المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها، وتطوير علاقات التعاون الدولي في ميادين الرقابة وقمع الغش ومتابعة المنازعات في هذا المجال ومجال الممارسات التجارية، والقيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق والتي لها

¹ -راجع المادة 03، من المرسوم التنفيذي 02-454، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة، السالف ذكره.

² -المادة 04، من المرسوم التنفيذي رقم 18-14، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في مديرية التجارة، السالف ذكره.

³ -راجع المادة 04، من المرسوم التنفيذي رقم 18-14.

تأثير على الإقتصاد الوطني، وتقييم نشاطات المخابر وتحليل الجودة، وكذلك تكلف بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بممارسة النشاطات التجارية واحترام قواعد المنافسة¹. وتضم أربع مديريات فرعية في إطار تنفيذ المهام الموكلة لها².

(ب) دور وزارة التجارة على المستوى الخارجي: طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، وبالرجوع إلى نص المادة 02 منه فإنه تنظم المصالح الخارجية في وزارة الخارجية في شكل:

- مديريات ولائية للتجارة،
- مديريات جهوية للتجارة³.

تتمثل مهام المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش، في حين تتولى المديرية الجهوية لوزارة التجارة مهام تأطير وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم و/أو إنجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات⁴.

ثانيا) الهيئات المتخصصة التابعة لوزارة التجارة ومساهمتها في حماية المستهلك:

سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة التزيهية في السوق وحماية المصالح المادية والمعنوية، إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني، وتتمثل هذه الهيئات في المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC) والمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE) وشبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية.

¹-أمنة مخاشة، آليات تفعيل مبدأ المنافسة دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة الجزائر، 2017، ص522.

²-راجع المادة 04، من المرسوم التنفيذي رقم 02-554، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في مديرية التجارة، السالف ذكره.

³-المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 11-09، المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج، ر، ع، 04، صادرة في 23 جانفي 2011.

⁴-المادة 10، من المرسوم التنفيذي رقم 11-09.

أ) المجلس الوطني لحماية المستهلكين (CNPC): وهو عبارة عن جهاز استشاري في مجال حماية المستهلكين، يكلف بإبداء رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك¹، أي دوره استشاري، يبدي رأيه في المسائل المتعلقة بتطوير وترقية سياسة حماية المستهلك من المخاطر التي قد تحملها المنتجات والخدمات المقدمة له، وما ينجم عنها من أضرار فهو لا يجوز له أن يصدر أي قرارات بل يبدي رأيه ويقترح التدابير التي من شأنها تحقيق هذه الحماية².

ب) المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم (CACQE): تم إنشاء هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المتضمن إنشاء مركز جزائري بمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318، حيث يعد هذا المركز مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي توضع تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة³، تتجلى أهدافه في المساهمة في حماية المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية وترقية الإنتاج أوطني للسلع والخدمات والتكوين والإعلام والإتصال وتحسيس المستهلكين⁴. ويمكن عند الحاجة إنشاء ملحقات للمركز ومخابر تحليل النوعية وقمع الغش⁵. ومن المهام التي يتولاها في مجال مراقبة النوعية وحماية المستهلك، نذكر منها:

- المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير والمخالفات للتشريع والتنظيم المعمول بهما والمتعلقين بنوعية السلع والخدمات، ومعاينتها،
- التأكد من مطابقة المنتوجات للمقاييس والخصوصيات القانونية أو التنظيمية التي يجب أن تميزها،
- القيام بكل الدراسات والتحقيقات المتعلقة بتقييم نوعية السلع والخدمات⁶.

¹ -المادة 02، من المرسوم التنفيذي رقم 12-355، المؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني للمستهلكين واختصاصاته، ج ر، ع 56، صادرة في 11 أكتوبر 2012.

² -المادة 22، من المرسوم التنفيذي رقم 12-355.

³ -المادة 01، من المرسوم التنفيذي رقم 89-147، المؤرخ في 08 أوت 1989، تتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر، صادرة في 09 أوت 1989، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 03-318، المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، ج ر، ع 59، صادرة في 05 أكتوبر 2003.

⁴ -المادة 03، من المرسوم التنفيذي رقم 03-318.

⁵ -المادة 02 ف 02، من المرسوم التنفيذي رقم 03-318.

⁶ -المادة 04، من المرسوم التنفيذي رقم 03-318.

ت) شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية (RAAK): أنشأت هذه الشبكة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 (المعدل والمتمم) والمتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها¹. أدرجت هذه الشبكة ضمن المديرية التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش وأصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة وهذا بعد صدور المرسوم التنفيذي المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة المعدل والمتمم السالف ذكره، هدفها القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش، وكذا العمل على احترام إجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد مناهج التحاليل والتجارب التقنية لكل منتج²، وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات.

كما يمكنها أن تدرس لحساب الوزارات المعنية وبطلب منها، طرق التجارب الضرورية لإعداد القواعد والمقاييس لاسيما المتعلقة منها بالنظافة والأمن وحماية البيئة واقتصاد الطاقة والمواد الأولية، وبصفة عامة التأهيل لاستعمال المنتوجات، كذلك تتولى مراقبة نوعية المنتوجات المستوردة و/أو المنتجة محليا عند إخطارها طبقا لأحكام المادة 09 من المرسوم التنفيذي 96-355 السالف ذكره أعلاه³، ومن بين المرخص لهم بإخطارها جمعيات الدفاع عن المستهلك⁴.

الفرع الثاني: دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك.

تعرف الجماعات المحلية بأنها عبارة عن وحدات إدارية محلية تتكون من مجالس منتخبة، لها استقلالية مالية وإدارية عن السلطة المركزية لتتمكن من تحقيق الأهداف التي أنشأت لأجلها مع بقاء حق المراقبة للسلطة المركزية⁵.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 96-355، المؤرخ في 19 أكتوبر 1996، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج ر، ع 62، صادرة في 20 أكتوبر 1996، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459، المؤرخ في 01 ديسمبر 1997، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية، ج ر، ع 80، صادرة في 07 ديسمبر 1997.

² - متوفر على موقع مديرية التجارة لولاية بسكرة، <https://www.dcwbskara.dz>، اطلع عليه يوم 07 أبريل 2023، على الساعة 09:57.

³ - المادة 03، من المرسوم التنفيذي رقم 96-355.

⁴ - أنظر المادة 09، من المرسوم التنفيذي رقم 96-355.

⁵ - بن طيب مهدية وخروبي سفيان، دور الجماعات المحلية في دعم التنمية المحلية دراسة حالة لبلدية العفرون البلدية، مجلة إليزا للبحوث والدراسات، ع 01، المركز الجامعي إليزي الجزائر، 2016، ص 77.

ونظرا لكون الجماعات المحلية تتميز باللامركزية الإدارية، فإن الوظيفة الإدارية للدولة تتوزع بينها وبين سلطات اللامركزية الإقليمية أو المرفقية أو المستقلة نسبيا وتبقى خاضعة لرقابة السلطات المركزية¹. ومن أهم الأجهزة الإدارية التي تتجسد فيها اللامركزية الإدارية الإقليمية، الولاية والبلدية بحيث تعتبر وحدات إدارية مهمة تسعى لتحقيق غايات عدة في العديد من المجالات منها حماية المستهلك.

أولا) دور الولاية في حماية المستهلك:

تعد الولاية وحدة إدارية مهمة، وعرفت بأنها "جماعة لامركزية ودائرة حائزة على السلطات المتفرقة للدولة، تقوم بدورها على الوجه الكامل وتعتبر على مطامح سكانها، لها هيئتان، هيئة مداولة تتمثل في المجلس الشعبي الولائي، وهيئة تنفيذية فعالة تتمثل في الوالي"². فهي الجماعات الإقليمية للدولة، بحيث تساهم معها في إدارة وتهيئة الإقليم والتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وحماية البيئة، وكذا حماية وترقية وتحسين الإطار المعيشي للمواطنين³. وتعتبر من الأشخاص الاعتبارية الإقليمية تتمتع بكل الحقوق التي يتمتع بها الشخص المعنوي⁴، إلا ما كان منها ملازما لصفة الإنسان⁵.

سنتطرق أولا إلى دور الوالي في حماية المستهلك (أ)، ثم دور المجلس الشعبي البلدي (ب).

أ) دور الوالي في حماية المستهلك: يعتبر الوالي مسؤولا عن إتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المواطنين عامة والمستهلكين خاصة في إطار تسييره للإدارة المحلية، وذلك بالتدخل ووضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك، باعتبار أن هذه الممارسات لها أثر سلبي يرجع

¹- سعدي أسماء وبخلف نسيم، نجاعة الجماعات المحلية ودورها في تجسيد اللامركزية الإدارية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 03، ع 02، 2021، ص120.

²- صالح محرز وحمزة بعلي وبلال مشعلي، كفاءة ومعوقات البرامج التنموية للماعات المحلية في ترقية عملية التنمية المستدامة، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 07، ع 02، جوان 2019، ص 34.

³- المادة 01 ف 01، من القانون رقم 07-12، المؤرخ في 21 فيفري 2012، يتعلق بالولاية، ج ر، ع 12، صادرة في 29 فيفري 2012.

⁴- الحقوق التي يتمتع بها الشخص المعنوي ذكرها المشرع الجزائري على الخصوص وهي " ذمة مالية، أهلية في الحدود التي يعينها عقد إنشائها والتي يقررها القانون، موطن وهو المكان الذي يوجد فيه مركز إدارتها، الشركات التي يكون مركزها الرئيسي في الخارج ولها نشاط في الجزائر يعتبر مركزها في نظر القانون الداخلي في الجزائر، نائب يعبر عن إرادتها وحق التقاضي"، المادة 50، من القانون رقم 07-05، المؤرخ في 13 ماي 2007، المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر، ع 31، الصادرة في 13 ماي 2007.

⁵- المادة 49 و50، من القانون رقم 07-05.

عليه في غالب الأحيان، وذلك بمشاركة المديرية الولائية للتجارة التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش¹.

يتعين على الوالي القيام بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد وذلك في إطار أدائه مهامه باعتباره ممثلاً للدولة²، فهو مسؤول على المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العمومية بصفته ضابط شرطة إدارية³، وينشط الوالي وينسق ويراقب نشاط المصالح الغير ممركرة للدولة المكلفة بمختلف قطاعات النشاط في الولاية⁴، حيث يمارس مهامه في إطار حماية المستهلك عن طريق التنسيق والرقابة مع مديريات الصحة، التجارة، الفلاحة، الشؤون الاجتماعية، إلى غير ذلك من المديرية الرامية نشاطها لحماية المستهلك⁵.

يتعين أيضا على الوالي بصفته ممثلاً للحكومة، أن يتخذ جميع الإجراءات والتدابير اللازمة من شأنها أن تكفل قدرا من كفاية من الحماية الضرورية لمنع الإضرار بشريحة المستهلكين. فتدخل الوالي عن طريق وسائل الضبط الإداري لتحقيق هذه الحماية يكون هدفه تحقيق المصلحة العامة في المجتمع بالدرجة الأولى، إذ أن المحافظة على النظام العام في حدود احترام وحماية النظام القانوني للحقوق والحريات العامة والفردية بصورة وقائية لحماية النظام العام بمدلوله الإداري أي المحافظة على الأمن العام والسكينة والصحة العامة بطريقة وقائية، حيث تصب هذه المحافظة في مجال حماية المستهلكين⁶.

لوالى صلاحيات في مجال حماية المستهلك أيضا في إطار مهام التنظيم التي يتمتع بها وتنفيذ اللوائح الفنية والقوانين، وكذلك عن طريق الترخيص كإصداره للرخص الخاصة بممارسة النشاطات التجارية والصناعية⁷، مثلا على ذلك الترخيص في مجال التزويد بالمياه الصالحة للشرب بعد استوفاء الشروط المحددة

¹- عبد المجيد طيبي، دور الضبط الإداري في حماية المستهلك من خلال اختصاص الهيئات اللامركزية، ورقة بحثية قدمت في المنتدى الوطني

تحت عنوان المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية الجزائر، يومي 17 و 18 نوفمبر 2019، ص 18.

²- متوفر على موقع مديرية التجارة لولاية بسكرة، <https://www.dcwbskera.dz>، اطلع عليه يوم 13 أبريل 2023، على الساعة 11:24.

³- المادة 114، من القانون رقم 07-12، يتعلق بالولاية، السالف ذكره.

⁴- المادة 111، من القانون رقم 07-12.

⁵- غيتاوي عبد القادر، الإطار القانوني لدور الجماعات الإقليمية في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري، المجلد 05، ع 02، جوان 2019، ص 75.

⁶- صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، جامعة قسنطينة الجزائر، 2014، ص 108.

⁷- غيتاوي عبد القادر، المرجع نفسه، ص 76.

عن طريق المرسوم التنفيذي رقم 08-198 وهذا لكون هذه المياه موجهة للإستهلاك البشري¹، وكذلك لديه سلطة الترخيص للخبازين، ويتم ذلك بتقديم طلب يوجهه صاحبه للوالي ومديرية التجارة المتواجدة بمقر تواجد المخبزة، التي تجري التحقيقات الضرورية التي تنصب على مطابقة الأماكن لخصوصيات ممارسة نشاط الخباز أو الحلواني وتعد مديرية التجارة حسب الحالة محضر المطابقة أو عدم المطابقة²، كذلك أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع المحددة قانوناً³.

مكن الوالي أيضا من ممارسة صلاحية أكثر خطورة وذلك تحت رقابة القضاء الإداري وهي الغلق الإداري للمنشآت التجارية⁴، وهذا ما نصت عليه المادة 46 من قانون الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف ذكره بأنه "يمكن الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة أقصاها 60 ستون يوما في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد من 04 إلى 14 و20 و22 مكرر ومن 23 إلى 26 و28 و53، من هذا القانون"⁵.

وعليه فإن للوالي دور كبير في حماية المستهلكين سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة لكون كل الصلاحيات المخولة له والمهام التي يقوم بها تصب في المصلحة العامة للأفراد وبالتالي تصب في مصلحة المستهلكين وحمائتهم وضمان أمنهم وسلامتهم.

(ب) دور المجلس الشعبي الولائي في حماية المستهلك: يعد المجلس الشعبي الولائي إحدى هيئتي الولاية إلى جانب الوالي، يختص بعدة صلاحيات في العديد من المجالات منها مجال حماية المستهلك ويكون ذلك بالتنسيق مع المصالح المعنية، باعتباره هيئة مداولة فإن حماية المستهلك من المجالات التي يمكنه التداول

¹- المرسوم التنفيذي رقم 08-198، المؤرخ في 06 جويلية 2008، يحدد شروط التزويد بالماء الموجه للاستهلاك البشري بواسطة الصهاريج المتحركة، ج، ر، ع 38، صادرة في 07 جويلية 2008.

²- المواد 13 ف 01 والمادة 14 ف 01 و02، من المرسوم التنفيذي رقم 01-145، المؤرخ في 06 جوان 2001، يتعلق بشروط ممارسة نشاط الخباز والحلواني، ج، ر، ع 32، الصادرة في 10 جوان 2001.

³- المرسوم التنفيذي رقم 20-240، المؤرخ في 31 أوت 2020، المتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع، ج، ر، ع 52، صادرة في 02 سبتمبر 2020، المعدل والمتمم للرسوم التنفيذية رقم 96-132، المؤرخ في 13 أبريل 1996، المتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز، ج، ر، ع 32، صادرة في 14 أبريل 1996.

⁴- غيتاوي عبد القادر، المرجع السابق، ص 77.

⁵- المادة 10، من القانون رقم 10-06، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

بشأنها¹. وذلك بالمساهمة في تنفيذ النشاطات المقررة في إطار السياسات العمومية الاقتصادية والاجتماعية، حيث يبادر بذلك على حساب الميزانية الخاصة بالولاية²، ففي مجال التنمية الاقتصادية يساهم بتطوير أعمال التعاون والتواصل بين المتعاملين الاقتصاديين ومؤسسات التكوين والبحث العلمي والإدارات المحلية من أجل ترقية الإبداع في القطاعات الاقتصادية، وكذا ترقية التشاور مع المتعاملين الاقتصاديين قصد ضمان محيط ملائم للاستثمار، كما يساهم في مجال الفلاحة والري في تطوير كل أعمال الوقاية ومكافحة الأوبئة في مجال الصحة الحيوانية والنباتية، وفي مجال النشاط الاجتماعي والثقافي يتخذ كل التدابير لتشجيع إنشاء هياكل مكلفة بمراقبة وحفظ الصحة في المؤسسات المستقبلية للجمهور وفي المواد الاستهلاكية³. و بمداولة المجلس الشعبي الولائي يمكن للولاية إنشاء مصالح عمومية قصد تلبية الحاجات الجماعية لمواطنيها كالتكفل بالنظافة والصحة العمومية ومراقبة الجودة، كذلك يساهم المجلس في حماية المستهلك عن طريق اللجان التي يشكلها، بحيث تتولى كل لجنة مسائل معينة في إطار مجال اختصاصه، ومن المجالات التي تعالج هذه اللجان مسائلها المجالات التي ترمي إلى حماية المستهلك كالصحة والنظافة والتنمية المحلية والتجهيز والاستثمار والاتصال وتكنولوجيا الإعلام⁴.

ثانيا) دور البلدية في حماية المستهلك:

تعد البلدية الجماعة الإقليمية للدولة وتتمتع بالشخصية المعنوية والذمة المالية، فهي تعتبر القاعدة الإقليمية اللامركزية ومكان لممارسة المواطنة وتشكل إطار مشاركة المواطن في تسيير الشؤون العمومية، وتساهم مع الدولة بصفة خاصة في إدارة وهيئة الإقليم والتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والأمن وكذا الحفاظ على الإطار المعيشي للمواطن وتحسيسه⁵.

تتوفر البلدية على هيئتين، هيئة مداولة وهي المجلس الشعبي البلدي وهيئة تنفيذية يترأسها رئيس المجلس الشعبي البلدي وإدارة ينشطها الأمين العام للبلدية تحت سلطة رئيس المجلس الشعبي البلدي، وبالتالي تعتبر

¹- غيتاوي عبد القادر، المرجع السابق، ص 78.

²- المادة 73 ف 01 والمادة 75 ف 01، من القانون رقم 12-07، يتعلق بالولاية، السالف ذكره.

³- المواد 83 و86 و94، من القانون رقم 12-07.

⁴- المادة 33، من القانون رقم 12-07.

⁵- المواد 01 ف 01 و02 والمادة 02 والمادة 03 ف 02، من القانون رقم 11-10، المؤرخ في 22 جوان 2011، يتعلق بالبلدية، ج ر،

ع 37، صادرة في 03 جويلية 2011.

البلدية الخلية الأساسية للدولة، إذ تلعب دور كبير في تجسيد سياسات الدولة وبرامجها التنموية، مما يجعل إختصاصها عاما من حيث المجال ومحصورا من حيث الإقليم، وتمارس صلاحيتها في كل مجالات الإختصاص المخولة لها بموجب القانون¹.

وعليه فإن مهمة حماية المستهلك تندرج ضمن مهام البلدية من خلال النصوص القانونية ذات الصلة، حيث نصت المادة 29 من القانون رقم 85-05 المتعلق بالصحة وترقيتها على دور الجماعات المحلية في مجال حماية المستهلك بأنه " تلزم جميع أجهزة الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات والسكان بتطبيق تدابير النقاوة، والنظافة، ومحاربة الأمراض الوبائية، ومكافحة تلوث المحيط، وتطهير ظروف العمل والوقاية العامة"²، فمن مهام مكاتب حفظ الصحة البلدية في مجال حماية المستهلك " ضمان نوعية المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك والمنتجات المخزونة و/أو الموزعة على مستوى البلدية، ومراقبة النوعية البكتيرية للماء المعد للاستهلاك المتزلي"³.

سنتناول في ما يلي دور رئيس المجلس الشعبي البلدي والمجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك.

أ) دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك: بالنظر إلى اعتلائه هرم السلطة في البلدية، باعتباره منتخب مرتين، الأولى من طرف سكان البلدية كعضو في المجلس، والثانية من طرف أعضاء المجلس الشعبي البلدي كرئيس له، فإن دوره فعال في إطار وضع وتنفيذ البرامج التنموية في البلدية، والإشراف على نشاطات اللجان التابعة للمجلس، وفي إطار حماية المستهلك فإن قانون البلدية خص رئيس المجلس الشعبي البلدي بمهام متعددة يقوم بها تحت إشراف الوالي منها تبليغ وتنفيذ القوانين والتنظيمات على إقليم البلدية، والسهر على النظام والسكينة والنظافة العمومية إلى غير ذلك من المهام المنوطة به والتي تساهم في حماية المستهلك⁴. لرئيس المجلس الشعبي البلدي مهام عديدة في مجال حماية المستهلك وذلك في إطار ممارسته للضبطية القضائية والإدارية، حيث يعتبر ضابطا للشرطة القضائية⁵، ومنح له المشرع العديد من

¹ -غيتاوي عبد القادر، المرجع السابق، ص 67.

² -المادة 29، من المرسوم التنفيذي رقم 85-05، المؤرخ في 16 فيفري 1985، المتعلق بالصحة، ج ر، ع 08، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-09، المؤرخ في 31 جويلية 1990، ج ر، ع 35، صادرة في 15 أوت 1990.

³ -المادة 02 ف 02، من المرسوم التنفيذي رقم 87-146، المؤرخ في 30 جوان 1986، يتضمن إنشاء مكاتب حفظ الصحة البلدية، ج ر، صادرة في 31 جوان 1987.

⁴ -غيتاوي عبد القادر، المرجع السابق، ص 69.

⁵ -المادة 92، من القانون 11-10، يتعلق بالبلدية، السالف ذكره.

الصلاحيات في مجال حماية المستهلك من المخاطر التي تحيط به من منتجات وخدمات معروضة للاستهلاك، ومن مهامه أيضا سلطة مراقبة المنتجات والخدمات ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للاستهلاك والتأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية، واتخاذ القرارات المناسبة لذلك وإحالة المخالفين على العدالة¹.

وما يفسر توسع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة، الوظيفة التي يمارسها رئيس المجلس الشعبي البلدي في مجال واسع وتطبيقه لسلطته في مجالات عدة لضمان صحة المستهلك². وبتمتعه بصفة الضبطية القضائية فإنه له أن يجري عمليات التحري والبحث والتحقيق في الجرائم بما فيها المتعلقة بمجالات حماية المستهلك كالغش، وهذا ما نص عليه قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالف ذكره على أن ضباط الشرطة القضائية مؤهلون للبحث والتحري ومعاينة المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون، وهذا إضافة إلى أعوان قمع الغش التابعون لوزارة التجارة³.

ومن صلاحياته رفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتوجات المستوردة عند الحدود، والإيداع والحجز والسحب المؤقت أو النهائي للمنتوجات أو إتلافها، والتوقيف المؤقت للنشاطات⁴.

لرئيس المجلس الشعبي البلدي سلطة إصدار قرارات إدارية ترمي إلى حماية المستهلك، كالقرارات المتعلقة بفرض شروط على أصحاب المحلات كشرط النظافة وصلاحيات المعروضات، كما له سلطة سحب الرخص بصفة مؤقتة ويترتب على ذلك أثر وقفي يتمثل في توقف صاحب المحل عن مزاوله نشاطه، وفي حالات أخرى يتم فرض حظر النشاط المؤقت لأسباب صحية كبروز عيب في المنتج أو انتشار مرض معين، كما يمكنه فرض غرامات مالية على المخالفين للشروط التي فرضتها الإدارة على صاحب النشاط لحماية المستهلك⁵. ويمكنه السحب النهائي لرخصة مزاوله نشاط وذلك دون ترخيص مسبق من السلطات القضائية المختصة، وهذا في الحالات التي تثبت فيها أن المنتوجات مزورة أو مغشوشة أو سامة أو انتهت

¹- صباد الصادق، المرجع السابق، ص 109.

²- حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة ماجستير في القانون فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2006، ص 61.

³- المادة 25، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

⁴- المادة 53، من القانون رقم 09-03.

⁵- جلطي أعمار، الأهداف الحديثة للضبط الإداري، أطروحة دكتوراه في القانون العام، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016، ص 213.

صلاحيتها أو ثبتت عدم صلاحيتها للإستهلاك أو حيازتها دون سبب شرعي كالتالي يمكن استخدامها في التزوير و المتوجات المقلدة والأشياء والأجهزة التي تستعمل للقيام بالتزوير، ويتم تبليغ وكيل الجمهورية فوراً¹.

فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، فإن رئيس المجلس الشعبي البلدي وبصفته ضابطاً للشرطة القضائية فإنه مكلف بممارسة الرقابة على الموردين الإلكترونيين، حيث تتم معاينة المخالفات المنصوص عليها في القانون رقم 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية حسب نفس الأشكال المحددة في التشريع والتنظيم المعمول بهما لاسيما تلك المطبقة على الممارسات التجارية وعلى شروط ممارسة الأنشطة التجارية وعلى حماية المستهلك وقمع الغش².

يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بصفة ثانية وهي صفة الضبطية الإدارية والتي من خلالها يخول له ممارسة كل الإجراءات واتخاذ كل القرارات التي من شأنها حفظ وصيانة الحقوق والحريات وحماية الأشخاص والممتلكات، وهذا ما تضمنته المادة 94 من قانون البلدية السالف ذكره، وكذلك تضمنت مجموعة المجالات التي بالتنسيق معها والسهر على السير الحسن لها تساهم بطريقة سواء مباشرة أو غير مباشرة في حماية المستهلك ومثال على ذلك السهر على سلامة المواد الغذائية المعروضة للبيع واتخاذ كل الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المتنقلة أو المعدية والوقاية منها. ويمكنه الاستعانة بالمصالح المعنية للدولة في إطار ممارسته لهذه الصلاحيات والتي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بحماية المستهلك كمديريات التجارة والصحة³.

(ب) دور المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك: بالإضافة إلى الصلاحيات التي خص بها المشرع رئيس المجلس الشعبي البلدي باعتباره الهيئة التنفيذية للبلدية، فإن المشرع قد خص أيضاً صلاحيات أخرى للمجلس الشعبي البلدي باعتباره الهيئة الثانية للبلدية وهو عبارة عن هيئة مداولة للبلدية⁴، التي يمكن لها ممارسة مهمة حماية المستهلك عن طريق مصالحها العمومية وبالتنسيق مع اللجان الخاصة.

¹ -المادة 62، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -المادة 36، من القانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28، الصادرة في 16 ماي 2018.

³ -غيتاوي عبد القادر، المرجع السابق، ص 71.

⁴ -المادة 15، من القانون رقم 10-11، يتعلق بالبلدية، السالف ذكره.

ونظرا للصلاحيات الموسعة المخولة له ضمن مجالات اختصاصه المحددة قانونا فإنها تهدف أيضا سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق التنسيق مع المصالح المعنية التابعة للدولة إلى حماية المستهلك.

ومن المجالات التي يمارس فيها المجلس الشعبي البلدي صلاحياته المتعددة ما يلي: مجالات النظافة وحفظ الصحة والسهر على توزيع المياه الصالحة للشرب والحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور¹.

كذلك تخصص البلدية بضمان سير المصالح العمومية التي تهدف إلى تلبية حاجات مواطنيها وإدارة أملاكها كالتكفل بالأسواق المغطاة والأسواق²، حيث تتولى مهمة إنشاء هذه الأسواق على ترابها وتسييرها باعتبارها المالكة، ثم تتولى مهمة مراقبة هذه الأسواق في إطار حماية المستهلك³.

المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة وإدارة الجمارك في حماية المستهلك.

نظرا للدور الفعال الذي يلعبه مجلس المنافسة في مجال المنافسة، وإدارة الجمارك في الرقابة وحماية المستهلك، فلا يمكن غض النظر عن أهميتهما الكبيرة في هذا المجال لما لهم من صلاحيات واسعة ومتعددة تهدف بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في توفير الحماية الضرورية للمستهلك وضمان أمنه وسلامته. وعليه سنتطرق في الفرع الأول إلى دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك، وفي الفرع الثاني سنتناول الدور الذي تلعبه إدارة الجمارك في توفير هذه الحماية.

الفرع الأول: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك.

سنتناول في هذا الفرع تعريف مجلس المنافسة (أولا) ثم نحدد طبيعته القانونية (ثانيا) ودوره في حماية المستهلك (ثالثا).

¹ -المادة 123، من القانون 10-11، يتعلق بالبلدية، السالف ذكره.

² -المادة 149، من القانون 10-11.

³ -جلطي أعمر، دور سلطة الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 04، ع 06، جامعة مستغانم الجزائر، 2014، ص 259.

أولاً) تعريف مجلس المنافسة:

يعتبر مجلس المنافسة حسب نص المادة 09 من قانون المنافسة السالف ذكره بأنه " تنشأ سلطة إدارية مستقلة تدعي في صلب الموضوع " مجلس المنافسة" تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة"¹.

ويتكون مجلس المنافسة من اثني عشرة عضواً، من ضمنهم عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين، ويعين رئيس المجلس ونائبا الرئيس والأعضاء الآخرون بموجب مرسوم رئاسي وتنتهي مهام بالأشكال نفسها، ويختار رئيس مجلس المنافسة من ضمن الفئة الأولى المكونة للإثني عشر عضواً ويختار نائبا من ضمن الفئة الثانية والثالثة على التوالي²، ومن خلال استقرار ما سبق فإنه يكون نائب من نائبا رئيس المجلس أحد العضوان الممثلان لجمعيات حماية المستهلك.

يلعب مجلس المنافسة دوراً هاماً في ضبط السوق من خلال مكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة، كما يلعب دوراً استشارياً إذ يتمتع مجلس المنافسة بسلطة الاقتراح وإبداء الرأي في شكل تدبير يتعلق بالسير الحسن للمنافسة³، كما يمكن له اتخاذ كل تدبير في شكل نظام أو تعليمة أو منشور ينشر في النشرة الرسمية للمنافسة⁴، وله أن يبدي رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت منه الحكومة ذلك، ويمكن أن يستشار في هذه المواضيع من طرف الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات وكذا جمعيات المستهلكين⁵، والقضاة في القضايا الاقتصادية باعتباره خبيراً في هذا المجال⁶.

كما يلعب مجلس المنافسة دوراً ردعياً وذلك من خلال القيام بكل الأعمال المفيدة التي تندرج ضمن اختصاصه، لاسيما كل تحقيق أو دراسة أو خبرة في مجال الممارسات المقيدة للمنافسة ووضع حد لها بقوة القانون⁷، وتوقيع العقوبات المقررة لها وللتجميعات الاقتصادية الغير مرخص بها⁸.

¹ -المادة 09، من القانون رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

² -المادة 10 و 11، من القانون رقم 08-12.

³ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 167.

⁴ -المادة 18 ف 02، من القانون رقم 08-12.

⁵ -المادة 35، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁶ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 167.

⁷ -المادة 20، من القانون رقم 08-12.

⁸ -راجع المواد من 56 إلى 62، من الأمر رقم 03-03.

ثانياً) الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة:

من خلال نص المادة 09 من قانون المنافسة رقم 12-08 السالفة الذكر، فإن مجلس المنافسة عبارة عن سلطة إدارية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهذا التعريف أكثر وضوحاً من التعاريف الواردة في الأمر 03-03 والأمر 06-95 المتعلقان بالمنافسة، كما يتمتع بالصلاحيات التي تخول له اتخاذ القرارات وإصدار التوصيات¹.

بالتعمن في التعديل الطفيف بموجب القانون 12-08 المتعلق بالمنافسة السالف ذكره، نجد أن مجلس المنافسة كان سلطة إدارية تنشأ لدى رئيس الحكومة وفي التعديل الجديد أصبح سلطة إدارية مستقلة توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة، وانطلاقاً من صياغة نص المادة 09 السالفة الذكر، فإنه وباستعمال مصطلح سلطة إدارية يكون كافياً لحسم مسألة تحديد الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة بجعله هيئة ذات طابع إداري فيكتسب بذلك كل الخصائص المترتبة عن هذه الصفة، غير أنه وبالتعمن في ملاحظة استخدام المشرع عبارات "توضع لدى الوزير المكلف بالتجارة" و"تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي" يثير جدل كبير في إمكانية إدراجه ضمن إحدى الفئات المعروفة في القانون الإداري.

وبالتالي أثير جدل فقهي كبير بشأن التكييف القانوني لمجلس المنافسة الذي اعتمده التشريعات أو تبناه القضاء².

الرأي الأول يقول أن مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة، حيث يرى هذا الاتجاه بأنه كذلك بالنظر إلى قواعد تشكيلته التي تثبت نية ضمان استقلالية هذه الهيئة، وهو سلطة لتحويله سلطة اتخاذ القرار دون الرجوع إلى سلطة أخرى متى اختلت المنافسة في السوق كان المجلس مختصاً بضبطها أي سلطة ضبط السوق، مهما كان النشاط المهني ومهما كان القطاع الذي ينتمي إليه عاماً أو خاصاً³.

ومجلس المنافسة ذو طابع إداري، وهذا ما أكدته المشرع من خلال نص المادة 09 السالفة الذكر بأنه "تنشأ سلطة إدارية..."، وبالتالي إعتبار كل التصرفات والقرارات الصادرة عنه أعمالاً إدارية⁴.

¹ - جهيد سحوت، عن المركز القانوني لمجلس المنافسة الجزائري، النصوص والوقائع، دفاثر السياسة والقانون، ع 19، جوان 2018، ص 427.

² - ديباش سهيلة، مجلس الدولة ومجلس المنافسة، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون الجزائر، 2010، ص 167.

³ - جهيد سحوت، المرجع نفسه، ص 427.

⁴ - المادة 09، من القانون رقم 12-08، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

و يتمتع بالاستقلالية، والمقصود منها في النصوص القانونية عدم خضوع مجلس المنافسة للسلطة الرئاسية والوصاية الإدارية، وبالنظر إلى التسمية لا يمكن إدراجه ضمن طائفة السلطات الإدارية، إلا من خلال مقارنة خصائصه بخصائص السلطات الإدارية المستقلة وذلك انطلاقاً من أسباب ظهورها في النظام القانوني الجزائري¹. إلا أن مجلس المنافسة وبحسب نص المادة 31 من القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف ذكره، فإنه لا يمكن وضع نظامه الداخلي إلا بمرسوم تنفيذي². وهو مستقل ماليا وهذا ما تضمنته المادة 09 في تعريف مجلس المنافسة المذكور سابقاً، أي له حرية إنفاق ميزانيته بما يراه مناسباً في الإطار القانوني. ويرى الأستاذ زوالمية رشيد أن مجلس المنافسة يوضع لدى الوزير المكلف بالتجارة لأسباب تتعلق بميزانية المجلس³.

الرأي الثاني هو أن مجلس المنافسة هيئة قضائية، إن تخصيصه لضبط المنافسة له عدة أسباب وعوامل منها عدم ملائمة المحاكم الجزائية لمتابعة الممارسات المقيدة للمنافسة حيث كلف هو بمتابعة هذه الممارسات في حين كانت في وقت سابق محل متابعة من طرف المحاكم⁴، لذلك يرى البعض أن طبيعة المجلس القضائية تظهر من خلال الإجراءات المتبعة أمام مجلس المنافسة والتي تشبه إجراءات التقاضي أمام الهيئات القضائية العادية، والتي قيدها المشرع بضرورة احترام حقوق الدفاع ومبدأ المواجهة وتبليغ القرارات للأطراف، كما أن مجلس المنافسة يتمتع بسلطة توقيع العقاب، وهذا ما جعل البعض يعتبره هيئة شبه قضائية تامة وكاملة، حيث تم التأكيد على هذه الصفة بالنص صراحة في القانون المنشئ للمجلس.

وفي الأخير فإن الاتجاه الذي يمثل الأغلبية، هو كون الطبيعة القانونية لمجلس المنافسة، سلطة إدارية مستقلة تدرج ضمن الهيئات والسلطات الإدارية المستقلة الحديثة العهد في الأنظمة القانونية المقارنة⁵. وهذا ما يراه الأستاذ محمد شريف كتو، أن مجلس المنافسة ليس هيئة قضائية وليس من ضمن الهيئات الإدارية التقليدية، بل هو كما اعتبره المشرع سلطة إدارية مستقلة⁶.

¹-ديباش سهيلة، المرجع السابق، ص 168.

²-المادة 15، من القانون رقم 12-08، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

³-ZOALMIA RACHID, Les autorités administratives indépendantes et la régulation économique algérien, Edition homma, Alger, 2005, Page 28

⁴- محمد شريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، المرجع السابق، ص 263.

⁵-ديباش سهيلة، المرجع السابق، ص 139.

⁶-محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص 64.

ثالثاً) دور مجلس المنافسة ومساهمته في حماية المستهلك:

أ) الدور الاستشاري لمجلس المنافسة: المستهلك هو المعني بالدرجة الأولى بالعملية التنافسية التي تضمن له حرية الاختيار بين المنتجات المعروضة أمامه سواء كانت سلعة أو خدمة وذلك من ناحية الجودة والسعر، بما يتناسب مع قدراته الشرائية، غير أن النشاط التنافسي لا يصب دائماً في مصلحة المستهلك، بما يتطلب بالضرورة العودة إلى طلب إستشارة مجلس المنافسة كونه المختص في ضبط السوق¹.

تتنوع الإستشارة التي يقدمها مجلس المنافسة سواء للحكومة أو للقطاعات العامة أو الخاصة... إلخ، بين إستشارات إلزامية، وأخرى إختيارية.

1. الإستشارات الإلزامية: كان في السابق وفقاً للأمر 08-12 المتعلق بالمنافسة والسالف ذكره، يستشار مجلس المنافسة إلزامياً في حالة تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعدها الدولة ذات طابع استراتيجي، وفي اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها، لا سيما في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق أو كارثة أو صعوبات أو مزممة في التموين داخل قطاع معين أو منطقة جغرافية معينة أو في حالة احتكار طبيعية². بما أن مجلس المنافسة على دراية بالسوق دراية شاملة تتسم بالدقة في كل جوانبه، وعلى علم وخبرة وكفاءة بالإجراءات الواجب اتخاذها في هذا المجال سواء على المدى القريب أو البعيد.

فالإستشارة لهذا المجلس تكون إلزامية، خاصة ما ذكر أعلاه من إستشارات هادفة لخدمة مصالح المستهلك بمراعاة مستواه المعيشي، قصد تحسين وضعيته المعيشية الاجتماعية، كالحفاظ على وفرة السلع الضرورية التي يعتمد عليها في حياته اليومية، كما تهدف بالطبع إلى إجتناّب الوقوع في الممارسات المنافية للمنافسة³.

إلى أن المشرع الجزائري وفي تعديله للقانون 08-12 السالف ذكره أعلاه بالقانون 05-10 المتعلق بالمنافسة، فإن مجلس المنافسة لم يعد يستار وجوباً في مسألة تحديد الهوامش والأسعار وحتى في التدابير

¹ - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 167.

² - المادة 04، من القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، المتعلق بالمنافسة، ج ر، ع 46، صادرة في 18 أوت 2010.

³ - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 168.

الإستثنائية ألغيت الإستشارة الإلزامية واستبدلت بإقتراح تدابير فيما يخص هذه المسألة، على أساس اقتراحات يمكن أن تتقدم بها القطاعات المعنية إذا توفرت الأسباب المحددة قانونا.

وهذا يدل على التقليل من دور مجلس المنافسة، وعلى رغبة السلطة التنفيذية في الاحتفاظ بسلطة القرار وعدم التنازل بها لسلطة مختصة لضبط السوق، على خلاف المشرع الفرنسي الذي ارتأى تكريس مبدأ إستشارة مجلس المنافسة إلزاميا دون أن يكون لهذه الإستشارة القيمة الإلزامية من حيث التطبيق¹.

2. الإستشارات الإختيارية: يمكن للجهات التي لها الحق، طلب رأي مجلس المنافسة في إطار قيامها بالمهام التي كلفت بها في مجالات المنافسة وفي كل مسألة ترتبط بالمنافسة، وهذا ما نصت عليه المادة 36 من القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة والمعدلة والمتممة بالمادة 19 من القانون 08-12 السالف ذكرهما، بأنه "يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شأنها، لاسيما:

- إخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم،
- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات،
- فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج والتوزيع والخدمات،
- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع².

كذلك يمكن لمجلس المنافسة القيام بكل الأعمال المفيدة التي تندرج ضمن اختصاصه، لا سيما تحقي أو دراسة أو خبرة، وفي حالة ما إذا كانت الإجراءات المتخذة تكشف عن ممارسات مقيدة للمنافسة يقوم المجلس بمباشرة كل الأعمال الضرورية لوضع حد لها بقوة القانون³.

كذلك يمكن إستشارة مجلس المنافسة من طرف القضاة لغرض الفصل في القضايا المتصلة بالممارسات المقيدة للمنافسة، وفق الإجراءات المحددة قانونا، ولا يبدي رأيه إلا بعد إجراءات الاستماع الحضورى إلا إذا كان المجلس قد درس القضية المعنية، وتبلغ الجهات القضائية محل المنافسة بناء على طلبه، المحاضر

¹- جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تبي وزو الجزائر، 2012، ص 274.

²- المادة 36، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

³- المادة 20، من القانون رقم 08-12، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

أو تقارير التحقيق ذات الصلة بالوقائع المرفوعة إليه¹. حيث يلعب دورا مهما في إطار التعاون مع الهيئات القضائية في مجال الحصول على الأدلة والإثباتات، فالمؤسسات التي تضررت من جراء الممارسات المنافية والمقيدة للمنافسة تعاني من صعوبة في جمع العناصر الصالحة والكافية لإثبات الضرر واللازمة لرفع دعوى التعويض كما يلعب دور الخبير في المجال الاقتصادي وفي مجال توحيد طريقة تطبيق قواعد قانون المنافسة. إضافة إلى هذا فإن مجلس المنافسة يساهم في الحد من الممارسات المقيدة للمنافسة، وذلك بتشجيع الأعدان الاقتصاديين على المطالبة بحقوقهم، وهذا دون تبليغ هذه الممارسات لمجلس المنافسة على أن يكون لحكم التعويض وسلطته أثرا إصلاحيا وردعيا².

(ب) **الدور القمعي لمجلس المنافسة:** باعتبار مجلس المنافسة هيئة بحث وتحري، وله صلاحيات واسعة في مجال اختصاصه، وفقا لما حدده القانون من صلاحيات القيام بالتحقيقات وصلاحيات توقيع الجزاء على كل الممارسات المنافية للمنافسة، وذلك بعد أن يتم إخطاره من طرف الهيئات المخولة لها قانونا ذلك³، كما يمكنه النظر في القضايا من تلقاء نفسه⁴، ومن الهيئات المخول لهم إخطاره الوزير المكلف بالتجارة والجماعات المحلية وجمعيات المستهلكين.

حول للوزير المكلف بالتجارة إخطار مجلس المنافسة باعتباره الساهر على تحقيق المصلحة الاقتصادية العامة، للحد من المخالفات التي ترتكبها المؤسسات التي من شأنها المساس بالمنافسة في السوق، وبعد القيام بالتحقيقات الاقتصادية من طرف المصالح المكلفة بالرقابة الاقتصادية وقمع الغش والقيام بالإجراءات اللازمة يحال الملف إلى مديرية المنافسة على مستوى وزارة التجارة وفي حالة توفر الشروط الشكلية والموضوعية يتم إخطار مجلس المنافسة⁵.

¹-المادة 38، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

²-جلال مسعد، المرجع السابق، ص ص 277 278.

³-الهيئات المخول لها إخطار مجلس المنافسة هي "الجماعات المحلية والهيئات الاقتصادية والمالية والمؤسسات والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين" إضافة إلى الوزير المكلف بالتجارة. أنظر المواد 35 و 44 ف 01، من القانون رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة السالف ذكره.

⁴-المادة 40، من الأمر رقم 03-03.

⁵-تيورسي محمد، المرجع السابق، ص 178.

كذلك نول لجمعيات حماية المستهلكين بإخطار المجلس باعتبارها ممثلة المستهلك، لكون هذا الأخير قد تلحقه أضرار المساس بالمنافسة التي تؤدي إلى اضطراب السوق وإختلال الأسعار، ويمكن أن تتأسس جمعيات حماية المستهلكين كطرف مدني عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية أو جماعية تسبب فيها نفس التدخل وذات أصل مشترك¹. وعليه فإن لها دور كبير في تمثيل المستهلك سواء أمام الجهات القضائية كما يلاحظ من استقراء نص المادة السالفة الذكر وأمام السلطات الإدارية كإخطار مجلس المنافسة.

يمكن للجماعات المحلية أيضا إخطار مجلس المنافسة، وهذا لتمتعها بالشخصية المعنوية التي تسمح لها بإبرام العقود طبقا لقانون الصفقات العمومية مما يضيف عليها الطابع التنافسي، وتأخذ الجماعات المحلية شكل مؤسسات عمومية بمجرد ممارستها لنشاط اقتصادي، فإن القانون يسمح لها بإخطار مجلس المنافسة من الممارسات المنافية والمقيدة للمنافسة عندما تمس هذه الأخيرة بالمصالح المكلفة بحمايتها منها المصالح المادية والمعنوية للمستهلك².

يخطر مجلس المنافسة تلقائيا، وذلك لتمتعه بسلطة النظر في القضايا التي تدخل ضمن اختصاصه من تلقاء نفسه ومباشرة، في حال تشكل ممارسات مقيدة للمنافسة، وكذا من أجل اتخاذ تدابير مؤقتة للحد من هذه الممارسات في حالة وجود ظرف إستعجالي، وهذا ما تضمنته المادة 46 من قانون المنافسة السالف ذكره³.

ليكون الإخطار مقبولا لا بد أن يستوفي بالإضافة إلى الشروط المقررة قانونا لقبول الدعاوى القضائية من أهلية وصفة التقاضي ومصلحة، وأن يكون موضع الإخطار داخلا في إختصاص مجلس المنافسة، وإرفاق عريضة الإخطار بعناصر مقنعة من أدلة وأسانيد تدعم ادعاءات مقدم الإخطار، وعدم تقادم الدعاوى المرفوعة إلى المجلس، وحددت مدة التقادم بثلاثة سنوات دون أن يقع بشأنها أي بحث أو معاينة أو عقوبة، ويجب أن تكون العريضة مكتوبة، وتتضمن جميع المعلومات المتعلقة بالعارض⁴.

¹ -المادة 23، من القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

² -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص ص 169 170.

³ -المادة 46، من القانون رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁴ -المادة 16، من المرسوم التنفيذي الرئاسي رقم 16-44، المؤرخ في 17 جانفي 1996، المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة، ج ر، ع

05، صادرة في 21 جانفي 1996.

يتجسد الدور الردعي والقمعي لمجلس المنافسة من خلال الصلاحيات المخولة له لإجراء التحقيقات وتوقيع الجزاء وهذا ما سنتناوله فيما يأتي.

1. صلاحيات إجراء التحقيقات: يباشر مجلس المنافسة التحقيقات بعد استوفاء الإخطار للشروط الشكلية والموضوعية وأن يكون النزاع المرفوع أمامه من ضمن اختصاصه، وعليه يعمق مجلس المنافسة التحقيق من أجل إثبات بما لا يدع للشك مجال في وقوع الممارسات والأفعال المحظورة حيث يقع عبء الإثبات عليه¹.

وتكلف مهمة التحقيق للأشخاص المؤهلون المنصوص عليهم في المادة 24 من قانون المنافسة (المعدل والمتمم) السالف ذكره، علاوة على ضباط وأعاون الشرطة المنصوص عليهم في المادة 14 من قانون الإجراءات الجزائية، المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والأعاون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية والمقرر العام والمقررون لدى مجلس المنافسة²، ويساهم في هذا التحقيق عندما يتعلق الأمر بالقضايا التابعة لقطاعات نشاط من طرف سلطة الضبط الموضوعة تحت رقابتها بالتنسيق مع مصالح السلطة المعنية³. وبعد القيام بإجراءات التحقيق المنصوص عليها في المواد 79 و 81 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة والمادة 51 من الأمر 03-03 المتعلق أيضا بالمنافسة المذكور سابقا، للكشف عن الممارسات المقيدة للمنافسة وذلك بعد إطلاع المحققين على جميع المستندات المالية والمحاسبية أو مستندات أخرى مهما كانت طبيعتها، دون أن يمنعوا بذلك بحجة السر المهني، كما يسمح لهم بدخول المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأي مكان بهدف تسهيل إجراءات التحقيق، باستثناء المحلات السكنية⁴ لخضوعها لإجراءات وشروط خاصة لدخولها⁵. ويمكن للمقرر أيضا القيام بتفحص كل وثيقة ضرورية للتحقيق في القضية المكلف بها دون أن يمنع من ذلك بحجة السر المهني أيضا، ويمكنه أن يطالب باستلام أية وثيقة حيثما وددت ومهما تكن طبيعتها وحجز المستندات التي تساعد على أداء مهامه، وتضاف المستندات المحجوزة إلى التقرير أو ترجع في نهاية التحقيق، كما مكن المشرع

¹ - زبير أرزقي، المرجع السابق ص 169 170.

² - المادة 24، من القانون رقم 12-08، المتعلق بالمنافسة السالف ذكره.

³ - المادة 50 ف 03، الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁴ - المواد 79 و 81، من القانون رقم 06-95، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

⁵ - راجع المادة 49، من قانون الإجراءات الجزائية.

المقرر بأن يطلب كل المعلومات الضرورية لتحقيقه من أي مؤسسة أو أي شخص آخر، مع تحديد الآجال التي يجب أن تسلم فيها هذه المعلومات¹، وهذا لضمان سير واستكمال التحقيق. يمكن لمجلس المنافسة التحقيق في الممارسات المقيدة للمنافسة المرتكبة من طرف مؤسسات أجنبية بناء على طلب السلطات الأجنبية المكلفة بالمنافسة².

يعاقب القانون كل شخص يعرقل إجراءات التحقيقات، كرفض تقديم الوثائق اللازمة للمحققين ومنع دخولهم الحر للأماكن المنصوص عليها في المادة 81 أعلاه.

بعد القيام بالتحقيقات يقوم المقرر بتحرير تقرير أولي يتضمن عرض الوقائع وكذا المآخذ المسجلة، ومحضر جلسات الاستماع التي قام بها عند الإقتضاء مع توقيع الأشخاص الذين استمع لهم أو تثبيت رفضهم التوقيع في المحضر، ويبلغ رئيس المجلس التقرير إلى الأطراف المعنية وإلى وزير التجارة وكذا جميع الأطراف ذوي المصلحة الذي يمكنهم إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل لا يتجاوز ثلاثة أشهر³، وفي حالة ما لاحظ مجلس المنافسة أن التقرير المنجز من طرف المقرر غير كاف يأمر بإنجاز تحقيق تكميلي⁴، كما نصت المادة 30 على إجراء مهم وهو الإستماع حضورياً للأطراف المعنية أو ممثلها في القضايا المرفوعة إليه⁵، لتمكينهم من الدفاع عن أنفسهم⁶.

وفي الأخير يقوم المقرر عند اختتام والتحقيق بإيداع تقرير ختامي لدى مجلس المنافسة يتضمن المآخذ المسجلة ومراجع المخالفات المرتكبة واقتراح القرار وكذا عند الاقتضاء اقتراح تدابير تنظيمية، يقوم مجلس المنافسة بتبليغ التقرير إلى الأطراف المعنية و إلى الوزير المكلفة بالتجارة مع تحديد تاريخ الجلسة، ويمكنه إبداء ملاحظات مكتوبة في أجل شهرين، ويمكن أن يطلع عليها الأطراف قبل أجل 15 يوم من تاريخ انعقاد الجلسة، كما يمكن للمقرر إبداء رأيه في هذه الملاحظات⁷.

¹ -المادة 51، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

² -المادة 41، من الأمر رقم 03-03.

³ -المواد 52 و 53، من الأمر رقم 03-03.

⁴ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 176.

⁵ -المادة 30، من الأمر رقم 03-03.

⁶ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 177.

⁷ -المواد 54 و 55، من الأمر رقم 03-03.

2. **صلاحيات توقيع الجزاء:** بعد الإنتهاء من إجراء التحقيق، تكون القضية جاهزة للفصل فيها، يعقد مجلس المنافسة جلسة لإتخاذ القرار الملائم للقضية، حيث تنعقد الجلسة وفق الشروط المنصوص عليها في المواد 28 و 29 من قانون المنافسة، وبعد المداولات وانتهاء أشغال الجلسة يقوم مجلس المنافسة بإصدار القرارات التي تتخذ بالأغلبية البسيطة وبأخذ صوت رئيس المجلس في حالة تساوي عدد الأصوات¹.
- تتنوع مضامين وموضوعات القرارات بحسب ما يقدره المجلس، ولا يشترط في هذه القرارات أن تأخذ شكل معين لكن يستوجب تسليمها بطريقة مضمونة للأطراف المعنية ويمكن تصنيفها حسب الآتي:
- الحفظ ويصدر هذ القرار عندما يتنازل صاحب الإخطار عن ادعاءاته،
 - قرار انتقاء وجه الدعوى، وذلك عندما لا يؤدي التحقيق إلى إثبات وجود ممارسات مقيدة للمنافسة،
 - قرار رفض الإخطار في حالة عدم استوفاء الشروط الشكلية أو الموضوعية أو عندما تكون الوقائع المسجلة لا تدخل ضمن اختصاص المجلس أو نقص العناصر المقنعة بما فيه الكفاية،
 - قرار تعليق الفصل في القضية، حينما يتطلب الأمر إجراء تحقيق تكميلي أو في حالة انتظار حكم محكمة قضائية أو إدارية التي تكون قد أخطرت هي الأخرى بنفس الوقائع،
 - قرار قبول أو رفض الإجراءات التحفظية،
 - وفي الأخير القرار التنازعي الذي يصدره المجلس عندما يحكم على الأطراف المعنية المرتكبة للممارسات المقيدة، بالعقوبات المقررة لهذه المنافسة².
- تتمثل العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة في إصدار الأوامر كإصدار الأوامر بتجنب بعض الممارسات المقيدة للمنافسة، أو إصدار الأوامر باتخاذ بعض الإجراءات، والغرامات المالية³ المنصوص عليها في المواد من 56 إلى 62 مكرر من قانون المنافسة، وذلك على أساس معايير متعلقة لاسيما بخطورة الممارسة المرتكبة والضرر الذي لحق بالإقتصاد والفوائد المجمعمة من طرف مرتكبي المخالفة ومدى تعاون المؤسسات المتهممة مع مجلس المنافسة خلال التحقيق في القضية و أهمية وضعية المؤسسة المعنية في السوق⁴.

¹ -المادة 28، من الأمر رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

² -محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص ص 70 و 71.

³ -لاكلي نادية، المرجع السابق، ص 182.

⁴ -المواد من 56 إلى 62 مكرر 01، من الأمر رقم 03-03.

الفرع الثاني: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك.

تلعب إدارة الجمارك دورا هاما في حماية المستهلك من المواد الخطرة والمنتجات التالفة غير الآمنة أو المقلدة وتتمثل مهمتها في التحقق من جودة المنتجات المستوردة والمصدرة وفرزها وتحفظ بالسجلات الدقيقة للبضائع المقبولة والمرفوضة، وذلك لدورها الفعال في تطبيق اللوائح والمعايير المحددة قانونا وفرز المنتجات والتفتيش عن الصناعات الغذائية للتأكد من صحة العمليات الإنتاجية والمنتجات المصنوعة والحفاظ على مكتسبات المستهلك وذلك بالتعاون مع الجهات المعنية كوزارة التجارة ووزارة الصحة في سعيها لسلامة وأمن المنتجات ومنع دخول المزيفة منها وغير الآمنة وغير الشرعية إلى السوق وإمكانية الحجز عليها أو إتلافها بالإضافة إلى تطبيق الرسوم الجمركية ومراقبة حركة الأفراد والأموال. وعليه يتجلى دور الجمارك في ضمان وسلامة المستهلك وحماية مصالحه الاقتصادية.

أولا) ضمان أمن وسلامة المستهلك:

يتجسد دور إدارة الجمارك في ضمان أمن وسلامة المستهلك في تطبيق معايير الجودة الخاصة بالمنتجات وفقا للمعايير الوطنية والدولية وبفحص البضائع في المنافذ الحدودية وفرز المنتجات غير الآمنة والمشبوهة.

كما يلعب أعوان إدارة الجمارك دورا فعالا في هذه الحماية وذلك بالقيام بتفتيش الأشخاص والبضائع ووسائل النقل للحد من المخالفات والتجاوزات عن طريق تطبيق الإجراءات الجمركية، كذلك بالتعاون مع المصالح المعنية كالأمن والدرك الوطني ووزارة التجارة إلى غير ذلك من المصالح ذات الصلة، وذلك بهدف تحسين المستوى العام للحياة وتعزيز ثقة وسلامة المستهلكين في البلاد¹.

ثانيا) حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك:

تلعب الجمارك دورا مهما في حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك، إذ تعمل على تنفيذ الإجراءات اللازمة لتحقيق العدالة التجارية والتنافسية في السوق، وذلك من خلال فرض الرسوم والضرائب الجمركية على السلع المستوردة²، مع مراعاة تطبيق رسوم جمركية للحد من ارتفاع الأسعار إذ أقر المشرع الجزائري

¹- شوقي يعيش تمام و حنان أو شن، تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، الملتقى الدولي السابع عشر حول

الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، المنعقد يومي 10 و 11 أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية،

جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، ص 205.

²- صياد الصادق، المرجع السابق، ص ص 113 114.

فرض نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم بنسب ضعيفة وأخرى بنسب عالية وهي تلك التي تتجاوز نسبتها الإجمالية %145، وهذا ما يتيح للسلع المحلية أن تكون أكثر تنافسية في السوق، إذ يتم تحميل السلع المستوردة برسوم إضافية تجعل سعرها أعلى من السلع المحلية، وكذلك تنفيذ قوانين ولوائح الحماية التجارية لمنع دخول السلع المغشوشة أو ذات الجودة المنخفضة أو التي لا تتوافق مع المواصفات القياسية المعتمدة، وهذا يحمي المستهلكين من السلع الخطرة والمضرة بصحتهم وسلامتهم، ومراقبة ومراجعة العمليات التجارية بالتدقيق في الفواتير والوثائق المصاحبة للشحنات وهذا يساعد في منع التهرب الجمركي وضمان تحصيل الرسوم والضرائب بشكل صحيح، وهذا بالتنسيق مع الجهات المعنية الأخرى مثل وزارات التجارة، المالية، والصناعة، والصحة، وهذا ما يساهم في تبادل المعلومات والخبرات وتحقيق التنسيق بين المصالح ذات الصلة لتحقيق الأهداف المشتركة، وبالتالي يمكن القول أن لإدارة الجمارك دور فعال في حماية المصالح الاقتصادية لمستهلك وضمان السير الحسن للنشاط التنافسي والأنشطة التجارية².

المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك والقضاء في حماية المستهلك.

بالإضافة إلى الهيئات والسلطات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك، كان لابد من توفر هيئات وسلطات أخرى مستقلة كجمعيات حماية المستهلكين والقضاء، ذلك لما توفره هذه الجمعيات من مساعدات للمستهلكين سواء عن طريق التحسيس والإعلام وغير ذلك من الطرق العلاجية والوقائية أو عن طريق الوسائل القضائية، نظرا للدور الفعال الرادع والصارم الذي تلعبه سلطة القضاء الدفاع وحماية المستهلك.

وعليه سنتناول في هذا المبحث دور جمعيات المستهلكين في حماية المستهلك وهذا في المطلب الأول، وستتطرق في المطلب الثاني إلى دور القضاء في الدفاع وحماية المستهلك.

المطلب الأول: دور جمعيات حماية المستهلك.

طبقا للقانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات فإن الجمعية هي تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية سواء لمدة محددة أو غير محددة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير جهودهم

¹ - شوقي يعيش تمام و حنان أو شن، المرجع نفسه، ص 204.

² - صياد الصادق، المرجع السابق، ص 116.

ومواردهم من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها في عدة مجالات منها العلمية والقافية والإجتماعية، تأخذ تسميتها من موضوع نشاطها وأهدافها المحددة بدقة والمندرجة ضمن الصالح العام، وأن لا تكون مخالفة للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين و التنظيمات المعمول بها¹.

و تعرف جمعيات حماية المستهلك على أنها " جمعيات مدنية تابعة لحقوق الإنسان وهي لا تهدف إلى تحقيق الربح وإنما تهدف إلى توحيد الجهود والخبرة لتوفير وسائل الدفاع عن المستهلكين، وتتبع في دفاعها عدة طرق من أهمها التوعوية والدعاية المضادة والإمتناع عن الدفع"².

ونص أيضا قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالف ذكره على مفهوم جمعيات حماية المستهلك في المادة 21 منه بأنها " كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"³.

سنتناول في الفرع الأول أهداف جمعيات حماية المستهلك، وفي الفرع الثاني الوسائل العلاجية لها، وفي الفرع الثالث سنتطرق إلى الوسائل القضائية التي تنتهجها جمعيات حماية المستهلك.

الفرع الأول: أهداف جمعيات حماية المستهلك.

تهدف جمعيات حماية المستهلكين إلى حماية المستهلك و ضمان أمنه وسلامته من الأضرار التي قد تلحق به من المتدخلين، وذلك عن طريق الدور الاستراتيجي الذي تلعبه هذه الجمعيات في تحسيس وإعلام المستهلكين والدفاع عن مصالحهم وتمثيلهم أمام الهيئات المختلفة.

أولاً) الدور التحسيس والإعلامي:

تهدف جمعيات حماية المستهلك عن طريق التحسيس والإعلام إلى إعطاء المستهلكين كافة المعلومات والبيانات الضرورية المتعلقة بالمنتجات عن طريق طبع مطبوعات أو مجلات متخصصة وما إلى ذلك من وسائل الإعلام، فهي تقوم بتنوير المستهلكين بالمعلومات الهامة قصد تسهيل إختيارهم للمنتجات

¹ -المادة 02، من القانون رقم 12-06، المؤرخ في 12 جانفي 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر، ع 02، صادرة في 15 جانفي 2012.

² -بوشناق صافية وبن ميهوب أمينة، دور جمعيات حماية المستهلك الجزائري في التصدي للممارسات التسويقية التضليلية دراسة مجموعة من جمعيات حماية المستهلك بالجزائر، مجلة إرتقاء للبحوث والدراسات الاقتصادية، المجلد 01، ع 01، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، جويلية 2020، ص 54.

³ -المادة 21، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

والخدمات وحميتهم، كما يمكنها دعوتهم إلى مقاطعة البعض منها¹، كما تساهم بتقديم النصائح المتعلقة بطبيعة المنتج وخصائصه². ولقد نصت المادة 21 السالفة الذكر أعلاه على ضرورة إعلام المستهلك و تحسيسه وتوجيهه في سعيها لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك.

ثانيا) الدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم:

إن الغرض والهدف الرئيسي لجمعيات حماية المستهلك هو الدفاع عن الحقوق المشروعة للمستهلكين و ضمان مصالحهم وذلك بالتنسيق مع المصالح المعنية كالهيئات الإدارية والقضائية، قصد توفير الحماية اللازمة لمصالح المستهلكين و ضمان استيفائهم حقوقهم المقررة قانونا³.

ثالثا) تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختلفة:

تقوم جمعيات حماية المستهلك بتمثيل المستهلكين كونها همزة وصل بين المستهلك و الهيئات والأجهزة المكلفة بهذه الحماية، كما إمكانية تأسيسها كطرف مدني أمام القضاء في الدفاع عن مصالح المستهلكين.

الفرع الثاني: الوسائل العلاجية لجمعيات حماية المستهلك.

اعترف المشرع الجزائري بجمعيات حماية المستهلك وبدورها في الحفاظ على المصالح المادية والمعنوية للمستهلك وصون صحته وسلامته، وذلك في إطار قيامها بالمهام المنوطة بها، فصرح بحقها في سلك طريق القضاء للدفاع عن مصالح المستهلكين ونظرا لنقص السيولة والتمويل اتجهت هذه الجمعيات إلى إيجاد طرق بديلة وسلسلة للضغط على المنتجين حتى تكف الممارسات التجارية غير التزيهة في حق المستهلك، ومن بين هذه الوسائل الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد و الدعوى إلى المقاطعة و الإمتناع عن الدفع⁴.

أولا) الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد:

تستند جمعيات حماية المستهلكين لتوفير هذه الحماية إلى أساليب متعددة وفعالة منها أسلوب الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد، ويتم عن طريق قيام هذه الجمعيات بنشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات

¹-علي أحمد صالح، الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جوان 2016، ص 236.

²-عبد النور بوتشنت، دور جمعية حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، ع 12، جامعة برج باجي مختار، جوان 2008، ص 121.

³-علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 237.

⁴-علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 238.

المعروضة في السوق بإستعمال نفس الوسائل المستخدمة في الإعلام كالمصققات واللافتات أو وسائل الإعلام السمعية البصرية، وذلك عن طريق النقد العام أو النقد المباشر، المراد بهذا الأخير نقد منتج معين بذاته¹. إن الغرض من الإشهار المضاد هو الوقاية والكشف عن حقيقة السلع والخدمات الموضوعية للتداول لا على المتدخلين، ويهدف من جهة أخرى إلى دعوة المستهلكين إلى مقاطعة ما كان محل هذه الدعاية سواء كان سلعة أو خدمة و إعلامهم بمخاطرها وذلك في حالة رفض المتدخلين سحب المنتجات المخالفة للتنظيمات والمقاييس المحددة قانوناً².

بشكل عام تعتبر الدعاية المضادة من أدوات الحماية العامة التي تساعد المستهلكين في اتخاذ قرارات أفضل وأكثر حنكة فيما يتعلق بالمشتريات والخدمات التي يستخدمونها، بحيث تلعب الجمعيات المنظمة الدور الرئيسي في تعزيز الدعاية المضادة بين المستهلكين ونشر الوعي بينهم.

ثانياً) الدعوى إلى المقاطعة:

تهدف جمعيات حماية المستهلك عن طريق الدعوى إلى المقاطعة إلى تحسين المستوى المعيشي للمستهلك وحماية مصالحه الإقتصادية وتجنبيه ما قد يلحق به من أضرار، فهي تصرف جماعي يتم مثلاً من خلال الإنقطاع عن شراء منتج معين قصد الحفاظ على سعره والحد من ارتفاعه، أو لتحسين الجودة، أو الدعوى لمقاطعة بعض المنتجات بعد التأكد من إضرارها بصحة المستهلك وتعرض أمنه وسلامته للخطر أو لمصدرها.

يمكن أن تجبر هذه المقاطعة المتدخلين على تحسين جودة منتجاتهم وتوفيرها بأسعار مقبولة وبكميات معتبرة وأنواع مختلفة، وتشجيع المنافسة بينهم، وبالتالي ضمان حصول المستهلكين على خدمات تتفق مع متطلباتهم واحتياجاتهم³.

يتخذ هذا الإجراء كوسيلة أخيرة بعد إستنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك، وفي ظل سكوت المشرع الجزائري عن هذا الأسلوب فالأصل هو مشروعيتها بشروطه المرتبطة بعد التعسف في استعماله نظراً لما يلحقه هذا التعسف من خسائر بالمهنيين¹.

¹ - السيد محمد عمران السيد، المرجع السابق، ص 159.

² - علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 239.

³ - بوشناق صافية وبن ميهوب أمينة، المرجع السابق، ص 57.

ثالثاً) الإمتناع عن الدفع:

تضطر جمعيات حماية المستهلك إلى اللجوء لهذا الأسلوب المتمثل في الامتناع عن الدفع في حالة وجود عدة مستهلكين مدينين بمبالغ مالية ذات طبيعة واحدة قبل دائن واحد، وذلك للضغط عليه لتخفيض دينه وليلبي هذا الطلب لا بد من اللجوء لهذا الأسلوب الذي قد يبدو ظاهره مخالف للقانون إلا أنه يعتبر وسيلة فعالة ومشروعة في الدفاع عن مصالح المستهلكين.

يشترط استخدامه كأسلوب تهديد ودفع الدائن تلبية طلبات المستهلكين المدينين له دون المبالغة في ذلك نظراً لخطورة هذا الأسلوب على الاقتصاد والمؤسسات كتعريض هذه الأخيرة للإفلاس وما يتبعه من ذلك من آثار سلبية كبطالة العمال².

الفرع الثاني: الوسائل القضائية لجمعيات حماية المستهلك.

تهدف الوسائل القضائية التي تلجأ إليها جمعيات حماية المستهلك إلى توفير الحماية القانونية لحقوق المستهلكين، وذلك من خلال وذلك من خلال اتباع المسار القضائي لاستيفاء هاته الحقوق من المتدخلين، وتتمثل هذه الوسائل في مجموعة من الإجراءات تتجسد عامة في رفع دعاوى قضائية والإنضمام إليها.

أولاً) الدعاوى المرفوعة للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين:

تضمنت المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالف ذكره، أنه يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني في الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين في حالة تعرضهم لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وأن تكون ذات أصل مشترك³.

وما يتأكد من خلال مضمون هذه المادة أنه لجمعيات حماية المستهلكين الصفة القانونية للتقاضي في الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين في هذا النوع من الدعاوى ، إلا أنه لتفعيلها لا بد من توفر شرطان أساسيان:

¹ -نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009، ص 165.

² -محمد بودالي، المرجع السابق، ص 685.

³ -المادة 23، من القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف ذكره.

- وقوع عمل غير مشروع، أي وقوع العمل الذي يعاقب عليه القانون جزائياً، والغرض من ذلك هو رغبة المشرع في ضمان احترام المنتجين للنصوص التشريعية والتنظيمية في هذا المجال، سواء تلك المتعلقة بالغش والخداع أو الشروط التعسفية، أو عدم الإلتزام بالإعلام إلى غير ذلك.
- أن ينجم عن هذا العمل غير المشروع إضرار بالمصالح المشتركة للمستهلكين، والمقصود من ذلك الضرر اللاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين من جراء عمل واسع الإنتشار كالإشهار التضليلي¹.

ثانياً) الدعاوى المرفوعة للدفاع عن المصالح الفردية لمجموعة من المستهلكين:

من خلال المادة 23 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالفة الذكر، فإن لجمعيات حماية المستهلك الحق في المطالبة بحقوق المستهلكين برفع دعوى للدفاع عن المصالح الفردية للمستهلكين²، وذلك بتجميع هذه المصالح الفردية في دعوى واحدة بإسمهم ولحسابهم، سواء كان هؤلاء المستهلكين أشخاص طبيعيين أو معنويين، لحقهم ضرر سببه المحترف و يشترط أن يكون الضرر ضرراً شخصياً³.

حيث تضمنت المادة 65 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف ذكره، إمكانية قيام جمعيات حماية المستهلك برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون، وعلى إمكانية تأسيسها كطرف مدني في هذه الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحق بهم⁴.

وشروط القيام بهذه الدعاوى هي:

- لا بد أن يكون المستهلكين لحقهم ضرر تسبب فيه نفس المنتج، مما يفترض معرفة هذا المنتج مسبقاً،
- حصول جمعيات حماية المستهلكين على توكيل من مستهلكين اثنين على الأقل،
- أن يكون الضرر اللاحق بهم ضرر شخصي⁵.

¹-علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 242.

²-علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 243.

³-محمد بودالي، المرجع السابق، ص 682.

⁴-المادة 65، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

⁵-علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 243.

- لا بد للمدعي المدني أن يدفع مبلغا من المال يحدده عادة قاضي التحقيق لدى كتابة الضبط للمحكمة ما لم يحصل على مساعدة قضائية وذلك حسب المادة 75 من الأمر 66-155 المتعلق بالإجراءات الجزائية المعدل والمتمم،
- لا بد أن يكون قاضي التحقيق المرفوع أمامه الادعاء مختص إقليميا وإلا أن يأمر بإحالة المدعي المدني إلى الجهة القضائية المختصة وذلك حسب مضمون المادة 77 من الأمر 66-155 المذكور أعلاه¹.

ثالثا) انضمام جمعيات حماية المستهلكين للدعوى المرفوعة سابقا:

تنضم جمعيات حماية المستهلك للدعوى المرفوعة بالفعل والتي ربما تكون معقدة وتتضمن تحديات قانونية وإجرائية، ويمكن للجمعيات المشاركة في المرافعات ودعم المستهلكين في الحصول على حقوقهم وتوفير الموارد المالية والقانونية والإعلامية لتعزيز حملات المستهلكين وتوعيتهم بحقوقهم وواجباتهم. فعندما تنضم هذه الجمعيات لهذه القضايا، يمكن أن تساهم في تحويلها من قضية فردية إلى قضية جماعية وبالتالي يمكن للجميع الاستفادة من نتائج المرافعة، ويساعد هذا النهج في تعزيز الوعي بحقوق المستهلك وتشجيع المؤسسات والشركات على تحسين الممارسات الخاصة بهم فيما يتعلق بحماية المستهلك. يعتبر إنضمام جمعيات حماية المستهلك للقضايا المرفوعة سابقا من قبل المستهلك، فرصة لتعزيز الحوار والتعاون بين المستهلكين و المؤسسات والشركات وتحقيق العدالة والمساواة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش².

واستنادا لنص المادة 194 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية والتي تضمنت إمكانية التدخل في الخصومة في أول درجة أو في مرحلة الاستئناف اختياريا أو وجوبيا ممن توفرت فيه الصفة والمصلحة³،

¹- المواد 75 و 77، من القانون رقم 66-155، المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج ر، ع 66، صادرة في 10 جوان 1966.

²- علي أحمد صالح، المرجع السابق، ص 242.

³- المادة 194 ف 01 و 02، من القانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمن الإجراءات المدنية والإدارية، ج ر، ع 21، صادرة في 23 أفريل 2008.

أما المادة 198 فقرة من القانون نفسه تنص على أنه " يكون التدخل فرعياً عندما يدعم إدعاءات أحد الخصوم في الدعوى " ¹ وهذا ما يسمى بالتدخل الإنضمامي للخصومة. وعليه فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلك الإنضمام لهذه الدعاوى المرفوعة سابقاً لحماية المستهلك لتوفرها على شرطي الصفة والمصلحة ².

المطلب الثاني: دور القضاء في الدفاع وحماية المستهلك.

تتجلى أهمية سلطة القضاء في الدفاع عن المستهلك وحمايته من خلال اتخاذها لمجموعة من الإجراءات المتمثلة في البحث والتحري ومباشرة الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة التي تعتبر اختصاصاً أصيلاً للسلطة القضائية إلى غاية صدور الحكم من طرف المحكمة وتوقيع الجزاء، فهي تكمل دور الإدارة في توفير الحماية اللازمة للمصالح المادية والمعنوية للمستهلك وفرض النظام والحد من الممارسات والتجاوزات المخالفة لقواعد القانون.

حيث يمكن لأي شخص اللجوء للقضاء مباشرة برفع دعوى متى كان متضرراً من أي ممارسة مقيدة للمنافسة ³، وهذا ما نصت عليه المادة 48 من قانون المنافسة السالف ذكره بأنه " يمكن لأي شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرراً من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقاً للتشريع المعمول به " ⁴.

وللتفصيل في دور سلطة القضاء في حماية المستهلك سنتطرق في الفرع الأول إلى دور سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك وفي الفرع الثاني سنتناول حق المستهلك في اللجوء للقضاء.

الفرع الأول: دور سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك.

في إطار ردع وقمع المخالفات والجرائم الاقتصادية وتوقيع الجزاء، نصت المادة 60 من قانون الممارسات التجارية السالف ذكره على أنه " تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لإختصاص الجهات

¹- المادة 198 ف01، من القانون رقم 08-09، يتضمن الإجراءات الدنية والإدارية، السالف ذكره.

²-وفاء عز الدين، دور الجمعيات كآلية لحماية المستهلكين من الإشهار التضليلي، الملتقى الوطني للإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري و آثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، مداخلة في جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2018، ص08.

³-زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 183.

⁴-المادة 48، من القانون رقم 03-03، المتعلق بالمنافسة، السالف ذكره.

القضائية"¹، وهذا بعد تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية.

وعليه يتبين دور النيابة العامة باعتبارها ممثلة المجتمع في قمع الجرائم بداية من تحريك ومباشرة الدعوى العمومية إلى غاية صدور الحكم، وكذلك يتبين لنا دور قضاة الحكم المتدخلين في فض النزاعات المتعلقة بحماية المستهلك.

أولاً) دور النيابة العام في حماية المستهلك:

يتجلى دور النيابة العامة في المجال التجاري والاقتصادي من أجل حماية المستهلك من خلال المساهمة في توقيع الجزاء المادي المحسوس على المتدخل الذي تسبب السلوك أو التصرف الصادر عنه في المساس بضمان سلامة المستهلك، فالسلطة القضائية هي الوحيدة لها متابعة وقمع المخالفين الذين شكل سلوكهم نوع من الجرائم التي يعاقب عليها القانون، حيث يقوم وكيل الجمهورية المختص إقليمياً بتحريك الدعوى العمومية ضد مرتكبي المخالفات ومباشرة جميع الإجراءات اللازمة بنفسه².

حيث نصت المادة 01 من قانون الإجراءات الجزائية السالف ذكره على أن "الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات حركها ويباشرها رجال القضاء أو الموظفون المعهود إليهم بما بمقتضى القانون، كما يجوز أيضاً للطرف المضرور أن يحرك هذه الدعوى طبقاً للشروط المحددة في هذا القانون"³.

وتنص المادة 29 من نفس القانون على أنه "تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع وتطالب بتطبيق القانون، وهي تمثل أمام كل جهة قضائية، ويجوز ممثلها المرافعات أمام الجهات القضائية المختصة بالحكم، ويتعين أن ينطق بالأحكام في حضوره، كما تتولى العمل على تنفيذ أحكام القضاة ولها أهمية في سبيل مباشرة وظيفتها أن تلجأ للقوة العمومية، كما تستعين بضباط وأعوان الشرطة القضائية"⁴.

¹ -المادة 60، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

² -بقة عبد الحفيظ و تباتي السعيد، دور السلطة القضائية في حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية

الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، المجلد 04، ع 01، 2019، ص 143.

³ -المادة 01، من القانون رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، السالف ذكره.

⁴ -المادة 29، من القانون رقم 66-155.

فالدعوى العمومية هي تلك الرابطة التي تربط الطرف المضرور الذي هو المستهلك بالعدالة لإستفاء حقه، وتبدأ هذه الدعوى العمومية جهات التحقيق أو الحكم وهو ما يسمى بتحريك الدعوى العمومية، فلا تنظر المحكمة في الدعوى من تلقاء نفسها، ولا عقوبة من غير دعوى عمومية¹، هذا ما يؤكد لنا الدور الفعال الذي تلعبه النيابة العامة من خلال تحريكها ومباشرتها للدعوى العمومية.

باستثناء من يخول لهم القانون تحريك الدعوى العمومية، فإن النيابة العامة هي المختصة بذلك بإستعمالها بوصفها سلطة الإتهام، فهي بذلك تمثل المجتمع في ممارسة حقه في الكشف عن مرتكب الفعل غير المشروع ومعاقبته².

يمثل النيابة العامة أمام المجلس القضائي ومجموعة المحاكم، النائب العام ويباشر قضاة النيابة الدعوى العامة الدعوى العمومية تحت إشرافه، ويمثل وكيل الجمهورية النائب العام لدى المحكمة بنفسه أو بواسطة أحد مساعديه، ويباشر الدعوى العمومية في دائرة المحكمة التي بها مقر عمله³.

من خصائص النيابة العامة أنها جهاز متكامل تخض للتدرج الإداري ولعدم القابلية للتجزئة، والمقصود من ذلك أنه يمكن لأي عضو من أعضاء النيابة العامة أن يحل محل أي عضو آخر في تصرفاته القضائية إضافة إلى تمتعها بالإستقلال التام أمام قضاة الحكم، ولا تسأل النيابة العامة عن الأعمال التي تقوم بها تطبيقاً للقانون⁴.

لنيابة العامة أهمية كبيرة تتسجد في الدور الفعال الذي تلعبه في التنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك وذلك للحد من المخالفات والتجاوزات التي تهدد أمنه وسلامته، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلك أن تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع المخالفات التي ترد من المتدخلين وذلك في ظل انعدام شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها وانتشار

¹ - أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 03، 2003، ص 27.

² - أحمد شوقي، المرجع السابق، ص ص 27 28.

³ - المواد 33 و 35، من القانون رقم 66-155.

⁴ - علي يحيى بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000، ص ص 64 65.

الأسواق السوداء، الأمر الذي أصبح يهدد حياة المستهلك وصحته وسلامته بالإضافة إلى هدم الاقتصاد الوطني وتقييد المنافسة، وعليه تتدخل النيابة العامة صاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصها¹.

أ) دور النائب العام:

إذا كانت النيابة العامة تباشر الدعوى باسم المجتمع، فإن النائب العام بكل الولاية هو ممثل النيابة العامة لدى مجلس القضاء ومجموع المحاكم، فهو صاحب الحق في استعمال الدعوى العمومية ويتعين عليه أن يباشرها بصفته أو يباشرها تحت إشرافه أعضاء النيابة العامة الذين يعتبرون وكلاء عنه في حدود اختصاصاته المحلية².

يعمل النائب العام تحت رقابة غرفة الإتهام، باعتباره يشرف على الضبط القضائي على مستوى المجلس القضائي، وله أن يطلب من غرفة الإتهام النظر في أمر من تقع منه مخالفة أو تقصير في أداء عمله³.
يمثل النائب العام للمجلس الأعلى نائب عام مساعد أول على مستوى المجلس القضائي الذي يساعده هو الآخر نواب عامون مساعدون في أداء وظيفته، فيمثلون النيابة العامة أمام المجلس القضائي، ويمثله على مستوى المحكمة وكيل الجمهورية⁴.

ب) دور وكيل الجمهورية:

يمثل وكيل الجمهورية المجتمع أمام المحاكم ويطالب بتطبيق القانون، باعتباره ممثلاً للحق العام على مستوى اختصاص إقليم محكمته، وبصفته رئيس الضبطية القضائية فيها فإن من مهامه مراقبة ومباشرة أعمال الضبطية القضائية حيث يباشر بنفسه أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث عن المخالفات والجناح التي تمس أفراد بما فيهم فئة المستهلكين، كما يقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي هذه المخالفات والجناح وإحالتهم على العدالة والمطالبة بتطبيق القانون وتوقيع الجزاء عليهم، كذلك يقوم وكيل الجمهورية بتلقي المحاضر والشكاوى والبلاغات ويقرر ما يتخذه بشأنها.

¹ - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 187.

² - أحمد شوقي الشلقان، المرجع السابق، ص 32.

³ - علي يحيى بن بوخميس، المرجع السابق، ص 65.

⁴ - أحمد شوقي الشلقان، المرجع السابق، ص 33.

يقوم أيضا بمباشرة أو الأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الجرائم المتعلقة بالنظام العام، وإخطار الجهات القضائية المتخصصة بالتدقيق أو المحاكمة للنظر فيها، ويطعن عند الإقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها الهيئات القضائية، كما له أن يصدر أوامر بعد صدور الحكم كالأمر بحجز السلع أو إتلافها¹.

كما يتلقى وكيل الجمهورية من المدير الولائي المكلف بالتجارة المحاضر المثبت فيها المخالفات المنصوص عليها قانون الممارسات التجارية السالف ذكره².

ثانيا) دور المحكمة:

باعتبار أن المحاكمة هي الآلية الهادفة للفصل في إدانة المتهم أو براءته وهي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية التي تتم على مستوى المحكمة المختصة إقليميا أو المجلس القضائي والمحكمة العليا في حالة استئناف الحكم.

قد تكون المحكمة ابتدائية أو محكمة الجنايات وتختص بالنظر في جميع الدعاوى الناشئة عن الأفعال والأعمال المجرمة قانونا أيا كان الشخص الذي ارتكبها.

يتجلى الدور الفعال والمهم للمحكمة من خلال فصلها في القضايا المرفوعة أمامها من طرف النيابة العامة أو أحد وكلائها وهذا بحسب طبيعة المخالف ونوع الفعل الإجرامي، فقد يكون الفعل الصادر عن المحترف لا يكفي لمسائلته أو لا يثبت عليه فتصدر المحكمة حكما ببراءته، أما إذا ثبت عليه ارتكابه لهذا العمل غير المشروع تتم إدانته وتوقيع الجزاء عليه، كما للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتجات محل المخالفة أو إتلافها أو بإصدار حكم تمهيدي بإجراء خيرات معينة من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة³.

عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك يقع على القضاة أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية متوسط الذكاء وهذا بالإستناد إلى معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني، وقد تلجأ المحكمة إلى الإستناد إلى معيار آخر وذلك بالأخذ بحالة كل مستهلك ضحية على حدى للعديد

¹-علي يحيى بن بوخيس، المرجع السابق، ص 65.

²-المادة 53، من القانون رقم 04-02، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف ذكره.

³-علي يحيى بن بوخيس، المرجع السابق، ص ص 65 66.

من الإعتبارات منها المستوى الثقافي والوضعية التي تعرض لها، فالأخذ بمعيار المستهلك متوسط الذكاء يعتبر مرجعا لتقدير مدى وجود الخطأ الذي يعاقب عليه القانون في العلاقات الاستهلاكية.

حول للقضاة في إطار اختصاصاتهم بالنظر والفصل في القضايا المرفوعة أمام المحاكم من قبل المستهلك سواء في أقسامها التجارية عندما يتعلق الأمر بالتعويض أو تنفيذ العقود المبرمة، أما إذا كان موضوع الدعوى ناتج عن جرائم يعاقب عنها جنائيا فللمستهلك الخيار في رفعها إما أمام القاضي الجزائي والتأسس كطرف مدني أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني¹.

أثير جدل واسع بين الفقهاء فيما يخص رفع الدعاوى المتعلقة بالممارسات المقيدة للمنافسة أمام القضاء العادي أم أمام القضاء التجاري، ويعود هذا التذبذب الحاصل بشأن هذه المسألة إلى تضارب المواقف في القضاء الفرنسي، فمنهم من يرحح صلاحيات الفصل في منازعات المنافسة إلى القضاء العادي المكلف بالنظر في القضايا التجارية كأصل عام نظرا لكون المنافسة ترد على ممارسات تجارية بحتة، ومنهم من يرحح أن صلاحية الفصل في هذه القضايا تعود للقضاء الإداري لتعلق الأمر بضبط المنافسة وليس بتطبيق قواعد القانون التجاري وهذا راجع لاعتبار محل التراع ممارسات غير نزيهة وليس أطراف العلاقة الاستهلاكية².

الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء للقضاء.

حق المستهلك في اللجوء للقضاء يأتي كجزء من الحماية القانونية للمستهلكين، يتضمن هذا الحق الحصول على الحماية القضائية المختصة للحصول حقوقه أو المطالبة بحمايته ويشترط أن يتوفر فيه شروط التقاضي الواجب توفرها في أي طالب دعوى قضائية وهي الصفة والمصلحة القائمة أو المحتملة³.

أولا) ثبوت حق المستهلك في رفع دعوى قضائية:

يعتبر اللجوء إلى رفع دعوى قضائية من أبرز الوسائل التي يمكن للمستهلك الحصول بها على حماية حقوقه ومصالحه والدفاع عنها، حيث توفر هذه الوسيلة القانونية للمستهلكين بشكل عام من جهة التحقيق في المصالح التي تعرضت للأضرار أو التي يرون أنها قد تتعرض للأضرار، ومن جهة أخرى يمكن للمستهلك

¹ - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 189.

² - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 189.

³ - المادة 13 ف 01، من القانون رقم 08-09، المتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، السالف ذكره.

إستخدام الدعوى القضائية للحصول على تعويض عن الأضرار التي لحقت به نتيجة سلوك غير قانوني أو تعسفي وارد عن الشركات أو الموردين، كما تعتبر الدعوى القضائية أداة قانونية مهمة للحفاظ على حقوق ومصالح المستهلكين وللتشجيع على تحسين جودة المنتجات المعروضة للاستهلاك.

تستخدم الدعوى القضائية عادة بعد حدوث الضرر وليس قبله لكنها في بعض الأحيان يمكن أن تستخدم كوسيلة وقائية لمنع حدوث الضرر المحتمل، على سبيل المثال تستطيع جمعيات المستهلك والمستهلكين تقديم دعاوى قضائية للمطالبة بمنع الشركات من القيام بممارسات ضارة بشكل كبير قبل أن تتسبب في حدوث أي ضرر للمستهلكين، وبالتالي تكون الدعوى القضائية للمستهلك في هذه الحالة بمثابة وسيلة وقائية وليست مجرد وسيلة لاستفءاء الحقوق أو التعويض بعد وقوع الضرر.

بشكل عام الهدف الأساسي للدعوى القضائية التي يلجأ إليها المستهلكين، يتمحور حول تعويضهم عن الأضرار التي لحقت بهم وردع الشركات والمؤسسات عن انتهاك حقوقهم¹.
تختلف الدعوى القضائية التي يلجأ إليها المستهلك بين دعاوى استعجالية أمام القضاء الاستعجالي ودعاوى مدنية وأخرى عمومية.

أ) الدعوى القضائية الاستعجالية: تتميز بسرعة الإجراءات والحكم فيها بسرعة بغرض الحفاظ على مصالح المستهلكين وتجنب وقوع اضرار بمرور الوقت ويمكن أن يتوفر هذا النوع من القضايا في الحالات الملحة التي تتطلب تدخل سريع من القضاء لحماية المستهلك مثل إيقاف عملية تسويقية مشكوك فيها أو منع استخدام منتج قد يكون ضار بالصحة².

ب) الدعوى القضائية المدنية: يتم إقامتها لمطالبة المنتجين أو البائع بتقديم تعويض للضرر أو الخسارة التي تعرض لها المستهلك وتتضمن طلبا لرد المال أو تعويض الضرر الناجم عن السلعة أو الخدمة³.

¹ - زبير أرقى، المرجع السابق، ص 190.

² - زواوي عباس، الدعوى الاستعجالية في ظل القانون 08-09 المتضمن الإجراءات المدنية والإدارية، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ع 30 31، ماي 2013، ص ص 212 213 214.

³ - المادة 02، من القانون رقم 66-155، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، السالف ذكره.

بشكل عام تشابه الدعوى القضائية الاستعجالية والدعوى القضائية المدنية في أن كلاهما يستخدم لإيجاد حلول قانونية للمستهلكين ولكن الفرق الرئيسي بينها هو في وقت تطبيقهما وذلك يعتمد على طبيعة القضية وأهميتها ويجب أن يكون إختيار الدعوى مناسب مع الأخذ بعين الاعتبار حالة وظروف القضية.

ت) **الدعوى العمومية:** ترفع هذه الدعوى من طرف المستهلك متى ما كانت الأفعال الموصوفة تشكل جريمة سواء تضرر منها أو احتمال أن يتضرر منها، وترفع أيضا عند مخالفة أحكام المواد 68، 69، 70، 79، 83، 84، من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف ذكره، والتي تحيل إلى أحكام قانون العقوبات الجزائري.

إن الحق في رفع دعوى قضائية من طرف المستهلك أمر راعته جميع التشريعات قصد حمايته من كل ما قد يسبب له ضرر والغرض من هذه الدعاوى وقف الأعمال غير المشروعة والحد منها وطلب تنفيذ العقد طبقا لما تم الاتفاق عليه وطلب التعويض عن كل الأضرار التي لحقت بالمستهلك.

ثانيا) حق المستهلك في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة:

يمكن للمستهلك رفع دعوى المنافسة غير المشروعة ضد أي مؤسسة أو شخص يقوم بممارسات غير عادلة في السوق تخلق منافسة غير مشروعة، مما يؤثر سلبا على حرية المنافسة ويؤدي إلى ارتفاع الأسعار أو رداءة جودة المنتجات أو الخدمات، وذلك يتم بموجب اللوائح والقوانين المعمول بها.

فالقانون يمنع الممارسات التجارية غير التزيهية والمخالفة للأعراف التجارية، وهذه المخالفة لاتعد جريمة إلا إذا كانت هناك نتيجة تتمثل في الإعتداء على مصالح الآخرين وتلحق الضرر بهم، وبالتالي يجوز لكل من لحقه الضرر نتيجة فعل من أفعال منافسة غير المشروعة أن يرفع دعوى المنافسة غير المشروعة.

يعد الحق في رفع دعوى المنافسة غير المشروعة أحد أهم حقوق المستهلكين، وكذلك يهدف هذا الحق إلى حماية المنافسة في حد ذاتها من الممارسات المخلة بها بالإضافة إلى حماية حقوق المستهلكين ومصالحهم.

يتعين على المستهلك ليتمكن من رفع هذه الدعوى توفر شروط معينة إلى جانب الشروط المعروفة لقبول أي دعوى، وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية¹.

¹، زبير أرزقي، المرجع السابق، ص ص 192 193.

لقد تناولنا في هذا الفصل الإجراءات العملية المكرسة لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، والتي تجسدت في شكل مهام وصلاحيات مخولة للهيئات الرقابية الإدارية والقضائية لما لها من دور فعال في فرض تطبيق الضمانات المقررة لحماية المستهلك التي تطرقنا إليها في الفصل الأول، والموازنة بينها وبين حرية المنافسة نظرا لتأثر حماية المستهلك بسير المنافسة، بإعتبارها الأقرب للمستهلك والمشرفة على ضبط وتنظيم النشاطات وتفعيل الرقابة عليها، وذلك لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك وتنظيم المنافسة وضمان احترام ومراعاة القواعد المطبقة على ممارسة الأنشطة التجارية، كذلك المهام التي تقوم بها جمعيات حماية المستهلكين وذلك من خلال دورها الفعال في التحسيس والإعلام والدفاع عن حقوق المستهلكين وتمثيلهم أمام الهيئات المختلفة، لما لها من وسائل علاجية وقضائية.

إضافة إلى ذلك فإنه لا بد من تدخل الهيئات القضائية للدفاع وحماية المستهلك نظرا لأهمية الصلاحيات المخولة لها في البحث والتحري وتوقيع العقاب على مرتكبي المخالفات والتجاوزات بشكل عام، والماساة بحقوق المستهلك وأمنه وسلامته وقواعد المنافسة والممارسات التجارية بشكل خاص.

خاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا السالفة فإن المشرع الجزائري أولى لحماية المستهلك أهمية كبيرة نظرا لإرتباطها وتأثيرها بحرية المنافسة التي يقوم عليها نظام اقتصاد السوق الحر، ونظرا لما صدر عن بعض المتدخلين من ممارسات مخلة ومنافية للمنافسة ومخالفة لقواعد ومبادئ النزاهة والشفافية في ممارستهم للأنشطة التجارية في مسعا منهم لمضاعفة الأرباح وتحقيق الهيمنة الاقتصادية، لذا استلزم ما آلت إليه الأوضاع في السوق وجود ضمانات تكفل وتفرض حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة وضمن السير الطبيعي لهذه الأخيرة، وكذا إجراءات عملية لتكريس هذه الحماية على أرض الواقع.

ولقد تناولنا في هذا البحث الضمانات المقررة للموازنة بين حماية المستهلك وحرية المنافسة، متمثلة في إلتزامات تقع على عاتق المتدخل بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانوني المنافسة والممارسات التجارية، حيث تهدف هذه الإلتزامات بالدرجة الأولى لحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقات الاقتصادية بالإضافة إلى الحفاظ على السير الطبيعي للنشاط التنافسي الحر مع احترام ومراعاة قواعده وقواعد وأخلاقيات الممارسات التجارية، مع تكريس إجراءات عملية لمنح هذه الضمانات القوة الإلزامية لفرض تطبيقها في الواقع لضمان توفير الحماية اللازمة للمستهلك في ظل المنافسة الحرة، والتي تجسدت في المهام المنوطة بالهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك والصلاحيات المخولة لها سواء على المستوى الوطني أو المحلي وهيئات أخرى مستقلة كجمعيات حماية المستهلكين والقضاء لما لها من أدوار فاعلة في توفير هذه الحماية.

➤ النتائج:

- وقد توصلنا من خلال بحثنا هذا إلى مجموعة من النتائج نوجزها فيما يلي:
- وفرة النصوص القانونية التي أقرها المشرع الجزائري، والتي تحدد إلتزامات المتدخلين في مجال حماية المستهلك ومجالي المنافسة والممارسات التجارية.
- قام المشرع الجزائري بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش بإقرار الحقوق الشرعية للمستهلك، وهي عبارة عن الترتامات ملقاة على عاتق المتدخل في هذا المجال، تدخل هذه الإلتزامات تحت إلتزام عام وهو الإلتزام بضمان سلامة المستهلك.
- كما قام المشرع بموجب قانون المنافسة المعدل والمتمم، بحظر كل الممارسات المنافية للمنافسة والمقيدة لها عن المؤسسة، وإلزامية إخضاع التجميعات الاقتصادية لرقابة مجلس المنافسة.

- قام المشرع أيضا بموجب قانون الممارسات التجارية المعدل والمتمم، بإقرار مبدأي شفافية الممارسات التجارية ونزاهتها.
- عدم استقرار المشرع على مصطلح المتدخل الذي تبناه بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، حيث أسماه بالمؤسسة بموجب قانون المنافسة، والعون الاقتصادي بموجب القانون المحدد للقواعد المطبقة الممارسات التجارية، إلا أن كل هذه المصطلحات تشمل طائفة الأشخاص الطبيعيين والمعنويين.
- إعتبار الأشخاص المعنويين من المستهلكين والخدمات من المتوجات، يضيفي على رغبة المشرع في توسيع مجال حماية المستهلك وقمع الغش.
- استحداث المشرع لخدمة جديدة وهي خدمة ما بعد البيع، عادت بفائدة كبيرة على المستهلكين بضمان صيانة وإصلاح المتوجات التي تم إقتناءها بعد انتهاء فعالية الضمان.
- التناقص الحاصل في كون الضمان الإضافي مجانيا طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع السلع والخدمات للاستهلاك، وأن يكون مجانيا أو بمقابل طبقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، الأمر الذي يمنح المتدخلين الفرصة لاستغلال هذا التناقض في فرض الدفع بمقابل للحصول على هذا الضمان من طرف المستهلكين مما يؤدي إلى إلحاق الضرر بمصالحهم المالية.
- اقتصار دور مجلس حماية المستهلكين على إبداء الأراء والإقتراحات والتدابير التي تساهم في تطوير سياسات حماية المستهلك، الأمر الذي يقلل من نسبة مساهمته في توفير الحماية اللازمة للمستهلك.
- تفعيل مجلس المنافسة واعتباره سلطة إدارية مستقلة، إضافة إلى التغيير المهم الذي طرأ عليه بموجب القانون رقم 12-08 المتعلق بالمنافسة، خاصة فيما يتعلق باشتراط الخبرة والكفاءة المهنية واستبعاد القضاة ووضعه تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة، كما يجدر الإشارة إلى أن أحد نائبي رئيس المجلس من فئة جمعيات المستهلكين التي تعتبر الفئة الثالثة المكونة منها تشكيلة هذا المجلس، وهذا ما يضيفي آثار إيجابية في مجال المنافسة وحماية المستهلك، إلا أن استقلالته تتخللها العديد من القيود العضوية والوظيفية، وكذا تخويله بالعديد من الصلاحيات إلا أن أغلبها إستشارية الأمر الذي يقلل من مساهمته في تنظيم المنافسة وتطويرها.
- بالرغم من إقرار المشرع للطبيعة القانونية لمجلس المنافسة كونه سلطة إدارية، إلا أنه فتح مجال الطعن في قراراته أمام القضاء العادي أو القضاء الإداري.

▪ إنشاء جمعيات حماية المستهلكين التي تلعب أدوار قبلية وبعديّة فعالة في ضمان سلامة المستهلك، على الرغم من استنادها للأساليب الوقائية والعلاجية غالباً لافتقارها لغلّاف مالي يسيرها وقانون خاص بها يحدد صلاحياتها ومهامها بدقة.

▪ أقرّ المشرع حماية جنائية للمستهلك وذلك متى توفرت شروطها، والنص على حق السلطات القضائية في التدخل لحماية المستهلك بموجب قانون حماية المستهلك وقانون الإجراءات الجزائية، باعتبارها ممثلة للحق العام في تحريك الدعوى العمومية قصد مباشرة الدعوى العمومية وتطبيق القانون.

➤ المقترحات:

بالرغم من وفرة النصوص القانونية الصارمة التي وضعها المشرع الجزائري في مجالي حماية المستهلك والمنافسة والإجراءات العملية الهادفة لفرض تطبيقها على أرض الواقع، إلى أن ذلك لا زال لم يصل إلى المستوى المرجو بلوغه من أجل توفير الحماية اللازمة للمستهلك في ظل المنافسة الحرة، وعليه فإن اقتراحاتي حول هذا البحث اختصرتها في ما يلي:

- تكثيف الرقابة على المتدخلين في مجالات حماية المستهلك وقمع الغش، والمنافسة، والممارسات التجارية.
- تعزيز وتطوير الهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك بالوسائل المادية والبشرية لتمكينها من تحقيق الأهداف المرجوة منها.
- تدخل المشرع الجزائري لإزالة الغموض والإشكاليات والتناقضات المتعلقة ببعض النصوص القانونية في مجال حماية المستهلك والمجالات المتعلقة بذلك.
- توسيع صلاحيات مجلس المنافسة في الجانب الردعي والقمعي كونه الركيزة الأساسية لضبط المنافسة.
- العمل على تأطير هوامش الربح والأسعار خاصة فيما يتعلق بالمواد الأساسية، أو في الحالات التي يبيث فيها الإضطراب في الأسواق لدرجة الإضرار الفعلي بالمنافسة و بحماية المستهلك.
- ضرورة التعامل باحترافية من طرف الأجهزة القضائية فيما يخص قضايا حماية المستهلك، نظراً لإرتباطها بصحته وأمنه وسلامته وإرتباطها بمجالات حيوية أخرى، تتطلب كل الحنكة والخبرة في التعامل معها والبحث والتحري فيها والفض في النزاعات المتعلقة بها.
- تشديد العقوبات على المتعاملين في هذه المجالات الحيوية برفع الغرامات المالية وجعل العقوبات السالبة للحرية أكثر حدة.
- إقامة حملات توعية بحقوق المستهلكين عن طريق وسائل الإعلام والإتصال وجمعيات حماية المستهلكين.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

❖ الكتب:

1. أحمد شوقي الشلقاني، مبادئ الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، 2003.
2. أكرم محمد حسين التميمي، التنظيم القانوني للمهني دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2010.
3. تيورسي محمد، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومة، الجزائر، 2013.
4. زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، طبعة 2009، الجزائر.
5. سعد سعيد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، القاهرة مصر، 2006.
6. السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشآت المعارف، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية مصر، 1998.
7. شرواط حسين، شرح قانون المنافسة، دار هومة، الجزائر، 2012.
8. صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنيا ودوليا، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
9. عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
10. عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، البيع والمقايضة، الجزء الرابع، دار التراث العربي، القاهرة، 1968.
11. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، 2007.
12. علي يحيى بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000.
13. فتاك علي، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية مصر، 2013.
14. لاکلي نادية، قانون المنافسة، الطبعة الأولى، ابن نديم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2023.
15. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات بغدادية، 2012.
16. محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 2007.

17. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006.
18. محمد حسين منصور ضمان، صلاحية المنتج للمبيع مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية مصر، 2004.
19. محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية مصر، 2011.
20. مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت لبنان، 2011.
21. معتز نزيه ومحمد الصادق المهدي، التعاقد المحترف: مفهومه، التزاماته، مسؤوليته، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 2009.
22. نزيه المهدي، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 1972.

❖ المذكرات والرسائل الجامعية:

1. آمنة مخاشة، آليات تفعيل مبدأ المنافسة دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة الجزائر، 2017.
2. براشمي مفتاح، منع الممارسات التجارية غير التزيهة في القانون الجزائري دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن بلة، 2018.
3. بن عديدة نبيل، الإلتزام بالإعلام وتوابعه في مجال قانون الاستهلاك، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، سنة 2018.
4. بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي في اطار قانون المنافسة والممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو الجزائر، 2018.
5. بوعزة نضيرة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحماية المستهلك، أطروحة دكتوراه في العلوم لقانونية، تخصص قانون السوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2019.
6. بوغنجة بن عياد، العلامات التجارية بين احتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، مذكرة ماجيستر في الحقوق، كلية الحقوق بن عكنون الجزائر، 2013.
7. جرعود ياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة ماجيستر في الحقوق، كلية الحقوق، بن عكنون الجزائر، 2002.
8. جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تبي وزو الجزائر 2012.

9. جلطى أعمار، الأهداف الحديثة للضبط الإداري، أطروحة دكتوراه في القانون العام، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016.
10. جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في القانون، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012.
11. حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتجات، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2012.
12. حملاجي جمال، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة ماجستير في القانون فرع قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2006.
13. ديباش سهيلة، مجلس الدولة ومجلس المنافسة، أطروحة دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق بن عكنون الجزائر، 2010.
14. زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، أطروحة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2011.
15. شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، في الحقوق فرع مسؤولية مهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012.
16. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، جامعة قسنطينة الجزائر، 2014.
17. قرواش رضوان، الضمانات القانونية لحماية وامن سلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه، في الحقوق قانون خاص تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة الجزائر، 2013.
18. كحال سلمى، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، 2009.
19. محمد شريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري (دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي)، أطروحة دكتوراه في القانون العام، تيزي وزو الجزائر، 2005.
20. مراد قرني، دعوى الضمان القانوني لعيوب المبيع، رسالة ماجستير، في القعود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2006.
21. نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتجات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009.

22. نزار الهام و عفيف اسمهان، الالتزام بالإعلام كضمان لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019.

❖ الأبحاث والمقالات العلمية:

1. بقة عبد الحفيظ و تباتي السعيد، دور السلطة القضائية في حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، المجلد 04، ع 01، 2019.
2. بن طيب مهدي و خروبي سفيان، دور الجماعات المحلية في دعم التنمية المحلية دراسة حالة لبلدية العفرون البلدية، مجلة إليزا للبحوث والدراسات، ع 01، المركز الجامعي إليزي الجزائر، 2016.
3. بوعزة نصيرة، الالتزام بضمان المنتوجات كألية لحماية المستهلك وتحقيق علاقة اقتصادية متوازنة، مجلة الواحات للبحوث والدارسات، المجلد 09، ع 09، 2016.
4. بوعون زكريا، آليات تنفيذ ضمان السلع والخدمات، في القانون الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، ع 43، مجلد أ، 2015.
5. بوهنتالة أمال قداش سلوى، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع، مجلية الدراسات والبحوث القانونية، ع 06، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2017.
6. بوشناق صافية وبن ميهوب أمينة، دور جمعيات حماية المستهلك الجزائري في التصدي للممارسات التسويقية التضليلية دراسة مجموعة من جمعيات حماية المستهلك بالجزائر، مجلة إرتقاء للبحوث والدراسات الاقتصادية، المجلد 01، ع 01، جامعة فرحات عباس سطيف 1، الجزائر، جويلية 2020.
7. جلطي أعمار، دور سلطة الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك، مجلة الاستراتيجية والتنمية، المجلد 04، ع 06، جامعة مستغانم الجزائر، 2014.
8. جهيد سحوت، عن المركز القانوني لمجلس المنافسة الجزائري، النصوص والوقائع، دفاثر السياسة والقانون، ع 19، جوان 2018.
9. رابح أوكيل، الدور الترويجي للتغليف في متاجر التجزئة ومداخل تأثيره النفسي على حماية المستهلك، مجلة علمية معارف، العدد 14، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، السنة الثامنة، صادرة في جوان 2013.
10. سعدي أسماء و يخلف نسيم، نجاعة الجماعات المحلية ودورها في تجسيد اللامركزية الإدارية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 03، ع 02، 2021.
11. سيف الدين رحالي، التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات ضمانة قانونية فعالة لحماية المستهلك، دائرة البحوث القانونية والسياسية مجلد 5، ع 01، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس الجزائر، 2021.

12. شوقي يعيش تمام و حنان أوشن، تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، المنعقد يومي 10 و 11 أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
13. صالح محرز وحمزة بعلي وبلال مشعلي، كفاءة ومعوقات البرامج التنموية للماعات المحلية في ترقية عملية التنمية المستدامة، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 07، ع 02، جوان 2019.
14. صبري حمد خاطر، الالتزام قبل التعاقد بتقديم معلومات، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، العراق، ع 1، 1996.
15. عبد المجيد طيبي، دور الضبط الإداري في حماية المستهلك من خلال اختصاص الهيئات اللامركزية، ورقة بحثية قدمت في الملتقى الوطني تحت عنوان المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية الجزائر، يومي 17 و 18 نوفمبر 2019.
16. عبد النور بوتشنت، دور جمعية حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، ع 12، جامعة برج باجي مختار، جوان 2008.
17. علي أحمد صالح، الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جوان 2016.
18. غزالي نصيرة وعمران عائشة، ممارسة أسعار غير شرعية في ظل القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، ع 02، المجلد 05، 2021.
19. غيتاوي عبد القادر، الإطار القانوني لدور الجماعات الإقليمية في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري، المجلد 05، ع 02، جوان 2019.
20. فروج ريم إكرام، صلاحيات وزارة التجارة في مجال حماية المستهلك، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد 06، ع 01، 2002.
21. منال بروح، حماية المستهلك من خلال أحكام الالتزام بالمطابقة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2017.
22. نجاة مهدي، قفاف فاطمة، التزام المتدخل بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، الصادرة في أبريل 2017.
23. نصيرة تواتي، دور مطابقة المنتوجات للمقاييس القانونية في حماية المستهلك على ضوء القانون 16-04 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم، مجلة الاجتهاد القضائي، ع 14، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية الجزائر، أبريل 2017.
24. وفاء عز الدين، دور الجمعيات كآلية لحماية المستهلكين من الإشهار التضليلي، الملتقى الوطني للإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري و أثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، مداخلة في جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2018.

❖ النصوص القانونية:

1. القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 15، صادرة في 08 مارس 2009.
2. القانون رقم 18-09، المؤرخ في 10 جوان 2018، والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر، ع 35، صادرة في 13 جوان 2018.
3. القانون رقم 04-04، المؤرخ في 23 جوان 2004، المتعلق بالتقييس، ج ر، ع 41، صادرة في 27 جوان 2004.
4. القانون رقم 16-04، المؤرخ في 19 جوان 2016، المتعلق بالتقييس، ج ر، عدد 37، صادرة في 22 جوان 2016.
5. الأمر رقم 05-10، المؤرخ في جوان 2005، المتضمن القانون المدني الجزائري، جريدة رسمية، رقم 44، الصادرة في جوان 2005.
6. القانون 04-02، المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 41، صادرة في 27 جوان 2004.
7. القانون 10-06، المؤرخ في 15 أوت 2010، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، ع 46، صادرة في 18 أوت 2010.
8. الأمر 75-58، المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج ر، ع 78، صادرة في 30 سبتمبر 1975، المعدل والمتمم.
9. الأمر رقم 03-06، المؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالعلامات، ج ر، ع 44، صادرة في 23 جويلية 2003.
10. الأمر رقم 03-03، المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، ع 43، صادرة في 20 جويلية 2003.
11. القانون رقم 08-12، المؤرخ في 25 جوان 2008، يتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 36، صادرة في 2 جويلية 2008.
12. القانون رقم 04-08، المؤرخ في 14 أوت 2004، المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر، ع 52، صادرة في 18 أوت 2004.
13. القانون رقم 18-08، المؤرخ في 10 جوان 2018، والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج ر، ع 35، صادرة في 13 جوان 2018.
14. القانون رقم 12-07، المؤرخ في 21 فيفري 2012، يتعلق بالولاية، ج ر، ع 12، الصادرة في 29 فيفري 2012.

15. القانون رقم 07-05، المؤرخ في 13 ماي 2007، المتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر، ع 31، صادرة في 13 ماي 2007.
16. القانون رقم 11-10، المؤرخ في 22 جوان 2011، يتعلق بالبلدية، ج ر، ع 37، صادرة في 03 جويلية 2011.
17. القانون رقم 18-05، المؤرخ في 10 ماي 2018، المتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج ر، ع 28، صادرة في 16 ماي 2018.
18. القانون رقم 12-06، المؤرخ في 12 جانفي 2012، يتعلق بالجمعيات، ج ر، ع 02، صادرة في 15 جانفي 2012.
19. القانون رقم 66-155، المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج ر، ع 66، صادرة في 10 جوان 1966.
20. القانون رقم 08-09، المؤرخ في 25 فيفري 2008، يتضمن الإجراءات الدنية والإدارية، ج ر، ع 21، الصادرة في 23 أفريل 2008.

❖ المراسيم التنفيذية:

1. المرسوم التنفيذي 05-464، المؤرخ في 06 ديسمبر 2005، متعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج ر، ع 80، صادرة في 11 ديسمبر 2005.
2. المرسوم التنفيذي رقم 12-214، المؤرخ في 15 ماي 2012، المحدد لشروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج ر، ع 30، صادرة في 15 ماي 2012.
3. المرسوم التنفيذي رقم 15-172، المؤرخ في 15 جوان 2015، يحدد شروط والكيفيات المطبقة في مجال الخصائص الميكروبيولوجية لمواد الغذائية، ج ر، ع 37، صادرة في 08 جويلية 2015.
4. المرسوم التنفيذي رقم 12-203، المؤرخ في 06 ماي 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، ج ر، ع 28، صادرة في 09 ماي 2012.
5. المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، ع 04، صادرة في 31 جانفي 1990.
6. المرسوم التنفيذي رقم 13-327، المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر، ع 49، صادرة في 02 أكتوبر 2013.
7. المرسوم التنفيذي رقم 21-244، المؤرخ في 31 ماي 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، ج ر، ع 45، صادرة في 09 جوان 2021.

8. المرسوم التنفيذي رقم 314-2000، المؤرخ في 14 أكتوبر 2000، المحدد للمقاييس التي تبين أن الوضع الاقتصادي مهيمن وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، ج ر، ع 61، صادرة في 18 أكتوبر 2000، (الملغى).
9. المرسوم التنفيذي رقم 05-219، المؤرخ في 22 جوان 2005، يتعلق بالترخيص لعمليات التجميع الاقتصادي، ج ر، ع 43، صادرة في 22 جوان 2005.
10. المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المؤرخ في 10 ديسمبر 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصول التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج ر، ع 80، صادرة في 11 ديسمبر 2005.
11. المرسوم التنفيذي رقم 02-453، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، يحدد صلاحيات وزير التجارة، ج ر، ع 85، صادرة في 22 ديسمبر 2002.
12. المرسوم التنفيذي رقم 18-14، المؤرخ في 21 جانفي 2014، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في مديرية التجارة، ج ر، ع 04، صادرة في 36 جانفي 2014.
13. المرسوم التنفيذي رقم 02-454، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، ج ر، ع 85، صادرة في 22 ديسمبر 2002.
14. المرسوم التنفيذي رقم 11-09، المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج ر، ع 04، صادرة في 23 جانفي 2011.
15. المرسوم التنفيذي رقم 12-355، المؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني للمستهلكين واختصاصاته، ج ر، ع 56، صادرة في 11 أكتوبر 2012.
16. المرسوم التنفيذي رقم 89-147، المؤرخ في 08 أوت 1989، يتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والوزم وتنظيمه وعمله، ج ر، صادرة في 09 أوت 1989.
17. المرسوم التنفيذي رقم 03-318، المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والوزم وتنظيمه وعمله، ج ر، ع 59، صادرة في 05 أكتوبر 2003.
18. المرسوم التنفيذي رقم 96-355، المؤرخ في 19 أكتوبر 1996، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج ر، ع 62، صادرة في 20 أكتوبر 1996.
19. المرسوم التنفيذي رقم 97-459، المؤرخ في 01 ديسمبر 1997، المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية، ج ر، ع 80، صادرة في 07 ديسمبر 1997.
20. المرسوم التنفيذي رقم 08-198، المؤرخ في 06 جويلية 2008، يحدد شروط التزويد بالماء الموجه للاستهلاك البشري بواسطة الصهاريج المتحركة، ج ر، ع 38، صادرة في 07 جويلية 2008.
21. المرسوم التنفيذي رقم 01-145، المؤرخ في 06 جوان 2001، يتعلق بشروط ممارسة نشاط الخباز والحلواني، ج ر، ع 32، صادرة في 10 جوان 2001.

22. المرسوم التنفيذي رقم 20-240، المؤرخ في 31 أوت 2020، المتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع، ج ر، ع 52، صادرة في 02 سبتمبر 2020.
23. المرسوم التنفيذي رقم 96-132، المؤرخ في 13 أبريل 1996، المتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز، ج ر، ع 32، صادرة في 14 أبريل 1996.
24. المرسوم التنفيذي رقم 85-05، المؤرخ في 16 فيفري 1985، المتعلق بالصحة، ج ر، ع 08، المعدل والمتمم بالقانون رقم 17-09، المؤرخ في 31 جويلية 1990، ج ر، ع 35، صادرة في 15 أوت 1990.
25. المرسوم التنفيذي رقم 87-146، المؤرخ في 30 جوان 1986، يتضمن إنشاء مكاتب حفظ الصحة البلدية، ج ر، صادرة في 31 جوان 1987.
26. المرسوم التنفيذي الرئاسي رقم 16-44، المؤرخ في 17 جانفي 1996، المحدد للنظام الداخلي لمجلس المنافسة، ج ر، ع 05، صادرة في 21 جانفي 1996.

❖ المواقع الإلكترونية:

1. موقع مديرية التجارة لولاية بسكرة، <https://www.dcw.biskra.dz>.

❖ المراجع باللغة الأجنبية:

1. **ZOALMIA RACHID**, Les autorités administratives indépendantes et la régulation économique algérien, Edition homma, Alger, 2005.

فهرس المحتويات:

شكر وتقدير

الإهداء

الإهداء

قائمة بأهم المختصرات

1	مقدمة
7	الفصل الأول: الضمانات المقررة للموازنة بين حماية المستهلك وحرية المنافسة
9	المبحث الأول: التزامات المتدخل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش
9	المطلب الأول: الإلتزام بسلامة وأمن المنتوجات
9	الفرع الأول: الإلتزام بمطابقة المنتوجات
18	الفرع الثاني: الإلتزام بنظافة المواد الغذائية وسلاماتها، وأمن المنتوجات
21	المطلب الثاني: الإلتزام بإعلام المستهلك، وبالضمان وخدمة ما بعد البيع
21	الفرع الأول: الإلتزام بإعلام المستهلك
29	الفرع الثاني: الإلتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع
36	المبحث الثاني: إلتزامات المتدخل في قانوني المنافسة والممارسات التجارية
36	المطلب الأول: إلتزامات المتدخل (المؤسسة) في قانون المنافسة
36	الفرع الأول: الإلتزام بالامتناع عن الممارسات المقيدة للمنافسة
44	الفرع الثاني: الإلتزام بإخضاع التجميعات الإقتصادية لرقابة مجلس المنافسة
48	المطلب الثاني: إلتزامات المتدخل في قانون الممارسات التجارية
48	الفرع الأول: إلتزام العون الإقتصادي بشفافية الممارسات التجارية
51	الفرع الثاني: إلتزام العون الإقتصادي بنزاهة الممارسات التجارية
61	الفصل الثاني: الإجراءات العملية لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة
63	المبحث الأول: الهيئات الرقابية المكلفة بحماية المستهلك
63	المطلب الأول: وزارة التجارة والجماعات المحلية
63	الفرع الأول: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك
69	الفرع الثاني: دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك
77	المطلب الثاني: دور مجلس المنافسة وإدارة الجمارك في حماية المستهلك
77	الفرع الأول: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك
88	الفرع الثاني: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك
89	المبحث الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك والقضاء في حماية المستهلك
89	المطلب الأول: دور جمعيات حماية المستهلك

90.....	الفرع الأول: أهداف جمعيات حماية المستهلك
91.....	الفرع الثاني: الوسائل العلاجية لجمعيات حماية المستهلك
93.....	الفرع الثاني: الوسائل القضائية لجمعيات حماية المستهلك
96.....	المطلب الثاني: دور القضاء في الدفاع وحماية المستهلك
96.....	الفرع الأول: دور سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك
101.....	الفرع الثاني: حق المستهلك في اللجوء للقضاء
104.....	خاتمة

قائمة المصادر والمراجع

فهرس المحتويات