



جامعة ابن خلدون - تيارت
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر بعنوان:

الآليات القانونية لحماية المستهلك من المنتوج المستورد

الأستاذ المشرف:

- حاج شعيب فاطيمة الزهراء

من إعداد الطالبتين:

- سماحي كريمة

- خليل فاطيمة

- لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	استاذ محاضر أ	د بطاهر أمال
مشرفا مقرر	استاذ تعليم عالي	أ.د حاج شعيب فاطيمة الزهراء
عضوا ممتحنا	استاذ محاضر أ	د عبيد فتيحة
عضوا مدعوا	استاذ تعليم عالي	أ.د قويدر ميمونة

السنة الجامعية: 2024-2025م



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون. تيارت
كلية الحقوق والعلوم السياسية



ميدان التكوين في الحقوق و العلوم السياسية
فريق شعبة التكوين في الحقوق

إذن بالإيداع

أنا الممضي أدناه،

الأستاذ (ة): د. حاج سمير فاطمة الزواوي الرتبة: أستاذة باعتماد عال
المشرف على الطالب: سماحي كريمة خليل فاطيمة

الشعبة: الحقوق التخصص: قانون أعمال

والمكلف (ة) بانجاز مذكرة ماستر بعنوان: الآليات القانونية لحماية المستهلك من المنتج المسور

اصرح انني اطلعت على المذكرة و هي مستوفية لجميع الشروط المنهجية و قابلة للايداع من اجل
المناقشة

تيارت في: 2022 كـ 20 كـ 20

توقيع الأستاذ(ة) المشرف (ة) :

د. حاج سمير فاطمة الزواوي

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون، تيارت
كلية الحقوق والعلوم السياسية



تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): خليل خا طريصة الصفة: طالب (ة) ماستر

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 11002004160005 الصادرة بتاريخ: 2020/7/13

المسجل (ة) بكلية: الحقوق والعلوم السياسية القسم: حقوق

الشعبة: عز رئيس المجلس الشعبي البلدي التخصص: قانون أعمال

والمكلف (ة) بانجاز مذكرة ماستر بعنوان:

الحماية القانونية لحماية المستهلك من النوع المسود

أصرح بشرفي أن التزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والشرفية الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

تيارت في: 2022/06/06

توقيع الممضي (ة)

المصادقة على الامضاء

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون، تيارت
كلية الحقوق والعلوم السياسية



تصريح شرفي

خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لانجاز بحث

أنا الممضي أدناه،

السيد(ة): الليماحي كريمة
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 206690186 الصادرة بتاريخ: 06.02.2020
المسجل (ة) بكلية: الحقوق والعلوم السياسية القسم: الحقوق
الشعبة: تيارت في التخصص: معاون أعمال

والمكلف (ة) بانجاز مذكرة ماستر بعنوان: الآليات التي تؤول بها كليات الحقوق من المنوع للاستور

أصرح بشرفي أن ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والشرفية الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

تيارت في: 02.06.2021

توقيع المعني (ة)

المصادقة على الامضاء

مجلس شعبي البلدي
مجلس تيارت
مصلحة
مديرية الاقليمية

شكر وتقدير

الحمد لله الذي بفضلِهِ وتوفيقِهِ أتممنا مسيرتنا الدراسية

شكراً خاصاً مُحملاً بأسمى عبارات الحب والتقدير للأستاذة البروفيسور

التي أشرفت على هذا العمل كنتِ لنا خير معلم و خير قدوة

نسأل الله أن يرفع درجاتك علماً وديناً دمّتِ وخرأً و قدوة للأجيال

شكراً لكل لجنة المناقشة الذين وافقوا على الحضور والإشراف

شكراً لكل طاقم الكلية والأساتذة الأفاضل كلِّ باسمه

شكراً لكل طلبة و خريجين قانون الأعمال

شكراً لمهندسي النظافة والعمال بجامعة ابن خلدون بكلياتها وأقسامها

شكراً على كل الأيام

شكراً على كل اللحظات

شكراً لكل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَالَمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ
[105: التوبة]

إلى من بلغ الرسالة وأتى الأمانة ونصح الأمة نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

أحمد الله على توفيقه لي وأن بلغني هذه اللحظة الغالية والنجاح الكبير

أهدي تخرجي وحصاد ما زرعته لسنين طويلة في سبيل العلم إلى والدتي العظيمة

أبي العزيز الذي كلف من أجلي والمصباح الذي أثار دربي ومن أحمل اسمه بكل فخر

اللهم عن كل قطرة عرق نزلت من أبي سعيا لرزقنا فرفع بها درجته في الجنة

أمي الغالية القلب الحنون والشمعة التي أثارتي لي الليالي المظلمة رفقة دربي وبهجة حياتي اللهم أرزق أمي فوق عمرها عمراً وفوق صحتها عافية ولا
تحرمني من وجودها

يا من أفتقدكم منذ سنين ويا من يرتعش قلبي لذكركم لإخوتي "نوفل" وائل" لستما برفقتي اليوم لتشهدا تخرجي لكنكم مازلتما في قلب أختكم أحياء
لتسعد أرواحكم في الجنة ولتضخروا فصغيرتكم تخرجت اليوم رحمكما الله

إلى الذين يفرحون لنجاحنا ويحزنون لفشلنا خالتي الغالية وابنة خالتي الأخت التي لم تُنجبها أمي ما أجملكم وأتم تملؤون دنياي حبا وفرحا

خالتي عماد العائلة وسندها الثابت الذي لا يميل ما أروعك وأنت تملأ حياتنا قوة وحكمة وفرحاً

إلى التي زرعت في قلبي كل معاني الحب الحنان إلى البركة والنور الذي يملأ حياتنا جدتي الغالية طالما كنتي الوطن الذي أعود إليه دائماً

صديقتاي كنزي الثمين والأمل الذي يضيء الظلام حياتي بوجودكما أجمل ما أصفى الود حين يكون مثلكما فاطمة وخديجة وجودكما نعمة وسعادة

وإلى من ساندتني بكل حب عند ضعفتي إلهي إخلاص

إلى روح الأستاذ عميري أحمد نسأل الله أن يُنعم روحك في الفردوس الأعلى

وأخيراً أهدي عملي وتخرجي إلى كل مرضى الأورام السرطانية كافة اللهم إشفهم بشفائك وخفف الآلام

كرامة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

" يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ "

[11 : المجادلة]

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

الحمد لله على التوفيق، الحمد لله على البلوغ، الحمد لله على الوصول، الحمد لله على النجاح، الحمد لله دائما وأبدا

إلى من كلما حققت إنجازا أرى في عينيه الفخر والتشجيع، إلى من زرع في داخلي الإصرار والشغف

إلى الجسر الذي عبرت من خلاله نحو أحلامي مع كل نجاح أحققه مُستلهمةً من قيمه وإرادته

هذا التخرج ثمرة تعبك يا أبي

إلى النور الذي أضاء طريقي، إلى الدعوات التي تدفني كلما أصابني اليأس، إلى المعلمة الملهمة الصبورة المضحية المعينة في سبيل نجاحي

إلى وردة حياتي وسبب وجودي في هذه الحياة

هذا التخرج ثمرة تعبك وصبرك يا أمي

إلى مُعيني في الأوقات الصعبة، إلى من كان لي الدعم والسند في كل خطوة، إلى رفيق دربي الذي كان مصدر قوة لي

أشاركك نجاحي وأتمنى أن تُحقق المزيد سويا

هذا التخرج ثمرة محبتك لي يا أخي

إلى جدي الحبيب، رغم غيابك لكن لم ولن أنسى مدى إلتظارك لهذا اليوم وحاسك لرؤيتي أُنخرج

أحتفل بتخرجي اليوم وأهدي هذا النجاح إلى روحك العزيزة

رحمة الله عليك

إلى رفيقة دربي خلال مشواري الدراسي " كريمة " أهدي لك جزءاً كبيراً من هذا النجاح

لنواصل السعي معاً نحو المزيد

إلى صديقتي العزيزة " خديجة " أشاركك هذا التخرج وشكراً على دعمك الدائم لي نفسياً أهديك هذا النجاح

فاطمية

مقدمتہ

يعد المستهلك محور العلاقة الاقتصادية، فهو الهدف النهائي لأي نشاط تجاري أو صناعي أو خدمي وإذا فإن حمايته تمثل ضرورة أساسية لضمان توازن الاسواق وتحقيق العدالة في المعاملات وبناء ثقة متبادلة بين البائع والمشتري وقد برزت أهمية حماية المستهلك بشكل خاص مع التطورات الاقتصادية المتسارعة وتنوع السلع والخدمات وزيادة أساليب التسويق والدعاية. فحماية المستهلك هي عبارة عن خدمة توفرها الحكومة أو المجتمع المدني من أجل حماية مصالح المستهلكين ولقد ظهرت في السنوات الاخيرة كقضية هامة من قضايا المسؤولية الاجتماعية إلا أنها لم تكن معروفة منذ أمد قريب حيث أنها كانت في بداية الأمر حماية علاجية وليست وقائية لأنه كان ينظر للمستهلك نظرة اقتصادية بحتة.

وتجدر الإشارة إلى أن حركة حماية المستهلك ظهرت أول ما ظهرت في القرن الماضي في الولايات المتحدة الأمريكية حيث ظهرت فكرة جمعية المستهلك في الثلاثينات من القرن الماضي وتطورت في الخمسينات من نفس القرن ومن جانب آخر فقد تم إصدار أول مجلة تحت عنوان تقارير المستهلكين معبرة عن نتائج الاختبارات العلمية المتعلقة بجودة السلع الاستهلاكية الجديدة ومقارنة أسعارها ومساعدة المستهلك قدر الامكان ولقد مرت هذه الحركة بأربعة مراحل بداية من سنة 1900 الى غاية سنة 1962، ويكمن الهدف الرئيسي لهذه الحركة الاجتماعية في تثبيت وترسيخ حقوق المستهلكين سواء كانوا أفراد أو جماعات، وترسخ مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الممارسات التسويقية للمؤسسات والمنظمات إتجاه المستهلكين. فمن الضروري ابراء اهتمام خاص لموضوع حماية المستهلك خاصة في عصرنا الحالي الذي يشهد انفتاحا واسعا في التجارة العالمية ويتطلب ذلك توفير حماية عالمية للمستهلك بحيث تسمح للمستهلك الحصول على منتجات وخدمات ذات جودة عالية وأسعار مناسبة، فالجزائر كانت من ضمن الدول التي عرفت حركة واسعة في الاهتمام بالمستهلك وتحويطه بقوانين تحميه من المنتج والبائع على حد سواء من التصرفات السلبية المصاحبة لتوزيع السلع والخدمات وضمان أمن الأفراد والمجتمع لكن قبل أن تبرز الجزائر الاهتمام بالمستهلك فقد وفرت الحماية له من خلال ما تضمنته نصوص القانون المدني وقانون العقوبات، إلا أنه هو مع نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين ومع ظهور النظامين الاشتراكي الذي اعتمد على فكرة الملكية الجماعية والرأسمالي الذي يقوم على مبدأ حرية التجارة وحرية التعاقد مما يتطلب أن يكون الفرد هو أساس العلاقات وهنا يكون الفرد هو الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية والمتمثل في المستهلك فمن هنا ظهرت فكرة حماية المستهلك .

كانت هذه الحماية في البداية حماية عامة نظمتها نصوص القانون المدني وقانون العقوبات، ذلك أن

المستهلك كان طرف اقتصادي يعتبر كعنصر من عناصر السلسلة الإنتاجية، فقد اتجهت القواعد العامة لكل من

القانون المدني قانون العقوبات إلى حماية الطرف الضعيف في العقد عن طريق حماية الإرادة والرضا من خلال القواعد العامة التي تلزم أطراف العقد بما تم الاتفاق عليه بحيث تتحقق قاعدة العقد شريعة المتعاقدين ولا يكون لطرف السلطة على الآخر إضافة إلى قيام المسؤولية على أساس قواعد المسؤولية العقدية والمسؤولية التقصيرية إذ تقوم المسؤولية العقدية في حالة الإخلال بأحد بنود العقد، أما المسؤولية التقصيرية فتقوم في حالة تعرض أحد الأطراف للضرر وكان المستهلك كغيره من أطراف العقد فإن الحاق الضرر به يعتبر حالة من حالات المسؤولية التقصيرية التي تُحال للقاضي المدني والذي تعتبر سلطته محدودة في النزاعات التي تدور بين الأطراف المتعاقدة، وكان القانون المدني أول مصدر يقدم الحماية للمستهلك لكن باعتباره مشتري ليس كمستهلك، أما القانون الجزائي الخاص فقد حدد حماية المستهلك من خلال العقوبات المقررة على الجرائم الاقتصادية كالغش والتدليس في البيع.

نظرا للتطورات الاقتصادية والتي تشكلت معها بعض التجاوزات من طرف المنتجين والمتدخلين مثل غش المنتجات لتحقيق الأرباح التي تشكل ضررا على المستهلك فقد أصبح من الضروري توفير الحماية القانونية للمستهلك، والذي أصبح ضحية للمتدخلين وللمنتوجات غير الآمنة خصوصا مع كثرة المنتوجات وتعددتها منها الغذائية والصناعية والكيميائية والكهربائية والتي تعد أكثر عرضة للأخطاء والنقائص وحدوث الخلل مما قد يحدث أضرارا للمستهلك تصل حد انهاء حياته أو عطب أجزاء من جسمه.

ومن ناحية أخرى قد يقع المستهلك أيضا ضحية للمنتجين في العلاقة التبادلية للسلع والخدمات لذلك فمن اللازم توفير الحماية للمستهلك من الناحية الاقتصادية وذلك من خلال حقه في الحصول على السلعة أو الخدمة بقيمة نقدية تعادل قيمتها دون مضاعفة الربح، كما أن المستهلك قد يقع ضحية لغش التاجر أو التدليس أو جهله بالمعلومات وهذا الأمر يتطلب الحماية وتدخل المشرع لضبط الأمر حيث أصدر المشرع الجزائري سنة 1989 القانون رقم 89-02 المؤرخ 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وكان بمثابة الانطلاقة الأولى، ولكن بعد أن أصبح هذا القانون عاجزا عن توفير حماية المستهلك نظرا للثغرات التي تتخلله حيث يستغل المنتجين الوضع للغش وزيادة الأسعار مما دفع المشرع إلى إلغائه وتعويضه بالقانون رقم 09-03 المؤرخ 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم فقام بتجريم أفعال لم تكن مجرمة من قبل حيث وفر حماية خاصة للمستهلك حيث فرض التزامات على المتدخل لم تكن معروفة من قبل في القانون رقم 89-02 الملغى ولا في قانون العقوبات والقانون المدني، تتمثل هذه الالتزامات في الالتزام بالإعلام والالتزام بأمن المنتوجات حماية صحة المستهلك والالتزام بمطابقة المنتوجات والالتزام بضمان السلامة وكذلك خدمة ما بعد البيع كما نظم الإشهار القانوني لأسعار السلع والخدمات حتى يكون المستهلك على دراية بالأسعار مما جعل الجزائر

تفتح المجال أمام دخول السلع الأجنبية وراقبتها قبل دخولها وتحرير محضر الدخول أو الرفض وذلك إضافة إلى الالتزامات التي يخضع لها المستورد.

بناءً على كل المعطيات السابقة وما يلحق بالمستهلك من أضرار اقتصادية أو جسدية أو صحية من أجل توفير الحماية اللازمة له، تدخل المشرع الجزائري كمحاولة لحماية المستهلك فقد قام بتعزيز المركز القانوني للمستهلك وجعله في منزلة المتدخل في العملية الإنتاجية، وذلك عن طريق فرض ضمانات وإجراءات لحمايته قبل وبعد عملية عرض المنتج أو الخدمة كما تهدف الرقابة القبلية أو الضمانات الإجرائية لمراقبة المواد المعدة للاستهلاك من أجل ضمان أمن وسلامة المستهلك والمتمثلة في الالتزام بمطابقة المنتج للمعايير والمواصفات المحددة قانوناً وكذلك الالتزام بالضمان والالتزام بالإعلام وكذلك رقابة المنتج المستورد منها الرقابة القبلية الرقابة البعدية من خلال خضوع المنتج المستورد للتحاليل اللازمة وحتى اقتطاع عينات وتحليلها في بعض الحالات، وإذا لم يثبت مطابقتها للمعايير المحددة فقد يتم رفض المنتج أو إيداعه وحجزه والتخلص منه إما عن طرق إرجاعه من حيث أتى أو إتلافه، وإذا تم تداوله أو إثبات أي غش أو تدليس فيتعرض المتدخل لعقوبات قانونية تضمنتها نصوص القانون الجزائري وحددها القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، كما أن هناك هيئات خاصة تعمل على حماية المستهلك من المنتجات بوجه عام المنتوجات المستوردة على وجه الخصوص وتمثل هذه الهيئات في كل من وزارة التجارة وجمعيات حماية المستهلك وكذلك هيئات الضبط اللامركزية كالولاية والبلدية.

ومن الأسباب التي اخترنا الموضوع من أجلها ترجع لسببين سبب موضوعي وآخر ذاتي من ناحية السبب الذاتي فإننا نصادف بشكل شبه يومي صوراً للغش والغش التي يقوم بها المنتج أو المتدخل أو حتى المصنع المستهلك من منتجات ثقيلة وخفيفة، مما اثار لدينا الفضول للنظر كيف يتم إجراء استيفاء حق المستهلك من المنتج، أما بالنسبة للسبب الموضوعي فهو ما يفرضه التخصص في البحث في مثل هكذا مواضيع متعلقة بالنزاعات إضافة إلى المسؤولية المدنية للمنتج وكونها موضوعاً حيويًا في مجال القانون والممارسات التجارية، كما أنه يتضمن دراسة تحليلية للتشريعات المتعلقة بمسؤولية المنتج المدنية على منتجاته، وإن مسألة الأساس القانوني الذي تقوم عليه المسؤولية المدنية للمنتج موضوع متغير، إذ لم يستقر أساسها على حال، فبعدما كان مرتبطاً بفكرة الخطأ في سلوك المسؤول لم تعد هذه الفكرة كافية في الوقت الحالي.

من هذا المنطلق، يمكننا القول أن حماية المستهلك تعد الهدف المرجو لتحقيق التقدم الاقتصادي في أي دولة فتعزيز الاستهلاك وحماية المستهلك يؤدي إلى تنشيط الشراء وبالتالي تحفيز الإنتاج وبالتالي، فإن الحماية

القضائية لحقوق المستهلك تلعب دورا أساسيا في الحفاظ على توازن العلاقة بين المستهلك والمتدخل وتعزيز ثقة المستهلكين في السوق الاقتصادية، كما تتمثل الأهداف العلمية لدراسة هذا الموضوع في الاهتمام بحقوق المستهلكين وحمايتهم من المنتجات المستوردة، والعمل على توعيتهم وحسن اختيارهم لمستلزماتهم اليومية، إضافة إلى الأهداف الموضوعية والمتمثلة في ضمانات حماية المستهلك وكذلك فهم المسؤولية القانونية للمنتج والمتدخل وتأثيرها على المستهلك.

بجاءت تكمن أهمية موضوعنا في أن المستهلك ضعيف في مواجهة المصنعين، ونظرا لذلك ما جعل المشرع يتدخل من أجل تسهيل ولوج المتقاضين للعدالة، خاصة إذا كان محل النزاع ذو طابع تجاري أو استعجالي، كما أن أشخاص الدعوى يجب أن تكون محل اهتمام من المشرع عند نصه على القواعد الإجرائية المنظمة للمتقاضين، خاصة في حالة العقود الاستهلاكية أين يكون المستهلك طرفا غير متكافئ مع المتدخل.

رجعنا من خلال دراستنا هذه لبعض الدراسات السابقة ومن بينها دراسة الطالبة قادة شهيدة، تحت عنوان الحماية الإجرائية للمستهلك. مذكرة لنيل شهادة الماجستير بجامعة تلمسان، سنة 2008/2009 تحدثت الدراسة على مختلف جوانب الإجراءات في الشق المدني من حماية المستهلك الجبر ضرره.

بجاءت تشبه دراستنا مع هذه الأخيرة في أنها تطرق لموضوع الإجراءات اللازمة لحماية المستهلك إلا أنها مست الجانب الإجرائي فقط أما نحن فقد ركزنا على الضمانات الموضوعية والإجرائية على حد سواء لحماية المستهلك كفرد أو كجماعة، إضافة إلى بعض الدراسات الأخرى السابقة التي قدمت في شكل مذكرات ماستر وأطروحات دكتوراه والمقالات، والجدير بالذكر أنه تم النص على ضمانات المستهلك في ظل الأحكام القانونية كقانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، ومن بين هذه الدراسات التي تتشابه ومجال دراستنا أيضا نجد:

-سارة قنطرة، المسؤولية المدنية المنتج وأثرها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. جامعة محمد
لمين باغين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، سطيف، 2016-2017.

-ريم العايب الالتزام بالمطابقة في عقود الاستهلاك أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق جامعة
باجي مختار، عناية 2019 2020 .

من الصعوبات التي تلقيناها في هذه الدراسة تقتصر في التعديلات التي طرأت مؤخرا في موضوع المنتوجات المستوردة مما تطلب منا إرفاق بعد الملاحق من مديرية التجارة لولاية تيارت، وكذلك بعض التغييرات التي استلزمها هذا الأمر خصوصا في التوصيات التي تتضمنها الخاتمة والتي اضطررنا إلى تغييرها، كذلك من بين الصعوبات أيضا

تعدد الأفكار والمراجع التي تناولت هذا الموضوع هذا السبب الذي شكّل تشويشاً بالنسبة لنا، كما أنه موسع فعامل الوقت كان ضدنا، إضافة التقييد بالنسبة للصفحات راجع لما تفرضه المذكرة.

على ضوء ما تم رصده من تصور للموضوع، وبغية التعمق أكثر في تفاصيله ودراسته، قمنا بطرح

الإشكالية التالية:

- ماهي الضمانات التي أقرها المشرع الجزائري من أجل حماية المستهلك من المنتج المستورد؟

وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدنا في مجال دراستنا بالدرجة الأولى على المنهج الوصفي التحليلي وذلك بتحليل مضمون المواد القانونية من أجل الإلمام بالموضوع من خلال التطرق لأبرز المفاهيم الخاصة به، وأيضا المنهج المقارن من خلال بعض المقارنات البسيطة بين التشريعات وكذلك من أجل معرفة الخلفية التاريخية لحماية المستهلك وهو ما تطلب استعمال المنهج التاريخي واعتمدنا في سبيل الإجابة على هذه الإشكالية وفقا لتقسيم ثنائي كما يلي:

- سنحدد الضمانات الموضوعية لحماية المستهلك من المنتج المستورد (الفصل الأول) بحيث سنتطرق إلى الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك من المنتج المستورد (المبحث الأول) ومن ثم سنحدد مجالات إلزام المتدخل لتحقيق حماية المستهلك (المبحث الثاني) وكذلك الضمانات الإجرائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد (الفصل الثاني) والتي تنقسم أيضا إلى التدابير الوقائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد (المبحث الأول) إضافة إلى الرقابة القضائية كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد (المبحث الثاني) وجاء التقسيم على هذا النحو لخلق نوع من التوازن في البحث.

الفصل الأول

الضمانات الموضوعية لحماية
المستهلك من المنتج المستورد

شهد العالم منذ ظهور الثورة الصناعية تطوراً تكنولوجياً وصناعياً هاماً، كانت نتيجته ظهور سلع جديدة وخدمات تتسم بطابعها المعقد في كل من مراحل تصنيعها واستعمالها، مما قد يشكل خطراً على أمن المستهلك وسلامته، ورغم ذلك فإن المستهلك لا يتردد في الإقبال على مثل هذه السلع وذلك نظراً لأهميتها وضرورتها في الحياة اليومية، إضافة إلى ذلك وسائل الدعاية والإعلام التي تدفع المستهلك للاستعمال، لذا أولى المشرع اهتماماً كبيراً بالحفاظ على سلامة المستهلك وحمايته حيث ألقى هذا الأخير على عاتق منتجي السلع وكذلك كل متدخل في عملية وضع هذه السلع للاستهلاك التزاماً بكافة الإجراءات والتدابير التي من شأنها أن تُحقق أمن وسلامة المستهلك وفق عدة ضمانات.

سوف نُحاول من خلال هذا الفصل التطرق للضمانات التي حددها المشرع لحماية المستهلك من خلال مبحثين رئيسيين حيث خصصنا المبحث الأول لتحديد الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك من المنتج المستورد أما المبحث الثاني فحددنا من خلاله مجالات التزام المتدخل لتحقيق حماية المستهلك.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك من المنتج المستورد:

تعتبر حماية المستهلك من أبرز الإلتزامات الوطنية، بحيث أصبح من الضروري أن يعرف المستهلك مخاطر السلع والخدمات التي يمكن أن تُمس بسلامته بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كما أنه من حق المستهلك أن يستعمل منتجات آمنة تضمن سلامته وسلامة ممتلكاته لذا أقرّ المشرع الحماية القانونية للمستهلك على المنتجات بصفة عامة والمنتج المستورد بصفة خاصة، وسنحاول من خلال هذا المبحث تحديد مفهوم كل من المنتج والمنتج المستورد وكذلك التدابير اللازمة لعرض المنتج المستورد في السوق من خلال مطلبين رئيسيين كما يلي:

المطلب الأول: مفهوم المنتج والمنتج المستورد:

يعتبر كل من المنتج والمنتج المستورد عناصر حيوية في الاقتصادات الحديثة ووسائل لتلبية متطلبات الأسواق المحلية، وأساليب لسد الفجوات الإنتاجية وتلبية متطلبات المستهلك سواء ما يتم تصنيعه محليا أو ما يتم تداوله عن الأسواق العالمية، ونظرا لأهمية الموضوع سنحاول من خلال هذا المطلب تحديد مفهوم كل من المنتج والمنتج المستورد.

الفرع الأول: تعريف المنتج:

يعتبر المنتج أساس العلاقة الاستهلاكية، حيث يعد كل من المنتج والمستهلك طرفان رئيسيان لها، كما يعدُّ كلا منهما مكملًا للآخر في العملية الاقتصادية، إلا أن المنتج هو الطرف الأقوى والمسؤول عن سلامة المستهلك، ونظرا للمكانة التي يحتلها المنتج فإنه من الضروري ضبط مفهومه بدقة من طرف فقهاء الاقتصاد والقانون على حد سواء، وفيما يلي نتطرق لأبرز التعاريف الواردة في هذا الخصوص.

أولا: التعريف الفقهي للمنتج:

أورد الفقهاء عدة تعريفات للمنتج من بينها من اعتبرته: "كل صانع للسلعة في شكلها النهائي أو أجزاء أو شارك في تركيبها أو أعدّ المنتجات الأولية لها"¹.

وهذا ما يتوافق إلى حد ما وفق ما عرفه الدكتور بودالي مُجَّد بحيث عرفه على أنه: "ليس فقط منتج المنتج النهائي إنما أيضا منتج المادة الأولية ومنتج الجزء أو الأجزاء المركبة"

أما الدكتور علي فتاك فعرفه بأنه: "كل ممتن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهدا واهتماما خاصين فيكون له دور في تهيئتها أو صنعها أو توبييها، ومن ثم خزنها في أثناء صنعها وقبل أول تسويق لها"².

¹- مُجَّد شكري س رور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997، ص 48.

²- علي فتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008، ص 422.

من خلال هذه التعريفات نستنتج أن الآراء كانت مختلفة حول تحديد من ينطبق عليه وصف المنتج، حيث يرى البعض أن المصطلح يقتصر على تحديد شخص واحد من المسؤولين عن الإنتاج والتوزيع، لأن إضفاء صفة المنتج على أكثر من شخص في سلسلة الإنتاج والتوزيع سوف يؤدي إلى اضطراب العلاقة التعاقدية بين هؤلاء الأشخاص¹.

ثانياً: التعريف التشريعي للمنتج:

تناولت مختلف الاتفاقيات الدولية وكذلك التشريعات المقارنة تحديد المسؤول عن تكوين المنتجات وذلك من خلال تعريف المنتج والتي سنحاول تحديدها من خلال ما يلي:

أ- تعريف المنتج من خلال اتفاقية لاهاي: لم تحدد هذه الاتفاقية تعريفاً للمنتج إنما تداول ذكره في قوائم الأشخاص الذين تسري عليهم المسؤولية وفق ما نصت عليه المادة 2: "صانع المنتج بشكله النهائي أو صانع الأجزاء التي يتركب منها المنتج، منتج المنتج الطبيعي، مجهز المنتج، أشخاص آخرون يتولون تهيئة المنتجات وتوزيعها على سبيل الاحتراف ومن ضمنهم الأشخاص الذين يتولون تصليح المنتج أو ترميمه، والمودع لديه المنتج، وكذلك تطبق هذه الاتفاقية على مسؤولية الوكلاء والمستخدمين المحددين أعلاه"².

ب- تعريف المنتج من خلال الاتفاقية الأوروبية: عرفت هذه الاتفاقية المنتج من خلال المادة 3 على أنه: "صانع السلعة في شكلها النهائي وصانع المادة الأولية والأجزاء التي يتكون منها، كل شخص يقدم نفسه كصانع بأن يضع اسمه أو علامته التجارية أو أي علامة أخرى مميزة على السلعة".

ج- تعريف المنتج من خلال اتفاقية ستراسبورغ: عرفت هذه الاتفاقية المنتج من خلال المادة 2 بأنه: "الصانع للسلعة في شكلها النهائي أو صانع الأجزاء التي تتركب منها، ومنتج السلع الطبيعية" وازنت هذه الاتفاقية بين توسيع مجال المسؤولية ليشمل كل الأشخاص المتدخلين وبين ضرورة التضييق من مفهوم المنتج وقصره على منتج السلع الحقيقي وطرحها في السوق³.

¹ - سارة قنطرة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق - سطيف، 2017، ص 27.

² - سالم محمد رديمان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، ط 1، دار الثقافة، الأردن، 2008، ص 77.

³ - قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، ط 1، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، 2007، ص 2.

د- تعريف المنتج من خلال القانون الجزائري: عرفه القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 من خلال المادة 3 على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"¹.

الفرع الثاني: تعريف المنتج المستورد:

يعتبر المنتج الركيزة الأساسية في العملية الإقتصادية والإستهلاكية، والذي يتمحور حوله كافة الأنشطة التسويقية والتبادلية، حيث يشمل تعريف المنتج كل ما يتم عرضه في السوق لتلبية احتياجات المستهلك، كما تطرق لذلك كل من فقهاء الاقتصاد وفقهاء القانون على حد سواء، نتطرق لكل منهما فيما يلي:

أولاً: التعريف الفقهي للمنتج المستورد:

لقد تعددت تعريفات المنتج حيث عرفه الفقيه jean calais auloy بأنه "كل منقول مادي قابل للبيع والشراء التجاري"²

وعرفه بعض الفقهاء على أنه: "حصيلة أو ثمرة العملية الإنتاجية بغض النظر عن مصدرها زراعياً كان أو صناعياً"³.

المنتج المستورد هو أي شيء ملموس أو غير ملموس يمكن الحصول عليه من خلال عملية التبادل، ويتضمن منافع وظيفية اجتماعية، نفسية، كما يمكن أن يكون سلعة أو خدمة أو فكرة أو شخصاً أو مكاناً أو منظمة أو أي مزيج منها⁴.

ثانياً: التعريف التشريعي للمنتج المستورد:

لقد حدد المشرع تعريف المنتج في التشريع الوطني من خلال عدة قوانين من بينها القانون المدني وقانون حماية المستهلك وسنتطرق لكل منهما من خلال ما يلي:

أ- تعريف المنتج المستورد في القانون المدني: لم يضع المشرع تعريفاً مفصلاً لاصطلاح المنتج المستورد بل اقتصر على ذكر ما يمكن اعتباره منتجاً بحيث حدد ذلك من خلال المادة 140 مكرر والتي تنص على أنه:

¹ - المادة 3، الفقرة 7 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ 25 فيفري 2009، المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المؤرخ 10 جوان 2018، ج، ر، العدد 15، الصادر في مارس 2009.

² - jean calais auloy, et frankftinmetz, droit de la consommation 7^{ème} dition, dalloz, paris, 2009, p72.

³ - خميس حسناء، المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويض لضحايا حوادث المنتجات المعيبة، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، قانون العقود، كلية الحقوق تيزي وزو، 2015، ص 92.

⁴ - كركرياء عزام، مبادئ التسويق الحديث، دار الميسرة، عمان، 2008، ص 174.

"يعتبر منتوجا كل مال أو منقول ولو كان متصلا بعقار لاسيما المنتوج الزراعي والصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البحري والبري والطاقة الكهربائية"¹.

من هذا المنطلق نجد بأن المنتج حسب القانون المدني هو كل مال منقول بما في ذلك المال المتصل بعقار سواء كان هذا المنقول ماديا أو معنويا أو صناعيا، والمقصود بالمال المنقول في هذا المجال هو الأشياء المنقولة².

ب-تعريف المنتج المستورد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش: يعتبر اصلاح المنتج مصطلح اقتصادي حديث، لم يتم تداوله في التشريع إلا بعد صدور القانون الملغى رقم 89-02 المؤرخ في افريل 1989، كما عرفه المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 18-09 على أنه: "كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"³.

أما تعريف المستورد فلم يعرف المشرع الجزائري المنتج المستورد بشكل مباشر إلا أن المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش التي اعتبرت الإستيراد من العمليات المستعملة في التسويق.

وفقا لما جاءت به المادة والتي نصت على أنه: "مجموع العمليات التي تشمل خزن كل المنتوجات بالجملة ونصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا ومنها الإستيراد والتصدير واقلية الخدمات" أما المادة 4 من الأمر رقم 03-04 المتعلقة بالقواعد المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها على أنه: "باستثناء العمليات ذات الطابع غير التجاري والعمليات التي تنجزها الإدارات والهيئات ومؤسسات الدولة فإن عمليات إستيراد وتصدير المنتوجات لا يمكن أن ينجزها إلا شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاطا إقتصاديا طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما"⁴.

¹- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ 13 ماي 2007، ج ر، العدد 78، الجزائر، 1975.

²- بودالي مجّد، مسؤولية المنتج عن منتجاته، دراسة مقارنة، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2005، ص80.

³- القانون رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ 10 يونيو 2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03.

⁴- المادة 4 من الأمر 03-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها المؤرخ 19 جويلية 2003، ج ر، العدد 25، الصادر 20 جويلية 2003.

المطلب الثاني: التدابير اللازمة لعرض المنتج المستورد في السوق:

يعتبر عرض المنتجات المستوردة عاملا هاما لنجاح أي نشاط تجاري، بحيث تتطلب هذه العملية خطوات دقيقة وكذلك اعتماد تدابير متكاملة تشمل الجوانب القانونية والاقتصادية اللازمة للتسويق مع مراعاة مرونة التكيف مع الإجراءات القانونية اللازمة سواء في مرحلة ما قبل عرض المنتج في السوق أو عند عرضه، وسنحاول من خلال هذا المطلب تحديد أبرز التدابير اللازمة من خلال فرعين رئيسيين حيث نُحدد من خلال الفرع الأول التدابير الواجبة قبل عرض المنتج وفي الفرع الثاني التدابير الخاصة بعرض المنتج كما يلي.

الفرع الأول: قبل عرض المنتج في السوق:

تشكل حماية المنتجات أحد الركائز الأساسية لحماية المستهلك، وفي سبيل حماية المستهلك ورقابة المنتج أقرت الأنظمة الدولية والوطنية جملة من الشروط والإجراءات التي يجب توافرها في المنتج قبل عرضه في السوق، وفيما يلي سنحدد أهم هذه الشروط.

أولا: وسم المنتج:

يعتبر الوسم من أهم طرق إعلام المستهلك بخصائص السلع والخدمات حيث يعتبر أساس الإلتزام بالإعلام، كما ورد في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم أو وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

أ-تعريف الوسم: ع- رف المشرع الجزائري الوسم في الفقرة الأولى من المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 484/05 بأنه: "كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة والذي يرفق بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع"¹، كما عرفه أيضا من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها"².

كما أوجب المشرع أن تُحرر بيانات الوسم باللغة العربية أساسا، وبلغة أو لغات أخرى على سبيل الإضافة وتكون سهلة الإستيعاب لدى المستهلكين، بحيث حددت المادة 18 من القانون 09-03 أنه: " يجب

¹- المرسوم التنفيذي رقم 484/05، المؤرخ في 25 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم الغذائية وعرضها، ج ر، العدد 83.

²- المادة 3، الفقرة 4، من القانون 09-03، المرجع السابق.

أن تُحرر بيانات الوسم باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية مقروءة ويتعذر محوها".

ب- دور الوسم في إعلام المستهلك: تتجلى أهمية الوسم كآلية وقائية لإعلام المستهلك من خلال نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المذكور سابقا، حيث حدده المشرع كأول وسيلة يتحقق بها إعلام المستهلك دون ذكر الوسائل الأخرى كالإعلان التجاري وإشهار الأسعار، وأكد على ذلك من خلال المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك مما يدل على الدور المهم الذي يلعبه هذا الأخير وما يحمله من معلومات ضرورية تتعلق بالمنتج بما في ذلك نوعية شروط استخدامه والتاريخ المحدد لاستهلاكه وبعض الإجراءات الواجب احترامها¹.

ثانيا: تغليف المنتج:

يعد التغليف من بين أهم الإشكاليات التسويقية ووسيلة من وسائل حماية السلعة، ونظرا لأهميته وردت بخصوصه عدة تعريفات فقهية وقانونية سنتطرق إليها فيما يلي:

أ- التعريف الإصطلاحي للتغليف: يعرف التغليف على أنه العملية التي يتم بمقتضاها تجهيز السلعة وتقسيمها وفق رغبات المستهلك ووضعها في حيز يحويها ويحافظ عليها بكامل قواها الأدائية طوال عمرها الافتراضي كما تعرف العبوة على أنها أي شكل مصنوع من مادة ما بهدف وضع كمية من السلعة فيه² تتضمن التعبئة عملية تطوير وتصميم الوعاء الخاص بالسلعة حيث تمثل العبوة جزء حيوي لأنها تسهل عملية تداول واستعمال السلعة³، كما يعد التغليف في الوقت الحالي جزء حيوي في سياسة تطوير منتجات المؤسسة، كما يعتبر جزء مهم من المنتج نفسه لإعطاء المستهلك التصور الكامل للمحتويات والحكم على جودة ونوعية المنتجات، ولم يعد الغلاف وسيلة حافظة فحسب بل تجاوز ذلك ليصل إلى التأثير على عادات وقرارات المستهلك الشرائية، كما أدت أهمية التغليف ببعض المفكرين إلى اعتباره من قضايا التخطيط الاستراتيجي⁴.

¹ -بوشنافة جمال، الوسم كآلية وقائية لإعلام المستهلك بالمنتجات الغذائية وغير الغذائية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 12، 2018، ص7.

² -مُجَّد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2005، ص119.

³ -عائشة مصطفى الميناوي، سلوك المستهلك-المفاهيم والإستراتيجيات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998، ص163.

⁴ -ناجي معلا رائق توفيق، أصول التسويق مدخل استراتيجي، دار المكتبة الوطنية، 1998، ص173.

ب-التعريف القانوني للتغليف: عرف المشرع الجزائري التغليف من خلال المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "كل تغليب مكون من مواد أياً كانت طبيعتها، موجهة لتوظيف وحفظ وحماية وعرض كل منتج والسماح بشحنه وتفريغه وتخزينه ونقله وضمان إعلام المستهلك بذلك"¹.

حددت التشريعات في مختلف الدول توفر مجموعة من الخصائص والشروط في الغلاف وطريقة صنعه وكذلك البيانات الواجب توافرها عليه والتي من أهمها: مكونات السلعة من المواد الخام، طريقة الصنع، تاريخ الإنتاج، تاريخ انتهاء الصلاحية، طريقة الحفظ والتداول، الآثار الجانبية، اسم المؤسسة المنتجة، العلامة التجارية، عنوان مؤسسة الإنتاج وترخيص الإنتاج... كما قد تزداد هذه البيانات أو تقل وفقاً للشروط القانونية الخاصة بمجموعات المنتجات (منتجات غذائية، منتجات طبية، منتجات كيميائية، منتجات عسكرية.. الخ)².

حددت المادة 42 من القانون رقم 09-03 السابق الذكر إلزامية التغليف حيث تلزم المنتجين والموردين بوضع معلومات واضحة وصادقة على عبوات المنتجات (الاسم التركيبية، تاريخ الصلاحية، الشروط الصحية، إلخ) وكذلك المادة 47 من القانون نفسه التي تنص على حظر التغليف المضلل أو غير المطابق للمواصفات، أما المرسوم التنفيذي رقم 17-140³ المحدد شروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري فقد حدد من خلال المادة 3 شروط وضع المادة الغذائية للاستهلاك حيث حدد مصطلح كل من التوضيب: "عملية وضع مادة غذائية في تغليف أو حاو يلامس مباشرة المادة المعنية" واشترط حاوية محكمة الإغلاق: "حاوية مصممة لغرض تشكيل حاجز لدخول الأخطار".

ج-وظائف التغليف: تعددت وظائف التغليف طبقاً لتعدد الأطراف التي تشارك في العملية التسويقية، وكذلك بالنسبة للسلعة نفسها وللمجتمع، انطلاقاً من ذلك سنحدد وظائف التغليف بالنسبة لكل من السلعة والمستهلك:

1-بالنسبة للسلعة: لا يقتصر دور التغليف في أنه مجرد إناء توضع فيه مكونات السلعة، بل يمتد ليشمل العديد من الوظائف الهامة في مقدمتها حماية مكونات السلعة وخصائصها ومواصفاتها حتى يتم استخدامها وتسهيل

¹ المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

² محمد سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، الدار الجامعية، اسكندرية، د س ن، ص 299.

³ المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المؤرخ 11 أفريل 2017 المحدد شروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، ج ر، العدد 24، الصادر 16 أفريل 2017، الجزائر.

عملية التداول والتخزين ونقل السلعة من مكان إلى آخر دون تعرضها للضرر أو التلف أو الكسر، كما يعبر عن جودة المنتجات ويرفع من قيمتها في نظر المستهلك من خلال التغليف الجيد والجذاب¹.

2- بالنسبة للمستهلك: يوضح الغلاف المعلومات اللازمة عن المنتج وطريقة استعماله حيث يعتبر أداة توجيه وإرشاد، وكذلك تحديد تاريخ الصلاحية والآثار الجانبية، كما يتلاءم مع بعض الحاجات العلمية مثل معرفة العلامة والتعرف على مكونات السلعة إضافة إلى حماية السلعة من التلف والتلوث والرطوبة والعوامل الخارجية. يتصف الغلاف الجيد بالأمان في الإستعمال وكذا الأمان في مرحلة ما بعد الإستعمال، كما يجب أن لا يسبب التخلص من الغلاف أي آثار أو أضرار بالبيئة².

الفرع الثاني: عند عرض المنتج في السوق:

على غرار التدابير والشروط اللازمة قبل عرض المنتج في السوق، حدد المشرع تدابير أخرى يجب اتخاذها عند عرض المنتج في السوق والتي سنتطرق إليها من خلال مايلي.

أولاً: الإعلام بالأسعار:

يعتبر الإعلام المتعلق بالأسعار شرطاً أساسياً لحرية التعاقد ووسيلة فعالة لتحقيق شفافية السوق والممارسات التجارية النزيفة بحيث لا يكفي أن يكون السعر محددًا بل يجب أن يكون في متناول المستهلك.

أ- مضمون الإعلام بالأسعار: إن الإعلام بالسعر يقتضي إعلام المستهلك بالسعر الذي سيدفعه فعلاً في حالة شرائه لمنتج ما أو تحصيله لخدمة ما بحيث يجب أن يتوافق السعر المعلن مع المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك طبقاً لنص المادة 53 من الأمر رقم 95-06 المتضمن قانون المنافسة، كما يجب أن يعبر السعر بالعملة الوطنية أي الدينار، فالإعلان عن سعر المنتجات أو السلع يقتضي إعلام المستهلك بالسعر الكامل.

كما أن الإعلام بالأسعار يُحقق للمستهلك المفاضلة بين الأسعار المعروضة ليختار المستهلك السعر المناسب عن إرادة حرة وسليمة دون اللجوء إلى البائعين أو مقدمي الخدمات حيث كرس المشرع باباً كاملاً من القانون رقم 02/04 (الملغى) المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية للقوانين المتعلقة بالمنافسة تحت مسمى "شفافية الممارسات التجارية" بحيث يوصف الإعلام بالسعر بأنه الإعلام الأهم لأن المستهلك لا يمكنه الإقدام على اقتناع سلعة ما أو الإستفادة من خدمة ما إذا لم يكن بجوزته المبلغ الكافي الذي سيدفعه لذا فإن معرفته بالسعر تجعله في مأمن.

¹ -سيما غالب مقاطف، دور التسويق في تنمية الإقتصاد الاردني وتطور المؤسسة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص21.

² -عمرو خير الدين، المفاهيم والإستراتيجيات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1997، ص 224.

حددت الفقرة الأولى من المادة 53 من الأمر 95-06 الإلتزام بإعلام الأسعار وفق النص: "إشهار الأسعار إجباري، يتولاه البائع قصد إعلام الزبون بأسعار بيع السلع والخدمات وبشروط البيع"¹ وأكدته كذلك المادة 4 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص: "يتولّى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريف السلع والخدمات وبشروط البيع"².

بين المشرع كذلك كيفية الإعلام بالأسعار من خلال المادة 55 من الأمر السالف الذكر التي تنص على أنه: "يكون إشهار السلع والخدمات لفائدة المستهلكين بواسطة وضع علامات أو ملصقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة لإعلام المستهلك بأسعار البيع وعند الحاجة بشروطه وكيفياته الخاصة... يجب أن تبيّن أسعار البيع وشروطه بصفة مرئية ومقروءة على المنتج نفسه أو على غلافه يجب أن تعد أو توزن أو تكال المنتوجات المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري، وعندما تكون هذه المنتجات مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكبّلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة كمية أو عدد الأشياء المقابل للسعر المعلن"³.

ب- خصائص الإعلام بالأسعار: يعتبر الهدف من الإعلام بالأسعار معرفة المستهلك بسعر المنتوجات المعروضة بشكل واضح لا لبس فيه بحيث يسهل التعرف عليه وإدراكه بسهولة، ومن بين أبرز الخصائص التي تخص الإعلام بالأسعار ما سنذكره فيما يلي:

1- العمومية: يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات حقا من حقوق المشتري سواء كان مستهلكا أو عوناً اقتصاديا، إلا أنّ الفرق بينهما أنّ هذا الحق يثبت لعموم المستهلكين، كما يجب أن يتصف بالعمومية أي يكون موجها لجمهور المستهلكين بحيث كل مستهلك يمكنه الوصول إلى أسعار السلع بطريقة آلية دون الإضرار إلى سؤال البائع.

يتطلب تنفيذ التزام الإعلام بالأسعار عنصر الإشهار أي العلنية والعموم، هذا ما جعل المشرع يستعمل مصطلح "الإعلام بالأسعار" من خلال القانون رقم 04-02، كما يلاحظ أنّ خاصية العمومية في الإعلام بالأسعار مقصورة على العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك يبرره كون المستهلك غالبا ما يجهل واقع السوق وهذا ما يجعله عرضة لأسعار مبالغ فيها، الأمر الذي يبرر حماية المستهلك من خلال تعزيز شفافية الأسعار الموجهة للمستهلكين.

¹ المادة 53 من الأمر رقم 95-06 المؤرخ 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 9، الصادر 22 فبراير 1995، الجزائر.

² المادة 4 القانون 04-02 المؤرخ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 اوت 2010، ج ر، العدد 41 الصادر 27 جوان 2004، الجزائر.

³ المادة 55 من الأمر رقم 95-06، المرجع السابق.

2-الوضوح: يجب أن يتم عرض الأسعار والتعريفات من طرف العون الإقتصادي بطريقة واضحة لا لبس فيها في ظل غياب شرط قانوني واضح يفرض على المهني أن تكون مكتوبة، كما نصت الفقرة الثانية من المادة 5 من القانون رقم 02-04 على أنه: "يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة"¹.

ثانيا: تقديم شهادة الضمان والفاتورة:

يعتبر الحق في الضمان وخدمة ما بعد البيع من أهم الحقوق المعترف بها للمستهلك بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي سبيل تكريس هذا الحق فقد أقر المشرع الجزائري مجموعة من النصوص القانونية الآمرة التي لا يجوز الإتفاق على مخالفتها والمتعلقة بضمان مطابقة المنتج وخدمة ما بعد البيع بما في ذلك شهادة الضمان والفاتورة، وسنحدد فيما يلي الإطار القانوني لكل منهما:

أ-الإطار القانوني لشهادة الضمان: لقد نص المشرع الجزائري من خلال المادة 14 من القانون رقم 03-09 السالف ذكره على أنه: "يجب أن تبين بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة مرافقة للمنتج"² كما نصت المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 على: "يتجسد هذا الضمان عن طريق تسليم شهادة الضمان للمستهلك بقوة القانون"³.

قد ألزم المشرع الجزائري المتدخل بتسليم شهادة الضمان للمستهلك مع السلعة أو الخدمة محل التعاقد مع ضرورة تضمينها ببعض البيانات الإلزامية والتي حددتها المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 والمتمثلة في:

-اسم شركة الضامن وعنوانه ورقم سجله التجاري وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء.

-اسم ولقب المقتني.

-طبيعة السلعة المضمونة ولا سيما نوعها وعلامتها التجارية ورقمها التسلسلي.

-سعر السلعة المضمونة.

-مدة الضمان.

-اسم وعنوان الممثل المكلف بتنفيذ الضمان عند الإقتضاء.

أجاز المشرع الجزائري في سبيل حماية المستهلك المطالبة بالضمان بأية وسيلة تثبت تاريخ عقد البيع الذي أبرم بينه وبين المتدخل، وهذا ما أكده المشرع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-327 السالف ذكره

¹ المادة 5 القانون رقم 02-04 المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

² المادة 14 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، المرجع السابق.

³ المادة 5، المرسوم التنفيذي 13-327 المؤرخ 26 سبتمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر، العدد 49، الصادر 2 أكتوبر 2013.

والذي نص على أنه: "يبقى الضمان ساري المفعول في حالة عدم تسليم شهادة الضمان أو عدم مراعاة البيانات المذكورة في المادة 6 أعلاه أو ضياعها، ويحق للمستهلك المطالبة به عن طريق تقديم فاتورة أو قسيمة الشراء أو تذكرة الصندوق أو أي وسائل إثبات أخرى"¹.

من هنا يمكننا القول أن المشرع يسعى دائما إلى حماية المستهلك باعتباره طرفا ضعيفا في مثل هذه العلاقات التعاقدية التي يرمها مع المتدخل والذي عادة ما يكون متفوقا عليه سواء من الناحية التقنية أو الإقتصادية أو القانونية.

ب- الإطار القانوني للفاتورة: تعتبر الفاتورة في القانون الجزائري عبارة عن سند تجاري قانوني جبائي محاسبي يثبت شراء أو بيع المنتج أو تأدية الخدمة.

حدد القانون التجاري من خلال المادة 30 على أنه يثبت كل عقد تجاري بفاتورة مقبولة، بحيث تعتبر الفاتورة ورقة ضمان يتم إعدادها وفقا للنموذج المعمول به وتبرم بين متعاملين اقتصاديين (البائع والمشتري) بمجرد إجراء عملية بيع السلع أو الخدمات².

1- الزامية الفاتورة في التشريع الجزائري: حددت المادة 2 من المرسوم رقم 05-468 أنه يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين موضوع فاتورة، ويتعين على البائع تسليمها ويتعين على المشتري طلبها منه، ويجب أن تسلم بمجرد إجراء البيع أو تأدية الخدمات، كما يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه.

حسب المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 يجب أن تكون الفاتورة واضحة ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو³.

كما يجب أن تحتوي الفاتورة على بيانات إلزامية للبائع والمشتري والمتمثلة في:

2- البيانات الإلزامية للبائع:

- اسم الشخص الطبيعي (البائع) ولقبه.

- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.

- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا عنوان البريد الإلكتروني عند الإقتضاء.

¹ المادة 8، المرسوم التنفيذي 13-327، المرجع السابق.

² موقع ميم للأعمال، تعريف الفاتورة <https://meemapps.com> تاريخ الإطلاع 17 افريل 2025 الساعة 14:44.

³ المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك، ج ر، العدد 80، الجزائر، 2005.

- الشكل القانوني للعون الإقتصادي وطبيعة نشاطه.
- رأس مال الشركة عند الإقتضاء.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.
- طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة.
- تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها.
- تسمية السلعة وكميتها أو الخدمة المنجزة.
- سعر الوحدة دون رسوم.
- طبيعة الرسوم أو الحقوق أو المساهمات ونسبها المستحقة.
- السعر الإجمالي مع احتساب الرسوم محررا بالأرقام والحروف.
- الختم الندي وتوقيع البائع إلا إذا كانت مرسله إلكترونيا، غير أن الأعوان الإقتصاديين الذين يمارسون خدمة عمومية ذات مصلحة عامة ويجرون عددا مهما من الفواتير عمليا لا يمكنهم الإلتزام بوضع الختم الندي، كمثال على ذلك فواتير الكهرباء، الغاز الماء والاتصالات¹.

3- البيانات المتعلقة بالمشتري في الفاتورة:

- اسم الشخص الطبيعي ولقبه.
- تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري.
- الشكل القانوني وطبيعة النشاط.
- العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الإقتضاء.
- رقم السجل التجاري.
- رقم التعريف الإحصائي.
- كما يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا.
- طبقا للمادة 30 من القانون التجاري التي تنص على أنه: "يثبت كل عقد تجاري بسندات رسمية، بسندات عرفية، بفاتورة مقبولة، بالرسائل، بدفاتر الطرفين، بالإثبات بالبينة أو بأية وسيلة أخرى .." ومن هنا تتضح المرتبة التي منحها المشرع للفاتورة حيث أضاف لها مصطلح مقبولة وهو ما يدل على أن قبول الفاتورة

¹ - المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المرجع السابق.

يكون عند شروط معينة مما يؤهلها كوسيلة للإثبات وهي الشروط التي سبق ذكرها تخص كل من البائع والمشتري، سواء تعلق الأمر بالجانب المادي المتعلق بالأسعار المتضمنة على مستواها أو ما يخص شكلها أو ما يجب أن تتضمنه من معلومات إلزامية حسب ما ورد في نص المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468.

المبحث الثاني: مجالات التزام المتدخل لتحقيق حماية المستهلك:

أدى التطور التكنولوجي والتقدم الصناعي إلى ظهور منتجات ذات تقنيات لم تكن مألوفة من قبل، مما أسهم في زيادة الإقبال على استهلاكها بفضل تطور وسائل الدعاية والإعلان، وعلى الرغم مما تقدمه هذه المنتجات من منفعة واردة للمستهلك إلا أنها تسبب في أضرار جسيمة نتيجة لعدم دراية المستخدم بالطريقة الصحيحة لاستخدامها لكونه طرف محدود الخبرة في التعامل مع مثل هذه التقنيات، فقد تدخل المشرع الجزائري لوضع أسس قوية تهدف إلى حماية المستهلك وضمان سلامته من خلال إقرار قواعد صارمة لا تترك مجالات للتهاون مع الأطراف المشاركة في عمليات تقديم السلع والخدمات للإستهلاك، وبناء على ذلك تم تحميل هؤلاء المتدخلين مجموعة من الإلتزامات التي تضمن السلامة التامة للمنتجات في جميع مراحل الإنتاج وحتى لما تكون تلك المنتجات تحت تصرف أو حيازة المستهلك، ولهذا الغرض تم النص على ضرورة ضمان أمان المستهلك بموجب المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم¹.

لما عرفت هذه الإلتزامات قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين تناولنا في (المطلب الأول) الإلتزام بالإعلام أما

(المطلب الثاني) الإلتزام بالرقابة.

المطلب الأول: الإلتزام بالإعلام:

يعرف عقد الإستهلاك بأنه اتفاق يتم بين المستهلك والطرف المتدخل، يتم من خلاله حصول المستهلك على منتج أو خدمة يقدمها المتدخل سواء مقابل قيمة مالية محددة أو دون مقابل، وبناء على ذلك فإن إبرام هذا النوع من العقود يقتضي نشوء التزامات تقع على عاتق كلا الطرفين بموجب العلاقة التعاقدية، فالإلتزام بالإعلام أحد هذه الإلتزامات، فهو يعد إلتزاما أخلاقيا يقتضيه حسن النية، من هذا المنطلق سوف نتطرق إلى ضرورة الإعلام (الفرع الأول) والطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام (الفرع الثاني) وكذلك أطراف العلاقة الإستهلاكية (الفرع الثالث).

الفرع الأول: ضرورة الإعلام:

الإلتزام بالإعلام من أهم الوسائل المقررة لحماية المستهلك، فهو التزام يقع على عاتق المتدخل في عقد الإستهلاك، سنتناول في هذا الفرع التعريف اللغوي للإلتزام بالإعلام أولا ومن ثم يتم التعريف الإصطلاحي ثانيا ثم التعريف الفقهي ثالثا وأخيرا التعريف التشريعي.

¹ - القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، المرجع السابق.

أولاً: التعريف اللغوي للإلتزام بالإعلام:

يعد مصطلح الإلتزام بالإعلام من المصطلحات المركبة التي يتوقع تعريفها على تعريف أجزائها

كما يلي:

- أ- الإلتزام لغة: مصدر الفعل التزم، يلتزم، التزما بالشيء إذا أوجبه على نفسه¹.
- ب- الإعلام لغة: من أصل علم والإعلام هو تحصيل حقيقة الشيء ومعرفته والتيقن منه².
- والإلتزام بالإعلام³ تعني وجوب الإدراك أو وجوب الإحاطة أو وجوب الإخبار.

ثانياً: التعريف الإصطلاحي للإلتزام بالإعلام:

الإلتزام بالإعلام هو عملية نقل الأحداث والأفكار بهدف اطلاع الجمهور عليها باستخدام وسائل متعددة، سواء كانت صوتية، مرئية أو مكتوبة، ويعد الصدق والوضوح من الشروط الأساسية للإعلام الناجح.

يعد الإلتزام بالإعلام في الفقه الإسلامي بمثابة الإلتزام بالنصيحة، وذلك مأخوذ من قول النبي صلى الله عليه وسلم: "الدين النصيحة، قلنا لمن، قال لله ولكتابه ولرسوله ولأئمة المسلمين وعامتهم" وقال ابن رجب: "وأما النصيحة للمسلمين فإن يُحِبُّ لهم ما يُحِبُّ لنفسه، ويكره لهم ما يكره لنفسه، ويشفق عليهم، ويرحم صغيرهم ويوقر كبيرهم، ويجزن لحزهم ويفرح لفرحهم، وإن ضره ذلك في دنياه كرخس أسعارهم، وإن كان في ذلك فوات ربح ما يبيع من تجارته، ويجب صلاحهم والفتهم ودوام النعم"⁴.

ثالثاً: التعريف الفقهي للإلتزام بالإعلام:

نظراً للأهمية البالغة التي يلقاها الإلتزام بالإعلام، أطلق الفقه عدة تسميات له، فالبعض يرى بأنه إلتزام بالتبصير، التزم بالإخبار⁵، ولقد كان الفقيه أول من تطرق لهذا الإلتزام في العقود سنة 1945، واعتبر أن مخالفة هذا الإلتزام يمثل عيب للرضا⁶، إذا يجب أن تدرج ملصقات السلع أو التوضيب كل المعلومات التي تُحددها الإدارة المختصة تبعا لطبيعة كل سلعة وخصائصها والمواصفات المعمول بها⁷.

¹ - الجليلي بن الحاج يحيى، بلحسن البليش، علي بن هادية، القاموس المدرسي، الطبعة 6، الشركة التونسية للتوزيع، تونس، 1987، ص 59.

² - حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999، ص 36.

³ - عبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد 01، جامعة حسينية بن بوعلي، الجزائر، 2015، ص 137.

⁴ - منى أبو بكر الصديق، الإلتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013، ص 50.

⁵ - مصطفى أحمد أبو عمرو، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك، د ط، دار الجامعة الجديدة، الأزاربطة (مصر) 2016، ص 32.

⁶ - زاهية حورية سي يوسف، الواضح في عقد السلع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012، ص 326.

⁷ - فتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 50.

ف نجد أن التعريفات الفقهية لإعلام المستهلك جاءت بشرح مستفيض لهذا الأخير، غير أنها تختلف من فقيه لآخر نظرا لاختلاف المصطلحات التي يعتمدونها كل فقيه، حيث عرفه الدكتور نزيه المهدي على أنه: "الإلتزام بإعلام الطرف الآخر قبل إبرام العقد، وهو التزم يسبق مرحلة التعاقد بتمثيل هذا الإلتزام في قيام المدين بإبلاغ الدائن بجميع المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد المراد توقيعه سواء كانت تتعلق بشروط العقد وأوصاف الشيء موضوع التعاقد أو مدى نطاق الإلتزامات المتبادلة الناتجة عنه" إضافة إلى ذلك هناك من يعرفه بأنه: "الإلتزام بتقديم المعلومات يعد من الواجبات القانونية المفروضة خصوصا على بعض البائعين المهنيين أو الشركات المختصة ويتمثل في هذا الإلتزام في توفير المعلومات المرتبطة بموضوع العقد أو العملية المزعم تنفيذها باستخدام الوسائل المناسبة مثل البيانات الإعلامية والإعلانات"¹.

وعرف أيضا على أنه: "التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه، بل تحذيره إذا استدعى الأمر ذلك"². كما عرفه جانب آخر من الفقه بأنه: "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما من عناصر التعاقد المزعم إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد"³.

ويعرف كذلك: "بالتزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت انتباهه ونظره إذا استدعى الأمر ذلك"⁴. من التعاريف السابقة يتضح أن الإلتزام بالإعلام هو واجب تزويد الطرف الآخر بالمعلومات الأساسية المرتبطة بالسلعة أو الخدمة حول التعاقد، يتطلب هذا الإلتزام توفير هذه المعلومات سواء قبل إبرام العقد أو أثناءه أو بعده وذلك لضمان اطلاع الدائن على الحقائق التي يجهلها والتي لا يمكنه الحصول عليها إلا عبر المدين.

رابعا: التعريف التشريعي:

ليعرف المشرع الجزائري حق المستهلك في الإعلام بشكل مباشر غير أنه تناوله عن طريق إبراز آلياته والتأكيد عليه من خلال النصوص القانونية، إذ نجد في المادة 352 من القانون المدني الجزائري العدل والمتمم من أحكام عقد البيع التأكيد على ضرورة التزام المحترف بإعلام المستهلك حيث تنص:

¹ - حامق ذهبية، الإلتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، قانون خاص، جامعة الجزائر، 2009، ص 9.

² - الصغير مجد مهدي، قانون حماية المستهلك-دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، مصر، 2005، ص 114.

³ - خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية-دراسة مقارنة، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 127.

⁴ - مجد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية، 2001، ص 173.

"يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"¹.

وبصدور القانون 89-202 المتعلق بحماية المستهلك فإن هذا الأخير تطرق إلى حقوق المستهلك أنه لم ينص بشكل صريح على الإلتزام بالإعلام غير أن هذا القانون تم إلغاؤه بموجب القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم الذي يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³ فقد نص هذا القانون على مصطلح الإعلام في المادتين 17 و18، نصت المادة 17 منه على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يصفه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"⁴.

وكذا بالإستناد إلى المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁵ نجد أن المشرع الجزائري نص على تعريف الإعلام حول المنتجات بموجب المادة 3 الفقرة 15 على أن: "كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي" فمن خلال المادة 17 السالفة الذكر تبين لنا أن القانون يلزم البائع بتزويد المستهلك بكافة التفاصيل المرتبطة بالمنتج المعروض للبيع".

أما بالنسبة للمادة 18 من القانون رقم 09-03 نرى أنها تتضمن شروطا خاصة بالوسم فقد أكدت على إلزامية أن تكون هذه المعلومات سهلة الفهم من المستهلكين ومقروءة ويتعذر محوها، ولقد سبق لنا أن أشرنا إلى وسم المنتج من خلال المطلب الثاني للمبحث الأول، فمن خلال استقراء النصوص السابقة يمكننا أن نقول المشرع الجزائري لم يعرف الإلتزام بالإعلام وإنما بين وسائل وطرق وكيفية إعلام المستهلك، فلقد أحسن في عدم حصر هذه الوسائل من أجل تشجيع المتدخل للوفاء بالتزامه.

¹-المرسوم التنفيذي رقم 05-454 المؤرخ 22 ديسمبر 2005 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر، العدد 83، الصادر 25 ديسمبر 2005.

²-القانون رقم 89-02 المؤرخ 7 فيفري 1989 المتعلق بحماية المستهلك، ج ر، العدد 6.

³-القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق.

⁴-القانون رقم 09-03، المرجع نفسه.

⁵-المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ 9 نوفمبر 2013 المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر، العدد 58، الصادر 18 نوفمبر 2013.

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام:

إنَّ تحديد الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام لها أهمية كبيرة تتجسد من خلال تحديد القانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال به، خاصة في ظل تباين آراء الفقهاء حول تكييف الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام فمنهم من ذهب إلى اعتباره التزم ذو طبيعة عقدية أو غير عقدية، ومن جهة أخرى كيفه البعض على أنه التزم ببذل عناية أو بتحقيق نتيجة.

أولاً: الإلتزام بالإعلام التزم عقدي:

لكي نكون بصدد التزم تعاقدي يجب أن تتجه إرادة الأطراف نحو إبرام العقد وذلك احتراماً لمبدأ حرية الأطراف في التعاقد، كما يعتبر العقد انتاجاً مباشراً لإدارة المتعاقدين التي تملك الحق ليس فقط في إنشائه ولكن أيضاً في تعديل مضمونه وآثاره¹.

فقد يرى أنصار هذا الإتجاه أن طبيعة الإلتزام بالإعلام هي طبيعة عقدية، غير أنهم اختلفوا حول أساسها لذا سوف نتناول النظريات التي صبت في هذا الرأي.

أ- نظرية الخطأ العقدي: يرى هذا الإتجاه أن المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام ترتبط في جوهرها بل مسؤولية القعدية، وقد بنى أنصار هذا الرأي أطروحتهم على عدة حجج رئيسية منها ما طرحه الفقيه الألماني "أهرنج" الذي ذهب إلى اعتبار أن الخطأ المرتكب خلال مرحلة التفاوض يعد خطأ عقدي بالأساس و يستلزم تطبيق أحكام المسؤولية العقدية، وتترتب هذه المسؤولية على مرتكب الخطأ سواء نتج هذا الخطأ عن عدم انعقاد العقد أو عن بطلانه.

ويتيح هذا الطرح للمتضرر الحق في اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعويض عن هذا الخطأ كواقعة مادية ويفترض في هذا السياق وجود عقد ضمني سابق للعقد الأصلي يوفر ضماناً للطرفين. وفقاً لهذا المفهوم يتم افتراض وجود عقد ضمني يلتزم من خلاله طرفاً التفاوض بإبرام العقد الأساسي وتجنب أي عمل من شأنه تعطيل إتمام هذا العقد، وفي حال أخل أحد الطرفين بهذا الإلتزام تتولى قواعد المسؤولية العقدية معالجة هذا الإخلال، ولقد توصل الفقيه "أهرنج" إلى تصنيف الخطأ باعتباره خطأ عمدي استناداً إلى فرضية وجود عقد ضمني مرتبط بعملية التعاقد. فمن هنا نستنتج أن المؤيدون لهذا الإتجاه يعتمدون على نظرية الخطأ في تكوين العقد والتي تفترض أن جميع الإلتزامات السابقة لمرحلة التعاقد تعتبر ذات طبيعة عقدية بحيث يستمد وجودها وقوتها من العقد الذي يبرم لاحقاً.

¹ - عبد الله ولداند كجلي، مدى التعويض عن الضرر في المسؤولية العقدية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001، ص 98.

ب-مرحلة التفاوض: يُعتبر الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام جزءاً من عملية المفاوضات التي تستند إلى اتفاق سابق وصريح بين الطرفين، لذلك يمكن وصفه بأنه ذو طبيعة تعاقدية، و عادة ما يكون هذا الإتفاق مكتوباً وينظم العلاقة بين طرفي التفاوض من حيث الحقوق والإلتزامات، وعندما تستند المفاوضات إلى مثل هذا الإتفاق التفاوضي الواضح تتحول من مجرد إجراء مادي غير ملزم لا تترتب عليه أية آثار قانونية إلى تصرف قانوني ملزم يحمل في طبيعته تبعات قانونية للطرفين وبهذا تتحول المسؤولية المرتبطة بهذه المفاوضات من مسؤولية تقصيرية إلى مسؤولية عقدية يهدف الطرفان من إبرام هذا النوع من الإتفاقات إلى ضمان أن مفاوضاتهما تتم على أساس واضح¹، ومع ذلك لا يفرض هذا الإتفاق عليهما الإلتزام بإبرام العقد النهائي الذي يجري التفاوض بشأنه وبالتالي يوفر هذا النوع من الإتفاق بين الطرفين الحرية في التراجع عن المفاوضات وأيضاً الطمأنينة في التعامل بينهما²، وفق انعقاد الطبيعة العقدية للإلتزام بالإعلام وخاصة بسبب عدم منطوقية نشوء إلتزام قبل وجود العقد نفسه، وليس من المعقول أن تنشأ المسؤولية العقدية في غياب العقد ككيان عقد قائم.

وعلاوة على ذلك لا تقضي كل مراحل التفاوض بالضرورة إلى إبرام عقد بين الأطراف مما يجعل العقد نتيجته محتملة وليست حتمية، وبالتالي لا يمكن تصنيف الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد على أنه ذو طبيعة عقدية إذ يهدف هذا الإلتزام في جوهره إلى تقديمه وجهات النظر والتوفيق بين آراء المتفاوضين.

ثانياً: الإلتزام بالإعلام التزم غير عقدي:

يرى مؤيدو هذا الإتجاه أن طبيعة الإلتزام بالإعلام ذات طابع غير تعاقدية، مما يقتضي تحميل المسؤولية التقصيرية كجزء للإخلال بهذا الإلتزام، وفي هذا السياق لا تشترط المسؤولية التقصيرية وفقاً لهذا الرأي توافر جميع أركان العقد، بل تبني على مقتضيات القانون ذاته، فالتصرف الباطل يعد واقعة مادية ولا ينظر إليه بوصفه عقداً يؤدي إلى آثار قانونية وبالتالي لا يترتب عليه التزامات تعاقدية³.

يتبين من ذلك أن المسؤولية التقصيرية تنشأ كجزء من الإخلال بالإلتزام قانوني وليست ناتجة عن الإخلال بالتزام عقدي، وذلك لأن العقد في هذه المرحلة لم يتم تكوينه بعد، وقد أشار بعض الفقهاء إلى أن الأخطاء التي تحدث خلال المرحلة السابقة للعقد تعتبر أخطاءً تقصيرية وخاصة إذا كانت تنطوي على سوء نية من أحد

¹ - كحلول سامي وزوليخة بن طابة، حماية المستهلك في مرحلة التفاوض، مجلة الإجتهد القضائي، العدد 14، مخبر أثر الإجتهد القضائي في حركة التشريع، جامعة محمد خيضر-بسكرة، الجزائر، 2017، ص 640.

² - حمدي محمود بارود، نحو إرساء تكييف قانوني جديد لمفاوضات العقد، مطبعة جامعة الأزهر، المجلد 12، العدد 01، فلسطين، 2010، ص 726.

³ - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ط 1، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، بغداد، 2001، ص 123.

الأطراف عند بدء المفاوضات ويمكن أن يتمثل سوء النية في عدة صور مثل دخول أحد الأطراف المفاوضات دون وجود نية حقيقية للتعاقد من الأساس أو تغير نية التعاقد أثناء سير المفاوضات مع الإستمرار في إجرائها رغم عدم الرغبة في اتمامها فعليا أو حتى إنهاء المفاوضات بشكل مفاجئ ودون مبرر مشروع، مما قد يسبب ضررا، للطرف المتضرر المطالبة بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية.

هذا يعني أن المفاوضات التي تُجرى دون اتفاق مسبق وواضح بين الأطراف وأي مخالفة قد يرتكبها أحد الأطراف خلال هذه المفاوضات، تعد مخالفة لمبدأ حسن النية في التعامل وينتج عنها تطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية بحق الطرف المخالف¹.

إن الهدف الرئيسي للإلتزام بالإعلام هو ضمان رضا مستتير قبل إبرام العقد لتجنب الوقوع في عيوب الإرادة².

أ-موقف الفقه حول الطبيعة العقدية للإلتزام بالإعلام: اختلف الفقهاء حول تصنيف الإلتزام بالإعلام بين كونه التزاما عقديا أو التزاما قانونيا مستقلا عن العقد حيث يرى بعض الفقهاء أن الإلتزام بالإعلام ينشأ عن العقد نفسه سواء كان صريحا أو ضمنيا، حيث يستند في ذلك إلى مبدأ سلطان الإرادة ونظرية العقد الضمني³ من أبرز هؤلاء الفقهاء نجد المصري عبد الرزاق السنهوري، وكذلك الفرنسي Demogue، أما البعض الآخر فيرى أن الإلتزام بالإعلام لا ينتج عن العقد بل من القانون العام أو مبادئ المسؤولية التقصيرية ومن أبرزهم الفقيه الألماني Ihering، خصوصا في حالات الغش والتدليس وكذلك الخطأ التقصيري والعلاقات ما قبل التعاقدية مما يجعل طبيعة الإلتزام بالإعلام مرنة تخضع للتفسير القضائي.

ب- موقف المشرع الجزائري حول الطبيعة العقدية للإلتزام بالإعلام: باستقراء نص المادة 68 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم التي تنص على: " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 129 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتوجات المسلمة.

- قابلية استعمال المنتج.

- تاريخ أو مدة المنتج.

¹ -فايزة بهامي، التزامات الأطراف في المرحلة السابقة للتعاقد، د ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2012، ص 186.

² -عادل عميرات، حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي يومي 13 و14 أبريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي الوادي، الجزائر، ص 188.

³ -محمد وحيد الدين سوار، شرح القانون المدني، النظرية العام للإلتزام، ج 1 (مصادر الإلتزام) ط7، منشورات جامعة دمشق، 1993، ص 224.

- النتائج المنتظرة من المنتج.

- طرق استعمال أو الإحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج¹.

يلاحظ أن المشرع الجزائري لا يفصل بين الإلتزام قبل التعاقد والإلتزام بالإعلام التعاقدى وبالنظر إلى نص المادة 52 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص على أن: "يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار والإعلان أو بواسطة أي طريقة مناسبة بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة.

وبالرجوع إلى نص المادة 05 من المرسوم التنفيذي 09-65 المؤرخ في 7 فيفري 2009 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة حول الأسعار المطبقة على بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة على طرق إشهار الأسعار نجدها تؤكد على أن الإلتزام بالإعلام التزم غير تعاقدى بقولها: "يجب على العون الإقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة".

من خلال النصوص القانونية التي تم التطرق إليها تبين أن المشرع الجزائري قد اعتبر الإلتزام بالإعلام التزاما غير تعاقدى بمعنى أنه لم يرتبط بعقد مسبق بين الأطراف كما أشار المشرع الجزائري إلى أن هذا الإلتزام ذو طبيعة ما قبل تعاقدية مما يترتب عليه نتائج هامة في تحديد طبيعة المسؤولية الناشئة عن عدم تنفيذ هذا الإلتزام وهي المسؤولية التي قد تكون مسؤولية تقصيرية.

ثالثا: الإلتزام بالإعلام التزم ببذل عناية:

إن الإلتزام يتطلب عناية خاصة في استخدام الوسائل المتاحة مع التركيز على الجودة والعناية اللازمة لتحقيق نتيجة معينة كما هو الحال في العقد الطبيعي يجب أن يتخذ الشخص الوسائل المناسبة التي تمكنه من استخدام المبيع بشكل صحيح مع توضيح المخاطر المرتبطة بهذا الإلتزام².

من هذا المنطلق يرى غالبية الفقهاء أن التزم المتدخل بتعليم كيفية استخدام المنتج والتحذير من المخاطر المحتملة هو التزم ببذل عناية ويرجع اعتباره التزاما ببذل عناية لعدة أسباب.

¹- المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، المرجع السابق.

²- ممدوح مجد مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقديم وسائل التكنولوجيا المعاصرة-دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقهاء الإسلامي، المكتب الفني للإصدارات القانونية، الإسكندرية، مصر، 1999، ص 163.

أ- أن النتيجة المرجوة للإلتزام بوسائل الإعلام هي احتمال ولم تؤكد أن الدائن له دور في تحقيق النتيجة أو منحها¹.

ب- المتدخل لا يتحمل مسؤولية النتائج المترتبة على المعلومات التي يقدمها ولا يستطيع أن يفرض على المستهلك اتباعها بل يتعين عليه بذل الجهد اللازم لتزويد المستهلك بكافة التفاصيل الدقيقة حول المنتج.

ورغم حرص المتدخل على وضوح هذه المعلومات إلا أن ذلك لا يكفي لتحقيق النتائج المرغوبة حيث يتعلق الأمر على مدى استجابة المستهلك والتزامه بها ولقد استند أصحاب هذا الرأي على العديد من الأحكام الصادرة عن القضاء الفرنسي حيث يعتبر الإلتزام بالإعلام كما ذهب الفقه والقضاء الفرنسي التزاما ببذل العناية لا بتحقيق نتيجة²، وذلك بأن المهني ليس ملزما بأكثر من توضيح رضا المستهلك باستخدام جميع الوسائل التي تجعل التزامه فعالا، ومع ذلك لا يمكنه ضمان اتباع المستهلك للنصائح والمعلومات التي يقدمها أو التزامه بتوجيهاته وتدابيراته ويعود ذلك إلى أن البائع أو المحترف لا يتحكم في نتائج النصائح التي يقدمها ولا يمكنه إلزام المشتري باتباعها وفي الأساس تقع على عاتق المشتري مسؤولية اثبات عدم ملاءمة أو كفاية المعلومات والنصائح المقدمة، أو عدم القيام بالإعلام المطلوب³.

رابعا: الإلتزام بالإعلام بالتزام بتحقيق نتيجة:

لقد تم اعتبار الإلتزام بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة بناء على ارتباطه الوثيق بالإلتزام بالسلامة الذي يعد بدوره التزاما بتحقيق نتيجة، هذا النوع من الإلتزام يهدف إلى حماية المستهلك حيث يقلل من عبء الإثبات الملقى على عاتقه نظرا لأنه يعتبر الطرف الأضعف في مواجهة طرف أقوى يتمتع بالمعرفة والخبرة نظرا لتخصصه وهذا الوضع يؤدي إلى اختلال التوازن في العلاقة التعاقدية بناء على ذلك يطلب من المستهلك فقط إثبات عدم تنفيذ الطرف المتدخل لالتزامه دون الحاجة إلى إثبات وجود سوء نية⁴.

في سياق الجدل حول طبيعة الإلتزام بالإعلام برز اتجاه أكثر رجحا، يرى أصحابه أن الإلتزام يتفرع إلى نوعين رئيسيين: الأول يتجسد في الإلتزام بتحقيق نتيجة وهو وسيلة خاصة عندما يتعلق الأمر بتقديم جميع المعلومات المتعلقة بالشيء المباع علاوة على ذلك يعتبر بعض الفقهاء⁵ أن الإلتزام المهني بإعلام المستهلك خصوصا في العقود المرتبطة بالأشياء الخطرة يعد التزاما بتحقيق نتيجة ويستند هذا الرأي إلى اعتبار طبيعة هذا

¹ نزار إلهام، الإلتزام بالإعلام لضمان حماية المستهلك، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2019، ص 214.

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

³ بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، رسالة ماجستير العقود والمسؤولية، كلية الحقوق-الجزائر، 2012، ص 33.

⁴ عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، ط 1، الدار العلمية الدولية-دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 91.

⁵ مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز قانون أحكام حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2011، ص 93-94.

النوع من الإلتزام هي الأنسب لضمان تحقيق الهدف النهائي من وجوده والمتمثل في إمداد المستهلك بالمعلومات اللازمة بطريقة فعالة وشاملة.

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد حسم الخلاف بموجب القانون 03-09 المعدل والمتمم واعتبره التزاما بتحقيق نتيجة وذلك بترتيب جزاء جنائي في حالة مخالفة هذا الإلتزام الذي رتبته على عاتق المتدخلين ولو لم يترتب ضرر المستهلك، أما إذا ترتب الضرر فتقرر المسؤولية المدنية إضافة إلى جانب المسؤولية التقصيرية¹.

الفرع الثالث: أطراف الإلتزام بالإعلام:

لا وجود لعقد دون وجود أطراف العقد، فكل هذه العقود وضعت لها قوانين من أجل تنظيمها وبيان التزامات وحقوق كل طرف، ومن هذه القوانين نجد قانون حماية المستهلك الذي يعد من أهم القوانين الحديثة نظرا لحاجة المجتمع إليه في تنظيم العلاقات داخل السوق.

أولاً: حماية المستهلك كطرف معني بالحماية:

باعتبار الإلتزام بالإعلام محل دراستنا فمن غير المعقول في طيات دراستنا الحالية عدم التعرّيج على التعريف بالمستهلك والذي يحظى بأهمية من طرف الفقهاء الذين اختلفوا في تعريفهم للمستهلك. يعد مصطلح المستهلك حديث الظهور في الفقه القانوني لأنه في الأصل هو مصطلح اقتصادي.

ثانياً: التعريف التشريعي للمستهلك:

عندما تبنى المشرع الجزائري القانون رقم 89-02 المؤرخ 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش لم يعط تعريف للمستهلك، بل اكتفى بوضع القواعد والآليات العامة لحمايته²، لكن بعد مجيء المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش في المادة 2 الفقرة الأخيرة عرف المستهلك بأنه: "كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتوجاً أو خدمة معد للإستعمال الواسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة بشخص آخر أو حيوان يتكفل به"³.

لكن بعد مجيء القانون الجديد رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم شهد مفهوم المستهلك تطوراً ملحوظاً حيث ورد في المادة 03 الفقرة الأولى من هذا القانون تعريف المستهلك بأنه:

¹- زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 65-66.

²- القانون رقم 89-02، المرجع السابق.

³- المرسوم التنفيذي رقم 90-09 المؤرخ 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج ر، العدد 5، الصادر 31 جانفي 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ 16 أكتوبر 2001، ج ر، العدد 61، الصادر 21 أكتوبر 2001.

"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"¹.

أما الفقرة الثالثة من المادة 3 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية فقد عرفت المستهلك على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قُدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عُرِضت، ومجردة من كل طابع مهني"².

من خلال المادتين السالفتي الذكر نلاحظ أنّ المشرع نلاحظ أنّ المشرع الجزائري قد أقفل الباب في وجه الفقه والقضاء عندما أعطى تعريف المستهلك لأن أصل هذا الإختصاص يؤول إلى الفقه والقضاء، فيجب على الفقه والقضاء تعريف المستهلك وليس المشرع.

ثانيا: موقف المشرع الجزائري:

يُمكن القول بأنّ المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم المضيق إذ أنّ في نظره من يقتني سلعة أو يحصل على خدمة لهدف مهني لا يعتبر مستهلك.

ومن خلال هذا نلاحظ تأكيد المشرع لتبنيه للمفهوم المضيق لحماية المستهلك من خلال المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 97-254³: "لا يعتبر المواد المستعملة في إطار النشاط المهني لمنتجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم"⁴.

ثالثا: خصائص المستهلك:

المستهلك هو الذي يُحسن عمليات الشراء لتحقيق أكبر درجات المنفعة في حدود موارده المتاحة، ويتّصف سلوك المستهلك عند الشراء بعدة صفات وخصائص نذكر منها ما يلي:

- يتجنب الشراء العاطفي.
- يُخطط لطلباته ويستغل فرص مواسم التنزيلات.
- يساوم للحصول على سعر منخفض.

¹ - المادة 3، القانون رقم 03-09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² - المادة 3 القانون رقم 04-02 المؤرخ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، العدد 41، الصادر 27 جوان 2004.

³ - المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المؤرخ 8 جويلية 1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تُشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، ج ر، العدد 46، الصادر 9 جويلية 1997.

⁴ - آيت عيسى عيسى، المستهلك الجزائري في ظل الإصلاحات، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 2، العدد 19، 2014، ص

- يدرس السوق قبل الشراء.

- قراءة البيانات المرفقة بالسلع والخاصة بالمحتويات وكيفية الإستعمال والحفظ والتحذيرات...

أ- **المُستورد المكلف بالحماية:** وفقا للقواعد المنظمة لحقوق المستهلك في التشريع الجزائري يتمتع المستهلك بالحماية القانونية باعتباره دائنا وطرفا ضعيفا، ويجب أن يتم التدخل من طرف المدين (المتدخل) لأجل تطبيق ما ورد في التشريع والتنظيم من التزامات.

1- ضبط مصطلح المستورد على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش: ورد لفظ المتدخل من خلال المادة 5 من القانون رقم 89-02 الملغى¹ واستعمل المشرع في السابق لفظ المحترف للدلالة على المتدخل وهذا بموجب المادة 02 من المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، حيث عرفت المحترف على أنه: "كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك"² وتوحي المادة السابقة أن المشرع قصد بالمحترف المتدخل المنصوص عليه في الفقرة السابعة من نص المادة 03 من القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك"³.

ومن خلال تعدد صور وصفات المتدخل ليشمل كل من المنتج والمستورد والموزع... ولعل كل هذه الصفات تحمل في طياتها اتساعا آخر يستلزم الخوض فيه كالآتي:

1-1 المستورد في صورة المنتج: ورد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن المتدخل يأخذ وصف المنتج وإن كان هذا التجسد يكفله القانون صراحة، فهناك اختلاف فقهي يقوم أساسه على تحديده مشمول بالوصف أو من ينطبق عليه الوصف على اعتبار أن ضبط صفة المنتج يساهم إلى حد بعيد في حصر المسؤول الأول والرئيسي عن غش المنتجات⁴.

إن أول ظهور لمصطلح المنتج في القانون الجزائري كان من خلال الفقرة الثالثة من الأمر رقم 65-76 المتعلق بتسمية المنشأ حيث عرف المنتج بأنه: "كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل مزارع أو صانع ماهر أو

¹ المادة 5 من القانون 89-02، المرجع السابق.

² المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر، العدد 40، الصادر 19 سبتمبر 1990.

³ المادة 3 من القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

⁴ -عمار زغيي، مفهوم المنتج في القانون الجزائري كأساس لقيام المسؤولية عن الإضرار بالمستهلك، مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة حمة لخضر- الوادي، العدد 7، 7 الصادر جوان 2013، ص 195.

صناعي¹، لكن قانون حماية المستهلك وقمع الغش وحتى القانون المدني قد أغفل تعريف المنتج رغم أهمية ذلك في تحديد نطاق المسؤولية الجزائية المترتبة عن جرائم الغش التجاري، واقتصر المشرع الإستهلاكي على تعريف الإنتاج بأنه: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيفه وهذا قبل تسويقه الأول"².

1-2-المستورد في صورة الصانع: يذهب العديد من فقهاء القانون إلى اعتبار الصانع منتجا، ورغم اتساع مفهوم المنتج ليشمل الصانع إلا أن المشرع ميز بينهما ذلك أن الصانع يفترض فيه القيام بصناعة تحويلية لمادة أولية أما المنتج فقد يكون إنتاجه مادة أولية زراعية³.

1-3-المستورد في صورة الوسيط: لم يتضمن التشريع الجزائري عموما تعريفا مباشرا للوسيط رغم أهمية الوساطة باعتبارها وسيلة فعالة في يد المنتج أو الصانع لترويج وتوزيع منتجاته، والوسيط هو حلقة الوصل الرابطة في السلسلة الإستهلاكية ما بين المنتج أو الصانع والمستهلك، وتتخذ الوساطة عدة أشكال لأن البائع الوسيط لا يقوم عادة بإنتاج السلع وإنما يقوم بشرائها لإعادة بيعها سواء بطريقة غير مباشرة كالمستورد والموزع أو بطريقة مباشرة كالبائع النهائي⁴، ورغم أن المشرع لم يعرف صراحة الوسيط إلا أنه يمكن إسقاط عملية الوساطة على عملية التسويق التي تعرف بأثما: "مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا ومنها الإستيراد والتصدير"⁵.

2-مسؤولية المستورد: يلزم المشرع الجزائري المستورد بمراعاة توفير المقاييس والمواصفات التي يصرح بها القانون المحلي عند استيراد المنتجات والسلع، هذا الإلتزام لا يستبعد أخذ المقاييس الدولية بعين الإعتبار، بناء على ذلك يحمل المشرع المسؤولية للمستورد اتجاه المنتوجات الأجنبية بمجرد استحوازه عليها، يطالب المستورد بالتحقق من توافر المواصفات والمعايير اللازمة، وذلك بحكم الأجهزة المختصة بمراقبة البضائع المستوردة بهدف إخضاعها للتحليلات المخبرية الدقيقة والعامة وفقا لأركان المرسوم التنفيذي رقم 2000-306 المتعلق بكيفيات مراقبة

¹ - المادة الأولى من الأمر رقم 76-65 المؤرخ 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، ج ر، العدد 59، الصادر 23 جويلية 1976، ص 866.

² - المادة 3 من القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

³ - علي فتاك، المرجع السابق، ص 366.

⁴ - عبد الرزاق بولنوار، المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الإستهلاكية-دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي، دفاتر السياسة والقانون، المجلد 1، العدد 1، الصادر جانفي 2009، ص 240.

⁵ - المادة 2 من المرسوم التنفيذي، رقم 90-39، المرجع السابق.

مطابقة المنتوجات المستوردة ونوعيتها¹، وهكذا يمكن للمستورد التأكد من توافق المنتج مع متطلبات الإستهلاك المشروع إضافة إلى مطابقة شروط النقل والتداول والتخزين، كما يتعين عليه وضع علامات تثبت استيراد المنتج وبيان تاريخ ذلك ومدة صلاحيته للإستهلاك بالإضافة إلى كافة المعلومات ذات الصلة.

فإن كانت الفحوصات سلبية فإن المنتج يتم رفض دخوله إلى الجزائر ويتم تحويله من الحدود الجزائرية ومسؤولية التكاليف تقع على عاتق المستورد دون الإخلال بتطبيق العقوبات المنصوص عليها في القانون رقم 17-04 المعدل والمتمم المتضمن قانون الجمارك ومسؤوليته مسؤولية مدنية².

المطلب الثاني: الإلتزام بالرقابة:

كثيرا من المستوردين لا يهتمهم سوى تصريف منتجاتهم، مما دفع منهم إلى انتهاج طرق غير شرعية لتحقيق الأرباح من خلال تقديم منتجات ضارة دون مبالاة بنتائجها ولتفادي الإضرار بالمستهلك والحماية له عمد المشرع الجزائري على تفعيل المراقبة من أجل توفير الحماية للمستهلك ومن هذا المنطلق سوف نتناول في مطلبنا هذا أربعة فروع (الفرع الأول) تعريف الرقابة (الفرع الثاني) أنواع الرقابة (الفرع الثالث) طرق الرقابة (الفرع الرابع) آثار الرقابة.

الفرع الأول: تعريف الرقابة:

قبل التطرق إلى التعاريف العديدة التي قدمت من طرف الفقهاء والباحثين لتعريف الرقابة تجدر بنا الإشارة أولا إلى تعريفها لغة واصطلاحا.

أولا: التعريف اللغوي للرقابة:

كلمة رقابة من أصل رقب، يرقب رقابة أي حرس: ورصد رقابة الله في أمره أي خافه³ وجاء معناها اللغوي في معجم آخر على أن أصلها راقب، مراقبة أي حرصه ولاحظه⁴ والرقابة تعني المراجعة والتفتيش⁵.

¹ -المرسوم التنفيذي رقم 2000-306 المؤرخ 12 أكتوبر 2000 يعدل ويتمم المرسوم للمرسوم التنفيذي رقم 96-354 المؤرخ 19 أكتوبر 1996 المتعلق بكيفيات مراقبة ومطابقة المنتوجات المستوردة ونوعيتها، ج ر، العدد 60، الصادر 15 أكتوبر 2000.

² -القانون رقم 17-04 المؤرخ 16 فيفري 2017 المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المؤرخ 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك الجزائري، ج ر، العدد 11، الصادر 19 فيفري 2017.

³ -إبراهيم فلاحي، قاموس الهدى مكتب الدراسات، دار الهدى عين مليلة، الجزائر، 2007، ص 205.

⁴ -أحمد زكي بدوي، وصديقة يوسف محمود، المعجم الميسر للمدرسة والجامعة، والمكتب المنزل، دار الكتاب المصري، القاهرة، ص 394.

⁵ -إبراهيم أنس وآخرون، المعجم الوسيط-مجمع اللغة العربية، ج 1، ط 2، القاهرة، دار المعارف، 1972، ص 363.

وقد جاء في القرآن الكريم قوله عز وجل: ﴿إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا﴾¹ أي: حفيظاً مطلعاً على جميع أحوالكم وأعمالكم.

ثانياً: التعريف الإصطلاحي للرقابة:

كلمة رقابة تعني عملية التحقق من مدى انجاز الأهداف المرجوة والكشف عن الصعوبات في تحقيق هذه الأهداف والعمل على إزالتها في أقصر وقت ممكن.²

ثالثاً: الرقابة:

لقد تعددت المفاهيم والتعريفات حول الرقابة، فهناك من يعرفها على أنها:³ وظيفة من وظائف الإدارة تقوم بعملية متابعة الأداء وتعديل الأنشطة التنظيمية بما يتفق مع إنجاز الأهداف.

هي الرقابة التي يقوم بها المنتج بمحض إرادته كعرض منتج لرقابة هيئة عالمية تمنح شهادة أو علامة مميزة للجودة، ويكون من شأن هذا التصرف تسهيل تسويق المنتجات خلق الثقة لدى المستهلكين وهذا ما يسمى بشهادة المطابقة، بحيث يهدف الإشهاد إلى إثبات جودة المواد المنتجة محلياً والمستوردة ومطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية وتنظيمها⁴، أي هي الرقابة التي لا يكون فيها المتدخل ملزماً بإخضاع منتوجاته لأي نوع من الرقابة وإنما يقوم بها باختياره حتى يجذب المستهلك إليها، لذلك يمكن القول أن الرقابة هي إجراء ضروري للتأكد من مطابقة المنتج المستورد للمواصفات القانونية والمقاييس المعتمدة سواء اتخذ هذا الإجراء من قبل المتدخل نفسه أو من قبل جهاز آخر، وهذا ما تؤكد المادة 7 من القانون 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عملية استيراد البضائع وتصديرها المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 15-15⁵.

فمن خلال التعاريف السابقة نستخلص جملة من المميزات التي تتمتع بها الرقابة نذكر منها مايلي:

- رقابة تُمارس على مستوى الحدود.
- رقابة وقائية تُمارس قبل وقوع الإضرار بالمستهلك.
- رقابة مزدوجة تُمارس من قبل المستورد والهيئة الإدارية.

¹ -سورة النساء، الآية: 01.

² -أحمد السيد الكردي، الرقابة في اللغة والإصلاح، بروف كاس، موقع كينان <https://kenaaonlin/lahmed.com>

تاريخ النشر 30 أبريل 2024، تاريخ الإطلاع 16 أبريل 2025 الساعة: 21:08.

³ -علي الشريف، الإدارة والمعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003، ص 365.

⁴ -زهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 14.

⁵ -المادة 7 من الأمر رقم 03-04 المؤرخ 19 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عملية استيراد البضائع وتصديرها، ج ر، العدد 43، 43، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 15-15 المؤرخ 15 جويلية 2015، ج ر، العدد 43، الصادر 12 أوت 2015.

الفرع الثاني: أنواع الرقابة:

من استقراء مختلف النصوص القانونية والتنظيمية ذات العلاقة بحماية المستهلك يمكن تصنيف أنواع الرقابة إلى صنفين هما:

أولاً: الرقابة القبلية للحفاظ على سلامة المستهلك:

تنقسم هذه الرقابة إلى أنواع نذكر منها ما يلي:

أ- الرقابة الإلزامية: وهي الرقابة التي تفرض على المحترف في إخضاع المنتج إلى رقابة هيئة معنية إجبارياً قبل إنتاجه وعرضه للبيع للتأكد من مدى مطابقته للمواصفات والمقاييس المحددة قانوناً، ومن المنتجات التي تستوجب الرقابة الإلزامية على سبيل المثال اللحوم ومشتقاتها الحليب ومشتقاته و مواد التجميل والمنظفات¹.

وقد أكد المشرع على هذه الرقابة بموجب المادة 1/12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم على أنه: "يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للإستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول..."².

ب- الرقابة الاختيارية: وهي الرقابة التي يكون المنتج ملزماً بإخضاع منتجاته لأي نوع من الرقابة وإنما يعتمد عليها باختياره كما يخضع على منتجاته ما يسمى بالثقة الرسمية التي تميز منتجاته بضمان يسمح بزيادة الإقبال عليها، كعرض المنتج لرقابة هيئة عالمية تمنح له شهادة أو علامة مميزة بالجودة كشهادة ايزو 9002 للمطابقة التي تحصلت عليها شركة المصبرات الجزائرية الجديدة من المكتب الكندي المعتمد من طرف هيئة راب مسجل أنظمة النوعية في الولايات المتحدة ايزو 9000³.

ج- الرقابة السابقة: إن المقصود بالرقابة السابقة هو خضوع المنتجات المستوردة إلى عملية الفحص الوثائقي أو التحليلي العميق من طرف الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك طبقاً للقوانين المعمول بها، وتتم هذه الرقابة قبل جمرقة السلع المستوردة فنجدها أولاً تعتمد على المراقبة الوثائقية كأول إجراء بهدف التأكد من مدى مطابقة المنتج لما هو منصوص عليه في القوانين الوطنية من خلال شهادة المنشأ، نتائج التحاليل المخبرية، الفاتورة، شهادة المطابقة... الخ، ثم يتم فحص السلع من قبل الأعوان المؤهلين وفق قانون الحماية، وأخيراً يتم تحرير محاضر المعاينة

¹ علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 68.

² المادة 12 من القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، المرجع السابق.

³ علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 68، 69.

مباشرة بعد الإنتهاء من عملية المراقبة سواء بحضور دخول المنتج المستورد أو تحرير محضر رفض الدخول سواء كان دخول مؤقتاً أو نهائياً¹.

ثانيا: الرقابة البعدية لضمان استعمال المستهلك للمنتج المستورد:

تنقسم هذه الرقابة إلى نوعين هما:

أ- الرقابة اللاحقة: تسمى بالرقابة اللاحقة أو البعدية لأنها تأتي بعد جمركة المنتوجات المستوردة وتتم هذه الرقابة خارج الموانئ إما في المخازن، المستودعات أو المتاجر²، هذه الرقابة تخضع لأحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، ويصبح التعامل مع هذه المنتوجات المستوردة على أنها منتج مسوق يجب مراقبته من طرف الأعوان المكلفة بالقيام بالرقابة وذلك طبقاً للنصوص القانونية المعمول بها في مجال حماية المستهلك³ وتهدف هذه الرقابة إلى اكتشاف المخاطر التي قد تشكلها بعض المنتوجات المستوردة المخالفة لما هو منصوص عليه قانوناً.

ب- الرقابة المستمرة: تقوم السلطات المكلفة بالقيام بالرقابة في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتج للإستهلاك من طرف المتدخل سواء كان مستورداً أو منتجاً أو موزعاً أو بائعاً، ويمكن لأي شخص ممن حددهم قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالبحث والمعاينة⁴ وبالتالي هذه الرقابة تُمارس سواء في مرحلة الإنتاج أو التحويل أو التوضيب والإيداع أو العبور والنقل والتسويق، البيع بالجملة أو التجزئة عن طريق القيام بمعاينات مفاجئة⁵.

الفرع الثالث: طرق الرقابة

لقد حدد المشرع الجزائري طرق متعددة ومختلفة لرقابة المنتوجات المستوردة بهدف تعزيز وتحقيق رقابة مثالية للمنتوجات المستوردة والتي تتمثل فيما يلي:

أولاً: الرقابة الذاتية:

الرقابة الذاتية هي بمثابة ضمان للدولة بعدم دخول منتوجات خطيرة للوطن وتشكل في نفس الوقت حماية للمستهلك من خلال عرض منتوجات آمنة، وتجنب التعامل مع منتجات لا تتوفر على مواصفات ومقاييس

¹- قعيس نور الدين، آليات مراقبة المنتوجات المستوردة في ظل قواعد قانون حماية المستهلك الجزائري، مجلة قانون العمل والتشغيل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، العدد 5، 2018، ص 431.

²- قعيس نور الدين، المرجع نفسه، ص 432.

³- المادة 25 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، المرجع السابق.

⁴- قريقر فتيحة، الرقابة كآلية لحماية المستهلك، مجلة التراث، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية-جامعة الجلفة، العدد 13، 2013، ص 128.

⁵- كالم حبيبة، حماية المستهلك، رسالة ماجستير عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر 1، 2005، ص 60.

معتمدة قانوناً، فيتضح من خلال المادة 12 من قانون حماية المستهلك أنه يجب على كل متدخل في عملية وضع المنتج أو الخدمة للإستهلاك أن يقوم بالرقابة الذاتية وذلك عن طريق إجراء المراقبة الضرورية للتأكد من مطابقة المنتج أو الخدمة للمقاييس المحددة قانوناً، فالقيام بالرقابة من قبل المستورد هي إجراء إجباري وليس اختياري طبقاً للقانون المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

ثانياً: الرقابة الإدارية:

وتشتمل على ثلاث أنواع سنحددها من خلال مايلي:

أ- **رقابة الوثائق:** تعتبر رقابة أولية تخضع لها جميع المنتجات المستوردة دون استثناء والتأكد من مدى تقييد المستورد بالتزاماته، أتى به القرار الوزاري المشترك المؤرخ 27 سبتمبر 2006¹ بالإضافة إلى ملف الترخيص الواجب إيداعه لدى مصالح مفتشية الحدود وقمع الغش المختصة إقليمياً فقد حدد المشرع الجزائري في مادته 3 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467² أهم الوثائق التي يتضمنها الملف وهي:

- التصريح باستيراد المنتج يحتوي على مجموع المعلومات الخاصة بالمستورد وبالمنتج المستورد وهي عبارة عن استمارة محددة بنص المادة 2 من القرار المؤرخ في 14 ماي 2006.
- نسخة طبق الأصل مصادق عليها من مستخرج السجل التجاري.
- نسخة طبق الأصل مصادق عليها للفاتورة.

- النسخة الأصلية لكل وثيقة أخرى تطلب طبقاً للتنظيم المعمول به وتعلق بمطابقة المنتجات المستوردة.

ب- **المراقبة بالعين المجردة:** يقصد بالفحص العام أو مجرد بأنه الرقابة المادية بعين المكان للمنتج المستورد من جهة لتحديد مطابقته مع البيانات المذكورة في الوسم أو في الوثائق المرفقة بالمنتج ومن جهة أخرى كشف كل فساد أو تلوث محتمل خاصة بالنسبة للفواكه التي يمكن معابقتها بسهولة وبناءً على المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467³ المحدد شروط مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود السالف الذكر، تقوم المفتشية الحدودية بمراقبة المنتجات المستوردة عن طريق معابقتها والهدف من ذلك هو التأكد من:

- مطابقة المنتج استناداً إلى المواصفات القانونية والتنظيمية التي تمهه.

- مطابقة المنتج استناداً إلى شروط استعماله ونقله وتخزينه.

¹- القرار الوزاري المشترك المؤرخ 27 سبتمبر 2006 المحدد لإجراءات تبليغ المعلومات المتعلقة بوصول المنتجات، ج ر، العدد 74، 2006.

²- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ 10 ديسمبر 2005 المحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، ج ر، العدد 80، الصادر 11 ديسمبر 2005.

³- المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467، المرجع السابق.

-مطابقة المنتج للبيانات المتعلقة بالوسم أو الوثائق المرافقة.

فعند اكتشاف أي مخالفة سواء بالعين المجردة أو باستخدام أجهزة القياس يقوم عون المراقبة بتحرير محضر معاينة في المكان، يتم في المحضر تسجيل النقائص المكتشفة والمخالفة المرافقة لها بدقة بالإضافة إلى التدابير التحفظية التي تم اتخاذها.

ج- الرقابة باقتطاع عينات: يقصد بها الرقابة المعمقة، يلجأ إليها الأعوان المكلفة بالرقابة على المنتوجات المستوردة إذا لم تفضي الرقابة على الوثائق والرقابة بالعين المجردة إلى التحقق من سلامتها، ويتم عن طريق اقتطاع عينات وتحليلها ويقصد بهذا الإجراء أخذ جزء من المنتج المستورد قصد تحليله وهو إجراء إداري خالص بوصفه طريقة ملائمة للبحث والتحري في مجال رقابة الجودة وقمع الغش¹، وقد حددت المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 05-

467 السابق الذكر حالات اللجوء إلى اقتطاع العينات ويتقرر اللجوء إليها للإعتبرات التالية:

-نتائج فحص الوثائق أو الرقابة بالعين المجردة.

- المنشأ والطبيعة والنوع والعرض ومستوى الخطر الذي يشكله المنتج.

- السوابق المتعلقة بالمنتج وبالمستورد.

-مدى موثوقية عمليات التفتيش المنجزة على مستوى البلد المصدر أو مكان التداول.

الفرع الرابع: آثار الرقابة:

بعد اتمام جميع إجراءات (طرق) الرقابة يستلم المستورد أو من يمثله قانونا رخصة دخول المنتج المستورد^د

(أولا) وفي حالة وجود مخالفة يسلم له مقرر رفض دخول المنتج المستورد (ثانيا).

أولاً: قبل دخول المنتج المستورد

يقوم أعوان الرقابة في حالة التأكد من عدم وجود أي مخالفة للإجراءات السالفة الذكر بتسليم المستورد رخصة دخول المنتج المستورد المحدد نموذجها بمقتضى المادة 4 من القرار المحدد لنماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود² وبعد تسليم نسخة من المحضر إلى المستورد أو من يمثله تطبيقاً لنص المادة 9 من المرسوم التنفيذي 05-467 المتعلق بشروط مراقبة مطابقة المنتج المستورد عبر الحدود وكيفيات ذلك التي تنص على: "إذا لم تلاحظ أي مخالفة بعد فحص الوثائق المذكورة في المادة 3 وبعد المراقبة بالعين المجردة للمنتوج

¹ -مُجَّد بودالي، شرح جرائم الغش في السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية-دراسة مقارنة، ط1، دار الفجر للنشر، 2005، ص84.

² -المادة 4 من القرار الصادر عن وزير التجارة المؤرخ 14 ماي 2006 يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، ج ر، العدد52، الصادر 20 اوت 2006.

وعندما لا توجد ضرورة لاقتطاع العينات، تسلّم المفتشية الحدودية المختصة رخصة دخول المنتج للمستورد أو ممثله المؤهل قانوناً¹.

ثانيا: رفض دخول المنتج المستورد:

عند ملاحظة عدم مطابقة المنتج المستورد للمعايير والمواصفات القانونية تقوم المفتشية الحدودية بتسليم المستورد وثيقة رفض دخول المنتج للسوق الجزائرية وفقا لأحكام المادة 31 من القرار المحدد لنماذج الوثائق المتعلقة بمراقبة المنتجات المستوردة عبر الحدود، يحتوي المحضر على معلومات عن المنتج وعمليات الرقابة ونتائجها بالإضافة إلى أسباب الرفض، ويتضمن تأشيرة وختم المستورد أو ممثله إضافة إلى تحرير تاريخ وتأشيرة وختم رئيس مفتشية الحدود².

يحق للمستورد أو ممثله القانوني تقديم طعن مستند إلى مبررات قانونية أمام مديرية التجارة الولائية المختصة ضمن نطاقها الإقليمي، في حال الاعتراض على سبب رفض دخول المنتج وجب تسجيل جميع التفاصيل ذات الصلة في محضر الإستماع، ويودع الطعن في أجل 8 أيام ابتداء من تاريخ الإخطار برفض دخول المنتج المستورد ويمنح للمديرية الولائية للتجارة المعنية مهلة 4 أيام من أيام العمل لدراسة الأسباب التي تضمنها الطعن.

¹-المادة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467، المرجع السابق.

²-المادة 5 من القرار الصادر عن وزير التجارة، المرجع السابق.

خلاصة الفصل

بعد استعراضنا للضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك اتضح لنا المساعي والإجراءات القانونية التي عمل عليها المشرع من أجل سلامة المستهلك، كما تطرقنا لبعض المفاهيم الرئيسية كتعريف المنتج والمنتج المستورد وكذلك المستهلك، كما حددنا من خلال فصلنا جل إجراءات الرقابة وأنواعها خصوصا على المنتجات المستوردة عبر الحدود، إضافة إلى الضمانات والمعلومات التي تحتويها المنتجات سواء المستوردة أو المحلية كالتغليف والوسم والتعبئة غيرها، كما تخضع المنتجات في ظل الرقابة إلى كل من رقابة الوثائق الإدارية ورقابة الجودة ورقابة المشروعية مع اتخاذ القرار بخصوص دخول المنتج للسوق الوطنية أو رفضه غذا كان مخالفا لما حدده المشرع سواء من خلال قانون حماية المستهلك 09-03 أو المراسيم والقرارات المكملة له.

الفصل الثاني

الضمانات الإجرائية لحماية المستهلك

من المنتج المستورد

تعد الضمانات الموضوعية لحماية المستهلك من بين الركائز الأساسية لتحقيق الأمن والشفافية في المعاملات التجارية، بحيث تعمل على خلق نوع من التوازن بين المستهلك والمتدخل حيث تعمل على رقابة المنتجات لما يُحِيل دون استغلال المستهلك أو التعدي على حقوقه، حيث تتمثل هذه الضمانات في وضع المشرع لقروانين صارمة تحظر الغش بأنواعه وتُحدد كل المعاملات التي من شأنها أن تشكل جرائم أو تتعدى على أمن المستهلك وسلامته من خلال تدابير وقائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد بشكل خاص، وذلك عن طريق مخلف الهيئات والأجهزة التي تعمل على حماية المستهلك بشكل وقائي وآخر علاجي إضافة إلى الرقابة القضائية سواء عن طريق القضاء الجزائي أو الإداري ببيئاته المختلفة، ومن أجل تحديد ذلك قسمنا فصلنا لمبحثين رئيسيين حيث سنحدد من خلال المبحث الأول التدابير الوقائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد، أما المبحث الثاني فنتطرق من خلاله إلى الرقابة القضائية كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد.

المبحث الأول: التدابير الوقائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد:

نظرا لتزايد حركة التجارة العالمية ومع تنوع المنتجات المستوردة أصبحت حماية المستهلك من المنتجات غير المطابقة للمعايير القانونية أولوية أساسية، حيث تعتبر التدابير الوقائية الأسلوب الأمثل لضمان سلامة وجودة المنتجات الأجنبية قبل دخولها للسوق الوطنية بحيث تتنوع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك من المنتج المستورد وهذا من سنحدده من خلال (المطلب الأول) إضافة إلى ذلك دور الجمعيات في حماية المستهلك من المنتج المستورد (المطلب الثاني)

المطلب الأول: تنوع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك من المنتج المستورد:

خول المشرع من أجل حماية المستهلك قوانين خاصة تتضمن جملة من التدابير التحفظية التي منح تسييرها لمجموعة من السلطات في حالة عدم مطابقة المنتجات وفق ما يخدم مصالح المستهلك، بحيث تتخذ هذه السلطات مجموعة من التدابير التي تهدف إلى ردع المتدخل المخالف وذلك من أجل حماية المستهلك ومصالحه، وتتمثل هذه التدابير التحفظية في كل من: إيداع المنتج (الفرع الأول) ثم حجز المنتج (الفرع الثاني) ثم بعد ذلك إما رفض المنتج أو إعادة توجيهه (الفرع الثالث) أو إتلاف المنتج (الفرع الرابع)

الفرع الأول: إيداع المنتج:

يقصد بإيداع المنتجات وقفها عن العرض للإستهلاك متى ثبت بعد المعاينة المباشرة أنها غير مطابقة بموجب قرار من الإدارة المختصة، قصد ضبط مطابقتها من طرف المتدخل، ويتم الإعلان عن رفع الإيداع من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، بعد التأكد من أن المنتجات أصبحت مطابقة للمواصفات والمقاييس المحددة قانوناً¹.

الفرع الثاني: حجز المنتج:

يتقرر حجز المنتج طبقاً لنص المادة 57 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم إذا ثبت عدم إمكانية ضبط مطابقتها أو إذا رفض المتدخل المعني إجراء عملية ضبط مطابقة المنتج المشتبه فيه، كما أجاز القانون لأعوان الرقابة المؤهلين حجز المنتجات وذلك بسحبها من حائزها متى ثبت عدم مطابقتها² أو أنها مضرّة بصحة وسلامة وأمن المستهلك متى توافرت الشروط الآتية³:

¹- يمكن الإطلاع على المادة 55 من القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

²- المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج ر، العدد 05، الصادر 31 جانفي 1990.

³- محمد بودالي، حماية المستهلك.. المرجع السابق، ص 295.

- الحصول على إذن قضائي بذلك من طرف السيد وكيل الجمهورية.
- أن يقوم العون المؤهل بختم وتشميع المنتجات المحجوزة.
- أن يُجرر محضر حجز تدوّن فيه جميع البيانات التي أوجبها القانون.
- القيام بإعلام السلطة القضائية المختصة فور قيامه بعملية الحجز في الحالات المستثناة من الحصول على إذن منها.

كما يجوز لهم تنفيذ الحجز دون إذن قضائي قبلي وذلك في الحالات التالية¹:

- التزوير.
- المنتجات المعترف بعدم صلاحيتها للإستهلاك ماعدا المنتجات التي لا يستطيع العون أن يقرر عدم صلاحيتها للإستهلاك دون تحاليل لاحقة.
- المنتجات المعترف بعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية وتمثل خطرا على صحة المستهلك وأمنه.

- استحالة العمل لجعل المنتج أو الخدمة مطابقين للمطلوب أو استحالة تغيير المقصد.

- بعد القيام بعملية الحجز تأتي مرحلة إتلاف المنتجات المحجوزة غير المطابقة أو إعادة توجيهها وذلك في حالة تعذر إيجاد استعمال قانوني ملائم لها، وبعد الحصول على قرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو الجهة القضائية المختصة بذلك².

الفرع الثالث: رفض المنتج أو إعادة توجيهه:

- نصت المادة 58 من القانون رقم 09-03 السالف الذكر عن رفض أو إعادة المنتج بحيث يتقرر إعادة توجيه المنتج متى كان ذلك ذا منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي أو لاستعماله في غرض شرعي بعد تحويله، كما نصت المادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 على أنه يتم توجيه المنتجات المحجوزة إذا كانت قابلة للإستهلاك إلى مركز ذي منفعة جماعية بناء على مقرر تتخذه السلطة الإدارية المختصة بحماية المستهلك وقمع الغش، فيقصد بإعادة توجيه ما يلي:

- إرسال المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر إلى هيئة تستعملها في غرض شرعي، إما مباشرة وإما بعد تحويلها.

¹- المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المرجع السابق.

²- المادة 28 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المرجع السابق.

- رد المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر إلى الهيئة المسؤولة عن توبيخها أو استيرادها¹.

الفرع الرابع: إتلاف المنتج:

كما ذكرنا سابقاً أن إتلاف المنتج يكون بعد حجزه نظراً لعدم مطابقته للقوانين والإجراءات التنظيمية التي تخص أمن وحماية المستهلك، ويتم الإتلاف بحضور المتدخل والأعوان المكلفين بالرقابة، ويمكن هنا أن يتم الإتلاف بتغيير طبيعة المنتج كتغييره من الإستهلاك البشري إلى الإستهلاك الحيواني أو بتشويه طبيعة المنتج، وبعد عملية الإتلاف يُحرر محضر الإتلاف من طرف الأعوان ويوقع عليه من طرف المتدخل المعني²، كما تطرقت أيضاً المادة 63 من القانون رقم 03-09 المعدل والمتمم لإتلاف المنتج والذي يتحقق في الحالة التي يكون فيها هذا المنتج مقلداً أو غير صالح للإستهلاك، وفي حالة تقرير الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش وإتلاف المنتجات، ويتم ذلك من طرف المتدخل بحضور الأعوان المكلفين بالرقابة³، ويتم تحرير محضر الإتلاف من طرف الأعوان ويوقعون عليه مع المتدخل المعني طبقاً للمادة 64 من القانون رقم 03-09 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك من المنتج المستورد:

يتطلب موضوع حماية المستهلك عدة احتياطات وإجراءات توعوية تعمل على وقاية المستهلك مسبقاً من مضار المنتج المستورد، كما تعمل كذلك على علاج الأمر، وهذه الحماية لا يمكن أن يحققها الفرد لنفسه بل يحتاج اللجوء إلى هيئات رقابية كجمعيات حماية المستهلك، حيث تقوم هذه الجمعيات بدور مزدوج منه ما هو وقائي يتمثل في إعلام المستهلك وتحسيسه بالأخطار الناجمة عن المنتجات المطروحة في السوق وتحريضه على عدم اقتنائها إذا تطلب الأمر، إلى جانب الدور العلاجي الذي تباشره الجمعيات والمتمثل في الدفاع عن المستهلك ومساندته عند المطالبة بحقوقه سواء عند المتدخل أو أمام القضاء، وستتطرق من خلال مايلي لكل من الدور الوقائي لحماية المستهلك (الفرع الأول) وكذلك الدور العلاجي لحمايته (الفرع الثاني).

¹ - المادة 26 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المرجع السابق.

² - المادة 30 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المرجع السابق.

³ - المادة 64 من القانون رقم 03-09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

الفرع الأول: الدور الوقائي لحماية المستهلك:

يتمثل الدور الوقائي لحماية المستهلك أو ما يسمى بالحماية القبلية للمستهلك من طرف الجمعيات في عدة أساليب تتمثل من خلال ما يلي:

أولاً: تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم:

إلى جانب حق المستهلك في إعلامه من طرف المنتجين والمتدخلين هناك أيضاً إعلامه من طرف جمعية حماية المستهلك والذي يمثل إعلاماً خاصاً¹، بحيث تعمل هذه الأخيرة على مراقبة مدى توافر الوسم ومعلومات المنتج والمواصفات القانونية والتنظيمية في المنتجات المعروضة إضافة إلى تنبيه المستهلك إلى ضرورة شراء مواد رخيصة جيدة الصنع بدلاً من المواد غالية الثمن وإرشادهم إلى اقتناء منتجات محلية يضمن فيها حقه بالرجوع بالضمان بدلاً من المنتجات المستوردة التي يجهلون فيها معلومات الضمان، فاستناداً للدور الفعال الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك في مجال التوعية والتحسيس وفي ظل قانون المنافسة جاءت المادة 10 من القانون رقم 08-12 المؤرخ 25 جوان 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: "يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك"².

ثانياً: مراقبة الأسعار والجودة:

تعمل جمعيات حماية المستهلك على الحفاظ على القدرة الشرائية التي تعد من أهم انشغالات المستهلكين، وفي هذا الصدد تُحاول الجمعيات محاربة ذلك الغلاء الفاحش والغير منطقي لبعض المنتجات التي يكثر عليها الطلب وخاصة في المناسبات، كما تقوم برقابة الأسعار في السوق وخاصة مدى احترام المنتجين للأسعار المفروضة من قبل الدولة بالنسبة لبعض المنتجات ذات الطابع الاستراتيجي كالحليب والخبز، فأية مخالفة في هذا الشأن عليها إخبار السلطات المعنية كمجلس المنافسة³.

كذلك تعمل الجمعيات على مراقبة الأعوان وإلزامهم بإعلان الأسعار حتى يتمكن المستهلك من تحديد اختياراته من السلع بناءً على السعر المحدد قانوناً وكل مخالفة لذلك تستوجب عقوبة⁴.

¹ - زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 289.

² - المادة 10 من القانون رقم 08-12 المؤرخ 25 جوان 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 36، الصادر 2 جويلية 2008.

³ - زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 291.

⁴ - المادة 31 من القانون رقم 04-02 المؤرخ 23 جوان 2004، المحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المرجع السابق.

ثالثا: الدعوة إلى المقاطعة والإمتناع عن الشراء:

بإمكان الجمعيات أن تستخدم وسائل أخرى للضغط على المنتجين ومن بينها الدعوة إلى المقاطعة أي عدم التعامل مع منتجي السلع ومقدمي الخدمات أو كما يسميها البعض الامتناع عن الشراء¹، كما تعتبر المقاطعة وسيلة ضغط على المنتجين لجعلهم يحترمون الرغبات للمشروع للمستهلكين فإن كانت المقاطعة تُحقق هدفا إيجابيا للمستهلك فهي من جهة أخرى تلحق أضرارا بالمنتجين وبالتالي ركود الإقتصاد بشكل عام، مما استلزم تدخل الفقهاء من أجل حث الجمعيات على استعمال المقاطعة بشكل عقلاني ووفق شروط حيث لا يتم استعمالها إلا في حالة استنفاد كل الطرق وأن يكون هناك مبررا مقبولا للمقاطعة كما يجب ألا يتم استعماله بصورة تعسفية فإن ثبت التعسف قامت مسؤولية الجمعيات².

لم ينص المشرع الجزائري على هذا الإجراء سواء في حماية المستهلك وقمع الغش أو في قانون المنافسة.

رابعا: الدعوة إلى الإمتناع عن الدفع:

إلى جانب المقاطعة هناك وسيلة أخرى تتمثل في الدعوة إلى الإمتناع عن الدفع تستعمل لممارسة الضغط على المنتجين من قبل جمهور المستهلكين الذين هم في مركز ضعف³، حيث تطلب الجمعيات من المستهلكين الإمتناع عن دفع ثمن المنتوجات والخدمات إلى حين تلبية مطالبهم، مثلا الإمتناع الجماعي عن دفع الديون المستحقة لشركة إنتاج المياه أو مصلحة الكهرباء إلا إذا قامت هذه الأخيرة بتخفيض الديون⁴.

خامسا: مكافحة الإشهار الكاذب أو وقفه:

يعتبر الإعلان التجاري وسيلة لتعريف المستهلك بخصائص منتجاتهم وعاملا مهما من عوامل المنافسة المشروعة حيث يتطلب الصدق والنزاهة، إلا أنه في بعض الحالات قد يلجأ المنتجون لاستعمال الكذب لجذب المستهلكين مما يتطلب تدخل جمعيات حماية المستهلك من أجل توعية المستهلكين ووقايتهم من الإشهار الكاذب عن طريق الإشهار المضاد أي توجيه انتقاد إلى المنتوجات والخدمات التي هي محل الترويج والمدح بشرط أن يكون هذا الإنتقاد موضوعيا وأن تتأكد الجمعيات من صحة المعلومات التي تنشرها في المجالات وعدم استعمال الإنتقاد

¹-بجنتة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، معهد العلوم القانونية والإدارية- سعيدة، 22، 23 أبريل 2008، ص 6.

²-لموشية سامية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ملتقى وطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية- الوادي، 13، 14 أبريل 2008، ص 287.

³-مُجَّد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008، ص 685.

⁴-بجنتة دندان، المرجع السابق، ص 6.

بصورة تعسفية، وعلى كل حال أن هناك مسؤولية تتقرر على عاتق هذه الجمعيات¹ إذا تعسفت في استعمال حقوقها سواء في حال استعمال المقاطعة أو في ممارسة الدعاية المضادة حيث يعد ذلك خطأ قد يسبب أضرارا للمنتجين والمهنيين.

حدد القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات حلاً يتضمن قيام الجمعية باكتتاب تأمين لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية وذلك من خلال المادة 21 والتي تنص على: "يجب على الجمعية أن تكتتب تأميناً لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية"².

كما أن وقف الإعلان الكاذب والدعاية المضادة هما سلاحان لمكافحة جريمة الإشهار الكاذب فالحبس والغرامة هما عقوبتان غير فعالتان لأن أحكام الحبس غالباً ما تصدر مع وقف التنفيذ وكذا الغرامات فهي عقوبة غير فعالة

بالمقارنة مع الأرباح التي يجنيها المهني³، إضافة إلى ذلك أن قيمة الغرامة يتحملها المستهلك في النهاية في أغلب الحالات، حيث يضيفها لثمن السلعة وبالتالي تتحول من عقوبة مفروضة على المعلن إلى ضرر محقق بالمشتري⁴.

الفرع الثاني: الدور العلاجي لحماية المستهلك:

على غرار الدور الوقائي الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك هناك أيضاً دور علاجي مكمل للدور السابق، حيث لن يؤدي الدور الوقائي إلى نتيجة مالم يدعمه العلاج والدفاع، لذا يسعى رجال القانون لتوفير الحماية البعدية للمستهلك، وذلك بالسماح له بالمطالبة بحقه عند الإعتداء عليه، هذا لا يتم إلا باللجوء للقضاء ورفع دعوى قضائية، إلا أنه قد تواجه المستهلك عدة صعوبات في الدفاع عن حقه إذا اتضح أن المنتج غير صالح للإستهلاك، وفيما يلي سنبرز أهم الصعوبات التي تواجه المستهلك في الدفاع عن حقه ومن ثم سنتطرق للدور القانوني لجمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقه.

¹ -Didier Ferrier, la protection des consommateurs, Dalloz, 1996, p 69.

² -المادة 21، القانون العضوي رقم 12-06 المؤرخ 15 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات، ج ر، العدد 2، الصادر 12 جانفي 2012.

³ - زاهية حورية سي يوسف، حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المظلل، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، الجزائر، العدد 4، 2010، ص 199.

⁴ - عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك -دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 197.

أولاً: الصعوبات التي تواجه المستهلك:

من بين أهم الصعوبات التي تواجه المستهلك نجد:

أ- غياب ثقافة الإستهلاك لديه مما يجعله غير مدرك لمدى خطورة المنتوجات إن كانت مغشوشة أو غير سليمة.

ب- شعور المستهلك بعدم مواجهة المهني بصفة عامة والتاجر بصفة خاصة.

ج- إدراك المستهلك بأن التعويض الذي سيحصل عليه من رفع دعواه زهيد جداً لا يعادل قيمة ما يتحملة من نفقات باهضة وجهد مبذول.

د- مدة تحريك الدعوى الذي يستغرق وقتاً طويلاً.

هـ- إهمال القضاء غالباً ملاحقة المخالفات المرتكبة من قبل المهنيين لكثرتها ولضآلة قيمتها، هذا من جهة وحتى لا يرهق بدعاوى لا طائل له بها، من جهة أخرى¹.

ثانياً: الدور القانوني للجمعيات في الدفاع عن المستهلك:

انطلاقاً من العراقيل والصعوبات السابقة يتضح أنه من الضروري تحويل حق الدفاع إلى جمعيات حماية المستهلك للدفاع عن حقوق المستهلكين، وقد تحدد ذلك وفق نصوص قانونية والتي سنتطرق لها من خلال ما يلي:

أ- تقوم الجمعيات بمتابعة ومعالجة الشكاوى المقدمة إليها وإحالتها إلى الجهات الرسمية المختصة كمصلحة المنافسة والأسعار في حالة عدم الإعلان عن الأسعار أو المغالاة فيها حسب ما ورد في الفقرة الأولى من المادة 44 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة (والذي ورد ذكره فيما سبق) على أنه: "يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة ويمكن للمجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35"² حيث يتضح من هذا النص أن لمجلس المنافسة النظر في القضايا المتعلقة بالأسعار والمغالاة فيها والتي يتم الإخطار بها من قبل المؤسسات والهيئات المذكورة في المادة 35 في فقرتها الثانية، ومن بين الهيئات المذكورة نجد جمعيات حماية المستهلك حيث لها حق إخطار مصلحة رقابة الجودة وقمع الغش في حال وجود غش في المنتوجات.

ب- تساند الجمعيات المستهلك الذي يرفع دعوى قضائية من أجل الحصول على تعويض عن الضرر الشخصي الذي لحق به.

¹ - السيد محمد السيد عمران، الحماية الإجرائية للمستهلك بين الدعوى الفردية والدعوى الجماعية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والإقتصادية-جامعة اسكندرية، ج 2، 1992، ص 587.

² - المادة 44 من الأمر 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 43، الصادر 20 جويلية 2003.

- تتدخل الجمعيات في الدعاوى المرفوعة من قبل المستهلكين الذين يطالبون ببطلان الشروط التعسفية في عقد سبق إبرامه.

ج- للجمعيات الحق في رفع دعوى إلغاء الشروط التعسفية الواردة في عقود الإستهلاك النموذجية.

د- تمتلك الجمعيات الحق في إخطار لجنة البنود التعسفية بأش شرط تعسفي وارد في العقد المبرم بين المهني والمستهلك وذلك وفق المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 والتي تنص على: "يمكن للجنة أن تُخطر من تلقاء نفسها أو تخطر من طرف الوزير المكلف بالتجارة ومن طرف كل إدارة وكل جمعية مهنية وكل جمعية حماية المستهلكين أو كل مؤسسة أخرى لها مصلحة في ذلك"¹.

هـ- كما للجمعيات أيضا حق التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهة القضائية المختصة بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها، وهذا ما نص عليه القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات.

و- يمكن للجمعيات أن تتأسس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الفردي للمستهلك أو الأضرار الفردية التي لحقت بعدة مستهلكين تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك حيث يمكنها ممارسة هذا الحق في حال وجود مخالفة جزائية يتسبب فيها المهني كالغش في مكونات المنتج أو أن السلعة مقلدة، كذلك يجب أن يمس الضرر مجموعة من المستهلكين الذين تضرروا من الخطأ الذي اقترفه نفس المهني، وكذلك أن يكون الضرر من نفس المنتج المغشوش أو من ذات المصدر.

¹- المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ 10 سبتمبر 2006 المحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، العدد 56، الصادر 11 سبتمبر 2006.

المبحث الثاني: الرقابة القضائية كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد:

تمثل الرقابة القضائية إحدى الآليات الأساسية لضمان حماية المستهلك من المنتجات المستوردة وغير المطابقة للمعايير القانونية بحيث تشكل خطراً على صحة وسلامة المستهلك مما يستلزم رقابة قضائية تعمل على تطبيق النصوص القانونية وتفسيرها بحيث يمكن فرض رقابة فعالة على كل من يمكنه ارتكاب جريمة تخص أمن المنتجات أو تمس بسلامة المستهلك بحيث تتم هذه الرقابة من طرف هيئات متعددة حددها القانون، ولا تقتصر هذه الرقابة على الجانب الجزائي فحسب، بل تمتد أيضاً للهيئات الإدارية وتشتمل على مراجعة قرارات الهيئات الإدارية لتشكيل ضمانات حقيقية للمستهلك وحماية حقوقه، وسنحدد هذه الرقابة من خلال تحديد رقابة القضاء الجزائي في مجال حماية المستهلك (المطلب الأول) وكذلك رقابة القضاء الإداري كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد (المطلب الثاني)

المطلب الأول: رقابة القضاء الجزائي في مجال حماية المستهلك:

تشكل رقابة القضاء الجزائي ضمانات قانونية فعالة لردع المخالفين للتنظيمات القانونية التي تخص قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بحيث تطرقت عدة قوانين لذلك منها القانون رقم 04-02 المقرر للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية (الفرع الأول) وكذلك القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجرائم والعقوبات في ظل القانون 04-02 المقرر للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم:

أورد القانون رقم 04-02¹ السابق الذكر المعدل والمتمم عقوبات جزائية وغرامات مالية على كل الممارسات التجارية المخلة بحماية المستهلك حيث حدد هذه الممارسات المخلة بحماية المستهلك وصنفها تحت عنوان نزاهة الممارسات التجارية بحيث تضمن الممارسات التجارية غير الشرعية والتي صنفها كجرائم وحدد كذلك العقوبات المخصصة لها، وسنطرق لكل منهما فيما يلي:

¹ - القانون رقم 04-02 المؤرخ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم.

أولاً: الجرائم المتعلقة بالممارسات التجارية في ظل القانون 04-02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم:

هناك بعض الممارسات المخلة بحماية المستهلك والتي صنفها المشرع على أنها جرائم والتي تشمل على الممارسات التجارية غير الشرعية وكذلك الممارسات التعاقدية التعسفية والمتمثلة في:

أ- الممارسات التجارية غير الشرعية: من بين هذه الممارسات نجد:

1-انتحال الصفة: نصت المادة 14 من القانون رقم 02-04 على أنه يمنع على أي شخص ممارسة أي عمل تجاري دون أن يكون مكتسباً للصفة التي حددتها القوانين المعمول بها، نلاحظ أن في هذا المنع حماية كبيرة للمستهلك إذ أن انتحال الصفة دون تأهيل قد يخلف آثاراً وخيمة يكون ضحيتها المستهلك.

2-رفض البيع: نصت المادة 15 من القانون رقم 02-04 على أن: "كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة إلا إذا كان هناك مبرر شرعي لهذا الرفض، غير أنه تستثنى من هذا أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات"¹.

3-البيع المقترن بالمكافأة: حددت المادة 16 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم على منع هذا النوع من البيوع كونها تكون للتغريب بالمستهلك أو أن سعرها يكون مدمج مع سعر السلعة أو يكون على حساب جودة المنتج، كما حدد أيضاً بعض الاستثناءات منها عدم تجاوز قيمة المكافأة 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية، وكذلك الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة، إضافة إلى العينات.

4-البيع المشروط: نجد أيضاً ضمن حماية المستهلك حمايته من البيع المشروط باقتناء كمية معينة أو الإقتران بسلعة أخرى، أي شراء سلعة بشرط شراء أخرى لذا نصت المادة 17 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم على منع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلعة أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة إلا في بعض الاستثناءات.

5-ممارسة أسعار غير شرعية: منع المشرع هذه الممارسات من خلال المادة 22 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم بما أن مميزات وركائز اقتصاد السوق تقوم على نظام حرية الأسعار إلا أن هناك استثناءات على المنتجات ذات الطابع الإستراتيجي والتي تكون أسعارها محددة من طرف الدولة كالحبز والحليب.

¹ -المادة 14 من القانون رقم 02-04 المؤرخ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ج ر، العدد 41، الصادر 27 جوان 2004.

6- الممارسات التجارية التندليسية: حدد المشرع من خلال المادة 24 والمادة 25 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم هذا النوع من الممارسات، حيث نصت المادة 24 على منع كل ممارسة ترمي إلى دفع أو استلام فوارق مخفية القيمة أو تحرير فواتير وهمية أو مزيفة أو إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية بحيث يعود ذلك بالضرر على المستهلك، أما المادة 25 فقد منعت على التجار حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية أو مخزون من المنتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه وهي ممارسات تعود بالضرر على المستهلك.

7- الإشهار التضليلي: إنَّ المستهلك يعمل على الإختيار بين مختلف السلع والخدمات وإنَّ ما يدفعه إلى اختيار القرار النهائي هي النوعية المتوفرة في كل من المنتج أو الخدمة، إلاَّ أنَّ الإشهار قد يتعدى هذه الحدود ليعتمد تضليل المستهلك عن طريق الشهادات الكاذبة والمغالطات، وغالبا ما يعتمد الإشهار على إثارة دوافع الرغبة دون ذكر سبب تميز العلامة أو المنتج المعلن عنه عن بقية المنتجات الأخرى البديلة¹.

ب- الممارسات التعاقدية التعسفية: تقوم العقود عادة على المساومة وتفرض مناقشة شروط العقد واتفاق الطرفين، إلاَّ أنَّه في بعض المراكز الإقتصادية توضع بعض الشروط التعسفية في العقد، لذا خصص المشرع الجزائري فصلا كاملا من القانون رقم 04-02 للممارسات التعاقدية التعسفية، وقد أورد في ذلك بعض البنود والشروط التي اعتبرها تعسفية حيث حدد أمثلة عنها دون التطرق لتعريفها، حيث أنَّ القانون يهدف إلى مقاومة إدراج الشروط التعسفية في عقود الإستهلاك، كما يصرح هذا القانون للسلطة التنفيذية أن تصدر ما تشاء من اللوائح عن طريق مجلس الدولة بما يسمح بمنع أو تقييد أو تنظيم الشروط المتعلقة بدفع الثمن، أو بتحمل تبعه الهلاك والمخاطر أو بمدى المسؤولية ونطاقها ثم بكل الشروط التي تتعلق بالضمانات وشروط فسخ العقد وإنهاؤه أو تجديده طالما ثبت أنَّ هذه الشروط تعسفية²، كما تضمن هذا القانون بعض الممارسات التجارية التعسفية من خلال المادة 29 والتي تتمثل في:

- 1- أخذ حقوق أو امتيازات لا تُقابلها حقوق أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك³.
- 2- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود في حين أنه يتعاقد هو بشروط يُحققها متى أراد.
- 3- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.

¹ علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص 54.

² عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002، ص 67.

³ المادة 29 من القانون رقم 04-02، المرجع السابق.

4- الإنفر اد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية.

5- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.

6- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالتزام أو عدة التزامات في ذمته.

7- الإنفراد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.

8- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

كما تطرق أيضا المشرع من خلال المادة 30 من نفس القانون أنه: "بهدف حماية المستهلك حقوقه يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقد ببعض الشروط التي تعتبر غير تعسفية"¹ حيث ردت هذه المادة كمحالة من المشرع بخلق حل لحماية المستهلك وحقوقه من الممارسات التعسفية من خلال تحديد العناصر الأساسية للعقود.

ثانيا: العقوبات ضمن القانون 04-02 المتعلقة بالممارسات التجارية المعدل والمتمم:

إلى جانب الجرائم التي حددها المشرع من خلال القانون رقم 04-02 حدد أيضا العقوبات المرتبطة بها،

حيث أقر هذا القانون عقوبات جزائية غرامات قصد محاولة الردع منها التي سنتطرق إليها فيما يلي:

أ-العقوبات المقررة عند ارتكاب الجرائم لأول مرة:

1-عدم الإعلام بالأسعار التعريفات المخالفة للماد 4، 6، 7 من القانون 04-02² المذكور والقانون 10-06 المعدل له: لقد نصت المادة 31 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 5000 دج إلى 100.000 دج.

2-عدم الإعلام بشروط البيع المخالفة للمادة 8 و 9 من القانون 04-02 المذكور والقانون 10-06 المعدل له: والمنصوص عليها في المادة 33 بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، وهذا

دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي.

3-الفاتورة غير المطابقة المنصوص عليها في المادة 12 من القانون رقم 04-02 المذكور والقانون 10-06 المعدل له: لقد نصت المادة 34 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 10.000 دج إلى 50.000 دج

(بشرط ألاّ تمس عدم المطابقة مجموعة من المعطيات التي وردت في المادة 34 المتمثلة في الإسم أو العنوان الاجتماعي للبايع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير

الإسم أو العنوان والكمية والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير

الإسم أو العنوان والكمية والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير

الإسم أو العنوان والكمية والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير

الإسم أو العنوان والكمية والإسم الدقيق وسعر الوحدة من غير

¹ المادة 30 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

الرسوم للمنتوجات المبيعة أو الخدمات المقدمة وإلا اعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة وتطبق عليها العقوبة المقررة في المادة 33 السالفة الذكر)

4-الممارسات التجارية غير الشرعية المخالفة للمواد 15، 16، 17 من القانون 04-02 المذكور والقانون 10-06 المعدل له: لقد نصت المادة 35 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 10.000 دج إلى 3.000.000 دج.

5-ممارسة أسعار غير شرعية المخالفة للمادتين 22، 23 مكرر من القانون 04-02 المذكور والقانون 10-06 المعدل له: نصت المادة 36 المعدلة بمقتضى المادة 7 من القانون 10-06 المذكور على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 20.000 دج إلى 10.000.000 دج.

6-الممارسات التدليسية المنصوص عليها في المادتين 24 و25 من القانون 04-02 المذكور والقانون 10-06 المعدل له: لقد نصت المادة 37 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 300.000 دج إلى 10.000.000 دج.

زيادة على العقوبات السالفة الذكر وطبقا للمادة 39 من القانون 04-02 المذكور والمعدلة بموجب المادة 8 من القانون 10-06 المذكور فإنه يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد من 4 إلى 14 و20 و22 و22 مكرر ومن 23 إلى 28 من هذا القانون أيا كان مكان تواجدها كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة الغير حسن النية.

ب-العقوبات عند إعادة ارتكاب المخالفة حسب القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم:عرفت المادة 47 في فقرتها الأولى من القانون رقم 04-02 حالة العود على أنّها قيام العون الإقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال مدة سنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط¹.

1-العقوبة المقررة في حالة العود وفقا لنص المادة 47 من القانون 04-02 فإن العون الإقتصادي الذي يعتبر في حالة عود يتم معاقبته بعقوبتين هما:

2- مضاعفة العقوبة السابقة الذكر والتي تم الإشارة إليها عند ارتكاب المخالفة لأول مرة، كما يمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط منصوص عليه، وهذا بصفة مؤقتة لا تزيد عن 10 سنوات زيادة على العقوبة السابقة عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات².

¹المادة 47 من القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

²المرجع نفسه.

الفرع الثاني: الجرائم والعقوبات في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم:

تعتبر حماية المستهلك رقابة المنتوجات من بين أبرز المواضيع التي يهتم بها المشرع، حيث عمل على حماية حقوق المستهلك والحفاظ على أمنه وسلامته حيث كرس قوانين وتنظيمات تعمل على حماية المستهلك والتي تتضمن مجموعة من الإلتزامات الي تفرض على الأعوان الإقتصاديين إلا أنه ورغم كل المساعي القانونية فقد نجد بعض الظواهر الي حددها المرع على أنها جرائم تمس بأمن المستهلك وحدد لها عقوبات صارمة خصوصا ما ورد في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك قمع الغش المعدل والمتمم والتي سنحددها من خلال مايلي:

أولا: الجرائم في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم:

من بين أبرز الجرائم التي تمس بسلامة المستهلك والتي حددها القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم نجد جريمة الغش والتي حددها المشرع من خلال المادة 70 من القانون السالف الذكر وتضمن فيها كل من جريمة التديس والتزييف والخداع والتزوير حيث تضمن كل هذه الجرائم في جريمة الغش والتي سنتطرق لها فيما يلي:

أ-التعريف الفقهي للغش: يرى معظم الفقهاء الغش بأنه: كل فعل عمدي إيجابي ينصبُّ على سلعة معينة أو خدمة ويكون مخالفا للقواعد المقررة في التشريع أو في أصول الصناعة، متى كان من شأنه أن ينال في خواصها أو فائدتها أو ثمنها¹.

في حين يعرفه البعض على أنه: كل تغير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ويكون شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكلا أو مظاهر سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد الإستفادة من الخواص المسلوبة أو الإنتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن².

ب-أركان جريمة الغش: تعتبر جريمة الغش كغيرها من الجرائم التي تحتوي على أركان محددة لها حيث تتمثل أركان جريمة الغش من خلال:

1-الركن المادي:حصر المشرع الجزائري الأفعال المادية المكونة لجريمة الغش في المنتوجات، بموجب أحكام المادة 70 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم تتمثل في الأفعال التالية:

1-1-تزوير أي منتج موجه للإستهلاك أو الإستعمال البشري أو الحيواني

¹-عابدين عمر مجّد، جرائم الغش، منشأة المعارف، اسكندرية، 2005، ص 87.

²-أحمد مجّد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 194.

1-2- عرض للإستهلاك أو بيع منتج يعلم المتدخل أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للإستعمال.

1-3- عرض للإستهلاك أو البيع مع العلم بالوجهة مواد أو أدوات أو أجهزة وكل مادة تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للإستعمال البشري أو الحيواني.

2-الركن المعنوي لجريمة الغش: يتطلب لقيام جريمة الغش في المنتجات المعروضة للإستهلاك توفر القصد الجنائي للمتدخل، فهي من الجرائم العمدية وهو ما حددته عبارة "يعلم أنه مزور أو فاسد"¹ ويتوفر القصد الجنائي بالنسبة للمتدخل عند علمه بأن الواقعة غير مشروعة.

ج-أساليب الغش: سنتناول من خلال مايلي أساليب الغش والتي تمثل الحالات الشائعة للغش والتي يعبر عنها بالتزيف والخداع، بحيث سنحدد الحالات التي يعتبر فيها التزيف غشا والحالات التي يعتبر فيها الخداع غشا:

1-الغش عن طريق الخداع: يعتبر الخداع غشا في كثير من الحالات وأبرزها:

1-1: الخداع في السلع: وهو أقدم أنواع الغش وأوضحها حيث يقع على المادة نفسها بكل عناصرها ومكوناتها، ويكون الخداع بشأن طبيعة الشيء أو ذاته، أو حقيقته إذا كان هناك تغيير جسيم في خصائص الشيء محل الخداع وخصائصه في الواقع إذ يجعله غير صالح للإستعمال الذي أعد من أجله.

1-2: الخداع في الخصائص الجهرية للبضاعة: في هذه الحالة نجد الخداع يمس الخصائص أو الصفات الرئيسية التي تتضمنها السلعة والتي تقوم عليها القيمة الحقيقية لها من وجهة نظر المتعاقد.

1-3: الخداع في كمية البضاعة: يتمثل في مقدار السلعة والذي يتعلق بالوزن أو الكيل أو المقاس حيث يتم وضع مقاييس على المنتج لا تطابق المقاييس الحقيقية أو تغيير الوحدة القياسية أو التلاعب بآلات الوزن والقياس².

2-الغش عن طريق التزيف:

هناك حالات للتزيف تم تكييفها على أنه غش وتتمثل في:

1-2: التزيف عن طريق الخلط: تعد هذه الوسيلة من أشهر الطرق وأكثرها شيوعا في ارتكاب جريمة الغش وذلك لسهولة استعمالها حيث لا تتطلب اتباع طرق دقيقة، كما يتحقق الغش في هذه الحالة بخلط السلعة بمادة

¹ المادة 70 من القانون رقم 09-03، المرجع السابق.

² صافية إقولي ولد رابح، حماية المستهلك من أساليب الغش على ضوء القانون رقم 09-03، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، أبريل 2017، ص

أخرى تنقص من جودتها دون أن يظهر ذلك بالعين المجردة أو إخفاء رداءة السلعة وإظهارها في صورة أجود مما هي عليه في الحقيقة.

2-2: التزييف عن طريق النزاع أو الإنقاص: هذا النوع من الغش يؤدي إلى إيجاد سلعة ناقصة الجودة بحيث لا تتوفر فيها خصائص ومكونات المادة الأصلية.

2-3: التزييف عن طريق الصنع: يتم من خلال هذا النوع من الغش التقليد بحيث يتم صناعة سلعة تأخذ شكل السلعة الأصلية دن محتواها ولا يوحي مظهرها الخارجي أنها مغشوشة.

ثانيا: المتابعة الجزائية والعقوبات المقدرة في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم:

إلى جانب الجرائم التي حددها المشرع من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حدد كذلك المتابعة الجزائية والعقوبات المقررة لهذه الجرائم والتي تتمثل في:

أ-التكليف القانوني لجريمة الغش على أنها جنحة: يتحقق وصف جريمة الغش على أنها جنحة حسب القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم وفقا للحالات التالية:

1-1- إذا تم الغش في السلعة عن طريق الخداع والذي يأخذ أحد الأشكال التالية:

1-1- الخداع في السلع.

1-2- الخداع في الخصائص الجوهرية للبضاعة.

1-3- الخداع في كمية البضاعة أي تسليم المنتجات غير تلك المعينة سابقا.

1-4- الخداع في تاريخ أو مدة صلاحية المنتج.

حيث تقرر في هذه الحالات العقوبات المتمثلة في الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط¹.

كما يتم في كل الحالات إعادة الأرباح التي تحصل عليها المتدخل بدون حق.

2- استعمال وسائل الكيل والوزن غير دقيقة أو خاطئة وذلك بهدف الحصول على مقادير وكميات مغشوشة حيث أن هذا الغش قد يكون قبل إجراء عمليات الكيل والوزن أو كما يمكن أن يتم أثناء العملية.

ففي هذه الحالة يتعرض المخالف لعقوبة قصوى إذ تصل إلى خمس سنوات حبس².

¹ المادة 429 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ 8 جوان 1966 المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم.

² المادة 431، المرجع نفسه.

3- إذا كان محل الغش هو المواد الغذائية، أي إذا ما تعلق الأمر بالغش في المواد الغذائية وذلك مهما كان الغرض منها صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للإستهلاك، فيتعرض المتدخل لعقوبة حبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 10.000 دج إلى 50.000 دج¹.

ب- التكييف القانوني لجريمة الغش على أنها جنائية: قد تتسبب السلع المغشوشة في حدوث أضرار للمستهلك يصعب شفاؤها، كما أن في بعض الأحيان يستحيل ذلك مما يتطلب تعرض المتدخل لعقوبات شديدة، ونظرا لارتباط جسامته الضرر والعقوبة المقررة يتقرر ذلك كما يلي:

1- إلحاق المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها أو الذي قدمت له مرضا أو عجزا عن العمل تكون عقوبتها الحبس من سنتين إلى عشر سنوات وبغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج². وتجدر الإشارة أن هذه العقبة مطبقة على كل مرتكب للغش وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة وهو يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

2- إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء، أو في فقد عضو أو في عاهة مستديمة، تكون عقوبتها السجن المؤقت من عشر إلى عشرين سنة³.

3- القضاء على حياة الشخص أي التسبب في موت شخص أو عدة أشخاص، تكون عقوبتها توقيع عقوبة الإعدام⁴.

¹ -المادة 431، من الأمر رقم 66-156، المرجع السابق.

² -المادة 432، المرجع نفسه.

³ -المادة 432، المرجع نفسه.

⁴ -المادة 433، المرجع نفسه.

المطلب الثاني: رقابة القضاء الإداري كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد:

تعد حماية المستهلك ضرورة حتمية تتطلب تضافر جهد كافة الإدارات والمؤسسات الوطنية المكلفة بحماية المستهلك، حيث تعتبر الإدارة هي صاحبة الدور الفعال لإمكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل للمستهلك الحماية من الجرائم الماسة به، حيث تطّلع الهيئات الإدارية المكلفة بالرقابة على المستوى المركزي باختلاف اختصاصاتها بدور فعال في حماية المستهلك سواء ما تعلق بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر من طرف المخالفين، أو ما تعلق بالدور العلاجي من خلال تطبيق العقوبات بعد وقوع الضرر، حيث يتم تطبيق القوانين من طرف الهيئات التي سنتطرق لها من خلال مايلي.

الفرع الأول: رقابة الأجهزة الإدارية المتخصصة على المنتوجات المستوردة:

تعتبر الأجهزة الإدارية هي الجهات المنوط بها تنفيذ القواعد القانونية التي تحمي المستهلك من الجرائم التي تُهدده بالخطر أو تمسه بالضرر، وتنقل التجريم والعقاب من التشريع إلى الواقع العملي الذي يُحقق الحماية على أرض الواقع¹، لذا تتدخل الهيئات الإدارية في تنظيم السوق من أجل حماية المستهلك والدفاع عنه، وفيما يلي سنتطرق لهذه الأجهزة دورها في حماية المستهلك.

أولاً: دور وزارة التجارة في حماية المستهلك:

لم ينص القانون الجزائري بتخصيص وزارة معينة مكلفة بحماية المستهلك، بل بقيت وزارة التجارة كجهاز مركزي يتولى النظر في مشاكل المستهلكين، لذا خوّل المشرع لزارة التجارة تنفيذ مضمون السياسة الوطنية لحماية المستهلك ومراقبة جودة المنتوجات والخدمات، حيث نظّم المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 جوان 1994 والمتعلق بصلاحيات وزير التجارة فيما يتعلق بالجودة وحماية المستهلك بعدما كان يناط بهذه المهام وزير الإقتصاد بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-189 المؤرخ في 23 جوان 1990 والمتضمن صلاحيات وزير الإقتصاد، ثم جاء المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ 21 ديسمبر 2002 المتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة.

في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك فإن زير التجارة أصبح يكثّف بما يلي:

أ- يُحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية شروط وضع السلع والخدمات رهن الإستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية.

¹-سعدية فتحي، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية-بسكرة، 2009، ص

ب- يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامة ويساهم في إرساء قانون الإستهلاك وتطويره ويشترك في الأشغال الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.

ج- يعدل وينفذ استراتيجية الإعلام والاتصال التي تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية كما أنه يشجع تنمية مخابر الجودة والتجارب ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

د- يبادر بأعمال اتجه المتعاملين الإقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية. تعتبر وزارة التجارة هي الهيئة المختصة المكلفة بقمع الغش ومراقبة الجودة وحماية المستهلك.

ثالثا: دور الجماعات المحلية في حماية المستهلك:

يمكن أيضا للوالي ورئيس البلدية نظرا إلى الصلاحيات التي يتمتعان بها في إطار تسيير الإدارة المحلية، كما يتدخلا في وضع الحد للممارسات المنافية للتجارة والتي من شأنها المساس بصحة وأمن المستهلك باعتباره فردا من أفراد المجتمع، وسنحدد فيما يلي دور كل من رئيس المجلس الشعبي البلدي والوالي في حماية المستهلك.

أ- دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك: يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بسلطة الضبط التي يمارسها تحت وصاية الوالي، فهو يتمتع بسلطات تُخوله حماية المستهلكين على مستوى البلدية، بصفته ضابط الشرطة القضائية منح له المشرع صلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك من المخاطر، مما يحيط به من منتجات وخدمات ومكان تصنيعها وتخزينها ونقلها وكيفية عرضها للإستهلاك وكذلك التأكد من مدى مطابقتها للمواصفات والمقاييس التنظيمية والقانونية والتنظيمية واتخاذ القرارات المناسبة في ذلك مع إحالة المخالفين على العدالة¹.

حددت المادة 25 من القانون المتعلق بحماية المستهلك دور رئيس البلدية المتمثل في معاينة المخالفات وقمعها باعتباره حاملا لصفة الضبطية القضائية عن طريق استعماله وسائل الضبط الإداري لتحقيق المصلحة العامة في المجتمع والمحافظة على النظام العام، ففكرة البوليس الإداري فكرة قانونية تنظيمية للتمكن من حماية المستهلكين وتوفير ضمانات كافية لهم عن طريق استعمال وسائل الضبط الإداري المتمثلة في لوائح الضبط والقرارات الفردية والقوة العمومية وهذا من أجل تفعيل الرقابة المستمرة لضبط السوق ومن ثم حماية المستهلك².

ب- دور الوالي في حماية المستهلك: يتمتع الوالي كذلك بصفة الضبطية، فهو مسؤول على المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العمومية حسب ما خول له المشرع.

¹- محمد بودالي، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري (دراسة مقارنة) المرجع السابق، ص 31.

²- جميلة آغا، دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق-جامعة بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005، ص 233.

على هذا الأساس يصبح الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية مسؤول على ضمان صحة وسلامة المستهلك، ومن صلاحياته اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك كسحب المنتج مؤقتاً أو بصفة نهائية أو اتخاذ قرار غلق المحل أو سحب الرخص بصفة نهائية أو مؤقتة بناء على رأي أو اقتراح من المصالح الولائية المختصة¹، كما يمارس المجلس الشعبي الولائي في إطار الصلاحيات المخولة له بالمحافظة على الصحة العمومية والتجارة والأسعار وحماية التنمية الاقتصادية والاجتماعية طبقاً لما حدده قانون الولاية.

الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة:

إن وجود هيئة تسهر على حماية المستهلك وحماية المنافسة على حد سواء أصبحت ضرورة حتمية بعدما أصدرت الجزائر أُل قانون للمنافسة، حيث يعتبر مجلس المنافسة جهاز الضبط العام مكلف بالسهر على حماية النظام الاقتصادي وعلى تطبيق واحترام مبادئ أحكام قانون المنافسة وفي كل قطاعات النشاط الاقتصادي والمالي².

نص المشرع على وجوب أخذ مجلس المنافسة عندما تلجأ الدولة إلى تقييد المبدأ العام الذي يقضي بتحديد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة، وذلك اعتماداً على قواعد المنافسة حيث كانت التدابير لا تتخذ إلا لمدة أقصاها 6 أشهر وذلك بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، ويتم ذلك عن طريق التنظيم³، كما يخول القانون لمجلس المنافسة صلاحية الرد على الإستشارات وكذلك الصلاحيات الردعية، سنتطرق لكل منهما من خلال مايلي:

أولاً: الصلاحيات الإستشارية:

تتمثل الصلاحيات الإستشارية لمجلس المنافسة في كل من الإستشارات الوجوبية والإستشارات الإختيارية:

أ- **الإستشارات الوجوبية:** يستشار مجلس المنافسة وجوباً في حالة اتخاذ إجراءات استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمين داخل نشاط معين أو منطقة جغرافية معينة، إلا أنه بعد تعديل المادة 4 و 5 من القانون رقم 08-12 بموجب القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة تم إلغاء الإستشارة الوجوبية واستبدالها باقتراحات تدابير تحديد هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات على أساس اقتراحات يمكن أن تتقدم بها القطاعات المعنية إذا تضافرت الأسباب المحددة قانوناً، وبالتالي لم يعد مجلس المنافسة يستشار وجوباً في مسألة تحديد هوامش الربح وتحديد الأسعار بل بإمكانه

¹ -علي بولحية بن بولخيمس، المرجع السابق، ص 62.

² -حبار أمال، دور مجلس المنافسة في تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حل أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق-جامعة سعيدة، يومي 17 و 18 نوفمبر 2015، ص 3.

³ -جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه، جامعة تيزي وزو، 2012، ص 160.

أن يقدم اقتراحاته مثله مثل القطاعات الأخرى المعنية، الأمر الذي قلص دوره¹، كما نصت المادة 8 من قانون حماية المستهلك على بعض الحالات التي لا بد من استشارة مجلس المنافسة فيها والتقييد برأيه وذلك في حالة طلب إحدى المؤسسات المعنية باعتبار أن هذا الإتفاق أو العمل المدبر أو الإتفاقية أو الممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و7 من القانون المنافسة لا تستدعي تدخله.

تم تحديد كيفية تقديم طلب الإستفادة من هذا الترخيس بموجب التنظيم إضافة إلى ذلك فكل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة لاسيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على السوء يجب أن يخضع ذلك لترخيص من مجلس المنافسة².

ب- الإستشارات الإختيارية: ترك المشرع الجزائري المجال مفتوحا لجهات معينة ومنحها حرية الإختيار في إمكانية القيام بذلك أو الإمتناع عنه حيث نصت المادتين 35 و36 من قانون المنافسة على هذا النوع من الإستشارة حيث يتضح أن المشرع قد قام بتعداد الأشخاص التي يكون لها حق اللجوء إلى استشارة مجلس المنافسة وتمثل في كل من الحكومة والمؤسسات والهيئات وكذا الجهات القضائية، إلا أن حرية الإختيار لهذه الهيئات مقيدة بموضوع الإستشارة، حيث يشترط أن يتعلق بمسائل محددة لها علاقة بالمنافسة طبقا لنص المادة 36 من قانون المنافسة والتي تنص على أنه:

"يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع نص تشريعي وتنظيمي له صلة بالمنافسة، لاسيما عندما يدرج هذا النص تدابير من شأنها³:

1- إخضاع ممارسة مهنة ما أو نشاط ما أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم.

2- وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

3- تحديد ممارسات موحدة في ميدان شروط البيع.

كما تحدد من خلال المادة 38 من القانون نفسه السماح للهيئات القضائية في استشارة مجلس المنافسة في أي قضية متصلة بالممارسات المقيدة بالمنافسة، وعموما يمكن استشارة مجلس المنافسة كل المصالح التابعة لرئاسة الحكومة وكذا الوزارات وكذا البلديات والمؤسسات الإقتصادية⁴.

¹ المادة 5 المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ 6 مارس 2011 المحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك، وكذا هامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغدائي المكرر والسكر الأبيض، ج ر، العدد 2، الصادر 6 مارس 2011.

² فريزة قوعراب، ردع الممارسات المناهضة للمنافسة، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة القضاء، المدرسة العليا للقضاء-القليعة، 2009، ص 21.

³ كحال سلمى، مجلس المنافسة ضبط النشاط الإقتصادي، رسالة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق-جامعة بومرداس، 2010، ص 51.

⁴ المادة 38 من القانون رقم 10-05 المؤرخ 15 أوت 2010 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 46، الصادر 18 أوت 2010.

ثانيا: الصلاحيات الردعية لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك:

تمثل الصلاحيات الردعية لمجلس المنافسة في متابعة الممارسات التي ترتكبها المؤسسات في إطار القيام بنشاطاتها الإقتصادية من أجل تعزيز قدرتها التنافسية بطريقة غير مشروعة تؤدي إلى إقصاء منافسيها مما يتطلب تدخل مجلس المنافسة والذي تسند إليه مهمة إجراء التحقيقات حول مخالفة أحكام قانون المنافسة وكذلك فرض عقوبات على المخالفين¹، وينقسم هذا النوع من الصلاحيات إلى:

أ- **صلاحية القيام بالتحقيقات:** يعد قبول الإخطار من قبل مجلس المنافسة دليلا غير كافي على وقوع ممارسات منافية، بل يتطلب أن يباشر تحقيق حول الوقائع المراد التحقيق فيها قصد إضفاء المشروعية على أعماله، ويبقى على مجلس المنافسة أن يعمق التحقيق من أجل إثبات ما لا يدع مجالا للشك من وقوع الممارسات والأفعال المحظورة، وعبء إثبات الممارسات يقع على عاتق مجلس المنافسة، حيث يحقق المقرر في الطلبات والشكاوى المرفوعة لدى المجلس والتي يسندها له المجلس حيث يتولى المقرر مهمة فحص كل وثيقة مهما كانت طبيعتها، ويقوم هذا الأخير بعد جمع وفحص الأدلة المتحصل عليها بتحرير تقرير أولي يدون وقائع القضية التي تم التحقيق فيها، يبلغ رئيس المجلس هذا التقرير إلى الأطراف وكذا وزير التجارة وإلى كل من له مصلحة في ذلك، ولهم أن يبدوا ملاحظاتهم في أجل لا يتعدى 3 أشهر، وبعد الإنتهاء من التحقيق الأولي يتم وضع تقرير ختامي للقضية يسجل فيه ما أورده التحقيق في التقرير الأولي ويبين المخالفات المرتكبة، كما يقترح القرار الذي يتعين اتخاذه ويودع بعد ذلك للمجلس ليبادر بعده رئيس المجلس بمهمة تبليغ الأطراف مع تحديد الجلسة التي يتم فيها الفصل².

ب- **صلاحية المجلس في توقيع الجزاء:** عند الإنتهاء من إجراء المداولات من طرف مجلس المنافسة في مواجهة المخالفين يتم إصدار قرارات لمعاقبة مرتكبي هذه المخالفات، حيث تختلف العقوبات التي يوقعها المجلس حسب طبيعة المخالفة موضوع القضية، وذلك على أساس معايير متعلقة بحظورة الممارسة المرتكبة الضرر الذي يلحق بالإقتصاد وأهمية وضعية المؤسسة المعنية في السوق، فقد تكون العقوبات مالية أي غرامات أو تكون عبارة عن قرارات إدارية في شكل أوامر للمؤسسات المخالفة بالقيام بعمل أو الإمتناع عن عمل، كما له صلاحية اتخاذ الإجراءات التحفظية عن الممارسات التي قد تهدف إلى المساس بالمنافسة.

باستقراء أحكام المواد من 56 إلى 62 من قانون المنافسة نجد أن كل العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة هي عقوبات آلية بالدرجة الأولى، حيث نجد على سبيل المثال المادة 57 من قانون المنافسة اعتبرت تنظيم

¹ - شريف كتو مجّد، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010، ص 61.

² - شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، رسالة ماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين- المستهلكين، كلية الحقوق-وهران، 2013، ص 169.

وتنفيذ الممارسات المقيدة للمنافسة يعاقب عليها القانون بغرامة مالية تقدر بـ 2.000.000 دج فكل شخص ساهم بصفة احتيالية في تنظيم الممارسات المقيدة للمنافسة يعتبر مرتكباً لمخالفة يعاقب عليها القانون، وعليه فإن مجلس المنافسة يتمتع بسلطة اتخاذ مقررات وعقوبات مالية، وذلك قصد وضع حد للممارسات المقيدة للمنافسة، هذه السلطة التي يخولها له القانون تسمح له بضمان حرية المنافسة وعدم الإخلال بها¹.

يعتبر مجلس المنافسة الضابط الحقيقي والرئيسي للسوق، حيث يتولى السهر على احترام قواعد المنافسة الحرة والنزيهة والتي بدورها تعمل على حماية المستهلك، فالرقابة التي يمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك².

¹- بلقاسم عماري، مجلس المنافسة، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة القضاء، المدرسة العليا للقضاء-القليعة، 2006، ص 26.

²- طيب ولد عمر، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة، اطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة تلمسان، 2009، ص 122.

خلاصة الفصل الثاني

تتطلب حماية المستهلك من المنتج المستورد ضمانات تنظيمية وأخرى إجرائية من طرف أجهزة وهيئات مكلفة بالرقابة وفق قوانين وتنظيمية محددة لها، من أجل توفير حماية أكبر للمستهلك لا بد من توفر تدابير وقائية لحمايته من المنتج المستورد حيث تتنوع هذه التدابير بتنوع مدى جسامته الضرر الذي قد يلحق المستهلك من خلال هذا المنتج، وتمثل هذه التدابير حسب تسلسلها في إيداع المنتج وحجزه ومن ثم التخلص منه عن طريق رفضه أو إعادة توجيهه أو إتلافه، كما أن للجمعيات الخاصة بحماية المستهلك دور رئيسي وفعال في حماية المستهلك من خلال دورها المزدوج والمتمثل في كل من الدور الوقائي الذي يسبق اقتناء المنتج وكذلك الدور العلاجي بعد استعمال المنتج، كما أن هناك رقابة قضائية تمثل إحدى آليات حماية المستهلك وتمثل في رقابة القضاء الجزائي الذي حدد تكييف الجرائم التي تمس سلامة وأمن المستهلك وحدد العقوبات المناسبة لها إلى جانب القضاء الإداري المتمثل في الهيئات الإدارية

خاتمة

تعتبر الحماية ضرورية للمستهلك كما أن أهم وسيلة هي الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر والتي تتجسد فعليا في الالتزام بإعلام المستهلك، وبرغم الجهد الكبير الذي تقوم به مختلف الهيئات والجمعيات، فإن أهم دور يمكن أن يحقق أفضل حماية للمستهلك هو المستهلك في حد ذاته من خلال الدراية بحقوقه وضرورة حمايتها من المخاطر التي تحدق به، فيبتعد عن الاستهلاك العشوائي والمواد غير المراقبة والتي تباع في الأسواق وعن طريق التوصيل.

تم التطرق لمفهوم المستهلك ونطاق تطبيق الحماية من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث تم وضع تعريف للمستهلك من طرف المشرع وما صاحبه من غموض في التفرقة بينه وبين المتدخل، فوضع المشرع بحد ذاته تعريفا والذي هو في الأصل مهمة الفقهاء والقضاء، ورأينا كيف تبنى المشرع المفهوم الضيق للمستهلك باعتبار معيار الاستعمال النهائي للمنتجات.

كرس القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم الحق في الإعلام بإلقاء التزام على المتدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها وكذا الإعلام بشروط البيع وطريقة استعمال المنتجات والتحذير من المخاطر التي قد تنجر عن استعمالها، أو من المنتجات الخطرة بطبيعتها، والوسم باعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك وحماية حقه في الاختيار عن دراية وعلم، حيث أشرط أن يحتوي المنتج على بيانات ضرورية تحميه من كل غموض أو خطر يمكن أن يلحق به جراء جهله بالمنتج الذي يقتنيه.

كما ألزم المتدخل بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مجموعة الخصائص والمميزات التي يجب عليه احترامها في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة وبخصوص آليات الرقابة المختلفة والتي أناط بها المشرع صلاحيات المراقبة وردع المخالفين حفاظا على أمن وسلامة المستهلك، نجد الهيئات الإدارية بما تملكه من موارد بشرية ومادية لا زالت بعيدة عن توفير حماية حقيقية للمستهلك حيث اتسمت عمليات المراقبة للسلع والخدمات من مرحلة الإنتاج إلى عملية عرض المنتج للاستهلاك بالبساطة وافتقار عنصر الصرامة في تطبيق النصوص القانونية على المخالفين، وهذا راجع لنقص الهياكل البشرية والمادية والوسائل الحديثة العمليات المراقبة خاصة مع تطور أساليب الغش التجاري، وتقتصر في هذا المجال تكليف الدورات التكوينية لأعوان الرقابة من أجل مسايرة كافة المستجدات إن على المستوى التشريعي أو على مستوى تبادل الخبرات في مجال الرقابة ومكافحة الغش.

كما تسعى أيضا جمعيات حماية المستهلك للدفاع على حقوق المستهلك من خلال توعية وإرشاد المستهلك على كيفية الحصول على حقوقه عن طريق شرح القوانين وتعليمها مثل الطرق الاستهلاكية.

وما يلاحظ على قانون حماية المستهلك وقمع الغش أنه قانون ردعي بالدرجة الأولى خاصة في الجانب المالي، أما بخصوص جمعيات حماية المستهلك. فالجانب الردعي برغم أهميته يبقى غير كاف لوحده، إذ لا بد من دور فاعل لجمعيات حماية المستهلك في توعية المستهلك بحقوقه، وتحسيسه بالمخاطر التي تحدق به وطريقة التصدي لها، ومن هنا نحث بالمشروع أن يهتم أكثر بدور المجتمع المدني في حماية المستهلك، خاصة في ظل غياب النصوص التنظيمية والتطبيقية التي تحدد عمل هذه الجمعيات في مجال حماية المستهلك.

أما عن دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك فبالرغم من الدور الكبير والفعال لهذا الجهاز سواء في مجال القيام بالتحقيقات في حال المساس بحقوقه أو بتوقيع الجزاء على المخالفين لتحقيق الردع كضمانة أساسية لحماية مصالحه وحقوقه المادية منها والمعنوية، إلا أن طول إجراءات التقاضي وعدم وجود أقسام خاصة بمعالجة قضايا المستهلك حيث تدرج الآن في القسم التجاري، وعلاء تكاليف التقاضي كلها عوائق وعقبات تحول دون حصول المستهلك على حقوقه عن طريق القضاء. ويمكن القول بأن القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بعد لبنة إضافية في مجال توفير حماية للمستهلك برغم النقائص التي نحث بالمشروع أن يتداركها، خاصة في مجال العقوبات التي أقرها في حق المخالفين والتي تتسم بالصرامة في جانبها المادي، وعدم إعطائه أهمية مماثلة لدور المجتمع المدني خاصة جمعيات حماية المستهلك، فالجانب الردعي وحده لا يكفي كذلك الحال في الاقتصار على الجانب التوعوي والتحسيس فقط فتطبيق هذا القانون يتوقف على تضافر جميع الجهود السابق ذكرها، للوصول إلى حماية حقيقية وبهذا يصبح المستهلك في وضعية متوازنة مع المتدخل.

نستخلص في الأخير جملة من النتائج المتمثلة فيما يلي:

- أن المشروع قد وسع من مفهوم المستهلك، فلم يكتفي بالنص على حماية العلاقة الاستهلاكية المباشرة أي بين المستهلك والمتدخل، بل تمتد حتى للمستهلك الغير مباشر أي الذي تضرر من جراء نفس المنتج رغم أنه لم يكن متعاقدًا مباشرًا مع المتدخل.

- تتطلب حماية المستهلك إعلامه بكل المعلومات المتعلقة بما يقتنيه من سلع وخدمات، حاطته قدر الامكان بمختلف متطلبات ومعايير السلامة والصحة والأمن المقرر في النصوص القانونية والتشريعية، وكذا احترام المواصفات العلمية والفنية التي يتطلبها المنتج أو الخدمة حتى تكون صالحة لعرضها على الاستهلاك، وفقا للحماية التي يوفرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش على جميع المنتجات والخدمات سواء التي تم دفع ثمنها من طرف المستهلك أو التي تمنح له مجانا، وهذا من أجل العمل المنصف في تحقيق حماية للمستهلك وتعويضه عن سوء المنتج المغشوش أو الخدمة.

-توسيع المشرع الجزائري من دائرة الاشخاص الذين منحهم صفة المتدخل وربطها بكل شخص طبيعي أو معنوي تكون له عالقة بعرض السلع والخدمات الاستهلاكية، واعتمد على إقرار رقابة إدارية لحماية المستهلك من أخطار المنتوجات والخدمات التي تقدم إليه، مانحا إياها الأجهزة إدارية تنوعت بين هيئات رسمية وغير رسمية، وأجهزة مستقلة تساعد بدور فعال في تحقيق حماية المستهلك مما يدل على سعيه لضمان توفير كل الإمكانيات المادية والبشرية من أجل الحماية القانونية الفعالة للمستهلك، وبالتالي وضع حد لكل الممارسات والنشاطات التجارية المنافية للقانون و الموجهة للاستهلاك.

-تعتبر جمعيات حماية المستهلكين من الجمعيات المخول لها قانونا تمثيل المستهلك والتقاضي أمام العدالة الجبر الضرر الحاصل له من طرف المتدخل، سواء كانت طرفا أصليا أو منظما.

-اعتماد المشرع لنظام المساعدة القضائية في نزاعات الاستهلاك رغم أنه قصر ذلك على جمعيات حماية المستهلك دون منح ذلك للمستهلك كفرد.

إلى جانب النتائج المتوصل إليها والتي ذكرناها، نقترح جملة من التوصيات والمتمثلة في:

-ضرورة التوسيع من نطاق الاختصاص الاقليمي في مسألة النجوع إلى القضاء بالنسبة للمستهلك لتقريب العدالة منه وتجنبيه التنقل اقتصارا للجهد والوقت.

-ينبغي اعتبار منازعات عقود الاستهلاك ذات طابع نوعي خاص يحضى بالحماية قضائية متخصصة.

-نقترح في هذا المجال تخصيص برامج إرشادية وتثقيفية وإدخالها حتى في المناهج التعليمية بدءا من المرحلة الابتدائية، فيزداد وعي المستهلك وتبصره بحقوقه وواجباته بما يرشد قراراته ويوجهها إلى ما يحقق له القدر الأكبر من الحماية ولاحظنا كيف والكتب المشرع الجزائري هذه الحيوية التشريعية من خلال إصداره القانون خاص بحماية المستهلك

- إنشاء تقنين خاص بحماية المستهلك يتضمن النصوص التي تنظمه ذلك لكثرة النصوص من جهة ولرواج الموضوع في المجتمع من جهة أخرى.

- نشر ثقافة حماية المستهلك والترويج للمنتوجات الوطنية المصنوعة تحت الرقابة ومن أياد آمنة.

- استحداث تدابير قانونية تُحدد حقوق المستهلك في الحصول على التعويض في حال تعره للضرر أو الغبن.

-إلزام المتدخلين المسؤولين عن السلع والخدمات بوضع معلومات إرشادية للمستهلك وتوعيته بثقافة الأسواق الحديثة.

- توسيع الرقابة على المنتوجات واتخاذ اجراءات صارمة اتجاه الغش والتدليس من طرف المنتجين والمتدخلين.

وفي الأخير لا بدّ على المستهلك أيضا السعي نحو الثقافة القانونية والإنصاع لقانون حماية المستهلك والتبليغ عن الغش.

قائمة المصادر والمراجع

-المصادر:

-القرآن الكريم:

-المعاجم:

-ابراهيم أنس وآخرون، المعجم الوسيط-مجمع اللغة العربية، ج 1، ط 2، القاهرة، دار المعارف، 1972.

-ابراهيم قلاطي، قاموس الهدى مكتب الدراسات، دار الهدى عين مليلة، الجزائر، 2007.

-النصوص القانونية:

-النصوص التشريعية والتنظيمية:

-القانون العضوي رقم 06-12 المؤرخ 15 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات، ج ر، العدد 2، الصادر 12 جانفي 2012.

-القانون رقم 89-02 المؤرخ 7 فيفري 1989 المتعلق بحماية المستهلك، ج ر، العدد 6.

-القانون رقم 04-02 المؤرخ 23 جوان 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ج ر، العدد 41، الصادر 27 جوان 2004.

- القانون رقم 08-12 المؤرخ 25 جوان 2008 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 36، الصادر 2 جويلية 2008.

-القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ 25 فيفري 2009، المعدل والمتمم بالقانون 18-09 المؤرخ 10 جوان 2018، ج ر، العدد 15، الصادر في مارس 2009.

-القانون رقم 10-05 المؤرخ 15 اوت 2010 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 46، الصادر 18 اوت 2010.

-القانون رقم 17-04 المؤرخ 16 فيفري 2017 المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المؤرخ 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك الجزائري، ج ر، العدد 11، الصادر 19 فيفري 2017

-القانون رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ 10 يونيو 2018، المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03.

-المرسوم التنفيذي رقم 90-09 المؤرخ 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج ر، العدد 5، الصادر 31 جانفي 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ 16 أكتوبر 2001، ج ر،

العدد 61، الصادر 21 أكتوبر 2001.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر، العدد 40، الصادر 19 سبتمبر 1990.
- المرسوم التنفيذي رقم 2000-306 المؤرخ 12 أكتوبر 2000 يعدل ويتمم المرسوم للمرسوم التنفيذي رقم 96-354 المؤرخ 19 أكتوبر 1996 المتعلق بكيفيات مراقبة ومطابقة المنتوجات المستوردة ونوعيتها، ج ر، العدد 60، الصادر 15 أكتوبر 2000.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-454 المؤرخ 22 ديسمبر 2005 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج ر، العدد 83، الصادر 25 ديسمبر 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك، ج ر، العدد 80، الجزائر، 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05/484، المؤرخ في 25 ديسمبر 2005 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90/367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم الغذائية وعرضها، ج ر، العدد 83.
- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ 10 سبتمبر 2006 المحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج ر، العدد 56، الصادر 11 سبتمبر 2006.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المؤرخ 8 جويلية 1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، ج ر، العدد 46، الصادر 9 جويلية 1997.
- المرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ 6 مارس 2011 المحدد السعر الأقصى عند الإستهلاك، وكذا هامش الربح القصوى عند الإنتاج والإستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر والسكر الأبيض، ج ر، العدد 2، الصادر 6 مارس 2011
- المرسوم التنفيذي 13-327 المؤرخ 26 سبتمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر، العدد 49، الصادر 2 أكتوبر 2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ 9 نوفمبر 2013 المحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر، العدد 58، الصادر 18 نوفمبر 2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المؤرخ 11 أبريل 2017 المحدد شروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للإستهلاك البشري، ج ر، العدد 24، الصادر 16 أبريل 2017، الجزائر.

- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ 13 ماي 2007، ج ر، العدد 78، الجزائر، 1975.
- الأمر رقم 76-65 المؤرخ 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ، ج ر، العدد 59، الصادر 23 جويلية 1976، ص 866.
- الأمر رقم 95-06 المؤرخ 25 جانفي 1995 المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 9، الصادر 22 فبراير 1995، الجزائر.
- الأمر 03-03 المؤرخ 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 43، الصادر 20 جويليا 2003.
- الأمر رقم 03-04 المؤرخ 19 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عملية استيراد البضائع وتصديرها، ج ر، العدد 43، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 15-15 المؤرخ 15 جويليا 2015، ج ر، العدد 43، الصادر 12 اوت 2015.
- الأمر رقم 66-156 المؤرخ 8 جوان 1966 المتعلق بقانون العقوبات المعدل والمتمم.
- القرار الصادر عن وزير التجارة المؤرخ 14 ماي 2006 يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، ج ر، العدد 52، الصادر 20 اوت 2006.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ 27 سبتمبر 2006 المحدد لإجراءات تبليغ المعلومات المتعلقة بوصول المنتوجات، ج ر، العدد 74، 2006.
- المراجع العامة:
- بودالي مُجَّد، مسؤولية المنتج عن منتجاته، دراسة مقارنة، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2005،
- أحمد زكي بدوي، وصديقة يوسف محمود، المعجم الميسر للمدرسة والجامعة، والمكتب المنزل، دار الكتاب المصري، القاهرة، 2005.
- أحمد مُجَّد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة) دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية.
- الجيلالي بن الحاج يحيى، بلحسن البليش، علي بن هادية، القاموس المدرسي، الطبعة 6، الشركة التونسية للتوزيع، تونس، 1987.
- الصغير مُجَّد مهدي، قانون حماية المستهلك-دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، مصر، 2005.

- حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999.
- خالد ممدوح ابراهيم، أمن المستهلك في المعاملات الإلكترونية-دراسة مقارنة، الدار الجامعية، مصر، 2007.
- زاهية حورية سي يوسف، الواضح في عقد السلع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- زكرياء عزام، مبادئ التسويق الحديث، دار الميسرة، عمان، 2008،
- سالم محمد رديمان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والإتفاقيات الدولية، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2008
- شريف كتبو محمد، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، منشورات البغدادي، الجزائر، 2010.
- عابدين عمر محمد، جرائم الغش، منشأة المعارف، اسكندرية، 2005.
- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، ط 1، الدار العلمية الدولية-دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الاردن، 2002.
- عائشة مصطفى الميناوي، سلوك المستهلك-المفاهيم والإستراتيجيات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998.
- عبد المنعم موسى ابراهيم، حماية المستهلك -دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- علي الشريف، الإدارة والمعاصرة، الدار الجامعية، اسكندرية، مصر، 2003،
- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002،
- علي فتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، مصر، 2008.
- عمرو خير الدين، المفاهيم والإستراتيجيات، مكتبة عين شمس، القاهرة 1997.
- فاتن حسين حوى، الوجيز في قانون حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012.
- فايزة برهامي، التزامات الأطراف في المرحلة السابقة للتعاقد، د ط، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، 2012.
- قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، ط1، دار الجامعة الجديدة، اسكندرية، 2007.
- محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية، دار النهضة العربية-القاهرة، مصر، 2007.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008.

مُجَّد بودالي، شرح جرائم الغش في السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية-دراسة مقارنة، ط1، دار الفجر للنشر، 2005.

-مُجَّد بودالي، شرح جرائم الغش في السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية-دراسة مقارنة، ط1، دار الفجر للنشر، 2005

-مُجَّد حافظ حجازي، المقدمة في التسويق، ط1، دار الوفاء للطباعة والنشر، اسكندرية، 2005.

مُجَّد سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، الدار الجامعية، اسكندرية، د س ن.

- مُجَّد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار النهضة العربية، القاهرة، 1997.

مُجَّد وحيد الدين سوار، شرح القانون المدني، النظرية العام للإلتزام، ج 1 (مصادر الإلتزام) ط7، منشورات جامعة دمشق، 1993.

-مصطفى أحمد أبو عمرو، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك، د ط، دار الجامعة الجديدة، الأزربطية (مصر) 2016.

-مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز قانون أحكام حماية المستهلك، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2011.

-ممدوح مُجَّد مبروك، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقديم وسائل التكنولوجيا المعاصرة-دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقهاء الإسلاميين، المكتب الفني للإصدارات القانونية، اسكندرية، مصر، 1999.

-منى أبو بكر الصديق، الإلتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2013.

-موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، ط 1، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية، بغداد، 2001.

-ناجى مع لا رائق توفيق، أصول التسويق مدخل استراتيجي، دار المكتبة الوطنية 1998. -مُجَّد سعيد عبد الفتاح، إدارة التسويق، الدار الجامعية، اسكندرية، د س ن.

-المراجع الأجنبية:

-*jean calais auloy, et frankftinmetz, droit de la consommation 7ém dition, dalloz, paris, 2009.*

-*Didier Ferrier, la protection des consommateurs, Dalloz, 1996.*

- الأطروحات والمذكرات:

أطروحات شهادة القضاء:

- بلقاسم عماري، مجلس المنافسة، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة القضاء، المدرسة العليا للقضاء-القليعة،
2006

- فريزة قوعراب، ردع الممارسات المنافية للمنافسة، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة القضاء، المدرسة العليا
للقضاء-القليعة، 2009.

أطروحات الدكتوراه:

- جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، اطروحة دكتوراه، جامعة تيزي وزو، 2012.

- حامق ذهبية، الإلتزام بالإعلام في العقود، أطروحة دكتوراه، قانون خاص، جامعة الجزائر، 2009.

- سيما غالب مقاطف، دور التسويق في تنمية الإقتصاد الاردني وتطور المؤسسة، رسالة دكتوراه، كلية العلوم
الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.

- طيب ولد عمر، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة، اطروحة
دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية-جامعة تلمسان، 2009.

رسائل الماجستير:

- بوالباني فايزة، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، رسالة ماجستير العقود والمسؤولية، كلية الحقوق-الجزائر،
2012.

- خميس حسناء، المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويض لضحايا حوادث المنتوجات المعيبة، دراسة مقارنة،
رسالة ماجستير، قانون العقود، كلية الحقوق تيزي وزو، 2015

- سارة قنطرة، المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق-سطيف، 2017
- سعدية فتي، جرائم الإضرار بمصالح المستهلك، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم
السياسية-بسكرة، 2009

- شفار نبية، الجرائم المتعلقة بالمنافسة في القانون الجزائري والقانون المقارن، رسالة ماجستير في القانون الخاص،
تخصص علاقات الأعوان الإقتصاديين-المستهلكين، كلية الحقوق-وهران، 2013.

- عبد الله ولداند كجلي، مدى التعويض عن الضرر في المسؤولية العقدية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة
الجزائر، 2001.

- كالم حبيبة، حماية المستهلك، رسالة ماجستير عقود ومسؤولية، جامعة الجزائر1، 2005
- كحال سلمى، مجلس المنافسة ضبط النشاط الإقتصادي، رسالة ماجستير فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق-جامعة بومرداس، 2010.
- مذكرات الماستر:**
- نزار إلهام، الإلتزام بالإء للام لضمان حماية المستهلك، مذكرة ماستر، تخصص قانون أعمال، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2019.
- المجلات العلمية:**
- السيد مُجَّد السيد عمران، الحماية الإجرائية للمستهلك بين الدعوى الفردية والدعوى الجماعية، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والإقتصادية-جامعة اسكندرية، ج 2، 1992.
- آيت عيسى عيسى، المستهلك الجزائري في ظل الإصلاحات، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 2، العدد 19، 2014.
- بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، معهد العلوم القانونية والإدارية- سعيدة، 22، 23 أفريل 2008.
- بوشنافة جمال، الوسم كآلية وقائية لإعلام المستهلك بالمنتجات الغذائية وغير الغذائية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 12، 2018.
- جميلة آغا، دور الولاية والبلدية في حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق-جامعة بلعباس، عدد خاص، أفريل 2005.
- حبار آمال، دور مجلس المنافسة في تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حل أثر التحولات الإقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق-جامعة سعيدة، يومي 17 و18 نوفمبر 2015.
- حمدي محمود بارود، نحو إرساء تكييف قانوني جديد لمفاوضات العقد، مطبعة جامعة الأزهر، المجلد 12، العدد 01، فلسطين، 2010.
- زاهية حورية سي يوسف، حماية المستهلك مدنيا من الإعلان التجاري الكاذب أو المظلل، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، الجزائر، العدد 4، 2010.
- صافية إقلولي ولد رابح، حماية المستهلك من أساليب الغش على ضوء القانون رقم 09-03، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، أفريل 2017.

- عادل عميرات، حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي يومي 13 و14 أبريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي الوادي، الجزائر.
- عبد الرزاق بولنوار، المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الإستهلاكية-دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي، دفاتر السياسة والقانون، المجلد 1، العدد 1، الصادر جانفي 2009.
- عبوب زهيرة، حق المستهلك في الإعلام، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، 2015.
- عمار زعبي، مفهوم المنتج في القانون الجزائري كأساس لقيام المسؤولية عن الإضرار بالمستهلك، مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة حمة لخضر-الوادي، العدد 7، 7 الصادر جوان 2013.
- قريقر فتيحة، الرقابة كآلية لحماية المستهلك، مجلة التراث، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية-جامعة الجلفة، العدد 13، 2013.
- قعبس نور الدين، آليات مراقبة المنتوجات المستوردة في ظل قواعد قانون حماية المستهلك الجزائري، مجلة قانون العمل والتشغيل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، العدد 5، 2018.
- كحلول سامي وزوليخة بن طابة، حماية المستهلك في مرحلة التفاوض، مجلة الإجتهد القضائي، العدد 14، مخبر أثر الإجتهد القضائي في حركة التشريع، جامعة مُجد خيضر-بسكرة، الجزائر، 2017.
- الملتقيات:
- بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، معهد العلوم القانونية والإدارية- سعيدة، 22، 23 أبريل 2008.
- عادل عميرات، حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي يومي 13 و14 أبريل 2008، معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي الوادي، الجزائر.
- لموشية سامية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، ملتقى وطني حول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية-الوادي، 13، 14 افريل 2008.
- حبار أمال، دور مجلس المنافسة في تطبيق قواعد المنافسة، مداخلة في الملتقى الوطني التاسع حل أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق-جامعة سعيدة، يومي 17 و18 نوفمبر 2015.

–المواقع الإلكترونية:

- <http://kenaaonlin/lahmed.com>
- <https://meemapps.com>

فهرس المحتويات

أ.....	الشكر
ب.....	الإهداء
2.....	مقدمة
الفصل الأول: الضمانات الموضوعية لحماية المستهلك من المنتج المستورد	
9.....	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك من المنتج المُستورد
9.....	المطلب الأول: مفهوم المنتج والمنتج المستورد
9.....	الفرع الأول: تعريف المنتج
11.....	الفرع الثاني: تعريف المنتج المستورد
13.....	المطلب الثاني: التدابير اللازمة لعرض المنتج المستورد في السوق
13.....	الفرع الأول: قبل عرض المنتج في السوق
16.....	الفرع الثاني: عند عرض المنتج في السوق
22.....	المبحث الثاني: مجالات التزام المتدخل لتحقيق حماية المُستهلك
22.....	المطلب الأول: الإلتزام بالإعلام
22.....	الفرع الأول: ضرورة الإعلام
26.....	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام
31.....	الفرع الثالث: أطراف الإلتزام بالإعلام
35.....	المطلب الثاني: الإلتزام بالرقابة
35.....	الفرع الأول: تعريف الرقابة
37.....	الفرع الثاني: أنواع الرقابة
38.....	الفرع الثالث: طرق الرقابة
40.....	الفرع الرابع: آثار الرقابة
42.....	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الضمانات الإجرائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد	
45.....	المبحث الأول: التدابير الوقائية لحماية المستهلك من المنتج المستورد
45.....	المطلب الأول: تنوع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك من المنتج المستورد

45.....	الفرع الأول: إيداع المنتج.....
45.....	الفرع الثاني: حجز المنتج.....
46.....	الفرع الثالث: رفض المنتج أو إعادة توجيهه.....
47.....	الفرع الرابع: إتلاف المنتج.....
47.....	المطلب الثاني: دور الجمعيات في حماية المستهلك من المنتج المستورد.....
48.....	الفرع الأول: الدور الوقائي لحماية المستهلك.....
50.....	الفرع الثاني: الدور العلاجي لحماية المستهلك.....
53.....	المبحث الثاني: الرقابة القضائية كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد.....
53.....	المطلب الأول: رقابة القضاء الجزائي في مجال حماية المستهلك.....
الفرع الأول: الجرائم والعقوبات في ظل القانون 04-02 المقرر للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية	
53.....	المعدل والمتمم.....
58	الفرع الثاني: الجرائم والعقوبات في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم
62.....	المطلب الثاني: رقابة القضاء الإداري كآلية لحماية المستهلك من المنتج المستورد.....
62.....	الفرع الأول: رقابة الأجهزة الإدارية المتخصصة على المنتجات المستوردة.....
64.....	الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة.....
68.....	خلاصة الفصل الثاني.....
70.....	خاتمة.....
75.....	قائمة المصادر والمراجع.....
84.....	فهرس المحتويات.....
	الملاحق
	الملخص

الملاحق

- وبمقتضى الأمر رقم 03-05 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة،

- وبمقتضى الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالعلامات،

- وبمقتضى القانون رقم 04-04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 والمتعلق بالتقييس،

- وبمقتضى القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، لا سيما المادة 17 منه،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 05-118 المؤرخ في 2 ربيع الأول عام 1426 الموافق 11 أبريل سنة 2005 والمتعلق بتأيين المواد الغذائية،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 13-312 المؤرخ في 5 ذي القعدة عام 1434 الموافق 11 سبتمبر سنة 2013 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المؤرخ في 8 شعبان عام 1412 الموافق 12 فبراير سنة 1992 والمتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليا أو المستوردة، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 4 ذي القعدة عام 1426 الموافق 6 ديسمبر سنة 2005 والمتعلق بتقييم المطابقة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005 الذي يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفية ذلك،

- و بعد موافقة رئيس الجمهورية،

تحدد قائمة مرجعية لتسميات المساجد بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

المادة 33 : يكون الأذان للصلاة عند دخول وقتها الشرعي، ويحدد وفق الرزنامة الرسمية للمواقيت الشرعية.

تضبط كيفية الأذان وصيغته بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

المادة 34 : تحدث لدى الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف بطاقيّة وطنية للمساجد.

يتم تحديد شكل ومحتوى البطاقيّة بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

المادة 35 : تحدد قائمة المساجد الرئيسية والمساجد الوطنية وتحين بقرار من الوزير المكلف بالشؤون الدينية والأوقاف.

الباب الخامس

أحكام ختامية

المادة 36 : تلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 91-81 المؤرخ في 7 رمضان عام 1411 الموافق 23 مارس سنة 1991 والمذكور أعلاه.

المادة 37 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013.

عبد المالك سلال



مرسوم تنفيذي رقم 13 - 378 مؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير التجارة،

- وبناء على الدستور، لا سيما المادتان 85-3 و125 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى القانون رقم 90-18 المؤرخ في 9 محرم عام 1411 الموافق 31 يوليو سنة 1990 والمتعلق بالنظام الوطني القانوني للقياس،

- وبمقتضى القانون رقم 91-05 المؤرخ في 30 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 16 يناير سنة 1991 والمتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، المعدل والمتمم،

يرسم ما يأتي :

الفصل الأول الهدف ومجال التطبيق

المادة الأولى : تطبيقا لأحكام المادة 17 من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه، يهدف هذا المرسوم إلى تحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

المادة 2 : يطبق هذا المرسوم على كل السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك، مهما كان منشؤها أو مصدرها، ويحدد الأحكام التي تضمن حق المستهلكين في الإعلام.

الفصل الثاني المبادئ العامة

المادة 3 : يقصد في مفهوم هذا المرسوم بما يأتي :

- **الادعاء :** كل عرض أو إشهار يبين أو يقترح أو يفهم منه أن للمنتوج مميزات خاصة مرتبطة بمنشئه وخصائصه الغذائية، عند الاقتضاء، وطبيعته وتحويله ومكوناته أو كل خاصية أخرى،

- **الأغذية الموجهة للإطعام الجماعي :** الأغذية المستعملة في المطاعم والمطاعم الجماعية والمدارس والمستشفيات وغيرها من المؤسسات المماثلة التي تقدم الغذاء قصد استهلاكه الفوري،

- **الخصائص الأساسية :** المعلومات الضرورية لإرضاء المستهلك بصفة واضحة التي تحمل على الأقل تعريف المنتج والمتدخل المعني بعرض المنتج للاستهلاك للمرة الأولى وطبيعة المنتج والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمن المنتج والسعر ومدة عقود الخدمات،

- **المجال البصري :** جميع واجهات التغليف التي يمكن قراءتها من زاوية وحيدة للنظر والتي تسمح برؤية سريعة وسهلة للمعلومات المبينة على الوسم،

- **المجال البصري الرئيسي :** المجال البصري للتغليف الأكثر رؤية من أول وهلة من طرف المستهلك عند الشراء، والذي يسمح له بالتعرف المباشر على المنتج بالنسبة لخصائصه وطبيعته وعند الاقتضاء علامته التجارية،

- **الجمامات :** كل مرفق (بما في ذلك عربة أو واجهة ثابتة أو متحركة) مثل مطعم أو مطعم جماعي

أو مدرسة أو مستشفى أو خدمات المطاعم تكون فيه المواد الغذائية معدة للمستهلك النهائي ومهيأة للاستهلاك وذلك في إطار النشاط المهني،

- **تاريخ التوضيب :** التاريخ الذي يوضع فيه المنتج في التغليف أو في الوعاء المباشر الذي يباع فيه في آخر المطاف،

- **التاريخ الأقصى للاستهلاك :** التاريخ المحدد تحت مسؤولية المتدخل المعني، الذي تكون بعده المواد السريعة التلف قابلة لتشكيل خطر فوري على صحة الإنسان أو الحيوان. ويجب أن لا تسوق المادة بعد هذا التاريخ،

- **التاريخ الأدنى للمصاحبة أو من المستحسن استهلاكه قبل ... :** تاريخ نهاية الأجل المحدد تحت مسؤولية المتدخل المعني، الذي تبقى المادة الغذائية خلاله صالحة كلياً للتسويق ومحافظة على كل مميزات الخاصة المسندة إليها صراحة أو ضمناً، ضمن شروط التخزين المبينة إن وجدت، ويجب أن تسحب المادة الغذائية من التسويق بعد هذا الأجل حتى لو بقيت صالحة كلياً بعد هذا التاريخ،

- **تاريخ الصنع أو الإنتاج :** التاريخ الذي يصعب فيه المنتج مطابقاً للوصف الذي وضع له،

- **التاريخ الأقصى للاستعمال :** التاريخ المحدد تمت مسؤولية المتدخل المعني الذي من المحتمل أن يفقد بعده المنتج غير الغذائي خصائصه الأساسية ولا يلبي الرغبات المشروعة للمستهلك،

- **تسمية المنتج :** اسم يصف المنتج وعند الضرورة استعماله، ويكون واضحاً بما يكفي لتمكين المستهلكين من التعرف على طبيعته الحقيقية وتمييزه عن المنتجات الأخرى التي يمكن أن تشكل التباساً معه،

- **البطاقة :** كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى، مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تغليف المنتج أو مرفقة بهذا الأخير،

- **الوسم الغذائي :** وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية، قصد إعلام المستهلك،

- **إعلام حول المنتجات :** كل معلومة متعلقة بالمنتج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي،

لا تطبق الأحكام المحددة في النقطة 1 أعلاه، على المواد الغذائية المقترحة للبيع عن طريق الموزعين الأليين أو في محلات تجارية آلية.

المادة 6 : تمنع كل إضافة بيانات أو شطب أو زيادة أو تصحيح البيانات على الوسم.

غير أنه، وباستثناء بعض البيانات الإلزامية وفي حالة نسيان بيان أو عدة بيانات في الأصل، يمكن أن تتم إعادة مطابقة هذه البيانات بواسطة الطرق المعتمدة تحت رقابة المصالح المكلفة بقمع الغش.

تحدد كيميائيات تطبيق الفقرة 2 أعلاه، بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 7 : يجب أن تحرر البيانات الإلزامية لإعلام المستهلك باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الاستيعاب لدى المستهلك وتُسجل في مكان ظاهر وبطريقة مرئية ومقروءة بوضوح ومتعذر محوها.

الفصل الثالث

المواد الغذائية

القسم الأول

أحكام عامة

المادة 8 : تطبق أحكام هذا الفصل على المواد الغذائية سواء كانت معبأة مسبقا أم لا، والموجهة للمستهلك أو للجماعات.

المادة 9 : يجب أن يحمل تغليف المواد الغذائية المعبأة مسبقا والموجهة للمستهلك أو للجماعات، كل المعلومات المنصوص عليها في هذا المرسوم.

المادة 10 : يجب أن تكون المواد الغذائية غير المعبأة مسبقا والمعروضة للبيع على المستهلك معرفة على الأقل بواسطة تسمية البيع مدونة على لافتة أو أي وسيلة أخرى بحيث لا يدع موقعها أي مجال للشك بالنسبة للمادة المعنية.

المادة 11 : عندما توضع بيانات المواد الغذائية على بطاقة، يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التغليف.

عندما يكون الوعاء مغطى بالتغليف، يجب أن تظهر كل البيانات الإلزامية على هذا الأخير أو على بطاقة الوعاء التي يجب أن تكون مقروءة في هذه الحالة بوضوح وغير مخفية بالتغليف.

- المكون: كل مادة أو كل منتج، بما في ذلك المعطرات والمضافات الغذائية والأزيميات الغذائية، المستعملة في صناعة أو تحضير منتج آخر، التي تبقى ضمن المنتج النهائي ولو بشكل مخفف،

- العصبة : مجموعة أو سلسلة منتوجات معرفة يحصل عليها بطريقة معينة في ظروف مماثلة، وتنتج في مكان معين وخلال مدة إنتاج محددة،

- وضع العلامة : وضع على التغليف أو على المنتج كل علامة أو إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة لمنتج أو يميزه عن غيره،

- المنتج المعبأ مسبقا : منتج موضوع مسبقا في تغليف أو وعاء لتقديمه للمستهلك أو للمطاعم الجماعية،

- الوعاء : كل تغليف متصل مباشرة بمنتج موجه للتوزيع كوحدة مفردة، سواء كانت التعبئة تغطيه كليا أو جزئيا، ويشمل هذا التعريف الأوراق المستعملة للتعبئة. ويمكن أن يحتوي الوعاء على عدة وحدات أو أصناف من التعبئة عند تقديمه للمستهلك،

- الإضافات على البيانات : كل وضع و/أو تسجيل يهدف إلى إخفاء أو حجب أو قطع أو فصل بعبارات أخرى أو بصور أو بأي عامل متداخل، بيانا أو عبارات موضوعة على الوسم الأصلي،

- تقنية الاتصال عن بعد : كل وسيلة بدون الحضور الشخصي والمتزامن للمتدخل والمستهلك، يمكن استعمالها لإبرام العقد بين هذين الطرفين.

المادة 4 : يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتج طبقا لأحكام هذا المرسوم.

المادة 5 : بغض النظر عن أحكام هذا المرسوم، تطبق على المنتوجات المعروضة للبيع عن طريق تقنيات الاتصال عن بعد، القواعد الآتية :

(1) تقدم البيانات الإلزامية المنصوص عليها في هذا المرسوم، باستثناء تلك المتعلقة بمدة صلاحية المنتوجات، قبل إتمام الشراء وتظهر على دعامة البيع عن بعد، حيث ترسل بأي طريقة أخرى مناسبة ومحددة بوضوح من طرف المتدخل المعني،

(2) تقدم كل البيانات الإلزامية وقت التسليم.

تحدد شروط وكيفيات وضع بيان خلال المذكور في النقطة 14 أعلاه بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصناعة والفلاحة والصحة والشؤون الدينية.

المادة 13 : عندما تحتوي المادة الغذائية على محلي أو عدة محليات، يجب أن تتبع تسمية البيع ببيان منتج محلي بدون إضافة سكر. وعندما تحتوي المادة الغذائية في أن واحد على سكر مضاف ومحلي أو عدة محليات يجب أن تتبع ببيان منتج محلي ومسكر جزئيا.

المادة 14 : يجب أن يقدم الوسم الغذائي المعلومات المتعلقة بضمون العناصر الغذائية للمواد الغذائية.

تحدد الكيفيات المطبقة في مجال الوسم الغذائي على المواد الغذائية بقرار مشترك بين الوزراء، المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصحة والفلاحة والصناعة.

المادة 15 : يجب أن تجمع البيانات المتعلقة بنسبة المادة وبالكمية الصافية في نفس المجال المصري الرئيسي.

المادة 16 : في حالة الفارورات الزجاجية الموجهة لإعادة الاستعمال والطبوعة بطريقة يتعذر محوها والتي لا تحمل لا بطاقة ولا خنصا ولا معلقة، تكون البيانات الآتية فقط إلزامية.

(1) تسمية البيع للمادة الغذائية،

(2) قائمة المكونات،

(3) المكونات والمواد المذكورة في المادة 27 أدناه، ومستثناتها التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفرطة والمستعملة في صنع أو تحضير المادة الغذائية والتي تبقى موجودة في المنتج النهائي ولو بشكل مغاير.

(4) الكمية الصافية،

(5) التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك،

القسم الثاني

البيانات الإلزامية للوسم

المادة 12 : تتضمن المعلومات حول المواد الغذائية المنصوص عليها في المادة 9 أعلاه، مع مراعاة الاستثناءات المذكورة في هذا الفصل، البيانات الإلزامية للوسم الآتية.

(1) تسمية البيع للمادة الغذائية،

(2) قائمة المكونات،

(3) الكمية الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدولي،

(4) التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك،

(5) الشروط الخاصة بالحفظ و/ أو الاستعمال،

(6) الاسم أو التسمية التجارية والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموزع أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة،

(7) بلد المنشأ و/أو بلد المصدر إذا كانت المادة مستوردة،

(8) طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح بالاستعمال مناسب للمادة الغذائية،

(9) بيان حصة الصنع و/أو تاريخ الصنع أو التوضيب،

(10) تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية،

(11) المكونات والمواد المبينة في المادة 27 من هذا المرسوم ومستثناتها التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفرطة والتي استعملت في صنع أو تحضير المادة الغذائية وما زالت موجودة في المنتج النهائي ولو بشكل مغاير،

(12) الوسم الغذائي،

(13) بيان نسبة حجم الكحول المكتسب بالنسبة للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1.2 % من

عندما تعرض مادة غذائية صلبة داخل وسط سائل للحفظ، يبين أيضا الوزن الصافي المقطر لهذه المادة الغذائية. ويقصد بالوسط السائل، الماء والمحاليل المائية من السكر والملح أو عصير الفواكه والخضر، فقط في حالة الفواكه أو الخضر المصبرة، أو الخل، وحده أو مركبا.

المادة 21 : تحديد الكمية الصافية غير إلزامي بالنسبة للمواد الغذائية :

- القابلة لفقدان معتبر في حجمها أو كتلتها والتي تباع بالقطعة أو توزن أمام المشتري،

- التي تقل كميتها الصافية عن خمسة غرامات (5 غ) أو خمسة ميليلترات (5 مل) ما عدا التوابل والأعشاب العطرية،

- التي تباع بالقطعة، بشرط أن تكون القطع واضحة الرؤية وسهلة العد من الخارج أو إن تعذر ذلك يبين ذكرها على مستوى الموسم.

تحدد قائمة المواد الغذائية الخاضعة لفقدان معتبر في حجمها أو كتلتها، عند الاقتضاء، بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 22 : عندما يكون التغليف المسبق مكونا من تغليفين أو عدة تغليفات فردية تحتوي على نفس الكمية من نفس المادة الغذائية، يكون تحديد الكمية الصافية بذكر الكمية الصافية المحتواة داخل كل تغليف فردي وعددها الكلي.

غير أن هذه البيانات ليست إلزامية إذا كان العدد الكلي للتغليفات الفردية واضح الرؤية وسهل العد من الخارج، ويكون على الأقل بيان الكمية الصافية المحتواة داخل كل تغليف فرديا وواضحا ويمكن رؤيته من الخارج.

عندما يتكون التغليف المسبق من تغليفين أو عدة تغليفات فردية تحتوي على نفس الكمية من نفس المادة الغذائية والتي لا تعتبر كوحدة للبيع، يشار إلى الكمية الصافية بذكر الكمية الصافية الكلية والعدد الكلي للتغليفات الفردية.

القسم الخامس

المكونات

المادة 23 : تشمل قائمة المكونات ذكر جميع مكونات المادة الغذائية حسب الترتيب التنازلي في وزنها الأصلي المدمج كتلة/كتلة (ك/ك) وقت صناعة هذه المادة.

- تسمية البيع للمادة الغذائية،
- الكمية الصافية،

- التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك.

يجب أن توضع البيانات الإلزامية الأخرى للموسم المنصوص عليها في المادة 12 أعلاه على التغليف الشامل.

القسم الثالث

تسمية بيع المادة الغذائية

المادة 18 : يجب أن تبين تسمية البيع للمادة الغذائية طبيعتها بدقة ويجب أن تكون خاصة وليس عامة.

إذا حدد التنظيم التسمية أو التسميات التي تعطى لهذه المادة الغذائية، فيجب استعمال واحدة منها على الأقل وإذا لم توجد فتستعمل التسميات المنصوص عليها في المواصفات الدولية.

في حالة عدم وجود مثل هذه التسميات، يجب استعمال تسمية معتادة أو شائعة أو عبارة وصفية ملائمة من شأنها أن لا تؤدي إلى تغليب المستهلك.

يمكن استعمال تسمية "مخترة" أو "خيالية" أو تسمية "العلامة" أو "تسمية تجارية" بشرط أن ترفق بإحدى التسميات المبينة في الفقرتين 2 و3 أعلاه.

المادة 19 : يجب أن يحمل الموسم في نفس مكان تسمية البيع للمادة أو بالقرب منها مباشرة، العبارات أو مجموعة العبارات الضرورية لتفادي تغليب المستهلك، والمتعلقة بالطبيعة والشروط الدقيقة لصنع الغذاء، بما فيه محيط تعبئته وطريقة عرضه وكذلك الحالة التي يوجد فيها أو نوع المعالجة التي خضع لها.

القسم الرابع

الكمية الصافية

المادة 20 : يعبر عن بيان الكمية الصافية للمواد الغذائية حسب النظام الدولي المتري بما يأتي :

- قياسات الحجم بالنسبة للمواد الغذائية السائلة،

- قياسات الوزن بالنسبة للمواد الغذائية الصلبة،

- الوزن أو الحجم بالنسبة للمواد الغذائية العجينية أو اللزجة،

- عدد الوحدات بالنسبة للمواد الغذائية التي تباع بالقطعة.

المادة 27 : يجب أن توضع على الوسم وبوضوح المواد والمكونات الغذائية المعروفة بتسببها في الحساسيات أو الحساسيات المفرطة.

تحدد قائمة هذه المواد والمكونات في الملحق الثاني بهذا المرسوم.

وتعين هذه القائمة بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصحة والفلاحة.

المادة 28 : يجب أن يصرح بالماء المضاف في قائمة المكونات، إلا إذا كان هو نفسه جزءا من المكون، لا سيما نقيع الملح أو شراب السكر أو الحساء الذي يدخل في تركيبة الغذاء.

لا يذكر في الوسم الماء أو المكونات الأخرى المتبخرة أثناء الصنع.

القسم السادس

تعريف الحصة وتاريخ الصنع

المادة 29 : لتحديد الحصة، يجب أن يحمل كل وعاء للمادة الغذائية بيانا مرسوما أو علامة غير قابلة للمحو مشفرة أو واضحة تسمح بمعرفة مصنع الإنتاج وحصة الصنع.

تحدد حصة الصنع ببيان يتضمن إشارة إلى تاريخ الصنع، وتسبق هذه الإشارة بعبارة "حصة".

يعرف تاريخ الصنع بيوم الصنع أو يوم التوضيب أو يوم التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة تجميدا مكثفا أو بيوم التجميد بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة.

المادة 30 : تعفى من الإشارة إلى البيان المتعلق برقم الحصة على مستوى الوسم، المواد الغذائية السريعة التلف التي تقل مدة صلاحيتها الدنيا عن ثلاثة (3) أشهر أو تساويها بشرط أن يكون التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك مبينا بصفة واضحة وبالترتيب، باليوم والشهر على الأقل .

القسم السابع

التاريخ الأدنى للصلاحية والتاريخ الأقصى للاستهلاك

المادة 31 : يسبق التاريخ الأدنى للصلاحية بعبارة :

- " من المستحسن استهلاكه قبل " عندما يتضمن التاريخ الإشارة إلى اليوم،

- " من المستحسن استهلاكه قبل نهاية " في الحالات الأخرى.

تسبق هذه القائمة ببيان مناسب مكون من عبارة "مكونات" أو "يتضمن:"

عندما يتشكل مكون مادة غذائية نفسه من محتوين أو أكثر، يجب أن يوضع هذا المكون المركب في قائمة المكونات متبوعا بقائمة موضوعة بين قوسين من مكوناته الخاصة، يشار إليها حسب الترتيب التنازلي لحجمها.

عندما يستعمل منتج معالج بأشعة كمكون في مادة غذائية أخرى يشار إليه في قائمة المكونات.

المادة 24 : عندما تشير تسمية أو وسم المادة إلى وجود مكون أو عدة مكونات ضرورية لتمييز هذه المادة، يجب بيان كميتها إلا إذا استعملت هذه المكونات بنسب ضئيلة حيث تعتبر هذه الأخيرة في هذه الحالة كمكون لهذه المادة.

عندما يكون مكون مركبا قد أعطيت له تسمية في التنظيم الوطني أو في المواصفة الدولية وكان يدخل بنسبة خمسة بالمائة (5%) على الأقل في تركيب المنتج، فمن غير الضروري التصريح بالمكونات المشكلة له إلا إذا تعلق الأمر بالضافات الغذائية التي تؤدي وظيفة تكنولوجية في المنتج النهائي.

المادة 25 : تعفى المواد الغذائية الآتية من ذكر مكوناتها :

(1) الفواكه والخضر الطازجة التي لم تكن موضوع تقشير أو تقطيع أو معالجات أخرى مماثلة،

(2) المياه الغازية التي تظهر في تسميتها هذه الخاصية،

(3) خل التخمير المحصل عليه حصريا من منتج أساسي واحد ولم يضاف إليه أي مكون آخر،

(4) الأجبان والزبدة والليب والقشدة المخمرة، في حالة ما لم تضاف إلى هذه المواد إلا المنتوجات اللبنية والأنزيمات وتربية الجسيمات المجهرية الضرورية لصنعها أو إلا الملح الضروري لصنع الأجبان ماعدا تلك الطازجة أو الذاتية،

(5) المواد الغذائية التي لا تحتوي إلا على مكون واحد بشرط أن تكون تسمية المادة الغذائية مطابقة لاسم المكون أو يمكن أن تسمح بتحديد طبيعة المكون دون أي لبس.

المادة 26 : تحدد قائمة المكونات التي يجب أن تعين باسم خاص أو "اسم الصنف" في الملحق الأول بهذا المرسوم.

غير أن دهن البقر يجب أن يصرح به باسمها الخاص.

يسبق التاريخ الأقصى للاستهلاك بالعبارة " التاريخ الأقصى للاستهلاك " أو " يستهلك إلى غاية " ويجب أن تتبع إما بالتاريخ ذاته أو بالإشارة إلى المكان الذي توجد فيه على الوسم. يتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر واحتمالا إلى السنة. تتبع هذه العبارات بوصف شروط الحفظ التي يجب مراعاتها.

القسم الثامن تاريخ التجميد والتجميد المكثف

المادة 34 : في حالة المنتوجات الغذائية المجمدة أو المجمدة تجميدا مكثفا، يسبق تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالعبارة " مادة أو مواد غذائية مجمدة أو مجمدة تجميدا مكثفا..... ".

ويجب أن تتبع إما بالتاريخ ذاته وإما بالإشارة إلى المكان الذي توجد فيه على الوسم. يتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر والسنة.

القسم التاسع طريقة الاستعمال

المادة 35 : يجب أن تحتوي البطاقة، من أجل ضمان استعمال جيد، على طريقة الاستعمال بما في ذلك التعليمات لإعادة تشكيل بعض المنتوجات الغذائية.

تكون الإشارة إلى احتياطات الاستعمال إلزامية في حالة المواد الغذائية المجمدة أو المجمدة تجميدا مكثفا، على أنه يجب أن لا يعاد تجميدها ثانية بعد أن يزال عنها التجميد.

القسم العاشر الادعاءات

المادة 36 : يجب أن لا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير انطبعا خاطئا بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك.

يجب أن لا تكون الادعاءات المستعملة على الوسم وعرض المواد الغذائية الموضوعة حيز الاستهلاك:

- غير صحيحة أو غامضة أو مضللة،
- تثير شكوكا فيما يتعلق بالأمن و/أو تطابقها غذائيا مع مواد غذائية أخرى،

يجب أن تكمل البيانات المنصوص عليها في الفقرة أعلاه، إما بالتاريخ ذاته وإما بالإشارة إلى المكان الذي توجد فيه على الوسم.

يتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر والسنة. غير أنه، بالنسبة للمواد الغذائية التي تكون صلاحيتها:

- أقل من ثلاثة (3) أشهر أو تساويها، تكفي الإشارة إلى اليوم والشهر،
- أكثر من ثلاثة (3) أشهر، تكفي الإشارة إلى الشهر والسنة.

يجب أن يظهر على الوسم كل شرط خاص بتخزين المادة الغذائية إذا كانت صلاحية التاريخ مرتبطة بها.

المادة 32 : مع مراعاة الأحكام التي تفرض بيانات أخرى للتاريخ، فإن ذكر التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للاستهلاك غير مطلوب في حالة:

- الفواكه والخضر الطازجة التي لم تكن موضوع تقشير أو تقطيع أو معالجات أخرى مماثلة،

الخمور والمشروبات الكحولية والخمور المزبدة والصور المعطرة والمواد المماثلة المحصل عليها من فواكه أخرى غير العنب وكذا المشروبات المصنعة من العنب أو عصير العنب،

- المشروبات المحتوية على نسبة 10% أو أكثر من الكحول، في حجمها،

- منتوجات المخازن أو الحلويات، التي تستهلك عادة بحكم طبيعتها في حدود 24 ساعة من تاريخ صنعها،

- الخل،

- الملح من النوعية الغذائية،

- السكر في حالة صلبة،

- المنتوجات السكرية المتكونة من السكر المعطر

و/أو الملون،

- علك المضغ ومنتوجات مماثلة للمضغ.

المادة 33 : يستبدل التاريخ الأدنى للصلاحية بالتاريخ الأقصى للاستهلاك في حالة المنتوجات الغذائية السريعة التلف والتي يمكن بعد مدة أقل من ثلاثة (3) أشهر أن تشكل خطرا فوريا على صحة الإنسان.

(10) علامة المطابقة المتعلقة بالامن.

(11) بيان الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار المذكورة في الملحق الرابع بهذا المرسوم.

يمكن أن توضع طريقة الاستعمال المنصوص عليها في النقطة 5 أعلاه، على بطاقة المنتج أو ترفق داخل تغليفه.

المادة 39 : يجب أن يحتوي وسم المنتجات غير الغذائية الخاضعة للترخيص المسبقة المنصوص عليها في التنظيم المعمول به على مراجع الرخصة.

المادة 40 : يجب أن تختلف تسمية البيع للمنتج عن العلامة التجارية أو علامة الصنع أو التسمية الخيالية، ويجب أن تسمح للمستهلك بمعرفة طبيعة المنتج بدقة.

المادة 41 : يجب أن يحتوي الإعلام حول الاحتياطات المتخذة لاستعمال المنتجات غير الغذائية على التحذيرات المتعلقة بالأخطار المرتبطة باستعمالها، حسب طبيعتها والاستعمال الموجهة إليه.

المادة 42 : يجب أن تجمع البيانات المتعلقة بالعلامة و/أو تسمية بيع المنتج والكمية الصافية وعلامة المطابقة في نفس المجال البصري الرئيسي للوسم.

المادة 43 : يعبر بالإشارة عن الكمية الصافية للمنتج، حسب طبيعته، طبقا للنظام المتري الدولي كما يأتي :

- مقاييس الحجم بالنسبة للمنتجات السائلة،
- مقاييس الوزن بالنسبة للمنتجات الصلبة أو العجينية،
- عدد الوحدات بالنسبة للمنتجات المبيعة بالقطعة.
- كل قياس آخر خاص .

المادة 44 : يجب أن تكون البيانات الإجمالية المتعلقة بالعلامة والمنشأ منقوشة أو موضوعة على المنتج، حسب طبيعته، بطريقة يتعذر محوها.

المادة 45 : في إطار تحديد الحصة أو السلسلة، يجب أن يحمل كل حاو أو تغليف لمنتج غير غذائي، تسجيلا منقوشا أو علامة يتعذر محوها، في صورة رمز أو بطريقة واضحة تسمح بتحديد مصنع الإنتاج والحصة المصنوعة.

- تشجع أو تسمح بالاستهلاك المفرط لمادة غذائية،
- توجي بأن تغذية متوازنة ومتنوعة لا يمكن أن توفر كل العناصر الغذائية بكمية كافية،
- غير مبررة،

- تشير إلى تغييرات في الوظائف الجسمية التي يمكن أن تشير مخاوف عند المستهلك إما في شكل نصوص أو صور أو أشكال خطية أو عروض رمزية،

- تشير إلى خصائص وقائية أو علاجية للأمراض البشرية، باستثناء المياه المعدنية الطبيعية والمواد الغذائية الموجهة لتغذية خاصة.

الفصل الرابع

المنتجات غير الغذائية

المادة 37 : تطبق أحكام هذا الفصل على كل المنتجات غير الغذائية سواء كانت أداة أو وسيلة أو جهازا أو آلة أو مادة موجهة للمستهلك لاستعماله الخاص و/ أو المنزلي.

المادة 38 : زيادة على البيانات الإجمالية المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما، يجب أن يشمل الإعلام المتعلق بالمنتجات غير الغذائية حسب طبيعتها وطريقة عرضها، البيانات الإجمالية الآتية :

- (1) تسمية البيع للمنتج،
- (2) الكمية الصافية للمنتج، المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي،
- (3) الاسم أو عنوان الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموزع أو المستورد عندما يكون المنتج مستوردا،
- (4) بلد المنشأ و/أو المصدر عندما يكون المنتج مستوردا،
- (5) طريقة استعمال المنتج،
- (6) تعريف الحصة أو السلسلة و/ أو تاريخ الإنتاج،
- (7) التاريخ الأقصى للاستعمال،
- (8) الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن،
- (9) مكونات المنتج وشروط التخزين،

المادة 52 : يجب على مقدم الخدمة إعلام المستهلك، عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بواسطة أي طريقة أخرى مناسبة، بالخدمات المقدمة والتعريفات والحدود المحتملة للمسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم الخدمة.

المادة 53 : يجب على مقدم الخدمة، قبل إبرام العقد، إعلام المستهلك بالخصائص الأساسية للخدمة المقدمة.

في حالة عدم وجود عقد مكتوب، يطبق هذا الإلزام قبل بداية تنفيذ الخدمة المقدمة.

المادة 54 : يجب على مقدم الخدمة أن يضع تحت تصرف المستهلك، بصفة واضحة ودون لبس، المعلومات الآتية :

- الاسم أو عنوان الشركة والعنوان والمعلومات الخاصة بمقدم الخدمات،
- الشروط العامة المطبقة على العقد.

المادة 55 : يجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك، بكل الوسائل الملائمة، حسب طبيعة الخدمة، بالمعلومات الآتية :

(1) اسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه أو إذا تعلق الأمر بشخص معنوي عنوان شركته، ومقر شركته وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة شخصا آخر،

(2) رقم القيد في السجل التجاري أو في سجل الصناعة التقليدية والحرف،

(3) رقم وتاريخ الرخصة واسم وعنوان السلطة التي سلمتها بالنسبة للنشاطات المقننة،

(4) تكاليف النقل والتسليم والتركيب،

(5) كيفية التنفيذ والدفع،

(6) مدة صلاحية العرض وسعره،

(7) المدة الدنيا للعقد المقترح، عندما يتضمن تزويدا مستمرا أو دوريا للخدمة،

(8) البنود المتعلقة بالضمان،

(9) شروط فسخ العقد.

المادة 56 : تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك.

تحدد الحصة أو سلسلة التصنيع بإشارة تشمل مرجع تاريخ الصنع، وتسبق هذه الإشارة بعبارة "حصة أو سلسلة". ويحدد تاريخ الصنع باليوم والشهر وسنة الإنتاج.

المادة 46 : يجب أن يسبق التاريخ الأقصى للاستعمال، حسب طبيعة المنتج واستعماله، بعبارة :

- للاستعمال قبل..... مع الإشارة إلى الشهر والسنة، عندما تكون مدة الاستعمال أقل من 24 شهرا،

- للاستعمال قبل نهاية..... مع الإشارة إلى السنة، عندما تكون مدة الاستعمال أكثر من 24 شهرا.

يجب ألا يوضع المنتج قيد الاستهلاك بعد هذا التاريخ.

المادة 47 : توضع بيانات الوسم المذكورة في المادة 38 أعلاه، إما على بطاقة مثبتة جيدا على التغليف وإما بطريقة الطبع المباشر على التغليف أو على المنتج نفسه عندما يكون غير مغلف.

المادة 48 : يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن المرتبطة باستعمال المنتج.

يجب أن تبين هذه المعلومات في دليل الاستعمال وفي طريقة الاستعمال وكذا على التغليف أو على المنتج نفسه.

المادة 49 : في حالة الاستحالة عمليا لذكر المعلومات الإجبارية على التغليف، وباستثناء البيانات المنصوص عليها في النقاط 1 و2 و3 و7 و11 من المادة 38 أعلاه، يجب أن يشار في هذا التغليف إلى أن باقي المعلومات موجودة في الدليل المرفق.

المادة 50 : تحدد الكيفيات الخاصة بالإعلام المتعلقة بالمواد غير الغذائية، عند الحاجة، بقرارات من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش و/ أو بالاشتراك مع الوزير أو الوزراء المعنيين.

الفصل الخامس

الخدمات

المادة 51 : تطبيق أحكام هذا الفصل على الخدمات المقدمة للمستهلك بمقابل أو مجانا.

- من قبل المتعاملين الاقتصاديين لاستعمالهم المهني الخاص.

يجب أن تتشوي هذه المنتوجات على الوسم المطابق لتنظيم لبلد المنشأ أو بلد المصدر.

المادة 60: يمنع استعمال كل بيان أو إشارة أو كل تسمية خيالية أو كل طريقة تقديم أو وسم وكل أسلوب للإشهار أو العرض أو الوسم أو البيع من شأنه إدخال لبس في ذهن المستهلك، لا سيما حول الطبيعة والتركيبية والنوعية الأساسية ومقدار العناصر الأساسية وطريقة التناول وتاريخ الإنتاج وتاريخ الحد الأقصى للاستهلاك والكمية ومنشأ أو مصدر المنتج.

كما يمنع كل بيان يرمي إلى التمييز المفرط لمنتوج على حساب منتج مماثل آخر.

المادة 61: تمنع الحيازة أو العرض للبيع أو البيع أو التوزيع المجاني بدون رخصة من المصالح المختصة، للمنتوجات:

- التي لا يتطابق وسمها مع أحكام هذا المرسوم.
- التي تخزن في ظروف غير مطابقة لتلك المقررة على وسمها أو على كل سند آخر يستعمل للمنتوجات أو الخدمات.

المادة 62: كل إخلال بأحكام هذا المرسوم يعاقب عليه طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لا سيما أحكام القانون رقم 09 - 03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمذكور أعلاه.

المادة 63: تُلغى أحكام:

- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 22 ربيع الثاني عام 1411 الموافق 10 نوفمبر سنة 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها، المعدل والمتم.

المادة 64: تدخل أحكام هذا المرسوم حيز التنفيذ بعد سنة واحدة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 65: ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. حرر بالجزائر في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013.

عبد المالك سلال

المادة 57: تحدد الكيفيات الخاصة بالإعلام المتعلقة بالخدمات، عند الحاجة، بقرارات من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش و/ أو بقرار مشترك مع الوزير أو الوزراء المعنيين.

الفصل السادس

أحكام نهائية

المادة 58: يجب أن يحتوي الإعلام المتعلق بالمواد الأولية الموجهة للإنتاج والتحويل والتوضيب أو لكل استعمال مهني آخر غير ذلك الموجه مباشرة للمستهلك، على البيانات الإجبارية الآتية:

- (1) تسمية المنتج.
- (2) الكمية الصافية، المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي.
- (3) الاسم أو عنوان الشركة والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو المستورد إذا كان المنتج مستوردا.
- (4) المنشأ أو مكان المصدر إذا كان المنتج مستوردا.
- (5) الشروط الخاصة بالحفظ و/ أو الاستعمال.
- (6) تعريف الحصة والسلسلة و/ أو مختلف التواريخ (الإنتاج، الحد الأقصى للاستهلاك...)، عند الاقتضاء.
- (7) عبارة "حلال"، للمنتوجات المعنية.

يجب أن توضع البيانات المذكورة في النقاط 1 و 2 و 3 و 6 مباشرة على التغليف ويمكن أن تدرج البيانات الأخرى في الوثائق المرفقة بالبضاعة.

عندما تكون المواد الأولية المعروضة غير معبأة، فإن البيانات الإجبارية المذكورة أعلاه، تدرج في الوثائق المرفقة.

المادة 59: لا تطبق أحكام هذا المرسوم على المنتوجات المقتناة:

- في إطار المقايضة الحدودية.
- مباشرة للاستهلاك الخاص لمستخدمي الشركات أو الهيئات الأجنبية.
- من قبل محلات البيع المر وخدمات الإطعام وشركات النقل الدولي للمسافرين والمؤسسات الفندقية والسياحية المصنفة والهلال الأحمر الجزائري والجمعيات والهيئات المماثلة المعتمدة قانونا.

الملحق الأول

مجموعة المكونات التي يمكن تعريفها باسم الصنف بدلا من الاسم الخاص

باستثناء المكونات المرقمة في الملحق الثاني لهذا المرسوم، يمكن تسمية المكونات التي تنتمي لأحد أصناف المواد الغذائية المذكورة أدناه والتي تدخل في تركيب المادة الغذائية، بالاسم الوحيد لهذا الصنف بدلا من الاسم الخاص.

تعريف صنف المادة الغذائية	تعيين اسم الصنف
الزيوت المكررة ما عدا زيت الزيتون	"زيت" تتمم : - إما بوصف ، حسب الحالة "نباتية" أو "حيوانية"، - إما بإشارة إلى المنشأ الخاص نباتي أو حيواني. يجب أن يتبع بيان زيت هيدروجيني بوصف "مهدرج كلياً" أو "مهدرج جزئياً".
المواد الدسمة المكررة	"شحم" أو "مادة دسمة" تتمم : - إما بوصف حسب الحالة "نباتي" أو حيواني - إما بإشارة إلى المنشأ الخاص نباتي أو حيواني. يجب أن يتبع بيان شحم هيدروجيني بوصف "مهدرج كلياً" أو "مهدرج جزئياً"
خليط الدقيق المتحصل عليه من صنفين أو عدة أصناف من الحبوب	"دقيق" يتبع بتعداد أصناف الحبوب المحصلة منها وهذا حسب الترتيب التنازلي لأهمية الوزن
نشاء ونشويات غير محولين ونشاء ونشويات محولة بطريقة فيزيائية أو إنزيمية (1)	"نشاء ونشويات"
كل أصناف الأسماك عندما يكون السمك يشكل مكونا لمادة غذائية أخرى، بشرط أن لا تنسب التسمية وعرض هذه المادة إلى صنف معين من السمك	"سمك"، "أسماك"
كل أنواع لحوم الدواجن في حالة ما إذا كانت هذه الأخيرة تشكل مكونا لغذاء آخر بشرط أن لا يشير وسم وعرض هذا الغذاء إلى نوع خاص من لحم الدواجن	"لحم الدواجن"
كل أصناف الجبن عندما يشكل الجبن أو خليط الأجبان مكونا لمادة غذائية أخرى شرط أن لا يشير وسم وعرض هذه المادة الغذائية إلى نوع معين من الجبن	"جبن"، "أجبان"
كل التوابل ومستخلص التوابل التي لا تتعدى 2 % من الوزن في المادة الغذائية	"توابل" أو "خليط التوابل"
كل النباتات أو أجزاء من النباتات العطرية التي لا تتعدى 2 % من الوزن في المادة الغذائية	"نبات عطري" أو "نباتات عطرية" أو "خليط نباتات عطرية"

(1) يتمم اسم "نشاء" دائما بتعيين أصله النباتي الخاص عندما يمكن لهذا المكون أن يشمل الغلوتين.

الملحق الأول (تابع)

تعين اسم الصنف	تعريف صنف المادة الغذائية
"علك أساسي"	كل تحضير من أساس العلك والمستعمل في صنع العلك الأساسي لعلك المضع
"سكر"	كل أصناف السكروز
"دكستروز"	دكستروز خال من الماء أو أحادي التمويه دكستروز
"شراب الغلوكوز"	شراب الغلوكوز وشراب الغلوكوز منزوع الماء
"مسحوق الخبز"	مسحوق الخبز بكل أنواعه
"بروتينات الحليب"	كل بروتينات الحليب (الجبنين وأملاح الجبنين وبروتينات اللبن ومصل اللبن) وخليطهم
"زبدة الكاكاو"	زبدة الكاكاو المضغوطة ، إيكسبلاغ أو المكررة
"فواكه مصبيرة"	كل الفواكه المصبيرة التي لا تتعدى 10 % من وزن المادة الغذائية
"خضر"	كل خليط الخضر الذي لا يتعدى 10 % من وزن المادة الغذائية
"خمر"	كل أنواع الخمر

الملحق الثاني

المواد والمكونات الغذائية المسببة للحساسية أو الحساسية المفرطة

1 - الحبوب المحتوية على الغلوتين ، لاسيما القمح والشيلم والشعير والخرطال والخندروس والكاموت وأوسلاتها المهجنة والمنتجات المعدة أساسا من هذه الحبوب باستثناء :

- شراب الغلوكوز المعد أساسا من القمح، بما في ذلك دكستروز (1)،

- مالتودكسترين المعد أساسا من القمح (1)،

- شراب الغلوكوز المعد أساسا من الشعير،

- حبوب مستعملة في صناعة المقطرات الكحولية، بما فيها الكحول الإيثيلي من أصل فلاحى.

2 - القشريات و المنتجات المعدة أساسا من القشريات،

3 - البيض و المنتجات المعدة أساسا من البيض،

4 - الأسماك و المنتجات المشتقة منها ، باستثناء :

- جيلاتين السمك المستعملة كدعامة لمستحضرات الفيتامينات أو الكاروتنوئيدات،

- جيلاتين السمك أو غراء السمك المستعملة كعامل تصفية في الجعة والخمر.

5 - الفول السوداني و المنتجات المعدة أساسا من الفول السوداني،

6 - الصوجا و المنتجات المعدة أساسا من الصوجا، ماعدا :

- زيت و دسم الصوجا المكرر كلياً (1)،

(1) و المنتجات المشتقة، في حالة ما إذا كان التحويل الذي خضعت له ، من غير المحتمل أن يرفع مستوى الحساسية المقيّم من طرف السلطة الصحية المؤهلة للمنتوج الأساسي المشتقة منه.

(بروتوليثيا إكسيلزا)، الفستق (بيستاسيا فيرا) وجوز
الماكاداميا أو الكوينسلان (ماكاداميا ترنيفوليا)
والمنتجات المعدة أساسا من هذه الفواكه باستثناء
الفواكه ذات القشرة المستعملة لصناعة المقطرات
الكحولية بما في ذلك الكحول الإيثيلي ذي أصل فلاحى،

9- الكرافس و المنتجات المعدة أساسا من
الكرافس ،

10- الخردل و المنتجات المعدة أساسا من الخردل ،

11- حبوب السمسم و المنتجات المعدة أساسا من
حبوب السمسم ،

12- الأنهيدريد سولفيروسولفيثات بتركيز أكثر
من 10 ملغ/ كلف أو 10 ملغ/ لتر حسب SO₂ الكلي
للمنتوجات المعروضة الجاهزة للاستهلاك أو المعاد
تشكيلها، طبقا لتعليمات المنتج ،

13- الترمس و المنتجات المعدة أساسا من
الترمس،

14- الرخويات و المنتجات المعدة أساسا من
الرخويات.

- التوكوفيرولات المختلطة طبيعيا (SIN 306) ، دي
-ألفا - توكوفيرول طبيعي و أستات دي- ألفا -
توكوفيريل طبيعي و سكسينات دي - ألفا-
توكوفيريل طبيعي المشتقة من الصوجا،

- فيتوستيروولات و استيريات الفيتوستيروول
المشتقة من الزيوت النباتية للصوجا،

- استير الستانول النباتي المنتج من
السيترولولات المشتقة من الزيوت النباتية للصوجا.

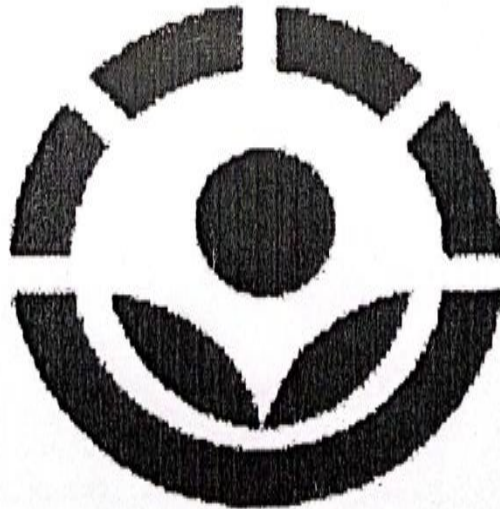
7- الحليب و المنتجات المعدة أساسا من الحليب
(بما في ذلك اللاكتوز) باستثناء :

- مصل اللبن المستعمل في تصنيع المقطرات
الكحولية بما في ذلك الكحول الإيثيلي من أصل فلاحى ،
- اللكتيتول .

8 - الفواكه ذات القشرة لا سيما اللوز
(أميقدالوس كميونيس . ل) والبندق (كوريلوس أفلانا)
والجوز (جوفلونس ريجيا) و جوز الكاجو (أنا
كارديوم أوكسيدونتال) و الجوز الأمريكى [كاريا
إلينوانزس (k . koch (wangenh) و جوز البرازيل

الملحق الثالث

رمز الإشعاع العالمي للأغذية



الملحق الرابع
الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار

المنتوج الذي يمكن أن يسبب أخطارا حادة أو مزمنة وحتى الموت، بالاستنشاق أو الابتلاع أو اختراق الجلد.	T+ : سام جدا	
المنتوج الذي يمكن أن يسبب أخطارا حادة أو مزمنة وحتى الموت، بالاستنشاق أو الابتلاع أو اختراق الجلد.	T : سام	
المنتوج الذي يمكن أن يسبب أخطارا محدودة الضخورة، بالاستنشاق أو الابتلاع أو اختراق الجلد.	Xn : ضار	
منتوج غير قابل للتآكل يمكن أن يسبب تفاعلا التهابيا مع الاتصال الفوري أو الطويل أو المتكرر مع الجلد أو الأغشية المخاطية.	Xi : مهيج	
منتوج يمكن أن يلهب بسهولة كبيرة.	F+ : شديد الالتهاب	
منتوج يمكن أن يلهب بسهولة.	F : سهل الالتهاب	
منتوج يمكن أن يدمر الأنسجة الحية عند ملامسته لها.	C : متآكل	
منتوج يمكنه الانفجار تحت تأثير لهب أو صدمة شديدة.	E : متفجر	
خطير على البيئة	N : خطير على البيئة	
منتوج يطلق حرارة مرتفعة بالاتصال مع مواد أخرى لا سيما مع المواد القابلة للالتهاب.	O : مشتعل	

16 شعبان عام 1439 هـ
2 مايو سنة 2018 م

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 25

23

وزارة التجارة

قرار وزاري مشترك مؤرخ في 28 محرم عام 1439 الموافق 19 أكتوبر سنة 2017، يحدد الكيفيات المطبقة في مجال الوسم الغذائي على المواد الغذائية.

إن وزير التجارة،

ووزير الصناعة والمناجم،

ووزير الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري،

ووزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات،

- بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 243-17 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1438 الموافق 17 غشت سنة 2017 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 11-379 المؤرخ في 25 ذي الحجة عام 1432 الموافق 21 نوفمبر سنة 2011 الذي يحدد صلاحيات وزير الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 14 جمادى الثانية عام 1433 الموافق 6 مايو سنة 2012 والمتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك لا سيما المادة 14 منه،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 14-241 المؤرخ في أول ذي القعدة عام 1435 الموافق 27 غشت سنة 2014 الذي يحدد صلاحيات وزير الصناعة والمناجم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 15-72 المؤرخ في 21 ربيع الثاني عام 1436 الموافق 11 فبراير سنة 2015 والمتضمن إنشاء اللجنة الوطنية المتعددة القطاعات للوقاية من الأمراض غير المعدية ومكافحتها وتحديد مهامها وتنظيمها وسيرها،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 16-242 المؤرخ في 20 ذي الحجة عام 1437 الموافق 22 سبتمبر سنة 2016 الذي يحدد صلاحيات وزير الفلاحة والتنمية الريفية والصيد البحري،

يقررون ما يأتي :

المادة الأولى : تطبقا لأحكام المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 5 محرم عام 1435 الموافق 9 نوفمبر سنة 2013 والمذكور أعلاه، يهدف هذا القرار إلى تحديد الكيفيات المطبقة في مجال الوسم الغذائي على المواد الغذائية.

المادة 2 : تطبق أحكام هذا القرار على المواد الغذائية المعبأة مسبقا والموجهة للاستهلاك البشري.

وتستبعد المواد الغذائية الواردة في القائمة المحددة في الملحق الثالث من هذا القرار من تطبيق أحكام هذا القرار.

المادة 3 : يشمل الوسم الغذائي :

- التصريح بالعناصر المغذية،

- المعلومات الغذائية الإضافية.

المادة 4 : يقصد، في مفهوم هذا القرار، بما يأتي :

- **التصريح بالعناصر المغذية :** بيان أو قائمة العناصر المغذية المحتواة في المادة الغذائية.

- **عنصر مغذ :** كل مادة تستهلك عادة كمكوّن للمادة الغذائية مانحة للطاقة أو ضرورية لنمو وتطور الإنسان والمحافظلة على صحته أو يؤدي نقصها إلى حدوث اضطرابات بيوكيميائية أو فيزيولوجية معينة.

- **الادعاء الغذائي :** كل عرض أو إشهار يبيّن أو يقترح أو يفهم منه أن للمادة الغذائية مميزات غذائية خاصة وهي تشمل على الخصوص، قيمتها الطاقوية وكميتها من البروتينات والدهون والغلوسيدات وكذا كميتها من الفيتامينات والأملاح المعدنية.

- **المغذيات :** البروتينات والغلوسيدات والدهون والألياف الغذائية والملح والفيتامينات والأملاح المعدنية وكذا المواد المنتمة لها أو مكونات لإحدى هذه الفئات.

- **مادة أخرى :** مادة غير العنصر المغذي لها تأثير غذائي أو فيزيولوجي.

- **القيم الغذائية المرجعية (VNR) :** قيم عددية مبنية على معطيات علمية وضعت لغرض الوسم الغذائي واستعمال الادعاءات المبيّنة، وهي تشمل فئتين :

- * الغلوسيدات القابلة للهضم ما عدا الألياف الغذائية.
- * السكر الإجمالي،
- * الدهون،
- * الدهون المشبعة،
- * الملح.

- كمية من أي مادة أخرى وضع لأجلها ادعاء غذائي،
- كمية من أي عنصر مغذي يعتبر ذا أهمية للحفاظ على الحالة الغذائية الجيدة.

المادة 6 : يمكن أن يتم محتوى التصريح الغذائي

المنصوص عليه في المادة 5 أعلاه، ببيان كميات عنصر أو أكثر من العناصر الآتية :

- النشاء،
- البوليولات،
- الأحماض الدهنية غير المشبعة أحادية،
- الأحماض الدهنية غير المشبعة متعددة،
- الكوليسترول،

- الأملاح المعدنية أو الفيتامينات الموجودة بكمية معتبرة والمذكورة في الملحق الأول، النقطة الأولى، من هذا القرار.

المادة 7 : عندما يتعلق الادعاء بما يأتي :

- كمية و/أو نوع الغلوسيدات، يجب أن تذكر كمية السكر الإجمالي بالإضافة إلى البيانات الإلزامية المذكورة في المادة 5 أعلاه، ويمكن أن تذكر أيضا كميات النشاء و/أو مكونات غلوسيدية أخرى،

- قيمة الألياف الغذائية، يجب أن تذكر كمية الألياف الغذائية،

- كمية و/أو نوع الأحماض الدهنية أو قيمة الكوليسترول، يجب أن تذكر كميات الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية غير المشبعة أحادية والأحماض الدهنية غير المشبعة متعددة والكوليسترول وذلك طبقا لأحكام المادة 18 من هذا القرار.

المادة 8 : إضافة إلى البيانات الإلزامية المذكورة في

المادتين 5 و 7 أعلاه، يجب أن تذكر فقط الفيتامينات والأملاح المعدنية التي وضعت بشأنها مقادير موصى بها و/أو تملك أهمية غذائية، وهذا وفقا للخصائص المحددة في الملحق الأول، النقطة الأولى - أ، من هذا القرار.

1. القيم الغذائية المرجعية المتعلقة

بالاحتياجات (VNR-B) : تعين القيم الغذائية المرجعية (VNR) المستندة إلى مستوى العناصر المغذية المرتبطة بالاحتياجات الغذائية.

2. القيم الغذائية المرجعية المتعلقة بالأمراض

غير المعدية (VNR-MNT) : تعين القيم الغذائية المرجعية المستندة إلى مستوى العناصر المغذية المرتبطة بانخفاض مخاطر الأمراض غير المعدية المتعلقة بالنظام الغذائي والتي لا تشمل الأمراض أو الاضطرابات المرتبطة بنقص في العناصر المغذية.

- سكر : جميع العناصر أحادية السكر وثنائية السكر الموجودة في المادة الغذائية.

- الألياف الغذائية : البوليميرات الغلوسيدية التي

لها عشر وحدات أحادية أو أكثر، والتي لا تتحلل بفعل الإنزيمات الداخلية للأمعاء الدقيقة للإنسان وتنتمي إلى الفئات الآتية :

1. البوليميرات الغلوسيدية القابلة للأكل، متواجدة طبيعيا في المادة الغذائية المستهلكة على حالها،
2. البوليميرات الغلوسيدية التي تم الحصول عليها من المادة الغذائية الخام بوسائل فيزيائية أو إنزيمية أو كيميائية ولها أثر فيزيولوجي ذو فائدة صحية،
3. البوليميرات الغلوسيدية الاصطناعية التي لها أثر فيزيولوجي ذو فائدة إيجابية على الصحة كما أثبتت الأدلة العلمية المقبولة عموما.

- الأحماض الدهنية غير المشبعة متعددة :

الأحماض الدهنية المحتوية على روابط الميثيلين المتظاهر.

- الأحماض الدهنية التقابلية : جميع الأيزومرات

الهندسية من الأحماض الدهنية غير المشبعة أحادية وغير المشبعة متعددة التي تملك روابط مزدوجة غير متوافقة كربون - كربون وتقطعها، على الأقل، مجموعة ميثيلين في الشكل التقابلي.

المادة 5 : يجب أن يتضمن التصريح الغذائي إلزاميا العناصر الآتية :

- القيمة الطاقوية،

- كمية من :

* البروتينات،

هذه المعلومات بالحصة كما هي محددة كميًا على الوسم/ أو بالقطعة، وذلك بشرط أن يكون عدد القطع مبينًا على التغليف.

المادة 14 : يجب أن يعبر عن المعطيات الرقمية المتعلقة بالفيتامينات والأملاح المعدنية بوحدات مترية و/ أو بالنسب المئوية للقيم الغذائية المرجعية لكل 100 غ أو لكل 100 ملل. ويمكن التعبير عن هذه المعلومات بالحصة كما هي محددة كميًا على الوسم أو بالقطعة وذلك بشرط أن يكون عدد القطع مبينًا على التغليف.

المادة 15 : يمكن أن يعبر عن القيمة الطاقوية وكذا البروتينات والدهون الإجمالية، والأحماض الدهنية المشبعة والغلوسيدات والسكر والملح بالنسب المئوية للمقادير اليومية المرجعية لكل 100 غ أو 100 ملل، وفقا للملحق الأول، النقطة 2، من هذا القرار.

عند التعبير عن المقادير اليومية المرجعية كما هو مبين في الفقرة الأولى أعلاه، يجب على المتدخل أن يضع مباشرة وبالقرب من المقادير اليومية المرجعية البيان الآتي : " المقدار اليومي المرجعي بالنسبة لشخص بالغ (8400 كيلو جول - 2000 كيلو حريرة)".

المادة 16 : يجب أن تجمع المعلومات المتعلقة بالوسم الغذائي في مكان واحد وفي شكل جدول مع تصنيف الأرقام عندما تسمح المساحة بذلك. وإذا كانت المساحة لا تكفي، تعطى هذه المعلومات في شكل خطي أفقي.

المادة 17 : تخص القيم الغذائية المرجعية (VNR) المحددة في الملحق الأول، النقطتين الأولى و3 من هذا القرار، المستهلكين الذين تزيد سنهم عن 36 شهرا، ويجب أن تستخدم هذه القيم الغذائية المرجعية لأغراض الوسم وهذا للسماح للمستهلكين بالاختيار الذي يساهم في تحقيق مقدار غذائي شامل وصحي.

وهي تضم نوعين من القيم الغذائية المرجعية :

- القيم الغذائية المرجعية المتعلقة بالاحتياجات (VNR-B)،

- القيم الغذائية المرجعية المتعلقة بالأمراض غير المعدية (VNR- MNT).

المادة 18 : يجب أن يبين وجود الغلوسيدات القابلة للهضم على الوسم بعبارة "غلوسيدات".

المادة 9 : يتم حساب القيمة الطاقوية باستخدام عوامل التحويل المذكورة أدناه :

- الغلوسيدات 4 كيلو حريرة / غ - 17 كيلو جول / غ
- البروتينات 4 كيلو حريرة / غ - 17 كيلو جول / غ
- الدهون 9 كيلو حريرة / غ - 37 كيلو جول / غ،
- البوليولات 2.4 كيلو حريرة / غ - 10 كيلو جول / غ
- الكحول (الإيثانول) 7 كيلو حريرة / غ - 29 كيلو جول / غ
- الأحماض العضوية 3 كيلو حريرة / غ - 13 كيلو جول / غ
- الألياف الغذائية 2 كيلو حريرة / غ - 8 كيلو جول / غ

يجب أن تحسب كمية البروتينات باستخدام المعادلة الآتية :

البروتين = الأزوت الإجمالي (كجلدال) × 6.25. ما لم يتوفر عامل آخر لبروتينات المادة الغذائية المعنية والمنصوص عليها في التنظيم المعمول به أو، عند الاقتضاء، مواصفة جزائرية وفي غيابها مواصفة دولية.

المادة 10 : يجب أن تذكر القيمة الطاقوية وكمية المغذيات للمادة الغذائية كما تباغ.

يجب أن تكون القيم المستعملة للتصريح بالعناصر المغذية قيم متوسطة مرجحة ومستمدة من معطيات متحصل عليها بدقة عن طريق :

- تحليل المادة الغذائية المنجز من طرف المتدخل،
- الحساب المنجز انطلاقا من القيم المتوسطة المعروفة أو الفعلية المتعلقة بالمكونات المستعملة.

المادة 11 : يجب أن تعرض المعطيات المتعلقة بالقيمة الطاقوية وبكل المغذيات المحددة في المادتين 5 و6 أعلاه، بشكل رقمي. إلا أنه بالإضافة للأرقام، يمكن استعمال طرق عرض أخرى (صور توضيحية ورموز...).

المادة 12 : يجب أن يعبر عن المعلومات المتعلقة بالقيمة الطاقوية بالكيلو جول وبالكيلو حريرة لكل 100 غ أو لكل 100 ملل. بالإضافة إلى ذلك، يمكن التعبير عن هذه المعلومات بالحصة كما هي محددة كميًا على الوسم أو بالقطعة، وذلك بشرط أن يكون عدد القطع مبينًا على التغليف.

المادة 13 : يجب أن يعبر عن المعلومات المتعلقة بكميات البروتينات والغلوسيدات والدهون في المادة الغذائية بالغرام (غ) لكل 100 غ أو لكل 100 ملل. ويمكن التعبير عن

ويمكن وضع ادعاء يبين أن المادة الغذائية خالية من العنصر "س"، إذا توفرت فيها الشروط المحددة في البيان "خال من العنصر (س)" الواردة في الملحق الثاني من هذا القرار.

المادة 22 : عندما تكون المادة الغذائية موضوع الادعاء بطبيعتها ضعيفة القيمة الغذائية أو خالية من العنصر المغذي، يجب ألا تسبق العبارة التي تصف قيمة هذا العنصر مباشرة اسم المادة الغذائية، بل توضع كما يأتي: "مادة غذائية ذات قيمة ضئيلة من (اسم العنصر المغذي)" أو "مادة غذائية خالية من (اسم العنصر المغذي)".

المادة 23 : يجب أن يستند الادعاء الغذائي على أدلة علمية مقبولة عموماً ومبررة، ويجب على المتدخل الذي يضع بيان ادعاء غذائي أن يبرر استخدامه.

ولا يسمح باستخدام ادعاء غذائي إلا إذا كان من المتوقع فهم الآثار المفيدة الواردة في الادعاء من طرف المستهلك العادي.

ويكون استعمال كل ادعاء متعلق بالصحة مشروطاً بالموافقة المسبقة من المصالح المؤهلة المكلفة بالصحة طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 24 : لا تشكل ادعاءات غذائية:

- بيان المواد في قائمة المكونات،

- بيان العناصر المغذية التي تعد كعناصر إلزامية في الوسم الغذائي،

- التصريح الكمي أو النوعي لبعض العناصر المغذية أو المكونات على الوسم في حالة ما إذا نص عليها التنظيم المعمول به.

المادة 25 : تسري أحكام هذا القرار بعد سنة (1) واحدة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 26 : ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 28 محرم عام 1439 الموافق 19 أكتوبر سنة 2017.

وزير الصناعة والمناجم

يوسف يوسف

وزير التجارة

محمد بن مرادي

وزير الصحة والسكان
وإصلاح المستشفيات

مختار حسبلوي

وزير الفلاحة والتنمية
الريفية والصيد البحري

عبد القادر بوعزقي

وعند وضع بيان لنوع الغلوسيدات، يجب أن يتبع هذا الأخير مباشرة بكمية الغلوسيدات الإجمالية بالشكل الآتي:

".....غ من الغلوسيدات منها.....غ من سكر".

ويمكن أيضاً كتابة ما يأتي: ".....غ من س".

"س" يمثل الاسم الخاص لأي مكون غلوسيدي آخر.

وعند وضع بيان كمية و/أو نوع الأحماض الدهنية، يجب أن يوضع هذا البيان مباشرة بعد بيان كمية الدهون الإجمالية طبقاً لأحكام المادة 13 أعلاه.

يجب اعتماد العرض الآتي:

- دهون إجمالية.....غ
منها:

* أحماض دهنية مشبعة.....غ

* أحماض دهنية تقابلية.....غ

* أحماض دهنية غير المشبعة أحادية... غ

* أحماض دهنية غير المشبعة متعددة.. غ

- كوليسترول.....غ

المادة 19 : تهدف المعلومات الغذائية الإضافية إلى

تمكين المستهلك من فهم جيد للقيمة الغذائية للمادة الغذائية المستهلكة وتفسير العناصر المغذية المصرح بها.

ويكون التصريح على البطاقة بالمعلومات الغذائية الإضافية ذات الطابع الإعلامي عن طريق رموز أو صور أو ألوان لغات المواد الغذائية، اختياري، ولا يمكنه في أي حالة أن يحل محل التصريح بالعناصر الغذائية.

المادة 20 : الادعاءات الغذائية الوحيدة المسموح بها،

هي تلك المتعلقة بالطاقة والبروتينات والغلوسيدات والمواد الدهنية ومكوناتها والألياف والملح والمواد الأخرى التي لها تأثير غذائي أو فيزيولوجي بالإضافة إلى الفيتامينات والأملاح المعدنية التي وضعت لها قيمة غذائية مرجعية (VNR) كما هي محددة في الملحق الأول، النقطة الأولى، من هذا القرار.

المادة 21 : الادعاء المتعلق بقيمة العنصر الغذائي

يصف مستوى العنصر الغذائي الموجود في المادة الغذائية.

وفي حالة ادعاء متعلق بقيمة العناصر المغذية المذكورة في الملحق الثاني من هذا القرار أو أي ادعاء مماثل، يجب أن تطبق الشروط المحددة في هذا الملحق على هذا الادعاء.

الملحق الأول (تابع)

العنصر المغذي	الفيتامينات	المقدار اليومي المرجعي (AJR)
يود	µغ	150
نحاس	µغ	900
سلينيوم	µغ	60
منغنيز	µغ	3
موليبدين	µغ	45

1-1 (أ) الكمية المعتبرة للفيتامينات و الأملاح المعدنية :

بصفة عامة ، يجب الأخذ بعين الاعتبار القيم الآتية في تحديد ما يشكل الكمية المعتبرة :

- 15 % من القيم الغذائية المرجعية المذكورة في الجدول 1 لكل 100 غ أو 100 ملل في حالة المواد الغذائية، ما عدا المشروبات أو لكل قطعة إذا كان التغليف لا يحتوي إلا على قطعة واحدة،

- 7,5 % من القيم الغذائية المرجعية المذكورة في الجدول 1 لكل 100 ملل في حالة المشروبات.

1-ب (عوامل التحويل لمعادلات الفيتامينات :

فيتامين	معادلات غذائية
نياسين	1-1 مع من نياسين 60- مع من تربتوفان
فوليت	1-1 µغ معادلات من الفوليت الغذائي (DFE) = 0,6 µغ من حمض الفوليك يضاف إلى المادة الغذائية أو كمكمل يستهلك مع المادة الغذائية. 0,5 µغ من حمض الفوليك كمكمل يتم تناوله على معدة فارغة.
فيتامين A	1-1 µغ معادلات نشاط الريتينول (EAR) = أو 12- µغ β-كاروتين 24- µغ كاروتينويدات أخرى برو فيتامين A
	1-1 µغ معادلات الريتينول (ER) = 1- µغ ريتينول 6- µغ β-كاروتين 12- µغ كاروتينويدات أخرى برو فيتامين A

شروط الاستعمال	الادعاءات
ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة طاقوية مخفضة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا تم تخفيض القيمة الطاقوية، على الأقل 30 %، مع تبيان الخاصية أو الخصائص التي أدت إلى تخفيض القيمة الطاقوية الكلية للمادة الغذائية.	قيمة طاقوية مخفضة
ادعاء للمادة الغذائية بدون مقدار طاقي، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأكثر، 4 كيلو حريرة (17 كيلو جول) لكل 100 ملل. وفي حالة محليات المائدة، تطبق القيمة الحدية 0.4 كيلو حريرة (1.7 كيلو جول) لكل قطعة مع خصائص تحلية تعادل 6 غ من السكروز (حوالي ملعقة صغيرة من السكروز).	بدون مقدار طاقي
ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة ضئيلة من المواد الدهنية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 3 غ من المواد الدهنية لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو 1.5 غ من المواد الدهنية لكل 100 ملل في حالة السوائل (1.5 غ إلى 2 غ لكل 100 ملل بالنسبة للحليب منزوع الدسم جزئيا).	قيمة ضئيلة من المواد الدهنية
ادعاء للمادة الغذائية خالية من المواد الدهنية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي، على أكثر من 0.5 غ من المواد الدهنية لكل 100 غ أو لكل 100 ملل، إلا أنه تمنع الادعاءات من النوع "س % بدون مواد دهنية".	خالية من المواد الدهنية

2 - المقادير اليومية المرجعية (AJR) من الطاقة وبعض المغذيات باستثناء الفيتامينات والأملاح المعدنية (لشخص بالغ) :

المقدار اليومي المرجعي	الطاقة أو العنصر المغذي
8400 كيلو جول (2000 كيلو حريرة)	الطاقة
70 غ	الدهون الإجمالية
20 غ	الأحماض الدهنية المشبعة
260 غ	الغلوسيدات
90 غ	السكر
50 غ	البروتينات
6 غ	الملح

3 - القيم الغذائية المرجعية المتعلقة بالأمراض غير المعدية (VNR-MNT):

مستوى المقدار الذي لا يجب تجاوزه

الأحماض الدهنية المشبعة..... 20 غ

صوديوم..... 2000 مغ

مستوى المقدار المستهدف

بوتاسيوم..... 3500 مغ

الملحق الثاني

الشروط المطبقة على الادعاءات الغذائية المتعلقة بقيمة العناصر الغذائية

شروط الاستعمال	الادعاءات
ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة طاقوية ضئيلة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأكثر 40 كيلو حريرة (170 كيلو جول) لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو، على الأكثر، 20 كيلو حريرة (80 كيلو جول) لكل 100 ملل في حالة السوائل. وفي حالة محليات المائدة، تطبق القيمة الحدية 4 كيلو حريرة (17 كيلو جول) لكل قطعة مع خصائص تحلية تعادل 6 غ من السكروز (حوالي ملعقة صغيرة من السكروز).	قيمة طاقوية ضئيلة

شروط الاستعمال	الادعاءات
ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة طاقوية مخفضة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا تم تخفيض القيمة الطاقوية، على الأقل 30 %، مع تبيان الخاصية أو الخصائص التي أدت إلى تخفيض القيمة الطاقوية الكلية للمادة الغذائية.	قيمة طاقوية مخفضة
ادعاء للمادة الغذائية بدون مقدار طاقي، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأكثر، 4 كيلو حريرة (17 كيلو جول) لكل 100 ملل. وفي حالة محليات المائدة، تطبق القيمة الحدية 0.4 كيلو حريرة (1.7 كيلو جول) لكل قطعة مع خصائص تحلية تعادل 6 غ من السكاروز (حوالي ملعقة صغيرة من السكاروز).	بدون مقدار طاقي
ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة ضئيلة من المواد الدهنية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 3 غ من المواد الدهنية لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو 1.5 غ من المواد الدهنية لكل 100 ملل في حالة السوائل (1.5 غ إلى 2 غ لكل 100 ملل بالنسبة للحليب منزوع الدسم جزئيا).	قيمة ضئيلة من المواد الدهنية
ادعاء للمادة الغذائية خالية من المواد الدهنية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي، على أكثر من 0.5 غ من المواد الدهنية لكل 100 غ أو لكل 100 ملل، إلا أنه تمنع الادعاءات من النوع "س % بدون مواد دهنية".	خالية من المواد الدهنية

2 - المقادير اليومية المرجعية (AJR) من الطاقة وبعض المغذيات باستثناء الفيتامينات والأملاح المعدنية (الشخص بالغ) :

المقدار اليومي المرجعي	الطاقة أو العنصر المغذي
8400 كيلو جول (2000 كيلو حريرة)	الطاقة
70 غ	الدهون الإجمالية
20 غ	الأحماض الدهنية المشبعة
260 غ	الغلوسيدات
90 غ	السكر
50 غ	البروتينات
6 غ	الملح

3 - القيم الغذائية المرجعية المتعلقة بالأمراض غير المعدية (VNR-MNT):

مستوى المقدار الذي لا يجب تجاوزه

الأحماض الدهنية المشبعة..... 20 غ

صوديوم..... 2000 مغ

مستوى المقدار المستهدف

بوتاسيوم..... 3500 مغ

الملحق الثاني

الشروط المطبقة على الادعاءات الغذائية المتعلقة بقيمة العناصر الغذائية

شروط الاستعمال	الادعاءات
ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة طاقوية ضئيلة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأكثر 40 كيلو حريرة (170 كيلو جول) لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو، على الأكثر، 20 كيلو حريرة (80 كيلو جول) لكل 100 ملل في حالة السوائل. وفي حالة محليات المائدة، تطبق القيمة الحدية 4 كيلو حريرة (17 كيلو جول) لكل قطعة مع خصائص تحلية تعادل 6 غ من السكاروز (حوالي ملعقة صغيرة من السكاروز).	قيمة طاقوية ضئيلة

شروط الاستعمال	الادعاءات	شروط الاستعمال	الادعاءات
<p>ادعاء للمادة الغذائية خالية من الكوليسترول، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان:</p> <ul style="list-style-type: none"> - المنتج لا يحتوي على أكثر من 0,005 غ من الكوليسترول في 100 غ في الحالة الصلبة أو 0,005 غ في 100 ملل في حالة السوائل، و - مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية الموجودة في المنتج لا تتجاوز 1,5 غ لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو 0,75 غ لكل 100 ملل في حالة السوائل، و - مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية، في الحالات الصلبة والسوائل، لا يمكن أن ينتج أكثر من 10% من الطاقة. 	<p>خالية من الكوليسترول</p>	<p>ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة ضئيلة من الدهون المشبعة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية الموجودة في المنتج لا تتجاوز 1,5 غ لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو 0,75 غ لكل 100 ملل في حالة السوائل، وفي كلا الحالتين، لا يمكن أن ينتج مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية أكثر من 10% من الطاقة.</p>	<p>قيمة ضئيلة من الدهون المشبعة</p>
<p>ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة ضئيلة من السكر، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 5 غ من السكر لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو 2,5 غ من السكر لكل 100 ملل في حالة السوائل.</p>	<p>قيمة ضئيلة من السكر</p>	<p>ادعاء للمادة الغذائية خالية من الدهون المشبعة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية لا يتجاوز 0,1 غ من الدهون المشبعة لكل 100 غ أو لكل 100 ملل.</p>	<p>خالية من الدهون المشبعة</p>
<p>ادعاء للمادة الغذائية خالية من السكر، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 0,5 غ من السكر لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو لكل 100 ملل في حالة السوائل.</p>	<p>خالية من السكر</p>	<p>ادعاء للمادة الغذائية ذات قيمة ضئيلة من الكوليسترول، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان:</p> <ul style="list-style-type: none"> - المنتج لا يحتوي على أكثر من 0,02 غ من الكوليسترول في 100 غ في الحالة الصلبة أو 0,01 غ في 100 ملل في حالة السوائل، و - مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية الموجودة في المنتج لا تتجاوز 1,5 غ لكل 100 غ في الحالة الصلبة أو 0,75 غ لكل 100 ملل في حالة السوائل، و - مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية، في الحالات الصلبة والسوائل، لا يمكن أن ينتج أكثر من 10% من الطاقة. 	<p>قيمة ضئيلة من الكوليسترول</p>
<p>ادعاء للمادة الغذائية التي لم يضاف إليها سكر، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على السكريات الأحادية أو السكريات الثنائية المضافة أو كل مادة غذائية أخرى تستعمل لخصائصها المحلية، وإذا كان السكر موجودا طبيعيا في المادة الغذائية، يجب أن يظهر كذلك البيان الآتي على الوسم: "يحتوي على سكر موجود طبيعيا".</p>	<p>بدون سكر مضاف</p>		

شروط الاستعمال	الادعاءات	شروط الاستعمال	الادعاءات
ادعاء للمادة الغذائية مصدر للألياف الغذائية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأقل 3 غ من الألياف لكل 100 غ أو على الأقل 1.5 غ من الألياف لكل 100 كيلو حريرة .	مصدر للألياف الغذائية	ادعاء للمادة الغذائية فقيرة من الصوديوم أو من الملح، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 0,12 غ من الصوديوم أو ما يكافئه من الملح لكل 100 غ أو لكل 100 ملل.	فقير من الصوديوم أو من الملح ⁽¹⁾
ادعاء للمادة الغذائية غنية بالألياف الغذائية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأقل 6 غ من الألياف لكل 100 غ أو على الأقل 3 غ من الألياف لكل 100 كيلو حريرة .	غني بالألياف الغذائية	ادعاء للمادة الغذائية فقيرة جدًا من الصوديوم أو من الملح، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 0,04 غ من الصوديوم أو ما يكافئه من الملح لكل 100 غ أو لكل 100 ملل. ويمنع وضع هذا الادعاء بالنسبة للمياه المعدنية الطبيعية.	فقير جدًا من الصوديوم أو من الملح ⁽¹⁾
ادعاء للمادة الغذائية مصدر للبروتينات، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا وجدت على الأقل 10 % من القيمة المرجعية الغذائية للبروتينات في المادة الغذائية لكل 100 غ في الحالة الصلبة و 5% من القيمة المرجعية الغذائية للبروتينات لكل 100 ملل في حالة السوائل أو، على الأقل، 5 % من القيمة المرجعية الغذائية للبروتينات لكل 100 كيلو حريرة (12 % من القيمة المرجعية الغذائية للبروتينات لكل 1 ميغا جول) أو على الأقل 10% من القيمة المرجعية الغذائية للبروتينات لكل قطعة.	مصدر للبروتينات	ادعاء للمادة الغذائية خالية من الصوديوم أو خالية من الملح، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على أكثر من 0,005 غ من الصوديوم أو ما يكافئه من الملح لكل 100 غ.	خالٍ من الصوديوم أو خالٍ من الملح ⁽¹⁾
ادعاء للمادة الغذائية غنية بالبروتينات، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأقل، ضعف القيمة المشروطة في الادعاء "مصدر للبروتينات".	غني بالبروتينات	ادعاء للمادة الغذائية التي لم يضاف إليها صوديوم أو ملح، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج لا يحتوي على صوديوم أو ملح مضاف أو كل مكون آخر يحتوي على صوديوم أو ملح مضاف ولا يحتوي على أكثر من 0,12 غ من الصوديوم أو ما يكافئه من الملح لكل 100 غ أو لكل 100 ملل.	بدون صوديوم أو ملح مضاف ⁽¹⁾

(1) تحسب قيمة المكافئ من الملح بواسطة المعادلة الآتية:

$$\text{ملح} = \text{صوديوم} \times 2,5$$

شروط الاستعمال	الادعاءات	شروط الاستعمال	الادعاءات
<p>ادعاء يؤكد بأن المحتوى من مغذ أو عدة مغذيات، غير الفيتامينات أو المعادن، قد تم رفعه، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان:</p> <ul style="list-style-type: none"> - المنتج يستوفي الشروط المطبقة على الادعاء "مصدر ل"، - والمحتوى من مغذ أو عدة مغذيات، غير الفيتامينات أو المعادن، مرتفع على الأقل بـ 30% مقارنة بمنتج مماثل. 	<p>مقوى بـ [اسم المغذي]</p>	<p>ادعاء للمادة الغذائية مصدر للفيتامينات و/أو للمعادن، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأقل 15% من القيمة المرجعية الغذائية (للفيتامينات و/أو المعادن) لكل 100غ في الحالة الصلبة أو على الأقل 7,5% من القيمة المرجعية الغذائية (للفيتامينات و/أو المعادن) لكل 100 ملل في حالة السوائل أو على الأقل 5% من القيمة المرجعية الغذائية (للفيتامينات و/أو المعادن) لكل 100 كيلو حريرة (12% من القيمة المرجعية الغذائية (للفيتامينات و/أو المعادن) لكل 1 ميغا جول) أو على الأقل 15% من القيمة الغذائية المرجعية (للفيتامينات و/أو المعادن) لكل قطعة.</p>	<p>مصدر لـ [اسم الفيتامينات] و/أو [اسم المعادن]</p>
<p>ادعاء يؤكد بأن قيمة مغذ أو عدة مغذيات قد تم خفضها، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا تم تخفيض هذه القيمة على الأقل 30% عن المنتج المماثل، إلا إذا تعلق الأمر بالميكرومغذيات، التي يقبل من أجلها فرق 10% مقارنة بالقيم الغذائية المرجعية المحددة في الملحق الأول من هذا القرار، أو إذا تعلق الأمر بالصوديوم أو ما يكافئه من الملح، اللذان يقبل من أجلهما فرق 25%.</p> <p>ادعاء "مخفض من الدهون المشبعة"، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كانت:</p> <ul style="list-style-type: none"> • مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية المحتواة في المنتج الذي يطبق عليه الادعاء منخفضة، على الأقل، 30% من مجموع الأحماض الدهنية المشبعة والأحماض الدهنية التقابلية المحتواة في منتج مماثل، • وقيمة الأحماض الدهنية التقابلية في المنتج الذي يطبق عليه الادعاء أقل أو يساوي قيمتها في منتج مماثل. <p>ادعاء "مخفض من السكر"، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كانت القيمة الطاقوية للمنتج الذي يطبق عليه ادعاء أقل أو تساوي القيمة الطاقوية لمنتج مماثل.</p>	<p>مخفض من [اسم المغذي] (1)</p>	<p>ادعاء للمادة الغذائية غنية بالفيتامينات و/أو بالمعادن، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأقل ضعف القيمة المشروطة في الادعاء "مصدر لـ [اسم الفيتامينات] و/أو [اسم المعادن]"</p>	<p>غني بـ [اسم الفيتامينات] و/أو [اسم المعادن]</p>
<p>ادعاء للمادة الغذائية تحتوي على مغذ أو عنصر آخر له تأثير غذائي أو فيزيولوجي لم يحدد لهما هذا القرار شروط خاصة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحترم كل الأحكام المنصوص عليها في هذا القرار. وبالنسبة للفيتامينات والمعادن تطبق الشروط المنصوص عليها في الادعاء "مصدر لـ".</p>	<p>تحتوي على [اسم العنصر المغذي و/أو عنصر آخر]</p>	<p>ادعاء للمادة الغذائية تحتوي على مغذ أو عنصر آخر له تأثير غذائي أو فيزيولوجي لم يحدد لهما هذا القرار شروط خاصة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك. ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحترم كل الأحكام المنصوص عليها في هذا القرار. وبالنسبة للفيتامينات والمعادن تطبق الشروط المنصوص عليها في الادعاء "مصدر لـ".</p>	<p>تحتوي على [اسم العنصر المغذي و/أو عنصر آخر]</p>

(1) تحسب قيمة المكافئ من الملح بواسطة المعادلة الآتية :
ملح = صوديوم × 2,5.

شروط الاستعمال	الادعاءات	شروط الاستعمال	الادعاءات
ادعاء للمادة الغذائية غنية بالدهون غير المشبعة أحادية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأقل، 45% من الأحماض الدهنية المشتقة من الدهون غير المشبعة أحادية وإذا كانت الطاقة الموفرة من الدهون غير المشبعة أحادية تمثل أكثر من 20% من المقدار الطاقوي للمنتج.	غني بالدهون غير المشبعة أحادية	ادعاء يكون فيه منتج "مخفف" أو "لايت"، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا استوفى نفس الشروط المطبقة بالنسبة لـ "مخفف من"، ويجب أيضا أن يرافق ببيان للخاصية أو للخصائص التي أدت إلى تخفيف المادة الغذائية.	مخفف / لايت
ادعاء للمادة الغذائية غنية بالدهون غير المشبعة متعددة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأقل، 45% من الأحماض الدهنية المشتقة من الدهون غير المشبعة متعددة وإذا كانت الطاقة الموفرة من الدهون غير المشبعة متعددة تمثل أكثر من 20% من المقدار الطاقوي للمنتج.	غني بالدهون غير المشبعة متعددة	إذا كانت المادة الغذائية تستوفي طبيعيا الشرط أو الشروط المحددة في هذا الملحق من أجل استعمال ادعاء غذائي، يمكن أن يصحب هذا الادعاء بالعبارة "طبيعيًا/ [طبيعي]".	طبيعيًا / طبيعي
ادعاء للمادة الغذائية غنية بالدهون غير المشبعة أحادية، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي على الأقل، 0.3 غ من الحمض الفالينوليبينيك لكل 100 غ و 100 كيلو حريرة، أو، على الأقل، 40 مغ من الحمض إيكوسابين تاينويك والحمض دوكوسا - هيكزينويك مجموعين لكل 100 غ و 100 كيلو حريرة.	غني بالدهون غير المشبعة	ادعاء للمادة الغذائية مصدر للحمض الدهني أوميغا 3، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأقل، 0.3 غ من الحمض الفالينوليبينيك لكل 100 غ و 100 كيلو حريرة، أو، على الأقل، 40 مغ من الحمض إيكوسابين تاينويك والحمض دوكوسا - هيكزينويك مجموعين لكل 100 غ و 100 كيلو حريرة.	مصدر للحمض الدهني أوميغا 3
ادعاء للمادة الغذائية غنية بالدهون غير المشبعة، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأقل، 70% من الأحماض الدهنية المشتقة من الدهون غير المشبعة وإذا كانت الطاقة الموفرة من الدهون غير المشبعة تمثل أكثر من 20% من المقدار الطاقوي للمنتج.	غني بالدهون غير المشبعة	ادعاء للمادة الغذائية غنية بالحمض الدهني أوميغا 3، أو أي ادعاء آخر يمكن أن يكون له نفس المعنى بالنسبة للمستهلك، ولا يمكن أن يوضع هذا الادعاء إلا إذا كان المنتج يحتوي، على الأقل، 0.6 غ من حمض الفالينوليبينيك لكل 100 غ و 100 كيلو حريرة، أو، على الأقل، 80 مغ من حمض إيكوسابين تاينويك وحمض دوكوسا - هيكزينويك مجموعين لكل 100 غ و 100 كيلو حريرة.	غني بالحمض الدهني أوميغا 3

الملحق الثالث

المواد الغذائية التي لا تطبق عليها أحكام هذا القرار

1. المواد غير المحولة التي تحتوي على مكون واحد أو فئة واحدة من المكونات،
2. المواد المحولة التي خضعت عند كل تحويل، للنضج والتي تحتوي على مكون واحد أو فئة واحدة من المكونات،
3. مياه الشرب الموجهة للاستهلاك البشري، بما في ذلك تلك التي تكون المكونات الوحيدة التي أضيفت لها هي ثنائي أكسيد الكربون و/أو النكهات،
4. النباتات العطرية أو التوابل أو خليط التوابل،
5. الملح وبدائل الملح،
6. محليات المائدة،
7. نقيع (بالنباتات أو بالفواكه) أو الشاي أو الشاي الخالي من الكافيين أو الشاي الفوري أو القابل للذوبان أو مستخلصات الشاي أو الشاي الفوري أو القابل للذوبان أو مستخلصات الشاي الخالية من الكافيين، بدون مكونات أخرى مضافة إلا النكهات التي لا تغير القيمة الغذائية للشاي،
8. خل التخمير وبدائله، بما في ذلك تلك التي تكون المكونات الوحيدة التي أضيفت لها هي النكهات،
9. النكهات،
10. المضافات الغذائية،
11. المساعدات التكنولوجية،
12. الإنزيمات الغذائية،
13. المواد التي تكوّن الهلام،
14. الخمائر،
15. علك المضغ،
16. المواد الغذائية بما في ذلك المنتجة عن طريق الحرف والمقدمة مباشرة من طرف المنتج للمستهلك النهائي بكمية قليلة أو لمؤسسات تجارة التجزئة المحلية التي تزود مباشرة المستهلك النهائي.

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 96-354 المؤرخ في 6 جمادى الثانية عام 1417 الموافق 19 أكتوبر سنة 1996 والمتعلق بكيفيات مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة ونوعيتها، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-68 المؤرخ في 23 ذي القعدة عام 1422 الموافق 6 فبراير سنة 2002 الذي يحدد شروط فتح منافذ تحاليل الجودة واعتمادها،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 10 رمضان عام 1424 الموافق 5 نوفمبر سنة 2003 والمتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : يهدف هذا المرسوم إلى تحديد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة قبل عرضها في السوق وكيفيات ذلك، طبقا لأحكام المادتين 5 و10 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمذكور أعلاه.

المادة 2 : تمارس مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة على مستوى المراكز الحدودية البرية والبحرية والجوية، وتقوم بذلك المفتشيات الحدودية التابعة لإدارة المكافحة بحماية المستهلك وقمع الغش، طبقا للكيفيات المنصوص عليها في أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990، المعدل والمتمم والمذكور أعلاه.

المادة 3 : تتم المراقبة المنصوص عليها في المادة 2 أعلاه، قبل جمركة المنتوجات المستوردة على أساس ملف يقدمه المستورد أو ممثله المؤهل قانونا، إلى المفتشية الحدودية المعنية يتضمن ما يأتي :

- التصريح باستيراد المنتوج بحره المستورد حسب الأصول،

- نسخة طبق الأصل مصادق عليها من مستخرج السجل التجاري،

- نسخة طبق الأصل مصادق عليها للفاتورة،

- النسخة الأصلية لكل وثيقة أخرى تطلب طبقا للتنظيم المعمول به وتعلق بمطابقة المنتوجات المستوردة.

المادة 4 : تتم عمليات المراقبة المنصوص عليها في إطار أحكام هذا المرسوم حسب الأولويات التي تحددها المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش.

القسم الرابع أحكام ختامية

المادة 24 : يلغى المرسوم التنفيذي رقم 2000-111 المؤرخ في 6 صفر عام 1421 الموافق 10 مايو سنة 2000 والمتعلق بالجلس الجزائري لامتماد أجهزة تقييم المطابقة.

المادة 25 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حور بالجزائر في 4 ذي القعدة عام 1426 الموافق 6 ديسمبر سنة 2005.

أحمد أويحيى



مرسوم تنفيذي رقم 05 - 467 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005، يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك.

إن رئيس الحكومة،

- بناء على تقرير وزير التجارة،

- وبناء على الدستور، لاسيما المادتان 85 - 125 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى القانون رقم 79-07 المؤرخ في 26 شعبان عام 1399 الموافق 21 يوليو سنة 1979 والمتضمن قانون الجمارك، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 89-02 المؤرخ في أول رجب عام 1409 الموافق 7 فبراير سنة 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك،

- وبمقتضى الأمر رقم 03 - 04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها،

- وبمقتضى القانون رقم 04 - 04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 والمتعلق بالتقييس،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 04 - 136 المؤرخ في 29 صفر عام 1425 الموافق 19 أبريل سنة 2004 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 05 - 161 المؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1426 الموافق أول مايو سنة 2005 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 يناير سنة 1990 والمتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم،

- موثوقية عمليات التفتيش المنجزة على مستوى البلد المصدر وأماكن المناولة،
- الأولويات التي تحددها الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش.

المادة 9 : إذا لم تلاحظ أي مخالفة بعد فحص الوثائق المذكورة في المادة 3 أعلاه أو بعد المراقبة بالعين المجردة للمنتوج وعندما لا توجد ضرورة لاقتطاع العينات، تسلّم المفتشية الحدودية المختصة رخصة دخول المنتوج للمستورد أو ممثله المؤهل قانونا.
وفي الحالة المخالفة، يسلم مقرر رفض دخول المنتوج الذي يجب أن يبين بوضوح سبب الرفض.

المادة 10 : يمكن المستورد أو ممثله المؤهل أن يودع طعنا مبررا قانونا لدى المديرية الولائية للتجارة المختصة إقليميا، عندما يعارض سبب رفض دخول المنتوج، ويدون ذلك في محضر الاستماع.
يودع الطعن في أجل ثمانية (8) أيام ابتداء من تاريخ الإخطار برفض دخول المنتوج.

المادة 11 : تتاح للمديرية الولائية للتجارة المعنية مهلة أربعة (4) أيام من أيام العمل لدراسة الأسباب التي تضمنها الطعن.

ويُلغى مقرر رفض الدخول إذا فنّدت دراسة الطعن المدونة في تقرير معمل النتائج التي أسس عليها المقرر المذكور.

وفي الحالة المخالفة، يؤيد الرفض.
وتبلغ المفتشية الحدودية المعنية إلغاء مقرر رفض الدخول للمستورد.

المادة 12 : عندما تفضي الرقابة بالعين المجردة إلى اقتطاع عينة، فإن العينة تنقل فورا وبطريقة تحول دون أي تلف للمنتوج، إلى مخبر مراقبة الجودة وقمع الغش أو أي مخبر معتمد، لغرض إجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب عليها.

المادة 13 : تبليغ نتائج التحاليل أو الاختبارات أو التجارب المنصوص عليها في المادة 12 أعلاه إلى المستورد وتفضي، حسب الحالة، إلى تسليم رخصة دخول المنتوج أو مقرر رفض دخول المنتوج.

المادة 14 : يجب ألا يتجاوز أجل تبليغ نتائج الرقابة من قبل المفتشية الحدودية المعنية ثمان وأربعين (48) ساعة، ابتداء من تاريخ إيداع الملف المذكور في المادة 3 أعلاه من قبل المستورد أو ممثله المؤهل قانونا.

تحدد الأولويات حسب الخطورة التي ينطوي عليها المنتوج المستورد والمرتبطة بطبيعته وتركيبته وأصله.

تنجز عمليات المراقبة هذه بطريقة منسجمة ومنسقة بين مختلف مصالح التفتيش المتدخلة على مستوى الحدود.

المادة 5 : تعلم مصالح الجمارك في إطار تطبيق أحكام المادة 4 أعلاه قبل إجراء عملية الجمركة، المفتشية الحدودية المختصة إقليميا بوصول المنتوجات، حسب الإجراء المحدد بقرار مشترك بين الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش والوزير المكلف بالمالية.

المادة 6 : تنصب المراقبة عبر الحدود للمنتوجات المستوردة على فحص الوثائق المنصوص عليها في المادة 3 أعلاه و/أو على المراقبة بالعين المجردة للمنتوج، التي يمكن أن تستكمل باقتطاع عينات منها.

تتم المراقبة بحيث لا تؤدي إلى المساس بجودة و/أو أمن المنتوج وبنفس الطريقة التي يعامل بها المنتوج المائل ذي المنشأ الوطني.

المادة 7 : تقرّر المراقبة بالعين المجردة من أجل التأكد من :

- مطابقة المنتوج استنادا إلى المواصفات القانونية أو التنظيمية التي تميزه،

- مطابقة المنتوج استنادا إلى شروط استعماله ونقله وتخزينه،

- مطابقة المنتوج للبيانات المتعلقة بالوسم و/أو الوثائق الرفقة،

- عدم وجود أي تلف أو تلوث محتمل للمنتوج.

المادة 8 : يقرر اقتطاع العينات المنصوص عليه في المادة 6 أعلاه الذي يتم طبقا للتنظيم المعمول به على أساس :

- نتائج فحص الوثائق أو الرقابة بالعين المجردة المنجزة،

- المنشأ والطبيعة والنوع والعرض ومستوى الخطر الذي يشكله المنتوج،

- السوابق المتعلقة بالمنتوج وبالمستورد،

كما يمكن أن تتمثل عملية ضبط المطابقة في تخفيض الرتبة أو إعادة التوجيه إلى صناعة التحويل أو تغير الوجهة.
يجب ألا تلتحق عمليات ضبط المطابقة أي تلف في نوعية المنتج.

المادة 20 : عندما يرخص بعملية ضبط المطابقة، يقوم المستورد بمجموع العمليات المرتبطة بإنجازها، بشرط احترام المدة الدنيا لحفظ المنتج مع انتقاص المدة الفعلية لتنفيذ ذلك.

تتم عملية ضبط المطابقة تحت رقابة المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش التابعة للمكان الذي تجري فيه هذه العملية.

بمجرد انتهاء عملية ضبط المطابقة وعندما ترفع أسباب عدم المطابقة كليا، تسلم المفتشية الحدودية المعنية رخصة دخول المنتج للمستورد.

المادة 21 : إذا لم تنجز عملية ضبط مطابقة المنتج في مؤسسة متخصصة أو في مخازن المستورد في الأجال وفي الشروط المطلوبة، يتم حجز المنتج موضوع المخالفة طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 22 : عندما يتأكد من أن المنتج المستورد غير مطابق وأن ضبط مطابقته مستحيلة، فإنه يجب، تحت طائلة حجزه من مصالح التفتيش على الحدود، أن يكون محل إعادة تصدير أو إعادة توجيه إلى استعمال آخر مشروع طبقا للتنظيم المعمول به.

وفي حالة الحجز، تتلف المنتج مصالح التفتيش على الحدود المعنية، على نفقة المستورد.

المادة 23 : يحدد الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش والوزراء المعنيون بقرار، قائمة المنتوجات التي تمنع ضبط مطابقته بواسطة إعادة التوضيب أو بواسطة الإجراءات المنصوص عليها في أحكام هذا المرسوم.

المادة 24 : يجب على المستورد إرفاق رخصة دخول المنتج بملف جمركة المنتج المستورد وذلك دون المساس بالأحكام الأخرى المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما.

في حالة عدم مطابقة المنتج المستورد، ترسل مصالح المفتشية الحدودية التي أمرت بهذا الإجراء نسخة من قرار رفض دخول المنتج إلى مصالح الجمارك التابعة لمكان إدخال المنتج المستورد إلى التراب الوطني.

ويعد هذا الأجل، عند الاقتضاء، بالمدة الضرورية لإجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب، دون أن يتعدى ذلك المدة القصوى لبقائها في المخزن أو مكان الإيداع المؤقت المحدد في التنظيم المعمول به.

المادة 15 : يمكن المستورد، في حالة الرفض النهائي لدخول المنتج، تقديم طعن لدى المديرية الجهوية للتجارة المختصة إقليميا، حول الوجهة التي يمكن تخصيصها للمنتج الذي تبين عدم مطابقته بغرض ضبط مطابقته، أو تغيير وجهته أو إعادة توجيهه أو إعادة تصديره أو إتلافه.

تتاح للمديرية الجهوية للتجارة المعنية مهلة خمسة (5) أيام من أيام العمل للفصل في هذا الطعن.

المادة 16 : إذا لم يفض الطعن إلى نتيجة أو بقي بدون إجابة في الأجال المحددة، يمكن المستورد أن يخطر مصالح الإدارة المركزية المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش من أجل اتخاذ مقرر نهائي، بغض النظر عن كل طرق الطعن الشرعية الأخرى.

المادة 17 : يرسل تقرير أو تقارير التفتيش فورا إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا، بعد انقضاء الأجال المحددة أعلاه وإذا لم يقدم المستورد طعنا.

المادة 18 : عندما يكون عدم المطابقة ناجما عن عدم مراعاة التنظيم المتعلق بالوسم، يمكن أن يخضع المنتج المعني إلى إعادة توضيب طبقا للتنظيم المعمول به.

ولا يطبق هذا الحكم على :

- المواد المقتناة في إطار المقايضة الحدودية التي تحدد قائمتها بقرار مشترك بين الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش والوزير المكلف بالمالية،

- المواد المقتناة مباشرة للاستهلاك الخاص لعمال الشركات أو الهيئات الأجنبية،

- المواد التي تقتنيها محلات المنتوجات المعفاة من الرسوم، ومصالح الإطعام وشركات النقل الدولي للمسافرين ومؤسسات الفنادق والسياحة المصنفة، والهلل الأحمر الجزائري والجمعيات والهيئات المماثلة المعتمدة قانونا.

ومع ذلك، يجب أن تتضمن هذه المواد وسما مطابقا لتنظيم بلد المنشأ أو بلد المصدر.

المادة 19 : عندما يكون عدم المطابقة متصلا بالجودة الذاتية للمنتج، فإن ضبط المطابقة يتمثل في إزالة السبب حسب طريقة منصوص عليها في التنظيم المعمول به، أو في حالة غياب ذلك، حسب طريقة ترخص بها المديرية الجهوية المختصة إقليميا وذلك باحترام القواعد والأعراف المعمول بها في هذا المجال.

مرسوم تنفيذي رقم 05 - 468 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل وحمل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك.

- إن رئيس الحكومة،
- بناء على تقرير وزير التجارة،
- وبناء على الدستور، لاسيما المادتان 85 - 4 و 125 (الفقرة 2) منه،
- وبمقتضى الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 والمتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمّم،
- وبمقتضى الأمر رقم 76-102 المؤرخ في 17 ذي الحجة عام 1396 الموافق 9 ديسمبر سنة 1976 والمتضمن قانون الرسوم على رقم الأعمال، المعدل والمتمّم،
- وبمقتضى الأمر رقم 76-103 المؤرخ في 17 ذي الحجة عام 1396 الموافق 9 ديسمبر سنة 1976 والمتضمن قانون الطابع، المعدل والمتمّم،
- وبمقتضى الأمر رقم 76-104 المؤرخ في 17 ذي الحجة عام 1396 الموافق 9 ديسمبر سنة 1976 والمتضمن قانون الضرائب غير المباشرة، المعدل والمتمّم،
- وبمقتضى القانون رقم 90-21 المؤرخ في 24 محرم عام 1411 الموافق 15 غشت سنة 1990 والمتعلق بالحاسبة العمومية، المعدل والمتمّم، لاسيما المادة 63 منه،
- وبمقتضى القانون رقم 90-36 المؤرخ في 13 جمادى الثانية عام 1411 الموافق 31 ديسمبر سنة 1990 والمتضمن قانون المالية لسنة 1991، لاسيما المادة 64 منه،
- وبمقتضى القانون رقم 04 - 02 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، لاسيما المادة 12 منه،
- وبمقتضى القانون رقم 04 - 08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004 والمتعلق بشروط ممارسة النشاطات التجارية،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 04 - 136 المؤرخ في 29 صفر عام 1425 الموافق 19 أبريل سنة 2004 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 05 - 161 المؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1426 الموافق أول مايو سنة 2005 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 95 - 305 المؤرخ في 12 جمادى الأولى عام 1416 الموافق 7 أكتوبر سنة 1995 الذي يحدد كيفيات تحرير الفاتورة،

المادة 25 : يمكن أن يعتمد الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش هيئات وطنية أو أجنبية للتفتيش أو الإتهاد على المطابقة معتمدة طبقا لأحكام القانون رقم 04 - 04 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1425 الموافق 23 يونيو سنة 2004 والمذكور أعلاه للتحقق من مطابقة المنتوجات المستوردة قبل الإرسال أو في إطار مساعدة المفتشيات الحدودية.

يحدد الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش بقرار، كيفيات تسليم الاعتماد وسحبته.

المادة 26 : يمكن ألا تخضع المنتوجات المستوردة التي خضعت لتفتيش من هيئة معتمدة مشفوعة بشهادة مطابقة المتطلبات الخاصة إلى المراقبة بالعين الجردة أو إلى اقتطاع العينات على يد مصالح المفتشيات الحدودية.

وفي هذه الحالة، يجب أن ترفق شهادات المطابقة بالملف المذكور في المادة 3 من هذا المرسوم.

المادة 27 : تراعى سرية المعلومات المتعلقة بالمنتوجات المستوردة الناتجة من عمليات التفتيش أو المقدمة في هذا الإطار، مثلها مثل المنتوجات الوطنية وبطريقة تسمح بحفظ المصالح التجارية المشروعة.

المادة 28 : يحدد الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش بقرار نماذج ومحتوى الوثائق المنصوص عليها في المواد 3 و 9 و 10 و 11 و 15 من هذا المرسوم.

المادة 29 : تلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 96-354 المؤرخ في 6 جمادى الثانية عام 1417 الموافق 19 أكتوبر سنة 1996، المعدل والمتمّم والمذكور أعلاه.

المادة 30 : تدخل أحكام هذا المرسوم حيز التنفيذ بعد ستة (6) أشهر من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

المادة 31 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005.

أحمد أويحيى

33
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 08
22 جمادى الثانية عام 1441 هـ
16 فبراير سنة 2020 م

وزارة التجارة

قرار مؤرخ في 22 ربيع الأول عام 1441 الموافق 19 نوفمبر سنة 2019، يلتم القرار المؤرخ في 16 ربيع الثاني عام 1427 الموافق 14 مايو سنة 2006 الذي يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود.

إن وزير التجارة،
- بمقتضى القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 111-19 المؤرخ في 24 رجب عام 1440 الموافق 31 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة، المعدل،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 3 رجب عام 1410 الموافق 30 جانفي سنة 1990 والمتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 17 شوال عام 1423 الموافق 21 ديسمبر سنة 2002 الذي يحدد صلاحيات وزير التجارة،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1426 الموافق 10 ديسمبر سنة 2005 الذي يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك،
- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 17-62 المؤرخ في 10 جمادى الأولى عام 1438 الموافق 7 فبراير سنة 2017 والمتعلق بشروط وضع وسم المطابقة للوائح الفنية وخصائصه وكذا إجراءات الإشهاد بالمطابقة،
- وبمقتضى القرار المؤرخ في 16 ربيع الثاني عام 1427 الموافق 14 مايو سنة 2006 الذي يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود،

يقرر ما يأتي :

المادة الأولى : يهدف هذا القرار إلى تتميم أحكام القرار المؤرخ في 16 ربيع الثاني عام 1427 الموافق 14 مايو سنة 2006 الذي يحدد نماذج ومحتوى الوثائق المتعلقة بمراقبة المنتجات المستوردة عبر الحدود.

المادة 2 : تتعم أحكام القرار المؤرخ في 16 ربيع الثاني عام 1427 الموافق 14 مايو سنة 2006 والمذكور أعلاه، بمادتين 4 مكرر و 4 مكرر 1، تحريران كما يأتي :

"المادة 4 مكرر : يجب أن تحتوي رخصة الدخول المشروط لمننوج (ر.د.م.م)، من أجل ضبط مطابقتها، على مجموع المعلومات الخاصة بالمستورد والمننوج المستورد ومكان ضبط مطابقتها.

تحرر رخصة الدخول المشروط من طرف أعوان قمع الغش.

يرفق نموذج رخصة (ر.د.م.م) بالملحق التاسع بهذا القرار."

"المادة 4 مكرر 1 : بمجرد إنهاء عملية ضبط المطابقة المنصوص عليها في المادة 4 مكرر أعلاه، تسلّم مصالح الإدارة المكلفة بقمع الغش للمستورد رخصة حرية التصرف في المننوج (ر.ح.ت.م).

يرفق نموذج رخصة (ر.ح.ت.م) بالملحق العاشر بهذا القرار."

المادة 3 : ينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 22 ربيع الأول عام 1441 الموافق 19 نوفمبر سنة 2019.

سعيد جلاب

الملحق التاسع
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

نموذج : ر.د.م.م

الرقم التسلسلي :

وزارة التجارة

مديرية التجارة لولاية :

مفتشية الحدود :

رخصة الدخول المشروط لمنتوج من أجل ضبط مطابقتها (ر.د.م.م)

رقم / المؤرخ في

(المادتان (53-54) من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم).

- (1) اللقب والاسم أو اسم شركة المتعامل. المستورد (1)
- (2) العنوان الحقيقي للمتعامل المعني. رقم وتاريخ ست
العنوان (2)
- (3) بيّن الطبيعة الحقيقية للمنتوج. تعيين المنتوج (3)
- (4) بيّن كيفية عرض المنتوج. معروض على شكل (4)
- (5) بيّن عدد الطرود. متكون من (5)
- (6) الكمية معبر عنها بالطن. الكمية (6)
- (7) التعريف الجمركية. التعريف الجمركية (7)
- (8) بيّن رقم وتاريخ فاتورة الشراء. فاتورة رقم (8) مؤرخة في
- (9) القيمة بالدينار الجزائري. القيمة (9)
- (10) اللقب والاسم أو اسم الشركة وعنوان المنتج. الصانع (10)
- (11) بيّن بلد المنشأ للمنتوج أو مكان صناعته. بلد المنشأ (11)
- (12) علامات التعريف والمعلومات المتعلقة بشفرة المنتج. رقم الحصة (12)
- (13) رقم وتاريخ التصريح باستيراد المنتج. رقم وتاريخ إم (13)
- (14) رقم وتاريخ محضر مراقبة مطابقة المنتج. رقم وتاريخ م م م م (14)
- المراقبات المنجزة :
- نتائج المراقبات.....
- مكان إعادة المطابقة.....
- بناء على المراقبة التي أجريت على المنتج، يسمح بدخوله المشروط من أجل ضبط مطابقتها.

تاريخ وختم وتوقيع رئيس

المفتشية الحدودية

الملحق العاشر
الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

نموذج : ر.ح.ت.م

وزارة التجارة

مديرية التجارة لولاية :

أو مفتشية الحدود :

رخصة حرية التصرف في المنتج (ر.ح.ت.م)

رقم / المؤرخ في

إلى السيد

إن منتجكم الذي كان موضوع الدخول المشروط من أجل ضبط مطابقتة بناء على الرخصة

رقم (1) المؤرخة في
المشروط
رقم وتاريخ رخصة الدخول
(2) طبيعة وكمية المنتج
المسحوب من عملية الوضع
للاستهلاك.

والمعلق بـ (2)
المخزن في (3)
مكان حفظ أو تخزين المنتج.

وتبعا لعمليات ضبط المطابقة المنجزة (4)
مكان إنجاز عمليات ضبط
المطابقة.

وبعد الاطلاع على محضر رفع التحفظات رقم المؤرخ في
المحرر من طرف (5)
المصلحة القائمة على عملية
ضبط المطابقة.

تبين أنه مطابق للتنظيم المعمول به.
يرخص لكم بحرية التصرف فيه لضمان وضعه رهن الاستهلاك.

تاريخ وختم وتوقيع
السلطة الإدارية المكلفة بالرقابة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التجارة

نموذج (م.س.م)

المديرية الولائية للتجارة

محضر سحب مؤقت للمنتوج من عملية الإستهلاك

القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
المرسوم التنفيذي رقم 90-90 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش
لا سيما المواد 23 إلى 30 منه .

عام الفين و في اليوم.....
من شهر..... على الساعة.....
نحن الموقعون أسفله.....
مقيمين إداريا.....
عند إجراء معاينة للمنتوجات الموضوعة للإستهلاك من طرف السيد (ة) (1).....
.....
.....
حيث كنا و تكلمنا مع السيد (ة) (2) :
.....
.....
قمنا بسحب مؤقت للمنتوج المذكور في جدول جرد المنتوجات المرفق مع هذا المحضر (3).....
.....
السيد (ة) (3) : صرح (ت) لنا بمايلي :
.....
.....
.....
أبلغنا المعني (ة) أنه : طبقا للقانون 03-09 المذكور أعلاه لا سيما المواد 59 ، 60 ، 61 و 79 المادة
155 من قانون العقوبات تشتمع المنتوجات المسحوبة مؤقتا و توضع تحت حراسة المتدخل المعني و كل
بيع لهذا المنتوج المشمع و كل كسر للأختام أو الشروع فيه ، يعاقب بالحبس من 06 أشهر إلى 03
سنوات و بغرامة من 500.000 دج إلى 2.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.
حررنا هذا المحضر (بحضور أو بغياب) المتدخل المعني
بعد قراءة هذا المحضر على مسامعه (ها) صرح (ت) لنا السيد (ة)
بمايلي :
.....
.....
.....
صرح (ت) لنا بأنه (ها) لا يضيف (تضيف) و لا يحذف (تحذف) أي شئ مما سبق
و قد (4) التوقيع على المحضر

رقم تسجيل المصلحة الإدارية...
.....
تاريخ.....
محرر ضد.....
.....
ب.....
.....
.....
(1) الاسم ، اللقب، النسل، المهنة و
إقامة الشخص الطبيعي أو
المعنوي الذي تم عنده السحب
المؤقت.
إذا تم هذا الأخير أثناء الطريق
أذكر المكان أو اقتضى الأمر
أسماء و عناوين الأشخاص
المذكورة على وثائق الشحن
كمرسل و مرسل إليه.
(2) حدد هوية الشخص المسموع.
(3) حدد طبيعة الإجراءات
المتخذة
(4) قبل (ت) أو رفض (ت)

الأعوان المحررون

المعني

ملخص

تتمثل أبرز ضمانات حماية المستهلك من المنتجات المستوردة في فرض مواصفات قياسية صارمة تلزم المستوردين بالالتزام بمعايير الجودة والسلامة. كما تُجرى فحوصات دورية على هذه المنتجات عند المنافذ الجمركية للتأكد من خلوها من أي مخاطر صحية أو غش تجاري. بالإضافة إلى ذلك، تمنح القوانين المحلية المستهلك الحق في المطالبة بالتعويض في حال ثبوت تسبب المنتج المستورد في أضرار مادية أو صحية. وأخيرًا، تعمل حملات التوعية على إرشاد المستهلكين حول كيفية التبليغ عن المنتجات المغشوشة أو غير المطابقة للمعايير عبر القنوات الرسمية.

Résumé:

les mesures de protection les plus importantes pour les consommateurs contre les produits importés sont l'imposition de spécifications standard strictes qui obligent les importateurs à respecter des normes de qualité et de sécurité. Ces produits sont également inspectés périodiquement dans les ports douaniers pour garantir qu'ils sont exempts de tout risque sanitaire ou de fraude commerciale. En outre, les lois locales donnent aux consommateurs le droit de demander une indemnisation s'il est prouvé qu'un produit importé a causé des dommages matériels ou sanitaires. Enfin, des campagnes de sensibilisation guident les consommateurs sur la manière de signaler les produits contrefaits ou de qualité inférieure par les biais des canaux officiels.

Summary:

The most prominent safeguards for consumer protection against imported products are the imposition of strict standard specifications that require importers to adhere to quality and safety standards. These products are also periodically inspected at customs ports to ensure they are free of any health risks or commercial fraud. In addition, local laws grant consumers the right to claim compensation if an imported product is proven to have caused material or health damage. Finally, awareness campaigns guide consumers on how to report counterfeit or substandard products through official channels.