



**UNIVERSITY
of SAIDA**
Dr MOULAY TAHAR

دكتوراه ل.م.د. الطور الثالث
الشعبة: الحقوق
التخصص: القانون الاقتصادي
الفرع: قانون خاص
من طرف الطالبة
مسكين حنان

الرقم	اللقب	و	المرتبة	المؤسسة	الصفة
01	عثماني عبد الرحمان	أستاذ	جامعة	رئيس	مجلس
		محاضر (أ)	سعيدة	ي	س

02	بـــــــــــــــــن	أستاذ	التعليم	جامعة	مشرفا
03	أحمد الحاج	العالى	ســـــــــــــــــ	ومقررا	
04	هامل	أستاذ	يـــــــــــــــــدة	مـــــــــــــــــقـــــــــــــــــة	
05	هـــــــــــــــــ	محاضر (أ)	جامعة	رررر ثانييا	
06	ـــــــــــــــــواري	أستاذة محاضرة	ســـــــــــــــــ	مـــــــــــــــــمـــــــــــــــــ	
07	سويلم	(أ)	يـــــــــــــــــدة	تـــــــــــــــــحـــــــــــــــــ	
	فضـــــــــــــــــيل	أستاذ	جامعة	نـــــــــــــــــا	
	ـــــــــــــــــة	محاضر (أ)	ســـــــــــــــــ	مـــــــــــــــــمـــــــــــــــــ	
	بن	أستاذ	يـــــــــــــــــدة	تـــــــــــــــــحـــــــــــــــــ	
	ســـــــــــــــــفـــــــــــــــــي	محاضر (أ)	جامعة	نـــــــــــــــــا	
	ان	أستاذ	ســـــــــــــــــ	مـــــــــــــــــمـــــــــــــــــ	
	عـــــــــــــــــبار	محاضر (أ)	يـــــــــــــــــدة	تـــــــــــــــــحـــــــــــــــــ	
	عـــــــــــــــــمـــــــــــــــــ		جامعة سيدي بلعباس	نـــــــــــــــــا	
	ـــــــــــــــــر		جامعة	مـــــــــــــــــمـــــــــــــــــ	
	بن	السنة الجامعية: 2020-	ســـــــــــــــــ	دـــــــــــــــــعـــــــــــــــــ	
	خـــــــــــــــــالـــــــــــــــــ	2021	يـــــــــــــــــدة	وـــــــــــــــــا	
	ـــــــــــــــــد				

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

اللهم لك الحمد حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، ملء السموات والأرض وملء ما شئت من شيء بعد أهل الثناء والمجد، أحق ما قال العبد، وكلنا لك عبد أشكرك ربي على نعمك التي لا تعد والآنك التي لا تحد، أحمداك ربي وأشكرك على أن يسرت لي إتمام هذا العمل المتواضع على وجه الذي أرجو أن ترضى به عني.

بقتضي واجب التقدير والعرفان بالجميل أن أتوجه بالشكر إلى من رعاني طالبة في برنامج الدكتوراه، ومعدة هذا العمل المتواضع أستاذي ومشرفي الفاضل البروفيسور بن أحمد الحاج الذي له الفضل - بعد الله تعالى - فله مني كل التقدير والعرفان على تكريمه بقبول الإشراف على هذه الأطروحة وعلى تصويبها شكلا وموضوعا فجزاه الله عنا خير الجزاء.

كما أثنى بالشكر والعرفان كل الجهود التي كانت عوناً لي في إنجاز هذه الدراسة، لذا أتقدم بعظيم الشكر والامتنان إلى أساتذتي الموقرين في لجنة رئاسة وأعضاء لتفضلهم على قبول مناقشة هذه الأطروحة، فهم أهل لسد خللها، وتقويم معوجها، وتهذيب نتواتها، ولإنابة عن مواطن القصور فيها سائلة المولى الكريم أن يثيبهم عني خيراً.

وأتوجه بالشكر الجزيل أيضاً إلى جميع أساتذتي الفضلاء في كلية الحقوق والعلوم السياسية الذين لم يألوا جهداً في توجيهي وإمدادي بما احتجت إليه من كتب من مكتباتهم العامرة وأخص بالذكر أساتذتي وقودتي سويلم فضيلة.

كما أشكر جميع الإخوة القانمين على المكتبة التي تزودت منها مادة هذه الدراسة الكل دون استثناء.

كما أشكر كل من ساعدني وأعانني من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل المتواضع، فلهم في النفس منزلة وإن لم يسعف المقام لذكرهم فهم أهل للفضل والخير والشكر.

مسكين حنان

حنان مسكين

اهداء

«ولئن شكرتم لأزيدنكم»

أحمد الله مخرج النور بعد الظلام، أحمده ربي رزقني حسن المسير كلمات شكر وامتنان لمن كانوا لنا مثل الشموع في الليالي المظلمات، الحمد لك ربي ومهما حمدنا فلن نستوفي حمدك والصلاة والسلام على من لا نبي بعده.

أهدي تخرجي إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها، ريحانة حياتي وبهجتها التي غمرتني بعطفها وحنانها، وأنارت لي درب حياتي، من أرضعتني الحب والحنان، رمز المحبة وبلسم الشفاء، ملاكي في الحياة وبسمتها وسر الوجود من كان دعائها سر نجاحي أغلى الحبايب «أمي الحبيبة» حفظها الله وأطال عمرها.

إلى الذي رباني على الفضيلة والأخلاق، وشملي بالعطف والحنان، وكان لي درع أمان أحتمي به من نائبات الزمان، وتحمل عبء الحياة حتى لا أحس بالحرمان، إلى روح أبي الراحل الذي علمني كيف أمسك بالقلم وكيف أخط الكلمات بلا ندم، الذي جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب، وحصد الأشواق عن دربي ليمهد لي طريق العلم.

إلى خالد الذكر، خير مثال لرب الأسرة، والذي لم يتهاون يوم في توفير سبيل الخير والسعادة لي والذي العزيز رحمه الله وأسكنه فسيح جنانه وطيب ثراك.

إلى القلوب الطاهرة والعزيزة ورياحين حياتي، من بهم يشد ساعدي وتعلو هامتي هم سندي وركائز نجاحي الذين كانوا يد الحب والعطاء وسندي في مسيرتي وأمني وعند فزعي إخواني: حلالتي، بن يحيى، سعيد، محمد وأخواتي: رابحة، عزة، خيرة، وأخص بالذكر أختي الصغرى صورية التي كانت السند والدعم.

وإلى من تحلوا بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء، وإلى من برفقتهم في دروب الحياة السعيدة والحزينة سرت، وإلى من كانوا معي على طريق النجاح والخير «أصدقائي الأعزاء» ليلي، صابرة، فاطمة، محمد، وأخص بالذكر عائلة ملياني وإلى من تذكرهم قلبي ونساهم قلبي.

إلى من جمعني بهم منبر العلم والصداقة من علموني الحرف الأول ويصرونني بالعلم إلى من أخذوا بيدي في هذا المجال وجعلوا من العلم أحلى آيات المنال أساتذتي الأفاضل الذين أكن لهم أسمى عبارات المحبة رافقوني طوال مشواري الدراسي.

مسكين حنان

قائمة أهم المختصرات
Liste Des Principales Abrivisation

أولاً: باللغة العربية
ص: الصفحة
ثانياً: باللغة الفرنسية

L.G.D.J : Librairie générale du droit et de jurisprudence.

Op.cit: Ouvrage précédemment cité.

.JORF: Journal Officielle République Française

.JOUE: Journal Officielle Union Européen

N°: Numéro.

Cass. Civ: Arrêts des Chambres Civiles de la Cour de Cassation.

.CE : Conseil Européen

.IDARA: Revue de l'école Nationale d'administration

. Journal officiel des Communautés européennes:JOCE

J.O.C.E : Journal Officiel de Conseil Économique

. The Official Journal of the European Union:OJEU

. The European Economic Community:EEC

Éd : édition.

government:Gov

The United States of America :USA

Bull : bulletin des arrêts de la cour de Cassation.

P : Page.

Art : Article.

مقدمة

إن الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك يعد أمراً تستلزمه قواعد المنافسة من منطلق وجود أعوان اقتصاديين يمارسون الصناعة والتجارة بصفة عامة، وعمليات الإنتاج والتوزيع بصفة خاصة في جو تنافسي، ووجود مستهلكين يقتنون مختلف السلع والخدمات المعروضة مقابل دفع أثمانها، ذلك لأن احترام قواعد المنافسة الحرة تضمن للمستهلكين الاستفادة من أدنى سعر وأفضل جودة، وهذا ما يجعلهم يستفيدون من تطور المنافسة لا أن يكونوا ضحايا غيابها أو تقييدها.

ومما لا شك فيه أن التطور الهائل في مجال الصناعة الذي ظهر حديثاً أدى إلى ازدحام الأسواق المحلية والعالمية بأشكال عديدة من السلع الاستهلاكية والخدمات في مختلف القطاعات كل ذلك أبرز ضرورة حماية المستهلك بوصفه الحلقة الأضعف في مواجهة العون الاقتصادي أو المحترف الذي غالباً ما يكون أقوى منه، بالنظر لما يتمتع به من خبرة وحكمة وقوة اقتصادية مع أهمية أن تشمل هذه الحماية كافة مراحل العلاقات العقدية بما فيها مرحلة ما قبل إبرام العقد حتى يتحقق التوازن المطلوب في العلاقات العقدية في العقود الاستهلاكية⁽¹⁾ خاصة وأن النشاط الاقتصادي يقوم في شقه التجاري على ركائز أساسية قوامها احترام التبادل الحر لمختلف السلع والخدمات بشرط أساسي هو احترام قواعد التنافس الحر والنزاهة والشفاف بين مختلف الأعوان الاقتصاديين في الميدان، وتجسيد ذلك مرهون بالحفاظ على حقوق المستهلك الطرف الضعيف في المعاملات الاقتصادية.

ولقد حظيت حرية ممارسة التجارة بأهمية قصوى لدى المجتمعات المعاصرة لما لها من نفع وفائدة على المصالح الاقتصادية للمستهلكين، تبرز هذه الأهمية في إدراج مبدأ حرية التجارة والصناعة في صلب نصوص تشريعية أساسية وعادية، وبذلك أضحت المنافسة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالتجارة والصناعة وحرية المؤسسات في ممارسة أنشطتها داخل السوق في إطار قانوني منظم يعمل على ترسيخ شفافية ونزاهة المعاملات والممارسات التجارية وهذا ما سعى المشرع الجزائري إلى تحقيقه من خلال سن قوانين لتنظيم السوق وحماية المتعاملين فيما بينهم وحماية المستهلكين تجسداً لاعترافه بحرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية.

وبالرغم من أن المنافسة والتجارة تقوم على أساس الحرية إلا أنها ليست مطلقة ذلك أن المنافسة ليست حالة طبيعية تلقائية عادية كما يعتقد ذلك أصحاب الاقتصاد الحر⁽²⁾ بل هي مقيدة بمقتضى تقاليد وأعراف النزاهة التي تحكم ممارسة التجارة من جهة، وبموجب نصوص قانونية منظمة لحدود هذه الحرية من جهة أخرى، وكل هذا بهدف الوصول إلى حماية كل المصالح الاقتصادية للمستهلكين التي تعتبر من بين المصالح أو الحقوق الأكثر تعرضاً للخطر بسبب تعسف الأعوان الاقتصاديين من خلال استغلالهم للمركز الضعيف الذي يحتله المستهلك في هذه المعادلة الاقتصادية، وفي خضم هذه المنافسة كان لابد من توفير حماية تشريعية فعالة للمستهلك.

وبالرجوع إلى الدستور الجزائري نجد أنه قد أعلن عن مبدأ حرية التجارة والصناعة وقد وسع من مفهومه بموجب المادة 61 من الدستور⁽³⁾ ليشمل حرية التجارة والاستثمار والمقولة، وبناء على هذا الإقرار تدخل المشرع لتأطير مبدأ حرية المنافسة خدمة لمصلحة المستهلك

(1)-أنظر: أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك، دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الجيزة، 2016، ص11-16.

(2)-«Contrairement au rêves des économistes libéraux, la concurrence n'est pas un état naturel spontané et normal».

Voir: GUYON Yves, Droit des affaire: Droit commercial général et société, tome1, 7^{ème} éd Economica, Paris, 1992, p873.

(3)-المادة 61 من المرسوم الرئاسي رقم 20-251 المتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء 1 نوفمبر 2020، جريدة رسمية، العدد 82، الصادرة في 30 ديسمبر 2020.

من خلال تأطير ممارسة الأعوان الاقتصاديين لهذه الحرية مع توضيح حدودها القانونية بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة⁽¹⁾ الذي يركز على الموازنة بين المصالح المتعارضة للمتنافسين دون تغليب لأحدهما على الآخر.⁽²⁾

وإذا كان المشرع قد كفل حرية التجارة والاستثمار والمقولة، فإنه تصدى في نفس الوقت لمخاطر وإفrazات الاعتراف الدستوري بإقراره التزامات على المتدخلين في نفس الوقت لاسيما من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش وغيرها من القوانين المكملة والنص على إنشاء أجهزة وهيكل مخولة بالعمل على توفير حماية للمستهلك، كما أن دسترة المشرع لحقوق المستهلك ضمن قواعد أسمى القوانين شكل نقطة تحول حقيقية في نظام الحماية القانونية المكفولة للمستهلك وهذا إن دل فهو يدل على أهمية مركز المستهلك من جهة وإقرار بضرورة توفير الحماية اللازمة في علاقاته المختلفة باعتباره طرفا ضعيفا، ثم إن نص الدستور على ضرورة حماية حقوقه يُقر من خلاله بمفهوم المخالفة أنه على المتدخل القيام بالالتزامات المفروضة على عاتقه قانونا والتي هي في نفس الوقت حقوق للمستهلك ولا يمكنه بذلك التوصل منها أو إنكارها.

وإذا كان المشرع قد خص المستهلك بقانون لحمايته، إلا أن النص على ضرورة حماية حقوقه دستوريا هو اعتراف له بحماية أكبر على أقل من ناحية النظرية على المستوى المنظومة القانونية لاسيما وأن موضوع حماية المستهلك يعتبر ترجمة فعلية لحقوق الإنسان حيث لم تعد الحرية مجموعة نصوص ولا إعلانات، بل غدت مطلبا لكل إنسان والتزاما عاما لكل الدول ولم تعد تنحصر لا في مجرد حريات سياسية وفكرية فقط، بل امتدت لتشمل الحقوق الاقتصادية أيضا.

وفي هذا الصدد نصت مختلف التشريعات المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك على جملة من الالتزامات مضمونها ممارسة النشاط التجاري في ضوء احترام حقوق المستهلك فالتطور الاقتصادي الجديد حول المجتمعات الحديثة إلى مجتمعات استهلاكية تتوقف فيها حياة المستهلك على مجموع النشاط الاقتصادي من إنتاج واستيراد، تخزين وتوزيع بشكل متواصل ونظرا لأهمية موضوع حماية المستهلك خاصة في ظل حرية المنافسة اتجهت أغلب الدول إلى تحديث نصوصها الخاصة بحماية المستهلك نذكر منها المشرع الفرنسي الذي أصدر تعديلا جديدا لنظرية الالتزام في القانون المدني من خلال التعلية رقم 131-2016⁽³⁾، كما أصدر في نفس السنة قانونا جديدا للاستهلاك أعاد فيه تنظيم الموضوع من جديد من خلال التعلية رقم 301-2016⁽⁴⁾ كما أن المشرع المصري هو آخر أصدر قانون بشأن حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 الذي ألغى بموجبه القانون رقم 67 لسنة 2006.

وفي ذات السياق ساير المشرع الجزائري هو آخر التغير الكبير الذي عرفته الساحة الاقتصادية، وخطى خطوة ايجابية في الاهتمام بحماية مصالح المستهلكين اقتداء ببعض التشريعات المقارنة تحت نداءات وضغوطات الممارسة من قبل جمعيات حماية المستهلك إثر اتساع مشكلة اختلال التوازن بين المستهلك الضعيف اقتصاديا وبين المهنيين الذين يملكون قوة

(1)-الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية، العدد 43، الصادرة في 20 جويلية 2003 المعدل والمتمم.

(2)-أنظر: عمار زعبي، لطيفة بهي، تدخل الدولة لتطويع مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 08، العدد 02، جوان 2017، ص 42-43.

(3)- Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, JORF n°0035 du 11 février 2016.

(4)-Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, JORF n°0064 du 16 mars 2016.

اقتصادية وكفاءة تقنية عالية في مجال الإنتاج والتوزيع، ولذا أضحي هذا الأخير فريسة للمهنيين الذين لا يهتمهم إلا تحقيق أهدافهم الاقتصادية⁽¹⁾ ليظهر بذلك اهتمام المشرع الكبير لهذه الفئة خاصة في أواخر الثمانينيات وذلك من خلال موجة التشريعات الحمائية والتي كان أولها القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي تضمنت مواد الثلاثون المبادئ الأساسية المتضمنة لحقوق المستهلك طول عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك ويعتبر هذا القانون اللبنة الأساسية الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك⁽²⁾ وقد تم إلغاء هذا القانون واستبداله بالقانون رقم 09-03 والذي عدل هو آخر بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 والذي جاء لتحقيق آليات الرقابية والردعية.

كما تم إصدار أكثر من سبعون مرسوم تنفيذي متعلق بحماية المستهلك، ولعل أهم ما يميز الآليات القانونية لحماية المستهلك في الجزائر هو ذلك الزخم التشريعي والتنظيمي المؤطر للمسألة على مدار الأربع والعشرون سنة خلت انتقل فيها الإطار القانوني من مرحلة وضع الأسس والقواعد العامة إلى محطة سن النصوص التنظيمية وإنشاء الأجهزة وانتهاء بعملية إعادة تشكيل المنظومة القانونية المؤطرة لفكرة الحماية برمتها لتستجيب للإنتظارات الاجتماعية والاقتصادية الداخلية وتتوافق مع متطلبات العولمة والاندماج في الاقتصاد العالمي⁽³⁾.

ومن زاوية أخرى قام المشرع الجزائري بحماية المستهلك لكن بصفة غير مباشرة نتيجة حماية المنافسة وذلك لارتباطها بالمستهلك خاصة بعد تبني الدولة لنظام اقتصاد السوق حيث أصبح يفرض عليها اعتماد مبدأ المبادرة الخاصة والمنافسة الحرة في نظامها الاقتصادي لمواكبة التحولات العالمية وقد برزت هذه الحماية من خلال الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالقانونين رقم 12-08، والقانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة والذي يشكل التدخل الثاني الذي قام به المشرع لتأطير مبدأ حرية المنافسة خدمة لمصلحة المستهلك، حيث نظم مبادئ المنافسة وأعطى الحق للمستخدمين في المنافسة الحرة وفقا للقواعد المنصوص عليها ضمن هذا الأمر وقيد من جهة أخرى هذه المنافسة، كما تضمن أحكاما تخص حماية المستهلك من الآثار السلبية للممارسات المنافسة للمنافسة التي ترمي إلى تقييد المنافسة واحتكار السوق، وهذه القواعد المقررة في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم تحتاج لتفعيلها وتقويتها إلى منع ممارسات أخرى تؤثر كذلك سلبا على المنافسة لكن في حدود العلاقة بين عون اقتصادي وآخر أو فيما بين العون الاقتصادي والمستهلك، لذا تدخل المشرع في هذا الإطار لمنع الممارسات التي تخل بشفافية المعاملات التجارية ونزاهتها.

وفي هذا السياق نظم المشرع الجزائري الممارسات التجارية في تقنين خاص ألا وهو القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم بالقانون رقم 10-06 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث تضمن هذا القانون بدوره أحكاما تهدف لحماية المستهلك وذلك من خلال إعلامه بالأسعار والتعريفات وشروط البيع من جهة، وتجريم الممارسات التجارية غير النزيهة والغير الشرعية والتي تشكل خطر على صحة المستهلك وماله من جهة أخرى حيث نصت المادة الأولى منه بوضوح على الموازنة التي يرغب المشرع في تحقيقها من خلال جمعه

(1)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، دراسة في قانون رقم 09-03 المؤرخ 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2017، ص 08.

(2)-القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 8 الصادر 8 فيفري 1989 الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(3)-أنظر: شهيدة قادة، التجربة الجزائرية في حماية المستهلك بين طموح وتطور النصوص القانونية وافتقاد آليات تطبيقها المجلة الجزائرية للقانون المقارن، مخبر القانون المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تلمسان، العدد 01، 2014 ص 11.

بين مصالح الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، ولا تعارض بين تنظيم وتحديد قواعد الشفافية ونزاهة الممارسات التجارية تجسيدا لمبدأ حرية المنافسة وبين مبدأ حماية المستهلك الأمر الذي يدل على عدم التناقض بين المسعيين في منظور المشرع.

ويجدر التنويه إلى أن هذه الترسانة القوانين جاءت كنتيجة طبيعية لتخلي الدولة عن النهج الاشتراكي الذي كان في ظله العون الاقتصادي الوحيد داخل السوق إلى تدخلها في دواليب الاقتصاد من خلال تبني نهج الاقتصاد الحر أين تم فتح المجال للأعوان الاقتصاديين للاستثمار في مختلف المجالات، ذلك أن تطور اقتصاد السوق في القرون الحديثة مكن من ظهور فكرة المستهلك تحول إلى ما يسمى بملك النظام،⁽¹⁾ فالمنافسة الحرة للمؤسسات كان من واجبه تكثيف المواد المعروضة وتحسين النوعية وخفض أسعارها، ومع ذلك فإن المستهلك يحتاج للحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة سواء أكان اقتصاد موجه قائما على تدخل الدولة في الشؤون الاقتصادية بقصد توجيهها نحو تحقيق المصلحة المجتمع، أم كان اقتصاد السوق الذي يقوم على الحرية الاقتصادية ويخضع لنظام الطلب والعرض، إلا أن الحاجة لتحقيق هذه الحماية تزداد في ظل الأخذ بنظام الاقتصاد الحر وتحرير التجارة.

وعلى اعتبار أن قواعد الموضوعية لن يكون لها جدوى دون وجود قواعد إجرائية تضمن احترام الغير وعدم تعرض لها والجزاء عند مخالفة أحكامها، وضع المشرع آليات لحماية المستهلك في إطار قانون المنافسة وتتمثل في مجلس المنافسة الذي يعتبر كهيئة إدارية لمكافحة الممارسات المقيدة للمنافسة المنصوص عليها في الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والسهر على تطبيق القانونية الخاصة بحماية المستهلك، كان لابد أيضا من وجود أجهزة قوية وفعالة على غرار مجلس المنافسة دونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على الورق ويفقد الآلية لردع المخالفين له من المتدخلين، وعليه تم إنشاء أجهزة مختلفة مؤهلة لمراقبة تطبيق هذه النصوص ومن هذه الأجهزة نجد الهيئات الإدارية، وكذا الجمعيات والقضاء ذلك أن النصوص لا يكون لها أي فعالية تذكر في محاربة الأنشطة المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولا تلك المنافسة للمنافسة إلا بوضع آليات وأجهزة تتولى رقابة كل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين وتوقيع العقاب على كل المخالفين للقواعد والقوانين الموضوعية في ذلك، ولا شك في أن تحسين القوانين واللوائح عامل أساسي في حماية المستهلك ومن ثم يجب إيلاء دور الإطار القانوني والتنظيمي وهو دور أساسي عناية أكبر وأفضل.

واستنادا لما تقدم، يمكن القول أن فكرة حماية المستهلك كانت معروفة في كل العصور وهو ما أدى إلى تعاظم الحاجة لحماية المستهلك نظرا للمخاطر الكبيرة التي تنطوي عليها العملية الاستهلاكية في جميع مراحلها، ونظرا لاتساع حجم طبقة المستهلكين فإن مفهوم الحماية ووسائلها تطورت تطورا هائلا في الفترة الأخيرة، فلم يعد تدخل الدولة في العملية الاستهلاكية قاصرا على إيجاد الضمانات الضرورية لتوفير السلع والخدمات ولمنع الاحتكار والتلاعب في الأسعار، بل توسع هذا التدخل ليشمل العديد من الخطوات والإجراءات والتنظيمات التي تحمي

(1)-أنظر: أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2008، ص7.

وجدير بالملاحظة أن النظام الاقتصادي الجزائري شهد جملة من الإصلاحات، وذلك تماشيا مع التحولات العالمية في المجال الاقتصادي القائم على أساس تحرير التجارة؛ إذ عمد المشرع الجزائري قصد تفعيل هذا التوجه إلى إصدار عدة مراسيم وأهمها: المرسوم رقم 88-01 الذي تضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، وكذلك المرسوم رقم 88-201 الذي جاء للإلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفرد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار للتجارة، فتعتبر هذه المراسيم تمهيدا لتحول الدولة من وضعية المتدخل في حركة الاقتصاد الوطني إلى ضابطة له، وذلك عن طريق الوزارات واعتماد مبدأ المنافسة الحرة بدل احتكار المؤسسات العمومية للنشاط الاقتصادي.

المستهلك في كل شؤون العملية الاستهلاكية ومتعلقاتها، مروراً بالعقود التي تبرم للحصول عليها انتهاء بالضمانات القانونية التي تكفل صيانة هذه السلع وأدائها للغرض المقصود منها عند الاستعمال، ذلك أن وضع سياسة حماية للمستهلك يتوقف أساساً على الوسائل والآليات التي من شأنها توفير هذه الحماية، كما يتطلب الأمر تدخل جهات عديدة حول لها القانون القيام بهذه المهمة، وضمان علاقة متوازنة أمام المتدخلين وهو ما يعتبر جوهر دراستنا.

وعليه فإن معالجة فكرة حماية المستهلك الجزائري في ظل حرية المنافسة المقررة في كل من قانوني المنافسة والاستهلاك تستدعي منا البحث عن مدى كفايتها، ومدى فعاليتها وتبيان إن كان هناك حاجة إلى تعديل قانون الاستهلاك خاصة في ظل التطور التكنولوجي والعلمي الحاصل في السوق، ذلك أن هناك تقاطع بين حماية المستهلك مع حرية المنافسة ففي ظل حرية المنافسة تقوم الشركات بتطوير وتحسين جودة سلعها وخدماتها من أجل مواجهة المنافسة في السوق كما تعرضها بأفضل سعر تنافسي من أجل تحقيق ربح أكثر وتؤثر المنافسة إيجاباً على المستهلك ذلك أنها تسمح له بالاختيار في سوق تنافسية نظراً لوفرة السلع والخدمات التي تعرضها المؤسسات بأسعار تنافسية تهدف إلى جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن يلعب المستهلك دوراً رئيسياً في السوق نظراً لأنه يوفر اقتصادياً وظيفة الطلب، ذلك أن التعبير الحر عن خيارات المستهلك يلعب دوراً حاسماً في اقتصاد السوق، إذ أنه يوجه الموارد إلى الوظائف الاقتصادية الأكثر قيمة ويساعد أيضاً على تحقيق الكفاءة، وبالتالي فالنتيجة هي أن المستهلك هو الذي يوجه منافسة الشركات، كما أنه يعاقبها بقراراته.

أما في حالة تقييد المنافسة ولجوء بعض الشركات إلى احتكار السوق فإن هذا يؤدي إلى تضرر الشركات المنافسة، بالإضافة إلى تضرر المستهلك الذي ينقص حقه في اختيار المنتجات، ناهيك عن ارتفاع سعرها وعدم جودتها، وليس بالضرورة أن يكون هناك تطابق بين مصلحة الشركات وحماية المستهلك، حيث أنه يمكن تواجد حتى بعض الأهداف المتناقضة ذلك أن الشركة تبحث عن هوامش ربح أكبر والمستهلك يهدف إلى الحصول على أفضل المنتجات بأفضل الأسعار.

انطلاقاً من هذا التداخل والتآزر بين القانونين وأهدافهما المختلفة تبرز أهمية دراسة موضوع "حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة" ذلك أن المشرع قد حاول الموازنة بين كل من حماية المستهلك وحرية المنافسة من خلال تشريعاته سواء تعلق الأمر بقانون المنافسة أو قانون الاستهلاك الذي نقصد به قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالإضافة إلى النصوص التنظيمية التابعة له، دون إغفال الإشارة إلى قانون الممارسات التجارية.

من خلال ما سبق تبرز الأهمية من تخصيص مثل هذا الموضوع بالبحث والدراسة المعمقة والتي ترتبط في جوهرها بمدى أهمية مسألة حماية الحقوق والمصالح المختلفة للمستهلك من جهة وذلك في مجالات حيوية بالغة الضرورة لاقتصاد أي مجتمع متمثلة خصوصاً في مجال الاستهلاك والمنافسة والممارسات التجارية من جهة أخرى، وما يستتبعه من إلزامية إقرار مبدأ الموازنة بين كافة الأطراف الفاعلة في السوق بصفة عامة.

ومن الواضح أيضاً أن البحث في هذا الموضوع أهمية بالغة، وهي أهمية تتعلق بتحسين المعطيات الأكاديمية ومواكبة التشريعات الحديثة التي عززت المنظومة الحماية للمستهلك ودراساتها وتحليل قواعدها لمعرفة طبيعة ومدى الحماية التي أضفاها المشرع من خلال هذه النصوص القانونية الصادرة في هذا المجال، بل وأكثر من ذلك أنه تم ولأول مرة كسابقة في التشريع الجزائري النص على دسترة حقوق المستهلك ضمن أحكام منظومة الحماية القانونية كما تبرز أهمية الموضوع في مواجهة مختلف المخاطر والأضرار التي يمكن أن تلحق المستهلك حيث ترتب عن الإنتاج الكثير والمتنوع في ظل حرية المنافسة ازدياد احتمال تقلت بعض المنتجات من الرقابة مما يجعل استهلاكها محفوفاً بالمخاطر، مما يؤثر سلباً على سير المنافسة وبالتالي تضرر الأعوان المنافسين من جهة ومن

جهة أخرى تضرر المستهلكين بطرق شتى فنتيجة للتطور الحاصل في السوق تم فصل عملية الإنتاج عن عملية التسويق التي أصبحت تتم بواسطة شركات كبرى تستخدم طرق الدعاية والإعلان التي تكون في كثير من الأحيان مضللة وبالتالي قد تضر بمصالح المستهلك الاقتصادية.

نتيجة لهذه العوامل كان من الطبيعي أن يتسع حجم المخاطر والأضرار على المستهلك في ظل حرية المنافسة، إلا أن المستهلك مجبر على اقتناء هذه المنتجات التي لا يمكنه الاستغناء عنها سواء لكونها ضرورية لعيشه كالمأكل والملبس والعلاج، أم لكونها تساهم في رفاهيته وإشباع رغباته كالكاماليات، من هنا تبرز أهمية حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة وهو ما حاول القيام به المشرع من خلال قواعد قانون المنافسة وقواعد قانون الاستهلاك.

فالنسبة لقانون المنافسة: نجد أن المشرع جاء بثلاث مبادئ أساسية يقوم عليها وهي حرية الأسعار، حظر الممارسات المقيدة للمنافسة، والرقابة على التجميعات الاقتصادية حيث عمل على ضبط كل مبدأ بقواعد وذلك في محاولة منه للموازنة بين كل من حرية المنافسة وحماية المستهلك.

أما بالنسبة لقواعد قانون الاستهلاك فجاءت لتعالج المسائل التي لا يمكن لقانون المنافسة التطرق إليه، وذلك في سبيل توفير حماية فعالة للمستهلك في ظل حرية المنافسة في السوق. كما تظهر الأهمية هذا الموضوع كون أن هذه الحماية لا يختص بها قانون أو تشريع بعينه بل كانت ولا زالت تكفلها تشريعات متنوعة ومتفرقة تنتمي إلى فروع القانون المختلفة في طبيعتها

وموضوعها والمقاصد التي تسعى إلى تحقيقها، كون موضوع حماية المستهلك متجدد وذو طبيعة مرنة تسمح له باتخاذ عدة أشكال وجوانب متعلقة بحياة الأفراد ونشاطاتهم على غرار حساسيته من جهة أنه ميزان لكفاءة أجهزة الدولة لتوفير حماية حقيقية للمستهلك.

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان كيفية موازنة المشرع بين حماية المستهلك وحرية المنافسة على ضوء عمادي قانون السوق وهما قانون المنافسة قانون الاستهلاك، وكذا عرض مختلف التعديلات الواردة سواء على قانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية، وقانون حماية المستهلك وقمع الغش والنصوص المنظمة له ومحاولة مناقشتها تحليلها وتقييمها، ويبقى إبراز نجاعة الآليات القانونية لحماية المستهلك هي الهدف الأسمى من الدراسة على غرار التعرف عليها وتحليلها بمقابل محاولة إيجاد حلول لمشاكل التطبيق لهذه الآليات، ومعرفة مدى فاعلية الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل المنافسة الشرسة والقوة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين والتي يبقى المستهلك ضحيته.

إضافة إلى ذلك أن هذه الدراسة جاءت بهدف إبراز مدى المساهمة المنظومة القانونية الجزائية وتقييم دورها في مجال حماية المستهلك، والسعي لكشف مواطن القصور وتقديم حلولاً وتصورات مناسبة من خلال توصيات لتحقيق حماية أفضل للمستهلك، وتبيان المشكلات العملية التي تعترض تطبيق القوانين المنظمة لحماية المستهلك، ودور الأجهزة المساهمة في تنفيذ حماية المستهلك سواء الأجهزة الإدارية والقضائية وحتى دور جمعيات حماية المستهلك.

كما سيتم تسليط الضوء على الثغرات الموجودة في قانوني المنافسة والاستهلاك فيما يتعلق بحماية المستهلك واقتراح حلول كلما سنحت الفرصة لذلك والإشارة إلى ضرورة تعديل القوانين كلما اقتضت الضرورة ذلك، أي أن هذه الدراسة فرصة لكشف وتوضيح العديد من النصوص القانونية وخاصة الحديثة منها التي ساهمت في إيجاد حماية فعالية للمستهلك في ظل حرية المنافسة في السوق.

وأخيراً تهدف الدراسة إلى إبراز مدى المساهمة المنظومة القانونية الجزائية في تحقيق التطور الاقتصادي عن طريق بناء سوق حرة تقوم على ممارسات تجارية نزيهة تشجع المنتجين

على روح الإبداع وإنتاج مطابق للمواصفات لينال حقوقه، وتلافي النزاعات وعدم اعتبار المهني دائما خصما.

وللإحاطة أكثر بهذا الموضوع اعتمدنا الإشكالية الموضوع التالية: ما مدى فاعلية الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين؟ وإلى أي مدى

وفق المشرع في تكريس توازن فعلي وحقيقي بين نشاط الأعوان الاقتصاديين من جهة وحقوق المستهلك من جهة أخرى؟

وعن دوافع اختيار الموضوع فنرجعها لسببين موضوعي وذاتي
أولاً: الأسباب الذاتية: وتعود أساسا إلى ارتباط موضوع حماية المستهلك بالواقع خاصة في ظل ما تشهده الحياة من تطور تكنولوجي وتعدد مخاطر التي تواجه المستهلك، وكذا الاستفادة من هذه التجربة في الحياة اليومية قبل المهنية، وتوضيح المكانة القانونية لمستهلك وما خصصه له المشرع من ترسانة من القوانين والتنظيمات قصد حمايته من الأخطار والصعوبات التي ستواجهه عند اقتنائه لأية منتجات غير صحية، ومعرفة هل الأجهزة التي وضعها المشرع قصد حماية المستهلك تقوم بدورها الرقابي، وضبط أعمال المتدخلين الغير قانونية خاصة بعد التطور والسرعة التي نعيشها في إنتاج السلع والخدمات.

ثانياً: أسباب موضوعية: تمثل هي بدورها في معرفة مدى تطبيق كل من المتدخلين والمنتجين وكذا المستهلكين... الخ وبصفة عامة كل من يدخل في العملية الاستهلاكية لتشريعات وكذلك القوانين المقارنة التي تنظمهم، ومحاولة فهم طبيعة الحماية التي يوفرها المشرع للمستهلك والاطلاع على مهام وعمل الأجهزة المنوطة بحماية المستهلك، وتبيان ما يشوبها من نقائص وثغرات خاصة وأن حماية المستهلك من المواضيع الحديثة نسبيا والتي تحتاج إلى دراسات معمقة ومفصلة كما يشكل ندرة الكتابات العربية متخصصة في الجزائر حافزا قويا من أجل دراسة الموضوع بشكل خاص.

والبحث عن إشكالية حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة يستوجب علينا إتباع دراسة تحليلية لمختلف النصوص القانونية، ودراسة مدى فاعلية الضمانات المكرسة في توفير حماية كافية للمستهلك مراعاة لمتطلبات هذا الموضوع، مما يسمح لنا بالتمعن في دراسته لتبيان مجموع الضوابط التي وضعها قانون المنافسة سواء تعلق بالأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم أو القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم من أجل حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية التي تعترض أو يمكن أن تجعله عرضة لسلامته وأمنه.

وحتى يتسم موضوع الدراسة بطابع أكثر علمي أكاديمي وأكثر دقة، فقد اعتمدنا على عدة مناهج منها المنهج الوصفي كونه يعمل على وصف الظاهرة محل الدارسة وتصويرها كميا عن طريق جمع المعلومات، وذلك عند إيراد مجموعة المفاهيم المتعلقة بهذا الموضوع

وقصد الوقوف على طبيعة القوانين والمواد التي وضعها المشرع لحماية المستهلك ووصفها وصفا دقيقا يساعدنا على الفهم والتحليل والتفسير السليم القائم على الوصف الصحيح للظاهرة المدروسة فضلا على إتباع المنهج التحليلي نظرا لطبيعة موضوع الدراسة الذي يحتاج ذلك من خلال دراسة وتحليل القواعد القانونية العامة للوصول إلى مفاهيم خاصة تساهم في معالجة موضوع الدراسة ومحاولة البحث عن الحلول العملية التطبيقية.

كما تم انتهاج أسلوب الدراسة المقارنة بين القانون الفرنسي باعتباره مصدر تاريخي للقانون الجزائري مع الإشارة إلى التوجيه الأوروبي والتشريع الأمريكي كلما اقتضت الحاجة كما تشمل المقارنة القانون المصري باعتباره من القوانين العربية الرائدة في مجال حماية المستهلك وذلك للاستفادة مما حققته التشريعات المقارنة من حلول للمشكلات القانونية محل البحث ولا تخفي أهمية ذلك المنهج عند محاولة حل إشكاليات البحث والدراسة لاستخلاص أهم الأحكام ومختلف الأفكار المتعلقة بهذا الموضوع واستنتاج المواطن التي يمكن أن يكون المشرع الجزائري قد أغفل التطرق إليها.

وأيضا كمنهج ثانوي مدعم لجأنا إلى المنهج التاريخي نظرا لما له من أهمية كبرى في نقل وتحليل أهم المراحل التي شاهدها الساحة القانونية لحماية المستهلك مع دراسة أهم المراحل والأحداث التي مر بها التشريع الجزائري في مجال حماية المستهلك، وذلك بالرجوع إلى الحضارات القوانين القديمة والسابقة إلى تحقيق حماية المستهلك، وذلك لتوضيح أن موضوع حماية المستهلك ليس وليد العصر كما يقال.

لم يكن لهذا البحث أن يكتمل دون أن يصادف العديد من الصعوبات خاصة وأن مجاله متشعب يرتبط بمختلف فروع القانون، وهو ما يعني التطرق إلى أكثر من فرع من فروع الدراسات القانونية كالقانون المدني والقانون التجاري، قانون الاستثمار وقانون الجمركي، وقانون العقوبات وغيرها. كما أن موضوع اقتضى من جهة أخرى معالجة الاختلال التوازن الظاهر بين المستهلك كطرف الضعيف، والعون الاقتصادي الذي يتميز بالمركز قوي بفضل وضعيته الاقتصادية والخبرة والدراسة التي يتمتع بها، وهو الأمر الذي خلق لنا صعوبة في التوفيق بين مصلحتين متعارضتين فمهما يكن يبقى الواقع الاقتصادي في الجزائر مختلفا عن الإطار النظري، حيث لا يزال المستهلك يعاني من عدم التوازن التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، لاسيما وأن غالبية أسواق الخدمات والمنتجات تنعدم فيها المنافسة الحرة.

وللإلمام والبحث قدر المستطاع بهذا الموضوع الواسع كان لابد من إتباع تسلسل منهجي منسق من خلال تقسيم موضوع الدراسة إلى بابين، وكل الباب يتضمن فصلين متفرعين على النحو التالي:

الباب الأول: حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة

الفصل الأول: التنظيم القانوني لحرية المنافسة

الفصل الثاني: الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة

في حين خصص الباب الثاني: **للآليات حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة ومدى فاعليتها في تحقيق توازن المصالح**

الفصل الأول: الطرق المكرسة قانونا للموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك.

الفصل الثاني: إقرار الجزاء كآلية لفرض التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك.

وختمنا هذه الدراسة بمجموعة من النتائج والتوصيات والاقتراحات الهادفة في مجملها في ضرورة تكريس حماية فعالة للمستهلك، وحمايته باعتباره الطرف الأضعف في العلاقة الاقتصادية.

الباب الأول
حماية
المستهلك
في ظل حرية
المنافسة

تعد المنافسة الحرة روح النشاط الاقتصادي، بل هي محرك الحريات الاقتصادية للأشخاص الطبيعية والمعنوية، وتعد المنافسة من نتائج الاقتصاد الحر وتمثل واحدة من أهم القيم في هذا الاقتصاد، فهي من الثمار الفاخرة في السوق على حد تعبير البعض لا غنى عنها لتحقيق النمو التجاري والصناعي وتكامل الأسواق. فلا يخفى على أحد الأثر الإيجابي المترتب على حرية المنافسة الاقتصادية والمتمثل في تطور النشاط التجاري وتحسين الإنتاج وزيادة خيارات المستهلك وتقليل الأسعار، شريطة أن تبقى المنافسة تسير في الطريق التي رسمها القانون.⁽¹⁾ ورغم ما تحققه المنافسة من الايجابيات فإنها تتطوي على عدة مخاطر على صحة وأمن المستهلك الذي يعد الطرف الضعيف في العقد الاستهلاكي.⁽²⁾

ومن خلال هذا الباب سيتم معالجة التنظيم القانوني لحرية المنافسة {الفصل الأول} من خلال الترسانة القانونية التي رصدت لحماية المنافسة والمنافسين، وكذا المستهلكين ذلك أنه من أهم مهام الدولة حماية صغار المنتجين من المنتجين الأقوياء، وهذا لا يعارض مفهوم السوق الحرة، فالدولة توازن بين مصالح المنتجين فيما بينهم وبين مصالح المنتجين والمستهلكين وفي ذلك مصلحة ظاهرة للتجار والمستهلكين، وباعتبار الحرية المنافسة مسألة ملازمة للاقتصاد كرس المشرع دعائم للوقوف على أسس سليمة للنشاطات التجارية في ظل حرية المنافسة وذلك من أجل الحفاظ على النظام العام التنافسي من جهة، وحماية المستهلك من جهة أخرى فوضع بذلك قواعد لتنظيم الممارسات التجارية وأيضا قواعد ذات صلة بالمنافسة بهدف ضبط السوق وتنظيمه ومحاربة الممارسات التعسفية كما سن قوانين خاصة بحماية المستهلك، وفرض المزيد من الالتزامات على عاتق الأعوان الاقتصاديين الأمر الذي يستدعي منا معالجة الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة {الفصل الثاني} سواء تعلق الأمر بتلك الضمانات المقررة بموجب قانون المنافسة، أو تلك المقررة بموجب قواعد حماية المستهلك.

(1)-أنظر: باسم علوان طعمة، السياسة التشريعية الاقتصادية للمنافسة وحماية المستهلك وحماية الإنتاج الوطني، مجلة رسالة الحقوق، كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق، العدد02، 2012، ص11.

(2)-أنظر: زرارة عواطف، حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الحر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد16، العدد02، جوان2016، ص289.

الفصل الأول

التنظيم

القانوني

لحرية

المنافسة

يقتضي النسيج الاقتصادي وجود المنافسة حتى يستطيع النمو والتطور، ولتمكن من الاستمرار ولضمان هذا التطور لابد من وجود ضوابط تحكمه وتديره، الأمر الذي دعا إلى تنامي أشكال وأنماط مختلفة لتدخل الدولة بشكل جلي خاصة فيما يتعلق بالجوانب القانونية والتي تتجسد بسياسات المنافسة، ذلك أن انتهاج سياسة اقتصادية تنافسية يستدعي تنظيم وتأطير في قالب قانوني، إذ تعتبر التشريعات من بين الضمانات والآليات الموضوعية التي تعتمد عليها الدولة لتكفل أداء المنافسة لدورها الفعال في التنمية وتطوير الاقتصاد⁽¹⁾ ولعل المقصد الأساسي من قوانين تنظيم وحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية تمثل في ضمان المنافسة الحرة بين مختلف الأعوان المتدخلين في السوق المعنية وحرية دخولهم للأسواق، ومنع أي اتفاقات من شأنها الإضرار بالمنافسة أو الحد منها أو تقييدها، كما تهدف هذه القوانين إلى تحقيق الفعالية الاقتصادية ورفاهية مجموع المستهلكين إذ أن الإضرار بالمنافسة وتقييدها قد يؤدي في النهاية إلى الإضرار بالاقتصاد الوطني، والإخلال بقواعد التوازن بين مصلحة المنتج والمستهلك⁽²⁾.

وفي هذا السياق قام المشرع الجزائري بتنظيم المنافسة كخيار اقتصادي استراتيجي من أجل خلق نوع من التوافق بين أمرين هما حماية المستهلك وضمان حرية المنافسة، وقد تم هذا التنظيم من خلال عدة تشريعات متكاملة فيما بينها، ويظهر هذا جليا من خلال ترسانة القانونية التي سخرها تتجسد في عدة نصوص قانونية تشكل الإطار التنظيمي والقانوني لحرية المنافسة بدءا بقانون خاص بحماية المنافسة، مروراً بالقانون المطبق على الممارسات التجارية⁽³⁾.

ومن خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى ماهية المنافسة {المبحث الأول} فقد أولى الباحثون اهتمام كبير لظاهرة المنافسة وإعطاءها تعريف لها نظرا لتغيرات العام الاقتصادي وما خلفته من منافسة شديدة، لنخرج بعد ذلك إلى حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة {المبحث الثاني} ومعرفة تأثيرها الخطير على المستهلك.

المبحث الأول: ماهية المنافسة

تعتبر المنافسة نزعة بشرية اقتضتها السنن الكونية وليست من صنع القانون الوضعي وإنما هذا الأخير جاء فقط لينظم أحكامها، غايتها التفوق في مجالات الأعمال والأنشطة أيا كانت طبيعتها وقد لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي خاصة حتى اتصفت بكونها أحد الشروط اللازمة لاحترافه فهي تحقق الكفاءة الاقتصادية بحيث أجمع على أنها تعني في أبسط صورها توفير السلع والخدمات بأقل الأسعار وأفضل نوعية، والبحث الدائم على فرص للتمييز والتفوق على المتنافسين الآخرين⁽⁴⁾ كما أصبحت تشكل حاليا إحدى المتطلبات الدولية التي تلزم الدولة بتوفير مناخها، وأن تعمل على إيجاد كل السبل الممكنة لحمايتها سواء بإصدار قوانين أو توفير فضاء متخصص قانونيا واقتصاديا، أو بتوفير هيئات مستقلة تعمل على حماية المنافسة ذلك أن مسألة إيجاد البيئة الاقتصادية قائمة على

(1)-أنظر: نجوى حبة، عبد الوهاب بن بريكة، الدولة بين المنظم والمنافس في القطاع، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 08، العدد 01، جوان 2014، ص 78.

(2)-أنظر: نبيل نصري، تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 52، العدد 4 جوان 2015، ص 30.

(3)-أنظر: محمد علي محمد بني مقدار، الطبيعة القانونية للمنافسة، مجلة جرش للبحوث والدراسات، كلية الشريعة والأنظمة جامعة تبوك، المملكة العربية السعودية، المجلد 16، العدد 02، 2015، ص 184.

(4)-أنظر: سيلية حماش، الضوابط القانونية للمنافسة في التشريع الجزائري، مجلة دفاتر السياسية والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 15، جوان 2016، ص 440-441.

المنافسة الفعالة قاعدة أساسية وحيوية للنمو الاقتصادي.(1)

واستناداً إلى ما سبق سيتم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، حيث سيتم التطرق إلى مفهوم المنافسة {المطلب الأول} ذلك أن تحديد ماهية المنافسة في موضوع حال فرضه شيوع مصطلح المنافسة خلال القرن الماضي، مما يستدعي منا تحديد مفهومها من خلال الوقوف على مختلف التعاريف المقدمة لها، ليتم بعد ذلك معالجة تأصيل مبدأ حرية المنافسة {المطلب الثاني} ونظراً لمزايا العديدة للمنافسة الحرة على التطور والتقدم الصناعي فقد حظيت بتنظيم وحماية فعالة من مختلف التشريعات المقارنة، مما يستدعي الأمر التطرق لتنظيم وحماية حرية المنافسة بين النصوص الشرعية والقوانين الوضعية المقارنة {المطلب الثالث}.

المطلب الأول: مفهوم المنافسة

باتت المنافسة أمراً طبيعياً ومبدأً أساسياً في عالم الاقتصاد، بعد أن تأكد أن حرية التجارة وحرية المنافسة صنوان لا ينفصلان.(2) ويعد تحديد مصطلح المنافسة من المقتضيات الأساسية مما يستدعي منا الوقوف عند تعريفها {الفرع الأول} كما أن دراسة المنافسة وحدها غير كافية، إذ لا بد من الإشارة إلى أنواعها {الفرع الثاني} وعلى الرغم من تنوع أصناف المنافسة حدثت من حريتها وشفافيتها جملة من المعوقات ضيقت من مسارها في الأسواق الخارجية، مما يستدعي الوقوف على معوقات التي تواجهها {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: تعريف المنافسة

أضحى مصطلح المنافسة في الآونة الأخيرة مفهوماً شائعاً لدى المفكرين والباحثين سواء الاقتصاديين أو القانونيين، فقد تعددت تعاريفها، ولم يتم الإجماع على تحديد مفهوم معين ولهذا سيتم التطرق من خلال هذا الفرع إلى التعريف اللغوي للمنافسة (أولاً) ثم ننتقل إلى تعريفها في الاصطلاح الاقتصادي (ثانياً) وفي ختام سيتم معالجة تعريفها من الناحية القانونية (ثالثاً).

أولاً: التعريف اللغوي للمنافسة: المنافسة في اللغة من مصدر نَافَسَ: شَيْءٌ نَفِيسٌ: أي تَنَافَسَهُ فيه ويرغب وتنافسنا ذلك الأمر وتنافسنا فيه وتحاسدنا وتسابقنا، ونَافَسْتُ في الشيء مُنَافَسَةً: إذا رغب فيه على وجه المباراة في الكرم، والمنافسة الرغبة في الشيء والافراد فيه،(3) والمنافسة من مادة نَفَسَ ومُتَنَافِسًا فيه مُنَافَسَةً.(4)

وكلمة المنافسة في اللغة العربية يقابلها كلمة Concurrence باللغة اللاتينية وأصل هذا الاصطلاح اللاتيني Luder-cum والذي يعني jouer ensemble أي يلعب في جماعة أو يجري مع Courir avec أو يسرع في جماعة accourir ensemble ولهذا السبب فإن مفهوم المنافسة في بداية شيوعه كان يعني حالة خصومة وتنافس وصراع، ونزاع وحالة عداوة مستمر.(5)

كما عرفت على أنها: «مزاحة أو مصارعة بين أشخاص، أو بين مؤسسات يطمحون أو يطمعون للوصول إلى ذات الهدف أو الغاية» فالمنافسة هي العلاقة التي تتواجد بين المهنيين في إطار سعيهم

(1)-أنظر: عبد الله مرزوق الحربي، إجراءات الضبط القضائي في نظام المنافسة السعودي، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، قسم الشريعة والقانون، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2017-2018، ص27.

(2)-أنظر: أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي-الصناعة-التجارة-الخدمات، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص9.

(3)-أنظر: جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم ابن منصور الأنصاري الإفريقي المصري، معجم لسان العرب، المجلد الرابع، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 2003، فصل الميم، باب السين، ص287.

(4)-أنظر: الخليل بن أحمد الفراهيدي، معجم العين، الطبعة الأولى، مكتبة لبنان، بيروت، 2004، باب النون، مادة نفس ص839.

(5)-أنظر: زبيار الشاذلي، ماهية المنافسة في الجزائر، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، المنظم يومي 16-17 مارس 2015، ص4.

لاستقطاب الرفاء قصد ترويج إنتاجهم، وتاريخيا مفهوم المنافسة مرتبط بالثورة الفرنسية التي بدأت في أفكارها التحررية بمبدأ الحرية الاقتصادية والتي تسمح بإبرام اتفاقيات بكل حرية في إطار قانون الطلب والعرض.⁽¹⁾

ثانيا: تعريف المنافسة في الاصطلاح الاقتصادي: لقد ساهم الاقتصاديين بشكل كبير في إيجاد تعريف مضبوط للمنافسة أكثر من القانونيين باعتبار المنافسة مفهوما اقتصاديا، فقد عرفت على أنها: «تلك الوضعية التي يكون فيها المتعاملون الاقتصاديون أحرار لعرض بضائعهم وخدماتهم في السوق، واختيار المتعاملين الذين يحصلون إلى جانبهم على سلع وخدمات وبالتالي يكون العارضون في تنافس لكي يتم تفضيلهم من طرف المستهلكين، وهؤلاء الآخرون في تنافس للوصول إلى العروض المحدودة»⁽²⁾ كما عرفت أيضا على أنها: «الحالة التي تقوم فيها مواجهة حرة، كاملة صادقة لجميع الفاعلين والاقتصاديين على صعيد العرض والطلب للسلع والخدمات وثمرات الإنتاج ورؤوس الأموال»⁽³⁾

وتعرف أيضا على أنها: «المزاحة بين عدد من أشخاص أو بين قوى تسعى لتحقيق نفس الهدف، ومن جهة أخرى تعني العلاقة بين المنتجين والتجار في صراعهم على الزبائن، والمنافسة تقوم على خاصية جوهرية هي الابتكار والتميز، ونتيجتها الحتمية هي القدرة على جذب الزبائن»⁽⁴⁾ ومن خلال التعاريف المقدمة يتضح لنا أن المفهوم الاقتصادي للمنافسة يحمل معنى موسع يشمل كافة مجالات النشاط الاقتصادي، إضافة إلى نظام الأسعار، وكميات الإنتاج خاضع للقانون العرض والطلب، كما أنها تشكل وسيلة مهمة لبلوغ التقدم الاقتصادي والتقني وذلك إذا توفرت شروط قيامها والمناخ الملائم لها، غير أنه في حالة تلك المتطلبات تبقى المنافسة عاجزة عن تحقيق الوظائف المنوطة بها، مما يستدعي إحلال وسائل أخرى محلها لتحقيق الأهداف السابقة.⁽⁵⁾

ثالثا: تعريف المنافسة في الاصطلاح القانوني: عرفت المنافسة في الاصطلاح القانوني على أنها: «نوع من الحرية في مزاولة النشاط الإنساني بصفة عامة، والنشاط الاقتصادي بصفة خاصة والتي يعترف بها القانون، ويضع لها ضوابطها، ويمنع من يتعسف في استعمال حقه فيها»⁽⁶⁾ كما عرفت على أنها: «المزاحمة المسابقة بين مجموعة من الأشخاص من أجل الحصول على مركز معين»⁽⁷⁾ وبذلك فإن المنافسة تتمحور في حظر كل فعل من شأنه إعاقة التجارة ذلك أن المنافسة تتعطل عند إعاقة التجارة، وذلك بصرف النظر عن مصدر هذه الإعاقة سواء كان العقد أو الاتفاق الذي أبرم طواعية بين التجار.⁽⁸⁾

وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح المنافسة استعمل في بادئ الأمر في التعبير القانوني

- (1)-أنظر: جريدة فيقة، الممارسات الممنوعة في قانون المنافسة (الاتفاقات الممنوعة)، مداخلة ملقاة في الملتقى الجهوي السنوي قراءة في قانون المنافسة، بينزرت، السبت 19 جوان 2004، ص13.
- (2)-أنظر: محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص32.
- (3)-أنظر: محمد نصر محمد، الحماية الدولية والجناحية من المنافسة التجارية غير المشروعة والاحتكار، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الجيزة، 2016، ص17.
- (4)-أنظر: أحمد محمد محرز، المرجع السابق، ص07.
- (5)-أنظر: محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 والقانون 02/04، منشورات بغدادي الجزائر، 2010، ص11.
- (6)-أنظر: أحمد محمد محرز، المرجع السابق، ص11.
- (7)-أنظر: بختة موالك، التعليق على الأمر 03-03 الصادر في 19 جمادى الأول عام 1424 الموافق ل19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، العدد 1، 2004، ص18.
- (8)-أنظر: جهيد سحوت، مفهوم المنافسة وعلاقتها بالاحتكار من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 13، أبريل 2017، ص15-16.

الكلاسيكي بمعنى التسابق، أيتسابق الدائنين في ترتيبهم لاستيفاء ديونهم لدى المدين المفلس ولم يعرف النور بشكله الحالي إلا في بدايات القرن 19 ميلادي، حيث اضطرت بعض الدول للتدخل أمام المؤسسات الاقتصادية الكبيرة نظرا لتعسفها في الهيمنة، وهو الأمر الذي قامت به الولايات المتحدة الأمريكية البائدة إلى وضع قانون شيرمان لمكافحة الاحتكار لسنة 1890 وكذا قانون كلايتون لسنة 1914، وقانون روبنسون باتمان الصادر سنة 1936 وذلك بهدف ضمان السير الحسن للسوق.⁽¹⁾

أما بخصوص موقف المشرع المصري في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية رقم 03 لسنة 2005 لا يختلف عن موقف المشرع الأمريكي فقد جاء خاليا من تعريف للمنافسة واكتفى في المادة الأولى منه بالتأكيد على حق ممارسة النشاط الاقتصادي، لكن أن لا يؤدي إلى منع المنافسة أو تقييدها أو الإضرار بها.⁽²⁾

وفي مقابل ذلك تناول المشرع الجزائري موضوع المنافسة أول مرة من خلال قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار وعلى رغم من أنه لم يعرف المنافسة بشكل صريح، إلا أنه نظم جميع المخالفات المتعلقة بقانون المنافسة⁽³⁾ بعد ذلك جاء أول قانون للمنافسة في 29 جانفي 1995 والذي نظم المنافسة الحرة بصفة صريحة،⁽⁴⁾ وبعد ذلك جاءت عدة تعديلات لقانون المنافسة لسنوات 2003-2008.

ويجدر التنويه إلى أن القوانين المقارنة جميعها لم تتضمن تعريفا محددا لكلمة المنافسة إذا بحثنا عن تعريف المنافسة باستثناء قانون المنافسة ومنع الاحتكار العراقي بموجب القانون 14 لسنة 2010 حيث عرفها في المادة 1/01 منه بأنها: «الجهود المبذولة في سبيل التفوق الاقتصادي» فجعل كلمة منافسة ملازمة للنشاط الاقتصادي نظرا للعلاقة المهمة بينهما.

أما مجلس المنافسة الفرنسي فعرفها بأنها: «طريقة للتنظيم الاجتماعي حيث تؤدي بمبادرة الأعوان الاقتصاديين غير المركزة إلى ضمان الفعالية المثلى في التخصيص الموارد النادرة للمجموعة».⁽⁵⁾

وتماشيا مع ما تم ذكره يمكن القول أنه مهما كانت الاختلافات في الآراء والتناقضات في اتجاهات فقهاء الاقتصاد والقانون، فإن الاعتقاد الثابت لا يترزعزع من أن المنافسة تنطوي على عدة فوائد لا تنكر، غير أن تلك الفوائد تتوقف على نطاق الحرية والتحرر من القيود والالتزام بالمشروعية والمساواة، ومراعاة آداب المهنة وتقاليدها والثقة، والنزاهة والأمانة التي من شأنها القضاء على المنافسة المهلكة والحد من الحرب في العلاقات الاقتصادية، ذلك أن موضوع المنافسة يتعلق بأداب السلوك حتى وصفت بأنها "ديمقراطية النشاط الاقتصادي" حيث يجب أن تسود مبادئ الديمقراطية الثلاث: "الحرية- العدالة- المساواة"⁽⁶⁾ ذلك أن تحقيق مزاياها وفوائدها يتطلب الأمر تشجيعها وتوسيعها إلى مختلف القطاعات الاقتصادية، ومحاربة الأساليب والممارسات التي تقيدها وتحد من فاعليتها، ولا جدال في الوقت الحاضر على أهمية المنافسة بالنسبة للتجار والمستهلكين

(1)-تعد الولايات المتحدة الأمريكية من الدول الرائدة في مجال قوانين المنظمة للمنافسة، غير أن هذه القوانين جاءت خالية من أي تعريف للمنافسة.

(2)-المادة 01 من القانون رقم 03 لسنة 2005 الصادر بشأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، منشور بالجريدة الرسمية، العدد 6 مكرر، الصادرة في 15 فيفري 2005، والذي عرف هو آخر تعديل بعض أحكامه بالقانون رقم 15 لسنة 2019، الجريدة الرسمية، العدد 14 مكرر، الصادرة في 8 أبريل 2019.

(3)-قانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية، العدد 29، الصادرة بتاريخ 29 جويلية 1989 الملغى بموجب الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

(4)-الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 09، الصادرة بتاريخ 09 فبراير 1995 المعدل والمتمم بالأمر رقم 03-03 السالف الذكر.

(5)-أنظر: زبيار الشاذلي، المرجع السابق، ص 04-05.

(6)-أنظر: محمد سلمان مضي مرزوق الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية القاهرة، 2004، ص 50.

والاقتصاد الوطني، إذ تعمل المنافسة على زيادة جودة السلع والخدمات وخفض أسعار لجذب العملاء، مما يعود بالنفع على المستهلكين وبالأرباح على التاجر الذي ينجح في جذب العملاء إلى البضاعة أو الخدمة التي يقدمها، وهذا يستتبع أيضا رواج التجارة وازدهار الاقتصاد الوطني.⁽¹⁾

الفرع الثاني: أنواع المنافسة الحرة

إن دراسة المنافسة وحدها غير كافية إذ لابد من الإشارة إلى أقسامها وأنواعها، إذ لا تعتبر المنافسة الحرة نوعا واحدا مستقلا بذاته أو صنفا واحدا، بل لها عدة أنواع فقد اتخذت أشكالا مختلفة ويمكن تقسيمها إلى المنافسة التامة (أولا) والمنافسة غير الكاملة (ثانيا).

أولا: المنافسة التامة (الكاملة): ويقصد بالمنافسة الحرة الكاملة أن يسير النشاط الاقتصادي في السوق على أساس التنافس بين مختلف الوحدات الاقتصادية، وتوصف المنافسة الكاملة بوجود عدد كبير من البائعين والمشتريين في السوق، وكذلك وجود سلعة متجانسة وعدم وجود العوائق أمام الدخول والخروج من السوق،⁽²⁾ وهذه الأخيرة لا تتحقق إلا بتوفر شروط أو خصائص معينة ويمكن أن نعرف المنافسة التامة من خلالها ويمكن إجمالها على النحو التالي:

1- التعددية: فالمنافسة تتطلب وجود عدد كبير من المشتريين (المستهلكين) والبائعين (المنتجين) للسلعة، حيث لا يتأثر العرض الكلي أو الطلب الكلي نتيجة لدخول بائع فرد إلى السوق أو خروجه منه، أو تغيير حجم إنتاجه، وبالتالي عدم تأثر الثمن بحركة البائع.⁽³⁾

2- التجانس السلعي: تعتبر السلعة التي يتم إنتاجها في السوق المنافسة الكاملة سلعة متجانسة بمعنى أنها متطابقة من ناحية الجودة، والكفاءة، وأداء الخدمة بغض النظر عن المنتج أو البائع الذي تم شراء سلعة منه، ذلك أن السلعة التي يقوم بإنتاجها المنتج الأول تعتبر "بديل كامل" لسلعة المنتجين الآخرين.⁽⁴⁾

3- الشفافية: أي توافر المعلومات الكاملة وبدون كلفة عن الكميات والأسعار، وعن صفات السلعة لدى البائعين والمشتريين.

4- حرية الدخول والخروج من السوق: بمعنى حرية ممارسة النشاطات الاقتصادية بدون قيود أو عوائق، بحيث يتضمن هذا حرية انتقال الموارد وعناصر الإنتاج، وحرية المستهلك في اتخاذ قراره بالاستهلاك من عدمه.

5- انعدام تكلفة النقل: ويقصد به ألا يؤدي انتقال السلعة من مكان إلى آخر تحمل البائع أو المشتري تكاليف إضافية يتم تحميلها على سعر السلعة.⁽⁵⁾

ونشير في الختام أن هذا النوع من المنافسة يحقق عدة مزايا خاصة بتحقيق أقصى كفاءة ممكنة في الاقتصاد القومي سواء تعلق الأمر بكفاءة الفنية الناتجة عن وجود سلعة متجانسة وسيادة سعر وحيد مما يخلق تنافس بين المنشآت في إدخال التحسينات الفنية والإدارية مع استخدام أحدث الفنون الإنتاجية ومنه خفض تكلفة الإنتاج، وبالتالي تحقيق أقصى أرباح ممكنة وازدهار وتقديم الكفاءة الاقتصادية من خلال تقديم أمثل وأفضل تخصيص للموارد بما يتناسب ورغبات المشتريين.⁽⁶⁾

ثانيا: المنافسة غير الكاملة: يتضح جليا من التسمية أن المنافسة الغير كاملة هي منافسة موجودة إلا

(1)-أنظر: إبراهيم علي فندي مهند، أثر العادات التجارية في مشروعية حق المنافسة، دراسة مقارنة، مجلة الرافدين للحقوق كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، المجلد 15، العدد 55، 2012، ص 83.

(2)-أنظر: معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 32.

(3)-أنظر: محمد علي سويلم، القانون الجنائي الاقتصادي، الأحكام الموضوعية والجوانب الإجرائية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2015، ص 814.

(4)-أنظر: وديع طوروس، مبادئ اقتصادية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، 2010، ص 254.

(5)-أنظر: فليح خلف، مدخل إلى اقتصاد الأعمال، توزيع عالم الكتب الحديث، الأردن، 2017، ص 43-44.

(6)-أنظر: وحيد مهدي عامر، مبادئ الاقتصاد الجزئي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 247-248.

أنها تفتقر أحد العناصر وشروط قيام المنافسة الكاملة، وعليه فالمنافسة الغير كاملة هي منافسة قائمة على تخلف أحد الشروط اللازمة لتمامها، هذا النوع من المنافسة يدفعنا إلى التعرف على نوعين من المنافسة المتصلين بالمنافسة غير التامة وهما:

01- المنافسة الاحتكارية: تعد المنافسة الاحتكارية أصل تطور المشروعات نتيجة أوضاعها وقدرتها غير المتساوية، وكانت هذه المنافسة الاحتكارية وعدم المساواة بين المشروعات سبب زيادة المشروعات وتكاثرها وانتشارها، كما كانت سبب أزمة هذه المشروعات.⁽¹⁾ وفي هذه الحالة يوجد عدد كبير من البائعين والمشتريين يتعاملون في سلعة غير متجانسة، ولكن تعتبر وحدات السلعة التي يبيعها المنتجون الآخرون، ولكنها لا تصل لدرجة البديل الكامل كما هو الحال في المنافسة الكاملة.⁽²⁾ ويعود الفضل في هذا البناء الاقتصادي إلى الأمريكي "تشامبرلين ادوارد" Chamberlain Edward⁽³⁾ والبريطانية "جوان روبنسون" Joan Robinson⁽⁴⁾ وتوصلا من خلال أعمالهما عام 1933 إلى إجمال خصائص المنافسة الاحتكارية فيما يلي:

1- كثرة عدد المنتجين، وضالة حصة الواحد منهم بالنسبة لمجموع السوق.
2- الاختلاف (التميز) فيما بين السلع التي ينتجونها، بمعنى أنها بدائل غير كاملة بعضها لبعض كالاختلاف النوعية، أو الاسم التجاري المميز، أو طريقة التغليف... الخ ذلك أن اختلاف السلع (عدم تجانسها) هو السمة التي تتميز بها سوق المنافسة الاحتكارية والتي هي أكثر انتشارا في واقع الحياة كتجارة السلع بأنواعها والمصنوعات من الألبسة والأغذية، والأثاث والمأكولات الطازجة والسلع المنزلية وغيرها.

3- سهولة الدخول والخروج من السوق: وهنا تتشابه سوق المنافسة الاحتكارية مع المنافسة الكاملة من حيث سهولة الدخول إلى السوق، أي ليس هناك عوائق دخول رئيسية.⁽⁵⁾

02- احتكار القلة: وفي هذه الحالة يسيطر بضعة منتجين على السوق على نحو يكون لعمل أحدهم قدرة على التأثير في سعر السوق، وهو صورة أكثر شيوعا في الاقتصاد المعاصر في الدول الصناعية المتقدمة، حيث تعتبر صناعة السيارات والحواسيب من أهم الأمثلة في سوق احتكار القلة،⁽⁶⁾ حيث يتميز بسيطرة عدد قليل من المشروعات على صناعة معينة بحيث تكون تصرفات هذه المشروعات في السوق غير مستقلة عن بعضها البعض، وأي قرار بإتباع سياسية معينة سينعكس آثاره على باقي المشروعات الأخرى، إضافة إلى وجود عقبات أمام دخول منتجين جدد قد تتمثل في ضخامة رأس المال، أو المعرفة التقنية والتكنولوجية والمنتجات في هذه السوق قد تكون متماثلة ومتجانسة أو مختلفة لكنها بدائل لبعضها بعضا، كما تتميز بوجود اقتصاديات الحجم الكبير ويعتبر احتكار القلة حالة حديثة تسود خاصة اقتصاديات الرأسمالية.⁽⁷⁾

الفرع الثالث: معوقات المنافسة الحرة

- (1)-أنظر: معين فندق الشناق، المرجع السابق، ص35.
- (2)-أنظر: عز الدين آدم ذو النون، خالد حسن البيلي، دور سياسات حماية المنافسة ومنع الاحتكار في ظل الاقتصاد الحر مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 17، العدد 02، 2016، ص40.
- (3)-تشامبرلين ادوارد Chamberlain Edward اقتصادي أمريكي ولد في 18 مايو 1899 في واشنطن الولايات المتحدة الأمريكية، تحصل على درجة دكتوراه من جامعة هارفارد عام 1927، ويعتبر كتابه Theory of Monopolistic competitions المنشور عام 1939 من أشهر أعماله، توفي في 16 يوليو 1967 في كامبريدج في الولايات المتحدة.
- (4)-جوان روبنسون Joan Robinson اقتصادية بريطانية، وأستاذة جامعية من المملكة المتحدة، والمملكة المتحدة لبريطانيا العظمى وأيرلندا ولدت عام 1903 التحقت بجامعة كامبريدج وتخرجت منها عام 1925، من أشهر أعمالها تلك المتعلقة بالمنافسة الاحتكارية، توفيت في كامبريدج عن عمر يناهز 80 عاما سنة 1983.
- (5)-أنظر: محمد نصر محمد، المرجع السابق، ص32-33.
- (6)-أنظر: إبراهيم علي فندي مهند، التنظيم القانوني لمنافسة الاحتكار، مجلة الراافدين للحقوق، كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، المجلد 6، العدد 33، 2007، ص55.
- (7)-أنظر: فليح خلف، المرجع السابق، ص93-94.

بالرغم من الفوائد التي تحققها المنافسة الحرة إلا أن هناك بعض الممارسات تضاد مسار المنافسة الحرة النزيهة، وتعيق الانتفاع بفوائدها وامتيازاتها، ويعد الاحتكار والمنافسة غير المشروعة من أخطر المشكلات التي تواجه المستهلك بشكل المباشر، إذ أنهما يمثلان الجانب الأكبر في السوق المستهلك بالتأثير على السلع والخدمات التي يحتاجها، مما ينعكس سلباً على حرية المنافسة، ومنع الاحتكار والمنافسة غير المشروعة قاعدتين وركيزتين ترتكز عليهما الحماية المتطلبة للمستهلك⁽¹⁾.

أولاً: الاحتكار كعائق من عوائق المنافسة الحرة: عند انعدام المنافسة في ظل سياسات اقتصادية تسمح بذلك أو بسبب الممارسات التجارية غير النزيهة في ظل السياسات الاقتصادية الحر فإن الاحتكار يصبح نتيجة طبيعية ومنطقية إعمالاً لسيطرة الأقوى، إذ يعتبر العائق الأساسي الذي يتصدى للمنافسة الحرة، باعتباره أخطر الممارسات الضارة بالمنافسة والمؤثرة على حرية التجارة والصناعة لما له من آثار سلبية على العملية التنافسية، مما يستدعي البحث في تعريف الاحتكار وبيان المخاطر الناجمة عنه⁽²⁾.

01- مفهوم الاحتكار: عرف الاحتكار لغة على أنه من حَكَّرَ وهو ادخار الطعام للتربص وصاحبه مُحَكَّرٌ، والاحتكار جمع الطعام ونحوه مما يؤكل واحتباسه انتظاراً لوقت غلائه، والحَكْرُ والحُكْرَةُ الاسم منه⁽³⁾ وهو كذلك مصدر من احتكرت الشيء إذ جمعته وحبسته، وأنه المُحَكَّرُ أي لا يزال يحبس سلعته لبيعها بسعر أعلى من شدة حكره، وأصل الحَكْرُ الجمع والإمساك⁽⁴⁾.

أما من الناحية الاصطلاحية فقد تم معالجة الاحتكار من وجهة الاقتصادية، وكذا القانونية مما يستدعي الوقوف على هذه التعاريف.

فمن الناحية الاقتصادية فقد عرف في علم الاقتصاد الاحتكار بأنه: «الانفراد بسوق سلعة أو خدمة في يد واحدة، أو هو فعل يؤدي إلى السيطرة والنفوذ، بهدف إحداث اختناقات في معدلات وفرة السلع وجودتها»⁽⁵⁾ ذلك أن الاحتكار من الوجهة الاقتصادية يقوم على أساس التحكم في الأسعار والكميات والمنتجات، مما يؤدي إلى غلق المنافسة وزيادة الأسعار، وإقصاء المتنافسين من السوق المعنية مما يعيق حرية التجارة، ولا يشترط في الاحتكار أن ينشأ من جانب محتكر واحد فقط، بل قد ينشأ بين مجموعة من المحتكرين.

أما عن موقف التشريعات المقارنة فإن الاحتكار يعد محظوراً كمبدأ عام، نظراً لما ينجر عنه من تقييد للمنافسة وتجميع للثروة، ويظهر هذا الحظر في النصوص القانونية التي رصدتها الحكومات من أجل مجابهة هذه الممارسات، وكذلك حظر كل الممارسات التي تؤدي أو يمكن أن تؤدي إلى الاحتكار⁽⁶⁾. مع العلم أن معظمها توجهت إلى عدم إعطاء تعريف جامع الاحتكار بل اكتفت بحظر الممارسات الاحتكارية التي تؤدي إلى تقييد المنافسة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تم حظر على كل شخص يحتكر أو يحاول الاحتكار، أو بتواطؤ مع أي شخصاً أو أشخاص للاحتكار في التجارة بين الولايات، أو مع الدول الأجنبية يكون مرتكباً لجناية كما اعتبرت أن كل عقد يؤدي إلى

(1)-أنظر: عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف للنشر الإسكندرية، 2004، ص89.

(2)-أنظر: محمد سلمان مضحي مرزوق الغريب، المرجع السابق، ص103.

(3)-أنظر: جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم ابن منصور الأنصاري الإفريقي المصري، المرجع السابق، مادة حَكْرَ حرف الراء، فصل الحاء، ص242.

(4)-أنظر: محمد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، الجزء الثاني، مؤسسة النوري، بيروت، بدون سنة النشر، مادة حكر، فصل الحاء، الباب الراء، ص13.

(5)-أنظر: محمد حجازي، حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية- بين النص والممارسة، مجلة الاجتهاد القضائي مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد14، أبريل2017، ص472.

(6)-أنظر: أمال بن يطو، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2009-2010 ص48.

الاحتكار، أو التآمر بصورة تقيد التجارة في أي أقاليم للولايات المتحدة، أو بين الأقاليم أو مع الدول الأجنبية يعد تصرفا غير قانوني.⁽¹⁾

أما بخصوص موقف المشرع المصري لم يختلف عن موقف نظيره الأمريكي، فلم يرد تعريف محدد للاحتكار في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، إنما ذكر فيه تعداد الحالات فقط، فقد ورد في القانون المصري تعريفا للممارسات الاحتكارية باعتبارها مرادفا للاحتكار على أنها: «وضع يسيطر فيه شخص تزيد حصته على 25% من سوق معينة على هذا السوق من خلال قدرته على إحداث تأثير فعال على الأسعار، أو حجم المعروض دون أن تكون لمنافسيه القدرة على الحد من ذلك»⁽²⁾

وفي نفس السياق ذهب المشرع الفرنسي حيث لم يورد تعريف محدد للاحتكار أو المنافسة غير المشروعة، بل اكتفى بالنص عليها في القانون التجاري في المادة 2-410 L من الباب الرابع من القانون التجاري الفرنسي بعنوان الأسعار والمنافسة.⁽³⁾

وفيما يخص موقف المشرع الجزائري من الناحية القانونية لم يرد ذكر محدد للاحتكار في القانون الجزائري، وإنما ذكر فيه تعداد للحالات فقط فأوردتها القانون كتعريف للهيمنة باعتبارها معبرة عن الاحتكار فقد أشار إلى الوضع المسيطر في السوق بوضعية الهيمنة، وعرفها من خلال المادة 03 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم ذلك أن المشرع لم يمنع وصول المؤسسة ما إلى وضعية الهيمنة، وإنما حظر التعسف فيها وهو ما أكدته المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.⁽⁴⁾

وبعد معالجة أهم تعاريف المقدمة للاحتكار لابد أن نشير إلى أهم الأسباب التي تكمن في وجود الاحتكار والتي تتمثل أساسا في:

1. وجود منتج أو مصنع واحد فريد في بلد أو دولة أو مجتمع ما في ظل عدم وجود المنافسة (الاحتكار القلة) ومحدودية الأسواق نظرا لعدم وجود منافس، وتضخم ونمو المشروعات إلى درجة خروج الشركات المنافسة من السوق.
2. ندرة وقلة وجود وسائل النقل أو المواصلات الجيدة، وغياب الدور الرقابي للدولة، وتحالف واندماج الشركات فيما بين الدول أو بين أقطاب المال للتحكم بالأسعار.
3. تأمر الدول الصناعية أو الشركات العالمية متعددة الجنسيات على بخس أثمان المواد الخام التي تنتج في الدول النامية للحصول على المواد الخام بأقل الأسعار، ووجود موانع وعوائق قوية تحول دون دخول منافسين جدد في السوق، وهذه العوائق قد تكون قانونية كالامتياز العام والتراخيص الحكومية براءات الاختراع، وقد تكون العوائق طبيعية كالتردد الاقتصادي والتفوق التكنولوجي.⁽⁵⁾

ويتضح لنا أن السبب الرئيسي لقيام الاحتكار هو منع المنافسة، وهذا يكون بوجود عوائق وعراقيل التي تتمتع بها الشركة المهيمنة بقوة احتكارية، وهذه العوائق إما تكون طبيعية أو قانونية من صنع الحكومات من خلال الأنظمة والقوانين التي تنظم عمل الشركات والدخول إلى السوق

(1) -بالرغم أن نص المواد 02-03 من قانون شيرمان صادر سنة 1890، والمادة 01 من قانون كلايتون الصادر سنة 1914 أكدت على حظر الاحتكار، غير أنها جاءت خالية من أي تعريف له.

(2) -المادة 04 من قانون رقم 03 لسنة 2005 بشأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية المصري السالف الذكر.

(3) -L410-2 Modifier par Ordonnance n°2008-1161 du 13 novembre 2008 portant modernisation de la régulation de concurrence, JORF n°0265 du 14 novembre 2008.

(4) -أنظر: نباد تسعديت، عن تأقلم المنافسة مع خصوصية المعاملات التجارية الدولية، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 12، العدد 02، 2017، ص 377.

(5) -أنظر: إبراهيم الأخرس، حماية المستهلك بين مقاصد الشريعة والفكر الاقتصادي في منظور منهج الاقتصاد الإسلامي إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 380-381.

وتتمثل هذه العوائق في:

- أ- الامتياز العام: حق خاص تمنحه الحكومة لشركة ما تقوم بإنتاج سلعة أو خدمة معينة، بحيث لا تستطيع أي شركة أخرى إنتاج هذه السلعة أو الخدمة، مثال ذلك الامتيازات القطاع العام على المرافق العامة كالكهرباء، وتكون هذه الامتيازات لتحقيق الصالح العام.
- ب- التراخيص الحكومية: وهي تراخيص تمنحها الحكومة لمزاولة الأشغال ومهن معينة وحيث لا يمكن مزاولتها دون الحصول على هذه التراخيص، ومثل هذه التراخيص تقيد المنافسة.⁽¹⁾
4. العامل المحرك وراء معظم الاحتكارات السائدة هو الرغبة في تحقيق أقصى ربح ممكن بغض النظر عن العوامل الأخرى، مثل الاحتياجات الفعلية للمستهلكين وكفاءة الإنتاج، وقد اتجهت بعض الاحتكارات المعاصرة اتجاها استعماريًا مما يوضح خطورته.

(02)-المخاطر الناجمة عن الاحتكار: هناك العديد من المخاطر والمساوئ والآثار المترتبة عن الاحتكار سواء بالنسبة للمستهلك، أو على المنافسة، أو على الاقتصاد وهو ما سنبينه تباعاً:⁽²⁾

- 1-تأثير الاحتكار على المستهلك: إن احتكار السلع والخدمات بغرض رفع أسعارها من شأنه الإضرار بالمستهلكين في المقام الأول، كون ذلك يحد من خياراتهم لأنهم يجبرون على شراء السلع والخدمات بأسعار باهظة في ظل حاجاتهم لها، مما يؤدي ذلك إلى سلب أموالهم بغير وجه حق.⁽³⁾ كما أن اطمئنان المحتكرين لعدم وجود منافسين لهم يجعلهم غير مهتمين بجودة ونوعية السلعة المحكرة، مما يؤثر سلباً على المستهلك من خلال حصوله على سلع رديئة وذات جودة منخفضة وينعكس ذلك بشكل كبير أيضاً على الصناعة الوطنية.

- 2- تأثير الاحتكار على المنافسة: لا يقتصر الضرر الناجم عن الاحتكار على المستهلكين فقط بل يتعداهم إلى الضرر بباقي البائعين، أو المنتجين الذين يضطرون إلى الانسحاب من السوق لتجنب الخسارة ولعدم قدرتهم على منافسة المحتكر، فبدل أن تكون حرية الدخول والخروج مكفولة لكل أعضاء السوق، تنعدم هذه الحرية بمجرد خضوع السوق لأحد أشكال الاحتكار، الأمر الذي يقتل روح المنافسة.⁽⁴⁾ ذلك أن الاحتكار يعتبر من أهم الممارسات المعرّقة لحرية التجارة والمنافسة وهو وضع مضاد للمنافسة، كونه ينطوي على مساوئ كثيرة لأن المحتكر يصبح المتحكم في سعر المنتج مما يعرق عملية التنافسية، كون المنافسة تقوم على مبدأ تعدد المنافسين في السوق بخلاف الاحتكار حيث يقل عدد المتنافسين، ويظهر المحتكر في وضعية المهيمن والمسيطر في السوق، وقد يستعمل كافة الوسائل المتاحة للحفاظ على مركزه وتعظيم نصيبه من خلال وضع عراقيل للمشاريع مما يؤدي إلى عدم دخولها للسوق، وهذا يؤثر سلباً على حياة المنافسة في السوق.⁽⁵⁾

- 3-تأثير الاحتكار على اقتصاد الدولة: يؤدي الاحتكار إلى تخصيص غير كفء للموارد مما يولد عجز مستمر بالسوق عبر تخفيض العرض، ذلك لأن المحتكر يتحكم في توزيع هذه الموارد طبقاً لما تحقّقه له من طموحات دون النظر إلى مصلحة المستهلك، وعلى هذا الأساس يرى أنصار الاقتصاد الحر أن ذلك يتنافى مع مبادئ الديمقراطية الاقتصادية التي يجب أن توجه الاقتصاد إلى خدمة

(1)-أنظر: محمد علي محمد بني مقداد، المرجع السابق، ص183.

(2)-أنظر: محمد مطرود السميزان، الآثار الاقتصادية والاجتماعية للاحتكار، دراسة مقارنة، مجلة رماح للبحوث والدراسات مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح، الأردن، العدد01، ديسمبر2015، ص26.

(3)-أنظر: فهد بن نوار العتيبي، تجريم الاحتكار في نظام المنافسة السعودي، دراسة تأصيلية مقارنة، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العدالة الجنائية، تخصص التشريع الجنائي الإسلامي جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007-2008، ص98.

(4)-أنظر: محمد منصور، الاحتكار في الأسواق، رؤية فقهية اقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، كلية العلوم الإنسانية والحضارة، جامعة عمار تليجي الأغواط، المجلد01، العدد02، ماي2016، ص278.

(5)-أنظر: نباد تسعديت، المرجع السابق، ص378.

المستهلك مهما كان حجمها.⁽¹⁾

ومن الآثار السلبية التي يخلفها الاحتكار أيضا زيادة معدل البطالة من خلال زيادة التفاوت في توزيع الدخل بين أفراد المجتمع بسبب ما يحصل عليه المحتكرون من أموال طائلة في غياب حرية التعامل في السوق وعدم الخضوع لتفاعل قوى العرض والطلب، ويتعلق هذا بأثر الاحتكار على تحديد الأجر وعلى تحديد اليد العاملة حيث يحدد الأجر بأقل مما ينتج العامل، كما تحدد اليد العاملة بأقل مما يجب أن تشغل، وبالتالي تنتشر البطالة وهذا يؤثر على الاقتصاد القومي.⁽²⁾

ثانيا: المنافسة غير المشروعة كعائق للمنافسة الحرة: الأصل أن المنافسة الحرة بين التجار هي من الأعمال المشروعة حتى ولو ترتب عليها انحسار بعض العملاء عن محل تجاري معين وانجذابهم إلى محل آخر طالما أنها تتم في جو من الشرف والنزاهة والصدق، أما إذا حازت المنافسة عن الأسلوب القويم بأن اتبع التاجر مثلا طرقا غير مشروعة في جذب العملاء والقضاء على التاجر آخر منافس له في السوق، فإن المنافسة في هذه الحالة تصبح عملا غير مشروع.⁽³⁾ فظاهرة المنافسة غير المشروعة أضحت مشكلة تؤرق التجار والصناعيين جراء الخسائر التي تلحقها بهم، فكثيرا ما انسحبت مؤسسات من قطاعها الذي تنشط فيه أفلست، ومن أجل ذلك نرى التشريعات تسعى لمحاربة هذه الظاهرة التي أصبحت تهدد القطاع الاقتصادي بصفة عامة والمنافسة الشريفة بصفة خاصة، والتشريع الجزائري من بين التشريعات التي تحاول الحد والقضاء على إشكالية المنافسة غير المشروعة.⁽⁴⁾

وأمام غياب التنظيم القانوني للمنافسة غير المشروعة، وعدم وجود أي تحديد قانوني لمفهومها فإنه من الضروري تحديد مفهوم المنافسة غير المشروعة، فضلا على بيان الأساس القانوني الذي يستند إليه.

01-تعريف المنافسة غير المشروعة: يثير موضوع المنافسة غير المشروعة اهتماما على مستوى المحيط العلمي لاسيما الاقتصادي والقانوني منه، ولهذه الأخيرة عدة تعريفات ومدلولات فقد اختلفت من تعريف لآخر من قانوني، فقهي، وقضائي.

فمن الناحية اللغوية نجد كلمة المنافسة غير المشروعة مكونة من شقين هما المنافسة وسبق وفصلنا فيها، أما معنى مصطلح غير المشروعة هي ليست الترجمة الحرفية "الـ غير المشروعة" وإنما مأخوذة من Déloyal التي تعني غشاش عكس كلمة Loyal التي تعني الأمين مستقيم السلوك، كما يطلق عليها أيضا Illégitime التي تعني غير شرعية، وهي عكس الشرعية Légalité المشتقة من مصطلح Légal والمأخوذة من المصطلح اللاتيني Légalis الذي يعني موافقة الشرع والقانون واحترام مجموعة من العناصر الشرعية، أما غير الشرعية تكون عن طريق استعمال الطرق والوسائل المخالفة إما للقانون أو العادات والتقاليد التجارية، وذلك بأن تدنس المنافسة بأعمال الغش والاحتيال أو بأي عمل يتنافى والقانون والعادات التجارية النزاهة لأن مقتضيات حرية المنافسة هي أن يمارس هذا الحق في الحدود الشرعية، فلا يقوم العون الاقتصادي بالمنافسة بالكيفية التي تروقه مع إمكانية انتهاج السبل لضمان النجاح وجذب العملاء بطريقة مشروعة، لأن التطبيق السيئ لهذا

(1)-أنظر: نوال شبيرة، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيوع، مذكرة مقدمة من أجل الحصول على شهادة الماجستير في الحقوق، فرع المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2013-2014 ص 63.

(2)-أنظر: محمد منصوري، المرجع السابق، ص 278-279.

(3)-أنظر: علي محمد فخري الربابعة، دراسة فقهية مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الفقه وأصوله، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، مملكة الأردنية الهاشمية، 2008-2009 ص 55.

(4)-أنظر: عمارية بن كعبية، أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019، ص 03.

المفهوم هو الذي ينتج عدم الشرعية.⁽¹⁾

أما من الناحية الفقهية فقد تعددت تعريفاتها، وهي كلها تصب في مخالفة العون الاقتصادي للقانون والعادات والأعراف التجارية، فقد عرفت على أنها: «استخدام التاجر للأساليب المخالفة للقوانين أو العادات التجارية، أو المنافسة للأمانة والصدق عند التعامل في ميدان التجارة»⁽²⁾ والمنافسة غير المشروعة كما يدل على اسمها بالذات هي: «تلك التي تقوم على وسائل ملتوية وخادعة ودسائس ينبذها الشرف والاستقامة، ورغم تعدد هذه الوسائل إلى ما لا نهاية فإن الغاية منها تبقى دائما هي تحويل زبائن الغير واستقطابهم، وهذا ما يسهل الانحراف عليها مهما كان الأسلوب الذي تتخذه»⁽³⁾ وعرفت أيضا على أنها: «استخدام التاجر لأساليب غير سليمة بقصد التأثير على العملاء واجتذابهم»⁽⁴⁾

وعليه يمكن الوصول إلى تعريف فقهي جامع للمنافسة غير المشروعة بالقول أنها كل عمل من شأنه المساس بمصالح التاجر، أو تهديدها متى كانت هذه الوسائل منافية للقانون والعرف أو العادات التجارية.⁽⁵⁾

أما بخصوص موقف التشريعات المقارنة فقد كان أول ظهور للمفهوم القانوني للمنافسة غير المشروعة في الفقه القانوني الوضعي في سنة 1850 في فرنسا من خلال المرور باجتهادات وتجارب عديدة، فعندما وضع القانون مبدأ للمسئولية المدنية استند القضاء على هذا المبدأ لإدانة أفعال المنافسة غير المشروعة، ثم تم بناء نظام المنافسة غير المشروعة شيئا فشيئا.⁽⁶⁾ وبهذا فإن المشرع الفرنسي عند تنظيمه للمنافسة بمقتضى الأمر المؤرخ في 01 ديسمبر 1986 وكذلك بموجب القانون المؤرخ في 01 يوليو 1996 والذي دخل حيز التنفيذ سنة 1997 لم ينظم ماهية المنافسة غير المشروعة، وما هي الأعمال والحالات التي تعد انحرافا عن الممارسة المشروعة غير أن المادة 10 من الأمر رقم 75-02 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس حددت الأعمال التي تشكل منافسة غير مشروعة.⁽⁷⁾ بخلاف المشرع الجزائري فقد تصدى لهذه الأعمال أو الممارسات نظرا لما لها من آثار سلبية على المستهلك حيث أدرج لها فصلا كاملا تحت عنوان "الممارسات التجارية غير النزيهة" في إطار القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

أما بخصوص موقف المشرع المصري في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية فقد جاء خاليا من أي تعريف للمنافسة غير المشروعة، وإنما اكتفى بذكر الحالات تعد المنافسة فيها غير مشروعة، حيث أضاف صنف أعمال المنافسة غير مشروعة تحت عناوين رئيسية وهي: خلق نوع من الخلط أو اللبس، أو إتباع أساليب التحفيز أو اضطراب الداخلي في المشروع أو إشاعة الإضراب في السوق وتحريض العاملين في متجر الغير. وبيد أن قانون التجارة المصري رقم 17 لسنة 1999 عرف المنافسة غير المشروعة في المادة 1/66 بأنها: «كل فعل يخالف العادات

(1)-أنظر: صالح العمري، ضبط أبعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 07، 2010، ص 264.
(2)-أنظر: زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 29.

(3)-Michel Pédamon, Droit commercial, 2ème édition, Dalloz, Paris, 2000, P527-528.

(2)-أنظر: نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2001، ص 183.

(3)-أنظر: محمد بن عمار، حماية المستهلك من المنافسة غير المشروعة، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019، ص 03.

(4)-أنظر: محمد نصر محمد، المرجع السابق، ص 15.

(7)-الأمر رقم 75-02 المؤرخ في 05 يناير 1975 والمتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية المبرمة في 20 مارس 1883 المعدلة ببروكسل في 14 ديسمبر 1900، وواشنطن في 02 يونيو 1911، ولاهاي في 06 نوفمبر 1925 ولندن في 02 يونيو 1934، ولشبونة في 31 أكتوبر 1958، واستكهولم في 14 يوليو 1967.

والأصول المرعية في المعاملات التجارية.....»⁽¹⁾

أما بخصوص موقف المشرع الجزائري فقد اصطلح عليها مصطلح الممارسات التجارية غير النزيهة طبقا لنص المادة 27 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وأول مرة دخل هذا المصطلح قاموس القانون الجزائري كان بموجب الأمر رقم 66-148 المؤرخ في 25 فبراير 1966 المتضمن المصادقة على اتفاقية باريس لحماية الملكية الصناعية التي عرفت بموجب المادة 2/10 مكرر على أنها: «كل منافسة تتعارض مع العادات الشريفة في الشؤون الصناعية والتجارية»⁽²⁾ مع العلم أن صور المنافسة غير المشروعة لا تقع تحت حصر فكل سلوك يتبعه المنافس ويكون مخالف لمبادئ الشرف والنزاهة، وأصول التعامل التجاري يمكن اعتباره من قبيل المنافسة غير المشروعة.⁽³⁾

ويجدر التنويه الى أنه إلى جانب المنافسة غير المشروعة أقر المشرع بالمنافسة الممنوعة وبحسب هذه المنافسة أن المنافسة هي ممنوعة سواء تم استخدام وسائل مشروعة أو غير المشروعة بمعنى أن يقوم بهذه المنافسة الممنوعة لا يمتلك الحق بالمنافسة وبالتالي ليس هناك حق لحرية المنافس وإنما الغاء كامل لهذه الحرية، ويكون المنع بمقتضى اتفاق بين الطرفين أو نص قانوني، وبهذا فإن الفرق بين المنافسة الممنوعة وغير الممنوعة هو أن المنافسة غير المشروعة قد اكتسبت صفة عدم المشروعية بسبب أن الممارسات التنافسية المستخدمة فيها وسائل غير المشروعة، أما المنافسة الممنوعة هي ممنوعة بحد ذاتها سواء تم استخدام وسائل مشروعة أو غير مشروعة.

02)- الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة: لقد ثار جدل فقهي حول الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة فأختلف الرأي من طائفة لأخرى، فبعض يرى بأنها تقوم على أساس التعسف في استعمال الحق، وفريق آخر بناها على أساس المسؤولية التقصيرية، ورأي ثالث يرى أنها تقوم بحماية حق الملكية.

الرأي الأول: التعسف في استعمال الحق كأساس لدعوى المنافسة غير المشروعة: يؤسس هذا الاتجاه رأيه على أن دعوى المنافسة غير المشروعة تؤسس على فكرة التعسف في استعمال الحق على أساس أن التاجر يملك حق المنافسة المشروعة وفقا لشروطها وضوابطها القانونية ومادامت لا تتعارض مع العادات والأعراف التجارية والصناعية طبقا لمبدأ حرية التجارة والصناعة، فإذا تجاوز هذه الشروط والضوابط يكون قد تعسف في استعمال حقه.⁽⁴⁾

وقد تعرض هذا الاتجاه لجملة من الانتقادات وتمت معارضة فكرة تأسيس دعوى المنافسة غير المشروعة على أنها جزاء للتعسف في استعمال الحق، وحجتهم في ذلك أن التاجر الذي يقوم بأعمال المنافسة غير المشروعة عادة ما يهدف من خلال سلوكه إلى الإضرار بمنافسيها أو يهدف إلى تحقيق مصالح غير مشروعة من أجل جذب أكبر عدد من العملاء، ذلك أن القصد الإضرار بالغير يكمن في صميم كل منافسة ولو كانت منافسة مشروعة، كما أن هناك تعارض بين التعسف في استعمال الحق المستند إلى غاية، وبين المنافسة المستندة إلى الوسيلة المستعملة إذ لا يمكن تطبيق

(1)-المادة 66 من القانون رقم 17 لسنة 1999 المتعلق بقانون التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 19 مكرر، الصادرة في 17 ماي 1999 المعدل والمتمم.

(2)-لقد ذكر مصطلح "المنافسة غير المشروعة" في نصوص قانونية متفرقة منها قانون العقوبات، قانون المتعلق بعلاقات العمل، والقانون المتضمن مدونة الأخلاق الطب، ولكنها لم تتضمن تعريف لها، ولم ينظم المشرع هذا النوع من ممارسة في تنظيم خاص، ما عدا القانون المتعلق بالممارسات التجارية من خلال تعداد صور المنافسة غير المشروعة.

(3)-أنظر: حسن محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دراسة فقهية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الأزراطة، الإسكندرية، 2015، ص 25.

(4)-أنظر: عمار مزهود، دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العون لاقصادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 45 قالمة 2015-2016، ص 26.

المعايير العادية لنظرية التعسف في استعمال الحق على نظرية المنافسة غير المشروعة لأنها ليست استعمالاً تعسفياً لحق حرية التجارة، فالمنافس هنا لا يتجاوز الغاية التي من أجلها أنشأ هذا الحق، وإنما يستعمله لتأمين مصالحه الخاصة المشروعة، والهدف الذي يسعى إليه ليس غير مشروع، وإنما الوسائل التي يستعملها لبلوغه موضوع انتقاد.⁽¹⁾

الرأي الثاني: المسؤولية التقصيرية كأساس لدعوى المنافسة غير المشروعة: يتفق غالبية الفقه والقسم الأكبر من القضاء في فرنسا على أن أساس دعوى المنافسة غير المشروعة ما هو إلا تطبيق لفكرة الخطأ المرتكب من المدعى عليه، بحجة أن رفع دعوى المنافسة غير المشروعة يستلزم توافر الشروط في دعوى المسؤولية التقصيرية (خطأ-الضرر العلاقة السببية).⁽²⁾ فحق الشخص وحرية في مزاولة التجارة تقف عند حد ارتكابه للخطأ- تعني الوسيلة غير المشروعة التي اعتمدها مصيبا غيره بأضرار فيستوجب آنذاك تعويض حسب القواعد العامة، وهو ما أكدته المشرع الجزائري طبقاً لنص المادة 124 من القانون المدني الجزائري.⁽³⁾

تعرض هذا الاتجاه هو الآخر للانتقادات حيث يأخذ عليه إهماله لأصالة الدعوى المنافسة غير المشروعة التي ما كانت لتوجد لولا ظهور عالم متغير يعرف بعالم الأعمال يتميز بخصائص على وجه الخصوص وبحركية العاملين به، والطبيعة التنافسية التي تعتبر محرك في اجتذاب العملاء، كما أن هذه الأخيرة ليست لتحقيق أهداف مدنية محضة، وإنما هي في الحقيقة وسيلة لحماية مراكز قانونية موضوعية، وتنظيم المنافسة النزيهة والصادقة سواء بين المنتجين أنفسهم أو بين الأعوان الاقتصاديين.⁽⁴⁾

الرأي الثالث: دعوى المنافسة غير المشروعة من نوع خاص- حماية حق العملاء: استند هذا الاتجاه إلى أن دعوى المنافسة غير المشروعة تحمي حق ملكية الزبائن الذي يعتبر معنوي فالعملاء هم هدف المنافسة، وعليه فالحماية إذن تنصب على حق ملكية المحل التجاري والمحافظة على العملاء ومن ثمة فلما كانت دعوى المنافسة غير المشروعة تستهدف حماية ملكية المحل التجاري من الاعتداء عليه، ولذلك اعتبرت من دعاوى الملكية لأن غايتها هي الدفاع عن الحفاظ واستمرار عملاء المحل التجاري، ولذلك فهي تقترب من هذا المنظور من الدعاوى العينية التي تحمي الملكية المادية مثل: دعوى الاسترداد والاستحقاق وغيرها، ولا تستلزم خطأ أو ضرر.⁽⁵⁾

وقد انتقد هذا الاتجاه هو آخر على أساس أنه لا يمكن اعتبار الزبائن كالمال لأن هذا العنصر من العناصر غير الثابتة بل المتغيرة دوماً حسب حجم التعامل وارتباطها ولا يعتبر ملكاً لصاحب المحل التجاري.⁽⁶⁾

يتضح من خلال ما سبق ذكره ورغم الاختلافات في تحديد وضبط الأساس القانوني لدعوى للمنافسة غير المشروعة تبقى أحكام المسؤولية التقصيرية هي السبيل المنافس المتضرر في جبر الضرر الذي يلحق بشخصه أو منتجاته، إلى جانب الاحتكام إلى أحكام القانون رقم 04-02 المتعلق

(1)-أنظر: نادية فوضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، الجزء الأول، دار هوم، الجزائر، 2011، ص 62.

(2)-استند القضاء الفرنسي إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية وذلك بتطبيق المواد 1382-1383 من التقنين المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري، وهو ما ذهب إليه القضاء المصري المادة 163 من التقنين المدني المصري.

(3)-أنظر: نعيمة علوش، الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البلدة 2 لونيبي علي، المجلد 03، العدد 01، 2013، ص 59.

(4)-أنظر: مباركي ميلود، شروط ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة الفقه والقانون، المملكة المغربية، العدد 20 يونيو 2014، ص 225.

(5)-أنظر: صالحة العمري، المرجع السابق، ص 268.

(1)-أنظر: حلو عبد الرحمن أبو حلو، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني رقم 15 لسنة 2000، دراسة مقارنة مجلة القانون والاقتصاد، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد 74، 2004، ص 40.

بالممارسات التجارية فيما يخص العقوبات المقررة لهذه الدعوى مما يجعلنا نقول في الأخير أن دعوى المنافسة غير المشروعة هي دعوى من نوع خاص فهي ترمي إلى تعويض المتضرر فإنها وقائية بالنسبة للمستقبل وتصبو إلى فرض القمع من خلال ضمان ملاحقة كل الممارسات المخالفة للأخلاق المتعارف عليها في الوسط التجاري، مما يجعل هذه دعوى تتجه نحو القانون الجزائي.

ومن خلال دراستنا لعراقيل التي تعيق المنافسة يتبين لنا أن المنافسة غير المشروعة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالاحتكار هذا بالرغم من أن المنافسة الحرة مشروعة قد تؤدي في بعض الأحيان إلى الاحتكار، وذلك عندما يتفوق التاجر على منافسيه وينصرف العملاء إليه بسبب كفاءته أو حسن إدارته، بيد أنه مع ذلك يتعين منع وصول التاجر إلى مركز احتكاري بعمل من أعمال المنافسة غير المشروعة، فهو عمل له مردوديات اقتصادية واجتماعية لا تحمد عقباها.⁽¹⁾

المطلب الثاني: تأصيل مبدأ حرية المنافسة

تعد حرية المنافسة من المبادئ المستقر عليها في الأنشطة الاقتصادية، ويتم تنظيم هذه الحرية وحدودها بمقتضى قوانين خاصة، وإذا كانت التجارة والصناعة يحكمها مبدأ أساسي وهو الحرية، إلا أن مبدأ حرية التجارة والصناعة يتلازم معه مبدأ آخر هو مبدأ حرية المنافسة.⁽²⁾

وقد تعرضت فكرة المنافسة الحرة لسجال، حيث تم الاختلاف حول المقصود بالمنافسة الحرة من جهة، ثم أعقبها التطور التاريخي لفكرة المنافسة الحرة من جهة الأخرى، فقد باتت هذه الأخيرة أمراً طبيعياً ومبدءاً أساسياً في عالم الاقتصاد بعد أن أصبحت معبرة عن ديمقراطية النشاط الاقتصادي مما أثار اهتمام القانونيين والاقتصاديين، خاصة بعد التأكد من أهميتها وأثارها الإيجابية في عالم المال والأعمال.⁽³⁾

ومن خلال هذا المطلب سنخرج إلى مفهوم مبدأ حرية المنافسة {الفرع الأول} هذا ويشكل حرية الصناعة والتجارة وحرية الأسعار إحدى أهم الدعائم التي يقوم عليها مبدأ حرية المنافسة مما يستدعي الوقوف على محتوى ومضمون هذا المبدأ {الفرع الثاني} وباعتبار المنافسة نزعة فطرية ناتجة عن غريزة حب التنافس يستدعي الأمر الوقوف على الطبيعة القانونية لهذا المبدأ {الفرع الثالث} على اعتبار أن تحديد الطبيعة القانونية لأي حق تنشأ عن مجموع السلطات والامتيازات التي بإمكان صاحب هذا الحق أن يستخدمها على محل حقه وحدود ذلك.

الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية المنافسة

إن مسألة خلق بيئة اقتصادية قائمة على المنافسة الفعالة مسألة حيوية تمثل شريان النمو الاقتصادي وحافزاً لرفع القدرات التنافسية، كما تعد ضماناً أساسية لأصحاب المشاريع الاستثمارية من تأثير لسيطرة السلبية من قبل المؤسسات العملاقة ذات الوضع الاحتكاري للسوق وصمام أمان للمستهلك بأن يحصل على خدمات ذات جودة عالية وأسعار تنافسية.⁽⁴⁾ لعل أول ما يتبادر إلى أذهاننا عند الحديث عن موضوع الحرية في بيئة المنافسة هو حق كل تاجر في تحصيل الأرباح بأيسر السبل، وأقل نفقات باستخدام جميع الأساليب المتاحة لأجل الاستمرار في عالم الأعمال وعليه فحرية المنافسة تعني: «العمل في سوق يتعدد فيه المتعاملون الاقتصاديون والأعوان التجاريون في

(1)-أنظر: محمد سلمان مضي مرزوق الغريب، المرجع السابق، ص 135.

(2)-أنظر: خالد عبد الفتاح محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة للنشر، الأزاريطة الإسكندرية، 2009، ص 357.

(3)-أنظر: جهيد سحوت، مفهوم حماية من الممارسات المقيدة للمنافسة والاحتكار في الاقتصادي- القانوني وأحكام الشريعة الإسلامية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 10، العدد 03، 2017، ص 403.

(4)-أنظر: سهيلة بوخميس، مبدأ حرية المنافسة بين الشريعة والقانون، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة المنعقد يومي 16-17 مارس 2015، ص 03.

نفس ميدان النشاط، وأن يستمروا في هذه المنافسة دون قيود»⁽¹⁾ وكما عرفت على أنها: «إتاحة الفضاء الاقتصادي للتجار والأعوان الاقتصاديين لكي يباشروا استغلالهم التجاري، ومهامهم وحرفهم دون وجود لعراقيل أو قيود تثبط من عزيمتهم أو تحد من حقهم الطبيعي والدستوري في المضاربة، ضمن إطار النظام العام الاقتصادي» وبمعنى آخر مختصر حرية المنافسة تعني الحق في ممارسة النشاطات الاقتصادية بجميع الوسائل المتاحة والمشروعة ويتحقق هذا المقصد من خلال تمكين التجار من حقهم في التنقل دون وجود حواجز تعترضهم أو تعيق تدفق الرساميل أو تمنع حركة البضائع والسلع دخولا وخروجا، وكذا خلو السوق الدولية من كافة الحواجز التنظيمية، أو المصطنعة لغاية غلق المنافذ أمام انسياب المنافسة من الناحية العملية⁽²⁾

وعليه فحرية الدخول إلى السوق وممارسة النشاط الاقتصادي المرغوب فيه دون أية قيود وذلك بهدف تحقيق الفاعلية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، ولذا وبغية ضمان القدر الكافي والضروري للمنافسة استدعى الأمر تشجيعها بإزالة العوائق القانونية، وحمايتها من الممارسات المقيدة لها من جهة أخرى.⁽³⁾ باعتبارها وضعية مضمونة من طرف القانون حيث يسهر التنظيم القانوني للمنافسة على حفظها وقايتها من خلال المعاقبة على الإنقاص منها أقل مما ينبغي أن تكون عليه المنافسة، أو على الزيادة فيها- إفراط في المنافسة.⁽⁴⁾ مع العلم أن حرية المنافسة تتضمن بالإضافة إلى حرية انتقال الأشخاص احترام حرية القيام بالمشاريع، وأن لا تكون هناك حواجز تحظر الدخول إلى السوق، وحرية حركة عوامل الإنتاج وعدم إعاقة تدفق رؤوس الأموال أو تضيق حرية وحركة انتقال السلع أو الخدمات، ولا حرية الإنشاء وغيرها.⁽⁵⁾

وترتبط لما سبق ذكره يتضح لنا جليا أن حرية المنافسة من المسائل المتعلقة بمصلحة المستهلك لأن هذه الحرية تضمن له الحصول على منتج ذي جودة عالية، كما تضمن له أيضا الحصول على خدمات أفضل بسعر ملائم أو خدمة متميزة إلى انخفاض في الأسعار يتناسب مع مصلحة التجار فكلما اتسعت دائرة منافسة كلما انخفضت أسعار السلع والخدمات بالنسبة للمستهلك.⁽⁶⁾

الفرع الثاني: محتوى ومضمون مبدأ حرية المنافسة

يظهر التكريس الفعلي لمبدأ حرية المنافسة من خلال مظهرين يعادان عماد نظام اقتصاد السوق الحر لا غنى عنهما في السبيل بحث المنافسة وتنميتها، حيث يشكلان القاعدة الصلبة التي يقوم عليها قانون المنافسة باعتبارها المحرك الأساسي للاقتصاد الحر، هذان المظهران يتمثلان في: حرية التجارة والصناعة (أولا) وتحرير الأسعار (ثانيا).

أولا: مبدأ حرية التجارة والصناعة: يعود أصل حرية التجارة والصناعة إلى القانون الفرنسي 72-02 الصادر في شهر مارس 1791 المعروف بمرسوم الأرد⁽⁷⁾ le Décret D'Allard يعني بمفهومه الواسع الحرية الاقتصادية عموما، وبمفهومه الضيق حرية النشاطات التجارية والاقتصادية بمعنى

(1)-أنظر: محمد عبد اللطيف، الدستور والمنافسة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر العدد 38، 2005، ص 94.

(2)-أنظر: محمد صالح قادري لطفي، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016-2017، ص 91-92.

(3)-أنظر: محمد الشريف كتو، مبدأ المنافسة الحرة في الأمر 03-03 والقانون رقم 02-04، مجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 12، العدد 1، 2017، ص 07.

(4)-Yves August, droit de la concurrence (droit interme) , Ellipes, paris, 2002, p16.

(5)-أنظر: محمد تيورسي، المرجع السابق، ص 100.

(5)-أنظر: خالد عبد الفتاح محمد خليل، المرجع السابق، ص 358.

(7)-ويعرف بمرسوم الأرد ALLARDE وهو قانون صدر في 17 مارس 1971 من قبل بيبير الأرد وهو يحمل اسم الشخص الذي جاء بمشروع هذا القانون، وقد تم هذا المرسوم بقانون شابليي الصادر في 14 يونيو 1971 قبل أن يتم إلغائه سنة 1864 وتعويضه بقانون أوليفيه، ثم قانون فالديك روسو في عام 1884.

la liberté d'entreprendre حيث ورد في المادة 7 منه على أنه: «ابتداء من 1 أفريل يكون شخص حرا في القيام والتفاوض، أو ممارسة أي مهنة أو حرفة يختارها» ويتبين من هذا النص ركز على حرية ممارسة والنشاط المهني الذي يتبعه بطبيعة الحال تسويق المنتج ثم إن قانون الفرنسي يعني بالنشاط التجاري أربعة أنشطة وهي: الأنشطة التجارية والصناعية الحرفية، الأنشطة الحرة (الليبرالية) والزراعية.⁽¹⁾

وإن الهدف من هذا المبدأ هو منح السلطة العمومية من الشروع في تنظيم الجماعي للاقتصاد وبالرغم من صلة الوثيقة بين حرية التجارة والصناعة وحرية المنافسة، فإن هذه الأخيرة أوسع وتشمل حرية التجارة والصناعة نفسها التي تعتبر شكلا خاصا للممارسة المنافسة في مرحلة محددة الاقتصاد السوق، وهي مرحلة الليبرالية الاقتصادية الشاملة.⁽²⁾ وهذا مبدأ يزداد رسوخا مع التقليل المستمر لدور الدولة الاقتصادي الذي تشهده المرحلة الجديدة من الليبرالية وهذا ما يؤدي بالتبعية إلى العودة إلى نظام السوق، وترك آليات هذا النظام تعمل بحرية ولا غرابة في ربط بين حرية التجارة وحرية تداول الأموال وانتقال الأشخاص، وحق الملكية وحرية التعاقد لا يمكن الحديث عن اقتصاد حر يعمل من خلال نظام السوق.⁽³⁾

وتجدر الإشارة إلى أن حرية التجارة والصناعة تختلف محتواها باختلاف الأطراف بالنسبة للأشخاص الخاصة فإنها عبارة عن مجموعة من الحريات تختلف باختلاف الدور الاقتصادي للسلطة العمومية ويضم (حرية الاستثمار، وحرية العمل، حرية الاستغلال والتسيير، والحرية العقدية وحرية المنافسة) ولكن هذه الحرية لها حدود ترتبط بالمصلحة العامة وضرورة الحفاظ على النظام العام، مما يسمح للسلطات العمومية التدخل في المجال الاقتصادي لتحقيق هذه الأهداف، أما بالنسبة للأشخاص المعنوية يعني امتناع السلطات العمومية عن القيام بالنشاطات التجارية والصناعية، وذلك من أجل منع منافسة الخواص في نشاطاتهم احتراماً لمبدأ حرية المنافسة.

إذن تعرف حرية التجارة والصناعة بأنها الحق المعترف به لكل شخص بالممارسة الحرة ودون قيد للمهنة التي يرغب فيها، سواء كانت التجارة، أو صناعة، أو مهنة حرة..، فهي تمثل إحدى الأسس الضرورية للاقتصاد السوق.⁽⁴⁾

ومن هذا المنطلق صدرت عدة قوانين في فرنسا تكرر مبدأ حرية التجارة والصناعة نذكر أهمها قانون توجيه التجارة والصناعات التقليدي الصادر في 27 ديسمبر 1973 حيث نصت المادة 01 منه على مايلي: «إن الحرية والرغبة في إنشاء المؤسسات هو أساس النشاطات التجارية والحرفية، ويجب أن تمارس في إطار منافسة واضحة ونزيهة» إن أحكام هذه المادة تم صياغتها بمعان عامة توضح أن حرية إنشاء المؤسسات ترافق حرية الصناعة والتجارة، حيث لا يمكن التفريق بينهما، إضافة إلى ما سبق تم تكريس مبدأ حرية الصناعة والتجارة ضمناً في الأمر 1 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافس الذي ينص أن حرية الأسعار تحدد من خلال قواعد لعبة المنافسة وهذه الأخيرة لا يمكن أن يكون لها وجود أو معنى دون أن يرافقها مبدأ حرية الصناعة والتجارة.⁽⁵⁾

(1)-أنظر: رمضان قندلي، حرية التجارة والصناعة، دراسة تحليلية مقارنة، مجلة البدر، جامعة بشار، المجلد 3، العدد 11 نوفمبر 2011، ص 284.

(2)-أنظر: عبيوط محند وعلي، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، دار هومه للنشر والتوزيع الجزائر 2014، ص 188-189.

(3)-أنظر: حسين الماحي، حماية المنافسة، دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري رقم 3 لسنة 2005 ولائحته التنفيذية، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، المنصورة، 2007، ص 04-05.

(4)-Rachid zouamia, le droit de la concurrence, édition belkeise, Algérie, 2009, p16.

(5)-أنظر: سامية كسال، مبدأ حرية التجارة والصناعة أساس قانوني للمنافسة الحرة، مداخلة ملقاءة في ملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار عنابة، المنظم يومي 03-04 أفريل

وبالمقابل أيضا تبني المشرع الجزائري المبدأ الليبرالي لحرية الصناعة والتجارة بشكل رسمي انطلاقا من دستور 1996، وهذا المبدأ يعبر في السياق الجزائري عن تراجع دور الدولة في الحياة الاقتصادية لفائدة الحرية الاقتصادية وأدوات السوق.⁽¹⁾

فقد جاء في نص المادة 37 منه على أنه: «حرية التجارة والصناعة مضمونة، وتمارس في إطار القانون».⁽²⁾ كما أكد المؤسس الدستوري أيضا على هذا المبدأ تحت مسمى "مبدأ حرية الاستثمار والتجارة" من خلال التعديل الدستوري في المادة 43 من القانون رقم 01-16 والتي تقابلها المادة 61 من التعديل الدستوري 2020 التي جاء فيها: «حرية الاستثمار والتجارة والمقولة مضمونة وتمارس في إطار القانون».

والملاحظ أن المشرع حاول من خلاله فتح مجال الحرية بشكل أوسع من السابق وهذا بالاعتراف بحرية الاستثمار والذي يعد أوسع من الصناعة التي تمثل جزءا منه، وهنا يمكن تصور كل القطاعات الاقتصادية.⁽³⁾ إلا أنه بالرجوع إلى نفس الأحكام التي جاء بها هذا التعديل نجده أوجد قيود على هذا المبدأ، ولعل أهم ما جاءت به أحكام المادة 61 هو تأكيد المجلس المنافسة على تولي ضبط السوق⁽⁴⁾ فبعد اعتماد هذه الآلية القانونية ضمن أحكام قانون المنافسة أي الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة يبدو أن المشرع قد أراد جعله من الثوابت الدستورية التي تعطي للدولة حق السهر على توازن السوق والتدخل لفرض النظام، وهذا كاستثناء على الحرية التي اعترفت بها في هذا المجال.⁽⁵⁾ ومن نتائج تبني مبدأ حرية التجارة والصناعة تكريس المشرع مبدأ المنافسة الحرة حيث عرف قانون المنافسة على أنه «القواعد التشريعية والتنظيمية التي تهدف إلى ضمان احترام مبدأ حرية التجارة والصناعة، وأن دوره يكمن خاصة في إلزام المؤسسات بالقيام بعملية التنافس وتحملها».⁽⁶⁾

أما فيما يخص الدستور المصري الحالي تبني المفهوم الحديث لحرية التجارة والصناعة إلى حد كبير من خلال كفالة الحريات المتفرعة عن حرية التجارة والصناعة كحرية المنافسة والاستثمار والتجارة الخارجية، وإن كان المشرع أكد على تنظيم الاستيراد وتشجيع التصدير بشكل قد يحد من حرية التبادل الدولي وبنفس الوقت التزام الدولة بضبط السوق لغرض التوازن، ولا مانع من المبادرة العامة في إقامة وممارسة النشاط الاقتصادي على أساس المنافسة بعدما استخدم الدستور

2013، ص 03-04.

(1)-أنظر: وليد بوجملين، قانون الضبط الاقتصادي في الجزائر، دار بلقيس للنشر، دار البيضاء، الجزائر، 2015، ص 114.

(2)-المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المتضمن التعديل الدستوري السالف الذكر.

(3)-المادة 43 من القانون رقم 01-16 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية، العدد 14 المؤرخة في 07 مارس 2016، والمادة 61 من مرسوم رئاسي رقم 20-442 المتعلق بإصدار التعديل الدستوري، المصادق عليه في إستفتاء أول نوفمبر سنة 2020 السالف الذكر.

(4)- من الناحية اللغوية الضبط هو مصطلح إنجليزي ومفاده كل عمل رقابي يسعى للحفاظ على وضعية معينة وذلك من خلال الإعتماد على مجموعة قواعد تحكم المسار وتصدر وتحفظ من طرف السلطة. أما من الناحية الاقتصادية يعني الضبط مفهوم التحول من الدولة المحتكرة للإقتصاد إلى الدولة الضابطة للإقتصاد المكثفة بفرض قواعد اللعبة والسهر على حسن تطبيقها والسهر عليها، وبالتالي تنصيب الدولة كحكم للعبة الاقتصادية والاجتماعية.

وبالرجوع إلى القانون الجزائري نجد أنه تم إستعمال مصطلح الضبط لأول مرة من طرف المشرع الجزائري في القانون المتعلق بالأسعار لسنة 1989، وابتدأ هذا المصطلح بتزايد إنشاء السلطات المتعارف عليها.

(5)-أنظر: زينة حداد، الحرية في اقتصاد السوق والتشريع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة الجزائر، المجلد 27، العدد 03، جوان 2016، ص 334.

(6)-أنظر: دليلة مختور، حماية النظام العام الاقتصادي في بعده التنافسي، مداخلة ملقاة في ملتقى دولي حول التحول فكرة النظام العام: من النظام العام إلى الأنظمة العامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، المنظم يومي 7-8 ماي 2014، ص 05.

صيغة "ويلتزم النظام الاقتصادي بمعايير الشفافية والحوكمة، ودعم محاور التنافس".⁽¹⁾ وفي الختام لابد من الإشارة إلى أن تحديد دور الدولة الاقتصادي في ظل السوق يتطلب تخليه بشكل عام عن دورها كمنتج أو تاجر يشارك في مباشرة النشاط الاقتصادي، فإنه لا يعني أن تتخلى الدولة عن دورها كسلطة تتمتع بحق القهر المشروع مادامت تتدخل لتحقيق المصلحة العامة ولا يؤدي تدخلها إلى تقييد حرية الخواص في ممارسة التجارة والصناعة.⁽²⁾ فرغم انسحاب الدولة من القطاع الاقتصادي بصفة عامة، وإخضاع النشاطات الاقتصادية لمبدأ حرية لاستثمار إلا أن هذه الحرية ليست مطلقة نظرا لإتباع الدولة سياسة التنظيم الصارم الذي يتجسد في فرض مبدأ الترخيص والاعتماد كشروط مسبقة ينبغي توفرها في المشروع الذي يريد دخول قطاع ما مثل القطاع المالي وما يندرج ضمن مفهوم النشاطات المنظمة،⁽³⁾ ذلك أن الدولة قد تتدخل في ظل اقتصاد تنافسي لتحقيق الاستقرار والفعالية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمقتضى نصوص قانونية فقد أجازت المادة 61 السالفة الذكر للسلطات العمومية التدخل لتنظيم ممارسة الأنشطة والمهن في حدود ونطاق القانون.⁽⁴⁾

وفي هذا السياق وضع المشرع الجزائري على مبدأ حرية الاستثمار والتجارة قيودا من خلال المرسوم التشريعي رقم 12-93 المتعلق بترقية الاستثمار، فعلى الرغم من تكريس المادة 03 منه لمبدأ حرية الاستثمار⁽⁵⁾ إلا أنه هناك قيود وردت عليه تتمثل في قيدين أساسيين هما:

أ- القيد الأول: استثنى المشرع الجزائري من مجال نشاط الاستثمار الخاص الوطني والأجنبي قطاعات الإنتاج والسلع المخصصة صراحة للدولة، أو لأي شخص معنوي طبقا لأحكام المادة 01 منه التي تنص على أنه: «يحدد هذا المرسوم التشريعي النظام الذي يطبق على الاستثمارات الوطنية الخاصة وعلى الاستثمارات الأجنبية ضمن الأنشطة الاقتصادية الخاصة بإنتاج السلع أو الخدمات غير المخصصة صراحة للدولة أو فروعها، أو لأي شخص معنوي معين صراحة بموجب نص تشريعي»⁽⁶⁾ وبالرغم أن المشرع الجزائري قد ألغى قيد القطاعات الإستراتيجية المنصوص عليها في المرسوم السابق الذكر، وذلك بموجب القانون الخاص بالاستثمار الذي لم ينص بشكل واضح وصريح على هذا، إلا أنه أبقى عليه في الدستور الجزائري.⁽⁷⁾

ب- القيد الثاني: يخص النشاطات المقننة أو المرخصة ومكرسة في المادة 03 من القانون رقم 16-09 والتي نصت على أنه: «تتجزأ الاستثمارات المذكورة في أحكام هذا القانون في ظل القوانين والتنظيمات المعمول بها، لاسيما تلك المتعلقة بحماية البيئة، وبالنشاطات والمهن المقننة

(1)-أنظر: محمد عزت فاضل الطائي، حرية التجارة، دراسة دستورية مقارنة، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد المجلد 32، العدد 02، 2017، ص 441.

(2)-أنظر: حسين الماحي، المرجع السابق، ص 05.

(3)-أنظر: سميرة محمودي، النشاطات المنظمة في التشريع الجزائري: مآل مبدأ حرية الاستثمار في ظل الانفتاح الاقتصادي، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول النظام المالي وإشكالية تمويل الاقتصاديات النامية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، المنظم يوم 11 فيفري 2019، ص 01.

(4)-أنظر: سامية كسال، المرجع السابق، ص 08.

(5)- تقابلها المادة 04 من الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية العدد 47، المؤرخة في 22 أوت 2001 المعدل والمتمم بالأمر 06-08 المؤرخ في 15 يوليو 2006، الجريدة الرسمية العدد 47 الصادرة في 19 جويلية 2006.

(6)-المرسوم التشريعي رقم 93-12 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 64 لسنة 1993 الملغى بموجب الأمر رقم 01-03 المتعلق بتطوير الاستثمار السالف الذكر.

(7)-بالرجوع إلى المادتين 20 -22 من مرسوم رئاسي رقم 20-442 المتعلق بالتعديل الدستوري السالف الذكر نجد أن المشرع حدد النشاطات والقطاعات التي لا يسمح للاستثمار الخاص الوطني والأجنبي القيام بها.

وبصفة عامة بممارسة النشاطات الاقتصادية»⁽¹⁾ إذ لا بد أن تمارس هذه الحرية في إطار التشريع والتنظيم المتعلقان بالنشاطات المقننة، وهنا تتدخل الدولة فيها بمنح الترخيص وتصريح المسبق لممارستها، والهدف من ذلك حماية الصحة والبيئة والأمن العام، ومن هذه النشاطات نذكر ما نصت عليه المادة 25 من القانون رقم 04-08-2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.⁽²⁾

وفي حالات أخرى قد تتدخل الدولة أيضا من أجل إعادة التوازن في السوق نتيجة اختلال المنافسة النزيهة من خلال سن قوانين تمنع التعسف في الوضعية الهيمنة السوق مثلا، كما تم إنشاء مجلس المنافسة المكلف بالضبط الفعال للسوق والسيطرة على الاحتكارات وذلك لتحقيق التوازن داخل السوق.

ثانيا: مبدأ حرية الأسعار: تواجه الدول النامية مشكلة التوفيق بين تفعيل المنافسة وتحرير الأسواق من جهة، وحماية الصناعات الناشئة والإستراتيجية من جهة أخرى، مما يلزم تدخل الدولة في تحرير الأسعار حيث يهدف هذا التدخل إلى أهداف اقتصادية واجتماعية، فالهدف الاقتصادي تعتبر الدولة السعر وسيلة تشجيع بعض القطاعات أو بعض الأقاليم، ووسيلة إقرار التوازن الاقتصادي العام في الدولة، أما بالنسبة للهدف الاجتماعي فيتمثل في المحافظة على القدرة الشرائية لذوي المداخل الضعيفة، كما تعمل على التحكم في الكوارث والأزمات في حالة إثارة مشكلة تموين نشاط معين أو إقليم معين.⁽³⁾

وإن النص على مبدأ حرية الأسعار هو إقرار بحرية المنافسة التي تقتضي ضمينا مبدأ التجارة والصناعة وتكرسه، فلا يمكن الحديث عن حرية المنافسة في غياب حرية الأسعار، كما يعد متفرعا عن مبدأ حرية التجارة والصناعة؛ إذ لا يمكن الحديث عن اقتصاد حر في ظل نظام أسعار منظمة كما يعتبر من المبادئ التي يقوم عليها اقتصاد السوق الذي اتجهت نحوه الجزائر شيئا فشيئا منذ مطلع التسعينات من القرن الماضي، وحرية الأسعار تعني أن العون الاقتصادي له الحرية في تحديد أسعار السلع والخدمات، وعادة ما يتحدد السعر المعطى للجمهور على ضوء جملة من العناصر:

- قيمة الشيء التي تحدد طبقا لقانون العرض والطلب، وهامش الربح الذي يعود على العون الاقتصادي وهو المحرك الرئيسي للنشاط الاقتصادي، ويتوقف نطاقه على عوامل كثيرة منها الظروف ومهارة البائع، وقوته، وضعفه من الناحية الاقتصادية.

- المصاريف المختلفة مثل الرسوم، والضرائب، ونفقات التعبئة، والتخزين، وهي تأخذ حكم الثمن فتقع على عاتق المشتري ما لم يوجد اتفاق مخالف.⁽⁴⁾

ويتضح مما سبق أن حرية الأسعار يقتضي عدم تدخل الدولة لتحديد أسعار السلع والخدمات بصفة إدارية، وترك الأسعار حرة أي خاضعة لآليات الطبيعية للعرض والطلب.⁽⁵⁾ ومما لا شك فيه أن سياسة تحرير الأسعار هي الوسيلة الوحيدة والكفيلة لتأمين أفضل معادلة بين

(1)-المادة 03 من القانون رقم 09-16 المؤرخ في 03 غشت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 46 المؤرخة في 03 غشت 2016.

(3)-المادة 4 تعدل أحكام المادة 25 من القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادرة بتاريخ 18 أوت 2004 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-18 المؤرخ في 10 يوليو 2018، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة في 13 يوليو 2018.

(1)-أنظر: حسين شرواط، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 08-12 المعدل والمتمم بالقانون 05-10 وفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2012 ص 34.

(4)-أنظر: خيرة صافق، مبدأ حرية الأسعار والاستثناءات الواردة عليه، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019، ص 06.

(5)-أنظر: إلهام بوحلايس، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017 ص 43.

جودة والتمن بالنسبة للمستهلك، حيث من خلالها يستطيع المستهلك أن يختار أجود السلع والخدمات وبالثمن الذي يناسبه، ولما كانت فلسفة المشرع من وراء وضع هذا المبدأ هو حماية المستهلك باعتباره مساهما في التنمية الاقتصادية التي يسعى هذا القانون إلى تحقيقها، فقد استنتى بموجب هذا القانون بعض الحالات التي تتدخل فيها الدولة لتنظيم الأسعار، وذلك لضمان حماية المستهلك وبتفحص التشريعات المقارنة المتعلقة بالمنافسة والأسعار نجد أن معظمها قد عرفت تحولات جذرية فيما يخص تحديد الأسعار من مرحلة التنظيم والمراقبة إلى مرحلة التحرير وهو ما يشكل أهم مظاهر التوجه نحو الخيار الليبرالي في الاقتصاد العالمي. وسيتم التفصيل في شروط وحالات تدخل الدولة في ضبط الأسعار عند معرض الحديث عن تدخل الدولة في تحديد الأسعار كقيد على مبدأ حرية المنافسة المطلوب الرابع من المبحث الثاني.

الفرع الثالث: الطبيعة القانونية لمبدأ حرية المنافسة

باعتبار الحق ميزة يقررها القانون للفرد على اعتباره وجوده سابق على القانون وبذلك فإن المنافسة حق لا يفرض نفسه لمجرد كونه حق بل له ذاتية، وقيمة موضوعية تبدو في وظيفتها الاجتماعية التي ينظمها القانون من خلال تأثيرها بالتجارة وعناصر المتجر التي هي في الأصل مسخرة للاتصال بالعملاء، وبالتالي فإن المنافسة حق سابق على القانون وهو يكشف عنه، وقد اختلف الفقهاء في بيان نوع هذا الحق وتكييفه فظهرت عدة اتجاهات.⁽¹⁾

أولاً: الحق في المنافسة من حقوق الملكية: يرى هذا الاتجاه أن صاحب المشروع المنافس يكون له حق ملكية على القيم التي ينظمها مشروعه، ومن ثم لا يجوز الاعتداد على حق ملكيته واستند هذا الرأي على أن فكرة الملكية ليست فكرة جامدة غير قابلة للتغيير، إنما الملكية قابلة للمرونة والتوسع بحسب درجة ملائمة، كما أن قيم محل المنافسة يمكن أن ترد عليها حق الملكية بمكوناته الثلاث: الاستعمال، والاستغلال، والتصرف والتي لها طبيعة خاصة في موضوع المنافسة باعتبار أنها ترد على أشياء غير المادية، وعليه يستلزم ذلك تنظيماً خاصاً يختلف عن تنظيم الملكية بصورتها التقليدية.⁽²⁾ غير أن هذا الاتجاه تعرض للنقد من عدة وجوه هي:

1. خصائص حق المنافسة تتعارض مع خصائص حق الملكية الذي يمتاز بالسكون والأمان بينما حق المنافسة على العكس من ذلك يمتاز بالحركة والدينامية، فقوامها توظيف الأموال واستثمارها بما يؤمن جذب الزبائن.

2. تترتب آثار الملكية من خلال الحيازة والاستئثار، في حين المنافسة تترتب آثارها بالذئوع والانتشار.

3. الملكية غاية فردية خاصة وإن كان لها وظيفة اجتماعية، إلا أن المنافسة الغاية الأساسية منها هي تحقيق مصلحة الزبائن، ومن ثم مصلحة العامة.⁽³⁾

ثانياً: الحق في المنافسة من الحقوق الشخصية: يعتبر هذا الاتجاه حق المنافسة من قبيل الحقوق الملازمة لصفة الإنسان، والحقوق الشخصية هي الحقوق التي تكون موضوعها العناصر المكونة للشخصية، وبالتالي فأساس الحماية هو وجود حق شخصي في القيم المنافسة مما يجعل الحماية أكثر فاعلية خاصة إذا أخذنا بعين الاعتبار أن قواعد المسؤولية لا توفر إلا الحماية اللاحقة للحق بينما الحماية الحقيقية تكمن في الوقاية من الاعتداء على قيم المنافسة، وعلى وجه الخصوص الشخصية منها، أي تلك التي تنشأ من ابتكاره وتميزه وخصائصه الشخصية ولن تتحقق هذه الحماية بالاعتراف

(1)-أنظر: ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد، المجلد 20، العدد 1 آذار 2005، ص 215.

(2)-أنظر: أحمد محرز، المرجع السابق، ص 285-286.

(3)-أنظر: ندى كاظم المولى، المرجع السابق، ص 217.

بالحق في المنافسة واعتباره من حقوق الشخصية⁽¹⁾.

غير أن هذا الاتجاه يواجه معضلة قانونية تتمثل في الاعتراف للمشروع المنافس بالشخصية القانونية التي تعبّر عن مجموعة من العناصر المادية والشخصية، فإذا ثبت للمشروع المنافس شخصيته القانونية تتمتع بأهلية المنافسة وسائر حقوق الشخصية، ويمثل المشروع صاحبه أو مديره أو ممثله القانوني أمام القضاء، إضافة إلى ذلك فإن الحق في المنافسة يفرض التزام على الغير بعدم التعرض لصاحب المشروع والاعتداء على حقه، حيث يمكنه هذا الحق أن يحتجبه في مواجهة كافة دون الحاجة إلى الإثبات عناصر مسؤولية، وهو ما يجعله (أي حق المنافسة) أقرب إلى الحقوق العينية منه إلى الحقوق الشخصية⁽²⁾.

ثالثاً: الحق في المنافسة هو حق امتياز استغلال احتكاري: يذهب أنصار هذا الاتجاه⁽³⁾ إلى أن الحق في المنافسة ما هو إلا امتياز استغلال احتكاري، وهو عبارة عن سلطة تمنح للمنافس الاستغلال قيمه استغلالاً احتكارياً، وتكليف هذا الحق على هذا النحو يتوافق في تقدير أصحاب هذا الاتجاه مع الغاية المبتغاة من الموضوع، حيث أنه يؤكد أداء صاحب المشروع لمهمته ووظائفه في مشروعه كمرفق اقتصادي، ومن ثم يجب على النظام القانوني أن يمنحه حق الاستغلال الاحتكاري بما يتناسب مع أداء هذه الوظيفة الاقتصادية، خاصة إذا علمنا أن الاستغلال يعد بمثابة الركيزة الأساسية التي يقوم عليها محل الحق في المنافسة، بل وتقاس على أساسها كفاءة صاحب الحق ومدى تنظيم قيمه وازدهارها، والقدرة على تنشيطها من جهة وحمايتها من جهة أخرى غير أن إضفاء الصيغة الاحتكارية والاستغلالية على الحق في المنافسة، قد يعود بنا نسبياً إلى نظام الطوائف والامتيازات الذي قضت عليه الثورات التحررية وحقيقة الأمر أن الحق في المنافسة حق متميز يستمد طبيعته القانونية والحماية التي توفر له تبعاً لذلك من نصوص القانون التي تجعله حقاً مشروعاً لكل متعامل اقتصادي يحترف التجارة مادام ملتزماً بالأصول القانونية التجارية، وعلى هذا الأساس يمكن القول بتلاقي كل من الفقه الإسلامي والفقه حول طبيعة الحق في المنافسة⁽⁴⁾. وكخلاصة لما سبق يمكننا القول أن حرية المنافسة تعتبر قيمة حقوقية مرادفة لحرية المبادرة الخاصة التي تضمنها أغلب الدساتير الحالية- ومن بينها الدستور الجزائري- الحق في ممارستها على أساس أن حق الأشخاص في مزاوله نشاطهم كفاعلين اقتصاديين لا يتأتى إلا إذا كان مؤطراً بضمانات قانونية ناجعة، يقع على رأسها القانون الأساسي للدولة أي الدستور⁽⁵⁾. وأن تنظيم هذه الحرية ومنحها قيمة دستورية يبقى من اختصاص المشرع شأنها في ذلك شأن جميع الحريات العامة الأخرى والتي يعهد الدستور صراحة إلى القوانين بحمايتها ووضع القواعد الخاصة بالضمانات الأساسية لممارسة هذه الحريات.

المطلب الرابع: تنظيم وحماية حرية المنافسة بين النصوص الشرعية والقوانين الوضعية المقارنة
إن حرية المنافسة أصبحت أحد المقترضات الأساسية لتحرير الاقتصاد، فلا يمكن أن تزدهر حرية المشروعات إلا في ظل منافسة حرة تسودها الشفافية والمساواة، ومن هنا تدخل المشرع ضرورياً لتكريس مبدأ المنافسة الحرة وتنظيمها على حد سواء، فإذا لم توجد قواعد قانونية تنظم

(1)-أنظر: محمد تيورسي، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص القانون، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2010-2011، ص82.

(2)-أنظر: الهادي السعيد عرفه، الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق جامعة المنصورة، مصر، العدد29، أبريل2001، ص213.

(1)- من أنصار هذا الاتجاه نجد "Roger le Moal" لمزيد من معلومات راجع:

-Roger le Moal, droit de concurrence, publie avec CNRS et ministère universités, Paris, 1979 p200.

(4)-أنظر: محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، المرجع السابق، ص120-121.

(5)-المادتين34-35 من المرسوم الرئاسي رقم20-442 المتضمن التعديل الدستوري السالف الذكر.

المنافسة فإن سلوك القائمين بالنشاط الاقتصادي يمكن أن يؤدي إلى تكوين أسواق احتكارية، ويمكن للسوق أن تهدم نفسها إذا لم تقدم لها السلطة العامة الإطار القانوني، فالنظام الاقتصادي للسوق يفرض تنظيماً قانونياً حتى يمكن المحافظة على أوضاع المنافسة وتوازنها تجنباً للممارسات الضارة بها.⁽¹⁾

والواقع أن الاهتمام بحماية المنافسة الحرة ليس أمراً جديداً لم يكن معروفاً من قبل بل أن الشريعة الإسلامية تنبّهت مبكراً إلى خطورة بعض الممارسات التقييدية للمنافسة ومنعتها كما وقفت موقفاً معرضاً للاحتكار الذي اعتبرته نقيضاً للمنافسة الحرة وعليه فإننا نشير لدور الشريعة الإسلامية في محاربة بعض أشكال عرقلة المنافسة الحرة كما نشير إلى موقف التشريعات المقارنة إذ تبرز أهمية البحث في الجوانب التاريخية لتطور مبدأ حرية المنافسة في التعرف على الكيفية التي عالجت بها مختلف النظم الوضعية للظاهرة التنافسية وكيف تعاملت من خلال آلياتها القانونية في حماية السوق وعوامل الطلب والعرض وما يجري بينهما من تجاذب مستمر، وبالتالي الموازنة بين حاجات المجتمع ومصالحه في الاستقرار الاجتماعي، وحاجات الفاعلين الاقتصاديين في التكيف مع الظروف السوقية، وتمكينهم من التعامل معها في سياق النظام العام الاقتصادي.⁽²⁾

وفي هذا الصدد سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى تنظيم مبدأ حرية المنافسة وفق أحكام الشريعة الإسلامية {الفرع الأول} وكذا تنظيمه في ظل التشريعات الغربية {الفرع الثاني} لنحاول بعد ذلك استدراج موقف التشريعات العربية وتنظيمها لحرية المنافسة {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: تنظيم وحماية مبدأ حرية المنافسة وفق أحكام الشريعة الإسلامية

عني النظام الإسلامي بتنظيم المنافسة والتسعير في مجال الاقتصاد الإسلامي حيث أن المنافسة الحرة كانت هي الأصل ولكن هذا الأخير كان مقيداً وليس مطلقاً، فالتشريع الإسلامي يزخر بالعديد من التطبيقات التي تأصل مبادئ حرية الاقتصادية، وتمنع الاحتكار وتلاعب بأسعار.⁽³⁾ فالمنافسة الإسلامية تنطلق من روح التكافل والمودة والتراحم والتعاون بين الأفراد المجتمع الإسلامي وذلك خضوعاً لأمر الله تعالى: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ»⁽⁴⁾.

وعليه فإن الشريعة الإسلامية قد اهتمت بحماية المنافسة التجارية الحرة، وذلك من خلال تقريرها للمبدأين اللذان تقوم عليهما هذه المنافسة، والمتمثلين في كل من مبدأ حق التنافس التجاري ومبدأ حرية الأسعار، وهناك عدة أدلة شرعية تدل على مشروعية التجارة والمنافسة إذ نجد أن المنافسة بمفهومها العام تدل على التزام لنيل الخير وأعلى المراتب مصداقاً لقوله تعالى: «وَفِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ»⁽⁵⁾ وقوله تعالى أيضاً: «وَالسَّابِقُونَ السَّابِقُونَ ۚ أُولَٰئِكَ الْمُقَرَّبُونَ ۚ»⁽⁶⁾ ولكن إذا كان المبدأ هو حرية ممارسة التجارة وبقية الأنشطة الاقتصادية في الإسلام، إلا أن ذلك يبقى مقيد بالضوابط الشرعية المنصوص عليها في الكتاب والسنة وبما يتوافق مع المقاصد الخمسة للشريعة المتمثلة في حفظ الدين والنفس، العقل والمال والنسل، ويمكن حصر ضوابط أو قيود الحرية الاقتصادية في الشريعة الإسلامية فيما يلي:

- تجنب المحرمات القطعية في المعاملات، كالربا والغرر والقمار، وكذا ما لا يجوز التعامل فيه كالخمر ولحم الخنزير وآلات الطرب، وغيرها من المحرمات كالغش والتدليس.

(1)-أنظر: سليمة بلال، التنظيم القانوني لمبدأ حرية التجارة والصناعة، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونيبي علي، المجلد 02، العدد 02، 2012، ص 74.

(2)-أنظر: قادري لطفي محمد الصالح، المرجع السابق، ص 43.

(3)-أنظر: معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 43-44.

(4)-الآية 02 من سورة المائدة.

(5)-الآية 26 من سورة المطففين.

(6)-الآيتين 10-11 من سورة الواقعة.

- ضرورة عدم المساس بحرية المنافسة بمنع الاستئثار بالسوق، وعرقلة الآخرين الدخول إليه، ولذا تحرم ممارسة الاحتكار واتفاقات اقتسام الأسواق، وتحديد الأسعار.
- ضرورة التقيد بالشروط والإجراءات، والتدابير التي تفرضها الدولة بغرض حماية المستهلكين والنظام العام والبيئة.⁽¹⁾

إضافة إلى ذلك يقوم الاقتصاد الإسلامي على مبدأ حرية الأسعار، وعرف التسعير على أنه اتفاق على سعر أو تقديره، والسعر هو الذي يقوم عليه الثمن، وسمي الثمن المقدر سعرا لأنه على ارتفاع غالبا.⁽²⁾ ويعتبر التسعير من أهم الوسائل للقضاء على الاحتكار، ولما كانت فكرة التسعير الجبري تصطدم بفكرة الحرية والتراضي في العقود وثبوت الخيارات بشأنها، فقد اتفق الفقه الإسلامي من الحنفية، المالكية والشافعية، الحنابلة والظاهرية على أن الأصل هو عدم جواز التسعير فليس لولي الأمر أو من يقوم مقامه إذا كانت الأسعار مستقرة أن يتدخل ويضع أسعار للسلع يلتزم بها حتى لا يضاروا من هذا التسعير، ولكن إذا كانت الحاجة داعية إلى التسعير، كما لو حبس التجار السلع على الناس بقصد الإغلاء عليهم فله أن يتدخل.⁽³⁾

والحكمة من حرمة التسعير تكمن في كونه مضنة الظلم والناس أحرار في التصرفات المالية وإلزامهم بسعر محدد منافي لهذه الحرية مصداقا لقوله تعالى: «إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ»⁽⁴⁾ وكونه يؤدي إلى اختفاء السلع وذلك يؤدي إلى ارتفاع الأسعار وهو ما يضر بالفقراء فلا يستطيعون شراءها، بينما يقوى الأغنياء على ذلك من السوق الخفية بغبن فاحش، فيقع كل منهما في الضيق والحرَج ولا تتحقق لهما مصلحة، وبالتالي فإن مبدأ حرية الأسعار هو ما يكرس الحرية الاقتصادية الإسلامية وبالتالي حرية المنافسة.⁽⁵⁾

كما عنت الشريعة الإسلامية بأمر حرية التنافس داخل أسواق مختلف الأنشطة الاقتصادية فقد تضمنت عديد الأحكام التي تكفل هذه الحرية، وتجنب القيام بالممارسات التي تهدف عرقلة المنافسة أو الحد منها بإقصاء البعض من مجال التنافس، ومن هذه الأحكام تحريم بعض البيوع التي تؤدي إلى عرقلة تحديد الأسعار وفق العرض والطلب في السوق، وتحريم الممارسات الاتفاقية بين الاعوان الاقتصاديين المقيدة بالمنافسة، والنهي عن البيع بأقل من سعر السوق.⁽⁶⁾

الفرع الثاني: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات الغربية

يمثل التنظيم التشريعي للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية في أسواق السلع والخدمات اللبنة الأولى في المنظومة التشريعية لأي اقتصاد يأخذ بسياسة التحرر الاقتصادي، وإعمال آليات السوق وتوسيع مشاركة القطاع الخاص، باعتبار أن التنظيم التشريعي يسهل الانخراط في السوق العالمي والدخول في شراكات هامة مع الدول والتكتلات الاقتصادية في العالم.⁽⁷⁾ ولما كانت المنافسة الحرة قوام الاقتصاد الحر فقد سعت مختلف التشريعات الغربية لسن قوانين تحمي هذه الأخيرة

(1)-لتفصيل أكثر حول ضوابط حرية المنافسة التجارية راجع: محمد بن عبد الله بنم صالح اللحيدان، ضوابط حرية المنافسة التجارية، دراسة مقارنة بين الفقه والقانون، مجلة الفكر القانوني والاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة بنها، العدد 07 أغسطس 2012، ص 39 وما يليها.

(2)-أنظر: إسماعيل محمود حمدي سلطح، القيود الواردة على مبدأ سلطان الإرادة في العقود المدنية، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 15.

(3)-أنظر: حسن محمد بودي، المرجع السابق، ص 75.

(4)-الآية 29 من سورة النساء.

(5)-أنظر: يوسف جيلالي، القواعد الموضوعية لحماية المنافسة الاقتصادية الحرة في الشريعة الإسلامية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة الشلف، العدد 17، جانفي 2017، ص 133.

(6)-لتفصيل أكثر حول الأحكام التي تحمي المنافسة الحرة في الإسلام راجع: يوسف جيلالي، المرجع نفسه، ص 134-135-136.

(7)-أنظر: محمد صالح تامر، الحماية الجنائية للحق في المنافسة التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي للنشر، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2016، ص 20.

ومن هذه التشريعات نذكر حماية المنافسة الحرة في ظل التشريع الأمريكي (أولا) لنعرج إلى تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات الأوروبية (ثانيا) وفي ختام سيتم معالجة تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريع الفرنسي (ثالثا).

أولا: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريع الأمريكي: من الثابت أن الولايات المتحدة الأمريكية لديها أقدم التشريعات التي تنظم وتشجع المنافسة ومنع الاحتكار، ولعل سبب اعتمادنا على التشريع الأمريكي بأخص نظر لأنه من التشريعات أكثر تألقا وأعمق خبرة الذي تنطلق فيه الحرية التجارة إلى أبعد مداها، وتزخر فيه المنافسة بين المؤسسات وتتراكم فيه الممارسات المقيدة لحرية التجارة والمنافسة أيضا،⁽¹⁾ كما أن أولى بوادر ظهور المنافسة يرجع إلى نهاية القرن 19 الميلادي بالولايات المتحدة الأمريكية وهو ما يعرف بالنظام الأنجلوسكسوني وذلك بتنظيم تشريعات مناهضة للاحتكارات عن طريق إنشاء الأجهزة المتخصصة في مكافحتها بحيث ظهرت أولى سلطة إدارية مستقلة عام 1889 وكانت هذه الفترة بداية صدور القوانين التي تحظر الممارسات الاحتكارية.⁽²⁾ وعليه فإن دراسة الإطار القانوني لحماية المنافسة الحرة في الولايات المتحدة الأمريكية خضع للعديد من عمليات التحديث والتطوير، ومن أهم هذا القوانين نذكر على سبيل المثال:

(01)- قانون التجارة ما بين الولايات: حيث كان هذا أول قانون يصدر في الولايات المتحدة الأمريكية لمحاربة الممارسات الضارة بالمنافسة وذلك في عام 1887 عمل هذا القانون على تنظيم التجارة التي تتم بين الأشخاص أو المنظمات في مختلف الولايات، ومنع الاندماج بين الشركات وما يترتب عليها من عمليات تحديد وتحكم في الأسعار.⁽³⁾

(02)- قانون شيرمان لمناهضة الاحتكار: على الرغم من تفعيل قانون التجارة بين الولايات فإنه لم ينجح في مواجهة استمرار الممارسات الضارة بالمنافسة بالقدر الكافي، ما دفع المشرع الأمريكي إلى التفكير في إصدار تشريع جديد يكون أكثر صرامة في مكافحة هذه الممارسات وإثر ذلك قام الكونجرس الأمريكي بإصدار قانون شيرمان لمناهضة الاحتكار في عام 1890 تحقيقا لحظر أي إجراءات أو عقود يمكن أن تقيد حرية التجارة، أو تهدف إلى إيجاد وضع احتكاري، وتضمن القانون محورين رئيسيين حددا أهداف القانون، والممارسات المحظورة وعقوباتها وهما:⁽⁴⁾

(أ)- المحور الأول: نص على أن كل عقد أو اتحاد يتخذ شكل احتكار، أو تأمر يؤدي إلى تقييد التجارة فيما بين الولايات، أو بين دول أجنبية يكون عملا غير شرعي.

(ب)- المحور الثاني: نص على أن أي شخص يحتكر أو يسعى للاحتكار أو الاندماج مع أي شخص أو أشخاص آخرين لاحتكار أي جزء من التجارة بين الولايات أو مع الدول الأجنبية سوف يكون مدانا وأيضا سيعاقب.⁽⁵⁾

ولم يمض وقت طويل على صدور قانون شيرمان حتى تمت توجييه جملة من الانتقادات تكونه

(1)-أنظر: عدنان عبد الباقي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، الإمارات، 2012، ص 105.

(2)-أنظر: رشيد ساسان، خضوع الأشخاص المعنوية العامة لقانون المنافسة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945، قائمة، المنظم يومي 16-17 مارس 2015، ص 03.

(3)-أنظر: أحمد محمد الصاوي، الإطار القانوني لحظر الممارسات المقيدة للمنافسة، دراسة مقارنة في ظل القانون الاتحادي رقم 4 لسنة 2012 في شأن تنظيم المنافسة والتشريعات الأمريكية المقابلة، مجلة رؤية إستراتيجية، مركز الأبحاث للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد 03، العدد 10، أبريل 2015، ص 12.

(4)-يترتب على مخالفة الأحكام هذا القانون عقوبات جسيمة ومؤثرة تصل بالنسبة للمؤسسات مليون دولار، أما الفرد فيصل إلى ألف دولار، إلى جانب العقوبات السالبة للحرية التي قد تصل للسجن لمدة 03 سنوات.

(5)-أنظر: علي شلبي مغاوري، حماية المنافسة ومنع الاحتكار بين النظرية والتطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 249.

لم يوضح الأهداف التي يسعى إلى إرسائها، كما أنه بقي غامضا بشأن الخطوات المتخذة لتفعيله بالإضافة إلى أنه لم يتمكن على وجه تام وكامل من حماية المنافسة من ظاهرة الاحتكار لذلك برزت الحاجة الماسة إلى ضرورة إدراج حزمة من التعديلات عليه تتماشى مع الوضع العام للسوق.⁽¹⁾

03- قانون كلايتون وقوانين لجنة التجارة المناهضة للاحتكار: نتيجة القصور الذي اعترى قانون شيرمان وانتقادات الموجهة إليه تم إقرار قانون كلايتون في أكتوبر 1914 وهو تشريع مدنيلا ينطوي على عقوبات جزائية، وقد تم إدخال عدة تعديلات على هذا القانون من أجل سد النقص التشريعي⁽²⁾ وتضمن النقاط التالية:

- 1- جرم هذا القانون عمليات الاندماج، والاستحواذ التي من شأنها إضعاف المنافسة.
- 2- العمل على إنشاء إطار مؤسس ممول يختص بتقديم مبادرات تمنع وتعاقب الممارسات المضادة للمنافسة، وهذا الإطار المؤسس ممثل في لجنة التجارة الفيدرالية، بالإضافة إلى تقييد عقود توريد التي تقوم على نظام التحميل بمعنى تحميل وربط شراء منتج آخر أو خدمة حيث أجبرت هذه التعديلات الشركات عدم اللجوء إلى هذه الممارسة لأنها تضر المنافسة وتحمل المستهلك هذه السلعة أو الخدمة بأعباء إضافية بطريقة إجبارية.
- أما قانون لجنة التجارة الفيدرالية فهو الآخر جرم الوسائل غير العادلة والضارة بالمنافسة في التجارة ما بين الولايات ولم يتضمن هو آخر أية عقوبات جنائية مخالفة، إضافة إلى مجموعة من القوانين الأخرى منها قانون "هارت سكوت رودينو" الخاص بتحسينات مكافحة الاتحادات الاحتكارية، كما صدر سنة 1982 قانون خاص بالشركات التجارية.⁽³⁾
- 4- قانون روبينسون باتمان: يعد هذا القانون التعديل الأخير لقانون كلايتون، وقد تمت إجازته عام 1936، وكان الهدف الأساسي من إصداره هو حماية الشركات ومؤسسات الأعمال صغيرة الحجم من الأضرار التي قد تصيبها جراء الممارسات التي تتضمن تمييزا في الأسعار والتي تمارسها المؤسسات الكبرى للإضرار بتلك الأصغر حجما لتقييد منافستها لها، ويطبق القانون على السلع دون الخدمات.⁽⁴⁾

ثانيا: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات الأوروبية: يعتبر نظام الاتحاد الأوروبي في مجال حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية من أكثر النظم الإقليمية تقدما في هذا المجال⁽⁵⁾ وذلك لأن هذا النظام بدأ مبكرا وفقا لما جاء في أحكام المادة رقم 85 من معاهدة روما المنشئة للجماعة الأوروبية⁽⁶⁾ والتي نصت على حظر استخدام الممارسات التجارية التقييدية التي

- (1)-أنظر: معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 46.
- كانت هناك عدة تعديلات على قانون شيرمان من خلال البنود 15-39-329 عام 1895 لكي يتم ضبط ذلك القانون حيث كانت أولى الحالات التي تم تطبيق القانون المعدل عليها قطاع صناعة السكر، وعُدل بعد ذلك سنة 1950 بناء على مراجعة بعض البنود والقوانين.
- (2)-خضع لعدة تعديلات منها تعديل سنة 1950 بموجب قانون سيلر كيفوفر، كما تم تعديله أيضا سنتي 1980-1984 لتفادي أوجه القصور، وقد استهدفت التعديلات القضاء على داء الاحتكار في مكمته، وتجريم عمليات الاندماج من جهة الأخرى.
- (3)-أنظر: جابر فهمي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية، تنظيمها-حمايتها، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة الأزاريطة، الإسكندرية، 2011، ص 342-343.
- (4)-أنظر: أحمد محمد الصاوي، المرجع السابق، ص 14.
- (5)-بالرجوع إلى نصوص المواد 39-48 من الميثاق الاتحاد الأوروبي نجده أكد على مبدأي حرية انتقال الأشخاص وحرية المشروع.
- (6)-تم التوقيع على اتفاقية روما في مارس 1957 من قبل ستة دول، وقد شكلت نواة التكتل الاقتصادي الأوروبي والتي بموجبها تم تأسيس المجموعة الأوروبية الاقتصادية الأولى والتي نصت على إنشاء سوق أوروبية مشتركة 1958 حتى يتم الاستفادة من المنتجات الأوروبية، وخلق تكتل اقتصادي وسياسي بين الدول الأوروبية قبل أن تتحول إلى ما يعرف حاليا بالاتحاد الأوروبي، وقد تم تعديل الاتفاقية أكثر من مرة لتحل مكانها معاهدات أهمها معاهدة ماسترخيت عام 1992 التي نصت على تأسيس الاتحاد الأوروبي.

يتمثل هدفها أو أثرها في منع أو تقييد المنافسة داخل أسواق الاتحاد الأوروبي كما أن هذا النظام الإقليمي يعتبر محور الشبكة من الاتفاقيات مع الدول المتجاورة يشمل درجات متفاوتة من الكثافة في التعاون في مجال قوانين وسياسات حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ولذلك فإن تجربة الاتحاد الأوروبي في مجال سياسات حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية على المستوى الإقليمي توفر نموذجا للعديد من التكتلات الاقتصادية الإقليمية في العالم وخاصة في الدول النامية مثل الدول العربية والإفريقية.⁽¹⁾

وتتطلب عملية تنفيذ الإطار القانوني لحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية إقرار إطار مؤسساتي فعال إلى جانب سلطات حماية المنافسة في الدول الأعضاء على المستوى الوطني تم إنشاء سلطات لحماية المنافسة على المستوى الإقليمي وتمثل أساسا في:

1- مراقبة المنافسة في المفوضية الأوروبية والتي تتولى مهام حماية المنافسة والتحقيق في وحدة الحالات التي تؤثر على التجارة أو المنافسة بين دول الأعضاء في المفوضية الأوروبية، وكما تتولى هذه الوحدة منح التراخيص، والاستثناءات من تطبيق أحكام الإطار القانوني لحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية.

2- محكمة العدل الأوروبية: تتولى حسم المنازعات والتحقيق في الشكاوى المتعلقة بقرارات المنافسة من الدول الأعضاء بالمفوضية، وتنسق هذه المحكمة في عملها مع محكمة العدل التابعة لمنطقة التجارة الحرة الأوروبية، حيث تتولى مهمة التحقيق في الشكاوى المتعلقة بقرارات المنافسة في منطقة الاقتصادية الأوروبية، بالإضافة إلى وجود المجلس الوزاري الذي غالبا ما يتابع ويشجع الدول الأعضاء على تنفيذ القوانين الوطنية لحماية المنافسة، وخاصة الممارسات المتعلقة بالاندماجات الاقتصادية.⁽²⁾

ثالثا: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريع الفرنسي: لقد كان الانعكاس للنظرية الاقتصادية الليبرالية المنبثقة عن الثورة الفرنسية أثر كبير في ظهور المنافسة في زمن مبكر بفرنسا إذا كرست في المجال القانوني بموجب قانوني دالا رد، وقانون لوشابيلي اللذان كان لهما الأثر البالغ من حيث إلزام التجار بمراعاة قواعد المنافسة في تعاملاتهم، غير أن وقوع الأزمة الاقتصادية العالمية 1929 أثرت بشكل كبير على الليبرالية الاقتصادية مما أدى إلى تراجعها وتدخل الدولة في مختلف النشاطات الاقتصادية، وبذلك نمت المرافق العامة وتم تأمين بعض الشركات.

وفي خضم ذلك جاء الأمر رقم 45-1483 الصادر في 30 جوان 1945 المتعلق بتنظيم الحياة الاقتصادية من خلال وضع تنظيم خاص بالأسعار⁽³⁾ تتخذ بموجبه الحكومات قرارات إجبارية في مجال الأسعار مما أدى إلى تراجع المنافسة الحرة، غير أنه عرف عدة تعديلات ودعم بعدة نصوص قانونية لاسيما المرسوم الصادر في 24 جوان 1958 وبدأ قانون المنافسة يتشكل من جديد لاسيما بعد تدعيم الأمر الصادر في 1945 بقانون 2 جويلية 1963 المعدل في 1967⁽⁴⁾

(1)-أنظر: عز الدين آدم ذو النون، خالد حسن السليبي، المرجع السابق، ص46.

(2)-أنظر: محمد متولي دكروري محمد، حماية المنافسة ومنع الاحتكار، مجلد البحوث المالية، جمهورية مصر العربية، المجلد الأول، 2007، ص104-105.

(3) -Ordonnance 45-1483 du 30 juin 1945 relative aux prix, JORF 08 juillet 1945 rectificatif JORF21 juillet 8 septembre 1945.

كما كان للمرسوم الصادر في 1958 دور كبير في استعادة المنافسة لمكانتها السابقة، إذ لأول مرة تمت المعاقبة على رفض البيع والممارسات التمييزية بين العملاء وحظر الاتفاقات، وتم تكليف جهاز بتطبيق هذه النصوص وهي اللجنة التقنية للاتفاقات.

(4)-لقد كرس هذا القانون مبدأ حظر ومعاينة الممارسات التعسفية للمؤسسات الموجودة في وضعية الهيمنة، وجرم البيع بالخسارة.

Loi n°63-628 du 02 juillet 1963 de finances rectificative pour 1963, JORF du 03 juillet 1963.

وجاء بعد ذلك القانون الصادر في 1977 الذي يراقب لأول مرة التجميع أو التمرکز الاقتصادي بين المؤسسات، حيث أخضع عمليات التجميع لموافقة الهيئات المتخصصة في حالة بلوغه نسبة معينة من حصص السوق، وآخر حلقة في تكريس المنافسة الحرة بصورة جذرية جاء الأمر رقم 86-1243 الصادر بتاريخ 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة والذي يعتبر حجر الأساس في إصدار قانون المنافسة الفرنسي، وإنشاء جهاز يسمى مجلس المنافسة الفرنسي والذي يعمل على تطبيق أحكام قانون المنافسة الفرنسي.⁽¹⁾

وفي 01 جويلية 1996 جاء التعديل القانوني للأمر 1986 حيث تم إدخال تعديلات جوهرية مست على وجه الخصوص نطاق تدخل الدولة، وبهدف عصرنه قواعد قانون المنافسة والحد من التنامي الآلي للامساواة صدر القانون 15 ماي 2001 الشهير بـNRE والذي جاء في ثلاث محاور هي: التنظيم والضبط المالي- تنظيم المؤسسات- تنظيم وضبط المنافسة، كما صدرت العديد من النصوص التنظيمية التي تبين آليات تطبيقه.⁽²⁾

ثم صدر القانون رقم 08-03 الصادر في 3 جانفي 2008 المتعلق بتطوير المنافسة لخدمة المستهلك ونص هذا القانون على البيوع العدوانية كأحد الممارسات التجارية غير النزيهة، ونظرا لخطورة هذه الممارسات على إرادة المستهلك تم تنظيمها أيضا من خلال المواد 5-122-L إلى 8-122-L من الأمر رقم 16-302 ليعدل هذا الأمر بموجب القانون رقم 17-302 الذي نص على الممارسات التجارية العدوانية.⁽³⁾

الفرع الثالث: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات العربية

يعتبر التعلم بالممارسة عنصرا هاما في مجال سياسات حماية المنافسة ومنع الاحتكار ولأن تنفيذ قوانين حماية المنافسة خاصة في الدول النامية منخفضة الدخل لا يتم بطريقة فعالة بسبب حداثة عهد هذه الدول بتلك القوانين، وعدم توفر الأدوات والبيئة الملائمة لتنفيذ الفعال لهذه القوانين إذ تعتبر قوانين حماية المنافسة ومنع الاحتكارات ظاهرة حديثة بالنسبة لها.⁽⁴⁾

وفي هذا السياق قام المشرع العراقي بإصدار قانون المنافسة ومنع الاحتكار رقم 14 لسنة 2010 الذي يهدف إلى تنظيم المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية الضارة بالمجتمع التي يقوم بها المستثمرون أو المنتجون أو المسوقون أو غيرهم في جميع النشاطات الاقتصادية وتشكيل مجلس شؤون المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، ونص على تشكيل جهاز سمي بمجلس شؤون المنافسة ومنع الاحتكار الذي يعمل على نشر ثقافة المنافسة وحمايتها وتشجيعها وتقصي المعلومات عن الممارسات المخلة بقواعد المنافسة وإجراء التحقيقات فيها بالتعاون مع الجهات ذات العلاقة.⁽⁵⁾

أما الأردن اليوم فتقف أمام حقائق جمة مثل العولمة وتحرير التجارة وجذب الاستثمار والخصخصة والتي يستلزم التعامل معها من خلال سن تشريعات معاصرة لمواكبة هذا التطور الهائل

(1)-أنظر: ذكرى محمد حسن الياسين، بهاء عبد الحسين مجيد، الحوافز التجارية المقدمة من التاجر، دراسة مقارنة، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، العراق، المجلد 08، العدد 01، 2016، ص 520.

(2)-ومن ذلك المرسوم رقم 2002-689 الصادر في 30 أبريل 2002 والذي يشكل أحد أبرز مصادر قانون المنافسة الفرنسي الحالي.

-Décret n°2002-689 du 30 avril 2002 fixant les conditions d'application du livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, JORF03 mai 2002.

(3)L121et L121-7-Loi n°2017-203 du 21 février 2017 ratifiant les ordonnances n°2016-301 du 14mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation et n°2016-351 du 25 mars 2016 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage d'habitation et simplifiant le dispositif de mise en œuvre des obligations en matière de conformité et de sécurité des produits et services, JORF n°0045 du 22 février 2017.

(4)-أنظر: علي شلبي مغاوري، المرجع السابق، ص 243-244.

(5)-أنظر: ذكرى محمد بهاء عبد الحسين ماجد، المرجع السابق، ص 519.

في الأسواق العالمية، حيث لا يمكن البقاء بمنأى منها في ظل غياب الآليات القانونية التي تتضمن تنظيم المنافسة، فقد خطت المملكة الأردنية الهاشمية خطوة صحيحة وضرورية على طريق حماية السوق حين أصدرت قانون المنافسة رقم 33 لسنة 2004 والذي جاء لينظم أحكام المنافسة وحظر الممارسات المقيدة لها في وقت لم يكن قانون التجارة وقانون العقوبات يعالج النقص التشريعي الذي عالجته قانون المنافسة⁽¹⁾.

وبالانتقال إلى موقف المشرع المصري فإن مصر بدأت منذ عام 1990 في تبنيها برنامجا لإعادة هيكلة الاقتصاد يعتمد بالأساس على التحول من نظام الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد الحر وفي هذا الصدد انتهجت مصر عدة برامج تهدف إلى تنمية مختلف القطاعات الاقتصادية وجذب الاستثمارات الوطنية والأجنبية وتحقيق الرخاء بصفة عامة⁽²⁾.

وقد سبق المشرع المصري أن عالج بعض الظواهر سلبية التي تطفوا على الساحة الاقتصادية كالاختكار من خلال نصوص قانون العقوبات التي تجرم التلاعب بالائتمان عن طريق التأثيرات المفتعلة في العرض والطلب، وحظر بعض حالات التلاعب بالسوق الحر فيما يتعلق بتجريم الاختكار على سبيل المثال نجد القانون رقم 241 لسنة 1959 في شأن منع احتكار توزيع السلع المنتجة محليا⁽³⁾. ذلك أن سعت منذ عام 1997 نحو إصدار تشريع لحماية المنافسة ومنع الاحتكارات حيث قامت وزارة التجارة المصرية (حاليا وزارة التجارة والصناعة) بإعداد أول مشروع لقانون حماية المنافسة ومنع الاحتكارات وتم مراجعته مشروع من المختصين بمؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأنكتاد) وكما هو المعلوم فقد ظل مشروع هذا القانون حبيس الأدراج قاصرا على مجرد التداول بين الأجهزة والوزارات المعنية حتى تم صدوره مؤخرا تحت رقم 3 لسنة 2005 بعد أن أدخلت عليه العديد من التعديلات⁽⁴⁾. وقد تضمن هذا الأخير عدة مبادئ رئيسية تلبي حاجات الاقتصاد الوطني، وتضمن توافق مع الإطار الدولي ويأتي في مقدمتها تأكيد دعم المنافسة الحرة باعتبارها المدخل الصحيح للاقتصاديات السوق في كل دول العالم، مع مشروعية استخدام الحق في المنافسة داخل السوق دون أية قيود أو عوائق⁽⁵⁾.

وإن قانون حماية المستهلك ومنع الممارسات الاحتكارية المصري رغم حداثة إلا أنه يحتل موقعا هاما بين التشريعات العربية المتضمنة تنظيم المنافسة، إذ يلحق هذا القانون اللائحة التنفيذية مفصلة تسهل فهم مواد القانون وتطبيقها.

وبالمقارنة التجربة الجزائرية في مجال تنظيم وترقية المنافسة، فقد كانت السباق في العديد من الدول العربية في مجال وضع إطار تشريعي ينظم المنافسة ويكفل حريتها، فبعد أن كانت السوق

(1)-أنظر: معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 15.

(2)-أنظر: جابر فهمي عمران، المرجع السابق، ص 350.

(3)-الجريدة الرسمية، العدد 217 مكرر، المؤرخة في 10-08-1959.

(4)-أنظر: قدرى عبد الفتاح الشهاوى، شرح قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ولائحته التنفيذية وقانون حماية المستهلك ومذكرته الإيضاحية في التشريع المصري العربي، الأجنبي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية القاهرة، 2006، ص 25.

والملاحظ أن القانون رقم 3 لسنة 2005 المتعلق بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية السالف الذكر، قد بدأ العمل به ابتداء من 17-05-2005، وفي أغسطس 2005 تم تعديل لائحته التنفيذية بالقرار رقم 1316 لسنة 2005، وفي عام 2008 تم تعديل بعض أحكام القانون بموجب القانون رقم 190-193 لسنة 2008، ثم عدلت اللائحة التنفيذية في عام 2010 بموجب قرار 2957 لسنة 2010، وأخيرا في 12 يوليو 2014 صدر قرار رئيس مجلس الوزراء بتعديل بعض أحكام القانون بموجب قرار رئيس الجمهورية بالقانون رقم 56 لسنة 2014، لتفصيل أكثر حول قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية راجع الموقع الإلكتروني: <https://elpai.dsc.gov.eg>

(5)-أنظر: عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الجيزة، 2015، ص 55.

الجزائرية تخضع للتشريع القديم من الأمر رقم 37-75 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم أسعار المنتجات الصناعية والزراعية وجميع الخدمات، ولم يتضمن هذا الأمر نصوصاً تقرر بحرية المنافسة وحرية الأسعار، وإنما ما جاء به هذا الأمر هو إلزام المتعاملين الاقتصاديين باتباع السعر المحدد من طرف الجهات الإدارية، كما حدد مجموعة من مخالفات الممنوعة مثل: جريمة تطبيق أسعار غير مشروعة، رفض البيع، البيع المقيد والمضاربة غير المشروعة⁽¹⁾ وبعد فشل النظام الاشتراكي دشنت الجزائر مجموعة من الإصلاحات ابتداء من 1988 في إطار التوجه والتحول إلى اقتصاد السوق، وذلك من خلال إعادة النظر في المنظومة القانونية التشريعية وتكريس المبادرة الفردية، ووضع حداً لسيطرة القطاع العمومي بكل أشكاله وتفعيل دور القطاع الخاص.

وتماشياً مع حركة تحرير الاقتصاد صدر قانون 1989 المتعلق بالأسعار والذي ميز بين الأسعار المقننة أو المنظمة، والأسعار المعلنة أو المصرح بها، كما نص على منع رفض البيع التمييزي والبيع بالخسارة، ومنع الممارسات التجارية التي تتنافى مع المنافسة⁽²⁾.

وبقي الحال على ما هو عليه إلى أن صدر الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة وهو بمثابة أول قانون يشهده التشريع الجزائري بغية تكريس مبدأ المنافسة التجارية وحرية الأسعار وقد نص هذا الأمر صراحة على تبني نظام المنافسة الحرة، وأعلن صراحة تحرير الأسعار واعتماد المنافسة الحرة وتكريس اقتصاد السوق وتعزيز قدراته على المنافسة، وقرر إجراءات لتنميتها وتشجيعها ومحاربة الممارسات التي تقيد كالاتفاقات المحظورة، والتعسف في وضعية الهيمنة على السوق واستحدث لأول مرة مجلس المنافسة⁽³⁾.

وبعد سبع سنوات من تطبيق الأمر رقم 95-06 أصبح من الضروري تعديله ليصدر الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة الملغي لسابقه، حيث فصل المشرع بين الممارسات التجارية والتي أفرد لها قانوناً خاصاً يتمثل في القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، وخصص قانون المنافسة للأحكام المتعلقة بمبادئ المنافسة والهيئة المشرفة على تطبيق قواعده ممثلة في مجلس المنافسة⁽⁴⁾ وقد أجريت بعض التعديلات على الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بالقانون رقم 08-12⁽⁵⁾ وعدل كذلك بالقانون رقم 10-05⁽⁶⁾.

والجدير بالذكر أن مبدأ حرية المنافسة لا يعمل بصورة فعالة إلا بإعمال مبدأ حرية التجارة والصناعة، والذي كرسه المشرع الجزائري بصفة صريحة من خلال المادة 61 من الدستور الجزائري ليؤكد على تكريس هذه الحرية، وفي نفس الوقت كي يحميها من أي مساس يمكن أن يهدد وجودها وبهذا الاعتراف تكون الجزائر قد دخلت بصفة لا رجع فيها في اقتصاد السوق والذي من أهم ركائزه حرية المبادرة الخاصة في الميدان الاقتصادي، كما وسع المؤسس الدستوري هذا المبدأ وجعله أكثر شمولاً من خلال التعديل الدستوري ليكون بذلك قد أضفى حماية حرية المبادرة في هذا المجال ولم يهمل حماية المستهلك، هذه الأخيرة قلما نجدها في الدساتير المقارنة، وبطبيعة الحال ترك للمشرع العادي وضع هذه النصوص موضع التنفيذ، وهو ما ينتظر أن تجسد في المدى

(1)-المادتين 14-23 من الأمر رقم 37-75 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات المتعلقة بالأسعار، الجريدة الرسمية، العدد 38 لسنة 1975.

(2)-المواد 11-26-27-31 من القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار السالف الذكر.

(3)-المادة 01 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر.

(4)-أنظر: حسين شرواط، المرجع السابق، ص 15.

(5)-لقد وسع القانون رقم 08-12 من مجال تطبيق الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة ليمتد للصفقات العمومية وتم توضيح بعض المفاهيم كمفهوم الضبط وتقوية مركز مجلس المنافسة، وتم تعديل تشكيلته ورفع قيمة الغرامات المقررة للمخالفات.

(6)-لقد وسع القانون رقم 10-05 هو الآخر مجالات تطبيق قانون المنافسة إلى النشاطات الفلاحية وتربية المواشي ونشاطات التوزيع لارتباطها بسلع والخدمات إستراتيجية للغاية بالنسبة لتموين واستقرار السوق، والقدرة الشرائية للمستهلك.

المنظور.⁽¹⁾

المبحث الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة

تمثل الممارسات المقيدة للمنافسة خطر كبير يهدد الحياة الاقتصادية ومبدأ حرية المنافسة ذلك أن إطلاق الحرية الاقتصادية وبصفة مطلقة وغير منظمة سيؤثر بشكل سلبي على المنافسة الحرة ويقضي عليها، مما يستدعي خلق آليات وميكانيزمات لتفعيل دور المنافسة والنصوص القانونية التي تحكمها، لذلك اتجهت غالبية الدول لسن قوانين ومعايير السلوكيات التي من شأنها تقييدها.⁽²⁾ فإذا كانت المنافسة حق لكل المتعاملين في السوق، فإن استعمال هذا الحق لا بد أن يكون في إطار تنظيمي يحدده القانون حماية للمنافسة ذاتها، ومن ثم يجب أن يكون استعمال الحق في المنافسة على النحو الذي لا يؤدي إلى منع حرية المنافسة أو تقييدها أو الإضرار بها.⁽³⁾

ولذا فإن تقييد المنافسة وإخراجها عن مسارها الطبيعي يعتبر سلوك محظور يخل بأهداف المنافسة الحرة، ولهذا كان لا بد من تدخل المشرع الجزائي وحظر كافة الممارسات التي تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة، وكل ذلك لمنع الخروج عن القواعد المرسومة للممارسة حرية المنافسة حماية للاقتصاد، وتحقيق رفاهية للمستهلك لاسيما بحمايته من ممارسات المقيدة للمنافسة، ولقد عمد المشرع من خلال الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم إلى تعداد الممارسات التي من شأنها تقييد المنافسة والحد من حرية السوق، وهي ما أطلق عليه تسميت الممارسات المقيدة للمنافسة.

وعليه سيتم التطرق من خلال هذا المبحث إلى الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة {المطلب الأول} لنخرج بعد ذلك إلى معالجة الممارسات التعسفية المقيدة للمنافسة {المطلب الثاني} ليتم تناول بعضها التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة {المطلب الثالث} وفي الختام سيتم التطرق إلى سلطات الدولة في تقييد المنافسة من خلال تدخلها في تحديد الأسعار كقيد على مبدأ حرية المنافسة {المطلب الرابع}.

المطلب الأول: الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة

تعتبر الاتفاقات غير المشروعة أولى الممارسات المقيدة للمنافسة التي تناولها قانون المنافسة الجزائي، تم حظرها بموجب المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم حيث من شأن هذه الاتفاقات أن تؤدي إلى المساس بالمنافسة وعرقلتها، لذلك سعت كل التشريعات المنظمة لقانون المنافسة إلى حظر هذه الممارسة لما تلحقه من أضرار تعود بالسوء على السوق واختلال قانون العرض والطلب فيه، والمستهلك والمنافسة الشريفة بين المؤسسات الاقتصادية.⁽⁴⁾

وإن قانون المنافسة لا يمنع التحالف أو تنسيق الجهود بين المؤسسات والقيام بدراسة مشتركة وتبادل المعلومات والخبرات لتطوير الإنتاج أو طرق التسويق، أو الحد من التكاليف وغيرها من أشكال التعاون فيما بين المؤسسات، وإنما يمنع تلك الاتفاقات التي تهدف

(1)-أنظر: سحوت جهيد، الحماية القانونية للمنافسة الحرة ومراقبة الاحتكارات، دراسة مقارنة بين التشريعات: الجزائر، تونس مصر وسورية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018-2019، ص 54-55.

(2)-أنظر: محمد بن عزة، دراسة في مبادئ حرية المنافسة ضمن قانون المنافسة الجزائري، مجلة الندوة للدراسات القانونية المجلد 01، العدد 01، أغسطس 2013، ص 264.

(3)-أنظر: نبيل نصري، مركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2003-2004، ص 62.

(4)-أنظر: عبير مزعش، زبيدة بن صديق، حظر الاتفاقات غير المشروعة دعامة لضمان فعالية وحرية المنافسة، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019، ص 01.

أو يمكن أن تكون لها آثار ضارة بالمنافسة في السوق.⁽¹⁾ ولا شك في مشروعية هذه الاتفاقات في ضوء مشروعية هدفها في تحقيق تطور على مستوى كفاءة المؤسسات وتحسن أدائها ومع ذلك فإن التعاون بين هذه المؤسسات قد يتخذ وجها سلبيا لما تكون غايتها أو نتيجتها التقييد من حرية دخول إلى السوق المعني بالمنافسة، مما يؤدي إلى الإبقاء على وضعية معينة لهيكل السوق من خلال اقتسامه كليا أو الاستئثار بجزء مهم منه فيما بين أعوان محددين، وهذا يؤثر في السوق ويمس بقواعد المنافسة الحرة.⁽²⁾ وعليه ونظرا لأهمية وخطورة الاتفاقات المحظورة لآبد من التعرض لتعريف وأشكال الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة {الفرع الأول} ولا اعتبار اتفاق ما محظور لآبد من توافر شروط معينة فيه مما يستدعي منا الوقوف على الضوابط القانونية لتحديد الاتفاقات المقيدة للمنافسة {الفرع الثاني} لنخرج بالبحث عن الاستثناءات الواردة على حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة {الفرع الثالث} باعتبار أن المشرع أورد استثناءات على القاعدة العامة التي تقضي إلى حظر كل الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقات والاتفاقيات الصريحة والضمنية التي تهدف أو يمكن لها أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها.

الفرع الأول: تعريف وأشكال الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة

تشكل قاعدة منع الاتفاقات المقيدة للمنافسة من أقدم الوسائل لمحاربة الممارسات المقيدة للمنافسة، وتكمن أهميتها في أنها ركيزة الأساسية التي يستند عليها وجود المنافسة، فهي تعمل على استقلالية المنافسين وعدم خضوعهم لأحد.⁽³⁾ وللاحاطة بهذه الاتفاقات يستدعي منا تحديد تعريف لهذه الاتفاقات المحظورة (أولا) ثم تبيان أشكالها (ثانيا).

أولاً: تعريف الاتفاقات المحظورة: لم يتعرض المشرع الجزائري إلى تعريف الاتفاق المحظور وإنما نص على حظر الاتفاقات التي تكون بين التجار والمؤسسات والتي تهدف أو يمكن أن تهدف إلى الإضرار بالمنافسة في السوق أو في جزء جوهري منه، وقد سلك في ذلك نفس الطريقتين سلكها المشرع الفرنسي حيث أنه لا يوجد تعريف للاتفاق أو الممارسة المدبرة.⁽⁴⁾

وفي هذا الصدد قد تباينت المحاولات التي تعرضت لتعريف الاتفاق المحظور وتعددت فقد عرف على أنه: «كل تنسيق في السلوك بين المشروعات أو أي عقد أو اتفاق ضمني أو صريح وأيما كان الشكل الذي يتخذه هذا الاتفاق إذا كان محله، أو كانت الآثار المترتبة عنه من شأنها أن تمنع أو تقيد أو تحرف المنافسة، وبتعبير الآخر فإن الإنفاق يتحقق بانصراف الإرادة المستقلة لمجموعة من الأعوان الاقتصاديين إلى الانخراط في قالب مشترك، يشكل سلوكا جماعيا لمجموع المؤسسات لتبني خطة مشتركة تهدف إلى الإخلال بحرية المنافسة داخل سوق واحدة للسلع والخدمات»⁽⁵⁾ بمعنى آخر هو: «ذلك التحالف الذي يتم بين مشروعين أو أكثر من المشروعات التي تمارس نشاطا اقتصاديا في سوق معين، والتي يستهدف من خلالها تحريف أو تغيير القواعد الطبيعية للسوق، بحيث تصبح تلك السوق غير خاضعة لقوى العرض والطلب»⁽⁶⁾. وعليه فالاتفاقات المجرمة هي تلك الاتفاقات المتواطئة بين المؤسسات والأفراد سواء كانت

(1)-Georges Decocq, Droit commercial, 3^{ème} éd, édition Dalloz, 2007, p140.

(2)-أنظر: إلهام بوحلايس، المرجع السابق، ص 175.

(3)-أنظر: جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2012-2013، ص 40.

(4)-أنظر: لموي رافع، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 08، العدد 15، جوان 2019، ص 343.

(5)-أنظر: سليمة حماش، المرجع السابق، ص 419.

(6)-أنظر: لينا حسن ذكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، دراسة مقارنة في القانون المصري والفرنسي والأوروبي دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2006، ص 41.

صريحة أو ضمنية تهدف إلى تقييد المنافسة أو مجال الإنتاج أو التجارة أو أداء الخدمات، ويكون هذا الاتفاق مجرماً إذا أدى إلى مناهضة حرية المنافسة سواء بإعاقتها أو تقييدها، أو تزييفها.⁽¹⁾ فهذا النوع من الاتفاقات يقوم على إحلال التعاون محل المنافسة التي قد تؤدي إلى خروج أحد الأطراف من السوق نتيجة التحالف الذي يؤدي إلى التعاون وتشارك التحالفات في الأرباح والمنافع والمكاسب المباشرة وغير المباشرة، مما يؤدي إلى تغيير شكل المنافسة في السوق.⁽²⁾

وفي هذا السياق نص المشرع الجزائري على مبدأ حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة بموجب المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المعدلة والمتممة.⁽³⁾

وفي مقابل ذلك جاء موقف التشريعات المقارنة من الاتفاقات المقيدة للمنافسة متفقاً بعدم تعريفها، واكتفت بتعداد الأعمال التي تعتبر من قبيل الاتفاقات المحظورة ومقيدة للمنافسة، فقد حظر المشرع المصري من خلال أحكام المادة 06 من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية أي اتفاق أو تعاقّد بين أشخاص المنافسة في السوق المعنية مع تعداد هذه الاتفاقات.⁽⁴⁾

وبالاتجاه ذاته سلك المشرع الفرنسي إذ حظر من خلال نص المادة L420-1 من التقنين التجاري هذه الممارسات، غير أنه استعمل عبارة "الأعمال المدبرة".⁽⁵⁾

ثانياً: أشكال لاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة: إن مجال الاتفاقات المحظورة في المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم جاء واسع، بحيث لم يعط المشرع أي اعتبار لشكل الاتفاق أو للطبيعة القانونية لأطرافه، كل ما يهم هو أن يهدف هذا الاتفاق إلى تقييد المنافسة أو تنتج عنه آثار تقييد المنافسة، وعليه فإن الاتفاق المنظم قانوناً يمكن أن يتخذ شكلين أساسيين هما:
(01)- الأعمال المدبرة: تشكل الممارسات والأعمال المدبرة خطورة على المنافسة في السوق كباقي أشكال التواطؤ، وأكثر خطورة نظراً لطابعها الخفي الذي قد يصعب من خلاله إثبات الواقعة المجرمة.⁽⁶⁾ ولم يتطرق المشرع لتعريفها في المادة 6 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بل اكتفى بذكرها كشكل من أشكال التواطؤ، وقد عرفت على أنها: «شكل من التنسيق بين المؤسسات الذي يصل لدرجة الاتفاق المحض، لكونه يدل على وجود تنسيق فعلي نحو القيام بأعمال تمس المنافسة»⁽⁷⁾

في حين اعتبر المجلس المنافسة الفرنسي واستناداً إلى نص المادة 07 من الأمر الفرنسي 86-1243 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة أن الأعمال المدبرة هي: «سلوك وأعمال تتأتى نوعاً ما بصفة عفوية وتلقائية، ويكون الاقتداء بها متبادلاً بين مختلف المؤسسات المتواجدة

(1)-أنظر: أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص 61-62.

(2)-أنظر: معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 133.

(3)-المشرع الجزائري من خلال نص المادة 06 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة استعمل مصطلحين هما الاتفاقيات والاتفاقات وهو ما لم يوفق فيه، إذ أن مصطلح الاتفاقيات مجاله أوسع، إذ يستعمل في المجال الدولي كاتفاقيات التي تبرم بين الدول أو بين أشخاص القانون الدولي، كما أن الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم والمتعلق بالمنافسة ينحصر مجال تطبيقه على المستوى الوطني مما يستدعي تدخل المشرع لتدارك هذا الخطأ.

(4)-راجع في ذلك المادة 06 من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية رقم 3 لسنة 2005 السالف الذكر.

(5)-L420-1 du code commerce modifié par L52 de la loi n°2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économique, JORF n°113 du 16 mai 2001.

(6)-أنظر: نادية لاكلي، شروط حظر الممارسات والأعمال المدبرة في قانون المنافسة، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي والأوروبي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012، ص 08.

(7)-Marie Malaurie Vignal, Droit de la concurrence interne et communautaire, 4^{ème} édition Sirey, Paris, 2008·p110.

في السوق بالنسبة لخط السير الموحد والمتفق عليه ولو بصفة ضمنية»⁽¹⁾ كما عرفت على أنها: «نشاط تعاوني قائم بين المؤسسات في الخفاء، وتأخذ شكل اتفاقات ضمنية تمارس عن طريق التواطؤ البسيط بدون أن تترك أثر كتابي»⁽²⁾

وعليه فإنه في الممارسات والأعمال المدبرة هناك غياب المنافسة بين الأعوان الاقتصاديين المرتكبين لهذه الأعمال المدبرة لتمثيل الفعل الذي يقومون به، مع الإشارة أن هذا التماثل أو توازي ليس بالضرورة ناتج عن اتفاق مسبق، فقد يكون هذا تبعا لمتطلبات السوق، أو ناتج عن قيام الأعوان الأقل قوة باتباع نفس طريقة إنتاج وتوزيع الأعوان الذين يسيطرون على السوق، وتخلي الأعوان الاقتصاديين المعنيين عن استقلالهم لأن هذه الأعمال تفرض نوعا من التبعية بين مرتكبيها.⁽³⁾

(02)-الاتفاقيات والاتفاقات الصريحة والضمنية: بالرجوع إلى نص المادة 06 السالفة الذكر نجد المشرع استعمل مصطلحين متشابهين "اتفاقات واتفاقيات" وبالتالي هل يرمي المشرع من خلال ذلك إلى تمييز بينهما، أو أنهما يؤديان نفس المعنى؟ عند الرجوع إلى المعنى الاصطلاحي كل من الاتفاق والاتفاقية نجد وإن اختلفت الألفاظ المستعملة لتعريف كليهما، إلا أنهما يصبان في نفس المعنى هو: «اتحاد إرادتين أو أكثر بهدف تحقيق شيء، أو الامتناع عن فعل شيء» ومهما يكن فإن هذه الاتفاقات والاتفاقيات قد تتخذ عدة أشكال منها:⁽⁴⁾

1-الاتفاقيات والاتفاقات التعاقدية: تنتج الاتفاقيات التعاقدية من التصرفات القانونية المولدة للالتزامات مهما اختلف شكل الاتفاقية وهدفها، ومهما كانت صفة أطرافها، ولا يهم إن كانت مكتوبة أو شفوية صريحة أو ضمنية، فهي تخضع للحظر المنصوص عليه في المادة 06 من الأمر رقم 03-03 إذ ما أدت إلى تقييد المنافسة⁽⁵⁾ وتتخذ الاتفاقيات التعاقدية عدة أشكال منها:

أ-الاتفاقات التعاقدية الأفقية: وهي الاتفاقات والتحالفات التي تتأمر من خلالها وحدات اقتصادية تنتج سلعا متشابهة أو متجانسة في نفس السوق للحد من الإنتاج أو لتحديد الأسعار عند مستويات تعكس إرادة المتعاقدين، وليس على أساس قانون العرض والطلب. ومن أمثلتها كارتلات الاستيراد وهي اتفاقات تتم بين المستوردين والمستثمرين لتنظيم أنشطتهم داخل السوق المعني مثل مقاطعة المنتجين الآخرين أو المحتملين ومنتجاتهم، الرفض الجماعي للتعامل معهم أو فرض شروط تمييزية للتعامل، تحديد الأسعار، وكذلك الكارتلات الدولية وهي تتم بين شركات موجودة في دول مختلفة تهدف إلى تنظيم أو خفض الإنتاج، وتقسيم الأسواق.⁽⁶⁾

ب-الاتفاقات التعاقدية العمودية: وهي على خلاف الاتفاقات التعاقدية الأفقية حيث تعتبر عقودا تبرم

(1)-أنظر: محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-2012 ص 111-112.

(2)-Mustapha Hocini، Le contrat de distribution sélective, étude comparée, mémoire pour l'obtention du diplôme de magister en droit comparé des affaires ,faculté de droit, université d'Oran، 2011-2012, p142.

(3)-أنظر: إيمان بن وطاس، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هوم لل نشر والتوزيع الجزائر، 2012، ص 106.

(4)-أنظر: إيمان بن وطاس، المرجع نفسه، ص 108.

(5)-أنظر: ميمون الطاهر، دور الضبط الاقتصادي في تحقيق المنافسة العادلة في أسواق الخدمات العامة ذات التنظيم الشبكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015-2016، ص 130.

(6)-أنظر: نادية مدروس، الأنشطة الاقتصادية في إطار مبدأ حرية المنافسة بالسوق، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019 ص 11.

بين الأعوان اقتصاديين لا ينشطون على مستوى واحد من المسار الاقتصادي، كعقود التوزيع.⁽¹⁾

2- الاتفاقات العضوية: هي عبارة عن عملية ربط بين شركات لغرض توحيد القرارات الاقتصادية وتنتج عنها عملية استحواد شركة على الشركات الأخرى بغرض التحكم في الأسواق وبالتالي الإضرار بالمنافسة.⁽²⁾ وتتخذ إحدى الصيغ القانونية ذات السمة العضوية كالشركات كما يمكنها أن تتم في شكل التجمعات ذات المصلحة الاقتصادية المشتركة، هنا تجدر الإشارة إلى أنه مهما يكن الشكل هذه جمعيات أو اتحادات مهنية لها شخصية معنوية⁽³⁾ سواء تم ذلك من خلال شكل يتخذه الاتفاق فإنه لا تأثير على مشروعيته من عدمه افالعبرة بجوهره قانوني جديد يبرم خصيصا من أجل هذا الاتفاق أو أن يستخدم الاتفاق شكلا قانونيا قائما بالفعل وموجودا.

أما بالنسبة لموقف المشرع الجزائري فقد أورد على سبيل المثال لا الحصر قائمة ببعض نماذج الممارسات المحظورة، حيث تتخذ الاتفاقات المقيدة للمنافسة نماذج مختلفة فهناك اتفاقات تهدف إلى خفض عدد المنافسين، وذلك عن طريق الحد من الدخول إلى السوق أو منع المنافسين من الدخول إلى السوق أو إبعاد منافسين يعملون في ذلك السوق، وهناك الاتفاقات التي ترمي إلى تقييد ممارسة النشاطات التجارية وهي ترمي أحيانا للحد من قدرة المنافسين أطراف الاتفاق المقيدة للمنافسة سواء فيما يتعلق بتحديد أسعار بيع السلع أو الخدمات، أو فيما يتعلق بتحديد حجم الإنتاج أو مراقبة عمليات التوزيع.⁽⁴⁾

الفرع الثاني: الضوابط القانونية لتحديد الاتفاقات المقيدة للمنافسة

بناء على ما جاء في نص المادة 06 السالفة الذكر نلاحظ أن المشرع الجزائري تبنى مبدأ حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة، إذا توافرت جملة من الضوابط والشروط القانونية تتمثل أساسا في وجود اتفاق أو تطابق الإرادتين (أولا) وتقييد الاتفاق للمنافسة (ثانيا) ووجود العلاقة السببية بين الاتفاق المحظور والإخلال بالمنافسة (ثالثا).

أولا: وجود اتفاق أو تطابق الإرادتين: يقصد بالاتفاق أو التعاقد: «تطابق إرادتين أو أكثر على إحداث أثر قانوني معين، بإنشاء التزام أو نقله أو تعديله أو إنهائه، وبالتالي تعمل الاتفاقات على إنشاء الحقوق والالتزامات، مما يؤدي إلى تقييد سلوك الطرفين»⁽⁵⁾ ذلك أن تكييف الاتفاق معين بأنه مخالف لقانون المنافسة يستدعي تطابق إيجاب وقبول مؤسستين فأكثر على أن تتمتع باستقلالية في اتخاذ قرارها، وأن تمارس نشاطا اقتصاديا.⁽⁶⁾

واستنادا إلى نص المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة فإننا نجد أنها □ تحدد أطراف الاتفاق حيث بينت أنواع الاتفاقات دون أن تدب □ ب □ من تتعد هذه الاتفاقات، وبالتحديد بحرفية نجد أن تكييف الاتفاق يكون بمعزل عن طبيعة أطرافه، ذلك أن تطبيق المادة مرهون بوجود اتفاق

(1)-أنظر: إيمان بن وطاس، المرجع السابق، ص 109.

(2)-أنظر: طيب ولد عمر، حبيب بقنيشي، مدى فاعلية الحماية القانونية من الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019، ص 05.

(5)-المشرع الجزائري خالف نظيره الفرنسي الذي يعترف بالاتفاقات العضوية التي تصدر عن اتحادات المهنة لكنه لا يعترف بتلك التي تصدر عن التجميعات طبقا للمادة L420 من القانون التجاري الفرنسي.

(4)-أنظر: منصور داود، الآليات القانونية لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016 ص 31.

(5)-أنظر: محمد صالح تامر، المرجع السابق، ص 52.

(6)-أنظر: فوزية ميراوي، الاتفاقات الغير شرعية في ظل قانون المنافسة، دراسة مقارنة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني السابع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد قانون المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015، ص 03.

بـ أي أطراف كانوا، إذا ما أثر ذلك على المنافسة □ السوق. (1)

ويمكن لهذا الاتفاق أن يبرم بين أشخاص طبيعية أو معنوية شرط أن يأخذ شكل مؤسسة وعلى خلاف القانون المنافسة الفرنسي وقانون الاتحاد الأوروبي اللذان لم يعرفا المؤسسة فإن المشرع الجزائري عرف المؤسسة من خلال نص المادة 03 من القانون رقم 08-12 المعدلة والمتممة لأحكام من خلال المادة 3 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنها: « كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة، نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد ».

ثانيا: تقييد الاتفاق بالمنافسة: بالإضافة إلى توافر شرط التواطؤ ينبغي البحث عن الآثار المترتبة عن هذا الأخير، فلا يحظر الاتفاق إلا في حالة إخلاله بالمنافسة في سوق معينة، ويعتبر هذا الشرط ضروريا حيث يمثل عاملا موضوعيا في تحديد مدى عرقلة السير التنافسي في السوق مما يسمح بتطبيق الأحكام التي تهدف إلى معاقبة الآثار الضارة بالمنافسة، وبالتالي يجب أن يكون المساس بالمنافسة محل تقدير شامل بالنظر إلى المنافسة الممارسة. (2)

ويرتكز وقوع التقييد في مجال المنافسة الحرة على تحقيق أحد المعيارين الآتيين معيار الهدف ومعيار الأثر، إذ يجب أن يكون للاتفاق المحذور هدف أو أثر مقيد للمنافسة، غير أنه فيما يخص تقرير العقوبة فإن غياب الأثر الضار للاتفاق يمكن أن يشكل عنصرا هاما أثناء تقدير هذه العقوبة إلا أنه في الواقع العملي نرى أن معظم الاتفاقات المحظورة يتكامل فيها معيارا الهدف والأثر ومعنى ذلك أن غرض تقييد المنافسة غالبا ما يكون متبوعا بأثر يضر بالمنافسة في السوق وفي جميع الأحوال فإنه يتوجب على السلطة المختصة دائما إثبات وجود علاقة سببية بين محل الاتفاق أو الآثار الناتجة عنه وبين تقييد المنافسة. (3)

ويجزم الاتفاق الذي يسعى وراء تقييد المنافسة كهدف للاتفاق ولو لم يصل أطرافه إلى تحقيق هذا الهدف بالفعل لأنه يشكل خطر على المنافسة. (4) أما بالنسبة للموقف المشرع الجزائري نجده قد أخذ بمعيار غرض الاتفاق، حيث نصت المادة 06 السالفة الذكر أنه: «... كلما كانت تهدف أو يمكن أن تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة...» بينما أخذ بمعيار أثر الاتفاق في العبارة التالية من ذات المادة: «... عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها... » وهو بذلك يكون قد توسع في مفهوم المساس بالمنافسة ليشمل جميع الأفعال التي من شأنها إعاقة أو تقييد، أو الحد أو الإخلال بالمنافسة الحرة في السوق، كما أوردت ذات المادة قائمة من الممارسات التي تهدف فيها الاتفاقات المحظورة إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها على سبيل المثال لا على سبيل الحصر. (5)

ومن هنا يظهر جليا أن المشرع يأخذ بعين الاعتبار التهديد بالضرر الناتج عن ممارسة يكون غرضها منافي للمنافسة، وهو ما يترجم الهدف الوقائي الذي يسعى المشرع من وراء ذلك رفعا للضرر عن الاقتصاد وعلى المستهلك.

(1)-المشرع الجزائري نص على صفة الأشخاص في ظل الأمر رقم 95-06 المتعلق بحيث استعمل مصطلح " عون اقتصادي " الذي يقوم بأداء نشاط اقتصادي طبقا لنص المادة 03 منه، لكن بعد تعديله بالأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة في المادة 06 لم تحدد صفة الأطراف القائمين بالاتفاق، لكن إذا راجعنا إلى نص المادة 3 من الأمر رقم 03-03 المعدلة بموجب أحكام الأمر رقم 08-12 نجدها استبدلت العون الاقتصادي بمصطلح المؤسسة.

(2)-أنظر: نادية لاكلي، شروط حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة، مجلة دراسات وأبحاث، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، المجلد 07، العدد 18، مارس 2015، ص 250.

(3)-أنظر: لموي رافع، المرجع السابق، ص 346.

(4)-Wilfrid Jeandidier, droit pénal des affaires, 6^{ème} éd, édition Dalloz, paris, 2013, p437.

(5)-راجع في ذلك المادة 05 من القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 المتممة لأحكام المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 36، الصادرة في 2 يوليو 2008.

ثالثا: العلاقة السببية بين الاتفاق المحظور والإخلال بالمنافسة: يتحقق هذا الشرط في حالة ما إذا كان الضرر الذي ألحق بحرية المنافسة في السوق من فعل الاتفاق المعني *entente mise en cause* القائم بين الأطراف المتواطئة فيه، ومن خلال هذا الشرط نستخلص بأنه يجب أن تكون هناك علاقة سببية بين عملية التشاور التي تجري بين عدة أطراف، وما ينتج عن هذه العملية من آثار سلبية على حرية المنافسة، والمساس بقواعد حسن سير السوق⁽¹⁾ وجود العلاقة السببية بين الاتفاق وتقييد المنافسة يفرض على مجلس المنافسة إجراء دراسة معمقة للاتفاق، كما أن عنصر الإثبات يلعب دورا كبيرا للتأكد من وجود العلاقة السببية من عدمها.⁽²⁾

الفرع الثالث: الاستثناءات الواردة على حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة

إذا كانت الممارسات المذكورة سالفة الذكر تشكل مخالفة، فإنه لكل قاعدة استثناء حيث يخرج عن الحظر الوارد بالمادة 06 المتعلقة بالاتفاقات غير المشروعة الاستثناءات التي نصت عليها المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم المنقولة عن المادة 10 من الأمر المؤرخ في 1 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة التي أصبحت تحتوي أحكامها المادة 4-420 L من التقنين التجاري الفرنسي وتتمثل هذه الممارسات في الاتفاقات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي (أولا) والاتفاقات المؤدية إلى تحقيق تطور اقتصادي أو تقني أو اجتماعي (ثانيا).⁽³⁾

أولا: الاتفاقات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي: يندرج هذا الإعفاء القانوني في السلطة المباشرة للمشرع في تنظيم النشاطات الاقتصادية في ظروف تستدعيها الضرورة، وذلك ضمانا للاستقرار التشريعي وتغليبه للمصلحة الاقتصادية العامة على المصلحة الخاصة للمتضرر من الاتفاقات المحظورة.⁽⁴⁾ للاستفادة من هذا الاستثناء يجب أن تتوافر في النص المقرر للاستثناء شروط التالية:

1. تحقق مجلس المنافسة من وجود نص تشريعي أو تنظيمي اتخذ تطبيقا له، أي أن تكون الممارسات المحظورة نتيجة مباشرة وضرورية للنصوص المتمسك بها.
 2. أن يتأكد مجلس المنافسة من وجود علاقة سببية بين النص التشريعي أو التنظيمي والاتفاق المحظور، كما وجب تفسير النص الذي يقرر الإعفاء تفسيرا ضيقا.⁽⁵⁾
- والجدير بالملاحظة أن المشرع الجزائري تبنى نفس الاستثناءات المنصوص عليها في كل من التشريع الفرنسي والأوروبي، غير أنه تكمن التفرقة في عدم تطرق التشريع الجزائري لعنصر "الاحتفاظ بحصة عادلة من الفائدة الناتجة من هذه الممارسات للمستعملين" والذي كان من المفروض عدم تجاهله نظرا لأهميته، حيث يعتبر المستعمل جزءا لا يتجزأ من السوق وعدم تطرق قانون الأوروبي بدوره إلى الإعفاء المتعلق بالنص القانوني إلا أنه يخضع بعض الفئات من الاتفاقات إلى الإعفاء عن طريق أنظمة صادرة عن لجنة المجموعة الأوروبية.⁽⁶⁾
- وباستقراء المادة 09 سالفة الذكر يتبين لنا أن المشرع لم يبين لنا كفاءات ولا شكليات السماح

(1)-أنظر: نبيل ناصري، المرجع السابق، ص 06.

(2)-أنظر: منصور داود، المرجع السابق، ص 31.

(3)-أنظر: ميلود صياد، امتداد قانون المنافسة إلى الصفقات العمومية بالجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 41.

(4)-أنظر: محمد دمانة، مريم الحاسي، تقرير الاتفاقات المقيدة للمنافسة وفقا للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأغواط، المجلد 01، العدد 2، جوان 2015، ص 57.

(5)-لقد وفق المشرع الجزائري من خلال اشتراطه تفسير النص تفسيرا ضيقا، ذلك أن التفسير الواسع من شأنه السماح باستيعاب العلاقات القائمة بين الاتفاقات والنص التشريعي أو التنظيمي ولو كانت بعيدة، وهذا من شأنه الإنقاص من فاعلية المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(6)-أنظر: نادية لاكمي، المرجع السابق، ص 112.

بالاتفاق المحظور الناتج عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي اتخذ تطبيقاً له، فهل يتم تلقائياً أم يستدعي ترخيص مسبق من مجلس المنافسة؟ لكن إذا ما رجعنا لأحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم يتبين لنا أن الاتفاقات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي لا تعتبر مشروعة، إلا إذا صدر ترخيص صريح من مجلس المنافسة يسمح بها.⁽¹⁾

ثانياً: الاتفاقات المؤدية إلى تحقيق تطور اقتصادي أو تقني أو اجتماعي: يبيح قانون المنافسة الاتفاقات متى بررها تقدم اقتصادي وتقني ملموس، وكان فيها تشجيع للتشغيل، وخفض للبطلالة وسمحت كذلك بتعزيز الوضعية التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهي مباحة متى استفاد منها المجتمع عامة والمستهلك خاصة، وهو ما أكدت عليه المادة 2/09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، والمادة 4-420 L من التقنين التجاري الفرنسي، وبهذا يمكن تحديد ظروف الترخيص في حالتين هما:

1- مساهمة الاتفاق في التقدم الاقتصادي والتقني: ويخضع تقدير مدى مساهمة الاتفاق في التقدم الاقتصادي إلى إجراء حيلة اقتصادية لمعرفة محاسن والمساوى المسجلة، أي باعتماد معيار مادي لتقييم أثره، مع ضرورة تحقق عناصر وشروط هذا التقدم.

أ- عناصر التقدم الاقتصادي: تتمثل هذه العناصر في الآثار المباشرة وغير المباشرة عن الاتفاق المنافي بالمنافسة والتي تدرج فيه الزيادة في الإنتاج، تحسين منافذ السوق بخلق منافذ جديدة للإنتاج والآثار الإيجابية على المستهلك في تحسين الخدمات المقدمة له وتطور وسائل إعلامه.

ب- شروط التقدم الاقتصادي: إن تقدير مساهمة الاتفاق في التقدم الاقتصادي يكون بتوافر مجموعة من الشروط: وهي شرط تحقق التقدم الاقتصادي فعلاً، ووجود علاقة مباشرة بين الاتفاق المحظور والتقدم الاقتصاد، ويجب أن يمس التطور كل المحيط العام للسوق.

2- مساهمة الاتفاق في تعزيز وضعية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السوق: المنافسة بصورتها المطلقة قد لا تكون الوسيلة الوحيدة لإيجاد المؤسسات مكانة في السوق، وقد تعود حتى بآثار سلبية على السوق بعض المشروعات الصغيرة، فالسوق يتحكم فيه من يملك التكنولوجيا عالية والوسائل الحديثة إلى جانب العلامة والشهرة التجارية، وهذه الشروط تجعل المؤسسات تنماشى مع حركة السوق وتستفيد إيجاباً من مبدأ حرية المنافسة، بينما المشروعات الجديدة والتي هي في الطريق النمو قد ينعكس عليها هذا التزاحم كونها تفتقد إلى كل الوسائل والمؤهلات مواجهة صيرورة السوق غير أنه واستثناء فإن أجهزة تنظيم المنافسة متى قامت بتقدير معطياتها يمكن لها إعطاءها أولوية لفرض مكانتها ولو على حساب المنافسة، وذلك بالسماح لها بإبرام اتفاقات التعاون ولو من شأنها تقييد المنافسة، على أن يكون هذا الترخيص تفرضه حقيقة وضع السوق، مع اشتراط أن يكون تأثير هذه الممارسات بسيط ولا يمس السوق بصفة جوهرية.⁽²⁾ ونتيجة ذلك فإن تطبيق الاستثناء الوارد على حظر الاتفاقات المؤسس على الاعتبارات الاقتصادية لا يتوقف على مجرد الشروط الموضوعية السالفة ذكر، بل يشترط أن تراعى فيها إجراءات شكلية تتمثل في شرط الترخيص من طرف مجلس المنافسة مع شرط تحمل المؤسسات عبء الإثبات.

ويجدر التنويه إلى أن المشرع الجزائري من خلال نص المادة 09 السالفة الذكر لم يبين شروطاً أو مقاييس أو معايير معينة يحدد على أساسها التطور الاقتصادي أو التقني خلافاً للمشرع الفرنسي الذي بين شروط التي يتعين توافرها للقول بوجود تطور اقتصادي طبقاً للمادة 10

(1)-المادتين 1/8-37 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)-أنظر: ماجدة بوسعيدة، الاتفاقيات المحظورة المقيدة لمبدأ حرية المنافسة، مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجبالي بونعامة خميس مليانة، المجلد 01، العدد 3، سبتمبر 2018، ص 100-101.

من الأمر 86-1243 المتعلق بحرية المنافسة والأسعار.⁽¹⁾ كما أنه اكتفى بالنص على التطور الاقتصادي أو التقني فقط دون التطرق إلى ضرورة تحسين الإنتاجية أو تحسين شروط السوق كما فعل المشرع الأوروبي من خلال المادة 3/81 من قانون الاتحاد الأوروبي الذي اشترط إضافة إلى التطور التقني والاقتصادي المساهمة في تحسين إنتاج أو توزيع السلع ويمتد حكم هذه المادة إلى الخدمات أيضا على الرغم من عدم النص عليها صراحة.⁽²⁾

ولكن لا يفوتنا أن ننوه على أن يورد المشرع الجزائري نصا عاما يستثني فيه تطبيق قواعد المنافسة على بعض القطاعات الاقتصادية التي تتطلب استثمارات مرتفعة، أو اشتراك لعدة المؤسسات لانجازها أو القطاعات القليلة المرودية، ولذا كان من الجدير لو أورد نصا صريحا يسمح بموجبه في بعض القطاعات بأشكال التعاون والتقارب رغم مناهضتها للممارسات المنافية للمنافسة متى حققت وأدت إلى تقدم الاقتصادي وتقني، وعززت من وضعية التنافسية للمؤسسات.⁽³⁾ إضافة إلى الاتفاقات المرخص بها قد يلاحظ مجلس المنافسة أن بعض الاتفاقات لا تستلزم تدخله وهذا وفقا للمادة 8 من الأمر 03-03 التي تنص على أنه: «يمكن أن يلاحظ مجلس المنافسة بناء على طلب المؤسسات المعنية، واستنادا إلى المعلومات له أن اتفاقا ما أو عملا مدبرا أو ممارسة كما هي محددة في المادتين 6 و7 أعلاه، لا تستدعي تدخله تحدد كفاءات تقديم طلب الاستفادة من أحكام الفقرة السابقة بموجب مرسوم» كما أصدر مجلس المنافسة نموذجا عن طلب الحصول التصريح بعدم التدخل.⁽⁴⁾

ومن ناقلة القول يظهر لنا حرص المشرع على حظر مثل هذه الممارسات المقيدة للمنافسة حفاظا على توازن السوق، وحماية للمستهلك نتيجة الأضرار التي يمكن أن تلحقه جراء الاتفاقات المقيدة للمنافسة، ذلك أن وجود مثل هذه التكتلات أو اتفاقات بين الشركات والمؤسسات الناشطة في نشاطات مماثلة والتي تسعى للسيطرة على الأسعار واقتسام السوق والحد من المنافسة سيؤثر سلبا على المستهلك الذي سيجد نفسه أمام أسعار أكبر مقابل متوجات ذات جودة أقل، فعوض أن تحرص تلك المؤسسات على ابتكار منتجات ذات جودة عالية وبأسعار تنافسية، ستسعى للاستفادة من وضعية يكون فيها المستهلك غير القادر على التحكم بين الأسعار المتباينة ولا بين المنتجات المختلفة مما يجعل جودة المنتجات تتراجع وتساء، وبالتالي حرمان المستهلك من استفادة من منتجات وخدمات مبتكرة وجديدة.

المطلب الثاني: الممارسات التعسفية المقيدة للمنافسة

إن الحجم الكبير للمؤسسة الاقتصادية والذي يسمح لها باكتساب مركز قوي في السوق غير ممنوع في حد ذاته، وإنما القانون يمنع التعسف في استعمال هذه القوة الاقتصادية خاصة عندما يكون الهدف منها إقصاء المنافسين آخرين عن ممارسة النشاط الاقتصادي في السوق.⁽⁵⁾

(1)-L10 Ordonnance n°86-1243 du 1er décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence, JORF du 09 décembre 1986.

(2)-المشرع الفرنسي هو آخر استثنى من المنع صراحة في المادة 2/10 الممارسات المتعلقة بالمواد الفلاحية أو ذات أصل الفلاحي المنطوية تحت علامة واحدة أو اسم تجاري واحد، حيث تهدف إلى تنظيم حجم ونوعية الإنتاج، وكذلك السياسة التجارية بما فيها الاتفاق على تحديد سعر مشترك للبيع.

(3)-أنظر: ويزة لحراري شالح، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر، 2011-2012، ص 61.

(4)-المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المؤرخ في 12 ماي 2005 المحدد لكفاءات الحصول على الترخيص بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعية الهيمنة على السوق، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة في 18 ماي 2005.

(5)-أنظر: بوسماحة الشيخ، حظر الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق والتبعية الاقتصادية، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يومي 09-10 ديسمبر 2013، ص 01.

ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة الممارسات التعسفية التي حظرها المشرع الجزائري من خلال المواد 7 و 11 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم المتعلق بالمنافسة والممثلة أساسا في حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية { الفرع الأول } لنعرج إلى حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية { الفرع الثاني } وفي الختام سيتم التطرق إلى حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا { الفرع الثالث } على أساس أن وضعية القوة الاقتصادية لا تجعل العون الاقتصادي يهيمن على السوق فحسب، وإنما يعمل على تحكم في أسعار السلع والمنتجات، وذلك بطريقة تضر بالمتنافسين الآخرين من خلال خفض الأسعار تعسفيا.

الفرع الأول: حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية

إن الهيمنة الاقتصادية أو القوة الاقتصادية التي تتمتع بها المؤسسة في السوق لا تعتبر في حد ذاتها ممارسة مقيدة للمنافسة، فهي حق لكل مؤسسة وامتياز عن غيرها في السوق ينتج عنها تفوقها عن باقي المؤسسات في السوق، لكن لا يجوز لها التعسف في استعمالها وتعتبر المؤسسة متعسفة في استعمالها الهيمنة الاقتصادية إذا استعملت كل إمكانياتها للحصول على امتيازات لا يمكنها الحصول عليها من المنافسة الحرة.⁽¹⁾ وقد تم حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة لأول مرة في التشريع الجزائري في قانون الأسعار الصادر في سنة 1989⁽²⁾ ثم اعتبرها ممارسة منافية للمنافسة بموجب المادة 07 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة⁽³⁾

أما في ظل الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم أصبح التعسف في استغلال وضعية الهيمنة يعتبر ممارسة مقيدة للمنافسة طبقا للمادة 07 من نفس الأمر التي أوردت حالات التي تشكل تعسف في استغلال وضعية الهيمنة، وتعداد الذي أوردته وارد على سبيل المثال لا الحصر.⁽⁴⁾

وفي ذات التوجه حظر الأمر الفرنسي رقم 86-1243 المتعلق بحرية المنافسة والأسعار التعسف في استغلال وضعية الهيمنة في المادة 08 منه، وحاليا تم إدراجها في المادة 6-442 L من التقنين التجاري الفرنسي.⁽⁵⁾

(1)-أنظر : فضيلة سويلم، الرقابة القضاء المدني على الممارسات المقيدة للمنافسة في نطاق المسؤولية المدنية، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يومي 09-10 ديسمبر 2013، ص 05.

(2)-راجع المادة 27 من القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار السالف الذكر.

(3)-الصور التي جاءت بها المادة 7 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر ألغيت كلها، وحلت محلها صور جديدة مشابهة تماما لصور التي ذكرتها المادة 06 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والمتعلقة بالاتفاقات غير المشروعة.

(4)-لعل أهم صور الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة وأكثرها تلك المتعلقة بالتعسف في الأسعار، أو في السلطة التعاقدية أو الغش، أو زيادة المساس بالمنافسة، ولتفصيل أكثر في صور الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة راجع المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-الصور التي أوردتها المشرع الفرنسي في التعسف في وضعية الهيمنة تقترب من الصور التي نص عليها المشرع الجزائري في المادة 07 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، وتختلف تماما عن الصور التي أدرجتها المادة 07 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، ولكن بصور القانون LME سنة 2008 لم تصبح وضعية الهيمنة المنصوص عليها في المادة 6-442

L442-6 Modifié par Loi n°2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et légalité des chances économique, JORF n°0181 du 7 août 2015.

من التقنين التجاري تحت عنوان الممارسات المنافية للمنافسة. L420-0 2 إنما أصبحت في نص واحد وهو

L420-2 Modifié par Ordonnance n°2019-698 du 3 juillet 2019 portant mise en cohérence des dispositions législative des codes et lois avec celles du code de commerce dans leur rédaction résultant de l'ordonnance n°2019-359 du 24 avril 2019 portant refonte du titre IV du livre IV du code de commerce relatif à la transparence ,aux pratique restrictives de concurrence et aux autres pratique prohibées ,JORF n°0153 du 4 juillet 2019.

أما بخصوص موقف المشرع المصري فقد تعرض لوضعية الهيمنة من خلال نص المادة 04 من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية رقم 3 لسنة 2005.

ولتفصيل أكثر حول هذه الممارسة المحظورة سيتم التطرق إلى مفهوم وضعية الهيمنة على السوق (أولا) ثم شروط حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية (ثانيا).

أولاً: مفهوم وضعية الهيمنة على السوق: أورد كل من الفقه والقانون الجزائري تعريفاً ومفهوماً للهيمنة والتي تعتبر فكرة اقتصادية أدخلت إلى المجال القانوني، وذلك لتقدير العلاقة بينها وبين تركيز السوق، فقد عرفت على أنها: «القوة الاقتصادية المحوزة من طرف مؤسسة والتي بموجبها تستطيع إعاقة المنافسة الفعلية في السوق، وانتهاج سلوك يتسم بقدر كاف من الاستقلال إزاء منافسيها وعملائها، وأخيراً إزاء المستهلكين»⁽¹⁾.

كما عرفت أيضاً على أنها: «سلطة أو مقدرة اقتصادية تؤهل من يحوزها أن يتحكم في الأسعار ويعيق المنافسة، وأن يتصرف بطريقة مستقلة تجاه منافسيه وعملائه ودون النظر إلى ردود أفعالهم، وذلك لعدم وجود أي منافس لديه القدرة على الدخول إلى السوق وتقديم سلعة أو خدمة فعالة وبديلة للعملاء أو الموردين»⁽²⁾.

وفي ذات السياق تصدى المشرع الجزائري إلى تعريف وضعية الهيمنة من خلال نص المادة 2/03 الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على أنها: «الوضعية التي تمكن مؤسسة ما من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه، وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها أو زبائنهم أو ممونيها» غير أنه ما يعاب على هذا التعريف هو أن المشرع جعل من وضعية الهيمنة سبباً لحصول المؤسسة على قوتها الاقتصادية، في حين أنها هي نفسها القوة الاقتصادية التي تتمتع بها المؤسسة.

ومن خلال هذا التعريف يتضح لنا أن لوضعية الهيمنة وجهان، الأول الإيجابي يمنح للمؤسسة المهيمنة قدرة اقتصادية تسمح لها بالتوسع في السوق، وزيادة أرباحها فيه بطريقة طبيعية الثاني سلبي إذا أسيء استغلالها يمكن للمؤسسة المهيمنة بناءً عليه أن تشكل خطراً محدقاً، وتلحق ضرراً بالغاً بالسوق⁽³⁾.

وعلى غرار التشريع الجزائري عرف المشرع المصري وضعية الهيمنة من خلال نص المادة 04 من قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية على أنها: «قدرة الشخص الذي تزيد حصته على 25% من تلك السوق على إحداث أثر فعال على الأسعار أو حجم المعروض لها دون أن يكون لمنافسيه القدرة على الحد من ذلك».

ثانياً: شروط حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة: لقيام ممارسة التعسف في وضعية الهيمنة لا بد أن تتوافر على شروط والممثلة في تواجد المؤسسة في وضعية الهيمنة، مع ضرورة تحديد السوق محل الهيمنة، إضافة إلى تعسف المؤسسة في استغلالها لوضعية الهيمنة في السوق.

(01)- تواجد المؤسسة في وضعية الهيمنة على السوق: (4) تعتبر وضعية الهيمنة الهدف الذي يسعى

(1)-أنظر: محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المناهضة للمنافسة، مجلة الإدارة، المجلد 12، العدد 2002، 23 ص 61.

(2)-أنظر: جند بنت نبيل القدسي، إساءة استعمال المشروع لمركزه المهيمن في السوق المعنية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، المجلد 16، العدد 1، يونيو 2019، ص 30.

(3)-أنظر: غالبية قوسم، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بودوار، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2006، ص 10.

(4)-لقد تعددت المصطلحات الفقهية والتشريعية للوضع المهيمن، فالنسبة للفقه الأمريكي يطلق عليه بالمركز الاحتكاري أو القوة الاقتصادية، أما قوانين المنافسة تعبر عنه بالسيطرة كالقانون المصري، وبعض يطلق عليه بالهيمنة كالتشريع الجزائري.

المتنافسين إليه داخل السوق، ولتقدير ما إذا كان العون الاقتصادي أو المؤسسة في وضعية الهيمنة على السوق يجب بداية تحديد مفهوم وضعية الهيمنة والتي سبق معالجتها لذا سنكتفي من خلال هذا الشرط تحديد المقصود بالسوق محل الهيمنة، ثم ينبغي التحقق من مدى توافر معايير التي تجعل المؤسسة في وضعية الهيمنة،⁽¹⁾ وتكون مؤسسة أو مجموعات مؤسسات في وضعية هيمنة لما تمارس نشاطا تجاريا اقتصاديا فيه مضاربة والتي تتمتع بقوة اقتصادية أو وضعية احتكار والتي تحدث تغيرا ظاهرا في العرض على المستوى السوق.⁽²⁾

01- مفهوم سوق محل الهيمنة: لا يمكن البحث عما إذا كان مشروع ما يمتلك مركزا مسيطرا إلا بعد تحديد السوق المعنية التي من خلالها يتم قياس القوة الاحتكارية للمشروع، فتحديد وجود مشروع معين في مركز مسيطر يقتضي بالضرورة تحديد مفهوم السوق الذي يتم في إطاره قياس تلك السيطرة، وتحديد السوق المعنية يكتسب أهمية أساسية بالنسبة لقوانين المنافسة، ففي ضوء ذلك يتم الحكم على الممارسات التي تقوم بها المشروعات، إذ يتم التأكد من كونها حائزة لمركز مسيطر.⁽³⁾

وفي هذا السياق عرف المشرع الجزائري السوق من خلال نص المادة 03 من الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.⁽⁴⁾ غير أنه وبصودر القانون رقم 10-05 المعدل والمتمم للأمر المتعلق بالمنافسة تولى المشرع الجزائري عن تعريف السوق ليفتح المجال الواسع أمام الفقه وهو ذات الموقف الذي اتخذه المشرع الفرنسي إذ أنه لم يقدم تعريفا للسوق، وترك ذلك لمجلس المنافسة، حيث عرف السوق على أنه: «المكان الذي يتلاقى فيه العرض والطلب على السلع والخدمات المعنية» كما عرف أيضا على أنه: «ذلك المكان الذي يتلاقى فيه العرض مع الطلب على المواد أو الخدمات التي يعتبرها المشترون أو المستعملون بأنها قابلة للاستبدال فيما بينها، لكن غير قابلة للاستبدال مع غيرها من الأموال والخدمات المعروضة».⁽⁵⁾

والسوق المرجعية هي موضوع الرقابة في قانون المنافسة ويقصد بها السوق المعنية بالممارسات المقيدة بالمنافسة في منتج محدد ومنطقة جغرافية واضحة، أي نوع النشاط التجاري المتضمن تقييد لحرية المنافسة في المنتجات والمنطقة الجغرافية التي يمارس فيها هذا النشاط وقد عرفت المادة 3 من القانون المصري رقم 03 لسنة 2005 السوق المعنية.⁽⁶⁾ وتبعاً لذلك فإن مفهوم السوق المرجعية يتحدد بالعناصر التالية:

أ- معيار سوق المنتجات البديلة: بمعنى السوق الذي يضم كل المنتجات والخدمات التي تعتبر تبادلية أو قابلة للاستبدال بواسطة المستهلك بسبب خصائص المنتجات، وأسعارها والاستخدام المقصود منها.⁽⁷⁾
ب- معيار السوق الجغرافي: لكي يكون بمقدور مجلس المنافسة الوقوف على مدى توافر وضعية الهيمنة في السوق يجب تحديد الرقعة الجغرافية لهذه الأخيرة، فسعة السوق يختلف بسعة النشاط الاقتصادي الذي تزاوله المؤسسة، إذ كلما كان النشاط واسع المدى كانت السوق أوسع، ويتمتع مجلس

(1)-أنظر: بوزيان شايب، الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق كممارسة مقيدة بالمنافسة، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانه بغيلزان، المجلد 06، العدد 08، جوان 2017، ص 81.

(2)-عرف المشرع الجزائري المؤسسة في مادة 03 من قانون رقم 08-12 المعدلة لأحكام المادة 03 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة.

(3)-أنظر: أشدى كامل نعمة، إساءة استغلال المراكز المسيطر في السوق المعنية، دراسة مقارنة، مجلة رسالة الحقوق، كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 06، العدد 03، 2014، ص 305.

(4)-راجع في ذلك المادة 03 الفقرة ب من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، كما عرف المشرع الجزائري السوق معتمدا مصطلح السوق المرجعي من خلال المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة.

(5)-أنظر: محمد شريف كتو، المرجع السابق، ص 62.

(6)-أنظر: حسين الماحي، المرجع السابق، ص 17-18.

(7)-أنظر: شذى كامل نعمة، المرجع السابق، ص 305-306.

المنافسة بسلطة تقديرية بتعيين الحدود السوق الجغرافية.(1)

02- معايير تحديد وضعية الهيمنة: لتحقيق من وجود وضعية الهيمنة يجب التأكد من توافر بعض المعايير والمؤشرات، فاستنادا إلى نص المادتين 02 و 04 من المرسوم التنفيذي رقم 314-2000 المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية الهيمنة وكذا المقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة حددت معايير الهيمنة على سبيل المثال، ويمكن تصنيف هذه معايير إلى معايير رئيسية وهي غالبا ما تكون كمية، وأخرى ثانوية مكملة وهي غالبا ما تكون نوعية.(2)

(أ)- المعايير الكمية: نوجز أهمها فيما يلي:

01- معيار القوة الاقتصادية المالية: يتعلق معيار القدرة الاقتصادية والمالية للمشروع بسلوكيات المشروع في السوق، فوفقا لهذا المعيار يتم تحديد مفهوم السيطرة بالنظر إلى وضع المشروع المعني في السوق، وكذلك بالنظر إلى مجموع المشروعات التي ينتمي إليها أو التي تربطه بها علاقات اقتصادية كعقد الترخيص التجاري مثلا، فالتبعية لأحد المجموعات الاقتصادية القوية والتي تحتل الصدارة في إحدى قطاعات النشاط الاقتصادي يعد مؤشر يمكن الاسترشاد به لتحديد مدى سيطرة المشروع التابع.(3) كما تقاس القوة الاقتصادية بواسطة مقاييس أخرى، مثل رقم الأعمال الخاص بالمؤسسة، ورقم الأعمال الخاص بالمؤسسات التي ترتبط بها، وأيضا عدد وأهمية العقود المالية والاقتصادية التي أبرمتها مع المؤسسات أخرى أو مجموعات أخرى، وكذلك يمكن اعتبار التفوق في التسيير والاختراع التقني ضمن معايير قياس الهيمنة.

02- معيار احتكار السوق: قد تكون وضعية الهيمنة نتيجة احتكار الكلي أو شبه كلي للحصص في السوق ونتيجة يتحقق مركز مطلق للقوة الاقتصادية، وتكون المؤسسة المحتكرة هي المتعامل الوحيد في السوق بسبب ظروف مادية بحتة، وهو ما يطلق عليه الاحتكار الطبيعي أو تطبيقا لأحكام القانون ويطلق عليه الاحتكار القانوني.(4)

03- معيار حصة السوق: تمثل الحصة في السوق المعيار والمؤشر الأساسي للحكم عما إذا كانت المؤسسة في وضعية الهيمنة أم لا، فلتحديد الوضع المهيمن للعون الاقتصادي يتعين حصر مقدار حصته ووضع اتجاه منافسيه، مع العلم أن المشرع الجزائري في هذا الصدد لم يتم تقرير نسبة حصة السوق حتى تكون المؤسسة مهيمنة مسايرا بذلك كل من المشرع الفرنسي والأوروبي والأمريكي تاركين تحديد هذه النسبة للقضاء، بخلاف المشرع المصري فقد حدد في قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية لسنة 2005 حصة السوق التي تجعل المؤسسة في وضعية هيمنة بنسبة تتجاوز 25% من حجم السوق.(5)

(ب)- المعايير النوعية: بالإضافة إلى المعايير السالفة الذكر هناك عوامل أخرى ذات طابع كفي يمكن أخذها بعين الاعتبار في تحديد مدى وضعية الهيمنة ومنها على الخصوص:

01- حالة المنافسة: قد تكتسب المؤسسة استقلالية اتجاه منافسيها رغم عدم حيازتها لحصة معتبرة في السوق لضعف الحصة الفردية لمنافسيها، مما يمكنها من اكتساب وضعية الهيمنة على السوق

(1)-أنظر: محمد بن عزة، المرجع السابق، ص253.

(2)-المرسوم تنفيذي رقم 314-2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000 المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، الجريدة الرسمية، العدد 61، الصادرة في 18 أكتوبر 2000 الملغى بموجب المادة 73 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(3)-أنظر: دليلة بعوش، وضعية الهيمنة على السوق وإساءة استغلالها في ظل أحكام قانون المنافسة، مجلة العلوم الإنسانية جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، العدد 49، جوان 2018، ص215.

(4)-أنظر: زهرة بن عبد القادر، حماية مبدأ المنافسة من التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، دراسة تحليلية في التشريع الجزائري على ضوء نظيره الفرنسي، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مخبر القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشلف، المجلد 05، العدد 01، 2019، ص38.

(5)-أنظر: بوزيان شايب، المرجع السابق، ص83-84.

المعنية، فبالإضافة جهة السوق لابد من تحليل حالة المنافسة في القطاع الاقتصادي المعني ومعاينة تطورها، لأنه رغم تمتع مؤسستين بنفس الحصة السوقية إلا أنه لامتلاك وضعية الهيمنة يجب البحث كذلك عن قدرة المؤسسة على الاحتفاظ بوضعية الهيمنة لمدة طويلة رغم المنافسة القوية.⁽¹⁾

02- معيار الامتيازات القانونية أو التقنية التي تتوفر لدى العون الاقتصادي المعني: ومن الامتيازات القانونية إعفاء العون من دفع الضريبة مثلا لمدة معينة في إطار المشروع أما عن الامتيازات التقنية فمثلا علامة "NOKIA" تهيمن بالامتيازات التي تملكها مثل تفوقها من الناحية التقنية، وشهرة العلامة، وعدد العقود التي تبرمها، وعدد الزبائن التي تمونهم.⁽²⁾

03- معيار العلاقات المالية أو التعاقدية أو الفعلية التي تربط العون الاقتصادي بعون أو عدة أعوان اقتصاديين وهو ما يمنحه عدة امتيازات، يتحقق هذا العامل بتوافر عدة عناصر كوجود علاقات مالية (تمنحه امتياز مالي) أو تعاقدية (تنتج عن إبرام عقد) أو فعلية تتجسد في ارتباط فعلي بين العون الاقتصادي المهيمن وغيره من الأعوان الاقتصاديين، يترتب عنها امتيازات للعون المهيمن منها استفادته من مجانية تكلفة الإشهار، واستفادته من مجانية تكاليف التعبئة والنقل.⁽³⁾

02- التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية: إن القوة الاقتصادية في حد ذاتها لا يعاقب عليها ما لم تقم المؤسسة أو المؤسسات التي تتمتع بهذه القوة بالتعسف في استعمالها، كما أن الحجم الكبير للمؤسسة ليس ممنوعا مهما بلغ، لكن الممنوع قانونا هو ما يترتب على هذه القوة من إخلال بالمنافسة الحرة.⁽⁴⁾

وفي هذا السياق لم تضع معظم التشريعات المنظمة لحماية المنافسة تعريفا لمفهوم التعسف في وضعية الهيمنة، إنما اقتصر على ذكر بعض الممارسات التي تشكل تعسفا، وهذا ما تفيد به المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، حيث نجدها تنص على بعض حالات التعسف الناتجة عن الهيمنة المؤسسات في السوق، وهذه الأعمال منها ما يهدف إلى إقصاء المنافسين أو منع منافسين جدد في الدخول إلى السوق، ومنها ما هو مرتبط علاقة المؤسسة مع غيرها من المؤسسات هذه الحالات أوردها المشرع الجزائري على سبيل المثال لا الحصر من أجل توسيع نطاق الحظر.⁽⁵⁾ وبهذا فإن التعسف في الهيمنة لا يتم إدانته إلا إذا كانت هناك بالفعل نية لعرقلة المنافسة في السوق كأن تصدر سلوكيات وأفعال أو ممارسات من شأنها تقييد المنافسة.⁽⁶⁾

ويشترط لتحقيق الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة توافر مجموعة من الشروط التالية:

01- المركز المهيمن للمؤسسة: يعد تمتع المؤسسة بمركز مهيمن شرط أساسي يلتزم توافره للقول بوجود استغلال لوضعية الهيمنة، ويمكن إسناد التعسف في استخدام وضعية الهيمنة إما لمؤسسة واحدة أو لمجموعة مؤسسات تمارس أنشطة الإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات، ويستوفي هذا الشأن لوجود وضعية الهيمنة أن تكون على مجموع السوق الداخلية أو جزء جوهري منها أو أن تكون

(1)-أنظر: جلال مسعد، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2000-2001، ص 92.

(2)-أنظر: إيمان بن وطاس، العون الاقتصادي والتعسف في وضعية الهيمنة كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 03، العدد 02، مارس 2018 ص 143.

(3)-أنظر: إيمان بن وطاس، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، المرجع السابق، ص 69.

(4)-Wilfrid Jeandidier, Droit pénal des affaires 4^{ème} éd, Armand colin, Dalloz, Paris, 2000, p403.

(5)-أنظر: نادية لاكلي، شروط حظر وضعية الهيمنة في قانون المنافسة الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة عباس لغرور خنشلة، المجلد 05، العدد 09، جانفي 2018، ص 16.

(6)-أنظر: ليلي بلحسل منزلة، الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني السابع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد قانون المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015، ص 3.

على سوق واحد على العديد من الأسواق المترابطة.⁽¹⁾ والجدير بالملاحظة في هذا الخصوص أن المشرع الفرنسي من خلال المادة 2-420 من التقنين التجاري الفرنسي قام بحظر التعسف في وضعية الهيمنة سواء كان صادر من مؤسسة واحدة أو عدة مجموعة مؤسسات في السوق المعنية وتسمى وضعية الهيمنة الجماعية، خلافا للمشرع الجزائري الذي أشار لوضعية الهيمنة الفردية فقط، وعموما كان من الأحسن بالمشرع الجزائري أن يتخذ نفس موقف المشرع الفرنسي الحالي لكي يتفادى الإشكالات العملية عند صدور تعسفات من مؤسسات مهيمنة على السوق المعنية.⁽²⁾

02-وجود مساس بالمنافسة: لكي يتم إضفاء الصفة التعسفية⁽³⁾ على ممارسة صادرة عن مؤسسة مهيمنة يجب أن تنجم عن آثار هذه الممارسة أو عن هدفها مساسا، حيث لا تكون الممارسات التعسفية ممنوعة إلا إذا كان مساسها بالمنافسة قد بلغ حدا ملموسا وحساسا.⁽⁴⁾ ويترتب عن هذا الشرط وجوب تحري مجلس المنافسة بأن الممارسة تعيق بما فيه كفاية آليات المنافسة ببلوغها درجة محسوسة، وهذه الأخيرة ليست بطبيعة الحال عماد التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة، فهذا التحفظ المتبع من طرف هيئات المنافسة يرجع إلى الزام وجود مساس فعلي بالمنافسة فالممارسة تكون غير مدانة إذا لم يكن لها أثر على السوق.⁽⁵⁾

وفي هذا الصدد منعت المادة 07 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم كل تعسف ناتج عن وضعية الهيمنة على السوق أو الاحتكار له أو على جزء منه يؤدي إلى الإخلال بحرية المنافسة، مع العلم أن المشرع لم ينص صراحة على المساس بحرية المنافسة حيث استعمل عبارة "قصد" التي يفهم منها صراحة أن هذه الممارسة عمدية تشترط وجود القصد لكن دون اشتراط إحداث الأثر المترتب على المساس بالمنافسة، وهو ما يستخلص من مضمون المادة 14 من ذات الأمر بأن هذه الممارسة مقيدة للمنافسة مما يعني أنها تعرقل حرية المنافسة أو تحد منها أو تخل بها.⁽⁶⁾ وتستبعد الممارسات التي ليس لها غرض أو أثر منافي للمنافسة، كما تستبعد أيضا الممارسات التي من شأنها تحقيق التقدم التقني أو الاقتصادي طبقا لأحكام المادة 09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.⁽⁷⁾

وعلاوة على ذلك لا بد من ارتباط المساس بالمنافسة بوضعية الهيمنة أي أن تكون العرقلة التي أصابت السير العادي للسوق نتيجة سلطة التأثير التي استخدمتها المؤسسة. ومن صفوة القول يتضح لنا أن قانون يمنع الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة ولعل الحكمة من هذا الحظر هو أن المشرع الجزائري أراد من خلال ذلك تحقيق التوازن في العقود المبرمة بين أطراف غير متكافئة في القوة التفاوضية، وذلك عن طريق منع إساءة استعمال السلطة والقوة الاقتصادية التي يحوزها الطرف القوي ومن خلال سيطرته واحتكاره لجميع أو معظم حصص السوق وبالتالي حماية الطرف الضعيف عما ينجر من شروط تعسفية عن هذه الهيمنة أو السيطرة.

- (1)-أنظر: بوزيان شايب، المرجع السابق، ص 87.
- (2)-أنظر: أمنة مخاشنة، آليات تفعيل مبدأ حرية المنافسة، دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 2016، ص 164-165.
- (3)- يقصد بالتعسف الإساءة وسوء الاستعمال الحق والإضرار بالآخرين، أما التعسف في قانون المنافسة فهو يؤدي إلى قصر المنافسة، أو تقييدها، أو الإضرار بها في السوق المعنية.
- (4)-أنظر: غالية قوسم، المرجع السابق، ص 47.
- (5)-أنظر: توفيق مقدم، علاج الممارسات المقيدة للمنافسة-التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة في مجال الاتصالات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2010-2011 ص 93.
- (6)-أنظر: فضيلة سويلم، المرجع السابق، ص 04-05.
- (7)-سبق شرح الممارسات المعفاة طبقا للمادة 09 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم في الاتفاقات المحظورة، ونفس المبدأ يطبق هنا على وضعية الهيمنة.

الفرع الثاني: حظر التعسف في استغلال وضع التبعية الاقتصادية

يعتبر التعسف في استغلال وضع التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة من بين المستجدات التي أتى بها الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.⁽¹⁾ كما أن القانون الفرنسي نص على حظر هذه الصورة في ظل الأمر رقم 86-1243 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة وذلك في المادة 2/8 منه إلى جانب التعسف في وضع الهيمنة وحاليا هذه الممارسات أدخلت في القانون التجاري الفرنسي حيث تنص المادة 2/2-L420 على الممارسات التعسفية في وضع التبعية الاقتصادية وشروط حظرها.⁽²⁾

وفي ذات التوجه ذهب المشرع المصري حيث حظر في المادة 7 من القانون 3 لسنة 2005 المتعلق بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية كل اتفاق أو تعاقد بين الشخص وأي من مورديه أو من عملائه، إذا كان من شأنه الحد من المنافسة، واشترط لتحقيق حالة التبعية أن تكون هناك علاقة تعاقدية بين المؤسسة وموניהا أو عملائها على خلاف ما فعله المشرع الجزائري الذي لم يشترط ذلك.⁽³⁾

إن القول بتحقيق التعسف في استغلال وضع التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة في مفهوم المادة 14 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، لابد من تحديد مفهوم وضع التبعية الاقتصادية (أولا) لنعرج إلى أشكال التبعية الاقتصادية (ثانيا) ليتم بعد ذلك التطرق إلى شروط قيام ممارسة التعسف في استغلال وضع التبعية الاقتصادية (ثالثا).

أولا: مفهوم وضع التبعية الاقتصادية: لم يعرف القانون الفرنسي وضع التبعية الاقتصادية وإنما نص على منع التعسف في استخدام وضع التبعية الاقتصادية بموجب المادة 2/2-L420 من التقنين التجاري الفرنسي، بينما عرفها المشرع الجزائري بموجب المادة 3/ من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بأنها: «العلاقة التجارية التي لا يكون فيها لمؤسسة ما حل بديل مقارن، إذا أراد رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها مؤسسة أخرى سواء كانت زبونا أو ممونا»

ومن خلال هذا التعريف يتضح لنا أن مفهوم التبعية الاقتصادية يتحدد بالنظر إلى وجود علاقة تجارية بين مؤسستين تترجم تبعية إحدهما للآخرى، وانعدام الحل البديل عن هذه التبعية غير أن ما يلاحظ على نص المادة 3 سالف الذكر هي أن وضع التبعية الاقتصادية لا يكون لها محل إلا في العلاقات بين المؤسسات دون المستهلكين، كما أن المادة لم توضح إن كانت العلاقة التجارية التي تربط بين المؤسستين والتي تؤدي إلى تبعية إحدهما للآخرى مبنية على تعامل سابق بين المؤسستين أو لا؟ والقول بوجود وضع تبعية اقتصادية غير كافٍ إذ لابد من توافر شرط آخر ألا وهو "عدم وجود المؤسسة لحل بديل" إذا أرادت رفض التعاقد بالشروط التي تفرضها عليها المؤسسة المتبوعة، أي وجود حالة ضرورة.⁽⁴⁾

وهذا ويلاحظ أن التعسف في هذه الوضعية لا يشترط لإدانة أطرافه أن يكون صادرا من مؤسسة حائزة، بل يكفي أن يكون للمؤسسة سيطرة نسبية على المؤسسة التي تتعامل معها على

(1)-إن المشرع الجزائري في الأمر رقم 09/95 المتعلق بالمنافسة لم ينص على التعسف في حالة التبعية الاقتصادية رغم أن المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 314/2000 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000 يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضع الهيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضع الهيمنة السالف الذكر (الملغى) قد ذكر مسألة تواجد عون اقتصادي لآخر في حالة تبعية اقتصادية كمقياس للأعمال الموصوفة بالتعسف في وضع الهيمنة بالرجوع إلى نص المادة 11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجد أنه قد تم حظر هذا نوع من التعسف.

(2)-L420-2 alinéa 2 du code de commerce français. Voir: www.legifrance.gouv.fr

(3)-المادة 07 من القانون رقم 03-05 المتعلق بقانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية السالف الذكر.

(4)-أنظر: عيبر مزعش، التعسف في استغلال وضع التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضرم بكرة، المجلد 09، العدد 11، أوت 2014، ص 506.

وضعية هيمنة مطلقة، كما لا يمكن إثبات قيام حالة التبعية الاقتصادية لمؤسسة اتجاه أخرى إلا بتوافر معايير معينة.

ويجدر التنويه إلى أن وضعية التبعية الاقتصادية تختلف عن وضعية الهيمنة من خلال أن المؤسسة المهيمنة تسيطر على السوق ككل أو جزء جوهري منه، أما وضعية التبعية الاقتصادية تمتلك المؤسسة المتنوعة قوة في التأثير، وممارسة نفوذ على المؤسسة التابعة لها فقط.⁽¹⁾

ثانياً: أشكال التبعية الاقتصادية: وتتلخص في شكلين هما تبعية الموزع للممون، وتبعية الممون للموزع.

(01) -تبعية الموزع للممون: وتسمى التبعية- في هذه الحالة- بتبعية التموين *Dépendance d'approvisionnement* وتتحقق في حال وجود ممون في وضعية كفاءة عالية، تؤدي إلى تبعية الموزع له. وتقوم تبعية الموزع على أربعة مقاييس أو معايير هي:

- (1)-شهرة العلامة التجارية: أي أن تكون المواد المسوقة من طرف المنتج منفردة، ولا مثل □ا.
- (2)-حصة السوق العائدة للممون: هي تعكس سلطة التسويق النسبية، وتب □ قوته الاقتصادية.
- (3)-نسبة مواد الممون □ رقم أعمال الموزع: ويجب أن تكون معتبرة تحدد على الأقل بنسبة 25% من رقم أعمال الموزع، وذلك بالنسبة لكل مادة على حدة.
- (4)-غياب الحل □عادل أو البديل: ويعتبر الحل البديل متوفراً إذا وجد □ السوق مواد مشابهة لمواد الممون وتملك نفس الشهرة أو تدر على صاحبها نفس رقم الأعمال، ويقع عبء إثبات الاستغلال التعسفي لحالة التبعية الاقتصادية على الموزع وعليه أن يثبت توفر المعايير السابقة.⁽²⁾
- (02)-تبعية الممون للموزع: على خلاف تبعية الزبون للممون، تعد هذه الحالة من الحالات نادرة الوقوع والحدوث نظراً لقدرة الموزع الاقتصادية بالمقارنة مع القدرة الاقتصادية للممون، وتتجسد حالة التبعية الاقتصادية حينما تكون العلاقة التعاقدية بين الممون والموزع مختلفة لصالح هذا الأخير بالنظر لقوة الشراء التي يتمتع بها من خلال قدرات الواسعة التي يمتلكها في التفاوض، وفرض شروطه على الطرف الآخر.⁽³⁾

وللقول بتبعية الممون الاقتصادية لابد من التحقق من وجود بعض المعايير ومتمثلة خصوصاً في نصيب العميل في السوق والذي عادة ما يكون ضعيفاً كون مشروعه صغيراً تنقصه العلامة التجارية المشهورة، وبالنظر إلى ضعف الموارد المالية للممون، ويضاف إلى ذلك معيار نصيب المؤسسة الموزعة في رقم أعمال الممون الذي عادة ما يمثل نسبة كبيرة من رقم أعمال هذا الأخير وفي قدم العلاقات التجارية التي تجمع الطرفين وحالة المنافسة في السوق وكذا نفقات النقل وكذا معيار غياب الحل البديل والذي يتحقق من خلال البحث عن حلول بديلة للممون أم لا، وفي إمكانية الحصول على منافذ اقتصادية بديلة لتسويق منتوجاته.⁽⁴⁾

ومن هذا المنطلق واستناد إلى نص المادة 3 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجد أن المشرع الجزائري لم يشير إلا لمعيار واحد فقط للقول بوجود وضعية تبعية اقتصادية وهو معيار قانوني يمثل في غياب "الحل البديل المقارن"⁽⁵⁾ أما عن فحوى هذا الشرط فهو أن يكون

(1)-أنظر: فضيلة براهيم، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 والقانون رقم 08-12، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2009-2010، ص 91.

(2)-أنظر: محمد بن عزة، المرجع السابق، ص 255.

(3)-أنظر: لينا حسن ذكي، المرجع السابق، ص 233.

(4)-أنظر: محمد شريف كثر، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 52.

(5)-ترجع الجذور التاريخية لهذا المعيار إلى المرسوم التنفيذي رقم 314-2000 الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة وهو ما نصت عليه المادة 05 على أنه: «يعتبر تعسفا في وضعية الهيمنة على السوق أو على جزء منه، كل فعل يركبه عون اقتصادي في وضعية هيمنة

بوسع المؤسسة التابعة أن تجد المنافذ لمواصلة نشاطها الاقتصادي في حال رفضت الرضوخ للشروط التي تملئها عليها المؤسسة المتبوعة. ولقد أثار المشرع الجزائري اعتماد هذا الشرط بخصوص وضعية التبعية الاقتصادية على خلاف المشرع الفرنسي الذي تخطى عن هذا الشرط بعد تعديله لنص المادة L420-2alinéa2 من القانون التجاري الفرنسي، ومع ذلك ورغم إلغاء المشرع الفرنسي لهذا الشرط، إلا أنه لوحظ استمرار اعتماده من قبل سلطة المنافسة والقضاء الفرنسيين لتقدير وضعية التبعية الاقتصادية⁽¹⁾.

ثالثاً: شروط قيام ممارسة التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية: نظراً لما تسببه هذه الممارسة من ضرر بالمنافسة فقد حظرها المشرع بموجب المادة 11 من القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وحتى يتحقق الحظر الوارد في هذه المادة لا بد من الإثبات وجود حالة التبعية الاقتصادية والتي سبق التطرق لها، لهذا سنكتفي من خلال هذه الشروط التطرق إلى شرط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية، وشرط المساس التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية بالمنافسة الحرة.

01- الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية: إن وضعية التبعية الاقتصادية هي في حد ذاتها لا تعد أمراً محظوراً، فالسيطرة أو التفوق بالنسبة للمؤسسة المتبوعة يعتبر مطلباً مشروعاً طالما تتعامل في الميدان الاقتصادي، فما هو محظور هو تعسف المؤسسة المهيمنة الناتج عن استغلال وضعية التبعية الاقتصادية⁽²⁾، وعليه لا يكفي لكي تعد الممارسة مقيدة للمنافسة أن توجد حالة تبعية اقتصادية، بل يشترط أن يستغل العون الاقتصادي المسيطر لهذه الحالة القيام بأعمال تعسفية تؤدي إلى عرقلة المنافسة في السوق⁽³⁾، فوضعية التبعية في حد ذاتها أمر غير محظور، بل إن المحظور هو إساءة استغلال هذه التبعية الاقتصادية التي يتمتع بها مشروع معين على نحو يؤدي إلى الإضرار بالمشروع أو المشروعات التابعة له⁽⁴⁾.

ونقصد بالاستغلال التعسفي فرض شروط على المتعاقد الذي لو كان له حرية الاختيار لما كان ليقبلها، أي أنه يحقق منافع مفرطة وغير مبررة للمؤسسة المتبوعة⁽⁵⁾.

وتبعاً لذلك نستنتج أن الممارسات التعسفية الناتجة عن حالة التبعية الاقتصادية لا تكون ممنوعة إلا إذا كان لها غرض أو أثر يؤدي إلى إعاقة المنافسة أو تقييدها، كالممارسات التي تهدف إلى القضاء على مؤسسة مثلاً، ومن صور التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية التي تمس بالمنافسة نجد رفض البيع دون مبرر شرعي، البيع المتلازم أو التمييزي، وكذا الشروط باقتناء كمية دنيا، والالتزام بإعادة البيع بسعر أدنى، وكذا قطع العلاقات التجارية لمجرد رفض المتعامل الخضوع لشروط تجارية غير مبررة⁽⁶⁾. بالإضافة إلى تلك الصور التي ذكرها المشرع على سبيل المثال لا الحصر نجد في الفقرة الأخيرة من المادة 11 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والتي جاء فيها: «كل عمل آخر من شأنه أن يقلل أو يلغي منافع المنافسة داخل السوق».

على السوق المعنية يستجيب على الخصوص للمقاييس الآتية:.... غياب حل بديل بسبب وضعية تبعية اقتصادية» مع العلم أن هذا المرسوم لم يتناول الأعمال الموصوفة بوضعية التبعية الاقتصادية بل تناول وضعية الهيمنة.

- (1)-أنظر: إلهام بوحلايس، المرجع السابق، ص 206.
- (2)-أنظر: سعدية قني، شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة النبراس للدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، الجزائر، المجلد 02، العدد 2، مارس 2017، ص 14.
- (3)-أنظر: إيمان بن وطاس، المرجع السابق، ص 90.
- (4)-أنظر: صفاء تقي عبد العيساوي، المفهوم القانوني للاستعمال غير المشروع للمركز المتحكم في السوق، دراسة مقارنة مجلة واسط للعلوم الإنسانية، الكلية العلوم، جامعة واسط، العراق، المجلد 09، العدد 32، 2014، ص 93.
- (5)-Yves Guyon, Droit des affaires, Tome I, 1ème édition, Economica, Paris, 2003, P979.
- (6)-المادة 11 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر، مع العلم أن بعض حالات التي ذكرتها هذه المادة تقترب من حالات الواردة في القانون رقم 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية لا سيما المواد 15-17-18 منه مما يعني أن هناك تكامل بين الأمر رقم 03-03 والقانون رقم 02-04 في تحديد أشكال التبعية الاقتصادية.

وبناء على ذلك يكون المشرع قد فتح المجال لإمكانية إضافة أعمال أخرى من شأنها أن تقلل أو تلغي منافع المنافسة داخل السوق، ووسع من دائرة الأعمال والتصرفات التي يمكن اعتبارها تعسفا في استغلال وضعية التبعية، كما أنه قد ترك للمجلس المنافسة السلطة التقديرية لتحديد إذا ما كانت وضعية التبعية الاقتصادية تشكل تعسفا.

(02)- المساس التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية بالمنافسة الحرة: إن توافر إحدى أعمال التي تؤدي باستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية لا يكفي للقول بوجود تعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، إلا إذا اقترنت تلك التبعية بعنصر التعسف، وأدى هذا الأخير إلى تقييد والمساس بالمنافسة.⁽¹⁾

وتطبيقا لأحكام المادة 1/11 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجد أن المشرع الجزائري يحظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية، إذا كان من غرضه أو أثره الإخلال بقواعد المنافسة في السوق التي يتم التعرف على الطابع التعسفي لهذه الممارسة بموجب الإحالة إلى السوق المعنية، وإجراء دراسة تحليلية لها من خلال قياس حصة الطرف المتبوع من المواد والخدمات المعنية في السوق لمعرفة قوته الاقتصادية.

وفي حالة ما إذا تأكد لمجلس المنافسة أن هذه الممارسة تخل بالمنافسة تحرك من أجل قمعها بكل الأساليب التي يمكن له من خلالها حظر مثل هذه الممارسات داخل السوق، وبذلك يكون المشرع قد اشترط صراحة أن يؤدي تعسف العون الاقتصادي لوضعية التبعية الاقتصادية إلى الإخلال بالمنافسة الحرة من خلال القيام بممارسات تعسفية تؤدي إلى المساس بحرية المنافسة في السوق حتى ولو لم تكن مقصودة.⁽²⁾ وللتحقق من وجود استغلال تعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية ينبغي إثباته، وعبء الإثبات يقع على الطرف الذي يدعي وقوع التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية وذلك من خلال تقديمه الأدلة الإثبات الحق الذي يدعيه، فمثلا بالنسبة للممون عليه إثبات توافر معيار غياب الحل البديل المعادل.⁽³⁾

ومن ناقلة القول يظهر لنا حرص المشرع الجزائري على حماية السوق، وكذا المستهلك ولو بطريقة غير مباشرة من الآثار السلبية ناتجة عن تلك الممارسات التجارية باعتباره المتضرر الرئيسي في مثل هذه العلاقات التعسفية، ويظهر ذلك من خلال حظره لمثل هذه الممارسات نظرا لخطورتها، فالتطورات التي شهدتها الساحة الاقتصادية دفعت بالمشرعين إلى حماية الطرف الضعيف في عقود التبعية الاقتصادية من خلال حظرها، فهذا الأخيرة ساحة خصبة لنشأة التجاوزات من الطرف القوي، مما استدعى تدخل المشرع وحظرها لتحسين التوازن العلاقة التعاقدية، ومكافحة التعسف الصادر من الطرف القوي.⁽⁴⁾

الفرع الثالث: حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفيا⁽⁵⁾

تعد ممارسة الأسعار المنخفضة مشروعة بالأصل، غير أنها قد يصاحبها التعسف وهو الشيء الذي يجعلها غير مشروعة لمساسها بالمنافسة، لذلك عمد المشرع إلى حظر كل عرض أو ممارسة أسعار منخفضة تعسفيا، وكيفها على أنها ممارسة مقيدة للمنافسة، وبالمقابل تم منع ممارسة أخرى شبيهة بالأولى ومكملة لها والمتمثلة في إعادة البيع بخسارة في القانون المحدد للقواعد المطبقة

(1)-أنظر: عبير مزعيش، المرجع السابق، ص514.

(2)-Menouer Mustapha, droit de la concurrence, Édition Berti, Alger, 2013, p125.

(3)-أنظر: محمد شريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص191.

(4)-أنظر: دليلة مختور، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي زوز، 2015-2016، ص130-131.

(5)-عرفت هذه الممارسة بعدة مصطلحات منها: "البيع بسعر أقل من السعر التكلفة الحقيقي"، "مبدأ الإغراق" في التجارة الدولية، "البيع التعسفي بأسعار منخفضة"، "عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي" وهو المصطلح الذي اعتمده عليه المشرع في حظر هذه الممارسة المحظورة قانونا.

على الممارسات التجارية، ولكن لم يكتف بها كممارسة مقيدة للمنافسة، وإنما كممارسة تجارية غير الشرعية طبقا للمادة 19 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽¹⁾.

وفي هذا السياق اعتبر الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم كل عرض أو ممارسة الأسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين من قبيل الممارسات المقيدة للمنافسة وعمل على حظرها طبقا لنص المادة 12 منه⁽²⁾ والتي تقابلها المادة 5-L420 من التقنين التجاري الفرنسي⁽³⁾. مع العلم أن معظم التشريعات المقارنة لم يحظر عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفا، ولم يعتبرها ممارسة مقيدة للمنافسة مثل القانون الأمريكي والمصري، والبحث في مفهوم البيع بأسعار منخفضة تعسفا كإحدى الممارسات المقيدة للمنافسة حتم علينا البحث عن تعريف البيع بأسعار منخفضة (أولا) وذكر أهم شروطها (ثانيا).

أولاً: تعريف ممارسة أسعار بيع بشكل تعسفي: تعتبر عملية البيع بأسعار منخفضة تعسفا من بين الظواهر الخطيرة، نظرا لما تخلفه من الآثار سلبية على السوق وعلى مبدأ حرية المنافسة فقد تلجأ المؤسسات إلى بيع بأسعار منخفضة تعسفا من أجل إزاحة المنافسين والاستيلاء على السوق فتقوم المؤسسات بعرض السلع والمنتجات لبيعها بأثمان رخيصة وزهيدة، ولتمويه العملية تقوم نفس المؤسسة بعرض سلع أخرى بأسعار معقولة بحيث تكون الأسعار زهيدة تخيل للمستهلك أنها تخدم مصالحه فيقتنيها⁽⁴⁾.

واستنادا إلى نص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة يمكن تعريف البيع بأسعار منخفضة تعسفا على أنه: «كل فعل قام به عون اقتصادي، خاصة الموزعون الكبار سواء بصفة منفردة أو جماعيا ينصب على عنصر السعر، إذ يقوم بالتعامل بأسعار تتحدى كل منافسة تجعله يتحمل هو أيضا نتائج الخسارة من خلال البيع بأقل من سعر التكلفة الحقيقي»⁽⁵⁾ كما عرف أيضا على أنه: «ممارسة مقيدة للمنافسة ترتكبها مؤسسة ضد مؤسسة أخرى من خلال عرض ممارسة الأسعار بيع منخفضة للمستهلك انخفاضا يصل إلى درجة البيع بسعر يقل عن السعر التكلفة الإجمالية، مما يخل بمبادئ المنافسة الحرة»⁽⁶⁾.

وانطلاقا من كون قانون المنافسة جاء مكرسا لمبدأ تحرير الأسعار بمعنى أن التحديد يجب أن يكون تلقائيا من قبل السوق، وبالتالي على كل مؤسسة احترام هذا التحديد، أي يمنع عليه البيع بسعر آخر منخفض لأن من شأنه أن يفقد السوق توازنه مما يمس بمصالح بقية المؤسسات واختلال مبادئ المنافسة وعدم استقرار الأسعار، وتذبذب مصالح المستهلكين كون المستهلك يصبح مسيرا لا مخيلا.

ثانياً: شروط ممارسة البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي: رعى المشرع في نص المادة 12 سالف الذكر توفر مجموعة من العناصر لا اعتبار أي بيع يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة، ويكون محلا

(1)-أنظر: حنان بلخيري، التعسف في تخفيض الأسعار، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، المجلد 04، العدد 02، 2016، ص 472.

(2)-ممارسة البيع بأسعار منخفضة لم يعرفها القانون الجزائري إلا في ظل الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، أما قبل هذا الأمر فكان الحديث عن حول البيع بالخسارة المنصوص عليه في القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار من خلال المادتين 10-28 منه، ثم في قانون المنافسة 1995 بموجب الأمر 95-06 من خلال المادة 10 منه.

(3)-L420-5 Modifié par la loi n°2018-938 du 30 Octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine durable et accessible à tous, JORF n°0253 du 1 novembre 2018.

(4)-أنظر: حسين شرواط، المرجع السابق، ص 84-85.

(5)-راجع في ذلك المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(6)-أنظر: نادية لاكلي لعور، شروط حظر وضعية الهيمنة في قانون المنافسة الجزائري، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 10، جانفي 2014، ص 361.

للمتابعة بموجب أحكام الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، وتتمثل في:

(01)- أن يكون البيع موجهًا للمستهلك: جاء في مضمون المادة 12 « يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين.... » والمقصود بالمستهلك هنا هو المستهلك النهائي لا المستهلك الوسيط، وبهذا يكون المشرع قد استبعد علاقات البيع مع باقي المؤسسات والأعوان الاقتصاديين على أساس أنه لا يشكل ذلك احتكار وخطر على المنافسة، وبالتالي الفعالية الاقتصادية، أضف إلى ذلك يعد المستهلك هدف العملية الاقتصادية، وباعتباره الجانب الأساسي في المنافسة وعامل الحسم في الصراع التنافسي.⁽¹⁾ ولكن بالمقابل فإن المشرع لم يذكر الطرف الآخر الذي تصدر منه الممارسة المقيدة للمنافسة، غير أنه من خلال استقراء المعمق لنص المادة 12 السالفة الذكر توحى أن هذه ممارسة لا بد أن تصدر من مؤسسة بالمفهوم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

وعليه في حالة عرض أو ممارسة أسعار بيع مخفضة تعسفيا موجهة إلى المؤسسات كطرف ثاني في العلاقة التعاقدية لعقد البيع لا نكون أمام ممارسة مقيدة للمنافسة، لأن العلاقة التعاقدية المقصودة بالحظر هي التي تكون بين طرفين هما البائع أي المؤسسة والتي يقصد بها كل شخص طبيعي أو معنوي أيا كان طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد، والطرف الثاني وهو المشتري المستهلك النهائي فقط لا الوسيط وذلك لكون هذا الأخير هو مهني ينشط على مستوى الإنتاج أو التوزيع، ويتعاقد خارج نشاطهما أنه يقدم على شراء السلع واستخدامها لأغراض مهنية.⁽²⁾

(02)- الخفض التعسفي لأسعار البيع: كلما ثبت وجود أسعار بيع منخفضة انخفاضاً مفرطاً كان ذلك بمثابة الدليل أو القرينة على عدم التوازن بين المؤسسات على مستوى السوق⁽³⁾ فقانون المنافسة يمنع عرض أسعار في حالة اعتبارها منخفضة فعلاً مقارنة مع سعر الإنتاج والتحويل والتسويق، فالمؤسسة بممارستها هذه الأسعار تحقق أرباح، وهذه الأخيرة تكون غير متساوية.⁽⁴⁾ فلاصل أن السعر في قانون المنافسة يحدد بصفة حرة وتتم ممارسة حرية الأسعار في ظل احترام أحكام التشريع والتنظيم المعمول به، وكذا على أساس قواعد الإنصاف والشفافية. واستناداً لأحكام المادة 12 سالفة الذكر يتضح أن المشرع الجزائري تبنى معيار سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق كهامش مرجعي، فكل الأسعار التي تعرض أو تمارس وهي أقل من سعر تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق هي ممارسة مقيدة للمنافسة.⁽⁵⁾

وقد عرف سعر التكلفة الحقيقي بأنه: «سعر الشراء بالوحدة المكتوبة على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الاقتضاء أعباء النقل»⁽⁶⁾ ومن الناحية الواقعية السعر لا يحدد

(1)-أنظر: كمال آيت منصور، البيع بأسعار منخفضة تعسفياً، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 02.

(2)-أنظر: حسناء بوشريط، دور مجلس المنافسة عند عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفياً للمستهلك مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 18، العدد 01، ديسمبر 2018، ص 211.

(3)-Françoise Dekeuwer Défossez, Droit Commercial, 7ème éditions, Montchrestien, paris, 2001 p507.

(3)-Rachid ZOUAIMIA, le Droit de la concurrence, Maison d'édition Belkeise, Alger, 2012 p120.

(5)بالرجوع إلى نص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة نجد أنها استعملت عبارة "مقارنة مع" ولم تقل "أقل" أو "أدنى" مما يدل أن الانخفاض في الأسعار عرض أو ممارسة البيع لا تعني بالضرورة أن تكون أقل من تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق، ولكن أن تكون منخفضة عما يجب أن تكون عليه لو أخذت تكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق في الحسبان، كما قد تكون أدنى منها.

(6)-راجع المادة 2/19 من قانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتضمن تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، المؤرخة في 27 جوان 2004 المعدل والمتمم.

عن إحدى الصور التالية:

1. إما يكون سعر بيع المنتجات يساوي أو يفوق سعر تكلفة الإنتاج والتحويل، والتسويق.
2. وإما أن تكون الأسعار المنخفضة انخفاضا مفرطا إلى درجة أنها تقل من تكلفة الإنتاج والتحويل والتسويق وهو أمر لا عقلاني، وهي ممارسة تلحق الضرر بالمنافسة.⁽¹⁾
- وفي الواقع يطرح اعتماد المشرع لسعر التكلفة الحقيقي بدل سعر الشراء الحقيقي إشكالية التحديد هذا السعر، فإذا كان سعر الشراء يظهر من تفحص الفواتير التي يسلمها البائع فإن سعر التكلفة لا يمكن التحقق منه إلا بالرجوع إلى هيكل الأسعار وتحديد الشيء الذي يزيد في تعقيد عملية البحث عند الإثبات لأن انجاز مثل هذه العملية ليس بالأمر الهين.
- وهذه الممارسة تجد أرض ميعادها في المراكز الكبرى للتوزيع أين تعرض بعض السلع والمنتجات بأسعار زهيدة أو تباع بخسارة، لكن في نفس الوقت تعرض سلع أخرى بأسعار معقولة وهو ما جعل هذه الممارسة يطلق عليها عبارة "جزيرة الخسائر في محيط الأرباح"⁽²⁾
- 3- أن تمس ممارسة البيع بأسعار منخفضة بالمنافسة: إن الهدف من ممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي هو إزاحة المنافسين من الطريق أو منع دخول أي منافسين جدد إلى السوق وقد تتمكن المؤسسة المرتكبة للمخالفة من تحقيق وضعية الاحتكار، وبالتالي ليس إلضرار فقط بالمتعاملين الاقتصاديين، بل إلحاق أضرار خطيرة بتركيبة السوق والمساس بمبدأ حرية المنافسة وتقييدها وعرقلتها، وشرط الإخلال بالمنافسة ليس حكرا على ممارسة البيع بسعر مخفض بشكل تعسفي بل ينطبق على كل الممارسات المقيدة للمنافسة، غير أن المشرع في هذه الممارسة نص على شكل خاص من أشكال التعسف والذي يتمثل في أن الممارسة تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة، أو عرقلة أحد منتجاتها من الدخول إلى السوق.⁽³⁾
- وطبقا للمادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم يمنع البيع بأسعار منخفضة إذا كان هدفه، أو من أثره إبعاد مؤسسة منافسة أو عرقلة منتجاتها من الدخول إلى السوق⁽⁴⁾ وهو من شأنه أن يحد ويقضي على المنافسة في السوق وتكوين أوضاع احتكارية على مستواها، ويتم تقدير الطابع التعسفي للبيع بأسعار منخفضة على ضوء تحليل السوقمن خلال تحديد السوق المعنية، وإمكانية وجود سلعة بديلة لها، وكذا تحديد البعد الجغرافي للسوق المعنية.⁽⁵⁾
- ولخطورة الضرر الذي تتعرض له المؤسسات جراء التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين، فإن المشرع الجزائري حرص على اعتبار الضرر الواقع حقيقة أو احتماليا وشيك الوقوع كشرط لحظر الممارسة طبقا لنص المادة 12 التي تنص على أنه: «.....تهدف أو يمكن أن تؤدي...»⁽⁶⁾
- هذا ولم ينص المشرع الجزائري وعلى خلاف نظيره الفرنسي على استثناءات لهذه الممارسة

(1)-أنظر: حنان بلخيري، المرجع السابق، ص478.

(2)-أنظر: نبيل نصري، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المعهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 07-08 أفريل 2008، ص162.

(3)-أنظر: دليلة مختور، حظر البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي: استثناء لحرية الأسعار، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، عدد خاص، ديسمبر 2017، ص240.

(4)-الإبعاد يكون عن طريق تحول الزبائن عن المؤسسة تجاه المؤسسة المتعسفة في الأسعار، أما عرقلة المنتجات يتحقق من خلال امتناع المؤسسة المتضررة عن عرض منتجاتها لغياب الطلب ومن ثم غياب العرض، وإما بإشباع المستهلك لرغباته من المؤسسة المتعسفة.

(5)-أنظر: سلمى كحال، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2009-2010، ص84.

(6)-أنظر: بدره لعور، حماية المنافسة من التعسف في عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة للمستهلكين وفقا للقانون الجزائري، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 10، 2018، ص371.

نظرا لخطورتها على السوق فقد ألغى حالات التي يجوز فيها ممارسة تخفيض الأسعار والتي كان ينص عليها في المادة 10 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة.

وترتيباً لما سبق فإن البيع بأسعار منخفضة يشكل خطراً على المصلحة المزروجة التي تبحث عنها المادة الأولى من قانون المنافسة، إذ تؤدي العملية إلى إزاحة المؤسسات والمنتجات المنافسة من السوق لغرض تحقيق احتكار، وهي وضعية تحدث آثاراً سلبية بمصلحة المؤسسات المنافسة والفعالية الاقتصادية على أساس انعدام المنافسة، ومن جهة المستهلك فقد يعتقد أن البيع يخدم مصلحته إذ يفضل اقتناء مواد وخدمات بأسعار منخفضة، لكن يكون ذلك صحيحاً لفترة قصيرة لأنه بمجرد وصول المؤسسة إلى احتكار السوق تفرض أسعار وفق ما يخدم مصلحتها لا سيما مشكلة رفعها، وهو ما يؤثر سلباً ليس فقط على المصلحة المادية للمستهلك بل أيضاً على مصلحته المعنوية والتي يحافظ عليها المشرع بموجب قانون الاستهلاك⁽¹⁾. هذا ولم يكتف المشرع بتكليف البيع بأسعار مخفضة تعسفياً بأنها ممارسة مقيدة للمنافسة بل أقر ببطالان كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بذلك طبقاً لنص المادة 13 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم⁽²⁾.

في الأخير نخلص إلى القول أن كل من وضعية الهيمنة والتبعية الاقتصادية وعرض أسعار بيع مخفضة للمستهلكين لا تعتبر جرائم اقتصادية إلا إذا كانت مقرونة بممارسات تعسفية كما أن التعسف في استغلال هذه الوضعيات يؤدي إلى تقييد المنافس في السوق من جهة ومن جهة أخرى لاحظنا أن هذا الأمر يشكل خطورة على المستهلك ويلحق أضرار جمة به، ومن أجل ذلك قام المشرع بحظر التعسف في هذه الممارسات.

المطلب الثالث: التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة

يتميز النظام الاقتصادي العالمي بظاهرة تركيز المؤسسات التجارية، وتحالف الشركات الكبرى لبناء وحدات اقتصادية عملاقة، مما يؤدي إلى نشوء شركات جديدة تفرض سيطرتها على الأسواق مما استدعى تدخل المشرع من أجل الحد من خطر نفوذ الشركات الاحتكارية وذلك بتقييد عمليات التركيز الاقتصادي حفاظاً على النظام العام الاقتصادي⁽³⁾.

ولمعرفة مضمون فكرة التجميعات الاقتصادية لابد من تقديم تعريف لتجميعات اقتصادية {الفرع الأول} وكذا الوقوف على شروط إدراجها ضمن الممارسات المقيدة للمنافسة {الفرع الثاني} لنخرج في الختام إلى الإجراءات القانونية المتبعة لمراقبة التجميعات الاقتصادية {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: تعريف التجميعات الاقتصادية

حظيت فكرة التجميع بإقبال فقهي واسع لتعريفها، ومن أهمها تعريف الأستاذ Jean- Bernard والذي عرفه على أنه: «يعتبر التجميع تكتل أو تجمع مؤسسة أو أكثر ضمن تشكيلة قانونية معينة بغية إحداث تغيير دائم في هيكل السوق، مع فقدان كل المؤسسات المتجمعة لاستقلاليتها تعزيزاً للقوة الاقتصادية لمجموعها»⁽⁴⁾.

كما عرف أيضاً بأنه: «ظاهرة اقتصادية يتم بنمو حجم المؤسسات من جهة، وانخفاض عدد المؤسسات التي تعمل في السوق من جهة أخرى»⁽⁵⁾. وفي ذات التوجه عرفت التجميعات الاقتصادية على أنها: «كل العمليات التي من شأنها

(1)-أنظر: كمال آيت منصور، المرجع السابق، ص 01-02.

(2)-إذ جاء النص تحت عنوان "الممارسات المقيدة للمنافسة" أضيف إلى ذلك نصت المادة 14 على أنه: «تعتبر الممارسات المنصوص عليها في المواد 6-7-10-11-12 أعلاه ممارسات مقيدة للمنافسة».

(3)-أنظر: سليمان محمد خليل قارة، الرقابة على التجميعات الاقتصادية في ظل قانون المنافسة الجزائري، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، العدد 05، أبريل 2017، ص 411.

(4)-Blaise Jean-Bernard, Droit des affaires, L.G.D.J, Delta, Paris, 1999, p452.

(5)-أنظر: لنا حسن ذكي، المرجع السابق، ص 254.

أن تؤدي إلى زيادة حجم الوحدات الاقتصادية، وتلك التي تهدف إلى تحقيق التكامل الاقتصادي بين المشروعات المشتركة في عملية التركيز، كما يمكن أن يعد من قبيل التركيز الاقتصادي نقل سلطة الرقابة والسيطرة على مجموعة من المشروعات الاقتصادية إلى واحد منها تكون له القدرة على فرض السياسة الاقتصادية على سائر المشروعات الأخرى»⁽¹⁾.

أما من الناحية القانونية فإن المشرع الجزائري لم يعطي مفهوما للتجميع، واكتفى ببيان وسائل التي يتحقق بها التجميع الاقتصادي، مع العلم أنه أخذ بمصطلح التجميع الاقتصادي بدلا من مصطلح التركيز الاقتصادي حسب قانون المنافسة⁽²⁾.

أما بخصوص موقف المشرع الفرنسي فقد تقرر مراقبة التجميعات من أجل تفادي إنشاء وضعية احتكارية وذلك بموجب المادة 04 من القانون 19 جويلية 1977⁽³⁾ إلا أنه تم تعديل أحكام التركيز في 1985 حيث بموجبه يعتبر التركيز ناتجا عن اتخاذ أي تصرف أو عملية قانونية مع نقل كامل أو جزئي للملكية أو الرقابة على الشركات أو تجمع الشركات⁽⁴⁾. وأعيد صياغتها بموجب المادة 39 من الأمر رقم 86-1243 حيث أفادت صياغة المادة أن مجال التجميعات الاقتصادية الخاضع للرقابة واسع جدا، ولم يحدد أشكاله إلا فيما بعد بموجب نص المادة 1-430 L من التقنين التجاري الفرنسي⁽⁵⁾. وآخر تعديل في مجال التجميعات كان بتاريخ 2008 بموجب القانون رقم 2008-776 المؤرخ في 4 أوت 2008 المتعلق بتطوير الاقتصاد⁽⁶⁾.

وفي مقابل ذلك نجد المشرع المصري واستنادا إلى قانون المتعلق بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية لم يوضح المقصود بالتركيز أو الاندماج، بل لم يتعرض بشكل مباشر لهذا الموضوع، وإنما تولى تعريفه جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، حيث ذكر أنه يتحقق عندما يقوم شخصين أو أكثر بإبرام عقد يترتب عليه اتحاد ذمتها مالية وهو إما أن يكون عن طريق الضم، أو المزج، ويتخذ التجمع الاقتصادي عدة صور تتمثل في:

أولاً: الاندماج: يتميز النظام الاقتصادي المعاصر بظاهرة تركيز المشروعات التجارية وتحالف الشركات الكبرى لبناء وحدات اقتصادية عملاقة، ويعد الاندماج إحدى وسائل هذا التركيز

(1)-أنظر: عدنان عبد الباقي، المرجع السابق، ص 303.

(2)-يرجع تنظيم التجميعات في التشريع الجزائري مثله مثل حظر الاتفاقات، والتعسف في الهيمنة إلى قانون الأسعار رقم 89-12 من خلال المادة 31 منه، وفي سنة 1995 قام المشرع بإلغاء الأمر رقم 89-12 بموجب الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995 ونص على التجميعات الاقتصادية في المادة 11 منه حيث اعتبر التجميع ضمن أنواع الممارسات المنافسة للمنافسة، واستكمالا لإصلاحات المنظومة القانونية وتماشيا مع إرادة التوجه نحو اقتصاد السوق ألغي الأمر 95-06 وصدر الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة حيث تناول الفصل الثالث التجميعات الاقتصادية من خلال ثمانية مواد من المادة 15 إلى المادة 22، وقد تضمن جملة من الأحكام القانونية التي تنظم التجميعات الاقتصادية، وكذا مراقبتها وإجراءاتها، وقد عرف هذا الأمر تعديلين سنتي 2008-2010، فقد عرف التعديل الأول القانون 08-12 بعض تعديلات مست التجميعات الاقتصادية من خلال تعديل المادة 19، وكذلك تنميته بالمادة 21 مكرر والذي أخرج بعض التجميعات الاقتصادية من مجال المراقبة أما القانون 05-10 لم يطرأ عليه أية تغييرات فيما يخص التجميعات الاقتصادية.

(3)-Loi n°77-806 du 19 juillet 1977 relative au contrôle de la concentration économique et à la répression des ententes illicites et des abus de position dominante, JORF du 20 juillet 1977.

(4)-Loi 85-1408 du 30 décembre 1985 portant amélioration de la concurrence, JORF du 31 décembre 1985. Abrogé par Ordonnance n°86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à liberté des prix et de la concurrence, op.cit.

(5)-L430-1 Modifié par Loi n°2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques, op.cit.

(6)-Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, JORF n°0181 du 5 août 2008.

أو التحالف، وبل يعد أهم وأشمل هذه الوسائل على الإطلاق.⁽¹⁾ ويعرف الاندماج أنه: «ضم شريكتين قائمتين من قبل إما بإدماج إحداها في الأخرى أو بتأليف شركة جديدة تندمج فيها الشركات القائمة، ويفترض الاندماج شركتين قائمتين على الأقل ولا يعد اندماجا تقديم شركة وحيدة أصولها إلى شركة تنشأ خصيصا لهذا الغرض»⁽²⁾ مع العلم أن المشرع الجزائري لم يعرف لنا الاندماج في قانون المنافسة، واكتفى بتنظيم بعض أحكامه القانونية في المواد 744 إلى 764 من القانون التجاري.⁽³⁾

وبالرجوع إلى أحكام نص المادة 15 من قانون المنافسة نجده قد قصد اندماج المؤسسات وليست الشركات، فالاندماج المعني لا يقتصر على الشركات، وإنما يشمل جميع العمليات التي تقوم بها مؤسستان أو أكثر تمارس نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات بصفة دائمة، لكن الأحكام الاندماج جاءت أكثر تفصيل في مجال الشركات عن غيرها من المجالات الأخرى ونظمت كسبب مباشر الانقضاء الشركات، وليس كشكل للتجميعات الاقتصادية.⁽⁴⁾

ويجدر التنويه إلى أن ظاهرة اندماج المؤسسات والشركات ظاهرة مشروعة، وإن إخضاعها للرقابة لا يعد قيد للمنافسة بل ضمان لها، لذا حرص المشرع الجزائري من خلال قانون المنافسة على أن تكون الرقابة على هذه العملية وفقا لشروط محددة متبوعة بالاجراءات القانونية.

واستنادا لنص المادتين 17-18 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة فإن إخضاع عمليات التجميع الناشئة عن الاندماج لا يكون إلا بتوافر الشروط التالية:

- أن تمس عملية الاندماج مبدأ حرية المنافسة
- أن ينتج عن عملية الاندماج وضعية هيمنة وسيطرة على السوق
- أن ترمي عملية الاندماج الى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات والمشتريات المنجزة في السوق.

ولما كانت عملية اندماج المؤسسات الاقتصادية عملية مشروعة، فإن إخضاعها للرقابة من طرف السلطة المختصة بذلك لا يتوقف على توافر شروط، بل يستوجب اتباع الاجراءات القانونية حددها قانون المنافسة وتمثلة في:

- الزام المؤسسات المعنية بالاندماج باخطار مجلس المنافسة بعملية الانماج للحصول على ترخيص، وبهذا يكون الترخيص المسبق لعملية التجميع أمر ضروري، وهو ما أكدته المشرع من خلال نص المادة 03/هـ من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدلة بموجب قانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة

- خول المشرع الجزائري بموجب الأمر رقم 03-03 سلطة اتخاذ قرار ترخيص بالتجميع مهما كان نوعه الى مجلس المنافسة، ولكن بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة.⁽⁵⁾
- حق طلب الترخيص بالتجميع عن طريق الاندماج يكون في شكل طلب مشترك، فضلا عن ذلك فبإمكان ممثلي المؤسسات المعنية بعد اثبات صفتهم تقديم توكيل مكتوب يبرر صفة التمثيل المخول

(1)-أنظر: أمل محمد شلبي، الحد من آليات الاحتكار ومنع الإغراق والاحتكار من الوجهة القانونية، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، مصر، 2006، ص149.

(2)-أنظر: محمود صالح قائد لأرياني، اندماج الشركات كظاهرة مستحدثة، دراسة مقارنة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2012، ص21.

(3)-راجع في ذلك المواد 744-764 من القانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يعدل ويتمم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 71، الصادرة في 30 ديسمبر 2015.

(4)-أنظر: شعبان العايب، مراقبة التجميعات الاقتصادية في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص الهيئات العمومية والحوكمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2013، ص08.

(5)-المادة 1/19 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر.

لهم⁽¹⁾، بالإضافة إلى ذلك يشترط من المؤسسات المعنية أو ممثلوها المفوضون، ذكر عنوان بالجزائر حتى يتسنى لمجلس المنافسة إرسال قرارها بخصوص التجميع.

- لا بد أن يحتوي الترخيص عن عملية التجميع عن طريق الاندماج مجموعة من الوثائق نصت عليها المواد 6-7-8 من لمرسوم التنفيذي رقم 05-219 المتعلق بالترخيص بعمليات التجميع. وبعد إيداع ملف طلب الترخيص يقوم مجلس المنافسة بالبت فيه في أجل اقضاه 03 أشهر يبدأ حسابه من تاريخ ايداع الملف طبقا للمادة 21 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

- يبت مجلس المنافسة بعد انتهاء أجل البت اما بقبول بمقرر معلق مع اشتراط التنفيذ الفعلي للتعهدات من طرف الأطراف المعنية بعملية الاندماج طبقا للمادة 62 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم. وفي حالة رفض مجلس المنافسة الترخيص لعملية الاندماج فيمكن اعادة النظر في مسالة منح الترخيص من طرف الحكومة اذا اقتضت المصلحة العامة ذلك. ويتخذ هذا الاندماج ثلاثة صور هي:

أ- الاندماج بطريقة الضم: يعتبر هذا النوع من الاندماج أكثر شيوعا في الحياة العملية ويتم الاندماج بطريق الضم باندماج شركة في شركة أخرى قائمة، بحيث تنقضي الشركة الأولى، وتبقى الثانية محتفظة بشكلها القانوني وشخصيتها الاعتبارية.⁽²⁾

ب- الاندماج بطريق المزج: وهو ما يعرف بالاندماج بالاتحاد أو بتأسيس شركة جديدة وهذه الصورة من الاندماج تتحقق عندما تمتزج شركتان قائمتان أو أكثر امتزجا يؤدي إلى زوال الشخصية المعنوية لكل منهما وانتقال أصولهما وخصومهما إلى الشركة الجديدة، ويترتب عن هذا النوع من الاندماج فناء الشركات الداخلة في الاندماج وزوال شخصيتها المعنوية، وظهور شركة جديدة بشخصية معنوية جديدة تختلف عن شخصية الشركات الداخلة في الاندماج تمثل هذه الصورة من الاندماج بمعناه الدقيق، إذ تسفر عن إنشاء شركة جديدة على أنقاض الشركات القديمة التي انصهرت بفعل الاندماج بطريق المزج.⁽³⁾

ج- الاندماج بطرق الانفصال: لقد نص المشرع الجزائري على هذه الصورة في المادة 744 من القانون التجاري، فهذه الصورة تقتضي انفصال شركة موجودة لتتجزأ ذمتها المالية إلى عدة أجزاء لتتكون على أساسها شركات جديدة، ثم تقوم هذه الأخيرة بالاندماج فيما بينها أو بينها وبين شركات أخرى موجودة سواء بطريق الضم، أو بطريق المزج.⁽⁴⁾

ثانيا: الاستحواذ: يشكل الاستحواذ وسيلة أخرى من الوسائل القانونية للتجميع الاقتصادي، فالتركز ينشأ عندما تتغير السيطرة الناتجة عن الاستحواذ بصورة مباشرة أو غير مباشرة على كل أو جزء من مشروع أو أكثر، وبصرف النظر ما إذا كانت هذه السيطرة ناتجة عن شراء الأوراق المالية أو الأصول بعقد أو بأي وسيلة أخرى.⁽⁵⁾ وتتم عملية الاستحواذ عن طريق السيطرة بحيث تحصل المنشأة على أكثر من 50% من أسهم منشأة أخرى بغرض السيطرة، وهذا الأخير يعتبر من طرق التركيز الاقتصادي.

والمشرع الجزائري عرف الاستحواذ من خلال تكلمه على المراقبة كوجه من أوجه إتمام

(1)-راجع في ذلك المادتين 5 و4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المتعلق بترخيص بعمليات التجميع السالف الذكر.

(2)-أنظر: أنيسة حمادوش، حول مدى تأثير عملية اندماج المؤسسات الاقتصادية على مبدأ حرية المنافسة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 55، العدد 04 ديسمبر 2018، ص 210.

(3)-أنظر: حسني المصري، اندماج الشركات وانقسامها، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص 48.

(4)-أنظر: سامي بن حملة، مفهوم اندماج الشركات التجارية في القانون التجاري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، المجلد 18، العدد 02، ديسمبر 2007، ص 252.

(5)-أنظر: أكرم محمد حسين، أحكام التركيز الاقتصادي للمشاريع، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد 32 العدد 02، 2017، ص 15.

عمليات التجميع الاقتصادي،⁽¹⁾ حيث أن الاستحواذ كعملية قانونية تسمح بنقل أصول المؤسسة المستهدفة أو أسهم مالكيها إلى المؤسسة المستحوذة، مما يسمح لها بحسن إدارتها بشكل مباشر أو غير مباشر بعد استكمال جملة من الإجراءات القانونية.⁽²⁾ وقصد بالمراقبة من خلال نص المادتين 2/15 والمادة 16 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم كشرط لإتمام عملية الاستحواذ وليست المراقبة ككل بمعنى الاستحواذ، ذلك أن المراقبة تنتج عن النفوذ الدائم والمستمر الذي يملكه شخص أو عدة أشخاص طبيعيين على مؤسسته أو أكثر أو عن النفوذ الذي تمتلكه مؤسسة أو عدة مؤسسات على مؤسسة أو عدة مؤسسات أخرى أو على جزء منه. ويتم ذلك إما عن طريق شراء أسهم فيها أو عن طريق شراء عناصر من أصولها، وإما بموجب عقد ناقل لملكية كل أو جزء من ممتلكاتها كعقد بيع أو عقد ناقل لحق الانتفاع بها مثل إيجار التسيير أو عن طريق أية وسيلة أخرى تكتسب بها المؤسسة نفوذاً أكيد على المؤسسة تسمح بالتدخل في سيرها والتأثير عليها من حيث تشكيلاتها أو مداولاتها أو قراراتها.⁽³⁾

إن المراقبة التي تمارسها المشروعات الضخمة على المشروعات الأصغر منها والنفوذ الأكيد عليها يمكن أن يعزز وضعية هيمنة هذه المؤسسات على السوق، مما قد ينتج عنه مساس بقواعد المنافسة، الأمر الذي دفع بالمشروع إلى اعتبار هذه المراقبة وهذا النفوذ نوعاً من أنواع التجميع الاقتصادي، وبالتالي خضوعها لرقابة مجلس المنافسة.⁽⁴⁾

ثالثاً: إنشاء المؤسسات المشتركة: بغية تحقيق أهداف المشتركة من تجميع للقوة وتقسيم للمخاطر وتقليل من الأعباء يلجأ إلى إنشاء ما يسمى بالمؤسسة المشتركة كأسلوب للتجميع من طرف المؤسسات المنشئة التي تفضل المحافظة على استقلالها الاقتصادي والقانوني، والتي يمكن تعريفها على أنها: «اجتماع مشروعين أو أكثر من المشاريع المستقلة، وتوحيد جهودهما معا لتحقيق غرض معين لا يمكن لأي منهما أن يحققه بذاته»⁽⁵⁾

والمشروع الجزائري لم يعرف لنا المؤسسة المشتركة، وإنما اكتفى بالنص عليها باعتبارها إحدى الصور والأشكال التي يتحقق من خلالها التجميع الاقتصادي.⁽⁶⁾ وتعتبر هذه الأخيرة كوسيلة لتحقيق التجميع إذا توافرت فيها شرط تمتع هذه المؤسسة المشتركة باستقلالية تامة عن مؤسسيها يؤهلها إلى القيام بجميع الوظائف التي يمكن أن تقوم بها أية مؤسسة اقتصادية مستقلة، وأن يكون ذلك بصفة دائمة غير عرضية ولا مؤقتة، وشرط آخر يتمثل في أن لا يؤدي الطابع المشترك الذي تتميز به المؤسسة إلى توحيد في سلوكات الشركاء سواء كان ذلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

وإن توافر هذين الشرطين يؤدي حتماً إلى اعتبار المؤسسة المشتركة من قبيل التجميع الذي يعتبر ممارسة قائمة بذاتها تختلف عن الاتفاقات غير المشروعة في كونهذه الأخيرة تنتج عن إرادات تحتفظ باستقلاليتها التامة عند الاتفاق على انتهاج سلوك موحد أو الوصول إلى نتيجة

(1)-مصطلح المراقبة الوارد في المادة 2/15 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة تختلف عن المراقبة في المادة 17 فالأولى تتعلق بمراقبة مؤسسة لمؤسسة، أما الثانية فنقصد بها مراقبة مجلس المنافسة على امتلاك مؤسسة مراقبة مؤسسة أخرى باعتبار ذلك أحد صور التجميعات. وقد أطلق على مصطلح المراقبة كآلية من آليات التجميعات الاقتصادية عدة مصطلحات منها: التجمع عن طريق التأثير الملموس، أو النفوذ الأكيد، وأطلق عليها المشاركة، الاستحواذ وغيرها من المصطلحات.

(2)-أنظر: مائة بن مبارك، المفهوم القانوني للتركيز الاقتصادي حسب التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة عباس لغرور خنشلة، المجلد 05، العدد 02، جانفي 2018، ص 360.

(3)-إيمان بن وطاس، المرجع السابق، ص 118-119.

(4)-أنظر: لموي رافع، المرجع السابق، ص 357.

(5)-أنظر: أكرم محمد حسين، المرجع السابق، ص 16.

(6)-المادة 3/15 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر.

مشتركة، في حين يؤدي التجميع الاقتصادي إلى زوال هذه الإيرادات التي تصبح تشكل إرادة واحدة.⁽¹⁾

الفرع الثاني: شروط مراقبة التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة

يعتبر التجميع مشروعاً إلا أنه يخضع لمراقبة مجلس المنافسة في حالة المساس بالمنافسة تطبيقاً لأحكام المادة 17 من قانون المنافسة الجزائري والتي تقابلها المادة 1-6-430 من القانون التجاري الفرنسي وذلك وفق شروط حددتها المادة 18 من نفس القانون، ومتمثلة في تكوين وتعزيز وضعية الهيمنة في السوق (أولاً) ومساس التجميع بالمنافسة (ثانياً).

أولاً: تكوين وتعزيز وضعية الهيمنة في السوق: إن التجميعات الاقتصادية لما تقلص عدد المتعاملين الاقتصاديين فهي بذلك تقلص أيضاً من المنافسة الحرة، مما يؤثر سلباً على كل من الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين على حد سواء، كما تسهل التجميعات قيام الممارسات المنافية للمنافسة، ولكن إذا تجاوزت حداً معيناً تنص عليه قوانين المنافسة في كل دولة.⁽²⁾

وللقول بإمكانية تعزيز وضعية الهيمنة عن طريق عملية التجميع الاقتصادي يفترض أن المؤسسات المعنية تتمتع بدرجة من القوة الاقتصادية في السوق، وأن تعزز هذه الأخيرة بفعل التجميع الاقتصادي في السوق،⁽³⁾ ولمعرفة ما إذا كان تجميع اقتصادي من شأنه المساس بالمنافسة الحرة وتعزيز وضع احتكاري فيه والسيطرة على السوق وبالتالي خضوعه للمراقبة، فقد ألزمت المادة 18 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم أن يتجاوز هذا التجميع حداً قانونياً معيناً يعكس استحواذه على قوة اقتصادية تؤهله لاجتياح السوق، وبالتالي الهيمنة والسيطرة عليه واحتكاره.

والمشرع الجزائري استند في تحديد العتبة القانونية إلى معيار واحد هو معيار الكمي والذي بموجبه كلما حققت التجميعات الاقتصادية حداً يفوق ويتجاوز نسبة 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في السوق يترتب خضوعها لمراقبة مجلس المنافسة، ويتم تقدير النسبة بالنظر إلى المبيعات أي العرض، وبالنظر كذلك إلى المشتريات أي الطلب، ولعل الهدف من ذلك هو إدخال كل قطاعات النشاط الاقتصادي من إنتاج وتوزيع وخدمات واستيراد في مجال المراقبة.⁽⁴⁾

وعلى خلاف ذلك ألغى المشرع الفرنسي وبموجب القانون رقم 2001-420 المعيار الكمي للسوق، وخفض نسبة رقم الأعمال المعمول به سابقاً،⁽⁵⁾ وتم تأكيد هذا المعيار بموجب الأمر رقم 2004-274 ولعل الهدف من الإصدار هذا الأمر هو التخفيض من عدد عمليات التجميعات الاقتصادية وتبسيط إجراءاتها وتسهيلها.⁽⁶⁾ فضلاً عن ذلك أبقى المشرع الفرنسي سنة 2008 بموجب قانون (LME) وأيضاً تعديله الأخير 2015 التي جاءت بموجب القانون 2008-776 والقانون 2015-990 على معيار رقم الأعمال.

(1)-أنظر: إلهام بوحلايس، المرجع السابق، ص 36.

(2)-Wilfrid Jeandidier, op.cit, p425.

(3)-أنظر: نوال متيش، الرقابة في مجال المنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، 2013-2014، ص 49.

(4)-أنظر: سليمان محمد خليل قارة، المرجع السابق، ص 424.

(5)-اعتمد المشرع الفرنسي بموجب المادة 39 من الأمر رقم 86-1243 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة على معيار كمي وحدد العتبة القانونية (25% من المبيعات أو المشتريات أو أي عملية أخرى في السوق الوطني للسلع والمنتجات أو الخدمات) غير أنه وبموجب تعديل الجديد لسنة 2001 ألغى معيار النسبة المئوية، وأبقى على رقم الأعمال فقط طبقاً لنص المادة 2-430 L.

Loi n°2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économiques, op.cit.

(6)-Ordonnance n°2004-274 du 25 mars 2004 portant simplification du droit et des formalités pour les entreprises, JORF n°74 du 27 mars 2004.

وفي مقابل ذلك لم يضع المشرع المصري معيارا واضحا ودقيقا في شأن الرقابة على عمليات الاندماج ووسائل التركيز الأخرى، حيث اكتفى بوضع معيار العام ألا تؤدي ممارسة نشاط الاقتصادي إلى منع المنافسة وتقييدها أو الإضرار بها.⁽¹⁾

وترتبطا على ما سبق فإن المشرع الجزائري لا يزال يحتفظ بالمعيار الكمي رغم تعديله لقانون المنافسة في العديد من المرات خاصة التعديل الأخير لسنة 2010، ومن الأفضل لو أنه ساير المشرع الفرنسي، ونص على معيار الرقم الأعمال باعتباره معيار أكثر دقة ويسهل عملية المراقبة.

ثانيا: مساس التجميع بالمنافسة: نص المشرع الجزائري على شرط المساس بالمنافسة ضمن نص المادة 17 من قانون المنافسة والتي استلزمت إخضاع عمليات الاندماج لنطاق الرقابة متى شكلت هذه الأخيرة مساسا وتعديا على المنافسة في السوق، ويشكل الاندماج مساسا أو تعديا على المنافسة متى أدى إلى التقليل من عدد المنافسين، والذي يترتب عليه تشكيل وضعية هيمنة طالما أن أطراف العملية تتحول من حالة منافسة إلى حالة تركيز.⁽²⁾

وطبقا لنص المادة 18 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم التي تنص على أنه: «كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة.....» نجد أن المشرع الجزائري أخذ مبدأ الاحتمالية في مساس التجميع بالمنافسة من عدمه، وتحديد ذلك يتم من خلال الاستناد إلى هيكل السوق الذي يمارس فيه المؤسسات المجتمعة نشاطيا، وكذلك من خلال حجم المنافسين ومدى سيولة دخول السوق من عدمه وحجم التجميع، كما أن المشرع ربط المساس بالمنافسة بتعزيز وضعية الهيمنة في السوق باعتبارها إحدى الصور الأكثر خطورة وتهديدا للمنافسة التي تستوجب الرقابة على التجميع الاقتصادي.⁽³⁾

وتفسيرا لذلك احتاط المشرع الجزائري باستخدام عبارة "المساس بالمنافسة" والتي تحمل مفهوم موسع يستوعب حالات جديدة لا يمكن حصرها نظرا لكونها قابلة للتجديد، وذكر حالة "تعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما" والتي تعتبر الحالة النموذجية للمساس بالمنافسة، وقدم قرينة لتحقيق الوضع المهيمن وذلك باعتماد نظام العتبات، حيث تطبق أحكام الرقابة التجميعات الاقتصادية كلما كان التجميع يرمي إلى تحقيق حد يفوق 40% من المبيعات أو المشتريات المنجزة في سوق المعنية، مع العلم أن بلوغ الحد 40% للقول بوجود تجميع اقتصادي هو قرينة قانونية بسيطة يمكن إثبات عكسها، وذلك يمكن مجلس المنافسة أن يرخص التجميع رغم بلوغه هذه العتبة.⁽⁴⁾

الفرع الثالث: الإجراءات القانونية المتبعة لمراقبة التجميعات الاقتصادية

إذا توافرت شروط التجميع الاقتصادي السالفة الذكر استوجب خضوعه للمراقبة التي يمارسها مجلس المنافسة والانطلاق عملية المراقبة إجراءات خاصة حددها قانون المنافسة، كما ترتبت على هذه العملية آثار معينة.

أولا: طلب الترخيص لعملية التجميع: تجسيدا للطابع القبلي على التجميع ألزم المشرع الجزائري أصحاب عملية التجميع بتقديم الإشعار أو الإخطار مسبقا بالعملية لدى مجلس المنافسة⁽⁵⁾ باعتباره الجهة المختصة بمسالك طلب الترخيص طبقا لأحكام المادتين 17-18 من الأمر 03-03

(1)-أنظر: أمل محمد شلبي، المرجع السابق، ص 172.

(2)-أنظر: سامي بن حملة، الرقابة على عمليات الاندماج في قانون المنافسة، مجلة الحقيقة، جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد 11، العدد 23، 2012، ص 64-65.

(3)-أنظر: نجاة بن جوال، النظام القانوني للتجميعات الاقتصادية في ظل قانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف، مسيلة 2014-2015، ص 62-63.

(4)-أنظر: لعجال مدني، أحكام الرقابة على التجميعات الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة دراسات، جامعة عمار ثلجي الأغواط، العدد 42، ماي 2016، ص 278.

(1)-المادة 08 من القانون رقم 08-12 تتم أحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بالمادة 21 مكرر.

المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، مكرسا بذلك الإخطار الإلزامي قبل تأسيس العملية المعنية وبهذا فإن إجراءات المراقبة تنطلق بموجب تقديم طلب ترخيص بعملية التجميع إلى مجلس المنافسة خلال آجال قانونية تقدر بـ3 أشهر وهو ما أكدت عليه المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المتعلق بكيفية الترخيص لعمليات التجميع.⁽¹⁾

وخلافا للموقف المشرع الجزائري أكد القانون المصري بموجب المادة 44 من اللائحة التنفيذية لقانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية على ضرورة الإخطار بالتجميع بعد نفاذه في السوق، لكن التجربة أثبتت فشل النظام إذ تراجعت عنه غالبية التشريعات منها التشريع الفرنسي خاصة بعد التعديل الذي أتى به في 2001 عدل عن الطابع الاختياري للإخطار طبقا لأحكام المادة 3-L430 من القانون التجاري الفرنسي.⁽²⁾

وليصح هذا الطلب تدخل المشرع الجزائري بموجب المادة 22 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم على تحديد شروط طلب الترخيص بعمليات التجميع وكيفياته بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المتعلق بالترخيص بعمليات التجميع، إذ لا بد من توافره على مجموعة من الشروط تتعلق الأشخاص المخول لهم صلاحية طلب الترخيص، وشروط شكلية تتعلق بالملف طلب الترخيص.⁽³⁾

وباستيفاء الإخطار شروطه فإن مجلس المنافسة يصرح بقبوله، وكنتيجة لذلك يقوم بإجراء التحري والتحقيق لتأكد من صحة وقوع الوقائع ممارسات مقيدة للمنافسة،⁽⁴⁾ ذلك أنه بعد رفع ملف الإخطار إلى مجلس المنافسة يقوم هذا الأخير بدراسة وبحث عملية التجميع من خلال تعيين مقرر لذلك الذي يقوم بأعمال التحقيق والاستماع لأطراف العملية والأطراف المعنية، ويمكن لهذا المقرر في إطار التحقيقات التي يقوم بها أن يطلب من المؤسسات المعنية أو من ممثليها المفوضين بالإضافة إلى ملف طلب الترخيص تقديم معلومات و/أو مستندات يراها ضرورية، ومن جهتها يمكن لهذه المؤسسات أو ممثليها أن يطلبوا بأن تكون بعض المعلومات أو بعض المستندات المقدمة محمية بسرية الأعمال، وترسل أو تودع المعلومات والمستندات المعنية بصفة منفصلة وتحمل فوق كل صفحة منها عبارة "سرية الأعمال".⁽⁵⁾

وبعد اختتام التحقيقات التي يقوم بها المقرر، وبعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالقطاع المعني يبت مجلس المنافسة في طلب الترخيص بمقرر معلل يتضمن الترخيص بالتجميع أو رفض، وهذا في أجل ثلاثة أشهر طبقا لأحكام المادة 17 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم من تاريخ تقديم الطلب إليه من قبل المؤسسات المعنية أو ممثليها.

ثانيا: الأثر الموقوف لطلب الترخيص لعمليات التجميع الاقتصادي: إن طلب الترخيص بعمليات التجميع الاقتصادي باستيفائه لكل الشروط القانونية المطلوبة يكون له أثر موقوف.⁽⁶⁾

بالنسبة لعملية التي تمت أو بالنسبة لمشاريع التجميع، فتحققها على أرض الواقع معلق على

(1)-المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المؤرخ في 22 جوان 2005 المتعلق بالترخيص بعمليات التجميع، الجريدة الرسمية العدد 43، الصادرة في 22 جوان 2005.

(2)-L430-3 Modifié par art 96 Loi n°2008-776 de modernisation de L'économie, Op.cit.

(3)-لمزيد من المعلومات حول الشروط المتعلقة بمقدمي الطلب وملفاتهم راجع المواد 4-5-6 من المرسوم رقم 05-219 السالف الذكر، والملحقين 2-3، والمادة 17 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(4)-أنظر: سمير خمائلة، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع تحولات الدولة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013-2014، ص 65.

(5)-راجع المادتين 8-9 من المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المتعلق بالترخيص بعمليات التجميع السالف الذكر.

(6)-ويقصد بالأثر الموقوف أنه لا يمكن السير في عمليات التجميع الاقتصادي حتى يصدر قرار بشأنه من طرف مجلس المنافسة إما بقبول الترخيص به، وإما برفض الترخيص به، كما لا يمكن لأصحابه اتخاذ أي تدبير يجعل التجميع الاقتصادي لا رجعة فيه، هذا ما نصت عليه المادة 20 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

موافقة مجلس المنافسة باعتباره السلطة المخولة للبت في ذلك، وللأثر الموقف هدف وقائي حيث أنه يحمي المنافسة من أي عمليات التجميع قد يكون لها أثر سلبي على الاقتصاد خاصة وأن بعض الآثار لا يمكن معالجتها من خلال الأمر بإيقاف عملية التجميع.⁽¹⁾

ثالثاً: قرار المجلس المنافسة حول التجميعات: عند إحالة مشروع التجميع على المجلس عليه أن يحلله من الجانب الاقتصادي لتحديد ما ينجر عنه من آثار على المنافسة فيصدر قرار يتضمن إما الترخيص بالتجميع، أو رفضه.

01- قبول التجميع: بعد إجراء عملية المراقبة وتأكد مجلس المنافسة أن التجميع لا يقيد المنافسة يصدر قراراً معللاً بقبول التجميع بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالقطاع المعني.⁽²⁾ وللاشارة فإن رأي هذا الأخير ليس ملزماً بل رأي استشاري يمكن لمجلس المنافسة مخالفته وهكذا يلجأ الأطراف إلى إجراء عملية الترخيص المرخص بها، كما يمكن لمجلس المنافسة قبول التجميع الاقتصادي كلياً دون أية شروط، كما يمكنه أن يرخص بالتجميع الاقتصادي بمقرر معلل وفق شروط من شأنها تخفيض آثار التجميع على المنافسة، يفرض هذه الشروط مجلس المنافسة أو تتعهد بها المؤسسات المعنية بالتجميع تلقائياً عند تقديم طلب التجميع طبقاً للمادة 2/19 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم. وفي حالة عدم احترام هذه الشروط يتم تسليط عقوبات مالية ضد المؤسسات المعنية بالتجميع طبقاً لأحكام المادة 62 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

وتجدر الإشارة إلى أن إصدار مجلس المنافسة لقراره المعلل بشأن قبوله الترخيص بعمليات التجميعات الاقتصادية يؤدي إلى سقوط الأثر موقف لطلب الترخيص المنصوص عليه في المادة 20 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، غير أنه هذه المادة تثير إشكالية حول مصير التجميعات الاقتصادية التي يسكت مجلس المنافسة عن البت فيها بعد مرور المادة المحددة قانوناً، فهل يفسر سكوت قبولاً ضمنياً للتجميع الاقتصادي أو رفضاً له؟ ذلك أنه وبالرجوع إلى نصوص القانونية المتعلقة بالمنظمة بالمنافسة نجد أن المشرع الجزائري لم يتفطن لهذا الثغرة القانونية مقارنة مع التشريعات المقارنة التي عالجت هذه الوضعية، واعتبرت سكوت مجلس المنافسة عن إصدار قرار بشأن عملية التجميعات الاقتصادية خلال المدة المحددة قانوناً يعتبر قبولاً ضمنياً للتجميع الاقتصادي، وهو ما كرسته المادة 5-430 L من القانون التجاري الفرنسي.

02- رفض التجميع: إذا تأكد مجلس المنافسة أن التجميع يمكن أن يقيد المنافسة وتتجر عنه آثار سلبية خطيرة ومؤثرة على المنافسة، كان له الحق في رفض هذا التجميع، وذلك بقرار معلل بعد أخذ رأي الوزير المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالقطاع المعني، وبالرغم من معارضة مجلس المنافسة إلا أنه يمكن للحكومة الترخيص به وهذا إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك أو بناءً على أحد الأطراف المعنية، ويتم هذا بناءً على تقرير الوزير المكلف بالتجارة والوزير الذي يتبعه القطاع المعني بالتجميع.⁽³⁾

وبغرض تشجيع الإنتاج الوطني وترقيته يرخّص المشرع أيضاً بالتجميعات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي، وهو استثناء التي نصت عليه المادة 21 مكرر المستحدثة بموجب القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة، غير أن ما يعاب في نظرنا على المشرع كونه قد سمح للحكومة بالتدخل في صلاحيات مجلس المنافسة مادام أن هذا الأخير بإمكانه أن يرخّص بالتجميعات التي

(1)-أنظر: عبد اللطيف والي، عبد الرزاق رحموني، الرقابة على التجميعات الاقتصادية كآلية لحماية المنافسة، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي تندوف، المجلد 02، العدد 03، مارس 2018 ص 138-139.

(2)-المادة 07 من القانون رقم 08-12 تعدل أحكام المادة 1/19 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر.

(3)-المادة 21 الأمر نفسه.

من شأنها أن تنفع المصلحة العامة بناء على التحقيقات التي يقوم بها من جهة ومن جهة أخرى فإن ترخيص الحكومة بناء على طلب من الأطراف المعنية بالتجميع محل الرفض من قبل المجلس ومن دون أن تقتضي المصلحة العامة ذلك يعد طعنا في مصداقية قرارات المجلس مما يضعف من هيئته ومكانته.

كما يؤخذ على المشرع الجزائري سكوت عن تنظيمه للتمركزات الأجنبية التي يكون لها أثر كبير على السوق الوطنية،⁽¹⁾ وباستقراء المادة 19 من ذات الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجده أيضا قد تم تكريس إمكانية الطعن في قرار رفض التجميع أمام مجلس الدولة. ولا بد من التأكيد على أن معالجة التجميع أنه سلاح ذو حدي تارة تكون في صالح المستهلك وتارة أخرى مضرة له فمن أجل التقليل من الآثار السلبية للتجميعات الاقتصادية قام المشرع بتقرير الرقابة على التجميعات الاقتصادية التي تمس بالمنافسة لاسيما بتعزيز وضعية الهيمنة في السوق ودليل ذلك تجاوزها للعتبة التي حددها المشرع 40% من حصة السوق وتقرير هذه المراقبة من شأنه أن يخفف من وطأة التعسف الذي يمكن أن تمارسه التجميعات المهيمنة.

وترتيباً لما سبق نجد أن المشرع الجزائري وسع ضمن الأحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم مجال الممارسات المقيدة للمنافسة، حيث استحدث نصاً خاصاً يجرم كافة الممارسات الاستثنائية المقيدة للمنافسة بشكل مستقل عن بقية الممارسات السالفة الذكر، وذلك ضمن الأحكام المادة 10 من الأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.⁽²⁾

وتتشكل هذه الأخيرة من مجموعة الممارسات التمييزية الانتقائية التي تبرم بشأنها اتفاقات ترمي أساساً إلى إخراج المنافسين الفعليين والمحتملين في السوق، وهي عديدة لا يمكن الإلمام بها كلها وقد أحسن المشرع الجزائري عندما أفرد لها نص خاص بخلاف المشرع الفرنسي الذي لم يشر لهذه الممارسة واعتبرها كنموذج عن الاتفاقات المحظورة.

وإن البحث عن مدلول العمل/أو العقد الاستثنائي يستلزم التطرق إلى تبيان تعريف العمل و/أو العقد الاستثنائي (أولاً) مع ذكر أهم الشروط التي يتوجب توافرها لحظر هذه الممارسة (ثانياً).
أولاً: مفهوم العمل و/أو العقد الاستثنائي: بالرغم أن المشرع الجزائري أفرد نص خاص لهذا النوع من الممارسات، غير أنه لم يتطرق إلى بيان مفهومها أو على أقل معنى مصطلح "الإستثنائ" والذي يراد به لـ غـ: الإنفراد والاستحواذ وهو مأخوذ من فعل "إستأثر، يُستأثر، إستثنأ" فهو مُستأثر فيقال إستأثر بالشيء، أي خص به نفسه أو انفرد به.⁽³⁾

أما اصطلاحاً فبالرجوع إلى مضمون المادة 10 السالفة الذكر نستخلص أن كلمة الاستثنائ يقصد بها: «قدرة المؤسسة على الإنفراد بممارسة نشاط اقتصادي معين في السوق أو ممارسته بصفة حصرية دون منافسة من الغير، مما يؤدي إلى تقييد المنافسة»

أما العقود فهي تعتبر أهم مصدر من مصادر المنشئة للالتزام، حيث تناولها القانون المدني من المواد 54-123 ونص على تعريف العقد في مادته رقم 54 المعدلة بموجب القانون رقم 10-05 على أن العقد: "اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما"

وانطلاقاً مما سبق يمكن تعريف للعقود والأعمال الاستثنائية بالجمع بين تعريف العقود

(1)-أنظر: حسين شرواط، المرجع السابق، ص 82.

(2)-لقد تم تعديل أحكام المادة 10 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بموجب المادة 06 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة، حيث وسع المشرع من مجال هذه الممارسة، ولم تعد تقتصر على عقد شراء التوزيع فقط، بل أصبح يدخل ضمنها: كل عمل أو عقد مهما كانت طبيعته، وموضوعه يسمح لمؤسسة باستثنائ ممارسة الأنشطة التجارية (الإنتاج التوزيع-الاستيراد) كما حدد صفة الطرف الذي يباشر الاستثنائ "المؤسسة".

(3)-أنظر: مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004، ص 05.

ومصطلح الاستئثار بأنها: «تلك الاتفاقات التي بموجبه يضع المنتج أو الصانع أو المستورد قيودا على الموزع أو هذا الأخير على التاجر (سواء كان تاجر بالجملة والتجزئة) مضمون هذا القيد هو الاقتصار في التعامل مع بعضهم بعض في السلع وفي منطقة جغرافية محدودة، من خلال فترة ومنية محددة، دون أن يكون أحدهم تابعا أو نائبا عن الآخر»⁽¹⁾. بينما عرفت عقود التوزيع الاستثنائية على أنها: «عقود تبرم بين المنتج أو الصانع والمستورد من جهة والموزع من جهة أخرى محله إعادة بيع أو توزيع سلع وخدمات معينة بصفة حصرية لعملاء معينين، وداخل منطقة جغرافية محددة، وخلال مدة زمنية معينة»⁽²⁾.

ثانيا: شروط حظر العمل/أو العقد لاستثنائي: تصبح ممارسة عقود الاستئثار محظورة في حالة توافرها على ثلاثة شروط هي:

(01)-وجود عقود استثنائية: حتى تتحقق الممارسة المحظورة يجب أن تبرم المؤسسات عقودا استثنائية فيما بينها بشروطها وأركانها، والمشرع الجزائري من خلال نص المادة 06 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة قد وسع من نطاق الحظر ليشمل كل الأعمال والعقود بغض النظر عن طبيعتها أو موضوعها، بخلاف نص السابق قبل التعديل الذي كان يحظر عقود الشراء فقط دون سائر العقود، وفي مجال واحد هو نشاط التوزيع.⁽³⁾

وقد عرفت عقود الاستئثار أو الحصر على أنها: «تعد العقود والأعمال الاستثنائية ممارسات مقيدة للمنافسة، تسمح لمؤسسة ما بالاستئثار في مجال الإنتاج التوزيع الخدمات أو الاستيراد». مع العلم أن التعديل الجديد الذي جاء به القانون 08-12 المتعلق بالمنافسة لم يوضح لنا المقصود بالعمل أو العقد، وترك ذلك لحكم القواعد العامة في القانون المدني.⁽⁴⁾

(02)-استئثار المؤسسة بممارسة النشاطات: يعد عنصر الاستئثار نواة والركيزة الأساسية لهذه الممارسة بحيث تسعى المؤسسات إلى الانفراد والاستحواذ، واحتكار ممارسة الأنشطة المحددة والداخلية في مجال تطبيق الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وقد حصرت المادة 02 من القانون 05-10 المتعلق بالمنافسة مجال استئثار المؤسسة في نشاطات معينة.⁽⁵⁾ أما الطرف الذي يصدر منه الاستئثار فيتمثل في المؤسسة والتي عرفت المادة 03 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(03)-تقييد المنافسة والمساس بها: لا يعتبر إبرام العقود الاستثنائية بين المؤسسات في مجال نشاطات تدخل في ميدان تطبيق الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم ممارسات محظورة

(1)-أنظر: معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 111.

(2)-أنظر: فضيلة سويلم، عقود التوزيع الاستثنائية المقيدة للمنافسة، مجلة الدراسات الحقوقية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المجلد 04، العدد 02، جوان 2017، ص 147-148.

(3)-المادة 10 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والتي جاء فيها: «يعتبر عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها كل عقد شراء استئثار يسمح لصاحبه باحتكار التوزيع في السوق» .

(4)-تم تنظيم العقد في القانون المدني الجزائري بموجب المواد 54 إلى 123، وعرف العقد بموجب المادة 54 من رقم 05-10 من القانون المدني على أنه: «اتفاق يلتزم بموجبه شخص أو عدة أشخاص آخرين بمنح أو فعل أو عدم فعل شيء ما «بينما عرف العمل القانوني على أنه تصرف قانوني تتجه فيه الإرادة إلى إحداث أثر قانوني معين، بحيث لا يؤثر فيه توافق إرادتين على إحداث أثر قانوني، فهو تصرف قانوني صادر من جانب واحد. لتفصيل أكثر راجع: محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للتزامات، مصادر الالتزام، الجزء الأول، الطبعة الأولى، دار الهدى، الجزائر، 1991، ص 39.

(5)-عرفت المادة 02 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة فيما يخص مجال تطبيق قانون المنافسة من حيث النشاط الاقتصادي تعديليين الأول بموجب المادة 02 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر، والثاني بموجب المادة 02 من القانون رقم 05-10 المتعلق بالمنافسة، حيث تم توسيع من نطاق تطبيق قانون المنافسة ليشمل كل الأشخاص الطبيعية أو المعنوية التي تقوم بممارسة أنشطة اقتصادية ولو كانت الدولة نفسها، كما شمل كل عمليات الإنتاج بما فيها نشاطات الفلاحية وتربية المواشي، نشاطات التوزيع، ونشاطات الخدمات والصناعة التقليدية، والصيد البحري وعمليات الاستيراد والصفقات العمومية.

إلا إذا قيدت وعرقلت وأخلت بالمنافسة في الأسواق المعنية، وتقييد المنافسة يتحقق من خلال "عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها" وقد يتمثل المساس بالمنافسة أو عرقلتها في تحديد أسعار المنتجات أو السلع، مما يؤدي إلى منع المؤسسات المنافسة من دخول الأسواق أو انسحابهم منها لعدم قدرتهم على الصمود في مواجهة هذا الاستئثار الأمر الذي يسبب ضرر للمستهلكين.⁽¹⁾

بالنظر إلى ما سبق يتضح لنا أن تكييف المشرع الجزائي الممارسات الاستثنائية على أنها ممارسات محظورة رجع بصفة أصيلة مساسها بميكانيزمات السوق الجزائية والتي لا زال إلى حد يومنا الحالي فتيا وهشا، فباستخدام هذا الشرط ستكون النتائج وخيمة على المؤسسات الاقتصادية التي تفتقد إلى المقومات الصحيحة للصمود أمام متطلبات هذا الشرط، والتي سيتحملها في النهاية المستهلك.⁽²⁾

المطلب الرابع: تدخل الدولة في تحديد الأسعار كقيد على مبدأ حرية المنافسة

إن الأهمية البالغة للسعر في السوق تجعله أداة لارتكاب عدة مخالفات لقواعد المنافسة والتي تهدف إلى تعطيل عمل قواعد المنافسة، لذلك كان من الضروري تدخل الدولة بوضع قواعد من شأنها المحافظة على المنافسة بمنعها لارتكاب مثل هذه المخالفات، وفرض جزاءات على كل من يرتكبها.⁽³⁾

وإن اتجاه الدولة نحو تبني نظام الاقتصاد الحر، وفتح المجال أمام المتعاملين الخواص جعل من المنافسة الحرة أحسن وسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية والتي يعتبر مبدأ تحرير الأسعار أهم مظهر من مظاهرها، وإن كان هذا المبدأ ليس مطلق وإنما ترد عليه مجموعة من القيود القانونية حماية للقدرة الشرائية للمستهلكين فيما يخص السلع والخدمات الضرورية والإستراتيجية من جهة ومواجهة الارتفاع المفرط في الأسعار من جهة أخرى.⁽⁴⁾ ولما كان تحديد الأسعار يخضع لقوانين المنافسة والسوق كأصل عام، إلا أنه ومع ذلك فإن المشرع الجزائي لم يترك الأمر على إطلاقه حيث سبق ونظم الأسعار من خلال القانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار المكرّس لمبدأ حرية الأسعار⁽⁵⁾ والذي ألغى بموجبه المادة 97 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة حيث تم الانتقال من نظام الأسعار المقننة أو الإدارية إلى نظام حرية الأسعار بتحريرها من كافة القيود، ثم أكد عليها من جديد بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.⁽⁶⁾

وعليه سيتم التطرق من خلال المطلب إلى تحديد مفهوم التسعير {الفرع الأول} باعتباره يشكل استثناء على حرية التجارة، لنعرج بعد ذلك إلى حالات وشروط تدخل الدولة في ضبط الأسعار {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم معالجة آليات التي اتخذتها الدولة في عملية تحديد الأسعار {الفرع الثالث}.

(1)-أنظر: حساني ساسي، إبراهيم ملاوي، شروط حظر العقود الاستثنائية المقيدة للمنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد 09، جوان 2018، ص 126.

(2)-أنظر: وسيلة برحو، الممارسات الاستثنائية في ظل قانون المنافسة الجزائري، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، جوان 2018، ص 125.

(3)-أنظر: فرحات عباس، عمران هباش، عبد الباسط مداح، الممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الأسعار على ضوء النصوص المتعلقة بالمنافسة، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 05، العدد 01، جوان 2017، ص 01.

(4)-أنظر: عدة عليان، الموازنة بين مبدأ تحرير الأسعار ومقتضيات الضبط، دراسة في التشريع الجزائري، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني السابع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد قانون المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015، ص 02-06.

(5)-المادة 03 من قانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار السالف الذكر الملغى بموجب الأمر رقم 95/06 المتعلق بالمنافسة الملغى بدوره بقانون رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة لمعدل والمتمم.

(6)-المادة 04 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والتي جاء فيها: «تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة.....» .

الفرع الأول: مفهوم التسعير

حظي السعر باهتمام من قبل الباحثين خاصة من وجهة نظرة اقتصاديين، أما من ناحية القانونية فلا قانون المنافسة أو استهلاك أو قوانين أخرى ذات علاقة قد تعرضت لذلك، وتم ترك المجال لرجال اقتصاد، حيث يعرف علم اقتصاد السعر بأنه: «التعبير النقدي لقيمة السلع والبضائع وبالتالي كلما ارتفعت قيمة السلعة ارتفع سعرها وعكس صحيح»⁽¹⁾

كما عرف على أنه: «المقابل النقدي المحدد لسلعة معروضة للبيع للمستهلك النهائي بناء على قوى الطلب والعرض، أي كمية النقود المحتسبة لسلعة، أو خدمة، أو مجموع القيم التي يتبادلها المستهلكون مقابل منافع تملك أو استخدام السلعة أو الخدمة»⁽²⁾.

أما السعر الإلزامي فقد عرف على أنه: «السعر الذي يفرضه القانون بحيث لا يمكن تجاوزه ذلك أن التسعير الجبري يقوم على تحديد الدولة لما لها من السلطان ثمنا رسميا للسلع لا يجوز للبائع أن يتعداه»⁽³⁾ أي المقابل النقدي المحدد لسلعة معروضة بناء على تدخل الدولة المباشر بفرض حد أعلى للأسعار بهدف حماية جمهور المستهلكين خاصة، في حين يمكن تعريف السلعة المستعرة بوجه عام على أنها التي يحدد لها وفقا للقانون ثمنا لا ينبغي تجاوزه، ويكون التعامل بين الأفراد على أساسه، كما قد يكون تحديد ثمن السلعة بطريقة مباشرة بوجه صريح وقاطع، أو يتم على أساس قواعد وضوابط معينة يؤدي أعمالها إلى تحديد السعر بشكل لا لبس فيه⁽⁴⁾.

وعليه لا يمكن دخول جميع السلع في نطاق التسعير الجبري، وبالتالي فإن تحديد الأسعار عن طريق السلطات العامة، إنما يتناول مجموعة من السلع التي تتسم بأهميتها وضرورتها خاصة ما تعلق بالاستهلاك الشعبي الواسع ولا يعني ذلك تجميد عدد (قائمة) تلك السلع بل إن قائمتها تتغير (تضيق وتوسع) طبقا للظروف الاقتصادية من جهة، ومدى وفرة السلع أو ندرتها وشدة الحاجة إليها، ومن ثم فإقدام المشرع على عملية التسعير الجبري كقيد على حرية المنافسة التجارية خاصة بعض السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي، كالخبز والحليب⁽⁵⁾.

الفرع الثاني: حالات وشروط تدخل الدولة في ضبط الأسعار

إن مبدأ حرية الأسعار يهدف أساسا لتخفيضها لصالح المستهلك إلا أن ذلك قد يؤدي إلى إزاحة بعض المؤسسات الصغرى، ولذلك نجد أن المشرع الجزائري كغيره من التشريعات يأخذ بعين الاعتبار الظروف الخاصة التي يمر بها الاقتصاد الوطني والذي يختلف من دولة إلى أخرى ولهذا تدخل المشرع الجزائري لتنظيم حالات استثنائية لتحديد الأسعار⁽⁶⁾ وتهدف الدولة من خلال تدخلها في تقييد هذه الحرية إلى تحقيق استقرار في الأسعار، إذ يعتبر الهدف محوري للسياسية الاقتصادية ككل، وهذا تجنباً لحدوث التضخم الذي تسعى كل دولة لمحاربته، فعدم استقرار

(1)-أنظر: محمد كريم طالب، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018، ص19.

(2)-أنظر: محمد زيدان، فاطمة مانع، آلية التسعير بين الضوابط الشرعية والوضعية في المعاملات التجارية، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي: الواقع ورهانات المستقبل، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير المركز الجامعي غرداية، المنعقد يومي 23-24 فيفري 2011، ص05.

(3)-أنظر: محمد موفق بشر لطفي، مسوغات التسعير بين الاقتصاد الرأسمالي والإسلامي، مجلة كلية الشريعة والدراسات القانونية، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة قطر، المجلد 22، العدد 02، سبتمبر 2014، ص255.

(4)-أنظر: السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دراسة مقارنة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت 2003، ص277.

(5)-المادة 04 من القانون رقم 10-05 تعدل أحكام المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر والتي جاء فيها: « تطبيقاً لأحكام المادة 4 أعلاه، يمكن أن تحدد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو الأصناف المتجانسة من السلع والخدمات أو تسقيفها أو التصديق عليها عن طريق التنظيم.....»

(6)-أنظر: حفصية بن عشي، وظيفة قانون المنافسة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 بقالة، المنظم يومي 17-18 مارس 2015، ص05.

في الأسعار قد يعرض الاقتصاد ككل إلى هزات عنيفة من خلال حدوث كساد والتضخم وما يستدعي تدخل الدولة بسياساتها المالية.⁽¹⁾

وقد حدد المشرع الحالات التي يمكن للدولة أن تتدخل لتحديد الأسعار وممثلة أساسا في تحديد الأسعار بصفة عادية (أولا) وتحديد الأسعار بصفة مؤقتة (ثانيا).

أولا: تحديد الأسعار بصفة عادية: اتجه المشرع في تعديل 2010 إلى اعتماد صيغ قانونية محددة من أجل تقييد حرية الأسعار، وتتمثل هذه الصيغ في تحديد الأسعار، أو تحديد هوامش الربح أو تسقيفها أو التصديق وهذا استنادا لنص المادة 04 من القانون رقم 10-05 المعدلة لأحكام المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

وقد جاء في التعديل الوارد في المادة 04 السالفة الذكر حذف عبارة "الخدمات الإستراتيجية" حيث أنها كانت تضيق من تدخل الدولة في هذا الميدان وفتحت المجال لتدخل الدولة في جميع السلع والخدمات دون استثناء، فقائمة المنتوجات الضرورية محددة ومعروفة سابقا ذلك أن المادة 05 من القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة اقتصر تدخل الدولة لتقنين أسعار السلع الإستراتيجية كما أنه اشترط أن تحدد الأسعار بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة، ووضع أجلا للحالات الاستثنائية التي قد تقرر فيها تسقيف الأسعار مثل حالة الكوارث أو اضطراب السوق الشديد وقد حددت بـ (6) ستة، بخلاف التعديل الجديد الذي جاء به من خلال نص المادة 04 السالفة الذكر فقد منح المشرع الحق للدولة في أن تتدخل لتحديد هوامش وأسعار السلع والخدمات أو تسقيفها دون اقتصاره على الإستراتيجية منها فقط، كما أنه اكتفى اشتراط أن يتم تحديد الأسعار بموجب تنظيم كأن تحدد الأسعار من طرف وزارة التجارة مثلا بتعليمية أو قرار، كما استبعد النص على استشارة مجلس المنافسة، واكتفى بالنص على أن هذا التحديد يتم بناء على اقتراح القطاعات المعنية، إضافة إلى ذلك ألغى أجل 6 أشهر فهو لم يحدد ذلك بأجل. وتم تحديد الأسباب التي يتم فيها التسقيف الأسعار وهي:

- تثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية، أو ذات الاستهلاك الواسع في حالة اضطراب السوق،

- مكافحة كل أشكال المضاربة و الحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك.

وانطلاقا مما سبق بيانه ورغم وجهة الأسباب التي تقوم عليها والتي تصب في إطار مصلحة المستهلك، ورغم طبيعة النصوص التنظيمية التي تتخذ في إطارها وهي نصوص تنظيمية يمكن التدخل لتعديلها بسهولة حال تغير بعض الظروف تصب في إطار مصلحة المستهلك، ورغم طبيعة نصوص تنظيمية يمكن التدخل لتعديلها بسهولة حال تغير الظروف ذات العلاقة بالأسعار إلا أن مرونة هذه الأسباب وعموميتها من ناحية أخرى من شأنها إعطاء مجال تدخل واسع للإدارة للتأثير على مبدأ حرية الأسعار.⁽²⁾

ثانيا: تحديد أسعار بصفة مؤقتة: إن تدخل الدولة في هذه الحالة مرده ظروف عارضة تقتضي تدابير استثنائية مؤقتة لمواجهة، تتمثل في الحد من ارتفاع الأسعار أو انخفاضها، لذا فإن تدخل في هذه الحالة مرهون بالشروط التالية:

1. حدوث ظرف عارض يؤثر على وفرة السلع والخدمات، كالحروب، والكوارث الطبيعية أو الأزمات
2. ارتفاع أو انخفاض المفرط في الأسعار بسبب تلك الظروف، وأن يستند هذا الارتفاع إلى أسباب

(1)-أنظر: قويدر معيزي، تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق، مجلة الاقتصاد الجديد، مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر، جامعة خميس مليانة، الجزائر، المجلد 4، العدد 2، جوان 2013، ص 149.

(2)-أنظر: إلهام بوحلايس، المرجع السابق، ص 50.

جديدة، وتبلغ حدا من الجسامة⁽¹⁾

وعليه ونظرا لاستحالة استيفاء شروط المنافسة التامة، قد تتدخل الدولة في حالات تبررها ظروف استثنائية خاصة، يكون من شأنها أن تؤدي إلى ارتفاع، أو انخفاض فاحش في الأسعار مما يخول للإدارة حق اتخاذ إجراءات مؤقتة لمواجهة هذه الظرفية، ككارثة طبيعية عامة كزلازل أو حالة جفاف، أو أزمة اقتصادية كنقص التموين في مادة معينة كالسكر أو الخميرة أو مثلا في حالة ارتفاع الأسعار لأسباب مشروعة كالتضخم وانخفاض قيمة الدينار⁽²⁾ أو وجود حالة احتكارات طبيعية⁽³⁾.

ففي هذه الظروف الاستثنائية يتاح للدولة أن تحيد عن مبدأ حرية الأسعار، وتخضع بالمقابل لمتطلبات السوق فتلجأ إلى الحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها.

وفي ذات السياق أجازت المادة 2-410 L من التقنين التجاري الفرنسي للدولة بالتدخل لتنظيم الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط أو انخفاضها المفرط وغير الطبيعي، وذلك بموجب إجراءات مؤقتة لمدة 6 أشهر بموجب مرسوم صادر عن مجلس الدولة وذلك باستشارة مجلس الوطني للاستهلاك مع العلم أن المشرع الجزائري على خلاف نظيره الفرنسي لم يشر إلى حالة انخفاض المحسوس في الأسعار، ذلك أن الارتفاع يؤثر على المستهلك لتبقى خياراته محدودة، أما الانخفاض فيؤثر على المتعاملين الاقتصاديين⁽⁴⁾.

وما ينبغي ملاحظته أن تطبيق الاستثناءات جميعها من طرف الإدارة رهين بجملة شروط وإجراءات يمكن أن نوجزها فيما يلي:

أ- تدخل الدولة بصفة انفرادية: كما سبق وأشرنا فإن المشرع الجزائري أطلق يد الدولة في التدخل لتحديد الأسعار، حيث لم يشترط استشارة مجلس المنافسة ولا تقيد بالمدة المحدد بـ 06 أشهر سواء تعلق الأمر بالظروف العادية أو الاستثنائية، وإن كان في بعض الدول في حالة استمرار حالة الظروف الموجبة لتحديد الأسعار لفترة طويلة، فإنه آنذاك يمكن اتخاذ تدابير أخرى بعد استشارة مجلس المنافسة دائما مؤداها إخضاع القطاع والمنتج لتنظيم مستمر إلى أن تعود المياه إلى مجاريها الطبيعية.

علاوة على ذلك منح التشريع لمجلس المنافسة صلاحية ضمان الضبط الفعال للسوق بأية وسيلة ملائمة ومنها ما يتعلق بالأسعار، وخاصة في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة، أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية لحين تحسن الظروف⁽⁵⁾.

ب- تدخل الدولة بالاتفاق مع المتعاملين الاقتصاديين: بالنسبة للمنظمات المهنية الأكثر تمثيلا لأحد القطاعات، يمكن للإدارة أن تبرم اتفاقا معها قصد تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات التي تقوم بها، إلا أنه وفي حالة عدم احترام هذا الاتفاق من طرف مهنيي القطاع، فيمكن للإدارة تحديد الأسعار انفراديا وفقا للشروط المنصوص عليها في القانون، أي اتخاذ نص تنظيمي لهذا الغرض وسلوك نفس الخطوات المشار إليها آنفا.

(1)-أنظر: لياس بروك، تحرير الأسعار كضوابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر، مجلة الدراسات الحقوقية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المجلد 03، العدد 02، 2016، ص 209-210.

(2)-أنظر: محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، المرجع السابق، ص 255.

(3)-المشرع لم يعرف لنا الاحتكار الطبيعي من خلال الأمر الحالي، وهذا على خلاف المادة 5 من الأمر رقم 95-06 الملغى التي عرفت الاحتكار الطبيعي على أنه: « حالات السوق أو نشاط التي تتميز بعون اقتصادي واحد يستغل هذا السوق أو هذا النشاط ».

(4)-أنظر: لطيفة بخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العلاقات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2012-2013، ص 73.

(5)-أنظر: حفصية بن عشي، المرجع السابق، ص 07.

وتفسيرا لذلك فإن تقييد مبدأ التحرير يعتبر أمرا لازما، وليس في ذلك أي انتقاص من مبدأ التحرير ذاته، بل إن الحفاظ على النشاط التجاري في السوق، وحماية السير العادي للمنافسة ذاتها يستدعيان مسك اللجام كلما حدث ما من شأنه أن يؤثر سلبا على الاقتصاد الوطني في ظل احتدام منافسة الحرة يظل المستهلك الضحية الأولى والأساسية من خلال محدودية القدرة الشرائية ومخاطر حرية الأسعار.(1)

الفرع الثالث: آليات تدخل الدولة في تحديد الأسعار

إن تدخل الدولة لتحديد الأسعار والذي يشكل استثناءا وخروجا مبرر عن القاعدة العامة ألا وهي حرية التنافس وحرية الأسعار يكون باعتماد آليات، ومتمثلة في آلية التحديد (أولا) وآلية التسقيف (ثانيا) وأخيرا آلية التصديق (ثالثا).

أولا: آلية التحديد: وهو أن تحدد الدولة سعر معين، وتجبر البائعين والمشتريين على احترامه وتفرض جزاء على كل من يتجاوزه ويتم ذلك عن طريق التنظيم، والهدف من اعتماد الدولة آلية التحديد هو تحديد أسعار بعض المواد قطاعات يكون إنتاجها استجابة حاجيات اجتماعية وبحيث يصعب على المصالح الخاصة التي تسيرها بصورة مباشرة كما هو الحال بالنسبة لمشتقات البترول أو الخبز الحليب الأدوية، نقل المسافرين ونقل البضائع، وكذا حماية حاجيات المستهلك الاجتماعية والضرورية من تلاعب الأعداء الاقتصاديين بأسعارها، وذلك نظر لحاجة المستهلك ورغبة الأعداء الاقتصاديين في زيادة أرباحهم باستغلال حاجة الماسة لها من جهة المستهلك لهذه السلع والخدمات بأي ثمن من جهة أخرى.(2)

ثانيا: آلية التسقيف: هو تحديد السعر الأقصى عند الاستهلاك، وكذا هوامش الربح عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة السلع والخدمات المعنية به، فيكون للأسعار في هذا النظام مجال حر للحركة دون سقف محدد، لكن لا يمكن أن تتجاوز هذا السقف، وحتى في حالة ما إذا كانت تكاليف الإنتاج التي تدخل في تركيبة السعر مرتفعة وربما تتجاوز السعر المسقف الذي حددته الدولة، فالعون الاقتصادي ملزم بعدم تجاوز السقف المحدد، وتقوم الدولة بتعويضه □ الفارق بـ □ السعر الحقيقي والسعر □ سقف وذلك بموجب وثيقة تسمى تركيبة أسعار تد □ طبيعة وحقيقة السعر المكون يقدمها العون الاقتصادي إلى الجهات المعنية.(3) ويصدر التسقيف عن طريق التنظيم على سبيل المثال نذكر الزيت والسكر بموجب المرسوم التنفيذي رقم 11-108.(4)

ثالثا: آلية التصديق: هو من المصادقة أي الموافقة على سعر تقترحه الجهات المختصة أو ذوي الخبرة كالدواوين المختصة بقطاع معين.(5)

(1)-أنظر: محمد كريم طالب، تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانه بغيلزان، المجلد 05، العدد 07، ديسمبر 2016، ص 267-268.
(2)-أنظر: بدره لعور، آليات مكافحة الجرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013 2014، ص 236.

(3)-أنظر: محمد كريم طالب، المرجع السابق، ص 272.

(4)-من الناحية الواقعية نلاحظ أن تسقيف يتم بموجب مرسوم تنفيذي، ولعل من أهم السلع والخدمات التي تم تسقيف سعرها نذكر السكر، والزيت، والاسمنت البورتلاندي، والأدوية المستعملة في الطب البشري.

-المرسوم التنفيذي رقم 16-87 المؤرخ في 1 مارس 2016 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 11-108 المؤرخ في 6 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض، الجريدة الرسمية، العدد 13، الصادرة في 2 مارس 2016.

-المرسوم التنفيذي رقم 16-65 المؤرخ في 16 فبراير 2016 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 12 فبراير 2001 والمتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل الإنتاج الجريدة الرسمية، العدد 09، الصادرة في 17 فبراير 2016.

(5)-من أمثلة الدواوين المختصة نذكر الديوان الجزائري المهني للحبوب، وجهة معنية بالأمر هي وزارة التجارة.

وتطبيق هذه الآليات (التحديد- التسقيف- التصديق) بالنسبة للعون الاقتصادي مرهون بإيداع تركيبة الأسعار السلع والخدمات المعنية بهذه التدابير لدى السلطات المعنية.⁽¹⁾ وفي الختام لا بد أن نشير إلى أن الهدف من وضع هذه الآليات هو توفير حماية للمستهلك من خلال حماية القدرة الشرائية بتفويت الفرصة على المضاربين والمحتكرين من التلاعب بالأسعار وضمان وصول السلعة للمستهلك بسعر مناسب، وبالتالي تطهير السوق من كل أشكال المضاربة كما تهدف إلى ضبط السوق واستقراره بالتحكم في أسعار السلع والخدمات الضرورية وتثبيت الاستقرار مستوياتها وإضفاء مصداقية أكثر في التوجيه والتنظيم والرقابة.⁽²⁾

(1)-المادة 05 من القانون رقم 10-06 تتم أحكام القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بالمادة 22 مكرر التي جاء فيها: « يجب أن تودع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لاسيما التي كانت محل تدابير تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما، لدى السلطات المعنية قبل عملية البيع أو تأدية الخدمة ».

(2)-أنظر: بدرة لعور، المرجع السابق، ص 235-236.

خلاصة

الفصل

الأول

وتماشيا مع ما تم ذكره يتضح لنا أن المنافسة كانت ولا تزال إلى غاية اليوم محل نقاش محتدم بين الاقتصاديين، وتحول النقاش من اختلاف حول ضرورتها للأسواق إلى كيفية إرسائها بالشكل الذي يضمن أكبر قدر ممكن من الفعالية الاقتصادية، خاصة وأنها أصبحت في العقود الأخيرة من القرن العشرين هدفا لجميع اقتصاديات العالم، حيث بدأت الموجات الأولى للتحرير وامتدت موجة إدخال المنافسة على الحياة الاقتصادية، وبهذا فإن المنافسة تعتبر من متطلبات الاقتصاد الحر وركيزة الأساسية لتفعيل الإصلاحات الاقتصادية، إذ يقوم الاقتصاد الحر على مبدئين أساسيين هما مبدأ حرية التجارة والصناعة وحرية المنافسة، غير أن ترك المنافسة من دون ضوابط تحكمها يؤدي إلى نشوء الاحتكارات التي تسيطر على السوق، الأمر الذي يقضي في النهاية إلى زوال المنافسة ذاتها والتي تعد السبيل الوحيد لضمان ممارسات تجارية نزيهة وحررة وتجعل الاقتصاد قويا يلبي احتياجات المستهلك، ويحفظ للمنشآت التجارية حقوقها.

وعليه فإن المنافسة التجارية لا يمكن أن تحقق آثارها الايجابية في دولة ما لم تكن مشروعة وغالبا ما تنتهك مشروعاتها بدافع الربح بنسب عالية، وتصبح المنافسة غير المشروعة عندما يسلك التجار ممارسات ضارة بالمنافسة ومقيدة لها، ويعد الاحتكار وما سيتبعه من ممارسات احتكارية من أخطر ما يهدد المنافسة، لذا كان لابد من توفير الحماية القانونية للمنافسة من خلال منع وحظر أية ممارسات يمكن أن تشكل خطرا عليها أو لإضرار بها، ولما كان قوام التجارة السرعة والائتمان وقوام المنافسة النزاهة والحرية، فقد عمد المشرع الجزائري كغيره من التشريعات المقارنة من خلال الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم إلى حصر وتعداد جملة من الممارسات التي من شأنها تقييد المنافسة والحد من حريتها في السوق أو جزء منها وأطلق عليها تسمية "الممارسات المقيدة للمنافسة" وخصها بفصل مستقل عني بتنظيمها، وبيان شروط حظرها وصور الإتيان بها، وتتجلى هذه الممارسات كما سبق وبينها في الاتفاقات غير المشروعة، التعسف في استغلال وضعية الهيمنة، التعسف في وضعية التبعية الاقتصادية، وعرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفية، وأخيرا العمل و/أو العمل الاستثنائي، ولا مرأ أن التشريعات التي تنظم المنافسة وتمنع الاحتكار إنما هي آلية إستراتيجية لأي نشاط اقتصادي متعاضم، ويرجع ذلك إلى أهمية منع ومكافحة عمليات المنافسة غير المشروعة، وعمليات الاحتكار وأثر ذلك الايجابي على النمو الاقتصادي بداية وتطوره انتهاء.

الفصل الثاني
الضمانات
المقررّة لحماية
المستهلك
في ظل حرية
المنافسة

لا مرأ أن حماية المستهلك ورفاهيته يقع في موضع الغاية الواعدة، بل والهدف المتعاضم من أية تنمية اقتصادية على اعتبار أن الاستغلال الأمثل للموارد يتحدد بمدى قدرة الإنتاج على توفير السلع والخدمات الأكثر تلبية لرغبات واحتياجات المستهلك، هذا عندما تعتمد الدولة نظام اقتصاد السوق الحر كوسيلة لتحقيق التنمية، وتعظيم الإنتاج تظهر لتوها الحاجة الماسة والضرورة الملحة إلى ضبط السوق وحماية المستهلك، وذلك من خلال قوانين ملزمة تشدد العقاب للأطراف الفاعلة في السوق والتي قد تبتغي الإضرار بحقوق الإنسان.⁽¹⁾

ولهذا تعد المنافسة الأداة التنفيذية لما يسمى باقتصاد السوق ذلك أن المنافسة الحرة وما يرافقها من تقويم لأسعار السلع والخدمات قد يرافقها في الأجلين المتوسط والطويل العديد من المزايا لكافة أطراف العملية التبادلية، إذ ما أحسن تأطيرها وتنظيمها من خلال سلسلة من التشريعات الموازنة والحديثة لتوفير الحماية الكافية للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية التبادلية ولن يتحقق ذلك إلا من خلال وضع ضمانات موضوعية لحماية المستهلك تكفل له حماية من أي تعدي أو إضرار بمصالحه⁽²⁾

ومن خلال هذا الفصل سيتم التطرق إلى الإطار النظري لحماية المستهلك {المبحث الأول} ذلك أن مفاهيم حماية المستهلك مرت بالعديد من المراحل حتى أصبحت بشكلها الحالي، وباعتبار المشرع قد سعى في مجال تطوير المنظومة التشريعية الهادفة إلى حماية المستهلك لمسايرة مختلف الظروف السائدة في المجتمع، فقد أوجد مجموعة من الآليات والضمانات وهذا من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، وكذا القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، فقواعد فروع القانون المختلفة ترتبط ببعضها وتعمل سوية من أجل توفير الحماية والضمانات القانونية للمستهلكين، الأمر الذي يتطلب إبراز دور هذه الضمانات في توفير الحماية الكافية له، وهذا من خلال التطرق إلى الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل قواعد المنافسة الحرة {المبحث الثاني}.

(1)-أنظر: قدري عبد الفتاح الشهاوى، المرجع السابق، ص275.

(2)-أنظر: محمد عبيدات، التجربة الأردنية في مجال تشريعات حماية المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنظم يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص225.

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك

إن تطور الحياة الاجتماعية ومصاحبها من ارتفاع في مستوى معيشة الأفراد من خلال تطور وسائل الإنتاج، وزيادة الاستهلاك ترتب عنه أضرار بالمستهلك الذي أصبح أمام تنوع السلع والخدمات مما حتم إيجاد إطار قانوني لحمايته،⁽¹⁾ فقد أولت التشريعات القديمة والحديثة اهتماماً كبيراً لتوازن العقد وجعلت من تقابل الالتزامات العقدية أساساً لصحة العقود، ويتدخل المشرع غالباً في الحالات التي يظهر فيها اختلال في هذا التوازن ليضع حماية للمستهلك في مواجهة المهني الذي له بعض الامتيازات دون الطرف الأول، ولعل أبرز صور هذا التدخل التشريعي هو لجوء المشرع لسن قوانين لحماية المستهلك، حيث يراعى فيها مصالح المستهلكين حرصاً منه على استمرار الحياة التجارية، وسيرها بشكل صحيح خاصة في ظل حرية المنافسة.⁽²⁾

ولبناء منظومة متكاملة لحماية المستهلك يستلزم أولاً إعطاء تصور عن التطور التاريخي والتشريعي لحماية المستهلك {المطلب الأول} وكذا تحديد مفهوم المستهلك {المطلب الثاني} باعتباره طرفاً أساسياً في التنمية الاقتصادية، والحلقة الأهم التي تبنى عليها المنافسة، لنعرج بالبحث عن مفهوم حماية المستهلك {المطلب الثالث} وفي ختام سيتم التطرق إلى مكانة المستهلك في ظل حرية المنافسة {المطلب الرابع}.

المطلب الأول: التطور التاريخي والتشريعي لحماية المستهلك

عرف المشرع في عصور ما قبل الميلاد حماية المستهلك كنتيجة حتمية للقيود الاقتصادية التي خلفتها الأزمات والحروب، وقد كانت القوانين التي تتضمن حماية المستهلك قليلة ومحدودة التطبيق من حيث الزمان والمكان، بحيث لا توحى بالتفكير في أنها تكون نظاماً قانونياً مستقلاً لكن تدخل المشرع في العصور القديمة كان يهدف في المقام الأول إلى حماية المصلحة الاقتصادية للدولة وفي ثنائها تحمل حماية للمستهلك، كما أسهمت الشريعة الإسلامية بنصيب كبير في هذه الحماية باعتبارها السبابة في ذلك.⁽³⁾

وإنه لمن الأهمية عند التعرض لموضوع حماية المستهلك الرجوع عبر صفحات التاريخ القديمة محاولين تتبع المراحل التي مر بها تطور الحق في حماية المستهلك معنيين النظر إلى مختلف الحضارات على مر العصور، وليس كما يقول البعض بأنه حديث النشأة ووليد عصر النهضة الحالي، وما القوانين التي عرفت مختلف النصوص التشريعات المقارنة إلا لبنة تضاف إلى الصرح الذي تم بناءه عبر مختلف الأزمنة في سبيل حماية المستهلك بالتعبير الحديث.⁽⁴⁾

ومن خلال هذا المطلب سنعرج إلى التطور الذي أدى إلى ظهور حقوق المستهلك على الحالة التي عليها اليوم، وذلك وفق تسلسل تاريخي ماضي في القدم بدءاً بحماية المستهلك في ظل المجتمعات القديمة {الفرع الأول} مروراً بتطورها في المجتمعات الحديثة {الفرع الثاني} التي أعطت دفعا أكثر قوة لحقوق المستهلكين من خلال الكفاح حركات حماية المستهلكين ولا بد أيضاً من إلقاء نظرة عن موقف المجتمعات العربية من حماية المستهلك، فقد كان للنصوص القانونية أيضاً دور في توفير الحماية الفعالة للمستهلك من خلال ترسانة قانونية مختلفة سواء تعلق الأمر بالنصوص العامة أو الخاصة، وهو ما سيستدعي منا التعرض إلى تطور حماية المستهلك في ظل التشريعات العربية {الفرع الثالث}.

(1)-أنظر: محمد محبوبي، مظاهر حماية المستهلك في ضوء التشريع المغربي، مجلة الفقه والقانون، المملكة المغربية العدد 26، نوفمبر 2010، ص 01.

(2)-أنظر: محمد حسن الحسني، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 2013، ص 13.

(3)-أنظر: أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 21.

(4)-أنظر: صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بالحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، 2013، ص 06.

الفرع الأول: حماية المستهلك في ظل المجتمعات القديمة

إن فكرة حماية المستهلك عرفت في مختلف الحضارات والثقافات، فالمتصفح لصفحات الحضارات القديمة ومختلف الدراسات التاريخية المختلفة يتبين له أن الحق في حماية المستهلك ليس كما يقول البعض أنه حديث النشأة، وإنما قد عرف هذا الحق منذ الأزل وفي حضارات قديمة فقد اهتمت التشريعات القديمة، كالعراق، الإغريق والرومان من خلال ما سنته من تشريعات تهدف إلى حمايته، فأرست بذلك قواعد هامة، وهو ما سيتم تناوله من خلال حماية المستهلك في العراق قديماً (أولاً) لنخرج بالبحث عن حماية المستهلك في العصر الفرعوني (ثانياً) مروراً بحماية المستهلك عند الإغريق والرومان (ثالثاً) وفي الختام سيتم معالجة حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية (رابعاً).

أولاً: حماية المستهلك في العراق قديماً: إن أقدم قانون مكتشف حتى الآن ليس في العراق فحسب بل في تاريخ العالم ويمثل النواة الأولى لحماية المستهلك وهو "قانون أور نمو"⁽¹⁾ ويعالج مواضيع متعددة مثل الموازين، النقود، التأمين الاجتماعي، الفائدة... الخ، ونص كذلك على جزاء الاعتداء على الجسم دية محددة قانوناً، كما شهد العهد البابلي تقنين "أورو كاجينا" وهو من الشرائع المتميزة فقد نص على حلولاً للوضع الاقتصادي كالتخفيض من الضرائب، إضافة إلى تقنين "لبت عشتار" الذي عالج حماية المستهلك وما يتعلق بتنظيم إيجار الأراضي الزراعية الملكية العقارية ثم تقنين "أشنونا" الذي اهتم بمسائل عدة كتحديد الأسعار لبعض السلع والإيجار، وكان "تقنين حمورابي" قد عالج حماية المستهلك في العراق من خلال تحديد الأسعار وتحديد سعر الفائدة ومحاربة الغش، وتأكيد على وجوب إجراء المعاملات التجارية كالبيع، الشراء والإيجار بإبرام عقد قانوني تحدد فيه أسماء الأطراف المتعاقدة وبحضور عدد من الشهود، وتحدد فيه الحقوق والالتزامات طرفي العقد وأن يضمن البائع للمشتري كافة العيوب غير الظاهرة التي توجد في محل البيع ثم تقنين "الحيثي" وقوانين أسعار المواد الغذائية وسعر الفائدة.⁽²⁾

ثانياً: حماية المستهلك في العصر الفرعوني: يعد القدماء المصريين من أول المهتمين بوضع حماية للمستهلك وذلك منذ القرن الخامس قبل الميلاد، ومن مجموعات القوانين المصرية التي وصلت إلينا أهمها قوانين الملك "حور محب" أول ملوك الأسرة التاسعة عشر الصادر في 1330 قبل الميلاد من أهم التشريعات الجنائية الاقتصادية، ومن مواد هذا القانون المادة 08 التي نصت على الجريمة الخاصة بالمفتشين عديمي الذمة المتواطئين مع محصلي الضرائب، كما عمد الملك بوخوريس مؤسس الأسرة الرابع والعشرون على تجميع القوانين المصرية التي كانت سائدة في عهده، مع إدخال بعض التعديلات عليها وجمعها في مجموعة واحدة سميت بمجموعة "بوخوريس"⁽³⁾

ومن صور حماية المستهلك أيضاً منع الاحتكار إلا أن الدولة كانت هي المحتكرة، ففي العصر البطلمي كانت الدولة تحتكر إنتاج الكثير من السلع الاستهلاكية، وكانت تتحكم في توزيعها أيضاً وتحديد أسعارها إلا أنها لم تترك الأمر في باقي السلع للتجار بل أخضعت هذه السلع لرقابة دقيقة.

ثالثاً: حماية المستهلك عند الإغريق والرومان: عرف الإغريق "تقنين داركون" حوالي 621 قبل الميلاد ومن خلاله منع احتكار في الإشراف تحقيقاً لمبدأ المساواة، وكذا "تقنين صولون" الذي حرم

(1)- أصدره الملك أور نمو مؤسس أسرة أور الثالثة في سومر، وقد استمر حكم هذا الملك سبعة عشر عاماً من الفترة ما بين (2112 إلى 2095 قبل الميلاد) ويعد هذا القانون من أول الشرائع المدونة والتي تتكون من 30 مادة تؤكد على العدالة وتوطيد الحق في البلاد وقضائه على الفوضى، كما ثبت الموازين والمكاييل، وقضى على الاستغلال.

(2)- أنظر: قويدر عياش، حياة لعوينات، حماية المستهلك بين المفهوم الإسلامي والوضعي في ظل التحديات الراهنة مع الإشارة للجزائر، مجلة دراسات، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، العدد 29، مارس 2017، ص 143-144.

(3)- أنظر: مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص علوم جنائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010-2011، ص 13.

الربا الفاحش.⁽¹⁾ كما كانت هناك عقوبات تفرض على المخالفين لقانون الاحتكار المنظم من قبل الدولة والتي حددت من يحتكر مثل هذه الأشياء مثلاً صناعة الزيت، لا يجوز لشخص أن يبيع محصول الحبوب الزيتية إلا لشخص الذي حددته الدولة، وكانت العقوبة دفع غرامتين مائتين إحداهما عقوبة عامة لارتكابه الجريمة، ولذلك فإن حصيلتها كانت تؤول إلى الخزينة العامة والثانية تعويض الملزم وهو الشخص المكلف من قبل الدولة باحتكار صناعة الزيت.⁽²⁾

أما الرومان فقد عرفوا الألواح الاثني عشر (12) عام 45 قبل الميلاد التي هدفت لتحقيق المساواة، وقرر الإمبراطور جيسنتيان وجوب فسخ العقد إذا كان هناك غبن فاحش، وأصدر الإمبراطور دقلديانوس بياناً لتحديد أسعار السلع، كما أمر الإمبراطور شارلمان وضع حد أقصى لأسعار المحاصيل، وفرض عقوبات على كل تاجر يحاول بيع السلع الضرورية بأسعار تزيد عن السعر الطبيعي.⁽³⁾

رابعاً: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية: تشير الوقائع أن الفكر والنهج الإسلامي زاهر بالعديد من الأحكام العامة والخاصة والمستمدة من القرآن الكريم، والسنة النبوية حول حماية المستهلك للسلع والخدمات المقدمة له من الغش والتلاعب وغيره،⁽⁴⁾ ذلك أن موضوع حماية المستهلك إما في شخصه أو في ماله من المصالح التي دعت الشريعة الإسلامية منذ نزولها إلى تحقيقها وإما من حيث سن الأحكام الجزئية المتعلقة بجانب المعاملات، وهذا طبعاً لتحقيق مصلحة الإنسان في العيش الكريم، ثم إن حماية المستهلك في شخصه أو ماله وسائر مصالحه إما من جانب الوجود وذلك بسن الأحكام المنشئة لتلك المصالح ودعم أركانها وتثبيت قواعدها وتكميلها؛ وإما من جانب عدم، وذلك بسن الأحكام التي تدفع الأضرار لهذه المصلحة أو تعيق تحقيقها أو بتقليل ما يعترضها من مخاطر.⁽⁵⁾ وبهذا فإن الفقه الإسلامي أخذ بعدة مبادئ وقواعد في هذا المجال ولعل من أبرزها:

01- الأمر بالصدق والترغيب فيه والنهي عن الكذب والتحذير منه: لقد رغب الإسلام التجار في التمسك بالصدق والأمانة، وحذر من الكذب مصداقاً لقوله تعالى: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ١٩»⁽⁶⁾ وقال أيضاً: «وَمَنْ يُطِعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَئِكَ رَفِيقًا ٦٩»⁽⁷⁾ كما حثنا الرسول الله صلى الله عليه وسلم على الصدق عامة، فقد روي عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه قال: قال النبي صلى الله عليه وسلم: «إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ، وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَصْدُقَ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا، وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ، وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ، وَإِنَّ الرَّجُلَ لِيَكْذِبَ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ كَذَّابًا».⁽⁸⁾

- (1)-أنظر: قويدر عياش، حياة لعوينات، المرجع السابق، ص144.
- (2)-أنظر: إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقه الإسلامي، دراسة مقارنة دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014، ص62.
- (3)-أنظر: قويدر عياش، حياة لعوينات، المرجع السابق، ص144.
- (4)-أنظر: إبراهيم محمود جليل، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، دراسة اقتصادية تحليلية لعينة من طلبة كليتي الإدارة والاقتصاد والقانون والسياسة في جامعة كركوك، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص فلسفة الاقتصاد العام جامعة سانت كليمنتش العالمية، 2015، ص08.

- (5)-أنظر: نور الدين حمشة، مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي من خلال فقه المعاملات المالية، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 14-15 أبريل 2008، ص105.
- (6)-الآية 119 من سورة التوبة.
- (7)-الآية 69 من سورة النساء.
- (8)-صحيح مسلم، كتاب البر والصلة والآداب، باب قبح الكذب وحسن الصدق وفضله، جزء 3، ص2012-2013.

02- إيفاء الكيل والميزان: يوجه الخالق سبحانه وتعالى في القرآن الكريم أوامره إلى التجار بإعطاء المشترين حقوقهم من حيث الكيل والميزان مصداقا لقوله تعالى: «وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ بِنِهَايِ الْقِسْطِ ۚ ۝١٥٢»⁽¹⁾ وقوله أيضا: «وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزَنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا ۝٣٥»⁽²⁾ وفي آية أخرى قوله تعالى: «وَيَقُومَ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ۝٨٥»⁽³⁾

03- النهي عن الغش: حرم الإسلام الغبن والغش والخداع، وكل ما من شأنه أن يسلب مال الغير بالاحتتيال لأنها تشكل إخلالا بالمبادئ والقيم الإنسانية، ولقد بين ذلك فيما رواه أبو هريرة رضي الله أن النبي صلى الله عليه وسلم مرَّ على صُبْرَةِ طَعَامٍ فَأَدْخَلَ أَصَابِعَهُ فِيهَا فإِذَا فِيهِ بَلْفَقَال: (ما هذا يا

صاحبَ الطَّعامِ؟) قال: أَصَابَتْهُ سَمَاءٌ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ: (فَهَلَّا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ حَتَّى يَرَاهِ النَّاسُ، مَنْ غَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا)⁽⁴⁾ ولهذا حرص الإسلام على نبذ الغش والخداع، وكل وسائل سلب مال الغير.

04- إباحة التسعير: جاءت الشريعة الإسلامية لتحقيق مصالح الناس في الدنيا والآخرة، وإقامة موازين العدل في التعامل بينهم تبادلا للمصالح من خلال عقود المعوضات مختلفة، ومن القضايا المرتبطة بمبدأ العدل في المعاملات قضية التسعير.⁽⁵⁾ وقد وضعت الشريعة ضوابط لتحقيق المصلحة من التسعير؛ ومن ذلك ألا يتم التسعير إلا بمشورة أهل الخبرة والدراسة بأصول السوق والسلع والتجارة وألا يتضمن هذا التسعير ظلما للتجار أو المنتجين، وأن يكون الهدف منه تحقيق العدل.⁽⁶⁾

وبعد أن يتم تحديد الأسعار للبائعين لا بد من هيئة تتولى الإشراف على السوق للتتابع مدى التزام أهل السوق بأسعار محددة، وكان المشرف على السوق يسمى "المحتسب" وهو مشتق من الحسبة وهي تعرف بأنها: "منصب كان يتولاه في الدول الإسلامية رئيس يشرف على الشؤون العامة من مراقبة الأسعار ورعاية الآداب العامة".⁽⁷⁾

05- تحريم الاحتكار: من الضوابط التي تحمي المستهلك في الشريعة الإسلامية تحريم الاحتكار لما يترتب عليه من أضرار اجتماعية وخلقية فادحة، لأنه يقوم على استغلال أتم لأن مؤداه ادخار المواد المطلوبة لوقت الاضطرار إليها، فكان الكسب فيه بطريق الانتظار، وهذا الأخير غير مشروع في الإسلام.⁽⁸⁾ وقد روي عن معمر بن عبد الله بن نضله قال: قال النبي الله صلى الله عليه وسلم: «لا يحتكر»^{رأ}

(1)- الآية 152 من سورة الأنعام.

(2)- الآية 35 من سورة الإسراء.

(3)- الآية 85 من سورة هود.

(4)- أنظر: أبو الحسن مسلم بن الحجاج، صحيح مسلم (مصر، دار الدعوة للنشر، دون طبعة، دون تاريخ النشر) كتاب الإيمان، باب قول النبي، صلى الله عليه وسلم "من غشنا فليس منا" جزء 1، ص 79.

(5)- أنظر: محمود أحمد أبو ليل، حكم التسعير في الفقه الإسلامي، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنعقد يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص 01.

(6)- لمزيد من المعلومات راجع: كمال لدرع، حماية المستهلك من المعاملات التعسفية، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة الجيلالي الياقوت سيدي بلعباس، عدد خاص، أفريل 2005، ص 166-172.

(7)- أنظر: محمد حصة عبد العزيز السويدي، التسعير بين الهدي النبوي والقانون النظري، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنعقد يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص 18.

(8)- أنظر: ميلود ميهوبي، أحكام الاحتكار في الفقه الإسلامي وأثاره على حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، المجلد 09، العدد 01، جانفي 2012، ص 52.

إلا خاطيء»⁽¹⁾ وعن عمر بن الخطاب رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «الجالبُ مرزوقٌ والمحتكرُ ملعونٌ»⁽²⁾ وقد شدد الإسلام على حرمة الاحتكار لقوله تعالى: «وَمَنْ يُرِدْ فِيهِ بِإِلْحَادٍ بِظُلْمٍ نُذِقْهُ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ ٢٥»⁽³⁾

وتجدر الإشارة إلى أن هناك عدة صور للاحتكار ولعل أهم هذه الصور التي تعرض لها الفقه الإسلامي بالتحليل والدراسة نذكر بيع الحاضر للبادي ونقصد منه: «هو أن يتولى شخص من سكان البادية السلعة بقصد بيعها دفعة واحدة، فيبيعها له الحضري تدريجياً فيضيق على الناس، ويرفع ثمنها» أما صورة الثانية فتتمثل في بيع تلقي الركبان ونقصد به: «هو استقبال الشخص طائفة تحمل سلعا من طعام أو غيره إلى البلد أو سوق، فيشتريها منهم قبل وصولهم إلى السوق»⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة

إن موضوع حماية المستهلك من المواضيع المهمة التي تلقى قبولا متزايدا من قبل جميع الأفراد والحكومات بما له من أهمية في تقرير الوعي الاستهلاكي، خاصة في ظل المنافسة الحادة والتطور التكنولوجي انطلاقاً من مبدأ الحفاظ على المستهلك والتفكير بوسائل حمايته تكونت في العالم جمعيات حماية المستهلك، وظهر منظمة المستهلكين الدولية ذلك أن المجتمعات الحديثة هي الأخرى أعطت دفعة أكثر قوة لحقوق المستهلكين، وخاصة مع الثورة الصناعية التي واكبتها.⁽⁵⁾

ومن خلال هذا الفرع سنخرج بالبحث عن تطور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارها السباقة في الدعوة لحماية المستهلك (أولا) ثم تطور حركة حماية المستهلك في كندا وأوروبا (ثانيا) ليتم التطرق بعدها لتطور هذه الحركة في التشريع الفرنسي (ثالثا) وفي الختام سيتم معالجة مسألة حماية المستهلك على المستوى الدولي (رابعا).

أولاً: تطور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية: تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية السباقة في الدعوة لحماية المستهلك الذي يمثل الحلقة الأضعف في المجموعة الاقتصادية وقد ظهرت أول حركة تنادي بحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1899 كمرحلة اجتماعية لمحاربة الغلاء والتضخم ورداءة النوعية، ذلك أن المجتمع الأمريكي احتل مكانة رائدة بين المجتمعات الصناعية التي استشعرت وبشكل مبكر ضرورة إيجاد ضمانات للمستهلكين في شؤون حياتهم وتعاملهم اليومي، إذ أنه بعد الحرب العالمية الأولى تحول المجتمع الأمريكي إلى مجتمع استهلاكي خالص لا حدود فيه لروح الاستهلاك والإنفاق.⁽⁶⁾

وفي هذا الصدد تم إصدار أول مجلة تحت عنوان تقارير المستهلكين معبرة عن نتائج الاختبارات العلمية المتعلقة بجودة السلع الاستهلاكية الجديدة، ومقارنة أسعارها ومساعدة المستهلك قدر الإمكان.⁽⁷⁾ وبعدما لاحظ أن المستهلكين يمثلون المجموعة الاقتصادية الأكبر عدداً وأقل اهتماماً

(1)-، صحيح مسلم، كتاب المساقاة، باب تحريم الاحتكار في الأقوات، جزء 2، ص 1228، سنن ابن ماجه، كتاب التجارات باب الحكرة والجلب، جزء 2، ص 728.

(2)-سنن ابن ماجه، المرجع نفسه، ص 728.

(3)-الآية 25 من سورة الحج.

(4)-لمزيد من المعلومات راجع: إسلام هاشم عبد المقصود سعد، المرجع السابق، ص 192 وما يليها.

(5)-أنظر: نجاح مدني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم الشريعة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007-2008، ص 23.

(6)-أنظر: حداد العيد، الحماية الدولية للمستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 01.

(7)-أنظر: الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر، المؤتمر العلمي الثالث إدارة الإدارية المنظمات الأعمال: التحديات العالمية المعاصرة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، الأردن، المنظم في 27-29 أبريل 2009، ص 03.

بها واستماعا لها قام الرئيس الأمريكي "جون كنيدي" بتوجيه رسالة إلى الكونغرس⁽¹⁾ بتاريخ 15 مارس 1962 والتي خص فيها على وجوب وضع قوانين إضافية حتى تتمكن الحكومة الفيدرالية من تنفيذ التزاماتها قبل المستهلكين، كما تضمنت مجموعة من الحقوق أهمها: حق الأمان حق الاختيار، حق سماع رأي المستهلك.⁽²⁾

وصدر أول قانون لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1872 بشأن الخداع والغش، ثم صدر قانون في عام 1884 الذي أنشأ إدارة الرقابة الحيوانية في وزارة الزراعة للإشراف على المواصفات الصحية للحيوانات، ثم القانون 1890 الذي نظم صناعة الأغذية المحلية ووضع المواصفات القياسية لحماية المستهلك في هذا الشأن.

وفي عام 1927 أنشأت إدارة الغذاء والدواء وأصبحت هي المتولية لتنفيذ التشريع وفي عام 1930 نجحت هذه الإدارة في أن تتصل بوزير الزراعة لوضع معايير لجودة المنتجات المحلية بعد أن كانت هذه الصناعة في حالة فوضى ضارة بالمستهلك، أما في عام 1938 صدر قانون حماية المستهلك من الإعلان الكاذب والمضل، وفي عام 1965 صدر قانون البطاقات التي تلصق على العبوات المختلفة، وقد بلغ عدد القوانين الخاصة بحماية المستهلك التي صدرت في الفترة ما بين 1962-1970 عشرين قانونا.⁽³⁾

ثانيا: تطور حركة حماية المستهلك في كندا وأوروبا: بعد سنوات قليلة انتقلت حركة حماية المستهلك من أمريكا إلى كندا ثم إلى أوروبا، ففي سنة 1947 نشأت أول منظمة الكندية اهتمت بمساعدة المستهلكين وهي الجمعية الكندية للمستهلكين، وقد شهدت سنوات السبعينيات وبداية الثمانينات حوادث عجلت بمرور تشريعات حماية المستهلك، ثم انتقل الموديل الأمريكي إلى بريطانيا حيث وضع ما يسمى بتقرير لجنة مالوني والذي تضمن الأسس العامة لحماية المستهلك وبذلك انتشرت جمعيات حماية المستهلك في جميع أنحاء بريطانيا، ثم دعمت بإنشاء الاتحاد الوطني لجماعات المستهلكين والمركز الاستشاري للمستهلكين، ومن بريطانيا امتدت الحركة إلى بلجيكا والنرويج والنمسا وألمانيا، وهولندا وفرنسا وباقي دول الاتحاد الأوروبي واليابان.⁽⁴⁾

أما على الصعيد الأوروبي عند إنشاء السوق الأوروبية بموجب معاهدة روما بتاريخ 25 مارس 1957 لم تتضمن بنودها أية حقوق للمستهلكين نتيجة عدم وضوح العلاقة التي تربط بين المحترفين والمستهلكين من عدم تكافؤ بينهما، وكذلك غياب جمعيات ومنظمات حماية المستهلك في تلك الفترة، غير أن الاهتمام الأوروبي بالمستهلكين جاء مع مطلع 1972 وذلك في شبه توصية صدرت في قمة باريس لزعماء دول حكومات السوق، حيث حدد جالس وزراء السوق سنة 1975 برنامج لحماية المستهلكين، وتم الإعلان فيه عن الحقوق الأساسية للمستهلك.⁽⁵⁾ وفي هذا الصدد تم التوقيع على معاهدة Maastricht سنة 1992 والتي احتوت جزءا خاصا

(1)-في بداية السبعينيات قامت مجموعة من نشطاء حركة المستهلك بقيادة " رالف نادر " بإعداد قائمة موسعة لحقوق المستهلكين، وأضافوا ستة حقوق أخرى لتكمل عددها إلى عشرة حقوق، كما دأب رؤساء أمريكا ببعث رسالة مماثلة إلى الكونغرس يؤكدون فيها على ضرورة الاهتمام والحرص على حقوق المستهلك، كما فعل الرئيس جونسون عام 1964 والرئيس نيكسون عام 1969.

(2)-أنظر: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة 2006، ص39.

(3)-أنظر: سقاش ساسي، التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005، ص39-40.

(4)-أنظر: محمد بودالي، تطور حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة جيلالي ليابس سيدي بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005، ص13-14.

(5)-أنظر: لبنى بن زاف، واقع حماية المستهلك والاقتصاد الرقمي في الجزائر، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلة، المنظم يومي 23-24 أبريل 2018، ص159.

بحماية المستهلك،⁽¹⁾ بالإضافة إلى العمل التشريعي الموحد بين أعضاء الاتحاد الأوروبي، فقد وجدت مؤسسات أوروبية للاستهلاك على رأسها محافظ مكلف بقضايا المستهلكين، إضافة إلى منظمات أوروبية للمستهلكين والتي يقع مقرها في بروكسل.⁽²⁾

ثالثا: تطور حركة حماية المستهلك في التشريع الفرنسي: بدأت جمعيات حماية المستهلك في الظهور بشكل ملحوظ، كما تدخل المشرع الفرنسي بإصدار قانون التوجيه التجاري والحرفي بتاريخ 27 ديسمبر 1973، وقد برز هذا القانون في قرارات المجلس الأوروبي وسميت بالبرنامج الأول والثاني للجمع في 14 أبريل 1975 و 19 ماي 1981 واعتمادا على هذين القرارين قامت الدول الأوروبية بإصدار تشريعات متخصصة في مقاومة التعسف ضد المستهلك.⁽³⁾

ومن الجدير بالملاحظة أن المستهلك في التشريع الفرنسي توجد له قوانين مكملة في معظم فروع القانون، ولكن القانون الفرنسي قد بحث لنفسه عن مخرج لكثرة القوانين فأخرج قانون الاستهلاك كي يجمع قوانين المستهلك تحته، ويضاف إلى ذلك أن هناك جمعيات لحماية المستهلك في فرنسا تعمل جاهدة لدفع أي خطر عن المستهلك، وذلك من خلال الدفاع عن المستهلك حسب نصوص القانون 5 يناير 1988 الذي يجيز للجمعيات اللجوء للقضاء دفاعا عن مصالح المستهلكين.⁽⁴⁾

كما شهد التشريع الفرنسي في الفترة السابقة على صدور قانون الاستهلاك بعض القوانين التي تعنى بطريق غير مباشر بحماية المستهلك من المنتج أو المتدخل منها القانون الصادر عام 1905 الذي بموجبه تفرض عقوبات على خداع وغش السلعة، وبدورها ساهمت الحكومة بإنشاء هيئات عديدة متخصصة منها: المعهد الوطني للاستهلاك، والمجلس الوطني للاستهلاك ومنذ منتصف السبعينيات أسست وزارة للاستهلاك ثم سكرتريا ريا دولة للاستهلاك. وقد أستمع مصطلح قانون الاستهلاك لأول مرة في فرنسا عام 1972، وقد صدر قانون 10 جانفي 1978 بشأن حماية وإعلان المستهلك، حيث تم تمديد نطاق الحماية القانونية إلى المنتجات والخدمات التي تخص المستهلك، وكذا القانون 10 جانفي 1992 الذي تضمن عدة نصوص في مجالات مختلفة لحماية المستهلك.⁽⁵⁾ وبعدها صدر مرسوم في 07 ديسمبر 1984 والذي حل محل المرسوم الصادر في سنة 1972 المتعلق بتنظيم وضع البطاقات والبيانات في مجالات الغذائية، ثم تلاه الأمر الصادر في سنة 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة والذي تضمن عدة نصوص بشأن المستهلك، وبعدها القرار الصادر في 03 ديسمبر 1987 حل محل القرار الصادر في سنة 1971 المتعلق بتنظيم كيفية الإعلام للمستهلكين بالأسعار، كما أعطى لجمعيات حماية المستهلك الحق باللجوء إلى القضاء للدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين بموجب القانون الصادر في 05 جانفي 1988.⁽⁶⁾

وقد توج المشرع الفرنسي أخيرا كل هذه الجهود بإصدار مدونة الاستهلاك سنة 1993 التي جمعت بين ضفتها كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك المتفرقة في عدة قوانين. **رابعا: تطور حماية المستهلك على المستوى الدولي:** إن عقد الاستهلاك قد يكون مجال اهتمام

(1)- معاهدة ماسترخت هي المعاهدة المسؤولة عن إنشاء الاتحاد الأوروبي والتي وقعت في ماسترخت في هولندا تم توقيع عليها في 7 فبراير 1992 من طرف 12 دولة أوروبية، ودخلت حيز التنفيذ ابتداء من 1 نوفمبر 1993.

(2)- أنظر: فوزي فتات، نشوء حركة حماية المستهلك في الدول المتقدمة، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة جيلالي ليايس بسيدي بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005، ص 30-31.

(3)- أنظر: علي بولحية بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للنشر، عين مليلة، 2000، ص 14.

(4)- أنظر: إسلام هاشم عبد المقصود سعد، المرجع السابق، ص 72.

(5)- أنظر: حمد لله محمد حمد الله، مختارات من كتاب قانون الاستهلاك الفرنسي، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص 34-35.

(6)- أنظر: سقاش ساسي، المرجع السابق، ص 42، 41.

وطني، كما يمكن أن يكون مجال حماية دولية وفق ما جاءت به العديد من الاتفاقيات والمواثيق الدولية خاصة إذا اعتبرنا أن الاستهلاك أهم الحقوق المكفولة للإنسان، وأيضا أمام ذبوع استعمال الانترنت وتحديثات العولمة.⁽¹⁾ ذلك أن حركة حماية المستهلك خاصة بعد نجاحها في الولايات المتحدة الأمريكية أخذت بعدا دوليا، فلم يعد وجودها يقتصر على دولة واحدة، بل امتدت لتشمل عدة دول في العالم الأمر الذي دفع الدول مجتمعة إلى الاستجابة لمطالب هذه الحركة فظهرت هذه الاستجابة في الكثير من المواثيق⁽²⁾ نذكر منها على سبيل المثال:

(01)-الإعلان العالمي لحقوق المستهلك: لقد أصدر الحلف التعاوني الدولي بتاريخ 1969/09/04 إعلانا عالميا لحقوق المستهلك والذي يعتبر بمثابة دعوة إلى العمل موجهة إلى المستهلكين الأفراد والمنظمات الحكومية وغير الحكومية الوطنية منها والدولية الغرض منها تنمية اهتماماتهم في جميع أنحاء العالم بقضية الاستهلاك، وقد تضمن خمسة حقوق رئيسية وهي: الحق في مستوى معقول من التغذية، الملابس والسكن، الحق في مستويات مناسبة من البيئة الآمنة والخالية من التلوث، الحق في الحصول على سلع غير مغشوشة عادلة وبتنوع معقول وفرص اختيار جيدة، الحق في الحصول على المعلومات الصحيحة موثوق بها عن السلع والخدمات التي يستخدمها المستهلك، وأخيرا الحق في تعلم أساسيات الاستهلاك والتأثير على الحياة الاقتصادية، والمشاركة الديمقراطية في إدارتها.

(02)-إعلان الأمم المتحدة الخاص بحماية المستهلك: لقد أصدرت الأمم المتحدة بتاريخ 09 أفريل 1985 إعلانا خاص بحماية المستهلك تضمن وضع مبادئ وأهداف عامة بصدد حماية المستهلك والتي تتمثل أساسا في:⁽³⁾

1. مساعدة الدول الأعضاء في حماية شعوبهم كمستهلكين، وتسهيل إنتاج غذاء وأنماط توزيع تتناسب مع حاجة ورغبة المستهلك، وتشجيع الوصول إلى مستوى متميز للتصرفات الأخلاقية لمنتجاتهم وموزعي الاحتياجات والخدمات التي يحتاجها المستهلك.
2. مساعدة الحكومات على القضاء على الممارسات غير الشريفة التي قد تقوم بها المشروعات الموجودة وتؤثر سلبيا على مصالح المستهلك، والمساعدة على إنشاء جماعات مستقلة لحماية المستهلك، وخلق تعاون دولي في مجال حماية المستهلك.
3. التشجيع على خلق ظروف تسويقية تهيئ للمستهلك اختيار أفضل بأسعار أقل.⁽⁴⁾

أما عن الحماية الإقليمية فإننا نجد على الصعيد العربي المنظومة الخليجية التي أنشأت هيئة المقاييس والمواصفات الخليجية، وإنشاء المركز الدولي لحماية المستهلك، وتم عقد المؤتمر الدولي لحماية المستهلك في الفترة بين 26 و 27 فبراير 2000 هذا خير دليل على اهتمام المنظومة بالمستهلك، كما انصبت الجهود الأوروبية على إيجاد سبل التنسيق بين دولها في سبيل حماية مواطنيها المستهلكين، ويظهر ذلك من خلال الإعلان الأوروبي لحماية المستهلك، حيث تم تأكيد على حق المستهلك في حماية مصالحه الاقتصادية والمالية، وحقه في التعويض.⁽⁵⁾

الفرع الثالث: تطور حماية المستهلك في ظل التشريعات العربية

لا شك أن الدول العربية قد لامست من قريب أو بعيد "حقوق المستهلك وحمايته"

(1)-أنظر: إبراهيم بن داود، سلسلة إصدارات القانونية قانون حماية المستهلك وفق القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص 49.

(2)-أنظر: عمار زعي، حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008، ص 21.

(3)-لتفصيل أكثر راجع الموقع الإلكتروني:

(4)-أنظر: حداد العيد، المرجع السابق، ص 11-12.

(5)-أنظر: إبراهيم موسى عبد المنعم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت 2007، ص 46-47.

في تشريعاتها العامة أو في محاولاتها لإصدار تشريعات خاصة بالمستهلك، إلا أن ذلك يبقى محدود الأهمية على الصعيد التطبيقي.

ومن خلال هذا الفرع سيتم معالجة التطور التشريعي لحماية المستهلك في كل من القانون الجزائري (أولا) ثم في التشريع المصري (ثانيا).

أولاً: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر: لقد اهتم المشرع الجزائري وكغيره من المشرعين على المستوى العربي والغربي بحماية المستهلك الذي يعد الطرف الضعيف في العملية التعاقدية مقارنة بالتاجر أو المنتج أو مورد الخدمة، فأصدر مجموعة من التشريعات التي تهدف إلى تحقيق الحماية القانونية اللازمة لهذا الطرف، وحرص على تعديلها واستبدالها تماشياً مع التطورات الاقتصادية التي تشهدها الساحة الدولية والوطنية.⁽¹⁾

وفي هذا السياق عايش الاقتصاد الجزائري مرحلتين مختلفتين، تميزت الأولى باعتناق النظام الاشتراكي غداة الاستقلال، حيث كان التدخل كلي للدولة في التجارة الخارجية وتوليها تنظيم الأسواق بما يتناسب وسياساتها، وبعد 1988 وعقب الأزمة الاقتصادية التي عاشتها الجزائر ظهرت بوادر النظام الجديد بالاتجاه نحو اقتصاد السوق.⁽²⁾

01- المرحلة السابقة على صدور قانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: تميزت الجزائر من فترة الستينيات إلى مطلع الثمانينات، أي خلال التوجه الاشتراكي للاقتصاد الوطني بالغياب الكبير لحركة حماية المستهلك، حيث لم تعرف هذه المرحلة تأسيس ولا جمعية لحماية المستهلك، بالإضافة إلى ضعف القوانين التي تندد بحمايته حيث كان آنذاك بعض التشريعات المدنية التي تندد بحماية المشتري، ومن أهم القوانين الصادرة خلال هذه المرحلة:⁽³⁾

1. الأمر رقم 47-75 الصادر في 17 جوان 1975 حيث يعتاد هذا الأمر من بـ التشريعات الأولى في الجزائر والتي تهدف إلى حماية المشتري (المستهلك)، كما استحدث المشرع الجزائري بموجبه جرائم جديدة أدخلها إلى قانون العقوبات في الباب الرابع تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية.⁽⁴⁾

2. الأمر رقم 58-75 الوارد في القانون المدني الجزائري والمتعلق بالسكوت عن الغش والتدليس والعيوب الخفية والضمان.⁽⁵⁾

3. القانون رقم 07-79 المتضمن قانون الجمارك الذي نص صراحة على حظر استيراد السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية والـ تخص بيع السلع والرموز المتعلقة بالعلامة والأغلفة الحاملة لعلامة السلع المقلدة، وهذا لحماية المستهلك من السلع.⁽⁶⁾

وعلى ضوء ما سبق كـ القول أنه الجزائر قبل صدور النصوص القانونية لاسيما

(1)-أنظر: ليندة بومحراث، فاعلية القانون رقم 03-09 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 03، العدد 06، 2012، ص 01.

(2)-أنظر: قويدر عياش، نجاة لعوينات، المرجع السابق، ص 149.

(3)-أنظر: ميرة بلورغي، حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017، ص 181.

(4)-الأمر رقم 47-75 المؤرخ في 17 جوان 1975 والذي استحدث بموجبه المشرع الجزائري جرائم أدخلها في قانون العقوبات الصادر بموجب الأمر 156-66 المؤرخ في 8 جوان 1966 في الباب الرابع تحت عنوان الغش وبيع السلع والتدليس في المواد الغذائية، الجريدة الرسمية، العدد 53، الصادرة في 4 جويلية 1975 المعدل والمتمم.

(5)-الأمر رقم 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 78، المؤرخة في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.

(6)-القانون رقم 07-79 المؤرخ في 21 جويلية 1979 المتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية، العدد 30، المؤرخة في 24 جويلية 1979 المعدل والمتمم بالقانون رقم 04-17 المؤرخ في 16 فبراير 2017، الجريدة الرسمية، العدد 11، المؤرخة في 19 فبراير 2017.

□ ظل غياب أجهزة أو هيئات تدافع عن مصالح □ المستهلك من جهة أخرى كل القوانين الصادرة في هذه الفترة تكتفي بذكر مصطلح □ ش □ ي خلفا للمستهلك، كما أنه هناك غياب قانون خاص بحماية المستهلك، وهذا راجع إ □ توجه الجزائر نحو الاقتصاد الاشتراكي وتدخل الحكومة الجزائرية في الاقتصاد الوطني وتنظيمه بصفة مباشرة وتنظيم السوق في الجزائر وغياب الهيئات والأجهزة التي تدعو لحماية □ ستهلك □ الجزائر، واكتفاء النصوص التشريعية الجزائرية و □ تلف القوانين بمصطلح □ ش □ ي، وغياب مصطلح المستهلك⁽¹⁾.

02)-مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك: في هذه الفترة سارعت الدولة الجزائرية مع بداية عام 1989 إلى إصدار قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي قدم المبادئ الأساسية لمراقبة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع مختلف أنواع الغش التجاري، ويعتبر هذا النص بمثابة اللبنة الأولى لتأسيس نظام قانوني لحماية المستهلك في الجزائر وقد لعب هذا القانون دورا هاما في بلورة حماية المستهلك في المجتمع الجزائري ويعتبر الركيزة الأساسية، ويعود ذلك لسبب هام وهو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه والتحول إلى النظام اقتصاد السوق الذي قد يمس بمصلحة المستهلك⁽²⁾ وجاء بعده القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ليضيف حماية أكبر للمستهلك ولمواكبة مختلف التغيرات ويساير الحركة التشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك نظرا لتزايد المخاطر لحماية مصالحه المادية والمعنوية.

ومن الجدير بالملاحظة أن تطور حركة حماية المستهلك سواء على المستوى الدولي أو في الجزائر أضحت مرهونة بالتطور الذي يشهده مبدأ المنافسة الحرة، حيث كثيرا ما أدت العوامل الاقتصادية المتحركة في السوق إلى ظهور أزمات أثرت على الحياة الاجتماعية والاقتصادية للمستهلك⁽³⁾.

ثانيا: تطور حماية المستهلك في التشريع المصري: تعد مصر من ضمن الدول العربية التي واكبت التطور الذي شاهده دول العالم في مجال حماية المستهلك، حيث تم حماية هذا الأخير من خلال عدة تشريعات منها ما هو منصوص عليه في قانون العقوبات الاقتصادي وهي النصوص الخاصة بحماية الاقتصاد مثل قوانين التمويل، التسعير الجبري وتحديد الأرباح وبعض الآخر لا يندرج ضمن قانون العقوبات الاقتصادي مثل قانون قمع التدليس والغش، وحماية العلامات التجارية..... الخ.

وفي هذا المقام صدرت عدة قوانين تعاقب على الغش منها قانون العقوبات لسنة 1883 وكذا القانون 1904، وقانون 1937⁽⁴⁾ ليصدر بعد ذلك القانون رقم 57 لسنة 1939 الخاص بالمعاملات التجارية، وحل القانون رقم 48 لسنة 1941 بشأن قمع التدليس والغش محل القانون 1937 الذي وسع في التجريم وعاقب على الشروع في الخداع والغش، ثم صدرت عدة أوامر تعاقب على كل من تسبب في التأثير على الأسعار إلى غاية صدور القانون رقم 281 لسنة 1994 معدل

(1)-أنظر: عادل مستوي، عماد بوقلايشي، تطور سياسات وآليات حماية المستهلك من الغش التجاري في الجزائر، رؤية تحليلية خلال الفترة (1990-2014)، مجلة المناجير المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير درارية، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، جوان 2015، ص 106.

(2)-أنظر: هدى معيوف، العلاقة التعاقدية بين حقوق المستهلك في السوق الجزائرية، بحث استطلاع، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، كلية مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، المجلد 09، العدد 01، 2017، ص 59-60.

(3)-أنظر: صياد الصادق، المرجع السابق، ص 29.

(4)-عرف قانون العقوبات المصري هو الآخر عدة تعديلات منها قانون رقم 189 لسنة 2020 الخاص بتعديل بعض أحكام قانون العقوبات الصادر بالقانون رقم 58 لسنة 1937 الذي نشر في الوقائع العدد 71 في 5 أوت 1937، الجريدة الرسمية العدد 63 مكرر (ب) في 5 سبتمبر سنة 2020.

لأحكام القانون رقم 48 لسنة 1941 وتشديد العقوبات على الغش والتدليس. كما أصدر المشرع المصري عدة قوانين مكملة نذكر منها على سبيل المثال القانون رقم 10 لسنة 1996 بشأن مراقبة الأغذية وتنظيم تداولها ومعدل بمقتضى القانونين رقم 30 لسنة 1976 والقانون رقم 106 لسنة 1980 الذي جرم الأغذية غير المطابقة للمواصفات أو غير الصالحة للاستعمال الآدمي، والقانون رقم 01 لسنة 1994 متعلق بالوزن والقياس والكيل و □ مطلع القرن الواحد والعشرين سن قانونا مستقلا لحماية □ ستهلك وهو قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 ولائحته التنفيذية⁽¹⁾ وبموجبه يكون الوزير المختص بشؤون التجارة والصناعة، وهو يهدف إلى تحديد القواعد العامة التي ترعى حماية المستهلك بوجه عام وصون حقوق المستهلك الأساسية، وتأمين شفافية المعاملات الاقتصادية التي يكون المستهلك طرفا فيها وحمايته من الغش والإعلان الخادع وضمان سلامة المنتجات والخدمات وجودتها، كما حرص على تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك وجعلها ممثلة بصورة موسعة في مجلس إدارة جهاز حماية المستهلك وبذلك يكون المشرع المصري قد خطى خطوة هامة نحو توفير إطار قانوني متكامل ومتناغم يحمي المستهلك في كافة تعاملاته الاقتصادية لاسيما وأن أحكامه تنطبق على الشركات سواء العامة أو الخاصة حالة تقديمها لسلع أو خدمات للمستهلك، ولكون أحكامه تنطبق أيضا على السلع المستعملة حال التعاقد عليها من خلال المورد.⁽²⁾

كما أصدرت العديد من الدول العربية الأخرى تشريعات لحماية مستهلك نذكر منها على سبيل المثال قانون حماية المستهلك في لبنان رقم 659 الصادر في شباط 2005، وقانون حماية المستهلك في سوريا رقم 2 لسنة 2008 والمعدل بالمرسوم التشريعي رقم 27 لسنة 2013، وقانون حماية المستهلك في فلسطين رقم 21 لسنة 2005.

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك

يعتبر مصطلح المستهلك من المصطلحات المستحدثة في مجال الدراسات القانونية، حيث أولى فقهاء القانون في معظم الدول جل عنايتهم واهتمامهم بدراسة هذا المصطلح وما يرتبط به من موضوعات في نطاق القانون، وحرصت العديد من الدول على سن القوانين والتشريعات التي تعني بحماية المستهلك، ولاقت تلك التوجهات الجديدة للقانونيين إزاء تلك الموضوعات استحسانا على المستوى المحلي والدولي، وإذ كانت بعض التشريعات لم تتطرق إلى وضع تعريف محدد لمُدلول المستهلك الذي يتمتع بتلك الحماية تاركين ذلك لمحاولات الفقه والقضاء التي تأرجحت في تعريفها للمستهلك بين السعة والضيق.⁽³⁾

ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة مفهوم المستهلك باعتباره من المفاهيم المهمة جدا التي عادة مالا تحظى بتعريف دقيق، الأمر الذي يستدعي تحديد تعريفه من الناحية الاقتصادية {الفرع الأول} وكذا تحديد تعريفه عند الفقه والقضاء {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى تعريفه القانوني {الفرع الثالث} باعتبار مصطلح المستهلك حديث العهد بالنسبة للفكر القانوني.

الفرع الأول: التعريف الاقتصادي للمستهلك

لفظ المستهلك والاستهلاك لا يشيع إلا في لغة الاقتصاد مع مصطلحات الإنتاج والتوزيع إذ يعود أصل كلمة الاستهلاك Consommation المشتق منها لفظ المستهلك Consommateur

(1)- القانون رقم 67 لسنة 2006 الصادر بشأن قانون حماية المستهلك، منشور بجريدة الرسمية، العدد 20 مكرر، الصادر في 20 ماي 2006 الملغى بموجب المادة 04 من القانون 181 لسنة 2018 المتعلق بقانون حماية المستهلك.

(2)- أنظر: خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 48-48.

(3)- أنظر: خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات الخادعة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2007، ص 47-48.

إلى اللغة اللاتينية، حيث يعبر عنها بلفظ *Consommare* ومعناه الاستعمال إلى غاية الإتلاف أو الإنهاء، ومن الصحيح قول أنجز، أكمل، أتم وأنهى، ترجمة لكلمة *achever* الفرنسية، وليس دمر وخرب حسب ما تعنيه كلمة *détruire*.⁽¹⁾

أما المستهلك في اللغة العربية من الفعل *استهلك*، *يستهلك* *استهلاكاً*، فنقول *استهلك* المال أي أنفقه.⁽²⁾ والمتبع للفظ *استهلك* يجد أنها مأخوذة من *هلك*، *الهلك*، *يهلك*، ومن ثم فإن لفظة *استهلك* بمعنى النفاذ والإنفاق.⁽³⁾

أما اصطلاحاً عرف على أنه: «من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعلوهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني»⁽⁴⁾ أما من الناحية الاقتصادية فإن اللفظ المستهلك في الأصل هو محل اهتمام علماء الاقتصاد فالمستهلك بمفهومه الاقتصادي هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، ويختلف مفهوم المستهلك في المجال القانوني عنه في المجال الاقتصادي، فالقانون لا يعبأ بفعل الاستهلاك في حد ذاته، وإنما يهتم بالتصرف القانوني الذي يأتيه الشخص بإرادته بهدف إشباع احتياجاته الذاتية والعائلية من السلع والخدمات، ولهذا عرف المستهلك على أنه: «كل من يحصل من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية إشباعاً حالاً ومباشراً» كما يعرفه البعض الآخر بأنه: «كل فرد يشتري سلع وخدمات لاستعماله الشخصي أو هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة»⁽⁵⁾

ويعرف الاستهلاك طبقاً للمفهوم الاقتصادي بأنه: «آخر العمليات الاقتصادية التي تخص فيها القيم الاقتصادية لإشباع الحاجات»، وتكمن أهمية تحديد مفهوم المستهلك في تحديد الأشخاص الذين يستفيدون من القواعد الخاصة التي تتضمنها تشريعات المستهلكين عموماً»⁽⁶⁾ وتستخدم كلمة المستهلك في المفهوم الاقتصادي لوصف نوعين من المستهلكين:

1. المستهلك الفرد: وهو ذلك الفرد الذي يقوم بالبحث عن سلعة، أو خدمة ما وشراءها باستخدامها الخاص أو العائلي.

2. المستهلك الصناعي أو المؤسسي: ويشمل كل المؤسسات الخاصة والعامة التي تقوم بالبحث وشراء السلع والمواد التي تمكنها من تنفيذ أهدافها، حيث تشتري المواد الخام الأولية أو المصنعة قصد إنتاج وتسويق سلع نهائية لكل من المستهلك النهائي أو المستهلك الصناعي.⁽⁷⁾

ويعد الاستهلاك في هذا السياق المرحلة الأخيرة من مراحل العمليات الاقتصادية لإشباع الحاجات، إذ تبدأ هذه الدورة بإنتاج السلعة أو الخدمة وتتم بتوزيعها ثم تنتهي باستهلاكها فالمستهلك وفقاً لعلماء الاقتصاد هو من تنتهي عنده لدورة الاقتصادية، فالسلعة إذا الت

(1)-لمزيد من المعلومات راجع في ذلك:

-Babusiaux C, Le droit de la consommation, reflet de l'évolution économique et technique in la consommation, Revue française d'administration publique, N°56 octobre-décembre 1990,p62.

(2)-أنظر: علي بن هادية، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحي، القاموس الطلاب الجديد، الطبعة السابعة، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991، ص51.

(3)-أنظر: ابن منظور، معجم لسان العرب، دون طبعة، دون تاريخ النشر، مادة هلك، المجلد 03، ص820.

(4)-أنظر: عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الجزء الأول، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2002، ص138.

(5)-أنظر: أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية مصر، 2008، ص55.

(6)-أنظر: محمود علي رحمه، الحماية المدنية والقضائية للمستهلك من الشروط التعسفية في ظل التشريعات الخاصة وآليات الحماية القضائية من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ص15.

(7)-أنظر: محمد إبراهيم عابيدات، سلوك المستهلك، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص1.

إليه فإنها تنتهي إلى الركود وسكون.⁽¹⁾

الفرع الثاني: التعريف الفقهي والقضائي للمستهلك

على الرغم من أن المستهلك قد حظي باهتمام واسع لدى المشرعين ورجال القانون سعياً وراء تحقيق الحماية الضرورية له، إلا أن المستهلك كمصطلح لم يحظ بتعريف دقيق ذلك أنه مصطلح عرف أكثر لدى رجال الاقتصاد، حيث أثارت فكرة المستهلك جدلاً فقهيًا واسعاً، ويمكن القول بوجود اتجاهين مختلفين الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك (أولاً) والاتجاه الموسع (ثانياً).

أولاً: الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك: رغبة في تحقيق الترابط المنطقي لفكرة المستهلك يدافع جانب من الفقه عن تعريف من شأنه أن يقيد هذه الفكرة ويظهر من ذاتيتها، ويكون مستهلكاً وفقاً لهذا الاتجاه كل شخص طبيعي أو اعتباري الذي يحصل أو يستعمل أو خدمة لغرض غير المهني.⁽²⁾ وتذهب غالبية الفقه الفرنسي إلى تأييد الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك فالمستفيد من أحكام القوانين المتعلقة بحماية المستهلك هو: «كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ويخرج من ذلك من يبرم تصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة»⁽³⁾

والمعيار المعتمد من قبل أنصار هذا الاتجاه هو معيار "الغرض" فالمستهلك هو: «كل شخص يقتني أو يستعمل مالا أو خدمة لتحقيق هدف شخصي أو عائلي، سواء تعلق الأمر باقتناء المنقولات أو العقارات، دون أن يكون لهذا الاقتناء أي هدف مهني»⁽⁴⁾ وهو أيضاً ما أشار إليه الفقيه Cornu الذي يعرف المستهلك على أنه: «كل مقتن بشكل غير مهني لمنتوج استهلاكي موجه لاستعماله الشخصي»⁽⁵⁾ فيخرج من وصف المستهلك كل من يـ□م تصرفات قانونية موجهة لأغراض □ مهنة أو الحرفة كون هذه التصرفات تؤهله لمواجهة من يكون في مركزه، ومن مزايا هذا الاتجاه أنه يحقق الأمن القانوني للمستهلك مقارنة بالمفهوم الواسع للمستهلك.⁽⁶⁾

غير أنه ما يعاب على هذا الاتجاه أنه يعتبر المستهلك مجرد شخص لا هم له سوى إشباع حاجاته الشخصية وحاجات أسرته من مأكّل ومشرب وملبس، في حين أن للشخص الطبيعي اهتمامات وأنشطة لا تدخل في عمليات الإشباع المادي بالمعنى الضيق، إلا أنها رغم ذلك تعتبر لازمة لحياته مثل عقد إيجار المسكن، وعقد نقل الشخصية، وعقد القرض.... الخ.⁽⁷⁾

ثانياً: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك: من الواضح أن هذا الاتجاه يسعى بتوسيعه فكرة المستهلك إلى بسط نطاق الحماية التي يتمتع بها الأخير لتشمل أكبر عدد ممكن، ولتحقيق هذه الغاية ذهب جانب من الفقه إلى التخلي على الفكرة الجوهرية التي سيطرت على الاتجاه السابق والتي تعول على

(1)-أنظر: ألاء يعقوب يوسف، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين العراق، المجلد 14، العدد 02، 2005، ص 65.

(2)-أنظر: أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية للنشر والتوزيع مصر، 2008، ص 56.

(3)-لتفصيل أكثر في مفهوم المستهلك راجع:

-Jean Calais- Auloy, Frank Steinmetz, Droit de la consommation, 5ème édition, Dalloz, Paris 2000, P07.

(4)-Picod Yves, Hélène Davo, Droit de la consommation, Armand Collin, Dalloz, Paris France 2005, p20.

(5)- لمزيد من المعلومات راجع:

-Cornu, G, la protection du Consommateur, revaux de l association, Henri Capitant, 1973 P136

(6)-أنظر: ليندة بومحراث، المرجع السابق، ص 3-4.

(7)-أنظر: ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، مداخلة ملقاءة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 13-14 أبريل 2008، ص 23.

الطابع الشخصي لاستعمال المال أو السلعة أو الخدمة⁽¹⁾ وبذلك يعرف المستهلك وفقا للاتجاه الموسع على أنه: «كل شخص يتعاقد بغرض اقتناء أو استعمال مال أو خدمة، □ وإن كان الشخص مهنيًا مادام يتصرف خارج ميدان تخصصه المهني»⁽²⁾ ويترتب على ذلك نتيجة مفادها توسيع نطاق تطبيق القواعد الحمائية من خلال بسط مفهوم المستهلك، ليشمل المهني الذي يتعامل خارج نطاقه ولو لخدمة أغراض مهنته.⁽³⁾

عرف أيضا على أنه: «كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك من خلال استعماله السلعة أو الخدمة، ويستوي في ذلك من يقتني تلك السلع والخدمات من أجل استعماله الشخصي أو العائلي ومن يقتنيها من أجل احتياجاته المهنية على أن إعادة التصرف في تلك الأموال ببيعها مثلا والذي يعتبر النشاط المميز للمهني لا يعتبر استهلاكًا، كمن يشتري سيارة لا لاستخدامه الشخصي بل لإعادة بيعها مرة ثانية»⁽⁴⁾

واعتبار المهني من قبل المستهلكين وفقا لهذا الاتجاه سندده أنه متى تصرف خارج مجال اختصاصه المهني يعتبر كغير المهنيين لأنه يبدو في الواقع كمستهلك عادي، ومما يستدعي بسط الحماية القانونية عليه ضد إساءة استعمال الطرف القوي المتعاقد معه لقوته الاقتصادية والتي تميل بها في غالب الأحيان إلى التعسف والجور على حقوق الطرف الضعيف، ويستند أنصار هذا الاتجاه في تحديد على معيار الخبرة الفنية والتقنية.⁽⁵⁾

ويعاب على هذا الاتجاه أنه جعل قانون الاستهلاك غير دقيق ومن دون فاعلية من جهة ومن جهة أخرى يعيب أنصار الاتجاه الضيق على هذا الاتجاه توسعه المفرط وغير □ □ ر الذي من شأنه أن □ عل تعريف المستهلك فكرة □ مضبوطة، ذلك أن هذا التوسع مناقض للحكمة من وضع قانون خاص بحماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف.⁽⁶⁾

ومن التشريعات التي اعتمدت مفهوما موسعا نجد القانون الألماني الصادر في 09 ديسمبر 1976 المتعلق بالشروط العامة للعقد والذي وسع الحماية لتشمل كل من لم يتسن له مناقشة مضمون العقد بشكل حر حتى وإن كان محترفا، وكذلك القانون الإنجليزي لسنة 1977.

وترتبيا على ما تقدم فإن مفهوم المستهلك لم يتوقف عند هذا جدل بل تحول إلى جدل قضائي بسبب عدم وجود تعريف محدد له في القانون الفرنسي، وانتقل إلى ردهات المحاكم والتي وجدت بين أيديها نص المادة 35 من القانون 10 جانفي 1978 المتعلق بالشروط التعسفية والتي نصت على أنه: «أن نصوص هذا القانون تتعلق فقط بالعقود المبرمة بين المحترفين وغير المحترفين أو المستهلك»⁽⁷⁾ وهنا ثار جدل كبير في تحديد مفهوم غير المحترف (أو غير المهني) وهل يقصد

(1)-أنظر: محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2011، ص15.

(2)-أنظر: يوسف الشندي، أثر خيار المستهلك في الرجوع في التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد، مجلة الشريعة والقانون كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد 43، يوليو 2010، ص164.

(3)-أنظر: منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2013، ص24.

(4)-أنظر: السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص21.

(5)-أنظر: عبد الرازق بولنوار، المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 04، جانفي 2011 ص231.

(6)-أنظر: هدى زوزو، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الإلكتروني في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 01 العدد 01، جوان 2009، ص319.

(7)-صدر بموجب القانون رقم 78-23 المؤرخ في 10 جانفي 1978 والذي أطلق عليه loi scrivener نسبة إلى السيدة scrivener والتي كانت آنذاك تشغل منصب سكرتيرة دولة مكلفة بالاستهلاك .

-L35 de loi n°78-23 du 10 janvier 1978 sur la protection et l'information des consommateurs de produit et de service, JORF du 11 janvier 1978.

به المستهلك نفسه أم لا؟ فقد كان القضاء الفرنسي في بداية تعريفه للمستهلك يعتمد على المفهوم الضيق، حيث ذهبت إحدى المحاكم الفرنسية (محكمة باريس الابتدائية) إلى تعريف المستهلك بأنه: «الفرد الذي من أجل احتياجاته الشخصية يصبح طرفاً في عقد يتعلق بسلعة أو خدمة»⁽¹⁾ كما أن المشرع الفرنسي أفرد للمستهلكين حماية خاصة من الشروط التعسفية بموجب القانون رقم 78-23 المؤرخ في 10 جانفي 1978 المتعلق بحماية المستهلك للسلع والخدمات من الشروط التعسفية، مع الإشارة أنه أثار جدل جانب من الفقه والقضاء بفرنسا بشأن المادة 35 السالفة الذكر حيث لم تكن محكمة النقض الفرنسية ثابتة حول مفهوم المستهلك، إذا فسرته تفسيراً ضيقاً في قرار لها صادر في 15 أفريل 1986، ثم عدلت عن موقفها عاماً بعد ذلك، فقد أصدرت محكمة النقض الفرنسية في دائرة أعمالها المدنية حكماً هاماً يعكس توجهها نحو تبنيها المفهوم الموسع للمستهلك في 28 أفريل 1887 حيث اعتبرت وكيل عقاري قام بشراء أجهزة إنذار لمحلاته مستهلكاً لأنه تصرف في غير مجال اختصاصه، ويستفيد من نصوص قانون 10 يناير 1978 الخاصة بحماية المستهلك للسلع والخدمات من الشروط التعسفية⁽²⁾ غير أن الوضع لم يبق على حاله إذ حسم القضاء الفرنسي سنة 1995 هذه المسألة فقد استعملت محكمة النقض الفرنسية صيغة جديدة تقضي بأنه: «لا يعتبر مستهلكاً، ولا يستفيد من قواعد الحماية الشخص الذي يبرم عقداً له صلة مباشرة مع نشاطه المهني»⁽³⁾ وتعني هذه الصيغة بمفهوم المخالفة أن قواعد حماية المستهلك تطبق فقط في حالة ما إذا كان العقد له علاقة غير مباشرة مع النشاط المهني، وفي غالب الأحيان تكيف العلاقة التعاقدية مباشرة، وهذا المفهوم أقرب إلى المفهوم الضيق للمستهلك، وهو مفهوم الذي تبنته محكمة النقض الفرنسية.

الفرع الثالث: التعريف القانوني للمستهلك

نظراً لحدثة مصطلح المستهلك في مجال القانون، فإن التعريف القانوني تم استنتاجه من المفهوم الاقتصادي لأنه لا يوجد لدى علماء الاقتصاد ذلك الخلاف الشديد في تحديد مفهوم المستهلك عند رجال القانون، ومن هذا المنطلق تناولت جل التشريعات مسألة حماية المستهلك إما بموجب تشريع مستقل أو ضمن القوانين المدنية، أما بالنسبة لتحديد مفهوم المستهلك فقد تضمنت بعض التشريعات تعريف مصطلح المستهلك، بينما ترك البعض الآخر الأمر للفقه على اعتبار أنه المختص بهذا الأمر.⁽⁴⁾

وفي هذا السياق عرف المشرع المصري المستهلك في قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018 على أنه: «كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه أحد المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية أو غير التجارية، أو يجري التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص»⁽⁵⁾ ولفظ المنتجات في القانون هنا يشمل السلع والخدمات معاً، فهذا التعريف يقوم على الغرض من التصرف، فمتى كان الغرض بعيداً عن نشاطه المزود وغير مرتبط به عد مستهلكاً بخلاف ما إذا كان الغرض من التصرف يتعلق بنشاط الشخص المزود فلا يعد مستهلكاً في هذه الحالة ولو اتسم مركزه الاقتصادي بالضعف، وبهذا يكون المشرع المصري أخذ بالمفهوم المقيد

(1)-أنظر: خالد موسى توني، المرجع السابق، ص56.

(2)-أنظر: سفيان شيه، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 03، العدد 04، جانفي 2011، ص226.

(3)-أنظر: ليندة بومحراث، المرجع السابق، ص6.

(4)-أنظر: محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص56.

(5)-المادة 01 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بإصدار قانون حماية المستهلك، الجديدة الرسمية، العدد 37 الصادر في 13 سبتمبر 2018 الملغي للقانون رقم 67 لسنة 2006 الصادر بشأن قانون حماية المستهلك السالف الذكر.

للمستهلك.(1)

ومن زاوية أخرى فإن المشرع الفرنسي ورغم مطالب الفقه في تحديد مفهوم للمستهلك إلا أن التشريع الفرنسي لم يعطي أي مفهوم آنذاك، إلا أنه وبتعديل قانون الاستهلاك لسنة 2014 الصادر بمقتضى القانون 344/2014 المؤرخ في 17 مارس 2014 نصت المادة 03 من هذا التعديل باستحداث مادة تمهيدية نصت على أنه: «في مفهوم هذا القانون يعتبر مستهلكا كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في نشاطه التجاري، الصناعي، الحرفي الحر»⁽²⁾

وفقا لهذا التعريف فإن المستهلك هو الشخص الطبيعي الذي يتعاقد خارج نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحر، وبذلك يكون قد أخرج المشرع الفرنسي الشخص المعنوي من مفهوم المستهلك كما أن هذا التعديل لم يتضمن مفهوم غير المهني المصطلح الذي تضمنته أغلب مواد قانون حماية المستهلك، وبالتالي لم يتم الفصل في الجدل الفقهي المتعلق بهذا المفهوم بالرغم من أنه أضاف مادة تمهيدية لقانون الاستهلاك تحدد مفهوم المستهلك.⁽³⁾

وفي سنة 2016 ألغى المشرع جميع النصوص المتعلقة بحماية المستهلك لاسيما القانون 93-949⁽⁴⁾ وتعديلاته إلى غاية 2014 وأعاد تنظيم الموضوع من جديد بواسطة الأمر 301-2016 الصادر في 14 مارس 2016 والساري المفعول ابتداء من تاريخ 1 جويلية 2016 بحيث نصت المادة تمهيدية فقرة 1 من القانون أن المستهلك: «كل شخص طبيعي يتصرف لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه التجاري، الصناعي، الحر أو الزراعي».

وعليه يكون المشرع الفرنسي قد أبقى على نفس التعريف السابق الذكر، وأضاف النشاط الزراعي للتعداد المذكور في المادة السابقة المتعلقة بالنشاطات المهنية، وفي نفس الإطار جاءت المادة تمهيدية في فقرتها 2 بتعريف مصطلح "غير المهني" الذي اشدت الخلاف حوله في نصوص قانون الاستهلاك قبل وبعد صدور مدونة الاستهلاك لسنة 1993 بحيث عرف على أنه: «كل شخص معنوي يتصرف لأغراض لا تدخل في إطار نشاطه التجاري، الصناعي الحر أو الزراعي».

واستنادا إلى ما سبق يتضح لنا أن المشرع الفرنسي تبنى الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك بشكل صريح ومكرس بمقتضى قانون الاستهلاك، كما اعترف المشرع للشخص المعنوي بالحماية شأنه شأن الشخص الطبيعي بحيث اعتبر أن الشخص الطبيعي هو المستهلك، والشخص المعنوي إذا تعاقد خارج مجال اختصاصه اصطلاح عليه غير المهني⁽⁵⁾ إلا أن المشرع الفرنسي أعاد تعديل هذا المفهوم بمقتضى المادة 03 من القانون 203-2017 المؤرخ في 21 فبراير 2017 المتضمن المصادقة على الأمر 203-2016 المؤرخ في 14 مارس 2016 المتعلق بالقسم التشريعي لقانون

(1)-أنظر: عبد الله ذيب عبد الله محمود، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص34.

(2)-Loi n°2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, JORF n°0065 du 18 mars 2014.

(3)-أنظر: محمد جريفي، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم الثالث في الحقوق، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أحمد دراية أدرار، 2017، ص30.

(4)- لم يعرف قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر سنة 1993 المستهلك، لكن الأعمال التحضيرية لهذا القانون عرفت المستهلكين بأنهم «الأشخاص الذين يكتسبون، أو يستعملون الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني» ورغم ذلك، صدر القانون في صيغته النهائية خاليا من أي تعريف للمستهلك.

(1) JORF -Loi 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code du consommation (partie Législative) n°0171 du 27 juillet 1993.

(5)-أنظر: محمد جريفي، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص، دراسة مقارنة مع قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد لسنة 2016، مجلة القانون والمجتمع، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد 06، العدد 01 جوان 2018، ص220.

الاستهلاك حيث أصبح مفهوم غير المهني هو: «كل شخص معنوي لا يتصرف لأغراض مهنية»⁽¹⁾ وفي مقابل ذلك ظهر مصطلح المستهلك في التشريع الجزائري لأول مرة مع صدور قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، إلا أنه لم يرد تعريفا ضمن هذا القانون فنجد المشرع أحال ذلك لتنظيم لاحق وهو المرسوم رقم 90-39 حيث عرفت المادة 3/9 المستهلك على أنه: «كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الواسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية، أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به»⁽²⁾ والظاهر من هذا التعريف أن المهني لا يدخل في مفهوم المستهلك إذا كان يتعامل لأغراض مهنية ويقتصر الأمر على من يقتني منتوجا أو خدمة لتلبية رغبة خاصة به شخصي أو خاصة بشخص آخر كأفراد عائلته، أو خاصة بحيوان.⁽³⁾

وبصدور القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم عرف المشرع المستهلك من خلال نص المادة 2/03 منه على أنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت له، ومجردة من كل طابع مهني».⁽⁴⁾ يلاحظ على هذا التعريف أنه غامض وغير واضح تماما، فمن هو الشخص المعنوي المقصود هنا ذلك أن الشركات التجارية هي أشخاص معنوية فهل تستفيد من الحماية القانونية للمستهلك، كذلك عبارة يقتني سلعا وخدمات قدمت أو عرضت فماذا لو سعى شخص للحصول على سلعة وخدمة، وماذا عن الشخص الذي تقدم له هذه السلع نجانا ثم ماذا لو كانت هذه السلع عبارة عن مواد أولية؟ كما يعاب على المشرع الجزائري في التعريف المدون أعلاه قصره في عمليات الاستهلاك على البيع والتي لا تكون مقتصرة عليه كالإيجار مثلا.⁽⁵⁾

كما عرف المشرع الجزائري المستهلك أيضا بموجب المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بقولها: «كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به»⁽⁶⁾ لا يختلف هذا التعريف عن سابقه ماعدا في بعض التوضيحات تتعلق بتحديد السلعة أو الخدمة المخصصة للاستعمال النهائي لتلبية لحاجات المستهلك سواء تعلق الأمر بالأشخاص أو الحيوانات التي هي تحت حراسته باعتباره المسؤول القانوني عنها وبهذا التعريف أكد المشرع ميله للاتجاه الضيق، وتم الاستغناء عن مصطلح الاستعمال الواسطي الذي أثار الغموض حول حقيقة ما ذهب إليه المشرع معرض تعريفه للمستهلك في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم. وبناء على ما تقدم فإن معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء، بحيث يكون هذا

(1)- L03 de la loi n°2017-203 du 21 février 2017 ratifiant les ordonnances n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit

(2)- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 51 المؤرخة في 31 جانفي 1990 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، الجريدة الرسمية، العدد 61، المؤرخة في 21 أكتوبر 2001.

(3)- أنظر: بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، الجزء 37، العدد 02، 1999، ص 31.

(4)- المادة 2/03 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)- أنظر: زرارة، صالح الواسعة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، المجلد 03، العدد 02، جانفي 2012، ص 188.

(6)- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15 الصادرة في 8 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة في 13 يونيو 2018.

الاقتناء لسد حاجيات شخصية، أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به على أساس أن الغرض يجب أن يكون غير مهني، بالإضافة إلى أن يكون للاستعمال النهائي.⁽¹⁾

المطلب الثالث: مفهوم حماية المستهلك

مما لا شك فيه أن مفهوم حماية المستهلك غدا يحظى باهتمام متصاعد على كافة الأطر والمستويات المحلية والإقليمية والعالمية، ففي الوقت الذي حرصت فيه الشريعة الإسلامية التأكيد على هذه الحماية من خلال آيات القرآن الكريم والسنة النبوية، نجد الفكر الاقتصادي الحديث قد نادى ووقف إلى جانب هذه الحماية، إلا أنه لا زال يوجد ثمة إخفاق في أطر هذه الحماية.⁽²⁾

ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى تعريف حماية المستهلك {الفرع الأول} لنخرج بالبحث عن خصائصها {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى أساليب المعتمدة في توفير الحماية اللازمة للمستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: تعريف حماية المستهلك

إن فكرة حماية المستهلك وتوسيع حركتها المتزايدة في المجتمعات القديمة جاء بفعل الضغط الذي مارسه المستهلكون على حكوماتهم من التدخل وفرض حمايتهم من رجال الصناعة ورجال الأعمال والتجار، وقد تبلورت هذه الجهود فعلاً من خلال إصدار الكثير من القوانين التي تدعم هذا التوجه، وكذلك ظهور جمعيات ومراكز بحثية تعمل على حماية المستهلك،⁽³⁾ وتعد هذه الأخيرة ترجمة فعلية لمفهوم المعاصر للحقوق الإنسان فهي لم تعد مجرد نصوص أو إعلانات، بل غدت مطلب لكل الشعوب والتزام عاماً لمعظم دول العالم، وهي لا تقتصر على حريات والحقوق السياسية والفكرية فقط، بل امتدت لتشمل الحقوق الاقتصادية والاجتماعية.⁽⁴⁾

ويقصد بحماية المستهلك بوجه عام حفظ الحقوق، وضمان حصوله على تلك الحقوق من المهنيين في كافة المجالات، سواء أكانوا تجاراً أم صنّاعاً أو مقدمي الخدمات أم شركات وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي يقوم محله سلعة أو خدمة، وتتطلب هذه الأخيرة اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى منع المستهلك أو خداعه.⁽⁵⁾ بمعنى آخر رعاية المستهلك ومعاونته في الحصول على ما يلزمه من سلع وخدمات بما يضمن استقراره، وذلك بأسعار مناسبة وضمن الظروف كلها، ومنع أية أخطار أو عوامل تضر بمصالحه أو تؤدي إلى خداعه.⁽⁶⁾

كما عرفت أيضاً على أنها: «مجموعة من القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذا ضمان حصوله على حقوقه قبل البائعين»⁽⁷⁾ وحماية المستهلك في نطاق السوق الحرة لها شرطان أساسيين هما:

- 1- أولهما أن تتصف هذه الحماية بالعدالة والتوازن في الحقوق والواجبات بين أطراف التعامل فالقواعد والسياسات بقدر عنايتها بمصلحة المستهلك وحمايته، فهي تحمي أيضاً المنتج الشريف.
- 2- ثانيها أنه من سبل الحماية أيضاً في مجال الإنتاج اشتراط وجود شهادات أو نتائج تجارب ونتائج

(1)-أنظر: محمد جريفي، المرجع السابق، ص222-223.

(2)-أنظر: إبراهيم الأخرس، المرجع السابق، ص365.

(3)-أنظر: مصطفى بونسي، تأثير خصائص المنتج على حماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك، مجلة دفاتر اقتصادية كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 06، العدد 02، سبتمبر 2015 ص113.

(4)-أنظر: أحمد أنور رسلان، الحماية التشريعية للمستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنعقد يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص79.

(5)-أنظر: عبد الرؤف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2019، ص69.

(6)-أنظر: طارق الخير، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 17، العدد 01، 2001، ص92.

(7)-أنظر: مصطفى عبد العال، محمد محمود، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف، المجلد 03، العدد 04، جوان 2006 ص192.

عملية تصل إلى علم وفهم المستهلك، واشتراط شهادات الجودة من الجهات الرسمية كشرط لطرح المنتج في الأسواق.⁽¹⁾ ويرتبط بمفهوم حماية المستهلك بمفهوم آخر هو "حركة حماية المستهلكين" والتي يعرفها kotler على أنها: «حركة اجتماعية تعمل على زيادة وتدعيم حقوق المشتريين في علاقاتهم بالبائعين»⁽²⁾

بمعنى أن هذه الحركة تمثل ذلك الفعل الاجتماعي المنظم من طرف المستهلكين والذي يهدف إلى تجسيد حق الاستماع لهؤلاء المستهلكين، وضمان استعادة حقوقهم التي تم الإخلال بها من الأطراف الأخرى في التبادل مما سبب لهم نقص في الإشباع»⁽³⁾

وترتيباً لما سبق يتضح لنا أن حركة الاستهلاكية هي حركة اجتماعية تهدف إلى تثبيت حقوق الأفراد والمستهلكين، وتذكير بعض المسوقين بمسؤوليتهم الاجتماعية تجاه المستهلك.⁽⁴⁾ ذلك أن حماية المستهلك هي قضية اجتماعية، نشاط جماعي- تعاوني متكامل-مستمر يتولاه جميع الأطراف ذات العلاقة، وتتميز هذه القضية بأن أساسها: هو الإيمان بضرورتها.

- تفعيلها: يتم عندما تشعر جميع الأطراف بمسؤوليتها اتجاه المستهلك.

- نجاحها: يستحقق عندما تدرك هذه الأطراف مفهوم الحماية.⁽⁵⁾

وإن حركة حماية المستهلك بالرغم من وصفها بالقوة المميزة في السوق المعاصر، فإن العديد يعتقدون أن أقوى المدخل لهذه الحركة هو المجتمع الرأسمالي عامة والأوروبي خاصة، وهناك عدة أسباب ساهمت في السعي نحو تعزيز حماية للمستهلك نذكر منها:

1- ظهور مشكلة المستهلك منخفض الدخل ومعاناته من الغش والمغالاة في الأسعار وانخفاض الجودة، وإفراط المبالغ فيه في العديد من الأنشطة التسويقية والتي لا مبرر لها إلا على حساب المستهلك، كالإفراط في وسائل الترويج المستخدمة، والتعبئة والتغليف في مجالات أخرى.

2- أصبحت مسألة الاهتمام بشؤون المستهلكين من المسائل الأساسية التي تعنى بها الحكومات أو الهيئات العامة في معظم دول العالم.⁽⁶⁾

الفرع الثاني: خصائص حماية المستهلك

تتميز حماية المستهلك بمجموعة من الخصائص انتهى إليها التطور المصاحب لتلك الحركة خاصة في الدول المتقدمة حتى توتي ثمارها، وهي توفير حماية فعالة ومتكاملة للمستهلك ويمكن إجمال هذه الخصائص في عمومية الحماية (أولاً) دائمية الحماية (ثالثاً) والعدالة والملائمة الحماية (رابعاً).

أولاً: عمومية الحماية: ومناطق تمتع بالحماية التي أقرتها قوانين الاستهلاك المختلفة هو أن يكون

(1)-أنظر : عدنان مريزق، خديجة شيخي، حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الافتراضي، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، المنعقد يومي 13-14 مارس 2012، ص 06-07.

(2)- لتفصيل أكثر راجع:

-Philip Kotler, Marketing management, Analysis, planning implementation and Control ,8th Ed prentice hall international éditions, USA, 1999, P788.

(3)-أنظر : إبراهيم محمود جليل، المرجع السابق، ص 26.

(4)-أنظر: مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص إدارة الأفراد وحوكمة الشركات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2013، ص 94.

(5)-أنظر: فضيلة عابد، حماية المستهلك في الجمهورية العربية السورية، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق سوريا، المجلد 17، العدد 01، 2001، ص 130.

(6)-أنظر: نجلة يونس محمد، حركة حماية المستهلك ودورها في نشر الوعي الاستهلاكي، دراسة استطلاعية لعينة من المستهلكين في مدينة الموصل، مجلة تنمية الريف، كلية الإدارة واقتصاد، جامعة الموصل، العراق، المجلد 34، العدد 109، 2012، ص 96.

المتعاقد مستهلكا ودون التفرقة بين طوائف المستهلكين، ورغم أن موضوعات الحماية بأبعادها المختلفة تنتماس مع مفردات العديد من المجالات الاقتصادية والاجتماعية، كما تناولها أكثر من قانون إلا أنه يظل لها ذلك الطابع من العمومية.

ثانيا: دائمية الحماية: لتوفير الحماية فعلية للمستهلكين فإنه يجب أن تتم الاستفادة من مبادئها وقواعدها بشكل دائم ودون تخصيص وقت معين لذلك أو الارتباط بظروف معينة، فهي بحاجة إلى إحراز المزيد من التقدم في ضوء ما يعتري المجال الاستهلاكي عموما من تغيير مستمر.⁽¹⁾

ثالثا: العدالة والملائمة الحماية: إذ يجب أن تتصف هذه الحماية بالعدالة في موازنتها لحقوق وواجبات ومصالح كل التعامل، فليس الهدف من حماية المستهلك هو انتصار لمصالح فئة اجتماعية على حساب فئة أخرى، بل الهدف هو دعم مصالح المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية في السوق بطريقة فعالة، كما لا يجب أن تتخذ هذه الحماية صورة مناقضة لآليات السوق أو تمثل عائقا أمام حرية التجارة أو تتعرض مع متطلباتها.⁽²⁾

رابعا: شمولية الحماية: فلن تفي حماية المستهلك بمتطلباتها إلا إذا أحاطت بجميع تعاملاتها وتتحقق هذه الشمولية على عدة محاور هي:

- يجب أن تكون الحماية شاملة ابتداء من مجال الإنتاج حتى مجال الاستهلاك
- يجب أن تكون الحماية شاملة لكافة مراحل العقد، بداية من المرحلة التي تسبق إبرامه ومرورا بمرحلتي إبرامه وتنفيذه المرحلة التي تلي ذلك، وأن تشمل كافة المواقف والموضوعات المتعلقة بالعملية الاستهلاكية.⁽³⁾

وبالنظر إلى الخصائص التي تتميز بها حركة حماية المستهلك فإنها تسعى إلى تحقيق جملة من أهدافها أهمها:

1- توعية وتنقيف المستهلكين الذين يجب أن يحصلوا على معلومات اللازمة والكافية، ليتمكنوا من اتخاذ القرار السليم.

2- الوصول بالمستهلك إلى مرحلة الحماية الذاتية كتوجيهه لبعض الوكالات التي تهتم بقضايا المستهلك، ودعم دور عمل الجمعيات التي تعمل على توفير حماية للمستهلك وحمايته من مختلف الأضرار التي قد تلحق به.⁽⁴⁾

3-تنظيمات المستهلك أيضا تسعى لتحقيق حماية المستهلك من خلال دعم التنظيمات الخاصة بالمستهلكين لقوانين معينة تؤثر على المستهلك، وقبول مؤسسات الأعمال للمسؤولية الملقاة على عاتقها تجاه المستهلك، فتنظيمات المستهلك من خلال التصرف المباشر والتوعية والتنقيف تسعى إلى جعل مؤسسات الأعمال تقبل طوعا أو مل المسؤولية تجاه المستهلكين والمجتمع.⁽⁵⁾

الفرع الثالث: أساليب حماية المستهلك

للحماية أساليب متعددة يمكن إبرازها في الحماية الاجتماعية والعلمية (أولا) والحماية التشريعية (ثانيا) والحماية التطبيقية (ثالثا).

أولا: الحماية الاجتماعية والعلمية: تأتي من صحة الإعلانات عن المنتج، بغض النظر عن الوسيلة الإعلانية لمكافحة الحيل والأساليب المختلفة والمضللة التي يلجأ إليها المنتج، كما تم تشديد الرقابة على منافذ الإنتاج والتوزيع، وترتيب ندوات والمحاضرات للمستهلك لتعريفه بحقوقه ونشر الوعي

(1)-أنظر: عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص48-49.

(2)-أنظر: إبراهيم النجار زياد، قواعد حماية المستهلك من التغيرير والغبن في العقود الالكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص129-130.

(3)-أنظر: حسام توكل موسى، العلاقة الاستهلاكية في قانون حماية المستهلك، دراسة في قانون حماية المستهلك رقم 28 لسنة 2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون التجاري، كلية الحقوق، جامعة منصور، 2016، ص19.

(4)-أنظر: نجلة يونس محمد، المرجع السابق، ص106.

(5)-أنظر: منيرة بلورغي، المرجع السابق، ص178-179.

لديه.(1)

ثانيا: الحماية التشريعية: ونقصد بها تلك التشريعات والتنظيمات التي تصدرها السلطة التشريعية والجهات المختصة وتهدف إلى حماية المستهلك، وهذا الجانب على درجة كبيرة من الأهمية لأن حماية المستهلك لا بد أن تكون لها أسس ثابتة لا تكون ارتجالية وواقعية لما في ذلك خطورة على نظام الدولة ويتنافى مع الغرض الأساسي منها، وهذا النوع من الحماية هو وقائي يهدف إلى وضع ترسانة قانونية توفر الحماية الفعالة وأمن وسلامة المستهلك من خلال نصوص قانونية ملزمة ومرتبطة للجزاءات.(2)

ثالثا: الحماية التطبيقية: لا يمكن لأي قانون أو لائحة مهما كان حازما أن يحقق الأهداف المرجوة منه، إلا إذا اشتمل على تنظيم دقيق ومتوافق مع الاحتياجات التي دعت إلى إصداره فضلا على تولى الأجهزة التنفيذية والقضائية في الدولة متابعة تطبيقه بحزم وصدق، ولذلك فإن الحماية التطبيقية لها مظهران:

أ. المظهر الأول: الحماية التنفيذية: تعتبر الإدارة صاحبة الدور الفعال والاختصاص الأصيل فيما يتعلق بمهمة تطبيق الفعلي لقواعد القانونية التي تكفل حماية المستهلك باعتبار أنها الجهة التنفيذية لقواعد القانون، وبالنظر إلى قدرتها على دقة وسلامة تنفيذها بما يحقق الحماية على أرض الواقع.

ب. المظهر الثاني: الحماية القضائية: وهو ممارسة الرقابة عن طريق السلطة القضائية على المخالفين، وتوقيع العقوبات المقررة قانونا عليهم، باعتبارها مظهر لاحترام الحقوق.(3)

المطلب الرابع: مكانة المستهلك في ظل حرية المنافسة

إن تأهيل النظام الاقتصادي الوطني منافس للأنظمة الاقتصادية الأجنبية، يستدعي تدخل المشرع الجزائري من خلال تبني مسألة حماية المنافسة داخل السوق، وذلك بواسطة اعتماد سياسية وقانون حول المنافسة يكون الهدف الأساسي منه هو تحقيق فاعلية وتنافسية الاقتصاد الوطني ورفاهية المستهلك باعتباره الحلقة الأهم في العملية الاقتصادية، وكل ذلك لا يقوم له قائمة على أرض الواقع إلا إذا كانت شروط المنافسة من أجل ولوج أسواق المعاملات التجارية مؤطرة بضمانات قانونية نافذة، يتحقق معها الموازنة بين سلطة الدولة في حفظ النظام العام الاقتصادي وتكريس حرية المبادرة وتنافس الحر والنزاهة بما ينعكس إيجابا على المستهلك.(4)

وبالرجوع إلى مكانة المستهلك في النظام الاقتصادي الجزائري القائم على المنافسة الحرة فيمكن القول أن العلاقة التي تربط المستهلك بالمنافسة جد وطيدة فكل منها يؤثر في الآخر ويتأثر به، حيث يكفل قانون المنافسة حماية المستهلك وذلك من خلال اهتمامه بالسوق، وبتحديد الأسعار وتنظيم المنافسة وحظر الممارسات المقيدة لها إلى غير ذلك من المعاملات ضمانا لحماية المستهلك حتى يحصل على السلع التي يرغب في شرائها بأسعار أقل وبجودة أعلى.(5)

واستنادا إلى الأمر المتعلق بالمنافسة نجد أنه ينص على أن المنافسة ترمي إلى تحقيق الفاعلية الاقتصادية وتحسين معيشة المستهلكين، وذلك لما توفره له العملية التنافسية من مزايا سواء من حيث السلع أو الأسعار التي تساعده على رفع قدراته الشرائية، لكن إذا كانت حرية المنافسة على العموم ينظر إليها كدواء أو حل للأضرار التي تلحق بالمستهلك، وقانون المنافسة كأساس لحماية المستهلكين من التعسفات المحتملة للمحترفين، فإن وجهة النظر هذه متباينة وغير جامعة

(1)-أنظر: قويدر عياش، حياة بولعوينات، المرجع السابق، ص145.

(2)-أنظر: أحمد أنور رسلان، المرجع السابق، ص83-84.

(3)-أنظر: عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص54-55.

(4)-أنظر: عبد القادر سبتي، ضمانات حرية المنافسة في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية، مخبر السيادة والعولمة جامعة يحي فارس بالمدية، الجزائر، المجلد06، العدد01، جانفي2020، ص170.

(5)-أنظر: فاطمة الزهراء حاج شعيب، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، المجلد03، العدد02، جوان2018، ص332.

بين مختلف المختصين.⁽¹⁾ وبما أن مسألة حماية المستهلك أضحت من أهم الإشكالات الحديثة خاصة في ظل الانفتاح الاقتصادي القائم على أسس المنافسة الحرة، مما حتم تدخل المشرع الجزائري في خطوات قانونية من أجل تقديم الضمانات الكافية لتعزيز سياسة حماية المستهلك دون إهمال مصالح الأعوان الاقتصاديين، وبالشكل الذي يؤدي في النهاية إلى تحقيق التوازن المنشود في العلاقة القائمة بين متطلبات المنافسة الحرة ومقتضيات حماية المستهلك.⁽²⁾

والبحت عن إشكالية حماية المستهلك في إطار المنافسة الحرة يستوجب منا دراسة الأساس القانوني لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة {الفرع الأول} ولابد من الوقوف على الأسباب وجود النصوص القانونية المنظمة لقواعد المنافسة، وحماية المستهلك وذلك من خلال معالجة حتمية حماية المستهلك من المنافسة الحرة {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم تناول أثر النشاط التنافسي على حقوق المستهلك {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: الأساس القانوني لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

لقد أصبحت حماية المستهلك سواء كان شخص طبيعي أو معنوي ضروري ولا يمكن التصدي للأفعال تصيبه إلا بوضع قواعد قانونية، وآليات رقابة لكل الأفعال الصادرة من الأعوان الاقتصاديين، فرغم أن حرية التجارة والصناعة مكرس دستوريا لم يمنع المشرع من سن قوانين تحمي المستهلك من المخالفات التي قد تترتب عن ممارسة الأنشطة جراء التنافس الشديد الذي يسعى لتحقيق الربح مما ينعكس سلبا على المستهلك⁽³⁾ ولتفادي الإضرار به جراء النتائج السلبية التي قد تنجر على حرية المنافسة قد تدخل المشرع ووضع مجموعة من النصوص التشريعية لضمان أمن وسلامة المستهلك، ذلك أن مسألة الاهتمام بالمستهلك والدفاع عنه لم تكن مطروحة إلا بعد صدور القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك كأول تشريع لحماية المستهلك متبوع بنصوص تنظيمية وتطبيقية.⁽⁴⁾

وفي سنة 2009 أصدر المشرع الجزائري القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والذي بمقتضاه تم إلغاء أحكام القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وتكملة لهذا القانون تم إصدار مجموعة من المراسيم التنفيذية.⁽⁵⁾

ومن أجل تفعيل حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة فقد تم إصدار الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالقانونين رقم 08-12، والقانون رقم 10-05 وورد مصطلح المستهلك في عدة مواد قانونية،⁽⁶⁾ كما أوجب المشرع في نص المادة 24 من الأمر 03-03 في تشكيل مجلس المنافسة أن يكون ضمنه عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين.

وتفسيرا لذلك يتضح لنا أن بلوغ الهدف الأسمى ذو البعد القانوني المتمثل في حماية المستهلك وإنصافه في المعاملات والعقود المختلفة والمتنوعة خاصة في ظل اشتداد المنافسة لابد أن ينطلق من نقطة التنظيم والتقويم الداخلي أي من ذات وجوه التشريعات المطبق على قضايا الاستهلاك بصفة عامة، لهذا ينبغي على واضعي النصوص القانونية (البرلمان) تحديث هذه الأخيرة بكيفية مستمرة مع السهر على ضرورة تحقيق النجاعة والفاعلية.⁽⁷⁾

(1)-أنظر: نبيل نصري، المرجع السابق، ص118.

(2)-أنظر: خالد عبد الفتاح محمد خليل، المرجع السابق، ص322.

(3)-أنظر: حسين شرواط، المرجع السابق، ص40.

(4)- قبل، صدور القانون المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك رقم 89-02 السالف الذكر كانت حماية المستهلك مسيرة فقط بنصوص القانونية المذكورة في المواد من 429 إلى 435 من قانون العقوبات.

(5)-المادة 94 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(6)-راجع في ذلك المواد 01-03-12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(7)-أنظر: عبد الحق الحطاب، المستهلك بين واقع الاعتراف وحتمية الإنصاف، مجلة الممارس للدراسات القانونية والقضائية، مجلة مغرب القانون، العدد 03، أبريل 2019، ص15.

وعلى هدي ما سبق فإن المنافسة الحرة التي يضمنها قانون المنافسة في حد ذاتها سوف تصب في مصلحة المستهلك، من حيث إسهامها في تحقيق أحسن تناسب بين الثمن والجودة طالما أن بعض أحكام التي هي من صميم قانون حماية المستهلك من شأنها دعم نزاهة المنافسة كما هو الحال بالنسبة للإعلام بالأسعار.⁽¹⁾

الفرع الثاني: حتمية حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

إن حرية مزاوله النشاط الاقتصادي وحرية المنافسة من المبادئ مسلم بها، فتكريس مبدأ حرية التنافس يعد أهم العوامل في خلق بيئة تنافسية فعالة تعمل على إرضاء المستهلكين من خلال توفير المنتجات والخدمات ذات الجودة العالمية وبأسعار مناسبة، ونظرا لاتساع مجال أعمال هذه الحرية كان لابد من تنظيم يحمي الطرف الضعيف المستهدف من نواتج الأنشطة الإنتاجية والتوزيعية والتسويقية من سلع وخدمات، خاصة بعد انحسار دور القطاع العام وبروز القطاع الخاص واتساع المبادرة الفردية في هذه الأنشطة على حساب دور الدولة، فأصبحت حماية المستهلك من موجبات الدولة.⁽²⁾

فالبرغم من اعتبار المنافسة ركنا أساسيا من أركان اقتصاد السوق الحر وعنصرا فعالا لضمان استمرارية هذا النظام الاقتصادي، وذلك بما تعكسه من منافع لكافة أطراف السوق سواء بالنسبة للمستهلكين الذين يحصلون على السلع أو الخدمات بأسعار أقل أو جودة أعلى، أو بالنسبة للمنتجين من خلال ما تدعمه المنافسة من الحصول على نصيب أكبر من السوق علاوة على ما توفره من حافز لاستمرارية التطوير والابتكار مما يساعدهم على توسيع نطاق أسواقهم رأسيا وأفقيا أو بالنسبة للمجتمع ككل لما توفره المنافسة من استخدام أمثل للموارد المتاحة، لكن إذا كانت حرية المنافسة على العموم ينظر إليها كدواء أو حل للأضرار التي تلحق بالمستهلك وقانون المنافسة كأساس لحماية المستهلكين من التعسفات المحتملة للمحترفين، فإن وجهة النظر هذه متباينة وغير جامعة بين مختلف المختصين.⁽³⁾

وفي هذا السياق تشير غالبية الدراسات المهمة بتطوير وحماية المستهلك بوجود فجوة بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين واختلاف في المراكز القانونية، إذ نجد المتعاملين الاقتصاديين في مركز أسمى بالمقارنة بالمستهلكين، ويظهر ذلك من خلال العقود التي تبرم بينهما والتي توصف بأنها من عقود الإذعان التي تتضمن شروط مسبقة وما على المستهلك إلا قبولها أو رفضها، فكان من الضروري تدخل التشريعات لوضع حد للممارسات التعسفية التي يمكن أن يلجأ إليها المتعامل الاقتصادي في مواجهة المستهلك.⁽⁴⁾ كما أن تطور أساليب الإنتاج وتنوع طرق التوزيع وفنون الدعاية عن المنتجات والخدمات أدى بالمقابل إلى تطور أساليب الغش والتزييف وإغراء المستهلك، حيث ضاع مفهوم القناعة في الكسب المشروع وطغت الرغبة في تحقيق الربح السريع، مما انعكس سلبا على صحة المستهلكين ودمتهم المالية الأمر الذي جعل المستهلك بحاجة إلى حماية من خلال نصوص قانونية خاصة تحميه من أي ضرر أو التزييف أو خداع.

ولهذه الأسباب وغيرها عمد المشرع الجزائري إلى بناء منظومة قانونية تهدف إلى حماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلكين، كما كان من الضروري تدخل التشريعات لوضع حد

(1)-أنظر: أمال بوهندالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 01، جانفي 2016، ص 97-98.

(2)-أنظر: قادة شهيدة، قوانين حماية المستهلك في الجزائر بين المرجعية الدولية والاستقلالية الوطنية، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 04، العدد 02، جوان 2017، ص 540-541.

(3)-أنظر: نبيل ناصري، المرجع السابق، ص 03.

(4)-أنظر: أرزيل كاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، المجلة النقدية القانونية والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 06، العدد 02، جوان 2011، ص 127-128.

للممارسات التعسفية التي يمكن أن تؤثر على المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، مما يستوجب الاهتمام بإصدار نصوص قانونية هادفة إلى تنظيم المنافسة من جهة وحماية حقوق المستهلك من جهة ثانية.

الفرع الثالث: أثر النشاط التنافسي على حقوق المستهلك

نظرا لاشتداد المنافسة بين المتعاملين الاقتصاديين يعمد هؤلاء القيام بممارسات احتيالية وغير مشروعة، قصد تحقيق الربح السريع وبأقل تكلفة ممكنة عن طريق جذب أكبر ممكن من المستهلكين، إلا أن هذا الأخير محل خطر نتيجة لوجود سلع قد تمس صحته وسلامته، لذا سعى المشرع إلى كبح انتهازية هؤلاء من خلال تأكيد حماية المستهلك بموجب نصوص قانونية والتي تهدف في فحواها إلى حماية حقوق المتعددة للمستهلك،⁽¹⁾ خاصة باعتبار هذا الأخير هو المقصود الأول بالعملية الاقتصادية أساسا كونه من يوجه له أي منتج سلعة أو خدمة، كما يتأثر بمدى جودة ونوعية المنتج، وكذا المنحى العام للأسعار سواء بانخفاضها أو ارتفاعها الأمر الذي استدعى إلى ضرورة إشراكه في التصدي لمثل هذه الممارسات بالنظر إلى ما ترتبه من آثار سلبية عليه، وذلك في إطار ما يسمى "بحركات حماية المستهلك".⁽²⁾

وعليه فإن حماية المستهلك متوقفة على مدى تنظيم المنافسة في السوق، وذلك لن يتوقف إلا من خلال احترام المبادئ والنصوص القانونية موضوعة من قبل المشرع، وكذا تكاثف كل فئات المجتمع مما يبعث الثقة في كل طرف يريد حماية مصالح الاقتصادية، كما أن تجارب الدول أظهرت أن حركة حماية المستهلك ليست مجرد شعار بل هي مسؤولية كبيرة تتحملها عدة الأطراف⁽³⁾ حيث يظهر دور هذه الحركات في دفاع عن حقوق هذا الأخير كونه المحور عملها واهتمامها والسبب الأساسي لوجودها خاصة في ظل تطور البيئة الاستهلاكية والقدرة الكبيرة لمنظمات الأعمال في ضح الكبير والهائل للسلع والخدمات في السوق، مما أدى إلى خرق قواعد التعامل الصحيح والاستغلال شتى الطرق والأساليب لحقوق المستهلكين.⁽⁴⁾

ويجدر التنويه إلى أن تفعيل قواعد المنافسة يرتبط بأهم حق من حقوق المستهلك؛ وهو الحق في اختيار السلعة أو الخدمة أمام وجود بدائل عديدة، والحق في التوعية والمعرفة حول ما هو مطروح من سلع وخدمات وذلك بالنسبة لخصائصها ومواصفاتها فأهم ميزة لقانون المنافسة هي حماية المستهلك، فالمنتج لا يستطيع أن يقوم بإنتاج السلع المطلوبة إلا إذا كانت هناك دراسة وافية لحاجات وطلبات المستهلكين لأن رغبات هؤلاء وأذواقهم لها تأثير كبير في توجيه السياسات الإنتاجية لكل مؤسسة، فمن الواضح مدى أهمية المستهلك في ذلك.⁽⁵⁾ ذلك أن المشرع بمجرد إصدار أول قانون للمنافسة نص على الضرورة والهدف المتوخى من إصداره والتمثل في ضرورة تحسين معيشة المستهلكين وتحقيق حاجاتهم، وذلك اعتراف صريح منه بأن لا سبيل للمتنافسين في السوق لتحقيق الأرباح التي يصبو إليها ما لم يحترم شخص المستهلك، والدليل على ذلك جملة الالتزامات التي أقرها لأول مرة في قانون المنافسة لاحترام التنافس المشروع بين الأعوان الاقتصاديين أولا كسبيل للتنافس الحر والنزيه، ثم جملة أخرى من الالتزامات الموجهة بالأساس لاحترام المستهلك ثانيا وذلك لغرض ضبط العدل والإنصاف الواجب بين المستهلك والعون الاقتصادي، ويظهر ذلك من خلال تأكيده على ضرورة احترام العون لالتزاماته المنصوص عليها في قانون المنافسة كأصل ثم

(1)-أنظر: حميدة عبدلي، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي بالأغواط، الجزائر، المجلد 02، العدد 03، مارس 2018، ص 440.

(2)-أنظر: فاطمة الزهراء حاج شعيب، المرجع السابق، ص 334.

(3)-أنظر: زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع مسؤولية المهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-2012، ص 19-23.

(4)-أنظر: فوزي فئات، المرجع السابق، ص 28-29.

(5)-أنظر: أمال بوهنتالة، المرجع السابق، ص 93.

احترام لالتزاماته المنصوص عليها في قانون الاستهلاك والقوانين الأخرى كتكملة.⁽¹⁾ وعلى أساس أن العلاقة بين المنافسة وحقوق المستهلك هي ذات طبيعة غير متكافئة، فقد تم تشديد الالتزامات على المتدخل لحماية حقوق المستهلك، وكما تدخلت التشريعات لمحاولة وضع أو فرص توازن بين الوضعيتين، وهذا من خلال وسيلتين أساسيتين هما:

(1)- واجب التعامل الاقتصادي بإعلام المستهلك، والمحافظة على نزاهة الممارسات التجارية ومنع الأوضاع التي تؤدي إلى تعسفات المهنيين.

(2)- الحد من الشروط التعسفية التي يفرضها المتعامل الاقتصادي على المستهلك.⁽²⁾

وعلى هدي ما سبق فإن قواعد المنافسة لها نتائج مباشرة على المستهلكين، ومن ثمة هناك علاقة تأثير وتأثر بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك لأن كلاهما له علاقة مباشرة بقواعد السوق ففي غالب يدخل المستهلك في تعاملات مع المتدخلين الاقتصاديين أكثر خبرة منه وعلم بالأحوال السوق، مما يحتم على قانون المنافسة تحديد تلك الحرية التي تتم بين الأطراف، وتوقيع الجزاءات على مخالفاتها.⁽³⁾ وقد تجسدت الحماية التي توفرها المنافسة للمستهلك من خلال منع الممارسات المخلة بالمنافسة والممارسات التقييدية والاحتكارات، وتكريس حرية الأسعار وحرية تداول البضائع والخدمات، حيث تشكل هذه الموضوعات صميم سياسة المنافسة.

ومن هنا اعتبرت حماية المستهلك أحد أهم أهداف المنافسة حيث تظهر حماية مصالحه كغاية قصوى للمنافسة وأحد أسمى أهدافها، فعند قيام المستهلك بالعملية الاستهلاكية يحصر اهتمامه بالبحث عن السعر المناسب الذي يتماشى وقدرته الشرائية، وضمان الجودة والنوعية التي تستهويه وهو جعل مسألة حماية المستهلك حتمية للمنافسة الحرة.⁽⁴⁾ فإذا كان الأصل أن قانون المنافسة يهدف إلى وضع الضوابط التي من شأنها تنظيم نشاط المنافسة بين مختلف الأعوان الاقتصاديين والحلول دون التجاوزات التي قد تمنعها أو تحددها بغية الوصول إلى النجاعة الاقتصادية، ولكنه يهدف بمرماه البعيد إلى خدمة المستهلك وذلك من خلال تمهيد السوق ليحمله مطمئناً.⁽⁵⁾

المبحث الثاني: الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل قواعد المنافسة الحرة

أصبح موضوع موازنة بين المستهلك والمنافسة أهم الأبحاث والدراسات بالنظر إلى الفارق الاقتصادي الكبير بين المتعامل الاقتصادي والمستهلك، فرغم اختلاف مجال كلا من قانون المنافسة وقانون المستهلك إلا أن هناك ترابط وثيق بينهما، فقانون المنافسة يكفل حماية المستهلك عن طريق تنظيمه للسوق وقواعد المنافسة المشروعة، وإن كانت قواعد المنافسة تجعل السوق شفاف فهي لا تكفي لتوفير حماية المنتظرة، إذ لابد من تدخل نصوص وتوفير الضمانات كافية لحماية المستهلك باعتباره الحلقة الأضعف في العلاقة الاستهلاكية.⁽⁶⁾

(1)-أنظر: أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر وحماية حقوق المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 01، جانفي 2016، ص 67.

(2)-أنظر: أرزيل كاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، المرجع السابق، ص 130.

(3)-أنظر: محمد الشريف كتو، الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 76-77.

(4)-أنظر: عبد الحفيظ بوقندورة، حماية المستهلك في إطار سياسة العمومية للمنافسة في الجزائر، محاولة لتأصيل والمقارنة مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017 ص 668-669.

(5)-أنظر: قادة شهيدة، قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر القانون الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، المنظم يومي 14-15 أفريل 2001، ص 76.

(6)-أنظر: عائشة مزاري، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في حقوق تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2012-2013، ص 09.

وفي هذا السياق لم يكتف المشرع الجزائري بوضع قواعد قانون المنافسة لفرض الإنصاف بين التنافس الحر وحماية المستهلك، وإنما وضع قانونا آخر في صف المستهلك بالمقارنة مع العون الاقتصادي، وضرورة للإنقاص من الفارق الكبير الموجود بينهما، بالإضافة جملة وحزمة أخرى من الالتزامات على العون الاقتصادي من خلال قانون حماية المستهلك، وقانون المنافسة مضيفا قانون آخر ينصب في نفس الإطار المتمثل في قانون الممارسات التجارية⁽¹⁾ والحديث عن الضمانات المقررة لحماية المستهلك يتضمن ضمانات مقررة بموجب قانون المنافسة والتي تتعلق بحماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة والتي سبق وأن تم معالجتها وأخرى تضمنها قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي ستكون موضوع دراستنا في الباب الثاني أما دراستنا من خلال هذا المبحث ستنصب حول الضمانات المقررة بموجب قواعد قانون المنافسة في شقها الثاني والتي تضمنها قانون الممارسات التجارية.

ومن خلال هذا المبحث سيتم معالجة حماية المستهلك في ظل شفافية الأسعار {المطلب الأول} لنعرج إلى حماية المستهلك من الممارسات التجارية {المطلب الثاني} وفي الختام سيتم معالجة مسألة حماية المستهلك من الشروط التعسفية {المطلب الثالث}.

المطلب الأول: حماية المستهلك في ظل شفافية الأسعار

وضع المشرع عدد من القواعد لضمان الشفافية للمعاملات التجارية والتي من بينها الالتزام بالإعلام عن الأسعار، التعريفات وشروط البيع التي جعلها التزاما على عاتق العون الاقتصادي وتكمن أهميته في أنه مفيد لتنمية المنافسة الحرة وتطويرها،⁽²⁾ وكون المستهلك يبحث دائما عن حماية فاعلة له تقيه من تلك الممارسات التجارية اللاشرعية والتي لا يلاحظ أثرها إلا بعد عدة تعاملات يدور موضوعها حول اقتناء مواد استهلاكية، ولعل من أهم العوامل التي تكرر حماية للمستهلك أن تكون الممارسات التجارية شفافية وذلك من أجل تبصرة المستهلك ليكون على علم بما سيقدم عليه من تعاملات، ولذلك سعى المشرع الجزائري إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الشفافية خاصة في مجال الأسعار من خلال توفير وسائل قانونية نص عليها الأمر رقم 04-02 والمتمثلة في الإعلام بالأسعار والفوترة، مع العلم أن قوانين المنافسة قد نظمت التزام بالإعلام في شقها الخاص بشفافية الممارسات التجارية، رغم أن هذا الالتزام يغلب عليه طابع الحماية الخاصة بمصالح المستهلك أثر من حماية السوق.⁽³⁾

ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى الالتزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات {الفرع الأول} لنعرج بالمبحث عن الالتزام العون الاقتصادي بالإعلام بشروط البيع {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم تناول الالتزام بتسليم الفاتورة كأداة لضمان شفافية الممارسات التجارية {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: الالتزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات

يعتبر السعر من أهم العناصر الأساسية والجوهرية التي يركز عليها الزبون عند رغبته في شراء سلعة أو الحصول على خدمة، وبالتالي ينبغي إحاطة الزبون سواء كان مستهلكا أو عونا اقتصاديا علما بسعر السلعة أو الخدمة تكريسا لشفافية الممارسات التجارية سواء التي تقوم

(1)-أنظر: أرزيل الكاهنة، المرجع السابق، ص72.

(2)-أنظر: محمد الشريف كثر، مبدأ المنافسة الحرة في الأمر 03-03 والقانون رقم 04-02، المرجع السابق، ص12.

(3)-أنظر: علي حساني، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يوليو 2004، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، العدد 11، 2011، ص74.

بين المتعاملين الاقتصاديين أو بين هؤلاء و المستهلكين،⁽¹⁾ ذلك أن الإعلام في مجال الأسعار يعد شرطاً لشفافية السوق وحرية المنافسة، وبالتالي حماية المستهلك حيث تمكنه من المقارنة بين مختلف الأسعار بما ييسر له الاقتناء حسب السعر الذي يلائمه، وعليه فالعلم بالسعر النهائي يحمي رضا المستهلك وهو التزام إجباري على عاتق العون الاقتصادي.⁽²⁾

ونقصد بالزامية الإعلام عن الأسعار: «توعية المستهلك حتى يكون في مأمن عن أية مفاجئة في مبلغ الكلي للحصول على منتج أو تقديم الخدمات المقترحة، فالزبون يجب عليه أن يعرف فوراً السعر أو ثمن الذي سوف يدفعه»⁽³⁾ وهذا الالتزام يجد أساسه في المادة 04 من القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تنص على أنه: «يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات..» لأن عدم ظهور السعر يسمح للبائع بعرض أسعار تختلف باختلاف الفئات الزبائن ما يشكل هدراً لحقوق المستهلك.⁽⁴⁾

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري أخرج الأحكام المتعلقة بالأسعار وإشهارها من النصوص المتعلقة بقانون المنافسة وأفرد لها نص خاص، وبذلك صدر القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم الذي نظم الإعلام بالأسعار في الفصل الأول المعنون "الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع" الواقع في الباب الثاني تحت عنوان "شفافية الممارسات التجارية" وهذا نظراً لأهميتها في تقرير حماية المستهلك.

وما يلاحظ أيضاً على المشرع استعماله لمصطلح الإشهار سابقاً ثم استبدله حالياً بمصطلح الإعلام، وأن الإعلام بالأسعار هو التزام قانوني يقع على عاتق المهني، فمن حق المستهلك قبل أن يقدم على اقتناء منتج أو خدمة أن يعلم بالسعر أي بالمبلغ الإجمالي الذي يدفعه مقابل ذلك.⁽⁵⁾ بحكم أن العلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والمستهلك في قابليتها تفتقد إلى التوازن في المراكز الاقتصادية والفنية والتقنية، وفي ظل التطور التكنولوجي الحاصل أصبح المستهلك يبرم تعاقدات وهو فاقد للمعلومات الكافية على السلعة أو الخدمة التي يرغب في التعاقد من أجلها وحماية للمركز الضعيف جاء الالتزام بالإعلام بالأسعار.⁽⁶⁾ أما في العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين فإن الالتزام لا يكون إلا عند طلب ذلك وهو ما يستشف من خلال المادة 07 من قانون الممارسات التجارية.

وفي نفس المسعى ألزم المشرع الفرنسي هو آخر كل البائع منتج أو مزود خدمة بإبلاغ المستهلك عن طريق وضع العلامات أو العرض، أو أي طريقة أخرى مناسبة على الأسعار والشروط الخاصة ببيع وتنفيذ الخدمات وفقاً للشروط والأحكام التي وضعها وزير الاقتصاد بعد استشارة

(1)-أنظر: نعيمة سليمان، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة بغيليزان، المجلد 05، العدد 07، ديسمبر 2016، ص 275.

(2)-أنظر: ربيعة، صبايحي، حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 07.

(3)-أنظر: حبيبة كالم، حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 35.

(4)-المواد من 04 إلى 09 من القانون رقم 02-04 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-أنظر: بختة موالك، المرجع السابق، ص 37-38.

(6)-أنظر: عادل عميرات، حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنظم يومي 13-14 أبريل 2008، ص 188.

المجلس القومي للاستهلاك⁽¹⁾.

وفي نفس السياق ألزم المشرع المصري المورد بأن يعلن أسعار السلع أو الخدمات التي يعرضها أو يقدمها، بشكل واضح على أن يتضمن السعر ما يفرضه القانون من ضرائب أو أي فرائض مالية أخرى، وذلك وفقا للضوابط التي تحددها اللائحة التنفيذية لهذا القانون⁽²⁾. ويتخذ الالتزام بالإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات طبقا لنص المادة 05 من قانون المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الأشكال التالية:

1- بالنسبة للمنتجات المعروضة على الجمهور في واجهات المحلات أو داخلها فإن السعر يشار إليه على المنتج نفسه إلى جانب بيانات الرسم الخاصة بها، أو على بطاقة موضوعة بجانبه بشكل لا يثير غموض بين المنتج والسعر المعلن، وتعليق لافتة أو وجود كتالوج للأسعار لا يكفي لتدقيق سعر منتج⁽³⁾.

2- بالنسبة للمنتجات والخدمات المعروضة للبيع بالوزن أو الوحدة أو بالكيل هذا يعني أن يلتزم البائع بإعداد أوزانها، وأن يضع على غلافها علامات تسمح بمعرفة السعر المناسب للكمية أو لعدد الأشياء، وفي غالب إعلام عن أسعار يتم عن طريق الوسم كالمواد الغذائية.

3- بالنسبة للخدمات: إن الخدمة لها خاصيتها غير ملموسة، ومع ذلك فهي الأخرى تخضع لإجبارية الإعلام بالأسعار بملصقات في مكان العرض للجمهور، وهو مكان استقبالهم عادة مطاعم وفنادق⁽⁴⁾. وفي هذا السياق أوجب القانون أن يكون الإعلام بالأسعار بطرق مناسبة تفي بهذا الغرض لكنه خص بالذكر الوسائل التالية:

أ. العلامات: توضع على منتج لإعلان المستهلك بصورة واضحة بسعره، وتعتبر العلامة وسيلة هامة يتمكن المستهلك من خلالها من معرفة السلع المعروضة في السوق وتمييزها عن بعضها بهذا يتأتى له إجراء اختيار الصائب، وبالتالي تأمين الوقوع في الغلط. وقد عرف العلامة من خلال المادة من خلال المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات⁽⁵⁾.

ب. الملصقات: تخص عادة المواد الجاهزة للتغليف المعروضة لجمهور وتتخذ شكل ملصقة على منتج الذي تبين سعره، وهي في الواقع عبارة عن بطاقات صغيرة غالبا ما تحمل لونا جذابا على غرار الأصفر والأحمر تقيد فيها سعر المنتج المعروض للاستهلاك، وكمثال عن المعلقات نجد لوائح تقديم للزبون "Menu".

ت. المعلقات: عبارة عن جدول موحد يبين قائمة المنتجات المعروضة للبيع أو الخدمات المقدمة والأسعار المطلوبة لكل منها، وفي غالب تستخدم المعلقات للإعلام في مجال الخدمات، وهي عبارة عن جداول يعلقها مقدم الخدمة تتضمن جميع المعلومات والبيانات المتعلقة بالخدمة المعروضة والأسعار المضافة لها، فضلا كذلك عن الرسوم التي يتحملها طالب الخدمة وبعض التعريفات المقابلة للخدمات الإضافية، وعلى غرار مثلا التعريفات المقابلة لإضافة خدمة النقل أو تلك متعلقة بطلب

(1)-L112-1 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative Du code de la consommation, op.cit.

(2)-المادة 07 من القانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر بشأن حماية المستهلك، منشور بالجريدة الرسمية، العدد 37، الصادر في 13 سبتمبر 2018.

(3)-أنظر: الحاج ملاح، حق المستهلك في الإعلام، مداخلة لمقابلة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، المنظم يومي 14-15 أفريل 2001 ص 16.

(4)-أنظر: خليفة جنيدي، حماية إرادة المستهلك على ضوء قانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الاجتهاد القضائي مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017، ص 61-62.

(5)-الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 23 جويلية 2003.

سرير إضافي في الفندق مثلا.⁽¹⁾

ويجب التنويه أنه من غير الممكن حصر وسائل الإعلام بالأسعار في العلامات أو الوسم أو المعلقات، فقد أجازت المادة 05 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية للبائع استخدام وسائل أخرى مناسبة لإعلام المستهلكين بحسب طبيعة السلعة أو الخدمة والمعطيات التكنولوجية المستحدثة. وقد أورد المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المتعلق بتحديد الكيفيات خاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار والتعريفات المتعلقة بالسلع والخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل معينة، لاسيما الدعائم التقنية والتكنولوجية للإشهار والاتصال.⁽²⁾

وتجدر الإشارة إلى أنه لا بد أيضا من احترام الأسعار معلنة ذلك أن تحديد العون الاقتصادي لسعر البيع وإعلانه للجمهور يقتضي بالضرورة تحديد مقدار السلعة الذي يقابل السعر المعلن عنه، وإلا فلا جدوى من إشهار السعر للمستهلكين إذا لم يحدد لهم مقدار المبيع المقابل لهذا السعر حتى يتسنى لهم الإعلام الذي يتوخاه، إضافة إلى ذلك وطبقا لنص المادة 06 من قانون المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أوجب المشرع أن تكون الأسعار والتعريفات المعلن عنها تشمل قيمة كل ما يتطلبه اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة من طرف الزبون أي أن السعر المعلن أو التعريفية تشمل قيمة السلعة وملحقاتها وما يلزم لاقتنائها وكذلك قيمة الخدمة وما يرتبط بها، وما يتطلبه أدائها من أدوات ومواد لازمة للحصول عليها، كما كرس المشرع هذا الحكم بموجب المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المحدد لكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار التي أوجبت على العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها، وكيفية الدفع، وكذا عند الاقتضاء كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة.

وعلاوة على ذلك فرضت المادة 06 من نفس المرسوم على العون الاقتصادي في إطار تقديم الخدمات تسليم كشف للمستهلك قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمات والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات، وعليه يجب على العون الاقتصادي تمكين الزبون من اقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة وفق السعر أو التعريفية المعلنة دون أن يطالبه بأي إضافة في السعر، وفي ذلك حماية لرضا المستهلك.⁽³⁾

الفرع الثاني: الالتزام العون الاقتصادي بالإعلام بشروط البيع

يشكل الإعلام بشروط البيع الحلقة الثانية لضمان شفافية الممارسات التجارية باعتباره أداة □ نع الممارسات التمييزية بين الأعوان الاقتصاديين أو بين المستهلكين، فعدم الإعلام بكيفيات الدفع والحسوم والتخفيضات، قد يشكل طريقا نحو استفادة البعض من امتيازات على حساب الغير مما يخلق جوا من المنافسة التمييزية الغير مرغوب بها.⁽⁴⁾

(1)-أنظر: حسام الدين غريوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2017-2018، ص242.

(2)-راجع في ذلك المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 7 فيفري 2009 المتعلق بتحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، الجريدة الرسمية العدد 10، المؤرخة في 11 فيفري 2009.

(3)-أنظر: زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل القانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03 العدد 01، أبريل 2017، ص668-669.

(4)-أنظر: سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2008، ص18.

وفي هذا السياق لم يعرف المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بشروط البيع على غرار المشرع الفرنسي، حيث تركت مسألة تحديده للفقه، إذ عرف على أنه: «التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين، بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم وكامل متنور على علم بكافة التفاصيل هذا العقد»⁽¹⁾ وبهذا يكون البائع ملزم بتقديم معلومات أساسية وجوهرية حول البيع للمشتري، لكي يتمكن هذا الأخير من اتخاذ قرار التعاقد من عدمه بالنظر إلى شروط بيع أو تأدية الخدمة، وينصرف التزام البائع بالإعلام بشروط البيع إلى المشتري المهني أو المحترف، كما ينصرف كذلك إلى المشتري غير المهني أي المستهلك.

أولاً: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة المستهلك: ألزم المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية بإعلام المستهلك بشروط البيع، بحيث يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بشروط البيع ذلك بأن يشرح وبوضوح للمستهلك الشروط المتضمنة في العقد، وأثارها والمخاطر المحتملة في حالة مخالفتها، حتى يكون المستهلك على بينة من أمره قبل عملية التعاقد حول الشروط الواردة في العقد دون أن يفاجئ بها فيما بعد خاصة وأن شروط البيع تعد أساساً جوهرياً لانطلاق المفاوضات بين البائع والمشتري بقصد إبرام العقد.⁽²⁾ كما يلتزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بأية طريقة كانت، وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات الصادقة والنزيهة بمميزات المنتج أو الخدمة كما يجب عليه إطلاع المستهلك بشروط البيع أو الخدمة.⁽³⁾

ثانياً: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة الأعوان الاقتصاديين: يجب أن تتضمن شروط البيع كفاءات الدفع التي يقترحها مورد المنتج أو خدمة للزبائن مثل آجال وضمانات الدفع جداول الأسعار ومبلغ الحسوم والتخفيضات والمسترجعات، وإن هذه القائمة تحتوي على الحد الأدنى من الشروط التي يستوجب على العون الاقتصادي الإبلاغ عنها، إلا أن هذا لا يمنع من استحداث عناصر جديدة.⁽⁴⁾

والمشرع الجزائري في قانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم وعلى عكس المشرع الفرنسي لم يبين طبيعة شروط البيع فيما إذا كانت شروط عامة أو خاصة، لكنه تدارك هذا الأمر في المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية بحيث تقتضي المادة 04 من هذا المرسوم بأنه على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلعة أو تأدية الخدمات.⁽⁵⁾ إضافة إلى ذلك قد نص المشرع أيضاً على ضرورة إعلام المستهلك حول الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، ومادامت هذه الأخيرة أساسها الضرر الناجم عن الإخلال بالالتزام تعاقدية فإن الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية يقتضي من العون الاقتصادي أن يبين للمستهلك الحدود المتوقعة للأضرار التي يلتزم بتعويضها كأن يخبر العون الاقتصادي المستهلك بأنه مسؤول عن سلامة المنتج من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص أو أي خطر ينطوي عليه خلال فترة الضمان، وتتجلى أهمية هذا

(1)-أنظر: سليمان محمد خليل قارة، الممارسات التجارية التدليسية وقانون المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016، ص182.

(2)-راجع المادة 08 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)-أنظر: عادل بوجميل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012-2013، ص72.

(4)-المادة 09 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين التي تعبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 06، الصادرة في 11 سبتمبر 2006.

الالتزام في كون نطاق التعويض في المسؤولية العقدية يقتصر على الأضرار المتوقعة فقط ما لم يرتكب المدين غشا أو خطأ⁽¹⁾

ومن صفوة القول يتضح لنا أن المشرع الجزائري أعطى أهمية كبيرة لحماية المستهلك من خلال إلزام المتعاملين في السوق باحترام شفافية الأسعار والإعلام بها، وكذا الإعلام بشروط البيع في العلاقات التجارية التي تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، وبين هؤلاء وفئة المستهلكين، كما يعد الالتزام بالأسعار وشروط البيع من أهم الالتزامات التي ينبغي على العون الاقتصادي أن يفي بها باعتبارها تصب في اتجاه تحقيق الشفافية في السوق وخدمة المنافسة من جهة، كما يهدف إلى حماية المتعاقد من التلاعبات الممكنة في الأسعار ويجعل رضاه متنورا وغير معيب بغلط أو تدليس ويساعده على حسن الاختيار بين البضائع والخدمات المتنافسة في السوق، وهذه الالتزامات التي نظمها المشرع في عدة نصوص وأحكام تعتبر إحدى ركائز النظام الاقتصادي الحر أو اقتصاد السوق.

الفرع الثالث: الالتزام بتسليم الفاتورة كأداة لضمان شفافية الممارسات التجارية

تعتبر الفاتورة مظهر من مظاهر شفافية المنافسة لذا قررها قانون الممارسات التجارية وحدد البدائل عنها في حالات ومجالات معينة مفصلا في أحكامها، شروطها ومختلف البيانات التي تتضمنها، ذلك أن شفافية المعاملات التجارية لن تتحقق إلا بتقديم فاتورة لما لهذه الأخيرة من أهمية بما تتضمنه من بيانات عن المنتج من حيث الكمية والتمن الموصفات والضمان وهو ما دفع القانون الجزائري إلى اعتبارها حق للمستهلك⁽²⁾

ومن خلال هذا الفرع سيتم معالجة مفهوم الفاتورة (أولا) باعتبارها وسيلة مهمة لضمان شفافية الممارسات التجارية، لنخرج بعد ذلك إلى شروط التعامل بها (ثانيا).

أولا: تعريف الفاتورة: لم يعرف المشرع الجزائري الفاتورة لا بموجب قانون الممارسات التجارية ولا بموجب النصوص التنظيمية المتعلقة بالفاتورة، وإن كان قد اعتبرها شكلا من أشكال التي تحرر بها العقود في إطار الممارسات التجارية⁽³⁾

وهو الحال أيضا بالنسبة للمشرع المصري حيث ألزم المورد بأن يسلم المستهلك فاتورة تثبت التعامل أو التعاقد معه على المنتج المتضمنة بصفة خاصة رقم تسجيله الضريبي، وتاريخ التعامل أو التعاقد، وتمعن المنتج ومواصفاته، طبيعته، نوعيته وكميته، وأي بيانات أخرى تحددها للائحة التنفيذية لهذا القانون⁽⁴⁾

وفي هذا السياق عرفت محكمة النقض الفرنسية الفاتورة على أنها: «مكتوب موجه من قبل تاجر، يدون فيه نوع وسعر السلع والخدمات، اسم مشتري وتأكيده قبوله للدين الذي يكون موجهها لإعادة تسليمه إلى المشتري بعد دعوته إلى تسديد المبلغ المحدد»⁽⁵⁾ وعرفت أيضا على أنها: «كتابة

(1)-أنظر: أحمد مريشة، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أكلي محند أو الحاج البويرة، 2018-2019، ص35.

(2)-أنظر: سيلية حماش، التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، المجلد 04، العدد 02، جوان 2018، ص93.

(3)-لقد فصل المشرع الجزائري في الفاتورة من خلال نص المواد 10-13 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مع العلم أنه استخدم مصطلحين هما الفاتورة والفوترة والتي يقصد بها العملية التي يتم من خلالها إعداد الفواتير الخاصة بعمليات البيع أو تأدية الخدمات، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 05-458 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الاستلام والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك والمتضمن 21 مادة، والرسوم التنفيذية رقم 16-66 المحدد للوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمون بالتعامل بها.

(4)-المادة 10 من القانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر بشأن حماية المستهلك السالف الذكر.

(5)-أنظر: عائشة بوغرم، النظام القانوني للفاتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، مارس 2014، ص113.

موجهة بمناسبة عملية البيع أو تقديم الخدمة، والتي تشهد وجود عملية تجارية»⁽¹⁾ واستنادا إلى ما سبق يمكننا تعريف الفاتورة على أنها: «وثيقة تجارية محاسبية ملزمة يعدها العون الاقتصادي، يثبت من خلالها تفاصيل عملية البيع أو تأدية الخدمة تسلم بمجرد إتمام العلاقة التجارية إلى الأعوان الاقتصاديين الأطراف، أو إلى المستهلكين بموجب الطلب مع احترام البيانات اللازمة وفقا لما يقتضيه القانون»

مما لا شك فيه أن للفاتورة أهمية كبيرة في إضفاء الشفافية على المعاملات ودور فعالا في الإثبات، فالفاتورة بما تحتويه من بيانات توضح العقد المبرم بين الأطراف التي يرتبها خاصة فيما يتعلق بدفع الثمن، فمن خلالها يمكن أن نكتشف شرعية وقانونية الأسعار، كما أنها وسيلة هامة لبسط رقابة الدولة على النشاط الاقتصادي والتجاري عموما، فمن خلالها تتمكن إدارة الضرائب الجمارك من تحديد مستحقاتها، وهي وسيلة معتمد عليها في الرقابة والتحقيقات عموما، كما لها دور هام كوسيلة إثبات وهو ما أشارت إليه المادة 30 من القانون التجاري التي بينت أنه يثبت كل عقد تجاري بسندات رسمية وسندات عرفية وفاتورة مقبولة والرسائل، فمن خلال الفاتورة يمكن أن تستخلص بعض الالتزامات المفروضة من عقد الاستهلاك المحرر بين العون الاقتصادي والمستهلك ذلك من خلال ما تحتويه من بيانات.⁽²⁾

ويجدر التنويه إلى أن الالتزام بتحرير الفاتورة هو التزام يقع على عاتق الأعوان الاقتصاديين عند كل معاملة بيع سلعة أو تأدية خدمة، هذا فيما يتعلق □ العلاقات □ الأعوان الاقتصاديين وهذا استنادا إلى نص المادة 03 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 10 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية التي نصت على أنه: «يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين الممارسين للنشاطات المذكورة في المادة 2 أعلاه مصحوبا بفاتورة أو بوثيقة تقوم مقامها»⁽³⁾ وهو ما أكدت عليه أيضا المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-458 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الاستلام والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، أما إذا كان المستهلك طرفا في العلاقة التعاقدية فإن العون الاقتصادي غير ملزم بتحريرها إلا إذا طلبها المستهلك طبقا للمادة 3/3 من رقم 10-06 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي نصت على أنه: «..... غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون...» إذن يستشف من هذه المادة أن المشرع الجزائري ترك لإرادة المستهلك الخيار في المطالبة بالفاتورة من عدمه، فإذا طلبها يسلمها له العون الاقتصادي وإذا لم يطلبها لا يبادر ولا يرغمه العون الاقتصادي على تسلمها، لكن إذا طلبها فإن العون الاقتصادي ملزم بتقديمها طبقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-458 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الاستلام والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك التي نصت على أنه: «يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه».

لكن ما يعاب على المشرع الجزائري أنه في المادة 02 السالفة الذكر حصر تسليم الفاتورة بطلب من المستهلك في عقد البيع دون عقد تقديم الخدمات في الوقت الذي نصت عليها المادة 03 السالفة الذكر أنه: «... غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون..» مما

(1)-أنظر: نسيم حمار، حسن النية في العلاقات الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012، ص 07.

(2)-أنظر: عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، دراسة في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2015-2016، ص 100.

(3)-المادة 03 من القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 المعدلة لأحكام المادة 10 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 18 أوت 2010.

يخلق تناقضا وتساؤلا جوهريا، هل يلزم العون الاقتصادي الذي يؤدي الخدمة بتسليم الفاتورة للمستهلك إذا طلبها أم لا، فمن زاوية المرسوم التنفيذي رقم 05-468 هو ملزم ومن زاوية المادة 03 فهو ملزم، ولذلك كان يستحسن من المشرع الجزائي إضافة عقد الخدمات إلى جانب عقد البيع خاصة أن تقديمها في بعض الخدمات يعد إلزاميا وحتى وإن لم يطلبها المستهلك.

والجدير بالذكر أنه في سنة 2016 صدر مرسوم تنفيذي رقم 16-66 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة التي تدعى في صلب المرسوم "سند المعاملة التجارية" ويهدف هذا السند إلى ضمان شفافية المعاملات التجارية ومعرفة الأسعار لضمان التحكم في السوق.⁽¹⁾

ثانيا: شروط التعامل بالفاتورة: لا يكتفي القانون على مجرد تحرير الفاتورة وتسليمها، إنما يجب أن تتضمن بيانات وفق شروط نظمها المشرع بموجب المواد من 3 إلى 9 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 يمكن إجمالها في:

(01)- البيانات المتعلقة بالأطراف: ويتعلق الأمر ببائع أو مقدم خدمة والذي يكون دائما عون اقتصادي، والمشتري أو متلقي الخدمة والذي يكون إما عون اقتصادي أو مستهلك، إذ يجب أن تحتوي الفاتورة على بيانات تعرف هوية البائع والمشتري، وهذا طبقا لنص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك.⁽²⁾ هذه البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي إجبارية، بحيث استعمل المشرع الجزائي مصطلح "يجب" وهذا يدل على أن القاعدة أمرة أي الالتزام إجباري، كما أن البيانات جاءت على سبيل الحصر لا المثال، إذ تكمن أهمية الطابع إلزامي في هذه البيانات في تحديد الدقيق والوافي للفاتورة النافي للجهالة والشك، وحتى يكون للفاتورة حجة على محررها.⁽³⁾

(02)- بيانات المتعلقة بالسعر وطرق الدفع: يجب أن تتضمن فاتورة سعر سلعة أو خدمة محددة أثناء انعقاد العقد، ويجب تحديد سعر إضافي قبل حساب تخفيضات وقبل إضافة الرسوم⁽⁴⁾ إضافة إلى سعر المنتج أو الخدمة يجب أن تحتوي الفاتورة على كافة الرسوم ومنها الرسم على القيمة المضافة T.V.A. ما لم يكن المشتري معفي منها بموجب قانون جبائي، إضافة إلى هذه البيانات المتعلقة بالسعر أضاف المشرع بيانات أخرى متعلقة بتكاليف النقل إن لم تكن مفوترة كل على حدة ولن تدخل في تكوين سعر الوحدة، إضافة إلى كل زيادة في السعر كالفوائد المستحقة عند البيع وبأجال والتكاليف التي تشكل عبء استغلال للبائع كأجور الوسطاء والعمولات، السمسرة وأقساط تأمين عندما يدفعها البائع وتكون مفوترة على حساب المشتري.⁽⁵⁾

علاوة على ذلك يجب أن يذكر في فاتورة كيفيات الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة، وهذا استناد لأحكام المادة 1/17 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 السالف الذكر والتي نصت على أنه: «يجب أن تسجل أيضا على هامش الفاتورة الطبيعية كيفيات الدفع، وكذلك جميع المراجع التي تسمح بتحديد لاسيما تحديد مصدرها، أو رقمها وتاريخها».

(03)- البيانات المتعلقة بالفاتورة في حد ذاتها: يجب أن تتضمن فاتورة تاريخ تحريرها ورقم تسلسلها

(1)- راجع في ذلك المواد 1-2-4 من مرسوم رقم 16-66 مؤرخ في 16 فيفري 2016 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذلك فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين التعامل بها، الجريدة الرسمية، العدد 10، الصادرة في 22 فبراير 2016.

(2)- لتفصيل أكثر في البيانات التي تخص البائع والمشتري راجع المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية، العدد 80، المؤرخة في 11 ديسمبر 2005.

(3)- أنظر: سليمان قارة محمد خليل، المرجع السابق، ص 203.

(4)- أكد المشرع الجزائي على كتابة السعر دون التخفيضات والرسوم ليعرف المشتري أنه ليس موضوع عمل تمييزي وكذا مراقبة أي محاولة بيع بالخسارة مما يضمن شفافية الممارسات التجارية.

(5)- المادتين 07-08 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك السالف الذكر.

في دفتر الفواتير طبقاً لأحكام المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك والتي نصت على أنه: «يجب أن تحتوي الفاتورة محررة قانوناً على تاريخ التحرر والرقم التسلسلي»⁽¹⁾.

وتحديد تاريخ الفاتورة له أهمية في الحياة الاقتصادية فمن جهة يعتبر تاريخ تحرير الفاتورة تاريخ انعقاد العقد والذي له أهمية بالغة في المعاملات التجارية من حيث الإثبات، كما يمكن أن يكون التاريخ الذي يبدأ منه حساب أجل الدفع، ومن جهة أخرى فإن كتابة تاريخ دفع الفاتورة له أهمية بالغة في معرفة أجل الدفع ممنوحة والتي يجب أن تكون المقاربة إن لم تكن متماثلة لفائدة كل المتعاملين دون استثناء وتوافق ما هو مذكور في شروط البيع كدليل على احترامها، وعدم التمييز وهو عنصر يضاف إلى عناصر تدعيم الشفافية⁽²⁾.

وعلاوة على ذلك أوجب المشرع كذلك احتواء الفاتورة على الختم الندي، وتوقيع البائع إلا إذا حررت عن طريق النقل الإلكتروني، والتوقيع هو شرط أساسي وضروري لأنه هو أساس نسبة الكتابة للموقع، ذلك أن التوقيع يتضمن قبول ما هو مكتوب بالورقة.

ولابد من الإشارة إلى أن المشرع الجزائري ومراعاة لبعض الأوضاع والظروف قرر قانون الممارسات التجارية إمكانية الاستعاضة عن الفاتورة بوثيقة أخرى، تتمثل بدائل الفاتورة في السند ووصل التسليم الفاتورة، والفاتورة الإجمالية⁽³⁾.

إن توفر البيانات المذكورة لا يكفي لاعتبار الفاتورة صالحة من الناحية القانونية، بل يجب توافر بعض الشروط طبقاً للمادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك وهي:

- أن تكون الفاتورة واضحة، ولا تحتوي على أي لطخة أو شطب أو حشو، لأن هذه العيوب تمس بأمانة ومصادقية البيانات الواردة فيها، كما يجب أن تحرر الفاتورة وفق دفتر أرومات يدعى دفتر الفواتير مهما يكن شكله، أو بشكل غير مادي بالجوء إلى وسيلة الإعلام الآلي.

- بالنسبة للفاتورة ملغاة يجب أن تتضمن قانوناً عبارة "فاتورة ملغاة" تسجل بوضوح بطول خط زاوية الفاتورة.

وبناء على المعطيات سابقة يتضح أن للفاتورة دور أساسي في حماية المصالح المادية للمستهلك، فهي من جهة تحمي رضا المستهلك بما تضمنه من معلومات عن تسمية المنتج وكميته وسعره، وأقساط وأجل الدفع إذا تم البيع بالتقسيط مما يجعله عالماً بالسعر علماً كاملاً، ومن جهة أخرى تحمي المصالح المالية للمستهلك بما تضمنه من معلومات عن سعر الوحدة والسعر الإجمالي وإمكانية التأكد من مدى توافق الأسعار والتعريفات للسلعة المعلنة مع المبلغ الإجمالي الذي دفعه المستهلك مقابل السلعة أو الخدمة، نظراً لاقتران السعر بتعداد السلعة أو وزنها أو كيلها، كما تسمح للمستهلك من التأكد من استفادته من التخفيضات المعلن عنها⁽⁴⁾.

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات التجارية

تعتبر الممارسات التجارية بمثابة الدعامة الأساسية التي يعتمد عليها الأعوان الاقتصاديون أثناء التنافس والسعي إلى استقطاب المستهلكين، حيث يسعى العون الاقتصادي من خلالها إلى خلق

(1)-المشرع لم يشترط تحديد تاريخ البيع أو أداء الخدمة على الفاتورة.

(2)-أنظر: زهرة علاوي، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2012-2013، ص 73-74.

(3)-لتفصيل أكثر في بدائل الفاتورة راجع المواد 12-13-14-15-16-17 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفية ذلك السالف الذكر.

(4)-أنظر: طيب علوش، ازدواج الحماية القانونية للمستهلك بين قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة، مداخلة ملقاء بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019، ص 10.

مكانة له في السوق، وتحقيق أهدافه التجارية خاصة في ظل وجود متنافسين أكثر وسعي كل واحد منهم إلى إنجاح مشروعه.⁽¹⁾

لهذا تسعى الجزائر جاهدة لبناء اقتصاد متـ□ شفاف، وكذا نزيه خالي من الممارسات التجارية المشبوهة، إذ تعتد□ الممارسات التجارية الركيزة الأساسية لأي اقتصاد، وبالتالي□ فقد أصبح لزاما على الدول وضع ترسانة من القوانين والتشريعات لضبط هذه الممارسات والحيلولة دون انحرافها عن□ سار الشرعي لتحقيق الفاعلية والكفاءة□ ضبط وتنظيم الأسواق قصد الحفاظ على القدرة الشرائية للمواطن، وحمايته من□ تلف الممارسات التجارية التعسفية وغير النزيه.⁽²⁾

ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة أهم الممارسات التجارية المخلة بالنزاهة والتي نظمها المشرع الجزائري من خلال قانون الممارسات التجارية، ونخص بالذكر حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة{الفرع الأول} وكذا حمايته من الممارسات التجارية غير الشرعية{الفرع الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى حماية المستهلك من الممارسات التدليسية{الفرع الثالث}.

الفرع الأول: حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة

لقد أكد المشرع الجزائري على ضرورة أن تكون الممارسات التجارية نزيهة بعيدة عن أي كذب أو تضليل، وغير قائمة على وقائع مخالفة للحقيقة لكي لا تؤثر على رغبة المستهلك، ولذلك نص المشرع على الممارسات التجارية غير النزيهة⁽³⁾ والتي تتمثل أساسا في جملة من السلوكيات التي يقوم بها المهنيين والتجار للتأثير على نفسية المستهلك، وجلب أكبر عدد الزبائن مستغلين في ذلك جهل المستهلك ورغبته الجامحة في إشباع رغباته.⁽⁴⁾

والبحت عن الممارسات التجارية غير النزيهة يستوجب تحديد تعريف لهذه الممارسات(أولا) وتبيان صور الممارسات التجارية غير النزيهة(ثانيا).

أولاً: مفهوم الممارسات التجارية غير النزيهة: يعود مصطلح "الممارسات التجارية غير النزيهة" إلى التوجيه الأوروبي الصادر في 2005 عن المفوضية الأوروبية⁽⁵⁾ (بشأن الممارسات التجارية غير النزيهة للشركات والتجار في مواجهة المستهلكين) بهدف وضع لوائح تنظيم للأسواق الداخلية وقد قام المشرع الفرنسي بتعديل تقنين الاستهلاك بموجب قانون Châtel في 3 يناير 2008 بموجب القانون رقم 2008/3 وذلك لخلق تناغم بين تقنين الاستهلاك وأحكام التوجيه الأوروبي الخاص بالممارسات التجارية غير النزيهة بإضافة المادة 1-120 L بعنوان مستقل وخصص فصل تمهيدي للممارسات التجارية غير النزيهة، مع تعديل المادة 1-121 L من قانون الاستهلاك الجديد الخاصة

(1)-أنظر: حسام الدين عزويج، المرجع السابق، ص10.

(2)-أنظر: أبو بكر بوسالم، محمد أمين بوعزة، واقع الرقابة على الممارسات التجارية في الجزائر، دراسة ميدانية، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة حسبة بن بوعلي شلف، الجزائر، المجلد 03، العدد 05، 2017، ص32.

(3)-المشرع الجزائري تبنى مفهومين لعدم النزاهة الأول موسع يستشف من عنوان الباب الثالث من القانون رقم 04-02 يشمل كل الممارسات المحظورة ضمن هذا الباب بجميع فصوله الخمس، والثاني ضيق يستشف مما ورد في الفصل الرابع من هذا الباب المعنون بـ" الممارسات التجارية غير النزيهة" وهذا المعنى أقرب لما يصطلح عليه الفقه بـ" المنافسة غير المشروعة".

(4)-أنظر: عيسى حداد، حماية المستهلك وفقا لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص328.

(5)-Article 5-6 Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation(EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council(Unfair Commercial Practices Directive), OJEU L149/22 EN 11/6/2006.

بالإعلان الكاذب والمضلل، ولتصبح إحدى صور الممارسات التجارية غير النزيهة.⁽¹⁾ وفي هذا السياق جاءت المادة L120-1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي بتعريف المخالفة المستحدثة بموجب أحكام التوجيه الأوروبي على أن: «الممارسات التجارية غير النزيهة محظورة وتكون الممارسات التجارية غير نزيهة إذا كانت مخالفة لميثاق الشرف المهني، وكان من شأنها أن تقصد أو تسهل بصفة أساسية- إفساد سلوك الاقتصادي للمستهلك المعتاد المتبصر اليقظ بشأن أي سلعة أو خدمة» وهي تقريبا المادة 5 من التوجيه الأوروبي.⁽²⁾ أما بخصوص موقف المشرع الجزائري فقد منع هذا النوع من الممارسات من خلال نص المادة 26 من قانون الممارسات التجارية.⁽³⁾

واستنادا إلى ما سبق يمكن تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة على أنها: «تلك الممارسات المخالفة للأعراف المهنية النزيهة، والتي من خلال يتعدى العون الاقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين». ويتضح من هذا التعريف أن هذه الأخيرة تعرف بعنصرين الأول: وجود ممارسات بين الأعوان الاقتصاديين أي وجود منافسة، وثانيا: أن تكون الممارسة مخالفة للأعراف التجارية وفيها تعدي على المنافس، ويعد هذا التعريف هو القاعدة العامة في منع المنافسة غير المشروعة.⁽⁴⁾

ثانيا: صور الممارسات التجارية غير النزيهة: بالرجوع إلى أحكام المادة 27 من قانون الممارسات التجارية نجده منع ممارسات وأساليب متعددة من شأنها المساس بمصالح عون اقتصادي أو عدة أعوان اقتصاديين أو المساس بمصالح المستهلك، ولا يمكن حصر الأفعال الممنوع وذلك لاستعاب ممارسات أخرى قد تبرز في الواقع العملي وذلك تبعا لتطور صور النشاط الاقتصادي، ومن هذه الممارسات نذكر على سبيل المثال:

01- تشويه سمعة عون اقتصادي: يقصد بالتشويه الاعتداء على سمعة التاجر (العون الاقتصادي) المنافس ونشر بيانات كاذبة عنه وإساءة إلى منتجاته وبضائعه.⁽⁵⁾ وينطوي ضمن الإساءة إلى سمعة التاجر بث ونشر مختلف الادعاءات الكاذبة التي تستهدف تشويه الحقائق على البضائع والسلع التي ينتجها مما يؤدي إلى صرف جمهور عملائه وزبائنه نتيجة إشاعة بيانات كاذبة كاختلال مركزه المالي أو اقترابه على الإفلاس وغيرها، وقد تلحق الإساءة والتشويه البضائع والمنتجات كالادعاء بأنها مغشوشة أو منتهية الصلاحية وفاسدة وغيرها، وكل هذا يؤثر بشكل سلبي على المركز المال وسمعة التاجر وسط عمله.⁽⁶⁾

ويكمن سبب منع هذه الممارسة كون التشويه يستهدف المساس بصورة عون اقتصادي والتشهير به لزعزعة ثقة الزبائن أو منتجاته أو خدماته، ولكي يعاقب القانون هذه الممارسة لابد من توافر عناصر هي:

(1)-أنظر: عبد الرؤف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2019، ص241-243.

(2)-Loi n°2008-03 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs, JORF du 04 janvier 2008.

ألغيت بالمادة 43 من المرسوم 301 لسنة 2016 في 14 مارس 2016، وأصبحت المادة L121-1 ودخلت حيز التنفيذ من 1 يوليو 2016.

(3)-المادة 26 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: مفتاح براشمي، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2017-2018، ص6.

(5)-راجع في ذلك المادة 1/27 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(6)-أنظر: محمد، صالح باسم، القانون التجاري، القسم الأول، منشورات دار الحكمة، بغداد، 1987، ص128.

- إعلام عدواني أو سيء يمس شخصا معينا أو مؤسسة معينة أو منتجا أو خدمة معينة، ويكفي أن الشخص قابلا لمعرفة بسهولة أو قابلا للتعيين باسمه.

- لا بد من أن يحدث نشر للمعلومات السيئة للزبائن بغرض التشجيع والتشويه.⁽¹⁾

(02)- استغلال مهارات الفنية والتجارية لعون اقتصادي: منعت المادة 3/27 من قانون الممارسات التجارية استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها، وتعتمد هذه الممارسة على التوضع في مكان الغير والاعتماد على جهود فاعل اقتصادي ومبادراته، فهي تقوم على الاعتداء عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر بالاستيلاء بطريقة مماثلة دون إذن منه على العناصر التي ساهمت في نجاحه للاستفادة منها بدون بذل جهود مالية أو فكرية أو تنمية.⁽²⁾ وتختلف هذه الممارسة التي تسمى عادة الطفيلية الاقتصادية عن التقليد، فالتاجر المقلد يسعى إلى إثارة الالتباس لتحويل الزبائن إليه، بينما التاجر الطفيلي يضع نفسه مكان التاجر الذي وقع الاستيلاء على مهاراته وتقنياته، ويستفيد من شهرته بدون سعي إلى إثارة الالتباس في أذهان الزبائن، فهذه الممارسة تعتبر مخالفة للأعراف التجارية باعتبارها تقضي على مبدأ المساواة بين المتدخلين في السوق وترتفع السيرة العادي والمنتظم للسوق، وتحدث خلاجا تجاريا فيه.⁽³⁾

(03)- إحداث الخلل والاضطراب: منع المشرع كل ممارسة من شأنها إحداث اضطراب في تنظيم عون اقتصادي منافس، أو تنظيم السوق بشكل عام.

1- إحداث الخلل والاضطراب في تنظيم عون اقتصادي منافس: تصدت المادة 6/27 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية لهذا الصنف من الممارسات من خلال منع الممارسات التي من شأنها إثارة الخلل في تنظيم عون اقتصادي منافس أو استغلال شهرته أو إغراء مستخدميه.⁽⁴⁾

أ. إغراء مستخدمي عون اقتصادي منافس: طبقا لمبدأ حرية المنافسة والعمل يجوز للعون أن يتعاقد وأن يوظف المستخدمين والعمال القدامى لمنافسه، لكن الذي لا يجوز هو أن يقوم العون المنافس باستدراج عمال منافسه وهم لا يزالون مرتبطين بعقد العمل مع منافسه أو باستدراجهم حتى بعد انقطاع علاقة العمل مع وجود شرط عدم المنافسة في عقودهم السابقة، ويقوم بذلك لاجتذاب أكبر عدد ممكن من العملاء أو للوقوف على أسرار المهنة.⁽⁵⁾ ويجب أن يكون الإغراء متعمدا باستعمال الاحتيال أو الضغط أو الوعود بمنافع مادية أو مكافأة مرتفعة بصورة غير طبيعية.⁽⁶⁾

ب. الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجبر قديم أو شريك: استنادا لأحكام المادة 5/27 من قانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم فإن هذه الممارسة تؤدي إلى الإخلال بتنظيم المنافسة، وهذا العمل يخل بالمساواة في وسائل المنافسة ويشكل منافسة غير مشروعة والمنع موجه إلى الأجراء أو الشركاء السابقين، والمبدأ أنه يجوز لهؤلاء وبعد انحلالهم من التزاماتهم السابقة مع رب العمل أو مع الشريك القديم أن ينشئوا أو يشاركوا في تجارة مماثلة له والتي تؤدي إلى استقطاب زبائن هذا الأخير ويؤدي هذا إلى منافسة غير شرعية،

(1)- أنظر: محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، المرجع السابق، ص 115.

(2)- أنظر: ريبير - رولور، لويس فوجال، المطول في القانون التجاري، الجزء الأول، المجلد الأول، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص 752.

(3)- أنظر: محمد الشريف كتو، مبدأ المنافسة الحرة في الأمر 03-03 والقانون رقم 02-04، المرجع السابق، ص 14.

(4)- أنظر: أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016-2017، ص 112.

(5)- أنظر: نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، المرجع السابق، ص 232.

(6)- المادة 4/27 من قانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

لذلك يلجأ غالبا إلى الاشتراط في عقود العمل أو في عقود إحالة الحصص في الشركات بنود عدم المنافسة التي يجب أن تكون محددة من حيث الزمان ومن حيث المكان، وفي غياب هذه الاشتراطات وجب على المؤسسة الجديدة أن تتحاشى المنافسة غير المشروعة التي تؤدي إلى تحويل الزبائن والتي تمارس عن طريق الاستفادة من الأسرار المهنية للعون المنافس، أو سرقة المعلومات والمشاريع، والوثائق والمهارات.⁽¹⁾

ج. إحداث خلل واضطراب في تنظيم العون الاقتصادي منافس: إن أساليب بث الفوضى والاضطراب ضد المتنافسين متعددة، إذ يشكل أعمالا غير مشروعة كل تخريب للوحات الاشهارية واختلاس للبطاقات وتحويل الطلبات، والإساءة الضخمة لمنتجات المنافس، فقد عدت المادة 27 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بعض الوسائل غير النزيهة والتي تشكل أعمالا غير مشروعة تحدث خلل واضطراب في تنظيم العون الاقتصادي المنافس،⁽²⁾ ذلك أن الإخلال بتنظيم السوق يستهدف مجموع الأعوان الاقتصاديين الذين يمارسون نشاطا مماثلا، وذلك عن طريق إعادة البيع بالخسارة أو ممارسة الأسعار الاستدراجية أو عدم مراعاة القواعد القانونية في التجارة بصفة عامة قصد إبعادهم عن المنافسة.⁽³⁾

2- إحداث الاضطراب في تنظيم السوق: يشكل انتهاك القواعد السارية المفعول في المجال التجاري عملا غير مشروع يؤدي إلى فوضى السوق، لأنه يعطي العون الاقتصادي الذي لم يتقيد بالتنظيم نفعاً من المنافسة، وهكذا يجد الشخص الذي يقوم بأعمال تجارية بدون أن يتقيد بالقواعد الإدارية والضريبة الواقعة على عاتق التجار الآخرين نفسه مفضلا بالنسبة إلى منافسيه، ويستهدف الإخلال بتنظيم السوق مجموعة من الأعوان الاقتصاديين الذين يتاجرون في منتجات مماثلة مثل إعادة البيع بخسارة، وممارسة الأسعار إستراتيجية، وعدم مراعاة القواعد القانونية في التجارة بصفة عامة.⁽⁴⁾

04- تقليد العلامات المميزة للعون الاقتصادي ومنتجاته وإشهاره: من أخطر الممارسات التجارية غير النزيهة تقليد العلامات التجارية لعون اقتصادي منافس وتقليد منتجاته وخدماته والتي انتشرت في الوقت الراهن بشكل رهيب، وساعدها في ذلك طبيعة النظام الاقتصادي السائد في الدول العربية المتمثل في الاتجاه الرأسمالي تأثرا بالدول الغربية، نتيجة اعتماده على مبدأ حرية التجارة والمنافسة الحرة المفرطة في ظل تشريعات وإجراءات إدارية مرنة، وعدم وجود رقابة إدارية صارمة.⁽⁵⁾

ومن الجدير بالملاحظة أن العلامة التجارية تعتبر إحدى الوسائل المنافسة المهمة في إطار التنافس التجاري، ذلك أن التاجر أو المنتج تميز بضائعه أو منتجاته عن الغير عن طريق العلامة التجارية، مما يستوجب توفير الحماية لهذه الأخيرة خصوصا وأنها أصبحت تشكل ثروة هامة من الناحية التجارية، كما أنها تشكل ضمان لجمهور المستهلكين كونها تلعب دورا مهما في حمايتهم من ضروب الغش والاحتيال حول مواصفات الصناعات والبضائع والمنتجات التي يتلقونها من خلال المصنعين والمنتجين، وذلك بتحديد المسؤولية القانونية على هؤلاء في حال قيامهم بتظليل الجمهور كون التجارة من الأكثر الأنشطة إدراة للمال والفائدة الأمر الذي يدفع ضعاف النفوس إلى إتباع ضروب احتيال والغش بهدف ترويج بضائعهم وإظهارها على غير حقيقتها، فيقدموا تلك البضائع

(1)-أنظر: محمد أمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، 2016-2017، ص 326-327.

(2)-راجع المادة 27/6 من قانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)-أنظر: أحمد دجيجي، المرجع السابق، ص 115.

(4) أنظر: محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 02-04، المرجع السابق، ص 118.

(5)-أنظر: أحمد دغيش، المنافسة التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للدراسات والبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 01، العدد 03، جوان 2017، ص 04.

على أنها تحمل مزايا ومميزة في حين أنها في حقيقة الأمر بعيدة عن ذلك كل البعد.⁽¹⁾ ونظرا إلى أهمية هذه الأخيرة في توفير حماية للمستهلك يستلزم الأمر تحديد مفهوم العلامة التجارية (أولا) وشروط الواجب توافرها فيها حتى تضمن حماية للمستهلك (ثانيا) لنعرج بالبحث عن حماية المستهلك من العلامة التجارية المقلدة (ثالثا).

أولا: مفهوم العلامة التجارية: لقد وردت عدة تعاريف للعلامة التجارية حيث عرفت على أنها: «تلك الإشارة المتخذة شكلا مميزا والتي يتخذها صاحب مصنع أو تاجر شعارا لمنتجاته، تميزا لها عن غيرها من المنتجات البضائع قصد تمييزها عن تلك المنافسة لها، وتمكيننا للمستهلك من التعرف على حقيقة مصدرها أينما وجدت.»⁽²⁾ وعرفها الدكتور صلاح زين الدين أنها: «كل إشارة أو دلالة مميزة يتخذها الصانع أو التاجر أو مقدم الخدمة لتمييز صناعته أو بضاعته، أو خدماته عن مثيلاتها التي يصنعها، أو يتاجر بها، أو يقدمها آخرون.»⁽³⁾

أما من الناحية القانونية فإن العلامة التجارية تعتبر حق من حقوق الملكية الفكرية وقد عرفها المشرع الجزائري من نص المادة 1/02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات.⁽⁴⁾

ثانيا: شروط الواجب توافرها في العلامة حتى تضمن حماية المستهلك: لما كانت العلامة تلعب دورا هاما في الوصول إلى مصدر السلعة أو الخدمة، وتشكل عنوانا لتعريف المستهلك بنوعية وجودة السلعة أو الخدمة التي اعتادها في كل ما له صلة وعلاقة بالعلامة التي ألف أن يتعامل معها فإن القانون يشترط لصحة العلامة ضرورة توافرها على جملة من الشروط الموضوعية التي تجعلها قادرة على تحقيق ذاتيتها، وجملة من الشروط الشكلية التي تضيفي على العلامة طابعا رسميا أي تجعلها في قالب معترف به قانونا وبالتالي تستفيد من الحماية القانونية الكاملة، ولهذا أهمية كبيرة في حماية المستهلك من الغش والتضليل، إذ يساعده ذلك في اقتناء منتج أصلي وليس مقلد.⁽⁵⁾

01- الشروط الموضوعية للعلامة: هذه الشروط تتعلق بموضوع العلامة في حد ذاتها وهي: 1- أن تكون العلامة التجارية مميزة: ويقصد بالطابع المميز للعلامة أن تكون لهذه الأخيرة صفة أو رمز مميز للمنتجات المخصصة لها، وقد وضع هذا الشرط لمصلحة مالك العلامة لحمايته من المنافسة غير المشروعة، وحماية للمصلحة المستهلك من اقتناء بضائع مماثلة أو مشابهة.⁽⁶⁾

2- أن تكون العلامة التجارية مشروعة: لقد كان المشرع الجزائري صريحا حينما نص في المادة 07 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات على وضع قيود واستثناءات على العلامات.

وعليه لا يكفي المظهر المميز للعلامة، فبالإضافة إلى كونها جديدة حتى تتوافر لها الحماية القانونية يجب أن تكون مشروعة، أي لا يجوز أن تخالف النظام العام والآداب العامة، ولا تؤدي إلى خداع الجمهور.⁽⁷⁾

3- أن تكون العلامة التجارية جديدة: العلامة التي تستفيد من الحماية القانونية هي التي لم يسبق

(1)-أنظر: القاضي عماد الدين محمد سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2012، ص21.

(2)-أنظر: القاضي عماد الدين محمود سويدات، المرجع نفسه، ص18.

(3)-أنظر:، صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثالثة، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2012، ص254.

(4)-أنظر المادة 1/02 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر.

(5)-أنظر: وليد كحول، زواوي الكاهنة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد4، أبريل 2017، ص626.

(6)-أنظر: يونس بنونة، العلامة التجارية بين التشريع والاجتهاد القضائي، الطبعة الأولى، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، الجزائر، 2006، ص23.

(7)-أنظر: رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد05، مارس 2008، ص38.

استعمالها من طرف شخص آخر لتمييز منتجات مماثلة أو مشابهة، وليس مقصود بالجدة هنا خلق وابتكار العلامة لكون هذا الشرط إنما خاص ببراءة الاختراع، وإنما المقصود بها هو التطبيق الجديد للعلامة على منتج معين.⁽¹⁾

والمشرع لم يقصد شرط الجدة المطلقة تماماً أي لم يسبق استعمالها نهائياً، بل إن ما قصده بشرط جدة علامة تجارية الجدة النسبية التي تمنع اللبس أو التضليل في مصدر المنتجات أو البضاعة، وهذا يكفي لاعتبار العلامة جديدة.⁽²⁾

02)- الشروط الشكلية للعلامة: نظم المشرع الجزائري الشروط الشكلية لاكتساب الحق في العلامة بموجب المادة 13 من قانون العلامات بقولها: «تحدد شكلية إيداع العلامة وكيفية وإجراءات فحصها وتسجيلها ونشرها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم» وتطبيقاً لهذا النص صدر المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها.⁽³⁾

1- إيداع طلب التسجيل للعلامة: يعتبر التسجيل شرط أساسي وجوهري وضروري لحماية العلامة التجارية، ويتم ذلك بإيداع العلامة التجارية وتسجيلها لدى المصلحة المختصة عن طريق التنظيم وهو ما نصت عليه المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها.⁽⁴⁾ وطلب التسجيل والإيداع يتم أمام جهة مختصة هي المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.⁽⁵⁾

2- عنصر الإيداع: يقصد بالإيداع عملية تسليم أو إرسال ملف يتضمن نموذج العلامة التجارية المطلوب حمايتها، مرفقاً بتعداد لكافة المنتجات أو الخدمات التي تنطبق عليها العلامة، ويقوم المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بفحص الطلب المودع من ناحية الشكل ومن ناحية المضمون فإذا كان الفحص إيجابياً من الناحيتين يعد الإيداع مقبولا، وعلى إثر ذلك تقوم الهيئة المختصة بتحرير محضر يثبت تاريخ الإيداع، ساعته ومكانه، وكذا رقم التسجيل ودفع الرسوم، ونظراً للبيانات المدرجة عليها تعد هذه الوثيقة ذا أهمية بالغة لفض النزاعات المحتملة التي يمكن أن تقع بين عدة مودعين.⁽⁶⁾

وفي حالة عدم استيفاء شروط الإيداع تطلب المصلحة المختصة من المودع تسوية طلبه في أجل شهرين، ويمكن تمديد هذا الأجل عند الضرورة لمدة شهرين آخرين بناء على طلب معلل من صاحب الطلب.⁽⁷⁾

3- التسجيل والنشر: يقصد بالتسجيل طبقاً لأحكام المادة 14 المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها المعدل والمتم ذلك الإجراء الذي يقوم به مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية قصد قيد العلامة التجارية في الفهرس العمومي بعد قبول الملف، وبعد عملية التسجيل يتم النشر على مستوى المعهد الوطني للملكية الصناعية في النشرة الرسمية للعلامات التجارية طبقاً لأحكام المادتين 29-30 من ذات المرسوم وتدون فيه كل ما يتعلق بالعلامات

(1)-أنظر: يونس بنونة، المرجع السابق، ص26.

(2)-أنظر: حنان أوثن، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص30.

(3)-أنظر: الجيلالي عجة، العلامة تجارية خصائصها وحمايتها، دراسة مقارنة، الجزء الرابع، الطبعة الأولى، مكتبة زين الحقوقية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2015، ص67.

(4)-راجع المادتين 04-05 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية، العدد 54، الصادرة في 07 أوت 2005 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008، الجريدة الرسمية، العدد 63، الصادرة في 16 نوفمبر 2008.

(5)-راجع المواد 01/6، والمادة 02 التي حددت الجهة المختصة التي يتم إيداع فيها، والمادة 04 من القانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التجارية السالف الذكر.

(6) أنظر: رمزي حوحو، المرجع السابق، ص39.

(7)-المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المحدد لكيفية إيداع العلامات وتسجيلها المعدل والمتمم السالف الذكر .

التجارية.(1)

ويتضح جليا مما تقدم أن استكمال هذه الإجراءات الشكلية يشكل ضمانا في حد ذاته للمستهلك يوفرها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية عند فحصه للعلامة، والقول إن كانت تتوفر على شروط الحماية أم لا، كما أن للنشر نفس الأهمية في إعلام جمهور المستهلكين بصدور علامة جديدة وهذا يعطي الفرصة لأي شخص، وعلى الخصوص جمعية حماية المستهلك بالمطالبة بإلغائها إذا تبين بعد ذلك أنها تضلل المستهلك.(2)

ثالثا: حماية المستهلك من العلامة التجارية المقلدة: إن إلغاء احتكار الدولة للتجارة الخارجية سمح بوجود كميات كبيرة من السلع المقلدة في سوق، كما أن التطور التكنولوجي وزيادة المعاملات للعلامة التجارية، واكتفاء بإدخال شيء طفيف عليها بصورة تؤدي إلى تضليل المستهلك بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة «وهو بذلك يختلف عن التزوير والذي من خلاله تنتسخ العلامة نسخا حرفيا دون أدنى تعديل عليها.(3)

أما من الناحية القانونية فإن المشرع المصري نظم الجرائم التي تمثل اعتداء على الحق في ملكية العلامة في نص المادة 113 من قانون حقوق الملكية الفكرية رقم 82 لسنة 2002 غير أنه لم يعرف لنا المقصود بالتقليد، واكتفى بتحديد الأفعال التي تعد اعتداء على ملكية العلامة.(4) وفي الاتجاه ذاته ذهب المشرع الفرنسي هو آخر بتعداد وسرد الجرائم التي تمس بحق الملكية دون تعريفه للتقليد في نص المادة 2-713 من قانون الملكية الفكرية والتي جاء في مضمونها يحظر ما يلي، ما لم يأذن المالك بذلك:

أ) استنساخ علامة أو استخدامها أو لصقها، حتى مع إضافة كلمات مثل: "صيغة، الأسلوب والنظام، والتقليد، والنوع، والطريقة"، وكذلك استخدام العلامة المنسوخة للسلع أو خدمات مماثلة لتلك المحددة في التسجيل؛

ب) إزالة أو تعديل علامة موضوعه بانتظام.(5)

وفي مقابل ذلك عرف المشرع الجزائري جنحة التقليد العلامة التجارية بمقتضى المادة 1/26 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات التي تنص على أنه: «يعد جنحة تقليد لعلامة مسجلة كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لعلامة قام به الغير خرقا للحقوق صاحب العلامة» ويتضح لنا أنه وسع من دائرة تجريم الأفعال الماسة بالعلامة من أجل إضفاء حماية جزائية أكبر وردع كل ما يهدد حقوق أصحاب العلامات، ومن أجل ذلك نص على جنحة التقليد بمعناها الواسع حيث يندرج ضمنها كل الأعمال الماسة بالحقوق الاستثنائية للعلامة المسجلة.(6)

(02)- آثار التقليد على المستهلك: إن تقليد العلامات الصناعية والتجارية يؤدي لا محالة إلى إثارة الالتباس والخطأ لدى ذهن المستهلك بين عدة منتجات تتشابه بينها تلك العلامات، مما يؤدي إلى

(1)-أنظر: علي أحمد، صالح، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مجلة، صوت القانون، مخبر نظام حالة المدنية، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، أكتوبر 2018، ص 397.

(2)-أنظر: وليد كحول، زواوي الكاهنة، المرجع السابق، ص 629-630.

(3)-أنظر:، صلاح زين الدين، حسام البطوش، معايير تزوير أو تقليد العلامة التجارية في الفقه القانوني وتطبيقات ذلك في القضاء الأردني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، العدد 04، ديسمبر 2017، ص 333-334.

(4)-المادة 113 من القانون رقم 82 لسنة 2002 المتعلق بإصدار قانون حقوق الملكية الفكرية، الجريدة الرسمية، العدد 22 مكرر، الصادرة في 02 يونيو 2002 المعدل بالقانون رقم 178 لسنة 2020، الجريدة الرسمية، العدد 36 مكرر، الصادرة في 5 سبتمبر 2020.

(5)-راجع في ذلك:

L713-2 code de propriété intellectuelle, Voir: www.Legifrance.gouv.fr

(6)-أنظر: وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 11، سبتمبر 2014، ص 480.

الاعتداء على مصالح العون الاقتصادي الذي قلدت علامته، كما يؤثر سلباً على مصالح المستهلكين ممن وقعوا ضحية التقليد العلامة الأصلية، إذ قد تفاجأ المستهلك بعد اقتنائه ذات العلامة المقلدة دون علمه بالتقليد أنها تقتصر للجودة والموصفات المرغوب فيها، مما يؤثر عليه صحياً واقتصادياً.⁽¹⁾ وعليه فإن المستهلك يقع ضحية الغش حينما يدفع ثمن سلعة مقلدة يعتقد أنها أصلية وبالتالي فالتقليد هو انتقاص لحقوق المستهلك مقابل ما يدفعه من قيمة السلعة التي تقتصر إلى النوعية والجودة والضمان المشروط له، إن حجم الضرر الذي يلحق بالمستهلك متعلق بنوع السلعة المقلدة المستعملة، فهناك سلع أكثر خطورة من غيرها مثل قطع الغيار المواد الغذائية والأدوية، مواد التجميل والألبسة، وذلك بحكم اتصالها مباشر بحياة المستهلك.⁽²⁾ وأمام هذا الوضع لا بد من حماية مالك العلامة والمستهلك باعتبارهما ضحيتا تقليد العلامة أو منتج، وتستند الحماية المدنية إلى قواعد العامة في القانون المدني، وهي تخول لصاحبها الحق في المطالبة بالتعويض إذا ما وقع اعتداء على علامته بأي صور من الصور عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، كما نص المشرع على حماية العلامة التجارية مدنياً لمالك العلامة المسجلة عن طريق المطالبة بالتعويضات المدنية الناجمة عن ارتكاب أو محاولة ارتكاب تقليد العلامة والدعوى المؤسدة على تقليد ترفع فقط من مالك العلامة، ولا تقبل إلا على من يقوم بتقليدها أو تزويرها.⁽³⁾

ومن ناقلة القول فإن الحماية القانونية للعلامات التجارية على اختلاف أنواعها ترمي في آن واحد إلى تأمين الحماية لمنتج السلعة أو بائعها والمستهلك لهذه السلعة، حيث أن الحماية للمنتج تضمن له المنافسة الحرة والشريفة مع منتجي السلعة المنافسة، وبالنسبة للمستهلك فإن تأمين الحماية القانونية للعلامة التجارية يضمن له الحصول على سلعة بأفضل المواصفات والأسعار، وإفساح المجال أمامه للتفاضل بين السلع المتشابهة وفقاً لإرادته الحرة.⁽⁴⁾

05-(قمع الإشهار المضلل كوسيلة لحماية المستهلك: مما لا شك فيه أن الإشهار التجاري أصبح إحدى سمات العصر، باعتباره عامل من عوامل تسويق السلع، ومظهر من مظاهر المنافسة المشروعة، إلا أنه متى كان خادعاً فإنه يتجاوز أهدافه ويمس بقواعد المنافسة، وحق المتلقي في الحصول على معلومات صادقة عن السلع والخدمات، وهو ما يشكل الوجه الغير مرغوب فيه للإشهار التجاري، وهو ما استدعى وضع قيود عليه باعتباره نتيجة مباشرة لمبدأ حرية التجارة والصناعة بما يحقق حماية للمستهلكين، ويضمن لهم الحصول على المعلومات الحقيقية والصادقة عن السلع والخدمات، كما يمنع أي تشهير بالعون الاقتصادي المنافس بما يحقق منافسة مشروعة ونزيهة.⁽⁵⁾

وبناء على ما سبق سيتم التطرق إلى مفهوم الإشهار التضليلي باعتبار المشرع الجزائري اهتم بوضع إطار قانوني للإشهار وحدد قواعده، ومنع بعضه كالإشهار الكاذب أو المضلل (أولاً) لنعرج بالبحث عن عناصره (ثانياً) وفي ختام سيتم معالجة معايير تقدير الإشهار التجاري التضليلي (ثالثاً).
أولاً: مفهوم الإشهار التضليلي: إن الإشهار عندما يتجاوز الوظائف المحددة له يصبح وسيلة للاحتيال والخداع وهو ما يطلق عليه بالإشهار التضليلي، ووجب منعه حماية للنظام العام والتضليل

(1)-أنظر: أحمد دغيش، المرجع السابق، ص06.

(2)-أنظر: حنان أوشن، المرجع السابق، ص126.

(3)-راجع في ذلك المادتين 28-29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر، والمادة 39 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتم السالف الذكر.

(4)-أنظر: سميرة زوبة، أثر عدم نزاهة الممارسات التجارية على مصالح المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص92.

(5)-أنظر: سفيان بن قري، حدود مشروعية الإشهار التجاري، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص01.

لغة نسبة إلى الضلال، أو جعله ضالاً ضلالاً يُضللُ تضليلاً.⁽¹⁾ أي جعله ينحرف عن الطريق الصحيح أو خدعه أو ضيعه.⁽²⁾ بينما عرف الإشهار التجاري بصفة عامة على أنه: «كل إخبار أو إعلام تجار القصد منه التعريف بسلعة أو خدمة معينة عن طريق إبراز مزاياها ومحاسنها، بغية خلق انطباع جيد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذه السلعة أو الخدمة».⁽³⁾

ولا يختلف لفظ الإشهار في اللغة عن لفظ الإعلان فهو مرادف له ولهما نفس المدلول فأعلن يُعلن، علانية تعني إظهار الشيء وخلافه السر، ومن هذا المنطلق فإن بعض الدول يستعمل لفظ الإعلان بدل الإشهار، ومما يجعل الخلاف بين اللفظين خلاف في الاستعمال وليس المدلول.⁽⁴⁾ وعلى هذا النحو سار المشرع الجزائري إذ استعمل لفظين للدلالة على نفس المعنى.

وفي هذا السياق عرف الإشهار بموجب المادة 3/3 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه: «كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان، أو وسائل الاتصال المستعملة» كما عرفه أيضاً ضمن نص المادة 1/3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك باستعمال مصطلح آخر هو الادعاء.⁽⁵⁾ وبقدر ما يستخدم الإشهار بطريقة إيجابية محققاً وظائفه قدر ما يستخدم لتضليل رضا المستهلك، لذا اهتمت قوانين الاستهلاك بهذا الجانب الأخير ومنعت كل أشكال الاشتهار المضلل تجنباً للإخلال بمبدأ شرعية المنافسة، وبهدف تحسن وحماية رضا المستهلك أصدرت التشريعات الحديثة قوانين لتنظيم هذه الوسيلة المعاصرة للتسويق وزجر الجانب المضلل فيها.⁽⁶⁾

أما في الشروحات الفقهية فقد عرف الإشهار المضلل على أنه: «الإعلان الذي من شأنه خداع المستهلك أو من الممكن أن يؤدي لذلك، وأن الإعلان المذكور قد لا يتضمن بيانات كاذبة ولكنه يصاغ بعبارات تؤدي إلى خداع».⁽⁷⁾

كما عرف أيضاً بأنه: «كل إعلان يتم بطريقة تؤدي إلى تضليل أو من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به، أو المنافسين على نحو قد يلحق ضرراً بمصالحهم الاقتصادية أو هو الإعلان المتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خلط وخداع فيما يتعلق بعناصر وأوصاف جوهرية للمنتج».⁽⁸⁾ وبهذا فإن الإشهار التضليلي هو ما من شأنه تضليل المستهلك أو يمكن أن يؤدي إلى ذلك حول العناصر المتعلقة بالسلع أو الخدمات، أو المتعلقة بالمعلن والملاحظ من خلال هذه التعريف أنه يركز على عنصر التضليل الذي يظهر في محاولة تغليط المستهلك وخداعه من خلال زرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك تدفعه للتعاقد، كما أنه لا يتضمن بيانات

(1)- المعجم الرائد على الموقع www.almaany.com تاريخ الزيارة 1 فيفري 2020، التوقيت 10:00، صباحاً

(2)-أنظر معجم اللغة العربية المعاصرة على نفس الموقع.

(3)-أنظر: منى أبو بكر الصديق، المرجع السابق، ص138.

(4)-أنظر: محمد بوراس، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات والخدمات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014 ص24.

(5)-راجع نص المادة 1/3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 58، المؤرخة في 18 نوفمبر 2013.

(6)-أنظر: بوحفص جلاب نعاغة، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الإعلان التجاري المضلل، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، المجلد 14، العدد 02، 2016، ص239.

(7)-أنظر: بتول، صراوة عبادي، التضليل الإعلاني وأثره على المستهلك، دراسة قانونية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2011، ص70.

(8)-أنظر: خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعانات الخادعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 2007، ص114-115.

كاذبة، ولكنه يصاغ في عبارات وألفاظ قد تؤدي إلى خداع المستهلك، وكذا الإضرار بالمنافسين.⁽¹⁾ وتجدر الإشارة إلى أن مصطلح الإشهار التضليلي يتداخل مع مفاهيم أخرى تقترب منه كثيرا منها الكذب والخداع مما يقتضي تحديدها بدقة.⁽²⁾ فالإشهار الكاذب هو إخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه في الواقع، فالكذب عمل مادي يهدف إلى الغش، ويكفي أن يكون الإشهار في مضمونه كاذبا بصرف النظر على حسن أو سوء نية المعلن.⁽³⁾ وعرف أيضا على أنه ادعاء أو زعم مخالف للحقيقة الهدف منه تضليل المستهلك عن طريق تزيف الحقيقة، أو إصدار تأكيدات غير صحيحة أو غير مطابقة للواقع، أو لا يمكن الوفاء بها من الناحية العملية.

وعليه فإن الإشهار الخادع أو المضلل لا يتضمن بيانات كاذبة إلا أن يصاغ في عبارات من شأنها أن تؤدي إلى خداع المستهلك، في حين أن الخداع في الإشهار الكاذب يكون أكثر وضوحا ومن ثم فإن كل إشهار كاذب هو إشهار مضلل دون العكس، وهذا ما يجعل الإشهار التضليلي أوسع نطاقا من لإشهار الكاذب.⁽⁴⁾

أما من الناحية التشريعية فإن المشرع الجزائري شأنه شأن العديد من التشريعات لم يعرف الإشهار المضلل، واكتفى بتحديد حالات التضليل بموجب المادة 28 من قانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، كما أكد الحظر أيضا في نصوص المواد 36-50-60 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، كما أنه لم يتطرق في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى تعريف الإشهار المضلل، إنما اكتفى بتبيان العناصر التي ينصب عليها التضليل على الرغم أن نص المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ينصب على جريمة الخداع، إلا أن أنه قد ينطبق على الإشهار المضلل.

وفي مقابل ذلك وحماية للمستهلك حظر المشرع الفرنسي الإشهار المضلل بكافة صوره وأشكاله، واعتبره ضمن الممارسات التجارية غير المشروعة بموجب المواد من 2-L121 إلى 4-L121 من قانون الاستهلاك.⁽⁵⁾

أما بخصوص المشرع المصري وبصدور القانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 أوجد المشرع حماية للمستهلك من الوقوع في غلط طبقا لنص المادة 06 منه، حيث أوجد المشرع التزام على المعلن بإعلام المستهلك بالمعلومات الصحيحة على طبيعة السلعة وخصائصها بما يحمي المستهلك من تكوين اعتقاد غير صحيح أو مضلل.⁽⁶⁾ كما وضع عقوبات جنائية على المعلن في حالة قيامه بتضليل المستهلك، أو ارتكابه أفعال تؤدي به إلى وقوعه في غلط أو في خلط.⁽⁷⁾ إلا

(1)-أنظر: سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2016، ص 67.

(2)- تستعمل بعض التشريعات على غرار قانون حماية المستهلك اللبناني مصطلح الإشهار الخادع بدل الإشهار الكاذب والمضلل، ذلك أن مصطلح الخداع أوسع وأشمل من الكذب والتضليل، فالكذب أدنى درجة من الخداع بحيث يعد واحد من أساليبه، وعليه فإن الإشهار الخادع يشمل كل من الإشهار الكاذب والمضلل.

(3)-أنظر:، صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الإلكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور جلفة، المجلد 05، العدد 17، سبتمبر 2019، ص 99.

(4)-أنظر: موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية والأدبية، بغداد، 2011، ص 58-60.

(5)-Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(6)- أنظر: محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2015، ص 121.

(7)-راجع في ذلك المادتين 06-24 من رقم 67 لسنة 2006 المتعلق بإصدار قانون حماية المستهلك السالف الذكر.

أنه وبإصدار القانون رقم 181 لسنة 2018 والذي ألغى بموجبه القانون رقم 67 لسنة 2006 فقد أكد على ضرورة تجنب المعلن سلوكيات الخادعة بموجب المادتين 09 و 57 منه. وعرف السلوك الخادع من خلال نص المادة 10/1 من رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بإصدار قانون حماية المستهلك على أنه: «كل فعل أو امتناع عن فعل من جانب المنتج أو المعلن يؤدي إلى خلق انطباع غير حقيقي.»

ثانياً: عناصر الإشهار التضليلي: يشترط لقيام الإشهار التضليلي عنصرين الأول العنصر المادي والثاني العنصر المعنوي.

(01)-العنصر المادي للإشهار التضليلي: يتمثل هذا العنصر بوجود الإشهار □ ضلل أيا كانت وسيلة التعبد □ عنها سواء كانت □ وسائل الإعلام المرئية أو السمعية، وكذلك وسائل الإعلام المكتوبة، وأن ينصب التضليل على عنصر من العناصر المنصوص عليها في المادة 28 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم التي تتعلق بتعريف المنتج أو خدمة، أو بكميته، أو وفرة، أو مميزاته، بالإضافة للعناصر التي نصت عليها المادة 68 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والمتمثلة في كمية المنتجات المسلمة، تسليم المنتجات غ □ تلك □ عينة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدد صلاحية المنتج النتائج المنتظرة من المنتج، وأخذ □ طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة للاستعمال المنتج، أو في الادعاء بالتفريد بسلعة معينة. (1)

(02)-العنصر المعنوي للإشهار التضليلي: يتمثل هذا العنصر في سوء نية المعلن وعلمه أن الرسالة الإعلانية تتضمن معلومات من شأنها تضليل المستهلك وخداعه. (2)

غير أن الفقه والقضاء استبعد مبدأ سوء النية وصارت جريمة الإشهار □ ضلل جريمة مادية فالقانون يجرم الفعل المادي وذلك أن المستهلك يضار من الإعلان الكاذب والمضلل، ويستوي بعد ذلك أن يكون المعلن حسن النية أو سيء النية، ولعل □ □ ر □ □ المادية استثناء يقصد به ضمان حد أد □ من النظام الاجتماعي من خلال وضع قواعد يتعين احترامها □ □ يع الظروف على اعتبار أن عدم احترامها □ □ بالتوازن □ العلاقات القانونية والاقتصادية في مجموعها. (3) وبالاستناد إلى نص المادة 28 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية يتضح أن المشرع الجزائري □ يشير □ اشتراط سوء نية المعلن ولا □ استبعادها.

ثالثاً: معايير تقدير الإشهار التجاري التضليلي: إن التضليل في الإشهار كما هو الحال الكذب فيه مرتبطان ولا يخلو أي إشهار في الواقع منهما، لذا يقتضي الأمر الوقوف على تقدير التضليل والذي يتجاوز به الإشهار ممنوعاً، ويتم تقديره بالنظر إلى معيارين هما:

(01)-المعيار الشخصي أو الذاتي: وقوامه أن تقدير التضليل يكون من خلال الشخص المتلقي ذاته وليس بالنظر إلى التضليل في ذاته فهو يتحدد بمجموعة من العناصر الشخصية المرتبطة بمتلقي الرسالة الإشهارية، فينظر إلى درجة يقظته وفطنته، ذكاءه وتعليمه، وببدا أن هذا المعيار هو عدم انضباطه وصعوبة الكشف عنه. (4)

(02)-العنصر الموضوعي المجرد: وفي هذا المعيار يجرى المتلقي من ظروفه الشخصية، حيث يأخذ بالمستهلك المتوسط الذي يمثل جمهور الناس، فلا هو خارق الذكاء ولا شديد اليقظة ولا هو محدود

(1)-أنظر: سارة عزوز، همام علاوة، الحماية الجزائية للمستهلك من الممارسات غير النزيهة، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 04 أفريل 2017، ص 231-232.

(2)-أنظر: أحمد محمد الجبوري عدنان هيلان، التضليل والخداع أو الكذب في الإعلام التجاري، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة كركوك بالعراق، المجلد 03، العدد 11، 2014، ص 335.

(3)-أنظر: بتول، صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 222.

(4)-أنظر: محمد بوراس، المرجع السابق، ص 346.

الفتنة، أي المستهلك الضعيف الذي يحتاج إلى حماية خاصة، وفي هذا المعيار المجرد يعفى القاضي من البحث عن ما هو كامن في النفس، وهو معيار لا يختلف في تطبيقه من شخص إلى آخر، فالتضليل أو الخداع واحد بالنسبة إلى جميع وأغلبية الناس يستوي في ذلك أن يكون ضحية الإشهار المضلل شخصا ذكيا أو غبيا، وأغلبية أحكام القضاء تتبنى المعيار المجرد، حيث يضع القاضي نفسه مكان المستهلك عند تحديد الطبيعة المضللة للإشهار.⁽¹⁾

وفي الختام لا يفوتنا أن ننوه إلى أن تضليل المستهلك لا يتم فقط عن طرق الكذب عليه بخصوص المنتجات المقدمة، بل يتم كذلك عن طرق مقارنة المشهر لسلعه وخدماته بسلع وخدمات منافسيه بصفة تخلق الشك حوله أو على الأقل باختلاط الأمر عليه مما يوقع المستهلك في لبس وغموض، وهذا في إطار ما يعرف بالإشهار المقارن والذي يركز على أبرز مزايا منتج أو خدمة معينة من خلال مقارنتها بمواصفات ومزايا غيرها.⁽²⁾ وحتى لا يبقى الإشهار الكاذب أو المضلل حرا دون قيد كان يجب البحث عن وسائل قانونية للحد من آثاره السلبية ووقف التجاوزات، وهذا بهدف حماية المستهلكين من جهة، وخلق جو ملائم لمنافسة مشروعة ونزيهة من جهة أخرى وهذا بتوقيع جزاءات مدنية وجنائية، وكذلك إجراء نوع من الرقابة والاحتياط الذاتي من جانب أصحاب المهنة والجهات الإدارية.⁽³⁾

الفرع الثاني: حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية

لقد أدرج المشرع تحت عنوان الممارسات التجارية غير الشرعية مجموعة من الممارسات من شأنها أن تؤدي إلى الإخلال بالعلاقات التجارية الشريفة والنزيهة سواء بين الأعوان الاقتصاديين أو بين هؤلاء المستهلكين، وباستقراء أحكام المواد من 14 إلى 20 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية نجد المشرع لم يعرف الممارسات التجارية غير الشرعية بصفة صريحة، واكتفى بتعداد صورها وأشكالها.⁽⁴⁾

وعليه يمكن تعريف الممارسات التجارية غير الشرعية على أنها: «تلك الأعمال التي يقوم بها المهني في العقود المبرمة مع المستهلك، بحيث تعتبر ممنوعة ولا يمكن اللجوء إليها لخطورتها أو لا اعتبارها في مصلحة المهني المحضة، ويمكن اعتبار هذا النوع من الممارسات نشاطات ممنوعة لا يمكن بأي حال أن تدرج في عقد من العقود التجارية، وهذا النوع من الممارسات التجارية يسعى إلى تحقيق مصلحة العون الاقتصادي دون مصلحة الطرف الآخر»⁽⁵⁾ وهذه الأخيرة متعددة ومختلفة فكل عمل يمارسه التاجر أو العون الاقتصادي يشكل خرقا للقانون، ويعرقل الاقتصاد يعتبر ممارسة تجارية غير مشروعة، ومن بين هذه الممارسات نذكر على سبيل المثال:

01- ممارسة الأنشطة التجارية دون اكتساب الصفة: استنادا إلى نص المادة 14 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية نجد المشرع منع على الشخص سواء كان طبيعيا أو معنويا أن يمارس نشاطا تجاريا دون اكتساب الصفة القانونية، فمن الضروري توافر صفة التاجر ذلك أن عدم اكتساب هذه الصفة أو فقدانها تشكل مخالفة واعتداء على مبدأ النزاهة⁽⁶⁾

(1)-أنظر: يمينة بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، المجلد 20 العدد 04، ديسمبر 2009، ص 295.

(2)-أنظر: بتول، صراوة عبادي، المرجع السابق، ص 76-77.

(3)-أنظر: يمينة بليمان، حسام الدين غربوج، حماية المستهلك في مواجهة البيع بالتخفيض، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص 299.

(4)-أنظر: محمد شريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 والقانون 04-02، المرجع السابق، ص 92.

(5)-أنظر: عيسى حداد، المرجع السابق، ص 326.

(6)-أنظر: قويدر مغربي، أساليب تفعيل الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسينة بن بوعلي شلف، المجلد 04، العدد 02، جويلية 2012، ص 90.

غير أن البحث عن صفة التاجر تتطلب الرجوع لأحكام القانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية.⁽¹⁾

وما يلاحظ أن المادة 14 السالفة الذكر لا يمكن تصنيفها من بين الحالات المدرجة ضمن الممارسات التجارية غير الشرعية، لأن عدم اكتساب صفة التاجر لا يشكل خرقاً لمبدأ النزاهة بل يعد من تطبيقات شروط ممارسة الأنشطة التجارية، وبالتالي كان من الضروري استبعادها من القانون المطبق على الممارسات التجارية.

(02)- رفض بيع سلعة أو أداء خدمة بدون مبرر شرعي: يشكل رفض البيع ممارسة تجارية غير شرعية إذا كان الرفض مبيناً على مبرر غير شرعي،⁽²⁾ ولا يمكن أن يعتبر تعسفاً من قبل العون الاقتصادي لأن المسألة تخرج عن المنافسة غير المشروعة، وبالتالي لا يعد سبباً شرعياً لانتعاج التاجر عن البيع باصطناع وقائع وهمية أو خيالية تمنع المستهلك من عملية الشراء.

ولقد وضع المشرع استثناءاً يتمثل في أن الأحكام المذكورة لا تعني أدوات تزيين المحلات والمنتجات المقدمة في المعارض والتظاهرات، ولعل سبب منع رفض البيع أو تقديم الخدمة الذي يحصل من طرف المهني اتجاه الزبون إلى كون هذه الممارسات تؤدي إلى تقليص المنافسة على المستوى التوزيع مما يضر بالأعوان الاقتصاديين، ويضر بالمستهلكين.⁽³⁾ ومن منطلق مفهوم المادة 15 من قانون ممارسات التجارية يتضح أن المشرع الجزائري كغيره من التشريعات الحديثة يمنع بصريح العبارة رفض البيع أو تأدية الخدمة، ولكن بتوافر مجموعة من الشروط وهي: أن يرد من جانب البائع أو مؤدي الخدمة رفضاً بصفة فعلية، وهذا الرفض يأتي بعد أن يطلبه المستهلك بحسن نية وبطلب عادي غير متجاوز لقدرة البائع أو مؤدي الخدمة.⁽⁴⁾

ومن صفة القول يتضح لنا أن هذه الصورة التي ترد على الممارسات التجارية وتتشابه بتلك المنصوص عليها في المادة 11 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة والتي تتمثل في التعسف الناتج عن استغلال وضعية التبعية الاقتصادية في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين.⁽⁵⁾

(03)- إعادة البيع بالخسارة: ونقصد بهذه الممارسة قيام التاجر بإعادة بيع المنتج على حالته بسعر مخفض لدرجة أنه أقل من السعر الذي اشترى به ذلك المنتج، لذا تم تجريم هذه الممارسة لاعتبارها غير شرعية، واقترانها بعصر التعسف المصاحب لها.⁽⁶⁾

ولا مجال للحديث عن إعادة البيع بالخسارة إلا إذا كان سعر إعادة البيع أقل من سعر التكلفة الحقيقي والذي يعتبر المقياس الذي يؤخذ به لاحتساب الحد الأدنى لإعادة البيع بخسارة. وقد عرف المشرع الجزائري سعر التكلفة من خلال نص المادة 2/19 من قانون رقم 04-02 على أنه: «يقصد بسعر التكلفة الحقيقي سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الاقتضاء أعباء النقل.» غير أن هذا الحكم لا يسري على السلع

(1)- المادة 04 من القانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)- راجع في ذلك المادة 15 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)- أنظر: قويدر مغربي، المرجع السابق، ص 90-91.

(4)- أنظر: أمال بن بريج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية (على ضوء القانون 04-02 والقانون 10-06 المعدل له) مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2، المجلد 04، العدد 02 جوان 2015، ص 282.

(5)- تماشياً مع التشريعات المقارنة حظر المشرع الفرنسي هو آخر ممارسة رفض البيع لأول مرة بموجب المادة 37 من قانون 30 جوان 1945 المتعلق بالأسعار، ثم استبدلت هذه المادة بموجب قوانين عدة، وفي الوقت حال تم تنظيمها بموجب المادة 1-11-121 من قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد، وكذا المادة 2-420 من القانون التجاري الفرنسي.

(6)- أنظر: محمد كريم طالب، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، المرجع السابق، ص 328.

التي تكون في إحدى الوضعيات التالية:

- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع لا يمكن حصرها وكمثال على ذلك الحليب، الخضر والفواكه وغيرها فهي تخرج من نطاق الحظر، إضافة إلى السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه، أو إثر تنفيذ حكم قضائي كالحكم بشهر الإفلاس مثلا⁽¹⁾.
- السلع الموسمية والسلع المتقدمة أو البالية تقنيا، إضافة إلى السلع التي □ التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل، وكذا تساوي الأثمان بسبب التخفيضات الموسمية للمنتوجات⁽²⁾. ولعل أساس حظر المشرع لهذا النوع من الممارسات كونها تقدم صورة مشوهة للمنافسة اتجاه المستهلك، فإذا كان التاجر يتظاهر بأنه يمارس هوامش ربح منخفضة لصالح المستهلكين فإن الحقيقة غير ذلك، فتخفيض الأسعار ليس طبيعيا ناتج عن قانون العرض والطلب، وإنما تم تزيفه وتخفيضه لجذب زبائن التجار بطريقة غير مشروعة، لذا يحارب القانون هذه الممارسة لحماية صغار التجار من أقوياء السوق، أي الموزعين الكبار ضد عروض غالبا ما تكزون خادعة وهو ما ينعكس بطبيعة الحال على المستهلك كونه الطرف ضعيف في العلاقة التعاقدية⁽³⁾.
- وفي هذا الصدد لا بد أن نفرق بين إعادة البيع بالخسارة، وبيع بأسعار منخفضة الذي نص عليه الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة بموجب المادة 12 منه، ولعل أوجه تفرقة تكمن في:⁽⁴⁾
 - (1)- البيع بالخسارة يعد ممارسة تجارية غ □ شرعية □ ضع لأحكام القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، أما البيع بأسعار □ فضة يشكل ممارسة منافية للمنافسة تخضع للأحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.
 - (2)- نص المادة 12 المتعلق بحظر البيع بأسعار □ فضة بشكل تعسفي يطبق على مجالات الإنتاج التحويل والتسويق، أما حظر البيع بالخسارة فهو يطبق على نشاطات إعادة البيع فقط.
 - (3)- نص المادة 19 هو نص عام يطبق على نشاط إعادة البيع سواء للمستهلك أو التاجر، أما نصا المادة 12 فهو يطبق على نشاط إعادة البيع للمستهلك.
 - (4)- حظر البيع بأسعار منخفضة يطبق على العروض والبيوع عرض الأسعار أو ممارسة الأسعار بيع □ فضة، أما البيع بالخسارة فلا يكون مجرد العرض محظورا، بل يشترط أن يكون البيع تاما⁽⁵⁾.
- ويشمل الحظر المشار إليه في المادة 19 المنتوجات □ باعة بعد الشراء، أي بدون أن يتناولها أي تحويل، ويتعلق منع المادة 19 السالفة الذكر بأي عون اقتصادي بدون تمييز، و □ ضع □ بيع الفاعل □ الذين يشترون للبيع بعد الشراء للتنظيم المتعلق بالبيع بعد الشراء بالخسارة وخاصة المستوردين والبائع □ بالجملة أو التجزئة، وبالتالي تستبعد من حظر نشاطات الإنتاج وتقديم الخدمات الخاضعة لنص المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.
- (04)- البيع المشروط: حماية للمستهلك منع المشرع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط

(1)- أخضع المشرع الجزائري بيع السلع بسبب تغيير النشاط أو إنهائه لرخصة من المدير لولائي للتجارة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 215-06 المؤرخ في 18 جوان 2006 المحدد لشروط و كفاءات ممارسة بيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المحزونات والبيع عند مخازن العامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادرة في 21 جوان 2006.

(2)- استنتجت المادة 3/19 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر بعض الحالات من □ نع □ قرر لإعادة البيع بسعر أد □ من سعر التكلفة.

(3)- أنظر: محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 101.

(4)- المشرع الجزائري سبق وحظر هذا النوع من الممارسة ضمن الممارسات المنافية للمنافسة في المادة 10 من الأمر 95-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، إلا أنه في الأمر رقم 03-03 لم يتطرق إلى جريمة إعادة البيع بخسارة، وإنما أدرج جريمة البيع بخسارة فقط ضمن الممارسات المقيدة للمنافسة طبقا للمادة 12 من ذات الأمر، مما جعل المشرع الجزائري يتدارك الأمر ليقتضي بتجريم هذه الممارسة في المادة 19 من القانون رقم 02-04 لكن بوصفها ممارسة تجارية غير مشروعة.

(5)- أنظر: سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 02-04، المرجع السابق، ص 74.

البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات.⁽¹⁾ وهذه الحالة تجد واقعها عندما تكون هناك سلع مفقودة وغير متوفرة بكثرة، فيجد المشتري نفسه أمام شروط تتمثل في اقتناء كمية معينة أو اصطحاب شراء سلعة المفقودة بسلعة أخرى متوفرة بكثرة وناقص الطلب عليها، وبالتالي يتم استغلال رغبته الملحة التي لا مناص له منها من تلبيةها.⁽²⁾

وقد أطلق البعض على ممارسة البيع المشروط تسمية اتفاقات الربط والتي تعني أن يفرض البائع على المشتري شرطاً بمقتضاه يقبل المشتري عند شرائه للمنتج الذي يرغب في شرائه أن يشتري معه منتج آخر بصرف النظر عن كونه يرغب في شرائه أم، وهذا النوع من الممارسات يحرم البائعين الآخرين الموجودون بالسوق من قدرتهم على المنافسة، بالإضافة إلى منع المنافسين الجدد والمحتملين من دخول السوق، وهو ما يؤدي إلى تقييد حريتي التجارة والمنافسة مما ينعكس سلباً على المستهلك.⁽³⁾ ولذلك حظرت قوانين المنافسة مختلف اتفاقات الربط لما تتطوي عليه من آثار ضارة على حريتي التجارة والمنافسة.⁽⁴⁾

ولعل العلة في منع هذا النوع من الممارسات كونها تؤدي بالزبون إلى اقتناء كمية معروضة أو خدمات مرتبطة تتجاوز حاجته ولا حاجة له منها أساساً، وكونها تعتبر وسيلة غير نزيهة لترقية المبيعات.⁽⁵⁾ وقد ورد استثناء في المادة 2/17 من قانون الممارسات التجارية يخص السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة شرط أن تكون هذه السلع مفروضة للبيع بصفة منفصلة.⁽⁶⁾

(5) - ممارسة النفوذ أو الحصول على بيع أو شراء تمييزي: إن استعمال التاجر نفوذه على أحد التجار التجزئة بناءً على مركزه الاقتصادي يشكل تعدي على مبدأ حرية التجارة والصناعة ومخالفة للأعراف التجارية، مما يجعل التاجر في مركز ضعف بسبب العلاقة غير المتجانسة التي فرضتها تلك الممارسة غير الشرعية، تجعل من التاجر يخضع لتبعية من يمارس عليه نفوذه في جميع العمليات المرتبطة بالتوزيع مثلاً أو الخدمات.⁽⁶⁾

ولقد حظر المشرع كذلك كل بيع تمييزي يخالف حرية المنافسة مما يترتب عنه عدم التكافؤ بين التجار، ومن صورته الإساءة كأن يقدم العون الاقتصادي على استخدام ما لديه من سيطرة وهيمنة عن طريق الامتناع عن التعامل مع فئة من التجار، وتفضيل البعض الآخر في مجالات التوزيع أو الخدمات، مما يؤدي إلى الحد من حرية الدخول إلى السوق.⁽⁷⁾

(6) - ممارسة أسعار غير شرعية: اعتبر المشرع الجزائري أن عدم احترام الأحكام المتعلقة بالأسعار ممارسة لأسعار غير شرعية، فقد تطرق لهذا النوع من الممارسات التجارية من خلال المواد 4-5-6 من القانون رقم 10-06 المعدل والمتمم للمواد 22-23 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كما استحدث مادة جديدة وهي المادة 22 مكرر حيث أوجب على كل

(1) -راجع في ذلك المادة 17 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2) -أنظر: أمال بن بريج، المرجع السابق، ص 283.

(3) -أنظر: أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص 147-148.

(4) -حظر المشرع المصري هو الآخر اتفاقات الربط بوصفها إحدى الممارسات الاستيعادية التي تلحق ضرر بحريتي التجارة والمنافسة طبقاً للمادة 08 فقرة د من القانون رقم 3 لسنة 2005 المتعلق بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية السالف الذكر.

(5) -أنظر: هانية إبراهيمي، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2012-2013، ص 105.

(6) -راجع في ذلك المادة 18 من قانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات بالممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(7) -أنظر: قويدر مغربي، المرجع السابق، ص 91-92.

عون اقتصادي تطبيق هوامش الربح ولأسعار المحددة أو المسقفة أو المصادق عليها.⁽¹⁾ واستنادا إلى نص المادة 07 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 36 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية فإنه: «تعتبر ممارسة أسعار غير شرعية، كل مخالفة لأحكام المواد 22 و 22 مكرر و 23 من هذا القانون...» فلأصل في السعر أنه يحدد وفقا لقواعد المنافسة في السوق بحيث يتم تحديده بصفة حرة بعيدا عن كل قيد أو شرط، واستثناء على مبدأ حرية الأسعار قد تتدخل الدولة من أجل تحديد أو تقييد بعض الأسعار والخدمات في حالات خاصة وهذا حماية للمصالح الاقتصادية للمستهلك.⁽²⁾ وبهذا يعتبر من قبيل ممارسة الأسعار غير شرعية طبقا للمادة 4 من القانون من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 22 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية عدم الالتزام العون الاقتصادي بتطبيق هوامش الربح المحددة أو المسقفة أو المصادق عليها وذلك بعدم تطبيق السعر الشرعي، وعدم التقيد بقواعد بنظام الأسعار المقننة، وتجاوز الأسعار المحددة قانونا سواء بالرفع من مستواها أو الخفض منها. وعلى هدي ما سبق اعتبر المشرع طبقا للمادة 06 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 23 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أن القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على هامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة والمسقفة جريمة معاقب عليها، كما اعتبر من قبيل الممارسات أسعار غير شرعية الأعمال والسلوكيات التالية:

- إخفاء الزيادات غير الشرعية وذلك بتجاوز العون الاقتصادي الحد الأقصى المحدد عن طريق التنظيم، حيث يقوم هذا الأخير بإخفاء الزيادات غير شرعية للأسعار.
- عدم إيداع تركيبة الأسعار حيث أكدت على هذا الإجراء المادة 22 مكرر المستحدثة بموجب المادة 05 من القانون رقم 10-06 وذلك بالنظر لأهمية تركيبة الأسعار في تحديد سعر البيع فعدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة قانونا يعد ممارسة لأسعار غير شرعية يعاقب عليها القانون.
- تشجيع غموض الأسعار المضاربة في السوق، فقد تكون الأسعار غير مستقرة في السوق، ويستغل ذلك الأعوان الاقتصاديين ذلك من خلال تشجيع هذا الغموض، والمضاربة في الأسعار.
- عدم تجسيد أثر لانخفاض المسجل للتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على ارتفاع أسعار السلع والخدمات، ويظهر هذا من خلال ارتفاع أسعار السلع والخدمات نتيجة ارتفاع تكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع، ثم تنخفض هذه التكاليف، لكن رغم ذلك تبقى الأسعار مرتفعة بحيث يبقى عليها العون الاقتصادي مرتفعة تحقيقا لأرباح أكثر.
- انجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع.⁽³⁾

وكل هذه الأفعال هي صور جريمة ممارسة أسعار غير شرعية والتي يعاقب عليها القانون والملاحظ أن المشرع من خلال تعديله لأحكام المادة 36 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية قام بتوسيع مجال جريمة ممارسة أسعار غير شرعية، حيث أضاف صور أخرى لم يكن منصوص عليها من قبل، وهذا ضمانا لاستقرار السوق والأسعار، وحفاظا على مبدأ حرية

(1)-راجع في ذلك المادة 05 من القانون رقم 10-06 تتم أحكام القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات بالممارسات التجارية بالمادة 22 مكرر.

(2)-أنظر: محمد ديب، أثر الممارسات المخالفة للتجارة على فاعلية حماية المستهلك، مجلة الفقه والقانون، المملكة المغربية العدد 12، أكتوبر 2013، ص 235.

(3)-كانت المادة 23 من القانون رقم 04-02 قبل التعديل تنص على «تمنع الممارسات التجارية التي ترمي إلى:

- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام أسعار .
- القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار» .

المنافسة.⁽¹⁾ إضافة إلى هذه الممارسات حظرت المادة 16 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم البيع المقترن بمكافأة، كما تم منع إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية بموجب المادة 20 من ذات القانون.

الفرع الثالث: حماية المستهلك من الممارسات التدليسية

إن المستهلك قد يحتاج إلى سلعة أو خدمة معينة، فلا يستطيع الحصول عليها إما لندرتها أو قلة جودتها، وذلك بسبب إخفاء بعض الموزعين والمنتجين للسلعة مما يؤدي إلى عدم واقعية الأثمان والتأثير على القدرة في الاختيار، وإحداث ظروف استثنائية تنعكس على مصالح المستهلكين وذلك في إطار ما يسمى بالممارسات التدليسية.⁽²⁾

تتمثل الممارسات التجارية التدليسية في الممارسات التي يسعى من ورائها العون الاقتصادي إلى التدليس على الغير وإيقاعه في الغلط وإيهامه بما يخالف الواقع والحقيقة، فالتدليس هو لجوء أحد المتعاقدين إلى طرق ووسائل احتيالية بحيث لولا تلك الطرق أو الوسائل لما أقدم الطرف الثاني على إبرام ذلك العقد، فالتدليس هو الدافع إلى التعاقد، فهو إخفاء للحقيقة باستعمال وسائل وطرق احتيالية، وقد حدد المشرع هذه الممارسات في صنفين ومتمثلان في إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات (أولا) والمضاربة غير المشروعة (ثانيا).⁽³⁾

أولاً: إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات: منع القانون هذه الممارسة التدليسية كونها تؤدي إلى إخفاء المعاملات التجارية وشروطها الحقيقية، حيث نصت المادة 24 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم على أنه: «تمنع الممارسات التجارية التي ترمي إلى:

أ. دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة، حيث يلجأ العون الاقتصادي إلى استعمال طرق احتيالية من أجل إخفاء القيمة الحقيقية.⁽⁴⁾

ب. تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة لم يمنع القانون التعامل بالفاتورة في المعاملات التجارية إنما يمنع إعداد فواتير وهمية (ليس لها وجود) أو فواتير مزيفة (فواتير حقيقية لكن تم تزويرها وتزييفها).

ت. إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفاءها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية، وتتمثل في لجوء العون الاقتصادي إلى استعمال وسائل من شأنها إعدام وإخفاء الوثائق بصفة كلية أو جزئية كحرق الدفاتر التجارية أو تمزيقها قبل نهاية المدة القانونية المحددة، كما تقوم هذه المخالفة بإخفاء الوثائق أو تزويرها.⁽⁵⁾

والملاحظ أن هذه المادة جاءت لحماية المستهلك من ممارسات قد يقوم بها المنافس لإخفاء الأشياء ومعاملات بطريقة تدليسية تعود بالمنفعة عليه، وبالضرر على المستهلك.⁽⁶⁾

ثانياً: المضاربة غير المشروعة: وقد وردت صور هذه المضاربة غير المشروعة من خلال نص المادة 25 من القانون رقم 02-04 والتي جاء فيها على أنه: «يمنع على التجار حيازة:

(1)-أنظر: سهيلة بوزيرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، المجلد 02، العدد 03 ديسمبر 2017، ص 130.

(2)-أنظر: فضيلة عاقل، حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة في الجزائر، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 05، يوليو 2016، ص 133.

(3)-أنظر: ليندة عبد الله، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 51، العدد 02، جويلية 2014، ص 195.

(4)-نقصد بفوارق القيمة مجموع مبالغ المدفوعة أو المستلمة، غير المصرح بها في الوثائق إثبات المعاملات تجارية كمثال عن ذلك البائع الذي يلزم المشتري بمبلغ أكبر مما هو مدون في الفاتورة ببيع السلع، فالمبلغ الزائد عن مبلغ الفاتورة يسمى بالفوارق المخفية للقيمة.

(5)-أنظر: زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 82.

(6)-أنظر: أمال بن بريج، المرجع السابق، ص 284.

أ. منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية لأن هذا فيه إخلال بالقوانين والأنظمة السارية المفعول في الدولة، وهو بذلك مساس بالنظام العام الاقتصادي من شأنه الإخلال بمراقبة الجهات المعنية لحركة هذه المنتجات ومطابقتها وللأنظمة وللرغبات المشروعة للمستهلك، وهذا الإخلال بالالتزام بالنزاهة، والقانون يمنع مجرد حيازة هذه السلع ولو لم يتم التعامل فيها.⁽¹⁾

ب. مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار: تعدّ هذه الممارسة من أكثر الممارسات انتشارا ☐ الجزائر، وذلك بالنظر لسهولة ممارستها وفائدتها المالية فهي لا تتطلب لا مجهودا فكريا ولا ماليا، إذ يتم احتجاز المنتجات ☐ ☐ إزن من أجل الوصول إلى حالة الندرة مما يؤدي إلى زيادة الطلب، وبالتالي زيادة السعر وبالنظر لخطورتها على الاقتصاد وعلى المستهلك بصفة عامة فقد جرمها المشرع الجزائري.⁽²⁾

ت. مخزون من المنتجات خارج موضوع تجارته الشرعية قصد بيعه، ذلك أن احتجاز مخزون من منتجات خارجة عن موضوع التجارة أو الصناعة الأصلية المقيدة في السجل التجاري تعتبر من الممارسات التي تتعارض مع نزاهة واستقامة المعاملات التجارية، ولمتابعة هذه الممارسة يشترط أن يكون الفاعل تاجر، وأن يقوم بفعل حيازة مخزون من منتجات خارج موضوع التجارة الأصلية والعادية، وبنية بيعه مع علمه بعدم مشروعية فعله.⁽³⁾

علاوة على ذلك نجد أن القانون رقم 06-10 قد وسع من نطاق تطبيق القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إذ لم تعد صور المضاربة غير المشروعة المنصوص عليها في المادة 25 تقتصر على التجار فقط، بل يمكن أن تشمل الأعوان الآخرين الذين ينشطون في القطاع لفلاحين وتربية المواشي، وبائعو اللحوم بالجملة، ونشاطات التقليدية والصيد البحري.⁽⁴⁾

ومن ناقلة القول يتضح لنا أن في كل هذا حماية للمستهلك وموافقة لنصوص القانون الاستهلاك وقمع الغش، لمنع التلاعب بالأسعار وضمان مطابقة المنتجات، ومنع غش المستهلك بمنتجات مقلدة ومزورة من حيث العلامة التجارية أو الضارة.⁽⁵⁾ وتدخل المشرع من خلال منع هذا النوع من الممارسات بصفة مطلقة هو توفير بيئة تجارية صادقة ونزيهة، وحماية المستهلك من هذا النوع من الممارسات التي تؤثر بطريقة غير مباشرة على الحقوق التي يتمتع بها في علاقته مع المهني.⁽⁶⁾ ومن هنا يظهر حرص المشرع الجزائري في تجسيد مبدأ حرية الأسعار المنصوص عليه في المادة 05 من قانون المنافسة من خلال حظره ممارسة أسعار غير التنافسية والمضاربة والتي لا تستجيب لرغبات المستهلك وقدرته الشرائية.

المطلب الثالث: حماية المستهلك من الشروط التعسفية

إن المخاوف التي يتعرض لها المستهلك في هذا النطاق قد تتمثل فيما تحتويه عقود الإذعان من الشروط مفروضة قد تكون مجحفة بالطرف الضعيف في العقد، وقد تتمثل تلك المخاوف في شروط تعسفية توضع في عقد، وإن لم تتوافر له خصائص عقد الإذعان إلا أن طرفيه ليس في ظروف متكافئة على نحو يتيح لهما مناقشة بنود العقد وشروطه بحرية، وهنا تظهر الحاجة

(1)-أنظر: علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2013-2014، ص 165-166.

(2)-أنظر: سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 85.

(3)-أنظر: محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 113.

(4)-المادة 02 من القانون رقم 06-10 المعدلة لأحكام المادة 02 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر.

(5)-أنظر: محمد ديب، المرجع السابق، ص 235.

(6)-أنظر: عيسى حداد، المرجع السابق، ص 328.

في حماية المستهلك من تلك الشروط.(1)

ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة مفهوم الشروط التعسفية {الفرع الأول} باعتبارها من أهم ما يثقل التزام المستهلك في العقود الاستهلاكية، وباعتبارها شروطاً مجحفة تنال من رضاه ثم نخرج إلى دراسة المعايير المعتمدة في تحديد الطابع التعسفي للشروط الواردة في عقد الاستهلاك {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى الآليات والوسائل التي رصدها المشرع لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك في مكافحة هذه الشروط {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية

لقد انتشر مفهوم الشرط التعسفي لاسيما □ العقود □ تعامل □ الاقتصاديين والمستهلكين والـ □ يكون فيها المستهلك هو الطرف الضعيف □ آثار نقاشاً فقهيًا حول ظاهرة الشروط التعسفية □ العقد، وهو الأمر الذي أدى إلى □ تنظيم فكرة الشرط التعسفي □ تشريعات العديد من الدول.

ولقد تعددت وتنوعت تعاريف الشرط التعسفي بين تعاريف فقهية (أولاً) وقانونية (ثانياً). (2)

أولاً: التعريف الفقهي لشرط التعسفي: تعددت تعريفات الفقه للشرط التعسفي واختلفت بتعدد واختلاف زاوية الرؤية إليه، فجاءت تعريفات مبنية على أطراف العلاقة التعاقدية، وأخرى ركزت على أثر الشروط التعسفية على العلاقة العقدية. فقد عرف على أنه: «ذلك الشرط الذي يفرضه المهني على المستهلك مستخدماً نفوذه الاقتصادي بطريقة تؤدي إلى حصوله على ميزة فاحشة». (3) ومن حيث طبيعة الشرط، فالشرط التعسفي هو: «ذلك الشرط الذي يتنافى مع ما يجب أن يسود التعامل من شرف ونزاهة وحسن نية، والذي يتنافى أيضاً مع روح الحق والعدالة». (4) كما يمكن تعريف الشرط التعسفي اعتماداً على الأثر الذي يحدثه على مستوى توازن العلاقة العقدية على أنه: «ذلك الشرط الذي يترتب عليه الأضرار بالمستهلك بسبب عدم التوازن الواضح بين حقوق والتزامات كل من المهني والمستهلك والمترتبة على عقد الاستهلاك، فيكون تعسفاً الشرط المفروض بواسطة الطرف الأقوى، وينشأ عدم توازن هام على حساب الطرف الضعيف». (5)

ورغم الاختلاف التعاريف الفقهيّة باختلاف الأساس المعتمد الذي يستند عليه، فيمكن القول أن الشرط التعسفي هو ذلك الذي من شأنه إحداث اختلال التوازن العقدي نتيجة تفوق طرف على حساب طرف الآخر، ويقوم هذا الأخير على عدة عناصر أهمها:

1- الشرط التعسفي هو الشرط الزائد عن مقتضى العقد والذي يغير من آثاره، لا ذلك الشرط الذي يترتب التزاماً هو في الأصل من مقتضى العقد، لأن مثل هذا الالتزام لا □ تاج □ شرط لذلك هو يشكل عبئاً على الطرف الآخر دون مقتضى.

2- الشرط التعسفي لا يرد على عقود الاستهلاك أو عقود الإذعان فقط، بل إنه يرد على كل عقد □ تل توازنه، وتفتقد العدالة فيه بـ □ طرفيه، وهذا الأخير يوضع من قبل أحد المتعاقدين فقط، أما المتعاقد الآخر فليس له سوى الخضوع لهذا الشرط.

3- يعود سبب فرض الشرط التعسفي □ الاختلال في المراكز التعاقدية نتيجة تعسف أحد المتعاقدين

(1)-أنظر: محمود عبد الرحيم الديب، المرجع السابق، ص31-31.

(2)-أنظر: عبد العزيز زردادي، مواجهة الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017، ص73.

(3)-أنظر: أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر 1994، ص215.

(4)-أنظر: عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص401.

(5)-أنظر: كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2012، ص418.

على الآخر □ استعمال تفوقه، □ يؤثر على حقوق والتزامات أطراف العقد.⁽¹⁾
ثانياً: التعريف القانوني لشرط التعسفي: على غرار الفقه فقد تصدت التشريعات لتعريف الشرط التعسفي، فقد عرفه المشرع الفرنسي بداية في المادة 35 من القانون رقم 78-23 الصادر في 10 جانفي 1978 المتعلق بحماية وإعلام المستهلكين بالسلع والخدمات بأنه: «في العقود المبرمة بين المهنيين أو غير المهنيين أو المستهلكين يمكن أن تكون محظورة أو مقيدة أو منظمة.....الشروط التي فرضت على غير المهنيين، أو المستهلكين بسبب التعسف في استخدام القوة الاقتصادية للطرف الآخر والتي تتمح لهذا الأخير ميزة فاحشة.»⁽²⁾

وبعد صدور قانون الاستهلاك الفرنسي 1993 دمج القانون 78-23 وأصبحت المادة 35 هي نفسها المادة 1-132 L132-1 فقرة 1 ليصبح الشرط التعسفي في مفهوم المادة هي الشروط التي تكون مفروضة على المستهلكين وغير المهنيين تمنح ميزة فاحشة بسبب استعمال القوة الاقتصادية للطرف الآخر، وبالتالي فإن المشرع الفرنسي استخدم معيار القوة الاقتصادية للطرف الآخر والميزة الفاحشة في تعريفه الشرط التعسفي الذي جاء به القانون 1978 وأبقى عليه قانون الاستهلاك لسنة 1993. وبصدور القانون رقم 95-96 المؤرخ في 01 فيفري 1995 المعدل لقانون الاستهلاك الصادر في 26 جويلية 1993 تدخل المشرع الفرنسي بتعريف جديد للشروط التعسفية في المادة 1-132 L132-1 والتي نصت على أنه: «تعد □ شروطا تعسفية □ العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين تلك التي يكون موضوعها، أو من آثارها إحداث اختلال واضح بين حقوق والتزامات الأطراف في العقد.»⁽³⁾

وبعد صدور الأمر 2016-301 حلت المحل المادة 1-132 المادة 1-1/212 L212-1 وأصبحت الصياغة الجديدة كالتالي: «في العقود المبرمة بين المهنيين وغير المهنيين أو المستهلكين تعتبر شروطا تعسفية الشروط التي ينشأ عن موضوعها، أو ينتج عن آثارها على حساب غير المهني أو المستهلك اختلالا ظاهرا بين حقوق والتزامات أطراف العقد»⁽⁴⁾

وبناء على ذلك فإن الشرط التعسفي في نظر المشرع الفرنسي هو الشرط الذي ينشأ عنه أو ينتج عن آثاره إخلالا بالتوازن بين حقوق والتزامات المستهلك وغير المهني مع طرف آخر في العقد، وهو ما يعني أن المشرع استغنى على معيار التفوق الاقتصادي والميزة الفاحشة واستخدم معيار جديد وهو إخلال بالتوازن بين الحقوق والواجبات.⁽⁵⁾

وفي مقابل ذلك لم يعرف المشرع المصري الشرط التعسفي بموجب قانون حماية المستهلك رقم 181 لسنة 2018، إلا أنه أشار إلى بطلان شرط تعسفي استنادا لنص المادة 28 من هذا القانون والتي جاء فيها: «يقع باطلا كل شرط يرد في عقد أو وثيقة أو مستند أو غير ذلك مما يتعلق بالتعاقد مع المستهلك، إذا كان من شأنه خفض أي من التزامات المورد بهذا القانون أو لائحته التنفيذية

(1)-أنظر: أحمد رباعي، أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائي والقانون المقارن مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، العدد 05 جانفي 2008، ص 347-348.

(2)-L35 de la Loi n°78/23 du 10 janvier 1978 sur la protection ET l'information des consommateurs de produits et de services, op.cit.

(3)-Loi n°95-96 du 01 février 1995 concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial, JORF n°28 du 2 février 1995.

(4)-L212-1/1 Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(5)-Delphine BAZIN-BEUST, Mémentos LMD Droit de la consommation, Gualino Extensio Paris, 2016, p166.

أو إعفاء منها».

ومن خلال هذه المادة يتضح لنا أن المشرع المصري أخذ بمعيار عدم التوازن العقدي بين الحقوق والتزامات الطرفين كمعيار وحيد في تعريف الشرط التعسفي، فظاهرة التوازن المعرفي تعني التكافؤ في الحقوق والتزامات بين طرفي العقد، فإذا قام المورد أو مقدم الخدمة بالتخلص من بعض التزاماته فإن هذا يؤدي إلى عدم تكافؤ في الالتزامات، الأمر الذي يجب أن يترتب عليه البطلان الشرط، كما نصت المادة على أن البطلان الجزئي ليس إلا نتيجة لعدم التوازن بين الحقوق والتزامات المترتبة عن عقد الاستهلاك⁽¹⁾.

على غرار التشريعات الحديثة تدخل المشرع الجزائري لحظر الشروط التعسفية من خلال القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم وتولى تعريف الشرط التعسفي بموجب المادة 5/03 بنصه على أن شرط تعسفي: «كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدة بنود، أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد». ومن خلال وضع هذا التعريف يتضح أن المشرع الجزائري قد اعتمد في إرساء حماية المستهلك طريقة تحديد موضوع الحماية بشكل واضح ودقيق، بحيث أدرج تعريف الشرط التعسفي مباشرة ضمن أحكام القانون المطبق على الممارسات التجارية وهذا عكس بعض التشريعات الأخرى، كما أنه لا يقصر الحماية من الشروط التعسفية على فئة المستهلكين بل يمد الحماية إلى المهنيين أنفسهم، كما أنها لا تقتصر على عقود الإذعان فقط بل تشمل جميع العقود وهذا الموقف المتخذ أزال الكثير من التساؤلات التي أثارت بشأن تحديد طبيعة الشروط التي تستوجب الحماية، والمعايير الواجب توافرها حتى يوصف الشرط بأنه تعسفي⁽²⁾.

وقد ذهب المشرع الجزائري بموجب القانون رقم 04-02 إلى أبعد من ذلك إذ قام بتحديد قائمة من الشروط اعتبرها تعسفية بموجب نص المادة 29 منه، وهي واردة على سبيل المثال حيث أحال في المادة 29 منه على تنظيم لاحق توكل له مهمة تحديد ما يعتبر شرطا تعسفيا وتنفيذا لذلك صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المعدل بالمرسوم رقم 08-44 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية والذي عرف هو الآخر الشروط التعسفية ضمن المادة الخامسة⁽³⁾.

الفرع الثاني: معايير تقدير الشروط التعسفية

إن الإلمام بكل أنواع البنود التعسفية أمر غير ممكن، فالشروط التعسفية كثيرة ومتغيرة فما يعتبر تعسفيا في عقد ما قد لا يعتبر كذلك في عقد آخر، الأمر الذي فرض ضرورة الاستناد القانوني إلى معايير تسهل من خلالها الكشف عن الطابع التعسفي للشرط أو الشروط التي تظهر أنها تثقل كاهل المستهلك في العقد⁽⁴⁾.

وقد تضمنت قواعد القانون المدني معيارا تقليديا يعتمد على القاضي □ إصداره للأحكام وتقرير ما إذا كان الشرط المدرج في عقد إذعان تعسفيا أم لا وهو معيار العدالة، لكن القواعد المستحدثة

(1)-أنظر: إبراهيم عبد العزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دراسة مقارنة على ضوء نظريتي عقود الإذعان وعقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2014، ص117.

(2)-أنظر: سلمى بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص عقود ومسؤولية مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة 2013-2014، ص61.

(3)-راجع المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان لاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية السالف الذكر المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 3 فيفري 2008، الجريدة الرسمية، العدد 07، المؤرخة في 10 فيفري 2008.

(4)-أنظر: إيمان بوشارب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية 2018، ص76-77.

لحماية المستهلك من الشروط التعسفية أدت إلى ظهور عدة معايير يتحدد وفقها الطابع التعسفي للشرط منها معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية (أولا) معيار الميزة المفرطة (ثانيا) ومعيار الإخلال الظاهر بالتوازن الالتزامات (ثالثا).⁽¹⁾

أولا: معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية: ونقصد به ذلك الوضع الاقتصادي للمهني الذي يجعله يملك النفوذ الاقتصادي، والتفوق في التقنية عن المستهلك الذي يجد نفسه ملزم بقبول تلك الشروط دون مناقشة أو تفاوض نظرا لنقص خبرته ووعيه القانوني، وحاجته الماسة لإشباع حاجاته من سلع وخدمات.⁽²⁾ ويسمى هذا المعيار بالمعيار الشخصي لأنه يتم استنتاجه من القوة الاقتصادية للمهني، وكذلك الوسائل التي يستخدمها في ممارسة نشاطه، وقد الاحتكار الذي ينعم به مما يجعل الطرف المستهلك في مرتبة أقل منه.⁽³⁾

غير أن هذا المعيار تعرض للانتقاد لسببين يتعلق الأمر بغموضه وعدم دقته، والثاني لأنه ليس من الضروري أن يكون المحترف قويا من الناحية الاقتصادية حتى يفرض إرادته على المستهلك، فقد نجد من الناحية العملية محترفا بسيطا يفرض شروطه مستخدما نفوذه في حين قد نجد مشروعا كبيرا لا يفعل ذلك حفاظا على سمعته المالية، كما أن المحترف في فرض شروطه على الطرف الضعيف يستند على قوته في السيطرة الفنية والتقنية أكثر منها اقتصادية.⁽⁴⁾

ثانيا: معيار الميزة المفرطة: حتى يمكن اعتبار الشرط تعسفيا لا يكفي أن يكون لهذا المهني نفوذ اقتصادي، بل يجب أن يتوافر عنصر الميزة الفاحشة كنتيجة استخدامه لنفوذه الاقتصادي بطريقة تعسفية، وتعتبر الميزة التي يحصل عليها المهني بالمناسبة التعاقد عنصرا موضوعيا يتعلق بتوفير مزايا مبالغ فيها للمهني أيا كان نوع هذه المزايا، ومهما يختلف حول تحديد عنصر الميزة فإنه يمثل دائما عدم توازن في الأدعاءات بين الأطراف، نتيجة لدور الشروط المخالفة للقانون الخاص للالتزامات.⁽⁵⁾

وعرفت الميزة الفاحشة على أنها: «مقابل مغالي فيه مفروض بواسطة شرط أو شروط عديدة مخالفة للقانون المدني أو القانون التجاري»⁽⁶⁾ ولما كان تقدير الميزة فيما إذا كانت فاحشة أم لا هو تقدير نسبي غير محدد، فإنه تثار صعوبة في تحديد ذلك، مع الإشارة هنا إلى أن تحديدها يجب أن يكون على أساس النظر إلى مجموع العقد، بمعنى أنه بالنظر إلى أحد شروط العقد، قد تبين أنه مفيد لأحد أطراف العقد، ويأتي شرط آخر ليفيد الطرف الآخر بما يجعل اتفاق متوازنا.⁽⁷⁾ مع العلم أن الميزة المفرطة التي يتحصل عليها المهني بمناسبة التعاقد لا تتعلق بطابع المالي فقط إضافة إلى الشروط المتعلقة بثمن وشروط التقسيط، فإن الشرط التعسفي قد يرد على نظام تنفيذ الالتزامات التعاقدية وكيفية فسخ العقد أو تجديده، كما يمكن أن يرد على النظام تسليم الشيء محل

(1)-أنظر: حسينة شرون، نجاه حملاوي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في ظل أحكام القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017، ص 56.

(2)-أنظر: عبد اللطيف هني، مكافحة الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد 01، 2014، ص 526.

(3)-أنظر: عبد القادر الصادق، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة أفاق علمية، المركز الجامعي التامنغست، الجزائر، المجلد 11، العدد 01، 2019، ص 43.

(4)-أنظر: شوقي بناسي، مواجهة الشروط التعسفية في العقود في ضوء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 46، العدد 02، جوان 2009، ص 146.

(5)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 09، العدد 18، جوان 2008، ص 196-197.

(6)-أنظر: أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 223.

(7)-أنظر: قارة سليمان محمد خليل، الممارسات التجارية التدليسية وقانون المنافسة، المرجع السابق، ص 234.

العقد وغير ذلك، كما أنه يعطي مزايا لأحد أطراف العقد إذ أنه من ممكن أن يكون أحد الشروط موجها لإعطاء الطرف الثاني من المزايا ما يعيد التوازن للعقد في مجمله.⁽¹⁾

وقد انتقد هذا المعيار على أساس أنه غامض وغير محدد الكمية، ولا يحدد طبيعة الميزة (إذا كانت ذات طابع مالي أو غيره) إضافة إلى كيفية تقدير الميزة إذ ما كان ينظر للشرط منعزلاً أم بالنظر إلى مجموع شروط العقد، لأن البعض يرى أنه يجب نظر إلى تقدير عدم التوازن إلى مجموع الشروط العقدية، لأن النظر للشرط منفرداً يجعله يبدو تعسفياً لكن يكون مبرراً، إذا نظرنا إليه معه بقية شروط العقد.⁽²⁾ والمشرع الجزائري بدوره ذهب إلى أن الشرط التعسفي لا ينظر إليه على أنه كذلك وهو منفرد، بل هو كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركاً مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى أي ينظر إليه بالنسبة لمجموع شروط العقد.⁽³⁾

ثالثاً: معيار الإخلال الظاهر بالتوازن بالالتزامات: استناداً إلى مضمون نص المادة 5/3 من القانون رقم 02-04 نجد أن المشرع أقام مفهوم التعسف على معيار موضوعي المتمثل في "الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد" وبالتالي فإنه يكفي أن تكون الشروط التي يضعها العون الاقتصادي من شأنها ترجيح كفته على حساب المستهلك من حيث مجموع الحقوق والواجبات ☐ يعتد ☐ متعسفا بغض النظر عن أي اعتبار آخر.⁽⁴⁾ وقد نقل المشرع هذا المعيار عن المادة L132-1 التي حلت محلها المادة L 212-1/1 من تقنين الاستهلاك الفرنسي لسنة 2016، إلا أن البعض أرى في هذا الصدد أن هذا المعيار ليس سوى ترديداً لمعيار الميزة المفرطة، أي أن مفهوم معيار الإخلال الظاهر بالتوازن هو نفسه معيار الميزة المفرطة من حيث الموضوع على أن الاختلاف يكمن فقط في التسمية.⁽⁵⁾

وفي الاتجاه ذاته ذهب المشرع المصري حيث أخذ بمعيار الإخلال بالتوازن بين حقوق والتزامات طرفي العقد بمقتضى نص المادة 28 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك. وطبقاً لمعيار الاختلال الظاهر يتعين على القاضي مراعاة أثر الشرط على التوازن العقدي لتحديد ما إذا كان هذا الشرط تعسفياً أم لا، دون الاهتمام بسبب هذا الاختلال سواء كان ناتجاً عن تعسف في استعمال القوة الاقتصادية أم لا، لذلك لم يعد تقدير الطابع التعسفي للشرط يقوم على معيار شخصي وإنما موضوعي.⁽⁶⁾

ويطرح معيار الإخلال الظاهر بين حقوق والتزامات كل من المستهلك والمهني مسألة تقنية تتعلق بكيفية تقديره، فالمشرع الجزائري لم يضع معياراً لمعرفة الإخلال الظاهر بالتوازن العقدي وحسن ما فعل لأن ذلك من شأنه تقييد القاضي حال نظره للنزاع، إذ أن مسألة تقدير وجود الاختلال بالتوازن العقدي ترجع أساساً لقاضي الموضوع استناداً لنص المادتين 110 و112 من القانون المدني أما المشرع الفرنسي فقد كان أكثر دقة في تقديره للطابع التعسفي للشرط سواء من حيث وقت هذا التقدير أو كيفية ذلك، حيث جاء في مضمون نص المادة L212-1/2 على أن الطابع التعسفي

(1)-أنظر: عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص139.

(2)-أنظر: حسينة شرون، نجا حملاوي، المرجع السابق، ص58.

(3)-المادة 5/03 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: بدر لعور، ضمانات المستهلك المتعاقد وفقاً لقانون الممارسات التجارية الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01 أفريل 2017، ص125.

(5)-أنظر: خالد معاشو، دور القاضي في حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2015، ص71.

(6)-David Bakouche, L'excès en Droit civil, L.G. D.J, paris, 2005, p23.

للشروط يقدر لحظة إتمام العقد بالنظر لكل الظروف المحيطة بإتمامه كذلك بكل الشروط في العقد نفسه أو تلك الموجودة في عقد آخر عندما يرتبط إتمام أو تنفيذ هذين العقدين قانونيا بغيرهما البعض⁽¹⁾. وفي الختام لا بد أن نشير إلى أن المشرع الجزائري نص صراحة على حالات عدم التوازن التعاقدية التي تظهر من خلال إدراج الشروط أو البنود التعسفية وهذا ضمن أحكام المادة 5/3 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، كما حاول تحديد حالات عدم التوازن التعاقدية ضمن أحكام نص المادة 29 من القانون رقم 04-02، مع العلم أن هذه الحالات واردة على سبيل المثال لا الحصر حيث يمكن النص على حالات أخرى بموجب التنظيم في حالات مستحدثة بواسطة لجنة البنود التي تسهر على البحث على الشروط التعسفية في العقود، وبهذا يكون المشرع قد سائر التطور الذي عرفته التشريعات الحديثة حول الشروط التعسفية على غرار المشرع الفرنسي الذي بين حالات عدم التوازن التعاقدية واعتبرها كعنصر للتعسف طبقا للمادة L132 من قانون الاستهلاك⁽²⁾.

الفرع الثالث: آليات ووسائل حماية المستهلك من الشروط التعسفية

يعد موضوع مكافحة الشروط التعسفية من أهم ما أولى له المشرع اهتماما كبيرا من خلال قوانين متعاقبة خاصة بحماية المستهلك حرصا من المشرع على تحقيق التوازن العقدي بين أطراف عقد الاستهلاك المهني كطرف قوي من جانب، والمستهلك بصفته الطرف الضعيف من جانب آخر. وفي هذا السياق عمدت التشريعات الخاصة بحماية المستهلك إلى الاعتماد على الطرق والأساليب الكفيلة بإرساء حماية جادة وكافية للمستهلك من الشروط المجحفة أو التعسفية عن طريق إصدار قوائم محددة للشروط التعسفية بموجب القانون أو بموجب النصوص التنظيمية، وكذا إنشاء أجهزة متخصصة لمكافحة هذه الشروط وتحقيق التوازن المطلوب، إضافة إلى منح القاضي سلطات واسعة لمواجهة البنود التعسفية المدرجة خاصة في عقود الإذعان⁽³⁾.

أولاً: المواجهة التشريعية لشروط التعسفية: قد تصاعدت الرغبة في أغلب دول العالم في أن يتم توفير حماية قانونية للطرف الضعيف في الرابطة التعاقدية، وقد تدخلت بعض التشريعات بشكل مباشر وواضح لحظر بعض الشروط التي يكون من شأنها أن تؤدي إلى تعسف في استعمال الحق وتتنوع الأساليب التي يتم اللجوء إليها لتحديد ما يعد شرطا تعسفيا من الشروط الواردة في بعض أنواع العقود، وتتمثل تلك الأساليب فيما يلي⁽⁴⁾.

(01)- الاعتماد على نظام القائمة: يعتبر أسلوب القوائم أفضل ضمانة لوجود الاستقرار أو الأمن القانوني الذي تسعى كل النظم القانونية لتحقيقه باعتباره الغاية المنشودة والمطلوب تحقيقها فهذه القوائم تمد القاضي بعلامات إرشادية وتساعد عند تحديد وتقدير وصف التعسف من عدمه وإلى جانب ذلك تهيب الطريق أمام المتعاقدين المقبلين على إبرام عقد الاستهلاك بطائفة من الشروط التي يجب أن يجتنبوا مما يوفر لهم مناخ الاستقرار القانوني⁽⁵⁾.

وفي هذا السياق يعد المشرع الألماني السباق في استعمال نظام القوائم وذلك بموجب قانون 09

(1)-أنظر: إيمان بوشارب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2011-2012، ص 68 و 69.

(2)-أنظر: سامي بن حملة، إعادة التوازن بين المستهلك والمتدخل في عقود الاستهلاك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 02، العدد 01، مارس 2015، ص 92-93.

(3)-أنظر: محمد كرفة خليفة، ضرورة التخلي عن ربط الشروط التعسفية بعقود الإذعان من أجل حماية واسعة للمستهلك، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسنية بن بوعلي بالشلف، المجلد 03، العدد 01 نوفمبر 2017، ص 53.

(4)-أنظر: علي عبد الله عفریت، حماية الطرف الضعيف في العقد، Route Educational & Social Science Journal، المجلد 06، العدد 05، ماي 2019، ص 380.

(5)-أنظر: إبراهيم عبد العزيز داود، المرجع السابق، ص 99.

ديسمبر 1976 المتعلق بالشروط العامة للعقود حيث قسم هذه الشروط إلى قسمين: شروط تعسفية باطلة بقوة القانون والمسماة بالقائمة السوداء وتشمل (8) أصناف من الشروط التعسفية المحظورة قانوناً، وشروط تعسفية أخرى يفترض فيها الطابع التعسفي والمسماة بالقائمة الرمادية وتتضمن (10) أصناف من الشروط الباطلة تخضع للسلطة الرقابية والتقديرية، حيث يجوز استبعادها إذا ما كانت تتوافق مع معيار العام للشرط التعسفي الذي حدده القانون الألماني، وهاتين القائمتين حددتني بموجب المادتين 10-11 من القانون المتعلق بالشروط العامة للعقد الصادر في 9/12/1976 والذي بدأ العمل به في 1977، كما أن المشرع الألماني على غرار باقي التشريعات سعى إلى تحقيق التوازن العقدي الحقيقي بين أطراف العقد، وليس هدفه مكافحة الشروط التعسفية ليحمي بها المستهلك ويضر بالمقابل المهني.⁽¹⁾

أما بخصوص موقف المشرع الفرنسي فقد خالف المشرع الألماني واختار نظاماً أكثر تعقيداً يتميز بتعدد مصادر قوائم الشروط التعسفية، وباختلاف الالتزام القانوني لكل مصدر من هذه المصادر، حيث أن ⁽²⁾ صدر الأول ⁽³⁾ نع الشروط التعسفية هو ما قد تصدره الحكومة من مراسيم في هذا المجال، ⁽²⁾ بالإضافة ⁽⁴⁾ المصدر الثاني التوصيات التي تصدرها لجنة الشروط التعسفية، أما المصدر الثالث فهو ما نص عليه قانون الاستهلاك منذ 1995 من قائمة محددة لهذه الشروط حيث أضاف المشرع الفرنسي ملحقاً يتضمن قائمة لشروط بيانية وغير حصرية يمكن اعتبارها تعسفية وهي تضم 17 نوع، وقد عدل المشرع الفرنسي هذا القانون بإصداره للقانون la loi châtel الصادر في 28 جانفي 2005 وذلك بأن أضاف ⁽⁵⁾ القائمة البيانية للشروط التي يمكن عدها تعسفية الشرط الذي يلزم المستهلك على قبول وبشكل خاص عن طريق نظام بديل لتسوية النزاعات.⁽³⁾

وبصدور القانون 04 أوت 2008 المتعلق بعصرنة الاقتصاد تدخل المشرع الفرنسي مرة أخرى وألغى هذه القائمة الملحقة بقانون الاستهلاك.⁽⁴⁾ ليصدر بعدها المرسوم المؤرخ في 18 مارس 2009 المتعلق بكيفيات تطبيق نص المادة 1-132 من قانون الاستهلاك⁽⁵⁾ التي تقابلها حالياً المادة 1-212 من قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد، وعليه يكون المشرع الفرنسي قد انتهج النهج الألماني في اعتماد قائمتين إلزاميتان قائمة سوداء والأخرى رمادية.⁽⁶⁾

(1)-أنظر: عمر زغودي، مكافحة الشروط التعسفية كوسيلة لتحقيق التوازن العقدي بين أطراف العلاقة الاستهلاكية، مجلة البحوث القانونية والسياسية، جامعة الدكتور مولاوي الطاهر بسعيدة، المجلد 01، العدد 02، 2014، ص 161-162.

(2)-المشرع الفرنسي يجيز لمجلس الدولة إصدار مرسوم بعد أخذ رأي لجنة الشروط التعسفية من أجل تحديد أنواع الشروط واعتبارها تعسفية لتصبح هذا المرسوم بعد، صدوره ملزم للمحترفين والمحاكم معاً طبقاً للمادة 4-212 من قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد، بخلاف المشرع الجزائري لم يتطلب استشارة لجنة الشروط التعسفية.

(3)-أنظر: عبير مزعش، عدنان بن ضيف، الضوابط الحمائية المصوبة لاختلال التوازن العقدي في عقود الاستهلاك مداخل ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أفريل 2017، ص 19-20.

(4)-L132-1 du code de la consommation modifié par l'article 86 de la Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, op.cit. Abroge la liste annexée au code de la consommation.

(5)-décret n°2009-302 du 18 mars 2009 portant application de l'article 132-1 du code de la consommation, JORF n°0067 du 20 mars 2009.

(6)-قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 2016 المتعلق بالقسم التشريعي أصبحت تقابل المادة 1-132 L القيمة المادة 1-212 L جديدة حيث أصبحت الفقرة 3 هي نفسها الفقرة 4 تنص على صدور مرسوم يحدد قائمة السوداء، وأصبحت الفقرة 2 في الفقرة 5 التي تنص على مرسوم تحديد الشروط تدعى القائمة الرمادية. لتفصيل أكثر في القائمتين راجع المواد 1-212 R (قائمة السوداء تضمنت 12 بند يفترض فيها الطابع التعسفي بصفة قاطعة أي بقوة القانون، ولا يمكن للمهني إثبات عكسها) والمادة 2-212 R (قائمة الرمادية تضمنت 10 شروط التي يفترض أنها تعسفية ما لم يثبت المهني خلاف ذلك) من المرسوم التنظيمي لقانون الاستهلاك الجديد.

وفي ذات السياق اعتمد المشرع الجزائري هو الآخر على نظام القائمة وذلك □ كل من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم، ولقد نصت المادة 29 من القانون الممارسات التجارية في مضمونها على ثمانية شروط اعتبرتها تعسفية، إلا أن هذه الشروط حسب استقرار ألفاظ المادة نجد أنها جاءت على سبيل المثال لا الحصر بعبارة "الاسيما" والتي تفيد وجود شروط أخرى غير منصوص عليها ضمنها، كما أنها جاءت ملزمة للمحترفين وغير المحترفين في علاقتهم مع المستهلكين، كما أنها ملزمة للقاضي بحيث لا يكون له أي سلطة في تقدير الطابع التعسفي لها.⁽¹⁾ ولقد حاول المشرع من خلال هذه القائمة أن يحصر مجال تطبيق هذه الشروط انطلاقا من مرحلة التفاوض مرورا بمرحلة إبرام العقد وصولا إلى مرحلة تنفيذ العقد، فقد نص على الشروط التي تتعلق بحقوق وواجبات الأطراف، وشروط خاصة بالتعديل الانفرادي لعناصر العقد وشروطا تتعلق بتفسير العقد، وشروطا تتعلق بالتزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يقابلها تنفيذ التزامات الطرف الآخر، وشروطا تتعلق بعدم الاعتراف بحق المستهلك في فسخ العقد إذا لم يقم الطرف الآخر بتنفيذ التزاماته.⁽²⁾

وتفسيرا لذلك يكون المشرع الجزائري قد اعتمد على أسلوب مباشر في نص على بعض الشروط التي يمكن اعتبارها تعسفية بالنظر إلى طبيعة العقد، ومدى الأضرار التي قد تلحق بالمستهلك منها سواء عند إبرام العقد أو عند تنفيذه، مما يوفر حماية واسعة للمستهلك عن طريق الاعتماد على هذه القائمة □ تكييف الطابع التعسفي لبعض الشروط الأخرى التي يمكن أن يتضمنها عقد من عقود الاستهلاك مستقبلا، فبعد □ الشرط تعسفيا ولو لم يذكر في القائمة فبناء على تعريف الشرط التعسفي الذي وضعه المشرع، وبالرجوع إلى □ قائمة الشروط التي يمكن اعتبارها تعسفية □ عقود الاستهلاك يكون قد وضع الإطار القانوني لحماية المستهلك في مواجهة المهنيين والأعوان الاقتصاديين، وأغلق الباب أمام توسع الجهات القضائية □ تحديد الشروط التعسفية.⁽³⁾

وعلاوة على ذلك نجد أن المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 في الفصل الثاني تحت عنوان " البنود التي تعتبر تعسفية" وتضمنت 12 شرطا تعسفيا لها نفس قوة الشروط المنصوص عليها في القانون الممارسات التجارية، إذ أنها ملزمة لأطراف العلاقة التعاقدية، ومن ثم يمنع العمل في العقود المبرمة ما بين المستهلكين والأعوان الاقتصاديين بصفة عامة، كما أنها ملزمة للقاضي لا مجال له لإعمال سلطته التقديرية في تحديد طابعها التعسفي، وله الاستناد عليها مباشرة في إعادة التوازن العقدي باستبعاد أي شرط منها يكون قد تضمنه عقد الاستهلاك.⁽⁴⁾

ثانيا: تحديد الشروط التعسفية عن طريق لجنة الشروط التعسفية: في إطار البحث عن التوازن العقدي المفقود من جراء إعمال الشروط التعسفية في العقود المبرمة بين □ستهلك □ والمحترفين

(1)-المشرع الجزائري استنادا لنص المادة 29 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والمادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 نجده اعتمد على القائمة السوداء على أساس أن الشروط الواردة في هذه القائمة شروط تعسفية بقوة القانون لا تحتاج إلى إثبات طابعها تعسفية، وهي قائمة بيانية غير حصرية.

(1) -Fadila SAHRI, La Protection Juridique Du Consommateur Contre Les Clauses Abusives à Travers La Loi 04/02 Du 23/06/2004 Et Le Décret Exécutif 06/306 Du 10/09/2006, Revue Des Sciences Juridiques, Faculté De Droit, Université Badji Mokhtar Annaba, N°12, Juin 2008, P 221-225 .

(3)-أنظر: عبد العزيز زرداري، الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 04، أبريل 2017، ص 84-86.

(4)-أنظر: خالد معاشو، المرجع السابق، ص 109-110.

رأى المشرع ضرورة وجود رقابة إدارية كإجراء وقائي لمنع واتقاء إبرام عقود استهلاكية، و□ ثل ذلك □ ميلاد لجنة البنود التعسفية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم وذلك في الفصل الثالث منه، حيث تولى تحديد تشكيلتها واجتماعاتها ومهامها.⁽¹⁾ وعرفت لجنة الشروط التعسفية على أنها: «تنظيم قانوني أوجده المشرع إلى جانب القضاء لدعم الحماية المرجوة لمصالح المستهلكين المعرضة للاعتداء من جانب المهنيين الذين يرتبطون مع الأوليين بعقود يغلب عليها طابع عقود الإذعان، فهي جهة إدارية استشارية مختصة في محاربة الشروط التعسفية»⁽²⁾

ولقد تم تنظيم هذه اللجنة بموجب المواد من 6 إلى 16 من المرسوم التنفيذي 06-306 والتي تقابلها المواد 4-822 وما يليها من القسم التشريعي لقانون الاستهلاك الجديد، بالإضافة إلى المواد 18-822 وما يليها من القسم التنظيمي لنفس القانون.

أما فيما يخص تشكيلة هذه اللجنة فقد حددتها المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 08-44 المعدلة لأحكام المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية والتي تضم خمسة (5) أعضاء دائمين، وخمسة (5) مستخلفين. ويتم تعيين أعضاء لجنة البنود التعسفية بقرار من الوزير المكلف بالتجارة، بناء على اقتراح من الوزراء أن تحظر مشاركة كل عضو من أعضاء هذه اللجنة في المداورات الخاصة بمسائل يكون له فيها مصلحة أو تجمعه بأحد أطرافها قرابة إلى الدرجة الرابعة، أو يكون ممثلاً لأحد الأطراف المعنية أو كان ممثلاً سابقاً له.⁽³⁾

أما فيما يخص دور لجنة البنود التعسفية فإنها تلعب دور مهما في حماية المستهلك ويستخلص دورها من خلال المهام وصلاحيات الممنوحة لها، وطبقاً للمادة 07 من ذات المرسوم التنفيذي يمكن استخلاص أهم المهام التي تكلف بها هذه اللجنة كالآتي:

1- المهمة الأولى: إصدار توصيات تتعلق بالشروط التعسفية: ذلك أنه من المهام الأساسية للجنة الشروط التعسفية صياغة توصيات تبلغ إلى وزير التجارة والمؤسسات المعنية تتعلق بالعقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي، وتقوم اللجنة بأداء هذه المهمة نتيجة دورها الرقابي المناط بها في فحص كل هذه العقود.

2- المهمة الثانية: تقديم المشورة: مقتضى هذه المهمة أنه يمكن لجميع الجهات التي تهتم بالشروط التعسفية سواء الحكومة ممثلة في وزارة التجارة عندما تريد تحين النصوص القانونية المتعلقة بالشروط التعسفية، أو القضاء عندما يعرض أمامه نزاع حول الخاصية التعسفية لأحد الشروط التعاقدية باعتبارها خبيرة بمسألة الشروط التعسفية، تستطيع هذه الجهات أن تستعين باللجنة لإبداء رأيها الاستشاري حول هذه الشروط التعسفية، كما لها صلاحية مباشرة كل عمل آخر يدخل في مجال اختصاصها المرتبط أساساً بموضوع الشروط التعسفية.

3- المهمة الثالثة: نشر تقرير سنوي عن نشاطها: تقوم لجنة الشروط التعسفية بنشر مجمل أعمالها السنوية وذلك في ختام كل عام، وتنتشر هذه الأعمال في صورة تقرير يتضمن الآراء التي قدمتها لمختلف الجهات والتوصيات التي أصدرتها في مجال الشروط التعسفية، واقتراحاتها في هذا المجال ويصدر هذا التقرير بطريقة منظمة ومفهرسة كل عام، وينشر كلياً أو مستخرجات منه بكل وسيلة

(1)-أنظر: عبير مزعش، عدنان بن ضيف، المرجع السابق، ص22.

(2)-أنظر: نصيرة زوطاط، دور لجنة البنود التعسفية في حماية المستهلك، مجلة القانون الدولي والتنمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، المجلد 07، العدد 01، 2019، ص30-31.

(3)-المادتين 09-16 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد لعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم السالف الذكر.

ملائمة.(1)

ومن خلال ما سبق بيانه، نستخلص أنه وبالرغم من أهمية الدور الذي تلعبه هذه اللجنة في مكافحة الشروط التعسفية التي تطال عقود الاستهلاك، إلا أن دورها يبقى استشاريا وتوجيهيا فقط، وأن توصياتها تفتقد لأي قيمة قانونية فهي بذلك مجرد إرشادات يراد بها الضغط على المهنيين بهدف تفادي إدراج شروط تعسفية في عقودهم المبرمة مع المستهلكين دون أن يترتب على عاتقهم أي التزام قانوني ما لم يتم إفراغ هذه التوصيات في نصوص قانونية خاصة أو تصدر بشأنها مراسيم تنظيمية عن السلطة التنفيذية، ومن جهة أخرى فإن هذه اللجنة ولدت ميتة ذلك أنه ومنذ 09 سنوات تقريبا لم تتشكل هذه اللجنة، وبقيت حبرا على الورق في انتظار تكريس حماية فعالة للمستهلك من الشروط التعسفية من خلال أحكام المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

ثالثا: سلطة القاضي اتجاه البنود التعسفية: إثر التحولات الاقتصادية والاجتماعية أصبح لزاما على القاضي في ظل غياب النصوص التشريعية الصريحة تضمن التوازن العقدي أن يتدخل من أجل تطوير القواعد التقليدية التي تحكم العقود لتساير تطور المجتمع، فالقاضي يستطيع التدخل لتفسير مضمون العقد، كما يتدخل في تعديل أو إلغاء الشروط التعسفية التي قد تتضمنها العقود المبرمة بين الطرفين التي من شأنها الإخلال بالتوازن العقدي، وفي حالة وقوع مخالفة يتدخل القاضي أيضا لتوقيع الجزاء باعتباره الوسيلة العلاجية التي تكفل التوازن.

ومن الواضح أن نظرية الشروط التعسفية تجد أساسها القانوني في قواعد القانون المدني وبالضبط في نص المادة 110 منه.(2) فقد خول المشرع للقاضي صلاحية وسلطة تعديل بنود العقد إذا رأى أن هناك ما يبرر هذه السلطة تحت طائلة البطلان المطلق، وعلى ذلك فالقاضي عندما يتدخل ويفسر العقد فإنه يعطي وصفا دقيقا وتكييفا صحيحا حول مضمون العقد، إذا وقع نزاع حول شروط العقد ويمكنه أن يعدل عن إرادة الأطراف إلى إرادة أخرى والمقصود هنا هو تعديل الشرط التعسفي الوارد في العقد.(3)

وعليه تتحدد سلطة القاضي التقديرية في مجال العقود الاستهلاكية التي تتم بالإذعان من خلال سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية، أو إلغائها، وكذا من خلال تفسير عبارات الغامضة لمصلحة الطرف المدعى.

01)- سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية: إن تعديل الشرط التعسفي متعلق بالإنقاص من التزامات الطرف المدعى إلى غاية إزالة المظهر التعسفي للشرط، بما يحقق الهدف الذي يتوخاه المشرع من منح القاضي مثل هذه السلطة، وهو تحقيق التوازن بين الأداءات المتبادلة في العقد وطبقا لنص المادة 110 من القانون المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 149 من قانون مدني مصري يتضح لنا أن المشرع أعطى للقاضي صلاحية التصرف بالشروط الواردة في عقود الإذعان، وذلك بإلغاء أو تعديل وفق ما تقتضي به العدالة، واعتبر المشرع أن هذا الحكم من النظام بحيث لا يجوز الاتفاق على خلافه، والقاضي عند تدخله لتعديل الشروط التعسفية يبقى عليها ولا يمسه إلا بالتعديل وبالوسيلة التي يراها مناسبة؛ ويتحقق ذلك في حالات خاصة:

- يمكن أن يتدخل لمجرد منح أجل للمدين، دون أن يمس جوهر الالتزام كالمهلة القضائية كما يمكن أن يتدخل لتعديل أحد شروط العقد، كالشرط الجزائي وهو عبارة عن تعويض متفق

(1)-أنظر: سفيان سوام، الحماية القانونية للمتعاقد من الشروط التعسفية في التشريع الجزائري، مجلة جيل للأبحاث القانونية المعقدة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 04، جوان 2016، ص 135.

(2)-المادة 110 من القانون رقم 05-10 المؤرخ في 10 جوان 2005 الذي يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 44، لسنة 2005 المعدل والمتمم.

(3)-أنظر: بشير دالي، مدى تأثير الشروط التعسفية على مبدأ حرية التعاقد، مجلة المعيار، المركز الجامعي تيسمسيلت الجزائر، المجلد 05، العدد 10، ديسمبر 2014، ص 205.

عليه بين المتعاقدين يتوقعه الطرفان في حالة عدم تنفيذ أو التأخير في التنفيذ، وليس شرطاً أن يكون وارد في العقد، ويمكن أن يكون لاحقاً ويظل معتبراً كشرط جزائي، فيخفف بحسب الظرف.⁽¹⁾

-وقد يتعلق بالتعديل بالإنقاص، فيزيل بذلك المظهر التعسفي للشرط مما يحقق التوازن بين الأداءات المتبادلة في العقد، وقد يمثل الشرط التعسفي صورة من صور الغبن أو حالة من حالاتها بمعناه المادي، فيقوم القاضي بالإنقاص بحسب الحالة بما من شأنه إزالة الغبن متقيداً في ذلك بالقيود والشروط المطلوبة قانوناً للتعديل بسبب الغبن، إذ أن قيامه بالتعديل هنا لا يتم على أساس الطعن بالغبن أو الاستغلال، إنما يستند إلى بتعسف الشرط الوارد في العقد.⁽²⁾

-هناك بعض الشروط التي لا يمكن للقاضي البتة إعفاء الطرف المذعن منها بسبب طبيعتها وباعتبارها شروطاً جوهرية متصلة بالعقد كالأجرة في عقد الإيجار، أو الثمن في عقد البيع ما يصعب الإعفاء منها دون المساس بالعملية التعاقدية، فيجعل من التعديل الوسيلة الأنسب لرفع الإجحاف عن المتعاقد المذعن وفقاً لمقتضات العدالة.⁽³⁾

وتسهيلاً لمهمة القاضي يمكنه استرشاد بالقائمة التي عدتها المادة 29 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، والمادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم، فتمتد طرحة على القاضي نزاع بخصوص شرط تعسفي لم يرد ضمن المادتين السالفتين الذكر فما على القاضي إلا استناد إلى القواعد العامة في التعديل والإعفاء من الشرط التعسفي.⁽⁴⁾

وفي هذا السياق نص المشرع الفرنسي في محتوى المادة 1161 من مشروع التنظيم للعقود على «أن البند الذي يخلق اختلالاً، أو عدم توازن دلالي بين حقوق وواجبات أطراف التعاقد يمكن حذفه بأمر من القاضي، وبطلب من المتعاقدين أو المتضررين». فهذا الأخير أعطى أيضاً للقاضي سلطة إلغاء الشرط التعسفي الذي يخلق عدم توازن بين أطراف العقد، وذلك بطلب من أطراف العقد أو المتضررين منه.

أما المشرع المصري فهو الآخر تدخل تدخلاً مباشراً لمواجهة الشروط التعسفية في عقود الإذعان فقضت المادة 149 من القانون المدني المصري أنه: «إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروطاً تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط، أو أن يعفي الطرف المذعن منها وذلك وفقاً لما تقتضي به العدالة، ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك».

02-سلطة القاضي في الإعفاء من الشروط التعسفية: يعد إعفاء الطرف المذعن من الشرط التعسفي سلاحاً بالغ الخطورة في يد القاضي، ومن خلاله يستطيع إذا ما تبين له الطابع التعسفي للشرط أن يعطله، ويعفي الطرف المذعن منه مخالفاً بذلك أهم مبدأ يحكم الالتزامات التعاقدية وهو مبدأ سلطان الإرادة، وأن تعطيل الشرط والإعفاء منه يعد إلغاءً له، ويلجأ القاضي لاستخدام سلطته تلك حينما يقدر أن تعديل الشرط بالتخفيف من الالتزام المقابل ليس هو الوسيلة المجدية في إزالة

(1)-أنظر: محفوظ حامد لعشب، عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر 1990، ص 151.

(2)-أنظر: مولود بغدادي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن عكنون، 2014-2015، ص 89.

(3)-أنظر: بحماوي الشريف، سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 01، العدد 02، جوان 2014، ص 107-108.

(4)-أنظر: بحماوي الشريف، محمد جريفي، حماية المستهلك من الممارسات التعاقدية في ضوء القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة حوليات، جامعة بشار، المجلد 08، العدد 17، 2017، ص 116.

مظهر التعسف الذي وصف به الشرط، ويتحقق ذلك في الحالة التي يكون فيها الشرط نفسه هو مظهر التعسف في العقد، ولن ترجع العدالة العقدية إلا بإعفاء الطرف المذعن منه.⁽¹⁾

وتفعيلاً من المشرع للحماية من الشروط التعسفية فقد قرر بطلان كل اتفاق يخالف حكم المادة 110 من القانون المدني، وذلك من خلال حرمان الطرف المذعن من اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالتعديل، أو الإعفاء من الشروط التعسفية وجعله من النظام العام، فالهدف من وراء هذا المنع هو لعدم تشجيع الطرف القوي على إدراج مثل هذه الشروط، وعدم تفريغ الحماية من محتواها.⁽²⁾

03- سلطة القاضي في تفسير العبارات الغامضة لمصلحة المستهلك: الأصل أن الشك يفسر دائماً لمصلحة الطرف المدين عند غموض نص في العقد، واستثناء من ذلك يتم الخروج عن هذا الأصل ليفسر الشك دائماً لمصلحة الطرف المذعن حتى لو كان دائماً، لأن المتعاقد الآخر وهو الطرف القوي هو الذي وضع شروط التعاقد، وقد كان باستطاعته وضع شروط واضحة لا غموض فيها، وبالتالي إذا وضع نصاً غامضاً يتحمل هو تبعه هذا الغموض الذي تسبب فيه بخطئه وتقصيره.⁽³⁾

ويقصد بتفسير العقد تحديد معنى النصوص الواردة في القانون والمدلول الذي تقصده وذلك بهدف تحديد ما انصرفت إليه الإرادة المشتركة للطرفين المتعاقدين، وتحديد مضمون العقد والوقوف على الالتزامات التي يولدها، إذا كانت العبارات واضحة ومعبرة بدقة عن الإرادة المشتركة للمتعاقدين فلا يجوز للقاضي الانحراف عنها عن طريق تفسيرها، ولكنه قد يلجأ إلى التفسير في حالة ما إذا كان هناك محل للتأويل بغية التعرف على الإرادة المشتركة للمتعاقدين بأن تتحمل العبارات أكثر من معنى.⁽⁴⁾ ونظراً لما تتميز به عقود الإذعان⁽⁵⁾ من طريقة خاصة في تكوينها اتسعت سلطات القاضي تقديرية في تفسير هذه العقود عن سلطته في العقود بصورة عامة لضرورة مراعاة العدالة فضلاً عما يوجبه حسن النية في التعاقد، فقد يتضمن عقد الإذعان بعض العبارات غير الواضحة أو يكتنف إرادة المتعاقدين المعبر عنها نوع من الغموض مما يؤدي إلى النزاع بين أطراف العقد أو امتناع أحدهم عن تنفيذ الالتزام المترتبة في ذمته، وهذا يتطلب تفسير العقد لحل مثل هذه النزاعات.⁽⁶⁾

وفي هذا السياق نصت المادة 2/112 من القانون المدني على أنه: «لا يجوز أن يكون تفسير العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المذعن».⁽⁷⁾

(1)-أنظر: محمد بودالي، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر الطبعة الثانية، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010، ص102.

(2)-أنظر: منيرة جرجوعة، آليات حماية المتعاقد من الشروط التعسفية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي بالأغواط، المجلد 01، العدد 02، سبتمبر 2017، ص207.

(3)-أنظر: جمال زكي إسماعيل الجريدلي، حماية المستهلك في عقود الإذعان، دراسة مقارنة في القانون المدني المصري والبحريني والنظام السعودي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، معهد الحقوق، المركز الجامعي أمين العقال الحاج موسى تامنغست، الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص38.

(4)-أنظر: وليد لعوامري، الشروط التعسفية وآليات التصدي لها في القانون الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 03، العدد 05، 2014، ص274-275.

(5)-عقد الإذعان هو: ذلك العقد الذي يسلم فيه المستهلك شروط مقررّة يضعها الموجب (المحترف) ولا تقبل المناقشة فيها فيما يتعلق بسلعة أو خدمة ضرورية تكون محل احتكار قانوني أو فعلي، أو تكون المناقشة محدودة في شأنه، وعرفه المشرع بموجب المادة 4/3 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(6)-Om Kalthoum Sobeih Mohammed, Legal Regulations of a Judge's Discretionary Power in Contracts of Adhesion, Route Educational and Social Science Journal, Volume5, N°6, April 2018, p878.

(7)-المادة 11 من القانون المدني الجزائري يقابلها المادة 1/151 من القانون المدني المصري والتي نص على أنه: «ومع ذلك لا يجوز أن يكون تفسير العبارات الغامضة في عقود الإذعان ضاراً بمصلحة الطرف المذعن».

والجدير بالذكر أن المشرع الفرنسي وإن لم يورد نص في القانون المدني مماثل لنص المادة 110 من قانون مدني جزائري، والمادة 149 من قانون مدني مصري الذي يعطي القاضي حق تعديل شروط عقد الإذعان أو إعفاء الطرف المذعن منها، غير أنه يحفل بنصوص أكثر وضوحا في مجال تفسير العقود الاستهلاكية، إضافة إلى نص المادة 1162 مدني فرنسي المقابلة لنص المادة 112 مدني جزائري، والمادة 151 مدني مصري هناك نص المادة 1602 مدني فرنسي والتي وبعد ما حملت البائع بالتزام بالإيضاح، أضافت إلى أن كل تصرف مبهم أو غامض يفسر ضد البائع وهو في الغالب الأعم من يكتب العقد، ويضاف إلى ذلك نص المادة 2/133 من قانون الاستهلاك والتي تقضي أن الشروط العقود المقترحة من قبل المحترفين على المستهلكين أو غير المحترفين يجب أن تقدم وتكتب بشكل واضح ومفهوم، وأنها تفسر في حالة الشك بالمعنى الأصلح للمستهلك أو غير المحترف.⁽¹⁾

ومما لا شك فيه أن تفسير الشك لمصلحة المدين المذعن أمر طبيعي متفق مع القاعدة العامة، أما تفسيره لمصلحة الدائن المذعن لذلك فهو الاستثناء الذي يعد خروجاً عن القاعدة العامة في التفسير لا تخرج عن ثلاثة (3) حالات هي:

- حالة وضوح عبارات النص، فمتى كانت إرادة الطرفين واضحة فلا مجال لتفسير هذه الإرادة فلا يجوز للقاضي أن يعدل عن هذه الإرادة إلى إرادة أخرى يفترض أنها الإرادة الحقيقية للمتعاقدين.⁽²⁾

- حالة غموض عبارة النص وهذه الحالة نلتمسها عندما تكون عبارات العقد غير واضحة وفي هذه الحالة لا يؤول تفسير العقد إلى الإرادة، وإنما يكون تفسير الالتزام عند الشك لمصلحة الملتزم كون هذه القاعدة لا تستند على فكرة نية المتعاقدين، فهو يضع حدا لهذا الشك أو الغموض عن طريق افتراض قانوني وضعه المشرع وهو ما نصت عليه المادة 2/111 من القانون المدني الجزائري.⁽³⁾

- حالة الشك في التعرف على الإدارة المشتركة للمتعاقدين والتي يتعين فيها تفسير الشك في مصلحة المدين على أساس أن الأصل هو براءة الذمة، وهو ما نص عليه المشرع الجزائري في نص المادة 1/112 من القانون المدني: «يؤول الشك في مصلحة المدين».⁽⁴⁾

وتبقى العلة التي كانت سببا في تبني المبدأ الأصلح "تفسير الشك لمصلحة المدين" بهدف جعل التفسير لمصلحة الطرف الذي لا يتمكن من التدخل في صياغة الشرط، وبغض النظر عن كونه دائنا أو مدينا، وذلك حتى يتمكن من تحقيق قدر أكبر من الحماية وذلك حتى يتمكن الطرف الضعيف، فالانفراد المشترط في عقود الإذعان بتحديد المضمون العقدي يستوجب أن يتحمل بالمقابل مسؤولية ما يترتب من غموض في بنود هذا العقد.⁽⁵⁾

وتماشيا مع ما تم ذكره يمكن القول أن السلطات الواسعة التي منحها كل من المشرع الجزائري والمصري للقضاء فيما يخص حماية الطرف المذعن من الشروط التعسفية، وإن كانت كافية إلى حد ما لحماية المستهلك في عقود الإذعان، إلا أن هذا الأخير عرضة للتعسف ليس فقط في عقود

(1)-أنظر: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص264.

(2)-المادة 111 من القانون رقم 05-10 المتضمن القانون المدني الجزائري السالف الذكر.

(3)-أنظر: بشير دالي، المرجع السابق، ص210.

(4)- لمزيد من المعلومات راجع: محفوظ حامد لعشب، عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن، المرجع السابق، ص149-150.

(5)-أنظر: سعاد نويري، الحماية الخاصة لرضا مستهلك التأمين، دراسة مقارنة، مداخلة ملقاة في الملتقى السنوي الثاني والعشرون المتعلق بالجوانب القانونية للتأمين واتجاهاته المعاصرة، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنظم يومي 13-14 مايو 2014، ص60.

الإذعان، وإنما في جميع عقود الاستهلاك مما جعل بعض الفقه العربي يصرح أن الحماية المقررة للمستهلك في عقود الإذعان في التشريعات العربية عموماً، وفي التشريع المدني المصري خاصة غير كافية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية، ودعا إلى الاقتداء بالمشروع الفرنسي الذي منح للقاضي سلطة التدخل من تلقاء نفسه لتعديل، أو إلغاء الشروط التعسفية في جميع عقود الاستهلاك.⁽¹⁾

(1)-أنظر: عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص38.

خلاصة

الفصل

الثاني

استنادا إلى ما سبق ذكره يتضح لنا أن موضوع حماية المستهلك لقي أهمية كبيرة فلقد قام المشرع الجزائري بوضع ضوابط وآليات لتوفير حماية ناجعة للمستهلك، لأنه يعتبر الطرف الأساسي في العملية الاستهلاكية والمتضرر من سلبات حرية المنافسة، إذ عرفت المنظومة القانونية الجزائرية عدة تشريعات هامة متعلقة بالمستهلك، ولعل أبرزها القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والذي جاء استجابة ¹ا هو قائم من علاقات اقتصادية بـ ²الأشخاص من فئة أـ منتج ³ وفئة بـ استهلك ⁴ من جهة أخرى ⁵ ظل اقتصاد السوق وحرية التجارة والصناعة المكرسة دستوريا، إضافة إلى رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بشقيه الشق المتعلق بحماية المنافسة والذي من خلاله أعطى المشرع المجال الواسع للأعوان الاقتصاديين في ممارسة هذه المنافسة من أجل النهوض بالاقتصاد الوطني وتوجيهه إلى الأحسن شريطة أن لا يكون هذا التطور على حساب مصالح المستهلك، وشقه الثاني المتعلق بالقانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم والذي يعد بمثابة حماية لحقوق المستهلك عند قيامه بالممارسات التجارية خاصة فيما يتعلق بالشفافية والنزاهة، ويظهر ذلك من خلال مجموعة من الضمانات التي تكفل حماية خاصة وفعالة لمصلحة المستهلك، وتتمثل في وضع مجموعة من القواعد التي تضمن شفافية الممارسات التي يقوم بها الأعوان الاقتصاديين بصدد تعاملاتهم مع المستهلك، وهذا يدخل ضمن الحماية المقررة في مضمون هذا القانون أين تتضح بشكل جلي من خلال مادته الأولى والتي مفادها أن أحكام هذا القانون تهدف إلى تحديد قواعد شفافية ونزاهة الممارسات التجارية في المبادلات التجارية التي تتم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وبين هؤلاء والمستهلك، وكذا حماية للمستهلك وإعلامه من خلال فرض مجموعة من الالتزامات على عاتق العون الاقتصادي، وذلك بتقرير مبدأ الإعلام والذي ينصب على ما يتعلق بكل جوانب عملية بيع السلعة أو الخدمة بداية من الأسعار والتعريفات وانتهاء بشروط البيع والمسؤوليات الناشئة عنها، ناهيك عن ضرورة التعامل بالقاتورة في المبادلات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وحتى مع المستهلك متى طلبها تصبح إجبارية، كما أقر للمستهلك حماية من مختلف الممارسات التجارية غير النزيهة، وأقر لها جزاءات تدعيا لحماية فعالة وناجعة للمستهلك.

الباب الثاني
آليات حماية
المستهلك في ظل
حرية المنافسة
ومدى فاعليتها
في تحقيق التوازن
المصالح

شكل موضوع الموازنة بين المستهلك والمنافسة أهم البحوث والدراسات نظرا إلى الفارق الاقتصادي بين الممارس للنشاط التنافسي والمستهلك الذي يعتبر الطرف الضعيف في العلاقة لذا برزت ضرورة التدخل لحماية مصالحه المختلفة، إذ عمدت مختلف التشريعات المقارنة ومن بينها التشريع الجزائري على محاولة إقامة الموازنة، فتم وضع سلسلة من النصوص القانونية تلزم العون الاقتصادي باحترام التزاماته عند النشاط في السوق، ومن ثمة احترام حقوق المستهلك⁽¹⁾ وباعتبار المستهلك العنصر الأساسي الذي تقوم عليه حركة التجارة والسوق في الوقت الحالي والطرف الضعيف في العملية الاستهلاكية، كان لابد على الدول إعادة النظر في سياستها الاقتصادية المتبعة قصد وضع وسائل حامية وفعالة لحماية جمهور المستهلكين، واتخاذ مواقف قمعية ضد كل من تسول له نفسه الإضرار بهذه الفئة، ولاشك أن ذلك يحتاج إلى آليات فعالة تحد من الممارسات المنافية للمنافسة، وإلى فرض أحكام ذات مضامين وغايات متعددة، وتكليف هيئات ذات سلطات تتولى الرقابة على هذه الممارسات غير المشروعة بما في ذلك توقيع العقوبات على المخالفين لأحكامها.⁽²⁾

وعلى ضوء ما تقدم وباعتبار وضع حماية شاملة للمستهلك يتوقف أساسا على الوسائل والآليات التي من شأنها حماية مصالحه ضمان علاقة تجارية متوازنة بين المستهلك والعون الاقتصادي، فإن الأمر يستدعي معالجة الطرق مكرسة قانونا للموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك {الفصل الأول} ذلك أن أساس النشاط التنافسي يكمن في احترام قواعد التنافس الحر الشفاف والنزيه والمشروع بين مختلف الأعوان الاقتصاديين الفاعلين في السوق، ولكن التجسيد الفعلي لذلك يظل مرهونا بالحفاظ على كافة حقوق المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاقتصادية، لنخرج بعد ذلك إلى إقرار الجزاء كآلية لفرض التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك {الفصل الثاني} ذلك أن فرض الجزاء على العون الاقتصادي هي التي تكفل احترامه لالتزامه اتجاه المستهلك.

(1)- أنظر: أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر وحماية حقوق المستهلك، المرجع السابق، ص 65.

(2)- أنظر: فاطمة الزهراء حاج شعيب، المرجع السابق، ص 331.

الفصل الأول
الطرق المكرسة
قانونا
للموازنة بين
نشاط المنافسة
و حقوق
المستهلك

إن أغلب النشاطات الاقتصادية بالأساس موجهة لجمهور المستهلكين، مما يستدعي واجب تدخل الدولة وفقا لوسائل جديدة لحماية المستهلك على أساس أن العلاقة بين المنافسة وحقوق المستهلك ذات طبيعة غير متكافئة، وهذا التدخل لا يكون في إطار التسيير وتوجيه المنافسة وإنما في إطار ضبط المنافسة، وتنظيمها لخلق نوع من التوازن والانسجام بين المصالح القائمة⁽¹⁾ فلا يمكن بأي حال من الأحوال أن تختزل حماية المستهلك في تشريع وحيد فقط إذ لابد من وسائل تركز حماية خاصة للطرف الضعيف في مواجهة العون الاقتصادي القوي وهذه الحماية لم تأتي فجأة ولكنها تمت بطريقة تراكمية من خلال وضع ترسانة قانونية تركز حماية للمستهلك، وفرض الالتزامات على المتدخل⁽²⁾.

وفي ضوء هذه المعطيات نتساءل حول مدى نجاح تلك النصوص التشريعية في إقامة التوازن بين النشاط التجاري في جو يسوده التنافس الحر من جهة، واحترام وضعية المستهلك من جهة أخرى، ومدى إمكانية التصريح بوجود توازن حقيقي بين نشاط الأعوان الاقتصاديين للنشاط التجاري وحق المستهلك من الناحية القانونية.

ومن خلال هذا الفصل سيتم معالجة أهم الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل كآلية لخلق التوازن بين المصالح القائمة {المبحث الأول} ذلك أن المشرع تدخل لمحاولة فرض تكافؤ والتوازن المفقود بين المستهلك والمتدخل الذي يوجد في مركز قوة مقارنة بالمستهلك، وذلك بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن، من خلال إثقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك بالالتزامات تعد بالمقابل بمثابة حقوق للمستهلك بحيث يلتزم كل المتدخل بضمان سلامة المواد الغذائية ونظافتها، مطابقة المنتجات، كما يلتزم أيضا بالضمان وخدمة ما بعد البيع، وبإعلام المستهلك، لنخرج بعد ذلك إلى الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة {المبحث الثاني} ذلك أن السهر على تطبيق النصوص القانونية لا يتحقق إلا من خلال وجود أجهزة قوية وفعالة وبدونها يصبح قانون حماية المستهلك وقمع الغش مجرد حبر على الورق يفتقد آلية الردع المخالفين له من المتدخلين.

المبحث الأول: تنوع التزامات المفروضة على العون الاقتصادي كآلية لضمان حماية المستهلك

إن اختلال القوى الاقتصادية بين مصالح القائمة أدى إلى جعل المستهلك طرف ضعيف في العلاقة التي تجمعها مع المتدخل، مما استدعى الأمر معالجة هذا الاختلال لإحداث نوع من التوازن في هذه العلاقة، ولن يتحقق ذلك إلا من خلال إصدار سلسلة من القوانين والمراسيم ذات طابع حمائي، كما أن معظم مواد هذه القوانين جاءت بصيغة الأمر مع المنع على الاتفاق ما يخالفها، وهي في مجملها التزامات مفروضة على عاتق المتدخل للحفاظ على الرغبات مشروعة للمستهلك مما يشكل ضمانا حقيقة لهذا الأخير⁽³⁾ كما أن المستهلك يحتاج للحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تطبقه الدولة سواء أكان اقتصادا موجه أم اقتصاد السوق، مع العلم أن الحاجة لتحقيق هذه الحماية تزداد في ظل الأخذ بنظام الاقتصاد الحر وتحرير التجارة⁽⁴⁾.

وفي هذا السياق يمثل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم

(1)-أنظر: فضيلة عاقل، المرجع السابق، ص126.

(2)-أنظر: إبراهيم نبيل سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتماني، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الأزاريطة الإسكندرية، 2008، ص07.

(3)-أنظر: منال بوروب، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014-2015 ص07.

(4)-أنظر: أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص111.

النص الأساسي الذي جاء لتخصيص عدد من المبادئ في شكل قواعد تطبيقية للعلاقات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وتتمثل وسائل حماية المستهلك في جملة من الالتزامات تقع على عاتق المتدخل.⁽¹⁾

ومن هذا المنطلق سيتم من خلال هذا المبحث دراسة قواعد حماية المستهلك من خلال تحليل الالتزامات الملقة على المتدخلين، وتقييم مدى جدواها في توفير حماية للمستهلك في ظل حرية المنافسة بدءا بالالتزام العون الاقتصادي بالإعلام كآلية لضمان رضا المستهلك {المطلب الأول} ذلك أن تعزيز هذا الالتزام يزيل التفاوت الكبير في مستوى العلم والخبرة بين المستهلك والمتدخل، لنفصل بعدها في التزام العون الاقتصادي بضمان سلامة المستهلك {المطلب الثاني} ذلك أن فكرة السلامة المرغوب توافرها أصبحت هدفا في حد ذاته وليس مجرد غاية يمكن إدراكها من خلال أهداف أخرى، لنعرج بعده بالمبحث عن تكريس الالتزام بالمطابقة كضمانة قانونية فعالة لحماية المستهلك {المطلب الثالث} وفي الختام سيتم التطرق إلى حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان {المطلب الرابع} وذلك من خلال معالجة الالتزام العون الاقتصادي بضمان السلع والخدمات والذي يعتبر من أهم الحقوق الأساسية للمستهلك.

المطلب الأول: التزام العون الاقتصادي بالإعلام كآلية لضمان رضا المستهلك

يعد مبدأ إعلام المستهلك إحدى ركائز حمايته وهذا ما دفع بالمشروع الجزائري إلى تكريسه في عدة نصوص قانونية، ولأهمية هذا المبدأ كآلية وقائية تهدف لحماية المصلحة الاقتصادية للمستهلكين من خلال تمكينه من الاختيار بين السلع والخدمات التي تستجيب لحجته ورغباته المشروعة،⁽²⁾ فنتيجة لاتساع مشكلة الاختلال التوازن بين المحترفين والمستهلكين والذي يحكمه تفاوت المعرفة بين هاتين الفئتين فئة تملك القوة الاقتصادية والكفاءة الفنية، وفئة تجهل خصائص وسمات السلع والمنتجات والخدمات المعروضة عليه، وأمام هذا التفاوت المعرفي جاءت إرادة التشريعية في توفير حماية خاصة ووقائية في مجال الاستهلاك من خلال تمكين المستهلك قبل التعاقد من المعرفة بالحصول على المعلومات والبيانات الكافية عن موضوع العقد.⁽³⁾

وتبعا لذلك سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى مفهوم الالتزام بالإعلام {الفرع الأول} باعتباره من أبرز الآليات القانونية الحديثة في مجال حماية المستهلك، وبشكل خاص في معالجة الصور الحديثة لعدم التوازن العقدي في عقود المبرمة بواسطة المستهلكين، وبتأكيد المشروع على ضرورة إعلام المتدخل للمستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج، ينبغي معرفة مضمون هذا الالتزام {الفرع الثاني} لنعرج بالمبحث إلى طرق تنفيذ الالتزام بالإعلام {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام

لقد تعرض الالتزام بالإعلام لعدة تعريفات منها الفقهية التي رجحت تسميته بالالتزام بالإفشاء بينما المصطلحات القانونية الأخرى اعتمدت على أكثر من مصطلح منه الإذلاء بالبيانات أو الالتزام بالتبصير، أو الالتزام بالتحذير، أو الالتزام بالنصيحة. فقد عرف على أنه: «تنبية وإعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر ما بين عناصر التعاقد المزعوم إقامته، حتى يكون الطالب على بينة من أمره، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسبا في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد».⁽⁴⁾

(1)-أنظر: أمال بوهنتالة، المرجع السابق، ص 100.

(2)-أنظر: نصيرة بوعولي، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2012-2013، ص 72.

(2)-أنظر: سعد نوبري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 01، جانفي 2016، ص 221.

(4)-أنظر: أحمد خديجي أحمد، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي، مجلة دفاتر السياسية والقانون، كلية

وعرف أيضا على أنه: «جعل المستهلك في أمان ضد مخاطر المنتج الذي يشتريه سواء كان سلعة أو خدمة، وهو ما يفرض على المهني التزاما بإحاطة المستهلك علما بظروف العقد وملايساته»⁽¹⁾. والالتزام بالإعلام يكون في مرحلتين مرحلة ما قبل التعاقد ويسمى بالالتزام قبل التعاقد والذي يعرف على أنه: «التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين أن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متطور بحيث يكون المتعاقد الآخر على علم بكافة تفاصيل العقد»⁽²⁾. أما مرحلة تنفيذ العقد فقد أطلق عليها بالالتزام التعاقدى بالإعلام والذي يعرف على أنه: «هو أثر من آثار العقد يوجب على المتعاقد أن ينفذه بعد إبرام العقد بتزويد الطرف المتعاقد بكافة المعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد حتى يتمكن من استعماله والانتفاع به، فهو يشمل كافة المعلومات التي تهدف إلى تحقيق غاية التي من أجلها أقدم المتعاقد على إبرام العقد، ويهدف الالتزام بحسن تنفيذ العقد»⁽³⁾.

ويجب التنويه إلى أن الالتزام بالإعلام يختلف عن الالتزام بالنصيحة من حيث المعنى لاختلاف مجال أو نطاق تطبيق كل منهما؛ إذ يعد الالتزام بالإعلام أكثر اتساعا من الالتزام بالنصيحة على اعتبار أنه متكون من شقين: الشق الأول: هو إعلام المستهلك بطريقة استعمال الشيء المبيع، وهو ما اصطلح عليه الفقه بالالتزام بالإضفاء، والشق الثاني: التحذير من المخاطر التي يمكن أن تترتب على استعمال الشيء المبيع أي الالتزام بالتحذير⁽⁴⁾.

كما يجب عدم الخلط بـ □ الالتزام بالإعلام المستهلك عن طريق الدعاية والإعلان، فالدعاية هي النشاط الذي يؤثر □ عقيدة □ مهور إيجابا □ عله يؤمن بفكرة أو مذهب ما، والإعلان هو النشاط أو الفن الذي يستهدف إحداث تأثير نفسي على الجمهور، وذلك تحقيقا لأهداف تجارية من خلال جملة من الوسائل بقصد التعريف بمشروع صناعي أو تجاري لتسويق وترويج منتج □ لأن هدف الدعاية هو جذب المستهلك وليس تنبيهه وإحاطته علما بتفاصيل قد تصرفه عن السلعة وهو نوع من الإشهار للسلع يغري المستهلك، إذ يعرفه بالسلع الجديدة التي تنزل □ الأسواق أو □ طريقها إليه، كما ترشده إلى كيفية استعمال السلع وتوضح له □ زايا المتوفرة □ بعض السلع الأخرى، وهذه المعلومات تساعد الإشهار أو الإعلان المستهلك على اتخاذ قراراته □ اقتناء منتج مع □، وبذلك أصبحت الدعاية واقع لا يمكن تجنبه⁽⁵⁾.

أما من الناحية القانونية ونتيجة لحدثة الالتزام بالإعلام لم تعرفه التشريعات الحديثة وإنما اكتفت بالإشارة إلى وجود التزام ملقى على عاتق المتدخل بإعلام المستهلك عن طريق فرض

الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 06، العدد 11، جوان 2014، ص 20.

(1)-أنظر: فاطمة الزهراء قلاو، مقارنة الالتزام بالإعلام ببعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مخبر القانون الخاص المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، المجلد 01 العدد 01، 2015، ص 33.

(2)-أنظر: محمود عبد الله ذيب، المرجع السابق، ص 86.

(3)-أنظر: عائشة قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 04، العدد 01، جانفي 2017، ص 228.

(4)-أنظر: محمد بن علي حاج، تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطرة للشيء المبيع، دراسة مقارنة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف المجلد 03، العدد 02، جويلية 2011، ص 75.

(5)-لتفصيل أكثر راجع: كريمة حدوش، الالتزام بالإعلام في إطار القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في شعبة الحقوق الأساسية والعلوم السياسية، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق جامعة أحمد بوقره بومرداس، 2011-2012، ص 14-15-16.

التزامات خاصة كالالتزام بالإعلام بالأسعار، وكذا بالخصائص الجوهرية للمنتوج.⁽¹⁾ وفي هذا السياق لم يعرف لنا المشرع الجزائري مقصود بالالتزام بالإعلام بشكل مباشر غير أنه تناوله من خلال تبيان أطرافه (المتدخل والمستهلك) وكذا محله (المعلومات المتعلقة بالمنتوج) وآليات تنفيذه من خلال نص المادتين 17-18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، ولقد دعم المشرع الجزائري المنظومة القانونية الخاصة بإعلام المستهلك أيضا من خلال المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك.

وفي ذات التوجه حرص المشرع الفرنسي في أماكن متفرقة على النص على بعض البيانات التي يجب على المهني أن ينقلها إلى المستهلك، حرصا منه على تكوين إرادة الأخير بشكل يجعله يتخذ قرار مبنيا على إرادة مستنيرة⁽²⁾ وهذا طبقا للمواد L111-1 والمادة L112-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي.⁽³⁾

ومن جانبه أيضا أدرك المشرع المصري بأهمية الالتزام بالإعلام في حماية المستهلك، فانتهاز فرصة إصدار قانون حماية المستهلك ليؤكد في نصوصه على هذا الالتزام وذلك من خلال التزامه للمورد بإعلام المستهلك المتعاقد معه ببيانات معينة تتعلق بالسلعة أو الخدمة التي يتم التعاقد عليه، وهو ما أكدت عليه المادة 02 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك،⁽⁴⁾ حيث حظرت على أي شخص إبرام أي اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية، ومنها الحق في الحصول على المعلومات والبيانات الصحيحة عن المنتجات التي يشتريها أو يستخدمها أو تقدم إليه.⁽⁵⁾

أما عن الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام فهو من طبيعة غير عقدية وإن كان أصل نشأته عقدية، وهو التزام بتحقيق نتيجة من حيث اختيار الوسيلة المناسبة في إيصال المعلومات الكافية إلى علم المستهلك، فلا تبرأ ذمته من خلال بذل العناية في إيجاد الوسيلة المناسبة أما من حيث استيعاب المستهلك لهذه المعلومات، فيعتبر الالتزام بالإعلام هنا لالتزام ببذل عناية فلا يسأل المتدخل في حالة إقدام المستهلك على التعاقد دون استيعاب للمعلومات المقدمة من طرفه.⁽⁶⁾

الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام

يتحدد مضمون الالتزام بالإعلام من خلال النصوص القانونية، إذ نجد أن المشرع الجزائري قد تعرض للالتزام بالإعلام في كل من التقنين المدني باعتباره الشريعة العامة والتي تحكم أغلب التصرفات (أولا) كما تعرض له أيضا في قانون حماية المستهلك (ثانيا).

أولا: مضمون الالتزام بالإعلام في ظل القانون المدني: يجد الالتزام بالإعلام أساسه القانوني ضمن أحكام عقد البيع التي تشترط علم المشتري بالمبيع علما كافيا طبقا للمادة 352 من قانون المدني

(1)-أنظر: محمد زكريا شيخ، حماية المستهلك من خلال حقه في الإعلام، مجلة الفقه والقانون، المملكة المغربية، العدد 23 يونيو 2012، ص 02.

(2)-أنظر: إبراهيم عبد العزيز داود، عدم التوازن المعرفي في العقود، دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الأزريرة الإسكندرية، 2014، ص 59.

(3)-L111-1 et L112-1 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(4)-المادة 02 من القانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر بشأن حماية المستهلك السالف الذكر.

(5)-أنظر: محمد حسن قاسم، الوسيط في عقد البيع في ضوء التوجهات القضائية والتشريعية الحديثة وتشريعات حماية المستهلك، دار الجامعة الجديدة، الأزريرة، الإسكندرية، 2011، ص 95-96.

(3)-أنظر: عبد الحق ماني، حق المستهلك في الإعلام، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009، ص 55.

والمقابلة لنص المادة 1/419 من القانون المدني المصري، والمادة 1602 من القانون المدني الفرنسي، ويتحقق مضمون هذا الالتزام إما بالرؤية المادية له، أو ببيان أوصافه الأساسية فهو يقوم مقام الرؤية المادية، فعلى البائع أن يصرح بحقيقة المبيع ويصفه وصفا نافيا للجهالة⁽¹⁾ وكما ينصب الوصف على بيان المبيع وأوصافه، فإنه ينصب على طريقة استعماله ومكامن الخطورة فيه، مما يجعلنا أمام الالتزام بالوصف يمكن ترجمته إلى التزام بالإعلام يخول للمشتري حق رفع دعوى عدم العلم الكافي بالمبيع⁽²⁾ وبهذا فإن العلم بالمبيع يتحقق بأسلوبين:

1. اشتغال عقد البيع ببيان المبيع، وأوصافه الأساسية بيانا يمكن من التعرف عليه.
2. إقرار المشتري في عقد البيع بأنه عالما بالمبيع عن طريق ذكر المشتري في عقد البيع أنه يعرف المبيع أو سبقت له رؤيته، فيكون إقراره هذا حجة عليه، ولاستطيع بعد ذلك أن يطعن بدعوى الإبطال بعدم علمه بالمبيع.

والقاعدة التي تضمنتها المادة 352 سالف الذكر مقررة لمصلحة أي مشتري سواء كان محترفا أو مشتريا عاديا، وعليه يجب على البائع تصريح بحقيقة الشيء المبيع، ويصفه وصفا منافيا لأي لبس أو جهالة⁽³⁾ غير أنه ما يعاب على المشرع أنه قصر تطبيق المادة 352 على عقد البيع فقط في حين الالتزام بالإعلام جاء لحماية المستهلك في كل العقود دون استثناء، مما □ علنا لا نستطيع تعميمه بالنسبة لبقية العقود الأخرى الشيء الذي □ عمل فائدته محدودة بالنسبة للمستهلك اتجاه تعاملاته مع العون الاقتصادي، كما أن نص المادة 2/352 من القانون المدني □ عمل الالتزام بالإعلام مستوفي بمجرد ذكر المشتري □ عقد البيع أنه عالما بالمبيع، □ يسقط حقه □ الإبطال لاحقا فهذا الحكم قد لا ينصف ولا يسعف المستهلك باعتباره الطرف الضعيف، لأن العون الاقتصادي قد يستعمل □ يعقوا لانتزاع هذا الإقرار من المستهلك⁽⁴⁾

ثانيا: مضمون الالتزام بالإعلام في ظل قانون حماية المستهلك: لم يعد المستهلك محميا من خلال قواعد قانونية العامة فحسب، وإنما ولقصور هذه القواعد أصبح هذا الأخير محميا بنصوص قانونية خاصة منها قانون حماية المستهلك، إذ نجد أن المشرع شدد على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتج، فمضمون هذا الالتزام يتحدد من خلال إحاطة المستهلك علما بالمنتج الذي في متناوله من خلال تبيان مكوناته وخصائصه تاريخ الإنتاج والصلاحيات كذا كيفية استعمال السلعة ولفت انتباهه إلى المخاطر التي تنجم عن سوء الاستعمال، وهذا طبقا لأحكام المادتين 17-18 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم⁽⁵⁾

وفضلا على ذلك فواجب المتدخل بإعلام المستهلك لا يعفيه من تقديم النصيحة التي أصبحت ضرورية بالنسبة له وباعتبارها أكثر شدة من الالتزام بالإعلام، فالمحترف لا يلتزم بإعلام المتعاقد الآخر فقط، وإنما يجب عليه أن يعرض عليه الحل لأوفق والأمثل لمصلحته مما يعني أنه يقع على عاتق المدين به التزام يتجاوز مجرد الإعلام، ونكون بصدد تقديم المتدخل للنصيحة للمستهلك إذا

(1)-أنظر: أحمد حسن خليل قدارة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 61.

(2)-أنظر: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 67.

(3)-أنظر: الحاج ملاح، حق المستهلك في الإعلام، مداخلة لمقابلة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، المنعقد يومي 14-15 أفريل 2001، ص 4.

(4)-أنظر: عادل عميرات، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، جوان 2016، ص 230.

(5)-أنظر: حورية زاهية سي يوسف، الالتزام المنتج بإعلام المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب ببليلة، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012، ص 84.

انصب على منتجات معقدة مثل الإعلام الآلي⁽¹⁾ وبهذا فإن الالتزام بالنصيحة يتمحور حول أمرين: نصيحة المستهلك من أجل حسن اختيار المنتج، وتقديم النصح من أجل تمكين المستهلك من للاستعمال لأمثل للمنتج المقتنى وفي مقابل ذلك يقع على عاتق المستهلك إتباع النصائح المقدمة له وإلا عد مسؤولاً عن المخاطر التي تلحقه، كما أن حماية المستهلك لا تتحقق فقط بمعرفة كيفية استعمال السلعة، بل يجب أيضاً معرفة ما تنطوي عليه السلعة من أخطار، وكيفية الوقاية منها⁽²⁾ وتماشياً مع ما تم ذكره يعد الالتزام المتدخل بالتحذير أكثر درجة من الالتزام بالنصيحة هو التزام تبغي ينطوي على جذب أو حث المتعاقد الآخر بخصوص أثر سلبي في العقد أو في الشيء محل التعاقد، وإن هذا الأثر هو في الحقيقة خطر أو مخاطر يتم التحذير بسببها من جانب الطرف الآخر، إذ يتميز بالطابع التدخلّي فهو يقتضي من المدين بهذا الالتزام قدراً من المثابرة على لفت المتعاقد الآخر وتحذيره من مخاطر التي تتجر على أمر معين وأهمية هذا الالتزام تتعاضد في مجال المنتجات ذات الصلة الوثيقة بالجسم الإنسان وصحته والتي تأتي في مقدمتها المنتجات الصيدلانية⁽³⁾.

ويشترط فيه أن يكون وافياً وكاملاً يلفت انتباه المستهلك إلى كافة المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها والوسائل الممكنة استعمالها لتجنب هذه المخاطر، وقد نصت صراحة على الالتزام بالتحذير المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك⁽⁴⁾. وبهذا فمضمون الالتزام بالإعلام يتمثل في تقديم المعلومات التي تهم المستهلك ولا يتوقف الأمر عند هذا الحد، بل يمتد إلى تقديم النصيحة لتمكين المستهلك من اقتناء المنتج مع تحذيره من المخاطر التي ينجم عنها، وهذا كله ينصب في مضمون تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك والالذان يشكلان شكل من أشكال الإعلام الموضوعي⁽⁵⁾.

الفرع الثالث: طرق تنفيذ الالتزام بالإعلام

إن من أهم الوسائل المساعدة للمستهلك في الحصول على السلعة أو الخدمة هو إيصال علمه المعلومات الضرورية للمنتج وبأساليب مختلفة، ومهما كان شكل هذا الإعلام فإنه يلزم أن يكون واضحاً وكافياً ومفهوماً⁽⁶⁾ واستناداً إلى المادة 17 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم، والمادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد لشروط وكيفيات الإعلام المستهلك نجد أن المشرع الجزائري قد أقر تعدد الوسائل الهادفة لإعلام المستهلك. ومن خلال هذا الفرع سنركز على الوسم والذي يعتبر إحدى الآليات المهمة التي تطرق إليها قانون حماية المستهلك وقمع الغش كونها تعتبر آلية إجبارية من جهة تركز عليها جل المعاملات التجارية لما لها من نفع، إضافة إلى الميزة التي تكتسبها كونها آلية كتابية تدون على

(1)-أنظر: محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص24.

(2)-أنظر: كريمة حدوش، المرجع السابق، ص74.

(3)-أنظر: موسى حسن فضالة، أحمد هاشم عبد، مثني الكاظم ماشاف، الالتزام بالتحذير في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، مجلة اليرموك، بغداد، المجلد 08، العدد 01، 2016، ص03-04.

(4)-المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 أكتوبر 2013 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بالإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 58، الصادرة في 16 ماي 2013.

(5)-المشرع لم ينص، صراحة على الالتزام بالنصيحة ولا على الالتزام بالتحذير، إلا أنه يمكن استخلاص مضمون التزام بالإعلام النصيحة والتحذير كونهما شكلان من أشكال الإعلام الموضوعي، وعلى المشرع تدارك الأمر لما فيه من حماية للمستهلك، والنص على هذين الالتزامين في قانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

(6)-أنظر: بوعزة ديدن، الالتزام بالإعلام في عقد البيع، مداخل ملقاة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، المنعقد يومي 14-15 أفريل 2001 ص33.

المنتجات فلا حاجة لطلبها من المهني لأنها مرئية.⁽¹⁾

ويعرف الوسم على أنه: «مجموع المعلومات والبيانات التي يزود بها المستهلك أو المستعمل الصناعي والموضوعة، والمثبتة على الغلاف المنتج موضحا له نوعية المنتج وشكله، وجودته وكيفية، وفترة استعماله».⁽²⁾

أما من الوجهة القانونية فقد تعرض القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في مادته 5/3 إلى تعريف الوسم، ونشير كذلك إلى ما ورد في المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها الذي عرف الوسم في المادة 3 منه.⁽³⁾ كما عرفه المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في مادته 7/2 منه.⁽⁴⁾

وتطبيقا لنصوص القانونية السالفة الذكر نجد أن المشرع الجزائري وسع من مفهوم الوسم ليشمل جميع المعطيات والوسائل القانونية للإعلام، ولعل الهدف من جعل الوسم كوسيلة لإعلام المستهلك هو تمكين هذا الأخير من التعبير عن إرادته بشكل واعي وحر، مما يستدعي أن تكون هذه البيانات الواردة في الوسم صحيحة ونزيهة، وهذا ما أكد عليه المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات في مادته 10 والتي ألفت على عاتق المتدخلين عبء الإدلاء بالمعلومات الصحيحة.⁽⁵⁾ وطبقا لنص المادة 18 لا بد أن يتوافر في الوسم شروط التالية:

- 1- أن يكون الوسم مكتوبا، فالضرورة أصبحت تملّي صياغة بيانات المنتج في صورة مكتوبة لتجنب نسيان المعلومات من جانب الشخص الذي بلغت إليه، خاصة وأن الإعلام الشفهي أصبح نادر الحدوث في أيامنا هذه، لأن ذلك يتطلب اتصال مباشر بين المنتج والمستهلك، إضافة إلى دوره في الإثبات عندما تثور منازعات بشأنه.⁽⁶⁾
- 2- أن يحرر الوسم باللغة العربية أصلا، مع إمكانية إضافة لغة أجنبية أخرى يفهمها المستهلك، لتدارك ما قد لا يفهمه هذا الأخير باللغة العربية.
- 3- أن تكون بيانات وسم واضحة وضوح الخط وبروزه، أي يشترط أن تكتب بيانات وسم بخط واضح ومقروء، وأن يكون حجم الخط مناسباً للرؤية.
- 4- أن يكون الوسم ملتصقا بالمنتج بمعنى وجود ارتباط مباشر لبطاقة الوسم مع السلعة أو الغلاف بحيث تطبع البطاقة اللصيقة بالسلعة على غلافها أو عبوتها أو علبتها وبحبر غير سهل

(1)-أنظر: المختار بن سالم، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018، ص225.

(2)-أنظر: سليمة بوزيد، الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017، ص14.

(3)-المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية العدد 83، الصادرة في 25 ديسمبر 2005.

(4)-المادة 7/02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-أنظر: لطيفة أمازو، التزام البائع بتقديم المعلومات كالتزام تبعية بالتسليم، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، العدد 03، 2009، ص97.

(6)-أنظر: جمال بوشناق، الوسم كآلية وقائية لإعلام المستهلك بالمنتجات الغذائية وغير الغذائية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 12، العدد 01، جوان 2018، ص07.

المحو.⁽¹⁾ وباعتبار الوسم وسيلة إعلامية توجه من المتدخل إلى المستهلك لا بد أن يتضمن مجموعة من البيانات حددها المشرع الجزائري بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، حيث ميز من خلاله بين بيانات وسم المواد الغذائية والتي نص عليها في الفصل الثالث منه، وبيانات وسم المنتجات الغير غذائية في الفصل الرابع كما أضاف في الأحكام النهائية لهذا المرسوم بيانات وسم المواد الأولية الموجهة للإنتاج والتوضيب.⁽²⁾

أما فيما يخص إعلام المستهلك في مجال الخدمات فهو أكثر صعوبة من ناحية تقديره وتقديمه، وعلى عكس الإعلام في مجال الخدمات ذات الطبيعة المادية، فالخدمة أداء غير مادي يصعب ضمان إعلام مسبق عن درجة جودته، وإن كانت قد وضعت فهارس وجداول لبعض الخدمات، غير أن ضمان خدمة مطابقة لحاجات ورغبات المستهلك لا يمكن أن يقوم إلا على أساس اختصاص وجدية مقدم الخدمة نفسه، وهو ما يفسر أن الإعلام المتعلق بالخدمات ينصب على مؤدي الخدمة نفسه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ليصبح هو ذاته محل اعتبار شخصي.⁽³⁾ فتطور وسائل تقديم الخدمات أدى بالضرورة إلى تطور طريقة الاعلام عنها وأغلبها تتم عن طريق العقود النموذجية كعقود التأمين، عقود النقل... الخ بحيث يرد في هذه العقود بيانات تحدد نوعية الخدمة وطبيعتها، أوصافها و ضماناتها، وآجال تقديمها.⁽⁴⁾

وقد عرف المشرع الجزائري الخدمة في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم على أنها: «كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له». أما في القانون الجديد لحماية المستهلك وقمع الغش فقد عرف الخدمة من خلال نص المادة 3 منه، وبالإستقراء المادة 19 منه تبدو نية المشرع واضحة في ضرورة إعلام المستهلك من طرف مقدم الخدمة إعلاما كافيا عن الخدمة من حيث جودتها كوضع الفهارس وجداول لبعض الخدمات إعلاما كافيا لا لبس فيه ولا يسبب له ضررا ماديا أو معنويا، فالخدمة هنا تشمل جميع النشاطات التي تقدم كأداء ما عدا عملية تسليم المنتج.

استنادا إلى ما سبق تتجلى أهمية الوسم كآلية وقائية لإعلام المستهلك من خلال نص المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، حيث ذكره المشرع كأول وسيلة يتحقق بها إعلام المستهلك دون ذكر الوسائل الأخرى كالإعلان التجاري وإشهار الأسعار، وأكد على ذلك في المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على دوره المهم بفضل ما يحمله من معلومات ضرورية تتعلق بالمنتج بما في ذلك نوعيته شروط استخدامه و التاريخ المحدد استهلاكه، وبعض إجراءات الأمن الواجب احترامها، فللوسم إذن دورين دور في منع خدع وتضليل المستهلك، ودور في منع الأخطار التي تمس بصحة وسلامة المستهلك.⁽⁵⁾

(1)-أنظر: عبد القادر ماني، الحماية القانونية للالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016، ص60.

(2)-للاطلاع أكثر على البيانات الإلزامية لوسم المواد الغذائية، ووسم المنتجات غير الغذائية، ووسم المواد الأولية الموجهة لإنتاج والتوضيب راجع المواد من 12-37 إلى 50-58 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك السالف الذكر .

(3)-أنظر: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص80-81.

(4)-أنظر: فايزة بوالباني، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2011-2012، ص91.

(5)-أنظر: جمال بوشنافة، المرجع السابق، ص04.

المطلب الثاني: التزام العون الاقتصادي بضمان سلامة المستهلك

يعد الالتزام العام بالسلامة من أهم مقتضيات التي توضح المسؤولية الملقاة على عاتق الفاعلين الاقتصاديين من حيث سلامة المنتجات والخدمات التي يعرضونها في السوق وذلك عن طريق إلزام بالتأكد من استجابة هذه الخدمة، أو هذا المنتج لمتطلبات السلامة قبل عرضه في السوق بصفة عامة، والتقييد بالنظام التقني الخاص.

وعليه تقتضي معرفة أبعاد الالتزام بالسلامة كالالتزام واقع على عاتق العون الاقتصادي في عملية وضع المنتج للاستهلاك بداية تحديد مفهومه وطبيعته {الفرع الأول} لنعرج بالبحث عن مضمونه {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى نطاق تطبيق هذا الالتزام {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: مفهوم وطبيعة الالتزام بالسلامة

يرتبط مبدأ الالتزام بالسلامة بالقانون الفرنسي، بالرجوع إلى هذا القانون نجد أنه يؤرخ لنشأة الالتزام بالسلامة بالقرار المشهور للغرفة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية المؤرخ في 1911/11/21 المتعلق بقضية زبيدي حميدة بن محمود الذي أكدت من خلاله أن الناقل ليس ملزماً بنقل المسافرين فقط، بل كذلك بإيصاله إلى وجهته سليماً معافى، وقد تم توسع القضاء الفرنسي في إرساء هذا الالتزام في الكثير من العقود مثل عقد العمل، عقد الفندق، عقد التزلج إلى أن انتقل إلى عقد البيع⁽¹⁾ وقد شغلت فكرة ضمان السلامة الكثير من اجتهادات رجال القانون بقصد إسباغ الحماية القانونية على المستهلكين في أشخاصهم وأموالهم جراء عيوب ومخاطر السلعة المباعة.

وعليه يمكن القول أن الالتزام بضمان سلامة يقصد به: «أن كل منتج يجب أن يتوافر على ضمانات ضد مخاطر التي من شأنها أن تمس بصحة المستهلك و/أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية، وعلى المتدخل عند الاقتضاء الالتزام بالضمان الضرر الذي يصيب الأشخاص بسبب العيب و/أو تحمل الجزاء الذي يقرره القانون»⁽²⁾ بمعنى آخر هو: «التزام المنتج بتسليم منتجات خالية من أي عيب أو خلل في صناعتها، أو نقص في البيانات الدالة على أخطارها، مما قد يؤدي إلى تعرض الأشخاص إلى أخطار تمس سلامتهم سواء في أجسادهم، أم في ممتلكاتهم المادية»⁽³⁾ وحتى يقوم الالتزام بالسلامة لابد من توافر شروط معينة: أولها وجود خطر يهدد سلامة المستهلك، وثانيها أن يكون أمر الحفاظ على سلامة الجسدية لأحد الأطراف ملقى على عاتق أحد الطرفين، وثالثها أن يكون المدين بالالتزام بالسلامة منتجاً محترفاً⁽⁴⁾.

ولابد من التأكيد على أن سلامة المستهلك من الأضرار التي تحدثها المنتجات كانت □ لاهتمام □ شرع الفرنسي الذي سعى منذ ف □ ة طويلة □ وضع قواعد ذات طابع وقائي تهدف □ منع ظهور منتجات ضارة أو خطيرة □ السوق، فقد أقر المشرع الفرنسي بالالتزام بالسلامة كالالتزام قانوني يقع على المهنيين لأول مرة في القانون المتعلق بأمن المستهلكين الصادر بتاريخ 1983/07/21 الذي أصبح تقنين الاستهلاك بموجب قانون 94-442 حيث جاء في المادة 1-221 على أنه: «يجب أن تتضمن السلع والخدمات حال استعمالها في ظروف عادية

(1)-Cass. Civ, 21 nov. 1911, pourvoi n°Juritext 000006953018, Bull. civ, N°134, P271.

لتفصيل أكثر حول وقائع القضية راجع رابط القضية:

<https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000006953018/>

(2)-أنظر: علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج وفقاً لقانوني حماية المستهلك والمنافسة الجزائريين الجديدين، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2014، ص 196.

(3)-أنظر: كهينة قونان، الالتزام بالسلامة من أضرار المنتجات الخطيرة، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم القانونية، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري بتيزي وزو، 2017، ص 21.

(4)-أنظر: محمد وحيد محمد علي، الالتزام بضمان السلامة في بعض العقود، دار النهضة العربية، القاهرة، 2001، ص 08.

أو في ظروف أخرى معقولة يمكن لمهني أن يتوقعها السلامة التي نتوقعها شرعا، وأن لا تمس بصحة الأشخاص». (1) غير أن المشرع الفرنسي لم يضع من خلال هذا القانون نظام خاص بالمسؤولية المدنية للمنتج، بل تضمن مجمل أدوات وآليات الرقابة والحماية الإدارية على المواد والخدمات التي لا توفر الالتزام العام بالسلامة. ثم جاء قانون 98-389 الصادر بتاريخ 19/05/1998 الذي أضاف إلى قانون المدني الفرنسي المواد 1386-1 إلى 1386-18 وما يليها المتعلقة بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة والتي أصبحت مدمجة بمقتضى الأمر رقم 131-2016 المتعلق بإصلاح قانون العقود والنظام العام وإثبات الالتزامات في المواد 1245 إلى 1245-17 من التقنين المدني الفرنسي، حيث تنص المادة 1245-3 على أنه: «يكون المنتج معيبا.... حينما لا يوفر السلامة التي يحق لأي شخص، وفي حدود المشروعية أن يتوقعها...» (2).

وبالرجوع أيضا إلى تقنين الاستهلاك الفرنسي رقم 93-494 وبالضبط المادة 3-L421 منه والتي تشكل مضمون نص المادة 1-L221 قبل تعديله بموجب الأمر رقم 301-2016 المعدل للجزء التشريعي، (3) والمرسوم رقم 484-2016 المعدل للجزء التشريعي والمرسوم رقم 884-2016 المعدل للجزء التنظيمي والتي تنص على أنه: «جميع السلع والخدمات يجب أن تتضمن حال استعمالها في ظروف عادية أو في ظروف أخرى يمكن للمهني أن يتوقعها احتياطات السلامة التي يمكن توقعها شرعا، أو لا يترتب عنها المساس بسلامة الأشخاص وصحتهم». (4)

ويتقارب هذا التعريف مع ذلك الذي تضمنه التوجيه الأوروبي رقم 95-2001 المتعلق بالسلامة العامة للمنتجات والذي اشترط أن تكون المنتجات المعروضة للتداول مضمونة طبقا للمادة 1/3 وقد عرفت المنتج المضمون في المادة b/2 منه. (5)

وفي مقابل ذلك أعلى قانون حماية المستهلك المصري من قيمة مبدأ وجود الالتزام بالسلامة على عاتق المهني، إذ جعله حقا من الحقوق الأساسية التي يحظر الإخلال بها، وهذا طبقا لأحكام المادة 1/2 من القانون رقم 181 لسنة 2018. (6)

وفي ذات التوجه نجد أن المشرع الجزائري لم يخرج عن سابقه الفرنسي بل أخذ بنفس مبدأ الالتزام بالسلامة (7) وكان ذلك لأول مرة في قانون حماية المستهلك الملغى 89-02 من خلال المادتين 2-3 منه، ثم أكد ذلك حتى وإن لم ينص عليه صراحة من خلال نص المادة 140 مكرر من قانون مدني عندما أقر على أن المنتج يكون مسئول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه اتجاه

(1)-La loi 83-660 du 21/07/1983 sur la sécurité du consommateur dit "la loi la lumière" devenant code de la consommation loi N°94-442 du 03/01/1994.

(2)-Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats du régime général et de la preuve des obligations, op.cit.

(3)-Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(4)-Décret n°2016-884 du 29/06/2016 relatif à la partie réglementaire du code de la consommation, JORF n°0151 du 30/6/ 2016.

(5)-La Directive 2001-95/CE du parlement européen et du conseil du 3/12/ 2001 relative à la sécurité générale des produits, JOUE n°L011 du 15/01/2002 remplaçant la directive 92-59/CEE du Conseil du 29/06/1992 relative à la sécurité générale des produits, JOL n°L228 du 11 aout 1992.

(6)-أنظر: عابد فايد عبد الفتاح فايد، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة، دار الكتب القانونية، مصر، 2010 ص50.

(7)-نص المشرع على الالتزام بالسلامة بداية في نص المادة 62 من القانون التجاري الجزائري في عقود نقل الأشخاص كما تضمن قانون العقوبات مواد من 429-435 عقوبات بحالات الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية.

جميع الأشخاص، وعرف المنتج المعيب على أنه ذلك المنتج الذي لا يوفر السلامة اتجاه المستهلكين أي الذي يخل فيه المنتج بالالتزام بالسلامة.⁽¹⁾

وقد تأكد موقف المشرع الجزائري باتخاذ الالتزام بالسلامة كالتزام قانوني يقع على المنتج من خلال المادة 09 من قانون رقم 03-09 حيث نص صراحة وجوب ضمان السلامة من طرف □-□ ف الذي يقع عليه عبء الالتزام بالمنتجات المعروضة للاستهلاك والتي يجب أن تكون خالية من العيوب مع اشتراط المشرع أن يتم الاستعمال ضمن الشروط العادية والممكن توقعها من قبل المتدخل وعلى العكس فإذا وضع استعمال □ نتوج بطريقة غير عادية أو لا يمكن توقعها فإنه لا يمكن للمستهلك المطالبة بالسلامة، وبذلك تم تقييد الالتزام بالاستعمال العادي المشروع للمحافظة على المتدخل من جهة، وحماية المستهلك من جهة أخرى.⁽²⁾

وبالرجوع أيضا لنص المادة 11 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم نجد أن المشرع الجزائري ربط ب□ المطابقة والالتزام بالسلامة، وذلك لتوفير حماية فعالة للمستهلك على أساس أن الالتزام بالمطابقة أحد تطبيقات الالتزام بالسلامة، وبهذا يكون المشرع قد أقر الأساس القانوني لحماية المستهلك الذي يكون على عاتق □-□ ف مع ضمان عيوب المنتجات، والحكمة من ذلك توفير حماية فعالة للمستهلك وضمان سلامته.⁽³⁾

أما بخصوص الطبيعة الالتزام بالسلامة فيمكن القول أن هذا الالتزام ليس التزاما ببذل عناية ولا التزاما بتحقيق نتيجة، فهو أكثر من الالتزام ببذل عناية لأنه لا يتطلب إقامة الدليل على خطأ أو إهمال المنتج كما في الالتزام ببذل عناية، فالعبرة في قيام مسؤولية المنتج فيما تنطوي عليه السلعة من خطورة، وتقوم مسؤوليته بمجرد ثبوت العيب حتى ولو كان يجهله أو يستحيل عليه العلم به، وأقل من الالتزام بتحقيق نتيجة لأنه إن كان حصول على التعويض يتطلب إثبات الضرر فقط في هذا الأخير، فإنه يتعين على المضرور جراء الإخلال بالالتزام بالسلامة زيادة على ذلك إقامة دليل على رجوع الضرر إلى عيب أو خلل في التصنيع اكسب السلعة وصف الخطورة.⁽⁴⁾

وهكذا يتبين لنا أن الالتزام بضمان سلامة ذو طبيعة قانونية خاصة إذ لا يمكن اعتباره التزاما ببذل عناية بصورة مطلقة وليس بتحقيق نتيجة بصورة مطلقة، فهو ذو طابع وقائي محلة توفير الضمانات المناسبة لتفادي الأضرار التي قد تلحق بالشخص في جسده أو ممتلكاته، ومن جهة أخرى هو التزام ذو طابع علاجي وذلك بتحصيل المدين به المسؤولية الناشئة عن الإخلال به.⁽⁵⁾

الفرع الثاني: مضمون الالتزام العام بالسلامة

حددت المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات مضمون الالتزام بالسلامة.⁽⁶⁾ كما أن المشرع قد كرس مبدأ السلامة للمنتجات والخدمات من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش حيث أفرد له الفصل الأول بعنوان "إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها"

- (1)-أنظر: علي فيلالي، الالتزامات العمل المستحق للتعويض، الطبعة الأولى، موفم للنشر، الجزائر، 2002، ص266.
- (5)-أنظر: الطيب ولد أعر، النظام القانوني للأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2009-2010، ص79.
- (3)-أنظر: محمد جريفي، الالتزام بالضمان السلامة كمبدأ لكفالة الحق في التعويض، مجلة الحقيقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد 15، العدد 39، ديسمبر 2016، ص144.
- (4)-أنظر: كريمة بركات، التزام المتدخل بالسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية، مجلة المعارف، جامعة ألكلي محند أو الحاج، البويرة، الجزائر، المجلد 09، العدد 17، ديسمبر 2017، ص109-110.
- (5)-أنظر: سليمة بوزيد، الالتزام بضمان السلامة وطبيعته الخاصة، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، مخبر العقود وقانون الأعمال، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة 1، المجلد 04، العدد 01، جوان 2019، ص94.
- (6)-المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 6 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 09 ماي 2012.

أما الفصل الثاني يتمحور حول "إلزامية أمن المنتوجات" مما ينبغي التطرق لكل منها على حدى.

أولاً: إلزامية سلامة المواد الغذائية: يحتل موضوع سلامة الغذاء جزءاً كبيراً من اهتمام الناس نتيجة لزيادة الوعي الغذائي، وبعد التقدم العلمي الكبير خلال القرن الحالي خاصة في مجال الإلمام بصحة الإنسان، ومعرفة الكثير من الأمراض التي تسببها نتيجة تداول الأغذية الفاسدة⁽¹⁾.

ونظراً لانتشار وتفاقم الضرر الناجم عن الغذاء خاصة في الوقت الحالي تدخل المشرع الجزائري لمواجهة هذا الأمر بما يشكله من خطورة كبيرة على حياة المستهلك، وألزم المتدخل بأن يضع للاستهلاك مواد غذائية سليمة، وأن يسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك⁽²⁾.

ومؤخراً شهدنا توجه العديد من الأفراد إلى زيادة الكمية المشتراة من المادة الغذائية الواحدة خلال الجائحة كورونا، لتجنب تكرار العملية الشرائية بشكل متتابع، أو من خلال عملية التسوق عن بعد من خلال شبكة الإنترنت، لتجنب انتقال العدوى وضمان التباعد الاجتماعي وفي هذه الحالة على المستهلك التأني والبحث في مواصفات المادة الغذائية التي يطلبها والتأكد من جودتها، وحيث أن لكل مادة غذائية العديد من الشركات المصنعة فيجب البحث عن الجودة الفضلى بالسعر الأنسب، وبشكل متوازن بين كليهما.

ويقصد بسلامة الغذاء خلوه من جميع عوامل التلوث الميكروبيولوجي أو البيئي الذي يحوله إلى غذاء ضار بصحة المستهلك ويتضمن ذلك عوامل التلف والانحلال الذاتي، وكذلك هي تأكيد على عدم إصابة المستهلك بأي ضرر عند إعداد الغذاء أو تناوله، فمن الضروري أن تكون جميع الظروف أثناء الإنتاج والتصنيع، التخزين والتوزيع، والإعداد للغذاء تخضع للشروط الصحية حتى لا يسبب أي مخاطر على صحة الإنسان⁽³⁾. ويتحقق الالتزام بضمان السلامة الغذائية من خلال:

01- التقيد بالخصائص والشروط التقنية في إنتاج المادة الغذائية: تتضمن عملية إنتاج المواد الغذائية وكل المنتجات الأخرى وجوب توفر خصائص تقنية معينة بالمنتج ذاته، وعدم توافرها أو نقصها أو الزيادة في أحد الخصائص يؤدي إلى إنتاج مواد غذائية غير سليمة وبالتالي لا تجعل هذه المواد أقل قيمة فحسب، بل قد تفسد بصحة وسلامة المستهلك⁽⁴⁾.

وفي هذا السياق وطبقاً لأحكام المادتين 04-05 من القانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم نجدها تمنع المتدخل من وضع مواد غذائية تحتوي على ملوثات بكمية غير مقبولة لحماية لصحة البشرية والحيوانية⁽⁵⁾. كما يجب على المتدخلين احترام الخصائص والمعايير الميكروبيولوجية للمواد الغذائية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 15-172 المحدد لشروط والكيفيات المطبقة في مجال الخصائص الميكروبيولوجية للمواد الغذائية، والقرار الوزاري المشترك⁽⁶⁾.

- (1)-أنظر: محمد عبد المالك أشرف، النظام الحديث لسلامة الغذاء، مجلة أسبوعيات للدراسات البيئية، مركز الدراسات والبحوث البيئية، جامعة أسبوعيات، مصر، العدد 32، يناير 2008، ص 39.
 - (2)-المادة 04 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.
 - (3)-أنظر: عبد الحق لخداري، حسيبة زغلامي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بضمان السلامة الغذائية، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017، ص 05-06.
 - (4)-أنظر: محمد عبده إمام، الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية، دراسة مقارنة في القانون الإداري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004، ص 24.
 - (5)-تشكل المبيدات خليط لمجموعة من المواد تستخدم في تفادي آفة والقضاء عليها أو مكافحتها بما في ذلك ناقلات الأمراض البشرية والحيوانية، والنباتية التي تكون مصدر لإكثار منها يؤدي إلى تلويث المادة الغذائية.
 - (6)-المرسوم التنفيذي رقم 15-172 المؤرخ في 25 يونيو 2015 المحدد لشروط والكيفيات المطبقة في مجال الخصائص الميكروبيولوجية للمواد الغذائية، الجريدة الرسمية، العدد 37، الصادرة في 8 يوليو 2015.
- والقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 4 أكتوبر 2016 المحدد للمعايير الميكروبيولوجية للمواد الغذائية ويدخل حيز التنفيذ

كما يلتزم المتدخل باحترام نسب الملوثات والمضافات الغذائية المرخص بها، وقد حدد المرسوم التنفيذي رقم 14-366 الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية، وعرف الملوث من خلال المادة 03 منه⁽¹⁾ ذلك أن المضافات قد زاد استعمالها في العصر الحالي نظرا لتطورا الصناعية الغذائية وانتشارها، فقد تدخل المشرع من أجل ضمان سلامة المستهلك وسمح بإدماج المضافات الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري أو الحيواني كما حدد شروط استعمالها⁽²⁾.

وقد عرف المشرع الجزائري المضافات الغذائية من خلال نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المحدد للشروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ومن باب الحذر ولتفادي أي خطر فقد حدد المشرع سلفا قائمة المضافات المرخص بها لدمجها في المواد الغذائية، كما شدد أيضا على تحديد قيمة التركيزات القصوى لها، بل وفي حالة عدم وجود أي تحديد للكمية القصوى يستعمل بأقل مقدار ممكن حسب الطرق الحسنة للصنع⁽³⁾. كما أكد ذات المرسوم على وجوب وسم كل مضاف غذائي على أغلفة المواد الغذائية، وأيضا وجوب ذكر بيانات بخصوص الآثار التي يمكن أن تلحقها بعض المضافات الغذائية بصحة المستهلك كالحساسية المفرطة والآثار الجانبية⁽⁴⁾. كما أن المشرع اشترط ألا تدمج في المواد الغذائية إلا المضافات الغذائية الحلال⁽⁵⁾.

02-(مراعاة ضوابط تجهيز وتسليم المادة الغذائية: ويتم تجهيز المادة الغذائية بتعبئتها وتغليفها⁽⁶⁾) ولقد نص المشرع الجزائري على ضوابط وقواعد صارمة لتجنب الإضرار بسلامة المواد الغذائية وذلك بضرورة أن تحتوي التجهيزات واللوازم والعتاد والتغليف على اللوازم التي لا تؤدي إلى فساده⁽⁷⁾، حيث يجب أن تكون التعبئة عازلة ونظيفة، وفارقة للتفاعل الكيميائي وذات صلابة كافية لتضمن سلامة المواد الغذائية خلال نقلها وتداولها، ومنطقيا سلامة المستهلك⁽⁸⁾.

أما فيما يخص تسليم المواد الغذائية فهي تعتبر المرحلة الأخيرة في عملية وضع المنتج للاستهلاك، وهي بدورها تخضع لإلزامية ضمان سلامتها وهو ما نصت عليه المادة 49 المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري.

غير أنه ما يعاب على هذه المادة أنها اقتصررت فقط على المنتجات الغذائية الجاهزة وأغفلت

بعد سنة واحدة من نشره، الجريدة الرسمية، العدد 39، الصادرة في 2 يوليو 2017.

(1)-المرسوم التنفيذي رقم 14-366 مؤرخ في 15 ديسمبر 2014 المحدد لشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية، الجريدة الرسمية، العدد 47، الصادرة في 25 ديسمبر 2014.

(5)-المادة 1/08 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)-لتفصل أكثر راجع المواد 03-1/03-05-06-07-12-15 من المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012 الذي يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية العدد 30، الصادرة في 16 ماي 2012.

(4)-أنظر: مصطفى بوديسة، حماية المستهلك من أخطار المنتجات الغذائية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 24-25.

(5)-القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 يونيو 2016 المحدد لشروط وكيفيات وضع بيان حلال للمواد الغذائية المعنية الجريدة الرسمية، العدد 70، الصادرة في 8 ديسمبر 2016.

(6)-عرف المشرع العبوة أو الغلاف بموجب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 04-210 المؤرخ في 28 جويلية 2004 المحدد لكيفيات ضبط المواصفات التقنية للمغلفات المخصصة لاحتواء مواد غذائية مباشرة أو أشياء مخصصة للأطفال الجريدة الرسمية، العدد 47، الصادرة في 28 جويلية 2004.

(7)-المادة 07 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(8)-أنظر: نضيرة بوعزة، الالتزام بضمان سلامة المادة الغذائية ونظافتها، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، الجزائر، العدد 06، جوان 2018، ص 268.

الأغذية غير الجاهزة وغير المحفوظة بقشرة كالتمر والأسماك، كما يجب أن تكون الأغذية الجاهزة للبيع مخزونة أو معروضة للبيع حسب شروط تمنع أي فساد لها أو تلوث من خلال احترام درجة الحرارة المثلى، ولا يجوز بأي حال من الأحوال أن تلامس الأغذية الأرض ملامسة مباشرة ولا أن تلامسها الأيدي⁽¹⁾. ذلك أن سلامة المادة الغذائية لا تكتمل إلا بسلامة المواد المعدة لملامستها، فقد حرص المشرع على ضبط كل ما يعد لملامسة المادة الغذائية من مواد معدة للتغليف والأجهزة المستخدمة في إنتاج المواد الغذائية بقواعد صارمة، حيث سن شروط وكيفيات تنفيذ ذلك عن طريق المرسوم التنفيذي رقم 16-299 المحدد لشروط وكيفيات استعمال الأشياء واللوازم الموجهة لملامسة المواد الغذائية، وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم⁽²⁾.

ثانياً: إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية: إن احترام المتدخل لشروط سلامة المواد الغذائية عند التصنيع أو التسويق ليست كافية إذا لم تراعي نظافة الأماكن والتجهيزات أو الأشخاص المتواجدين بالقرب من هذه المنتجات، ذلك أن النظافة تكتسي أهمية بالغة للسلامة الصحية للأغذية لأن غيابها يؤدي إلى ظهور مصادر الخطر⁽³⁾. وطبقاً لأحكام المادة 06 من قانون المتعلق بحماية المستهلك وقع الغش فإن المتدخل ملزم بـ:

01- احترام شروط نظافة المستخدمين: لا تكون المواد الغذائية نظيفة إلا بنظافة المستخدم لذلك يتعين على كل متدخل وهو بصدد تصنيع أو تحويل، تخزين أو عرض المواد الغذائية أن يطبق الضوابط المقررة في هذا الشأن، بأن يراعي شروط نظافة العمال المهنيين الذين يزاولون هذه النشاطات،⁽⁴⁾ وهو ما أكد عليه المشرع في نص المادة 55 من المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري⁽⁵⁾.

02- احترام شروط نظافة محلات تصنيع وتخزين المواد الغذائية: ينبغي من جهة أخرى تطبيق ضوابط وشروط النظافة، والنظافة الصحية الخاصة بمحلات وأماكن عملية تصنيع المواد الغذائية حيث جاء قانون حماية المستهلك وقمع الغش بقاعدة أمرة توجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يسهر على احترام شروط النظافة صنيعة أو المعالجة والنظافة الصحية لأماكن ومحلات، وهو ما أكد عليه المشرع الجزائري من خلال الفصل الخامس المعنون "الضوابط المطبقة على المنشآت والتجهيزات" والفصل السادس "الضوابط المطبقة على التزود بالماء" والفصل السابع "الضوابط المطبقة على الإنارة والتهوية" والفصل السابع "الضوابط المطبقة على النقل" وهذا من خلال المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري السالف الذكر⁽⁶⁾.

03- الالتزام بنظافة المادة الأولية المكونة للمادة الغذائية: حدد المشرع الجزائري في الفصل الرابع المعنون بـ "الضوابط المطبقة على الإنتاج الأولي" من المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري السالف

(1)- المادة 50 من المرسوم التنفيذي رقم 17-140 مؤرخ في 11 أبريل 2017 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية، العدد 24، الصادرة في 16 أبريل 2017.

(2)- المرسوم التنفيذي رقم 16-299 مؤرخ في 23 نوفمبر 2016 يحدد شروط وكيفيات استعمال الأشياء واللوازم الموجهة لملامسة المواد الغذائية، وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم، الجريدة الرسمية، العدد 69، الصادرة في 6 ديسمبر 2016.

(3)- أنظر: مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص 25.

(4)- أنظر: عبد الحق علاق، مبدأ الالتزام بالسلامة الغذائية لحماية المستهلك، دراسة تحليلية في الفقه والتشريع الجزائري مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، المجلد 09، العدد 01، جانفي 2017 ص 125.

(5)- المادة 55 من المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري السالف الذكر.

(6)- أنظر: عبد الحق علاق، المرجع السابق، ص 126.

الذكر عدة ضوابط متعلقة بالإنتاج الأولي نذكر منها: (1)

01. أن تكون المواد الأولية محمية من كل تلويث، مع مراعاة كل عملية تحويل لاحقا.
2. أن تكون التجهيزات والمعدات اللازمة لعمليات جمع المواد الأولية أو إنتاجها أو تحضيرها أو معالجتها أو توضيبها أو نقلها أو تخزينها مهيأة ومستعملة بطريقة ملائمة وبصفة تجنب تشكل لبؤرة التلوث، وأن تكون مغلفة بمواد مانعة للتسرب وملساء ومقاومة للتآكل.... وغيرها (2)
ثالثا: إلزامية أمن المنتجات: وضع المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك التزاما محدداً على عاتق المتدخل مضمونه أمن المنتجات الموضوعة للاستهلاك، وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها (3) ويسعى الالتزام بالأمن إلى توفير الحماية والسلامة من السلع والخدمات التي تسبب خطر على حياة المستهلك في كل مراحل وضع المنتج للاستهلاك (4) وقد تم تكريس الالتزام بالأمن من خلال نص المادتين 09-10 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم الغش حيث ربط المشرع أمن المنتج بسلامة المستهلك، ويقصد بالأمن « البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف التقليل من أخطار الإصابات في حدود ما يسمح القانون. » (5)

أما فيما يخص المقصود بأمن المنتج فقد تعرض المشرع إلى تعريفه من خلال القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وكذا المرسوم التنفيذي رقم 12-03 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، فهذا الأخير أشار إلى السلعة المضمونة تكون كذلك عندما تستجيب لمتطلبات الأمن المنصوص عليها في القوانين وبهذا فإن المشرع ربطه بالاستعمال المشروع المنتظر من السلعة والخدمة، فلا يمكن أن نحقق أمن وسلامة المستهلك إلا عن طريق الخضوع للقواعد القانونية المنظمة لكل سلعة وخدمة سواء فيما يخص مكوناتها وخصائصها، تركيبها وتغليفها، وكذا كيفية عرضها واستهلاكها (6)
وفي ذات السياق حددت المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش معايير ينبغي على المتدخل إتباعها لتحقيق أمن المنتجات، منها تركيبة المنتج وتغليفه، شروط تجميعه وصيانته وتأثير المنتج على المنتجات الأخرى وعرض المنتج، وسمه وتبيين إرشادات الاستعمال ومخاطر استعماله، كما أكدت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 12-03 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات على ضرورة استجابة المنتج للتعليمات التنظيمية المتعلقة بها في مجال أمن وصحة المستهلكين وحمايتهم خاصة من حيث مميزات السلعة، شروط النظافة التي ينبغي أن تتوفر في أماكن الإنتاج والأشخاص العاملين بها مميزات وتدابير الأمن الأخرى المرتبطة بالخدمة وشروط وضعها في متناول المستهلك، تدابير الملائمة لضمان مسار المنتج (7) وقد جعل المشرع

(1)-المواد من 06 إلى 09 من المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري السالف الذكر.

(2)-أنظر: نصيرة بوعزة، المرجع السابق، ص 269.

(3)-أنظر: كمال كيجل، التزامات المتدخلين في العملية الاستهلاكية ومدى فاعليتها في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، -، أبريل 2017، ص 538.

(4)-Dalila Zennaki, les aspects controverses du droit algérien de la consommation par apport au droit civil, revue des science juridiques et administratives, Faculté de droit, Université Djilali liabes Sidi bel Abbes, Algérie, numéro spécial, Avril 2005, p08.

(5)-المادة 03/09 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(6)-أنظر: سناء خميس، التزام المتدخل بضمان أمن المنتج، دراسة على ضوء أحكام القانون رقم 03-09، والمرسوم التنفيذي رقم 12-03، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 11، العدد 02، جوان 2019، ص 540.

(7)-أنظر: منال بوروب، المرجع السابق، ص 54.

من إلزامية أمن المنتجات إلزامية عامة تشمل كل المنتجات مهما كانت طبيعتها⁽¹⁾ وحرص على مراقبة المتدخل عند تنفيذه لهذا الالتزام في كل مرحلة من مراحل حياة المنتج سواء في مرحلة الإنتاج والاستيراد، التخزين والنقل، التوزيع بالجملة وبالتجزئة.

والجدير بالذكر أن الحديث عن التزام المتدخل بواجب أمن المنتج لا يكون إلا في حالة استعمال المستهلك للمنتج وفقا للمعايير المحددة من قبل المتدخل، فلا يعد هذا الأخير مقصرا في تنفيذ التزامه إذا لم يتبع المستهلك هذه المعايير وأصابه ضرر من هذه المنتجات، ورغبة من المشرع في حماية المستهلك مد استفادته من الحماية حتى في حالة عدم تقيده بتعليمات المتدخل بشرط أن يستطيع هذا الأخير توقع شروط أخرى للاستعمال كونه يتفوق اقتصاديا على المستهلك.⁽²⁾

الفرع الثالث: نطاق الالتزام بالسلامة

إن خصوصية الالتزام بضمان السلامة تتطلب البحث في حدوده، أي نطاق هذا الأخير فبعد أن تم تكريسه بصفة صريحة في قوانين حماية المستهلك، فكان من الضروري البحث عن أشخاصه أو أطرافه، وهذا الالتزام الذي يشترط أن يتحقق من أجل ضمان سلامة وأمن المستهلك من منتج خطير كمحل للالتزام.⁽³⁾

ومن خلال هذا الفرع سيتم التطرق إلى نطاق مجال تطبيق لالتزام بالسلامة بالنسبة للأشخاص (أولا) لنخرج بالبحث عن مجال تطبيقه من حيث الموضوع (ثانيا).

أولا: مجال تطبيق الالتزام بالسلامة بالنسبة للأشخاص: إن نطاق الالتزام بضمان السلامة من حيث الأشخاص يتحدد من خلال صنفين من الأشخاص، الأول هو المستهلك باعتباره المستهدف أساسا من الحماية التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والثاني هو المتدخل باعتباره المعني بتطبيق أحكام هذا القانون، والمسؤول عما رتبته من التزامات.⁽⁴⁾

01- الدائن بضمان السلامة في التشريع الجزائري: يستفيد من الالتزام بضمان سلامة حسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش المستهلك، وقد كان هذا المصطلح خلال العشرينات الأخيرة موضوع اهتمام الفقه والقضاء، ومحاولة البحث عن الحماية الضرورية له (وبما أنه سبق وفصلنا في موضوع تعريف المستهلك راجع في ذلك الفصل الثاني من الباب الأول).

02- المدين بضمان السلامة في القانون الجزائري: لم يستعمل المشرع الجزائري لا مصطلح منتج كما هو الحال بالنسبة للتعليمية الأوروبية طبقا للمادتين 02-03 من التعليمية الأوروبية لسنة 2001 ولا مصطلح محترف كما هو الحال بالنسبة لقانون الاستهلاك الفرنسي طبقا للمادة 1-221 من قانون الاستهلاك الفرنسي، وفضل استعمال مصطلح متدخل والذي عرفه من خلال نص

(1) -حدد المشرع الجزائري بموجب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات السالف الذكر نطاق تطبيق الالتزام بأمن المنتجات السالف الذكر، وبالمقابل أيضا أورد استثناءات من خلال نص المادتين 3-4 من ذات المرسوم.

(2) -أنظر: محمد مالكي، الآليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018، ص 100.

(3) -أنظر: ناجية شيخ، الالتزام بالسلامة في المنظومة القانونية الخاصة بالمستهلك، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 04، العدد 02، أفريل 2018 ص 62.

(4) -أنظر: محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفا تر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 09، جوان 2013، ص 62.

المادة 7/03 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم على أنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك»⁽¹⁾ وعليه فإن مصطلح المتدخل يشمل منتج للسلعة أو الخدمة، المستورد والمخزن، الناقل والموزع لها بالجملة أو بالتجزئة، فكل ممتن لوأحدة من هذه الأنشطة يعتبر متدخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه تجاريا كان أم لم يكن، ولعل أهم ما يميز هذا الأخير هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية بما يبرر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن.⁽²⁾

ثانيا: مجال التطبيق الالتزام بالسلامة من حيث الموضوع: تمثل المنتجات موضوع التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك، فهو الذي يسبب ضررا للمستهلك ويمس بسلامته المادية والمعنوية، ويأخذ مفهوم المنتج كل ما يقتنيه المستهلك من سلع وخدمات، ويكتسي تعريفه أو تحديده أهمية بالغة لمعرفة المنتجات الخاضعة لقانون حماية المستهلك، وفي المقابل المنتجات التي لا تخضع له كونها منظمة بقوانين خاصة.⁽³⁾

01)- المنتجات الخاضعة لقانون حماية المستهلك: استعمل المشرع الجزائري اصطلاح "المنتجات الموضوعية للاستهلاك" وعرف المنتج من خلال نص المادة 10/03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا». وبالتالي فقد أخذ المشرع الجزائري بمعيار جد واسع، بحيث أن السلامة تشمل كل السلع والخدمات على مختلف أنواعها صناعية، فلاحية ويدوية وهذا دون تمييز بين الجديدة والقديمة، المستعملة وغير المستعملة، كما أنه لم يميز بين المنتجات الخطيرة وغير الخطيرة، إذ يشمل التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك كل المنتجات المعروضة للتداول في السوق مهما كانت طبيعتها، كما فقد عرف المنتج الخطير باعتباره كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون الذي عرفته المادة 13/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 14/3 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.⁽⁴⁾

أما في فرنسا فإن نطاق التطبيق قد تم تحديده بموجب المادتين L221-1 و L221-1 من قانون الاستهلاك الفرنسي، فالنص الأول يشير إلى المنتجات والخدمات، والثاني يقصي من نطاق التطبيق المنتجات القديمة والمستعملة التي تتطلب إصلاحا أو إعادة إلى الحالة السابقة لاستعمالها، إن هذا الإقصاء مرتبط بأن يكون الشخص الذي يورد هذا المنتج المستعمل قد أعلم الطرف الآخر بضرورة إعادة إلى الحالة السابقة، وهو ما يجعل نطاق تطبيق الالتزام

(1)- المشرع الجزائري قبل إصدار القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك لم يستقر على مصطلح واحد إذ استعمل في بداية لفظ المحترف لدلالة على المهني من خلال المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات والرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم، وغيره إلى مصطلح العون الاقتصادي من خلال قانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، ثم إلى تسمية المؤسسة من خلال قانون المنافسة، وأخيرا استقر على لفظ المتدخل.

(2)- أنظر: محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 68.

(3)- أنظر: نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012-2013، ص 33.

(4)- كان المشرع يقر الالتزام بضمان السلامة في إطار المنتجات الخطرة بطبيعتها، حيث عرف المادة الخطيرة في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 03-452 المتعلق بالشروط الخاصة بنقل المواد الخطرة عبر الطرقات، الجريدة الرسمية، العدد 75 الصادر 7 ديسمبر 2003، بالإضافة إلى المنتجات الخطيرة بسبب عيب فيها والتي نصت عليها المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الجريدة الرسمية، العدد 40 الصادر في 19 سبتمبر 1990.

بالسلامة جد واسع، فزيادة على المنتجات الفلاحية فإن القانون يطبق أيضا على المنتجات الصناعية وكذا اليدوية، وعلى المنتجات المصنوعة في فرنسا، وكذا المستوردة.⁽¹⁾

(02)-تقسيم المنتجات إلى سلع وخدمات: طبقا لأحكام المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم يمكن تقسيم المنتجات إلى قسمين:

1-السلع: عرف المشرع الجزائري السلعة من خلال نص المادة 18/03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنها: «كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا» كما عرفت المادة 02 من قانون رقم 03-06 المتعلق بالعلامات، وبذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال كالأغذية، بل تشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والألات، وبالمقابل فإن المشرع قصر مفهوم السلعة على الأشياء المادية مع استثناء الأموال المعنوية كالبراءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية، والعلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة، مما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة والتقييم التي تتطلب كيانا ماديا لتطبيقها.⁽²⁾

والجدير بالملاحظة أن المشرع الجزائري لم يحدد أنواع السلع التي يلتزم المتدخل بضمان سلامتها، وبالتالي ضمان سلامة المستهلك وهذا نظرا لكثرتها واتساع مجالات الإنتاج، إلا أنه ذكر صور العملية الإنتاجية من خلال نص المادة 140 مكرر من قانون مدني التي عدت بعض منها كالمنتجات الزراعية والصناعية، صناعة الغذائية وكذا منتجات الصيد البري والبحري وتربية الحيوانات... الخ.⁽³⁾

2-الخدمة: يقصد بها كل مجهود يمكن أن يقوم بمقابل على أن لا يكون مال منقول، والخدمة قد تكون مادية (الفندقة والتنظيف) أو مالية (القرض، تأمين) أو فكرية (علاج طبي، استشارة قانونية) وقد قدم المشرع الجزائري تعريف للخدمة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش من خلال المادة 03 منه: «الخدمة كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة». والمشرع استثنى عملية تسليم المنتج لأنها تعتبر من الالتزامات التي تقع على عاتق البائع.

ويشترط في الخدمة أن لا تمس مصلحة المستهلك المادية كأن لا تنسب خدمة التصليح مثلا لانفجار جهاز المصلح والإضرار بممتلكات المستهلك أو جسمه، وأن لا تلحق به ضررا معنويا كعدم استجابتها للغاية التي ينتظرها منها، والمشرع خص بالذكر في قانون حماية المستهلك قمع الغش خدمتين هما خدمة القرض الاستهلاك والتي تناولها المشرع من خلال المادة 1/20 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وخدمة ما بعد البيع.

(03)-المنتجات المنظمة بقوانين خاصة: استبعد قانون حماية المستهلك بعض المنتجات من الحماية لكونها منظمة بقوانين خاصة نظرا لخطورتها أو لتعقيدها كالأسلحة والمواد المتفجرة المواد السامة والمخدرة، وبالتالي مساسها بالمستهلك أو لتفرد نظامها القانوني عن المنتجات أخرى كالعقارات والسيارات، ويبقى قانون حماية المستهلك الشريعة العامة يقوم بضمان الالتزام بالسلامة في مجالات معينة.⁽⁴⁾

ومن الصفوة القول يتضح لنا أن الالتزام بالسلامة يهدف أساسا إلى الحفاظ على التوازن بين

(1)-أنظر: شوقي بناسي، أثر التشريعات الاستهلاكية على المبادئ الكلاسيكية للعقد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 298.

(2)-أنظر: محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 70.

(3)-المادة 10/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 140 مكرر من القانون المدني وهذه الأخيرة أعطت بعض صور، وليس كلها وذلك باستعمال عبارة "لا سيما"

(4)-أنظر: نوال شعباني، المرجع السابق، ص 41.

كل من مصلحة المضرور بضمان حصوله على تعويض للأضرار التي تسببت فيها المنتجات عن طريق آليات تضمن تحقق هذه الغاية، والمهني الذي يبقى مطالب بالاجتهاد والإبداع من خلال ضمان عدم اختلال التوازن لصالح المضرور على حساب تشجيعه وتحفيزه على الإنتاج.

المطلب الثالث: تكريس الالتزام بالمطابقة كضمانة قانونية فعالة لحماية المستهلك

يعتبر الالتزام بمطابقة المنتجات من بين أهم الالتزامات الواقعة على المتدخل في الوقت الذي يشكل أيضاً أهم الضمانات الممنوحة للمستهلك من طرف المشرع، وقد تعدى مصطلح مطابقة المنتج التعريف الكلاسيكي وحصره فقط على مطابقة محل العقد لما اتفق عليه الطرفان المتعاقدان بل تعداه إلى ضرورة المطابقة للمقاييس والمواصفات القانونية المعتمدة بغية تحقيق جودة المنتج وكذا تأهيله لمنافسة المنتجات ذات السمة المشتركة وخاصة الأجنبية في ظل المنافسة الشرسية التي تواجه المنتج المحلي من طرف تلك القادمة من الدول الأوروبية.⁽¹⁾

وتبعاً لما سبق سيتم تناول من خلال هذا المطلب مفهوم الالتزام بمطابقة المنتجات {الفرع الأول} الذي يعتبر من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل إلى جانب الالتزام بتقديم الضمان، ليتم بعدها التطرق إلى أساس الالتزام بضمان المطابقة {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم معالجة مضمون الالتزام بمطابقة المنتجات {الفرع الثالث} باعتبارها وسيلة هامة تحدد خصائص معينة لحماية صحة وأمن المستهلكين.

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بمطابقة المنتجات

أصبح موضوع تجسيد وضمان المطابقة وتأكيد الرقابة عليها هاماً جداً في الفقه والقانون فقد حاول الفقه أن يضع تعريفاً لضمان المطابقة، من خلال إيراد تعريف للمطابقة ذاتها تارة أو من خلال التصدي لبيان المقصود بعدم المطابقة تارة أخرى، أما دور القضاء فقد كان يعزز أغلب أحكامه بالإشارة إلى هذا الضمان.⁽²⁾ وقد ينصرف التفكير حول مطابقة المنتجات مطابقتها للمواصفات القانونية والمقاييس التنظيمية فحسب، بل للمطابقة مفهوم أوسع هو المطابقة للرغبات المشروعة للمستهلك، لذا يتعين تحديد مفهومها بالمعنى الواسع (أولاً) وكذا مفهومها بالمعنى

الضيق (ثانياً).⁽³⁾

أولاً: المعنى الواسع للمطابقة: استناداً إلى المادة 02 المعدلة لأحكام المادة 11 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص على أنه: «يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك».⁽⁴⁾ نجد أن المشرع يعطي للمطابقة مفهوماً واسعاً هو مطابقة المنتجات لرغبات المشروعة للمستهلك مع العلم أن قانون حماية المستهلك لم يتضمن تعريفاً للرغبة المشروعة للمستهلك والتي نعني بها أن المستهلك عند اقتنائه المنتج يتوقع الاستفادة منه حسب الغرض الذي أراده دون التضرر منه، ويمكن تحديد الرغبة المشروعة للمستهلك اعتماداً على العديد من المعايير والتي تتمثل أهم مبادئها في طبيعة المنتج أو الخدمة، صفته ومنشئه، مميزاته

(1)-أنظر: زكرياء بوعون، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017، ص44.

(2)-أنظر: إيمان طارق الشكري، عبد الهادي حيدر، جزاء الإخلال بضمان المطابقة في عقد البيع، دراسة مقارنة، مجلة المحقق للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، العراق، المجلد 06، العدد 04، ديسمبر 2014، ص182.

(3)-تختلف المطابقة في مجال حماية المستهلك عن تلك الموجودة في القانون المدني المادة 353 اختلافاً جوهرياً حيث تتميز المطابقة في القانون المدني في كونها مقصورة على الإطار التعاقدية وهي تتضمن تقديم مبيع مطابق للمواصفات المحددة في العقد، أما المطابقة بموجب قواعد الاستهلاك فتتضمن مواصفات تحددها القوانين واللوائح الفنية والتنظيمية.

(4)-المادة 02 من القانون رقم 09-18 المتممة لأحكام المادة 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر.

الأساسية وهويته، كميّاته وقابليته للاستعمال القواعد والمقاييس، العرف التجاري المتعلق بالمنتج أو الخدمة، الحالة التقنية ومقتضيات العقد⁽¹⁾ وهذه الأخيرة أمر ذاتي من الصعب حصرها كونها يختلف من مستهلك لآخر وهي خاصة به فقد يبحث المستهلك على المطابقة الكمية وقد تكون مطابقة وصفية أو وظيفية⁽²⁾ فالحماية المستهلك يستدعي الأمر أن يكون المنتج مطابقا للرغبات المشروعة للمستهلك وللإستعمال المنتظر منه، مع ضرورة إجراء المتدخل لرقابة ذاتية سابقة على عرض المنتج للإستهلاك لوقاية وحماية مصالح المستهلك مع احترام المقاييس والمعايير القانونية المعمول بها⁽³⁾.

ثانيا: المعنى الضيق للمطابقة: ينصرف المعنى الضيق للمطابقة إلى موافقة ومطابقة المنتج للمواصفات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم سواء تلك خاصة بتغليفه، وسمه، أو إنتاجه وغيرها⁽⁴⁾.

وقد عرفت المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المطابقة على أنها: «استجابة كل منتج موضوع الاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية، السلامة والأمن الخاصة به». أما القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم فلا نلمس إشارة إلى تعريف عملية المطابقة، إنما اكتفى المشرع من خلال هذا القانون بمجرد تقديم تعريف للمواصفة والإشهاد بالمطابقة.

أما عن موقف التشريعات المقارنة، فقد نص قانون الاستهلاك الفرنسي على أن البائع يلتزم بأن يسلم سلعة مطابقة للعقد ويضمن عيوب المطابقة الموجودة عند التسليم، كما يجب أن يضمن أي نقص في المطابقة الناتجة عن التعبئة والتغليف، أو لتعليمات التركيب أو التثبيت متى كانت على عاتقه حسب ما تنص عليه أحكام العقد أو عندما يتم تنفيذها تحت مسؤوليته⁽⁵⁾. وبهذا فإن المشرع الفرنسي بين المطابقة كضمان يلتزم به البائع، فإذا كان المبيع غير مطابق للعقد عند التسليم كان للمشتري أن يرجع على البائع بضمان المطابقة، كما نادي بعض الفقهاء في فرنسا بضرورة تعديل قانون المدني الفرنسي ونص على إضافة الضمان في عقد البيع على ضمان المطابقة كالترام جديد يقع على عاتق البائع، ويستفيد منه المستهلك في عقود البيع⁽⁶⁾.

وفي مقابل ذلك أشار قانون حماية المستهلك المصري رقم 181 لسنة 2018 إلى ضمان الالتزام بالمطابقة من خلال نص المادة 21 منه على أنه: «للمستهلك خلال ثلاثين يوما من تسلم السلعة في استبدالها، أو إعادتها مع استرداد قيمتها النقدية إذا شابها عيب، أو كانت غير مطابقة للمواصفات أو للغرض الذي تم التعاقد عليها من أجله». كذلك المادة 02/ج: «حرية ممارسة النشاط الاقتصادي مكفولة للجميع، ويحظر على أي شخص إبرام أي اتفاق أو ممارسة أي نشاط يكون من شأنه الإخلال بحقوق المستهلك الأساسية خاصة.....

ج-الحق في اختيار الحر لمنتجات تتوافر فيها شروط الجودة المطابقة للمواصفات». وكذا المادة 03 من ذات القانون «يلتزم المورد بقواعد الصحة والسلامة بمعايير الجودة وضمانها

(1)-أنظر: نسيم حمار، الالتزام بالمطابقة في قانون حماية المستهلك، مجلة الاتحاد الصادرة عن الاتحاد الوطني لمنظمات المحامين الجزائريين، العدد 03، منشورات دار المحامي، سيدي بلعباس، أكتوبر 2011، ص 262.

(2)-أنظر: محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص 283-284.

(3)-المادة 12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، دراسة في قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، المرجع السابق، ص 17.

(5)-L217-4 créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(6)-Jean Calais-Auloy, Frank Steinmetz, Droit de la consommation, 4^{ème} édition, Dalloz, paris 1996, P 701.

للمستهلك في منتجاته وفقا للمواصفات القياسية المصرية أو للمواصفات الدولية المعتمدة في مصر في حال عدم وجودها».

وعليه نجد أن المشرع المصري قد اعتبر ضمان المطابقة من الحقوق الأساسية التي يتمتع بها المستهلك والذي يجب أن يكون فيه المبيع مطابق للمواصفات المذكورة في العقد فضلاً عن وجوب مطابقته مع الغرض الخاص الذي قصده المستهلك من التعاقد.⁽¹⁾

نستنبط مما سبق، أن المشرع الجزائري اعتمد على المفهوم الوظيفي للمطابقة في المنتج باعتبار أن المنتج يجب أن يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك، بحيث توسع على المفهوم الذي جاءت به المادة 03 السالفة الذكر التي اقتصر على اللوائح ومتطلبات الصحة والسلامة ومن جهة أخرى نجده لم يربط مضمون المطابقة بمطابقة المنتج للعقد، أي للصفات الأساسية التي طلب المستهلك من المتدخل ضرورة توفيرها في الشيء المبيع كما نص عليه القانون الفرنسي.⁽²⁾ إذ اعتبر أن تقدير المطابقة يتعلق بالعقد وما قرره إرادة المتعاقدين، وليس بالمعنى الدقيق لمدى مطابقة المنتج للرغبات المشروعة.⁽³⁾

تأسيساً على ما تقدم يمكن تعريف الالتزام بمطابقة المنتج بأنه التزام قانوني بمقتضاه يلتزم كل متدخل عند عملية عرض منتجاته للاستهلاك، وبصرف النظر عن النظام القانوني الخاضع له (تاجر منتج، مورد، موزع، مستورد، حرفي.... الخ) بأن يقدم للمستهلك منتجاً مطابقاً وموافقاً للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وكذا المقاييس والمواصفات المحددة سلفاً بموجب النصوص القانونية والتنظيمية، إضافة إلى التزامه بتحقيق رغبات المستهلك المشروعة التي يدخل في تقديرها العديد من المعايير من بينها؛ طبيعة المنتج ومصدره، النتائج المنتظرة منه، وكذا المميزات التنظيمية المتعلقة به، بالإضافة إلى رقابة المطابقة كإجراء إلزامي لضمان مطابقة المنتج.⁽⁴⁾

الفرع الثاني: أساس الالتزام بضمان المطابقة

يقوم التزام المنتج أو البائع في عقد البيع على عدة أسس تتمثل تلك الأسس في بعض النصوص التشريعية كالنصوص الواردة في قوانين الاستهلاك، والنصوص الواردة في القانون المدني كما أنه يقوم على أساس عقدي لأنه يرتبط بالتسليم في عقد البيع والإلزام بالإعلام عند دخوله في النطاق العقدي.

ومن خلال هذا الفرع سيتم التطرق إلى الأسس العقدية للالتزام بضمان المطابقة (أولاً) لنعرج بالبحث عن الأساس التشريعي للالتزام بضمان المطابقة (ثانياً).

أولاً: الأسس العقدية للالتزام بضمان المطابقة: يرتبط الالتزام بضمان المطابقة ارتباطاً وثيقاً بالالتزام بالتسليم في عقد البيع والالتزام بالإعلام، حيث لا يمكن للبائع أن ينفذ هذه الالتزامات تنفيذاً صحيحاً وسليماً إلا إذا نفذ التزامه بضمان المطابقة.⁽⁵⁾

(01)- الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بضمان المطابقة: إن الرأي الغالب في الفقه والقضاء الفرنسيين ذهب إلى القول بأن الالتزام بضمان المطابقة يرتبط بالالتزام بالتسليم، ويعتبر وصفاً له فيقوم الالتزام

(1)-أنظر: إيمان طارق الشكري، عبد الهادي حيدر، المرجع السابق، ص183.

(2)-أنظر: محمد جريفي، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص284.

(3)-L217-5 créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(4)-أنظر: ثامر ربيح، وهيبة بن ناصر، رقابة المطابقة في إطار ضمان فعالية وتنفيذ الالتزام بالمطابقة، دراسة على ضوء القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية وقمع الغش، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد 04، العدد 02، 2019، ص192.

(5)-أنظر: رضوان قرواش، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1) بن يوسف بن خدة، 2012، ص122.

بالمطابقة على أساس الالتزام بالتسليم، فهذا الأخير يكون تاماً متى تأكد من ذاتية المبيع وخصائصه المتفق عليها، والمطابقة تقدر لحظة التسليم فإذا كان الشيء الذي تم تسليمه مطابقاً من الوجهة المادية للشيء الذي تم الاتفاق عليه في ذاتيته وفي خصائصه المميزة، فإن الالتزام بالتسليم يكون قد تم تنفيذ، وأما إذا لم تتحقق المطابقة فللمشتري بعض الخيارات وهي التنفيذ العيني، أو الفسخ أو تخفيض الثمن وذلك إضافة للتعويض.⁽¹⁾

ويعتبر البائع مخلاً بالتزامه بتسليم شيء مطابق إذا كان هناك اختلاف بين الشيء المسلم وما كان متفق عليه في العقد من أوصاف، وقد شبهت محكمة النقض الفرنسية التسليم الوارد على شيء غير مطابق بغياب أو انعدام التسليم فلا يلتزم المشتري بدفع الثمن، إلا إذا نفذ البائع التزامه وبصفة خاصة التزامه بتسليم شيء مطابق.⁽²⁾ لذلك عرفت المطابقة في ظل القواعد العامة بأنها: «مطابقة الشيء المبيع للمواصفات المتفق عليها في العقد والاشتراطات الصريحة والضمنية فيه». بينما عرفت عدم المطابقة بأنها: «اختلاف بين الشيء المسلم حقيقة وفعلاً والشيء المتفق عليه في العقد».⁽³⁾

وفي هذا السياق نص المشرع الجزائري على مبدأ مطابقة كالتزام عقدي في القانون المدني ضمن قواعد ضمان تخلف الوصف من خلال نص المادة 1/379 من قانون المدني الجزائري المقابلة للمادة 1/447 من قانون المدني المصري، إذ أن البائع ملزم بتسليم المبيع تتوافر فيه الصفات المتفق عليها من المتعاقدين، كما أنه ملزم بتسليم السلعة المبيعة صالحة للغاية المقصودة حسبما هو ظاهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعدت له، كما نص عليها في المادة 353 من القانون المدني المقابلة للمادة 420 من قانون المدني المصري عند تنظيمه للبيع بالعينة.

02- الالتزام بالإعلام كأساس للالتزام بضمان المطابقة: ذهب بعض الفقه الفرنسي إلى الربط بين الالتزام بالمطابقة والالتزام بالإعلام، حيث ما يفصح عنه البائع من معلومات عن السلعة المبيعة للمستهلك، ويعتقد بصورة مشروعة صحة هذه المعلومات وتوقع مطابقتها وقت التسليم لهذه البيانات مما دفعه لقبول شراء هذه السلعة، فإن هذه البيانات تدخل في النطاق العقدي، ومن ثم يلتزم بها البائع وعليه تسليم مبيع مطابق لتلك البيانات.⁽⁴⁾

ولا مناص من القول بوجود الارتباط بين الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان المطابقة مما يجعل من المعلومات والمواصفات المقدمة من البائع هي المعيار الذي يؤخذ في الاعتبار عند تقدير المطابقة، كما أن إقامة الالتزام بضمان المطابقة على أساس الالتزام بالإعلام من شأنه التقليل من صور الدعاية الكاذبة والمضللة، ويحول دون تقديم البائع بالإعلام لبيانات خاطئة أو معلومات مغلوطة لأنه سيلتزم بتسليم شيء مطابق لها، وعلى ذلك يصلح الالتزام بالإعلام أن يكون أساساً قوياً للالتزام بضمان المطابقة.⁽⁵⁾

ثانياً: الأساس التشريعي للالتزام بضمان المطابقة: يجد الالتزام بضمان المطابقة أساسه القانوني في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم إذ خصص له المشرع

(1)-أنظر: فضيلة يسعد، التزام المنتج بضمان مطابقة المنتجات، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، الجزائر المجلد 09، العدد 01، 2016، ص 325.

(2)-أنظر: رضوان قرواش، المرجع السابق، ص 122.

(3)-François Collart DUTILLEUL et Philippe DELEBECQUE, contrats civils et commerciaux 5^{ème} édition, Dalloz, paris, 2001, p202.

(4)-أنظر: أشرف محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص 613.

(5)-أنظر: محمد علي مبروك ممدوح، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 2008 ص 40.

الجزائري الفصل الثالث منه والذي جاء بعنوان "إلزامية مطابقة المنتوجات" من خلال نص المادتين 10-11 منه، كما ألزم المشرع في نص المادة 12 من ذات القانون على وجوب إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك، وبذلك فإن مبدأ المطابقة في ظل قانون حماية المستهلك تحكمه مجموعة من القواعد ذات طبيعة وقائية تهدف إلى ضمان المطابقة، واستبعاد المنتجات والخدمات التي لا تستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك من السوق وقواعد ردعية تطبق في حالة انعدام المطابقة وذلك من خلال وسيلتين قانونيتين هما التقييس والرقابة، كما عزز هذا الالزام

من خلال جملة من النصوص التنظيمية والقانونية⁽¹⁾

كما يمكن تأسيس الالتزام بضمان المطابقة في عقد البيع على أساس المبادئ والقواعد العامة في نظرية الالتزام كمبدأ حسن النية، وقاعدة إلزام المتعاقد بمستلزمات العقد طبقاً لأحكام المواد 1/148 من التقنين المدني المصري والتي تقابلها المادة 1135 من التقنين المدني الفرنسي والمادة 107 من القانون المدني الجزائري، إذ يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حس ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه، ولكن يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام⁽²⁾.

الفرع الثالث: مضمون الالتزام بمطابقة المنتوجات

يعتبر الالتزام بالمطابقة من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل عند تولي مهمة الإنتاج، حيث يتضمن هذا الأخير في ظل أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش المطابقة للمواصفات القانونية والقياسية قصد توفير الجودة العالية للمنتوجات ومنافسة المنتوجات العالمية وحماية المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، إضافة إلى ذلك المطابقة لما تم الاتفاق عليه في العقد والذي يعكس الرغبة المشروعة للمستهلك التي دفعته للتعاقد⁽³⁾. ومن خلال هذا الفرع سيتم التطرق إلى الالتزام بمطابقة المواصفات القانونية (أولاً) لنعرج بالبحث عن الالتزام بمطابقة المواصفات القياسية (ثانياً) ليتم بعدها معالجة مطابقة المنتج للاشتراطات التعاقدية (ثالثاً).

أولاً: الالتزام بمطابقة المواصفات القانونية: يجب أن تتوافر المواصفات القانونية في كل منتج أو خدمة موجهة للاستهلاك، ذلك أن المواصفات القانونية تعبر عن الخصائص والمميزات المطلوبة في المنتج سواء كان سلعة أو خدمة قصد تحقيق غرض معين، يقع على العون الاقتصادي واجب احترامها منذ تولي مهمة الإنتاج إلى غاية الاستهلاك⁽⁴⁾.

ولقد عرف المشرع الجزائري المواصفة أنها: «وثيقة تصادق عليها هيئة التقييس المعترف بها تقدم من أجل استعمال مشترك ومتكرر القواعد والإشارات أو الخصائص لمنتج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة، ويكون احترامها غير إلزامي، كما يمكن أن تتناول جزئياً أو كلياً المصطلحات أو الرموز أو الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة أو اللصقات لمنتج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة»⁽⁵⁾. إذا جئنا إلى مقارنة هذا التعريف مع التعريف الوارد قبل التعديل لسنة 2016 المتعلق بالتقييس نجد أن المشرع الجزائري أضاف بعض الأحكام لم تكن في السابق من بينها أن هذه الوثيقة ذات استعمال مشترك، بينما في السابق استعمل عبارة استعمال عام، ومن جهة أخرى

(1)-أنظر: محمد بودالي، المرجع السابق، ص 285.

(2)-أنظر: محمد علي مبروك ممدوح، المرجع السابق، ص 33.

(3)-أنظر:، صارة فاضل، التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في إطار القانون رقم 09-03، مجلة الاجتهاد القضائي مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص 436.

(4)-المادتين 10-11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-المادة 3/02 من القانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 جوان 2016 المعدلة والمتممة لأحكام المادة 3/2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية، العدد 37، الصادرة في 22 جوان 2016.

ألزم أن تتضمن الوثيقة الرموز والشروط في مجال التغليف والسمات المميزة أو اللصاقات بصفة جزئية أو كلية، بمعنى نجد أن المشرع الجزائري خفف نوعا ما في صرامة الأحكام القانونية مقارنة بالسابق.⁽¹⁾

ومن خلال نص المادة 02 السالفة الذكر يمكن القول أن المواصفة تعتبر بمثابة معيار للتفاهم ولغة مشتركة يتم الاحتكام إليها، فهي تلعب دور المترجم أي أنها تترجم الحاجات المختلفة إلى أوصاف أو إرشادات وغيرها، مفادها التحسين والتطوير وتحقيق أكبر قدر ممكن من الحماية للمستهلك، فلا يمكن تصور تقديم شهادة المطابقة لمنتج في حين أنه تم إنتاجه بطريقة مخالفة للمقاييس الموضوعية، ذلك أن الالتزام بالمطابقة يعتبر الصورة الحقيقية والسليمة لاحترام القواعد الأمرة المتعلقة باحترام المواصفات القانونية⁽²⁾

وبناء على ذلك أصبحت المواصفات القانونية تشكل المأمن الوحيد الذي يطمئن إليه المستهلك في ضوء الانفتاح الاقتصادي والمنافسة الشرسية وتطور شروط الإنتاج والتوزيع وتعدد تركيب بعض السلع من الناحية الفنية التي أصبح المستهلك عاجزا أمامها عن اختيار السليم لعدم قدرته الوقوف على الصفات الحسنة لها، وكيفية استعمالها واستهلاكها.⁽³⁾ وقد تم تحديد مجالات العامة للمواصفات والخصائص القانونية من خلال نص المادة 11 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالفة الذكر كالتركيبة ونسبة المقومات، المميزات والكمية، وشروط الحفظ، بينما اهتمت النصوص التنظيمية واللائحية بتحديد المواصفات التقنية لمختلف المنتجات.

ثانيا: الالتزام بمطابقة المواصفات القياسية: دأبت الأنظمة القانونية التقليدية على وضع المقاييس والمعايير الواجب الالتزام بها، إلا أن تشعب الحياة الاقتصادية وتنوع صور تدخل الفاعلين الاقتصاديين في تحديد جملة من المقاييس للمنتج والخدمة، أدى إلى إحداث منظومات تقييس اختيارية، أدت هذه المنظومات إلى طرح العديد من الأسئلة القانونية المتعلقة بمدى قانونيتها وكذا المسؤولية الناجمة عنها.⁽⁴⁾

وباعتبار التقييس أداة ضرورية لتنظيم وتطوير الاقتصاد الوطني من جهة وحماية المستهلك وتحسين نوعية المنتجات من جهة أخرى، فقد عرف المشرع التقييس من خلال المادة 1/2 من القانون رقم 04-16 المتعلق بالتقييس على أنه: «النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام ذات استعمال مشترك ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين».

وعرفت المقاييس على أنها: «الوثائق التي تبين خصائص المنتج أو الخدمة، هدفها الأساسي المطابقة المشروعة للمنتجات والخدمات» وفي حين يعد الأمن مظهر لهذه المطابقة، ويعتبر كل من Fourgoux et Mihailov المقياس كوسيلة لأمن المستهلكين، فالمقياس أو المعايير تحدد خصائص معينة لحماية صحة وأمن المستهلكين.⁽⁵⁾ أما المواصفات القياسية

(1)-أنظر: نصيرة تواتي، دور مطابقة المنتجات للمقاييس القانونية في حماية المستهلك في ضوء القانون رقم 04-16 المتعلق بالتقييس، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة العدد 14، أفريل 2017، ص 459.

(2)-أنظر: الشريف بوفاس، الالتزام بالمواصفات القياسية كاستراتيجية لحماية المستهلك- حالة الجزائر، مداخلة ملقاة بالمناسبة الملتقى الوطني حول أثر التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية لحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة محمد الشريف مساعدية سوق أهراس، المنظم يومي 08-09 ماي 2013، ص 6-7.

(3)-أنظر: نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009، ص 73.

(4)-أنظر: يحي وناسي، النظام القانوني للتقييس الإرادي في القانون الجزائري، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية والاقتصادية معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي بتامنغست، الجزائر، المجلد 06، العدد 01، جانفي 2017، ص 47.

(5)-Jean Calais- Auloy, Frank Steinmetz, op.cit, P241-242.

فنقصد بها: « الخصائص التقنية أو وثيقة قانونية متاحة للجميع تم إعدادها بتعاون الأطراف المعنية وباتفاق منها، وهي مبنية على النتائج المشتركة الناجمة عن العلم والتكنولوجيا والخبرة تهدف إلى توفير المصلحة العليا للأمة يكون مصادقا عليها من طرف هيئة معترف بها»⁽¹⁾.

وعلى العموم يهدف التقييس بوجه عام للبحث عن مطابقة المنتج من وجه مباشر غير أنه يهدف بطريق غير مباشر إلى البحث في مسألة السلامة، ذلك أن السلامة تعتبر مظهر من مظاهر المطابقة، ويتوقف احترام المقاييس على مدى خضوعها للرقابة المستمرة من قبل الهيئات المكلفة بمراقبة الجودة والنوعية وقمع الغش⁽²⁾. ولعل من المفيد أن نؤكد إلى أن المواصفات والمقاييس المعتمدة في مجال المطابقة تنتفع إلى مواصفات وطنية ومواصفات المؤسسة، وللحصول على المطابقة لزم الأمر المرور بمرحلة بتقييم المطابقة والإشهاد عليها.

01- المواصفات الوطنية (الجزائرية): نقصد بها المواصفات التي تعدها الدولة عن طريق المعهد الجزائري للتقييس، حيث تقوم الهيئة الوطنية للتقييس كل ستة أشهر بإصدار برنامج عملها تبين فيه المواصفات التي هي بصدد إعدادها، وكذا المواصفات التي تم المصادقة عليها في فترة سابقة بناء على الاحتياجات الوطنية المعبر عنها، وتسجل المواصفات الوطنية المعتمدة بموجب مقرر صادر عن المدير العام للمعهد الجزائري للتقييس⁽³⁾.

وتتضمن هذه المواصفات وحدات القياس وشكل المنتجات، تركيبها وأبعادها، خاصيتها الطبيعية والكيميائية ونوعها، المصطلح والتمثيل الرمزي، طرق الحساب والاختبار، المعايرة والقياس الأمن والصحة، وحماية الحياة ووسم المنتجات، وطريقة استعمالها، وهذه الأخيرة تشمل أيضا:

1. المواصفات المصادق عليها: هي مواصفات ملزمة التطبيق الموجهة للمحافظة على الصحة العامة والأمن والمحيط، وتأخذ صيغة الإلزام تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس، وبعد دراسة هذه اللجنة لهذا المشروع والمواقفة عليه، وتتولى الهيئة تبليغه إلى اللجان التقنية قصد وضعه موضع التنفيذ وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقييس، ويشير قرار المصادقة على مقياس المعتمد في الجريدة الرسمية نظرا لاعتبار هذا التقييس نشاطا ذا منفعة عامة وبالتالي تتولى الدولة ترقيته ودعمه⁽⁴⁾.

2. المواصفات المسجلة: هي التي تكون اختيارية التطبيق يتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقييس، بعد أخذ رأي اللجان التقنية الوطنية، فتدون فيها مقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي، ويذكر رقم التسجيل، تاريخه وبيان المقاييس تسميته⁽⁵⁾.

02- المواصفات المؤسسة: هي تلك المواصفات التي تم إعدادها بمبادرة من الهيئات ذات النشاطات التقييسية، وهي تتناول جميع المواضيع التي هي ليست محل مواصفات جزائرية بشرط أن لا تكون مواصفات المؤسسة مناقضة للمواصفات الوطنية، ويمكن للمواصفات المؤسسة أن تكون محل مواصفات مصادق عليها، أي تعتمد كأنها مقاييس وطنية وفقا للإجراءات الخاصة بإعداد المواصفة الوطنية طبقا لأحكام المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم التقييس وسيره

(1)-أنظر: علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري المرجع السابق، ص28.

(2)-المادة 03 من القانون رقم 16-04 المتعلق بالتقييس السالف الذكر.

(3)-مضمون المادتين 12-13 من القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية العدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004 المعدل والمتمم.

(4)-المواد 16-17-19-20 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم وسير عمل التقييس، الجريدة الرسمية، العدد 80، الصادرة في 11 ديسمبر 2005.

(5)-أنظر: حبيبة كالم، المرجع السابق، ص46

السالف الذكر⁽¹⁾ وبهذا فإن الهدف من هذا الموصفات هو تبسيط وتنظيم العمليات المتعلقة بجميع أوجه نشاط المصنع من تدبير للمواد الأولية الداخلة في الإنتاج التصنيع وعمليات التسويق⁽²⁾ وإنه من الأهمية بمكان التأكد من قيام المتدخل بتنفيذ التزامه بمطابقة المنتج للموصفات المعتمدة واللوائح الفنية ينبغي القيام بإجراءات تقييم المطابقة، باعتبارها إجراء تقنيا وعلميا بالدرجة الأولى يعمل في إطارها أشخاص خبراء يكتسبون مؤهلات علمية تمكنهم من فحص المنتجات والخدمات، وتقدير مدى استجابتها للخصوصيات التي يجب أن تميزها⁽³⁾ ويقصد بعملية تقييم المطابقة طبقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المتعلق بتقييم المطابقة: «كل إجراء يهدف إلى إثبات أن المتطلبات الخصوصية المتعلقة بمنتج أو مسار أو نظام أو شخص أو هيئة قد تم احترامها، وتشمل نشاطات كالتجارب والتفتيش، الإشهاد على المطابقة واعتماد هيئات تقييم المطابقة»⁽⁴⁾ ويتم من طرف هيئات نصت عليها المادة 4 من ذات المرسوم وهي: المخابر وهيئات التفتيش، هيئات الإشهاد على المطابقة حيث تكفل هذه الهيئات بالتحاليل والتجارب، التفتيش والإشهاد على مطابقة المنتجات، المسارات والأنظمة والأشخاص. ويبقى الهدف من إجراءات التقييم إلى إثبات المتطلبات الخصوصية للمنتجات أو نظام أو أشخاص أو هيئات تم احترامها وهي موافقة للمقاييس المعتمدة، مما يسمح بوضع حد لغش المتدخلين، ويلزمهم بالتقيد بهذه الموصفات بغية الحفاظ على مصالح المستهلك.

ويتربط على تقييم المطابقة الإشهاد عليها باعتبارها العملية التي يتعرف بها بواسطة شهادة المطابقة و/ أو علامة للمطابقة بأن سلع أو خدمة ما يطابق الموصفات أو اللوائح الفني كما هي محددة في القانون، وذلك بتسليم شهادة المطابقة أو وضع علامة على المنتج⁽⁵⁾ وقد عرف المشرع الإشهاد على المطابقة في نص المادة 9/2 من القانون 04-16 المتعلق بالتفتيش على أنها: «نشاط يهدف إلى منح شهادة من طرف ثالث مؤهل، تثبت مطابقة منتج أو خدمة، أو شخص، أو نظام تسيير اللوائح الفنية والموصفات، أو للوائح التقييمية أو للمرجع الساري المفعول» بينما عرفته المادة 1/3 من التنفيذ رقم 05-465 المتعلق بتقييم المطابقة على أنها: «تأكيد طرف ثالث على أن المتطلبات الخصوصية المتعلقة بمنتج أو مسار أو نظام، أو شخص تم احترامها».

وقد حددت المادة 08 من ذات المرسوم الحالات التي تخضع لإشهاد فنصت على أن الإشهاد على المطابقة يشمل: الإشهاد على المطابقة الخاص بالأشخاص وهو الذي يشهد فيه بالكفاءة محددة مسبقا، والإشهاد على المطابقة الخاصة بالمنتج وتثبت به مطابقة المنتج لصفات دقيقة أو لقواعد محددة سابقا خاصة وخاضعة لمراقبة صارمة وعلى النظام الذي يخص تسيير الجودة تسيير السلامة الغذائية، كما لا يقتصر الإشهاد على مطابقة المنتجات المنتجة محليا فقط

(1)-أنظر: زهية بشاطة، التقييس آلية لحماية المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة البليدة 2، 2017-2018، ص 180.

(2)-أنظر: هناء نوي، دور الموصفات القياسية في ضمان وسلامة وجودة المواد الغذائية، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 11، العدد 13، مارس 2018، ص 548.

(3)-أنظر: الطيب قلوب، دور التقييس في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، المجلد 09، العدد 02، جانفي 2017، ص 183.

(4)-عرف المشرع الجزائري إجراء تقييم المطابقة أيضا من خلال المادة 5/2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم، أما إجراءات تقييم المطابقة فهي تخضع لأحكام المواد 29-30-31-32 من المرسوم التنفيذي رقم 05-

465 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 المتعلق بتقييم المطابقة، الجريدة الرسمية، العدد 80، المؤرخة في 11 ديسمبر 2005.

(5)-أنظر: عادل عميرات، الالتزام بالمطابقة في التشريع الجزائري، مجلة البحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المجلد 02، العدد 04، جوان 2015، ص 344.

بل يتعداه إلى الإشهاد على المنتجات المستوردة. ويتم الإشهاد على المطابقة بتسليم شهادة المطابقة و/أو تجسيده بوضع وسم المطابقة على المنتج أو على تعبئته⁽¹⁾.
إن وسم المطابقة للوائح الفنية هو وسم إجباري لجميع المنتجات الخاضعة لللائحة أو عدة لوائح فنية جزائري، بينما علامة المطابقة للمواصفات الوطنية هو إشهاد غير إجباري على الجودة. وتحدد إجراءات الإشهاد بالمطابقة وخصائص علامات المطابقة للمواصفات أو لمراجع الإشهاد من طرف هيئة الإشهاد المكلفة بمنح علامة المطابقة،⁽²⁾ وحرصا على حماية المستهلك جعل الإشهاد على المطابقة إجباري بالنسبة للمنتجات الموجهة للاستهلاك والاستعمال.⁽³⁾

ثالثا: مطابقة المنتج للاشتراطات التعاقدية: يستطيع المتعاقدان إعمالا لقاعدة العقد شريعة المتعاقدين أن يتفقا على أن يحدد المستهلك بعض مواصفات السلعة التي يرى من خلالها إشباع حاجاته وتلبية لرغبته المشروعة، حيث أن إقباله على التعاقد لا يتم إلا بتوافرها بحيث لا تعتبر البائع موفيا بالتزامها إلا بتحقيق هذه المواصفات.⁽⁴⁾

ومن الجوانب التي يعنى المتعاقدان بالمطابقة بشأنها مقدار المبيع وهو ما يصطلح عليه بالمطابقة الكمية، كما أن المستهلك كثيرا ما يلح على ضرورة توفر صفة معينة في السلعة وهو ما أكد عليه المشرع في نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: «يكون البائع ملزما بالضمان إذ لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم». ومن خلال هذا النص نلاحظ أنه ينبغي أن يكون التسليم من قبل البائع للمشتري مطابقا لما تم الاتفاق عليه، وأي تغيير في المبيع الذي وضع تحت تصرف المشتري لا يعد تنفيذا لالتزام البائع للتسليم حيث يكون البائع هنا ملزما بالضمان.⁽⁵⁾

المطلب الرابع: حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان

يعد ضمان السلع والخدمات من أهم الحقوق الأساسية للمستهلك، وفي الوقت ذاته يعد من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق كل العون الاقتصادي في عملية عرض المنتج وبسبب عدم كفاية قواعد الضمان المنصوص عليها في القانون المدني خاصة مع تدفق المنتجات المعقدة وعالية التقنية في السوق في ظل منافسة الحرة، حيث ثبت قصور القواعد العامة في توفير الحماية فعالة للمستهلك ولإحداث نوع من التوازن كان لزاما على المشرع التدخل بين طرفي العلاقة الاستهلاكية بوضع آليات تكفل الحماية القانونية للمستهلك الذي يعد الطرف الضعيف في العلاقة لذلك أقر التزام ذو مفهوم خاص يتمثل في الالتزام بضمان المنتج المعيب.⁽⁶⁾

وتبعا لذلك سيتم من خلال هذا المطلب دراسة مفهوم الالتزام بالضمان في المنتجات {الفرع الأول} باعتباره من أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل ومن أبرز الحقوق التي يتمتع بها المستهلك، ليتم بعدها تناول أنواعه {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى الإجراءات تنفيذ الالتزام بالضمان {الفرع الثالث}.

(1)-المادة 06 من القانون رقم 04-16 معدلة ومتممة لأحكام المادة 19 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس السالف الذكر.

(2)-المادة 07 من القانون رقم 04-16 تتم أحكام القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس بمادة 19 مكرر.

(3)-لتفصيل أكثر راجع الفصل الرابع المعنون بـ "الإشهاد الإجباري على مطابقة المنتجات" المواد من 13 إلى 15 من المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المتعلق بتقييم المطابقة السالف الذكر، أما بخصوص الإجراءات الإشهاد على مطابقة المنتجات وخصائص العلامات الوطنية للمطابقة فقد خصتها المادتين 11-12 من ذات المرسوم.

(4)-أنظر: عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص 687.

(2)-أنظر:، صارة فاضل، المرجع السابق، ص 436-437.

(6)-أنظر: منال بوروح، التزام المتدخل بالضمان لحماية الطرف الضعيف، مجلة حوليات، جامعة الجزائر (1)، المجلد 32 العدد 01، 2018، ص 325.

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالضمان في المنتجات

أقر القانون الالتزام بالضمان وجعله وسيلة من وسائل حفظ أموال الأشخاص وصيانتها والمحافظة على حقوقهم واتقاء إلحاق الضرر بهم، وبالتالي جبر لما انتقص من أموالهم وسبب لهم الضرر أو الأذى.⁽¹⁾

ويعرف الضمان على أنه: «التزام من طرف المنتج على صحة المنتج المباع، فهو بمثابة تأكيد من البائع للمشتري بأن هذا الأخير سوف يحصل على الفوائد والمنافع المتوقعة من المنتج هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعهده أيضاً عند عدم ملائمة للغرض الذي اشتري من أجله أو لوجود عيب فيه على إصلاحه، أو استبداله، أو رد ثمنه على أن يكون إصلاحه مجانياً وخدمته تكون حسب طبيعة المنتج».⁽²⁾

وعرف أيضاً على أنه: «عبارة عن الوعود المعلنة الصريحة أو الضمنية المقدمة من المنتج أو الموزع للمشتري تتعلق بأداء المنتج، ومدة الضمان ومسؤولياته عن العيوب أو الخلل الناتج عن استخدامه وفقاً للتعليمات الموضوعة».⁽³⁾

أما من الناحية القانونية فقد تناول المشرع الجزائري إلزامية الضمان كواجب قانوني مفروض على عاتق المتدخل في الفصل الرابع معنون بـ "إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع" من خلال نصوص المواد من 13 إلى 16 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم وعرف الضمان من خلال نص المادة 19/03 من ذات القانون على أنه: «التزام المتدخل خلال فترة زمنية معينة في حالة ظهور عيب بالمنتج، باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه أو تصليح السلعة، أو تعديل الخدمة على نفقته». كما عرفت أيضاً المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.⁽⁴⁾ كما عرف أيضاً في نفس المادة 3 من القانون رقم 03-09 من خلال تعريف المنتج السليم والنزيه والقابل للتسويق، وكذا تعريف المنتج المضمون.⁽⁵⁾

وانطلاقاً مما سلف يمكن القول أن الالتزام بالضمان هو: «التزام المتدخل بضمان سلامة المنتج من كل عيب يجعله غير صالح للاستعمال، أو يؤثر على صحة وسلامة المستهلك».⁽⁶⁾

الفرع الثاني: أنواع الالتزام بالضمان

استناداً إلى القواعد المنظمة للالتزام بالضمان نجد نوعين من الضمان، أحدهما ضمان قانوني (أولاً) والثاني ضمان اتفاقي (ثانياً) كما نص المشرع على حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع كالتزام مكمل للضمان.

أولاً: الضمان القانوني: هو الضمان الذي يتعين على البائع الالتزام به بقوة القانون وقد

(1)-أنظر: محمد شعبان سالم مطر، الالتزام بضمان العيوب الخفية في التشريع الإماراتي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور جلفة، الجزائر، المجلد 04، العدد 04، ديسمبر 2019 ص 115.

(2)-أنظر: جيلالي قالون، المنتج ودوره في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المنعقد في معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنظم يومي 13-14 أبريل 2008 ص 328.

(3)-أنظر: سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 29، العدد 01، 2013، ص 305.

(4)-المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة 2 أكتوبر 2013.

(5)-المادة 3 فقرة 11-12 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(6)-أنظر: نجاة مهدي، فاطمة قفاف، التزام المتدخل بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03-09، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017، ص 680.

نصت عليه القواعد العامة في القانون المدني، إلى جانب ما جاءت به كذلك القواعد الخاصة.

01- الضمان القانوني وفقا للقواعد العامة في التعاقد: يعد عقد البيع من أهم العقود المسماة وأكثرها شيوعا وتعتبر حلقة وصل بين الإنتاج والاستهلاك من جهة أخرى، واهتمت التشريعات بتقنيته فوضعت نصوصا خاصا تتعلق بضمان حقوق المشتري بهدف تحقيق استقرار المعاملات التجارية من بينها التزام البائع بضمان العيوب الخفية للمبيع.⁽¹⁾

ولقد عالج المشرع الجزائري أحكام الضمان العيب الخفي في المواد 371 إلى 386 من القانون المدني الجزائري محددا العيوب التي يضمنها البائع والشروط الواجب توافرها في هذه العيوب، والآثار التي تترتب عن قيام الضمان وهذا كله بهدف الحفاظ على السلامة المالية للمشتري درءا للضرر التجاري الذي قد يصيب المستهلك في حالة وجود عيوب خفية في السلعة أو المنتج.⁽²⁾

وفي مقابل ذلك ألحق المشرع المصري بالعيب الخفي حالة غياب الصفة أو صفات التي كفل البائع للمشتري وجودها فيه والتي استمدها من خيار فوات الوصف المرغوب فيه المعروف في الفقه الإسلامي وطبقا لأحكام المواد 447 إلى 455 من القانون المدني المصري.⁽³⁾ بخلاف القانون الفرنسي وطبقا لأحكام المادة 1641 من القانون المدني الفرنسي فإنه لم يلحق تخلف الصفة التي كفل البائع وجودها في المبيع بالعيوب الخفية، ورغم ذلك لا يمكن أن يوصف القانون الفرنسي بالقصور في هذا المجال لأن الحماية التي أغفلتها النصوص ثم استكملها من خلال توسع القضاء في تفسيرها.⁽⁴⁾

ولا مناص من القول إلى أن التقنيات المدنية الحديثة لم تنص على تعريف صريح للعيب الخفي الذي يوجب الضمان، بل اكتفت بالنص على شروطه وآثاره هو الحال بالنسبة للمشرع الجزائري الذي لم يعطي تعريفا صريحا للعيب الخفي، وإنما اكتفى بذكر أثره من حيث كونه ينقص من القيمة أو منفعة وهو نفس الشيء بالنسبة للقانون الفرنسي، إذ أنه لم يعرف العيب الخفي واكتفى بالإشارة إليه في نص المادة 1641 من القانون المدني، وهو الحال أيضا بالنسبة للتقنين المدني المصري الذي اكتفى هو آخر في نص المادة 447 إلى تحديد العيب من خلال آثاره.

وتفسيرا لذلك يمكن تعريف العيب على أنه: «الآفة تصيب الشيء المبيع فتنقص من قيمته الاقتصادية ومنفعته».⁽⁵⁾ بينما عرف الأستاذ صاحب عبيد الفتلاوي على أنه: «العيب هو كل ما يعرض للمبيع فيجعله غير ملائم أو يؤثر على إمكانية تصريفه أو استعماله العادي، ويجب أن يعتد بكل ذلك قانونا».⁽⁶⁾

وحرصا من المشرع على استقرار المعاملات، فقد اشترط لقيام ضمان البائع لعيوب المبيع توافر شروط معينة هي:

1. أن يكون العيب قديما: ويقصد بقديم العيب هو أن يكون موجودا في المبيع وقت التعاقد أو بعده وقبل التسليم، ويستوي الأمر فيما كان المبيع من الأشياء المعنية بذاتها أو من الأشياء المعنية بنوعها والتي

(1)-أنظر: كهينة قونان، قصور ضمان العيب الخفي في حماية المستهلك المنتجات الخطيرة، مجلة القانون والمجتمع، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أدرار، الجزائر، المجلد 03، العدد 01، جوان 2015، ص 29.

(2)-أنظر: رضوان قرواش، المرجع السابق، ص 195.

(3)-أنظر: أشرف محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص 699.

(4)-أنظر: حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 2000، ص 54.

(5)-أنظر: أحمد حسن خليل ققادة، المرجع السابق، ص 173.

(6)-أنظر:، صاحب عبيد الفتلاوي، ضمان العيوب وتختلف الموصفات في عقود البيع، الطبعة الأولى، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص 50.

لا تنقل إلا بعد الإفراز، ومتى كان مصدر العيب إهمال المشتري وعدم اتخاذ الاحتياطات

اللازمة بعد تسلم المنتج كعدم احترام شروط التخزين، فلا ضمان على المنتج البائع.⁽¹⁾ أما عبء إثبات قدم العيب على عاتق من يدعيه أي المشتري وفقا للقواعد العامة، كما له إثبات أن سبب وجود العيب قد نشأ عند البائع، وله بعد ذلك إثبات أن العيب ناشئ عن سوء استعمال المشتري، أو عدم اتخاذ احتياطات اللازمة.⁽²⁾

2. أن يكون العيب مؤثرا: لا يكفي أن يكون العيب قديما بل يجب أن يكون مؤثرا أيضا متى كان من شأنه أن ينقص من منفعة المبيع، بحيث لو كان المشتري يعلم به لما أقدم على شرائه وهذا يتحدد بحسب الغاية المقصودة من طبيعة المبيع أو الغرض المعد له.⁽³⁾

وفي هذا المقام حدد المشرع الجزائري معنى العيب المؤثر طبقا للمادة 1/379 على أنه ذلك الذي ينقص من قيمة المبيع، أو ينقص من نفعه بحسب الغاية المقصودة منه كما بينها العقد أو تظهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي أعد له، بينما عبر عنه المشرع الفرنسي من خلال نص المادة 1641 من القانون المدني الفرنسي على أنه العيب الذي يجعل المبيع غير صالح للاستعمال الذي أعد له والتي تنقص هذا الاستعمال إلى حد أن المشتري ما كان ليشتريه. أما المشرع المصري فقد نص من خلال المادة 1/447 على أنه: «يكون البائع ملزما بالضمان، إذ لم تتوافر في المبيع وقت التسليم الصفات التي كفل للمشتري وجودها فيه، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو نفعه.»

والجدير بالملاحظة أن المشرع الجزائري لم يحدد كما هو الشأن بالنسبة للمشرع المصري⁽⁴⁾ درجة الجسامة لكي يكون العيب مؤثرا، عكس ما فعل المشرع الفرنسي حيث تبني معيارا ذاتيا لا اعتبار العيب مؤثرا أو غير مؤثر، حيث يفهم من نص المادة 1461 من القانون المدني الفرنسي أن نقص قيمة المبيع أو نفعه الموجب للضمان هو الذي يبلغ حدا من الجسامة لو علمه المشتري لمتنع عن الشراء أو دفع ثمن أقل، فالمرجع عدم صلاحية □ بيع للاستعمال الموجه له أو انتقاصها كذا □ امن هذا الاستعمال يرجع إلى □ موقف المشتري فيه.⁽⁵⁾

3. شرط خفاء العيب وعدم علم المشتري به: يعد خفاء العيب بمثابة اللبنة التي تأسست عليها أحكام الضمان، إذ يسمى بضمان العيب الخفي لكون البائع يلتزم به أصلا إذا كان بالمبيع عيب خفي، ومفاده أن لا يكون ظاهرا للعيان.⁽⁶⁾ فالبايع لا يضمن العيوب التي كان المشتري يعرفها وقت البيع، فالمشتري لا يستطيع الرجوع على البائع بالضمان إذا كان عالما بالعيب حتى ولو كان خفيا لأن ذلك يعد من جانبه موافقة على شراء المبيع بحالته المعيبة.⁽⁷⁾

فالعيب الخفي هو: "العيب الذي يكون موجودا وقت البيع ولكن ليس بوسع المشتري تبينه أو اكتشافه، ولو فحص المبيع بعناية الرجل العادي" وتحديد خفاء أو ظهور العيب مسألة موضوعية

(1)-أنظر: دلال تفكير مراد العارضي، ضمان عيوب البيع الخفية، دراسة مقارنة، مجلة كلية الإسلامية الجامعة للعلوم الإنسانية، كلية الإسلامية، جمهورية العراق، النجف الأشرف، المجلد 07، الإصدار 16، 2012، ص 517.

(2)- أنظر: درماش بن عزوز، تطوير آلية العيب الخفي في مجال حماية المستهلك، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، المجلد 08، العدد 04، ص 57.

(3)-أنظر: محمد جابر ظاهر مشاقبة، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى دار وائل للنشر، الأردن، عمان، 2012، ص 31.

(4)-المشرع المصري أضاف في المادة 448 من قانون مدني حالة معينة ليس لها مقابل في القانون المدني الجزائري والتي أغفلها، وهي أن البائع لا يضمن عيبا جرى العرف على التسامح فيه.

(5)-أنظر: درماش بن عزوز، المرجع السابق، ص 57.

(6)-أنظر: كهيبة قرنان، قصور ضمان العيب الخفي في حماية مستهلك المنتجات الخطيرة، مجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 11، العدد 01، جويلية 2016، ص 118.

(7)-أنظر: محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2006، ص 318.

يقدرها قاضي الموضوع شريطة أن يكون خفاء العيب وقت انعقاد البيع، إذا كان المبيع معين بالذات أما إذا كان المبيع معين بالنوع فينظر إلى الخفاء وقت تسلم المشتري المبيع. والعيب يكون ظاهرا متى تبينه المشتري، وفحص المبيع بعناية الرجل العادي.⁽¹⁾

ومن هذا المنطلق فإن البائع يضمن العيوب الخفية كأصل عام، واستثناءا يضمن العيوب الظاهرة بتوافر شرطين أساسيين أشارت إليهما المادة 1/379 من القانون المدني الجزائري والمادة 2/447 من القانون المدني المصري هما:

- 1- حالة إذا أثبت المشتري أن البائع كان قد أكد له خلو المبيع من العيب.
- 2- عندما يثبت المشتري أن البائع قد تعمد إلى إخفاء العيب عنه غشا منه، لأن اكتشاف العيب حينئذ لا يكفي فيه نباهة، وفحص الرجل المعتاد.

ويجدر التنويه إلى أن شرط الخفاء يرتبط بشرط آخر يتمثل في عدم علم المشتري بوجوده إذ لا يستطيع هذا الأخير الرجوع على البائع بالضمان إذا كان عالما بالعيب ولو كان خفيا لأن علمه بالعيب يدل على رضائه بالمبيع معيبا، والعبرة بطبيعة الحال هو العلم اليقيني وليس الافتراضي المبني على الشك، وتاريخ العلم بالعيب في المبيع هو وقت التسليم أو وقت الفرز لأنه وقت الذي يتاح فيه عمليا للمشتري الاطلاع على العيب.⁽²⁾

ويقع على البائع عبء إثبات علم المشتري بالعيب، لأن الأصل هو حسن النية أي عدم العلم بالعيب، ومن يدعي خلاف ذلك يقع عليه عبء إثبات ما يدعيه، ولما كان العلم واقعة مادية فإن إثباته يجوز بكافة الطرق.⁽³⁾

(2)- الضمان القانوني طبقا للقواعد الخاصة بحماية المستهلك: ينشأ الالتزام بالضمان وفق قوانين حماية المستهلك استنادا إلى سلطان القانون وحده بدلا من سلطان الإرادة كما هو حال الضمان في القانون المدني، فقد أثبتت الأحكام العامة للعيب الخفي في التقنين المدني عدم فاعليتها في أغلب الأحيان لحماية المستهلك نظرا لأن هذا الالتزام ذو طبيعة عقدية أي يستفيد منه المستهلك المتعاقد دون غيره، كما يظهر قصور أحكام ضمان العيب الخفي في جواز الاتفاق على تعديل أحكامه باعتباره مقرر لمصلحة للطرفين، إضافة إلى أن حماية المستهلك أصبحت في ظل المستجدات التكنولوجية والمعرفية والتشريعية من مسائل النظام العام لأن الكثير من المنتجات سواء سلع أو الخدمات غدا استعمالها يشكل خطر على صحة الأشخاص وأمنهم وسلامتهم بسبب عدم مطابقتها للمواصفات والمقاييس المطلوبة.⁽⁴⁾

ولأجل تدارك نقائص الحماية في القواعد العامة نظم المشرع بموجب قوانين خاصة المتعلقة بحماية أحكام الضمان القانوني بنص المواد 13 إلى 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، إضافة إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع السلع والخدمات حيز التنفيذ، وقد ألزم المشرع المتدخل خلال فترة من الزمن من ضمان منتجاته من العيوب التي تشوبها حتى يستفيد منها المستهلك بشكل سليم وهو ما أكدت عليه المادة 19/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. والعيب الموجب للضمان وفقا للقواعد الخاصة بحماية المستهلك يعرف بالنظر إلى نقص

(1)-أنظر: إسلام هاشم عبد المقصود سعد، المرجع السابق، ص424.

(2)-أنظر: حورية زاهية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هوميه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص295.

(3)-أنظر: محمد حسن قاسم، المرجع السابق، ص335-336.

(4)-أنظر: ليلي جمعي، ضمان العيوب والتوازن العقدي في قانون حماية المستهلك، مجلة الحضارة الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، المجلد 15، العدد 22، 2014، ص567.

السلامة، وليس بالنظر إلى انعدام أو نقص الانتفاع به كما في القواعد العامة، وبذلك يلتزم المتدخل من جهة بضمان سلامة منتوجاته وخدماته من كل عيب قد يشوبها، فيكون هذا الضمان وسيلة لزيادة ثقة المستهلك في جودة السلعة المباعة وحمايته من تعرضه للغش على مستوى الجودة أو المغالاة في سعرها، خاصة إذا كان المنتج جديداً أو ليس للمشتري المعرفة والخبرة الكافية للحكم على جودة المنتوجات، كما يلتزم من جهة أخرى بضمان سلامة المنتوجات التي يقدمها من أي عيب يجعلها تنطوي على أي خطر يهدد صحة وسلامة المستهلك، فالمتدخل يضمن حيازة غير خطيرة وسليمة للمنتوج.⁽¹⁾ وبهذا فإن التزام المتدخل بضمان العيب في منتوجه يتحقق بتوافر الشروط التالية:

1- ظهور العيب خلال فترة الضمان: لم يعرف المشرع الجزائري العيب على عكس المشرع المصري الذي عرفه من خلال المادة 7/01 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك بأنه: «كل نقص في قيمة أي من المنتجات أو نفعها بحسب الغاية المقصودة، يؤدي إلى حرمان المستهلك كلياً أو جزئياً من الاستفادة فيما أعد من أجله بما في ذلك النقص الذي ينتج من خطأ في مناولة السلعة أو تخزينها، وذلك كله ما لم يكن المستهلك تسبب في وقوعه».⁽²⁾

وباستقراء نص المادة 19/3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وأحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-327 يتضح أن العيب الموجب للضمان هو العيب الذي يظهر خلال فترة الضمان، وموجود أثناء تسليم السلعة أو تقديم الخدمة، وبالتالي لا يضمن المتدخل العيوب التي تنشأ بعد ذلك.⁽³⁾ وهو ما أكدته أيضاً قانون الاستهلاك الفرنسي الذي اشترط في أن يكون العيب الموجب للضمان القانوني للمطابقة أن يكون موجوداً وقت التسليم إلا أن هذا القانون ذهب إلى أبعد من ذلك، حيث أقام قرينة بسيطة لفائدة المستهلك مفادها أن كل عيب في المطابقة يظهر خلال 24 شهر من تاريخ التسليم يعتبر موجوداً وقت التسليم ما لم يثبت العكس.⁽⁴⁾

وحبذا لو يأخذ المشرع الجزائري بما أخذ به المشرع الفرنسي في هذا المجال بإقامة قرينة بسيطة لفائدة المستهلك خاصة مع صعوبة تنفيذ الضمان والعراقيل التي تواجه المستهلك الجزائري في ذلك.

ويجدر التنويه إلى أن المتدخل يضمن صلاحية المنتج خلال فترة زمنية معينة وتختلف تلك الفترة حسب صفة السلعة والخدمة على ألا تقل عن 06 أشهر بالنسبة للمنتجات الجديدة وثلاثة 03 أشهر بالنسبة للمنتجات القديمة تبدأ من تاريخ هذه المدة من يوم تسليم المنتج.⁽⁵⁾ وبالرجوع إلى القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014 المحدد لمدة الضمان حسب طبيعة المنتج والذي جاء تطبيقاً لأحكام المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 نجده حدد مدة الضمان بالسلع الجديدة المقتناة بمقابل أو مجاناً حسب طبيعة السلعة كما هو مبين في القوائم الملحقة بالقرار وهي تتراوح ما بين 06 أشهر إلى 24 شهراً، أما بالنسبة لمدة الضمان المتعلقة بالسلع غير المشار إليها في ملاحق فيجب ألا تقل عن 06 شهراً.⁽⁶⁾

وبالمقابل أيضاً أوجب المشرع على المتدخل عند تسليمه للمنتج أن يحرر للمستهلك شهادة

(1)-أنظر: رضوان قرواش، المرجع السابق، ص 221.

(2)-المادة 7/01 من القانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر بشأن حماية المستهلك السالف الذكر.

(3)-المادتين 3-4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ السالف الذكر.

(4)-L217-4 et L217-7 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(5)-المادة 16-17 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ السالف الذكر، والمادة 03 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014 المحدد لمدة الضمان حسب طبيعة السلعة الجريدة الرسمية، العدد 03، الصادرة في 27 يناير 2015.

(6)-المادتين 02-03 من نفس القرار الوزاري.

تسمى "بشهادة الضمان"⁽¹⁾ وتسليمه "دليل الاستعمال"⁽²⁾ ويجب أن تتضمن شهادة الضمان التي يسلمها المتدخل جملة من البيانات حددتها المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 السالف الذكر مع العلم أن الضمان يظل ساري المفعول حتى في حالة عدم تسلم شهادة الضمان طبقا للمادة 08 من ذات المرسوم.

2- شرط التأثير: يكون العيب مؤثرا وفق قانون حماية المستهلك وقمع الغش إذا كان ☐ عل من المنتج غير صالح للاستعمال المعد له كليا أو جزئيا، أو أن ☐ عل منه منتج لا يتوافق مع ما كان متوقفا عليه، ويتمثل تأثير العيب في جعل المنتج خطيرا يمس بسلامة المستهلك ولا يتوافق مع المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية.⁽³⁾

3- الارتباط العيب بالصناعة المنتج: يضمن المتدخل العيب الموجود في المنتج والمرتبط بصناعته والذي يتمثل في إغفال أو عدم مراعاة الأصول الفنية اللازمة عند صناعة المنتج فضمن عيوب الصناعة يعد تطبيقا لمبدأ حسن النية المتعاقد في تنفيذ العقد طبقا لنص المادة 107 من القانون المدني الجزائري.⁽⁴⁾

ولذلك فإن البيع سلعة معيبة التصنيع أو لوجود خلل فيها لا يعد تنفيذا للعقد بحسن النية ولو تأخر ظهور العيب إلى ما بعد التسليم، لأن العيوب لا تتكشف في الأجهزة والآلات الحديثة إلا من خلال العمل والممارسة لذلك يلزم المتدخل بضمانها، وبهذا فإن حدوث الخلل أثناء فترة الضمان يعد قرينة على أن الخلل مرتبط بصناعة المنتج.⁽⁵⁾

ولتوفير حماية أكبر للمستهلك أقر المشرع التزام المتدخل بضمان خطورة المنتجات وبالتالي فهو ضامن لكل المخاطر التي من شأنها تهديد صحة وأمن ومصالح المستهلك لكن هذه الخطورة تختلف حسب طبيعة المنتجات، فقد نكون أمام منتجات خطيرة بطبيعتها كالمنتجات السامة والمبيدات والأسلحة والمتفجرات... الخ.

أما المنتجات الخطيرة بسبب عيب فيها فهي ليست خطيرة في حد ذاتها، ولكن قد تصبح خطيرة لما يشوبها من عيوب في تصنيعها أو تصميمها، فيؤدي إلى جعلها غير صالحة للاستعمال المخصصة لها، وتصبح مصدر تهديد مستمر نظرا للخطورة التي تنطوي عليها.⁽⁶⁾

والمشرع الجزائري من خلال أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم لم يفرق بين المنتجات الخطيرة بطبيعتها، والمنتجات الخطيرة بسبب وجود عيب فيها وهذا ما نلمسه في المادة 13 منه، فالمتدخل ملزم بضمان كل العيوب التي تصيب المنتج فقد ربط المشرع معيار تحديد المنتج المعيب بثلاث شروط أساسية وهي: عدم توفر السلامة المطلوبة، احتواء المنتج على عيب أو نقص فيه وجود خطورة يشكلها هذا المنتج مما يؤدي

(1)- شهادة الضمان هي تلك الوثيقة التي يلتزم المتدخل بتسليمها للمستهلك، أي عقد اتفاق بين البائع والمستهلك يتعهد بموجبه البائع بإصلاح كافة ما يطرأ على المبيع من عيوب، ولو طرأت على المبيع بعد التسليم وخلال الفترة المعينة لذلك لضمان، وبتالي ضمان، صلاحية المبيع لمدة معينة ومحددة .

(2)- المادة 04 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014 السالف الذكر.

(3)- أنظر: نسرين بن زادي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1)، 2015-2014، ص 45.

(4)- أنظر: زهبة ربيع، فاعلية الضمان لحماية المستهلك في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2017، ص 316.

(5)- أنظر: نصيرة بوعزة، الالتزام بضمان المنتجات كآلية لحماية المستهلك وتحقيق علاقة اقتصادية متوازنة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، الجزائر، المجلد 09، العدد 02، 2016، ص 75.

(6)- أنظر: علي حساني، الالتزام بضمان الضرر في عيوب المنتجات، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والقانونية والاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 يوسف بن خدة، المجلد 48، العدد 04، جوان 2011، ص 235.

به إلى إلحاق ضرر بالمستهلك.⁽¹⁾

من خلال ما تقدم نخلص إلى أن مفهوم الالتزام بالضمان في ظل العلاقة الاستهلاكية يختلف عن مفهوم الضمان في ظل القواعد العامة، بحيث أصبح هذا الالتزام بمفهومه الحديث يضمن للمستهلك الحصول على سلعة أو خدمة تشبع حاجاته وتحفظ سلامة حياته، بل أنه يمكن القول أن هذا الالتزام قد خلق نوعاً من التوازن العقدي إلى العلاقة الاستهلاكية التي تربط بين المتدخل الذي يكون على دراية تامة بنشاطه، وبين المستهلك الذي يكون جاهلاً بتلك المعارف.⁽²⁾

ثانياً: الضمان الاتفاقي: الضمانات الاتفاقية كما يتضح من مسماتها لا تقوم إلا باتفاق مسبق بين المنتج أو البائع، حيث تؤدي هذه الأخيرة إلى تحسين وضعية المشتري بالمقارنة وبين المشتري (المستهلك) بالضمان القانوني الخاص بالعيوب الخفية، ومن ذلك على سبيل المثال أن الضمانات الاتفاقية تعفي المشتري من عبء إثبات قدم العيب وخفاءه.⁽³⁾ وتختلف أحكام الضمان الاتفاقي في القانون المدني عن أحكامها في القوانين خاصة بحماية المستهلك.

01- الضمانات الاتفاقية في القانون المدني: طبقاً لأحكام المادة 384 من القانون المدني الجزائري يتضح لنا أن المشرع يجيز لمتعاقدان الاتفاق على تعديل أحكام الضمان بالزيادة لإنقاص أو الإغفاء باستثناء حالة إخفاء العيب غشاً منه، ذلك أن المشرع ربط هذه الشروط بحسن نية البائع وهو نفس الاتجاه الذي تبناه المشرع الفرنسي في المادة 1643 التي ذهبت إلى حد اعتبار شرط الإغفاء من الضمان شرطاً صحيحاً وناقذاً على الأقل في مواجهة البائع الذي كان جاهلاً بالعيوب وهو أيضاً ما تبناه المشرع المصري في المادة 543 فضلاً على ضمان العيوب الخفية نصت بعض القوانين العربية على ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معينة والذي يعتبر التزاماً اتفاقياً بين البائع والمشتري لا ينتج آثاره القانونية إلا بوجود اتفاق صريح منشأ له يتم في إطار عقد البيع أو يزيد في أي عقد خاص من العقود، كما أنه يعد تشديداً لضمان العيوب الخفية المنصوص عليه في القانون المدني.⁽⁴⁾

وفي هذا السياق تدخل المشرع الجزائري من خلال المادة 386 من القانون المدني لضمان العيب المؤثر على صلاحية المنتج للعمل، حيث ألزم المتدخل بأن يكون المنتج صالحاً للعمل لمدة معينة في العقد، وإذا ظهر عيب فيه يجعله غير صالح للعمل يصبح هذا الأخير ملزماً بجعل المنتج مطابقاً للشيء الذي تم الاتفاق عليه.⁽⁵⁾

وبالمقابل أيضاً تناولته المشرع المصري من خلال نص المادة 454 والتي تنص على أنه: «إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة، وظهر خلل في المبيع فعلى المشتري

(1)-أنظر: محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتوجاته المعيبة، دراسة مقارنة في القانونيين الفرنسي والجزائري، الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 59-60.

(2)-تتصف أحكام الضمان المقررة بموجب القواعد العامة بالقصور، ويظهر ذلك أن أحكام الضمان المقررة في القانون المدني تقتصر على السلع دون الخدمات، والأكثر من ذلك فإنه يجوز الاتفاق على الإغفاء منها، بخلاف الضمان المنصوص عليه في قانون حماية المستهلك فهو إجباري ولا يجوز التنازل عنه، كما أنه لا يقتصر على الحماية المادية للمستهلك بل يهدف إلى حماية، صحة المستهلك وأمنه وسلامته الجسدية، كما أن المشرع وسع من نطاق من الأشخاص المستفيدين من أحكام الضمان باستعمال مصطلح مقتني، وهذا الأخير لا يقتصر على المشتري كما ورد في القانون المدني بل يشمل كل شخص اقتنى منتجاً لاستهلاكه الشخصي أو المهني، بغض النظر عن طبيعة ومركز هذا الشخص لتفصيل أكثر راجع: محمد ضويفي، حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البلديّة 2 لونييسي علي، المجلد 04، العدد 04، جوان 2015، ص 263 وما يليها.

(3)-أنظر: منصور مجاجي، الضمان كآلية لتجسيد الحماية المستدامة في التشريع الجزائري، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحيى فارس بالمدينة، المجلد 08، العدد 02، نوفمبر 2014، ص 257.

(4)-أنظر: سليم سعداوي، حماية المستهلك- الجزائر نموذجاً، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009 ص 72.

(5)-أنظر: منال بوروب، المرجع السابق، ص 327.

أن يخطر البائع بهذا الخلل....». وبهذا فإن ضمان البائع بصلاحيته المبيع للعمل يقوم بمجرد ظهور خلل في المبيع خلال فترة الضمان، ونجد هذا الضمان خاصة في منتجات دقيقة الصنع وسريعة التلف كآلات ميكانيكية والسيارات، الثلاجات وغيرها.

(02)-الضمان الإضافي وفقا للقواعد الخاصة بحماية المستهلك: طبقا لأحكام المادة 14 من القانون رقم 03-09، وكذا المادتين 03-18 من المرسوم 13-327 نجد أن المشرع يسمح بحالة وحيدة من حالات الضمان الاتفاقي وهي حالة التي يمنح فيها المتدخل ضمانا أكثر امتيازاً من ذلك الذي يقرره القانون، ويكون كذلك إذا تضمن التزامات تتعدى تلك التي أجبره بها المشرع بخصوص الضمان القانوني، وقد أطلق عليه المشرع في إطار قانون حماية المستهلك مسمى "الضمان الإضافي".⁽¹⁾

أي أن المتدخل يعرض على المستهلك التزامات مضافة إلى تلك سيتحملها قانونا، فهذا النوع من الضمان ليس محصورا على المنتجات والسلع، بل يمكن أن يمتد إلى أداء الخدمات أيضا، كما يعتبر هذا الضمان حق للمستهلك دون مصاريف إضافية وهو ما لم يشترطه في إطار القواعد العامة، واعتبر المشرع كل شرط يقضي بعدم الضمان لاغيا بحكم القانون، فضلا عن ذلك يمكن للمستهلك لهذه السلع والمنتجات أن يشترط تجربتها طبقا للمادة 11 من ذات المرسوم.⁽²⁾

ولا مناص من القول أن دور الضمان يظل مقصورا في حدود المدة التي حددها القانون أو الاتفاق، في حين يتطلع المستهلك للانتفاع بالمنتج طيلة المدة المعقولة لصلاحيته بحسب عمره الافتراضي، مما يبرر سن آلية تضمن له ديمومة الانتفاع، وهو ما رعاه المشرع من خلال إلزامية خدمة ما بعد البيع كنظام مكمل للضمان يستهدف ضمان انتفاع المستهلك بالمنتج أطول وقت ممكن طبقا لأحكام المادة 16 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث يلتزم المتدخل بعد انقضاء مدة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يؤدي دوره بضمن صيانة المنتج المبيع وتصلحيه؛ حيث تعتبر أعمال صيانة المنتج وإصلاحه من الأداءات التي تشمل الخدمة ما بعد البيع.⁽³⁾ غير أن القواعد القانونية المتعلقة بالضمان وخدمة ما بعد البيع من أكثر القواعد القانونية التي تلاقي خرقا من طرف المتدخلين في الواقع العملي.⁽⁴⁾

الفرع الثالث: الإجراءات تنفيذ الالتزام بالضمان

لكي ينفذ المتدخل التزامه بضمن العيب الموجود في المنتج، يتعين على المستهلك إخطار المتدخل بوجود العيب حتى يتمكن هذا الأخير من تنفيذ التزامه حسب الطرق المحددة قانونا فإذا امتنع عن التنفيذ كان للمستهلك اللجوء إلى القضاء من خلال رفع دعوى قضائية، فالمستهلك لا يستفيد من الضمان إلا بعد تقديم شكوى كتابية، أو عن طريق أي وسيلة اتصال أخرى مناسبة لدى

(1)-المادة 2/3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ السالف الذكر.

(2)-أنظر: علي حساني، ضمان حماية المستهلك نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2017، ص 289-291.

(3)-الإخطار هو عمل إجرائي ينقل إلى البائع تضرر المشتري من كون المبيع يحتوي على عيب يجعله غير مطابق للمنفعة المرجون منه، والغاية منه هي تفادي تفسير سكوت المشتري بأنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب.

أنظر: هناء نوري، دور المتدخل في حماية المستهلك وفقا لقانون 03-09، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017، ص 696.

(4)-لتفصيل أكثر حول الإشكالات الواقعية المتعلقة بالضمان والخدمة ما بعد البيع راجع: آمال بوهنثالة، سلوى قداش، واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد 02، العدد 04، جانفي 2017، ص 208 وما بعدها.

المتدخل، مع العلم أن القانون لا يستلزم شكلاً معيناً للإخطار.⁽¹⁾ وفي حالة تقصير المتدخل ينذر المستهلك بتنفيذ التزامه بالضمان في أجل 30 يوم التي تلي تاريخ استلام الشكوى من المتدخل وهذا طبقاً لأحكام المادة 22 من ذات المرسوم، ومتى توافرت الشروط وقرر المتدخل تنفيذ التزامه بالضمان الذي لا يتخلص منه إلا بإثبات عدم إخطاره من طرف المستهلك، ويتم تنفيذ الضمان طبقاً لأحكام المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إما باستبداله، أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج، أو تعديل خدمة على نفقته. وبعد استنفاد المستهلك للطريق الودي لمطالبة المتدخل بتنفيذ التزامه بالضمان ونتيجة لتعنته وعدم امتثاله لمطالب المستهلك، لا يبقى أمام هذا الأخير إلا اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى للحصول على حقه بضمان المنتج من خلال دعوى الضمان.

ومن خلال دراستنا لهذا المبحث يتبين لنا أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش جاء بالتزامات جد هامة على المتدخلين وذلك من خلال عدة جوانب، وكل هذا في سبيل إحاطة المستهلك بحماية فعالة، ولكن رغم من أن المشرع الجزائري نجح من ناحية النصوص القانونية في محاولة إقامة التوازن بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك وفق ما هو مقرر وتكريس اقتصاد السوق المبني على الحرية الاقتصادية، غير أن هذا الأمر ناقص للوهلة الأولى إذ يجب أن نجد هذه النصوص القانونية تطبيقاً لها عملياً، وهو ما يعبر عن فعالية النصوص القانونية الأساس من وجودها، فالقاعدة القانونية يجب أن تطبق لأنها يجب أن تعبر عن التطور الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع ولكن حسب الدراسة التي قمنا بها فإنها تؤكد عدم تطبيق هذه النصوص فعلياً على الواقع، ويظهر ذلك من خلال عدم تطابق وتجانس وتفاعل النصوص الصادرة من الواقع وإلى انعدام المناخ والوسائل لتحقيق التنافس الحر وحماية المستهلك.

المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة

لم تعد حماية المستهلك مسألة مقصورة على قانون أو مؤسسة بعينها وحسب، بل أصبحت مثل هذه الحماية بحاجة لتضافر جهود كافة الإدارات والمؤسسات الوطنية الرسمية كانت أو غير رسمية، ما يجعل الأمر بالغ الأهمية خصوصاً في ظل التعاضد الانتهاكات المرتبطة بحقوق الإنسان من جهة، وعجز الجهود الفردية عن إنفاذ القوانين الحمائية المتعلقة بحماية⁽²⁾ ذلك أن الإخلال العون الاقتصادي بالتزاماته تجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف يعرض مصالحه للخطر وقد تلحقه أضرار نتيجة لذلك، ومن أجل السير على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك كان لا بد من وجود أجهزة قوية وفعالة ودونها يصبح قانون حماية المستهلك مجرد حبر على الورق ويفتقد الآلية ردع المخالفين له.⁽³⁾

وباعتبار أن هذه الأجهزة أو الهيئات تمثل الجانب التطبيقي والعملي للحماية التي ينشدها المشرع من خلال القانون حماية المستهلك وقمع الغش، فسيتم التطرق من خلال المبحث إلى دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة {المطلب الأول} باعتباره الجهاز المختص في مراقبة السير الحسن والفعال للمنافسة في السوق وقمع الممارسات التي تعرقلها، لنعرج بالبحث دور جمعيات حماية المستهلك في تكريس الحماية الفعالة للمستهلك {المطلب الثاني} وفي الختام سيتم التطرق إلى دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك {المطلب الثالث}.

(1)-المادة 21 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ السالف الذكر.

(2)-أنظر: حسين حوى فاتن، الوجيز في قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012، ص 103.

(3)-أنظر: فضيلة عاقل، المرجع السابق، ص 136.

المطلب الأول: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة

في ظل التوجه الجديد للدولة الجزائرية أنشأت العديد من الهيئات أطلق عليها مصطلح سلطات الضبط كان الهدف من خلقها تنظيم المعاملات الاقتصادية، وتحسين السوق الجزائرية في مختلف المجالات، وحماية للمتعاملين الاقتصاديين وترسيخ المنافسة الحرة والنزاهة التي تضمن العدالة في التعامل بين كل الأطراف في السوق الجزائرية، ومن أبرز الأجهزة المنشأة لحماية المنافسة هي مجلس المنافسة⁽¹⁾ ومما لا شك فيه أن تنصيب هذا الأخير كان يهدف بالأساس إلى ترقية المنافسة، وبالتالي ضمان حماية كافة عناصر العلاقة الاقتصادية، وضمان التوازن فيما بينها بما فيها حماية المستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في هذه العلاقة.⁽²⁾

وفي هذا السياق أعلن المشرع الجزائري عن ميلاد هيئة أطلق عليها مجلس المنافسة بموجب الأمر رقم 65-06 المتعلق بالمنافسة الملغى، إلا أنه ما يعاب عليه عدم توضيحه لبعض المفاهيم والإجراءات التي جاء بها، من هنا ظهرت الحاجة إلى قانون جديد يأخذ بعين الاعتبار أوجه النقص السابقة، لهذا صدر قانون جديد للمنافسة وهو الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة والذي تم تعديله مرتين وذلك بموجب القانون 08-12، وكذلك القانون 10-05 وقد تبنى القانون الجديد نفس المبادئ والقواعد الخاصة بالمنافسة مع توضيح المفاهيم الخاصة، وإضافة قواعد جديدة تمنع ممارسات أخرى تقيد المنافسة وتعرقلها، ومنح صلاحيات أوسع لمجلس المنافسة حتى يضطلع بالدور الممنوح له خاصة في مجال الممارسات المقيدة للمنافسة.

ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى التنظيم القانوني لمجلس المنافسة {الفرع الأول} وذلك من خلال تحديد مفهومه، ومعرفة تشكيلته وهياكله وباعتباره يلعب دور مهما في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من خلال تمتعه بعدة صلاحيات كان لابد من التطرق إلى دوره الاستشاري في مجال حماية المستهلك {الفرع الثاني} بالإضافة إلى دوره القمعي في مجال حماية المستهلك {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: التنظيم القانوني لمجلس المنافسة

لقد اهتمت جل التشريعات المقارنة بوضع بعض النصوص والقواعد القانونية المنظمة لحماية المنافسة ومنع الاحتكار وبما يحقق حماية مصالح المستهلكين، ونظرا لأن هذه القوانين ليست كافية في حد ذاتها لمنع الممارسات الاحتكارية، وإنما لابد من وجود قوة فعالة لتنفيذ هذه النصوص، لذلك تم نص على إنشاء جهاز معني بحماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية مع تبيان خصائصه، وتشكيلته، وكيفية عمله بما يضمن فاعليته ففوة القانون حين صدوره تكمن في قوة الجهاز.⁽³⁾

ولمعرفة التنظيم القانوني لمجلس المنافسة يستدعي منا تحديد مفهوم مجلس المنافسة (أولا) وتحديد تشكيلته (ثانيا) وكذا تحديد هياكله (ثالثا).

أولا: مفهوم مجلس المنافسة: يعتبر مجلس المنافسة سلطة الضبط العام للمنافسة، ويدخل في إطار ما يعرف السلطات الإدارية المستقلة، فقد عرف على أنه: «سلطة إدارية مستقلة، تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، ويعتبر هيئة استشارية لدى الوزير التجارة، يختص بالسهر على ضمان حرية المنافسة وشفافيتها، والعمل على اتخاذ كافة الإجراءات التي من شأنها أن تضع حدا

(1)-أنظر: عبد الله لعويجي، اختصاصات مجلس المنافسة الجزائري، مداخلة ملقاة بالمناسبة الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار عنابة، المنعقد يومي 3-4 أفريل 2013 ص 02.

(2)-أنظر: فضيلة عاقل، المرجع السابق، ص 138.

(3)-أنظر: أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، المرجع السابق، ص 64.

لكل الممارسات الماسة بالمبادئ العامة للسوق الجزائرية.⁽¹⁾ وفي هذا السياق نصت المادة 09 من القانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: «تتشأ سلطة إدارية مستقلة تدعي في صلب النص مجلس المنافسة تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي، توضع لدى وزير المكلف بالتجارة»⁽²⁾ وبالمقابل أيضا أولى المشرع الفرنسي أهمية كبيرة لسلطة المنافسة خاصة في تعديلاته الأخيرة لسنتي 2008-2015، فقد أنشأت سلطة المنافسة لأول مرة بتسمية مجلس المنافسة في الأمر الصادر في 1 ديسمبر 1986 والذي جاء نتيجة ثمرة تطورات، بدأ سنة 1953 بإنشاء اللجنة التقنية للاتفاقات، ثم حلت محلها لجنة المنافسة سنة 1977 أين أدخلت عليها تعديلات جذرية، فقد أصدر المشرع الفرنسي قانون تجديد الاقتصاد LME رقم 776-2008 المؤرخ في 4 أوت 2008 والذي استحدث سلطة للمنافسة الفرنسية تحل محل مجلس المنافسة.⁽³⁾ ثم تدخل مرة أخرى ليعدل بعض أحكام الضرورية في القانون التجاري بموجب القانون 2015-990 حيث وسع من صلاحيات سلطة المنافسة بما يعزز دورها في التنظيم والضبط.⁽⁴⁾ وطبقا لنص المادة 2-461 من القانون التجاري فإن المشرع الفرنسي اعتبرها إحدى السلطات الإدارية المستقلة تمارس اختصاصها باسم الدولة بكل استقلالية عن الحكومة، كما أنها تكفل الحفاظ على سلامة حرية المنافسة في النظام الاقتصادي الفرنسي.⁽⁵⁾

أما بخصوص المشرع المصري فهو الآخر أنشأ جهاز خاص يهدف إلى حماية المستهلك وصون مصالحه، وله شخصية اعتبارية عامة، ويتبع الوزير المختص ومقره الرئيسي مدينة القاهرة وأطلق عليه "جهاز حماية المستهلك".⁽⁶⁾

ثانيا: تشكيلة مجلس المنافسة: طبقا لأحكام القوانين منظمة للمنافسة نجد أن مجلس المنافسة يتشكل من تشكيلة جماعية مكونة من 12 عضو ينتمون إلى فئات التالية:

الفئة الأولى: وتشمل ستة (6) أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات والخبراء الحائزين على الأقل شهادة الليسانس أو شهادة جامعية ماثلة، وخبرة مهنية مدّة 8 سنوات على الأقل في مجال القانوني أو الاقتصادي، والتي لها مؤهلات في مجال المنافسة، والتوزيع والاستهلاك، وفي مجال الملكية

(1)-أنظر: فاطمة البحري، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2012-2013، ص 177.

(2)- لقد عرف المشرع الجزائري مجلس المنافسة لأول مرة من خلال المادة 16 من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر، غير أن هذه المادة لم تعرف مجلس المنافسة بصفة مباشرة، وإنما عرفته انطلاقا من المهام التي يزاولها وهي مهام مذكورة على وجه العموم وتمثلة في ترقية المنافسة وحمايتها، كما أضافت هذه المادة بأن مجلس المنافسة يتمتع بالاستقلال المالي والإداري دون أن يذكر المشرع طبيعة هذا المجلس، أما الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر فقد تدارك النقص الموجود في سابقه، حيث عرف المجلس المنافسة من خلال المادة 23 منه على أنه سلطة إدارية توضع لدى رئيس الحكومة متداركا بذلك النقص الموجود في الأمر رقم 95-06 والذي لم يمنح أي، صفة قانونية لمجلس المنافسة مما فتح باب الآراء الفقهية، كما منح له الشخصية القانونية والتي لم ينص لها، صراحة في سابقه، كما منح له أيضا الاستقلال المالي والذي تعبر أحد الآثار القانونية المترتبة عن تمتعه بالشخصية المعنوية، كما أدخلت عدة تعديلات على مجلس المنافسة من خلال المادة 09 من الأمر رقم 08-12 والتي عدلت بموجبها المادة 23 من الأمر رقم 03-03 حيث حافظ المشرع على الطابع السلطوي الإداري لمجلس المنافسة، وكذا تمتعه بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي كأثر مترتب عليها، ففي هذه المادة تتجلى في تغيير الجهة التي توضع لديها هذا المجلس، فقبل التعديل كانت توضع لدى رئيس الحكومة أما بعد تعديل فقد أصبح يوضع لدى وزير مكلف بالمالية، كما أضاف المشرع مصطلح مستقلة فأصبح مجلس المنافسة سلطة إدارية مستقلة بعد أن كان سلطة إدارية فقط، وهو بذلك اعترف له بالاستقلالية التامة.

(3)-Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie, op.cit.

(4)-Loi n°2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, op.cit.

(5)-L461-2 du code de commerce français, Voir: www.legifrance.gouv.fr

(6)-المادة 42 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك السالف الذكر.

الفكرية.

الفئة الثانية: وتشمل أربعة (4) أعضاء يختارون ضمن المهنيين المؤهلين الممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين على شهادة جامعية، ولهم خبرة مهنية 5 سنوات على الأقل في مجال الإنتاج والتوزيع، والحرف والخدمات، والمهن الأخرى.

الفئة الثالثة: عضوان (2) مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلكين.

ومن خلال القانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة نجد أن المشرع الجزائري قد أعاد النظر في عدد أعضاء مجلس المنافسة بعد ما كان (09) أعضاء ليرفعه إلى (12) عضو، كما أنه قبل تعديل الأمر رقم 03-03 لم يكن هناك وجود للفئة الثالثة أي ممثلي جمعيات حماية المستهلك، وحسنا فعل المشرع بإدراج هذه الفئة ضمن تشكيلة مجلس المنافسة نظرا لما لهم من دور مهم في هذا المجلس الذي لا يقوم بضبط السوق فقط، بل يبحث عن تحسين ظروف معيشة المستهلكين أيضا باعتبار المستهلكين هم محور العلاقات الاقتصادية⁽¹⁾.

ويتم تعيين أعضاء المجلس بموجب مرسوم رئاسي لمدة 4 سنوات قابلة للتجديد في حدود نصف أعضاء كل فئة من الفئات المشكلة لمجلس المنافسة، وتنتهي مهامهم بنفس الطريقة وهو ما نصت عليه المادة 11 من القانون رقم 08-12 والمعدلة لأحكام المادة 25 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، بالإضافة إلى هؤلاء الأعضاء يتكون المجلس أيضا من:

(1)- الأمين العام: يعين بموجب مرسوم رئاسي طبقا للمادة 12 من القانون رقم 08-12 والمعدلة لأحكام المادة 26 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، غير أن المشرع في تعديله جديد لسنة 2008 لم يبين لنا وضعية الأمين العام لمجلس المنافسة خلافا لما نصت عليه المادة 26 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة التي أعطت له الحق في المشاركة في أشغال مجلس المنافسة، دون أن يكون له الحق في التصويت.

(2)- المقررون: يتم تعيينهم أيضا بموجب مرسوم رئاسي طبقا لأحكام المادة 12 السالفة الذكر والملاحظ أن المشرع في تعديله الجديد وفق في معالجة النقص الذي اكتنفته المادة 26 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة حيث حدد عدد المقررين، كما اشترط أن يكون كل من المقرر العام والمقررين الخمس الآخرين حائزين على الأقل شهادة ليسانس أو شهادة جامعية ماثلة، وخبرة مهنية لمدة 5 سنوات على الأقل تتلاءم مع المهام المخولة لهم.

ثالثا: هيكل مجلس المنافسة: قام المشرع بتنظيم مصالح مجلس المنافسة على نحو يسمح له بممارسة مهامه على أكمل وجه، وذلك من خلال إحاطته بعدة مصالح إدارية، وجعل له نظام سير خاص⁽²⁾. وطبقا للمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 15-79 المعدلة والمتممة لأحكام المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 11-241 المحدد لتنظيم مجلس المنافسة وسيره فإن إدارة المجلس تتكون من هيكل الإداري التالية:- مديرية الإجراءات ومتابعة الملفات والمنازعات مديرية دراسات الأسواق والتحقيقات الاقتصادية - مديرية الإدارة والوسائل - مديرية أنظمة الإعلام والتعاون والوثائق. أما فيما يخص الاختصاصات هذه مديريات فقط حددتها المادة 02 من ذات المرسوم⁽³⁾.

ومن الصفة القول يتضح لنا أن المنطلق الأول الذي يمكن معه القول بإمكانية هذا المجلس في توفير حماية للمستهلك هو من حيث تشكيلته وتكوينه، إذ لا يمكن الحديث عن أية حماية للمستهلك

(1)- المادة 10 من القانون رقم 08-12 المعدلة لأحكام المادة 24 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر.

(2)- أنظر: ويزة لحارري شالح، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2010-2011، ص 146.

(3)- المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 15-79 المؤرخ في 8 مارس 2015 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 11-247 المؤرخ في 10 يوليو 2011 المحدد لتنظيم مجلس المنافسة وسيره، الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة في 11 مارس 2015.

دون أن يتكون هذا الأخير من أشخاص أكفاء وعارفين لسلوك المستهلك ورغباته وحاجاته حتى يمكن له اتخاذ القرار الصائب بخصوص الممارسات التي من شأنها أن تعرقل السير العادي للمنافسة، هذا بالإضافة إلى صلاحيات مجلس المنافسة في مجال ضبط السوق وحماية المستهلك والتي تتجلى من خلال دوره الاستشاري والقمعي والتي سنفصل فيها في لفروع الموالية.

الفرع الثاني: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك

إن وجود مجلس المنافسة يمنح نوعاً من الصارمة والحزم على جل العمليات التجارية بما فيها ترقية وحماية المنافسة، ولقد خص المشرع الجزائري مجلس المنافسة بالدور الاستشاري في كل مسألة مرتبطة بالمنافسة متى طلبت منه الحكومة أو المحترفين أو المستهلكين ذلك.

وباعتبار المستهلك هو الطرف المعني الأول بالعملية التنافسية وفقاً لما توفره له من الاختيار الحر بين عدد من السلع والمنتجات، وبما تحققه من خفض للأسعار تساعد على رفع قدرته الشرائية، غير أن الأمر لا يكون دائماً في صالحه الأمر الذي يجعل العودة إلى مجلس المنافسة ضرورياً من أجل استشارته كونه الخبير في مجال المنافسة⁽¹⁾ وباعتباره المرجع الجوهرية في ضبط السوق بحيث يستشار في كل مسألة لها صلة بالمنافسة طبقاً لأحكام المادة 18 من القانون رقم 08-12 المعدلة لأحكام المادة 34 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة فإنه لا بد من التمييز بين الاستشارات الوجوبية (أولاً) والاستشارات الاختيارية (ثانياً).

أولاً: الاستشارات الوجوبية: تعني أن الجهات المعنية ملزمة وجوباً باستشارة المجلس بغض النظر عن الأخذ أو عدم الأخذ برأيها، وذلك قبل الإقدام على أي تصرف ذي صلة بالمنافسة تكون استشارة المجلس وجوبية في حالتين:

01- حالة خروج الدولة عن مبدأ حرية الأسعار: طبقاً لأحكام الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجد أن المشرع أقر بمبدأ حرية الأسعار عملاً بقواعد المنافسة الحرة طبقاً لأحكام المادة 04 منه، وبالمقابل وخروجاً عن القاعدة العامة عن هذا المبدأ أقر باستثناء من طرف الدولة وفق شروط حددتها المادة 05 من نفس الأمر، حيث اشترطت أخذ رأي مجلس المنافسة إذا تعلق الأمر بتحديد أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي، وكذا حالة اتخاذ تدابير استثنائية.

ولكن بتعديل المادة 05 من الأمر رقم 03-03 بالمادة 04 من القانون رقم 10-05 المتعلق بالمنافسة⁽²⁾ تم إلغاء الاستشارة الوجوبية واستبدلت "باقتراح تدابير في مجال هوامش الربح والأسعار" وأصبح مجلس المنافسة يقدم اقتراحات فقط، وذلك لغرض وضع آليات الضرورية للتحكم في أسعار السلع التي تعرف اضطراباً وهو حال أيضاً للحالة استثنائية، حيث أصبحت استشارة مجلس المنافسة غير مطلوبة حيث يتم تحديد الأسعار عن طريق التنظيم، غير أن هذه الحالات المستثناة يمكن أن تحد من دور مجلس المنافسة في مجال ضبطه لنشاط الاقتصادي.

02- حالة منح التراخيص التجميعات الاقتصادية: طبقاً لأحكام المادة 17 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم يتم استشارة مجلس المنافسة وجوباً متى كان من شأن التجميع المساس بالمنافسة، وللمجلس مدة 03 أشهر للبت في عملية التجميع إما بالرفض أو القبول. غير أن المشرع غفل عن تحديد المعايير اللازمة لفصل المجلس في عملية التجميع، لاسيما بعد إلغائه للمرسوم رقم 2000-314 الذي يحدد المقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة الأمر الذي سيؤدي به إلى الإطالة في إصدار القرار لأكثر من ثلاثة أشهر المقررة قانوناً حتى

(1)-أنظر: نوال شبيبة، المرجع السابق، ص 144-145.

(2)-المادة 04 من القانون رقم 10-04 المؤرخ في 15 غشت 2010 المعدلة لأحكام المادة 05 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 18 غشت 2010.

يجمع المعلومات ويتأكد من صحتها.⁽¹⁾

وفي نفس السياق ألزم المشرع كل من البرلمان والسلطة التنفيذية ضرورة استشارة مجلس المنافسة في مواضيع حددتها المادة 19 من القانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-03 في مادته 36 منه والمتمثلة في:

1. يستشار المجلس وجوبا في كل نص تشريعي يصدر من البرلمان ممثلا في السلطة التشريعية.
 2. يستشار مجلس المنافسة وجوبا حول كل مشروع تنظيمي يصدر من قبل الهيئة التنفيذية.
 3. يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع أو تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق، أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التمويل داخل قطاع نشاط معين، أو في منطقة جغرافية معينة، أو في حالات الاحتكار الطبيعية.⁽²⁾
- ويلاحظ أن الحالات التي جاءت بها المادة 19 السالفة الذكر واردة على سبيل المثال لا الحصر، لأن المشرع الجزائري استعمل عبارة "لاسيما" وحسن ما فعل نظرا للتطورات الاقتصادية والاجتماعية السريعة، وبالتالي يمكن ظهور حالات أخرى جديدة، وصحيح أن الحكومة ملزمة باستشارة المجلس في مواد مشاريع النصوص التنظيمية، لكن غير ملزمة للأخذ بها فالمجلس المنافسة يمارس دور الهيئة الاستشارية لكن رأيه لا يحوز القوة الإلزامية، أي على مجلس الوزراء الأخذ برأي مجلس المنافسة كإجراء مسبق، ونفس الشيء حسب التعديل الجديد 2008 ألزم المشرع البرلمان باستشارة مجلس المنافسة فيما يخص النصوص القانونية، وهذا الرأي من مجلس المنافسة يجب إن يكون معلل والبرلمان غير ملزم الأخذ به.⁽³⁾

ولا شك أن مثل هذه الاستشارات تخدم مصالح المستهلك والذي كثيرا ما يجد نفسه أمام محيط اقتصادي فني يجهل الكثير من جوانبه التنظيمية والتشريعية، الأمر الذي يدفعه إلى طلب استشارة مجلس الذي يعد بمثابة الخبير المختص في هذا المجال.⁽⁴⁾

ثانيا: الاستشارات الاختيارية: إلى جانب الاستشارة الإلزامية منح المشرع لبعض الهيئات حق استشارة مجلس المنافسة اختيارا من أجل تنوير قراراتها.

وتعرف الاستشارة الاختيارية بأنها الاستشارة التي تطلبها الإدارة تلقائيا إما لأنها غير مفروضة بنص، وإما لأن النص الذي يشير إليها لم يعطيها صفة الإلزام والاستشارة غير الملزمة تعتبر مقبولة في حالة ما إذا كانت السلطة الإدارية لا تعتبر نفسها ملزمة بالرأي الذي تطلبه وإلا ستقتضي الصلاحيات الموكلة إليها، ولإدارة أن تقبل الاستشارة غير الملزمة إذا شعرت أن العمل لا ينقص من الاختصاصات المخولة لها.⁽⁵⁾ وبهذا فإن الاستشارة الاختيارية تتيح للجهات المعنية إمكانية اللجوء إلى مجلس المنافسة بكل حرية أو الامتناع عن ذلك دون أن يترتب أي أثر على ذلك.

ونصت على هذا النوع من الاستشارة كل من المادة 35-38 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وباستقراء هاتين المادتين يتبين لنا أن المشرع حدد لنا الأشخاص

(1)-أنظر: ليندة بلحارث، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة معارف، جامعة أكلي محند أو الحاج البويرة الجزائر، المجلد 11، العدد 21، جوان 2016، ص 236-237.

(2)-نلاحظ أن المادة 5 من الأمر رقم 03-03 قبل تعديل كانت تنص على استشارة مجلس المنافسة في كل نص تنظيمي يخص تحديد الأسعار، وتم حذفها بموجب القانون 05-10 لكن هذا لا يعني أنه حذف الاستشارة بما أنه في المادة 36 تنص على استشارته في كل مشروع نص تنظيمي.

(3)-أنظر: حسين شرواط، المرجع السابق، ص 57-58.

(4)-أنظر: فاطمة الزهراء حاج شعيب، المرجع السابق، ص 338.

(5)-أنظر: جمال بن بخمة، الاختصاص الاستشاري والتحكمي للسلطات الإدارية المستقلة، مجلة أبحاث قانونية وسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، العدد 02، 2016، ص 149.

التي بإمكانها استشارة مجلس المنافسة (الحكومة، الجماعات الإقليمية، الهيئات الاقتصادية والمالية المؤسسات، الجمعيات المهنية والنقابية، جمعيات حماية المستهلكين، والجهات القضائية) كما يظهر من استقرار المادتين على اختيارية استشارة مجلس المنافسة من خلال استعمال المشرع عبارات التالية "إذا طلبت الحكومة منه ذلك" يمكن أن يستشيرها" وعبارة "يمكن أن تطلب الهيئات القضائية" إضافة إلى ذلك المجلس المنافسة لا يبدي آراءه إلا إذا طلب منه ذلك. وعليه تعتبر الاستشارات الاختيارية التي يقدمها مجلس المنافسة غير ملزمة للجهات المستشارة بل لها طابع إعلامي، إلا أن المجلس يقر أنه لا يخطر إلا في المسائل العامة المتعلقة بالمنافسة بحيث يصرح بعدم القبول في حالة الإخطار على سبيل الاستشارة في الممارسات المقيدة للمنافسة والمعاقب عليها بموجب القانون.(1)

الفرع الثالث: الدور القمعي لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك

إن تخويل السلطة العقابية لمجلس المنافسة يعبر عن هدف أساسي ألا وهو إزالة التجريم والذي يعتبر أصلا غاية السياسة الجنائية، ولذلك فإن الصلاحية الممنوحة للمجلس توحي منها المشرع الوقاية والردع.(2) ذلك أن هذا الأخير يتمتع بصلاحية قمع الممارسات المقيدة للمنافسة التي من شأنها المساس بشفافية السوق ما يؤثر سلبا على السوق والمستهلك على حد سواء المجلس إلا أن صلاحية محدودة في الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة فقط، وتظهر هذه الصلاحيات القمعية من خلال قيام المشرع بتزويده بصلاحيات واسعة تهدف أساسا إلى ضبط النشاط الاقتصادي وقمع الممارسات المنافية للمنافسة، فالصلاحيات التنازعية الممنوحة للمجلس ظهرت كنتيجة لإزالة التجريم عن الممارسات المنافية للمنافسة والتي يعتبرها القانون بمثابة جرائم اقتصادية تستدعي تدخل القاضي الجزائي لقمعها، لكن بعد استحداث مجلس المنافسة كجهاز جديد أسندت له هذه المهمة، وقام المشرع بتزويده بنفس السلطات التي كان يتمتع بها القاضي الجزائي.(3) ويقصد بالصلاحيات التنازعية تلك الصلاحيات التي تمكن مجلس المنافسة من متابعة الممارسات التي يرتكبها المؤسسات في إطار القيام بنشاطاتها الاقتصادية من أجل تعزيز قدرتها التنافسية بطريقة غير مشروعة تؤدي إلى إقصاء منافسيها، ومن ثم القضاء على المنافسة في السوق.(4) وإن تبني فكرة السلطة القمعية لمجلس المنافسة في المجال الاقتصادي سمح له من الاستفادة من التدخل في مجالات سطرها له المشرع، فله سلطة القرار في الأعمال المودعة أمامه وهو ما جاء في المواد 6-7-8-9-10-11-12 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم، وهذه الوظائف تدخل في إطار الممارسات المقيدة للمنافسة التي جاء بها نص المادة 44 من ذات الأمر وتتمثل هذه الممارسات في:

- الممارسات والأعمال المدبرة الصريح والضمنية- التعسف في استغلال وضعية الهيمنة وضعية التبعية الاقتصادية - عرض أسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة بشكل تعسفي.
- كما ينظر في التجميعات التي تقدم له وجوبا من طرف أصحابها، ويمكن له قبول التجميع أو رفضه بقرار معلل.(5) غير أنه ليس كل ما يتعلق بالممارسات المقيدة للمنافسة يعد من اختصاص

(1)-Rachid ZOUAIMIA,op.cit. p59.

(2)-أنظر: وليد بزار، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة وضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 06، العدد 02، 2019، ص 369.

(3)-أنظر: ليندة بلاش، دور مجلس المنافسة في مجال الردع الإداري للممارسات المنافية للمنافسة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص 06.

(4)-أنظر: سلمى كحال، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقره بومرداس، 2009-2010، ص 60.

(5)-أنظر: حسين شرواط، المرجع السابق، ص 60.

مجلس المنافسة، وإنما هناك حالات وبالرغم من كونها تدخل في تطبيق المواد من 6 إلى 12 إلا أنها تخرج من اختصاص مجلس المنافسة، وما نصت عليه المادة 13 و 48 من ذات الأمر وإضافة إلى ذلك أسند المشرع للمجلس أيضا مهمة إجراء التحقيقات حول مخالفة أحكام قانون المنافسة (أولا) وكذلك صلاحية فرض الجزاءات على المخالفين (ثانيا).

أولا: صلاحية مجلس المنافسة في القيام بالتحقيقات: يتمتع مجلس المنافسة باختصاص عام يتمثل في القيام بتحقيقات حول شروط تطبيق النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالمنافسة فإذا أثبتت هذه التحقيقات أن تطبيق هذه النصوص سوف تحد من المنافسة، فإن مجلس يباشر كل القرارات اللازمة لمواجهة هذه القيود، ويمكنه الاستعانة بأي خبير أو أي شخص بإمكانه تقديم معلومات كما يمكن له أن يطلب من المصالح المكلفة بالتحقيقات الاقتصادية إجراء أي مراقبة أو تحقيق أو خبرة حول المسائل المتعلقة بالقضايا التي تدرج ضمن اختصاصه.⁽¹⁾

ذلك أن قبول الإخطار من قبل مجلس المنافسة لا يعتبر دليل كافيا على وقوع ممارسات منافسية إنما لابد أن يباشر تحقيق حول الوقائع المراد التحقيق فيها قصد إضفاء المشروعية على أعماله ويبقى عليه أن يعمق التحقيق من أجل إثبات مالا يدع مجالا للشك وقوع الممارسات والأفعال المحظورة، وعبء الإثبات الممارسات يقع على عاتق مجلس المنافسة يحقق المقرر في الطلبات والشكاوى المرفوعة لدى المجلس والتي يسند لها مجلس المنافسة، حيث يتولى مهمة فحص كل وثيقة مهما كانت طبيعتها، ويقوم هذا الأخير بعد جمع وفحص الأدلة المتحصل عليها بتحرير تقرير أولي يدون فيه وقائع القضية التي تم التحقيق فيها، ويبلغ 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 النهاية من التحقيق الأولي يتم وضع تقرير ختامي للقضية يسجل فيه ما أورده التحقيق في التقرير الأولي، ويبين المخالفات المرتكبة ويقترح القرار الذي يتعين اتخاذه، ثم يودع لدى المجلس ليبادر بعده رئيس مهمة تبليغ الأطراف مع تحديد الجلسة التي يتم فيها الفصل.⁽²⁾ ومما لا شك فيه أن مجلس المنافسة يملك سلطات واسعة في مجال مراقبة المنافسة الحرة وضبطها حسب الأهداف المحددة والمرسومة للمنافسة ذاتها، ولا يمكن ترك المنافسة دون ضبط أو تنظيم، لأن ذلك قد يؤدي إلى مساوئ كثيرة من شأنها الحد من وظيفة المنافسة كأداة للتقدم الاقتصادي ورفاهية المجتمع.

ثانيا: صلاحية مجلس المنافسة في توقيع الجزاء: من أجل ممارسة السلطة القمعية التي يتمتع بها مجلس، فقد خوله المشرع إصدار تدابير وقائية وعقوبات ردعية بشأن الممارسات المقيدة للمنافسة تتسم بالطابع الإداري باعتبارها تصدر عن هيئة إدارية في ظل ضمان احترام الحقوق والحريات.⁽³⁾

وتختلف العقوبات التي يوقعها المجلس حسب طبيعة المخالفة موضوع القضية وذلك على أساس معايير متعلقة بخطورة الممارسة المرتكبة والضرر الذي يلحق بالاقتصاد، وأهمية وضعية المؤسسة

(1) -راجع في ذلك المضمون المادتين 18-20 من القانون رقم 08-12 المعدلة لأحكام المادتين 34-37 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(2) -لتفصيل أكثر حول، صلاحية مجلس المنافسة في القيام بالتحقيق راجع الفصل الثالث من الباب الثالث المعنون بـ "إجراء التحقيق" المواد من 50 إلى 55 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر. راجع أيضا: سفيان بومراو، ممارسة مجلس المنافسة الجزائري لدوره الرقابي للسوق عبر إجراء التحقيق، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 04، العدد 01، جانفي 2017، ص 458 وما يليها.

(3) -أنظر: الوليد بزار، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة وضبط حرية المبادرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 06، العدد 04، ماي 2019 ص 375.

معنية في السوق وهو ما أكدت عليه المادة 62 مكرر 1 من قانون المنافسة⁽¹⁾ فقد تكون العقوبات المالية أي غرامات⁽²⁾ أو تكون عبارة عن قرارات إدارية في شكل أوامر لمؤسسات المخالفة بالقيام بعمل أو الامتناع عن عمل، كما له صلاحية اتخاذ الإجراءات التحفظية عن الممارسات التي قد تهدف إلى المساس بالمنافسة وهو ما نصت عليه المادة 45 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم وهذا من شأنه أن يضع حدا للممارسات المقيدة للمنافسة وحماية المستهلك منها، وذلك من خلال تسليط العقوبات على مرتكبيها من خلال اختصاصه الردعي العقابي.

وتكريسا للطابع السلطوي لمجلس المنافسة فهذا الأخير لا يعتبر مجرد هيئة استشارية فموجب الصلاحيات المخولة له منح له المشرع سلطة اتخاذ قرارات إدارية فردية، بل أكثر من ذلك اتخاذ أنظمة أو تعليمات أو مناشير بهدف ضمان منافسة فعلية.⁽³⁾ ذلك أن المشرع بموجب تعديل 2008 أضاف اختصاص جوهرى لمجلس المنافسة يتعلق بسلطة وضع أنظمة أو تعليمات أو مناشير قصد ضبط السوق، وذلك وفقا لما نصت عليه المادة 2/34 من الأمر المتعلق بالمنافسة.⁽⁴⁾ ويعد هذا الاختصاص بمثابة تدعيم للطابع السلطوي الإداري المستقل لمجلس المنافسة رغم ربطه بالوزير المكلف بالتجارة حسب نص المادة 19 من القانون رقم 08-12 المعدلة لأحكام المادة 23 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة.

استنادا لما سبق يمكن القول أنه على الرغم من تزويد مجلس المنافسة بكل الوسائل القانونية المجسدة لتحقيق الفعالية، إلا أنه بقي هيئة غائبة في الساحة الاقتصادية لعشرية من الزمن إذ منذ إصدار الأمر رقم 03-03 تم تجميد نشاط مجلس المنافسة، مما جعل من أحكامه مجرد حبر على ورق نظر لعدم توافر العناصر الأساسية لبناء سوق منظمة ومضبوطة سواء من حيث تأطير عمل ونشاط المتعاملين الناشطين فيها، أو من حيث الظروف والوسائل التي يستلزم أن تتوفر فيها مما يجعلها غير فعالة وغير فعلية.

وعليه فإن المستهلك هو أكبر متضرر من انعدام حرية المنافسة أو تقييدها، لأن ترك نظام السوق تحركه الممارسات العشوائية يؤدي إلى الإخلال بقواعد المنافسة، وما يستتبع ذلك من آثار ضارة على المستهلك، فالرقابة التي يمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك رغم المآخذ التي وجهت له في عدم تفعيله في أرض الواقع.⁽⁵⁾

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في تكريس الحماية الفعالة للمستهلك

يعتبر من الحقوق الدولية الأساسية للمستهلك الحق في تمثيله حين اتخاذ قرارات تتعلق به، والحق في الدفاع عن مصالحه من خلال جمعيات حماية المستهلك المنشأة بوجه قانوني سليم. حيث أن هذه الأخيرة تلعب دورا فعالا في الدفاع عن مصالح جمهور المستهلكين، فقد أصبحت من جماعات الضغط الاجتماعي سواء على المشرع الذي كثيرا ما تدفعه إلى تبني سياسة حمائية أو على المهنيين من خلال الأساليب أو الطرق التي سلكتها لحماية المصلحة الجماعية للمستهلكين.⁽⁶⁾

(1)-المادة 62 مكرر 1 تم إضافتها بموجب المادة 10 من القانون رقم 08-12 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر.

(2)-تم النص على العقوبات المالية المطبقة من طرف مجلس المنافسة في الفصل الرابع من الباب الثالث المتعلق بمجلس المنافسة في المواد 56 إلى 62 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم.

(3)-Rachid ZOUAIMIA, Le conseil de la concurrence et la régulation des marchés en droit algérien, Revue Idara, N°36, 2008, p09.

(4)-المادة 18 من القانون رقم 08-12 المعدلة و المتممة لأحكام المادة 34 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة السالف الذكر.

(5)-أنظر:، صياد الصادق، المرجع السابق، ص 129

(6)-أنظر: كمال كيجل، صابرين بيطار، دور الهيئات اللامركزية والهيئات المستقلة في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثاني حول حماية المستهلك الواقع والنصوص، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أدرار، المنظم يوم 03 04 جوان 2014، ص 06.

وباعتبارها الملجأ الأساسي للمستهلك وذلك لما توفره من حماية كافية والدفاع عن حقوقه ويقع على عاتقها خلق توازن بين حقوق المستهلكين والمنتجين، كما تهدف إلى محاولة إيجاد حلول لما تعنيه من عوائق لمحاربة الارتفاع المستمر للأسعار، فقد أولت مختلف التشريعات أهمية بالغة لها كونها حلقة وصل لا يمكن إغفالها من أجل تحقيق حماية متكاملة مع باقي الأجهزة والهيئات الأخرى⁽¹⁾.

ومن أجل معرفة مدى مساهمة هذه الجمعيات في حماية المستهلك ومدى فاعليتها سيتم من خلال هذا المطلب معالجة مفهوم جمعيات حماية المستهلك { الفرع الأول } وجمعية حماية المستهلكين كأى جمعية أخرى لا تتأسس إلا إذا تحققت شروط فيها، مما يستدعي الأمر التطرق إلى شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك { الفرع الثاني } لنخرج في الأخير إلى معالجة آليات عملها ودورها في حماية المستهلكين { الفرع الثالث }.

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك

ترجع نشأة الحركة الجمعوية إلى القرن 20 حيث تم إنشاء أول جمعية لحماية المستهلك ثم تطورت الفكرة في الخمسينيات ظهرت أول جمعية خاصة بالمستهلكين في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1928 وتسمى جمعية البحث Research Consumer فكان دورها يتمثل في تنبيه السلطات العمومية إلى بعض الممارسات غير المشروعة من قبل المنتجين، ومن ثم امتد هذا التيار إلى مختلف الدول الغربية والعربية⁽²⁾.

وفي هذا السياق تعتبر الممارسة الجمعوية من الحقوق مكفولة دستوريا وهذا بنص المادة 53 من المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المتعلق بالتعديل الدستوري، وجمعيات حماية المستهلك هي جمعيات ذات طابع اجتماعي لها مفهومها الخاص بها والذي يميزها عن باقي المكونات القانونية الأخرى، وباعتبارها كيان قانوني له جملة من المهام والحقوق والواجبات يؤثر ويتأثر ألزمها المشرع بضرورة الخضوع لجملة من الشروط والإجراءات⁽³⁾.

ووضع من حيث إنشائها وتنظيمها وسيرها □ القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات⁽⁴⁾ الذي بموجبه اعترف □ شرع الجزائري بالحقوق □ تأسيس الجمعيات، وكبقية المفاهيم تعددت الآراء واختلفت التوجهات في معالجة مفهوم الجمعيات، لذلك سنحاول إعطاء أهم تعاريف من وجهة الفقهية (أولا) لنخرج إلى تعريفها من الوجهة القانونية (ثانيا).

أولا: التعريف الفقهي لجمعيات حماية المستهلك: ينصرف اصطلاح الجمعية إلى كل تنظيم مستمر دائم لمدة معينة، أو غير معينة تتألف من عدة أشخاص - طبيعيين أم اعتباريين - لغرض غير الحصول على ربح مادي، ويستوي أن يكون هذا الغرض تحقيق مصلحة عامة أو مصلحة خاصة غير ترويج الأرباح المادية على الأعضاء⁽⁵⁾.

أما فيما يخص جمعية حماية المستهلك فقد عرفت على أنها: «هيئات شعبية حيادية تطوعية ذات

(1)-أنظر: نبيل نصري، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة، مداخلة ملقاء في الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 13 و14 أبريل 2008، ص 166.

(2)-أنظر: سهام خامر، آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر 1، 2012-2013، ص 82.

(3)-أنظر: نادية ضريفي، فواز لجلط، دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص 177.

(4)-القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، العدد 02، الصادرة في 15 يناير 2012.

(5)-أنظر: أحمد إبراهيم عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة 2006، ص 522.

طابع اجتماعي تنشأ لأغراض غير مربحة لا علاقة لها بالدولة، يؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية والعلمية والمتخصصين في المجالات المختلفة والاتحادات المختلفة فهي هيئة تسعى إلى تأكيد دورها في تمثيل المستهلك وحمايته لا مجرد الدفاع عنه»⁽¹⁾.

كما عرفت أيضا على أنها: «حركة منظمة من المواطنين والهيئات الحكومية تهدف إلى زيادة حقوق المشترين ونفوذهم وتأثيرهم على بائعي المنتجات، فهي تعنى بمصالح المستهلك في المجالات جميعها التي يمكن أن يشكل تقديم السلع أو الخدمات فيها خطرا على صحة وسلامة وأموال المستهلكين»⁽²⁾.

ومن هذه التعاريف نخلص إلى أن جمعيات حماية المستهلك هي هيئات تطوعية غير حكومية يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم واختصاصاتهم لا تهدف إلى الربح وإنما تهدف لحماية حقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه، وضمان الدفاع عنها عن طريق تنويره وتوعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات، ورفع دعاوى قضائية نيابة عنه⁽³⁾.

ثانيا: تعريف القانوني لجمعيات حماية المستهلك: تعد فكرة حماية المستهلك حديثة نسبيا بالجزائر وبالرجوع إلى القانون الجزائري نجده اعترف بجمعيات حماية المستهلك وخصص لها عدة تعاريف ونظم كيفية عملها من خلال عدة قوانين، إذ خص لها فصلا كاملا من خلال القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بعنوان "جمعية حماية المستهلكين" وطبقا للمادة 21 منه يمكن تعريف جمعية حماية المستهلك على أنها: «كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه، توجيهه وتمثيله يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التنظيم الساري المفعول».

ويقصد المشرع بضرورة أن تتأسس جمعيات حماية المستهلك طبقا للقانون وجوب إخضاعها لأحكام القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات خاصة الشروط المتعلقة بمؤسسي الجمعية وإجراءات التأسيس والضوابط المتعلقة بحقوق وواجبات الجمعية، وبالرجوع إلى نص المادة 02 منه عرفت الجمعية حماية المستهلك على أنها: «تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا، ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها...».

والملاحظ من خلال نص المادتين السالفتين الذكر أن التعريف الذي أورده المشرع في قانون الجمعيات جاء عاما، يصلح لأية جمعية سواء كانت لحماية المستهلك أو لغيرها، بينما التعريف الذي أورده المشرع □ قانون حماية المستهلك يتحدث عن أهداف جمعية حماية المستهلك باعتبارها تؤسس لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية تهدف إلى توعية □ ستهلك □ وتنقيفهم وإرشادهم، وحماية مصالحهم وحقوقهم لدى □ هات الإدارية الوصية، وكان من الأجدر أن يفصل المشرع ب □ تعريف □ معية وبين تعداد أهدافها، لذلك يفضل أن يكون التعريف موجزا ومعبرا عن حقيقة الواقع دون الإفراط في الحديث عن الأهداف، فنبتعد بالتالي عن المقصود⁽⁴⁾.

(1)-أنظر: سامية لموش، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة لمقابلة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 13-14 أفريل 2008 ص 285.

(2)-أنظر: سامر المصطفي، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، الجمهورية العربية السورية، المجلد 29، العدد 02، 2013، ص 102.

(3)-أنظر: بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة لمقابلة في الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، المنعقد يومي 22-23 أفريل 2008 ص 01.

(4)-أنظر: مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية ببيروت، لبنان، 2004، ص 213-214.

وبالمقابل أيضا نظم المشرع المصري الجمعيات في قانون رقم 84 لسنة 2002 الملغى ثم أعيد تنظيمه بقانون رقم 70 لسنة 2017 المتعلق بتنظيم عمل الجمعيات والذي عرف الجمعية في المادة 2/01 منه: «كل جماعة ذات تنظيم مستمر يتم تأسيسها وفقا لأحكام هذا القانون وتتألف من أشخاص طبيعية أو اعتبارية مصرية أو منهما معا بحد أدنى عشرة أشخاص، وتهدف إلى ممارسة العمل الأهلي»⁽¹⁾ كما أكد على دور الذي تضطلع به هذه الجمعيات من الباب الرابع المعنون بـ "الجمعيات الأهلية المعنية بحماية المستهلك" من خلال المادة 62 من قانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك.

أما بخصوص موقف المشرع الفرنسي فقد نص قانون الاستهلاك على جمعيات المستهلكين في المادتين L811-1 و L811-2 بحيث اكتفى بإمكانية اعتمادها بهدف تمثيلها على المستوى الوطني، كما يقتصر منح الاعتماد إلا للجمعيات المستقلة عن جميع أشكال الأنشطة المهنية غير أنه يجوز الموافقة على الجمعيات التعاونية الاستهلاكية التي يحكمها قانون المؤرخ في 7 ماي 1917 الذي يتضمن عمليات الائتمان الموجه لتعاونيات المستهلكين التي استوفت شروط اعتماد⁽²⁾.

الفرع الثاني: شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك

أخضع المشرع تأسيس الجمعيات حماية المستهلك لعدة شروط وفقا لأحكام القانون رقم 12-06 وتختلف هذه الشروط بين موضوعية يجب توافرها في أعضاء الجمعية أنفسهم (أولا) وبين شروط أخرى شكلية وتخلفها يترتب عليه رفض تكوين الجمعية (ثانيا).

أولا: شروط الموضوعية لتأسيس جمعيات حماية المستهلكين: اشترط القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات جملة من شروط بعضها يتعلق بالأعضاء المؤسسين للجمعية والباقي يتعلق بأهدافها فمت توافرت هذه الشروط يمكن تأسيس الجمعيات فما يتعلق بالأعضاء المؤسسين، فقد اشترط المشرع طبقا لأحكام المادة 04 من القانون 12-06 المتعلق بالجمعيات فإنه: «يجب على الأشخاص الطبيعيين الذين بإمكانهم تأسيس الجمعية وإدارتها وتسييرها أن يكونوا:

- بالغين سن 18 سنة ما فوق ومن جنسية جزائرية، ومتمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية.
- غير محكوم عليهم بجناية و/أو جنحة تتنافى مع نشاط الجمعية، ولم يرد اعتبارهم بالنسبة للأعضاء المسيرين»⁽³⁾.

أما بالنسبة للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الخاص فقد اشترطت فيهم المادة 05 من نفس القانون جملة من الشروط تتمثل أساسا في:

- 1- مؤسسين طبقا للقانون الجزائري.
 - 2- ناشطين عند تأسيس الجمعية، وغير ممنوعين من ممارسة نشاطهم.
- وفي نظرنا هي أيضا شروط بسيطة بالنسبة للشخص المعنوي الخاص المؤسس للجمعية لا تظهر فيها أي محاولة لتعقيد ممارسة هذا الحق شأنها شأن الشروط الواجب توافرها في الشخص الطبيعي. وبالرجوع إلى نص المادة 06 من ذات القانون فإن

(1)-المادة 2/01 من القانون رقم 70 لسنة 2017 المتعلق بتنظيم عمل الجمعيات وغيرها من المؤسسات العامة في مجال العمل الأهلي، الجريدة الرسمية، رقم 20 مكرر، الصادرة بتاريخ 24 ماي 2017.

(2)-L811-1 et L811-2 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(3)-الشروط التي جاء بها القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات جاءت أكثر حزما وشدة من تلك المنصوص عليها في المادة 04 من قانون رقم 90-31 الملغى المتعلق بالجمعيات والتي نصت على أنه: «يمكن جميع الأشخاص الراشدين أن يؤسسوا أو يديروا أو يسيروا جمعية مع مراعاة أحكام المادة 5 من هذا القانون إذا توافرت فيهم الشروط الآتية: أن تكون جنسيتهم جزائرية، أن يكونوا متمتعين بحقوقهم المدني والسياسية، أن لا يكونوا قد سبق لهم سلوك مخالف لمصالح الكفاح التحرير الوطني».

جمعيات حماية المستهلك تتأسس من أشخاص طبيعية و/أو معنوية، ويكون عدد الأعضاء المؤسسين كالاتي:

- 1- عشرة (10) أعضاء على الأقل بالنسبة للجمعيات البلدية.
- 2- خمسة عشر (15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقة عن بلدين على الأقل.
- 3- واحد وعشرون (21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقة □ عن ثلاثة (3) ولايات على أقل.
- 4- خمسة وعشرون (25) عضو بالنسبة للجمعيات الوظيفية منبثقة □ عن اثني عشر (12) ولاية على الأقل.

أما بخصوص الشروط المتعلقة بالجمعيات فتتعلق أساسا في موضوع الجمعية وهدفها فلكي يتم إنشاء أو تأسيس جمعية يشترط ألا يكون الهدف هذه الأخيرة مخالفا للغرض الذي أنشأت لأجله، وألا يكون مخالفا للنظام العام والآداب العامة وأحكام القوانين والتنظيمات المعمول بها فقد رتب القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات الملغى جزاء البطلان بقوة القانون على عدم احترام هذه الشروط⁽¹⁾ وذلك على خلاف القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات الذي أغفل المشرع من خلاله تحديد الجزاء المترتب عن مخالفة هذه الشروط، مما يستدعي الرجوع إلى القواعد العامة المتعلقة بالعقد خاصة المادة 97 من القانون المدني.⁽²⁾

ثانيا: الشروط الشكلية لتأسيس جمعيات حماية المستهلك: بالإضافة إلى الشروط الموضوعية هناك مجموعة من الشروط الشكلية، حيث نصت المادة 06 من القانون رقم 12-06 على أنه من شروط تأسيس الجمعية هو اجتماع أعضائها المؤسسين في جمعية عامة تأسيسية تثبت بموجب محضر اجتماع يحرره محضر قضائي تصادق فيه على القانون الأساسي للجمعية وتعين مسؤولي هيئاتها التنفيذية، ولتأكيد اجتماع الجمعية من الناحية القانونية نص المشرع على ضرورة توافر إمكانيات مادية ومعنوية لتحقيق الأهداف المرجوة من هذا العمل، وقد حددت المادة 06 السالفة الذكر عدد الأعضاء المؤسسين الواجب توافرهم في الجمعيات، بعد اجتماع الجمعية العامة يتولى الشخص المخول له قانونا وهو رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا تشكيل ملف إداري نصت على مشتملا ته المادة 12 من نفس القانون، ويرفق هذا الملف بتصريح التأسيس، غير أن المشرع لم يحدد شكل هذا التصريح والبيانات التي يجب أن يتضمنها، بعد ذلك يتم إيداع التصريح التأسيسي إلى جانب الملف المرفق لدى السلطات العمومية المختصة وهي:

- المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.
- الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية- الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

وبعد إيداع ملف التأسيس تسلم الإدارة المعنية وجوبا للجمعية مباشرة وبعد تدقيق حضوري لوثائق الملف وصل إيداع.⁽³⁾ بعدها تقوم الإدارة بإجراء دراسة لمدى مطابقة تأسيس الجمعية لأحكام القانون الإدارية المختصة، وهذا الأمر يجب أن يتم في حدود الأجل المحدد حسب الإدارة المختصة ابتداء من تاريخ إيداع التصريح كما يلي:

- ثلاثين (30) يوما بالنسبة للمجلس الشعبي البلدي فيما يخص الجمعيات البلدية
- أربعين (40) يوما بالنسبة للولاية فيما يخص الجمعيات الولائية

(1)-المادة 1/05 من القانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، العدد 53 الصادرة في 5 ديسمبر 1990 الملغى بالقانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات السالف الذكر.

(2)-أنظر: نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، قسم القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة 1، 2012-2013، ص 58.

(3)-المادة 08 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات السالف الذكر.

- خمسة وأربعين (45) يوما بالنسبة للوزارة المكلفة بالداخلية فيما يخص الجمعيات ما بين الولايات - ستين (60) يوما بالنسبة للوزارة المكلفة بالداخلية فيما يخص الجمعيات الوطنية. ويتعين على الإدارة خلال هذا الأجل أو عند انقضائه على أقصى تقدير إما تسليم الجمعية وصل تسجيل ذي قيمة اعتماد، أو اتخاذ قرار بالرفض.⁽¹⁾ من خلال تحليل هذه الإجراءات يتبين لنا بأنها إجراءات بسيطة، وتتطوي على آجال معقولة تعكس تشجيع الدولة للعمل الجماعي المنظم.

الفرع الثالث: آليات عمل جمعيات حماية المستهلك ودورها في حماية المستهلكين

إن فلسفة السياسات الاقتصادية الجديدة تقتضي وجود دور أكبر لمؤسسات المجتمع المدني وهنا يبرز دور جمعيات حماية حقوق المستهلك كأحد مؤسسات المجتمع المدني المناط إليها حفظ التوازن في الأسعار بما يمنع استغلال رجال الأعمال، وحماية مصالح لجمهور المستهلكين.⁽²⁾ ومن المؤكد أن المشرع الجزائري أتاح لجمعيات حماية المستهلك الآليات القانونية اللازمة لحماية المستهلك من المتعاملين الاقتصاديين أو التجار الذين يحاولون أن يقوموا بترويج سلعهم وخدماتهم بشتى الوسائل والطرق، فالبر جوع إلى قانون حماية المستهلك نجده قد اعترف بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم في الفصل السابع "جمعيات حماية المستهلك" في المواد 21-22-23-24 وآليات عمل جمعيات حماية المستهلك تركز أساسا في دورين دورها وقائي (أولا) ودورها علاجي (ثانيا) لنعرج في ختام إلى اعتماد جمعيات حماية المستهلك على القضاء لحماية المستهلك (ثالثا).

أولا: الآليات الوقائية ودورها في حماية المستهلك: نقصد بالدور الوقائي معالجة الأمور مسبقا من خلال ترشيد المستهلك نتيجة غياب الوعي الاستهلاكي، وتزويده بكافة المعلومات التي تمكنه من الاختيار الحسن قصد الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي، وهذا من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله.⁽³⁾ وهذا الإجراء الاحترازي يتخذ عدة أشكال نذكر منها:

01- دور الجمعيات في تحسيس وإعلام المستهلك: من الواجبات الأساسية للجمعيات تحسيس المواطن بالمخاطر التي تهدد أمنه وصحته وماله، ولم يقتصر دورها على ذلك بل يتعداه إلى توعية وتحسيس أصحاب القرار حول أهمية الإجراءات الوقائية التي يجب عليهم اتخاذها لحماية المستهلك، كما تعمل في هذا الإطار بتتوير المستهلكين بالمعلومات الهامة والمؤثرة عن خصائص السلع والخدمات المعروضة في الأسواق المحلية⁽⁴⁾ من خلال إعلامهم وتقديم النصح لهم وذلك بمراقبة مدى توافر الوسم في المنتجات، ومدى تطابق هذه الأخيرة مع المواصفات القانونية والتنظيمية. وتستعمل الجمعية في سبيل تحقيق هذا الدور التحسيسية والإعلامية عدة وسائل⁽⁵⁾

(1)-لتفصيل أكثر حول وصل تسليم، وقرار الرضا راجع المواد من 10 إلى 11 من ذات القانون.

(2)-أنظر: فرج عبد الفتاح فرج، الاقتصاد الإفريقي قضايا التكامل والتنمية، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 281.

(3)-أنظر: زهية بشاطة، المرجع السابق، ص 130.

(4)-أنظر: خيرة بن سالم، محمد جغام، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص 164-165.

(5)-في إطار نشاطها تقوم جمعية حماية المستهلك لولاية قالمة عبر، صفحتها الرئيسية في الفيسبوك بصفة مستمرة بنشر مطويات تحذر من مخاطر التسممات الغذائية وكيفية الوقاية منها، كما تقوم عبر، صفحتها بالتواصل المباشر مع المستهلكين، والرد على مختلف تساؤلاتهم وانشغالاتهم، كما قامت جمعية حماية المستهلك العباسي لولاية سيدي بلعباس عبر، صفحتها الرئيسية في الفيسبوك بنشر العديد من الفيديوهات للتحذير من مخاطر المنتجات الاستهلاكية، ومن بينها اللحوم المجمدة والمستوردة، وكذا بديل السكر. (Aspartame) جمعية- حماية- المستهلك- لولاية سيدي بلعباس

كطباعة المجالات والدوريات الخاصة بالمستهلك سواء تعلق الأمر بالصحف، أو النشريات الأسبوعية أو الشهرية وتوزيعها على المستهلكين، أو عن طريق الإذاعة والتلفزيون، أو الانترنت التي أصبحت أكثر انتشار خاصة المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، وظهر هذا جليا خاصة من خلال انتشار جائحة كورونا مؤخرا. إضافة إلى عقد الندوات وإلقاء المحاضرات طبقا للمادة 24 من القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات، كما اعتبرت المادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم أن إعلام وتحسيس المستهلك يعد ضمانا أساسية لحمايته، ولا يقتصر دور ومهام جمعيات حماية المستهلكين على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك فقط بل يمتد دورهم إلى المشاركة في إعداد سياسة الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو ما يسمح لها بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس، والتمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة وذلك يعتبر شكلا آخر لمشاركة الجمعيات⁽¹⁾.

وفي الختام لابد من التنويه إلى أن الإعلام الذي تقدمه جمعيات حماية المستهلك يعد أكثر نفعا من الإعلام الذي يقدمه المتدخلين للمستهلكين لأنها تهدف من وراء هذا الإعلام إلى حماية المستهلك بجعل هذا الإعلام موضوعي، ومبصر للرادتهم.

(02)- دور الجمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة: كان لفيروس كورونا تأثير جلي على المستهلك خاصة في زيادة غير المبررة للأسعار والادخار السري لبعض السلع من أجل بيعها بأثمان مرتفعة، وهنا يظهر دور جمعيات حماية المستهلك في الحفاظ على القدرة الشرائية التي يهتم بها المستهلك، فتسعى جاهدة إلى الحد من المغالاة في سعر المنتجات ذات الاستهلاك المتكرر فتقوم بمراقبة مدى احترام المتدخلين للأسعار المفروضة من قبل الدولة خاصة بالنسبة للمنتجات ذات طابع الإستراتيجي كالحليب والخبز، كما أنها تلزم المتدخلين بالإعلان عن أسعار المنتجات لتمكين المستهلك من اختيار المنتج الذي يوافق رغباته المشروعة، كما تعتمد لمراقبة مدى مطابقة السلع المعروضة في السوق للجودة المطلوبة، مع الفحص المنتوجات لمعرفة مزاياها وعيوبها⁽²⁾.

وطبقا لأحكام القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، والقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم وأحكام القانون رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم نجد أن جمعيات حماية المستهلك تلعب دور بارز في متابعة ومراقبة السوق، حيث تنقسم هذه المسؤولية مع الأجهزة الرسمية وذلك من أجل الوقوف على أي ممارسة من شأنها الإضرار بالمستهلك، بعد أن تتلقى تلك الجمعيات الشكاوى تعمل على إبلاغ مجلس المنافسة بها، وانطلاقا من مهمتها في متابعة الأسواق والعمل على إزالة الأسباب التي تؤثر على المستهلك في السوق، فتراقب هذه الأخيرة مثلا التنزيلات التي تجريها المؤسسات وتحقق من إن هناك تخفيضا فعليا في السوق⁽³⁾.

ثانيا: آليات العلاجية ودورها في حماية المستهلك: يقصد بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك تطبيق قوانين والوسائل ردعية تدافع عن حقوق المستهلك في حالة إصابته بالضرر وذلك باللجوء إلى وسائل دفاعية في حالة وقوع الضرر للمستهلكين حيث يصبح الدور الوقائي لهذه الجمعيات عديم الجدوى وبدون فاعلية، وتتخذ جمعيات حماية المستهلك في سبيل ردع المخالفين حين

(1)-أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 66-67.

(2)-أنظر: حورية زاهية سي يوسف، الرقابة عن طريق الجمعيات حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب البليدة، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012، ص 202.

(3)-أنظر: عمار البيك، المرجع السابق، ص 98.

تتعرض مصلحة المستهلك للخطر عدة الأشكال، وهذا الدور الذي تضطلع به الجمعيات أجازته المشرع بنص القانون سواء في قانون الجمعيات أو قانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.⁽¹⁾ وفي هذا الصدد سنفصل في هذه الأشكال على النحو الآتي:

01)- ممارسة الدعاية المضادة: ونقصد به قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر وتوزيع وكشف المنتجات والخدمات المعروضة بالسوق المحلية مكتوبة بالصحف، المطبوعات والمجلات مسموعة عن طريق الإذاعة أو مرئية عن طريق التلفزيون، وذلك لتوعية المستهلكين بخصائص السلع والخدمات، والتحذير من مخاطر بعضها أو عيوبها التي تظهر عند الاستخدام بهدف تحقيق التوازن بين منظمات الإنتاج والتوزيع التي تستخدم الدعاية كأداة فنية لزيادة الاستهلاك ودوران عجلة الإنتاج وبين جمعيات حماية المستهلك.⁽²⁾

ويمكن أن تمارس الدعاية المقابلة بعدة طرق، فقد تتخذ طريق النقد العام لبعض نماذج الإنتاج كالمشروبات المسكرة وهذا ما يكشف عن حرية التعبير، وقد تحمل الدعاية مقابلة مباشرة على إنتاج معين بالذات لخطره أو لعدم فعاليته، وإذا كانت هذه الدعاية مشروعة من حيث المبدأ خاصة عندما تصدر من غير منافس على أقل، إلا أنها تجد ما يقيدتها ضمن مبادئ المسؤولية المدنية وبالتالي يمكن أن تسبب مسؤولية منظمة المستهلكين التي انتقدت دون أن تتخذ الاحتياطات الضرورية إنتاج معين.⁽³⁾ كما قد تتم الدعاية المضادة عن طريق ما تقوم به منظمات المستهلكين من تجارب ودراسات مقارنة، فهذه الأخيرة تقدم معلومات مجردة حول نوعية وعيوب كل منتج أو خدمة، وبالتالي تمكن المستهلك من اختيار النموذج الذي يتوافق مع حاجاته وذوقه وقدرته المالية، فهي بصورة عامة تعطي نظرة إجمالية ما هو معروض في السوق من منتجات أو ما هو متوفر من خدمات.⁽⁴⁾

وإمكانية قيام الجمعيات بإجراء التجارب ودراسات مقارنة كانت قد أشارت إليه المادة 23 من القانون رقم 89-12 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى، ولكن الغريب في الأمر أن المشرع لما أصدر القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك تراجع عن إقرار هذه الوسيلة لجمعيات حماية المستهلك ولم يعد صياغة هذه المادة على النحو السابق، مما يفهم منه تقليص من أدوار هامة يمكن أن تلعبها جمعيات حماية المستهلك مستقبلاً.⁽⁵⁾

والملاحظ أيضاً على أن المشرع الجزائري لم يتطرق لإجراء الإشهار أو الدعاية المضادة في قانون حماية المستهلك بالرغم من أن ضرورة يملئها الواقع، فهي ضمن جوهر المهام والأهداف التي تسعى إليها جمعيات حماية المستهلك ولا تتعارض مع مضمون قانون حماية المستهلك فهي تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال الإعلام والتحسيس والتمثيل.

02)- الدعوة إلى المقاطعة: يتمثل هذا الأسلوب في تلك التعليمات والتوجيهات التي تقدمها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين، لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو سلع أو خدمات غير مطابقة للمعايير والمقاييس القانونية، أو أنها علامة مقلدة، أو بسبب الغلاء الفاحش نظراً لما قد تشكله هذه المنتجات من انتهاك صارخ بالمصالح الأساسية للمستهلك.⁽⁶⁾

(1)-أنظر: خيرة بن سالم، محمد جغام، المرجع السابق، ص 166.

(2)-أنظر: أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المرجع السابق، ص 209.

(3)-أنظر: السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 239.

(4)-أنظر: فهيمة نصري، المرجع السابق، ص 76.

(5)-أنظر: فائزة التونسي، مصطفى بوديسة، فكرة إشراك المستهلكين كآلية وقائية من مخاطر المنتجات، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تلجي الأغواط، المجلد 01، العدد 02، جوان 2015، ص 241.

(6)-أنظر: محمد أمين منماني، الشريف بحماوي، جمعيات حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثاني حول حماية المستهلك الواقع والنصوص، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أدرار، المنظم يومي 03-04 جوان 2014، ص 03.

وأمام غياب نص قانوني □ نح الجمعيات القيام بهذا الإجراء أو □ نعهامنه، فالأصل هو مشروعيته مع الأخذ بع □ الاعتبار لشروط تتمثل □ :
- أن يتخذ كوسيلة أخيرة بعد استنفاد كل الطرق التي تحمي المستهلك.

- أن يؤسس أمر المقاطعة⁽¹⁾ فالدعوة إلى مقاطعة هي عبارة عن وسيلة رادعة تهديديه تؤثر بشكل قوي على الناحية الاقتصادية والمالية للمهني □، وهذا الإجراء لا □ تلف اختلاف جذريا عن النقد أو الدعاية □ قابلة، وإنما يذهب إ □ أبعد من ذلك فهو لا يعد مجرد معلومة مقدمة، وإنما يتخذ شكل الأمر، وعادة ما يتم اللجوء إليه بسبب اكتشاف عيب في منتج ما □ ا قد □ عله يشكل خطر على صحة المستهلك وحياته، أو □ حالة انتشار ظاهرة ارتفاع الأسعار التي تؤدي إ □ التأثير على ميزانية المستهلك⁽²⁾.

ويجدر التنويه إلى أن المشرع الجزائري لم ينص على هذا الإجراء سواء في قانون حماية المستهلك وقمع الغش أو في قانون المنافسة، وإن كان قد نص على تجريم رفض البيع⁽³⁾.
ورغم ذلك هناك حالات قامت جمعيات بحث المستهلكين على المقاطعة مثلما حدث في شهر أكتوبر 2013 حيث تمت مقاطعة شراء الموز بسبب الارتفاع سعره بصورة جنونية، كما دعت جمعية أمان لحماية المستهلك لمقاطعة السردين عام 2015 بسبب الارتفاع الجنوني وغير المسبوق لأسعارها، كما قامت المنظمة الجزائرية لحماية المستهلك وإرشاده في تاريخ 1 ديسمبر 2017 بخصوص رفع تسعيرة خبز إلى 15 دج بصفة غير قانونية، بحيث أصدرت تعليمة تدعوا فيها لمقاطعة ظرفية للمخابز التي رفعت أسعار الخبز العادي كوسيلة لحماية الفئات الهشة والمحرومة والضغط على هؤلاء الخبازين للتراجع عن ممارسة أسعار غير شرعية، لذا كان على المشرع أن يقوم بسن نص قانوني يعترف للجمعيات القيام بهذا الإجراء صراحة وتنظيمه ويبقى نجاح الدعوة إلى المقاطعة مرهونا بمدى استجابة المستهلكين ومدى وعيهم وثقافتهم⁽⁴⁾.
وما يمكن أن يقال بشأن هذه الإجراءات أسلوب الدعاية المقابلة والمقاطعة نظرا لخطورتهما يجب أن تستخدمها الجمعيات بطريقة عقلانية كوسائل تمهيدية فقط دون أن يمتد إلى تدمير الاقتصاد والكفاءات، فلامتناع عن الشراء معناه التوقف عن الإنتاج وبالتالي ركود الاقتصاد، وهو ما دفع رجال القانون إلى التدخل والحث الجمعيات حماية المستهلك على استعمال هذين أسلوبين بطريقة عقلانية⁽⁵⁾.

(3)- الدعوة للامتناع عن الدفع: تمارس جمعيات حماية المستهلك هذه الوسيلة للضغط على المتدخلين قبل المستهلكين الذين هم في مركز أضعف، فتطلب من هؤلاء عدم دفع ثمن السلعة أو مقابل الخدمة التي حصلوا عليها حتى يلبي المتدخل مطالبهم، ولكن لا يجوز الامتناع عن الدفع لأغراض أخرى مثل تخفيض أسعار المنتجات⁽⁶⁾. مع العلم أن هذا الأسلوب يفترض استعماله

(1)-أنظر: عبد القادر قرش، خيرة قرن، دور الجمعيات حماية المستهلك في تفعيل مسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد 26، مارس 2016، ص 116.

(2)-أنظر: نوال بن لحرش، الدور التحسيبي والإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مجلة الندوات للدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، العدد 01، 2013، ص 223.

(3)-المادتين 15-35 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: حورية زاهية سي يوسف، دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك، مجلة الحقيقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، المجلد 14، العدد 34، سبتمبر 2015 ص 292.

(5)-أنظر: سامية لموشية، المرجع السابق، ص 287.

(6)-أنظر: منال بوروح، المرجع السابق، ص 145.

□ حالة وجود عدة مستهلك □ مدينين □ بالغ مالية ذات طبيعة واحدة قبل دائن واحد، كما هو الحال بالنسبة للمتعاقد مع الشركات الهاتف والكهرباء، فتطلب الجمعية من المستهلكين الامتناع عن دفع ثمن السلعة التي حصلوا عليها.⁽¹⁾

ثالثاً: اعتماد جمعيات حماية المستهلك على القضاء لحماية المستهلك: يتأكد الدور الفعال لجمعيات حماية المستهلكين في الدفاع عن المصالح المادية والمعنوية للمستهلك من خلال مهمة تمثيلهم الذي يكون إما بشكل دوري ومستمر لدى الهيئات والمصالح العمومية، أو تمثيلهم لدى الجهات القضائية بمناسبة الممارسات التي تمس بمصالح المستهلكين بشكل شخصي ومباشر أو بشكل عام وجماعي.⁽²⁾

01-تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختصة: تفعيلاً لحماية المستهلك نصت التشريعات الاستهلاكية على هيئات رسمية تنظيمية تهدف إلى ضبط عمليات الإنتاج والتوزيع التي يتعامل معها المستهلك، وبالتالي تعمل جمعيات حماية المستهلك بتمثيل المستهلكين ضمن هذه الهيئات من أجل إيصال انشغالات المستهلك وتطلعاته، ومن بين هذه الهيئات نذكر على سبيل المثال المجلس الوطني لحماية المستهلك الذي له أهمية في التعاون مع هذه الجمعيات لتحقيق هدف واحد وفي هذا السياق يسمح للجمعيات حماية المستهلك بالمشاركة من خلاله في إعداد وتوجيه سياسة الاستهلاك، كما يلاحظ أيضاً الحضور البارز لممثلي الحركة الجمعوية ضمن المجلس بالاعتراف بحق العضوية فيه لممثل واحد عن كل جمعية حماية المستهلك المؤسسة قانوناً.⁽³⁾ علاوة على ذلك تشارك جمعيات حماية المستهلك مع مجلس المنافسة من أجل محاربة الأعمال التجارية غير مشروعة والممارسات التي تؤدي إلى الإضرار وتعزيز دور الإيجابي فقد جاءت المادة 10 من قانون رقم 08-12 المعدل والمتمم للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة على أنه: «يضم مجلس المنافسة عضوان مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك». كما يتجلى حضورها إلى جانب الإدارة في مساعيها المقررة قانوناً لحماية المستهلكين بلعبها دور جهة الإخطار لمصالح الجهات الرسمية عن المخالفات المرتكبة من طرف المتعاملين الاقتصاديين إلى جانب إمكانية لعب دور جهة المراقب والمعقب عن عمل الإدارة المعنية، إذ تعد من المكلفين بإخطار مجلس المنافسة عن كل فعل ترى أنه يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة.⁽⁴⁾ وهذه المشاركة لجمعيات حماية المستهلك في مختلف هذه الهيئات من شأنها أن تؤدي إلى نقل المشاكل التي تواجه المستهلكين، والعمل على إيجاد حلول لها لتفاديها مستقبلاً.

02-تمثيل المستهلكين أمام الهيئات القضائية: تتمتع الجمعيات إضافة إلى حق المشاركة والمشاورة من أجل تحقيق أهدافها بحق اللجوء إلى القضاء باعتبارها شخصاً معنوياً، حيث اعترف لها ليس فقط بالحق في رفع الدعوى دفاعاً عن المصالح الجماعية التي أنشأت لأجلها، وإنما أيضاً الحق في الرفع الدعوى دفاعاً عن المصالح الفردية لأعضائها، وذلك للمطالبة بالتعويض عن الأضرار المادية والمعنوية التي ألحقت بالمصالح الفردية والجماعية لأعضائها.⁽⁵⁾

(1)-أنظر: زوليكه روائية، سومية قلات، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017، ص 09.

(2)-أنظر: عبد الحق قريمس، جمعيات حماية المستهلك: المهام والمسؤوليات، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص 524.

(3)-المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته السالف الذكر.

(4)-المادة 35 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-أنظر: خيرة ساوس، العربي بوكعبان، حق الجمعيات في التقاضي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 05، العدد 08، جانفي 2013، ص 105.

وبهذا الخصوص أثارت مسألة رفع الدعاوى أمام القضاء من طرف جمعيات حماية المستهلك في بادئ الأمر ومدى أحقيتها من القيام بذلك خلاف خاصة في القانون الفرنسي الذي لم يكن يسمح للجمعيات حماية المستهلك حتى سنة 1973 بحق اللجوء للقضاء للدفاع عن المصلحة المشتركة للمستهلكين على أساس اصطدام ذلك بمبدأ أن النيابة العامة هي وحدها التي تدافع على المصلحة العامة، وقد كافحت جمعيات حماية المستهلك من أجل الحصول على ذلك الحق إلى أن تم الاعتراف لها بهذا الحق بموجب المادة 46 من قانون ديسمبر 1973 والمسمى بقانون روير Royer حيث اعترف المشرع الفرنسي لجمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين أمام القضاء.⁽¹⁾ وبعد صدور القانون رقم 88-14 ألغى المادة 46 وتم إعادة تنظيم الدعاوى القضائية التي يمكن لجمعيات حماية المستهلك مباشرتها.⁽²⁾

أما بخصوص قانون الاستهلاك الجديد لسنة 2016 فإن المشرع الفرنسي قد فرق بين نوعين من الدعاوى التي يمكن أن تمارسها جمعيات حماية المستهلك ويتعلق الأمر بالدعاوى الممارسة للدفاع عن المصلحة المشتركة للمستهلكين، ودعاوى الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين. وبالمقابل أيضا اعترف المشرع المصري صراحة بحق جمعيات حماية المستهلك في رفع الدعاوى التي تتعلق بمصالح المستهلكين، فقد نصت المادة 62 من القانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر بشأن حماية المستهلك على أنه: «مع عدم الإخلال باختصاص الجمعيات التي تنشأ أو التي يكون من أغراضها أو أهدافها حماية المستهلك طبقا لأحكام قانون الجمعيات يكون للجمعيات الاختصاص بالتعاون مع الجهاز: أ- إقامة الدعاوى نيابة عن مجموع المستهلكين، أو التدخل فيها وفقا للإجراءات المقررة في القوانين مباشرة التقاضي.....».

وفي ذات التوجه أعطى المشرع الجزائري أيضا لجمعيات حماية المستهلك الحق في التقاضي دفاعا عن مصالح المستهلك بحماية وذلك بعدة طرق قانونية، حيث نص على ذلك صراحة في نص المادة 21 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ففي حالة تعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني، كما أن لها الحق في رفع دعوى تعويض عن الضرر المعنوي اللاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، وبالتالي فلجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع دعوى مستقلة، وكذا الدخول في الخصومة كطرف مدني.⁽³⁾

وبهذا فإن هذه الأخيرة تمارس مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين طبقا لأحكام المادة 23 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم، والمادة 17 قانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات، كما نجد قانون الممارسات التجارية بموجب المادة 65 منه قد منح لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوى ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكامه.

والجدير بالملاحظة أن المشرع الجزائري لم يحدد نوع الدعاوى التي يحق لجمعيات حماية المستهلك أن ترفعها، وبهذا فقد فتح المجال أمامها في رفع أي دعوى بما فيها تلك المتعلقة بدعاوى المرفوعة مسبقا من قبل المستهلك، ولذلك نجدها تمارس عدة أنواع من الدعاوى نذكر على سبيل المثال:

1. دعوى الدفاع عن المصالح الجماعية: أكدت المادة 23 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والتي تقابلها المادة 1-621 L من قانون الاستهلاك الفرنسي

(1)-أنظر: أشرف محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص 847.

(2)-Loi n°88-14 du 5 Janvier 1988 relative aux actions en justice des associations agréées de consommateurs et à l'information des consommateurs, JORF du 6 janvier 1988.

(3)-أنظر: عبد القادر عيساوي، فاروق عريشة، جمعيات حماية المستهلك والإشهار المضلل على مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 03، العدد 03، سبتمبر 2018، ص 560.

إمكانية جمعيات حماية المستهلك من رفع الدعاوى بسبب ضرر ألحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، وأن تتأسس كطرف مدني، وتطالب بحقوق لصالح المستهلكين غير أن هذه الصلاحية قيدها المشرع بتوافر شرطين أساسيين:

- أن تكون هناك مخالفة للقانون الجنائي، فلكي يتسنى لجمعيات حماية المستهلك الإدعاء مدنيا أمام القضاء الجزائي ينبغي أن يكون التصرف الذي أقدم عليه المهني جريمة معاقب عليها جزائيا.

- أن يكون الضرر قد مس المصالح المشتركة للمستهلكين، أي أن الضرر قد مس بمجموعة الحقوق والامتيازات المخولة للمستهلك بموجب قوانين وتنظيمات خاصة أو المصلحة المشتركة لمجموعة من الأفراد يستهدفون غرضا معيناً كالدفاع عن حقوق المستهلك، ولهذا وجب على الجمعية إثبات أن هناك ضرار قد لحق بالمصلحة الجماعية التي تمثلها، وتسهر على حمايتها، وهنا يمكن للجمعية أن:

أ- تطالب بالتعويض بقصد إصلاح الضرر الذي لحق بالمصلحة الجماعية أو المشتركة للمستهلكين ولا تطلب بهذا الصدد تعويضا مستقلا لكل مضرور، بل التعويض يكون باسم الجمعية ولحسابها كشخص معنوي.

ب- تطلب وقف التصرفات غير المشروعة التي يقوم بها المهني التي من شأنها إلحاق ضرر بالمصالح المشتركة للمستهلكين، مثل قيام الجمعية بتقديم طلب يقضي بسحب المنتج بسبب عدم مطابقته للمواصفات القانونية والتنظيمية، أو طلب من أجل وقف الإشهار المضلل.⁽¹⁾

2. دعوى إلغاء الشروط التعسفية: مادام حق المطالبة بإلغاء الشرط التعسفي يثبت للمستهلك الضحية، فإنه يمكن أيضا لجمعيات حماية المستهلك اللجوء إلى القضاء لرفع دعوى إلغاء الشروط

التعسفية كنوع آخر من الدعاوى التي تمارسها للدفاع عن مصلحة الجماعية للمستهلكين.⁽²⁾

وفي واقع الأمر فإن المشرع الجزائري وعلى خلاف نظيره الفرنسي لم ينص صراحة على حق الجمعيات في رفع دعوى أمام القضاء موضوعها إلغاء الشروط التعسفية، ولكنه أقر بحق المستهلك باللجوء إلى القضاء لتعديل الشرط التعسفي أو الإعفاء منه، عكس المشرع الفرنسي الذي نص في قانون الاستهلاك على أحقية جمعيات حماية المستهلك في رفع دعوى تتعلق بإلغاء الشروط التي تعتبر تعسفية طبقا لنص المادة 2-621 L التي شرحت خطوات وإجراءات تقديم الطلبات إلى المحكمة المدنية أو المحكمة الجنائية لإزالة المحكمة لشرط التعسفي في عقد نموذجي أو عقد تشغيل لتحكم المحكمة ببطالان الشرط في جميع الأحوال.⁽³⁾

3. دعوى الدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين: استنادا لنص المادة 23 قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والتي تقابلها المادة 1-622 L من قانون الاستهلاك الفرنسي، فإنه يمكن لجمعية حماية المستهلكين رفع دعاوى للدفاع عن المصلحة الفردية لمجموعة من المستهلكين، وذلك متى توافرت الشروط:

- أن يتعرض عدة مستهلك □ معروف في الهوية لأضرار فردية نجمت عن فعل منتج واحد وذات مصدر مشترك، وأن يكون اللاحق بهم هو ضرر شخصي.

- أن □ صل □ معية على توكيل من مستهلك □ ائذ □ على الأقل، وأن تكون مكتوبة قبل رفع

(1)-أنظر: نصيرة بوعولي، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 133-134.

(2)-أنظر: نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، 2010-2011، ص 113.

(3)-L621-2 et L621-7-8 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation ,op.cit.

الدعوى. (1)

وبما أن دعوى جمعيات حماية المستهلكين في هذه الحالة تهدف إلى إصلاح الضرر الفردي فإذا تحصلت الجمعية على التعويضات، فهذه الأخيرة لا تكون مخصصة للجمعية كما هو حال بالنسبة لدعوى التعويض عن الضرر الذي يصيب المصلحة المشتركة للمستهلكين بل تعود للمستهلكين المضطربين الممثلين من قبل الجمعية فقط، وفي حالة إذا خسرت الجمعية الدعوى فالمستهلكين الممثلين من قبلها سيفقدون حقهم في اللجوء إلى القضاء، أما المستهلكين الغير ممثلين من قبل الجمعية فيبقى حقهم قائم في ممارسة الدعوى القضائية. (2)

ولكن ما يعاب على المواد سالفة الذكر هو عدم ذكر الضرر الذي يمكن للجمعيات أن تؤسس طلباتها بناء عليه وهو الضرر المعنوي، عكس قانون المستهلك القديم الذي كان ينص صراحة على حق جمعيات حماية المستهلك في طلب التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها وذلك طبقا للمادة 12 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك كما أن قانون المتعلق بالجمعيات لم يحتوي على باب خاص بالأحكام الجزائية، وإنما اكتفى في الفصل الثالث منه بذكر السحب أو تعليق الاعتماد لدى جمعيات في حالة مخالفتها النظام العام والسيادة الوطنية (3) كما هو الحال بالنسبة للجمعيات الأجنبية، هذا فضلا عن اكتفاء المشرع بجعل الجزاء عن أي مخالفة للجمعية يتراوح بين الغرامة وعقوبة الحبس لا تتعدى 6 أشهر طبقا للمادة 46 منه عكس ما كان عليه في القوانين السابقة المتعلقة بالجمعيات. (4)

وتماشيا مع ما تم ذكره يمكن القول أن تكريس المشرع لدور الجمعيات في توعية المستهلك معزز بترسانة قوية من النصوص القانونية من خلال الدور الإعلامي والتحسيني وتوجيه المستهلكين وتمثيلهم أمام الهيئات العمومية والقضائية، الأمر الذي من شأنه زرع الاطمئنان في نفس المستهلك وجعله على بينة من أمره عند التعاقد تلبية لاحتياجاته، وفي نفس الوقت تفعيل الدور الوقائي الذي من شأنه تفادي النزاعات التي تنور بين المستهلكين والمهنيين.

أما من الناحية الواقعية نلاحظ بعض النقائص في عمل جمعيات حماية المستهلك والمتمثلة أساسا في عدم انتشارها بالشكل الكامل عبر التراب الوطني، ونقص أيضا الأنشطة التي تقوم بها والتي هي من صميم عملها خاصة النشريات والدوريات والأيام الدراسية، كما أن هذه الجمعيات غير مندمجة اجتماعيا إذ تنقصها القاعدة الشعبية، كما أنها لا تمثل حركية كبيرة الأمر الذي يجب معه إعادة النظر في طريقة عمل هذه الجمعيات، وإلزامها بالعمل في إطار دفتر شروط محدد مسبقا تحت رقابة الأجهزة المختصة مع دعمها بطبيعة الحال ماديا ومعنويا دعما كافيا يجعلها تقوم بدورها على أحسن وجه، وعلى اعتبار أنها أقدر الآليات على القيام بدورها نتيجة احتكاكها المباشر والدائم مع المستهلك، أما من ناحية القضائية فنادرا وإن قامت جمعية برفع دعاوى للدفاع عن مصالح وحقوق المستهلكين أمام القضاء رغم كثرة تجاوزات والمساس بصحة وسلامة مستهلكين.

المطلب الثالث: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك

من المؤكد أن إنشاء سلطات إدارية مستقلة مثل مجلس المنافسة لم يضع جانبا دور القاضي في حماية المستهلك، غير أن الصلاحيات التي تم منحها لهذا المجلس باعتباره جهازا يسهر على حماية المنافسة وترقيتها ليست مانعة ولا جامعة، بل بالعكس من ذلك فقد أناط المشرع للقضاء

(1)-أنظر: زولبخة رواحنة، سومية قلات، المرجع السابق، ص12.

(2)-أنظر: نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر - دور وفعالية، المرجع السابق، ص116.

(3)-المادة 65 من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات السالف الذكر.

(4)-القانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات (الملغى) كان يحتوي على أحكام جزائية طبقا للمواد 45-46-47 عند مخالفة هذه الجمعيات للقانون الذي يحكمها.

التجاري والمدني مجالا من الاختصاص الاقتصادي لردع المخالفات والجرائم⁽¹⁾ وفي هذا الإطار نصت المادة 60 من قانون الممارسات التجارية على أنه: «تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لاختصاص الجهات القضائية.» ويصل الملف بطبيعة الحال عن طريق تحريك ومباشرة الدعوى العمومية من قبل النيابة العامة بعد إبلاغها بالمخالفات من قبل المستهلك أو ضباط الشرطة القضائية، وتحقيقا للعدل بين الناس كفل المشرع للمستهلك الذي كان ضحية مخالفة القاعدة القانونية حق رفع الدعوى للمطالبة بحقوقه، فحق الالتجاء للقضاء هو حق مكفول دستوريا، ويعتبر من الحريات العامة⁽²⁾ وللسلطة القضائية دور مهم في حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة من الممارسات المخالفة للتجارة التي يقوم بها المتدخل وتلحق له الأضرار، وتتمثل مهمتها في محاربة وقمع المخالفات من خلال تسليط عقوبات مدنية وجنائية ضد مرتكبيها⁽³⁾.

وفي هذا السياق لم يورد المشرع الجزائي في مجال حماية المستهلك إجراءات جديدة تنفرد بها الهيئات القضائية عن أدوارها المعروفة، لذا سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى المتابعة القضائية للمتدخل عن طريق جهاز النيابة العامة {الفرع الأول} باعتبارها ممثلة المجتمع في قمع الجرائم، كما يمكن لقضاة الحكم من التدخل في المنازعات المتعلقة بالاستهلاك والعمل على حماية المستهلك بما يمليه القانون الأمر الذي يجعل تكون القضية الأمر ضروري، لذا سيتم معالجة دور المحكمة في حماية المستهلك {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم معالجة حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء {الفرع الثالث} باعتباره حق مكفول له دستوريا.

الفرع الأول: المتابعة القضائية للمتدخل عن طريق جهاز النيابة العامة

تلعب النيابة العامة دورا رياديا في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك، هي هيئة قضائية لها صلاحية تحريك الدعوى العمومية في المواد الجزائية عن طريق إبلاغها بالجريمة سواء من طرف المستهلك المضرور أو من طرف ضباط الشرطة القضائية، أو عن طريق أجهزة إدارية لها مهام حماية المستهلكين لأن الهدف الذي وجدت من أجله ليس حماية الحقوق الخاصة للأفراد أو الدفاع عن المصالح الفردية، بل هدفها الأساسي هو العمل على حماية المصالح العامة من خلال تطبيق القانون تطبيقا سليما لتحقيق السير الحسن للعدالة، فالقانون وجد من أجل خدمة المجتمع ومن صلاحيات النيابة العامة القيام بكل من شأنه أن يصون صحة وسلامة الأفراد⁽⁴⁾.

وما ينبغي التنويه له أن تدخل النيابة العامة في المجال الاقتصادي لا يتنافى مع دورها التقليدي المعروف، إذ يتجلى دورها في حماية المستهلك في العصر الحالي أكثر من كان عليه في السابق، خاصة مع ظهور آفات اجتماعية واقتصادية جديدة نتيجة لعجز الإدارة المختصة في قمع الممارسات التي تمس المستهلك وفي هذه الحالة فالاختصاص محتكر من قبل القاضي، ولهذا فالسلطة القضائية تمثل السلطة الوحيدة التي لها صلاحية متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكا تهم ممارسة جرائم المعاقب عليها جنائيا، وهذا النوع من الجرائم ينظر فيه أمام المحاكم الجزائية⁽⁵⁾.

و عليه ففي كل مرة يكون فيها مساس بالمصلحة المشتركة للمستهلكين جريمة فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوى العمومية بهدف استصدار الجهات العقابية لجزاء ضد الجاني، والأمثلة كثيرة

(1)-أنظر: لينا حسن ذكي، المرجع السابق، ص357.

(2)-المادة 53 من المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المتعلق بإصدار التعديل الدستوري السالف الذكر.

(3)-أنظر: أمال بوهنتالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، المرجع السابق، ص108.

(4)-أنظر: زهية بشاطة، المرجع السابق، ص121.

(5)-أنظر: جمال حملاحي، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2005، ص102.

عن الجرائم التي يمكن أن تمس المصلحة المشتركة للمستهلكين منها: جرائم الغش والخداع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، رفض البيع والإشهار الكاذب إلى غير ذلك من الخروق التي تنتشر في الأسواق لاسيما تلك التي تنتج عن اختلال التوازن في العلاقة الاستهلاكية التي تجمع ما بين مصلحتين مختلفتين مصلحة المستهلك ومصلحة المهني، والغرض من إقامة الدعوى العمومية هو حماية مصلحة مجموع المستهلكين والتي هي جزء من المصلحة العامة، وتظهر تلك الحماية في ثلاثة أوجه:

(1)-تحقيق الردع العام حيث أن العقوبة التي تقع على المتدخل يكون من شأنها عدم ارتكاب المخالفة من الآخرين من خشية العقوبة، وهذا هو الغرض الرئيسي للعقوبة عن الجرائم المتعلقة بقانون الاستهلاك.

(2)-عندما ترفع الدعوى أمام المحكمة فلها الحق في اتخاذ تدابير ذات طابع عيني ووقائي قبل الفصل في الموضوع مثل سحب المنتجات الخطيرة، وقف بعض المخالفات كالدعاية الخادعة.

(3)-للمحكمة أن تقضي ببعض العقوبات المكملة مثل نشر الحكم، وإذاعة إعلانات مصححة.⁽¹⁾ وتضم النيابة العامة في هيكلتها مجموعة أعضاء، ولكل عضو اختصاصات محددة استنادا للقواعد المنظمة لهرم القضاء الجنائي وهم وكيل الجمهورية (أولا) والنائب العام (ثانيا).

أولا: دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك: بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل للحق العام في مستوى الاختصاص إقليم محكمته، يقوم بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس بالمستهلك، كما يقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة، ومن وظيفته تلقي المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو الشكاوى والبلاغات، ويقرر ما يتخذ في شأنها ويباشر بنفسه أو يأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الحقيقة وعن الجرائم المتعلقة بالنظام العام ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي تنظر فيها، ويطعن عند الاقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية، وقد يصدر أوامر كحجز السلعة أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة.⁽²⁾

فإذا تعلق الأمر بالخبرة مثلا فطبقا لأحكام المادة 44 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك المعدل والمتمم فإن الأعوان المكلفين بذلك يحيلون ملف الخبرة إلى وكيل الجمهورية وكذا تقوم المخابر المؤهلة قانونا بتقديم كشوفات أو تقارير الخبرة والذي يحيله بدوره إلى القاضي إذا ما رأى بأنه يجب الشروع في المتابعة أو فتح تحقيق قضائي وهذا عند الحاجة، وبعد القيام بتحقيق مسبق.

أما في مجال السحب المؤقت أو النهائي للمنتوج فلا بد من إعلام وكيل الجمهورية بكل الإجراءات طبقا لنص المواد 59-62-63 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وبهذا فإن وكيل الجمهورية له دور أساسي في حماية مصالح المستهلك من خلال البحث والتحري، وطلب إجراء التحقيقات والمتابعة في حال تعرض المستهلك لخطر يمس مصالحه المادية أو المعنوية.⁽³⁾

ولتفعيل دور النيابة العامة في قمع الغش المخول لها بموجب قانون الإجراءات الجزائية فإن القانون يفرض وجوب إعلام وكيل الجمهورية بالمخالفات المرتكبة والتي تدخل في اختصاصه

(1)-أنظر: أشرف محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص 843.

(2)-أنظر: سعاد حافظي، دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر، 2009 ص 02.

(3)-أنظر: عبد الحفيظ بقة، أسعيد تباري، دور السلطة القضائية في حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد 04، العدد 01، 2019، ص 143.

الإقليمي سواء عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من طرف الغير والتي تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة، أو عن طريق محضر، أو تقرير شكوى الطرف المضرور من المخالفة أو عن طريق محضر أو تقرير موجه من طرف أحد أعوان الدولة (الضبط الشرطة أحد أعوان الجمارك أو عون المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش) فمتى تبين من المحاضر التي يحررها أعوان المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش أو من التحاليل المخبرية عدم مطابقة المنتج للمواصفات القانونية والتنظيمية يكون ملف يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تقيد الجهة القضائية المختصة.⁽¹⁾

أما إذا كان الأمر يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش فإنه في حالة ثبوت وجود جرائم أو ميكروبات بيولوجية أو عدم مطابقة المنتج موضوع العينة للمواصفات والمقاييس القانونية يحول الملف إلى المصلحة المنازعات لمديرية المنافسة والأسعار التي تقوم بإرسال الملف إلى وكيل الجمهورية بالمحكمة المختصة إقليميا بعد إعداد الملف الذي يتكون من: محضر المخالفة، محضر اقتطاع العينة أو عينات، محضر سحب المنتج من العرض للاستهلاك، بطاقة استعلامات المعني كشف التحاليل الفيزيائية والكيميائية، كشف تحاليل الجرثومية، وبعد الاطلاع عليه يقوم بتكييف المخالفة، وإحالة الملف إلى محكمة الجناح لمحاكمة المخالف طبقا للقانون.⁽²⁾

أما فيما يتعلق بإخلال المتدخل بإحدى التزاماته الخاصة بشفافية الممارسات التجارية ومتى ثبتت المخالفة فإن محضر الإثبات يبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها وكيل الجمهورية المختص إقليميا باعتبارها كلها تدخل في اختصاص جهة الإدارة المختصة عن طريق المحضر القضائي الذي يثبت وقع المخالفة إلى وكيل الجمهورية، ويقوم هذا الأخير بمواصلة الإجراءات.⁽³⁾

لكن في حالة عدم توافر الأدلة الكافية يأمر بحفظ الملف مع إمكانية تحريك الدعوى من جديد متى ظهرت أدلة قانونية، أما بخصوص التحقيق الابتدائي فإنه وكقاعدة عامة يخول الاختصاص في القيام بالتحقيق إلى ضباط الشرطة القضائية بمجرد العلم بالجريمة وبناء على طلب وكيل الجمهورية، وبهذا فإن المحاضر التي يتلقاها وكيل الجمهورية من ضبطية القضائية أو من الأعوان المكلفين بالتحقيق في المخالفات التي تمس المستهلك له وحده سلطة تقرير ما يتخذ بشأنها فيمكن له إما الأمر بحفظ الملف أو تحريك الدعوى العمومية في حالة قيام المخالفة.⁽⁴⁾

ثانيا: دور النائب العام في حماية المستهلك: باعتباره صاحب الحق الأصل في تحريك الدعوى الجنائية واستعمالها، وباعتباره أحد أعضاء النيابة العامة خول له القانون كافة الاختصاصات والتي يمكن أن تمتد أنحاء الإقليم كافة، فهو يمثل السلطة القضائية على مستوى كل مجلس قضائي يعمل تحت رقابة غرفة الاتهام باعتباره يشرف على الضبط القضائي على المستوى المجلس القضائي، وقد خول القانون للنائب العام أن يطلب من غرفة الاتهام النظر في كل أمر من تقع منه مخالفة أو تقصير في أداء عمله، وقد يباشر النائب العام سلطاته عن طريق أعضاء النيابة العامة كل في حدود اختصاصاته المحلية.⁽⁵⁾

وترتبيا لما سبق فإن تحريك الدعوى العمومية وفقا للمبادئ العامة يتم من طرف النيابة العامة

(1)-المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)-أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 74.

(3)-المادتين 60-2/55 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-المادة 06 من القانون رقم 15-02 المؤرخ في 23 يوليو 2015 المعدلة والمتممة لأحكام المادة 36 من الأمر رقم

155-66 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 40، الصادرة في 23 جويلية 2015. مع العلم أن

قانون الإجراءات الجزائية عرف عدة تعديلات آخرها سنة 2020 بموجب الأمر رقم 20-04 المؤرخ في 30 غشت 2020 يعدل

ويتم الأمر رقم 155-66 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 51، الصادرة في 31 غشت 2020.

(5)-أنظر: سعاد حافطي، المرجع السابق، ص 02.

بعد تلقيها لشكوى من طرف المضرور وهو المستهلك، أو عن طريق أعوان الضبط القضائي أو بناء على ملفات ترسل من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك.

(01)-تحريك الدعوى العمومية من طرف المستهلك الضحية عن طريق شكوى مصحوبة بادعاء مدني: إذا كانت الوقائع تشكل جريمة ونتج عنها ضرر أصاب المستهلك، فإن له الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية أمام القضاء الجنائي وذلك تطبيقاً لنص المادة 1/02 من قانون الإجراءات الجزائية التي تنص على أنه: «يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بالتعويض الضرر الناجم عن جنائية أو جنحة أو مخالفة بكل من أصابهم شخصياً ضرر مباشر تسبب عن الجريمة». كما قد تكون من طرف جمعيات حماية المستهلك والتي اعترف لها القانون بالمنفعة العمومية، إضافة إلى الدور في تلعبه في إعلام وتوجيه وتمثيل المستهلكين (1) كما يجوز تقديم شكواه أما قاضي التحقيق المختص. (2)

(02)-تحريك الدعوى العمومية عن طريق أعمال الضبطية القضائية: تلعب هذه الأخيرة دور بارزاً خاصة في عملية جمع الاستدلالات والبحث والتحري عن الجرائم المقررة في القانون العقوبات وكذا البحث عن مرتكبيها من خلال التحقيقات الابتدائية التي تقوم بها، وبالإضافة إلى السلطات التي منحهم إياها قانون حماية المستهلك. (3) وأثناء أداء هذه المهام قد يسمح الأمر بالمعاينة مخالفات قانون حماية المستهلك، فتحرر محاضر بذلك وترسل إلى وكيل الجمهورية الذي يملك تحريك الدعوى العمومية.

(03)-تحريك الدعوى العمومية عن طريق مصالح الإدارة المكلفة بحماية المستهلك: يمكن للإدارة المكلفة بحماية المستهلك أيضاً إحالة المحاضر المحررة من طرف أعوانها إلى القضاء فإذا لم يتم الفصل في هذه المحاضر بطريقة ودية بين الإدارة وذلك المتدخل المخالف لأحكام القانون فإن الطريق القضائي هو المنفذ والسبيل بغية رده، وبالتالي توفير الحماية اللازمة والمرجوة للمستهلك وفي هذا الصدد نصت 2/86 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم على: «إذا لم تسدد غرامة الصلح في أجل المحدد في المادة 92 أدناه يرسل المحاضر إلى الجهة القضائية المختصة». (4)

وفي نفس السياق يقوم الأعوان المكلفون بمعاينة جرائم المستهلك بإحالات الملفات إلى وكيل الجمهورية، وهو ما نصت عليه المادة 31 من رقم 31-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم والتي تنص على أنه: «إذا تبين من المحاضر المحررة... أو من التحاليل المقدمة... أن الخدمة أو المنتج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش ملفاً يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تقيّد الجهة القضائية المختصة». كما نصت المادة 2/59 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش: «إذا ثبت عدم مطابقة منتج يعلن عن حجزه، ويعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك». وعليه فتمت تبيين من محاضر التي يحررها أعوان الرقابة وقمع الغش أو من التحاليل المخبرية التي تكشف عن عدم مطابقة، أو في حالة فشل التسوية الودية للمخالفات يكون ملفاً كما سبق وأشرنا إليه سلفاً وتتم إحالة هذا الملف من السلطة الإدارية التي يكون التحقيق تحت إشرافها إلى النيابة على مستوى المحكمة. (5)

(04)-تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة: يقرر وكيل الجمهورية بعد الاطلاع على

(1)-المادة 2/21 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)-المادة 72 من قانون رقم 06-22 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 يعدل ويتم الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 84، الصادرة في 24 ديسمبر 2006.

(3)-المادة 25 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: زكرياء بوعون، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة متتوري قسنطينة، 2016-2017، ص 310.

(5)-أنظر: ويزة لحراري شالح، المرجع السابق، ص 121.

الملف ما سيتخذ به بشأن المخالفة ويأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري، ويبلغ الجهات التحقيق إذ رأى أن القضية تتطلب فتح تحقيق قضائي بناءً على طلب افتتاحي يوجه إلى قاضي التحقيق، أو يحيلها مباشرة على جهات الحكم للفصل فيها طبقاً للقانون ولقاضي التحقيق أن يأمر بانتداب خبير إما بناءً على طلب النيابة العامة أو الخصوم أو من تلقاء نفسه متى عرضت عليه مسألة ذات طابع فني.⁽¹⁾

غير أن هذا الإجراء يكتسي أهمية وخصوصية في مجال قانون حماية المستهلك حيث يحيل وكيل الجمهورية الملف إذا ما رأى في محاضر الأعوان وكشوفات المخابر التي أحيلت إليه أجاز خبرة في موضوع المخالفة، وبالرجوع إلى نصوص المواد المتعلقة بحماية المستهلك نجد أن المشرع استلزم وجود خبيرين بدل خبير، ويبرر هذا الاختيار إعطاء المخالف انتقاء خبير وآخر تختاره الجهة القضائية.⁽²⁾ وبعد أن يحال الملف إلى قضاة الحكم للفصل في القضية والنظر في النزاعات الناتجة عن الأضرار بالمستهلك يتعين على القضاة عندما تكون الدعوى مرفوعة من قبل المستهلك أن يتعاملوا مع هذا الأخير وفق معيار المستهلك الضحية المتوسط الذكاء وهذا استناداً إلى معيار الرجل العادي المعروف في القانون المدني.⁽³⁾

ومن صفوة القول يتضح لنا أن النيابة العامة في إطار حماية المستهلك وقمع المخالفات التي تهدد صحة وسلامة هذا الأخير تلعب دوراً هاماً بالتنسيق مع مختلف الهيئات الأخرى المكلفة بحماية المستهلك، إذ يمكن لمصالح رقابة الجودة وقمع الغش أو شبكة المخابر أو جمعيات حماية المستهلكات تطلب من النيابة العامة التدخل لقمع جميع المخالفات التي ترد من جماعة المحترفين خاصة في ظل تزايد الممارسات التجارية غير النزيهة وظهور الأسواق الموازية، الأمر الذي يزيد من نسبة المساس بصحة وأمن المستهلك، ويتجلى دور النيابة في هذه الحالة في كون أنها تتدخل كصاحبة السلطة في الإقليم التابع لاختصاصها.

ولا يفوتنا أن ننوه أيضاً أن لقاضي التحقيق هو آخر دور في مجال حماية المستهلك فطبقاً للقواعد العامة في قانون الإجراءات الجزائية فإن قاضي التحقيق يمكنه تحريك الدعوى العمومية بناءً على طلب وكيل الجمهورية طبقاً لنص المادة 67 من قانون الإجراءات الجزائية⁽⁴⁾ أو بناءً على شكوى المستهلك المصحوبة بالادعاء المدني فمتى تضرر المستهلك من جريمة سببها المتدخل يمكنه الإدعاء أمام القضاء الجنائي مطالباً إياه بالحكم له بالتعويض عن الأضرار التي لحقت به من جريمة استناداً للمادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية، ولهذا الأخير مدة خمس أيام بعرض شكوى المدعي المدني على وكيل الجمهورية لإبداء رأيه بشأنها خلال خمسة أيام أيضاً من تبليغه من طرف قاضي التحقيق.⁽⁵⁾

ثالثاً: دور المحكمة في حماية المستهلك: تشكل المحكمة المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية، وقد تكون المحكمة الابتدائية أو محكمة الجنايات تختص بالنظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال أو أفعال يعتبرها القانون جريمة أياً كان الشخص الذي ارتكبها، وللمحكمة دور فعال ومهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية أو تحال عليها من طرف القاضي التحقيق، أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالف ونوع الفعل الإجرامي وقد تكون

(1)-المادة 15 من قانون رقم 06-22 المعدلة والمتممة لأحكام المادة 143 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات السالف الذكر.

(2)-المواد 40-44-46-47 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3) أنظر: زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 188.

(4)-المادة 67 من الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جوان 1996 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية العدد 48، الصادرة في 10 جوان 1996 المعدل والمتمم.

(2)-المادة 73 المعدلة بالقانون رقم 82-03 المؤرخ في 13 فبراير 1982 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 07، المؤرخة في 16 فبراير 1982.

المخالفة الصادرة من المحترف لا تكفي لمساءلته فتصدر المحكمة حكما بالبراءة أو تكون المخالفة ثابتة في جانب المحترف فتعاقبه وفقا للقانون، كما للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتجات موضوع المخالفة وإتلافها أو إصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة.⁽¹⁾

الفرع الثالث: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء

تعتبر الحقوق القضائية جزءا رئيسيا من المنظومة القانونية المتعلقة بحماية المستهلك فهي تشكل ضمانا لاحترام الحقوق الموضوعية للمستهلك، وضمانة لتسوية المنازعات المتعلقة بالاستهلاك بأقرب الطرق القضائية وبأقل المصاريف.⁽²⁾ فلكل فرد الحق في اللجوء للقضاء قصد الحصول على حقه أو المطالبة بحمايته، ولما كان المستهلك فردا من الأفراد المجتمع فإنه يحق له اللجوء إلى القضاء للمطالبة بحماية مصالحه، وطلب التعويض عما لحقه من الأضرار خاصة إذا تعلق الأمر بواقعة تشكل جريمة فله الحق في المطالبة بالتعويض عن طريق رفع دعوى مدنية تبعية استنادا للمادتين 1/2 والمادة 72 من قانون الإجراءات الجزائية.

أما في حالة عدم تعلق الوقائع بجريمة فإن من حق المستهلك رفع دعواه للمطالبة بالتعويض أمام القسم المدني، كما من حق المستهلك كذلك رفع دعوى جماعية في شكل جمعيات وفقا لنص المادة 65 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويستعين القاضي من أجل حماية المستهلك بمجموعة من الوسائل أهمها الخبرة والتي سبق وأشرنا إليها.

أما يتعلق فيما بالدعوى المدنية فإن مخالفات قانون حماية المستهلك تقوم على خرق المتدخل الالتزام قانوني وما استحقاق المستهلك المضرور للتعويض إلا تطبيقا لقواعد المسؤولية المدنية، حيث يملك المستهلك وفق هذا القانون دعوى وحيدة وهي دعوى الضمان، وعدم تضمن قانون حماية المستهلك قواعد خاصة في مجال المسؤولية المدنية يحتم الرجوع إلى قواعد القانون المدني باعتباره الشريعة العامة.⁽³⁾

01)-دعوى الضمان: لقد أقر المشرع الجزائري إلزامية ضمان المنتج بموجب المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ونظمه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ومتى أخل المتدخل بهذا الالتزام يحق للمستهلك رفع دعوى التي حدد المشرع أحكامها والتي تثير إشكالية مدى فاعليتها في توفير الحماية الكافية للمستهلك، ولقبول هذه الدعوى لا بد أن تتوافر فيها الشروط عامة المتمثلة في الصفة والمصلحة إضافة إلى الشروط أخرى نصت عليها المادة 381 من القانون المدني الجزائري، فللمستهلك الحق في الرجوع بدعوى الضمان على البائع بشرط أن يخطر البائع بوجود العيب في الأجل المحددة.

فبالنسبة للقواعد الخاصة بحماية المستهلك فيختلف الأمر كون الأمر الاعذار الذي يوجهه المستهلك للمتدخل في أجل ثلاثين (30 يوم) الذي يسري من التوقيع على الإشعار بالاستلام فيعد الاعذار كشرط شكلي لقبول الدعوى أمام القضاء، أما بخصوص أجل ممارسة دعوى الضمان فالمشرع في قانون حماية المستهلك لم يحدد أجل لرفع دعوى الضمان، مما يدفعنا إلى الرجوع إلى القواعد العامة وطبقا للمادة 383 من القانون المدني فإنه يتعين على المستهلك ممارستها في أجل سنة واحدة من استلام المنتج، وهو أجل قصير خصوصا أن مدة الضمان المحدد بموجب القرار الوزاري الذي يحدد مدة الضمان حسب نوع السلعة أغلبها تساوي أو تفوق مدة سنة

(1)-أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص66.

(2)-أنظر: عبد الحميد أخريف، الحقوق القضائية للمستهلك، مجلة المعيار، هيئة المحامين، المغرب، العدد 38 ديسمبر 2007، ص20.

(3)-أنظر: علي عيسوي، الضبط الاقتصادي وحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون اقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، 2014-2015، ص87-88.

وهذا ما يدل على قصور القواعد العامة المتعلقة بالضمان إذ أنها لا تشكل حماية كافية للمستهلك.⁽¹⁾ وفي نفس السياق نصت المادة 1/452 من القانون المدني المصري على رفع دعوى ضمان العيب الخفي خلال سنة من تاريخ التسليم وإلا سقطت، ويقابلها المادة 1648 من القانون المدني الفرنسي وهو أمر يقلل من فرصة حصول المستهلك على حقه لقصر هذه المدة، والاحتمال قيام البائع بالمماطلة ومحاولة تفويت الفرصة على المشتري أو المستهلك في الحصول على حقه على الرغم بأن تلك الأضرار قد تتفاقم بعد ذلك الوقت وخصوصا في ظل التقدم التكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع والخدمات.⁽²⁾

وتجدر الإشارة إلى أن دعوى الضمان التي يرفعها المستهلك يتولد عنها عدة حقوق حيث يحق للمستهلك في أن يطلب من المحترف مؤهل إصلاح المنتج المعيب إذا كان ممكنا وعلى نفقة المتدخل المخل طبقا لأحكام المادة 12 من ذات المرسوم السالف، كما يجوز له مطالبة بالتعويضات الكاملة إذا أصاب الأشخاص والأموال ضررا بسبب العيب المضمون ويدخل في التعويض الأضرار المادية والجسمانية، كما يمكن له المطالبة بتعويض الضرر الذي أصابه بسبب عدم الاستفادة من المنتج خلال فترة الصلاحية، وله أيضا حق استفادة من وسائل المطالبة الودية غير رفع الدعوى والمنصوص عليها في المادة 12 من ذات المرسوم. أما المسائل المتعلقة بالإثبات فإنه وفقا للقواعد العامة يقع على عاتق من يتمسك به سواء من خلال وجوده أو التصرف المنشأ له ومدة الصلاحية، إلا أن مثل هذه القواعد العامة لا يصل إليها المستهلك بسهولة نظرا لإجراءاتها المعقدة. أما عبء الإثبات في قانون حماية المستهلك لا يقع على المستهلك، وإنما يقع عليه عبء إثبات التصرف القانوني أي اقتناء المنتج من المحترف وتاريخه، وبالتالي الضمان مفروض بقوة القانون والمتعلق بالنظام العام، بحيث لا يمكن التنازل عليه والاتفاق على سقوطه.

(2)-دعوى التعويض: يقصد بدعوى التعويض أو دعوى المسؤولية تلك وسيلة من الحماية القضائية المقررة للمضروور ليحصل منها على حقه في التعويض الجابر للضرر من المسؤول عنه، وينشأ الحق في التعويض من وقت توافر أركان المسؤولية المدنية للمنتج عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه، وهو ما نصت عليه المادة 1/140 مكرر من القانون المدني الجزائري.⁽³⁾ وسيتم التفصيل في شروط هذه المسؤولية عند المعرض الحديث عن المسؤولية المدنية للمنتج .

(3)-دعوى المنافسة غير المشروعة: يحق للمستهلك أيضا المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي أصابته جراء المنافسة غير المشروعة، وهو ما أكدت عليه المادة 48 من قانون المنافسة وحتى يتمكن المستهلك من رفع هذه الدعوى لابد من توافرها على الشروط العامة المتمثلة في الصفة والمصلحة، إضافة إلى شروط خاصة المتمثلة أساسا في:

أ-الخطأ: يكتسي معنى الخطأ في دعوى المنافسة غير المشروعة معنى خاص ينصرف بشكل أساسي إلى الإخلال بقواعد الأمانة والشرف والنزاهة في التعامل التجاري، ومتى انحرفت المنافسة عن واجب الالتزام بالأمانة والنزاهة والشرف عد ذلك خطأ يستوجب مسؤولية مرتكب هذا الفعل.⁽⁴⁾ ولا يشترط وجوب توفر سوء نية المتعدي، فقد يحصل الخطأ نتيجة إهمال أو تقصير منه ويقع باستخدام العون الاقتصادي لوسائل منافقة للقوانين والعادات والأمانة والشرف التي تقوم عليها التجارة، كالبث الإشاعات والادعاءات الكاذبة التي من شأنها تشويه سمعة التجارية للمنافس

(1)-أنظر: سلوى قداش، الالتزام بالضمان بين القواعد العامة للتعاقد وقانون حماية المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 05، العدد 01، جانفي 2018، ص 507.

(2)-أنظر: أشرف محمد رزق قايد، المرجع السابق، ص 299.

(3)-أنظر: أنيسة حمادوش، حول المتابعة القضائية ضد المنتج عن منتجاته المعيبة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد 03، العدد 03، سبتمبر 2019، ص 244.

(4)-أنظر: نعيمة علوش، العلامات في مجال المنافسة، المرجع السابق، ص 59.

أو استخدام وسائل تؤدي إلى اللبس أو الخلط بين أنشطة تجارية....الخ خاصة وأن المنافسة أمر ضروري لتطوير التجارة والصناعة، وكل ما من شأنه المساس بها يستوجب مسؤولية مرتكبه.⁽¹⁾

ب-الضرر: يعبر الضرر ركن موضوعي هام لقيام دعوى المنافسة غير المشروعة، ويستوي أن يكون ماديا أو معنويا، ولأن الغاية من دعوى المنافسة ليس فقط التعويض عن الضرر وإنما وجدت أيضا إلى وقف الاستمرار في استخدام الوسائل غير المشروعة التي يستخدمها التاجر منافس مستقبلا، لذا يكفي أن يكون الضرر محتملا لرفع الدعوى.⁽²⁾

ويقع عبء إثبات الضرر على المدعي، إلا أنه قد يعتري القضاء بعض الصعوبات في تقدير مقدار التعويض، فالضرر الذي ينتج عن أفعال المنافسة غير المشروعة يؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على عنصر الاتصال بالعملاء، وعليه لا يمكن تقدير وبشكل دقيق عدد المستهلكين الذين انصرفوا عن التعامل مع التاجر وهذا حتما سيؤثر على مبيعاته، مما جعل المحاكم لا تطلب إثبات الضرر، وإنما يستخلص وقوعه من الأعمال التي تحدث ضرر بالمؤسسة منافسة.⁽³⁾

ج-العلاقة السببية: إذا كان الضرر الذي لحق بالمنافس قد وقع نتيجة لفعل من المنافسة غير المشروعة فنتحقق بذلك دعوى المنافسة غير المشروعة لتوافر ركن السببية بينهما، وإن توافر هذا الركن يشترط توافر علاقة بين المتنافسين، أي وجود حالة من التنافس بينهما في منتج معين وهذه الرابطة يعود بطبيعة الحال إلى تقدير المحكمة.⁽⁴⁾ أما عن إثبات رابطة السببية بين الخطأ والضرر فيقع على عاتق المدعي حتى تقبل دعواه مع الملاحظة أن الرابطة السببية في دعوى المنافسة غير المشروعة تتصف بالصعوبة كبيرة في إثباتها خاصة في الحالات التي يكون فيها الخطأ محتملا، ولذلك القضاء تساهل في إثبات رابطة السببية في مثل هذه الحالات.

وما ينبغي الإشارة إليه في هذا الصدد أن اللجوء إلى القضاء يتطلب أمنا قضائيا يعمل على بعث الثقة في مرفق القضاء ويحقق جودة أداء مهامه ويسهل اللجوء إليه، ذلك أن الحماية القانونية للمستهلك تستلزم حتما وجود أمن قضائي يعزز ثقة المستهلك فيه، لذا يتوجب التركيز على المتطلبات التي تكفل قيام جهاز القضاء بمهمته على أحسن وجه، ولا تكتمل هذه المتطلبات إلا بتوفير مقومات تضمن حسن سير القضاء كاستقلاليتهم وسهولة اللجوء إليه، ونظرا للتطورات التي عرفها المجتمع في ميدان الاستهلاك أصبح المستهلك أكثر من أي وقت مضى في حاجة إلى قواعد إجرائية لحمايته تهدف إلى تحقيق تصفية منصفة لمنازعات الاستهلاك وتراعي فيها وضعية المستهلك.⁽⁵⁾

غير أنه وباستقرار نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش ثبت قصور أحكامه في توفير وتحقيق الأمن القضائي لمنازعات الاستهلاك، ويظهر ذلك جليا في عدم التكافؤ الواضح بين الطرفين الدعوى، خاصة وأن المتدخل في مركز قوة وغالبا ما تكون إمكانياته ضخمة كالمؤسسات الكبيرة مما يصعب على المستهلك مواجهتها بإمكانياته البسيطة، علاوة على ذلك فالدعوى القضائية تنسم بالبطء الشديد مما يؤدي إلى عزوف المستهلك عن اللجوء إلى القضاء بسبب ارتفاع نفقات

(1)-أنظر:، صالحة العمري، صور المنافسة غير المشروعة وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية وإطارها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، المجلد 09، العدد 01، جانفي 2018، ص 316.

(2)-أنظر: حليلة بن دريس، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق الملكية الصناعية والتجارية، مجلة دراسات قانونية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الجزائر، المجلد 10، العدد 21، أوت 2014، ص 47-48.

(3)-أنظر: زينة غانم عبد الجبار الصفار، المرجع السابق، ص 140-141.

(4)-أنظر: حلو عبد الرحمن أبو الحلو، المرجع السابق، ص 65.

(5)-أنظر: أحمد الصيد، تسوية منازعات عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر 1، 2014-2015، ص 103.

المصاريف القضائية والمصاريف المرتبطة بها من رسوم رفع الدعوى وأتعاب المحامي، كما نلاحظ غياب استفادة المستهلك بصفة عامة من مسألة المساعدة القضائية.⁽¹⁾

كما أننا نلتزم القصور أحكام قانون حماية المستهلك وقنع الغش في انعدام الطابع الإجرائي وعدم كفاية القواعد الخاصة للوصول إلى تسوية فعالة، وطغيان الطابع الموضوعي على قواعد هذا القانون، فمن حيث الإثبات نجد المشرع لم يخص قانون حماية المستهلك وقمع الغش وسائل الإثبات بنظام خاص، وإنما تخضع للقواعد العامة فمن خلال تفحص قانون رقم 03-09 لا نجد يقر بحماية خاصة بالمستهلك، ولا نجد يقرر أي قاعدة بقلب عبء الإثبات، وجعله على عاتق المتدخل باعتبار هذا الأخير يمتلك الخبرة الفنية والمعلومات التي تمكنه من توفير الحجج اللازمة على حسن تنفيذه لالتزاماته القانونية، وحذا لو يخطو المشرع الجزائري هذه الخطوة في سبيل تحقيق حماية فعالة للمستهلك في مجال الإثبات، أما فيما يتعلق بالتقادم فنجد أن المشرع لم ينص على قواعد خاصة بالتقادم بالنسبة للمستهلك سواء بالنسبة للأجل أو بالنسبة لطبيعة التقادم وبالتالي تخضع للقواعد العامة. وفي الواقع فإن تكييف التقادم على أنه تقادم مسقط في بعض الحالات المنصوص عليها في القانون يعتبر في صالح المستهلك في حالة ما إذا كان المستهلك مطالباً بأداء التزامات معينة، لكن التقادم العادي ذو الأجل الطويل هو من يكون في صالحه إذا تعلق الأمر بمطالبة المستهلك بحقوقه، وحذا لو ينوه المشرع لهذا الأمر، بالإضافة إلى عدم توظيف القضاء لاستعجالي والتنفيذ المعجل في قانون الاستهلاك.⁽²⁾

وإنه من الأهمية بمكان أن نشير أن للقضاء أيضاً دور مهم وبارز في إبطال الممارسات الماسة بمصالح المستهلك، كما يمكنه أيضاً الحكم بالتعويض للمؤسسات المتضررة من الممارسات غير النزيهة في السوق، ويظهر ذلك من خلال صلاحية القضاء في إبطال الممارسات الماسة بمصالح المستهلك (أولاً) وتعويض الأضرار الناتجة عن الممارسات المضرة بمصالح المستهلك (ثانياً).
أولاً: صلاحية القضاء في إبطال الممارسات الماسة بمصالح المستهلك: إن مخالفة العون الاقتصادي للنصوص القانونية والمؤطرة للمنافسة يعني بطلان كافة التصرفات والاتفاقيات المخالفة مما يسمح لأصحاب الحق التمسك بالبطلان، واللجوء إلى القضاء للمطالبة بتقريره.⁽³⁾

وطبقاً لأحكام المادة 13 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بحماية المنافسة المعدل والمتمم والتي تنص على أنه: «دون الإخلال بأحكام المادتين 8-9 من هذا الأمر يبطل كل التزام أو اتفاقية أو شرط تعاقدية يتعلق بإحدى الممارسات المحظورة بموجب المواد 6-7-10-11 و12 أعلاه». وبهذا فإن البطلان يشمل كل الالتزام أو اتفاق أو شرط ينصب حول ممارسات مضادة للمنافسة شريطة ألا تكون مخصصة بموجب المادتين 8-9 من نفس الأمر لكونها من ممارسات المستثناة من مجال التطبيق البطلان، وجزاء البطلان قد يلحق بالاتفاق كله، أو جزء منه فقط كإلغاء أحد البنود دون الأخرى، ويمكن أن يحكم بالبطلان القاضي المدني أو القاضي التجاري أو حتى القاضي الإداري عندما تعرض عليه دعوى إبطال بعض الشروط، وباعتبار أن قواعد المنافسة من النظام العام الاقتصادي فإن أي مساس به جزاءه البطلان المطلق وبناءاً عليه يحق لي كل ذي مصلحة في إثارة

(1)-المساعدة القضائية تعتبر حق من الحقوق الأساسية للإنسان، ونقصد بها الإعفاء من الرسوم والمصروفات القضائية أو دفعها كلها أو بعضها عن يثب عجزه عن دفعها، كما تشمل انتداب محام، هي وسيلة تمكن المستهلكين ذوي الدخل المحدودة من مراجعة القضاء والمطالبة بحقوقهم.

(2)-أنظر: عبد الوهاب مخلوفي، زهور دقايشية، قصور أحكام القانون 03-09 في تحقيق الأمن القضائي، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017، ص 602 وما يليها.

(3)-أنظر: شيخ ناحية، دور الهيئات القضائية المختلفة في ضبط قواعد المنافسة، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، المنظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يومي 09-10 ديسمبر 2013، ص 02.

هذا البطلان لدى المحكمة المختصة، وهذا تطبيقا للقواعد العامة في القانون المدني وبتحديد المادة 102 منه، بخلاف المشرع الفرنسي الذي نجده حدد أصحاب الحق في التمسك بالبطلان (نيابة العامة، الوزير المكلف بالاقتصاد، ورئيس مجلس المنافسة).⁽¹⁾

وفي ذات التوجه ذهب المشرع الفرنسي في المادة 3-420 L من القانون التجاري والتي نصت على أنه: «يعتبر كل التزام أو اتفاق أو شرط تعاقدى يتعلق بممارسة محظورة بموجب المادتين 1-420 L و 2-420 L باطل».⁽²⁾

أما عن الجهة القضائية المختصة بالفصل بإبطال الممارسات المقيدة للمنافسة فطبقا لنص المادة 13 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم فإن الاتفاقيات المقيدة للمنافسة باطلة بقوة القانون، ويختص القضاء العادي في إبطال العقود المدنية والتجارية عن الممارسات المحظورة، أما المادة 02 من ذات الأمر فقد أكدت على خضوع الصفقات العمومية لمبدأ المنافسة الحرة، ويختص القضاء الإداري في مجال الصفقات بإبطال العقود التي تبرمها الإدارة العمومية عندما تكون المنافسة مصطنعة من طرف المتعهدين.

ثانيا: تعويض الأضرار الناتجة عن الممارسات المضرة بمصالح المستهلك: إذا ترتب على الممارسات الماسة بحرية المنافسة إلحاق الضرر سواء بمصالح المؤسسات المنافسة أو جمعيات حماية المستهلك أو حتى الغير يتعين في هذا المقام البحث عن آلية معينة تكفل جبر هذا الضرر بها، بالإضافة إلى تخويل المشرع القاضي المدني والتجاري سلطة إبطال الالتزامات والاتفاقيات والشروط التعاقدية، كذلك يمكن للقاضي الحكم بالتعويض جراء ذلك على اعتبار أن الحكم بالغرامة التي يوقعها مجلس المنافسة تعود لخزينة العمومية ولا يستفيد المتضرر منها مباشرة، إذ لا تعدوا كونها ترضية معنوية بالنسبة له، وبهذا يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة منافية لمنافسة وفق مفهوم أحكام هذا الأمر أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقا لتشريع المعمول به، ويكون ذلك عن طريق دعوى تبعية لدعوى البطلان أو عن طريق دعوى قضائية مستقلة بشرط أن يكون من أصحاب الحق في طلب التعويض (أحد الأعوان الاقتصاديين- المتضرر- وزير التجارة أو ممثله جمعيات حماية المستهلك) وأن يثبت إدعائه بقيام المسؤولية المدنية (الخطأ- الضرر- العلاقة السببية).⁽³⁾

غير أنه ورغم فاعلية الهيئات القضائية في مجال المنافسة لاسيما قضايا التعويض فإنها تصطدم بعدم عراقيل أهمها مشكل كيفية تقدير التعويض، والإشكالات الناجمة عن كيفية إثبات الخطأ الموجب للتعويض.⁽⁴⁾ وبهذا فإن لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه في مواجهة المتدخل تواججه الكثير من الصعوبات، ففي الغالب نجد المستهلك ينظر إلى القضاء والمحاكم أنه عالم مجهول، فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها، وأنه ضعيف في مواجهة المتدخلين الذين هم أكثر تمرسا وأفضل وضعا ماليا منه، إضافة إلى ذلك تكاليف الدعوى وبطيء إجراءات التقاضي، وكل هذا يجعل المستهلك في الكثير من الأحيان يعزف عن اللجوء إلى القضاء العادي الذي

(1)-أنظر: وردية فتحي، عن دور القضاء العادي في تطبيق قانون المنافسة، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، المنظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يومي 09-10 ديسمبر 2013، ص 05-06.

(2)-L420-3 du code de commerce français, Voir : www.Légifrance.gouv.fr.

(3)-أنظر: أمين خليفة، حمرون ديهية، دور القضاء في حماية المنافسة من الممارسات المنافية لها، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مخبر القانون الخاص المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، المجلد 03 العدد 02، جوان 2017، ص 46.

(4)-لتفصيل أكثر راجع: جمال بن بخمة، التعويض عن الأضرار الناتجة عن الممارسات المقيدة للمنافسة، مجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، العدد 02، 2017، ص 190.

هو حق من حقوقه ووسيلة للحصول على حقوقه المادية والمعنوية، وردع المخالفين من المتدخلين.⁽¹⁾

ومن خلال دراستنا للآليات المقررة لحماية المستهلك ومدى فاعليتها اتضح لنا أن المشرع سن مجموعة من النصوص القانونية من أجل إقامة توازن بين النشاط التنافسي الحر وحقوق المستهلك ويتجلى ذلك في الالتزامات التي أُلقيت على عاتق العون الاقتصادي، وهذا من أجل الحفاظ على صحة المستهلك وحمايته من الخداع والغش، كما فرضت الدولة رقابة عن طريق أجهزة وآلياتها وذلك بهدف الوقاية والقضاء على الخطر الذي يهدد المستهلك، فضلا عن ذلك يلتزم بأن يضمن خلو المبيع من العيوب الخفية التي تحول دون تحقيق المبيع الغرض من شرائه وكذا ضمان سلامة المنتج من الفساد.

غير أن الواقع يشير إلى غير ذلك، قصور وانحراف من قبل الأعوان الاقتصاديين في التزاماتهم، وكذا عدم تأسيس بعض الأجهزة المختصة في التدخل، وعدم تمكن الأعوان المكلفين بالرقابة من أداء مهامها، فعلى الرغم من هذه المنظومة التشريعية والمؤسسية الكبيرة التي تسعى إلى حماية المستهلك، إلا أن المستهلك يجد نفسه في كثير من الأحيان غير محمي أو ناقص الحماية، أو حتى محمي دون فعالية. ذلك أن هذه النصوص القانونية تحتاج إلى العديد من التعديلات من أجل مواكبة التطور السريع الحاصل في التكنولوجيا وفي تبادل المنتجات.

فبالنسبة للنصوص التنظيمية، رغم أن المشرع قد قام بتعديل ترسانة تشريعية ضخمة في ظل القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم إلا أن هذه النصوص لا تزال بحاجة إلى قرارات وزارية تنظمها وتعديلات أخرى لمواكبة التطورات الحاصلة.

أما بالنسبة للحماية المؤسسية، بالرغم من وجود العديد من الأجهزة الإدارية لحماية المستهلك إلا أن دورها لا يزال ناقصا، كما أن هناك بعض الأجهزة التي تم النص عليها منذ سنوات إلا أنها لم تعمل على أرض الواقع بعد.

ولاحظنا أيضا أنه رغم دور كبير وفعال لجمعيات حماية المستهلك وقمع الغش في دفاع عن حقوق المستهلك أمام القضاء، وتمثيله أمام مختلف الهيئات، كما لها دور كبير في إعلام المستهلك وتحسيسه بطرق شتى، إلا أن فعالية هذه الجمعيات على أرض الواقع لا تزال محتشمة جدا، إذ نجد عدد قليل من جمعيات حماية المستهلك فقط ينشط بشكل دائم ومستمر، أما الباقي فهي في حالة خمول، ولعل سبب ذلك راجع لعدم وجود إيرادات تدفع الجمعيات إلى العمل.

أما فيما يتعلق بالهيئات القضائية فتبين لنا عدم وجود توازن بين أطراف المنازعة الاستهلاكية بالإضافة إلى عدم وجود إجراءات مبسطة يلجأ إليها المستهلك، ناهيك عن المبلغ الكبير الذي يدفعه لتحصيل حقه، هذا ما أدى إلى اجحام المستهلكين.

(1)-أنظر:، صياد الصادق، المرجع السابق، ص154.

خلاصة

الأول

الأول

واستخلاصا لما سبق عرضه في هذا الفصل يتبين لنا أن الجوائر كغيرها من الدول واكبت الحركية التشريعية في مجال حماية المستهلك نظرا لتطور أنماط وحجم الاستهلاك، وبالتالي ازدياد المخاطر التي تهدد المستهلك خاصة مع تبنيتها للاقتصاد الحر وتحرير التجار، وبهدف تحقيق توازن بين مصالح المتدخل وحقوق المستهلك أوجد المشرع الجائري العديد من الآليات التي بواسطتها يضمن حماية فعالة للمستهلك، لذلك ألقى على عاتق المتدخل التزامات في مختلف مراحل عرض منتج للاستهلاك رغبة منه في الحماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، ففي مرحلة ما قبل إبرام عقد الاستهلاك وضع الالتزام بضمان السلامة على عاتق المتدخل، وكذا الالتزام بالإعلام، وأن يتم إنتاج السلع وفقا للمقاييس والمواصفات التي حددها القانون وتحت رقابة الأجهزة التي سخرها المشرع لكفالة الالتزام بمطابقة المنتجات، ولم يتوقف المشرع عند حد الضمان تحقيق هذه الالتزامات بل سائر مسار العقد بعد إبرامه حيث ألزم المنتج بأن يضمن للمستهلك العيوب الخفية اللاحقة بمنتوجه، ومن أجل ضمان استعمال المنتج لأطول مدة ممكنة ومعقولة نص المشرع أيضا على ضمان خدمة ما بعد البيع، وبهذا فإن وجود هذه الالتزامات يشكل أكثر الضمانات القانونية التي من شأنها أن تمد المستهلك الجائري بمنتوج سليم آمن وصحي، وتحمي مصالحه ماديا ومعنويا. ومن أجل السهر على تطبيق النصوص القانونية الخاصة بحماية المستهلك تم تنصيب هيئات وأجهزة مكلفة بحماية المستهلك من تلك التجاوزات ومختلف الأضرار التي يمكن أن تلحق به، ومن بين أهم هذه الأجهزة نذكر مجلس المنافسة الذي كان له دور بارز في ضمان حماية كافة عناصر العلاقة الاقتصادية، وضمان التوازن فيما بينها بما فيها مصالح المستهلك الذي يعتبر الحلقة الأضعف في هذه العلاقة، كما ضمن تدخل أجهزة القضاء في عملية المتابعة والتحري بالإضافة إلى إشراك الفرد في عملية الرقابة والتبليغ سواء كان فردا أو جماعة عن طريق الجمعيات، وكذا خلق هيئات متخصصة لطرح مختلف المشاكل وتسجيل المخالفات، كما سمح بحق رفع الدعوى لصالح المستهلك حال وقوع الضرر مع تعيين خبرة في هذا المجال كون الضرر يصبح خطر على الصالح العام ليعمل على تشديد الأحكام الصادرة في هذا الشأن.

لكن بالرغم من ذلك نلاحظ أن هناك فرق شاسع بين الفكر والتطبيق حيث تبقى هذه القوانين دون جدوى في ظل عاملين رئيسيين يحولان دون نجاح العملية واللذان يتمثلان في نقص الثقافة الاستهلاكية، والفساد الإداري.

الفصل الثاني
إقرار الجزاء
كآلية لفرض
التوازن
بين نشاط
المنافسة وحقوق
المستهلك

يعد التدخل الجنائي بمادتي الاستهلاك والمنافسة مطلباً هاماً عن طريق جملة التجريمات والعقوبات المسلطة على كل شخص خرق الأنظمة القانونية التي تصبو للنهوض بعملية الاستهلاك والمنافسة، فعدم التوازن بين المتدخلين من ناحية والمستهلكين من ناحية أخرى يتعمق ويتسع كل يوم الشيء الذي دفع المشرع للتدخل من أجل إعادة التوازن.⁽¹⁾ خاصة وأن بعض النصوص القانونية تعترف بعدم التكافؤ بين طرفي المعادلة الاقتصادية القائم بين العون الاقتصادي والمستهلك وهذا بإقرارها بإذعان أو سمو الأول على الثاني من جهة، وما دامت هذه النصوص تدخلت لمحاولة إعادة التكافؤ والتوازن بين نشاط العون الاقتصادي وحقوق المستهلك من جهة ثانية فيجب إذن تحديد قوة ونجاعة تلك النصوص في تحقيق التوازن والذي يمكن حصره في الرقابة المفروضة على النشاط التنافسي، والجزاءات المفروضة على العون الاقتصادي.⁽²⁾

وقد سعى المشرع الجزائري من خلال فرض جزاءات على العون الاقتصادي إلى حماية المستهلك ورفع الغبن والاستغلال عنه في مواجهة العون الاقتصادي من خلال إلزامه باحترام قواعد السوق والمنافسة والشفافية، فقد ارتبط توقيع الجزاء كوسيلة للموازنة بين المنافسة الحرة واحترام حقوق المستهلك أكثر بشخص المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في المعادلة الاقتصادية في حين نجد أن مختلف الجزاءات المحددة قانوناً تعاقب أكثر العون الاقتصادي وليس المستهلك كما أن هذا الجزاء يتصف بالازدواجية جزاء وقائي ردعي لمعاقبة المتدخل على مخالفته لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش.⁽³⁾

وعليه فإن تضمين المشرع لازدواج الجزاء المقررة على عاتق المتدخل يقوم بمنح ضمانات هامة للمستهلك، مما يستدعي من خلال هذا الفصل معالجة الرقابة كآلية وقائية فعلية للموازنة بين المنافسة وحقوق المستهلك {المبحث الأول} لنخرج بالبحث عن تكريس الحماية عن طريق الجزاء الردعي كآلية لفرض التوازن بين النشاط الاقتصادي وحقوق المستهلك {المبحث الثاني}.

المبحث الأول: الرقابة كآلية وقائية فعلية للموازنة بين المنافسة وحقوق المستهلك

يعتبر موضوع حماية المستهلك من المواضيع الملحة التي يجب أخذها في الاعتبار قصد خلق نوع من التوازن في علاقة المستهلك بالمهني، وفضلاً على الضمانات التي يوفرها المشرع في توفير ضمانات السلامة للمستهلك من خلال الالتزام العام بالسلامة سواء تعلق الأمر بالمنتجات أو الخدمات، هناك ضمانات أخرى المتمثلة في الالتزام بالمطابقة للمواصفات القياسية، وقد وضع آليات الاحترام هذه الضمانات بما يحقق حماية المستهلك تتجسد في الرقابة التي تقوم على التحقيقات الميدانية والبحث عن الانحرافات.⁽⁴⁾ ولعل أهم ما يكفل هذه الموازنة والحماية هو خلق نوع من الرقابة على الأعوان الاقتصاديين، وهذه الرقابة تكون بالدرجة الأولى من العون الاقتصادي نفسه وذلك بمراقبة منتجاته وخدماته قبل عرضها للاستهلاك من خلال التأكد من مطابقتها لمقياس الجودة والقيمة الحقيقية المطلوبة قانوناً والمتماشية مع رغبات المستهلك المشروعة، لهذا على العون الاقتصادي أن يقوم بنفسه التأكد من سلامة وجودة المنتج والاستعانة بالجهات المختصة في مثل هذه

(1)-أنظر: ربيعة صباحي، حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مداخلة ملقاءة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص 24.

(2)-أنظر: أرزيل الكاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، المرجع السابق، ص 09.

(3)-أنظر: أمنة مخانشة، طرق الموازنة بين المنافسة والممارسات التجارية من حيث حماية المستهلك، مجلة الميزان، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي صالح أحمد بالنعام، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2017، ص 227-228.

(4)-أنظر: فتيحة قريقر، الرقابة كآلية لحماية المستهلك، مجلة دراسات وأبحاث، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 04، العدد 07، جوان 2012، ص 187.

الأمر، وذلك برقابة شروط حفظ السلع وتغليفها ووسمها وخلوها من الأخطار خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات الغذائي لبعض السلع الأخرى التي لها تأثير كبير في صحة المستهلك وأمنه.⁽¹⁾ وباعتبار المتدخل المعني المباشر برقابة منتجاته وخدماته قبل عرضها للاستهلاك فإن الرقابة تمثل أكبر الضمانات على مصداقية ونزاهة الممارسات الصادرة عن المتدخلين الملزمون بعدم التعرض لقانون المنافسة وقانون الممارسات التجارية، وكذا قانون حماية المستهلك وقمع الغش، كما يفرض الواقع إنشاء أجهزة متخصصة تمارس رقابة لتوفير حماية للمستهلك الأمر الذي يستدعي منا من خلال هذا المبحث الوقوف على دور الجزاء الوقائي في إطار الرقابة على المنتجات المعروضة للاستهلاك ووقاية المستهلك {المطلب الأول} ومن أجل تفعيل هذه الرقابة يتم إتباعها باتخاذ تدابير تحفظية الأمر الذي يستدعي منا معالجة تنوع التدابير التحفظية المتخذة ضد المتدخل كآلية وقائية لتأطير حماية المستهلك {المطلب الثاني} ولضمان ممارسة فعالة للرقابة حرص المشرع على إنشاء أجهزة وهيئات المكلفة بالرقابة في مجال حماية المستهلك {المطلب الثالث} تعمل على رقابة نشاط المتدخلين.

المطلب الأول: دور الجزاء الوقائي في إطار الرقابة على المنتجات المعروضة للاستهلاك ووقاية المستهلك

من أجل توفير حماية فعالة للمستهلك أوجد المشرع وسائل خاصة يضمن له بها الحصول على منتجات وخدمات تلبي رغباته المشروعة، فأنشأ أجهزة تراقب مدى سلامتها وتأهيلها للاستعمال أو قابليتها للاستهلاك، ومدى مطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية وهذا ما يؤكد حرص المشرع على إنشاء أجهزة رقابة على عدة مستويات لمراقبة المنتجات والمواد المعروضة للاستهلاك.⁽²⁾

وباعتبار الرقابة من بين الآليات الوقائية المكرسة من أجل حماية المصالح الاقتصادية للمستهلكين، فلا يمكن تصور منافسة دون وجود رقابة لإمكانية وجود ممارسات من شأنها الإضرار بالمصالح الاقتصادية للمستهلكين، والحديث عن الرقابة يتطلب منا البحث في مفهومها وصور التي تتخذها {الفرع الأول} لنبين بعدها خصائصها {الفرع الثاني} وفي الختام سيتم معالجة إجراءات ممارسة الرقابة على المنتجات المعروضة للاستهلاك {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: تعريف الرقابة وصورها

ظهرت فكرة الرقابة بظهور الثورة وذلك كأثر لتزايد وكبر حجم المؤسسات الإنتاجية خلال القرن 20، إذ حققت هذه الثورة رخاء اقتصاديا لكنها في نفس الوقت سببت كثيرا من المآسي لعدم إخضاع المنتجات للفحص والتفتيش، ومن هنا ظهرت إرادة قوية من قبل فئات المتضررة من المجتمع لإخضاع ما يطرح في السوق للرقابة والفحص المنتظم، وللرقابة معنيين معنى عام (أولا) ومعنى خاص (ثانيا).⁽³⁾

أولا: التعريف العام للرقابة: تعرف الرقابة بصفة عامة على أنها: «عملية تنظيمية تهدف إلى جعل الأنشطة المختلفة والخطط والنتائج منسجمة مع التوقعات والمعايير المستهدفة، وفي حالة انحرافات تؤثر الأسباب، وتتخذ الإجراءات التصحيحية اللازمة».⁽⁴⁾ وعرفها الأستاذ بولحية علي أنها: «خضوع شيء معين بذاته لرقابة هيئة أو جهاز معين يحدده القانون، وذلك للقيام بالتحري والكشف

(1)-أنظر: عادل عميرات، المرجع السابق، ص199.

(2)-أنظر: بختة موالك، المرجع السابق، ص54.

(3)-أنظر: حورية زاهية سي يوسف كجار، الرقابة عن طريق جمعيات حماية المستهلك، المرجع السابق، ص198.

(4)-أنظر: عبد القادر معروف، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون المدني الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم 2016-2017، ص176-177.

عن الحقائق المقررة قانوناً⁽¹⁾. ويتضح لنا من خلال هذين التعريفين أنهما يعرفان الرقابة كآلية فنية تستعمل للتحري والكشف عن الحقائق والمقاييس المطلوبة قانوناً في عملية ما فلم يحدد موضوع الرقابة، والجهاز المكلف بها.

ثانياً: التعريف الخاص لرقابة المنتوجات: يقصد برقابة المنتوجات: «مجموعة من الأنشطة المحددة والتي تستخدم بهدف التأكد من أن الإنتاج الذي تم تحقيقه يتفق، ويتطابق مع تلك المواصفات التي وضعت له مسبقاً»⁽²⁾. كما عرفت على أنها: «ذلك الفعل الذي يقصد من ورائه التأكد من مطابقة المنتج للمواصفات المطلوبة، إما بموجب فعل سابق لعملية الإنتاج والإستيراد والتوزيع متجسداً من خلال الترخيص والتصريح، وقد يكون سابقاً لعملية عرض المنتج في السوق وهو العمل الذي يقوم به السلطة الإدارية المختصة عقب عرض المنتج في السوق»⁽³⁾.

يتبين لنا من هذين التعريفين أن رقابة المنتوجات لا تهدف إلى إنتاج السلع والخدمات لمستوى عالي، ولكن وظيفتها تهدف فقط إلى التأكد من أن ما تم إنتاجه يتطابق تماماً والمواصفات الموضوعية، أما تحديد مستوى الجودة فهذا يدرج تحت مفهوم تأكيد أو ضمان الجودة.

ثالثاً: صور الرقابة: يمكن تصنيف الرقابة إلى عدة أشكال، قد تكون رقابة إجبارية التي ينبغي على المتدخل الالتزام بها، كما قد تكون اختيارية تبقى لرغبة المتدخل، ونظراً لاختلاف المنتوجات على بعضها البعض فتخضع بعض المنتوجات لرقابة سابقة، وقد تكون رقابة لاحقة ومن أجل ضمان السلامة للمستهلك اعترف المشرع للأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة بنوع آخر من الرقابة وهي الرقابة المستمرة⁽⁴⁾.

01- الرقابة الإجبارية: هي الرقابة التي تفرض على المنتج وتلزمه بإخضاع منتجاته لرقابة هيئة معينة قبل إنتاجها، وذلك للتأكد من مدى حرصه على مطابقة منتجاته للمواصفات والمقاييس المحددة قانوناً، ويكون ذلك بصفة خاصة في مجال صناعة الأدوية والمستحضرات الطبية وكذلك مواد التجميل والتنظيف البدني، بالإضافة إلى المنتجات ذات طابع السام⁽⁵⁾. وأكد المشرع على مثل هذه الرقابة بموجب المادة 1/12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وهذه الرقابة تتخذ صورتين:

أ- الرقابة الذاتية للمتدخل: تضمن الالتزام العام بالسلامة الذي وضع على عاتق المتدخل التزاماً ضمناً "بالرقابة الذاتية" المنصوص عليه في المادة 12 من قانون حماية المستهلك، حيث يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك على أن تتناسب هذه الرقابة مع طبيعة العمليات التي يقوم بها المتدخل حسب حجم، ونوع المنتوجات التي يضعها للاستهلاك والوسائل التي يجب أن يمتلكها مراعاة لاختصاصه والقواعد والعادات المتعارف عليها في هذا المجال، فالرقابة التي يمارسها أعوان قمع الغش لا تعفي المتدخل من الالتزام برقابة الذاتية والتحري حول مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك، وقد أكد المشرع هذا الالتزام خاصة

(1)-أنظر: علي بولحية بن بوخميس، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، الجزء 39، العدد 01، 2002، ص 77.

(2)-أنظر: حورية زهية سي يوسف، رقابة المنتوجات المستوردة آلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، قسم الدراسات القانونية والشرعية، المركز الجامعي لمتنغاست، الجزائر، المجلد 06، العدد 01، جانفي 2017، ص 14.

(3)-أنظر: علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2008، ص 278.

(4)-أنظر: منال بوروح، ازدواجية الجزاء المقرر لحماية المستهلك من خلال أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 54، العدد 01، مارس 2017، ص 348.

(5)-أنظر: علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 78.

في مجال المواد الغذائية.(1)

ومن جانبه أيضا أكد المشرع الفرنسي الالتزام بالرقابة الذاتية من خلال نص المادة 1-411 من قانون الاستهلاك والتي جاء في فحواها أن المنتجات والخدمات بمجرد ما تطرح في السوق لأول مرة يجب أن تمتثل للمتطلبات السارية فيما يتعلق بسلامة الأشخاص وصحتهم ونزاهة المعاملات التجارية وحماية المستهلكين، ويتحقق الشخص المسؤول عن طرح المنتج أو الخدمة لأول مرة في السوق من امتثاله للوائح المعمول بها، وذلك بناء على طلب الوكلاء المعتمدين بربط الفحوصات والضوابط المنفذة.(2)

ب- الرقابة الإجبارية الخارجية: ومعناه أن يلتزم المنتج بإخضاع منتوجاته لرقابة هيئة خارجية قبل تسويقها، كما هو الشأن بالنسبة للأدوية والمستحضرات الطبية.(3) إذ تخضع لرقابة وزارة الصحة ويستفاد صلاحية هذا المنتج من تلك العبارة المألوفة "مسجل بوزارة الصحة تحت رقم معين.(4) ولكن ما يؤخذ على قانون حماية المستهلك وقمع الغش عدم تعيين رقابة المتدخل ما إذا كانت قبل شروع في الإنتاج، أو أنها رقابة دورية تتم خلال كل مراحل الإنتاج ومن ثم صلاحيتها للعرض للاستهلاك، والأحسن جعلها رقابة دورية تتلاءم مع التجدد الدائم والتطور المعروف في مجال المواصفات التقنية.

02- الرقابة الاختيارية: هي التي لا يكون فيها العون الاقتصادي ملزما بإخضاع سلعته وخدمته لأي نوع من الرقابة، وإنما يلجأ إليها بمحض إرادته حتى يضمن ثقة إضافية لمنتوجاته، ويسمح بزيادة إقبال عليها كعرض المنتج على مخبر معتمد أو هيئة عالمية تمنح شهادة أو علامة متميزة بالجودة بغية ضمان نوعية ثابتة في منتوجاته.(5)

وفي هذا الصدد تعتبر الهيئة العالمية "I.S.O" من أشهر الهيئات التي يتسابق الكثير من المنتجين للحصول على شهادة تثبت مطابقة منتوجاتهم لمواصفاتها، فعلى سبيل المثال تحصلت "ENIEM" على علامة الجودة من الجمعية الفرنسية، وهذا سيعزز ثقة المستهلكين في هذا المنتج.

03- الرقابة السابقة: تفرض هذه الرقابة على المنتوجات الموجهة للاستهلاك النهائي، فيشترط فيها حصول المتدخل على رخصة مسبقة للإنتاج أو صنع منتوجات حتى يؤذن بتسويقها والمشرع رأى من الضروري حصول المتدخل على مثل هذه الرخصة لحماية المستهلك.(6) وإذا رجعنا للنص المادة 12 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

(1)-أنظر: أحمد بن عزوز، الأمن الغذائي في قانون الاستهلاك، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين/المستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2011-2012، ص 110-111.

(2)-L411-1 Créé par Loi 93- 949 du 26 juillet 1993 relative au code du consommation (partie Législative)(1),op.cit. Abrogé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative Du code de la consommation ,op.cit.

(3)-أكد المشرع الجزائري على تسجيل المواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية والمصادقة عليها من خلال الفصل الخامس من الباب الخامس المعنون بك "المواد الصيدلانية والمستلزمات الطبية" من خلال نص المواد 230 إلى 234 من القانون رقم 18-11 المؤرخ في 2 يوليو 2018 المتعلق بالصحة، الجريدة الرسمية، العدد 46، الصادرة في 29 يوليو 2018 المعدل والمتمم بالأمر رقم 20-02 المؤرخ في 30 غشت 2020، الجريدة الرسمية، العدد 50، الصادرة في 30 غشت 2020.

(4)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص 175.

(5)-أنظر: منال بوروب، فعالية الرقابة الإدارية لحماية المستهلك من مخاطر المنتوجات، مجلة الفكر القانوني والسياسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي الأغواط، المجلد 03، العدد 01، جوان 2019، ص 03.

(6)-أنظر: خديجة قمار، الرقابة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك بين الشريعة والقانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، جامعة خميس مليانة، المنعقد يومي 20-21 نوفمبر 2012 ص 171.

المعدل والمتمم، والمادة 3 وما يليها من الأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها المعدل والمتمم⁽¹⁾ تفرض على كل المتدخل بممارسة نوع من الرقابة على ما يعرضه من سلع خدمات للاستهلاك سواء كانت من إنتاجه أو مستوردة فإنه ملزم برقابة الذاتية لما يعرضه ويقدمه للمستهلك، كما اشترط المشرع في هذا المتدخل الذي يقوم بعملية المراقبة المسبقة شروط شخصية، وأخرى مادية منها الكفاءة والخبرة المعرفة والتخصص أو توفير النظافة. فالرقابة المسبقة نجدها متنوعة ومتعددة حسب تعدد واختلاف المجالات والميادين المستعملة، ومن أهم هذه المنتجات التي تتطلب حصول رخصة مسبقة نجد المنتجات ذات الطابع السام والمواد الصيدلانية، وإذا حصل أن عرض المنتج في السوق منتجا دون هذا الترخيص يسأل عن الأضرار، بالإضافة إلى سحب منتوجه⁽²⁾.

04-الرقابة اللاحقة: هي مجموعة الأساليب والإجراءات والتعريفات التي تركز على مخرجات الأنشطة التنظيمية بعد انتهاء عملية التشغيل والإنتاج، أي أن الرقابة اللاحقة تركز جهودها على المنتج النهائي. وتلعب الرقابة اللاحقة على المستوى التشغيلي ثلاث أدوار هي:

- تستخدم الرقابة اللاحقة كأداة لتقييم ومكافأة الموظفين، وتزود المدير التنفيذي بالمعلومات التي يحتاجها، وذلك لتقييم فعالية الأنشطة التي تقع تحت سيطرتهم.

- تحذير وتنبيه المسؤولين عن الحاجة الإدخال تعديلات على المدخلات أو العملية الإنتاجية نفسها.

أما على مستوى الإستراتيجي فإن الرقابة اللاحقة تزود الإدارة المعنية بالمعلومات التي تستخدم في عملية تغيير وتعديل خطط المنشأة التنظيمية، والهدف من القيام بالرقابة اللاحقة هو بغية اكتشاف المخاطر التي قد تشكلها بعض المنتجات المخالفة لما هو قانوني⁽³⁾.

ولتقوية الرقابة المقررة لصالح المستهلك من أضرار المنتجات خاصة الخطيرة منها تم إقرار رقابة لاحقة من خلال إنشاء أجهزة تسهر على هذه العملية، كما نظم ممارستها.

05-الرقابة المستمرة: يخول للهيئات المكلفة بالقيام بالرقابة القيام في أي وقت وفي أي مرحلة من مراحل عرض المنتج للاستهلاك عن طريق التحري للتأكد من مدى مطابقة المنتج قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد المصالح المادية والمعنوية وكذا أمن المستهلك، فتمارس هذه الرقابة سواء كان المنتج في مرحلة الإنتاج، التحويل أم التوزيع، الإيداع أو العبور النقل.... الخ عن طريق القيام بمعاینات فجائية، وإذا تبين لهؤلاء أي إخلال يمكنهم اتخاذ الإجراءات الوقائية المحددة قانونا، وهذا ما كرسه المشرع من خلال نص المادة 29 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم⁽⁴⁾.

أما فيما يخص تحقيق أمن المستهلك وتفاذي الأخطار التي تمس مصالحه المادية تخضع عملية عرض المنتج للاستهلاك إلى رقابة أخرى تتضمن الالتزام الأعوان الاقتصاديين بالتزاماتهم أثناء عرضهم للمنتج والتي تدخل في كل من مبدأ الشفافية، ونزاهة الممارسات التجارية⁽⁵⁾.

الفرع الثاني: خصائص الرقابة

(1)-المادة 03 من الأمر رقم 04-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادرة في 30 جويلية 2003 المعدل والمتمم بالقانون رقم 15-15 المؤرخ في 15 يوليو 2015، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 29 يوليو 2015.

(2)-أنظر: سهام خامر، المرجع السابق، ص 52.

(3)-أنظر: أسامة الخيري، الرقابة حماية المستهلك ومكافحة الغش، الطبعة الأولى، دار الراية النشر والتوزيع، عمان، 2015 ص 145-146.

(4)-أنظر: حبيبة كالم، المرجع السابق، ص 66.

(5)-المواد 04 إلى 13 من القانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

- لكي تحقق الرقابة فاعليتها في توجيه النشاط في الوجهة الصحيحة، ومن ثم تحقيق الأهداف المنشودة فإنه يجب أن يراعى مجموعة من المبادئ والخصائص من أهمها:
- 1- جاءت هذه الرقابة لتكملة الفراغ الذي تتميز به الرقابة الذاتية التي يقوم بها المحترف أثناء مزاولة نشاطه في الإنتاج، التوزيع والبيع.
 - 2- تمارس هذه الرقابة أجهزة استشارية وإدارية تعمل على وقاية المستهلك قبل الإضرار به، لكن قد يتدخل عن طريق معيار السلطة العامة لما يفرض الجزاء سواء إداريا أو قضائيا.
 - 3- قد تكون هذه رقابة وقائية في البداية تمارسها أجهزة إدارية تابعة للدولة عن طريق مجموعة من الوسائل المادية والبشرية عندما تمارس دورها في توعية وحماية المستهلكين أو تكشف على مخالفات التي قد تمس المستهلك قبل وقوعها، كما يمكنها أن تكون قمعية عن طريق إيقاف التجاوزات المحترفين التي تشكل خطر على المستهلك، وهو دور تتقاسمه الإدارة مع السلطة القضائية لما تمارس دورها التقليدي الذي يتمثل في توقيع الجزاء الجنائي.
 - 4- تنصب هذه الرقابة على المنتجات والخدمات التي تشكل خطر على المستهلكين أو شفافية الممارسات التجارية، ويتعلق الأمر بإخلال المحترف بالتزامات التي تربطه أثناء التعامل مع المستهلكين كعدم إظهار الأسعار أو عدم الفوترة.⁽¹⁾
 - 5- تسعى الرقابة لفرض احترام العون الاقتصادي للالتزامات القانونية المفروضة عليه لضمان حماية المستهلك في ظل المنافسة الحادة بين الأعوان الاقتصاديين.
 - 6- الرقابة لا تنحصر فقط بوصفها أداة لتصحيح الأخطاء والتجاوزات وملاحظة مدى القيام بالواجب وإنما باعتبارها قبل كل شيء أداة لتعليم الأعوان الاقتصاديين الطريق الأمثل لجعل عملهم أكثر تنظيما وذو مرد ودية أحسن مما يضمن ثقة، وأن تكون جميع ممارساتهم تتسم بالشفافية والنزاهة مما يضمن ثقة المستهلك فيما ينتجونه، وما يقدمونه من خدمات.⁽²⁾
 - 7- إن نجاح هذا النظام لا بد من أن تتولاه عناصر تتسم بالثقة والأمانة وتؤسس أحكامها على أسس واقعية وموضوعية، إضافة إلى ذلك فإن هذه العناصر يجب أن تكون واعية مدركة للمهمة التي تباشرها من حيث نوعية الأعمال محل الرقابة، وأن تكون على قدر من الخبرة والتخصص في هذا المجال.

الفرع الثالث: إجراءات ممارسة الرقابة على المنتجات المعروضة للاستهلاك

- حرص المشرع على جعل المنتجات المعروضة للاستهلاك مطابقة للمقاييس المحددة سواء وفقا للقانون أو التنظيم، ومن أجل ضمان ذلك أقر ممارسة الرقابة على المنتجات المحلية ونظرا لاختلافها، وبغية تكريس حماية أفضل للمستهلك أهتم المشرع بالمنتجات المستوردة وفرض عليها رقابة تختلف عن تلك الممارسة على المنتجات المحلية.
- أولاً: مراقبة المنتجات المحلية:** تخضع المنتجات المحلية لإجراءين من إجراءات الرقابة هما:
- (01)- المعاينة المباشرة: يقصد بها المعاينة البسيطة للمنتج بالعين المجردة أو بأجهزة القياس وأجهزة المكاييل والموازين، وفحص الوثائق الخاصة به وسماع المتدخل المعني وتتم المعاينة المباشرة على جميع المنتجات الغذائية سواء كانت محلية أو مستوردة، وتعتبر مرحلة المعاينة البسيطة بمثابة جمع معلومات حول المنتج وتشخيص للخطر، ومتى ثبتت المخالفة يتم تحرير محضر بذلك، ويرفق بكل الوثائق الثبوتية من أجل اتخاذ التدابير الإدارية بشأنها.⁽³⁾
- وقد نصت المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم على ممارسة الأعوان المكلفين قانونا بإجراء الرقابة عن طريق المعاينات المباشرة

(1)-أنظر: جمال حملاحي، المرجع السابق، ص 10-11.

(2)-أنظر: عادل عميرات، المرجع السابق، ص 201.

(3)-أنظر: مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص 41.

والفحوص البصرية، أي ملاحظة مدى احتواء الوسم على البيانات المحددة قانوناً مع مراقبة تغليف المنتجات حسب المقاييس المحددة قانوناً، ويتم ذلك بالاستعانة بأجهزة المكييل والموازن والمقاييس، وبالتدقيق في الوثائق.⁽¹⁾

(02)- المعايينة غير المباشرة: تتميز بعض المخالفات بعدم إمكانية إثباتها إلا بعد فحصها وإجراء تحليل عليها من طرف جهات مختصة بعد أخذ عينات من أجل فحصها، فتتم هذه المعايينة باقتطاع عينة عن طريق أخذ جزء من المنتج المعروض في السوق قصد تحليله، وهو ما نصت عليه المادة 30 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم كما حدد المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم الكيفية التي تتم بها عملية اقتطاع عينات المنتجات من أجل إثبات مخالفة المتدخل.⁽²⁾

وفي حالة انعدام النصوص يتم اقتطاع حسب العرف المعمول به، حيث يوضع ختم على كل عينة بحيث يحتوي هذا الختم على وسمة تعريف، وبعد عملية اقتطاع العينات يتم تحليلها في مخابر مؤهلة والتي عرفتها المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي رقم 14-153 المحدد لشروط فتح مخابر التجارب وتحليل الجودة واستغلالها.⁽³⁾

وعليه فإن هذه المخابر لها دور وقائي متمثل في ترقية النوعية وجودة المنتجات بغية حماية الاقتصاد الوطني وحماية سلامة المستهلكين، وبالمقابل يعمل الأعوان المكلفون بتحليل العينات بالتأكد فور وصولها إلى المخبر من سلامة التشميع بحيث يستحيل إحداث تغييرات فيها ويتأكدون من سلامة الختم الموجود على العينة، ثم يقوموا بتحليل العينات تحليلاً ميكروبيولوجياً أو فيزيائياً أو كيميائياً مستعملين في ذلك مناهج التحليل والتجارب المطابقة للمقاييس الجزائية مع إمكانية إتباع المخابر للمناهج الموصى بها دولياً في حالة انعدامها على مستوى الوطن. وبعد ذلك يحرر أعوان الرقابة فور انتهاء أشغالهم ورقة تحليل تسجل فيه نتائج التحريات التي قاموا بها فيما يخص مطابقة المنتج، وتبعث في أجل 30 يوماً ابتداء من تاريخ تسليم المخبر إياها إلا في حالة قوة القاهرة فإذا تبين من عينة المنتج أنه غير مطابق للمواصفات التي يجب أن تتوفر فيه فيتم تطبيق التدابير اللازمة على هذا المتدخل.⁽⁴⁾

ومن الجدير بالملاحظة أن عملية اقتطاع العينات تخضع لإجراءات صارمة بغية ضمان نجاحها بإبعادها عن كل الضغوط التي قد تمارس على الأعوان المكلفين بالاقتطاع وتفاذي أي خطر قد ينطوي على التلاعب بالنتائج أو تعديلها.⁽⁵⁾ كما أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش جاء بضمانات في مجال الخبرة التي تقوم بها المخابر، إذ بين كيفية إجراءاتها واتباعها بجزاءات في حالة احتمال الغش أو تزوير نتائج التحاليل، الاختبارات أو تجارب المخابر المؤهلة بإحالة الأمر إلى القاضي المختص بذلك للبت في الأمر.⁽⁶⁾

ثانياً: مراقبة المنتجات المستوردة: إن المشرع عند إلزامه القيام بإجراء رقابة للمنتجات المستوردة قد حدد طرق متعددة ومختلفة لتعزيز وتحقيق رقابة مثالية لهذه الأخيرة، وهو ما يظهر

(1)- المواد 4-6-33 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)- المواد 11-12-13-16-17 المرسوم نفسه.

(3)- المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي رقم 14-153 المؤرخ في 30 أبريل 2014 المحدد لشروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 14 مايو 2014.

(4)- لتفصيل أكثر راجع المواد 19-20-21-22 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر، والمادتين 37-38 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)- أنظر: نوال شعباني، المرجع السابق، ص 120.

(6)- المواد 43 إلى 52 من الفصل الخامس المعنون بـ "الخبرة" من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

من خلال المادة 30 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والمادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها والتي نصت على ضرورة إنشاء المفتشية الإقليمية للتجارة وأخرى لمراقبة الجودة وقمع الغش على المستوى الحدود البرية والبحرية، الجوية والمناطق المخازن، حيث تسهر هذه المفتشيات على تطبيق سياسة الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.⁽¹⁾ كما حدد القرار الوزاري عدد المفتشيات الحدودية المختصة في مراقبة الجودة وقمع الغش محددة بـ 231 مفتشية.⁽²⁾

ومن أهم أساليب وطرق ممارسة الرقابة على المنتجات المستوردة نجد:

(01)- فحص الوثائق المكونة للملف محل المراقبة: وتشمل الوثائق المكونة للملف فيما يلي: التصريح باستيراد المنتج يحرره المستورد حسب الأصول- نسخة طبق الأصل مصادق عليها من مستخرج السجل التجاري- نسخة طبق الأصل مصادق عليها للفاتورة- النسخة الأصلية لكل وثيقة أخرى تطالب بها المفتشية الحدودية تتعلق بمطابقة المنتجات المستوردة.⁽³⁾ وتقوم بعدئذ المفتشية الحدودية بفحص كل الوثائق المقدمة بنوع من الدقة للتأكد من صحة البيانات الواردة ومدى صحة التصريح الذي قدمه المستورد، وكذا البيانات المتعلقة بالبلد الأصلي للمنتج، أي بلد المنشأ وكل بيانات الوسم ومدى مطابقتها مع المنتج المستورد.

(02)- الفحص بالعين المجردة: قد لا يكفي فحص الوثائق للتأكد من المطابقة، بل يمكن لهذه الهيئة القيام بإجراء آخر هو الفحص المجرد أو العام، والذي نقصد به الرقابة المادية في عين المكان المنتج 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 معاينتها بسهولة.⁽⁴⁾ وبهذا فإن المفتشية الحدودية تقوم بمراقبة المنتجات المستوردة عن طريق معاينتها، والهدف من ذلك التأكد من مطابقة المنتج استنادا إلى شروط استعماله أو تخزينه ومدى مطابقته للبيانات المتعلقة بالوسم، كذا التأكد من عدم وجود أي تلف أو تلوث محتمل للمنتج.⁽⁵⁾

(03)- المراقبة عن طريق الاقتطاع العينات: بعد فحص الوثائق المسلمة من قبل المستورد والقيام بالرقابة بالعين المجردة للمنتج المستورد، واقتضت الضرورة إجراء تحريات معمقة لاستكمال مراحل الرقابة يقرر الأعوان المكلفين بالرقابة اقتطاع عينات من المنتج، وذلك بمقتضى ما يملكه هؤلاء الأعوان من سلطات بحث ومعاينة الجرائم، سواء ضد تنظيم المطابقة أو ضد صحة وسلامة الأشخاص، مع العلم أن الفحص المعمق المنجز عن طريق اقتطاع عينات من المنتج لا يعتبر إجراء إلزامي في جميع حالات مراقبة مطابقة المنتج.⁽⁶⁾

ويقرر اقتطاع العينات على أساس نتائج فحص الوثائق أو الرقابة بالعين المجردة المنجزة؛ المنشأ، الطبيعة والنوع، الغرض ومستوى الخطر الذي يشكله المنتج؛ السوابق المتعلقة

(1)- المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 جانفي 2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة في 23 جانفي 2011.

(2)- المادة 02 من القرار الوزاري مشترك المؤرخ في 13 مايو 2015 معدل للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21 غشت 2011 المتضمن إنشاء المفتشيات الإقليمية للتجارة، الجريدة الرسمية، العدد 38، الصادرة في 12 يوليو 2015.

(3)- المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 11 ديسمبر 2005 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفية ذلك، الجريدة الرسمية، العدد 80، الصادرة في 11 ديسمبر 2005.

(4)- أنظر: حورية زهية سي يوسف، رقابة المنتجات المستوردة آلية لحماية المستهلك، المرجع السابق، ص 17.

(5)- المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفية ذلك السالف الذكر.

(6)- أنظر: أسماء معكوف، الرقابة على المنتجات المستوردة في ظل قانون حماية المستهلك في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع قانون التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، 2012، ص 75.

بالمنتوج وبالمستورد؛ موثوقة عمليات التفتيش المنجزة على مستوى البلد المصدّر وأماكن المناولة؛ الأولويات التي تحددها الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش.⁽¹⁾

04) نتائج عمليات رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة: تختلف نتائج عملية الرقابة أثناء رقابة فحص الوثائق والرقابة بالعين المجردة عن عملية الرقابة بواسطة اقتطاع عينات.

أ- نتائج عملية رقابة فحص الوثائق بالعين المجردة: بعد فحص كل الوثائق أو بعد المراقبة بالعين المجردة للمنتوج، وعندما لا توجد ضرورة لاقتطاع العينات تسلم المفتشية الحدودية المختصة رخصة دخول المنتوج للمستورد أو ممثلة المؤهل قانونا، وفي الحالة المخالفة يسلم للمستورد مقرر الرفض دخول المنتوج الذي يجب أن يبيّن بوضوح سبب الرفض طبقا لنص المادة 09 من ذات المرسوم.⁽²⁾ ويكون للمستورد حق الطعن عن سبب رفض دخول المنتوج لدى المديرية الولائية للتجارة المختصة إقليميا وذلك في أجل 08 أيام ابتداء من تاريخ الإخطار برفض دخول المنتوج وتقوم هذه المفتشية إما بتأييد الرفض، أو بإلغاء مقرر الرفض وفي هذه الحالة تقوم المديرية بتبليغ المفتشية الحدودية المعنية بإلغاء مقرر رفض دخول المنتوج للمستورد.⁽³⁾

ب- نتائج عملية الرقابة بواسطة اقتطاع عينات: تبلغ نتائج التحاليل الاختبارات والتجارب إلى المستورد تسلم له سواء رخصة دخول المنتوج أو مقرر رفض الدخول حسب الحالة، ويجب أن يتم تبليغ نتائج الرقابة من قبل المفتشية الحدودية المعنية في غضون 48 ساعة ابتداء من تاريخ إيداع الملف، ويمكن تمديد هذا الأجل بالمدة التي تلزم لإجراء التحاليل والاختبارات أو التجارب على أن لا يتعدى ذلك المدة القصوى لبقائها في المخزن أو مكان الإيداع المؤقت.⁽⁴⁾

وفي حالة الرفض النهائي لدخول المنتوج يمكن للمستورد تقديم طعن لدى المديرية الجهوية للتجارة المختصة إقليميا وذلك من أجل ضبط مطابقة المنتوج أو تغيير وجهته، أو إعادة توجيهه أو إعادة تصديره أو إتلافه، وإن لم يفض الطعن إلى نتيجة أو لم يحصل المستورد على أي رد في الأجل المنتظره يمكن له إخطار مصالح الإدارة المركزية المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش من أجل اتخاذ مقرر نهائي، وعندما يكون عدم المطابقة راجع لعدم احترام إجراءات الوسم يمكن أن يخضع المنتوج المعني إلى إعادة توضيب.⁽⁵⁾

المطلب الثاني: تنوع التدابير التحفظية المتخذة ضد المتدخل كآلية وقائية لتأطير حماية المستهلك

لقد حدد كل من قانون رقم 03-09 المتعمق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم وكذا المرسوم التنفيذي رقم 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم التدابير التحفظية التي تتخذها الأجهزة المكلفة برقابة المنتوجات بغية ضمان صحة وسلامة المستهلك فأقر هذا القانون تدابير ذات طابع وقائي، ومن أجل تفعيل هذه الرقابة يتم إتباعها باتخاذ تدابير تحفظية ذات طابع قمعي تقوم هذه الهيئات بتوقيع عقوبات على منتوج يحتوي على خطر يهدد أمن وسلامة المستهلك، والشيء المستحدث بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش فرض غرامة الصلح على عاتق المتدخل كاحتياط لتفادي اللجوء إلى القضاء.⁽⁶⁾

(1)-المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 467-05 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفية ذلك السالف الذكر.

(2)-أنظر: ربيعة حجارة، مدى الحماية القانونية للمستهلك من المنتوجات المستوردة، مداخلة ملقاة في ملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 14.

(3)-المادتين 10-11 من المرسوم التنفيذي رقم 467-05 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفية ذلك السالف الذكر.

(4)-المادتين 13-14 المرسوم نفسه.

(5)-أنظر: ربيعة حجارة، المرجع السابق، ص 15.

(6)-أنظر: منال بوروب، المرجع السابق، ص 4-5.

ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة مفهوم التدابير التحفظية ومبدأ الحيطة {الفرع الأول} والتي تحمل في طياتها الجزاء وقائي بالنسبة للمستهلك، وردعي بالنسبة للمتدخل الذي يقع عليه التزام بالحيطة والحذر عند عرض المنتجات للبيع، لنعرج بالبحث عن أنواع التدابير التحفظية {الفرع الثاني} نظرا للاختلاف هذه التدابير حسب درجة خطورة المخالفة وحسب نوع المنتجات، وفي الختام سيتم التطرق إلى أهداف التدابير التحفظية في عملية الرقابة {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: مفهوم التدابير التحفظية ومبدأ الحيطة

يقصد بالتدابير التحفظية الإجراءات التي يتم اتخاذها عند الشك في مدى صلاحية وسلامة المنتجات المعروضة للاستهلاك، أو التي لم يتم عرضها بعد وذلك بهدف إعادة المطابقة أو إعادة التوجيه، أو تغيير الاتجاه في إطار مبدأ الاحتياط من وقوع أي شيء يمكن أن يؤدي إلى المساس بصحة المستهلك وسلامته ومصالحه المادية والمعنوية.⁽¹⁾ وقد أقر المشرع الجزائري من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش تدابير تحفظية تطبيقا لمبدأ الحيطة من خلال السماح لأعوان قمع الغش بأن يتخذوا كافة التدابير من أجل ضمان حماية المستهلك وصحته وسلامته ومصالحه، وذلك في حالة ورود شك بعدم مطابقة المنتج للمواصفات والمقاييس أو بسبب عدم استجابته للطلبات المشروعة للمستهلك.⁽²⁾ وترد التدابير الوقائية أو التحفظية على السلع التي تكون حيازتها أو تداولها بيعها أو عرضها للبيع مخالفة لأحكام القانون، فقد تكون السلعة موضوع التحفظ من المنتجات المغشوشة سواء كان ذلك الغش في ذاتيتها أو طبيعتها، جنسيتها أو نوعها عناصرها أو صفاتها الجوهرية مصدرها أو قدرها أو غير ذلك من الأمور التي حددها القانون أو السلع الفاسدة أو المنتهية الصلاحية، كما قد تكون السلع موضوع التحفظ غير مطابقة للمواصفات المقررة، لذا يتعين على أعوان الرقابة وقمع الغش وفي سبيل الحفاظ على صحة المستهلك وأمنه وسلامته وحماية مصالحه عليهم أن يتخذوا إلى جانب الإجراءات السابق إيضاحها كافة التدابير التحفظية.

وفي مقابل ذلك أدى التقدم العلمي والتقني الذي شهده عالم الإنتاج خاصة في الآونة الأخيرة إلى ضرورة انتهاج سياسية وقائية، وأخرى تحوطية من الناحية القانونية، وقائية يهدف من خلالها تقيادي وقوع مخاطر معروفة ومتيقن منها بفرض التزامات على عاتق المنتج وتحمله المسؤولية في حالة عدم احترامها، وتحوطية يسعى من خلالها اتقاء مخاطر غير مؤكدة قد ترتب آثار في المستقبل وهو ما يتضمنه مبدأ الحيطة.⁽³⁾ وقد ظهر هذا المبدأ في أول الأمر في قانون حماية البيئة لينتقل هذا المبدأ لينمو في ميدان المجاور وهو صحة وسلامة المستهلك باعتباره مكمل ومساعد لمبدأ الالتزام بالسلامة، وقد تمت إشارة إلى فكرة الخطر المحتمل بمفهومه وخصائصه سواء تعلقت بالنصوص العامة التي تخص الوقاية من أخطار المنتجات مهما كان نوعها أو تعلقت بالنصوص الخاصة بالوقاية من أخطار منتجات أو خدمات معينة.⁽⁴⁾

(1) -نص المشرع الجزائري على التدابير التحفظية في الفصل الأول من الباب الرابع تحت عنوان "التدابير التحفظية ومبدأ الاحتياط" من خلال نصوص المواد 53 إلى 67 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.
(2) -أنظر: أمنة سيد أعر، يوسف مسعودي، مبدأ الحيطة كآلية لتحقيق الأمن الغذائي في ظل التطورات التكنولوجية الحيوية، مجلة القانون والعلوم السياسية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي النعامة، المجلد 03، العدد 02 جوان 2017، ص 126.

(3) -أنظر: سناء خميس، مبدأ الحيطة ودوره في حماية المستهلك، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مخبر السياسات العامة وتحسين الخدمة العمومية بالجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، المجلد 02 العدد 01، ماي 2018، ص 84.

(4) -أنظر: نعيمة عمار، مبدأ الحيطة ومسؤولية المهنيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2013-2014، ص 99-100.

يعرف مبدأ الاحتياط على أنه: «ذلك المبدأ الذي يلزم بعدم التذرع بغياب اليقين العلمي إذا تعلق الأمر بالآثار الضارة للأنشطة للامتناع عن اتخاذ التدابير الاحتياطية اللازمة أو التباطؤ في اتخاذها لتفادي وقوع مثل هذه الأضرار».⁽¹⁾ بينما عرفه كل من الفقيهين كوري ليسك فيليب و فينيلي جينيفير VINEY Genévière et KOURILYSK Philippe على أنه: «اتخاذ قرار من قبل أشخاص أو خاصة يتضمن إجراءات خاصة بنشاط أو منتج يعتقد بشأنه أنه من المحتمل أن يشكل خطر، ويسبب ضرر للصحة العامة، سلامة الأجيال الحالية أو القادمة، المستهلك وحتى البيئة».⁽²⁾

وفي هذا المقام ارتبط مبدأ الحيلة بمنتجات جد معقدة في إنتاجها وتركيباتها، وبمجالات حساسة بالنسبة للصحة والأمن، الأدوية والصحة النباتية والبيطرية كل نصوصها تضمنت الإشارة الصريحة لفكرة الخطر المحتمل، وبالتالي فإن تطبيق التدابير الاحتياطية تبين رغبة المشرع في تبني الفكرة الجوهرية لهذا المبدأ بدليل تم تكريس هذا المبدأ من خلال قانون الاستهلاك في الفصل الأول من الباب الرابع تحت عنوان "التدابير التحفظية ومبدأ الاحتياط" من خلال الفصل خصص مواد تنص صراحة على مختلف التدابير التحفظية والأشخاص أو الجهات المعنية بتنظيمها، بالإضافة إلى المرسوم التنفيذي رقم 12-303 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات الذي جاء بمواد تخص إجراءات تحوطية لحماية المستهلك.

وبالمقابل أيضا تم نص على هذا المبدأ أيضا في قانون الاستهلاك الفرنسي في سنة 2004 حيث ألزم الجهات المعنية بما في ذلك المتدخل باتخاذ جملة من التدابير والإجراءات على سبيل الحيلة لضمان سلامة وأمن المستهلك.⁽³⁾ ويشترط لتطبيق مبدأ الحيلة توفر جملة من الشروط وتمثلة في:

- (1) -انعدام اليقين العلمي حول خطورة منتج ما.
 - (2) -احتمال حدوث ضرر ذو قدر من الجسامة قد يمس المستهلك.
- وبتوافر هذين الشرطين تقوم الجهات المعنية محددة بموجب نصوص قانونية باتخاذ التدابير ذات الطابع المؤقت والتحوطية يقتضيه مبدأ الحيلة والمنصوص عليه في قانون حماية المستهلك.⁽⁴⁾
- أما فيما يخص الجهات المعنية بتطبيق مبدأ الحيلة فاستقرأ نص المادة 25 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم فقد أحالنا المشرع إلى نصوص قانون الإجراءات الجزائية فيما يتعلق بتحديد الأعوان المكلفين بمراقبة المخالفات متعلقة بحماية المستهلك.⁽⁵⁾ كما عزز المشرع حماية المستهلك بموجب نصوص خاصة أدرج ضمنها فئات أخرى مهمتها كفالة حماية المستهلك وحفظ أمنه وسلامته بإجراءات الحيلة وفقا للقوانين والتعليمات الصادرة في القطاعات التي يتمنون إليها نذكر منهم: أعوان الجمارك، الأعوان البيطريون، أعوان التفتيش على مستوى الموانئ، الأعوان التابعين لوزارة التجارة.

(1)-أنظر: أحمد الليل، مبدأ الاحتياط وأثره في حماية المستهلك، مداخلة ملقاء في الملتقى الوطني الثاني حول حماية المستهلك الواقع والنصوص، المنظم من طرف جامعة أحمد دراية أدرار، المنعقد يومي 03-04 جوان 2014، ص 02.

(2)-لمزيد من معلومات راجع:

-Olivier SAUMON, la responsabilité des autorités publiques et le principe de précaution UIA Sofia, France, 2014, p04.

(3)-L221-1-2 Ordonnance n°2004-670 du 09 juillet 2004 portant la transposition de la directive 2001/95/CE sur la sécurité générale des produits et adaptation de la législation au droit communautaire en matière de sécurité et de conformité des produits JORF n°159 du 10 juillet 2004.

(4)-لتفصيل أكثر حول الشروط تطبيق مبدأ الاحتياط راجع: أحمد الليل، المرجع السابق، ص 2-3.

(5)-المادة 04 من القانون رقم 15-02 المعدلة والمتممة لأحكام المادة 15 من الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية السالف الذكر.

الفرع الثاني: أنواع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك

تقوم الجهات المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش باتخاذ تدابير إدارية مؤقتة إذا ما أثبتت المنتجات الغذائية المعروضة للاستهلاك شكوكا حول خطورتها أو عدم مطابقتها، تتنوع هذه التدابير كما سبق وأشرنا حسب درجة خطورة المخالفة، وحسب نوع المنتجات، ومن هذه التدابير نذكر:

(01)-رفض دخول المنتجات والدخول المشروط: استنادا للمادة 53 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش نجدها منحت للأعوان المكلفين برقابة الجودة وقمع الغش الحق في رفض دخول مؤقت أو النهائي للمنتجات المستوردة عبر الحدود، ويتم تقرير هذا الأمر من طرف المفتشية الحدودية لرقابة الجودة وقمع الغش، فيتم اللجوء إلى مثل هذا التدبير استنادا للمادة 54 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش في حالة الشك في عدم مطابقة المنتج، وذلك عند إجراء تحريات مدققة أو عند ضبط مطابقة، وهنا نكون أمام حالة التصريح بالرفض المؤقت لدخول المنتج، أما بالنسبة للتصريح بالرفض الدخول النهائي للمنتج المستورد عند الحدود، فيتقرر عند إثبات عدم مطابقة المنتج المستورد بالمعاينة المباشرة، أو بعد إجراء التحريات المدققة.⁽¹⁾

(02)-إيداع المنتجات: يمثل الإيداع في وقف منتج معروض للاستهلاك ثبت بعد معاینته أنه غير مطابق، وهذا بقرار من الهيئة المختصة بهدف ضبط مطابقة المنتج من طرف المتدخل ومتى تمت مطابقة يعلن عن رفع الإيداع، وفي حالة ثبوت عدم إمكانية ضبط المنتج رغم اتخاذ التدابير لازمة أو رفض المتدخل المعني إجراء عملية المطابقة يتم حجز المنتج.⁽²⁾

(03)-جعل المنتج مطابقا: استعمل المشرع مصطلحين "إعادة المطابقة" في المادة 66 من قانون رقم 03-09، ومصطلح "ضبط مطابقة المنتج" في المادة 57 من نفس القانون لنفس العملية وهي العمل على جعل المنتج مطابق وفقا للصيغة باللغة الفرنسية "la mise en conformité" ويقصد بتحقيق المطابقة إنذار حائز المنتج أو مقدم الخدمة أن يزيل سبب عدم مطابقة أو إزالة ما يتعلق بعدم احترام القواعد والأعراف المعمول بها في عملية العرض للاستهلاك، وهو ما أكدت عليه المادة 56 من ذات القانون، ويتحقق ذلك من خلال إدخال تعديل أو تعديلات على المنتج أو الخدمة أو تغيير فئة تصنيفهما.⁽³⁾

والجدير بالذكر أن نص المادة 56 السالفة الذكر تتعلق بالمطابقة فقط، لكن يمكن القول أن تحقيق المطابقة يتضمن أيضا تحقيق الأمن (Mise en sécurité) أي إنذار حائز المنتج أو الخدمة أن يزيل عيب الأمن المرتبط بذلك المنتج أو الخدمة. وبالرغم أن المشرع أعطى للأعوان قمع الغش حجز المنتجات لإعادة مطابقتها، إلا أنه من الصعب جدا إعادة مطابقة المواد الغذائية لأن هذه العملية تتطلب إعادة توظيف المنتج ما يجعل من تلوثها أمرا ممكنا.

(04)-السحب المنتج من التداول: ويقصد بالسحب منع حائز المنتج من التصرف فيه، أي نزع من مسار وضع المنتج حيز للاستهلاك، ويكون الغرض من السحب لتحقيق المطابقة.⁽⁴⁾

ولا بد أن نميز في هذا الإجراء بين سحب المنتج سحبا مؤقتا أو نهائيا، فبالنسبة للسحب المنتج مؤقتا فقد نصت عليه المادة 59 من القانون رقم 03-09 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، فمتى تم الاشتباه في عدم مطابقته في انتظار نتائج التحريات المعمقة لاسيما نتائج التحاليل أو الاختبارات أو التجارب على أن يقوم الأعوان عند السحب المؤقت بتحرير محضر عند إجرائهم لهذه الفحوص التكميلية، وإذا لم تجرى هذه التحريات في أجل 07 أيام أو إذا لم يثبت عدم

(1)-أنظر: منال بوروب، المرجع السابق، ص 05.

(2)-راجع في ذلك مضمون المادتين 55-57 من قانون رقم 03-09 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

(3)-أنظر: أحمد بن عزوز، المرجع السابق، ص 147.

(4)-ميز قانون حماية المستهلك وقمع الغش بين الإيداع والسحب، ويكمن الفرق كون الأول يتم حين الكشف عن المخالفة بالمعاينة المباشرة، أما الثاني فيتم بعد التحريات المعمقة حول مطابقة المنتج.

مطابقة المنتج يرفع فوراً تدبير السحب المؤقت، ويمكن تمديد هذا الأجل عندما تتطلب الشروط التقنية للرقابة والتحليل ذلك، وإذا ثبت عدم مطابقة المنتج فيعلن عن حجزه ويتم إعلام وكيل الجمهورية فوراً بذلك، وتسدد المصاريف الناتجة عن عمليات التحليل من طرف المتدخل إذا ثبت عدم مطابقة المنتج، وإذا ما تثبت العكس فتعوض قيمة العينة للمتدخل المعني على أساس القيمة المسجلة في محضر الاقتراع.⁽¹⁾ أما بالنسبة لسحب المنتج نهائياً فقد نصت عليه المادة 62 من ذات القانون، ويكون في حالة التأكد من عدم مطابقة المنتج، وكذلك في حالة ثبوت خطورة منتج معين معروض للاستهلاك.

05-حجز المنتجات: هو إجراء تتخذه الإدارة المكلفة بحماية المستهلك في حالة رفض المتدخل إجراء عملية ضبط المطابقة أو حالة عدم إمكانية ضبط مطابقة المنتج، وذلك استناداً لنص للمادة 57 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

ويعرف الحجز على أنه سحب المنتج المعترف بعدم مطابقته من حائزه، حيث يقوم به الأعوان بعد الحصول على إذن قضائي، غير أنه يجوز لهم تنفيذ الحجز دون إذن قضائي في حالات ذكرتها المادة 27 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم.⁽²⁾ كما هو الشأن في السحب فإن الحجز يؤدي إلى قيام الأعوان المختصون بتحرير محاضر وتشميع المنتجات المشتبه فيها، وتوضع تحت حراسة المتدخل المعني. والحجز في القانون الفرنسي لا يكون إلا في حالة التلبس بالتزوير أو حالة الاعتراف بتزوير المنتج وغشه أو خطورته بعد التحقيقات في المكان ومعاينة العينات في المخبر، أو في حالة عدم صلاحية المنتج للاستهلاك، وكذا عرض أو بيع أو حيازة منتجات أشياء وأجهزة بإمكانها أن تشكل تزويراً أو حالة عدم مطابقة المنتجات والأشياء والأجهزة للقوانين والتنظيمات السارية المفعول التي تشكل خطراً من نوع خاص على صحة وأمن المستهلكين.

ويجدر التنويه أيضاً إلى أن حجز المنتجات يعتبر أيضاً من الصلاحيات التي خولها القانون لمديريات التجارة بهدف حماية المستهلك من المخالفات التي تدرج ضمن إطار الممارسات التجارية وهو ما نصت عليه المادة 39 من قانون الممارسات التجارية، ويتخذ الحجز صورتين:

أ- الحجز العيني: يعرف على أنه كل حجز مادي للسلع، ويقوم به أعوان الرقابة على جميع الممتلكات التي تكون محل المخالفات، وذلك بتحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس بيع المطبق على صاحب مخالفة أو بالرجوع إلى السعر الحقيقي في السوق، ويكلف صاحب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة بعد أن تشمع بالشمع الأحمر.⁽³⁾

ب- الحجز الاعتباري: هو كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما ككبر حجمها أو لطبيعتها التي قد تشكل خطر عند عملية نقلها أو لأي سبب آخر، فتقوم الإدارة بجرد وصفي وكمي لهوية السلع وقيمتها الحقيقية، ويعتمد في ذلك على قاعدة سعر البيع الذي يطبقه المخالف حسب الفاتورة الأخيرة أو السعر الحقيقي في السوق.⁽⁴⁾

وفي حالتها الحجز عيني أو اعتبارياً إذا صدر حكم القاضي بالمصادرة تصبح المواد المحجوزة مكتسبة لصالح الخزينة العمومية، أما في حالة صدور قرار رفع الحجز تعاد المواد المحجوزة

(1)-المادتين 59-60 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)-أنظر: علي فتاك، المرجع السابق، ص 271.

(3)-المادتين 1/40-41 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: عمار زعبي، دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادى، المنعقد يومي 13-14 أفريل 2008، ص 387.

إلى صاحبها وتحمل الدولة تكاليف التخزين، ويظل لصاحب المنتجات المحجوزة الحق في مطالبة الدولة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء الحجز.⁽¹⁾

(06)- إعادة توجيه المنتج: ويعني ذلك إرسال المنتجات المسحوبة من صاحبها إلى هيئة تستعملها في غرض شرعي إما مباشرة، وإما بعد تحويلها أو ردها إلى الهيئة المسؤولة عن توضيبها أو استردادها، ويتحمل نفقات ذلك صاحب المنتج.⁽²⁾

(07)- إتلاف المنتج: يتم إتلاف المنتج إذا كان غير صالح للاستهلاك مع عدم المطابقة وفي هذه الحالة إذا ثبت عدم مطابقته يعلم وكيل الجمهورية فوراً بذلك، وطبقاً لنص المادة 63 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم يتحقق الإتلاف في حالة التي يكون فيها المنتج مقلداً أو غير صالح، وفي حالة تقرير الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش إتلاف المنتجات يتم ذلك من طرف المتدخل وبحضور الأعوان المكلفين بالقيام بالرقابة.⁽³⁾ وكل منتج مسحوب من العرض للاستهلاك يفرض التزام على المصالح المكلفة بحماية المستهلك يتمثل في إخطار وإعلام جمهور المستهلكين بالمخاطر التي يشكلها هذا المنتج المسحوب من العرض، والتحسيس بضرورة تجنب استهلاكهم.⁽⁴⁾

(08)- توقيف المؤقت لنشاط المؤسسة: إذا عاينت إدارة قمع الغش مخالفات قامت بها المؤسسات تجارية تطرح منتجات غذائية ثبت أنها غير مطابقة، أو تشكل أخطار على صحة المستهلك فإنه يمكن للإدارة أن تقرر توقيف مؤقت لنشاط هذه المؤسسة إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير والذي له غرضين غرض وقائي لحماية، وغرض زجري يمس سمعة المؤسسة ومستقبلها التجاري.⁽⁵⁾

وفضلاً على ذلك يمكن أن تقدم المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات التي ثبت عدم مراعاتها للقواعد المحددة في قانون الاستهلاك إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ ذات التدبير دون الإخلال بالعقوبات الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون⁽⁶⁾ وهو ما أكدت عليه المادة 04 من القانون رقم 09-18 المعدل والمتمم لأحكام المادة 65 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.⁽⁷⁾

والتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة يشبه عقوبة غلق المؤسسة من حيث توقيف النشاط والإضرار بالمتدخل ماديًا، غير أنهما يختلفان في كون الأول يوقعه أعوان وزارة التجارة ويكون جوازيًا، ويعتبر إجراءً وتدبيراً وقائياً مؤقتاً إذ يرفع بعد قيام المؤسسة بإزالة أسباب هذا التوقيف بينما الثاني يوقع في حالة مساس المتدخل بالتنظيم الحسن للنشاطات التجارية وهو عقوبة تكميلية تصدر من جهة قضائية بعد الحكم على الجاني بعقوبة أصلية، وتكون هذه العقوبة اختيارية واستثناءً إلزامية، وقد يكون الإغلاق بصفة نهائية أو لمدة لا تزيد عن 10 سنوات في حالة ارتكاب جناية

(1)- المادتين 44-45 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)- المادة 58 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر، والمادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)- المادة 64 القانون نفسه، والمادة 28 المرسوم نفسه.

(4)- أنظر: جمال ررواب، التدابير التحفظية المتخذة ضد المتدخل لتأطير حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونسى علي، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012، ص 191.

(5)- أنظر: مصطفى بوديسة، المرجع السابق، ص 44.

(6)- أنظر: علي حسان، المرجع السابق، ص 444.

(7)- أضاف المشرع الجزائي من خلال القانون رقم 09-18 بعض التعديلات على المادة 65 من القانون رقم 03-09 فبالإضافة إلى أنه أدرج تدبير جديد والمتمثل في الغلق الإداري للمحلات التجارية إلى جانب تدبير المتعلق بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة، فإنه حدد سريان هذين التدبيرين بآجال محددة وهي مدة 15 يوماً قابلة للتجديد عند الاقتضاء وهو ما لم تتضمنه المادة قبل صدور القانون رقم 09-18 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ولمدة 5 سنوات في حالة الإدانة بارتكاب جنحة.(1)

ونشير هنا إلى أن قرار الغلق المؤقت لمحل أو مؤسسة المتدخل يتخذ من طرف الوالي المختص إقليمياً بناءً على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة في مدة أقصاها 60 يوماً، ويكون قرار الغلق قابل للطعن فيه أمام الجهات القضائية بواسطة دعوى الإلغاء، وإذا قضت الجهة القضائية بإلغاء قرار الغلق فإنه يحق للمتدخل المتضرر رفع دعوى التعويض عن الضرر الناتج عن الغلق، وفي حالة العود تتضاعف العقوبة، ويمكن للقاضي منع المتدخل من ممارسة بصفة مؤقتة وهذه مدة لا تزيد عن 10 سنوات، ويمكن أن تتضاعف هذه العقوبات زيادة على عقوبة الحبس من 3 سنوات إلى 5 سنوات.(2)

وتجدر الإشارة إلى أن الغلق قلما ينص عليه القانون العام، ولكن يغلب استخدامه في قوانين حماية المستهلك خاصة الاقتصادية منها، وقد أثبت التطبيق العملي أن الإغلاق عقوبة فعالة في إزالة الاضطراب الذي أحدثته المخالفة ومنع تكرارها في المستقبل، إضافة إلى أنها تحقق العدالة وتعيد التوازن بين المراكز الاقتصادية للمنشآت المتشابهة باعتباره تدبير احترازي موجه لوضع نهاية لنشاط المنشأة التي تمثل خطورة على المجتمع وللحيلولة دون وقوع مخالفات مستقبلاً.(3)

الفرع الثالث: أهداف التدابير التحفظية في عملية الرقابة

إن مجمل التدابير التحفظية السابقة الذكر هي تدابير وقائية بالدرجة الأولى أي قبل أي إجراء عقابي يمكن أن يتخذ في حق أي متدخل، كما أن القانون أضفى نوع من الحماية ليس فقط للمستهلك بل حتى للمتدخل الملم قانوناً باحترام وكفالة احترام المستهلك من خلال السهر على مطابقة المنتج وسلامته، وكذلك النظافة والأمن وغيرها من مجمل التدابير التي ينبغي أن يتخذها المتدخل.(4)

وبهذا فإن هذه التدابير تهدف أساساً إلى حماية المستهلك من خطر المنتجات، ومنع المخالفين من التماذي في المخالفة وتكرارها وهذا في إطار تحقيق الحماية والحيطة للاقتصاد الوطني ككل ولصحة المستهلك بالخصوص، وضمان استجابة المنتجات المعروضة للاستهلاك لرغبات المشروعة للمستهلكين، وكذا تعليمات التنظيمية الواجب احترامها من ضمان الأمن وصحة المستهلكين خاصة فيما يتعلق بالاستجابة لشروط النظافة التي يجب أن تتوفر عليها أماكن الإنتاج والصنع والبيع، وكذا مراقبة مسار السلعة أو الخدمة طوال فترة عملية إنتاجها إلى غاية توزيعها واستعمالها وتطبيق هذا التدبير، كما يلزم من أجل تدارك انتشار المنتجات المقلدة وغير مطابقة للمقاييس والمراقبة المستمرة للأسواق، والعمل على تفعيل دور شبكة الإنذار السريع متابعة للمنتجات التي تشكل خطر على صحة المستهلك، فهذه التدابير هي وقائية تعمل كآلية تنبيه المتدخلين وحثهم على ضرورة تنفيذ التزاماتهم، فهي تتميز بطابع الجزائي التي لا تتم إلا بعد التحقيق من وقوع الجريمة.(5)

وفي الواقع الأمر إن وجود هذه التدابير التحفظية لها تأثير وقائي حمائي ضد كل من شأنه أن يمس بصحة المستهلك وأمنه المادي، كما لها تأثيراً إيجابياً فيما يخص العمل على تشجيع جميع المنتجين المتدخلين في عملية الوضع للاستهلاك على توطير الصناعة

(1)-أنظر: محمد مالكي، المرجع السابق، ص215.

(2)-راجع في ذلك المادتين 10-11 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادتين 46-47 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر.

(3)-أنظر: أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الاحتكار، المرجع السابق، ص209-210.

(4)-أنظر: جمال رواب، المرجع السابق، ص191.

(5)-أنظر: الياس الشاهد، المرجع السابق، ص350.

وتشجيع الجانب الحسي والتوعوي لديهم بالضرورة إيلاء أهمية للمستهلك ومن ذلك مساهمة التطورات العلمية، وجعل المنتج الوطني المحلي ذا قدرة تنافسية.

المطلب الثالث: الهيئات المكلفة بالرقابة في مجال حماية المستهلك

لقد حرصت الجزائر في إطار اهتمامها بالمستهلك على إنشاء الإدارات والمؤسسات المعنية بحماية المستهلك، وسنت القوانين والتشريعات لمراقبة مطابقة جودة المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك وقمع الغش وحماية المستهلك لوجود تناقضات بين مصالح المهنيين وصحة وسلامة المستهلكين، وتعتبر الوقاية من الأهداف الأساسية التي تسعى الدولة إلى تكريسها قانونا وفعلا تمكن المشرع من وضع شبكة من الأجهزة تعمل على حماية المستهلك بصفة مسبقة لمنع المساس بالمستهلك أو مصالحه، ولقد أعطى لهذه الهيئات جملة من المهام وصلاحيات، وذلك باختلاف موقعها سواء على المستوى المحلي أو المركزي.⁽¹⁾

وعليه وفي سبيل ضمان ممارسة فعالة للرقابة عن طريق إحداث وسائل متنوعة ومناسبة من شأنها أن تزيد □ ترقية جودة الإنتاج وتضمن □ نفس الوقت سلامة المستهلك، كان المشرع حريص على إنشاء أجهزة تعمل على رقابة نشاط المتدخلين والحفاظ على سلامة المستهلك ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة دور الهيئات الاستشارية في ضمان رقابة أولية للمنتجات { الفرع الأول } لنخرج بالبحث عن دور الأجهزة الإدارية في صيانة مبدأ حرية المنافسة وحماية المستهلك { الفرع الثاني } وفي الختام سيتم معالجة دور إدارة الجمارك في حماية حقوق المستهلك { الفرع الثالث }.

الفرع الأول: دور الهيئات الاستشارية في ضمان رقابة أولية للمنتجات

تعمل العديد من أجهزة الدولة في مجال رقابة المتدخل، غير أن المشرع أحدث أجهزة مهمتها الأساسية هي الحفاظ على سلامة المستهلك، فنص على إنشاء أجهزة الاستشارية من أجل ضمان رقابة أولية تعمل على تقديم الاستشارة وإبداء الرأي، وتقييم مدى مطابقة المنتجات للمقاييس المعمول بها واقتراح توصيات للسلطات العامة فيما يخص الاستهلاك، وقد تكون أجهزة الدولة استشارية عندما يكون دورها الاستشارة في المسائل القانونية كإبداء الرأي، الإعلام والقيام بالبحوث التي ترتبط بالمستهلك والحماية الواجب توفيرها له، وقد تكون أيضا تقنية عندما يتعلق الأمر بمخاطر مراقبة الجودة وقمع الغش أو بمخاطر أخرى تساعد الأجهزة الإدارية المكلفة بالحماية في التوصل إلى إيجاد العيوب التقنية التي تشغل المنتجات والخدمات، لذا فمثل هذه الأجهزة التقنية لها دور هام في ممارسة أجهزة الدولة للرقابة وحماية المستهلك من مخاطر المنتجات.⁽²⁾ وتتمثل هذه الأجهزة الاستشارية في مجلس الوطني لحماية المستهلك (أولا) وشبكة مخاطر التجارب وتحليل النوعية (ثانيا) وكذلك المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرقابة (ثالثا).

أولا: المجلس الوطني لحماية المستهلك: يعتبر هذا الجهاز أهم هيكل يمثل المستهلكين أنشأ بموجب المادة 24 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم وأعيد النص عليه بموجب المادتين 1-2 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ويعد هذا المجلس هيئة حكومية استشارية يوضع لدى وزير المكلف

(1)-أنظر: مريم بوشربي، الهياكل القانونية القائمة على حماية المستهلك، مجلة الدراسات القانونية، مخبر السيادة والعولمة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، جوان 2016، ص 05.

(2)-أنظر: نوال حنين شعباني، المرجع السابق، ص 104.

بحماية المستهلك، حيث له دور استشاري فهو جهاز بيدي رأيه واقتراح تدابير من شأنها أن تساهم في تطوير وترقية سياسة حماية المستهلك.⁽¹⁾

أما فيما يخص تشكيلته فقد حددته المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 12-355 الذي يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، ويجتمع المجلس طبقا لنص المادة 17 من ذات المرسوم في دورات عادية مرتين في السنة بناء على استدعاء من رئيسه، ويمكن أن يجتمع في دورات استثنائية كلما دعت الحاجة إلى ذلك بناء على طلب من رئيسه، وإما بطلب من ثلثي (3/2) أعضاءه، ولكي يتمكن المجلس الوطني لحماية المستهلك من المساهمة في تحقيق قدر أكبر من الحماية للمستهلك أسندت له المواد 22-23 من المرسوم رقم 12-355 السالف الذكر جملة من الصلاحيات والمهام يمكن إجمالها في:

(1) -المساهمة في الوقاية من الأخطار التي تتسبب فيها المنتجات المعروضة في الأسواق وتحسينها بغرض حماية صحة المستهلكين، ومصالحهم المادية والمعنوية.

(2) -اقتراح التدابير وإبداء آرائه بشأن مشاريع القوانين والتنظيمات التي يمكن أن يكون لها تأثير على الاستهلاك، وكذا اقتراح التدابير التي من شأنها ترقية وتطوير سياسة حماية المستهلك وأيضا البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش، إضافة إلى إستراتيجية ترقية جودة المنتجات وحماية المستهلكين والتدابير الوقائية لضبط السوق، وآليات حماية القدرة الشرائية للمستهلكين.⁽²⁾

(3) -إبداء آراء واقتراحات حول البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش تعد المصالح الخارجية لوزارة التجارة ممثلة في المديرية الولائية تقارير سنوية ودورية حول مراقبة الجودة وقمع الغش التجاري، وقد أتاح المرسوم المنشئ للمجلس الوطني لحماية المستهلكين إبداء آرائه واقتراحاته حول هذه التقارير.⁽³⁾

(4) -المساهمة في إستراتيجية ترقية جودة المنتجات الوطنية وتأهيلها وحماية المستهلك من خلال مطابقتها مع المعايير المتعامل بها دوليا مع الرفع من مستوى تنافسية المؤسسات الوطنية وحماية الاقتصاد الوطني وحماية المستهلك والحفاظ على البيئة، ويمكن للمجلس الوطني لحماية المستهلكين الإسهام في وضع هذه الإستراتيجية بموجب ما يقدمه من آراء حولها، وما يقترحه أيضا من تدابير تكفل تطبيقها والتي تهدف بالأساس لحماية المستهلك خلال ضمان جودة المنتجات المحلية والمستوردة على حد سواء.

(5) -جمع المعلومات في مجال حماية المستهلكين واستغلالها وتوزيعها وذلك من خلال دعم برامج ومشاريع المساعدة والمقررة لصالح المستهلك، وكذلك إقامة علاقات مع الهيئات مماثلة له بما يعزز حماية المستهلك، والمشاركة في مختلف الملتقيات التي يتمكن من خلالها إيصال المعلومات والاستفادة من تجارب ودراسات واقتراحات المهتمين بهذا المجال والمقترحات لكل المهتمين بمجال الحماية، وتكوين الرأي العام في هذا الإطار وتوجيهه نحو السبل الأمثل لحمايته.⁽⁴⁾

وبناء على ما تقدم يمكن القول بأن صلاحيات المجلس الحالي ومجالات تدخله عرفت اتساعا بموجب المرسوم التنفيذي رقم 12-355 السالف الذكر مقارنة بالصلاحيات التي كانت ممنوحة

(1)-المادتين 01-02 المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 2 أكتوبر 2012 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، الجريدة الرسمية، العدد 56، الصادرة 11 أكتوبر 2012.

(2)-المديرية الجهوية للتجارة باتنة، الموقع الإلكتروني / <http://www.drcbatna.dz> تاريخ المعاينة 18-02-2019 على الساعة 16:18.

(3)-وزارة التجارة الجزائرية، الموقع الإلكتروني / <https://www.commerce.gov.dz/> تاريخ المعاينة 18-02-2019 على الساعة 16:30.

(4)-أنظر: آمال يعيش تمام، محمد غليسي طلحة، المجلس الوطني لحماية المستهلك (الإطار القانوني والمهام)، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 14، أفريل 2017 ص 429-430.

للمجلس في ظل المرسوم التنفيذي الملغى رقم 92-272 والتي لا تتجاوز 04 طبقا لنص المادة 03 منه⁽¹⁾ ولكن رغم الصلاحيات الممنوحة للمجلس إلا أنه لا يؤدي دوره بفعالية كونه جهاز استشاري فقط، مما يمنعه من تجسيد الآراء التي يبديها لتقرير حماية فعالة للمستهلك كما أنه لا يملك الإمكانيات الكافية لمتابعة مدى جدية تطبيق القواعد الحمائية للمستهلك⁽²⁾.

ثانيا: شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية: أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 والمتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وهذا الأخير بين كيفية تنظيم هذه المخابر وآليات تسييرها⁽³⁾.

ولكن بصدر المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة التجارة أدخلت هذه الشبكة ضمن مديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة وقمع الغش فأصبح يطلق عليها مديرية مخابر التجارب وتحليل الجودة وقمع الغش⁽⁴⁾ ومخابر تحليل الجودة هي مخابر معتمدة بصفة رسمية بناء على أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-328 الذي يحدد شروط وكيفيات اعتماد المخابر قصد حماية المستهلك وقمع الغش⁽⁵⁾ والمرسوم التنفيذي رقم 14-153 الذي يحدد شروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها.

ويعد مخبر التحليل النوعية كل هيئة تقوم باختبار وفحص وتجربة ومعايرة المادة والمنتج وتركيبها أو تحدد بصفة أعم مواصفاتها أو خصائصها⁽⁶⁾ وبهذا فإن منح الاعتماد لمخبر يعد اعتراف رسمي باختصاصاته في القيام بتحليل في ميادين محددة، وذلك لتحديد مدى مطابقة المنتجات لمقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية أو الإبراز عدم إلحاق المنتج ضرر بصحة المستهلك وأمنه ومصلحته المادية⁽⁷⁾ وتقوم الشبكة بالتنسيق بين المخابر من أجل تحكم أفضل في تقنيات التجارب والتحليل، أي الدراسة والبحث والتطبيقات وذلك بتوحيد مناهج التحليل والتجارب التقنية لكل منتج واعتمادها، كما تتولى مراقبة بعض المنتجات قبل إنتاجها أو صنعها لسمتها والأخطار التي تترتب عنها وذلك بأخذ عينات المخابر معاينتها، كما تقوم بوضع نظام اعتماد وضمان النوعية في المخابر التابعة لهذه الشبكة، كما تهدف إلى تطبيق سياسية ترمي إلى حماية الاقتصاد الوطني وضمان حماية أمن وصحة المستهلك، خاصة بعد أن أصبحت فيه السوق الجزائرية مجالا للربح السهل السريع الذي انعكس على الاقتصاد الوطني وصحة المواطن⁽⁸⁾.

ثالثا: المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم: يعد أعلى هيئة مخبرية في الجزائر في مجال مراقبة وتقييم أمن ونوعية المنتجات والخدمات الاستهلاكية، تم إنشاؤه بموجب المرسوم التنفيذي

(1)-المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 92-272 المؤرخ في 06 جويلية 1992 المحدد لتكوين مجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادرة في 08 جويلية 1992 الملغى.

(2)-B. Filali, F. Fettat, A. Boucenda, alimentaire et protection du consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, Revue Algérienne des science juridique Économique et politique, Algérie, N°1, 1998, p69 .

(3)-المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية، العدد 62، الصادرة في 19 أكتوبر 1996 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 01 ديسمبر 1997، الجريدة الرسمية، العدد 80، الصادرة في 07 ديسمبر 1997.

(4)-المادة 3/04 من المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2012 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.

(5)-المرسوم التنفيذي رقم 13-328 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات اعتماد المخابر قصد حماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة في 2 أكتوبر 2013.

(6)-المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 14-153 المؤرخ في 30 أبريل 2014 المحدد لشروط فتح مخابر تجارب وتحليل الجودة واستغلالها، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 14 ماي 2014.

(7)-أنظر: بختة موالك، المرجع السابق، ص 59.

(8)-أنظر: مريم بوشربي، المرجع السابق، ص 10-11.

رقم 89-147 الذي تم تعديله بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318.⁽¹⁾ ويعتبر مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي كان سابقا يقع تحت وصاية وزير التجارة، أما حاليا فقد حول إلى وصاية الوزير المكلف بالتنوع.⁽²⁾ واستنادا إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المعدل والمتمم يمكن تقسيم المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزوم إلى نوعين من الأجهزة أجهزة داخلية وأخرى خارجية، فالنسبة للتنظيم الداخلي للمركز الوطني لمراقبة النوعية والرزوم ففي ظل المرسوم التنفيذي 98-147 كان المركز يتضمن هئتين وهما: المدير ومجلس التوجيه العلمي، لكن بعد التعديل الجديد أصبح المركز يتكون من: مدير عام، مجلس التوجيه، وعلى هذا فإن توزيع الاختصاصات تغير خلافا لما كان عليه قبل التعديل، كما دعم هذا الأخير بأجهزة خارجية تابعة له تلعب دورا هاما في تحقيق الغايات التي وجد من أجلها المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزوم، نذكر منها المخابر الجهوية السابق ذكرها بالإضافة إلى المخابر الملحقة بها وهي تابعة لقسم الدعم التقني على مستوى المركز وعددها مخبرا كما نجد المفتشيات الجهوية وهي تابعة لقسم مراقبة النوعية وقمع الغش الخاص بالمركز.⁽³⁾ وباعتبار أن المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزوم من أهم أجهزة الرقابة في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري، فإن ذلك يرجع حتما إلى الصلاحيات التي يفترض أنه يتمتع بها تحقيقا لأهداف السياسة الوطنية التي ترتبط بنوعية السلع والخدمات المعروضة في الأسواق الوطنية، فطبقا لأحكام المادتين 3-4 من المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 89-147 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزوم وتنظيم عمله فإنه من أهم مهام هذا الأخير نذكر:

- (1) -تحقيق أهداف السياسة الوطنية في مجال النوعية لاسيما المساهمة في حماية صحة وأمن المستهلك ومصالحهم المادية والمعنوية، وترقية نوعية الإنتاج الوطني للسلع والخدمات.
 - (2) -المشاركة في البحث عن أعمال الغش أو التزوير ومخالفة القوانين والتنظيمات المتعلقة بنوعية السلع والخدمات ومعايبتها، كما يعمل على تطوير مخابر مراقبة النوعية وقمع الغش التابعة لها.
 - (3) -يشارك في إعداد مقاييس السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك، مع تأكده من مدى مطابقتها للمقاييس والخصوصيات القانونية أو التنظيمية، كما يعمل على مراقبة جميع مخابر النوعية وقمع الغش التابعة له، بالإضافة إلى قيامه بأعمال البحث التطبيقي والتجريبي المتعلقة بتحسين نوعية المنتجات.
 - (4) -كما يقوم بالمساهمة بالتعاون مع السلطات المختصة في إبرام الاتفاقات والاتفاقيات التي لها علاقة بموضوعه مع الهيئات الوطنية والأجنبية، كما يمكن الاستعانة بالخبرات الدولية المتخصصة وهذا ما حدث في إطار المشروع الجزائري الكندي الذي تضمن نظام يتمحور حول الوقاية وممارسة الرقابة بمختلف أشكالها في قطاع المواد الغذائية بهدف إيجاد غذاء صحي.
- إن مراقبة نوعية المنتجات بواسطة هذا المركز لا تؤدي إلى حماية المستهلك فقط، بل يمتد نطاق الحماية إلى حماية الاقتصاد الوطني، ومن ثمة الحصول على منتجات ذات جودة عالية تلبي رغبات المستهلك.⁽⁴⁾ إلا أنه وبقصد تفعيل الدور الرقابي للمركز في حماية المستهلك لابد من تدعيم

(1)-المادة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 8 أوت 1989 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية والرزوم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة 9 أوت 1989 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003، الجريدة الرسمية، العدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 2003.

(2)-المادة 1/02 المرسوم نفسه.

(3)-أنظر: قاسمي الرزقي، المركز الجزائري لمراقبة النوعية والجودة كآلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017، ص 587-588.

(4)-أنظر: نوال شعباني، المرجع السابق، ص 110.

المركز بمخابر جد متطورة وبعدد يتناسب وشاسعة الإقليم الجزائري، مع الأخذ بعين الاعتبار تخصيص مخبر على مستوى كل المعابر الحدودية البرية والبحرية المهيأة لاستقبال السلع المستوردة وتدعيم المخابر التابعة للمركز بالكفاءات لضمان الرقابة اللازمة للأسواق.

الفرع الثاني: دور الأجهزة الإدارية في صيانة مبدأ حرية المنافسة وحماية المستهلك

لم يكتف المشرع بالتنصيص الدستوري والقانوني على ضرورة الموازنة بين المصالح المتعارضة لكل من التدخل والمستهلك، ولكنه أنشأ كذلك أجهزة إدارية تعمل على تحقيق التوازن المطلوب بين المتدخلين والمستهلكين، وحفظ مصالح الطرفين من أي مساس يُمكن التعرض له من أية جهة فأنشأت المديرية الولائية للتجارة وكلفها بمجموعة من المهام وزودها بالعديد من الصلاحيات تسمح لها القيام بدور الحكم بين جميع الفاعلين في سوق.⁽¹⁾

ومن خلال هذا الفرع سيتم معالجة أهم الهيئات الإدارية بداية بدور وزارة التجارة كآلية لحماية المستهلك (أولا) كونها المحرك الأساسي لسياسة الدولة المكرسة على المستوى المركزي لنعرج بالبحث عند دور الهيئات المحلية في ممارسة الرقابة (ثانيا).

أولا: رقابة مديرية التجارة كآلية لحماية المستهلك: سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لتنظيم المنافسة في السوق وحماية الأعوان الاقتصاديين، وكذا مراقبة كل الممارسات التي قد تمس بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلكين إلى إسناد مهام متعددة لوزارة التجارة باعتبارها الجهاز الأول التي تعنى بتنشيط التنمية الاقتصادية، وخاصة تلك المتعلقة بترقية جودة السلع والخدمات على المستوى المحلي، والحرص على شفافية ونزاهة التعاملات فيه.⁽²⁾

وفي هذا الصدد نظم المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المتعلق بصلاحيات وزير التجارة فيما يتعلق بالجودة وحماية المستهلك⁽³⁾ بعدما كان يناط بهذه المهام لوزير الاقتصاد بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-189 المتضمن صلاحيات وزير الاقتصاد.⁽⁴⁾ ثم جاء المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة والذي يكلف في مجال ضبط وترقية المنافسة بما يلي:

- 1- يقترح كل إجراء من شأنه تعزيز قواعد وشروط ممارسة منافسة سليمة ونزيهة في السوق السلع والخدمات، كما يساهم في تطوير القانون وممارسة المنافسة، ويشارك في إعداد سياسات التسعير وعند الاقتضاء في تنظيم انسجام الأسعار وكذا هوامش الربح، ويسهر على تطبيقها.
 - 2- ينظم الملاحظة الدائمة للسوق، ويقوم بتحليل هيكله ويعين الممارسات غير الشرعية الهادفة إلى إفساد المنافسة الحرة، ويضع حدا لها بالتنسيق مع الهيئات المعنية.
 - 3- يساهم بالاتصال مع المؤسسات المعنية في العمل على الإطار المرجعي وإثرائه في ميدان ضبط المنفعات العمومية، كما يقترح كل الإجراءات المتعلقة بشروط وكيفيات إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهن المقننة، ويسهر على وضعها حيز التنفيذ مع الهيئات المعنية.⁽⁵⁾
- أما في مجال جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك فإن وزير التجارة طبقا لأحكام

(1)-أنظر: عمار زعبي، لطيفة بهي، المرجع السابق، ص45.

(2)-أنظر: أمنة مخانشة، مجلس المنافسة ووزارة التجارة: إطار للتعاون والتعزيز المؤسسي في مجال المنافسة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 02، جوان 2016، ص492.

(3)-المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 يوليو 1994 المحدد لصلاحيات وزير التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 47 الصادر في 20 يوليو 1994 الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-453.

(4)-المرسوم التنفيذي رقم 90-189 المؤرخ في 23 يونيو 1990 المحدد لصلاحيات وزير الاقتصاد، الجريدة الرسمية العدد 26، الصادر في 27 يونيو 1990.

(5)-وزارة التجارة الجزائرية، الموقع الإلكتروني <https://www.commerce.gov.dz/> تاريخ المعاينة 2019-02-16 على الساعة 13:00 .

المواد 01-02-03-04-05 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المتعلق بتحديد صلاحيات وزير التجارة يكلف بالمهام التالية: (1)

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

2- يقترح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام للعلامة، ويساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره، يشارك في الأشغال الدولية والجهورية المختصة في مجال الجودة.

3- يعد وينفذ إستراتيجية للإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية كما أنه يشجع تنمية مخابر الجودة والتجارب، ويقترح الإجراءات والمناهج الرسمية للتحليل في مجال الجودة.

4- يبادر بأعمال تجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.

أما في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش يكلف وزير التجارة بما يأتي:

1- ينظم ويوجه ويضع حيز التنفيذ المراقبة، ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد.

2- يساهم في التوجيه والتنسيق ما بين القطاعات لبرامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش ما بين القطاعات، كما ينجز كل تحقيق اقتصادي معمق وتخطر الهيئات القضائية عند الضرورة.

وفي مجال ترقية الإنتاج الوطني يشارك وزير التجارة في إعداد السياسات حماية التعاريف الجمركية وغير الجمركية، ويبادر بكل إجراء وقائي خاص (2) كما نصت المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المحدد لصلاحيات وزير التجارة على أن وزير التجارة يسهر على حسن سير الهياكل المركزية واللامركزية، والهيئات التابعة لدائرته الوزارية.

01- الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة مكلفة بحماية المستهلك: بالرجوع إلى المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، فإننا نجد أن تنظيم هياكل الإدارة المركزية يكون ضمن 07 مديريات (3) وقد خول لكل من المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، وكذا المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش صلاحية حماية المستهلك وتنظيم المنافسة والحفاظ على السوق حرة والنزاهة.

1- دور المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها: تتخذ هذه المديرية إطار أداء مهامها □ يع التدابير اللازمة الرامية إلى □ حماية صحة وسلامة المستهلك، بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المنافسة السليمة والنزاهة للمستهلك. (4) وتعد □ مديرية □ نافسة ومديرية الجودة والاستهلاك أهم المديريات التابعة للمديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنيين والتنظيم □ إطار تنظيم □ نافسة والنتائج المتوصل إليها، لكن □ تأمل لذلك لا يمكن أن نكون أمام حماية كاملة للمستهلك □ حال وجود منافسة غ □ نزاهة □ السوق، إذ يقلل ذلك من فرص الحصول على السلع أو الخدمات □ ما يتناسب مع الرغبات المشروعة للمستهلك أو على الأقل للرغبات المنتظرة عند طرح سلع وخدمات □

(1)- المرسوم التنفيذي رقم 02-453 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المحدد لصلاحيات وزير التجارة، الجريدة الرسمية العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.

(2)- المادتين 06-07 المرسوم نفسه.

(3)- المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المؤرخ في 21 يناير 2014 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة في 26 يناير 2014.

(4)- المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 48، الصادرة في 24 غشت 2008.

(1). السوق

2- دور المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش: تشكل إحدى الهياكل الجديدة التي تم إرساءها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة المعدل والمتمم حلت محل المفتشة المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش.⁽²⁾

وتتنوع المهام الموكلة لها طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 08-266 المنظم للإدارة المركزية في وزارة التجارة، حيث تقوم بتحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة فيما يخص ميادين الجودة وقمع الغش، والعمل على الحد من الممارسات المنافسة للمنافسة، ومكافحة التجارة غير المشروعة وتوجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها وتقييمها، وتعتمد هذه المديرية في إطار تنفيذ مختلف المهام الموكلة إليها على أربعة مديريات تابعة لها وهي: مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة/ مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش/ مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة/ مديرية والتحقيقات الخصوصية.⁽³⁾

02- دور المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة في حماية المستهلك: استنادا للمرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعمله فإن هذه الأخيرة تنظم في شكل مديريات ولائية، ومديريات جهوية للتجارة.

01- المديرية الولائية للتجارة: جاء هذا الجهاز ليحل محل المديرية الولائية للمنافسة والأسعار فهي تحتوي على خمسة مصالح: مصلحة معالجة حماية المستهلك وقمع الغش، مصلحة معالجة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، مصلحة المنازعات والشؤون القانونية، مصلحة معالجة ملاحظة السوق والإعلام لاقتصادي، مصلحة معالجة الإدارة والوسائل.

وقد قام المشرع بتنظيمها وتحديد صلاحياتها من خلال المواد من 02 إلى 09 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها.⁽⁴⁾ وتكلف هذه الأخيرة بتنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية، المنافسة والجودة حماية المستهلك وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقتنة، والرقابة الاقتصادية وقمع الغش كما لها دور في مجال حماية المستهلك من خلال تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والجماعات والمستعملين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتجات، وذلك بالتنسيق مع مختلف الهيئات المكلفة بحماية المستهلكين، واقتراح كل التدابير التي تهدف إلى تحسين ظروف إنشاء وإقامة وممارسة النشاطات التجارية والمهنية، وكذا الساهمة في تطوير وتنشيط كل منظمة أو جمعية التي يكون موضوعها ذا صلة بصلاحياتها. ويمتد كذلك نطاق عمل المديرية الولائية للتجارة للحدود فنجد مفتشيات مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية وفي المطارات بموجب المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 بحيث تقوم بالسهر على تنفيذ الأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالجودة ومطابقة المنتجات الموجهة للتصدير والإستيراد وتراقب نوعية المنتجات المستوردة وقمع الغش على مستوى الحدود.

02- المديرية الجهوية للتجارة: تم إنشاء هذه المديرية لتحل محل المفتشية الجهوية للتحقيقات

(1)-أنظر : شوقي يعيش تمام، حنان أوشن، تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017، ص 201.

(2)-المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002 المعدل والمتمم.

(3)-لمزيد من التفصيل في مهام كل مديرية، ومديرية فرعية راجع المادة 04 المرسوم نفسه.

(4)-المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 يناير 2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة في 23 يناير 2011.

الاقتصادية وقمع الغش يبلغ عددها تسع (09) مديريات جهوية على المستوى الإقليمي الوطني وكل مديرية تنظم في شكل ثلاث مصالح، وهو ما نصت عليه المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها تتولى هذه الأخيرة الاتصال مع الهياكل المركزية لوزارة التجارة مهام تأطير، وتقييم نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وتنظيم و/أو انجاز كل التحقيقات الاقتصادية المتعلقة بالمنافسة والتجارة الخارجية، الجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات.⁽¹⁾

(03)- دور المصالح التابعة للوزارة المتخصصة في مجال حماية المستهلك: سعى المشرع الجزائري في إطار وضع سياسة وطنية لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق حماية للمصالح المادية والمعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة على المستوى الوطن، ومن أهم هذه الهيئات نذكر: المجلس الوطني لحماية المستهلك، والمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم بالإضافة إلى شبكة الإنذار السريع، وبما أنه سبق وفصلنا في كل من المجلس الوطني لحماية المستهلك والمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزوم سنكتفي بدراسة شبكة الإنذار السريع والتي استحدثها المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في أمن المنتجات بموجب المادة 17 منه شبكة للإنذار السريع منشأة لدى الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش مكلفة بمتابعة المنتجات التي تشكل أخطارا على صحة وأمن المستهلكين مع اتخاذ كافة التدابير المرتبطة بالمتابعة لكل ما هو خطير، فهي جهاز مكلف بمراقبة أنواع السلع والخدمات الموجهة للاستهلاك النهائي باستثناء المواد الخاضعة لأحكام خاصة، تتكون من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش رئيسا، وأعضاء ممثلين عن وزارات حددهم ذات المرسوم.⁽²⁾

ومن المهام الموكلة لشبكة الإنذار السريع تغطية كل السلع والخدمات المسوقة عبر التراب الوطني والموجهة للاستعمال للمستهلك وذلك في جميع مراحل عملية الوضع للاستهلاك كما لهذه الشبكة أن تتواصل بشبكات الإنذار الجهوية أو الدولية، ولها كذلك الحق في تبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلك والمهنية وجمعيات أرباب العمل الأكثر تمثيلا. وتباشر هذه الشبكة كل عمل من شأنه ضمان البث الفوري ومن دون انتظار على المستوى الوطني أو الجهوي أو المحلي حسب طبيعة الخطر المعين لكل معلومة من شأنها أن تؤدي إلى السحب الفوري من السوق لكل منتج من شأنه الإضرار بصحة المستهلك أو أمنه، كما لها صلاحية المعلومات التي تحوزها والمتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتجات على صحة المستهلك وأمنهم.⁽³⁾

والجدير بالملاحظة أن يميز هذا الجهاز مقارنة مع باقي الأجهزة التي تعنى بحماية المستهلك هو سرعته في تبادل المعلومات بين فروع عبر كافة أنحاء التراب الوطني والتواصل الدائم مع جمعيات حماية المستهلك وشبكات الإنذار الدولية، مما يسهل الحصول على المعلومة الأمر الذي قد يعكس التسمية التي يحملها.

ثانيا: دور الهيئات المحلية في ممارسة الرقابة: تمثل الهيئات المحلية "الولاية والبلدية" الهيئتين اللامركزيتين الأقرب من المواطن وهي التي يقع على كاهلها تجسيد سياسات الدولة على مستوى إقليمها في جميع المجالات بما في ذلك أعمال الضبط الإداري، ويمكن لكل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي بالنظر إلى الصلاحيات المخولة لهم أن يتدخل في مجال حماية

(1)-لتفصيل أكثر حول مهام وصلاحيات المديرية الجهوية راجع المادتين 10-12 المرسوم نفسه

(2)-المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في أمن المنتجات السالف الذكر.

(3)-المواد 19-20-21-22 المرسوم نفسه.

من خلال قانون الإدارة المحلية والنصوص المرتبطة به.⁽¹⁾

01- دورا الولاية في مجال حماية المستهلك: على غرار البلدية تحتل الولاية مكانة خاصة في التقسيم الإقليمي للبلاد، وتتمثل هيئاتها في المجلس الشعبي الولائي، والوالي الذي يعتبر هيئة تنفيذية، ولقد خصه قانون الولاية بمجموعة من الصلاحيات والمهام في مختلف المجالات ويعتبر مجال حماية المستهلك من المهام التي تعني الولاية سواء في إطارها العام وهي حفظ النظام العام أو الضيق وهو حماية المستهلكين في معاملاتهم المباشرة مع المنتجين أو الوسطاء.⁽²⁾

أ- صلاحيات الوالي في مجال حماية المستهلك: يعتبر الوالي الهيئة التنفيذية لمداوات المجلس الشعبي الولائي، ويمارس مهامه التي خصه بها القانون وخاصة قانون الولاية، ويعد مجال حماية المستهلك من المجالات التي يختص بها في إطار ممارسة مهامه سواء بصفته ممثلا للدولة أو بصفته ممثلا للولاية، أو في إطار ممارسة الضبطية الإدارية أو القضائية بإشرافه على الأمن في إقليم الولاية.⁽³⁾

وفي إطار أداء الوالي للمهام المنوطة به باعتباره ممثلا للولاية، فإنه يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكفل صحة وسلامة الأفراد، وذلك بالإشراف على المصالح الولائية ذات العلاقة بحماية المستهلك مثل تلك التابعة للبلدية والولاية. وباعتباره ممثل الدولة على المستوى المحلي هو المسؤول عن استتباب النظام العام والسكينة العامة مما يجعله يمارس سلطات الضبط الإداري العام فهو المخول بمكافحة التجاوزات اللاحقة بالمستهلك على إقليم الولاية من خلال تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة، وقد منحت له هذه السلطات التي من خلالها يضمن صحة وسلامة المستهلكين، حيث أن للوالي عديد الصلاحيات تجعل منه مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين، ومن بين هذه الصلاحيات نذكر:

1- منح التراخيص لممارسة بعض الأنشطة التجارية ذات الصلة بالمستهلك، وتنفيذ قرارات الحكومة وكل التعليمات الصادرة عن الوزراء في مجال الرقابة على المنتوجات، وكذلك قرارات وزير التجارة وكل القطاعات المعنية بحماية المستهلكين.

2- اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلك مع إشرافه على المديرية الولائية للتجارة، كما يضمن الوالي جودة ونوعية المواد الاستهلاكية المعروضة على المواطنين.

3- يتحمل الوالي عبء تطبيق السياسة الوطنية في مجال تطوير النوعية وحماية المستهلك بإتباع التوجيهات التي يصدرها وزير التجارة، كما يسهر على حسن تطبيق تشريعات حماية المستهلك زيادة عن مختلف النصوص التنظيمية التي تحمي المستهلك على تراب الولاية.⁽⁴⁾

كما يخول الوالي بصفته ضابط الشرطة القضائية اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك، ويتجلى ذلك من خلال سعيه إلى اتخاذ كل التدابير الإجراءات الوقائية التي تمنح تحقق الضرر ومن ذلك مبادرته إلى سحب المنتج مؤقتا أو بصفة نهائية، كما له سلطة إصدار قرارات بغلق المحلات التجارية المخالفة للنزاهة الممارسات التجارية لمدة أقصاها 60 يوما

(1)-أنظر: عبد المجيد طيبي، الضبط الإداري ودوره في حماية المستهلك من خلال اختصاص الهيئات اللامركزية - مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009، ص 01.

(2)-أنظر: عبد القادر غيتاوي، الإطار القانوني لدور الجماعات الإقليمية في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار تليجي الأغواط، الجزائر، المجلد 05، العدد 02، جوان 2019 ص 10.

(3)-لقد عزز المشرع الجزائري من صلاحيات الوالي خاصة في ظل ما عرفته الجزائر من انتشار لجائحة كورونا، ويظهر ذلك جليا من خلال المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 20-69 المؤرخ في 21 مارس 2020 المتعلق بالتدابير الوقائية من انتشار وفاء فيروس كورونا، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة في 21 مارس 2020. وكذا المرسوم التنفيذي رقم 20-70 المؤرخ في 24 مارس 2020 المحدد لتدابير التكميلية للوقاية من انتشار وباء فيروس كورونا (كوفيد 19) ومكافحته الجريدة الرسمية، العدد 16، الصادرة في 24 مارس 2020.

(4)-أنظر: محمد مالكي، المرجع السابق، ص 190-191.

وهذا بعد اقتراح ذلك من قبل مدير التجارة المختص إقليمياً⁽¹⁾ وله أيضاً سلطة إصدار رخص ممارسة النشاط التجاري والصناعي ويتحصل على الرخص بشروط تتضمن حماية المستهلك كشرط النظافة وبلوغ حد معين من الضمان، ووجود كمية محددة لأجل درئ الخطر عن المستهلك خاصة للمواد السامة والمتفجرة، وكذا مواد التجميل والتنظيف البدني⁽²⁾.

وفضلاً عن ذلك يتمتع أيضاً بصلاحيات الأمر بنشر هذه القرارات كاملة أو خلاصة عنها سواء في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها وعلى نفقة المخالف لنزاهة الممارسات التجارية⁽³⁾ ومثل هذا الإجراء له دور مهم فعال في إلزام العون الاقتصادي على التحلي بالنزاهة ومراعاة مصالح المستهلكين خاصة وأنه قد يتضمن تشويهاً لسمعته في السوق، وهو ما ينبغي العمل به مادام أنه إجراء يتضمن آثاراً معنوية هامة بالنسبة للعون الاقتصادي ومنافسيه وحتى المستهلك، وهذا من شأنه المساهمة في فرض النزاهة، وبالتالي وقاية المستهلك من ممارسات غير النزاهة⁽⁴⁾ وفي سبيل تحقيق كل هذا توضع تحت تصرفه مصالح الأمن، وهذا ما أكدته المادة 114 من القانون المتعلق بالولاية.

ب- صلاحيات المجلس الشعبي الولائي في مجال حماية المستهلك: يعنى مجلس الشعبي الولائي كهيئة مدولة بصلاحيات واسعة في مجال حماية المستهلك سواء بالتنسيق مع الهيئات المعنية ذات العلاقة أو عن طريق المصالح التي تنشأها تلبية لحاجيات المواطنين، وهذا طبقاً لنص المادة 141 من قانون الولاية تخص مجال النظافة والصحة العمومية ومراقبة الجودة وهذا حسب احتياجات الولاية وحجمها، وجميع هذه المصالح تخضع لسلطة الوالي والذي يمكنه من خلال هذه المصالح وبناءً على تقاريرها إصدار القرارات ضبطية تخص المستهلك وتوفير له حماية⁽⁵⁾ أو عن طريق إنشاء اللجان الولائية لجان تخص الصحة والنظافة، حماية البيئة والري الفلاحة والغابات طبقاً لنص المادة 33 من قانون الولاية⁽⁶⁾.

ففي مجال الفلاحة والري يساهم مجلس الشعبي الولائي بالاتصال مع المصالح المعنية في تطوير كل أعمال الوقاية ومكافحة الأوبئة في مجال الصحة الحيوانية والنباتية، كما يساعد تقنياً ومالياً بلديات الولاية في مشاريع التزود بالمياه الصالحة للشرب والتطهير وإعادة استعمال المياه التي تتجاوز الإطار الإقليمي للبلديات المعنية، ومن جهة أخرى فإن المجلس الشعبي الولائي يتولى في ظل احترام المعايير الوطنية في مجال الصحة العمومية إنجاز تجهيزات الصحة التي تتجاوز إمكانيات البلديات، ويسهر على تطبيق تدابير الوقاية الصحية. ويتخذ في هذا الإطار كل التدابير لتشجيع إنشاء هياكل مكلفة بمراقبة وحفظ الصحة في المؤسسات المستقبلية للجمهور وفي المواد الاستهلاكية⁽⁷⁾.

(02)- دور البلدية في حماية المستهلك: إن مهمة حماية المستهلك خصت بها عدة جهات مركزية وغير

(1)- المادة 10 من القانون رقم 10-05 المعدلة لأحكام المادة 46 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر.

(2)- أنظر: أعمار جلطي، دور سلطة الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك، مجلة الإستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 04، العدد 06، جانفي 2014 ص 261.

(3)- المادة 48 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المحددة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)- أنظر: حسام الدين غريوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزاهة في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2017-2018، ص 291.

(5)- أنظر: أعمار جلطي، المرجع السابق، ص 260.

(6)- القانون رقم 12-07 المؤرخ في 21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، الجريدة الرسمية، العدد 12، الصادرة في 29 فبراير 2012. مع العلم أنه قد تم تقديم مشروع قانون الجماعات الإقليمية لدى الأمانة العامة للحكومة.

(7)- المادة 94 القانون نفسه.

مركزية محلية ووطنية، ويبقى دور البلدية بجميع هيئاتها ومصالحها جوهرية وأساسية نظرا لموقعها في التقسيم الإقليمي للبلاد وقربها من المواطن، ولقد زود المشرع البلدية وهيئاتها بصلاحيات واسعة في مجال حفظ النظام العام عموما، وحماية المستهلك خصوصا.

أ- دور رئيس المجلس الشعبي البلدي في مجال حماية المستهلك: □ ارس رئيس المجلس الشعبي البلدي وظائفه □ مجال واسع يطبق سلطاته □ الآلات غ □ منظمة لضمان حماية صحة المستهلك وهذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك □ إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة.(1)

وقد خص قانون البلدية رئيس البلدية بمهام عامة ومتعددة يقوم بها تحت وصاية والي منها التبليغ وتنفيذ القوانين والتنظيمات على إقليم البلدية، والسهر على النظام والسكينة والنظافة العمومية، تنفيذ التدابير الاحتياطية والوقائية لضمان سلامة وحماية الأشخاص والممتلكات في الأماكن العمومية التي يمكن أن تحدث فيها أية كارثة أو حادث، ويعد ضمان السلامة بوابة كبيرة لحماية المستهلك من الانتهاكات التي قد يتعرض لها في مختلف مجالات الاستهلاك وخاصة في الوقت الراهن.(2)

كما أن رئيس المجلس الشعبي البلدي يتمتع بصفة الضبطية الإدارية والتي تخول له ممارسة كل الإجراءات واتخاذ القرارات التي من شأنها صيانة الحقوق والحريات وحماية الأشخاص والممتلكات، ولقد حدد قانون البلدية مجموعة من المجالات من بينها عدة مجالات ذات صلة مباشرة أو غير مباشرة بحماية المستهلك نذكر منها: اتخاذ الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المتنقلة أو المعدية والوقاية منها، ومنع تشرد الحيوانات المؤذية والضارة، والسهر على سلامة المواد الغذائية الاستهلاكية المعروضة للبيع، واحترام تعليمات نظافة المحيط وحماية البيئة.(3)

وفي إطار ممارسة مهامه بصفته ضابط شرطة قضائية فقد خولت المادة 25 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم دورا مهما متمثل في معاينة المخالفات وقمعها باعتباره حاملا لصفة الضبطية القضائية من خلال استعماله وسائل الضبط الإداري المتمثلة في لوائح الضبط القرارات الفردية والقوة العمومية، وهذا من أجل تفعيل الرقابة المستمرة لضبط السوق، ومن ثمة حماية المستهلك كون الضبط الإداري يتميز بالطابع الوقائي يعمل على مراقبة نشاط المتدخلين، ووضع ضوابط للحد من التعسف أثناء ممارسة نشاطاتهم.(4)

كما له سلطة اتخاذ كافة التدابير التحفظية قصد حماية المستهلك وصحته وسلامة مصالحه فله أن يرفض دخول المؤقت أو النهائي للمنتوجات المستوردة عند الحدود والإيداع والحجز والسحب المؤقت والنهائي للمنتوجات أو إتلافها والتوقيف المؤقت للنشاطات.(5) كما يملك سلطة اتخاذ القرارات الإدارية تخص المستهلك مثل القرار المتعلق بفرض شروط جديدة على أصحاب المحلات كشرط النظافة وصلاحيات المعروضات، كما يملك سلطة سحب الرخص بصفة مؤقتة، وفي حالات يتم فرض حظر النشاط المؤقت لأسباب صحية مثل بروز مرض معين أو عيب في المنتج، وكذلك فرض غرامات مالية على المخالفين للشروط التي فرضتها الإدارة على صاحب النشاط لأجل حماية

(1)-أنظر: شوقي يعيش تمام، حنان أوشن، المرجع السابق، ص207.

(2)-المادتين 88-89 من القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011 المتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية، العدد 37 الصادرة في 03 جويلية 2011.

(3)-المادة 94 القانون نفسه.

(4)-أنظر: منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المرجع السابق، ص139.

(5)-المادة 53 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

المستهلك. (1)

ب- دور المجلس الشعبي البلدي في مجال حماية المستهلك: بالإضافة إلى الصلاحيات التي حددت لرئيس المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك، نجد أن المشرع حدد صلاحيات أخرى في هذا المجال خص بها الهيئة الثانية في تنظيم البلدية ونعني بها المجلس الشعبي البلدي طبقاً للمادة 31 من قانون البلدية قد نصت على إمكانية إنشاء لجان من الأشخاص المنتخبين في المجلس الشعبي البلدي تكون مختصة في مجال الصحة والنظافة وحماية البيئة، وهذا إن دل على شيء إننا يدل على أن حرص النصوص القانونية في حماية المستهلك وما يقتضيه من أجل تلبية حاجياته. (2) كما تسهر البلدية بالتعاون مع المصالح التقنية للدولة بحفظ الحصة العمومية وخصوصاً في مجال الحفاظ على صحة الأغذية والأماكن والمؤسسات المستقبلية للجمهور طبقاً للمادة 123 من قانون البلدية، كما أعطى قانون البلدية للمجلس الشعبي البلدي سلطة التقديرية في مجال الموافقة على المشاريع التي يحتمل فيها الإضرار بالبيئة والصحة العمومية على إقليم البلدية. (3) وعلاوة على ذلك تتدخل البلدية في مجال ضبط السوق فمهامها تبدأ من إنشاء السوق إلى تنظيمه باعتبارها صاحبة الملكية، وتتدخل بهدف حماية المستهلك من خلال مصالح عمومية تحدثها البلدية بموجب المادة 149 من قانون البلدية حيث تتخلص مهمتها في مراقبة الأسواق ومذابح العمومية ومعدات التجار، وأعطت المادة 168 من قانون البلدية للمجلس الشعبي البلدي الحق في مراقبة أسواق والمعارض والعروض التي تنظم على مستوى إقليم البلدية، كما يعمل مكتب حفظ الصحة البلدي على حفظ الصحة العامة ونظافة المياه والمواد الاستهلاكية، ويضم هذا المكتب □ تشكيله عضو مفتش المراقبة الجودة، حيث يسهم □ تنشيط دور المكتب □ مجال مراقبة الجودة. (4) وترتيباً لما سبق يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد منح للجماعات المحلية دور بارز في توفير الحماية للمستهلك من الانتهاكات التي يتعرض لها من كل المتدخلين في العملية الاستهلاكية، ويعود هذا التوجه إلى مكانة هذه الجماعات وقربها من المواطنين في إطار لامركزية التسيير المحلي غير أن الواقع يثبت عدم تجسيد هذا الدور بما فيه الكفاية، فهذه الأخيرة تبدو عاجزة عن الوفاء بالتزاماتها في مجال حماية المستهلك سواء لإهمالها هذه المهمة أو لعدم توافرها على الإمكانيات البشرية والمادية والمتباينة بين جماعة إقليمية وأخرى.

الفرع الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية حقوق المستهلك

تتأط مهمة حماية حدود الدولة بإدارة الجمارك والتي تحمي التراب الوطني في المجالين الأمني والاقتصادي، وبذلك تحمي مصالح المستهلك من خلال منع دخول البضائع أو تصديرها بصورة مخالفة للقانون، فالمستهلك يلعب دور كبير في نظام اقتصاد السوق، فهو المتحكم في التفاعل بين العرض والطلب. (5) وعليه فإن أعوان الجمارك يعتبرون حماة الاقتصاد الوطني يساهمون على استحقاق الدولة لحقوقها من عمليات نقل البضائع، فتخضع جميع البضائع المستوردة أو المعاد استيرادها، المصدرة أو المعاد تصديرها، وكذلك الأشخاص إلى عملية المراقبة الجمركية

(1)-أنظر: عبد القادر غيتاوي، المرجع السابق.

(2)-أنظر: عبد الهادي درار، نسيم درار، البعد الوقائي للجماعات المحلية في حماية المستهلك من التلوث الغذائي، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 15، العدد 02، ماي 2020، ص 236.

(3)-المادة 114 من القانون رقم 11-10 المتعلق بالبلدية السالف الذكر.

(4)-أنظر: أحمد جلفي، المرجع السابق، ص 259.

(5)-أنظر: هنية قادري، حماية المستهلك بين القواعد العامة والقواعد المتخصصة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945 قالم، 2016، ص 110.

وما قد تسفر عنه هذه العملية من ضبط بضائع محل غش، فيقي هؤلاء الأعوان المستهلك من الأضرار التي قد تصيبه نتيجة تسرب المنتجات الفاسدة أو مغشوشة.⁽¹⁾

ففي مجال مراقبة البضائع يتجلى الدور الفعال الذي تقوم به الجمارك من خلال المجال الاقتصادي والذي يركز على تحصيل الرسوم الجمركية، وكذا منع دخول البضائع أو تصديرها بصورة مخالفة للقانون، أما في المجال الأمني فتقوم بدور مهم في مراقبة البضائع المقيدة والممنوعة من دخول إقليم الدولة من خلال مختلف مصالحها، واتخاذ الإجراءات جميع التدابير لضمان مراعاة القوانين والأنظمة السارية، كما تقوم بعملية الفحص وهي التدابير القانونية والتنظيمية التي تتخذها للتأكد من صحة التصريح المفصل وصحة وثائق الإثبات ومطابقة البضائع للبيانات الواردة في التصريح والوثائق، وفي كلا المجالين تسعى إلى توفير حماية للمستهلك مما يضره سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.⁽²⁾ ويتجسد ذلك من خلال حماية المصلحة المستهلك ومصالحه الاقتصادية (أولا) وكذلك ضمان أمن وسلامة المستهلك (ثانيا).

أولا: حماية مصلحة المستهلك ومصالحه الاقتصادية: إدارة الجمارك باعتبارها بوابة لدخول السلع الأجنبية المستوردة يقع على عاتقها ضمان حماية صحة المستهلك ومصالحه الاقتصادية من خلال رقابة مطابقة المنتجات للوائح الفنية ولمواصفات التقييسية، ورقابة التقليد من خلال رقابة المطابقة للوائح الفنية والمواصفات التقييسية.⁽³⁾ وبهذا لا بد من مراعاة عند استيراد المنتجات توافر المقاييس والمواصفات الجزائرية والدولية، وتدعima لحماية المستهلك وضع جهاز خاص لمراقبتها وإخضاعها للتحاليل المخبرية قبل جمركتها حتى يتم التأكد من المنتج يستوجب للرغبات المستهلك وأنه مطابق لشروط تداوله ونقله وخزنه، أما إذا كانت الفحوصات العامة والمعمقة سلبية فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول المنتج إلى الجزائر، ويتم تحويل هذا المنتج من الحدود الجزائرية على مسؤولية وتكاليف المستورد.⁽⁴⁾

فضلا على ذلك تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار السلع في الأسواق، ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة، وبضائع تخضع لرسوم ذات نسب مرتفعة.⁽⁵⁾ زيادة على ذلك يمكنها أن تخطر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة محكمة لحماية السوق وكذا حماية المنافسة، ما بينهم، لكن دون أن تكون إدارة المارك ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك، ومثال ذلك عندما يتبين أن استيراد منتج بكميات متزايدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الإنتاج الوطني قد يلحق ضررا أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الإنتاج الوطني لمنتجات مشابهة أو منافسة لها مباشرة.⁽⁶⁾

ومن هذا المنطلق خول المشرع الأعوان الجمارك صلاحية ضبط الممارسات المخالفة لقانون الجمارك، وهو ما يمكنها من ممارسة الضبط في مجال الرقابة على المنتجات بصفة عامة ومنه حجز البضائع التي تحتوي بيانات كاذبة حول مصدرها ومنشئها، وتلك المقلدة وإتلافها وكذا اتخاذ الإجراءات المتابعة الجزائية لمستورديها أو مصدريها، وحتى إجراء مصلحة معهم

(1)-أنظر: ويزة شالح لحراري، المرجع السابق، ص 97.

(2)-أنظر: علي منيف الجابري، دور الجمارك في حماية المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية، المنعقد يومي 6-7 ديسمبر 1998، ص 45.

(3)-أنظر: ياسين سيدومو، الحماية الجمركية في المنتجات المستوردة المقلدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق سعيد حميد، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2015، 2016، ص 214.

(4)-أنظر: الصادق صياد، المرجع السابق، ص 116.

(5)-أنظر: زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 172.

(6)-أنظر: شوقي يعيش تمام، حنان أوثن، المرجع السابق، ص 205.

وكل هذا من شأنه أن يساهم في الحد من المنتجات المروج لها على الممارسات التجارية غير النزيهة المضللة للمستهلك سواء كانت ناتجة عن الكذب والتضليل حول أصل السلعة أو المقلدة.⁽¹⁾

ثانيا: ضمان أمن وسلامة المستهلك: ويتجلى ذلك من خلال وضع حد لكل ما من شأنه □ ساس بالمستهلك نتيجة لوجود بضائع تهدد صحته وسلامته، أو وضع حد لكل منتج موجه للسوق الوطنية قصد إغراقها أو إعاقة تطوير وتنمية المنتج □ لي، كما لها دور في مراقبة ومنع إدخال المواد الممنوعة وأهمها المخدرات والمواد المغشوشة، كما يمكن لأعوان الجمارك □ إطار تنفيذ حق تفتيش الأشخاص والبضائع، وكذلك وسائل النقل مراعاة الاختصاص لكل فرقة أن تقوم في حال وجود معا □ حقيقة يفترض من خلالها وجود الإقليمي أشخاص يحملون مواد مخدرة داخل أجسامهم أن يضعها لفحوص طبية للكشف عنها بعد الحصول على رضا صريح من المعني بالأمر، و □ حال رفضه لمطالب أعوان الجمارك يقدم مباشرة لرئيس المحكمة المختصة طلبا للترخيص بذلك.⁽²⁾

وبناء على ذلك تعمل إدارة الجمارك على تحقيق أمن المستهلك من خلال منع وحجز السلع المقلدة والمغشوشة المستوردة من الخارج، علما أن المستهلك يلعب دورا سلبيا في مواجهة هذه الممارسات، إذ يعمدا إلى اقتناء هذه السلع دون البحث عن مصدرها، وفي حالة التي يثبت فيها أن السلع تشكل تهديدا خطرا لأمن الاقتصاد الوطني والصحة الجوارية جاز للإدارة الجمارك مصادرتها وذلك بالتنسيق مع الديوان الوطني لمكافحة التهريب.⁽³⁾ وبالرجوع إلى القانون رقم 15-15 نجده قد اشترط على كل الأشخاص المؤهلة لمباشرة عملية استيراد المنتجات أو تصديرها مراعاة القواعد الصحية، وذلك بالاهتمام بمدى استجابة هذه المنتجات للطلبات المنتظرة للمستهلكين خاصة تلك السلع التي تكون محل استهلاك يومي وبصفة منتظمة.⁽⁴⁾

استخلاصا لما سبق يظهر الدور المهم لإدارة الجمارك في مجال حماية حقوق المستهلك وذلك من خلال الدور الرقابي الذي تقوم به على كامل الإقليم الجمركي يجسده على أرض الواقع إجراءات التفتيش والمعانة على جميع البضائع المستوردة إلى الجزائر، وتنفيذ القرارات الصادرة عن الجهات الرسمية المتخصصة والمتعلقة بمنع دخول السلع الخطيرة والمحظورة، وضبط الجرائم والمخالفات واتخاذ التدابير اللازمة ضد المتدخلين المخالفين للقوانين والتنظيمات المعمول بها في مجال حماية المستهلك.⁽⁵⁾

المبحث الثاني: تكريس الحماية عن طريق الجزاء الردعي كآلية لفرض التوازن بين النشاط الاقتصادي وحقوق المستهلك.

لم يعد موضوع المستهلك لأن يقتصر على وضع القوانين والنصوص المنظمة لذلك فحسب بل الواقع يفرض أن يراعى المشرع قصور هذه التشريعات في فروع القانون وعدم كفايته لاسيما وأن ركائز توطيد هذه الحماية كانت فيما ما مضى تعتمد في مجال تشريعاتها حول دائرة القانون الخاص وبصفة خاصة القانون المدني، إلا أنه تبين عدم جدواها وفعاليتها ما استدعى ضرورة وجود نصوص خاصة لتدعيمها وتحقيق لها الحماية الجنائية في إطار تنظيم المسؤولية.⁽⁶⁾ وإذ يترتب على إخلال المتدخل بمختلف الضمانات التي حددها قانون حماية المستهلك وقمع الغش جزاء مدني ومتمثل في المسؤولية المدنية، ولم يتطرق قانون حماية المستهلك في نصوصه إلى الجزاء المدني المقرر على عاتق المتدخل المخل بالتزامه، وربما السبب في ذلك أنه منصوص

(1)-أنظر: حسام الدين غريوج، المرجع السابق، ص289.

(2)-المادة 1/42 من القانون رقم 79-07 المتعلق بالجمارك المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)-أنظر: مريم بوشربي، المرجع السابق، ص16.

(4)-القانون رقم 15-15 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها السالف الذكر.

(5)-أنظر: محمد مالكي، المرجع السابق، ص192.

(6)-أنظر: علي حساني، المرجع السابق، ص327.

عليه في القانون المدني أو رأى أن قواعد المسؤولية المدنية الواردة في القواعد العامة أصبحت لا تتماشى مع طبيعة المستهلك، وهي تخدم أكثر العلاقات التي يسود فيها التوازن بين الأطراف، ورغبة من المشرع لتوفير حماية المستهلك وردع المتدخل عمد في قانون حماية المستهلك إلى توقيع عقوبات جزائية في الإطار المسؤولية الجزائية للمتدخل.⁽¹⁾ وباعتبار المسؤولية حصن الأمان في مجال حماية المستهلك فهي بذلك قوة لكفالة المستهلك وحمايته، وهي كذلك ضمان للمخالف لعدالة مساءلته وتحديد مسؤوليته، سيتم من خلال هذا المبحث معالجة الإطار العام لمسؤولية المنتج {المطلب الأول} باعتبارها مسؤولية مستحدثة ومعرفة إن كانت قواعد حمايتها المستهلك، لنعرج بالبحث عن الأحكام القانونية للمسؤولية الموضوعية للمنتج {المطلب الثاني} ولا بد أيضا من التطرق إلى الحماية الجزائية التي يوفرها المشرع للمستهلك من خلال إقراره للمسؤولية الجزائية للمتدخل، الأمر الذي يستدعي معالجة تغليب الجزاء الجنائي تجسيدا لفاعلية أكثر لحماية المستهلك {المطلب الثالث} باعتباره الوسيلة العلاجية التي تكفل التوازن بين نشاطات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين.

المطلب الأول: الإطار العام لمسؤولية المنتج

احتلت المسؤولية المدنية للمنتج مكانة هامة ضمن النصوص القانونية، واتضحت هذه المسألة لما لها من رغبة في تجسيد مجموعة من الأهداف أهمها حماية المستهلك من خطر المنتجات المعيبة المطروحة في الأسواق والتي تنشأ عنها الأضرار بالغة الخطورة.⁽²⁾

وفي هذا السياق كرس المشرع الجزائري مسؤولية المنتج بموجب القانون رقم 05-10 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني أين استحدث بموجب المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري مسؤولية المنتج، وذلك سعيا منه إلى جعل القانون الجزائري أكثر انسجاما مع القانون الدولي ولاسيما القوانين الأوروبية.

وفي مقابل ذلك تناول المشرع الفرنسي مسؤولية المنتج من خلال 18 مادة ابتداء من المادة 1245 إلى 17-1245 من القانون المدني الفرنسي.⁽³⁾ في حين لم يخصص المشرع الجزائري سوى مادة وحيدة مكونة من فقرتين.

وللوقوف على الإطار العام لهذه المسؤولية سيتم التطرق من خلال هذا المطلب إلى تحديد تعريف للمسؤولية المدنية للمنتج {الفرع الأول} وباعتبارها نظام جديد في المسؤولية المدنية فإنها تطرح العديد من المصطلحات التي تستوجب منا الوقوف عليها منها مفهوم المنتج {الفرع الثاني} لنعرج بالبحث عن مفهوم المنتج والمتضرر {الفرع الثالث} باعتبار هذه المصطلحات تمثل النطاق الموضوعي والشخصي لهذه المسؤولية.

الفرع الأول: تعريف مسؤولية المدنية للمنتج

تعتبر المسؤولية المدنية بمثابة أثر عن الإخلال بالالتزام القانوني أو الاتفاق الحاصل من قبل المنتج في مواجهة الغير، يستعين فيها هذا الأخير بالقواعد العامة للمسؤولية للمطالبة بالتعويض.

(1)-أنظر: منال بوروب، المرجع السابق، ص 173.

(2)-أنظر: أمال بن عزة، النطاق الموضوعي للمسؤولية المدنية للمنتج عن منتجاته المعيبة، مجلة المشكلة في الاقتصاد التنموية والقانون، معهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب تمنونشت، المجلد 04 العدد 07 2018، ص 254.

(3)-المشرع الفرنسي لم يقرر مسؤولية المنتج إلا سنة 1998 بمقتضى القانون رقم 98-389 المؤرخ في 19 ماي 1998 ولم يقدم على هذه الخطوة إلا تحت التأثير الدولي خاصة إتحاد المجموعة الأوروبية التي أصدر مجلسها توصية بتاريخ 25-07-1985 تتعلق بالمسؤولية عن المنتجات المعيبة. وقد كان القضاء الفرنسي يستند قبل إصدار هذا القانون الخاص إلى القواعد التقليدية للمسؤولية المدنية بما فيها المسؤولية التقصيرية، ومسؤولية الحارس، والمسؤولية العقدية وخاصة ما تعلق بضمان العيوب الخفية.

وهو ما دفع للتفكير في آلية تسمح بالتدخل لوضع حد لضحايا حوادث المنتجات المعيبة ومن هنا ظهرت مسؤولية المنتج.⁽¹⁾

ويقصد بمسؤولية المنتج المسؤولية التي تقوم في حق هذا الأخير نتيجة الأضرار الناتجة عن منتجاته والتي تكون آثارها السلبية والمضرة على المستهلك أو الغير والتعويض عن هذه الأضرار كنتيجة لذلك، ونظام مسؤولية المنتج نظام مستحدث وهو يطرح العديد من المصطلحات التي تستوجب منا الوقوف عندها، ويتعلق الأمر بالمصطلحات التالية: المنتج، المنتج المتضرر.⁽²⁾

الفرع الثاني : مفهوم المنتج

إن تحديد ماهية المنتج له أهمية قصوى في القانون المدني، إذ بموجبه تتحدد مسؤولية المنتج فكل منتج يخضع لأحكام المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة المقررة لصالح المستهلك المتضرر ولتحديد مفهوم المنتج سنحدد فكرة المنتج في المجال الدولي (أولا) من خلال جملة الاتفاقيات الدولية، لنخرج بالبحث عن مفهومه في ظل القوانين المقارنة (ثانيا).⁽³⁾

أولاً: تعريف المنتج في المجال الدولي: من الملفت للانتباه أن تحديد فكرة المنتج قد استأثر باهتمام المعاهدات الدولية، خاصة بعد ازدهار التجارة الدولية بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية.⁽⁴⁾

وفي هذا الصدد جاء مفهوم المنتج في الاتفاقية لاهاي المصادق عليها في 21 أكتوبر 1972 في المادة 1/2 منها أنه: «يشمل لفظ المنتج المنتجات الطبيعية والصناعية، سواء كانت خاما أم مصنوعة، سواء كانت منقولا أو عقارا». ويتضح من هذا النص أن نهج الذي اعتمدته اتفاقية لاهاي في تحديدها للمنتجات المشمولة بأحكام مسؤولية المنتج كان واسعا، لذلك شملت هذه الاتفاقية المنتجات الصناعية والطبيعية على حد السواء وأخضعتها لنظام مسؤولية المنتج، بحيث أصبحت مساءلة المنتج عن الأضرار التي تحدثها منتجاته المعيبة والخطرة سواء كانت صناعية أو طبيعية.⁽⁵⁾

وفي نفس التوجه عرفت المادة 02 من التوجيه الأوروبي لسنة 1985 المنتج على أنه: «كل منقول عدا المواد الأولية الزراعية ومنتجات الصيد حتى ولو أدمجت في منقول أو عقار، ويقصد بالموارد الأولية الزراعية منتجات التربية والزراعة، الإنتاج الحيواني والصيد عدا المنتجات التي أجري عليها نوع من التحويل، ويدخل في مدلول المنتج الكهرباء».⁽⁶⁾

ثانياً: تعريف المنتج في القانون المقارن: لقد استلهمت التشريعات المقارنة الحلول التي استقرت في الاتفاقيات الدولية في مجال تحديد فكرة المنتج، وبدأ هذا واضحا في القانون الفرنسي خاصة بعد صدور القانون رقم 98-389 ولم يكن أمام التشريعات العربية القانون المصري والجزائري إلا أن تنظم لهذا التوجه.

01- المنتج في القانون الفرنسي: عرف المشرع الفرنسي المنتج في المادة 1245-2 من القانون المدني على أنه: «يعد منتوجا كل مال منقول حتى ولو كان مدرجا في عقار بما في ذلك منتجات

(1)-أنظر: أمال بن عزة، المرجع السابق، ص246.

(2)-أنظر: محمد دمانة، نسيمة شداني، التعويض عن المنتجات المعيبة كحماية لحقوق المستهلكين، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار التليجي بالأغواط، الجزائر، المجلد 06، العدد 01، جانفي 2020، ص238.

(3)-أنظر: ناجية العطارق، المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة في ضوء القانون المدني الفرنسي قانون رقم 98-389، مجلة العلوم القانونية والشرعية، كلية القانون، جامعة الزاوية، ليبيا، العدد 06، يونيو 2015، ص88.

(4)-أنظر: قادة شهيدة، المرجع السابق، ص19-20.

(5)-أنظر: سالم محمد رديعان الغزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، طبعة الأولى، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص69-70.

(6)-L02 du Directive 85-374CCE du conseil européenne du 25/07/1985 relative au rapprochement des dispositions législatives réglementaires et administratives des états membres en matière de responsabilité de fait des produits défectueux, JOCE n°L210 du 07/08/1985 modifiée par la directive 1999/34/CE du parlement européen et du conseil du 10/05/1999, JO.L141 du 4/06/1999. Voir: eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=fr.

الأرض وتربية الحيوانات، والصيد والسمك، كما أن الكهرباء تعتبر منتوجاً». وقد جاءت هذه المادة مستوحاة من المادة 02 من توجيه الأوروبي، إلا أن المشرع الفرنسي جاء بمفهوم الموسع للمنتوج حيث خالف التوجيه الأوروبي باعتبار كافة المنتجات الزراعية وتربية الحيوانات، والصيد والتيار الكهربائي منتوجاً وتخضع لنطاق الالتزام بالسلامة. والجدير بالذكر أن كل من التوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي استبعد الخدمات من نطاق تطبيق المسؤولية المستحدثة، ويرجع ذلك إلى الطبيعة الخاصة للخدمات تقتضي تنظيم المسؤولية عن الأضرار الناجمة عنها تنظيمياً مستقلاً.⁽¹⁾ كما أن المشرع الفرنسي استخدم الأموال المنقولة في معرض تحديده للمنتوج، بحيث استبعد العقارات من نطاق تطبيق التطبيق، وأحال المسؤولية المترتبة عن الأضرار الناشئة عن العقارات للتشريعات الخاصة من أجل تنظيمها بشكل مستقل كما أنه أورد استثناء على هذا المبدأ حينما نص على امتداد المسؤولية القانونية إلى منتج المكونات المنقولة التي تدخل في بناء العقار وتكوينه، إلا أن هذا الاستثناء يصطدم بالمبدأ القانوني التي تصبح فيه هذه المنقولات عقاراً بالتخصيص مما يثير مشكلة تعدد أنظمة المسؤولية القانونية الخاصة بها.⁽²⁾

02)-المنتوج في القانون المصري: لم ينص القانون المدني المصري على مسؤولية المنتج ولا على إعطاء مفهوم خاص بالمنتوج، مما يوحي بأنه كانت المسؤولية تقوم وفقاً للقواعد العامة للالتزامات على أساس تعاقدية أو تقصيرية. لكن بصور القانون حماية المستهلك عرف المشرع المصري المنتجات من خلال نص المادة 01 من رقم 181-2018 المتعلق بحماية المستهلك على أنه: «المنتجات: السلع والخدمات المقدمة من أشخاص القانون العام أو الخاص، وتشمل السلع المستعملة التي يتم التعاقد عليها من خلال المورد، عدا الخدمات المالية والمصرفية المنظمة بأحكام قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي، وقانون تنظيم الرقابة على الأسواق». يلاحظ أن المشرع المصري من خلال هذه المادة أعطى وصف المنتج للسلع والخدمات إلا أنه أورد مطلقاً ولم يقيد بأي قيد، وإن كانت هذه الصياغة إيجابية في المجال الموضوعي للمسؤولية لمصلحة المستهلكين، إلا أن هذا الوصف المطلق يلم بسلبية عدم إيضاح معنى السلع والخدمات المقصودة في هذا القانون، مما يجعل النص غير واضح ويثير كثير من التساؤلات فيما لو اقتصر هذا النص على المنتجات المصنعة، أم امتد ليشمل كذلك المنتجات الطبيعية وما يعقد الأمر هو غياب الدلالة التشريعية التي تبدد هذا الغموض سواء من خلال اللائحة التنفيذية لهذا القانون أو المناقشات التي دارت بشأنه.⁽³⁾

03)-المنتوج في القانون الجزائري: لم يكن لفظ "المنتوج" إلى غاية صدور قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك مصطلحاً قانونياً، بل كان مصطلحاً للعلوم الاقتصادية فقط، أما العلوم القانونية فكانت تستعمل مصطلح "الأشياء" باعتبارها محلاً للحق، "وفعل الشيء" باعتباره ركناً من أركان مسؤولية الحارس "والثمار" باعتبارها الناتج الطبيعي أو المدني أو الصناعي الذي ينتج عن نمو الشيء محل الحق، ولم تكن العلوم القانونية بحاجة إلى مصطلح "المنتوج" حيث كانت المصطلحات سالف الذكر كافية، غير أن دخول مصطلح "المنتوج" للتعبير عن مختلف الأوضاع القانونية المجال القانوني يؤكد أن المستجدات الحاصلة دعت إليه، كما يفيد أيضاً أن مفهوم هذا المصطلح أي المنتوج يختلف قطعاً عن مفهوم المصطلحات السالفة، فكل منتوج هو

(1)-أنظر: حسن عبد الباسط جمعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في تطوير القضاء الفرنسي وصدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في 19 مايو 1998، دار النهضة العربية القاهرة، مصر، 2000، ص 226.

(2)-أنظر: محمد جريفي، المرجع السابق، ص 306.

(3)-أنظر: عبد الحميد الديسبي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج، دار الفكر والقانون منصور، 2010، ص 561-562.

في الحقيقة شيء، لكن ليس كل شيء بمنتوج.⁽¹⁾ والبحث عن مفهوم المنتوج يقودنا إلى تحديد مفهومه في كل من القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش.

1. المنتوج في ظل القانون المدني: لم يتضمن القانون المدني الجزائري الصادر بموجب الأمر رقم 58-75 مفهوم المنتوج وإنما استعمل فعل الشيء في المادة 138 من قانون مدني لكن بعد تعديل القانون المدني بموجب القانون 05-10 أدرج المشرع الجزائري مصطلح المنتوج بموجب نص المادة 140 مكرر/2 والتي تنص: «يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتوج الزراعي، المنتوج الصناعي، وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية، الصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية».

يتضح لنا من خلال هذه المادة أن المشرع الجزائري لم يعرف المنتوج بل أورد قائمة المنتجات التي تعد منتجا، وهو بذلك تعتبر نقلا حرفيا لنص المادة 1245-2 من القانون المدني الفرنسي مع الاختلاف بسيط في الصياغة، وبهذا فإن المقصود بالمنتوج في مجال مسؤولية المنتج هو كل مال منقول بما في ذلك المنقول المتصل بالعقار سواء كان هذا المنقول ماديا أو معنويا طبيعيا أو صناعيا والمال المنقول في هذا المجال هي الأشياء المنقولة، بمعنى أن المنتوج يشمل حسب هذا التعريف الوارد في المادة 140 مكرر/2 المنتوج الزراعي والصناعي، تربية والحيوانات والصناعة الغذائية، الصيد البري والبحري، الطاقة الكهربائية.⁽²⁾

2. المنتوج في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش: عرف المشرع الجزائري المنتوج الذي قد يشمل السلعة والخدمة من خلال نص المادة 03 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم على أنه: «كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا».⁽³⁾

وتفسيرا ذلك يتبين لنا أن مفهوم المنتوج في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وتلك المتعلقة بالقانون المدني يشمل كل من السلع والخدمات، ونجد قانون حماية المستهلك قد أخذ بالمفهوم الاقتصادي للمنتوج وتم تعريف شقي المنتوج، فعرف السلعة بموجب المادة 03 منه، وعرف الخدمة بموجب المادة 15/3 من نفس القانون. وبمقارنة مفهوم المنتوج بين ما هو في ظل النصوص المتعلقة بحماية المستهلك وتلك المتعلقة بالقانون المدني، نجد أن المشرع تبنى لتحديد مفهوم المنتوج النهج التوسعي في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليشمل المنتوج كل منقول مادي أو معنوي صناعي أو طبيعي، خطر كان أو غير خطر بطبيعته، ولعل حافز المشرع إلى انتهاج هذا النهج هو حماية المستهلك في أمنه وسلامته ومصالحه، وهو ما يبرر الألفاظ والعبارات التي اعتمدها من خلال القانون رقم 09-03 مثل منتوج سليم ونزيه وقابل للتسويق، منتوج مضمون، ومنتوج خطير معرفا كلا منها.

وبالرغم من النص العام الذي جاء به قانون حماية المستهلك وقمع الغش أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات حيث نص في المادة 2 منه على أن تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع والخدمات الموضوعة

(1)-أنظر: زهرة بن عبد القادر، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي، مجلة الشريعة والاقتصاد كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة، المجلد 01، العدد 01، جوان 2012، ص 227-228.

(2)-أنظر: علي سليمان علي، دراسات في المسؤولية المدنية في القانون المدني الجزائري، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 101-102.

(3)-أورد المشرع الجزائري مفهوم المنتوج في عدة نصوص قانونية متفرقة نذكر منها: المادة 02 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش (الملغى)، المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات المعدل والمتمم، المادة 02 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس المعدل والمتمم، والمادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم.

للاستهلاك كما هي محددة في أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ، كما نص في المادة 03 من نفس المرسوم على أنه: « لا تطبق أحكام هذا المرسوم على المنتجات العتيقة والتحف، والمنتجات الغذائية الخام الموجهة للتحويل والبيوسيدات والأسمدة والأجهزة الطبية، والمواد والمستحضرات الكيميائية التي تخضع لأحكام تشريعات خاصة». وبهذا يكون المشرع الجزائري قد أورد استثناءات على المنتجات التي لا تطبق عليها أحكام أمن المنتجات، وهي تلك التي تخضع لأحكام خاصة بسبب طبيعتها وشروط الاستعمال المخصصة لها.(1)

الفرع الثالث: تعريف المنتج والمتضرر

يطرح نظام مسؤولية المنتج إلى جانب مصطلح المنتج مصطلحين آخرين ويتعلق الأمر بمصطلحي المنتج والمتضرر، وذلك على أساس أن الأول يتسبب بفعل منتجاته المعيبة في أضرار الثاني، لهذا سيتم من خلال هذا الفرع التطرق إلى مفهوم المنتج (أولا) لنعرج بالبحث عن مفهوم المتضرر (ثانيا).

أولاً: مفهوم المنتج: إن تحديد مفهوم المنتج له أهمية كبيرة كونه الشخص الذي سوف تنطبق عليه قواعد المسؤولية المدنية عن المنتجات المعيبة، فكلما توسع المشرع في معنى المنتج كلما حقق حماية أعلى للمستهلك، وكلما تقلص مفهوم المنتج كلما تعرض المستهلك لانتهاك حقوقه في التعويض.(2) ولقد وردت بشأنه عدة تعريفات لكن كلها غير قانونية بل اقتصادية محضة ولكن نتيجة الاحتكاك بين فرعي الاقتصاد والقانون في الفترة الأخيرة، وظهر قانون الأعمال دفع برجال الفقه والقانون الإحاطة بمدلول مصطلح المنتج.(3) وهو ما يدعونا إلى التوقف عند مفهوم فكرة المنتج في المجال الدولي، والقانون المقارن.

01-تحديد مدلول المنتج في المجال الدولي: إن اتساع مجال التجارة الدولية بفعل التدفق للمنتجات والخدمات □ الأسواق العالمية ضاعف من حجم الأضرار التي تولدها المنتجات، وجعل الاهتمام بتنظيم مسؤولية منتجي السلع يرقى إلى أولويات اهتمامات المنظمات الدولية للوصول إلى حلول عاجلة تنظم المسألة، ولتحديد مفهوم المنتج على المستوى الدولي يستدعي منا الوقوف على مختلف الاتفاقيات الدولية في هذا المجال.

استناداً إلى اتفاقية لاهاي نجدها لم تعرف المنتج إنما ذهبت إلى تعداد الأشخاص المعنيين بالمسؤولية، إذ تنص المادة 03 على أنه: «على أن تسري هذه الاتفاقية على مسؤولية الأشخاص التالية:-صانعي السلع في شكلها النهائي وصانعي القطع التي تتركب منها. - منتجي السلع الطبيعية، وموردي السلع.

-وكل شخص آخر يقع على سلسلة إعداد السلع وتوزيعها تجارياً، ويدخل أيضاً الأشخاص الذين يتولون إصلاح السلعة واستبدالها، وتسري أيضاً على تابعي الأشخاص المذكورين أعلاه (4) ومن خلال هذه المادة يمكننا تسجيل الملاحظات التالية:

1-الملاحظ على اتفاقية أنها أعطت مدلولاً واسعاً للمنتج، ولم تستثن منتجي السلع الطبيعية وهي بهذا تشمل الصانع والمنتج، وتشمل كل من يقع على سلسلة إعداد المادة وتوزيعها.

(1)-أنظر: محمد جريفي، المرجع السابق، ص 308.

(2)-أنظر: هاشم عدنان جواد، مجيد عقيل كاظم، مسؤولية المنتج المدنية عن منتجاته المعيبة وفق التوجيه الأوروبي لمسؤولية المنتج رقم 85 لسنة 1985، دراسة تحليلية مقارنة، مجلة جامعة كربلاء العلمية، كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق المجلد 09 العدد 02، أنساني 2011، ص 116.

(3)-أنظر: خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، المرجع السابق، ص 166.

(4)-تسري هذه الاتفاقية على مسؤولية الأشخاص التاليين: الصانع للمنتج النهائي، والصانع لأجزاء المنتج للموارد الطبيعية العارضين للمنتجات، وكل الأشخاص القائمين بعملية الإصلاح، كما تسري على مستخدمي وتابعي الأشخاص السابقين.

2- إن تعداد الأشخاص الذين تسري في حقهم المسؤولية جاء على سبيل الحصر، كما استثنت من مجالها الناقل، وكذا مصلي السلع ومستودعيها إلا إذا ساهموا في إعدادها وتوزيعها تجارياً. أما بخصوص اتفاقية المجلس الأوروبي الخاصة بالمسؤولية عن فعل المنتجات الموقع عليها سنة 1976 فقد عرفت المادة 2/02 من هذه الاتفاقية المنتج بأنه: «صانع السلعة في شكلها النهائي أو صانع الأجزاء التي تتركب منها، ومنتجو السلع الطبيعية». وعليه فإن المسؤولية تقتصر على المنتج دون التاجر الوسيط، إذ المنتج للسلعة في شكلها النهائي ومنتجو السلع الطبيعية، أي الأشخاص الذين يقومون باستخراجها من مصادرها مختلفة سواء تخلصها عمليات صناعية أم كانت ثمرة الطبيعة وحدها. وقد عالجت الاتفاقية أيضاً على من تقع المسؤولية في حالة تعدد المنتجين إذا نشأ الضرر عن جزء من الأجزاء التي تتكون منها السلعة فنصت المادة 4/3 منها على أنه: «إذا حدث الضرر بسبب عيب في إنتاج أدخل في إنتاج آخر، يعد كل منتج لأحد الإنتاجين مسؤولاً». بيد أن المضرور يصعب عليه الرجوع على كليهما، وتخفيفاً عليه قضت الاتفاقية في المادة 5/02 على أنه: «إذا تعدد المسؤولون عن نفس الضرر يحق للمضرور أن يرجع على أحدهما بكامل التعويض باعتبارهما مسؤولين عن الضرر بالتضامن»⁽¹⁾.

أما بشأن المنتج في التوجيه الأوروبي لسنة 1985 فقد تعرضت للصانع لا المنتج وقد عرفت المادة 03 منها على أنه: «الصانع للسلعة في شكلها النهائي وصانع المادة الأولية أو الأجزاء التي تتكون منها، وكل شخص يقدم نفسه كصانع بأن يضع اسمه وعلامتها التجارية أو أية علامة أخرى مميزة له على السلعة». ولقد عالجت الفقرة الثانية حالة المسؤول الاحتياطي وهي لا تكاد تختلف عن اتفاقية المجلس الأوروبي إحالة إليها، وقد ابتكرت الفقرة الثالثة حكماً جديداً حيث اعتبرت في حكم الصانع للسلعة الشخص المستورد للسلعة في السوق الأوروبية بغرض إعادتها بيعها، وهذا يعكس حرصه في حماية المستهلك الأوروبي للمنتجات المستوردة خارج المجموعة الأوروبية، بأن جعل المستهلك الأوروبي هو المسؤول عما تحدثه المنتجات المستوردة من أضرار كما يستهدف من جهة الأخرى تقليل منافسة السلع الأمريكية واليابانية للمنتجات الأوروبية خاصة كما أنه شدد من مسؤولية مستوردها وطارحها في السوق الأوروبية.⁽²⁾

02- مفهوم المنتج في القانون المقارن: رغم تأثر القوانين المقارنة بالأحكام التي كرستها الاتفاقيات الدولية لتحديد المنتج، لكنها اختلفت في الأخذ بها بين القانون الفرنسي، وبين ما أخذ به القانون المصري والجزائري.

01. المنتج في القانون الفرنسي: لم يكن لفظ المنتج معروف من قبل في القانون الفرنسي ما عدا بعض الدراسات التي استعملت مصطلحات البائع الصانع، المحترف أو المهني في مجال عقود الاستهلاك إلى أن صدر قانون رقم 98-389 الخاص بمسؤولية المنتج عن فعل منتجاته المعيبة. وبالرجوع إلى أحكام القانون المدني نجده قد بين الأشخاص المعنيين بهذه المسؤولية في المادتين L1245-5-L1245-6 ناقلاً بذلك نص المادة 03 من توجيه الأوربي لسنة 1985 حيث جاء في نص المادة 5-1245 منه: «يعد منتجاً عندما يتصرف بصفته محترفاً الصانع للمنتج النهائي، منتج المادة الأولية، صانع الجزء المكون للمنتج النهائي، ويعد في حكم المنتج كل شخص يتصرف بصفته محترفاً من الأشخاص التاليين: - من يقدم نفسه كمنتج بوضع اسمه على المنتج أو علامته، أو أي إشارة.

(1)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، الرجوع السابق، ص 25-26.

(2)-أنظر: قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 45.

- من يستورد منتوجا من الجماعة الأوروبية بقصد البيع.....» (1).

وباستقراء نص المادة السالفة الذكر نجد المشرع الفرنسي جاء بمفهوم موسع للمنتج وهذا من أجل أن يحظى المتضرر بحماية أكبر (2) حيث يشمل منتج النهائي ومنتج الجزء والأجزاء المركبة، كما شبه المنتج بكل من يضع اسمه على المنتج أو العلامة، أو أية إشارة أخرى وكل مستورد للمنتوج، ولا الشك أن المقصود من هذا التوسع إدخال الشركات التوزيع الكبرى نطاق القانون الجديد التي ببيعها للمنتجات بعد وضع العلامة عليها محل المنتجين، ومن الطبيعي أن تتحمل المسؤولية لتسهيل على الضحايا وهو طريقة لتحميل المحترف المسؤولية، كما اعتبر المنتج خلافا للتعليمات الأوروبية كل بائع والمؤجر والمستورد محترف، وهكذا يكون للمتضرر الرجوع على عدة أشخاص بدءا بالمنتج الأصلي وصولا إلى البائع النهائي (3).

02. المنتج في القانون المصري: عرف المشرع المصري المحترف المنتج في كل من أحكام قانون التجارة الجديد رقم 17-1999، والقانون الجديد لحماية المستهلك رقم 181-2018 فقد نصت المادة 3/67 من قانون التجارة الجديد على أنه: «وفي حكم هذه المادة:

أ- يقصد بلفظ المنتج صانع السلعة الذي أعدها في هيئتها النهائية التي عرضت بها في التداول سواء أكانت جميع الأجزاء التي تتركب منها السلعة من صنعه، أم استعان بأجزاء من صنع الغير ولا ينصرف اللفظ على تابعي المنتج.

ب- يقصد بلفظ الموزع مستورد السلعة للتجار فيها وتاجر الجملة الذي يقوم بتوزيعها ولو قام في الوقت نفسه بعمليات بيع التجزئة في السوق المحلية على تجار التجزئة، كما يشمل اللفظ تاجر التجزئة إذا كان يعلم أو كان من واجبه أن يعلم وقت بيع السلعة بالعيب الموجود بها، والعبرة في ذلك بما كان يفعله تاجر عادي يمارس بيع سلعة من النوع نفسه، ولو وجد في الظروف ذاتها» (4). كما نصت المادة 4/67 على أنه: «يجوز للمدعي توجيه دعوى المسؤولية إلى المنتج أو الموزع أو إليهما معا دون تضامن بينهما.....».

وانطلاقا من هذه المادة نجد المشرع المصري قد حصر في قانون التجارة المسؤولية في شخصين رئيسيين هما المنتج النهائي للسلعة، والموزع الذي يشمل كل من المستورد وتاجر الجملة وتاجر التجزئة. ولعل التبرير المنطقي لذلك هو أنه يفترض في صانع السلعة في شكلها النهائي التأكد من سلامة وصلاحية الأجزاء التي يستخدمها في الإنتاج، وعليه فحصها ومراقبتها قبل تركيبها (5). بخلاف المفهوم الضيق للمنتج الذي جاء به قانون التجارة الجديد، فإن قانون حماية المستهلك كان أكثر اتساعا بالرغم من أنه عبر عنه باللفظ "المورد" حيث نصت المادة 01

(1)-تمت إضافة أحكام المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة في قواعد القانون المدني الفرنسي بموجب القانون رقم 98-389 وذلك في المواد 1386-1 إلى 1386-18 إلا أنه مع صدور التعليمات رقم 131-2016 تمت إعادة ترتيب نفس المواد، وأصبحت حاليا تحت أرقام 1245 إلى غاية 1245-17 مع إبقاء نفس مضمون المواد السابقة.

- Loi n°98-389 du 19 mai 1998 relative à la responsabilité du fait des produits défectueux JORF n°117 du 21 mai 1998.

-Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats du régime général et de la preuve des obligations, op.cit.

(2)-أنظر: فتحي عبد الله عبد الرحيم، دراسات في المسؤولية التقصيرية (نحو مسؤولية موضوعية)، منشأة المعارف الإسكندرية، 2005، ص 177.

(3)-أنظر: مسعودة عمارة، تحديد الإطار القانوني لنص المادة 140 مكرر مسؤولية المنتج وفقا لأحكام القانون المدني الجزائري المعدل والمتم لسنة 2005، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعيد دحلب البليدة العدد 02 جانفي 2012، ص 140.

(4)-المادة 67 من القانون رقم 17-1999 المتعلق بقانون التجارة المصري المعدل والمتمم السالف الذكر.

(5)-أنظر: قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2004-2005، ص 56.

من القانون 2018-181 المتعلق بحماية المستهلك: «يقصد بالكلمات والعبارات التالية المعنى المبين في كل منها:

-المورد: كل شخص يمارس نشاطا تجاريا أو صناعيا، مهنيا أو حرفيا يقدم خدمة للمستهلك أو ينتج سلعة، يصنعها أو يستوردها، وذلك بهدف تقديمها إلى المستهلك أو التعامل أو التعاقد معه عليها بأي طريقة من الطرق بما في ذلك الوسائل الالكترونية وغيرها من الوسائل التقنية الحديثة». ومن خلال هذه المادة يتضح أن مفهوم المنتج هو مفهوم موسع يشمل كل الفئات التي يمكن أن تشارك في تداول السلعة ابتداء بالمنتج أو المستورد، ومرورا بالموزع أو الوسيط إلى غاية وصولها للمستهلك بغض النظر عن طريقة التعامل معه حتى ولو كانت الطرق الالكترونية كما جعل المشرع المصري كل من ساهم في إنتاج وتوزيع سلعة مسؤول بصفة أصلية وتضامنية عن تعويض الأضرار التي تنجم عن عيوبها باعتبار أنه لا يجوز تجزئة المسؤولية بسبب تعدد المنتجين كما أنه من حق المضرور مطالبتهم بالتعويض حتى على سبيل التضامن.⁽¹⁾

03. المنتج في القانون الجزائري: لم يرد مصطلح المنتج في القانون المدني إلا بعد تعديل أحكامه بموجب القانون رقم 05-10 حيث نصت المادة 140 مكرر منه على أنه: «يكون المنتج مسؤولا.....». حيث حمل هذا النص المنتج مسؤولية الأضرار الناتجة عن عيب في منتوجاته دون تحديد لمفهوم المنتج، هذا ما يقتضي البحث عن معنى المنتج في القوانين الخاصة بحماية المستهلك.⁽²⁾ ذلك أنه باستقراء نص المادة 140 مكرر نجد أن مفهوم المنتج ينصرف إلى الصانع النهائي للمنتوج، ومنتج المواد الأولية كالمزارعين ومشروعات الصيد، ومنتجي الطاقة الكهربائية. أما المنتج في نطاق قانون حماية المستهلك والمراسيم التنظيمية فله مفهوم واسع ومرتبطة بنظرية المحترف، إذ نجده قد أشار للمنتج في المادتين 5 و28 من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى) كأحد المتدخلين، بينما أحوالت منه فيما يخص تحديد مفهوم المنتج إلى التنظيم، أما المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات أشارت للمنتج في تعريفها للحرفي.⁽³⁾ وبهذا فإن المشرع الجزائري لم يعرف المنتج بل أورد فقط قائمة المحترفين، معتبرا أن المنتج محترفا غيره من المتدخلين في إطار مهنته، كما أنه لم يركز على القائم في العملية الإنتاجية المادية فحسب، وإنما أقرنه بمقدم الخدمة وهذا على اعتبار أن الأضرار المتولدة عن تقديم الخدمات أصبحت لا تقل عن أضرار المنتجات وخاصة مع انتشار خدمات الانترنت في الجزائر وخدمات الصحة والصيانة.⁽⁴⁾

أما في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم فلم يعرف هو الآخر المنتج شأنه شأن القانون المدني، واكتفى بتعريف الإنتاج من خلال نص المادة 9/3 وعرف المتدخل من خلال المادة 8/3 من ذات القانون، ولم يقف المشرع عند هذا الحد وجاء بفكرة العون الاقتصادي من خلال نص المادة 1/3 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم التي نصت على أنه: «كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي

(1)-أنظر: فضيلة يسعد، المسؤولية المدنية للمنتج عن منتجاته الصناعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، فرع القانون الخاص، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017، ص 207.

(2)-أنظر: السهام المر، الالتزام المنتج بالسلامة، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2008-2009، ص 24.

(3)-المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ السالف الذكر.

(4)-أنظر: سارة قنطرة، المرجع السابق، ص 10.

تأسس من أجلها».

ومن خلال هذا العرض المختصر للنصوص القانونية نجد أن المسؤول عن فعل المنتجات المعيبة هم عدة أشخاص تبدأ من أول منتج للمادة الأولية إلى غاية البائع النهائي للمنتج بشرط أن يقوم بهذه العملية لحاجاته المهنية⁽¹⁾ مما سبق بيانه يمكن تعريف المنتج على أنه: «كل ممتن يتعامل في مواد تتطلب منه جهدا خاصا والذي يلعب دور في تهيئتها وتنشئتها، أو صنعها لتسويق وتوضيبيها، ومن ذلك خزنها في أثناء صنعها وقبل أول تسويق لها»⁽²⁾. ولا مناص من القول أن المشرع الجزائري لم يجعل حماية المستهلك مقتصرة على المتعاقد مع المستهلك فحسب، بل مد نطاقها لتشمل كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك ولو لم تربطه بالمستهلك علاقة تعاقدية، متجاوزا بذلك ما تضمنته المادة 140 مكرر على اعتبار أن المادة الأخيرة خصت المنتج دون سواه من المتدخلين في عرض المنتج للاستهلاك⁽³⁾. كما أن المشرع استحدث أمرا هاما والذي يعتبر ضمان آخر للمضروور يتمثل في تكفل الدولة بالتعويض في حالة انعدام المسؤول عن الأضرار التي تصيبه من المنتجات، وقد تم تأكيد هذا المبدأ من خلال نص المادة 140 مكرر 1 من القانون المدني.

ثانيا: المتضرر: إن البحث في مجال المسؤولية وتعويض المتضررين أمرا هاما لا مناص منه أمام اتساع دائرة المخاطر التي تسببها المنتجات، وبالتالي يقتضي ذلك تحديد من هم المتضررين أو الضحايا من جراء عيوب هذه المنتجات حتى يتمكنوا من الحصول على تعويض المناسب. وقد عرف المتضرر على أنه: «كل شخص تضرر من المنتج المعيب المطروح للتداول أو المتضرر من أضرار المنتجات المعيبة»⁽⁴⁾ بينما عرفه الدكتور علي سليمان علي المتضرر في مؤلفه دراسات في المسؤولية المدنية بأنه: «صاحب الحق في طلب التعويض من المسؤول عن الضرر»⁽⁵⁾.

أما من الناحية القانونية وطبقا لأحكام التوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي يمكن للمتضرر أن يستفيد من المسؤولية عن كل إخلال بضمان سلامته سواء كان متعاقد مع المنتج، أو لا تربطه أي صلة تعاقدية على أساس أنهما لم يقومان أية وزن للأسباب التي أدت إلى انتقال السلعة بموجبها للمضروور، أو لصلة المضروور⁽⁶⁾ فطبقا لأحكام المادتين 12-13 من التوجه الأوروبي نجده يقيم مسؤولية المنتج بغض النظر عن صفة المضروور، فلم يميز التوجيه في حق المستهلك بالمسؤولية الموضوعية للمنتج بين المضروور المحترف والمضروور غير محترف، كما أنه حتى في حالة التي تنتقل فيها ملكية السلعة إلى المضروور بموجب عقد مبرم مع المنتج، فإن الشروط الإعفاء والتخفيف من المسؤولية تعد باطلة بطلانا مطلق حتى وإن كان المضروور محترفا على اعتبار أن الهدف من إقرار المسؤولية الموضوعية للمنتج من عيب منتجاته هو جبر وتعويض الضرر دون النظر إلى مدى خبرة المضروور ومدى احترافه⁽⁷⁾.

أما بخصوص المشرع الفرنسي فطبقا لأحكام المادة 1245 قانون مدني والتي تنص على أنه: «المنتج يكون مسؤولا عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، سواء كان يربطه بالمضروور عقد أم لا». وبهذا يكون المشرع الفرنسي قد وسع من دائرة حماية المتضررين

(1)-أنظر: محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة، العدد 24، 2004 ص 51.

(2)-أنظر: مصطفى بن بادة، دليل المستهلك الجزائري، وزارة التجارة، الجزائر، 2011، ص 194.

(3)-أنظر: محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، ص 69.

(4)-أنظر: علي حساني، المرجع السابق، ص 356.

(5)-أنظر: علي سليمان علي، المرجع السابق، ص 244.

(6)-أنظر: حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 231.

(7)-أنظر: عبد الحميد الدسيطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 537.

فلم يعطي أهمية إلى طبيعة الرابطة التي تجمع المسؤولين عن الضرر المنتج ومن في حكمه مع المتضرر فيستوي أن يكون متعاقد أم لا فما يهم أن يكون الضحية (المتضرر) منتج معيب وبهذا يكون المشرع أخضع الأشخاص الذين مست سلامتهم الجسدية أو مالية نتيجة منتج لنظام مسؤولية موحد.⁽¹⁾

أما في التشريع المصري وطبقا لأحكام المادة 01 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك والتي تنص على أنه: «المستهلك: كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم إليه المنتجات لإشباع حاجاته غير المهنية أو غير الحرفية، غير التجارية أو يجرى التعامل أو التعاقد معه بهذا الخصوص». وانطلاقا من هذه المادة نجد أن المشرع المصري قد أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك مما يؤدي إلى حرمان فئة الأفراد من الاستفادة من الحقوق التي يكفلها هذا القانون لمتقاعين بأحكامه. وعليه فالمهني الذي يحصل على السلعة أو الخدمة لأغراض تتعلق بمهنته لا تطبق عليه أحكام هذا القانون، فهذا التعريف يركز على الغرض من التصرف للشخص، فإذا كان الغرض بعيدا عن النشاط المهني مثل التصرفات التي يجريها لإشباع حاجاته اليومية أو حاجات أسرته فإنه يحوز صفة المستهلك، بخلاف ما إذا كان الغرض من التصرف يتعلق بنشاطه المهني فلا يعد في هذه الحالة مستهلكا جدير بالحماية ولو اتسم مركزه الاقتصادي بالضعف.⁽²⁾

أما بخصوص موقف المشرع الجزائري ومن خلال اطلاعا على المادة 140 مكرر السالفة الذكر نجدها وسعت من دائرة المستفيدين من الحماية، فهي لم تشمل المستهلك بالمعنى الضيق بل كل المتضررين سواء مهنيين أو مستهلكين، فقد تبنت المفهوم الواسع للمستهلك أما القانون المتعلق بحماية المستهلك فقد اصطلح على المتضرر باسم المستهلك وهو ما تضمنته المادة 1/3 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 2/3 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم. وباستقراء نص المادتين السالفتين الذكر نجد أن المشرع الجزائري واكب آخر ما وصل إليه الفقه، حيث وسع مفهوم المستهلك الذي كان مقتصرًا على المتعاقد وأصبح يشمل كل مستهلك حيث عبر عنه بكلمة "المقنتي" أي أنه فضل الأخذ بالمفهوم القانوني دون المستهلك الفعلي إلا أنه اشترط أن يكون الهدف من الاقتناء هو تلبية حاجاته الشخصية أو حاجة شخص أو حيوان يتكفل به.⁽³⁾

المطلب الثاني: الأحكام القانونية للمسؤولية الموضوعية للمنتج

تعتبر مسؤولية الموضوعية للمنتج من المواضيع □□امة المستجدة □ مجال المسؤولية المدنية حيث يعود ظهور التطبيق من تطبيقات المسؤولية إلى القرن العشرين، حيث نشأت وترعرعت أفكارها الأولى □ النصف الأول منه، غ □ أنه سرعان ما تطورت تطورا هائلا في النصف الثاني من القرن العشرين بفضل تضافر جهود الفقه والقضاء ليتوج هذا التطور بتبنيها تشريعا □ العديد من النظم القانونية.⁽⁴⁾ فبعدما ثبت عجز القواعد العامة عن توفير الحماية الكافية للمستهلك جراء الأضرار التي تلحقها المنتجات الخطيرة استدعى الأمر استحداث نظام جديد لمسؤولية المنتج عن عدم أمان منتجاته، ويسمح بتعويض كافة المتضررين عن فعل المنتجات المعيبة في إطار المسؤولية الموضوعية للمنتج والتي عرفت على أنها: «تلك المسؤولية التي لا تقوم على أساس الخطأ إنما تقوم على الضرر، مما يعني أن المنتج يكون مسؤولا عن الضرر اللاحق بالمستهلك جراء استخدام

(1)-أنظر: الغوثي بن ملح، المسؤولية المدنية عن فعل المنتجات المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم تخصص قانون، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2016-2017، ص 59.

(2)-أنظر: عبد الحميد الدسيطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 542.

(3)-أنظر: فضيلة يسعد، المرجع السابق، ص 223.

(4)-أنظر: سالم محمد رديعان الغزاوي، المرجع السابق، ص 32.

هذا الأخير منتج معيب سواء كانت تربطهما علاقة عقدية أم لا.⁽¹⁾ ولا يمكن أن تقرر هذه المسؤولية إلا بقوة القانون، فهذه الأخيرة مقررة بقوة القانون تقوم على أساس إثبات عدم قدرة المنتج على تحقيق السلامة والأمن لمستهمليه نتيجة لوجود عيب فيه يخل بالالتزام بمطابقة المنتج سواء جمعت علاقة تعاقدية بين المضرور والمسؤول عن المنتج أم لا.⁽²⁾

وللإلمام بهذه المسؤولية يقتضي الأمر من خلال هذا المطلب بداية التطرق إلى شروط قيام المسؤولية الموضوعية للمنتج {الفرع الأول} لنخرج بالبحث عن الطبيعة القانونية لمسؤولية المنتج الناشئة عن عيوب منتجاته {الفرع الثاني} ذلك أن مسألة تحديد طبيعتها القانونية من المسائل الأساسية للوصول إلى نظام قانوني يسري على كل من المنتج والمضرور، وفي الختام سيتم معالجة وسائل دفع هذه المسؤولية {الفرع الثالث}.

الفرع الأول: شروط قيام المسؤولية الموضوعية للمنتج

لقد حددت المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري شروط مسؤولية المنتج ومن في حكمه والتي تقوم على أساس عدم كفاية الأمان والسلامة في المنتجات. ومن خلال هذا المطلب سيتم التطرق إلى هذه لشروط والمتمثلة أساسا في وجود العيب في المنتج (أولا) وتحقيق الضرر الناتج عن وجود ذلك العيب (ثانيا) إضافة إلى وجود علاقة سببية بين تعيب المنتج والضرر (ثالثا).

أولا: وجود عيب في المنتج: إن تحديد مفهوم العيب باعتباره حجر الزاوية في المسؤولية الخاصة للمنتج، تظهر أهمية في كونه السبب المنشئ للمسؤولية من جهة، وارتباطه من جهة أخرى بالسلامة، عكس العيب الخفي أو عيب عدم المطابقة المقررة وفقا للقواعد العامة المتعارف عليها في مجال الضمان من حيث يقتصر فقط على العيب الذي يجعل المنتج غير آمن ومفضي إلى أضرار تطل الأشخاص والأموال.⁽³⁾

01- مفهوم معيوبية المنتج: يقصد بالعيب الخلل في المنتج بحيث يجعله يشكل خطر على المستهلك في حالة استعماله، وبالتالي يقدر العيب بالنظر إلى انعدام السلامة وليس القدرة على استعمال، فالعيب الذي يكون من شأنه أن يعقد مسؤولية المنتج هو فقط ذلك الذي يعرض سلامة المستعمل المنتج للخطر سواء السلامة الجسدية أو العقلية للمستهلك.⁽⁴⁾

وعليه فإن تعريف معيوبية المنتج يعتبر من الأسس المستحدثة في نظام المسؤولية المدنية عموما فهو بمثابة الأساس الناظم الذي اعتمدته معظم النظم القانونية المقارنة، إذ عرفه المشرع الفرنسي في الفقرة الأولى من المادة 3-1245 من القانون المدني على أنه: «يعتبر المنتج معيبا عندما لا يوفر السلامة التي يمكن توقعها بشكل مشروع». كما اعتبر المشرع الفرنسي المنتج ومن في حكمه مسؤولا عن عيب نقص السلامة حتى ولو كان المنتج قد راعى في صنعه أصول الصناعة معمول بها أو كان قد حصل على تصريح من جهة الإدارة، وهو ما أكدته من خلال المادة 10-1245 من القانون المدني الفرنسي.⁽⁵⁾

والجدير بالملاحظة أن المشرع الفرنسي بموجب التعديل الجديد لقانون الاستهلاك لسنة 2016

(1)-أنظر: يوسف مسعودي، أرجيلوس رحب، الاتجاه الموضوعي لمسؤولية المنتج في التشريع الجزائري، مجلة القانون والمجتمع، مخبر قانون المجتمع، جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد 05، العدد 01، جوان 2017، ص 87.

(2)-أنظر: صالحة العمري، حماية المستهلك في إطار قواعد المسؤولية المستحدثة لمنتج الدواء في التشريع الجزائري، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أفريل 2017، ص 13.

(3)-أنظر: محمد رحمان مختار السيد، عيب المنتج كسبب منشئ للمسؤولية المدنية للمنتج، مجلة المحكمة العليا، العدد 02، 2013، ص 22.

(4)-أنظر: محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، المرجع السابق، ص 83.

(5)-أنظر: منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، المرجع السابق، ص 298.

غير في صياغة المادة بحيث نصت على أنه: «يجب أن تتوفر في المنتجات والخدمات في ظل ظروف الاستعمال العادية أو أية ظروف قابلة للتقدير بصفة معقولة من طرف المهنيين السلامة التي يمكن توقعها بصورة مشروعة لا تعرض صحة الأشخاص للخطر». (1) وعليه فإن العيب الذي تغطيه المسؤولية الموضوعية هو فقط العيب الذي يهدد سلامة الأشخاص، فلا يدخل في نطاق هذه المسؤولية العيوب التي تهدد فقط المنفعة الاقتصادية للأشخاص كصلاحية المنتج للاستعمال أو لا تحقق الغرض الذي أعد المنتج لأجله. (2)

أما بخصوص المشرع المصري واستنادا لنص المادة 7/1 من القانون رقم 181-2018 المتعلق بحماية المستهلك نجده جعل مفهوم العيب يتشابه مع ما ورد في ظل قواعد القانون المدني حيث اعتبر العيب كل ما يؤثر على قيمة المبيع أو نفعه المادي. (3) ولكنه تدارك هذا النقص من خلال نص المادة 19 من ذات القانون حيث ربط وجود العيب بآثاره المضرة بأمن وسلامة المستهلك. (4)

وفي ذات التوجه اشترط المشرع الجزائري هو الآخر لقيام مسؤولية المنتج أن يكون هناك عيب في المنتج، غير أنه لم يعرفه كما فعل المشرع الفرنسي مما يدعونا إلى التساؤل عن معنى العيب الذي يقصده؟ فإذا نظرنا إلى نص المادة 140 مكرر بالفرنسية نجد أن المشرع استعمل مصطلح *le Vice* ولم يستعمل مصطلح *Le défaut* كما فعل المشرع الفرنسي في المادة 3-1245 من القانون المدني الفرنسي رغم أن الفرق بين المصطلحين شاسع، فالأول يعني الآفة الطارئة على المنتج، أما الثاني فيعني عدم استجابة المنتج للسلامة المشروع مما يجعل الغموض يكتنف هذا المصطلح. (5) وأمام غياب تعريف لمعنى العيب في القانون الجزائري فلا مناص من البحث عن معناه في القوانين التي جاءت لحماية المستهلك حيث عرف المشرع المنتج السليم ونزيه قبل للتسويق من خلال نص المادة 12/3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، كما عرفت نفس المادة في فقرتها 13 المنتج المضمون، كما أن المادة 9 من ذات القانون أكدت على ضرورة توافر المنتجات على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها.

يتضح مما سبق أن مفهوم العيب الوارد في المادة 140 مكرر منظر إليه بمفهوم هذه النصوص الخاصة يرتبط بخلل ما وملابسات تضيف على المنتج صفة الخطورة أو تفعل مكان الخطورة فيه وتجعله أكثر مساسا بأمن وسلامة الأشخاص، وهو بذلك يختلف تماما عن معنى العيب الخفي الوارد في أحكام عقد البيع، حيث يقصد بعيب نقص الأمان في مجال مسؤولية المتدخل المخاطر التي يتضمنها المنتج والتي تلحق أضرار جسمية بالشخص أيا كانت علاقته بالمتدخل. أما العيب الذي يكون محل ضمان البائع أي العيب الخفي فهو يتمثل في عدم صلاحية المنتج للغرض المخصص له، إذ يدخل ضمن التزامات البائع ويعد ضمانا للمشتري دون غيره مما يرتب عليه المسؤولية العقدية. (6)

(1)-L421-3 du code de consommation , Voir : www.Légifrance.gouv.fr.

مع التعديل الذي عرفه قانون الاستهلاك الفرنسي بموجب التعليم 301-2016 المتعلقة بالجزء التشريعي لقانون الاستهلاك تم تغيير رقم المادة لتصبح ممثلة بالمادة L421-3 مع الاحتفاظ بنفس المضمون.

(2)-أنظر : حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص 197 .

(3)-المادة 447 من القانون المدني تنص على أنه: « يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم تتوافر في المبيع.....، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو منفعته بحسب الغاية المقصودة ».

(4)-المادة 19 من القانون رقم 181-2018 المتعلق بحماية المستهلك السالف الذكر.

(5)-أنظر : شوقي بناسي، من سلبيات القانون رقم 10-05 المعدل للقانون المدني، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية الاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 45، العدد 02، جوان 2008 ص 29.

(6)-أنظر : كريمة شعشوع، الالتزام بأمن المنتج، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013-2014، ص 152.

02)-تقدير عيب الموجب للمسؤولية الموضوعية للمنتج: باعتبار ركن العيب مرتبط بعنصر السلامة والأمان، فإن تقدير وجود العيب يتحدد بناء على معيار موضوعي يتحدد بغض النظر عن الرغبة الخاصة للمضروب، وإنما يتم التقدير طبقاً للرغبة المشروعة للاستهلاك.⁽¹⁾

وفي هذا السياق وضع المشرع الفرنسي في الفقرة الثانية من المادة 3-1245 من القانون المدني الفرنسي الضوابط التي يمكن للقاضي أن يستند عليها لتقدير تحقق العيب والتي نصت على أنه: «.. عند تقدير السلامة المنتظرة شرعاً يجب الأخذ في الاعتبار كل الظروف ولاسيما تقديم المنتج والاستعمال المعقول المتوقع، وهذا عند عرضه للتداول» وبهذا يؤخذ بعين الاعتبار الكيفية التي يقدم فيها المنتج للتسويق، وكيفية استعمال هذه المنتجات من قبل المضروب، ومراعاة الظروف المحيطة كتغليف المنتج وطريقة استعماله، ووقت عرضه للتداول.⁽²⁾

أما بخصوص موقف المشرع الجزائري واستناداً إلى نص المادة 1/11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم فإن تقدير العيب يركز على التوقع المشروع للشخص العادي، ذلك أن المشرع ينص على الرغبة المشروعة للمستهلك وليس رغبة المستهلك، فمصطلح المشروعية يفيد التأكيد على موضوعية المعيار.⁽³⁾

ونقصد بالرغبة المشروعة للمستهلك تحقيق سلامته من الأضرار عند استهلاك أو استعمال المنتج معين، ولعل الدافع من وراء استعمال هذا المصطلح هو جعل تقدير الالتزام بالسلامة يخضع لمعايير موضوعية تحقق مصلحة كل من المنتج والمستهلك، فتقدير الرغبة بالنظر إلى المستهلك يجعلها بعيدة كل البعد عن التقدير السيئ للمنتج فلا يمكنه أن يحدد السلامة المشروعة بمفرده وفي الوقت ذاته لا تعتبر المنتج غير مستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك، إذا كانت المعارف العلمية والتقنية عند الوقوع الضرر لم تكن لتمكننا من التنبؤ بوقوعه.⁽⁴⁾

وتفسيرا لذلك وضع المشرع الجزائري الضوابط الموضوعية للسلطة التقديرية للقاضي في تقييم مشروعية التوقع للشخص العادي، فقد أورد مجموعة من العناصر التي يتحدد بها تقدير السلامة محل التوقع المشروع وتتمثل في: طبيعة المنتج وصفه، منشأه ومميزاته الأساسية، تركيبته ونسبة مكوناته اللازمة، هويته وكمياته وقابليته للاستعمال، الأخطار الناجمة عن استعماله مصدره والنتائج المرجوة منه، المميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صناعته، التاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله، شروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك، الرقابة التي أجريت عليه. وإن إيراد هذه العناصر يؤثر على توقعات الشخص العادي بشأن السلامة التي يجب أن توفرها السلعة من قبل المشرع، مفاده تفادي الانتقادات التي يمكن أن يتعرض لها مصطلح التوقعات المشروعة أو الرغبات المشروعة للمستهلك وما قد يؤخذ عليه من عدم التحديد.⁽⁵⁾

ثانياً: الضرر كركن لقيام المسؤولية الموضوعية للمنتج: يعد الضرر ركناً جوهرياً من أركان المسؤولية الموضوعية للمنتج فإذا انتفى فلا مسؤولية ولا تعويض، وقد عرف على أنه الأذى الذي يلحق بالشخص فيمس حقا من حقوقه أو مصلحة مشروعة له، وباعتبار الضرر ركناً أساسياً لقيام المسؤولية المدنية فبدونه ليس للشخص أن يطالب باب تعويض، فالتعويض يفترض الضرر.⁽⁶⁾ ويشترط في الضرر أن يكون ناتج عن تعيب منتج قد طرح للتداول، إذ لا يكفي للانعقاد

(1)-أنظر: علي فتاك، المرجع السابق، ص 379.

(2)-أنظر: محمد عبد الكريم عدلي، إعادة التأسيس لقواعد مسؤولية المنتج المدنية كضرورة لدعم حماية المستهلك، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسينية بن بوعلي بالشلف، المنعقد يومي 06-07 ديسمبر 2012، ص 10.

(3)-أنظر: علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، المرجع السابق، ص 434-435.

(4)-أنظر: سناء خميس، المرجع السابق، ص 61-62.

(5)-أنظر: سارة قنطرة، المرجع السابق، ص 21-22.

(6)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص 60.

هذه المسؤولية إثبات تورط المنتج في تحقيق الضرر، بل يشترط أن يكون ناتج عن تعيب في المنتج حيث لا يوفر الأمان والسلامة للمستهلكين.⁽¹⁾

وفي هذا السياق نجد المشرع الفرنسي قد توسع في تحديد الأضرار الواجب التعويض عنها، بحيث أنها تشمل الأشخاص والممتلكات باستثناء المنتج المعيب نفسه وهو ما نصت عليه المادة 1-1245 من القانون المدني: «تطبق نصوص هذا الفصل على تعويض الأضرار الناجمة عن المساس بالأشخاص، وتطبق أيضا على تعويض الأضرار المادية التي تفوق قيمتها المبلغ الذي يحدده المرسوم، ماعدا المنتج نفسه». وهو بذلك خالف التوجيه الأوروبي الذي قصر التعويض عن الأضرار المادية على الأشياء مخصصة للاستعمال أو للاستهلاك الخاص.⁽²⁾ ولعل أهم أنواع الأضرار الواجب تعويض عنها في إطار الحماية الواجب تحقيقها للمتضررين بموجب المسؤولية الموضوعية هي أضرار الوفاة والأضرار الجسمانية، فتعويض هذا النوع من الأضرار تعتبر من أهم مقتضيات حماية المستهلك.⁽³⁾

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلم ينص صراحة عن أضرار معينة بالتعويض في نطاق المسؤولية الموضوعية، حيث أن المادة 140 مكرر نصت على مسؤولية المنتج عن الضرر الناتج عن عيب في منتج دون تحديد طبيعة هذا الضرر، وبهذا فإن التعويض يشمل جميع الأضرار التي قد تنجم عن حوادث المنتجات المعيبة، كما أن المشرع لم يستثني الضرر الذي يصيب المنتج المعيب نفسه.⁽⁴⁾

ثالثا: علاقة السببية بين تعيب المنتج والضرر: تعتبر علاقة السببية ركنا أساسيا ومستقلا من أركان المسؤولية الموضوعية، فبالإضافة إلى حدوث الضرر ووجود العيب يجب على المضرور أن يثبت أن الضرر الذي أصابه ناجم عن ذلك العيب، وذلك ما نصت عليه المادة 8-1245 من القانون المدني الفرنسي المقابلة لمادة 04 من التوجيه الأوروبي لسنة 1985 التي نصت على أنه: «يجب على المدعي أن يثبت الضرر، العيب، والعلاقة السببية بين العيب والضرر».⁽⁵⁾

وعلى النقيض من ذلك لم يرد المشرع نص مماثل لهذا النص، ولكن يمكن الرجوع إلى القاعدة العامة لإثبات علاقة السببية، كما يستطيع المنتج في حالة ثبوت تعيب المنتج أن يدفع مسؤوليته بنفي العلاقة السببية أو إثبات السبب الأجنبي المؤدي إلى حدوث الضرر.⁽⁶⁾

وبالنظر إلى استقلالية السببية عن أركان المسؤولية أخرى، فإن المنتج يستطيع حتى في حالة ثبوت تعيب المنتج أن يدفع مسؤوليته بنفي علاقة سببية وإثبات السبب الأجنبي المؤدي إلى حدوث الضرر، وعلى رغم من أن كل من المشرع الفرنسي والتوجيه الأوروبي ألقيا على المضرور عبء إثبات علاقة السببية بإقامة مسؤولية المنتج عن عيب المنتج، إلا أنهما أوجدا من القرائن ما ييسر هذا على عاتق المضرور إلى عاتق المنتج، ومن تلك القرائن نذكر:

(1)- افتراض العيب المنتج في وقت سابق على إطلاقها للتداول، إذ تتعلق إقامة مسؤولية المنتج عن عيوب المنتج إضافة لثبوت السلعة، بضرورة إقامة الدليل على وجود ذلك العيب قبل إطلاق المنتج في التداول بإرادة المنتج.⁽⁷⁾

(2)- افتراض أن إطلاق المنتج في التداول قد تم بإرادة المنتج (العنصر المعنوي في العلاقة

(1)- أنظر: يوسف مسعودي، أرجيلوس رجب، المرجع السابق، ص 88.

(2)- L9 de la Directive 85/374/CCE, Op.cit.

(3)- أنظر: عبد الحميد الديسطي عبد الحميد، المرجع السابق، ص 585.

(4)- أنظر: يوسف مسعودي، أرجيلوس رجب، المرجع السابق، ص 89.

(5)- L04 de la Directive 85/374/CCE, Op.cit.

(6)- المادة 323 من القانون المدني تنص على أنه: «على الدائن إثبات الالتزام، وعلى المدين الإثبات التلخص منه».

(7)- أنظر: كريم بن سخرية، مسؤولية المدنية للمنتج وآليات التعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع الإسكندرية، 2013، ص 76.

السببية) نظرا لصعوبة إقامة الدليل على أن إطلاق السلعة قد تم بإرادة منتجها أقامت المادة 4-1245 من القانون المدني الفرنسي قرينة مفادها أن المنتجات أطلقت في التداول بإرادة المنتج بمجرد تخليه عن حيازتها هي قرينة بسيطة يستطيع المنتج أن يقيم الدليل على خلافها إذا أثبت أنه لم يطرح السلعة في التداول، وإذا كان مفاد علاقة السببية، وأن يكون الضرر قد وقع بسبب عيب المنتج وليس بسبب آخر.⁽¹⁾

الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لمسؤولية المنتج الناشئة عن عيوب منتجاته

بالرغم من وجود قواعد للمسؤولية العقدية والتقصيرية ظهر نظام خاص حول مسؤولية المنتج التي تنشأ بفعل منتجاته المعيبة التي تسبب أضرار للمستهلك أو للغير، حيث يلتزم المنتج بتقديم منتجات آمنة خالية من العيوب التي قد تمس بصحة المستهلك ومصالحه الاقتصادية وبذلك تعتبر منتجات معيبة تلك المنتجات التي لا تستجيب للاستعمال المشروع المنتظر منها من قبل المستهلك، وهذا ما يعرف بعيب في أمن المنتج.⁽²⁾

وفي هذا الإطار اعتبر الفقه مسؤولية المنتج بأنها مسؤولية دون خطأ على اعتبار أنها تنشأ بقوة القانون ولها طابع موضوعي، بالرغم من إمكانية لجوء المتضرر لقواعد المسؤولية العقدية أو التقصيرية أو أي نظام آخر للمسؤولية وهذا في ظل وجود أحكام تتعلق بالمسؤولية الناشئة عن الأشياء، بحيث يملك المتضرر الخيار في ذلك بالرغم من أن المنتجين يقومون بتأمين مسؤولياتهم عن عيوب منتجاتهم لدى شركات التأمين من أجل مواجهة دعاوى المتضررين.⁽³⁾

كما ميز الفقه بين مسؤولية المنتج التي تنتج عن عيوب منتجاته من جهة والمسؤولية التقصيرية، وكذا التزام المنتج بضمان العيوب الخفية والتي يمكن للمتضرر الاستناد عليها من جهة أخرى، ذلك أن مسؤولية المنتج في هذه الحالة لا تقوم إلا كنتيجة للضرر الذي سببه المنتج الذي لا يتوافر على الأمن والاستعمال المشروع له، في حين أن ضمان العيوب الخفية أو المسؤولية الناشئة عن الأشياء لا يتعلقان بأمن المنتج.

وعليه تختلف مسؤولية المنتج عن النظام القانوني للمسؤولية العقدية والتقصيرية من حيث الأساس على اعتبار أن كلا النظامين يستلزمان توافر عنصر الخطأ من أجل قيام المسؤولية، خلافا لمسؤولية المنتج التي تقوم على أساس الضرر الذي تسببه المنتجات غير الآمنة والتي تقيم مسؤولية المنتج حتى في حالة غياب رابطة تعاقدية بين المنتج أو المتدخل والمتضرر. ومهما يكن فإن قيام مسؤولية المنتج على أساس الضرر يبرره التفوق الذي يظهر في جانب المنتج من جهة، وصعوبة إثبات الخطأ في إطار عقود الاستهلاك من جانب المستهلك المتضرر بفعل عيوب في أمن المنتجات أو الخدمات من جهة أخرى.⁽⁴⁾ ولهذا بات لزاما وضروريا الاتجاه نحو قواعد حديثة تحقق حماية للمستهلك تفوق تلك التي تقررها القواعد العامة في المسؤولية المدنية بنوعها العقدية والتقصيرية وأدى ذلك كله إلى البحث في فكرة المسؤولية الموضوعية أو المسؤولية دون خطأ بغية مراعاة المستهلك في كل الأحوال، وتعقب المنتج في كافة الحالات وأي كان نوع العلاقة.⁽⁵⁾

الفرع الثالث: وسائل دفع المسؤولية الموضوعية للمنتج

على الرغم من أن نظام مسؤولية المنتج عن عيوب منتجاته لا علاقة له بتقدير سلوك المنتج وإنما ينصب الاهتمام مباشرة على المنتجات ذاتها لمعرفة ماذا كان مصدر الضرر عيبا ناتجا

(1)-أنظر: منى أبو بكر الصديق، المرجع السابق، ص 303-304.

(2)-المادة 09 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتم السالف الذكر.

(3)-المادة 138 من الأمر رقم 58-75 المتضمن القانون المدني المعدل والمتم السالف الذكر.

(4)-أنظر: سامي بن حملة، إعفاء المنتج من المسؤولية الناتجة عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في ظل القانونين الجزائري والفرنسي، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، العدد 10 مارس 2016، ص 143-144.

(5)-أنظر: عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، المرجع السابق، ص 501.

عن صناعة المنتج أو نتيجة لعيب صلب المنتج أثناء تسويقه، فلا يتعلق الأمر بإثبات خطأ المنتج أو افتراض الخطأ، أو تقديم البرهان المضاد على أن منتجاته قد تمت صناعتها مع بذل العناية الواجبة أو أنه فعل قدر ما استطاع كي يتجنب حدوث الضرر فهي مسؤولية موضوعية ومع ذلك فإن مسؤولية المنتج ليست مطلقة إذ توجد حالات يستطيع فيها أن يدفع المسؤولية عنه.⁽¹⁾ وفي هذا السياق فتحت الأنظمة القانونية المقارنة المجال أمام المنتج لدفع مسؤوليته بطرح بعض أسباب الإغفاء، وهذا ما سيتم التطرق إليه بذكر الأسباب العامة (أولا) وكذلك الأسباب الخاصة (ثانيا).

أولاً: الأسباب العامة لنفي المسؤولية الموضوعية للمنتج: يقصد بالأسباب العامة هي تلك الأسباب القانونية التي تتناولها القواعد العامة في القانون المدني، فهي تتدرج كلها في دائرة السبب الأجنبي ويعرف هذا الأخير بأنه السبب الذي يقطع العلاقة السببية بين فعل المدعى والضرر، وهذا السبب إما القوة القاهرة، خطأ المضرور أو خطأ الغير.⁽²⁾ (1)- القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ: لم يعرف المشرع الفرنسي ولا المصري القوة القاهرة بل اكتفوا بالإشارة إليها وتبيان أثرها وهو الحال بالنسبة للمشرع الجزائري، فبالرجوع إلى نص المادة 127 من القانون المدني والتي تقابلها المادة 165 من القانون المدني المصري نجد أن عبارة القوة القاهرة جاءت مرادفة لفكرة الحادث المفاجئ.⁽³⁾ وقد عرف دكتور محمد أحمد المعداوى القوة القاهرة على أنها: «أمر غير متوقع حصوله ولا يمكن دفعه، وهو يؤدي مباشرة إلى وقوع الضرر». وبهذا فإن نفي رابطة السببية بين العيب والضرر يترتب عليه إغفاء المنتج من مسؤوليته وذلك لانعدام أحد الشروط اللازمة لقيام مسؤولية المنتج.⁽⁴⁾

ويجب أن تتوفر في القوة القاهرة عناصر السبب الأجنبي التي تستخلص من نصوص المواد 127/138 2 من القانون المدني الجزائري وهي عدم التوقع واستحالة الدفع بشرط أن تكون الاستحالة مطلقة، والمعيار هنا موضوعي فتكون قوة القاهرة مثل الفيضانات والزلازل والحروب فينقضي بها التزام المدين في المسؤولية العقدية، وتتفني بها علاقة السببية بين الخطأ والضرر في المسؤولية التقصيرية، فلا يكون هناك محلاً للتعويض في كلتا الحالتين.

وبإسقاط النصوص القانونية السابقة على مسؤولية المنتج نجد أن هذا الأخير تنتفي مسؤوليته فمتى استغرقت القوة القاهرة عيب السلعة فإن المنتج لا يعد مسؤولاً عن تعويض الضرر أما إذا ساهمت القوة القاهرة مع العيب في إحداث الضرر فإننا نعتقد أن المنتج يبقى مع ذلك مسؤولاً عن التعويض بأكمله، والسبب في ذلك أن القوة القاهرة لم تتسبب منفردة في إحداث الضرر وبالتالي ينسب في ذات الوقت إلى العيب، ويصبح المنتج مسؤولاً عما ينجم عنه من أضرار تعويضاً كاملاً.⁽⁵⁾ ويجوز الاتفاق بين المستهلك والمنتج على تحمل هذا الأخير المسؤولية في حال وقوع القوة القاهرة، ويعد هذا الاتفاق نوع من التأمين الذي يشدد من المسؤولية، ويضع مستعمل المنتج

(1)-أنظر: محمد جابر ظاهر مشاقبة، المرجع السابق، ص172-173.

(2)-أنظر: سارة قنطرة، المرجع السابق، ص46.

(3)-لقد حاول بعض الشراح التفرقة بين القوة القاهرة والحادث المفاجئ على أساس أن القوة القاهرة هي ما لا يمكن دفعه أما الحادث المفاجئ فهو ما لا يمكن توقعه، وأن القوة القاهرة تجعل استحالة التنفيذ مطلقة، في حين يجعلها الحادث المفاجئ استحالة نسبية مرهقة، كما أن القوة القاهرة تتعلق بأسباب خارجية كالزلازل والحرب، بينما تكون أسباب الحادث المفاجئ داخلية كانهيار آلة، من هنا تعتبر القوة القاهرة هي وحدها التي تمثل السبب الأجنبي الذي يحول دون قيام المسؤولية، غير أن الواقع يبين أن التمييز بين القوة القاهرة والحادث المفاجئ لا يستند إلى أساس صحيح، فإن التعبيران مترادفان قصد منهما المشرع معنى واحد.

(4)-أنظر: محمد أحمد المعداوى عبد ربه، المسؤولية المدنية عن أفعال المنتجات الخطرة، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة الأزاريطة، الإسكندرية، 2012، ص223.

(5)-أنظر: حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص256.

في منطقة الأمان.(1)

02)-خطأ المضرور: والمقصود به الخطأ الذي يصدر من المتضرر والمتمثل في الاستعمال الخاطئ للسلعة بطريقة غير عادية، أو في غير الغرض المخصص له بطبيعتها أو عدم تحقق من صلاحية المنتجات للاستعمال، كما إذا استعمل السلعة بعد انتهاء التاريخ المحدد لصلاحيتها.(2)

واستناد إلى نص المادة 12-1245 من القانون المدني الفرنسي والمنقولة حرفيا من نص المادة 2/8 من التوجيه الأوروبي والتي تنص على أنه: «يستطيع المنتج أن يتخلص من مسؤوليته جزئيا أو كليا مع الأخذ بالاعتبار كل الظروف عندما يكون الضرر قد ساهم في إحداثه كل من عيب المنتج، وخطأ المضرور.....». غير أن كلا من التوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي لم يحدد صور الخطأ التي تؤدي إلى إعفاء، فيمكن للقاضي الاعتماد على المعايير العامة في هذا الشأن لاسيما الاستعمال غير العادي للمنتج، وفي غير الغرض الموجه له أو الاستعمال المخالف لقواعد التحذيرات الواضح في هذا الشأن من قبل المنتج.(3)

أما بخصوص موقف المشرع الجزائري فطبقا لنص المادة 177 من القانون المدني الجزائري التي تقابلها المادة 165 من القانون المدني المصري والتي نصت على أنه: «يجوز للقاضي أن ينقص مقدار التعويض أو لا يحكم بالتعويض، إذا كان الدائن بخطئه قد اشترك في إحداث الضرر أو زاد فيه». ويستفاد مما سبق أن المتضرر متى ساهم بفعله أو خطئه في إحداث الضرر اللاحق به أو زاد منه فإنه يتحمل تبعة ذلك، ومن غير المستساغ قانونا منح تعويض كلي لمن تدخل بخطئه في تقرير الضرر، إذ لا يستفيد المخطأ من خطئه.(4)

وحتى يعتد بهذا الخطأ كوسيلة لإعفاء من المسؤولية يجب أن يكون فادحا وجسيما، أما إذا كان من نوع الأخطاء التي يمكن أن يقع فيها أي شخص عادي فلا يمكن الاحتجاج به، ومما تم ذكره فإنه قد يحدث أن يكون خطأ المضرور سببا وحيدا ومنتجا للضرر وحينها يكون له أثر إيجابي في دفع المسؤولية، وقد يحدث أن يكون خطأ المضرور سببا وحيدا في الضرر، لكن قد يشترك خطأ المسؤول وخطأ المضرور ففي هذه الحالة نكون أمام فرضيتين:

- الفرضية الأولى: استغراق أحدهما الآخر: في هذه الحالة المفاضلة مرتبطة بتغليب الخطأ الجسيم الذي يجب الخطأ الأقل جسامته، فإذا استغرق خطأ المنتج خطأ المضرور يلتزم المنتج بدفع كل التعويض، أما إذا استغرق خطأ المضرور خطأ المنتج تنتفي مسؤولية هذا الأخير.

- الفرضية الثانية: الخطأ المشترك: وهي الحالة التي لا يستطيع فيها قطع العلاقة السببية الخطأين والضرر، حيث يتحمل كل منهما تبعة خطأه وبتالي التعويض.(5)

03)-الخطأ الغير كسبب أجنبي لدفع المسؤولية: لقد اعتبر المشرع الجزائري فعل الغير سببا من أسباب إعفاء المنتج من المسؤولية استنادا إلى نص المادة 127 من القانون المدني، ويقصد بالغير كل شخص ماعدا الأشخاص الذين يسأل عنهم مدنيا المدعى عليه مثل ابنه أو تابعه أي يجب أن لا يكون المدعى عليه متبوعا أو مكلفا برقابة الغير المسبب للضرر.(6)

أما المشرع الفرنسي وطبقا للمادة 13-1245 من القانون المدني والمقابلة لنص

(1)-المادة 178 من الأمر رقم 75-85 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)-أنظر: زاهية حورية سي يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص334.

(3)-أنظر: عبد الحميد الديسبي عبد الحميد، المرجع السابق، ص668.

(4)-أنظر: قادة شهيدة، المرجع السابق، ص292.

(5)-أنظر: علال قاشي، حالات انتفاء مسؤولية المنتج، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونسى علي، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012، ص135.

(6)-أنظر: وعمر جبالي، المسؤولية الجنائية للأعوان الاقتصاديين، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون الجزائر، 2008، ص106.

المادة 1/8 من التوجيه الأوروبي التي تنص على أنه: «لا يعفى المنتج جزئيا من مسؤوليته تجاه المضرور بفعل الغير الذي ساهم مع عيب المنتج في إحداث الضرر».

وانطلاقا من هذه المادة فإن فعل الغير لا يعتبر سببا كليا للإعفاء من المسؤولية وقد يكون فعل الغير السبب الوحيد في الضرر، وعندها يتحمل المنتج من المسؤولية كلية إذا أثبت أن الضرر الذي أصاب المستهلك يرجع إلى فعل الغير، أما إذا كان فعل الغير قد أسهم إلى جانب خطأ المنتج في إحداث الضرر فيوزع بينهما بالتساوي، إلا إذا أمكن تحديد درجة جسامه الخطأ فيوزع التعويض حسب جسامته، ويستطيع المضرور أن يرجع على أيهما بالتعويض كله وحتى ولو رجع المضرور على المنتج وحده، فلهذا الأخير حق الرجوع على الغير نتيجة مساهمته في إحداث الضرر، وهو ما يسمى بالتضامن استنادا لنص المادة 126 من القانون المدني الجزائري.⁽¹⁾ (04)-إعفاء بتقادم المسؤولية المدنية للمنتج: إن تحديد المسؤولية الموضوعية زمنيا يعد أمرا هاما بالنظر إلى أنها مسؤولية استثنائية تحتوي أحكام خاصة ومشددة بالمقارنة مع الأحكام العامة للمسؤولية المدنية المقررة في القانون المدني، غير أن المشرع لم يحدد آجال التقادم دعوى المسؤولية في قانون حماية المستهلك وقمع الغش الأمر الذي يستدعي الرجوع إلى الأحكام العامة للمسؤولية.⁽²⁾ وفي هذا السياق نص كل من التوجيه الأوروبي والقانون الفرنسي على مدة تتعلق بسقوط دعوى المسؤولية، ومدة تتعلق بتقادم دعوى المسؤولية، فبنسبة للقانون الفرنسي فإن دعوى مسؤولية منتج تتقادم بمرور 03 سنوات من يوم علم المضرور بعناصر الدعوى الأساسية، وهي تقبل الوقف والانقطاع وتسري عليها أحكام التقادم بشكل عام وهو ما نصت عليه المادة 16-1245 من القانون المدني الفرنسي المقابلة للمادة 10 من التوجيه الأوروبي على أنه: «دعوى التعويض المؤسسة على أحكام هذا الفصل تتقادم بمرور ثلاثة سنوات من تاريخ علم المدعى أو كان عليه أن يعلم بالضرر والعيب وهوية المنتج». أما بخصوص ميعاد انقضاء المسؤولية فقد نصت المادة 15-1245 من القانون المدني المقابلة للمادة 11 من التوجيه الأوروبي على أنه: «باستثناء خطأ في المنتج تفقضي مسؤولية المنتج استنادا لأحكام هذا الفصل بعد عشر سنوات من إصدار المنتج نفسه الذي تسبب في الضرر، ما لم يكن الضحية قد أقام دعواه خلال هذه المدة» ويعزي تحديد مدة سقوط دعوى المسؤولية على هذا النحو إلى اعتبارات تتعلق بمصلحة المنتج حتى لا يظل مهددا بهذه المسؤولية لمدة طويلة، وبعضها الآخر يتعلق بمصلحة المضرور ذلك أنه بمضي هذه المدة يكون من الصعب عليه إثبات تعيب السلعة، وأن هذا العيب يرجع إلى لحظة طرحها في التداول.⁽³⁾

أما بخصوص موقف المشرع الجزائري فقد ساوى في مدة تقادم بين المسؤولية العقدية والتقصيرية في المادتين 133 و308 من القانون المدني وجعلها في حالتين 15 سنة من يوم وقوع الفعل الضار. وإذا كانت القاعدة العامة بسقوط دعوى التعويض بالتقادم 15 سنة في كلتا المسؤوليتين إلا أن هذه القاعدة ليست مطلقة بل ترد عليها استثناءات كما هو الحال بالنسبة دعوى المسؤولية ضمان العيوب الخفية والتي حددها المشرع مدة تقادمها بسنة واحدة طبقا للمادة 383 من القانون المدني رغبة منه في استقرار المعاملات وتضليل الإثبات للمضرور قصد الحصول على تعويض في مدة قصيرة، إلا أن نفس المادة أوردت استثناء، إذ لا يمكن للمنتج أن يتمسك بمدة سنة واحدة لتقادم الدعوى إذا أثبت المضرور أن البائع تعمد إخفاء العيب غشا منه.⁽⁴⁾

ثانيا: الأسباب الخاصة لنفي المسؤولية الموضوعية للمنتج: نظرا للخصوصية التي تتمتع بها المسؤولية الموضوعية للمنتج تم تقرير بعض السبل القانونية لتحلل المنتج من المسؤولية

(1)-أنظر: علال قاشي، المرجع السابق، ص 131.

(2)-أنظر: كريمة شعشوع، المرجع السابق، ص 162.

(3)-أنظر: فضيلة يسعد، المرجع السابق، ص 290.

(4)-أنظر: كريم بن سخرية، المرجع السابق، ص 180.

وفي هذا السياق نجد أن كل من التوجيهي الأوروبي والمشرع الفرنسي أورد عدة وسائل دفاع أخرى لم يتحدث عليها المشرع الجزائري يمكن لمنتج أن يتخلص بمقتضاها من المسؤولية كلياً أو جزئياً والمتمثلة في تلك الأسباب المرتبطة بعدم طرح المنتج للتداول، والدفع بالالتزام بالقواعد التشريعية والتنظيمية، وأخيراً الدفع باستحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي.

(01)-الدفع بعدم طرح المنتج للتداول: لا يكون المنتج مسؤولاً إذا أثبت أنه لم يقوم بطرح المنتج للتداول ولا سيما في حالات التي لا يكون فيها الشيء قد تم تسليمه بعد، أو إذا تمت سرقة ثم إعادة بيعه، حيث ينبغي أن يكون الشيء مطروحاً للتداول وفقاً لإرادة والرضاء الحر الصادر من جانب الصانع، أي أن يكون طرح المنتج في التداول مرده إرادة المنتج في التخلي عن المنتج.⁽¹⁾ ذلك أن طرح المنتج للتداول هو بمثابة إقامة العلاقة السببية بين العيب والضرر، ولقد نص المشرع الجزائري في المادة 8/3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: «عملية عرض المنتج للاستهلاك يقصد بها مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة». ولكن قد يصعب على المتضرر إثبات أن المنتج وضع للتداول بإرادة المنتج، ولهذا وضع المشرع الفرنسي قرينة بأن المنتجات تطرح للتداول بإرادة المنتج بمجرد تخليه عن حيازتها، غير أن هذه القرينة ليست مطلقة بل هي بسيطة، إذ يستطيع المنتج أن يثبت عكسها بكل كافة الطرق.⁽²⁾

ولقد تجسدت فكرة الدفع بعدم طرح المنتج للتداول في نص 10-1245 من القانون المدني الفرنسي والمادة 07 من التوجيه الأوروبي، غير أن فكرة عدم طرح المنتج للتداول أثارت إشكال حول تحديد مضمونها والتاريخ الذي يركز عليه لمعرفة وقت الطرح، لهذا نجد الاتفاقية الأوروبية في مادتها الثانية تعرف الإطلاق للتداول بأنه: "فقدان السيطرة على المنتج بتسليمه إلى شخص آخر".

(02)-الدفع بعدم مخالفة القواعد التشريعية والتنظيمية الأمرة: يستطيع المنتج أن يتخلص من المسؤولية، إذا أثبت أن العيب يرجع لمطابقة السلعة المنتجة لقواعد تشريعية أو لائحة أي صادرة من السلطات العامة وهو ما نصت عليه المادة 5/10-1245 من القانون المدني الفرنسي والمقابلة للمادة 7/أ من التوجيه الأوروبي والتي نصت على أنه: «.....أو أن الخلل ناتج عن توافق المنتج مع القواعد الضرورية للنظام التشريعي أو التنظيمي».

ولكن يلاحظ أنه إذا كان عدم مطابقة السلعة للقواعد يعقد مسؤولية المنتج، إلا أن مطابقتها لهذه القواعد لا يكفي لإثبات أنها غير معيبة، وأنه يتوافر فيها الأمان المشروع الذي يمكن أن ينتظره الجمهور، فمراعاة التعليمات لا يعني بالضرورة توافر الأمان، إذ يجب الإغفاء المنتج أن يكون احترام القواعد الأمرة ذاتها هو الذي أدى إلى تعيب المنتج، بمعنى أن الضرر راجع بالكامل إلى فعل السلطة العامة، وهو ما يبدو كسبب أجنبي وكان ذلك الحل يسير عليه القضاء الفرنسي، مع ذلك لا يمكن التمسك بالإغفاء من المسؤولية متى اكتشف العيب خلال العشر سنوات التالية لطرح السلعة للتداول، ولم يتخذ قواعد خاصة به لتمكن النتائج الضارة.⁽³⁾

(03)-الدفع المسؤولية باستحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي: إن مخاطر التطور العلمي هو دفع

(1)-أنظر: محمد أحمد المعداوي عبد ربه، المرجع السابق، ص 624-625.

(2)-أنظر: كريمة شعشوع، المرجع السابق، ص 163-164.

(3)-أنظر: فتحي عبد الرحيم عبد الله، المرجع السابق، ص 198-199.

حديث نسبيا في النظام القانوني لمسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة.⁽¹⁾ ويقصد به عدم المعرفة العلمية والتقنية التي تمكن المنتج من الوقوف على حالة المنتج وقت تداوله، وبالتالي عدم القدرة على الإحاطة بمخاطر، فهو ما لا تسمح به حالة المعرفة العلمية والفنية الثابتة وقت عرض المنتج للتداول أو وقت صناعته بالتنبؤ، أو اكتشاف أسباب الضرر الذي يمكن أن تحدث وأن التقدم العلمي والتجارب اللاحقة هما فقط اللذان يمكن بواسطتهما اكتشاف العيب.⁽²⁾

ولقد اعترف القانون الفرنسي بمخاطر التطور العلمي كسبب من أسباب الإغفاء من المسؤولية من خلال نص المادة 10-1245 من القانون المدني الفرنسي على أنه: «أن المنتج يكون مسؤولاً كما هو ما لم يثبت.....»

4- أن حالة المعرفة العلمية والتقنية في الوقت الذي وضع فيه المنتج في التداول لم تجعل من الممكن اكتشاف وجود الخلل» وبهذا فإن المشرع الفرنسي اعتبر أن التطور العلمي يكون بمثابة سبب لإغفاء المنتج شريطة أن يثبت حالة التقدم العلمي والمعرفة الفنية وقت وضع المنتج للتداول لم تكن تسمح باكتشاف العيوب.⁽³⁾

وتقدير حالة المعرفة العلمية والفنية يكون بمعيار موضوعي مجرد دون الأخذ في الاعتبار الصفات والقدرات الخاصة لشخص المنتج، أي أنه يجب الرجوع إلى معطيات المعرفة الثابتة التي تفترض إحاطة المنتج منها أو أنه كان في إمكانه الإحاطة بها.⁽⁴⁾ كما عليه أخذ جميع احتياطات الحيطة عن طريق الالتزام بالمتابعة ومضمونه هو اتخاذ المنتج للتدابير والاحتياطات الضرورية من المنتج وفق معطيات حالة المعرفة العلمية المتطورة لاتقاء الأضرار الناتجة عن تعيب منتج بعد طرحه للتداول والذي أمكن للعلم أن يدركه، إلا بعد فترة زمنية بفضل سرعة التطور العلمي بعدما كان المنتج سليما علميا وفنيا لحظة طرحه للتداول.

وانطلاقا مما سبق يتضح أن المشرع الفرنسي قد وضع حدود لهذا المبدأ بحيث لا يجوز التمسك به إذا توافرت ظروف معينة أو كان الأمر يتعلق بمجال محدد، فقد نصت المادة 11-1245 على أن المنتج لا يستطيع التمسك بمخاطر التقدم العلمي كسبب للإغفاء من المسؤولية إذا كان الضرر الذي حدث متصلا بعنصر من عناصر الجسم أو من مشتقاته.⁽⁵⁾

وفي قانون حماية المستهلك المصري نجد بدوره وعلى الرغم على عدم الاعتراف بمخاطر التطور كسبب من أسباب الإغفاء، إذ لا يبدو هذا المصطلح مألوفاً في القانون المصري يلقي بالالتزام بالتتبع على عاتق المورد، حيث جرى نص في المادة 19 من قانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك بإلزام المورد بتتبع منتجاته. مع العلم أن هذا الالتزام نجد له أيضا صدى في التشريع الجزائري، حيث نص على الالتزام المنتج في إطار ضرورة أن تستجيب السلعة أو الخدمة بمجرد وضعها للاستهلاك للتعليمات التنظيمية المتعلقة بها في مجال أمن

(1)-لقد تعددت الترجمات لمصطلح مخاطر التطور العلمي بين مخاطر النمو، مخاطر الحالة العلمية والفنية، مخاطر التقدم العلمي والتكنولوجي، وقد ظهر مفهوم مصطلح مخاطر التطور في القانون الألماني، حيث كرس لأول مرة في قرار شهير لمجلس القضاء الاتحادي سنة 1968.

(2)-أنظر: كريمة بركات، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014-2015، ص 371.

(3)-L1245-10 Créé par Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, Op.cit.

(4)-أنظر: عدة عليان، مدى مسؤولية المنتج عن الأضرار الناشئة عن مخاطر التطور العلمي، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، الجزائر، المجلد 01، العدد 02، جويلية 2010، ص 52-53.

(5)-أنظر: فضيلة يسعد، المرجع السابق، ص 298.

وصحة المستهلكين وحمايتهم، لاسيما اتخاذ التدابير الملائمة الموضوعة قصد ضمان تتبع مسار السلعة أو الخدمة.⁽¹⁾

أما التوجيه الأوروبي فقد ترك الاختيار لدول الأعضاء بأن تستبعد الإعفاء من المسؤولية عن مخاطر التطور العلمي في تشريعاتها الداخلية أو الإبقاء عليها وهو ما نصت عليه المادة 15 من التعليمات الأوروبية رقم 85-374 على أنه: «لكل دولة من دول الأعضاء أن تقرر بالمخالفة للمادة السابعة الإبقاء أو النص في تشريعها على أن المنتج يكون مسؤولاً، حتى ولو أثبت أن حالة المعرفة العلمية أو الفنية في لحظة طرح المنتج للتداول لم تكن لتسمح بالكشف عن وجود قصور».⁽²⁾

أما بخصوص موقف المشرع الجزائري فلم يكن لفكرة المخاطر كسبب للإعفاء نصيب في نصوص القانون المدني الجزائري، وذلك بسبب الاختزال الذي لجأ إليه المشرع في نظام المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة بعد اكتفائه بمادة وحيدة وهي المادة 140 مكرر مما اضطرنا إلى البحث عن هذه الفكرة خارج هذه النصوص، فبالرجوع إلى قواعد حماية المستهلك وجدنا أن المشرع أقر بهذه الفكرة بصدد التنصيص على بعض الالتزامات الراسخة، وأهمها الالتزام بالسلامة الذي له علاقة مباشرة بفكرة مخاطر التطور.⁽³⁾ فقد تعرض لفكرة مخاطر التطور لأول مرة وبصفة صريحة في مجال أمن المنتجات عندما نص على ضرورة اتخاذ كافة التدابير المناسبة لسحب السلع أو توقيف الخدمات في السوق، إذا ما ظهر التطور التكنولوجي أنها غير مضمونة.⁽⁴⁾

أما بالنسبة لموقفه من اعتبارها كسبب للإعفاء من المسؤولية فإنه لم ينص على اعتبار مخاطر التطور العلمي كقاعدة عامة وسبباً من الأسباب دفع المسؤولية المنتج، ولعل الهدف من ذلك فسح المجال للاجتهاد القضائي لتقرير ذلك على ضوء المحيط القانوني، وما سيسفر عنه الواقع الجزائري.⁽⁵⁾ ومهما يكن من أمر فإن هناك بعض المواضيع التي احتوت ضمناً على فكرة مخاطر التقدم العلمي في التشريع الجزائري، ما هي إلا مجرد ملامح فقط تدل على تبني المشرع الجزائري لها في ظل انعدام وجود نص قانوني صريح يقر الاعتراف بها من عدمه، وذلك راجع من جهة إلى عدم تنظيم المشرع لمسؤولية، وعدم تبنيه للحالات الخاصة بالإعفاء من المنتج تنظيمياً محكماً وملماً بكافة جوانبها من جهة المسؤولية من جهة أخرى.⁽⁶⁾

والواقع أن أكثر المجالات خصوبة لظهور مخاطر التطور العلمي مجال المنتجات الدوائية التي كثيراً ما يترأخى ظهور خطورتها على صحة أو حياة المرضى إلى ما بعد طرحها للتداول بفترة وكذلك مجال المنتجات المحفوظة والتي عادة ما تضاف إليها مركبات كيميائية ملونة أو حافظة لا تكشف آثارها في العادة إلا في مرحلة يكون فيها المنتج قد استعمل من قبل شريحة كبيرة

(1)-راجع في ذلك المواد 5-14-15 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات السالف الذكر.

(2)-لقد ثار جدلاً كبيراً بين دول الاتحاد الأوروبي حول إدخال هذا الشرط المعفي بين المعارض والمؤيد إلى أن اعتد بها التوجيه في الأخير في مادته 07/هـ ولكن كقاعدة مكملة سري عليها نص المادة 15 السالفة الذكر، وقد نصت المادة 07 على أنه: «لا يكون مسؤولاً إذا أثبت أن حالة المعرفة العلمية والتقنية وقت تداول المنتج لا تسمح بكشف وجود العيب».

(3)-أنظر: عبد الرزاق بولنوار، مخاطر التطور كسبب للإعفاء من المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 02، العدد 02 جوان 2018، ص 340.

(4)-المادتين 06-07 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات السالف الذكر.

(5)-أنظر: عدة عليان، المرجع السابق، ص 60.

(6)-لقد أشار المشرع الجزائري إلى فكرة مخاطر التقدم العلمي بصفة ضمنية من خلال المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10-114 المحدد لشروط وكيفيات صناعة مواد تجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، والمادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية بمستحضرات تنظيف.

من المستهلكين تتباين حالاتهم وتختلف⁽¹⁾ وليمكن المنتج من التخلص من مسؤوليته يقع عليه عبء إثبات عناصر مخاطر التطور العلمي، بحيث يجب عليه إثبات حالة المعارف العلمية لحظة طرح المنتج للتداول، وأنها لم تكن تسمح له بالكشف عن عيب منتج، ويجوز للمضمر إثبات عكس ذلك بأن يقدم أبحاثاً علمية تكون منشورة تكون قبل أن يطرح المنتج للتداول ويكون من شأنها أن تكشف وجود عيب المنتج، كما يجب أن يعلن على ذلك قانونا التنظيم المعمول به⁽²⁾.

04-الدفع بعدم وجود العيب لحظة طرح المنتج للتداول: يستطيع المنتج في هذا الصدد أن يتصل من مسؤولية بدفع عدم وجود عيب لحظة طرحه، وأن العيب طرأ لاحقاً وهذا ما أكدته المادة 10-1245 من القانون المدني الفرنسي، والمادة 7 من التوجيه الأوروبي والتي كانت فحواها: "أن المنتج يكون المنتج مسؤولاً كما هو ما لم يثبت

1- أنه لم يضع المنتج في التداول

2- بالنظر إلى الظروف يجب اعتبار أن العيب الذي تسبب في الضرر لم يكن موجوداً في الوقت الذي تم فيه وضع المنتج في التداول من قبله، أو أن العيب نشأ بعد ذلك".

إن إثبات هذا الدفع يقع على المنتج وحده بإثباته أن العيب نشأ بعد طرح المنتج للتداول وهذا يرجعنا إلى إثبات الخطأ من طرف المضمر أو الغير، وإذا استطاع إثبات هذا الدفع فإن المنتج يؤكد على منتجاته مطابقة لشروط الأمان والسلامة التي ينتظرها المستهلك والغير⁽³⁾.

وانطلاقاً مما سلف يتضح لنا المطالبة بتنظيم هذه المسؤولية في بلدان لم تصل إلى القدر المناسب في سلم التطور يثير مدى قدرة المنتجين والمستوردين على تحمل دفع التعويضات الناجمة عن مخاطر ما يطرحونه من منتجات، فضلاً عن تخلف التقنيات المستخدمة في الإنتاج لذا فإن الوسيلة الأنسب في هذا المجال هي إنشاء صندوق يشترك فيه من ينطبق عليه وصف المنتج والمستورد لتكوين رصيد، هذا الصندوق تدفع منه تعويضات الأضرار الناشئة عن مخاطر التطور في الحدود التي تثار فيها المسؤولية عن هذه المخاطر⁽⁴⁾.

المطلب الثالث: تغليب الجزاء الجنائي لتجسيد حماية فعالة للمستهلك

تكتسي الحماية الجزائية لحقوق المستهلك التعاقدية أهمية كبيرة في الوقت الراهن خاصة مع انتشار العقود المركبة المبرمة بين المتدخل والمستهلك، وكثرة الأضرار التي تلحق بالمستهلك وقد كفل المشرع الجزائي حماية لحقوق المستهلك من خلال وضع أدوات قانونية فعالة لتحقيق الردع الخاص والعام، وهذه الحماية تتوزع بين كل من قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، كما يلاحظ أن القانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أتى بفصل خاص يتعلق بالعقوبات الجزائية لبعض الجرائم التي لم تكن معروفة⁽⁵⁾.

ومن خلال هذا المطلب سيتم معالجة الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك { الفرع الأول } باعتبارها من الجرائم الأساسية الضارة بالمستهلك حيث نص عليها قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، لنعرج بالبحث الحماية

(1)-أنظر: منى أبو بكر الصديق، الالتزام بالإعلام المستهلك عن المنتجات، المرجع السابق، ص316.

(2)-أنظر: فاطمة الزهراء بومدين، مخاطر النمو كسبب من أسباب الإعفاء من المسؤولية عن المنتجات المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص علوم قانونية، فرع قانون وصحة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق جامعة الجبالي اليايس بسبيدي بلعباس، 2016-2017، ص34.

(3)-أنظر: ناجية العطارق، المرجع السابق، ص91.

(4)-أنظر: حماد درع، المسؤولية المدنية عن مخاطر التطور التقني، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين، بغداد، العراق المجلد 16، العدد 09، كانون الثاني 2006، ص30.

(5)-أنظر: وليد لعوامري، الحماية القانونية لحقوق المستهلك التعاقدية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017، ص210.

الجزائية للمستهلك من جريمة الخداع { الفرع الثاني } وفي الختام سيتم التطرق إلى فاعلية الجزاءات المقررة لتوفير الحماية الناجعة للمستهلك { الفرع الثالث }.

الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك

يعتبر الغش من ضمن أقدم الجرائم وأكثرها انتشاراً على مر التاريخ، ولا يكاد يخلو أي تشريع من التشريعات الدولية من تجريم ظاهرة الغش التي أصابت المستهلك في أغلب أشكال حياته الضرورية والكمالية منها خاصة مع تقدم أساليب الإنتاج والتصنيع تطورت أساليب ووسائل الغش والتحايل على المستهلكين، وذلك من خلال استغلال حاجات المستهلك ورغباته والتأثير عليه مع التعدي على حقوقه المحمية شرعاً وقانوناً.⁽¹⁾

ولتعرف على جريمة الغش يستدعي معالجة الإطار القانوني لهذه الجريمة (أولاً) من خلال تعريفها والوقوف على مختلف النصوص القانونية المنظمة لها، لنخرج بالبحث عن أركانها وأثرها على المستهلك (ثانياً).

أولاً: الإطار القانوني لجريمة الغش في المواد الاستهلاكية: عرفت جريمة الغش مواجهة قانونية تنهى وتعاقب عليها في جميع القوانين القديمة والحديثة، وذلك من أجل حماية المصلحة الاقتصادية للدولة ثم حماية الطرف الضعيف في علاقة التعاقد، وذلك على حسب المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية على مر الزمن.⁽²⁾

الواقع أن الغش لم يعرف في النصوص القانونية بمعناه العام، وإنما تم ذكر بعض صورته ذلك لأن التشريعات الوضعية لم تهتم كثيراً بوضع التعريفات العلمية الدقيقة أو المسميات القانونية وإنما تقسح المجال في ذلك للفقه والقضاء، فقد عرف على أنه: «كل فعل عمدي غير إيجابي ينصب على سلعة مما يعينه القانون، ويكون مخالفاً للقواعد المقررة لها في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدها أو ثمنها، شريطة عدم علم المتعامل الآخر به».⁽³⁾ ويعرف كذلك على أنه: «كل فعل من شأنه أن يغير من طبيعة المواد أو فائدها التي دخل عليها عمل الفاعل ولا تهم الوسيلة التي لجأ إليها الفاعل في سبيل تحقيق غايته».⁽⁴⁾ وعرفته محكمة النقض الفرنسية بأنه: «كل لجوء إلى التلاعب أو المعالجة غير المشروعة التي لا تتفق مع التنظيم، وتؤدي بطبيعتها إلى التحريف في التركيب المادي للمنتج». ويتخذ النشاط المادي للغش إما الإضافة أو الإنقاص، الاستعاضة أو التحريف.⁽⁵⁾

ومن خلال التعاريف المقدمة يتضح الفرق بين الخداع والغش ذلك أن الخداع يقع بغير تزييف للبضاعة، بخلاف الغش فيقع على البضاعة بذاتها، ففي الأولى تكون وسيلة الخداع المستعملة من أجل تضليل المجني عليه دون المساس بالبضاعة، أما وسيلة الغش فهي تكون على البضاعة ذاتها لذلك جرم الغش من أجل صحة الإنسان والحيوان، أما تجريم الخداع فمن أجل فكرة التعامل بين الناس بكل ثقة.⁽⁶⁾

وفي هذا السياق نظم المشرع الجزائري جريمة الغش في المادة 431 من قانون العقوبات

(1)-أنظر: زكريا رامي رمزي مرتجي، الحماية الجزائية للمستهلك، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الجيزة، 2019، ص 111.

(2)-أنظر: فاطمة بحري، التطور التاريخ لجريمة الغش، مجلة الحضارة الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية جامعة وهران، المجلد 15، العدد 24، نوفمبر 2014، ص 323.

(3)-أنظر: محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2014، ص 11.

(4)-أنظر: العيد حداد، الحماية المدنية والجناحية للمستهلك عبر شبكة الانترنت، مداخلة ملقاء بالمناسبة الملتقى الدولي الأول حول التنظيم القانوني الانترنت والجريمة الالكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجلفة، المنعقد يومي 27-29 أبريل 2009، ص 11.

(5)-أنظر: محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 27.

(6)-أنظر: إبراهيم بن داود، المرجع السابق، ص 29.

أين نص على حظر مجموعة من الأفعال التي تتضمن غش مواد استهلاكية صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوان، مواد طبية أو فلاحية مخصصة للاستهلاك مما يتوافق مع حكم المادة 70 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي استعمل فيها المشرع لفظ التزوير من أجل التعبير عن الغش.⁽¹⁾

كما أكد المشرع الجزائري بموجب المادة 408 من قانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة المعدل والمتمم على معاقبة كل شخص أنتج أو تاجر في مواد غذائية غير صالحة، وتسبب في تسمم غذائي أو وفاة شخص أو عدة أشخاص طبقا لأحكام المادتين 431-432 من قانون العقوبات والمواد 71-72-73 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

وفي ذات التوجه نص المشرع الفرنسي هو الآخر في المادة 1-413 L من قانون الاستهلاك على تجريم الغش الذي يعتبره مع الخداع الصنف الأساسي الثاني من الجرائم في مجال الغش الاستهلاكي، وتتضاعف العقوبات في المادة 2-451 L من قانون الاستهلاك على الذي يقوم بغش مواد مخصصة لتغذية الإنسان أو الحيوانات، المواد الدوائية أو مشروبات، أو منتجات زراعية.

ثانيا: أركان جريمة الغش: تعتبر الأغذية والمواد الطبية من أهم حاجات المستهلك اليومية، لذا يجب التعامل معها بكل حذر، فأي خطر يصيب هذه المواد يصيب المستهلك مباشرة، لذلك عاقب القانون على الغش التي تقع على الأغذية والمواد الطبية، وجريمة الغش في المواد الاستهلاكية والطبية من الجرائم العمدية، لذا يستلزم قيامها توافر الأركان التالية:⁽²⁾

(01)- الركن القانوني (الشرعي): هو أن يكون هناك نص يحد من الجريمة، ويبين الجزاء العقابي المترتب عليها، وطبقا لنص المادة 01 من قانون العقوبات: « لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن بغير قانون ». وبهذا فإن المشرع الجزائري وطبقا لنص المادتين 70 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 431 من قانون العقوبات قد حدد الأفعال المكونة لجريمة الغش وحدد عقوباتها يمثلان الركن الشرعي لجريمة الغش.

(02)- الركن المادي لجريمة الغش في المنتجات: لقد حصر المشرع الجزائري الأفعال المادية المكونة لجريمة الغش □ المنتجات، ومتمثلة أساسا في الأفعال التالية: تزوير أي منتج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيوان، عرض للاستهلاك أو بيع يعلم المتدخل أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال، عرض للاستهلاك أو بيع مع العلم بالوجهة مواد أو أدوات أو أجهزة وكل مادة تؤدي إلى □ تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني، وكذلك المعاملة في المواد المخصصة للغش، وحتى التحريض على ذلك.⁽³⁾

وعليه يتحقق الركن المادي لهذه الجريمة من خلال الأفعال الإيجابية الواردة على السلعة من تزوير أو غش □ المنتج كالانتقاص من خواصها أو إضافة مادة غريبة، انتزاع شيء

(1) - لم تشمل المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على لفظ " الغش " بل استعملت لفظ " التزوير " للتعبير عن الغش، ويستنتج ذلك من الإحالة إلى المادة 431 من قانون العقوبات الخاصة بالغش، كما أن المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش استعملت لفظ الغش الذي يفرض إلى مرض أو عجز عن العمل، وأحالت إلى العقوبة المنصوص عليها في المادة 432 من قانون العقوبات، وكان على المشرع من أجدر استعمال لفظ الغش وهو أنسب في مجال المنتجات بما فيها المواد الغذائية، حيث أن مصطلح التزوير ينصب أكثر على الأوراق والوثائق، والغش حسب قانون حماية المستهلك وقمع الغش ينصب على كل المنتجات سواء مواد استهلاكية أو مواد تجهيزية (باستثناء بعض المنتجات) وينطبق أيضا على الخدمات باعتبارها منتجات حسب نفس القانون، كما يمتد ليشمل المنتجات الموجهة للاستهلاك الحيواني.

(2) - أنظر: عمر يوسف عبد الله، الحماية القانونية من جريمة الغش في المواد الاستهلاكية والصيدلية في التشريع الجزائري مجلة صوت القانون، مخبر نظام حالة المدنية، جامعة الجيلاي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر، المجلد 06، العدد 02 نوفمبر 2019، ص 322.

(3) - المادة 70 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر، والمادة 431 من قانون العقوبات الجزائري.

من مكوناته، وكلما من شأنه مخالفة المواصفات المطابقة للقانون. فلا تقوم جريمة الغش أو التزوير إذا كان التغيير □ البضاعة أو الفساد □ يرجع، ويعتد □ غشا □ قدمها أو □ سبب أجد □ لا دخل لإرادة البائع أو التاجر أو □ نتج فيها فساد البضاعة بإهمال المتدخل كتنسوس الحبوب بسبب عدم العناية بها أثناء تخزينها وفقا للأصول الفني.⁽¹⁾ وبهذا فإن الأفعال المادية للغش تتحدد بعدة طرق منها:

1- الغش بالخلط أو بالإضافة للبضاعة: وفي هذه الصورة يتم الغش بإضافة مادة للسلعة بطريقة تؤدي إلى فسادها، هذه المادة قد تكون من طبيعة مغايرة، أي عملية الخلط تتم بمادة أخرى مختلفة عن السلعة كما وكيفا، ومثاله غش اللبن بإضافة الماء إليه وبيعه على حالته هذه بإيهام المستهلك على أنه لبن خالص.⁽²⁾

2- الغش بالانتزاع أو الإنقاص: وتتحقق هذه الوسيلة بسبب نزع كل أو الجزء من العناصر الحقيقية المكونة للمادة الطبيعية مع الاحتفاظ بنفس التسمية، وبيعه بنفس الثمن على أنه الإنتاج الحقيقي أو إظهاره في صورة أجود مما هو عليه في الحقيقة المركبة للمادة الطبيعية مع الاحتفاظ بنفس تسمية، كنزع الدسم الحليب الذي يقلل من خواصه الأصلية.⁽³⁾

3- الغش في طريق الصناعة: وتعني هذه الوسيلة صناعة بضاعة دون أن يدخل في تركيبها إحدى المكونات التي يتعين دخولها وفقا للأنظمة أو العرف التجاري أو الصناعي.⁽⁴⁾

(3)- الركن المعنوي لجريمة الغش في المنتجات: جريمة الغش في المواد الغذائية والمنتجات جريمة عمدية يلزم لقيامها توافر القصد الجنائي العام لدى المتهم أي انصراف إرادته إلى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقعة، وبأن القانون يعاقب عليها.⁽⁵⁾

ويتحقق القصد الجنائي في جريمة الغش الواقع على المتعاقد أو في البضائع باتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الغش وإقامة الدليل على علمه به، أي أنه يعلم كل العلم بما يقوم به من تزييف أو تغيير السلعة، بإضافة مواد خاصة لها بعد أن كانت سليمة والبحث في توافر العلم بالغش مسألة واقعية يستقل بتقديرها قاضي الموضوع.⁽⁶⁾

وعلى اعتبار أن جريمة الغش من جرائم الخطر وليست من جرائم الضرر، فلا يشترط في غش المنتجات أن تحدث ضرر للإنسان، بل يجب فقط أن تتوافر نية الغش لدى المحترف وتنصرف إرادته إلى تحقيقه، لأن جريمة الغش من الجرائم العمدية الوقتية فعدم مطابقة المنتج للمواصفات القياسية المقررة يعتبر غشا، وأن مجرد انتهاء تاريخ صلاحية المنتج يفترض في أن السلعة أصبحت فاسدة، ويعتبر هذا غشا من المحترف.⁽⁷⁾

(1)-أنظر: صافية اقلوني ولد رايح، حماية المستهلك من أساليب الغش على ضوء القانون رقم 09-03، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أفريل 2017، ص 06.

(2)-أنظر: مونية بن بوعبد، ماهر بديار، السياسة الجنائية للمشروع الجزائري لحماية المستهلك- جريمة الغش نموذجا، مجلة الاقتصاد والقانون، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس، الجزائر، المجلد 06، العدد 06، جوان 2020، ص 127.

(3)-أنظر: أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص 196.

(4)-أنظر: محمد أبو أنس بن موسى نصر، جريمة الغش أحكامها وصورها وأثارها المدمرة، مكتبة الفرقان للنشر والتوزيع دبي الإمارات، 2007، ص 58.

(5)-أنظر: عبد الحميد ثروت، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث ووسائل الحماية منها- ومشكلات التعويض عنها، دار الجامعة الجديدة للنشر، الأزاريطة، الإسكندرية، 2007، ص 44.

(6)-أنظر: نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية الإسكندرية، 2018، ص 113.

(7)-أنظر: كريمة بركات، المرجع السابق، ص 259.

وبالمقابل أيضا وحرصا من المشرع على تحقيق حماية فعالة للمستهلك من مخاطر المواد المغشوشة أو التي تستعمل في الغش، منع مجرد حيازتها بدون سبب مشروع طبقا للمادة 433 من قانون العقوبات والتي حددت مراحل القمع التي تبدأ بالمعاقبة على جريمة الخداع وجريمة الغش وذلك بمعاينة حيازة المحترفين في المحلات المهنية أو سيارات النقل إما: لمواد غذائية ومشروبات منتوجات فلاحية أو طبيعية مغشوشة أو الفاسدة.... الخ.⁽¹⁾ وقد رأى المشرع أن حيازة المنتجات المغشوشة أو الفاسدة السامة، وكذا المواد المستعملة في الغش بين أيدي التاجر هو دليل واضح وخطير على إمعانه على القيام بأعمال غير المشروعة، مما أدى إلى تجريم هذه أفعال.⁽²⁾

وترتبا لما سبق يتضح أن لظاهرة الغش عدة آثار ضارة بالأفراد وأمن واستقرار المجتمع وجودة المنتجات الوطنية في الداخل والخارج وإهدار للموارد، فهذه الأفعال تؤثر من ناحية على الاقتصاد القومي للبلاد بإحداث خلل فيه وعدم التوازن بين المراكز القانونية المختلفة بإثراء طائفة من التجار المخادعين على حساب طائفة أخرى من التجار الشرفاء، ومن ناحية أخرى فيها تأثير سلبي على أفراد المجتمع جمهور المستهلكين بإصابتهم بأضرار بالغة في صحتهم ودمتهم مالية وحماية للمستهلك تدخل المشرع وجرم بعض الأفعال، وقرر جملة من عقوبات.⁽³⁾

الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الخداع

إن إظهار الشيء المعروض للمستهلك أو المنتج بمظهر يخالف الحقيقة والواقع يؤدي إلى إيقاع المستهلك في الغلط حول طبيعة المنتج، مما يشكل جريمة الخداع من قبل الأعوان الاقتصاديون.⁽⁴⁾

وللوقوف على معالم هذه الجريمة لابد من وضع تعريف لها (أولا) وكذا تحديد نطاقها (ثانيا) لنخرج بعدها إلى تحديد أركانها (ثالثا).

أولا: تعريف الخداع: لم ينص المشرع الجزائري ولا الفرنسي من قبله على تعريف الخداع وإنما نص على طرق معينة يمكن تحديد الخداع على أساسها، وإن حقيقة الخداع تتمثل في القيام بأعمال وأكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته، وإلباسه مظهرا يخالف الحقيقة والواقع.⁽⁵⁾ ويعرف الخداع على أنه: «استعمال وسائل التحايل وأساليب تضليل لغرض إيقاع شخص آخر في الغلط، والحصول منه على تعهد أو تنازل لم يكن ليصدر عن هذا الشخص لولا الغلط الذي وقع فيه بفعل تلك المناورات التي صورت الأمر على غير حقيقته، فخلقت الوهم في ذهنه وأثرت في إرادته فأتى العمل القانوني مدفوعا إليه بحكم تأثيرها فيه».⁽⁶⁾

وعليه يتحقق الخداع المستهلك من خلال إيهامه بأن المنتج يتوافر على بعض المزايا والصفات وهو في حقيقة الأمر على عكس ذلك، كأن يكون مقلد أو به عيب ذو خطورة على أمن وسلامة المستهلك، ويكون هدف الجاني من وراء ذلك الحصول على القيمة المالية عن طريق استبدال

(1)-المادة 433 من الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1996 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 49 الصادرة في 11 جوان 1996 المعدل والمتمم.

(2)-أنظر: محمد بودالي، المرجع السابق، ص 46-47.

(3)-أنظر: سالم محمد عبود، رشا كيلان شاكر، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، مجلة الحقوق، كلية القانون الجامعة المستنصرية، بغداد، المجلد 19، العدد 04، 2012، ص 28-29.

(4)-أنظر: أمينة لطروش، جريمتي الغش والخداع في المواد الاستهلاكية، مجلة منازعات الأعمال، كلية الحقوق، الفاس العدد 02، غشت 2014، ص 02.

(5)-أنظر: عبد العزيز بن محمد العبيد، المرجع السابق، ص 130.

(6)-أنظر: بيار اميل طويبا، الغش والخداع في القانون الخاص الإطار العقدي والإطار التقصيري، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2014، ص 26.

المنتج الذي وقع عليه اختيار المشتري بشيء أقل من قيمته⁽¹⁾ ويختلف الخداع عن التدليس المدني في أن هذا الأخير يشترط فيه أن يكون جسيماً لإبطال العقد، وأن مجرد الكتمان كاف لتقدير الإبطال على عكس الخداع فلا يجب أن يبلغ حداً من الجسامة، وأن مجرد الكتمان غير مقرر لعقاب ما لم يقترن بفعل خارجي⁽²⁾.

وقد تتشابه جريمة الخداع مع جريمة النصب من حيث اعتبار الخداع صورة مخففة من النصب يقومان على فكرة الخداع والتأثير على نفسية المجني عليه، ولكنهما يختلفان من حيث أن الهدف الجاني من جريمة النصب هو الاستيلاء على مال الغير، في حين أن غرض الجاني في جريمة الخداع هو تحقيق كسب غير مشروع عن طريق إبرامه لصفقة تجارية سليمة في ظاهرها كما يختلفان من حيث وسيلة الخداع فوسائل الاحتيال في جريمة النصب محددة على سبيل الحصر في حين أن جريمة الخداع تقوم بأي طريقة من الطرق، وأخيراً فهما يختلفان، من حيث درجة التدليس حيث يكفي لقيام جريمة الخداع مجرد الكذب، وبينما لا يكفي مجرد الكذب لقيام النصب، بل يجب أن يقترن بأفعال مادية أو وقائع خارجية⁽³⁾.

أما من الناحية القانونية فقد نص المشرع على تجريم أفعال الخداع والشروع فيها بموجب المادتين 68-69 من قانون حماية المستهلك، والمادتين 429-340 من قانون العقوبات حيث أورد الأفعال مكونة للركن المادي للجريمة، والعناصر التي تنصب عليها من أجل حماية المستهلك من الأفعال والسلوكيات التي تمس سلامة أحد العناصر المنتوجات أو الخدمات التي يقتنيها في إطار تلبية متطلباته وحاجاته اليومية⁽⁴⁾.

وباستقراء النصوص القانونية السابقة نجد أن المشرع الجزائري قد سائر في تجريمه للخداع معظم التشريعات في القانون المقارن، حيث نص القانون المصري على جريمة الخداع بموجب المادة 01 من القانون رقم 48 لسنة 1941 بشأن قمع التدليس والغش، وقد عدل هذا القانون بموجب القانون رقم 106 لسنة 1980 حيث تم تشديد العقوبة وإضافة صور جديدة للتجريم، وقد أطلق المشرع المصري على جريمة الخداع تسمية "جريمة التدليس". وبصدور القانون رقم 68 لسنة 2006 بشأن حماية المستهلك وسع في مدلول الخداع ذلك أن المواد 3-4-6 من هذا القانون قد أقرت التزامات على المنتج والمستورد، المورد والمعلن بتقديم بيانات معينة للمستهلك وبشكل معين، وبالتالي فإن عدم تقديم هذه البيانات أو تقديمها في صورة غير حقيقية أو مضللة يشكل جريمة خداع للمستهلك ويعاقب عليها بموجب المادة 24 من ذات القانون، وبالإلغاء أحكام القانون لسنة 2006 بموجب المادة 04 من القانون رقم 181 لسنة 2018 تم تجريم أفعال الخداع وعقاب عليها بموجب المادتين 9 و66 منه⁽⁵⁾.

وفي مقابل ذلك فقد كان المشرع الفرنسي الأسبق في تنظيم جريمة التدليس أو الخداع في المعاملات التعاقدية وذلك بمقتضى قانون أول أغسطس 1905 بقمع الغش والخداع، وقد جاء قانون 10 يناير 1978 بشأن حماية وإعلام المستهلك ليوسع من نطاقه ويشدد في العقوبات التي نص عليها، وبصدور قانون الاستهلاك الجديد تم تجريم فعل الخداع أو محاولة الخداع بموجب المادة 1-441 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

ثانياً: نطاق جريمة الخداع: إن تحديد معالم جريمة الخداع باعتبارها واحدة من أخطر الجرائم

(1)-أنظر: طيب ولد عمر، الجزاءات العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي بسعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015، ص 3.

(2)-أنظر: محمد بوراس، المرجع السابق، ص 484.

(3)-أنظر: محمد بودالي، المرجع السابق، ص 9-10.

(4)-أنظر: عبد الحميد ثروت، المرجع السابق، ص 19.

(5)-أنظر: رضا متولي وهدان، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس، الطبعة الثانية، دار الفكر والقانون، المنصورة 2008، ص 28.

- الماسة بالمستهلك وبأمنه وسلامته يتطلب بالضرورة التطرق إلى نطاقها من حيث الأشخاص ومن حيث الموضوع، وكذا من حيث الوسائل لاسيما أن هذا النوع من الجرائم ذو تجريم مزدوج.⁽¹⁾
- (01)- نطاق جريمة الخداع من حيث الأشخاص: بالرجوع إلى نص المادة 429 من قانون العقوبات فإن النص يسري مهما كانت صفة الجاني وصفة المجني عليه، فالمشرع استعمل لفظ المتعاقد وهو ما يعني أن النص لا يقتصر تطبيقه على العقود المبرمة بين المحترفين والمستهلكين فيشمل أيضا الخداع الواقع بين الأفراد العاديين وحتى المحترفين أنفسهم، في حين أن قانون حماية المستهلك جعل تطبيق جريمة الخداع يقتصر على المستهلكين فقط، ومن هنا يكون التكامل بين النصين وتوسيع نطاق تطبيق النصوص الخاصة بجريمة الخداع، فلفظ المتعاقد المستعمل في نص المادة 429 من قانون العقوبات يمتد ليشمل العقود المبرمة بين المحترفين، ولفظ المستهلك المستعمل في قانون حماية المستهلك وقمع الغش يمتد ليشمل حتى من لم يكن طرفا في العقد.⁽²⁾
- (02)- نطاق جريمة الخداع من حيث الموضوع: بالرجوع إلى نص المادة 429 من قانون العقوبات نجد أن المشرع استعمل لفظ السلعة، ولكن بالرجوع إلى نص المادة 68 من قانون الاستهلاك نجده استعمل مصطلح المنتج، فإذا كان المشرع قد ضيق نطاق التجريم من حيث الأشخاص في قانون الاستهلاك ووسعه في قانون العقوبات، فإن الصورة قد انعكست فيما يخص نطاق التجريم من حيث الموضوع بحيث وسع المشرع من محل الحماية في قانون الاستهلاك باعتماده مصطلح المنتج الذي يشمل كل من السلعة والخدمة، في حين حصره في قانون العقوبات في السلع والتي تندرج تحت لواء المنتج دون الخدمة.⁽³⁾
- أما بخصوص المشرع المصري ورجوعا لنص المادة 01 من قانون قمع الغش والتدليس المصري والتي تنص على عقاب: «كل من خدع أو شرع في أن يخدع المتعاقد معه في عدد البضاعة... أو ذاتيتها.. أو حقيقتها.. أو نوعها». وهذا يعني يجب أن يكون محل الجريمة بضاعة.⁽⁴⁾
- ومن جانبه أيضا لم يقصر المشرع الفرنسي محل الحماية الجنائية في جريمة الخداع على البضائع فقط، بل يشمل أيضا الخدمات بالإضافة إلى المنتجات مع العلم أن كلا المشرعان لم يعرفا محل جريمة الخداع، وتركوا للفقهاء والقضاء تعريفهما.⁽⁵⁾
- (03)- نطاق جريمة الخداع من حيث الوسائل: لم يشترط المشرع في الخداع أن يكون بوسائل محددة أو معينة، فالخداع يتم بأية طريقة يلجأ إليها الجاني مما يعد ضمانا للمستهلك، وحسنا ما فعل المشرع باعتبار أن جرائم الاستهلاك من الجرائم المتطورة التي تكشف في كل يوم عن وجه جديد مختلف عن سابقه. مع العلم أن المشرع قد نص على بعض الوسائل فهي لتشديد العقوبة بشأنها وهو ما نصت عليه 340 من قانون العقوبات، والمادة 69 من قانون الاستهلاك والمتمثلة في الخداع بواسطة الكيل أو عن الغش في التركيبة.⁽⁶⁾

(1)-أنظر: نوال مجدوب، حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 08، العدد 15، جوان 2016، ص 268.

(2)-أنظر: محمد بوراس، المرجع السابق، ص 485.

(3)-وسع المشرع من محل الحماية في قانون الاستهلاك باعتماد مصطلح المنتج والذي يشمل كل من السلعة والخدمة في حين حصره في قانون العقوبات في السلعة التي تندرج تحت لواء المنتج دون الخدمة، وبالتالي انحاز المشرع للمستهلك المخدوع دون المتعاقد المستهلك، وهذا بناء على مفهوم كل من السلعة والمنتج الواردين في نص المادة 03 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

(4)-المشرع المصري في تعديله الجديد اعتمد مصطلح السلع والخدمة طبقا لنص المادة 09 من رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك السالف الذكر.

(5)-L441-1 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, op.cit.

(6)-أنظر: نوال مجدوب، المرجع السابق، ص 269.

ثالثاً: أركان جريمة الخداع: تتكون جريمة الخداع كغيرها من الجرائم المنصوص عليها في قانون العقوبات من الركن الشرعي، إضافة للركن المادي والمعنوي.

(01)-الركن الشرعي: باعتبار أن الركن الشرعي هو نص التجريم الواجب التطبيق على العمل يمكن القول أن النص المادة 429 من قانون العقوبات هو الركن الشرعي لجريمة الخداع بالإضافة إلى المادة 430 من نفس القانون، كما كرس المشرع حماية جنائية للمستهلك ما ترتب عنه ميلاد فرع جديد يسمى بالقانون الجنائي للاستهلاك بحيث يمكن اعتبار المادتين 68-69 الركن الشرعي لجريمة خداع المستهلك.

(02)-الركن المادي لجريمة الخداع: يقوم جوهر السلوك الإجرامي في هذه الجريمة على الخداع والتدليس المشتري وهو ما عبر عنه القانون بعبارة "كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد" وهذا الأخير يوجه إلى المشتري لا إلى البضاعة، فيكفي أن يخدع البائع المشتري وبوهمه بأن المبيع من الجنس الذي يريد شراءه مع كونه من جنس الآخر، ولو كان المبيع ذاته بضاعة لم يدخلها غش بإضافة عناصر غريبة إلى عناصر الأصلية⁽¹⁾.

وعليه يتحقق الركن المادي لجريمة الخداع بتوافر إحدى الوسائل المنصوص عليها في المادة 68 من قانون الاستهلاك والمتمثلة في: الخداع في كمية المنتجات المسلمة، تسلم المنتجات غير تلك المعينة مسبقاً، قابلية استعمال المنتج، تاريخ أو مدة صلاحية المنتج، النتائج المنتظرة من المنتج وطرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتج إضافة إلى الحالات التي جاءت بها المادة 429 من قانون العقوبات وهي: الخداع في طبيعة البضاعة، الخداع في الصفات الجوهرية، الخداع في تركيب السلعة، الخداع في نوع البضاعة و صنفها، الخداع في الأصل أو المصدر، الخداع في الكمية، المقدار والعدد.

وتفسيرا لذلك يكفي لقيام الجريمة سواء تم خداع المستهلك أو لم يتم بأي من الوسائل السالفة الذكر، وهذا بهدف إصدار عقوبات جزائية على المتدخلين حماية للمستهلكين ونشير هنا إلى أن الحماية التي جاءت بها المادة 68 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم أوسع وأشمل من الحماية التي نصت عليها المادة 429 من القانون العقوبات، وذلك لأن المادة الأولى تحمي المستهلك سواء كان متعاقد مع المتدخل أو لا، أما نص المادة الثانية فلا تنصب على حمايتها إلا على الشخص المتعاقد فحسب وبالتالي فهي تحمي عدد أقل من المستهلكين، ومن هذين النصين نستنتج أن المشرع الجزائري قد وسع في نطاق حماية المستهلكين بهدف تفادي أي محاولة لخداع المستهلك مهما كان نوعها⁽²⁾.

(03)-الركن المعنوي لجريمة الخداع: تعد جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي تقوم إذا ثبت علم الجاني بأن الوسيلة التي استعملها من شأنها أن تؤدي إلى خداع المستهلك، واتجاه إرادته إلى تحقيق الواقعة الإجرامية دون إكراه، أي أن يقوم بالإتيان بالفعل المادي وهو مدرك وواعي ومتوجه بنية الخداع، وهذا يتطلب سوء نية الواجب إثباتها بطرق الإثبات كافة⁽³⁾.

ومما لا شك فيه فإن المشرع الجزائري لا يعاقب على الخداع الذي يقع بطريقة مشروعة كما لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي يقع فيه المتدخل إزاء المتعاقد الآخر، لأن جريمة الخداع جريمة عمدية وأن حسن النية فيها ينفي نية الخداع، إلا أن الغلط الذي ينفي القصد الجنائي لدى المتهم هو الغلط في الواقعة وليس الغلط في القانون، لأن العلم بالوقائع ليس مفترض في حين أن العلم بالقانون مفترض، فإذا كان القانون ينص على التزام المتدخل بفحص ومراقبة السلعة قبل بيعها،

(1)-أنظر: منصور رحمانى، القانون الجنائي للمال والأعمال، الجزء الأول، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2012 ص210.

(2)-أنظر: وليد لعوامري، المرجع السابق، ص213.

(3)- أنظر: زكريا رامي رمزي مرتجي، المراجع السابق، ص144.

فان مخالفة هذا الالتزام نتيجة لاعتقاد المتدخل أن هذا الالتزام غير مجرم بنص القانون فإن هذا القانون لا ينفي المسؤولية الجزائية عنه.⁽¹⁾

الفرع الثالث : فاعلية الجزاءات المقررة لتوفير الحماية الناجمة للمستهلك

أدى اتساع نطاق التجريم في المجال الاقتصادي إلى ضرورة البحث عن الوسائل الكفيلة لوضع حد للتجاوزات الواقعة على القواعد القانونية المنظمة للنشاطات الاقتصادية والهادفة لحماية المستهلك، فكانت للعقوبة دور فعال في زرع الطمأنينة في نفس المستهلك وتتنوع هذه الجزاءات بين الجزاءات مدنية وأخرى جزائية تنسم بطابع الجزري الردعي.⁽²⁾ وإذا كان قانون العقوبات هو الأصل في التجريم والعقاب، فإن المشرع قد مدد من سياسية التجريم والعقاب إلى القوانين الخاصة مثل قانون المنافسة والذي يعزز قانون حماية المستهلك من خلال ما تتضمنه نصوصه القانونية من أحكام تتعلق بحماية المستهلك، حيث ألزم المتدخل بضمان شفافية الأسعار وإعلام المستهلك ومحاربة بعض أنواع الممارسات التجارية من خلال قانون المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.⁽³⁾

ومن خلال هذا الفرع سيتم التطرق إلى الجزاءات المقررة في قانون حماية المستهلك (أولا) لنخرج بالبحث عن الجزاءات المحالة إلى قانون العقوبات (ثانيا) وفي الختام سيتم معالجة الجزاءات المترتبة عن مخالفة قواعد قانون الممارسات التجارية (ثالثا).

أولا: العقوبات المقررة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش: عزز المشرع من الحماية الممنوحة للمستهلك من خلال قواعد قانون حماية المستهلك وقمع الغش والالتزامات المفروضة على المتدخل تحت طائلة فرض عقوبات مدنية وإدارية، وجزائية في حالة الإخلال بها بأي شكل من الأشكال وتشمل هذه الجرائم كل المخالفات للالتزامات المفروضة والتي توجب تطبيق العقوبة، وهذه الأخيرة نص عليها قانون الاستهلاك في المواد من 4 إلى 18 والتي سيتم التفصيل فيها على النحو التالي:⁽⁴⁾

01)- فرض غرامة الصلح على المتدخل: لم يكتفي التشريع بتسليط العقوبات لردع المخالفين لالتزاماتهم المنصوص عليها قانونا لحماية المستهلك، بل أضاف آليات أخرى وقائية لتسمح لهؤلاء من القيام بتسديد غرامة معينة وفق شروط قانونية محددة سهاها المشرع "بغرامة الصلح" حيث تجنبهم العقوبة المقررة للمخالفات المحددة قانونا.⁽⁵⁾

ولمعرفة مدى فاعلية هذه الآلية في تجسيد حماية فعلية للمستهلك يستدعي منا الأمر الوقوف على مفهوم غرامة الصلح (أولا) لنخرج إلى إجراءات تحصيلها (ثانيا).

أولا: مفهوم غرامة الصلح: يقصد بالغرامة عموما المبلغ المالي الذي يدفعه أي مخالف للقانون إلى الخزينة العمومية، أما المقصود بغرامة الصلح في قانون حماية المستهلك فهو المبلغ المقرر قانونا يدفعه كل متدخل في عملية عرض أي منتج للاستهلاك يرتكب إحدى المخالفات التي نص عليها

(1)-أنظر: أمينة لطروش، المرجع السابق، ص 8-9.

(2)-أنظر: فرحات زموش، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09-03، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015-2016 ص 156.

(3)-أنظر: عقيلة شارف حملاوي، ضمانات حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أو لحاج البويرة، 2017-2018، ص 137.

(4)-أنظر: وفاء شيعاوي، رياض دنش، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون رقم 09-03، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 14، أفريل 2017 ص 221.

(5)-أنظر: علي حساني، المرجع السابق، ص 433.

قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وهذه الغرامة التي تجنب المتدخل مرتكب المخالفة إجراءات التقاضي أمام القضاء المختص.⁽¹⁾

ومن خلال تفحص نصوص قانون حماية المستهلك وقمع الغش يتبين لنا أن المشرع لم يعرف لنا غرامة الصلح، واكتفى بذكر الهيئة المختصة بفرضها والإجراءات، والشروط المتعلقة بها حيث حصرها في ثمانية (8) مخالفات.⁽²⁾ كما أنه خصص لكل مخالفة قيمة الغرامة خاصة بها، فهناك مخالفات لها غرامة محددة في حين هناك مخالفات لها غرامة نسبية.

1- الغرامة المحددة: وهي الغرامة التي جعل لها المشرع حداً ثابتاً، حيث تتدخل تشريعات حماية المستهلك وتضع حدوداً دنياً وأخرى قصوى حتى يمكن للإدارة أن توازن بين الأخطار والأضرار الناجمة عن الجريمة، وبين العقوبة المقضي بها حتى تحقق ردع الجناة وتتمثل أساساً في:

أ- الغرامة المقدرة بثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج) ويطبق هذا المقدار في مخالفات انعدام سلامة المواد الغذائية، انعدام أمن المنتجات، انعدام رقابة المطابقة المسبقة، وانعدام الضمان أو عدم تنفيذه.

ب- الغرامة المقدرة بمائتا ألف دينار (200.000 دج) تخص مخالفات انعدام النظافة والنظافة الصحية، وغياب بيانات وسم المنتج.

ج- الغرامة المقدرة بخمسون ألف دينار (50.000 دج) تنفرد هذه الغرامة مخالفة وحيدة هي مخالفة تجربة المنتج.⁽³⁾

2- الغرامة النسبية: لا يحدد القانون هذه الغرامة بشكل ثابت، وإنما يحدد مقدارها بالنظر إلى نسبة مئوية من القدرة المالية للمخالف.⁽⁴⁾ ولقد انتهج المشرع الأسلوب في تحديد غرامة الصلح لمخالفة رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع وحددها بنسبة 10% من ثمن المنتج المقتنى طبقاً للمادة 7/88 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وإذا سجلت عدة مخالفات على نفس المحضر يجب على المخالف أن يدفع مبلغاً إجمالياً لكل غرامات الصلح المستحقة طبقاً للمادة 89 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، ولا يقبل أي طعن في القرار المحدد لمبلغ غرامة الصلح طبقاً للمادة 91 من نفس القانون.

ثانياً: إجراءات تحصيل غرامة الصلح: في حالة ثبوت إحدى المخالفات المذكورة في المادة 88 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم يحضر محضر بذلك وتقوم الهيئة المخول لها قانوناً بفرض غرامة الصلح، وبعد ذلك تبادر الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش تبليغ المتدخل المخالف في أجل أقصاه 07 أيام تسري ابتداء من تحرير المحضر عن طريق إنذاره برسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام وله مهلة ثلاثين (30) يوماً تلي تاريخ الإنذار لدفع مبلغ الغرامة، بحيث يتم الدفع مرة واحدة لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف، فيعلم هذا الأخير المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بحصول الدفع في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ دفع الغرامة، وفي حالة عدم استلام الإشعار في أجل خمسة وأربعين (45) يوماً التي تسري ابتداء من تاريخ وصول الإنذار للمخالفين ترسل المصالح المكلفة بحماية المستهلك

(1)-أنظر: عبد المنعم نعيمي، قراءة في أحكام الصلح كآلية لحماية المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد، 02 العدد 03 سبتمبر 2015، ص 228.

(2)-ليس جميع المخالفات تخضع بطريقة المتابعة الودية والتي تقتضي إلزام المتدخل المخالف بدفع غرامة صلح التي يحددها القانون، بل هو طريق مخصص لبعض المخالفات فقط منصوص عليها في المادة 88 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش مع العلم أن المشرع استثنى من نطاق غرامة الصلح بعض مخالفات نصت عليها المادة 87 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر .

(3)-المادة 88 القانون نفسه.

(4)-أنظر: أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 459.

وقمع الغش الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليمياً⁽¹⁾ ويترتب على تسديد المخالف لمبلغ غرامة الصلح في الآجال والشروط المحددة قانوناً انقضاء الدعوى العمومية طبقاً للمادة 93 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

واستناداً إلى ما سبق يلاحظ من النصوص المنظمة لصلاحيات أعوان قمع الغش وكذا منحهم إمكانية فرض غرامة الصلح على المتدخلين المخالفين لالتزاماتهم أنها تضمن على الأقل الحد من الأضرار التي يمكن أن تلحق الأذى بالمستهلك، لكن هذا لا يكفي لقيام هذه الفئة بواجبها على أحسن وذلك لعدم تنظيم المشرع لمسؤوليتها عند الإخلال أيضاً بواجب الرقابة كما ينبغي، فالبرغم من صلاحياتهم في فرض غرامة الصلح على المتدخل لإجباره على احترام قواعد قانون حماية المستهلك كوسيلة لتجسيد حماية هذا الأخير إلا أن هذه الغرامة لا تكفي لذلك من عدة جوانب، إذ أن هناك مخالفات عديدة يرتكبها المتدخل ولا يتم الكشف عنها لعدم التزام الإدارة بالرقابة المستمرة أحياناً، وهي غير كافية لردع المخالف لأن مقدارها ضئيل بالمقارنة مع جسامه المخالفة وطبيعة النشاط خاصة إذا كان نشاط المتدخل شركة إنتاج عملاقة.

ولذا على المشرع أن يتدخل لتعديل المادة 86 من قانون رقم 03-09 وإلزام الإدارة بتطبيق غرامة الصلح على كل المتدخل مخالف بدل من ترك لهم السلطة التقديرية، وعليه أيضاً أن ينيط الجهات القضائية في فرض بعيداً عن الإدارة التي هي في الاحتكاك مع المتدخل بصفة خاصة والمواطن بصفة عامة مما يبعده عن النزاهة والشفافية⁽²⁾.

02- جزاء مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية: يجب على كل متدخل يعرض منتجات غذائية للاستهلاك في أن يسهر على ضمان سلامتها، وألا تضر بصحة المستهلك وفي حالة مخالفة هذا الالتزام نصت المادة 71 بمعاقبته بغرامة من مائتي ألف دينار (200.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج)، كما يتعين على المتدخل أثناء عرضه أو وضعه للمواد الغذائية للاستهلاك أن يحترم شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين وأماكن التصنيع أو التحويل أو التخزين ووسائل نقل المنتجات، وإذا خالف هذا الالتزام يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) وهو ما نصت عليه المادة 72 قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، علاوة على ذلك أقر المشرع لجريمة مخالفة السلامة عقوبة تكميلية تتمثل في مصادرة هذه المواد وذلك ما نصت عليه المادة 82 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم.

وفي ذات السياق يعاقب المشرع المصري طبقاً للمادة 65 من القانون رقم 181 لسنة 2018 بغرامة لا تقل عن عشرة آلاف جنيه ولا تتجاوز خمسمائة ألف جنيه، أو مثل قيمة منتج محل المخالفة لكل من يخالف أحكام المادة 03 من ذات القانون التي تلزم المورد بقواعد الصحة والسلامة.

03- جزاء مخالفة إلزامية أمن المنتجات: ألزم المشرع الجزائري بموجب المادة 10 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم المتدخل بضرورة احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك من حيث مميزاته، تأثير المنتج على المنتجات الأخرى ورتب على إخلال المتدخل لعقوبة نص عليها المشرع في المادة 73 من ذات القانون بحيث يعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار (200.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) بالإضافة إلى هذه العقوبة نص قانون حماية المستهلك على عقوبة تكميلية متمثلة في مصادرة المنتج.

04- جزاء مخالفة إلزامية مطابقة المنتجات: يجب على كل متدخل طبقاً للمادة 12 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم من أن يعرض منتجاته لرقابة

(1) -المادتين 90-92 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2) -أنظر: زاهية حورية سي يوسف، دراسة في قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، المرجع السابق، ص 82.

مطابقة حتى يضمن عرض منتجات سليمة للاستهلاك، وإخلال المتدخل بهذا لالتزام يعرضه لعقوبة غرامة حددتها المادة 74 من ذات القانون من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) وتعزيزا لحماية المستهلك تم إدراج نص المادة 73 مكرر بموجب التعديل الجديد رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي نصت على أنه: «يعاقب بغرامة من خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليون (1000.000 دج) كل من يخالف الخصائص التقنية المنصوص عليها في المادة 11 من هذا القانون».

05- جراء مخالفة إلزامية ضمان المنتج وتجربته وتنفيذ الخدمة ما بعد البيع: الالتزام بضمان المنتجات هو التزام قانوني فرضه المشرع على كل متدخل يعرض منتجاته للاستهلاك طبقا لنص المادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ونظرا لأهميته حرص المشرع على ضمان تطبيقه من خلال إقراره لعقوبة على مخالفته، بحيث نصت المادة 75 من ذات القانون على معاقبة المتدخل بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).

كما منح المشرع للمستهلك الحق في تجربة المنتج مقتنى،⁽¹⁾ وإذا ما خالف المتدخل إلزامية تجربة المنتج ومنعه من القيام بذلك عن قصد والإدراك فإنه يعد مخالف لأحكام المادة 15 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فيعاقب بغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) طبقا للمادة 76 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم، وفي حالة إخلال المتدخل بواجبه في تقديم الخدمة ما بعد البيع المنصوص عليها بموجب المادة 16 من قانون رقم 09-03 يعاقب المتدخل طبقا لنص المادة 77 من ذات قانون بغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى مليون دينار (1000.000 دج).

06- جزاء مخالفة إلزامية الالتزام بالإعلام: يعد الالتزام بالإعلام من بين أهم الالتزامات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك، حيث تكمن أهميته في ضبط التوازن المفقود في العلاقة بين المتدخل والمستهلك لأن عدم التوازن بينهما غالبا ما يرجع إلى قلة المعلومات التي يملكها المستهلك حول المنتج أو الخدمة المعروضة للاستهلاك، الأمر الذي جعل المشرع يفرض على المحترف الالتزام بالإعلام كأسلوب لحماية المستهلك، وبالتالي في حالة مخالفة هذا الالتزام يمكن طلب إبطال العقد وطلب التعويض من قبل المحترف.⁽²⁾

ونظرا لعدم وجود نصوص خاصة تقضي بإبطال العقد أو فسخه في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام وجب الرجوع للقواعد العامة في القانون المدني، ومن ثم إذا أبرم العقد دون أن يعلم البائع المشتري بالبيانات المتعلقة بخصائص الجوهرية للمبيع، وكذا طرق استعماله ومخاطر فإنه يمكن للمشتري طلب الإبطال العقد للأسس التالية:

1- رفع المشتري دعوى إبطال العقد استنادا للغلط حول صفة المبيع الجوهرية بسبب عدم تقديم البائع معلومات صحيحة ودقيقة عن المبيع طبقا لأحكام المواد 81-82-83 من القانون المدني الجزائري للمطالبة بإبطال العقد بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يمكن الاعتماد على نظرية الغلط فحسب بل يمكن الاستناد كذلك على نظرية التدليس طبقا للمادة 86 من ذات القانون.

2- إبطال العقد تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية المنصوص عليها في المادة 379 من القانون المدني إذا توافرت الشروط المتطلبة قانونا في العيب.

(1)- المادة 15 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)- أنظر: طيب قلووش، الآثار المدنية لإخلال المتدخل بالالتزام بالإعلام، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية المركز الجامعي أحمد زبانه بغيلزان، المجلد 05، العدد 07، ديسمبر 2016، ص 151.

3- إبطال العقد تأسيسا على نص المادة 352 من القانون المدني التي نصت على وجوب علم المشتري بالمبيع علما كافيا من خلال اشتغال العقد على بيان محله، وأوصافه الأساسية.⁽¹⁾

وفي نفس السياق نص المشرع الفرنسي صراحة على الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام من خلال نص المادة 1112-1 من الأمر رقم 131-2016 المتعلق بالتعديل الجديد للقانون المدني لسنة 2016 على أنه: «..... بالإضافة إلى مسؤولية المتعاقد المسؤول عن هذا الإخلال يمكن أن يؤدي إلى بطلان العقد وفقا للمادة 1130 وما يليها».⁽²⁾

وفي مقابل ذلك ذهب المشرع المصري في نفس الاتجاه حيث استعمل المادة 419 من القانون المدني سندا تشريعا للالتزام بالإعلام، وقرر أن جزاء الإخلال به يرتب البطلان، ويكون من حق المستهلك فقط، ولا يجوز للمخل بالالتزام التمسك بخطئه ويطلب بطلان العقد.⁽³⁾

وإن إخلال المتدخل لواجبه بالإعلام المستهلك قد يؤدي إلى تعرضه لأضرار مادية جسيمة فيرغب بالحصول على التعويض من جراء ما لحقه من ضرر، فتقوم مسؤولية المدنية للمتدخل والتي يستلزم توافرها على أركانها (الخطأ- الضرر- العلاقة السببية) والراجع لدى الفقهاء اعتبار هذه المسؤولية عقدية تيسيرا لمهمة الإثبات، فما على المستهلك إلا إثبات عدم قيام المدين بواجبه بالإعلام سواء تعلق الأمر بغياب تام للمعلومات أو نقصها دون حاجة إلى إثبات تقصير المدين من عدمه.⁽⁴⁾ إضافة لمسؤولية المحترف المدنية- وبهدف توفير حماية أكبر للمستهلك أقر المشرع الجزائي مسؤولية المحترف الجنائية عند إخلاله بالالتزام بالإعلام في مجال المنتجات والخدمات حيث يعاقب طبقا لنص 07 من القانون رقم 18-09 المعدلة لأحكام المادة 78 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك بغرامة من مائة ألف دينار (1.00.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) بالإضافة إلى عقوبات تكميلية تتمثل في مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة استعملت ارتكاب المخالفات المنصوص عليها.

07- جزاء مخالفة المتدخل للتدابير التحفظية المقررة على عاتقه: تفرض السلطات الإدارية على المتدخل بعض التدابير الإدارية بصدد قيامها بمهام الرقابة على مطابقة المنتجات، فإذا ثبت لها عدم مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية أمرت بسحبه بصفة مؤقتة أو بصفة نهائية من الاستهلاك وتوقيف النشاط، فإذا خالف المتدخل هذه التدابير يعد مرتكبا لجنحة مخالفة قواعد والتدابير الإدارية ويعاقب تبعا لذلك بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات وبغرامة من 500.000 إلى 2000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، بالإضافة إلى عقوبة تكميلية تتمثل في دفع مبلغ بيع المنتجات موضوع الجريمة لصالح الخزينة العمومية والذي يقيم على أساس سعر البيع الذي حدده المتدخل أو على أساس سعر السوق.⁽⁵⁾

ثانيا: العقوبات المقررة بموجب قانون العقوبات: يعد الجزاء من أنجع الوسائل التي تبرز دور القضاء في مواجهة المخالفات عند مساسها بمصالح صحة وأمن المستهلك، ولقد أحال قانون حماية المستهلك في معاقبة بعض الجرائم إلى قانون العقوبات نظرا لخطورة هذا النوع من المخالفات وشدد في هذه العقوبات، لما تشكله من خطورة وتهديد لصحة وسلامة المستهلك ومن

(1)-أنظر: محمد زكرياء شيخ، المرجع السابق، ص 7-8.

(2)-L1112-1 Créé par Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, op.cit.

(3)-نصت المادة 419 من القانون المدني المصري على أنه: «يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع، وأوصافه الأساسية بيانا يمكن من تعرفه . وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع، سقط حقه في طلب إبطال البيع بدعوى عدم علمه به، إلا إذا اثبت تدليس البائع».

(4)-أنظر: محمد زكرياء شيخ، المرجع السابق، ص 7-8 .

(5)-المادتين 79-80 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

أهم هذه العقوبات الجزائية نذكر:

(01)- عقوبة جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك: يعاقب على الخداع البسيط الذي لم يخلف ضررا بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يرتكب الأفعال المذكورة سابقا، وذلك استنادا إلى نص المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تحيل إلى تطبيق قانون العقوبات.⁽¹⁾ ولم يتوقف الأمر عند هذا الحد بل رفع العقوبات المذكورة أعلاه لظروف مشددة إلى تطبيق عقوبة خمس سنوات (5 سنوات) وغرامة قدرها خمسمائة دينار (500.000 دينار) وهذا استنادا إلى نص المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيل إلى تطبيق قانون العقوبات.⁽²⁾

ومن خلال هذه المادة يتضح لنا أن المشرع شدد في العقوبة فرفع مدة الحبس إلى خمس سنوات، والغرامة إلى 500.000 دج متى ارتكب الجاني هذه الجريمة أو الشروع فيها بإحدى الوسائل التي ذكرتها المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، بالإضافة إلى مصادرة المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في المادتين 68-69 وكعقوبة تكميلية أيضا وفي جميع الحالات فإنه على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.⁽³⁾

وفي ذات التوجه عاقب المشرع الفرنسي هو الآخر بموجب المادة 1-454 من قانون الاستهلاك بالسجن لمدة تصل إلى سنتين، وبغرامة قدرها 300000 يورو سواء كان أو لم يكن طرفا في العقد فسيكون قد خدع أو حاول خداع المفاوض بأي وسيلة أو عملية على الإطلاق حتى من خلال طرف ثالث، كما يمكن زيادة مبلغ الغرامة بما يتناسب مع الفوائد الناتجة عن الخرق إلى 10٪ من متوسط حجم المبيعات السنوي، ويتم حسابه على آخر ثلاثة أرقام مبيعات سنوية في تاريخ الوقائع طبقا للمادة 4-454 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

وفي نفس السياق عاقب المشرع المصري بموجب المادة 66 من القانون رقم 181 لسنة 2018 المتعلق بحماية المستهلك كل من خالف أحكام المادة 9 من ذات القانون بغرامة لا تقل عن خمسين ألف جنيه ولا تتجاوز مليوني جنيه أو مثلى قيمة المنتج محل المخالفة.

وتأسيسا على ذلك يتضح لنا أن جريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك تعتبر من أبرز الجرائم المالية التي اهتم بها القانون الجنائي الاقتصادي لكونها تهدف إلى تحقيق كسب غير مشروع والغرض من توقيع العقاب على مرتكبيها هو حماية المستهلك الذي يخدع من جرائمها سواء في نوعية البضاعة أو ذاتها، فمثل هذه الأفعال لا تخضع لأحكام المسؤولية المدنية بل لأحكام المسؤولية الجنائية، وهذا حفاظا على صحة وسلامة ومصلحة المستهلك.⁽⁴⁾

(02)- عقوبة جريمة الغش في المنتجات: تمثل جريمة الغش في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك

(1)- المادة 429 ألغيت وعوضت بالأمر رقم 75-47 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات السالف الذكر.

مع العلم أن قانون العقوبات عرف عدة تعديلات سنة 2020 نذكر منها القانون رقم 20-01 مؤرخ في 30 يوليو 2020 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 44، الصادرة في 30 يوليو 2020. وكذا القانون رقم 20-06 مؤرخ في 28 أبريل 2010 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 25، الصادرة في 29 أبريل 2020.

(2)- المادة 56 المتممة لأحكام المادة 430 من القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 84، الصادرة 24 ديسمبر 2006.

(3)- تشدد عقوبة جريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك أيضا إذا كان الخداع من شأنه أن يجعل المنتج خطيرا كأن يقوم المتدخل ببيع سيارة دون إعلام المستهلك بهشاشة جهاز تحكمها ليصاب المستهلك بحادث سبب له مرضا أو عجزا أو وفاة لتصل العقوبة إلى الحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات، وغرامة من 500.000 إلى 1000.000 دج طبقا للمادة 432 من قانون العقوبات.

(4)- أنظر: حميدة عبدلي، المرجع السابق، ص 450.

البشري أو الحيواني جنحة طبقا لنص المادة 431 من قانون العقوبات، وهي منقولة عن المادة 03 من قانون 1905 والتي أصبحت حاليا تشكل L213-3 من قانون الاستهلاك الفرنسي، وحاليا تم تنظيمه بموجب المواد 1-413 إلى 3-413 وفيما يخص العقوبات المقررة فتم تنظيمها بموجب المواد 1-451 إلى غاية 8-451 من قانون الاستهلاك لسنة 2016.⁽¹⁾

وفي هذا الصدد أحال المشرع الجزائي المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى نص المادة 431 من قانون العقوبات بالنسبة للعقوبة الأصلية المقررة لجريمة الغش في المواد الموجهة للاستهلاك والتي تعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات، وبغرامة من 10000 دج إلى 50000 دج، وفي حالة الحيازة بدون مبرر شرعي لهذه المنتجات والمواد التي تستعمل في الغش يعاقب صاحبها بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات، وبغرامة من 2.000 إلى 20.000 دج.⁽²⁾

كما رأى المشرع ضرورة تشديد العقاب على المتدخلين المعنيين بعقوبة السجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة، وبغرامة من 100.000 إلى 2000.000 دج إذا تسبب هذا المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة.⁽³⁾ كما تشدد المشرع في العقوبات المقررة على الجاني حيث تنتقل عقوبة الجنحة إلى عقوبة جنائية في حالات ظروف مشددة نظرا لتعلقها بضرر مؤكد يصيب المستهلك والتي نصت عليها المادة 432 من قانون العقوبات، فتمتد أحقت المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة مرضا أو عجزا عن العمل عوقب مرتكب الغش بالحبس من 5 سنوات إلى 10 سنوات وبغرامة من 500.000 دج إلى 1000.000 دج، وتشدد العقوبة إلى السجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة، وبغرامة من مليون دينار (1.000.000 دج) إلى مليوني (2.000.000 دج) إذا تسببت تلك المادة في مرض غير قابل للشفاء، أو في فقدان استعمال عضو أو في الإصابة بعاهة مستديمة، ويتعرض المتدخل لهذه الجريمة لعقوبة السجن المؤبد إذا تسبب هذا المرض في وفاة شخص أو عدة أشخاص.

وباستقراء النصوص القانونية المقدمة نجد أن المشرع من خلال نص المادة 432 من قانون العقوبات حصر تشديد العقاب على المادة الغذائية أو الطبية المغشوشة أو الفاسدة فقط، عكس المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي شملت كل المنتجات مهما كانت طبيعتها وهذا فيه حماية للمستهلك، كما أن إحالة تشديد العقاب إلى قانون العقوبات يؤدي إلى عدم استفادة مستهلكي الأنواع الأخرى من المنتجات غير تلك المذكورة في المادة 432 من قانون العقوبات من هذا التشديد مما يعد قصور في حماية المستهلك المتضرر من الغش في المنتجات.⁽⁴⁾ إضافة لهذه العقوبات قد أتى المشرع بعقوبة تكميلية هامة المتمثلة في مصادرة المنتجات والأدوات، وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب كل من جريمة الخداع والغش. (03)- عقوبة مخالفة المتدخل للرقابة الإدارية وإجراءاتها: أكد المشرع على دور الرقابة في ضمان سلامة المستهلك لذلك جرم كل الأفعال الرامية إلى عرقلتها، وحرصا منه على ضمان فعالية الحماية الجزائية للمستهلك عاقب كل من خالف التدابير الإدارية المفروضة على المتدخل.⁽⁵⁾ وتطرق المشرع إلى عقوبة جريمة عرقلة مهام الرقابة في المادة 84 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

(1)-L213-3 Modifié par Loi n°2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, op.cit.

(2)-المادة 433 ألغيت وعوضت بالأمر رقم 75-47 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات السالف الذكر.

(3)-المادة 83 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم السالف الذكر.

(4)-أنظر: منال بوروب، المرجع السابق، ص 282-283.

(5)-أنظر: نوال شعباني، المرجع السابق، ص 147.

الغش المعدل والمتمم والتي أحالت إلى المادة 435 من قانون العقوبات فكل من يعرقل أو يقوم بكل فعل آخر من شأنه أن يعيق إتمام مهام الرقابة التي تجريها الأعيان المذكورين في المادة 25 من ذات القانون يعاقب بالعقوبات من شهرين إلى سنتين، وبغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائة ألف (100.000 دج) وهذا دون الإخلال بالعقوبات المقررة في المادة 183 من قانون العقوبات وما يليها، وبهذا يتضح لنا أن جريمة العرقلة إذا اقترنت بالعنف أو التعدي تصبح جريمة عصيان، وتطبق عليها العقوبات المنصوص عليها في المواد 183 وما يليها.

استنادا إلى ما سبق يتضح لنا من خلال دراسة العقوبات المفروضة على المتدخل أن المشرع بتجريمه لهذه الأفعال المرتكبة من قبل هذا الأخير قد كرس آليات جديدة لضمان فعالية الحماية الجزائية للمستهلك باعتبارها ردعية أكثر، ويتجلى ذلك في توقيعه للجزاء المناسب لكل جريمة حسب طبيعتها، إلا أنها غالبا ما جاءت في شكل غرامات لا تتناسب مع إمكانيات المتدخلين الكبيرة خاصة بالنسبة للجرائم التي أحالت لقانون العقوبات.

ثالثا: الجزاءات المترتبة عن مخالفة قواعد قانون الممارسات التجارية: لم يكتف المشرع الجزائي بحماية إرادة المستهلك من خلال الشريعة العامة، بل أنه عززها من خلال قانون الممارسات التجارية والذي فعل قواعد النزاهة وشفافية الممارسات التجارية، وجعل من بين أهدافه صراحة حماية المستهلك، كما أنه أقر جزاءات عن مخالفات هذه الممارسات سواء تعلق الأمر بمخالفة قواعد الشفافية أو النزاهة.

01- تجريم مخالفة شفافية الممارسات التجارية: إذا كان قانون الممارسات التجارية ألزم العون الاقتصادي باحترام الالتزام بشفافية بشقيه الالتزام بالإعلام والالتزام بالفترة فإن فاعلية تنفيذ هذا الالتزام يقتضي إحاطته بآليات تفرض احترامه، وهو ما جعل المشرع يتدخل من خلال فرض جزاءات عن مخالفة هذين الالتزامين.⁽¹⁾

1- جزاء مخالفة الالتزام بالإعلام بالأسعار وشروط البيع: جرم قانون الممارسات التجارية وبنص صريح عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات من خلال نص المادة 31 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم والتي عاقبت عليه بغرامة من 5000 إلى 100.000 دج، ولكي تقوم هذه مخالفة لا بد أن يتوافر فيها شرطين أساسيين هما: أ- عدم الإعلان عن الأسعار بأي شكل من الأشكال جزئيا أو كاملا.

ت- توفر القصد الجنائي وهو عنصر معنوي مفترض وجوده، فعدم الإعلان عن الأسعار جرم مادي ولا يمكن إثبات انتقائه، ذلك أن الإهمال وقلة الاحتراز كافيان لتوافره.⁽²⁾ لكن ما يلاحظ على هذه المادة أنها لم تعاقب على مخالفة أحكام المادة 05 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تبين كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات.

أما فيما يتعلق بعدم الإعلام بشروط البيع فتعاقب عليه المادة 32 من ذات القانون بغرامة من 10.000 إلى 100.000 دج. أما إذا رجعنا إلى التشريع الفرنسي نجده هو الآخر يعاقب على هذه الممارسات بغرامة من تقدر بين 3000 يورو إلى 15000 يورو على كل من الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين.⁽³⁾

(1)-أنظر: علال طحطاح، المرجع السابق، ص58.

(2)-أنظر: القاضي الدكتور غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، الطبعة الثانية، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، بيروت 2011، ص44.

(3)-L131-5 et L131-6 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative Du code de la consommation, op.cit.

2- عقوبة الإخلال بالالتزام بالفاتورة: نظرا لأهمية الكفاءة التي تمثلها الفاتورة □ بسط رقابة الدولة على حجم التبادلات والـ □ تصب □ الإطار العام لضبط الاقتصاد، ويهدف ردع كل محاولة للتملص من الضريبة، أحاط المشرع الأحكام المتعلقة بالفاتورة بجزاءات كفيلة بتحقيق الردع اللازم واستنادا لنص المادتين 33-34 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم نجدها تفرق بين حالتين هما:

01- حالة عدم الفوترة: يعتبر العون الاقتصادي مرتكب لجريمة عدم الفوترة في حالة إخلاله بالأحكام المواد 10-11-13 من قانون الممارسات التجارية، ويعاقب طبقا لأحكام المادة 33 من ذات القانون بغرامة مالية بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته، أي السعر الإجمالي مع احتساب الرسوم مهما كانت قيمة، مع العلم أنه قد وجه الانتقاد لهذه المادة ذلك أن الإبقاء على عقوبة الغرامة المبالغ فيها جدا والمقدرة بـ 80% من □ بلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته، توحى بأن المشرع لا يدرك عواقب مثل هذه العقوبة والـ □ قد تؤدي بالعون الاقتصادي الإفلاس، كما أن القانون □ ينص على حد أدنى وأقصى للعقوبة، كما أن عبارة "مهما بلغت قيمته" توحى أنه لا مجال لتخفيض هذا المبلغ، صحيح أن عدم الفوترة يفقد سلطة الدولة رقابتها على الأنشطة الاقتصادية ويشكل ركن مادي □ رقة التهرب □ باني إلا أن مثل هذه العقوبة سيكون □ التأثير البالغ على الاقتصاد الجزائري المبني حاليا على القطاع الخاص الفتى الذي هو في طور البناء.⁽¹⁾

02- حالة الفوترة غير مطابقة: نكون أمام جنحة الفوترة غير المطابقة بمجرد تخلف البيانات الإلزامية المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المحدد لشروط تحرير الفاتورة السالف الذكر ويعاقب عليها بغرامة حددتها المادة 34 قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم قدرها بـ 10.000 إلى 50.000 دج .

علاوة على العقوبات الأصلية المقررة في حالتين يمكن للقاضي أن يحكم بعقوبات تكميلية والمتمثلة في مصادرة السلع محل المخالفة، وكذا نشر الحكم أو ملخص من الحكم على عاتق العون المخالف للأحكام المتعلقة بالفوترة، كما يمكن وفي حالة العود بالحكم بمضاعفة العقوبة، وكذا المنع من ممارسة النشاطات التجارية لمدة مؤقتة لا يمكن أن تزيد عن 10 سنوات، وتضاف لهذه العقوبات زيادة على ذلك عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى 5 سنوات طبقا للمادة 11 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 47 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر.

ويجدر التنويه إلى أن هناك نوع آخر من الجرائم المتعلقة بالفاتورة والتي نص عليها في المادة 24 من القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويتعلق الأمر بتحرير فواتير وهمية إضافة إلى تحرير فواتير مزيفة والتي يعاقب عليها طبقا للمادة 37 بغرامة 300000 إلى 1000000 دج.

02- الجزاءات المتعلقة بمخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية: جرم قانون الممارسات التجارية مجموعة من الأفعال متعلقة بالإخلال بالالتزام بالنزاهة، وتتمثل في الممارسات التجارية غير النزيهة والممارسات التجارية غير شرعية، والممارسات التدليسية، والممارسات التجارية غير الشرعية وبما أنه سبق وفصلنا في هذه الممارسات سنركز على العقوبات المقررة لكل مخالفة لهذه الممارسات. 1- العقوبة المقررة للممارسات التجارية غير الشرعية: تعاقب المادة 35 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بغرامة من 100.000 إلى 3.000.000 دج ويتعلق الأمر بالممارسات الآتية: رفض البيع، البيوع المحظورة، إعادة بيع □ واد الأولية على حالتها الأصلية، وهي تلك الممارسات الممنوعة □ نصوص عليها □ المواد 15-16-17-18-19-20 من ذات القانون.

(1)-أنظر: سفيان بن قري، المرجع السابق، ص 34.

2- عقوبة ممارسة أسعار غير شرعية: تقوم هذه الممارسة طبقاً لنص المادة 07 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 36 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية عند مخالفة أحكام المادة 22-22 مكرر-23 من قانون الممارسات التجارية، وقررت لها عقوبة (20.000 دج) إلى (10.000.000 دج). وما يلاحظ أن المشرع بتعديله لنص هذه المادة أنه قد احتفظ بالحد الأدنى وهو عشرون ألف، في حين رفع الحد الأعلى من مائتي ألف دينار إلى عشرة ملايين.

3- عقوبة الممارسات التجارية التدليسية: تعاقب المادة 37 من قانون الممارسات التجارية على الممارسات التجارية التدليسية بغرامة من 300.000 إلى 10.000.000 دج، ويتعلق الأمر بممارسات التي ترمي إلى إخفاء بعض المعلومات التجارية، وكذا الحيازة غير الشرعية لبعض المنتجات طبقاً للمادتين 22-23 من قانون الممارسات التجارية.

4- عقوبة الممارسات التجارية غير النزيه: تعاقب المادة 38 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم الممارسات التجارية غير النزيه بغرامة 50.000 إلى 500.000 دينار، وإذا تعلق الأمر بتقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته طبقاً للمادة 27 من ذات القانون فإن هذا الفعل معاقب عليه كذلك بنص المادة 32 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات والتي تعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين وبغرامة من 250.000 إلى 10.000.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، وهنا نطبق الوصف الأشد أي نص المادة 32 المتعلق بالعلامات، ولا يكفي التوقيع العقوبة الجزائية على من يعتدي على العلامة التجارية دون توقيع العقوبة مدنية المنصوص عليها في المادة 29 من قانون العلامات.⁽¹⁾

5- عقوبة الممارسات التعاقدية التعسفية: يملك القاضي سلطة واسعة في مجال التدخل ومحاربة الشروط التعسفية والتي يتصدى لها بفرض الجزاء المناسب سواء تعلق الأمر بجزء مدني أو جزائي.

أ- الجزاء المدني المترتب عن إيراد الشرط التعسفي: لم ينص المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية عن الجزاء المدني المترتب عن إيراد الشروط التعسفية في العقود الاستهلاكية، ويبقى للقاضي في ظل هذا الغموض أن يحتكم للقواعد العامة، وخاصة نص المادة 110 من القانون المدني والتي تمنح القاضي سلطة التصدي لشروط التعسفية من خلال تعديلها أو إلغائها، كما أعطاه سلطة تقديرية في تفسير عقد الإذعان في حالة غموض عباراته طبقاً للمادة 112 من القانون المدني.

وفي المقابل نص المشرع الفرنسي على اعتبار الشروط التعسفية كأنها غير مكتوب "réputées non écrites" وأقر الجزاء المدني هو بطلان الشرط، وبقاء العقد إذا كان يمكن للعقد أن يستمر دون هذه الشروط.⁽²⁾ ولم يكتفي المشرع الفرنسي بالنص على هذا النوع من الجزاء في النصوص الخاصة بالاستهلاك، بل استعمل نفس الجزاء في عقود الإذعان في القانون المدني بموجب نص المادة 1171 من القانون المدني التي تنص على أنه: «في عقود الإذعان يعتبر كل شرط يخلق لا توازن بين حقوق والتزامات أطراف العقد اعتبر غير مكتوب».⁽³⁾

وعلى خلاف ذلك لم ينص المشرع المصري بدوره في القانون رقم 181 لسنة 2018 على نصوص خاصة عن آليات لمواجهة الشروط التعسفية وهو ما يمكن اللجوء للقواعد العامة المنصوص عليها في المادة 149 من القانون المدني المصري والتي أجازت للقاضي أن يعدل

(1)-المادة 29 من الأمر رقم 03-06 المتعلق بالعلامات السالف الذكر.

(2)-L241-1 Créé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, Op.cit.

(3)-L1171 Modifié par Loi n°2018-287 du 20 avril 2018 ratifiant l'ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, JORF n°0093 du 21 avril 2018.

هذه الشروط، وأن يعفي الطرف المذعن منها وذلك وفقا لما تقتضي به العدالة، ويقع باطلا كل اتفاق إلى خلاف ذلك.

ب-الجزاء الجزائي المترتب عن فرض الشروط التعسفية: على خلاف الجزاء المدني نص المشرع الجزائري على الجزاء الجنائي من خلال نص المادة 38 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم التي تعاقب على هذه الممارسات بغرامة من 50.000 إلى 500.000 دج.

ولعل ما يعاب على المشرع الجزائري من خلال قانون الممارسات التجارية أنه اكتفى بالنص على الجزاء الجنائي دون الجزاء المدني والذي قد يطرح إشكالات عديدة من خلال تطبيقه في المجال التعاقدية ومما يشكل خطورة على علاقات القانون الخاص، لأن العقد وجد لكي يعبر على التوازن العقدي لا أداة أو وسيلة لقمع الأشخاص.⁽¹⁾ صحيح أن المشرع لم ينص عن الجزاء المدني في النصوص خاصة لاسيما قانون ممارسات التجارية، ولكن مع ذلك يمكننا الاستناد إلى نص المادة 65 من القانون رقم 04-02 التي منحت لجمعية حماية المستهلك والجمعيات المهنية وكل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة من حق رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام القانون رقم 04-02، كما يمكنهم التأسيس كطرف المدني لتعويض الضرر الذي لحق بهم طبقا للقواعد العامة.⁽²⁾

تأسيسا على ما تقدم فإن الواقع العملي يظهر أن الجزاء الجنائي مهم للردع وهو مضمون من طرف النصوص العامة والخاصة، إلا أنه حقيقة يظل غير كافي لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك لذلك لا يمكن الاستغناء عن الجزاء المدني باعتباره الأصل، فتكريس نص خاص يتعلق بمنع التعامل مع المستهلك بمختلف الشروط التعسفية سيساهم دون أدنى شك في منح العقد قيمته الحقيقية في التعاملات التجارية بين المتدخلين والمستهلكين، بإضافة إلى تثبيت التزامات الأطراف المتعاقدة، وكذا ضمان شفافية الممارسات التجارية.⁽³⁾

ولكن لا يفوتنا أن ننوه إلى أنه □ جانب العقوبات الأصلية □ة عقوبات تكميلية إما أن تكون وجوبية أو جوازية، ولا يمكن النطق بها إلا في حالات منصوص عليها قانونا وتتمثل العقوبات التكميلية التي جاء بها قانون الممارسات التجارية في:

1. المصادرة: تعتبر من الحلول الناجعة والوقائية التي يتم توقيعها على مرتكب المخالفة تعرف على أنها: «نزع ملكية مال أو أكثر من مالكه، وإضافته إلى ملك الدولة بغير مقابل». وتتسم بأنها ذات طبيعة مزدوجة فهي عقوبة جوازية لا وجوبية، وهي تدبير احترازي باعتباره أحد التدابير العينية الوقائية.⁽⁴⁾

و □ مجال الممارسات التجارية تجيز المادة 09 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 44 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية للقاضي لحكم بمصادرة السلع المحجوزة في طائفة من المخالفات هي:

- عدم احترام الالتزامات المتعلقة بالفوترة المنصوص عليها في المواد 10-11-12.
- البيع بالخسارة المنصوص عليه في المادة 19.

(1)-أنظر: بحماوي الشريف، المرجع السابق، ص116.

(2)-المادة 65 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(3)-أنظر: فتيحة حماز، الرقابة القانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2017، ص138.

(4)-أنظر: نصيرة خلوي، المرجع السابق، ص124.

- ممارسة أسعار غير شرعية المنصوص عليها في المادتين 22-23.

- الممارسات التجارية التدليسية وغير النزيه المنصوص عليها في المواد 24-25-27/2 و 28-7
2. نشر الحكم: يستطيع القاضي أن يأمر بنشر قراراته كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها، ويتحمل مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائيا نفقة نشر الحكم.⁽¹⁾

إن العلة من وراء تشريع هذه العقوبة يتجلى في كون أن التشهير بالمحكوم عليه يكون له أثر بالغ قد يكون أشد من العقوبة الأصلية التي يظل تنفيذها بمعزل عن الجمهور الذي يتعامل معه، فهذا الإجراء يستهدف بالدرجة الأولى سمعة المهني التجارية مما يؤثر على نشاطه تجاري.
3. العود وتأثيره على العون الاقتصادي المخالف: العود هو وصف قانوني يلحق الشخص الذي تمت إدانته بحكم جزائي، ثم عاد إلى ارتكاب فعل مجرم آخر، وهو ظرف شخصي يلحق الجاني ولا يتعلق بنوع أو طبيعة الجريمة التي ارتكبها، وطبقا لنص المادة 11/2 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 47 من قانون رقم 04-02 فإن العون الاقتصادي يعتبر في حالة عود متى ارتكب مخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال سنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط. وفي هذه الحالة تضاعف العقوبة مع إمكانية المنع من ممارسة نشاط تجاري أو الاقتصادي لمدة لا يمكن أن تزيد عن 10 سنوات، ووجوب فرض عقوبة الحبس من 3 أشهر إلى 5 سنوات، كما لا يستفيد مرتكب المخالفة من المصالحة المنصوص عليها في المادتين 60-62 من قانون الممارسات التجارية، كما أجاز القانون للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي الذي في حالة عود من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة.

وعلاوة على ذلك أجاز المشرع للإدارة ممثلة في الوالي توقيع جزاءات إدارية على المخالفين طبقا للمادة 48 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وتتمثل هذه الجزاءات في العلق الإداري ونشر قرار الغلق.⁽²⁾

إزاء ما سبق يظهر لنا حرص التشريعات المقارنة على حماية المستهلك، حيث جاءت تشريعات مشفوعة بنصوص جزائية وجزاءات لإرساء هذه الحماية ودعمها، وكما رأينا فإن قانون الممارسات التجارية قد تضمن جزاءات مشددة مقارنة مع تلك التي تتضمنها القواعد العامة، ويظهر ذلك من خلال فرض غرامات مالية، وبالإضافة إلى إمكانية تطبيق عقوبات تكميلية مع تشديد العقوبة في حالة العود، وتدعيما لحماية حقوق ومصالح المستهلك أصدر المشرع أيضا قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والذي تضمن نصوص عقابية تضيفي هي أخرى فاعلية أكثر لحماية هذا الأخير.

ومن هنا تظهر الفاعلية المترتبة عن وجود مثل هذه الجزاءات في حماية المستهلك، فالعون الاقتصادي بوجود هذه العقوبات يكون عاملا ردعيا من إقدامه على هذه المخالفات في ممارسته التجارية، والحرص على شرعية علاقاته التجارية مع المستهلك، كما تمكن هذه الجزاءات من إغلاق المجال أمام المنتج الذي يسعى بما يتمتع به من قدرات للهيمنة على العلاقة الاستهلاكية.⁽³⁾

(1)-المادة 09 من القانون رقم 06-23 المتممة للمادة 18 من الأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات السالف الذكر والمادة 48 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم السالف الذكر.

(2)-المادة 10 من القانون رقم 10-06 المعدلة لأحكام المادة 46 من قانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

(3)-أنظر: نوال كموش، المرجع السابق، ص 92-93.

خلاصة

الفصل

الثاني

استنادا إلى ما سبق عرضه من خلال هذا الفصل يتبين لنا حرص ورغبة المشرع في تكريس حماية للمستهلك الذي غالبا ما يكون في مركز ضعف، إذ كان لابد من البحث عن آليات قانونية من شأنها التصدي للاختلال التوازن الذي ينصب على العلاقة التي تجمع المستهلك بالمتدخل خاصة في ظل التطور التكنولوجي والأضرار الجمة التي يتعرض لها، ونتيجة لكون جزاءات المدنية المقررة في القواعد العامة لم تعد كافية بحمايته ولا تخدم مصالحه، فقد بادر المشرع لإيجاد ضمانات وآليات وقائية لتجنب الأضرار التي قد تلحق به، فعمد على توفير إطار ملائم لضمان حماية وقائية للمستهلك فأنشأ عدة أجهزة وهيئات للرقابة تسهر على ضمان حسن تطبيق القانون بحرصها على سلامة ما يعرض من منتجات وخدمات في السوق الاستهلاكية، ذلك أن الجزاء الوقائي المتمثل في الرقابة على المنتجات وتطبيق التدابير التحفظية من شأنه القضاء على الخطر الذي يهدد أمن وصحة ومصالح وسلامة المستهلك، وفي هذا الصدد تمارس الدولة نظامها الوقائي عبر أجهزة استشارية وإدارية مختصة تتولى مهمة الرقابة لمنع المساس بالمستهلكين بوقايتهم من مخاطر المنتجات والخدمات، ووقايتهم اقتصاديا عند دخولهم في علاقات مع المتدخلين، إلا أن فاعلية الرقابة الوقائية مرهون بصلاحيات القمع التي تتخذ من خلالها أجهزة الرقابة لتدابير وقائية بالنسبة للمستهلك وقمعية بالنسبة للمتدخل لما تكون الغاية منها إيقاف التجاوزات هذا الأخير ذلك أن الجزاء الوقائي غير كافٍ هو آخر لوحده، وإنما للجزاء الردعي كذلك دورا في الحد من الأضرار الناتجة عن الجرائم الاقتصادية التي تلحق بالمستهلك، حيث تدخل المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش للتمييز بين نوعين من الجناح المرتكبة من قبل المتدخل التي تؤدي إلى الإضرار بمصالح المستهلكين، فتطرق لعقاب الجناح الاقتصادية بالجزاء المشدد والأمر هنا يتعلق بجريمة خداع المستهلك وجريمة الغش في المنتجات، كما امتد نطاق التجريم لمعاقبة المخالفات الاقتصادية بالجزاء البسيط، ونظرا لتنوعها نص على عقاب مخالفة المتدخل للالتزامات المفروضة عليه وبهذا فإن المشرع الجزائي بتضمينه لازدواج الجزاء المقرر على عاتق المتدخل يقوم بمنح ضمانات هامة للمستهلك.

خاتمة

من خلال هذه الدراسة يتضح لنا أن الجزائر كغيرها من الدول واكبت الحركية التشريعية في مجال حماية المستهلك نظرا لتطور أنماط وحجم الاستهلاك، وبالتالي ازدياد المخاطر التي تهدد المستهلك خاصة مع تبنيها للاقتصاد الحر وتحرير التجارة، ذلك أن تبني الدولة لنظام اقتصاد السوق الحر القائم على المنافسة الحرة كان الهدف منه تحقيق التطور والازدهار وتوفير الرفاهية للمستهلك لكن مع الوقت ظهرت عدة ممارسات مخلة أدت إلى عرقلة وتقييد المنافسة، وهذا أدى إلى الإضرار بالمستهلك، لذا تدخل المشرع الجزائري وقام بمحاربة هذه الممارسات ليحمي المنافسة، ويحقق الهدف المرجو منها ويحمي المستهلك الذي هو الطرف الأساسي والضعيف في نفس الوقت في العملية الاستهلاكية.

ولابد من التأكيد على أن الاهتمام الذي أولاه المشرع الجزائري لموضوع حماية المستهلك يظهر واضحا وجليا من خلال مجموعة من الضمانات، والآليات التي يهدف من ورائها إلى توفير الحماية الكاملة من الأضرار التي قد تواجهه في ظل اشتداد التنافس بين المتعاملين الذين يسعون إلى تحقيق الربح دون الاهتمام بمصالح المستهلك، وبالرجوع إلى الضمانات التي تطرقنا إليها في هذه الدراسة نجدها تشمل على مجموعة من القواعد القانونية المتعلقة بالمنافسة والتي شملت طائفتين من القواعد تتعلق الأولى بالقانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم والذي جاء بمبدأين أساسيين مبدأ شفافية الممارسات التجارية الذي يخول للمستهلك من خلاله الاستعلام حول الأسعار وتعريفات السلع والخدمات، كما يخوله الحصول على الفوترة البيع المشروط، وأيضا مبدأ نزاهة الممارسات التجارية الذي حظر مجموعة من الممارسات التجارية كرفض البيع، البيع المشروط، بالإضافة إلى عدة شروط تعسفية.

أما بالنسبة للطائفة الثانية فهي تتعلق بالأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم والذي يهدف إلى تنظيم السوق والمنافسة وبالنتيجة حماية المستهلك، فلقد حاول هذا القانون استيعاب وحظر مختلف الممارسات الهيمنة التي من شأنها تقييد المنافسة وعرقلة السير العادي للسوق كالاتفاقيات المحظورة الهيمنة على السوق بشكل تعسفي والتجمعيات الاقتصادية.

فضلا عن ذلك هناك قواعد متعلقة أيضا بحماية المستهلك إذ نجد القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم والذي جاء بالتزامات جديدة على عاتق المتدخل ووضع آليات بهدف تفعيل الضمانات القانونية من خلال إنشاء أجهزة إدارية على المستوى المركزي والمحلي، بالإضافة إلى الآليات القضاء المدني والقضاء الجزائي لتوفير حماية ممكنة للمستهلك من أجل إحداث التوازن، كما قام المشرع بتسليط عقوبات جزائية وإدارية على كل عون اقتصادي مخالف لأحكام هذا القانون لاسيما ما تعلق بالممارسات الماسة بالشفافية على اعتبار أن هذه المخالفات من ضمن الجرائم الاقتصادية والتي تصنف في خانة الجنج.

وعلى العموم فقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج يمكن عرضها فيما يلي:

يلي:

1- إن حماية المستهلك مرهونة بتنظيم المنافسة وضبطها حيث أن الحرية الممنوحة للأعوان الاقتصادية في إطار معاملاتهم مع المستهلك تضمن حقوق هذا الأخير، فكثيرا ما يكون المستهلك المستهدف بالدرجة الأولى من الممارسات غير المشروعة، كما أن هناك تصرفات واستجابات من طرف المستهلك للأفعال غير النزيهة والتي تضر به وبالمنافسة، وهذا رجع لعدة اعتبارات اقتصادية واجتماعية... الخ.

ومن هذا المنطلق يقع على المشرع لازما إعادة النظر في هذا المجال قصد تحقيق نوع من التوازن في الحقوق والالتزامات، فلا يكفي وجود قانون لحماية المستهلك وقمع الغش لتحدث عن وجود حماية كافية في حين أن مخالفات نصوص هذا القانون من قبل الأعوان الاقتصاديين صريحة، فأغلب الممارسات التي تصيب المستهلك نجدها تحدث قبل التعاقد بالدرجة الأولى كالغش في

المعاملات، ثم تلي في الدرجة الثانية الممارسات التي تصيب المستهلك من بيع منتج فاسد ومغشوش أو لعيوب تنقص من قيمته، أو الغرض الغير المشروع من إنتاجه أو تزيد من مخاطر استعماله، فحتى ولو كانت النصوص القانونية تنصب في إقامة التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك فإن واقع غير ذلك، إذ أن أعوان الرقابة قد يعجزون عن ممارسة نشاطهم إما لانعدام وسائل ممارسة النشاط وهو ربما المشكل الواقعي الأول خاصة بما يتعلق بوسائل التنقل أو الأمن لأن ليس الهدف من وضع النصوص بقائها حبرا على ورق، وإنما يجب توفير لها الوسائل المناسبة لتنفيذها وهو ما ينقص تطبيق النصوص الجزائية بشكل عام خاصة في المجال الاقتصادي.

02- عدم استقرار المشرع على مصطلح موحد للمتاعل الاقتصادي فتارة يستعمل مصطلح "المتدخل" بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وتارة أخرى يستعمل مصطلح "المؤسسة" بموجب الأمر المتعلق بالمنافسة، في حين استعمل مصطلح "العون الاقتصادي" بموجب القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، كما كان يستعمل مصطلح "المحترف".

03- عدم التحكم بالسوق الموازية من طرف السلطات التي تعجز عن القضاء عليها والتي نلاحظ فيها منافسة غير مشروعة، وممارسة تجارية غير نزيهة وأسعار لا تلبي تماما رغبات المستهلك

مادامت الرقابة منعدمة يضاف إليها قلة الاهتمام بالمستهلك، وهو ربما ما جعل المشرع في قانون الاستهلاك الجديد يشجع جمعيات حماية المستهلكين ذات طابع العمومي.

04- على الرغم من الضمانات التي تقدمها النصوص التشريعية والأحكام التنظيمية للمستهلك سواء على مستوى الوقاية أو في جهة الأمن والسلامة، أو من زاوية حماية مصالحه الاقتصادية أو حتى توفير الإطار الملائم للتعويض عن أضرار المنتجات، فإن الواقع الممارساتي وعلى النقيض من ذلك لدليل على حقيقة مغادرة لما هو مأمول من تلك الترسانة القانونية الحمائية والتي على ما يبدو افتقدت لآليات تفعيلها، فالمستهلك الجزائري لزال لم يستوعب ثقافة قانون السوق، ولا يملك إلا النزر القليل من المعلومات عن مواصفات السلع ومقاييسها وجدواها الاقتصادية ولا مستويات الأمان والسلامة المتوفرة فيها، ومن المفارقات الغريبة أيضا هو أن يوميات المستهلك الجزائري تزخر بانتهاكات المهنيين لالتزاماتهم.

05- يتضح لنا من خلال تحليل آليات القانونية التي رسدها المشرع لحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة أنه أخذ بعين الاعتبار مكانة المستهلك الذي يعتبر ضعيفا- في ظل حرية المنافسة لكن من المؤكد أن هذه الحماية بالرغم من أهميتها إلا أنها تبقى غير كافية نظرا لوجود العديد من الجوانب والنقائص الغير مدروسة في قانون المنافسة، فمن جهة نجد أن هذا الأخير جاء من أجل تنظيم السوق بالدرجة الأولى، وإن كان يهدف إلى تحسين معيشة المستهلكين إلا أنه ليس من اختصاصه التطرق لجميع الجوانب المتعلقة بالمستهلك، لذلك كان لابد من وجود قانون خاص بالمستهلك يتطرق لكل جوانبه، وهذا ما قام به المشرع من خلال سنه قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المعدل والمتمم، غير أن تحليل قواعد هذا القانون والمراسيم التنظيمية المنظمة له نجد أنها تشوبها العديد من الثغرات والنقائص.

فالنسبية للأجهزة الإدارية وعلى أرسها وزارة التجارة التي تعتبر الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك في الجزائر، تبين من خلال النصوص القانونية المختلفة الدور الكبير لوزارة التجارة ومصالحها في حماية المستهلك، إلا أن ما يؤخذ عليها هو عدم تفعيلها لبعض الهيئات المتخصصة الهامة وذات الدور الفعال في حماية المستهلك كمجلس حماية المستهلك وشبكة الإنذار السريع.

06- فيما يخص دور مجلس المنافسة باعتباره المخول لتنظيم وترقية السوق التنافسية وحماية المستهلك، حيث تبين أن له دور جد هام كسلطة إدارية مستقلة، ذلك أن له العديد من الصلاحيات

سواء استشارية أو تنازعية، لكن هذه الصلاحيات تشوبها النقائص من جهة نجد أن الاستشارات التي يقدمها مجلس المنافسة غير إلزامية رغم أهميتها، ومن جهة أخرى القاضي غير ملزم باستشارة مجلس المنافسة في القضايا التي تعرض عليه بالرغم من أن مجلس المنافسة لديه الخبرة الكافية في مثل هذه المواضيع.

07- فيما يتعلق الهيئات القضائية ورغم دورها إلا أنه تبين أيضا أنها تشوبها نقائص كثيرة فيما يخص منازعات الاستهلاك، وذلك لعدم توفر إجراءات مبسطة يلجأ إليها المستهلك بالإضافة إلى ارتفاع قيمة الإجراءات القضائية مقارنة بموضوع النزاع من جهة أخرى لذلك على المشرع أن يأخذ بعين الاعتبار خصوصية المنازعات الاستهلاكية في تعديلاته التشريعية المقبلة.

08- فيما يخص استحداث المشرع لنظام المسؤولية المدنية للمنتج بموجب القانون رقم 05-10 المعدل والمتمم للقانون المدني، وذلك بإضافة المادة 140 مكرر لوحظت بعض النقائص أهمها حصره لنطاق المسؤولية الموضوعية على المنتج فقط الأمر الذي من شأنه السماح بتملص باقي المتدخلين في عملية وضع المنتج للاستهلاك من المسؤولية خاصة في مراحل الاستيراد أو التصدير أو التداول.

09- إن الطابع الجزائي الذي تميزت به أحكام قانون حماية المستهلك لم يتم استغلاله على أحسن وجه، فنلاحظ أن أغلب العقوبات المفروضة على المتدخلين جاءت في شكل غرامات لا تؤدي إلى ردع المتدخل، وبالعكس فهي تخدم متدخل أقوى ماديا أكثر من المستهلك الضعيف، كما لوحظ عدم تناسق بين قانون حماية المستهلك وقانون العقوبات، فالغرامات الواردة في قانون العقوبات بسيطة مقارنة بقانون حماية المستهلك.

10- تبين لنا أنه ورغم حرص المشرع على تعديل قانون المنافسة مرتين إلا أنه أظهر عدم فاعليته وأحسن دليل على ذلك كثرة الممارسات التي تمس المصلحة الاقتصادية للمستهلك ولو كان ذلك بطريقة غير مباشرة، والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية والذي بدوره أدخلت عليه تعديلات من خلال رفعه للغرامات التي توقع على العون الاقتصادي إلى حدود قصوى، إلا أنها غير كافية وغير ناجعة في تأمين حماية للمصلحة الاقتصادية للمستهلك فهو يتعرض يوميا لشتى أنواع الممارسات التجارية غير النزيهة وغير شرعية، كما تبين لنا عدم فاعلية الرقابة التي تمارسها الأجهزة المختصة والتي يتولاها أعوان القمع، وذلك لما نلمسه من الكم الهائل للمنتجات المغشوشة التي تعج بها أسواقنا والتي يقبل عليها المستهلك دون وعي منه بمدى الأضرار التي تسببها، وانتشار ظاهرتي التستر بين المنتجين والموزعين والحرفيين، مع ظاهرة الرشوة بين أجهزة الرقابة والأعوان الاقتصاديين للإفلات من العقوبة، بالإضافة إلى عدم إعطاء سلطة القمع الحقيقي لأعوان المكلفون بالرقابة.

11- إن واجب المشرع هو أن يصل لتحقيق توازن بين مصلحة العون الاقتصادي والمستهلك وأن يجعل النصوص القانونية ذات تطبيق واقعي وليس نظري، وأن يعالج التغيرات التي تجاهاها مثل الدور الرقابي لجمعية المستهلك، وكذلك الدعوة إلى الاهتمام بتعليم ثقافة المستهلك واستعمال وسائل الإعلام الأخرى من أجل توعية.

أمام هذه النقائص وجدنا ضرورة إعطاء بعض الاقتراحات ونخص بالذكر:

01- ضرورة إدراج مادة حول حماية المستهلك في المناهج التعليمية لتعليم التلاميذ بحقوقهم ويكون لهم ثقافة في حماية المستهلك، وإشراك جامعات التعليم العالي في دعم البحث العلمي المرتبط برصد وتتبع قضايا المستهلك.

02- إعادة النظر في القانون المتعلق بالجمعيات سواء بتعديل أحكامه، أو إلغائه ليتماشى مع التطورات الراهنة، ويعمل على تسهيل منح الاعتماد للجمعيات لتشجيع على إنشائها ورفع من

المساعدات المالية المقدمة للجمعيات وتزويدها بالإمكانات المادية واللوجستية من أجل تسهيل مهامها التوعوية، والعمل على إعداد إستراتيجية وطنية شاملة لحماية المستهلك ودمجها ضمن السياسات العمومية.

(03)- تفعيل دور مجلس المنافسة كهيئة إدارية مستقلة تعمل على حماية المستهلك، وضرورة الإسراع في إصدار المراسيم التنظيمية المتعلقة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش، مع ضرورة تعديل قانون المنافس من خلال النص على الإلزامية استشارة مجلس المنافسة في جميع القضايا المتعلقة في مجال اختصاصه، وهذا من أجل القضاء على كل ما يعرقل المنافسة في السوق، وفي سبيل ضبط المنافسة وحماية المستهلك.

(04)- العمل بقوة للقضاء على الأسواق الموازية أو على الأقل تنظيمها ليتمكن أعوان أجهزة الرقابة من القيام بدورهم على أكمل وجه، ولا بد أيضا من مضاعفة آليات الرقابة وتفعيل دورها من خلال مواكبة المواصفات القياسية الحديثة، وتدعيم الأجهزة بوسائل والمعدات اللازمة للقيام بعملها الميداني على أكمل وجه وكذا تكوينها تقنيا وقانونيا، إضافة إلى تدريب أعوان قمع الغش ومنحهم الصلاحية الفعلية للقمع وتعزيز الأبحاث والخبرات في المجال المطابقة، وتقييم الجودة والنوعية.

(05)- فتح مراكز تكوينية متخصصة في الممارسات التجارية والتحقيقات الاقتصادية لفائدة الأعوان المكلفين بالرقابة والاعتماد على مكونين من طراز عالي الذين يجمعون بين الجانب الميداني التطبيقي والجانب النظري، وليس الاعتماد على مكونين منظرين لأن التكوين ميداني وليس أكاديمي.

(06)- زيادة الاهتمام بموضوع شفافية والنزاهة الممارسات التجارية بمحاربة الجريمة الاقتصادية على وجه الخصوص لما تعكسه من اضطراب، وما تجر إليه من اختلال في بنية التوازن الاقتصادي بصورة مختلفة.

(07)- تقرير عقوبة الحبس كعقوبة أصلية نظرا لاعتبارها أداة ردع تساهم في تقليل نسبة المخالفات الماسة بالممارسات التجارية فقط في حالة العود.

(08)- سد الفراغ القانوني المتعلق بالجزاءات المدنية للممارسات المنصوص عليها في الممارسات التجارية إلى جانب العقوبات الجزائية لتسهيل مهمة القاضي، وتكملة شفافية الممارسات التجارية عوض الرجوع إلى القواعد العامة التي تبقى أحكامها ناقصة وغير ملائمة أحيانا.

(09)- تدارك النقص بإعادة النظر في قانون حماية المستهلك وقمع الغش بزيادة أحكام تحدد ماهية جرائم الغش والتدليس في السلع، بالإضافة إلى تحديد طبيعة المنتجات الخطيرة والتي تهدد أمن وسلامة المستهلك بكل دقة، حيث أنه في رأينا أن منتج مغشوش أو مقلد يعتبر منتج خطير في حد ذاته ووضع في حيز الاستهلاك يشكل جريمة تستوجب أقصى عقوبة.

(10)- إعادة صياغة الجزاءات المقررة على مرتكبي جريمة الغش بما يتناسب وقانون حماية المستهلك بتوفير حماية قمعية ردعية، وذلك بإيجاد نوع من التوافق بين القانونين حماية المستهلك وقانون العقوبات، وإعادة النظر في طبيعة العقوبة برفع العقوبات التي تمس المتدخل أو المحترف في ذمته المالية وتشديد العقوبات ودرجة خطورة جريمة الغش لتصل إلى غاية الإعدام.

وإن ما تأمله الدراسة هو أن يغدو كلا من قانون الاستهلاك والمنافسة عندنا عملي وجاهيري مفهوم للجميع قانون حاكم ونافذ تحرص فيه الدولة ليس سن النصوص فحسب بل على توفير آليات تنفيذه، ذلك أن حماية المستهلك تتطلب تضافر وتناسق ما بين جميع الأطراف ذات العلاقة المباشرة والمتمثلة في الدولة (كمشرع ومراقب) المستهلك (كصاحب حق) المنتج (كصاحب مصلحة) إلى جانب هذه الأطراف لا ننسى جمعيات حماية المستهلك التي لها دور حيوي في قضية حماية المستهلك، وبالتالي لا بد لنا من الإقتداء بالدول المتقدمة والنظر إلى ما وصلت إليه في إطار حماية صحة وسلامة المستهلك.

وفي الأخير فإننا إن كنا قد أدركنا بعض جوانب هذا الموضوع الواسع، فلا ريب أننا قد أغفلنا جوانب أخرى نأمل أن تكون نقطة انطلاق لبحوث جديدة، وحسبنا أننا بذلنا الوسع والجهد.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: قائمة المصادر

- 01- القواميس والمعاجم
1. جمال الدين أبي الفضل محمد بن مكرم ابن منصور الأنصاري الإفريقي المصري، معجم لسان العرب، المجلد الرابع، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 2003.
2. الخليل بن أحمد الفراهيدي، معجم العين، الطبعة الأولى، مكتبة لبنان، بيروت، 2004.
3. محمد الدين محمد بن يعقوب الفيروز أبادي، القاموس المحيط، الجزء الثاني، مؤسسة النوري، بيروت بدون سنة النشر.
4. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الطبعة الرابعة، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004.
5. علي بن هادية، بلحسن البليش، الجيلاني بن الحاج يحيى، القاموس الطلاب الجديد، الطبعة السابعة، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1991.
- 02) النصوص القانونية

■
الساتير

- دستور 1996 الصادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 7 نوفمبر 1996 المتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية، العدد 76، الصادرة في 8 ديسمبر 1996.
- دستور 2016 الصادر بموجب القانون رقم 16-01 المؤرخ في 6 مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري، الجريدة الرسمية، العدد 14، المؤرخة في 07 مارس 2016.
- دستور 2020 صادر بموجب المرسوم الرئاسي رقم 20-442 المؤرخ في 30 ديسمبر 2020 المتعلق بإصدار التعديل الدستوري المصادق عليه في استفتاء أول نوفمبر سنة 2020، الجريدة الرسمية العدد 82، الصادرة في 30 ديسمبر 2020.

■
النصوص التشريعية

- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جوان 1996 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية العدد 48، الصادرة في 10 جوان 1996 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1996 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 49 الصادرة في 11 جوان 1996 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 75-37 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات المتعلقة بالأسعار الجريدة الرسمية، العدد 38 لسنة 1975.
- الأمر رقم 75-47 المؤرخ في 17 يونيو 1975 المعدل والمتمم للأمر رقم 66-156 المتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية، العدد 53، الصادرة في 11 يوليو 1975 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية العدد 78، المؤرخة في 30 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم.
- القانون رقم 79-07 المؤرخ في 21 جويلية 1979 المتعلق بالجمارك، الجريدة الرسمية، العدد 30 الصادرة في 24 جويلية 1979 المعدل والمتمم.
- القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 06، الصادرة في 08 فيفري 1989 الملغى.
- القانون رقم 89-12 المؤرخ في 05 يوليو 1989 المتعلق بالأسعار، الجريدة الرسمية، العدد 29 الصادرة في 29 جويلية 1989 الملغى.
- القانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، العدد 53 الصادرة في 5 ديسمبر 1990 الملغى.

- الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 09 الصادر في 09 فبراير 1995 المعدل والمتمم.
- القانون رقم 17-1999 المتضمن قانون التجارة المصري، الجريدة الرسمية، العدد 19 مكرر الصادر في 17 ماي 1999 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتطوير الاستثمار، الجريدة الرسمية، العدد 47 المؤرخة في 22 أوت 2001 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، العدد 43 الصادر في 20 يوليو 2003 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 03-04 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادرة في 30 جويلية 2003 المعدل والمتمم.
- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 جويلية 2003 المتعلق بالعلامات، الجريدة الرسمية، العدد 44 الصادر في 23 جويلية 2003.
- القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 41، المؤرخة في 27 جوان 2004 المعدل والمتمم.
- القانون رقم 04-08 المؤرخ في 4 أوت 2004 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية الجريدة الرسمية، العدد 52، الصادرة في 18 أوت 2004 المعدل والمتمم.
- القانون رقم 03 لسنة 2005 الصادر بشأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، منشور بالجريدة الرسمية، العدد 6 مكرر، الصادرة في 15 فيفري 2005.
- القانون رقم 05-10 المؤرخ في 10 جوان 2005 الذي يعدل ويتمم الأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 44 لسنة 2005.
- قانون رقم 06-22 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 84، الصادرة في 24 ديسمبر 2006.
- القانون رقم 67 لسنة 2006 الصادر بشأن قانون حماية المستهلك، منشور بالجريدة الرسمية العدد 20 مكرر، الصادرة في 20 ماي 2006 الملغى.
- القانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 مايو 2007 المعدل والمتمم للأمر رقم 75-58 المتضمن القانون المدني، الجريدة الرسمية، العدد 31، الصادرة في 13 مايو 2007.
- القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 يعدل ويتمم الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة الجريدة الرسمية، العدد 36، الصادرة في 02 يوليو 2008.
- القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 15، الصادرة في 8 مارس 2009 المعدل والمتمم.
- القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتمم القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.
- الأمر رقم 11-02 المؤرخ في 23 فبراير 2011 متمم للأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 12، الصادرة في 23 فبراير 2011.
- القانون رقم 11-10 المؤرخ في 22 يونيو 2011 المتعلق بالبلدية، الجريدة الرسمية، العدد 37 الصادر في 03 جويلية 2011.
- القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، العدد 02 الصادر في 15 يناير 2012.

- قانون رقم 12-07 المؤرخ في 21 فبراير 2012 المتعلق بالولاية، الجريدة الرسمية، العدد 12 الصادر في 29 فبراير 2012.
- الأمر رقم 15-02 المؤرخ في 23 يوليو 2015 يعدل ويتم الأمر رقم 66-155 المتضمن قانون الإجراءات الجزائية، الجريدة الرسمية، العدد 40، الصادرة في 23 جويلية 2015.
- القانون رقم 15-15 المؤرخ في 15 يوليو 2015 المعدل والمتمم للأمر رقم 03-04 المتعلق بالقواعد

العامّة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، الجريدة الرسمية، العدد 41، الصادرة في 29 يوليو 2015.

- القانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يعدل ويتم الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، الجريدة الرسمية، العدد 71، الصادرة في 30 ديسمبر 2015.

- القانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 جوان 2016 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، الجريدة الرسمية، العدد 37، الصادرة في 22 جوان 2016.

- القانون رقم 16-09 المؤرخ في 03 غشت 2016 المتعلق بترقية الاستثمار، الجريدة الرسمية العدد 46، المؤرخة في 03 غشت 2016.

- القانون رقم 17-04 المؤرخ في 16 فبراير 2017 المعدل والمتمم للقانون رقم 79-07 المتضمن قانون الجمارك، الجريدة الرسمية، العدد 11، المؤرخة في 19 فبراير 2017.

- القانون رقم 70 لسنة 2017 المتعلق بتنظيم عمل الجمعيات وغيرها من المؤسسات العامة في مجال العمل الأهلي، الجريدة الرسمية، رقم 20 مكرر، الصادرة بتاريخ 24 ماي 2017.

- القانون رقم 18-08 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية القانون، الجريدة الرسمية، العدد 35، المؤرخة في 13 يوليو 2018.

- القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018 المعدل والمتمم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 35، الصادرة في 13 يونيو 2018.

- القانون رقم 18-11 المؤرخ في 2 يوليو 2018 المتعلق بالصحة، الجريدة الرسمية، العدد 46 الصادر في 29 يوليو 2018 المعدل والمتمم.

- القانون رقم 181 لسنة 2018 الصادر بشأن حماية المستهلك، منشور بالجريدة الرسمية، العدد 37 الصادر في 13 سبتمبر 2018.

- القانون رقم 15 لسنة 2019 المعدل لبعض أحكام القانون رقم 03 لسنة 2005 الصادر بشأن حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، الجريدة الرسمية، العدد 14 مكرر، الصادرة في 8 أبريل 2019.

■ النصوص التنظيمية

- المرسوم التنفيذي رقم 89-147 المؤرخ في 8 أوت 1989 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية ولرزم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية، العدد 33، الصادرة 9 أوت 1989 المعدل والمتمم.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش

الجريدة الرسمية، العدد 05، الصادرة في 31 يناير 1990 المعدل والمتمم.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-189 المؤرخ في 23 يونيو 1990 المحدد لصلاحيات وزير الاقتصاد الجريدة الرسمية، العدد 26، الصادرة في 27 يونيو 1990.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات الجريدة الرسمية، العدد 40، الصادرة في 19 سبتمبر 1990 الملغى.
- المرسوم التنفيذي رقم 94-207 المؤرخ في 16 يوليو 1994 المحدد لصلاحيات وزير التجارة الجريدة الرسمية، العدد 47، الصادرة في 20 يوليو 1994 الملغى.
- المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية، العدد 62، الصادرة في 19 أكتوبر 1996 المعدل والمتمم.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-459 المؤرخ في 01 ديسمبر 1997 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 96-355 المتضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية، العدد 80، الصادرة في 07 ديسمبر 1997.
- المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 المؤرخ في 14 أكتوبر 2000 المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة الجريدة الرسمية، العدد 61، الصادرة في 18 أكتوبر 2000 الملغى.
- المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 المعدل والمتمم للمرسوم المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 61، الصادرة في 21 أكتوبر 2001.
- المرسوم التنفيذي رقم 02-253 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المحدد لصلاحيات وزير التجارة الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002.
- المرسوم التنفيذي رقم 02-254 المؤرخ في 21 ديسمبر 2002 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 85، الصادرة في 22 ديسمبر 2002 المعدل والمتمم.
- المرسوم التنفيذي رقم 03-318 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 89-147 المتضمن إنشاء مركز جزائري لمراقبة النوعية ولرزم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية العدد 59، الصادرة في 5 أكتوبر 2003.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-175 المؤرخ في 12 ماي 2005 المحدد لكيفيات الحصل
- على الترخيص بعدم التدخل بخصوص الاتفاقات ووضعيات الهيمنة على السوق، الجريدة الرسمية العدد 35، الصادرة في 18 ماي 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-219 المؤرخ في 22 جوان 2005 المتعلق بالترخيص بعمليات التجميع الجريدة الرسمية، العدد 43، الصادرة في 22 جوان 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية، العدد 54، الصادرة في 07 أوت 2005 المعدل والمتمم.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم وسير عمل التقييس الجريدة الرسمية، العدد 80، الصادرة في 11 ديسمبر 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-465 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 المتعلق بتقييم المطابقة، الجريدة الرسمية، العدد 80، المؤرخة في 11 ديسمبر 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 11 ديسمبر 2005 المحدد لشروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية، العدد 80 الصادرة في 11 ديسمبر 2005 .

- المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 المتضمن تحديد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية، العدد 80 الصادرة في 11 ديسمبر 2005.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية العدد 83، الصادرة في 25 ديسمبر 2005 الملغى.
- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 المتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين التي تعبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 06 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 المعدل والمتمم.
- المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19 غشت 2008 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 48، الصادرة في 24 غشت 2008.
- المرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 05-277 الذي يحدد كيفيات إيداع العلامات وتسجيلها، الجريدة الرسمية، العدد 63، الصادرة في 16 نوفمبر 2008.
- المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 7 فيفري 2009 المتعلق بتحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة الجريدة الرسمية، العدد 10، المؤرخة في 11 فيفري 2009.
- المرسوم التنفيذي رقم 11-09 المؤرخ في 20 جانفي 2011 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة في 23 جانفي 2011.
- المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 6 ماي 2012 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتجات، الجريدة الرسمية، العدد 28، الصادرة في 09 ماي 2012.
- المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012 الذي يحدد شروط وكيفيات استعمال المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية، العدد 30 الصادرة في 16 ماي 2012.
- المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 2 أكتوبر 2012 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، الجريدة الرسمية، العدد 56، الصادرة 11 أكتوبر 2012.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة 2 أكتوبر 2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-328 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 المحدد لشروط وكيفيات اعتماد المخابر قصد حماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة في 2 أكتوبر 2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، الجريدة الرسمية، العدد 58، المؤرخة في 18 نوفمبر 2013.
- المرسوم التنفيذي رقم 14-18 المؤرخ في 21 يناير 2014 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 02-454 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة، الجريدة الرسمية، العدد 04، الصادرة في 26 يناير 2014.
- المرسوم التنفيذي رقم 14-153 المؤرخ في 30 أبريل 2014 المحدد لشروط فتح مخابر تجارب

وتحليل الجودة واستغلالها، الجريدة الرسمية، العدد28، الصادرة في14مايو2014.

- المرسوم التنفيذي رقم14-366 المؤرخ في15ديسمبر2014 المحدد الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في المواد الغذائية، الجريدة الرسمية، العدد47، الصادرة

في25ديسمبر2014.

- المرسوم التنفيذي رقم15-79 المؤرخ في8مارس2015 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم11-247 المحدد لتنظيم مجلس المنافسة وسيره، الجريدة الرسمية، العدد33، الصادرة في11مارس2015.

- المرسوم التنفيذي رقم15-172 المؤرخ في25يونيو2015 المحدد لشروط والكيفيات المطبقة في مجال الخصائص الميكروبيولوجية للمواد الغذائية، الجريدة الرسمية، العدد37، الصادرة في8يوليو2015.

- المرسوم التنفيذي رقم16-66 المؤرخ في16فيفري2016 المحدد لنموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذلك فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين التعامل بها، الجريدة الرسمية، العدد10، الصادرة في22فبراير2016.

- المرسوم التنفيذي رقم16-87 المؤرخ في1مارس2016 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم11-108 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي المكرر العادي والسكر الأبيض الجريدة الرسمية، العدد13، الصادرة في2مارس2016.

- المرسوم التنفيذي رقم16-299 المؤرخ في23نوفمبر2016 يحدد شروط وكيفيات استعمال الأشياء واللوازم الموجهة لملامسة المواد الغذائية وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم، الجريدة الرسمية، العدد69، الصادرة في6ديسمبر2016.

- المرسوم التنفيذي رقم17-140 المؤرخ في11أفريل2017 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، الجريدة الرسمية، العدد24، الصادرة في16أفريل2017.

■ القرارات الوزارية

- قرار وزاري مشترك المؤرخ في14ديسمبر2014 المحدد لمدة الضمان حسب طبيعة السلعة الجريدة الرسمية، العدد03، الصادرة في27يناير2015.

- قرار وزاري مشترك المؤرخ في13مايو2015 معدل للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في21غشت2011 المتضمن إنشاء المفتشيات الإقليمية للتجارة، الجريدة الرسمية، العدد38، الصادرة في12يوليو2015.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في14يونيو2016 المحدد لشروط وكيفيات وضع بيان حلال للمواد

الغذائية المعنية، الجريدة الرسمية، العدد70، الصادرة في8ديسمبر2016.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في4أكتوبر2016 المحدد للمعايير الميكروبيولوجية للمواد الغذائية الجريدة الرسمية، العدد39، الصادرة في2يوليو2017.

ثانيا: قائمة المراجع

(1)- قائمة المراجع باللغة العربية

■ المؤلفات العامة

- (1) إبراهيم الأخرس، حماية المستهلك بين مقاصد الشريعة والفكر الاقتصادي في منظور منهج الاقتصاد الإسلامي، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
- (2) إبراهيم عبد العزيز داود، عدم التوازن المعرفي في العقود، دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2014.
- (3) إبراهيم نبيل سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتماني، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الأزاريطة، الإسكندرية، 2008.
- (4) أحمد إبراهيم عطية، النظام القانوني للإعلانات في القانون المدني، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- (5) أحمد حسن خليل قداة، الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري، عقد البيع، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- (6) إسماعيل محمود حمدي سلطح، القيود الواردة على مبدأ سلطان الإرادة في العقود المدنية، دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- (7) بيار اميل طوبيا، الغش والخداع في القانون الخاص الإطار العقدي والإطار التقصيري، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2014.
- (8) جابر فهي عمران، المنافسة في منظمة التجارة العالمية، تنظيمها- حمايتها، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2011.
- (9) حسني المصري، اندماج الشركات وانقسامها، دار الكتب القانونية، مصر، 2007.
- (10) خالد عبد الفتاح محمد خليل، حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة للنشر، الأزاريطة، الإسكندرية، 2009.
- (11) رضا متولي وهدان، الخداع الإعلاني وأثره في معيار التدليس، الطبعة الثانية، دار الفكر والقانون، المنصورة، 2008.
- (12) ريبير-روبلور، لويس فوجال، المطول في القانون التجاري، الجزء الأول، المجلد الأول، الطبعة الأولى، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- (13) صلاح زين الدين، الملكية الصناعية والتجارية، الطبعة الثالثة، مكتبة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- (14) عابد فايد عبد الفتاح فايد، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة، دار الكتب القانونية مصر، 2010.
- (15) عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الجزء الأول، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
- (16) عبيد صاحب الفتلاوي، ضمان العيوب وتخلف المواصفات في عقود البيع، الطبعة الأولى مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997.
- (17) علي سليمان علي، دراسات في المسؤولية المدنية في القانون المدني الجزائري، الطبعة الثالثة ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.
- (18) علي فيلاي، الالتزامات العمل المستحق للتعويض، الطبعة الأولى، موفم للنشر للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2002.
- (19) عيبوط محند وعلي، الاستثمارات الأجنبية في القانون الجزائري، الطبعة الثانية، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

- (20) فتحي عبد الله عبد الرحيم، دراسات في المسؤولية التقصيرية (نحو مسؤولية موضوعية)، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2005.
- (21) فرج عبد الفتاح فرج، الاقتصاد الإفريقي قضايا التكامل والتنمية، دار النهضة العربية، القاهرة 2007.
- (22) فليح خلف، مدخل إلى اقتصاد الأعمال، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- (23) محفوظ حامد لعشب، عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990.
- (24) محمد صالح باسم، القانون التجاري، القسم الأول، منشورات دار الحكمة، بغداد، 1987.
- (25) محمد عبده إمام، الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية، دراسة مقارنة في القانون الإداري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004.
- (26) محمود صالح قائد لأرياني، اندماج الشركات كظاهرة مستحدثة، دراسة مقارنة، دار الفلكر
- الجامعي، الإسكندرية، 2012.
- (27) منصور رحمانى، القانون الجنائي للمال والأعمال، الجزء الأول، دار العلوم للنشر والتوزيع عناية، 2012.
- (28) نادية فوضيل، القانون التجاري الجزائري، الأعمال التجارية، التاجر، المحل التجاري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
- (29) نادية فوضيل، النظام القانوني للمحل التجاري، الجزء الأول، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
- (30) وحيد مهدي عامر، مبادئ الاقتصاد الجزئي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2009.
- (31) وديع طوروس، مبادئ اقتصادية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، 2010.
- المؤلفات المتخصصة
- (1) إبراهيم النجار زياد، قواعد حماية المستهلك من التغيرير والغبن في العقود الالكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
- (2) إبراهيم بن داود، سلسلة إصدارات القانونية قانون حماية المستهلك وفق القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، دار الكتاب الحديث، القاهرة 2012.
- (3) إبراهيم عبد العزيز داود، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية، دراسة مقارنة على ضوء نظريتي عقود الإذعان وعقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية 2014.
- (4) إبراهيم موسى عبد المنعم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- (5) أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة مصر، 1994.
- (6) أحمد محمد محرز، الحق في المنافسة المشروعة في مجالات النشاط الاقتصادي- الصناعة التجارة- الخدمات، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994.
- (7) أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، دراسة مقارنة، المكتبة العصرية، مصر، 2008.
- (8) أحمد محمد محمود خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار

- المنافسة ومنع الاحتكار، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2008.
- (9) أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
- (10) أسامة الخيري، الرقابة حماية المستهلك ومكافحة الغش، الطبعة الأولى، دار الراية النشر والتوزيع، عمان، 2015.
- (11) إسلام هاشم عبد المقصود سعد، الحماية القانونية للمستهلك بين القانون المدني والفقه الإسلامي، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2014.
- (12) أشرف محمد رزق قايد، حماية المستهلك، دراسة في قوانين حماية المستهلك والقواعد العامة في القانون المدني، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية الجيزة، 2016.
- (13) أمل محمد شلبي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الاحتكار، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008.
- (14) أمل محمد شلبي، الحد من آليات الاحتكار ومنع الإغراق والاحتكار من الوجهة القانونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2006.
- (15) إيمان بن وطاس، مسؤولية العون الاقتصادي في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012.
- (16) إيمان بوشارب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2018.
- (17) بتول صراوة عبادي، التضليل الإعلاني وأثره على المستهلك، دراسة قانونية، الطبعة الأولى منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2011.
- (18) الجيلالي عجة، العلامة التجارية خصائصها وحمايتها، دراسة مقارنة، الجزء الرابع، الطبعة الأولى، مكتبة زين الحقوقية للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2015.
- (19) حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000.
- (20) حسن عبد الباسط جميعي، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في تطوير القضاء الفرنسي وصدور القانون الفرنسي بشأن مسؤولية المنتج عن عيوب المبيع في 19 مايو 1998، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2000.
- (21) حسن محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دراسة فقهية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2015.
- (22) حسين حوى فاتن، الوجيز في قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012.
- (23) حسين شرواط، شرح قانون المنافسة على ضوء الأمر 03-03 المعدل والمتمم بالقانون 12-08 المعدل والمتمم بالقانون 10-05 وفقا لقرارات مجلس المنافسة، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع عين مليلة، الجزائر، 2012.
- (24) حنان أوثن، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2018.
- (25) حورية زاهية سى يوسف، المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع

- الجزائر، 2009.
- (26) حورية زاهية سي يوسف، دراسة في قانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك الجزائري، دار هومه للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2017.
- (27) خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- (28) خالد موسى توني، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعانات الخادعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2007.
- (29) زكريا رامي رمزي مرتجي، الحماية الجزائية للمستهلك، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الجيزة، 2019.
- (30) زينة غانم عبد الجبار الصفار، المنافسة غير المشروعة للملكية الصناعية، دراسة مقارنة الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- (31) سالم محمد رديعان الغزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقات الدولية، الطبعة الأولى، دار الثقافة لنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- (32) سليم سعداوي، حماية المستهلك - الجزائر نموذجا، الطبعة الأولى، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
- (33) السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، دار الجامعية للطباعة والنشر الإسكندرية، 2003.
- (34) عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، دراسة في القانون المدني والمقارن
- الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
- (35) عبد الحميد الدسيطي عبد الحميد، حماية المستهلك في ضوء القواعد القانونية لمسؤولية المنتج دار الفكر والقانون، منصور، 2010.
- (36) عبد الحميد ثروت، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث ووسائل الحماية منها- ومشكلات التعويض عنها، دار الجامعة الجديدة للنشر، الأزاريطة، الإسكندرية، 2007.
- (37) عبد الرحيم عنتر عبد الرحمن، المنافسة في ظل اتفاقية التريبس وأثرها على المعلومات غير المفصح عنها، الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية الجيزة، 2015.
- (38) عبد الرؤف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2019.
- (39) عبد الفتاح قدرى الشهاوى، شرح قانون حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية ولائحته التنفيذية وقانون حماية المستهلك ومذكرته الإيضاحية في التشريع المصري العربي، الأجنبي، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
- (40) عدنان عبد الباقي، التنظيم القانوني للمنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، دراسة مقارنة، دار الكتب القانونية، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، الإمارات، 2012.
- (41) علي بولحية بن بو خميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى للنشر، عين مليلة، 2000.
- (42) علي حساني، ضمان حماية المستهلك نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري، الطبعة الأولى دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2017.
- (43) علي شلبي مغاوري، حماية المنافسة ومنع الاحتكار بين النظرية والتطبيق، دار النهضة العربية، القاهرة، 2005.

- (44) علي فتاك، تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتج، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
- (45) علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج وفقا لقانوني حماية المستهلك والمنافسة الجزائريين الجديدين، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2014.
- (46) عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، منشأة المعارف للنشر، الإسكندرية، 2004.
- (47) قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
- (48) القاضي الدكتور غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، الطبعة الثانية، مكتبة زين الحقوقية والأدبية، بيروت، 2011.
- (49) القاضي عماد الدين محمد سويدات، الحماية المدنية للعلامات التجارية، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- (50) كريم بن سخرية، مسؤولية المدنية للمنتج وآليات التعويض المتضرر، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2013.
- (51) كوثر سعيد عدنان خالد، حماية المستهلك الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية مصر، 2012.
- (52) لينا حسن ذكي، قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار، دراسة مقارنة في القانون المصري والفرنسي والأوروبي، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2006.
- (53) محمد إبراهيم عابيدات، سلوك المستهلك، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
- (54) محمد أبو أنس بن موسى نصر، جريمة الغش أحكامها وصورها وأثارها المدمرة، مكتبة الفرقان للنشر والتوزيع، دبي، الإمارات، 2007.
- (55) محمد أحمد المعداوي عبد ربه، المسؤولية المدنية عن أفعال المنتجات الخطرة، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2012.
- (56) محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
- (57) محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 والقانون 02/04 منشورات بغدادية، الجزائر، 2010.
- (58) محمد بودالي، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- (59) محمد بودالي، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا وألمانيا ومصر، الطبعة الثانية، دار هومه للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
- (60) محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.
- (61) محمد بودالي، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، دراسة مقارنة
- الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
- (62) محمد بودالي، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في القانونيين الفرنسي والجزائري، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
- (63) محمد بوراس، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات والخدمات، دار الجامعة الجديدة،

- الإسكندرية 2014.
- (64) محمد تيورسي، الضوابط القانونية للحرية التنافسية في الجزائر، دار هومو للنشر والتوزيع الجزائر، 2013.
- (65) محمد جابر ظاهر مشاقبة، الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، عمان، 2012.
- (66) محمد حسن قاسم، الوسيط في عقد البيع في ضوء التوجهات القضائية والتشريعية الحديثة وتشريعات حماية المستهلك، دار الجامعة الجديدة، الأزاريطة، الإسكندرية، 2011.
- (67) محمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006.
- (68) محمد سلمان ماضي مرزوق الغريب، الاحتكار والمنافسة غير المشروعة، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- (69) محمد صالح تامر، الحماية الجنائية للحق في المنافسة التجارية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية، 2016.
- (70) محمد علي سويلم، القانون الجنائي الاقتصادي، الأحكام الموضوعية والجوانب الإجرائية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2015.
- (71) محمد علي مبروك ممدوح، ضمان مطابقة المبيع في نطاق حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 2008.
- (72) محمد مختار القاضي، الغش التجاري، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2014.
- (73) محمد نصر محمد، الحماية الدولية والجنائية من المنافسة التجارية غير المشروعة والاحتكار الطبعة الأولى، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، الجيزة، 2016.
- (74) محمد وحيد محمد علي، الالتزام بضمان السلامة في بعض العقود، دار النهضة العربية، القاهرة 2001.
- (75) محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة
- للنشر، الإسكندرية، 2011.
- (76) محمود عبد الله ذيب، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
- (77) محمود علي رحمه، الحماية المدنية والقضائية للمستهلك من الشروط التعسفية في ظل التشريعات الخاصة وآليات الحماية القضائية من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مركز الدراسات العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
- (78) مصطفى أحمد أبو عمرو، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2004.
- (79) مصطفى بن بادة، دليل المستهلك الجزائري، وزارة التجارة، الجزائر، 2011.
- (80) معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- (81) منى أبو بكر الصديق، الالتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2013.
- (82) موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري، منشورات زين الحقوقية والأدبية، بغداد، 2011.

- 83) نصيرة خلوي، الحماية القانونية للمستهلك عبر الانترنت، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2018.
- 84) نعيمة علواش، العلامات في مجال المنافسة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع الإسكندرية، 2013.
- 85) وعمر جبالي، المسؤولية الجنائية للأعوان الاقتصاديين، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2008.
- 86) وليد بوجملين، قانون الضبط الاقتصادي في الجزائر، دار بلقيس للنشر، دار البيضاء الجزائر، 2015.
- 87) يونس بنونة، العلامة التجارية بين التشريع والاجتهاد القضائي، الطبعة الأولى، مطبعة النجاح الجديدة، الدار البيضاء، الجزائر، 2006.

■ أطروحات الدكتوراه ورسائل ومذكرات الماجستير

■ أولا: مذكرات ورسائل الماجستير

- 1) أحمد الصيد، تسوية منازعات عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق سعيد حمدين، جامعة الجزائر 1 2014-2015.
- 2) أحمد بن عزوز، الأمن الغذائي في قانون الاستهلاك، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص علاقات الأعوان الاقتصاديين/ المستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012.
- 3) أحمد مريشة، حماية المستهلك في مجال شفافية الممارسات التجارية في ضوء القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العقيد أكلي محند أو الحاج البويرة، 2018-2019.
- 4) أسماء معكوف، الرقابة على المنتجات المستوردة في ظل قانون حماية المستهلك في الجزائر مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع قانون التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 2012، 1-2013.
- 5) أمال بن يطو، حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2009-2010.
- 6) إيمان بوشارب، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون العقود المدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2011-2012.
- 7) توفيق مقدم، علاج الممارسات المقيدة للمنافسة-التعسف الناتج عن وضعية الهيمنة في مجال الاتصالات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 أحمد بن محمد، 2010-2011.
- 8) جلال مسعد، مبدأ المنافسة الحرة في القانون الوضعي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2000-2001.
- 9) جمال حملاحي، دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك في ضوء التشريع الجزائري والفرنسي،

مذكرة

- مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم التجارية جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2005-2006.
- (10) حبيبة كالم، حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2001-2002.
- (11) خالد معاشو، دور القاضي في حماية المستهلك من الشروط التعسفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية جامعة 8 ماي 45 قالمة، 2015-2016.
- (12) زهرة علاوي، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2012-2013.
- (13) زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-2012.
- (14) سارة قنطرة، المسؤولية المدنية للمنتج وآثارها في حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2، 2016-2017.
- (15) سفيان بن قري، ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2008-2009.
- (16) سلمى بن سعدي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص عقود ومسؤولية مدنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2013-2014.
- (17) سلمى كحال، مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2009-2010.
- (18) سمير خميلة، عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع تحولات الدولة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2013-2014.
- (19) السهام المر، الالتزام المنتج بالسلامة، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2008-2009.
- (20) سهام خامر، آليات حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم الإدارية، جامعة الجزائر 1، 2012-2013.
- (21) شعبان العايب، مراقبة التجمعات الاقتصادية في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص الهيئات العمومية والحوكمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2013-2014.
- (22) صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم

- السياسية، جامعة قسنطينة، 2013-2014.
- (23) عادل بوجميل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012-2013.
- (24) عائشة مزارى، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في حقوق، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2012-2013.
- (25) عبد الحق ماني، حق المستهلك في الإعلام، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009.
- (26) عبد القادر معروف، الآليات القانونية لحماية صحة المستهلك، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص القانون المدني الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم، 2016-2017.
- (27) عبد الله مرزوق الحربي، إجراءات الضبط القضائي في نظام المنافسة السعودي، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الشريعة والقانون، كلية العدالة الجنائية، قسم الشريعة والقانون، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2017-2018.
- (28) عقيلة شارف حملاوي، ضمانات حماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير
- في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أو لحاج البويرة، 2017-2018.
- (29) علي عيساوي، الضبط الاقتصادي وحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون اقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، 2014-2015.
- (30) علي محمد فخري الرابع، المنافسة التجارية، دراسة فقهية مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الفقه وأصوله، كلية الدراسات الفقهية والقانونية، جامعة آل البيت، مملكة الأردنية الهاشمية، 2008-2009.
- (31) عمار زعبي، حماية المستهلك في الجزائر نصا وتطبيقا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008.
- (32) عمار مزهود، دعوى المنافسة غير المشروعة كآلية لحماية العون لاقصادي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 45 قالمة، 2015-2016.
- (33) غالية قوسم، التعسف في وضعية الهيمنة على السوق في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق بـودوار جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2006-2007.
- (34) فايزة بوالباني، الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر 2011، 2012.
- (35) فتيحة حماز، الرقابة القانونية لحماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، كلية

- الحقوق، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2017-2018.
- (36) فرحات زמוש، الحماية الجنائية للمستهلك على ضوء أحكام القانون رقم 09-03، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2015-2016.
- (37) فضيلة إبراهيمي، المركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 03-03 والقانون رقم 08-12 مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2009-2010.
- (38) فهد بن نوار العتيبي، تجريم الاحتكار في نظام المنافسة السعودي، دراسة تأصيلية مقارنة مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير، كلية الدراسات العليا، قسم العدالة الجنائية، تخص التشريع الجنائي الإسلامي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2007-2008.
- (39) كريمة شعشوع، الالتزام بأمن المنتج، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص قانون علاقات الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013-2014.
- (40) لطيفة بخاري، تدخل الدولة في تحديد الأسعار وآثاره على المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص قانون العلاقات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران، 2012-2013.
- (41) مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، تخصص علوم جنائية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2010-2011.
- (42) مصطفى بوديسة، حماية المستهلك من أخطار المنتجات الغذائية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع حماية المستهلك وقانون المنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015-2016.
- (43) منال بوروح، ضمانات حماية المستهلك في ظل قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1، 2014-2015.
- (44) مولود بغداددي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2014-2015.
- (45) ميلود صياد، امتداد قانون المنافسة إلى الصفقات العمومية بالجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2015-2016.
- (46) نادية بن ميسة، الحماية الجنائية للمستهلك من المنتجات والخدمات المغشوشة في التشريع الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية، تخصص قانون أعمال كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009.
- (47) نادية لأكلي، شروط حظر الممارسات والأعمال المدبرة في قانون المنافسة، دراسة مقارنة
- بين التشريع الجزائري والفرنسي والأوروبي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012.
- (48) نبيل نصري، مركز القانوني لمجلس المنافسة بين الأمر 95-06 والأمر 03-03، مذكرة مقدمة

- لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2003-2004.
- (49) نجاة بن جوال، النظام القانوني للتجميعات الاقتصادية في ظل قانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد بوضياف مسيلة، 2014-2015.
- (50) نجاح مدني، آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد الإسلامي، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، قسم الشريعة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007-2008.
- (51) نسرين بن زادي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1) 2014-2015.
- (52) نسيم حمار، حسن النية في العلاقات الاقتصادية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012.
- (53) نصيرة بوعولي، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع القانون العام، تخصص القانون العام للأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، 2012-2013.
- (54) نوال بن لحرش، جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر- دور وفعالية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، كلية الحقوق، قسم القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، جامعة قسنطينة 1، 2012-2013.
- (55) نوال شبيرة، حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك في مجال البيوع، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2013-2014.
- (56) نوال شعباني، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو، 2012-2013.
- (57) نوال كيموش، حماية المستهلك في إطار قانون الممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2010-2011.
- (58) نوال متيش، الرقابة في مجال المنافسة في القانون الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، 2013-2014.
- (59) هانية إبراهيمي، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2012-2013.
- (60) هنية قادري، حماية المستهلك بين القواعد العامة والقواعد المتخصصة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية جامعة 8 ماي 1945 قالمة، 2015-2016.
- (61) ويزة لحراري شالح، حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق

- والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2010-2011.
- (62) ياسين سيدومو، الحماية الجمركية في المنتجات المستوردة المقلدة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، فرع قانون المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق سعيد حميدن، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2015-2016.
- ثانياً: أطروحات الدكتوراه**
- (1) إبراهيم محمود جليل، أبعاد ومجالات حماية المستهلك في العراق، دراسة اقتصادية تحليلية لعينة من طلبة كليتي الإدارة واقتصاد والقانون والسياسية في جامعة كركوك، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص فلسفة الاقتصاد العام، جامعة سانت كليمنتش العالمية، 2015.
- (2) أحمد خديجي، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2016-2017.
- (3) إلهام بوحلايس، الحماية القانونية للسوق في ظل قواعد المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، جامعة الإخوة
- منتوري قسنطينة، 2016-2017.
- (4) أمنة مخانشة، آليات تفعيل مبدأ حرية المنافسة، دراسة مقارنة بين التشريعين الجزائري والفرنسي أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1، 2016-2017.
- (5) بدرة لعور، آليات مكافحة الجرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014.
- (6) جلال مسعد، مدى تأثير المنافسة الحرة بالممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2012-2013.
- (7) حسام الدين غريوج، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2017-2018.
- (8) حسام توكل موسى، العلاقة الاستهلاكية في قانون حماية المستهلك، دراسة في قانون حماية المستهلك رقم 28 لسنة 2006، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون التجاري، كلية الحقوق جامعة منصور، 2016.
- (9) دليلة مختور، تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو 2015-2016.
- (10) رضوان قرواش، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر (1) بن يوسف بن خدة، 2012-2013.
- (11) زكرياء بوعون، آليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017.
- (12) زهية بشاطة، التقييس آلية لحماية المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في

الحقوق، فرع قانون خاص، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة البليدة 2، 2017-2018.

13) زهية ربيع، فاعلية الضمان لحماية المستهلك في ضوء القانون المدني الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2017-2018.

14) سارة عزوز، حماية المستهلك من الإشهار المضلل في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، 2016-2017.

15) سحوت جهيد، الحماية القانونية للمنافسة الحرة ومراقبة الاحتكارات، دراسة مقارنة بين التشريعات: الجزائر، تونس، مصر وسورية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2018-2019.

16) سليمان محمد خلود قارة، الممارسات التجارية التدليسية وقانون المنافسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2016-2017.

17) شوقي بناسي، أثر التشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 2015، 1-2016.

18) الطيب ولد أعمر، النظام القانوني للأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته، دراسة مقارنة أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2009-2010.

19) عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي، دراسة في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2015-2016.

20) عبد القادر ماني، الحماية القانونية للالتزام بالوسم، دراسة مقارنة بين التشريعين الفرنسي والجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016.

21) علال طحطاح، التزامات العون الاقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر 2013، 1-2014.

22) الغوثي بن ملح، المسؤولية المدنية عن فعل المنتجات المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة

الدكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق بن عكنون، جامعة الجزائر 1، 2016-2017.

23) فاطمة البحري، الحماية الجنائية للمستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم القانون الخاص، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2012-2013.

24) فاطمة الزهراء بومدين، مخاطر النمو كسبب من أسباب الإعفاء من المسؤولية عن المنتجات المعيبة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص علوم قانونية، فرع قانون وصحة كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجيلالي الياابس بسيدي بلعباس، 2016-2017.

- 25) فضيلة يسعد، المسؤولية المدنية للمنتج عن منتجاته الصناعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، فرع القانون الخاص، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017.
- 26) قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الدولة في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2004-2005.
- 27) كريمة بركات، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014-2015.
- 28) كهينة قونان، الالتزام بالسلامة من أضرار المنتجات الخطيرة، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم القانونية، تخصص القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2017-2018.
- 29) محمد الشريف كتو، الممارسات المنافسة للمنافسة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011-2012.
- 30) محمد أمين مهري، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، 2016-2017.
- 31) محمد تيورسي، قواعد المنافسة والنظام العام الاقتصادي، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون، كلية العلوم القانونية والإدارية، جامعة أبو بكر بلقايد
- تلمسان، 2010-2011.
- 32) محمد جريفي، حماية المستهلك في نطاق العقد، دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في الحقوق، تخصص قانون خاص معقم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أحمد دراية أدرار، 2017-2018.
- 33) محمد حسن الحسني، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، مصر، 2013.
- 34) محمد صالح قادري لطفي، آليات حماية المنافسة في التجارة الدولية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة 2016-2017.
- 35) محمد كريم طالب، تقييد المنافسة عن طريق الأسعار، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018.
- 36) محمد مالكي، الآليات القانونية لحماية المستهلك في القانون المقارن، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018.
- 37) المختار بن سالم، الالتزام بالإعلام كآلية لحماية المستهلك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، 2017-2018.
- 38) مسان كرومية، المسؤولية الاجتماعية وحماية المستهلك في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل

- شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص إدارة الأفراد وحوكمة الشركات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2013-2014.
- (39) مفتاح براشمي، منع الممارسات التجارية غير النزيهة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2017-2018.
- (40) منصور داود، الآليات القانونية لضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016.
- (41) ميمون الطاهر، دور الضبط الاقتصادي في تحقيق المنافسة العادلة في أسواق الخدمات العامة ذات التنظيم الشبكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015-2016.
- (42) نعيمة عمارة، مبدأ الحيطة ومسؤولية المهنيين، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2013-2014.
- (43) وليد لعوامري، الحماية القانونية لحقوق المستهلك التعاقدية في القانون الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، 2016-2017.
- المقالات والمداخلات
- (1) إبراهيم علي فندي مهند، أثر العادات التجارية في مشروعية حق المنافسة، دراسة مقارنة مجلة الرافدين للحقوق، كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، المجلد 15، العدد 55، 2012.
- (2) إبراهيم علي فندي مهند، التنظيم القانوني لمناهضة الاحتكار، مجلة الرافدين للحقوق، كلية الحقوق، جامعة الموصل، العراق، المجلد 06، العدد 33، 2007.
- (3) أبو بكر بوسالم، محمد أمين بوعزة، واقع الرقابة على الممارسات التجارية في الجزائر، دراسة ميدانية، مجلة الريادة الاقتصادية الأعمال، جامعة حسبة بن بوعلي شلف، الجزائر، المجلد 03 العدد 05، 2017.
- (4) أحمد خديجي أحمد، حماية المستهلك من خلال الالتزام بالإعلام العقدي، مجلة دفاتر السياسية والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 06، العدد 11، جوان 2014.
- (5) أحمد دغيش، المنافسة التجارية غير المشروعة في التشريع الجزائري، مجلة المنار للدراسات والبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 01 العدد 03، جوان 2017.
- (6) أحمد رباحي، أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسية بن بوعلي بالشلف، العدد 05، جانفي 2008.
- (7) أحمد محمد الجبوري، عدنان هيلان، التضليل والخداع أو الكذب في الإعلام التجاري، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة كركوك بالعراق، المجلد 03
- العدد 11، 2014.
- (8) أحمد محمد الصاوي، الإطار القانوني لحظر الممارسات المقيدة للمنافسة، دراسة مقارنة في ظل

القانون الاتحادي رقم 4 لسنة 2012 في شأن تنظيم المنافسة والتشريعات الأمريكية المقابلة، مجلة رؤى إستراتيجية، مركز الأبحاث للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد 03، العدد 10، أبريل 2015.

(9) أرزيل الكاهنة، إشكالية نجاح المشرع الجزائري في التوفيق بين التنافس الحر وحماية حقوق المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 01، جانفي 2016.

(10) أرزيل الكاهنة، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، المجلة النقدية القانونية والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 06، العدد 02 جوان 2011.

(11) أشذى كامل نعمة، إساءة استغلال المراكز المسيطر في السوق المعنية، دراسة مقارنة، مجلة رسالة الحقوق، كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 06، العدد 03، 2014.

(12) أعمر جلطي، دور سلطة الضبط الإداري في مجال حماية المستهلك، مجلة الإستراتيجية والتنمية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، المجلد 04، العدد 06، جانفي 2014.

(13) أكرم محمد حسين، أحكام التركيز الاقتصادي للمشاريع، مجلة العلوم القانونية، كلية القانون جامعة بغداد، المجلد 32، العدد 2017، 02.

(14) ألاء يعقوب يوسف، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهدين، العراق، المجلد 14، العدد 02، 2005.

(15) أمال بن بريح، حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 والقانون 10-06 المعدل له، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة البليدة 2، المجلد 04، العدد 02، جوان 2015.

(16) أمال بن عزة، النطاق الموضوعي للمسؤولية المدنية للمنتج عن منتجاته المعيبة، مجلة المشكلة في الاقتصاد التنمية والقانون، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي بلحاج بوشعيب تمونشت، المجلد 04، العدد 2018، 07.

(17) أمال بوهنتالة، قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 01

جانفي 2016.

(18) أمال يعيش تمام، محمد غليسي طلحة، المجلس الوطني لحماية المستهلك (الإطار القانوني والمهام)، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 14، أفريل 2017.

(19) أمنة سيد أعر، يوسف مسعودي، مبدأ الحيطة كآلية لتحقيق الأمن الغذائي في ظل التطورات التكنولوجية الحيوية، مجلة القانون والعلوم السياسية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي النعامة، المجلد 03، العدد 02، جوان 2017.

(20) أمنة مخانشة، طرق الموازنة بين المنافسة والممارسات التجارية من حيث حماية المستهلك مجلة الميزان، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي صالح أحمد بالنعامة، المجلد 02 العدد 02، ديسمبر 2017.

(21) أمنة مخانشة، مجلس المنافسة ووزارة التجارة: إطار للتعاون والتعزيز المؤسسي في مجال المنافسة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج

- لخضر، المجلد 03، العدد 02، جوان 2016.
- (22) أمين خليفة، حمرون ديهية، دور القضاء في حماية المنافسة من الممارسات المنافسة لها، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مخبر القانون الخاص المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، المجلد 03، العدد 02، جوان 2017.
- (23) أمينة لطروش، جريمتي الغش والخداع في المواد الاستهلاكية، مجلة منازعات الأعمال، كلية الحقوق، الفاس، العدد 02، غشت 2014.
- (24) أنيسة حمادوش، حول المتابعة القضائية ضد المنتج عن منتجاته المعيبة، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة المجلد 03، العدد 03، سبتمبر 2019.
- (25) أنيسة حمادوش، حول مدى تأثير عملية اندماج المؤسسات الاقتصادية على مبدأ حرية المنافسة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 55، العدد 04، ديسمبر 2018.
- (26) إيمان بن وطاس، العون الاقتصادي والتعسف في وضعية الهيمنة كممارسة مقيدة للمنافسة مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 03، العدد 02، مارس 2018.
- (27) إيمان طارق الشكري، عبد الهادي حيدر، جزاء الإخلال بضمان المطابقة في عقد البيع، دراسة مقارنة، مجلة المحقق للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، العراق، المجلد 06 العدد 04، ديسمبر 2014.
- (28) باسم علوان طعمة، السياسة التشريعية الاقتصادية للمنافسة وحماية المستهلك وحماية الإنتاج الوطني، مجلة رسالة الحقوق، كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق، العدد 2012، 02.
- (29) بحماوي الشريف، حماية المستهلك من الممارسات التعاقدية في ضوء القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحوليات، جامعة بشار، المجلد 08 العدد 17، 2017.
- (30) بحماوي الشريف، سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 01 العدد 02، جوان 2014.
- (31) بختة موالك، التعليق على الأمر 03-03 الصادر في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق ل 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، العدد 01، 2004.
- (32) بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، الجزء 37 العدد 02، 1999.
- (33) بدر لعور، ضمانات المستهلك المتعاقد وفقا لقانون الممارسات التجارية الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أفريل 2017.
- (34) بشير دالي، مدى تأثير الشروط التعسفية على مبدأ حرية التعاقد، مجلة المعيار، المركز الجامعي تيسمسيلت، الجزائر، المجلد 05، العدد 10، ديسمبر 2014.
- (35) بوحفص جلاب نعناعة، دور القضاء في تكييف ومعاقبة الإعلان التجاري المضلل، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية

- المجلد 14، العدد 02، 2016.
- (36)** بوزيان شايب، الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق كممارسة مقيدة للمنافسة، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة بغيلزان، المجلد 06، العدد 08.
- جوان 2017.
- (37)** ثامر ربيع، وهيب بن ناصر، رقابة المطابقة في إطار ضمان فعالية وتنفيذ الالتزام بالمطابقة دراسة على ضوء القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية وقمع الغش، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد 04، العدد 02، 2019.
- (38)** جمال بن بخمة، الاختصاص الاستشاري والتحكيمي للسلطات الإدارية المستقلة، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل العدد 02، 2016.
- (39)** جمال بوشنافة، الوسم كآلية وقائية لإعلام المستهلك بالمنتجات الغذائية وغير الغذائية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 12، العدد 01، جوان 2018.
- (40)** جمال ررواب، التدابير التحفظية المتخذة ضد المتدخل لتأطير حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لوني علي، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012.
- (41)** جمال زكي إسماعيل الجريدي، حماية المستهلك في عقود الإذعان، دراسة مقارنة في القانون المدني المصري والبحريني والنظام السعودي، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، معهد الحقوق، المركز الجامعي أمين العقال الحاج موسى تمنغاست، الجزائر، المجلد 08، العدد 01، 2019.
- (42)** جند بنت نبيل القدسي، إساءة استعمال المشروع لمركزه المهيمن في السوق المعنية، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، المجلد 16، العدد 01 يونيو 2019.
- (43)** جهيد سحوت، مفهوم المنافسة وعلاقتها بالاحتكار من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعقدة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 13، أبريل 2017.
- (44)** جهيد سحوت، مفهوم حماية من الممارسات المقيدة للمنافسة والاحتكار في الاقتصادي القانوني وأحكام الشريعة الإسلامية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، المجلد 10، العدد 03، 2017.
- (45)** حساني ساسي، إبراهيم ملاوي، شروط حظر العقود الاستثنائية المقيدة للمنافسة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، العدد 09، جوان 2018.
- (46)** حسناء بوشريط، دور مجلس المنافسة عد عرض الأسعار أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفا للمستهلك، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 18، العدد 01 ديسمبر 2018.
- (47)** حسينة شرون، نجاه حملاوي، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في ظل أحكام القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017.
- (48)** حلو عبد الرحمن أبو حلو، دعوى المنافسة غير المشروعة في القانون الأردني رقم 15

- لسنة 2000، دراسة مقارنة، مجلة القانون والاقتصاد، كلية الحقوق، جامعة القاهرة، العدد 2004، 74.
- (49) حليلة بن دريس، دعوى المنافسة غير المشروعة لحماية حقوق للملكية الصناعية والتجارية مجلة دراسات قانونية، مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، الجزائر المجلد 10، العدد 21، أوت 2014.
- (50) حماد درع، المسؤولية المدنية عن مخاطر التطور التقني، مجلة كلية الحقوق، جامعة النهرين بغداد، العراق، المجلد 16، العدد 09، كانون الثاني 2006.
- (51) حميدة عبدلي، الموازنة بين النشاط التنافسي وحقوق المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي الأغواط، الجزائر، المجلد 02 العدد 03، مارس 2018.
- (52) حنان بلخيري، التعسف في تخفيض الأسعار، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، المجلد 04، العدد 02، 2016.
- (53) حورية زاهية سي يوسف كجار، الرقابة عن طريق الجمعيات حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب البليدة، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012.
- (54) حورية زاهية سي يوسف، الالتزام المنتج بإعلام المستهلك، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سعد دحلب ببليدة، المجلد 01، العدد 02 جانفي 2012.
- (55) حورية زاهية سي يوسف، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة باتنة 1، المجلد 09، العدد 18، جوان 2008.
- (56) حورية زاهية سي يوسف، دور جمعيات حماية المستهلك في حماية المستهلك، مجلة الحقيقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، المجلد 14، العدد 34 سبتمبر 2015.
- (57) حورية زاهية سي يوسف، رقابة المنتجات المستوردة آلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، قسم الدراسات القانونية والشرعية، المركز الجامعي تمنغاست الجزائر، المجلد 06، العدد 01، جانفي 2017.
- (58) خليفة جنيدي، حماية إرادة المستهلك على ضوء قانون الممارسات التجارية 04-02، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (59) خيرة بن سالم، محمد جغام، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (60) خيرة ساوس، العربي بوكعبان، حق الجمعيات في التقاضي، مجلة دقاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 05، العدد 08، جانفي 2013.
- (61) درماش بن عزوز، تطوير آلية العيب الخفي في مجال حماية المستهلك، دراسة مقارنة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الحلفة، المجلد 08، العدد 04، مارس 2015.
- (62) دلال تفكير مراد العارضي، ضمان عيوب البيع الخفية، دراسة مقارنة، مجلة كلية الإسلامية الجامعة للعلوم الإنسانية، كلية الإسلامية، جمهورية العراق، النجف الأشرف، المجلد 07 الاصدار 16، 2012.
- (63) دليلة بعوش، وضعية الهيمنة على السوق وإساءة استغلالها في ظل أحكام قانون المنافسة مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، العدد 49، جوان 2018.

- (64) دليلة مختور، حظر البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي: استثناء لحرية الأسعار، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية، عدد خاص، ديسمبر 2017.
- (65) ذكرى محمد حسن الياسين، بهاء عبد الحسين مجيد، الحوافز التجارية المقدمة من التاجر دراسة مقارنة، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، كلية القانون، جامعة بابل، العراق المجلد 08، العدد 01، 2016.
- (66) رمزي حوحو، التنظيم القانوني للعلامات في التشريع الجزائري، مجلة المنتدى القانوني، كلية
- الحقوق والعلوم السياسية، قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 05 مارس 2008.
- (67) رمضان قنذلي، حرية التجارة والصناعة، دراسة تحليلية مقارنة، مجلة البدر، جامعة بشار المجلد 03، العدد 11، نوفمبر 2011.
- (68) زرارة صالح الواسعة، حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد في التشريع الجزائري مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي، المجلد 03، العدد 02 جانفي 2012.
- (69) زكرياء جرفي، مبدأ الشفافية لحماية المستهلك في ظل القانون الممارسات التجارية 04-02 مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017.
- (70) زهرة بن عبد القادر، حماية مبدأ المنافسة من التعسف في استغلال وضعية الهيمنة على السوق، دراسة تحليلية في التشريع الجزائري على ضوء نظيره الفرنسي، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مخبر القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف المجلد 05، العدد 01، 2019.
- (71) زهرة بن عبد القادر، مسؤولية المنتج، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والفرنسي، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإنسانية، قسنطينة المجلد 01، العدد 01، جوان 2012.
- (72) زينة حداد، الحرية في اقتصاد السوق والتشريع الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر، المجلد 27، العدد 03، جوان 2016.
- (73) سارة عزوز، هوام علاوة، الحماية الجزائية للمستهلك من الممارسات غير النزيهة، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 04، أبريل 2017.
- (74) سالم محمد عبود، رشا كيلان شاكر، الحماية القانونية للمستهلك من الغش التجاري، مجلة الحقوق، كلية القانون، الجامعة المستنصرية، بغداد، المجلد 19، العدد 4، 2012.
- (75) سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 29، العدد 01، 2013.
- (76) سامر المصطفى، دور جمعية حماية المستهلك في خلق الوعي لدى المستهلكين، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، الجمهورية العربية السورية، المجلد 29 العدد 02، 2013.
- (77) سامي بن حملة، إعادة التوازن بين المستهلك والمتدخل في عقود الاستهلاك، مجلة الباحث

- للدراستات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 02 العدد 01، مارس 2015.
- 78** سامي بن حملة، إعفاء المنتج من المسؤولية الناتجة عن منتجاته المعيبة، دراسة مقارنة في ظل القانونين الجزائري والفرنسي، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة عمار ثلجي بالأغواط، العدد 10، مارس 2016.
- 79** سامي بن حملة، الرقابة على عمليات الاندماج في قانون المنافسة، مجلة الحقيقة، جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد 11، العدد 23، 2012.
- 80** سامي بن حملة، مفهوم اندماج الشركات التجارية في القانون التجاري، مجلة العلوم الإنسانية جامعة منتوري قسنطينة، العدد 28، ديسمبر 2007.
- 81** سعاد نويري، الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الباحث للدراستات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 03، العدد 01 جانفي 2016.
- 82** سعدية قني، شروط الاستغلال التعسفي لوضعية التبعية الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة النبراس للدراستات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي الجزائر، المجلد 02، العدد 02، مارس 2017.
- 83** سفيان سواالم، الحماية القانونية للمتعاقد من الشروط التعسفية في التشريع الجزائري، مجلة جيل للأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 04، جوان 2016.
- 84** سفيان شبة، حماية المستهلك في عقد البيع الدولي في القانون الجزائري والقوانين المقارنة مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 03 العدد 04، جانفي 2011.
- 85** سقاش ساسي، التطور التاريخي لقانون حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة الجيلالي الياابس سيدي بلعباس، عدد خاص، أفريل 2005.
- 86** سلوى قداش، الالتزام بالضمان بين القواعد العامة للتعاقد وقانون حماية المستهلك، مجلة الباحث للدراستات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 05 العدد 01، جانفي 2018.
- 87** سليمان محمد خليل قارة، الرقابة على التجميعات الاقتصادية في ظل قانون المنافسة الجزائري مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت العدد 05، أفريل 2017.
- 88** سليمة بلال، التنظيم القانوني لمبدأ حرية التجارة والصناعة، مجلة البحوث والدراستات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونيبي علي، المجلد 02، العدد 02 2012.
- 89** سليمة بوزيد، الالتزام بضمان سلامة وطبيعته الخاصة، مجلة البحوث في العقود وقانون الأعمال، مخبر العقود وقانون الأعمال، جامعة منتوري قسنطينة، المجلد 04، العدد 01، جوان 2019.
- 90** سميرة زوبة، أثر عدم نزاهة الممارسات التجارية على مصالح المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14 أفريل 2017.
- 91** سناء خميس، التزام المتدخل بضمان أمن المنتج، دراسة على ضوء أحكام القانون رقم 03-09 والمرسوم التنفيذي 12-203، مجلة درااستات وأبحاث، جامعة زيان عاشور الجلفة المجلد 11، العدد 02، جوان 2019.

- (92) سناء خميس، مبدأ الحيطة ودوره في حماية المستهلك، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مخبر السياسات العامة وتحسين الخدمة العمومية بالجزائر، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، المجلد 02، العدد 01، ماي 2018.
- (93) سهيلة بوزبرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون رقم 04-02 المعدل والمتمم، مجلة أبحاث قانونية وسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل المجلد 02، العدد 35، ديسمبر 2017.
- (94) سيلية حماش، التزام العون الاقتصادي بالشفافية في ظل قانون الممارسات التجارية، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي بالأغواط المجلد 04، العدد 02، جوان 2018.
- (95) سيلية حماش، الضوابط القانونية للمنافسة في التشريع الجزائري، مجلة دفاتر السياسية والقانون كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، العدد 15، جوان 2016.
- (96) شوقي بناسي، من سلبيات القانون رقم 05-10 المعدل للقانون المدني، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة المجلد 45، العدد 02، جوان 2008.
- (97) شوقي بناسي، مواجهة الشروط التعسفية في العقود في ضوء القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 46، العدد 02 جوان 2009.
- (98) صارة فاضل، التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في إطار القانون رقم 09-03، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (99) صالحة العمري، صور المنافسة غير المشروعة وفق اتفاقية باريس لحماية حقوق الملكية الصناعية وإطارها القانوني في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، المجلد 09، العدد 01، جانفي 2018.
- (100) صالحة العمري، ضبط أبعاد مصطلح دعوى المنافسة غير المشروعة في التشريع الجزائري مجلة المنتدى القانوني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الكفاءة المهنية للمحاماة، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 07، 2010.
- (101) صفاء تقي عبد العيساوي، المفهوم القانوني للاستعمال غير المشروع للمركز المتحكم في السوق، دراسة مقارنة، مجلة واسط للعلوم الإنسانية، الكلية العلوم، جامعة واسط، العراق المجلد 09، العدد 32، 2014.
- (102) صلاح زين الدين، حسام البطوش، معايير تزوير أو تقليد العلامة التجارية في الفقه القانوني وتطبيقات ذلك في القضاء الأردني، مجلة كلية القانون الكويتية العالمية، العدد 04، ديسمبر 2017.
- (103) صليح بونفلة، المسؤولية المدنية عن الإشهار الالكتروني الكاذب والمضلل، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور جلفة، المجلد 05، العدد 17، سبتمبر 2019.
- (104) طارق الخير، حماية المستهلك ودورها في رفع مستوى الوعي الاستهلاكي لدى المواطن السوري، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 17، العدد 2001، 01.
- (105) طيب قلووش، الآثار المدنية لإخلال المتدخل بالالتزام بالإعلام، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة بغيلزان، المجلد 05، العدد 07، ديسمبر 2016.
- (106) الطيب قلووش، دور التقييس في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الأكاديمية

- للدراستات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلي شلف، المجلد 09، العدد 02 جانفي 2017.
- (107)** عادل عميرات، الالتزام بالمطابقة في التشريع الجزائري، مجلة البحوث القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المجلد 02، العدد 04، جوان 2015.
- (108)** عادل عميرات، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، المجلد 07، العدد 02 جوان 2016.
- (109)** عادل مستوي، عماد بوقلايشي، تطور سياسات وآليات حماية المستهلك من الغش التجاري في الجزائر رؤية تحليلية خلال الفترة (2014-1990)، مجلة المناشير المدرسة التحضيرية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، درارية، الجزائر، المجلد 2، العدد 01، جوان 2015.
- (110)** عائشة بوغرم، النظام القانوني للفتورة، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، مارس 2014.
- (111)** عائشة قصار الليل، الالتزام بالإعلام الإلكتروني السابق للتعاقد، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 04، العدد 01 جانفي 2017.
- (112)** عبد الحفيظ بقة، أسعيد تباري، دور السلطة القضائية في حماية المستهلك، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة المجلد 04، العدد 2019، 01.
- (113)** عبد الحفيظ بوقندورة، حماية المستهلك في اطار سياسة العمومية للمنافسة في الجزائر محاولة لتأصيل والمقارنة، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (114)** عبد الحق الحطاب، المستهلك بين واقع الاعتراف وحتمية الإنصاف، مجلة الممارس للدراسات القانونية والقضائية، مجلة مغرب القانون، العدد 03، أبريل 2019.
- (115)** عبد الحق علاق، مبدأ الالتزام بالسلامة الغذائية لحماية المستهلك، دراسة تحليلية في الفقه والتشريع الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلي شلف
- المجلد 09، العدد 01، جانفي 2017.
- (116)** عبد الحق قريمس، جمعيات حماية المستهلك: المهام والمسؤوليات، مجلة الاجتهاد القضائي مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (117)** عبد الحميد أخريف، الحقوق القضائية للمستهلك، مجلة المعيار، هيئة المحامين، المغرب العدد 38، ديسمبر 2007.
- (118)** عبد الرازق بولنوار، المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية، دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 04، جانفي 2011.
- (119)** عبد الرازق بولنوار، مخاطر التطور كسبب للإعفاء من المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدينة، المجلد 02، العدد 02، جوان 2018.
- (120)** عبد العزيز زردادي، مواجهة الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك، مجلة الحقوق

- والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أفريل 2017.
- (121) عبد القادر الصادق، حماية المستهلك من الشروط التعسفية، دراسة مقارنة، مجلة آفاق علمية المركز الجامعي التامنغست، الجزائر، المجلد 11، العدد 01، 2019.
- (122) عبد القادر سبتي، ضمانات حرية المنافسة في القانون الجزائري، مجلة الدراسات القانونية مخبر السيادة والعولمة، جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر، المجلد 06، العدد 01، جانفي 2020.
- (123) عبد القادر عيساوي، فاروق عريشة، جمعيات حماية المستهلك والإشهار المضلل على مواقع التواصل الاجتماعي في التشريع الجزائري، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 03، العدد 03، سبتمبر 2018.
- (124) عبد القادر غيتاوي، الإطار القانوني لدور الجماعات الإقليمية في مجال حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار تليجي الأغواط، الجزائر المجلد 05، العدد 02، جوان 2019.
- (125) عبد القادر قرش، خيرة قرن، دور الجمعيات حماية المستهلك في تفعيل مسؤولية الاجتماعية للمؤسسة، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، العدد 26، مارس 2016.
- (126) عبد اللطيف والي، عبد الرزاق رحموني، الرقابة على التجميعات الاقتصادية كآلية لحماية المنافسة، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي تندوف، المجلد 02، العدد 03، مارس 2018.
- (127) عبد المنعم نعيم، قراءة في أحكام الصلح كآلية لحماية المستهلك على ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، المجلد 02، العدد 03، سبتمبر 2015.
- (128) عبد الهادي درار، نسيم درار، البعد الوقائي للجماعات المحلية في حماية المستهلك من التلوث الغذائي، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 15، العدد 02، ماي 2020.
- (129) عبد الوهاب مخلوفي، زهور دقايشية، قصور أحكام القانون 09-03 في تحقيق الأمن القضائي، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (130) عبير مزعش، التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية كممارسة مقيدة للمنافسة مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 11 أوت 2014.
- (131) عدة عليان، مدى مسؤولية المنتج عن الأضرار الناشئة عن مخاطر التطور العلمي، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانه غليزان، الجزائر، المجلد 01 العدد 02، جويلية 2010.
- (132) عز الدين آدم ذو النون، خالد حسن البيلي، دور سياسات حماية المنافسة ومنع الاحتكار في ظل الاقتصاد الحر، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، المجلد 17 العدد 02، 2016.
- (133) علال قاشي، حالات انتفاء مسؤولية المنتج، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونسي علي، المجلد 01، العدد 02، جانفي 2012.
- (134) علي أحمد صالح، الحماية القانونية للعلامات التجارية، مجلة صوت القانون، مخبر نظام الحالة

المدنية، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، الجزائر، المجلد 05، العدد 02 أكتوبر 2018. **(135)** علي بولحية بن بوخميس، جهاز الرقابة ومهامه في حماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف

بن خدة، الجزء 39، العدد 01، 2002. **(136)** علي حساني، الالتزام بضمان الضرر في عيوب المنتجات، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 48، العدد 04، جوان 2011.

(137) علي حساني، شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يوليو 2004، مجلة العلوم القانونية والإدارية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، العدد 2011، 11.

(138) علي عبد الله عفريت، حماية الطرف الضعيف في العقد، Route Educational & Social Science Journal، المجلد 06، العدد 05، ماي 2019.

(139) عمار زعبي، لطيفة بهي، تدخل المشرع لتطويع مبدأ حرية المنافسة لمصلحة المستهلك، مجلة العلوم القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي المجلد 08، العدد 02، جوان 2017.

(140) عمر زغودي، مكافحة الشروط التعسفية كوسيلة لتحقيق التوازن العقدي بين أطراف العلاقة الاستهلاكية، مجلة البحوث القانونية والسياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، المجلد 01 العدد 02، 2014.

(141) عمر يوسف عبد الله، الحماية القانونية من جريمة الغش في المواد الاستهلاكية والصيدلية في التشريع الجزائري، مجلة صوت القانون، مخبر نظام حالة المدنية، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، نوفمبر 2019.

(142) عواطف زرارة، حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الحر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 02، جوان 2016.

(143) عيسى حداد، حماية المستهلك وفقا لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية، مجلة الاجتهاد القضائي مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.

(144) فاطمة الزهراء حاج شعيب، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمستهلك، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون تيارت، المجلد 03 العدد 02، جوان 2018.

(145) فاطمة الزهراء قلواز، مقارنة الالتزام بالإعلام ببعض المفاهيم القانونية الكلاسيكية، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، مخبر القانون الخاص المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة

حسبية بن بو علي بالشلف، المجلد 01، العدد 01، 2015. **(146)** فاطمة بحري، التطور التاريخ لجريمة الغش، مجلة الحضارة الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، المجلد 15، العدد 24، نوفمبر 2014.

(147) فائزة التونسي، مصطفى بوديسة، فكرة إشراك المستهلكين كآلية وقائية من مخاطر المنتجات مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار ثلجي الأغواط

- المجلد 01، العدد 02، جوان 2015.
- 148** فتيحة قريقر، الرقابة كآلية لحماية المستهلك، مجلة دراسات وأبحاث، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 04، العدد 07، جوان 2012.
- 149** فرحات عباس، عمران هباش، عبد الياسط مداح، الممارسات المقيدة للمنافسة في مجال الأسعار على ضوء النصوص المتعلقة بالمنافسة، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، المجلد 05، العدد 01 جوان 2017.
- 150** فضيلة سويلم، عقود التوزيع الاستثنائية المقيدة للمنافسة، مجلة الدراسات الحقوقية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المجلد 04، العدد 02، جوان 2017.
- 151** فضيلة عابد، حماية المستهلك في الجمهورية العربية السورية، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 17، العدد 2001، 01.
- 152** فضيلة عاقل، حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة في الجزائر، مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة، مركز جيل البحث العلمي، العدد 05، يوليو 2016.
- 153** فضيلة يسعد، التزام المنتج بضمان مطابقة المنتجات، مجلة الواحات للبحوث والدراسات جامعة غرداية، الجزائر، المجلد 09، العدد 01، 2016.
- 154** فوزي فتات، نشوء حركة حماية المستهلك في الدول المتقدمة، مجلة العلوم القانونية والإدارية مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005.
- 155** قادة شهيدة، قوانين حماية المستهلك في الجزائر بين المرجعية الدولية والاستقلالية الوطنية مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر المجلد 04، العدد 02، جوان 2017.
- 156** قاسمي الرزقي، المركز الجزائري لمراقبة النوعية والجودة كآلية لحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017.
- 157** قويدر عياش، حياة لعوينات، حماية المستهلك بين المفهوم الإسلامي والوضعي في ظل التحديات الراهنة مع الإشارة للجزائر، مجلة دراسات، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، العدد 29 مارس 2017.
- 158** قويدر معيزي، تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي في ظل اقتصاد السوق، مجلة الاقتصاد الجديد، مخبر الاقتصاد الرقمي في الجزائر، جامعة خميس مليانة، الجزائر، المجلد 04، العدد 02 جوان 2013.
- 159** قويدر مغربي، أساليب تفعيل الرقابة على الممارسات التجارية غير الشرعية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بو علي شلف، المجلد 04، العدد 02 جويلية 2007.
- 160** كريمة بركات، التزام المتدخل بالسلامة المستهلك في مجال الصناعة الغذائية، مجلة معارف جامعة أكلي محند أو الحاج البويرة، الجزائر، المجلد 09، العدد 17، ديسمبر 2017.
- 161** كمال كيحل، التزامات المتدخلين في العملية الاستهلاكية ومدى فاعليتها في حماية المستهلك مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017.
- 162** كهينة قونان، قصور ضمان العيب الخفي في حماية مستهلك المنتجات الخطيرة، مجلة القانون والمجتمع للدراسات القانونية، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أدرار، الجزائر، المجلد 03 العدد 01،

- جوان 2015.
- 163** كهيئة قونان، قصور ضمان العيب الخفي في حماية المستهلك المنتجات الخطيرة، مجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 11 العدد 01، جويلية 2016.
- 164** لطيفة أمازو، التزام البائع بتقديم المعلومات كالتزام تبعي بالتسليم، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، العدد 2009، 03.
- 165** لجمال مدني، أحكام الرقابة على التجميعات الاقتصادية في قانون المنافسة الجزائري، مجلة دراسات، جامعة عمار ثلجي الأغواط، العدد 42، ماي 2016.
- 166** لموي رافع، مبدأ حرية المنافسة في التشريع الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 08، العدد 15، جوان 2019.
- 167** لياس بروك، تحرير الأسعار كضابط من ضوابط الممارسات التجارية في الجزائر، مجلة الدراسات الحقوقية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة، المجلد 03 العدد 02، 2016.
- 168** ليلي جمعي، ضمان العيوب والتوازن العقدي في قانون حماية المستهلك، مجلة الحضارة الإسلامية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، المجلد 15، العدد 22، 2014.
- 169** ليندة بلحارث، دور مجلس المنافسة في ضبط المنافسة الحرة، مجلة معارف، جامعة أكلي محند أو الحاج البويرة، الجزائر، المجلد 11، العدد 21، جوان 2016.
- 170** ليندة عبد الله، المساس بشفافية ونزاهة الممارسات التجارية، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 51، العدد 02، جويلية 2014.
- 171** لينده بومحراث، فاعلية القانون رقم 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الألفية الثالثة مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية قسنطينة، المجلد 03، العدد 2012، 06.
- 172** ماجدة بوسعيدة، الاتفاقيات المحظورة المقيدة لمبدأ حرية المنافسة، مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة المجلد 01، العدد 03، سبتمبر 2018.
- 173** ماية بن مبارك، المفهوم القانوني للتركيز الاقتصادي حسب التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور خنشلة، المجلد 05، العدد 02، جانفي 2018.
- 174** محمد الشريف كتو، حماية المستهلك من الممارسات المنافية للمنافسة، مجلة الإدارة، المجلد 12 العدد 23، 2002.
- 175** محمد الشريف كتو، مبدأ المنافسة الحرة في الأمر 03-03 والقانون رقم 04-02، مجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 12 العدد 01، 2017.
- 176** محمد بن عبد الله بن صالح اللحيان، ضوابط حرية المنافسة التجارية، دراسة مقارنة بين الفقه والقانون، مجلة الفكر القانوني والاقتصادي، كلية الحقوق، جامعة بنها، العدد 07، أغسطس 2012.

- 177) محمد بن عزة، دراسة في مبادئ حرية المنافسة ضمن قانون المنافسة الجزائري، مجلة الندوة للدراسات القانونية، المجلد 01، العدد 01، أغسطس 2013.
- 178) محمد بن علي حاج، تمييز الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة لضمان الصفة الخطرة للشئ المبيع، دراسة مقارنة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف، المجلد 03، العدد 02، جويلية 2011.
- 179) محمد بودالي، تطور حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، كلية الحقوق، جامعة الجيلالي الياصب سيدي بلعباس، عدد خاص أفريل 2005.
- 180) محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، مجلة إدارة العدد 24، 2004.
- 181) محمد جريفي، الالتزام بالضمان السلامة كمبدأ لكفالة الحق في التعويض، مجلة الحقيقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أحمد دراية أدرار المجلد 15، العدد 39، ديسمبر 2016.
- 182) محمد جريفي، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص، دراسة مقارنة مع قانون الاستهلاك الفرنسي الجديد لسنة 2016، مجلة القانون والمجتمع، مخبر القانون والمجتمع جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد 06، العدد 01، جوان 2018.
- 183) محمد حجازي، حماية المستهلك من الممارسات الاحتكارية- بين النص و الممارسة، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- 184) محمد دمانة، مريم الحاسي، تبرير الاتفاقات المقيدة للمنافسة وفقا للأمر 03-03 المتعلق بالمنافسة، مجلة الدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأغواط المجلد 01، العدد 02، جوان 2015.
- 185) محمد دمانة، نسيم شذاني، التعويض عن المنتجات المعيبة كحماية لحقوق المستهلكين مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة عمار التليجي بالأغواط، الجزائر، المجلد 06، العدد 01 جانفي 2020.
- 186) محمد ديب، أثر الممارسات المخالفة للتجارة على فاعلية حماية المستهلك، مجلة الفقه والقانون المملكة المغربية، العدد 12، أكتوبر 2013.
- 187) محمد رحمان مختار السيد، عيب المنتج كسبب منشئ للمسؤولية المدنية للمنتج، مجلة المحكمة العليا، العدد 2013، 02.
- 188) محمد زكريا شيخ، حماية المستهلك من خلال حقه في الإعلام، مجلة الفقه والقانون، المملكة المغربية، العدد 23، يونيو 2012.
- 189) محمد شعبان سالم مطر، الالتزام بضمان العيوب الخفية في التشريع الإماراتي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة زيان عاشور جلفة الجزائر، المجلد 04، العدد 04، ديسمبر 2019.
- 190) محمد عبد اللطيف، الدستور والمنافسة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق جامعة المنصورة، مصر، العدد 38، 2005.
- 191) محمد عبد المالك أشرف، النظام الحديث لسلامة الغذاء، مجلة أسبوط للدراسات البيئية، مركز الدراسات والبحوث البيئية، جامعة أسبوط، مصر، العدد 32، يناير 2008.
- 192) محمد عزت فاضل الطائي، حرية التجارة، دراسة دستورية مقارنة، مجلة العلوم القانونية،

- كلية القانون، جامعة بغداد، المجلد 32، العدد 02، 2017.
- 193** محمد علي محمد بني مقدار، الطبيعة القانونية للمنافسة، مجلة جرش للبحوث والدراسات، كلية الشريعة والأنظمة، جامعة تبوك، المملكة العربية السعودية، المجلد 16، العدد 02، 2015.
- 194** محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 09، جوان 2013.
- 195** محمد كرفة خليفة، ضرورة التخلي عن ربط الشروط التعسفية بعقود الإذعان من أجل حماية واسعة للمستهلك، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، المجلد 03، العدد 01، نوفمبر 2017.
- 196** محمد كريم طالب، تدخل الدولة في تحديد الأسعار كاستثناء على مبدأ حرية الأسعار، مجلة القانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة بغليزان، المجلد 05، العدد 07 ديسمبر 2016.
- 197** محمد متولي دكروري محمد، حماية المنافسة ومنع الاحتكار، مجلد البحوث المالية جمهورية مصر العربية، المجلد الأول، 2007.
- 198** محمد محبوبي، مظاهر حماية المستهلك في ضوء التشريع المغربي، مجلة الفقه والقانون المملكة المغربية، العدد 26، نوفمبر 2010.
- 199** محمد مطرود السميزان، الآثار الاقتصادية والاجتماعية للاحتكار، دراسة مقارنة، مجلة رماح للبحوث والدراسات، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح، الأردن، العدد 01، ديسمبر 2015.
- 200** محمد منصوري، الاحتكار في الأسواق، رؤية فقهية اقتصادية، مجلة العلوم الإنسانية والحضارة، كلية العلوم الإنسانية والحضارة، جامعة عمار تليجي الأغواط، المجلد 01، العدد 02 ماي 2016.
- 201** محمد موفق بشر لطفي، مسوغات التسعير بين الاقتصاد الرأسمالي والإسلامي، مجلة كلية الشريعة والدراسات القانونية، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، جامعة قطر، المجلد 22، العدد 02 سبتمبر 2014.
- 202** مريم بوشربي، الهياكل القانونية القائمة على حماية المستهلك، مجلة الدراسات القانونية مخبر السيادة والعولمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر المجلد 02، العدد 02، جوان 2016.
- 203** مسعودة عمارة، تحديد الإطار القانوني لنص المادة 140 مكرر مسؤولية المنتج وفقا لأحكام القانون المدني الجزائري المعدل والمتمم لسنة 2005، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق، جامعة سعيد دحلب البليدة، العدد 02، جانفي 2012.
- 204** مصطفى عبد العال، محمد محمود، دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، المجلد 03، العدد 04، جوان 2006.
- 205** مصطفى يونس، تأثير خصائص المنتج على حماية المستهلك من وجهة نظر المستهلك مجلة دفاتر اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور بالجلفة، المجلد 06، العدد 2، سبتمبر 2015.
- 206** منال بوروح، ازدواجية الجزاء المقرر لحماية المستهلك من خلال أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية

- والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 54، العدد 01 مارس 2017.
- (207) منال بوروح، التزام المتدخل بالضمان لحماية الطرف الضعيف، مجلة حوايات، جامعة _____
- الجزائر (1)، المجلد 32، العدد 01، 2018.
- (208) منال بوروح، فعالية الرقابة الإدارية لحماية المستهلك من مخاطر المنتوجات، مجلة الفكر القانوني والسياسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تلجي أغواط، المجلد 03، العدد 01 جوان 2019.
- (209) منصور مجاجي، الضمان كآلية لتجسيد الحماية المستدامة في التشريع الجزائري، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة، المجلد 08، العدد 02، نوفمبر 2014.
- (210) منيرة بلورغي، حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017.
- (211) منيرة جرجوعة، آليات حماية المتعاقد من الشروط التعسفية، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تلجي بالأغواط، المجلد 01 العدد 02، سبتمبر 2017.
- (212) موسى حسن فضالة، أحمد هاشم عبد، مثنى الكاظم ماشاف، الالتزام بالتحذير في عقود الاستهلاك، دراسة مقارنة، مجلة اليرموك، بغداد، المجلد 08، العدد 01، 2016.
- (213) مونية بن بوعبد، ماهر بديار، السياسة الجنائية للمشرع الجزائري لحماية المستهلك- جريمة الغش نموذجا، مجلة الاقتصاد والقانون، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس، الجزائر المجلد 06، العدد 06، جوان 2020.
- (214) ميلود مبارك، شروط ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة، مجلة الفقه والقانون، المملكة المغربية، العدد 20، يونيو 2014.
- (215) ميلود ميهوبي، أحكام الاحتكار في الفقه الإسلامي وآثاره على حماية المستهلك، مجلة البحوث والدراسات، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، الجزائر، المجلد 09، العدد 01، جانفي 2012.
- (216) ناجية العطراق، المسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة في ضوء القانون المدني الفرنسي قانون رقم 389-98، مجلة العلوم القانونية والشرعية، كلية القانون، جامعة الزاوية، ليبيا، العدد 06 يونيو 2015.
- (217) ناجية شيخ، الالتزام بالسلامة في المنظومة القانونية الخاصة بالمستهلك، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 04، العدد 02، أبريل 2018.
- (218) نادية ضريفي، فواز لجلط، دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أبريل 2017.
- (219) نادية لاكلي، شروط حظر وضعية الهيمنة في قانون المنافسة الجزائري، مجلة الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عباس لغرور خنشلة، المجلد 05، العدد 09، جانفي 2018.
- (220) نادية لاكلي لعور، شروط حظر وضعية الهيمنة في قانون المنافسة الجزائري، مجلة المفكر

- كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 10، جانفي 2014.
- (221) نادية لاکلي، شروط حظر الاتفاقيات المقيدة للمنافسة، مجلة دراسات وأبحاث، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر، المجلد 07، العدد 18، مارس 2015.
- (222) نباد تسعديت، عن تأقلم المنافسة مع خصوصية المعاملات التجارية الدولية، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، المجلد 12 العدد 02، 2017.
- (223) نبيل ناصري، تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1 بن يوسف بن خدة، المجلد 52، العدد 04، جوان 2015.
- (224) نجاه مهدي، فاطمة قفاف، التزام المتدخل بالضمان في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أفريل 2017.
- (225) نجلة يونس محمد، حركة حماية المستهلك ودورها في نشر الوعي الاستهلاكي، دراسة استطلاعية لعينة من المستهلكين في مدينة الموصل، مجلة تنمية الراقدين، كلية الإدارة واقتصاد جامعة الموصل، العراق، المجلد 34، العدد 109، 2012.
- (226) نجوى حبة، عبد الوهاب بن بريكة، الدولة بين المنظم والمنافس في القطاع، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 08، العدد 01، جوان 2014.
- (227) ندى كاظم المولى، المنافسة والمنافسة غير المشروعة، مجلة العلوم القانونية، جامعة بغداد المجلد 20، العدد 01، آذار 2005.
- (228) نسيم حمار، الالتزام بالمطابقة في قانون حماية المستهلك، مجلة الاتحاد الصادرة عن الاتحاد الوطني لمنظمات المحامين الجزائريين، العدد 03، منشورات دار المحامي، سيدي بلعباس أكتوبر 2011.
- (229) نصيرة تواتي، دور مطابقة المنتجات للمقاييس القانونية في حماية المستهلك في ضوء القانون رقم 04-16 المتعلق بالتقييس، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، أفريل 2017.
- (230) نصيرة زوطاط، دور لجنة البنود التعسفية في حماية المستهلك، مجلة القانون الدولي والتنمية كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم، المجلد 07 العدد 2019، 01.
- (231) نصيرة بوعزة، الالتزام بضمان المنتجات كآلية لحماية المستهلك وتحقيق علاقة اقتصادية متوازنة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، الجزائر، المجلد 09، العدد 02، 2016.
- (232) نصيرة بوعزة، الالتزام بضمان سلامة المادة الغذائية ونظافتها، مجلة أبحاث قانونية وسياسية جامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل، العدد 06، جوان 2018.
- (233) نعيمة سليمان، التزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات، مجلة القانون معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي أحمد زبانة بغليزان، المجلد 05، العدد 07 ديسمبر 2016.
- (234) نعيمة علواش، الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2 لونيبي علي، المجلد 03، العدد 2013، 01.
- (235) نوال بن لحرش، الدور التحسيبي والإعلامي لجمعيات حماية المستهلكين في الجزائر، مجلة الندوات للدراسات القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة، العدد 2013، 01.

- (236) نوال مجدوب، حماية المستهلك جنائيا من جريمة الخداع في عملية تسويق المواد الغذائية مجلة دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 08 العدد 15، جوان 2016.
- (237) الهادي السعيد عرفه، الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة المنصورة، مصر، العدد 29، أبريل 2001.
- (238) هاشم عدنان جواد، مجيد عقيل كاظم، مسؤولية المنتج المدنية عن منتجاته المعيبة وفوق
- التوجيه الأوروبي لمسؤولية المنتج رقم 85 لسنة 1985، دراسة تحليلية مقارنة، مجلة جامعة كربلاء العلمية، كلية القانون، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 09، العدد 02، أنساني 2011.
- (239) هدى زوزو، آليات حماية المستهلك من مخاطر التعاقد الالكتروني في التشريع الجزائري مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 01، العدد 01، جوان 2009.
- (240) هدى معيوف، العلاقة التعاقدية بين حقوق المستهلك في السوق الجزائرية، بحث استطلاع المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، كلية مركز بحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، المجلد 09، العدد 2017، 01.
- (241) هناء نوري، دور المتدخل في حماية المستهلك وفقا لقانون 09-03، مجلة الحقوق والحريات مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 03، العدد 01، أبريل 2017.
- (242) هناء نوي، دور المواصفات القياسية في ضمان وسلامة وجودة المواد الغذائية، مجلة المفكر كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 11، العدد 13، مارس 2018.
- (243) هني عبد اللطيف، مكافحة الشروط التعسفية في عقد الاستهلاك، دراسة مقارنة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، العدد 01، 2014.
- (244) وسيلة برحو، الممارسات الاستثنائية في ظل قانون المنافسة الجزائري، المجلة الإفريقية للدراسات القانونية والسياسية، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، المجلد 02، العدد 02، جوان 2018.
- (245) وفاء شيعاوي، رياض دنش، الجرائم الواقعة على المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة المجلد 09، العدد 14، أبريل 2017.
- (246) وليد بزار، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المستهلك وضبط حرية المبادرة مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر المجلد 06 العدد 04، ماي 2019.
- (247) وليد بزار، السلطة القمعية لمجلس المنافسة بين حماية المنافسة الحرة وضبط حرية المبادرة مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر المجلد 06، العدد 2019، 02.
- (248) وليد كحول، جريمة تقليد العلامات في التشريع الجزائري، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، المجلد 09، العدد 11، سبتمبر 2014.
- (249) وليد كحول، زواوي الكاهنة، حماية المستهلك في ظل قانون العلامات، مجلة الحقوق والحريات، مخبر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة

- محمد خيضر بسكرة، العدد04، أبريل2017.
- (250) وليد لعوامري، الشروط التعسفية وآليات التصدي لها في القانون الجزائري، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد03 العدد05، 2014.
- (251) يحي وناسي، النظام القانوني للتقييس الإرادي في القانون الجزائري، مجلة الاجتهاد لدراسات القانونية والاقتصادية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي بتامنغست، الجزائر المجلد06، العدد01، جانفي2017.
- (252) يمينة بليمان، الإشهار الكاذب أو المضلل، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة منتوري قسنطينة الجزائر، المجلد20، العدد04، ديسمبر2009.
- (253) يمينة بليمان، حسام الدين غريوج، حماية المستهلك في مواجهة البيع بالتخفيض، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد14، أبريل2017.
- (254) يوسف الشندي، أثر خيار المستهلك في الرجوع في التعاقد على تحديد لحظة إبرام العقد مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد43، يوليو2010.
- (255) يوسف جيلالي، القواعد الموضوعية لحماية المنافسة الاقتصادية الحرة في الشريعة الإسلامية مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، العدد17، جانفي2017.
- (256) يوسف مسعودي، أرجيلوس رحب، الاتجاه الموضوعي لمسؤولية المنتج في التشريع الجزائري، مجلة القانون والمجتمع، مخبر قانون المجتمع، جامعة أحمد دراية أدرار، المجلد05 العدد01، جوان2017.
- (257) يوسف يعقوب، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، مجلة كلية الحقوق جامعة النهرين، العراق، المجلد14، العدد02، 2005.
- (258) يونس زين، حماية حقوق المستهلك في الجزائر، مجلة معارف، جامعة أكلي محند الحاج البويرة، الجزائر، المجلد11، العدد20، جوان2016.

■ المداخلات

- (1) أحمد الليل، مبدأ الاحتياط وأثره في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثاني حول حماية المستهلك الواقع والنصوص، المنظم من طرف جامعة أحمد دراية أدرار، المنعقد يومي03-04 جوان2014.
- (2) بختة دندان، دور جمعيات حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك تشريعات وواقع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة المنعقد يومي22-23 أبريل2008.
- (3) بوسماحة الشيخ، حظر الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على السوق والتبعية الاقتصادية مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، المنعقد يومي09-10 ديسمبر2013.
- (4) بوعزة ديدن، الالتزام بالإعلام في عقد البيع، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، المنعقد يومي14-15 أبريل2001.
- (5) جويبة قيفة، الممارسات الممنوعة في قانون المنافسة (الاتفاقات الممنوعة)، مداخلة ملقاة في

- الملتقى الجهوي السنوي قراءة في قانون المنافسة، بنزرت، السبت 19 جوان 2004.
- (6) جيلالي قالون، المنتج ودوره في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المنعقد في معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنظم يومي 13-14 أبريل 2008.
- (7) الحاج ملاح، حق المستهلك في الإعلام، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر القانون الخاص الأساسي، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، المنعقد يومي 14-15 أبريل 2001.
- (8) حفصية بن عشي، وظيفة قانون المنافسة، مداخلة ملقاة في ملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، المنظم يومي 17-18 مارس 2015.
- (9) خديجة قمار، الرقابة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك بين الشريعة والقانون، معهد العلوم القانونية والإدارية، جامعة خميس
- مليانة، المنعقد يومي 20-21 نوفمبر 2012.
- (10) خيرة صافة، مبدأ حرية الأسعار والاستثناءات الواردة عليه، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.
- (11) الداوي الشيخ، تحليل آليات حماية المستهلك في ظل الخداع والغش التسويقي، حالة الجزائر مداخلة ملقاة في المؤتمر العلمي الثالث إدارة الإدارية المنظمات الأعمال: تحديات العالمية المعاصرة، كلية الاقتصاد والعلوم التطبيقية الخاصة، عمان، الأردن، المنظم في 27-29 أبريل 2009.
- (12) دليلة مختور، حماية النظام العام الاقتصادي في بعده التنافسي، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي حول التحول فكرة النظام العام: من النظام العام إلى الأنظمة العامة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 7-8 ماي 2014.
- (13) ربيعة حجارة، مدى الحماية القانونية للمستهلك من المنتجات المستوردة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- (14) ربيعة صبايحي، حول فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- (15) رشيد ساسان، خضوع الأشخاص المعنوية العامة لقانون المنافسة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، المنظم يومي 16-17 مارس 2015.
- (16) زوليفة رواحنة، سومية قلات، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.
- (17) زيبار الشاذلي، ماهية المنافسة في الجزائر، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، المنظم يومي 16-17 مارس 2015.

- 18** سامية كسال، مبدأ حرية التجارة والصناعة أساس قانوني للمنافسة الحرة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار عنابة، المنظم يومي 03-04 أبريل 2013.
- 19** سامية لموشية، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 13-14 أبريل 2008.
- 20** سعاد حافظي، دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- 21** سعاد نويري، الحماية الخاصة لرضا مستهلك التأمين، دراسة مقارنة، مداخلة ملقاة في الملتقى السنوي الثاني والعشرون المتعلق بالجوانب القانونية للتأمين واتجاهاته المعاصرة، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنظم يومي 13-14 مايو 2014.
- 22** سفيان بن قري، حدود مشروعية الإشهار التجاري، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- 23** سليمة بوزيد، الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.
- 24** سميرة محمودي، النشاطات المنظمة في التشريع الجزائري: مآل مبدأ حرية الاستثمار في ظل الانفتاح الاقتصادي، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول النظام المالي وإشكالية تمويل الاقتصاديات النامية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، جامعة محمد بوضياف المسيلة، المنظم يوم 11 فيفري 2019.
- 25** سهيلة بوخميس، مبدأ حرية المنافسة بين الشريعة والقانون، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، المنعقد يومي 16-17 مارس 2015.
- 26** الشريف بوفاس، الالتزام بالمواصفات القياسية كإستراتيجية لحماية المستهلك- حالة الجزائر

مداخلة ملقاة بالمناسبة الملتقى الوطني حول أثر التحولات الاقتصادية على المنظومة القانونية لحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الشريف مساعدي سوق أهراس، المنظم يومي 08-09 ماي 2013.

27 شوقي يعيش تمام، حنان أوشن، تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.

28 شيخ ناجية، دور الهيئات القضائية المختلفة في ضبط قواعد المنافسة، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يوم 09-10 ديسمبر 2013.

- (29) صافية اقلوني ولد رابح، حماية المستهلك من أساليب الغش على ضوء القانون رقم 03-09 مداخله ملقاء بمناسبة الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة، المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.
- (30) صالحة العمري، حماية المستهلك في إطار قواعد المسؤولية المستحدثة لمنتج الدواء في التشريع الجزائري، مداخله ملقاء بمناسبة الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.
- (31) طيب علوش، ازدواج الحماية القانونية للمستهلك بين قانون حماية المستهلك وقانون المنافسة مداخله ملقاء بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.
- (32) طيب ولد عمر، الجزاءات العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته مداخله ملقاء في الملتقى الوطني التاسع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد المنافسة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي بسعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015.
- (33) طيب ولد عمر، حبيب بقنيشي، مدى فاعلية الحماية القانونية من الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، مداخله ملقاء بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.
- (34) عادل عميرات، حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد، مداخله ملقاء في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنظم يومي 13-14 أبريل 2008.
- (35) عبد الحق لخذاري، حسبية زغلامي، حماية المستهلك من خلال الالتزام بضمان السلامة الغذائية، مداخله ملقاء في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.
- (36) عبد الله لعويجي، اختصاصات مجلس المنافسة الجزائري، مداخله ملقاء بالمناسبة الملتقى الوطني حول حرية المنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار عنابة، المنعقد يومي 3-4 أبريل 2013.
- (37) عبد المجيد طيبي، الضبط الإداري ودوره في حماية المستهلك من خلال اختصاص الهيئات اللامركزية، مداخله ملقاء في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- (38) عبير مزعش، زبيدة بن صديق، حظر الاتفاقات غير المشروعة دعامة لضمان فعالية وحرية المنافسة، مداخله ملقاء بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.
- (39) عبير مزعش، عدنان بن ضيف، الضوابط الحمائية المصوبة لاختلال التوازن العقدي في عقود الاستهلاك، مداخله ملقاء في الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر بسكرة المنعقد يومي 10-11 أبريل 2017.
- (40) عدة عليان، الموازنة بين مبدأ تحرير الأسعار ومقتضيات الضبط، دراسة في التشريع الجزائري مداخله ملقاء في الملتقى الوطني السابع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد قانون

المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور مولاوي الطاهر سعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015.

(41) عدنان مريزق، خديجة شيخي، حماية المستهلك في ظل الاقتصاد الافتراضي، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات

الدولية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم تسيير، المركز الجامعي خميس مليانة، المنعقد يومي 13-14 مارس 2012.

(42) علي منيف الجابري، دور الجمارك في حماية المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية، المنعقد يومي 6-7 ديسمبر 1998.

(43) عمار زعبي، دور مصالح مديرية التجارة في حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 13-14 أبريل 2008.

(44) عمارة بن كعبه، أحكام دعوى المنافسة غير المشروعة، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.

(45) العيد حداد، الحماية الدولية للمستهلك، مداخلة ملقاة في ملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنظم يومي 17-18 نوفمبر 2009.

(46) العيد حداد، الحماية المدنية والجنائية للمستهلك عبر شبكة الانترنت، مداخلة ملقاة بالمناسبة الملتقى الدولي الأول حول التنظيم القانوني للإنترنت والجريمة الإلكترونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة الجلفة، المنعقد يومي 27-29 أبريل 2009.

(47) فضلية سويلم، الرقابة القضاء المدني على الممارسات المقيدة للمنافسة في نطاق المسؤولية المدنية، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاوي سعيدة، المنعقد يومي 09-10 ديسمبر 2013.

(48) فوزية ميراوي، الاتفاقات الغير شرعية في ظل قانون المنافسة، دراسة مقارنة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني السابع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد قانون المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاوي سعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015.

(49) قادة شهيدة، قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، كلية الحقوق، مخبر القانون

الخاص، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، المنظم يومي 14-15 أبريل 2001.

(50) كمال آيت منصور، البيع بأسعار منخفضة تعسفياً، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009.

(51) كمال كيحل، صابر بن بيطار، دور الهيئات اللامركزية والهيئات المستقلة في حماية المستهلك

- مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثاني حول حماية المستهلك الواقع والنصوص، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أدرار، المنظم يومي 03-04 جوان 2014.
- (52) لبنى بن زاف، واقع حماية المستهلك والاقتصاد الرقمي في الجزائر، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله، المنظم يومي 23-24 أبريل 2018.
- (53) ليلي بلحسل منزلة، الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني السابع حول أثر التحولات الاقتصادية على تفعيل قواعد قانون المنافسة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2015.
- (54) ليندة بلاش، دور مجلس المنافسة في مجال الردع الإداري للممارسات المنافية للمنافسة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة بجاية، المنعقد يومي 17-18 نوفمبر 2009.
- (55) ليندة عبد الله، المستهلك والمهني مفهومان متباينان، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 13-14 أبريل 2008.
- (56) محمد أمين منماني، بحماوي الشريف، جمعيات حماية المستهلك، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني الثاني حول حماية المستهلك الواقع والنصوص، مخبر القانون والمجتمع، جامعة أدرار المنظم يومي 3-4 جوان 2014.
- (57) محمد بن عمارة، حماية المستهلك من المنافسة غير المشروعة، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقييد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.
- (58) محمد حصة عبد العزيز السويدي، التسعير بين الهدي النبوي والقانون النظري، بحث مقدم
- في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنظم يومي 6-7 ديسمبر 1998.
- (59) محمد زيدان، فاطمة مانع، آلية التسعير بين الضوابط الشرعية والوضعية في المعاملات التجارية مداخلة ملقاة في الملتقى الدولي حول الاقتصاد الإسلامي الواقع والرهانات، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي غرداية، الجزائر، المنعقد يومي 23-24 فيفري 2011.
- (60) محمد عبد الكريم عدلي، إعادة التأسيس لقواعد مسؤولية المنتج المدنية كضرورة لدعم حماية المستهلك، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني الخامس حول أثر التحولات الاقتصادية على تعديل قانون حماية المستهلك، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، المنعقد يومي 06-07 ديسمبر 2012.
- (61) محمد عبيدات، التجربة الأردنية في مجال تشريعات حماية المستهلك، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنظم يومي 6-7 ديسمبر 1998.
- (62) محمود أحمد أبو ليل، حكم التسعير في الفقه الإسلامي، بحث مقدم في ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، المنعقد يومي 6-7 ديسمبر 1998.

63) منى مفلاتي، مجلس المنافسة في التشريع الجزائري، دراسة في التشكيلة والتسيير وإجراءات المتابعة، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول قانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم القانونية والإدارية، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، المنعقد يومي 16-17 مارس 2015.

64) نادية مدروس، الأنشطة الاقتصادية في إطار مبدأ حرية المنافسة بالسوق، مداخلة ملقاة بالملتقى الوطني حول المنافسة بين الحرية والتقيد، معهد الحقوق والعلوم السياسية، مركز الجامعي بمغنية، المنظم يومي 26-27 فيفري 2019.

65) نبيل ناصري، حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة، مداخلة ملقاة بمناسبة الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 07-08 أفريل 2008.

66) نور الدين حمشة، مبادئ حماية المستهلك في التشريع الإسلامي من خلال فقه المعاملات المالية، مداخلة ملقاة في الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، معهد

العلوم القانونية والإدارية، المركز الجامعي بالوادي، المنعقد يومي 07-08 أفريل 2008.

67) وردية فتحي، عن دور القضاء العادي في تطبيق قانون المنافسة، مداخلة ملقاة في إطار الملتقى الوطني السابع حول ضبط النشاط الاقتصادي في الجزائر بين التشريع والممارسة، المنظم من طرف كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاوي سعيدة، المنعقد يومي 09-10 ديسمبر 2013.

ثانيا: قائمة المصادر والمراجع باللغة الأجنبية

■ قائمة المصادر باللغة

الأجنبية

1) -TEXTES JURIDIQUES

A-TEXTES JURIDIQUES EUROPEENS

- La Directive 85-374 CCE du conseil européenne du 25/07/1985 relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des états membres, en matière de responsabilité du fait des produits défectueux, JOCE n°L210 du 07/08/1985 modifiée par la directive 1999/34/CE du parlement européen et du conseil du 10/05/1999, JOL141 du 4/06/1999.

- La Directive 2001-95/CE du Parlement européen et du Conseil du 3/12/2001 relative à la sécurité générale des produits, JOUE L11 du 15 janvier 2002 remplaçant la directive 92-59/CEE du Conseil du 29/06/1992 relative à la sécurité générale des produits, JOL n°L228 du 11 aout 1992.

- La Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council of 11 May 2005 concerning unfair business-to-consumer commercial practices in the internal market and amending Council Directive 84/450/EEC, Directives 97/7/EC, 98/27/EC and 2002/65/EC of the European Parliament and of the Council and Regulation (EC) No 2006/2004 of the European Parliament and of the Council (Unfair

Commercial Practices Directive) ,OJEU L149 22/ EN11/ 6/2006.

B-TEXTES JURIDIQUES FRANÇAIS

- Loi n°77-806 du 19 juillet 1977 relative au contrôle de la concentration économique et à la répression des ententes illicites et des abus de position dominante, JORF du 20 juillet 1977.
- Loi n°78-23 du 10 janvier 1978 sur la protection et l'information des consommateurs de produit et de service, JORF du 11 janvier 1978.
- Loi 85-1408 du 30 décembre 1985 portant améliorations de la concurrence, JORF du 31 décembre 1985.
- Ordonnance n°86-1243 du 1^{er} décembre 1986 relative à la liberté des prix et de la concurrence, JORF du 09 décembre 1986.
- Loi n°88-14 du 5 Janvier 1988 relative aux actions en justice des associations agréées de consommateurs et à l'information des consommateurs, JORF du 6 janvier 1988.
- Loi 93-949 du 26 juillet 1993 relative au code de la consommation (partie Législative) (1), JORF n°0171 du 27 juillet 1993.
- Loi n°95-96 du 01 février 1995 concernant les clauses abusives et la présentation des contrats et régissant diverses activités d'ordre économique et commercial, JORF n°28 du 2 février 1995.
- Loi n°98-389 du 19 mai 1998 relative à la responsabilité du fait des produits défectueux, JORF n°117 du 21 mai 1998.
- Loi n°2001-420 du 15 mai 2001 relative aux nouvelles régulations économique, JORF n°113 du 16 mai 2001.
- Ordonnance n°2004-274 du 25 mars 2004 portant simplification du droit et des formalités pour les entreprises, JORF n°74 du 27 mars 2004.
- Ordonnance n°2004-670 du 09 juillet 2004 portant la transposition de la directive 2001/95/CE sur la sécurité générale des produits et adaptation de la législation au droit communautaire en matière de sécurité

et de conformité des produits, JORF n°159 du 10 juillet 2004.

- Loi n°2008-03 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs ,JORF du 04 janvier 2008.
- Loi n°2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie JORF n°0181 du 5 août 2008.
- Ordonnance n°2008-1161 du 13 novembre 2008 portant modernisation de la régulation de concurrence, JORF n°0265 du 14 novembre 2008.
- Loi n°2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation, JORF n°0065 du 18 mars 2014.

- Loi n°2015-990 du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, JORF n°0181 du 7 août 2015. Abrogé par Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016.
 - Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations, JORF n°0035 du 11 février 2016.
 - Ordonnance n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation, JORF n°0064 du 16 mars 2016.
 - Loi n°2017-203 du 21 février 2017 ratifiant les ordonnances n°2016-301 du 14 mars 2016 relative à la partie législative du code de la consommation et n°2016-351 du 25 mars 2016 sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage d'habitation et simplifiant le dispositif de mise en œuvre des obligations en matière de conformité et de sécurité des produits et services, JORF n°0045 du 22 février 2017.
 - Loi n°2018-287 du 20 avril 2018 ratifiant l'ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats du régime général et de la preuve des obligations, JORF n°0093 du 21 avril 2018.
 - Loi n°2018-938 du 30 Octobre 2018 pour l'équilibre des relations commerciales dans le secteur agricole et alimentaire et une alimentation saine durable et accessible à tous, JORF n°0253 du 01 novembre 2018.
 - Ordonnance n°2019-698 du 3 juillet 2019 portant mise en cohérence des dispositions législative des codes et lois avec celles du code de commerce dans leur rédaction résultant de l'ordonnance n°2019-359 du 24 avril 2019 portant refonte du titre IV du livre IV du code de commerce relatif à la transparence, aux pratiques restrictives de concurrence et aux autres pratiques prohibées, JORF n°0153 du 4 juillet 2019.
- Décrets**
- Décret n°2002-689 du 30 avril 2002 fixant les conditions d'application du livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, JORF du 03 mai 2002.
 - Décret n°2009-302 du 18 mars 2009 portant application de l'article L132-1 du code de la consommation, JORF n°0067 du 20 mars 2009.
 - Décret n°2016-884 du 29/06/2016, relatif à la partie réglementaire du code de la consommation, JORF n°0151 du 30/6/2016.

■ قائمة المراجع باللغة الأجنبية

1)Les Ouvrages

1. Blaise Jean-Bernard, Droit des affaires, L.G.D.J, Delta, Paris, 1999.

2. David Bakouche, L'excès en Droit civil, L.G. D.J, Delta, Paris, 2005.
3. Delphine BAZIN-BEUST, Mémentos LMD Droit de la consommation Gualino Extensio, Paris, 2016.
4. François Collart DUTILLEUL et Philippe DELEBECQUE, contrats civils et commerciaux, 5^{ème} édition, Dalloz, paris, 2001.
5. Françoise Dekeuwer Défossez, Droit Commercial, 7^{ème} éditions

Montchrestien, paris, 2001.

6. Georges Decocq, Droit commercial, 3^{ème}éd, édition Dalloz, 2007.
7. Jean Calais-Auloy, Frank Steinmetz, Droit de la consommation, 4^{ème} éditions, Dalloz, paris ,1996.
8. Marie Malaurie Vignal, Droit de la concurrence interne et communautaire 4^{ème} édition, Sirey, Paris, 2008.
9. Mustapha Menouer, droit de la concurrence, édition Berti, Alger ,2013.
10. Michel Pédamon, Droit commercial, 2^{ème} édition, Dalloz, Paris ,2000.
11. Picod Yves, Hélène Davo, Droit de la consommation, Armand Colin Dalloz, Paris, France, 2005.
12. Rachid ZOUAIMIA, le Droit de la concurrence, Maison d'édition Belkeise, Alger, 2012.
13. Rachid zouamia, le droit de la concurrence, édition belkeise, Algérie 2009.
14. Wilfrid Jeandidier, droit pénal des affaires ,6^{ème}éd, édition Dalloz 2013.
15. Wilfrid Jeandidier, Droit pénal des affaires,4^{ème}éd, Armand Colin Dalloz Paris, France, 2000.
16. Yves Auguest, droit de la concurrence (droit interne), Ellipes, paris 2002.
17. Yves Guyon, Droit des affaires, Tome I, 1^{ème}édition, Economica, Paris 2003.

2)- Les Mémoires et thèses

1. Mustapha Hocini, Le contrat de distribution sélective, étude comparée mémoire pour l'obtention du diplôme de magister en droit comparé des affaires, faculté de droit, université d'Oran ,2011-2012.

3)- Les Articles

1. B.Filali, F.Fettat, A. Boucenda, Concurrence et protection du

Consommateur dans le domaine alimentaire en Algérie, Revue Algérienne de la science juridique Économique et politique, Algérie, volume36 N°1,1998.

2. Dalila Zennaki, les aspects controverses du droit algérien de la consommation par apport au droit civil, revue des sciences juridiques et

administratives, Faculté de droit, Université Djilali liabes Sidi bel Abbès Algérie, numéro spécial, Avril 2005.

3. Fadila SAHRI, La Protection Juridique Du Consommateur Contre Les Clauses Abusives à Travers La Loi 04/02 Du 23/06/2004 Et Le Décret Exécutif 06/306 Du 10/09/2006, Revue Des Sciences Juridiques, Faculté De Droit, Université Badji Mokhtar Annaba, N°12 Juin 2008.

4. Om Kalthoum Sobeih Mohammed, Légal Regulations of a Judge's Discretionary Power in Contracts of Adhésion, Route Educational and Social Science Journal, Volume5, N°6, April 2018.

5. Rachid ZOUAIMIA, Le conseil de la concurrence et la régulation des marchés en droit algérien, Revue Ida ra, N°36, 2008.

4)-Site Internet

www.Legifrance.gouv.fr

www.un.org/

<http://www.drcbatna.dz/>

<https://elpai.dsc.gov.eg>

<https://www.commerce.gov.dz/>

[eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=fr.](http://eur-lex.europa.eu/homepage.html?locale=fr)

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
13-1	مقدمة
14	الباب الأول: حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة
16	الفصل الأول: التنظيم القانوني لحرية المنافسة
18	المبحث الأول: ماهية المنافسة
18	المطلب الأول: مفهوم المنافسة
19	الفرع الأول: تعريف المنافسة
19	أولاً: التعريف اللغوي للمنافسة
20	ثانياً: تعريف المنافسة في الاصطلاح الاقتصادي
20	ثالثاً: تعريف المنافسة في الاصطلاح القانوني
23	الفرع الثاني: أنواع المنافسة الحرة
23	أولاً: المنافسة التامة
24	ثانياً: المنافسة غير الكاملة
24	01-المنافسة الاحتكارية
25	02-احتكار القلة
25	الفرع الثالث: معوقات المنافسة الحرة
26	أولاً: الاحتكار كعائق من عوائق المنافسة الحرة
26	01-مفهوم الاحتكار
29	02-المخاطر الناجمة عن الاحتكار
30	ثانياً: المنافسة غير المشروعة كعائق للمنافسة الحرة
31	01-تعريف المنافسة غير المشروعة
33	02-الأساس القانوني للمنافسة غير المشروعة
36	المطلب الثاني: تأصيل مبدأ حرية المنافسة
37	الفرع الأول: مفهوم مبدأ حرية المنافسة
38	الفرع الثاني: محتوى ومضمون مبدأ حرية المنافسة
39	أولاً: مبدأ حرية التجارة والصناعة
43	ثانياً: مبدأ حرية الأسعار
45	الفرع الثالث: الطبيعة القانونية لمبدأ حرية المنافسة
45	أولاً: الحق في المنافسة من حقوق الملكية
46	ثانياً: الحق في المنافسة من الحقوق الشخصية
46	ثالثاً: الحق في المنافسة هو حق امتياز استغلال احتكاري
47	المطلب الرابع: تنظيم وحماية حرية المنافسة بين النصوص الشرعية والقوانين الوضعية المقارنة

48	الفرع الأول: تنظيم وحماية مبدأ حرية المنافسة وفق أحكام الشريعة الإسلامية
50	الفرع الثاني: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات العربية
50	أولاً: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريع الأمريكي
53	ثانياً: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات الأوروبية
54	ثالثاً: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريع الفرنسي
56	الفرع الثالث: تنظيم وحماية المنافسة الحرة في ظل التشريعات العربية
59	المبحث الثاني: حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة
60	المطلب الأول: الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة
61	الفرع الأول: تعريف وأشكال الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة
62	أولاً: تعريف الاتفاقات المحظورة
63	ثانياً: أشكال الاتفاقات المحظورة المقيدة للمنافسة
63	(01)- الأعمال المدبرة
64	(02)- الاتفاقيات والاتفاقات الصريحة والضمنية
66	الفرع الثاني: الضوابط القانونية لتحديد الاتفاقات المقيدة للمنافسة
66	أولاً: وجود اتفاق أو تطابق لإرادتين
67	ثانياً: تقييد الاتفاق للمنافسة
68	ثالثاً: العلاقة السببية بين الاتفاق المحظور والإخلال بالمنافسة
68	الفرع الثالث: الاستثناءات الواردة على حظر الاتفاقات المقيدة للمنافسة
69	أولاً: الاتفاقات الناتجة عن تطبيق نص تشريعي أو تنظيمي
70	ثانياً: الاتفاقات المؤدية إلى تحقيق تطور اقتصادي أو تقني أو اجتماعي
72	المطلب الثاني: الممارسات التعسفية المقيدة للمنافسة
73	الفرع الأول: حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة الاقتصادية
74	أولاً: مفهوم وضعية الهيمنة على السوق
75	ثانياً: شروط حظر التعسف في استغلال وضعية الهيمنة
82	الفرع الثاني: حظر التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية
82	أولاً: مفهوم وضعية التبعية الاقتصادية
83	ثانياً: أشكال التبعية الاقتصادية
85	ثالثاً: شروط قيام ممارسة التعسف في استغلال وضعية التبعية الاقتصادية
87	الفرع الثالث: حظر عرض أو ممارسة أسعار بيع منخفضة تعسفاً
88	أولاً: تعريف ممارسة أسعار بيع بشكل تعسفي
89	ثانياً: شروط ممارسة البيع بأسعار منخفضة بشكل تعسفي
89	(01)- أن يكون البيع موجه للمستهلك
90	(02)- الخفض التعسفي لأسعار البيع
91	(03)- أن تمس ممارسة البيع بأسعار منخفضة بالمنافسة
93	المطلب الثالث: التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة
93	الفرع الأول: تعريف التجميعات الاقتصادية
95	أولاً: الاندماج
97	ثانياً: الاستحواذ
98	ثالثاً: إنشاء المؤسسات المشتركة

99	الفرع الثاني: شروط مراقبة التجميعات الاقتصادية المقيدة للمنافسة
99	أولاً: تكوين وتعزيز وضعية الهيمنة في السوق
101	ثانياً: مساس التجميع بالمنافسة
102	الفرع الثالث: الإجراءات القانونية المتبعة لمراقبة التجميعات الاقتصادية
102	أولاً: طلب الترخيص لعملية التجميع
103	ثانياً: الأثر الموقوف لطلب الترخيص لعمليات التجميع الاقتصادي
104	ثالثاً: قرار المجلس المنافسة حول التجميعات
104	(01) قبول التجميع
104	(02) رفض التجميع
108	المطلب الرابع: تدخل الدولة في تحديد الأسعار كقيد على مبدأ حرية المنافسة
109	الفرع الأول: مفهوم التسعير
111	الفرع الثاني: حالات وشروط تدخل الدولة في ضبط الأسعار
111	(01) - تحديد الأسعار بصفة عادية
112	(02) - تحديد أسعار بصفة مؤقتة
114	الفرع الثاني: آليات تدخل الدولة في تحديد الأسعار
114	أولاً: آلية التحديد
115	ثانياً: آلية التسقيف
115	ثالثاً: آلية التصديق
117	خلاصة الفصل الأول
119	الفصل الثاني: الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة
121	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك
121	المطلب الأول: التطور التاريخي والتشريعي لحماية المستهلك
122	الفرع الأول: حماية المستهلك في ظل المجتمعات القديمة
122	أولاً: حماية المستهلك في العراق قديماً
123	ثانياً: حماية المستهلك في العصر الفرعوني
123	ثالثاً: حماية المستهلك عند الإغريق والرومان
124	رابعاً: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية
127	الفرع الثاني: التطور التاريخي لحماية المستهلك في المجتمعات الحديثة
127	أولاً: تطور حركة حماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية
128	ثانياً: تطور حركة حماية المستهلك في كندا وأوروبا
130	ثالثاً: تطور حركة حماية المستهلك في التشريع الفرنسي
131	رابعاً: تطور حماية المستهلك على المستوى الدولي
132	الفرع الثالث: تطور حماية المستهلك في ظل التشريعات العربية
132	أولاً: التطور التشريعي لحماية المستهلك في الجزائر
133	(01) - المرحلة السابقة على صدور قانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك
134	(02) - مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك
135	ثانياً: تطور حماية المستهلك في التشريع المصري
136	المطلب الثاني: مفهوم المستهلك

137	الفرع الأول: التعريف الاقتصادي للمستهلك
138	الفرع الثاني: التعريف الفقهي والقضائي للمستهلك
138	أولاً: الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك
140	ثانياً: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك
142	الفرع الثالث: التعريف القانوني للمستهلك
146	المطلب الثالث: مفهوم حماية المستهلك
146	الفرع الأول: تعريف حماية المستهلك
149	الفرع الثاني: خصائص حماية المستهلك
149	أولاً: عمومية الحماية
149	ثانياً: دائمية الحماية
149	ثالثاً: العدالة والملائمة الحماية
149	رابعاً: شمولية الحماية
150	الفرع الثالث: أساليب حماية المستهلك
150	أولاً: الحماية الاجتماعية والعلمية
150	ثانياً: الحماية التشريعية
151	ثانياً: الحماية التطبيقية
151	المطلب الرابع: مكانة المستهلك في ظل حرية المنافسة
152	الفرع الأول: الأساس القانوني لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة
154	الفرع الثاني: حتمية حماية المستهلك من المنافسة الحرة
155	الفرع الثالث: أثر النشاط التنافسي على حقوق المستهلك
158	المبحث الثاني: الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل قواعد المنافسة الحرة
158	المطلب الأول: حماية المستهلك في ظل شفافية الأسعار
159	الفرع الأول: الالتزام العون الاقتصادي بالإعلام عن الأسعار والتعريفات
164	الفرع الثاني: الالتزام العون الاقتصادي بالإعلام بشروط البيع
164	أولاً: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة المستهلك
165	ثانياً: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة الأعوان الاقتصاديين
166	الفرع الثالث: الالتزام بتسليم الفاتورة كأداة لضمان شفافية الممارسات التجارية
166	أولاً: تعريف الفاتورة
169	ثانياً: شروط التعامل بالفاتورة
169	(01)- البيانات المتعلقة بالأطراف
169	(02)- بيانات المتعلقة بالسعر وطرق الدفع
170	(03)- البيانات المتعلقة بالفاتورة في حد ذاتها
171	المطلب الثاني: حماية المستهلك من الممارسات التجارية
172	الفرع الأول: حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة
172	أولاً: مفهوم الممارسات التجارية غير النزيهة
173	ثانياً: صور الممارسات التجارية غير النزيهة
174	(01)- تشويه سمعة عون اقتصادي
174	(02)- استغلال مهارات الفنية والتجارية لعون اقتصادي

175	(03)- إحداث الخلل والاضطراب
177	(04)- تقليد العلامات المميزة للعون الاقتصادي ومنتجاته وإشهاره
177	أولاً: مفهوم العلامة التجارية
178	ثانياً: شروط الواجب توافرها في العلامة حتى تضمن حماية المستهلك
178	(01)- الشروط الموضوعية للعلامة
179	(02)- الشروط الشكلية للعلامة
180	ثالثاً: حماية المستهلك من العلامة التجارية المقلدة
181	(01)- مفهوم تقليد العلامة التجارية
182	(02)- آثار التقليد على المستهلك
183	(05)- قمع الإشهار المضلل كوسيلة لحماية المستهلك
183	أولاً: مفهوم الإشهار التضليلي
186	ثانياً: عناصر الإشهار التضليلي
186	(01)- العنصر المادي للإشهار التضليلي
187	(02)- العنصر المعنوي للإشهار التضليلي
187	ثالثاً: معايير تقدير الإشهار التجاري التضليلي
187	(01)- المعيار الشخصي أو الذاتي
187	(02)- العنصر الموضوعي المجرد
188	الفرع الثاني: حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير الشرعية
189	(01)- ممارسة الأنشطة التجارية دون اكتساب الصفة
189	(02)- رفض بيع سلعة أو أداء خدمة بدون مبرر شرعي
190	(03)- إعادة البيع بالخسارة
192	(04)- البيع المشروط
193	(05)- ممارسة النفوذ أو الحصول على بيع أو شراء تمييزي
193	(06)- ممارسة أسعار غير شرعية
195	الفرع الثالث: حماية المستهلك من الممارسات التدليسية
196	أولاً: إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات
196	ثانياً: المضاربة غير المشروعة
198	المطلب الثالث: حماية المستهلك من الشروط التعسفية
198	الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية
198	أولاً: التعريف الفقهي لشروط التعسفي
199	ثانياً: التعريف القانوني لشروط التعسفي
202	الفرع الثاني: معايير تقدير الشروط التعسفية
202	أولاً: معيار التعسف في استعمال القوة الاقتصادية
203	ثانياً: معيار الميزة المفرطة
204	ثالثاً: معيار الإخلال الظاهر بالتوازن بالالتزامات
206	الفرع الثالث: آليات ووسائل حماية المستهلك من الشروط التعسفية
206	أولاً: المواجهة التشريعية للشروط التعسفية
210	ثانياً: تحديد الشروط التعسفية عن طرق لجنة الشروط التعسفية

212	ثالثا: سلطة القاضي اتجاه البنود التعسفية
212	(01)- سلطة القاضي في تعديل الشروط التعسفية
214	(02)-سلطة القاضي في الإغفاء من الشروط التعسفية
214	(03)-سلطة القاضي في تفسير العبارات الغامضة لمصلحة المستهلك
218	خلاصة الفصل الثاني
220	الباب الثاني:آليات حماية المستهلك في ظل حرية المنافسة ومدى فاعليتها في تحقيق التوازن المصالح
222	الفصل الأول: الطرق المكرسة قانونا للموازنة بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك
224	المبحث الأول: تنويع التزامات المفروضة على العون الاقتصادي كآلية لضمان حماية المستهلك
225	المطلب الأول:التزام العون الاقتصادي بالإعلام كآلية لضمان رضا المستهلك
225	الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام
228	الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام
228	أولا: مضمون الالتزام بالإعلام في ظل القانون المدني
229	ثانيا: مضمون لالتزام بالإعلام في ظل قانون حماية المستهلك
231	الفرع الثالث: طرق تنفيذ الالتزام بالإعلام
234	المطلب الثاني: التزام العون الاقتصادي بضمان سلامة المستهلك
234	الفرع الأول: مفهوم وطبيعة الالتزام بالسلامة
238	الفرع الثاني: مضمون الالتزام العام بالسلامة
239	أولا: إلزامية سلامة المواد الغذائية
242	ثانيا: إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية
243	ثالثا: إلزامية أمن المنتجات
245	الفرع الثالث: نطاق الالتزام بالسلامة
245	أولا: مجال تطبيق لالتزام بالسلامة بالنسبة للأشخاص
245	(01)-الدائن بضمان سلامة في التشريع الجزائري
245	(02)-المدين بضمان سلامة في التشريع الجزائري
246	ثانيا: مجال التطبيق لالتزام بالسلامة من حيث الموضوع
246	(01)-المنتجات الخاضعة لقانون حماية المستهلك
247	(02)- تقسيم المنتجات إلى سلع وخدمات
248	(02)-المنتجات المنظمة بقوانين خاصة
249	المطلب الثالث: تكريس الالتزام بالمطابقة كضمانة قانونية فعالة لحماية المستهلك
249	الفرع الأول: مفهوم الالتزام بمطابقة المنتجات
250	أولا: المعنى الواسع للمطابقة
250	ثانيا: المعنى الضيق للمطابقة
252	الفرع الثاني: أساس الالتزام بضمان المطابقة
253	أولا: الأسس العقدية للالتزام بضمان المطابقة
253	(01)- الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بضمان مطابقة

254	(02)- الالتزام بالإعلام كأساس للالتزام بضمان المطابقة
254	ثانيا: الأساس التشريعي للالتزام بضمان المطابقة
255	الفرع الثالث: مضمون الالتزام بمطابقة المنتجات
255	أولا: الالتزام بمطابقة المواصفات القانونية
257	ثانيا: الالتزام بمطابقة المواصفات القياسية
258	(01)-المواصفات الوطنية
258	(02)- المواصفات المؤسسة
261	ثالثا: مطابقة المنتج للاشتراطات التعاقدية
261	المطلب الرابع: حماية المستهلك من خلال الالتزام بالضمان
262	الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالضمان في المنتجات
263	الفرع الثاني: أنواع الالتزام بالضمان
263	أولا: الضمان القانوني
263	(01)-الضمان القانوني وفقا للقواعد العامة في التعاقد
267	(02)- الضمان القانوني طبقا للقواعد الخاصة لحماية المستهلك
271	ثانيا: الضمان الاتفاقي
271	(01)- الضمانات الاتفاقية في القانون المدني
272	(02)- الضمان الإضافي وفقا للقواعد الخاصة بحماية المستهلك
273	الفرع الثالث: الإجراءات تنفيذ الالتزام بالضمان
274	المبحث الثاني: الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك في ظل حرية المنافسة
275	المطلب الأول: دور مجلس المنافسة في حماية المستهلك من الممارسات المقيدة للمنافسة
276	الفرع الأول: التنظيم القانوني لمجلس المنافسة
276	أولا: مفهوم مجلس المنافسة
277	ثانيا: تشكيلة مجلس المنافسة
278	ثالثا: هيكل مجلس المنافسة
279	الفرع الثاني: الدور الاستشاري لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك
280	أولا: الاستشارات الوجيهة
280	(01)- خروج الدولة على مبدأ حرية الأسعار
280	(02)-حالة التجميعات الاقتصادية
281	ثانيا: الاستشارات الاختيارية
282	الفرع الثالث: الدور القمعي لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك
283	أولا: صلاحية مجلس المنافسة في القيام بالتحقيقات
284	ثانيا: صلاحية مجلس المنافسة في توقيع الجزاء
286	المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في تكريس الحماية الفعالة للمستهلك
287	الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك
287	أولا: التعريف الفقهي لجمعيات حماية المستهلك
288	ثانيا: التعريف القانوني لجمعيات حماية المستهلك

290	الفرع الثاني: شروط تأسيس جمعيات حماية المستهلك
290	أولاً: شروط الموضوعية لتأسيس جمعيات حماية المستهلكين
291	ثانياً: الشروط الشكلية لتأسيس جمعيات حماية المستهلكين
292	الفرع الثالث: آليات عمل جمعيات حماية المستهلك ودورها في حماية المستهلكين
293	أولاً: الآليات الوقائية ودورها في حماية المستهلك
293	(01)- دور الجمعيات في تحسيس وإعلام المستهلك
294	(02)- دور الجمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة
295	ثانياً: آليات العلاجية ودورها في حماية المستهلك
295	(01)- ممارسة الدعاية المضادة
296	(02)- الدعوة إلى المقاطعة
298	(03)- الدعوة للامتناع عن الدفع
298	ثالثاً: اعتماد جمعيات حماية المستهلك على القضاء لحماية المستهلك
298	(01)- تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختصة
299	(02)- تمثيل المستهلكين أمام الهيئات القضائية
304	المطلب الثالث: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك
304	الفرع الأول: المتابعة القضائية للمتدخل عن طريق جهاز النيابة العامة
306	أولاً: دور وكيل الجمهورية في حماية المستهلك
308	ثانياً: دور النائب العام في حماية المستهلك
308	(01)- تحريك الدعوى العمومية من طرف المستهلك الضحية عن طريق شكوى مصحوبة بادعاء مدني
309	(02)- تحريك الدعوى العمومية عن طريق أعمال الضبطية القضائية
309	(03)- تحريك الدعوى العمومية عن طريق مصالح الإدارة المكلفة بحماية المستهلك
310	(04)- تحريك الدعوى العمومية من طرف النيابة العامة
311	ثالثاً: دور المحكمة في حماية المستهلك
311	الفرع الثالث: حق المستهلك في اللجوء إلى القضاء
312	(01)- دعوى الضمان
313	(02)- دعوى التعويض
314	(03)- دعوى المنافسة غير المشروعة
320	خلاصة الفصل الأول
322	الفصل الثاني: إقرار الجزاء كآلية لفرض التوازن بين نشاط المنافسة وحقوق المستهلك
324	المبحث الأول: الرقابة كآلية وقائية فعلية للموازنة بين المنافسة وحقوق المستهلك
325	المطلب الأول: دور الجزاء الوقائي في إطار الرقابة على المنتوجات المعروضة للاستهلاك ووقاية المستهلك
325	الفرع الأول: تعريف الرقابة وصورها

325	أولاً: التعريف العام للرقابة
326	ثانياً: التعريف الخاص لرقابة المنتوجات
326	ثالثاً: صور الرقابة
326	(01)- الرقابة الإجبارية
328	(02)- الرقابة الاختيارية
328	(03)- الرقابة السابقة
329	(04)- الرقابة اللاحقة
329	(05)- الرقابة المستمرة
330	الفرع الثاني: خصائص الرقابة
331	الفرع الثالث: إجراءات ممارسة الرقابة على المنتوجات المعروضة للاستهلاك
331	أولاً : مراقبة المنتوجات المحلية
331	(01)-المعاينة المباشرة
332	(02)-المعاينة غير المباشرة
333	ثانياً: مراقبة المنتوجات المستوردة
333	(01)- فحص الوثائق المكونة للملف محل المراقبة
334	(02)-الفحص بالعين المجردة
334	(03)-المراقبة عن طريق الاقتطاع العينات
335	(04)- نتائج عمليات رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة
336	المطلب الثاني: تنوع التدابير التحفظية المتخذة ضد المتدخل كآلية وقائية لتأطير حماية المستهلك
336	الفرع الأول: مفهوم التدابير التحفظية مبدأ الحيطة
339	الفرع الثاني: أنواع التدابير التحفظية المتخذة لحماية المستهلك
339	(01)-رفض دخول المنتوجات
339	(02)-إيداع المنتوجات
340	(03)-جعل المنتج مطابقاً
340	(04)- السحب المنتج من التداول
341	(05)- الحجز المنتجات
342	(06)- إعادة توجيه المنتج
342	(07)- إتلاف المنتج
343	(08)- توقيع المؤقت لنشاط المؤسسة
344	الفرع الثالث: أهداف التدابير التحفظية في عملية الرقابة
345	المطلب الثالث: الهيئات المكلفة بالرقابة في مجال حماية المستهلك
346	الفرع الأول: دور الهيئات الاستشارية في ضمان رقابة أولية للمنتوجات
346	أولاً: المجلس الوطني لحماية المستهلك
348	ثانياً: شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية
349	ثالثاً: المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرقابة
351	الفرع الثاني: دور الأجهزة الإدارية في صيانة مبدأ حرية المنافسة وحماية المستهلك

351	أولاً: رقابة مديرية التجارة كآلية لحماية المستهلك
353	(01)- الهياكل المركزية التابعة لوزارة التجارة مكلفة بحماية المستهلك
354	(02)- دور المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة في حماية المستهلك
355	(03)- دور المصالح التابعة لوزارة المتخصصة في مجال حماية المستهلك
356	ثانياً: دور الهيئات المحلية في ممارسة الرقابة
362	الفرع الثالث: دور إدارة الجمارك في حماية حقوق المستهلك
363	أولاً: حماية مصلحة المستهلك ومصالحه الاقتصادية
364	ثانياً: ضمان أمن وسلامة المستهلك
365	المبحث الثاني: تكريس الحماية عن طريق الجزاء الردعي كآلية لفرض التوازن بين النشاط الاقتصادي وحقوق المستهلك
366	المطلب الأول: الإطار العام لمسؤولية المنتج
367	الفرع الأول: تعريف مسؤولية المدنية للمنتج
367	الفرع الثاني : مفهوم المنتج
367	أولاً: تعريف المنتج في المجال الدولي
368	ثانياً: تعريف المنتج في القانون المقارن
368	(01)- المنتج في القانون الفرنسي
369	(02)- المنتج في القانون المصري
369	(03)- المنتج في القانون الجزائري
372	الفرع الثالث: تعريف المنتج والمتضرر
372	أولاً: مفهوم المنتج
372	(01)-تحديد مدلول المنتج في القانون الدولي
374	(02)- مفهوم المنتج في القانون المقارن
378	ثانياً: المتضرر
380	المطلب الثاني: الأحكام القانونية للمسؤولية الموضوعية للمنتج
381	الفرع الأول: شروط قيام المسؤولية الموضوعية للمنتج
381	أولاً: وجود عيب في المنتج
381	(01)-مفهوم معيوبية المنتج
383	(02)-تقدير عيب الموجب للمسؤولية للموضوعية للمنتج
384	ثانياً: الضرر كركن لقيام المسؤولية الموضوعية للمنتج
385	ثالثاً: علاقة السببية بين تعيب المنتج والضرر
386	الفرع الثاني: الطبيعة القانونية لمسؤولية المنتج الناشئة عن عيوب منتجاته
387	الفرع الثالث: وسائل دفع المسؤولية الموضوعية للمنتج
388	أولاً: الأسباب العامة لنفي المسؤولية الموضوعية للمنتج
388	(01)-القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ
389	(02)-خطأ المضرور
390	(03)- الخطأ الغير كسبب أجنبي لدفع المسؤولية
391	(04)-إعفاء بتقادم المسؤولية المدنية للمنتج
392	ثانياً: الأسباب الخاصة لنفي المسؤولية الموضوعية للمنتج

392	(01)- الدفع بعدم طرح المنتج للتداول
393	(02)- الدفع بعدم مخالفة القواعد التشريعية والتنظيمية الآمرة
393	(03)- الدفع المسؤولية باستحالة التنبؤ بمخاطر التطور العلمي
397	(04)- الدفع بعد وجود العيب لحظة طرح المنتج لتداول
397	المطلب الثالث: تغليب الجزاء الجنائي لتجسيد حماية فعالة للمستهلك
398	الفرع الأول: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الغش في المنتجات الموجهة للاستهلاك
398	أولاً: الإطار القانوني لجريمة الغش في المواد الاستهلاكية
400	ثانياً: أركان جريمة الغش
400	(01)- الركن القانوني
400	(02)- الركن المادي لجريمة الغش في المنتجات
401	(03)- الركن المعنوي لجريمة الغش في المنتجات
403	الفرع الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك من جريمة الخداع
403	أولاً: تعريف الخداع
405	ثانياً: نطاق جريمة الخداع
405	(01)- نطاق جريمة الخداع من حيث الأشخاص
405	(02)- نطاق جريمة الخداع من حيث الموضوع
406	(03)- نطاق جريمة الخداع من حيث الوسائل
406	ثالثاً: أركان جريمة الخداع
407	(01)- الركن الشرعي
407	(02)- الركن المادي لجريمة الخداع
408	(03)- الركن المعنوي لجريمة الخداع
408	الفرع الثالث : فاعلية الجزاءات المقررة لتوفير الحماية الناجعة للمستهلك
409	أولاً: العقوبات المقررة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش
409	(01)- فرض غرامة الصلح
411	(02)- جزاء مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية ونظافتها الصحية
412	(03)- جزاء مخالفة إلزامية أمن المنتجات
412	(04)- جزاء مخالفة إلزامية مطابقة المنتجات
412	(05)- جزاء مخالفة إلزامية ضمان المنتج وتجربته وتنفيذ خدمة ما بعد البيع
413	(06)- جزاء مخالفة إلزامية الالتزام بالإعلام
415	(07)- جزاء مخالفة المتدخل للتدابير التحفظية المقررة على عاتق المتدخل
415	ثانياً: العقوبات المقررة بموجب قانون العقوبات
415	(01)- عقوبة جريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك
417	(02)- عقوبة جريمة الغش في المنتجات
418	(03)- عقوبة مخالفة المتدخل للرقابة الإدارية وإجراءاتها
419	ثالثاً: الجزاءات المترتبة عن مخالفة قواعد قانون الممارسات التجارية
419	(01)- تجريم مخالفة شفافية الممارسات التجارية
421	(02)- الجزاءات المتعلقة بمخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية

426	خلاصة الفصل الثاني
428	خاتمة
437	قائمة المصادر والمراجع
504	الفهرس

ملخص الأطروحة

عنوان الأطروحة: مبدأ حرية المنافسة وحماية المستهلك في القانون الجزائري المقارن.

الملخص:

تكتسي حرية المنافسة أهمية بالغة في النظام الاقتصادي الحالي، إلا أن هذا المفهوم يمتد إلى المساس والتأثير على الأبعاد الأخرى خاصة الجانب المتعلق بالمستهلك لأن هذا الأخير عنصر أساسي لتجسيد فكرة حرية المنافسة، نظر الاتساع اختلال التوازن بين المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة الاقتصادية، وبين العون الاقتصادي الذي يهمن على تلك العلاقة بقوته الاقتصادية وكفاءته التقنية في مجال الإنتاج والتوزيع، كان لزاما على المشرع الجزائري تدخل بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وكذا قانوني المنافسة والممارسات التجارية بفرض جملة من الآليات الموضوعية والإجرائية على العون الاقتصادي، والتي من شأنها حماية حقوق المستهلك وتحقيق علاقة اقتصادية متوازنة.

كلمات مفتاحية: المستهلك، عون اقتصادي، الممارسات المقيدة للمنافسة، حرية المنافسة، حقوق المستهلك، المنافسة الحرة نشاط تنافسي.

Résumé

La liberté de la concurrence joue un rôle d'une grande importance dans le système économique actuel attendu que ce concept s'étend pour atteindre et exercer une influence sur les autres repères notamment le côté du consommateur vu que ce dernier est un élément essentiel pour la concrétisation de la liberté de la concurrence suite à la croissance du déséquilibre entre le consommateur comme partie faible dans le rapport économique et entre l'agent économique qui règne sur cette relation par l'exercice de la puissance économique et sa compétence technique dans le domaine de la production et la distribution. Le législateur Algérien a été dans l'obligation d'intervenir conformément à la loi du consommateur et la lutte contre la fraude, ainsi que la loi sur la concurrence, les conditions d'exercice des Activités commerciales en imposant un ensemble de mécanismes objectives et procédurales sur l'agent économique, dans le but de d'offrir une protection des droits du consommateur et instauré une relation économique équilibrée.

Mots clés : consommateur, l'agent économique, l'exercice restrictif de concurrence, La liberté de la concurrence les droits du consommateur, la libre concurrence, activité concurrentielle.

Abstract

The freedom of competition have a great importance in the current economic system, given that this concept extends to reach and exert an influence on the other benchmarks in particular the side of the consumer which is essential element for the realization of the freedoms of competition, following the growth of the imbalance between the consumer as a weak party in the economic relationship, and between the economic agent who reigns over this relationship through the exercise of economic power and his technical competence in the field of production and distribution. The Algerian legislator was obliged to intervene in accordance with consumer law and the fight against fraud, as well as the law on competition, the conditions of exercise of commercial activities by imposing a set of objective and procedural mechanisms on the economic agent, with the aim of offering protection of consumer rights and establishing a balanced economic relationship.

Keywords: consumer, economic agent, restrictive exercise of competition, freedom of competition, consumer rights free competition, competitive activity.