

حركة حماية المستهلك في التشريع الجزائري

تاريخ استلام المقال: 28 فيفري 2017 تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الأستاذة منيرة بلورغي

أستاذة مساعدة

جامعة محمد خيضر - بسكرة

mounira_belouerghi@yahoo.fr

الملتقى الدولي السابع عشر حول: "الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة"

المنعقد يومي 11/10 أفريل 2017

من طرف مخابر الحقوق والحريات في الأنظمة المقارنة

ومخابر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع

قسم الحقوق - كلية الحقوق والعلوم السياسية -

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

الملخص:

استجابة لتفادي الإضرار بالمستهلك وحماية له . عملت الجزائر على وضع ترسانة هائلة من النصوص القانونية والتنظيمية، وكان القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، قصد توفير إطار ملائم لضمان حماية المستهلك من المخاطر التي تواجهه، فعمد المشرع الجزائري إلى الاهتمام أكثر فأكثر بالاستهلاك والسعي لتوفير حماية فعالة للمستهلك، فأوجد بذلك 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. فهل يكرس النظام القانوني الجزائري ضمانات فعالة من أجل حماية المستهلك؟ وللإجابة على هذه الإشكالية كان لا بد من التطرق إلى مفهوم حركة حماية المستهلك وأهدافها وحقوق المستهلك ومجالات الإخلال بها من جهة ومن جهة أخرى التطرق إلى سياسات وآليات تطور حماية المستهلك من معرفة مختلف التشريعات والأجهزة التي تعمل على حماية المستهلك.

Résumé:

Pour éviter de nuire ou consommateur et afin de le protéger, l'Algérie a développé une norme base de textes juridiques et réglementaires, la loi numéro 09-03 lié à la protection du consommateur et à la suppression de la répression afin de fournir un cadre approprié pour assurer la protection des consommateurs contre les risques aux queles il est confronté, le législateur a eu recours à de plus au plus d'attention à la consommation et de chercher à assurer une protection efficace pour le consommateur. Il a pu trouver des moyens spéciaux qui lui garantit l'accès aux produits et services qui répondent aux désirs légitimes. Il a établi des dispositifs qui surveillent leur sécurité et leur remise en état de l'utilisation de la consommation et degré de conformité aux les normes adoptés et les spécifications légales et réglementaires.

Le système juridique algérien consacre - t il les garanties efficaces pour la protection des consommateur ?

Et la réponse à ce dilemme devait être adressée ou concept de mouvement de la protection des consommateurs et de ses objectifs et des droit de consommateur des zones des de violation d'un part et d'autre part pour répondre aux mécanismes pour le développement de la protection des consommateurs de la connaissance des différentes législation les dispositifs qui fonctionnent sur le protections des consommateurs.

مقدمة:

يعد موضوع حماية المستهلك من المواضيع التي تلقى الاهتمام، إذ تظهر العلاقة الاستهلاكية بوجود الإخلال الذي يبرز في أن هناك طرف ضعيف هو المستهلك تجاه طرف آخر قوي هو المتدخل، وباعتبار أن موضوع حماية المستهلك من أهم المواضيع التي تشغل بال الدولة في الاقتصاد الوضعي، ويقع على عاتقها واجب توفير هذه الحماية بكل ما تملكه من وسائل، وعلى هذه الأساس يسعى المشرع الجزائري لتوفير هذه الحماية سواء من ناحية الأجهزة المراقبة ومن ناحية التشريعات اللازمة منها القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حماية للمستهلك في صحته وسلامته ومصالحه المادية والمعنوية من المخاطر التي قد تنتج.

فهل يُكرّس النظام القانوني الجزائري ضمانات فعالة من أجل حماية المستهلك؟
وللإجابة على هذه الاشكالية المطروحة نتبع الخطة التالية:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك
المبحث الثاني: الحماية التي يوفرها القانون 09 - 03 لحماية المستهلك

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لحماية المستهلك

موضوع المستهلك وحمايته بات من أهم المواضيع التي أولتها الحكومات أهمية بالغة لما لها من عظيم الأثر خاصة بعد تزايد المخاطر، التي تهدد سلامة المستهلكين ما أدى إلى الاهتمام بمسألة حماية المستهلك من خلال ما سن من نصوص قانونية هدفها تعريف المستهلك بحقوقه وحمايته من الغش التجاري⁽¹⁾.

على هدي ما تقدم نتناول من خلال هذه المبحث مطلبين: الأول: بعنوان مفهوم فكرة حماية المستهلك، ليكون الثاني عن أهداف حركة حماية المستهلك مجالات الإخلال بها.

المطلب الأول: مفهوم فكرة حماية المستهلك

"تعد حماية المستهلك ترجمة فعلية للمفهوم المعاصر لحقوق الإنسان، ومن ثم وجود نصوص دستورية، ومفهوم عالمي لحقوق الإنسان يشمل كافة المجالات، وأن الالتزام

⁽¹⁾ مبدني نجاح، (آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الاسلامي)، مذكرو ماجستير من جامعة باتنة، 2007،

الفعلي بهذه الحقوق يتطلب حماية المستهلك كإنسان ومواطن، ويتحقق ذلك بتوفير حياة آمنة له وكل أفراد أسرته؛ بحيث تكفل الدولة لهم حماية النفس والمال، وتوفر لهم حداً أدنى من الحياة الكريمة فيحصلون على احتياجاتهم كمقابل للسعر العادل للمنتجات والخدمات التي تقدم لهم، دون أية أضرار صحية، وذلك كله إعمالاً لمبدأ تحقيق أمن وفعالية المنتجات والخدمات. وعليه نتناول هذا المطلب وفق فرعين:

الفرع الأول: حماية المستهلك في الشريعة الإسلامية وفي التشريع

"لقد كفلت الشريعة الإسلامية الحماية للمستهلك من جانبين:

الجانب الأول: حماية المستهلك من نفسه: وهي مقررّة بآيات كثيرة منها قوله تعالى: {الَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا}، وقوله تعالى: {يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِندَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَكُلُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ}.

الجانب الثاني: حماية المستهلك من غيره: مثل قوله تعالى: {يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ}، وقوله أيضاً: {وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ، وَإِذَا كَالَهُمْ أَوْ وَزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ}، وقوله صلى الله عليه وسلم: { لا يحتكر إلا خاطئ}، وقوله: { من احتكر حكرة يريد أن يغلى بها على المسلمين فهو خاطئ برئت منه ذمة الله ورسوله}. وهناك أحاديث تحرم الغش منها: { من غشنا فليس منا والمكر والخديعة في النار}. { لا يحل لأحد أن يبيع شيئاً إلا بين ما فيه، ولا يحل لمن علم ذلك إلا بينه}. {المسلم أخو المسلم ولا يحل لمسلم ولا يحل لمسلم باع أخيه بيعاً فيه عيب إلا بينه له}. كل هذه الأحاديث تؤكد على ما يسمى حديثاً "إعلام المستهلك وإخباره"⁽²⁾.

"والحديث عن حماية المستهلك تشريعياً ودور الدولة في القيام بها، كون المستهلك أهم طرف في السوق إذ هو محور العملية الاقتصادية برمتها، ولذلك لا بد من توفير ولذلك لا بد من توفير توازن المصالح بين كل أطراف هذه العملية (المستهلك والمنتج والتاجر)، والحماية تهدف إلى تحقيق أمرين هما: حماية المستهلك من نفسه، وحمايته اقتصادياً. ولتوفير ذلك يجب أن تتصف الحماية بالعمومية والشمولية والدائمة.

وللاستهلاك منظوران أحدهما مادي والآخر قانوني:

¹ والاستهلاك في منظوره المادي: يعني الفعل ذاته، أي استخدام المنتج أو السلعة ذاتها، مثل: أكل برتقالة، ارتداء قميص، أو تناول الدواء... الخ.

(2) أنور أحمد رسلان، (الحماية التشريعية للمستهلك)، مداخلة مقدمة في إطار ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون المنظمة في جامعة الإمارات العربية المتحدة، يومي 6 و7 ديسمبر 1998، ص ص: 1، 2.

² والاستهلاك في منظوره القانوني: فيقصد به كل تصرف قانوني يهدف للحصول على شئ أو خدمة لإشباع

حاجة شخصية⁽³⁾. وللحماية أساليب متعددة تبرز من جانبين:

1- الجانب الأول: حماية اجتماعية وعلمية: وتكون بالتأكد من صحة الإعلانات عن المنتج بغض النظر عن وسيلة الإعلان مسموعة كانت أو مقروءة أو مرئية، وذلك لمكافحة الحيل والأساليب المختلفة والمضلة التي يلجأ إليها المنتج، وتكون هذه الحماية باشتراط وجود شهادات أو نتائج وتحاليل عملية يفهمها الجمهور، أو الإحالة إلى جهات علمية ثقة للتأكد من صحة البيانات أو النتائج عن المنتج، وذلك بشأن السلع التي تتعلق بأمن المستهلك كالكهرباء، ويكون أيضا بتبصير الجهات العلمية المعنية للجمهور بنتائج الأبحاث المتعلقة بالمنتج، وكل ما يهم المستهلك، وتشديد الرقابة على منافذ الإنتاج والتوزيع في أنحاء البلاد.

2- الجانب الثاني: حماية قانونية: وتشمل نقطتين:

¹ النقطة الأولى: حماية تشريعية: والمقصود بها التشريعات والقرارات التنظيمية التي تصدر من السلطة التشريعية والجهات المختصة، وتهدف إلى حماية المستهلك، وهذا الجانب على درجة كبيرة من الأهمية لأن حماية المستهلك لا بد أن يكون لها أسس ثابتة لا تكون ارتجالية أو واقعية لما في ذلك من خطوره على نظام الدولة، ويتنافى مع الغرض الأساسي منها. لذلك تأتي هذه الحماية كنتيجة لمتطلبات طرأت في المجتمع وتحتاج إلى التدخل التشريعي أو الوزاري بهدف وضع الأسس والضوابط التي تمارس على أساسها الحماية الفعالة للمستهلك. وعليه فإن هذه الحماية هي حماية وقائية وذلك بإصدار التشريعات المرتبطة بجودة المنتج وبمواصفاتها بغرض توفير الأمن والسلامة للمستهلك.

² النقطة الثانية: حماية تطبيقية: ولها مظهران:

¹⁻² المظهر الأول: مظهر تنفيذي: وهو الدور تقوم به الإدارة بتحقيق التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تهدف لحماية المستهلك؛ فالإدارة هي الجهة التنفيذية للقواعد القانونية، ولذلك تناط بها هذه المهمة، بالإضافة إلى أنها المسؤولة عن تنفيذ القانون على أرض الواقع. والإدارة في مجال حماية المستهلك عليها القيام بدور مراقبة السلع والمواد الغذائية ومراقبة الجودة، وتأمين احترام القوانين.

(3) نفس المرجع، ص: 3، 4.

2-2 المظهر الثاني: مظهر قضائي: وهو ممارسة الرقابة عن طريق السلطة القضائية على المخالفين، وتوقيع العقوبات المقررة قانوناً عليهم⁽⁴⁾.

الفرع الثاني: حقوق المستهلك

"بدأت فكرة حماية المستهلك⁽⁵⁾ مع الرئيس الأمريكي جون كنيدي في 15 مارس عام 1962 عندما ألقى كلمته الشهيرة أمام الكونجرس والتي قال فيها: "إن كلمة مستهلك تشملنا كلنا ولذلك فهي تشكل أكبر مجموعة اقتصادية تؤثر وتتأثر بكل القرارات الاقتصادية العامة والخاصة. وبالرغم من هذا الثقل الكبير للمستهلك إلا أن صوته لا زال غير مسموعاً". ليتطور فيما بعد وتقوم الأمم المتحدة عام 1985 بتبني هذه

الحقوق الأربعة وتضيف إليها حقوق أربعة، وقد اعتبر أحمد إبراهيم عبد الهادي أن حماية المستهلك هي الفلسفة التي تتبناها مختلف المنظمات بالدولة نحو توفير السلع أو تقديم الخدمات للمستهلك بأقل تكلفة مادية وجسمانية ونفسية من خلال المتغيرات السائدة في الدولة. فيما يرى البعض الآخر أن حماية المستهلك هي مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك، وكذلك ضمان حصوله على حقوقه. ويذكر تعريف آخر أن حماية المستهلك تعني الإجراءات اللازمة لحماية كل شخص يسعى للحصول على سلع أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية. وفي كل الأحوال موضوع حماية المستهلك اكتسب أهمية كبيرة في السنوات الأخيرة برز مع وجود الضعف الإداري وانتشار الفساد في معظم دول العالم الذي أدى إلى خداع المستهلكين وتجهيزهم بسلع غير مطابقة للمواصفات، خاصة وأن المستهلك يمثل الطرف الضعيف في

(4) نفس المرجع، ص: 5، 6.

(5) "هذه الكلمة الشهيرة جاءت عن طريق الرسالة الخاصة التي بعثها الرئيس الأمريكي جون كنيدي إلى أعضاء الكونغرس وأعلن فيها أنه يجب وضع قوانين إضافية كي تستطيع الحكومة الفيدرالية تنفيذ التزاماتها تجاه المستهلكين، وقد تضمنت هذه الرسالة مجموعة من الحقوق هي: حق الأمان، حق الحصول على معلومات كافية عن المنتجات التي يتم استهلاكها واستخدامها، حق الاختيار، حق سماع رأي المستهلكين" نقلاً عن باسل يوسف محمد الشاعر، (التدابير الاحترازية والتشريعية في حماية المستهلك في الفقه

الإسلامي "دراسة مقارنة"، دكتوراه من جامعة الأردن، 2004، ص 54.

العملية، بالإضافة أن الرغبة في الربح السريع دفعت بعض التجار والمنتجين ومقدمي الخدمات لإتباع أساليب غير مشروعة باستخدام وسائل الغش والخداع⁽⁶⁾.

وحقوق المستهلك هي "ثمانية بعد أن أضافت الأمم المتحدة إلى ما تبناه جون كيندي في خطابه الشهير عام 1962، وثُبتت هذه الحقوق عام 1985 وهي:

¹ **حق الأمان:** ويعني هذا الحق حماية الإنسان من المنتجات وعمليات الإنتاج والخدمات التي تؤدي إلى مخاطر على صحته وحياته⁽⁷⁾.

² **حق المعرفة:** أو حق الحصول على المعلومات وهي تزويد الإنسان بالحقائق التي تساعد على القيام بالاختيار السليم من السلع التي يرغب بشرائها وثؤمن من حمايته من الإعلانات وبطاقات السلع والبيانات التي تشمل معلومات مظلمة وغير صحيحة⁽⁸⁾.

³ **حق الاختيار:** وهي أن يستطيع الإنسان اختيار ما يريد من المنتجات والخدمات التي يرغب في الحصول عليها بأسعار تنافسية مع ضمان الجودة⁽⁹⁾.

(6) حسين شاهين، (حماية حقوق المستهلك العربي بين الواقع وآليات تطبيق القانون)، مداخل في إطار الندوة العلمية حول حماية المستهلك العربي بين الواقع وآليات تطبيق القانون بالمركز العربي للبحوث القانونية والقضائية في جامعة الدولة العربية أيام 2، 3، 4 جوان 2014، ص ص: 2، 3.

(7) "وبالتالي لا بد من سن قوانين تتعلق بالأطعمة والأدوية، ومواد التجميل والسلع الأخرى التي لها علاقة بصحة الإنسان ورفاهية المستهلك، وبذلك توفر له الحماية ضد الأخطار الناتجة عن استخدام أو استهلاك سلعة معينة" نقلا عن باسل يوسف محمد الشاعر، المرجع السابق، ص 55.

(8) "ومن الأمثلة التي يمكن أن تتاح فيها المعلومات الكافية للمستهلك في هذا المجال:

¹ - وضوح الأسعار والتركيز على ناحية تثبيت السعر، وكتابته بوضوح على السلعة المعروضة للبيع لتساعد المستهلك اتخاذ قراره بشكل سليم.

² - تاريخ صلاحية السلعة "تاريخ انتهاء السلعة"، ويجب أن يثبت هذا التاريخ بوضوح على السلعة.

³ - المحتويات أو المركبات الداخلة في تركيب السلعة: يجب أن تثبت بوضوح على السلعة.

⁴ - توفير إعلانات تعطي معلومات صادقة وكافية عن السلع، لا بد أن يكون الإعلان صادقا وأن لا يحتوي على أي نوع من التضليل والخداع للمستهلك وأن يوفر المعلومات الكافية عن السلع المعلن عنها حتى يحقق المستهلك الاستفادة من هذه المعلومات في اتخاذ قرار الشراء السليم.

⁵ - بيان كيفية استخدام المنتج أو استعمالاته؛ وبيان الآثار الجانبية لبعض السلع وذكر الأخطار التي يمكن أن تتسبب في حالة سوء استخدام أو جهل باستعمال السلعة وكيفية مواجهتها.

⁶ - ذكر أسلوب حفظ أو تخزين السلعة". نقلا عن نقلا عن باسل يوسف محمد الشاعر، المرجع السابق، ص ص: 55، 56.

⁴ **حق الاستماع إلى آرائه:** أن يمثل الإنسان بما يمكنه من إبداء رأيه حول مدى وكيفية إشباع والخدمات لحاجاته لتكون هذه الآراء أساسا في إعداد سياسات الحكومة وتنفيذها في تطوير وابتكار المنتجات التي تلبي حاجاته وتشبع رغباته⁽¹⁰⁾.

"وبعد ذلك بعث الرئيس جونسون عام 1964، والرئيس نيكسون عام 1969 برسائل حماية المستهلك لأعضاء الكونجرس الأمريكي يؤكد فيها مرة أخرى على ضرورة التأكيد على حقوق المستهلك وحمايته. وخلال عام 1970 وعام 1971 قامت ماري جونز بالتعاون مع والف نادر وآخرون، بتوسيع منطقة حقوق المستهلكين حتى أصبحت مجموعة كاملة من حقوق المستهلكين تصل إلى عشر حقوق، أربعة ذكرت سابقا، وستة حقوق أخرى هي:

- 1- أن يحصل المستهلك على سلع تمتاز بجودة في التصميم ودقة في الأداء.
- 2- أن يدفع المستهلك أسعارا عادلة ثمننا للسلع والخدمات الاستهلاكية.
- 3- أن يحصل المستهلك على الاحترام والمعاملة الطيبة من مؤسسات الأعمال.
- 4- أن تكون لسلع وخدمات المستهلك أية آثار بيئية ضارة.
- 5- أن تتعامل مؤسسات الأعمال بسلع وخدمات تتفق مع عادات وقيم المجتمع.
- 6- أن يسمع للمستهلك بتقديم الشكاوى المنطقية التي لها علاقة بالسلع والخدمات التي يشتريها المستهلك⁽¹¹⁾

⁵ **حق تأمين الاحتياجات الأساسية:** وتشمل هذه الاحتياجات المأكل والملبس والسكن والصحة والتعليم والسلع والخدمات الضرورية الأخرى. ولتأمين هذه الحقوق طالبت الجمعية العامة للأمم المتحدة الحكومات بتحقيق مجموعة من الإجراءات⁽¹²⁾.

(9) "الجدير بالذكر أنه إذا انعدم حق الاختيار فإن السوق تسوده حالات من الاحتكار من قبل البائعين، والنتيجة الطبيعية لذلك هي أن يصبح البائع في وضع يجعله يملئ شروطه على المستهلك" المرجع نفسه، ص 56.

(10) حسين شاهين، المرجع السابق، ص 9.

(11) باسل يوسف محمد الشاعر، المرجع السابق، ص ص: 57، 58.

(12) "وتتمثل في: ١- تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص والمساواة واتباع سياسات اقتصادية وبرامج اجتماعية تصويبية هادفة.

٢- اعتماد قواعد صحية وضوابط آمنة بالنسبة للسلع الغذائية والعمل على مراقبتها والتفتيش عليها وفحصها دوريا بآليات فعالة

⁶ **حق التعويض:** ويضمن هذا الحق للمستهلك حصوله على التعويض العادل في حالة تضرره من السلع والخدمات التي حصل عليها⁽¹³⁾.

⁷ **حق التثقيف:** ويؤكد هذا الحق حصول الفرد على الثقافة المتعلقة بحمايته كمستهلك بغية مساعدته في الاختيار الأمثل للسلع والخدمات المتنوعة وبما يتناسب مع إمكانياته المادية⁽¹⁴⁾.

⁸ **حق العيش في بيئة صحية:** ويكفل هذا الحق للمستهلك العيش والعمل في محيط يضمن له بيئة خالية من التلوث⁽¹⁵⁾ ⁽¹⁶⁾.

⁹ **حق المقاطعة:** "ويقصد به حق الإجماع على عدم استخدام واقتناء منتجات بلد ما أو شركة ما أو منظمة ما إذا ما ثبت عدم احترام تلك الجهة لرغبات وحقوق الإنسان المستهلك، وقد تم اعتماد هذا المبدأ بناء على ما طبقه الزعيم الراحل "غاندي" في مقاطعة المنتجات البريطانية"⁽¹⁷⁾.

ج- تطوير جودة الأدوية واعتماد القواعد الدولية لذلك بما يساعد على استعمالها عن طريق التوعية والتحذير نقلا عن نفس المرجع السابق، ص 59.

⁽¹³⁾ "ويتم ذلك من خلال: ^{أ-} العمل على توفير جهات تعنى بالمستهلك يستطيع من خلالها الدفاع عن نفسه وعن حقوقه في حالة حصول الضرر، على أن تكون تكلفة إتاحة تلك الخدمات في الحدود الدنيا. ^{ب-} قيام الشركات المنتجة للسلعة بتقديم الحلول للمشاكل التي تنتج عنها أضرار للمستهلك بطريقة عادلة وتوفير الجهد والوقت.

^{د-} قيام الشركات المنتجة بتقديم بعض الخدمات التطوعية بما يعزز إمكانيات التوعية والنصيحة تجاه تساؤلات المستهلكين" نقلا عن نفس المرجع السابق، ص 60.

⁽¹⁴⁾ "ويتم ذلك من خلال: ^{أ-} التوعية من خلال المؤسسات التعليمية.

^{ب-} تقديم البرامج الثقافية التي تستهدف محدودي الدخل.

^{د-} تنظيم وإقامة برامج تثقيفية ودورات تدريبية من خلال المختصين ووسائل الإعلام وغيرها.

^{هـ-} دعوة الشركات المنتجة للمشاركة في برامج التوعية والتثقيف الخاص بالمستهلك" نقلا عن نفس المرجع نفس الصفحة.

⁽¹⁵⁾ "وذلك من خلال: ^{أ-} العمل على إيجاد وسن التشريعات الملزمة للحفاظ على البيئة خاصة ما يتصل بتخزين ونقل المواد الخطيرة والسامة.

^{ب-} إلزام المصنعين والمنتجين باتباع نظام الملصقات التحذيرية التي تبين مدى خطورة المنتج وكيفية التصرف في حالة التعرض للأخطار" نقلا عن نفس المرجع السابق، ص 61.

⁽¹⁶⁾ نفس المرجع السابق، ص ص: 58-61.

⁽¹⁷⁾ حسين شاهين، المرجع السابق، ص 5.

المطلب الثاني: أهداف حركة حماية المستهلك ومجالات الإخلال بها

نتناول أهداف حركة حماية المستهلك في الفرع الأول، ليكون الفرع الثاني عن

مجالات الإخلال بالحماية

الفرع الأول: أهداف حركة حماية المستهلك

"هناك عدّة أهداف لحركة حماية المستهلك، وهذا الأهداف تختلف تبعا لاختلاف تنظيمات المستهلكين، وهناك ثلاثة أهداف أساسية لحركة حماية المستهلك وهي:

1- توعية وتثقيف المستهلك: فالمستهلكين يجب أن يحصلوا على المعلومات اللازمة والكافية ليستطيعوا اتخاذ القرار السليم. وهذه المعلومات تجيب عن الاستفسارات التالية:

- ✓ متى ومن وأين يشتري المستهلك؟
- ✓ كيف يقرر المستهلك نوعية ومدى جودة المنتوجات؟
- ✓ متى يقارن المستهلك بين السلع، ومتى لا يفعل ذلك؟
- ✓ كيف يقارن المستهلك بين الأسعار؟
- ✓ كيف يستفيد المستهلك من التنزيلات الحقيقية؟

وكذلك يجب تزويد المستهلك بمعلومات ذات نوعية أخرى، ومعلومات تتضمن أسماء موزعي البضائع المتعاونين والملتزمون بالأسعار، وكذلك أسماء الموزعين اللذين عليهم إدانات أو يُشك بأنهم يستغلون المستهلكين، فمن المعروف أن توفير المعلومات يعني إنخاذ قرارات أفضل.

2- الوصول بالمستهلك إلى مرحلة الحماية الذاتية، أي الوصول مرحلة يستطيع

فيها المستهلك أن يحمي نفسه حماية ذاتية تأخذ شكلين:

¹⁻² أن يحاول المستهلك بتوجيه من بعض الوكالات التي تهتم بقضايا المستهلك أن يفعل الصواب، فقد يرفض الشراء من بعض المتاجر أو قد يرفض شراء بعض أنواع السلع والمنتجات بفعل ذلك لتحقيق مصالح خاص به.

²⁻² تنظيمات المستهلك أيضا تسعى لتحقيق حماية المستهلك من خلال دعم التنظيمات الخاصة بالمستهلكين لقوانين معينة تؤثر على المستهلكين.

3- قبول مؤسسات الأعمال للمسؤولية المقاد على عاتقها تجاه المستهلكين.

فتنظيمات المستهلكين من خلال التصرف المباشر والتوعية والتثقيف تسعى إلى جعل مؤسسات الأعمال تقبل طوعا تحمل المسؤولية تجاه المستهلكين والمجتمع، وبالتالي تصل إلى

مرحلة يكون فيها من أهداف مؤسسات الأعمال - بالإضافة إلى تعظيم الأرباح - تحمل المسؤولية الاجتماعية والحفاظ على البيئة ومراعاة حقوق المستهلكين⁽¹⁸⁾.

الفرع الثاني: مجالات الإخلال بحماية المستهلك

"يعاني الإنسان المستهلك من انتهاك لحقوقه المشروعة من قبل التجار والمؤسسات والمنظمات التي غالباً ما تتصارع فيما بينها لتحقيق أكبر ربح ممكن لذا فإنه يحتاج للحماية ولتأمين هذه الحماية لابد من استعراض المجالات التي تتعرض فيها حقوقه للانتهاك على سبيل المثال لا الحصر ومنها:

¹ **الإعلان:** الذي يعتبر مضللاً وخادعاً إذا كانت الصور الذهنية التي تتكون لدى المستهلك من المعلومات التي تضمنتها الرسالة الإعلانية مخالفة لحقيقة الشيء الذي يروج له ما يترك سلباً ضاراً على سلوك المستهلك.

² **الضمان:** إذ من المفترض حصول المستهلك على منتج مكفول لناحية صلاحيته وسلامته من العيوب خاصة في المنتجات المستوردة حيث يصعب مراجعة المستورد أو الشركة المنتجة والمصدرة.

³ **التبیین:** الحق في الحصول على المعلومات حول كيفية الاستعمال والاستخدام والاستفادة من المنتج.

⁴ **السعر:** حيث يعاني المستهلك فرض أسعار لا تتناسب مع قدرته المالية، إضافة إلى التحايل في الأسعار الذي يلجأ إليه التجار خلال البيع بالتقسيط أو التنزيلات الصورية وغيره من الأساليب غير المشروعة.

⁵ **التوزيع:** عدم توزيع المنتجات في أماكن وأوقات محددة، يتعرض المستهلك لحالات الاحتقار وهدر الجهد والوقت لاقتناء تلك المنتجات.

⁶ **التعبئة والتغليف:** في استخدام مواد غير صحية في التعبئة والتغليف الأمر الذي يعرض للأضرار.

⁷ **المقاييس والأوزان:** عند فقدان الرقابة الكافية يُعرض المستهلك لناحية الإخلال بالمقاييس والأوزان والحجم والمكونات.

⁸ **النقل والتخزين:** إن عدم القيام باستخدام الأساليب الأفضل في النقل والتخزين يُعرض المستهلك إلى أضرار صحية خاصة إذا كانت المواد سريعة التلف مثل المواد الغذائية⁽¹⁹⁾.

(18) باسل محمد يوسف الشاعر، المرجع السابق، ص: 62، 63.

المبحث الثاني: الحماية التي يوفرها القانون 09-03 لحماية المستهلك

"تهدف سياسة حماية المستهلك في الجزائر إلى:

- ✓ التقليل من الخطر الغذائي من خلال احترام قواعد النظافة والسلامة والنظافة الصحية ومطابقة المواد والخدمات المعروضة للإستهلاك؛
- ✓ التحكم في مطابقة المواد الصناعية للمحافظة على أمن وسلامة المستهلك.
- ✓ تعزيز إعلام المستهلك والتعريفات من خلال الموسم وأشهر الإشعار والتعريفات للمواد والخدمات المعروضة للإستهلاك؛
- ✓ احترام الأسعار والتعريفات المقتنة؛
- ✓ تطهير التجارة الخارجية من خلال تحديد عناوين نشاط المتدخلين واقتضاء المستوردين الغشاشين"⁽²⁰⁾. وعلى هدي ما تقدم أعلاه نتطرق في هذا المبحث وفق مطالب على التوالي:

المطلب الأول: تطور سياسة وآليات حماية المستهلك في الجزائر

"لقد أصبحت حماية المستهلك في الجزائر محل اهتمام وعناية، لا سيما من خلال الإستراتيجية والسياسة التي انتهجتها الجزائر منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، والمتمثلة في التشريعات والهيئات التي تقف وراء حماية المستهلك في الجزائر، وفيما يلي وفق فروع ظهور وتطور حركة حماية المستهلك في الجزائر. إذ يمكن أرجاع ظهور وتطور سياسة حركة حماية المستهلك في الجزائر إلى ظهور القانون الأساسي لحماية المستهلك رقم 89-02 سنة 1989، وفي هذا يمكن الوقوف عند مرحلتين أساسيتين هما:

- مرحلة ما قبل صدور القانون الأساسي لحماية المستهلك رقم 89-02.
- مرحلة ما بعد القانون الأساسي لحماية المستهلك رقم 89-02"⁽²¹⁾

(19) حسين شاهين، المرجع السابق، ص: 5، 6.

(20) عماد بوقلاشي وعادل مستوي، (تطور سياسات وآليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائري، رؤية تحليلية خلال الفترة (1990-2014))، مجلة المناجيري، مجلة تصدر عن المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية، التجارية والتسيير الجزائري، عدد 02، (جوان، 2015)، ص: 107، 108.

(21) المرجع نفسه، ص 105.

الفرع الأول: مرحلة ما قبل صدور القانون الأساسي لحماية المستهلك رقم 89-02 (مرحلة الاقتصاد الاشتراكي):

"تميزت الجزائر من فترة الستينات 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 بحماية المستهلك؛ حيث كان آنذاك بعض التشريعات المدنية التي تندد بحماية المشتري، ومن أهم القوانين الصادرة خلال هذه المرحلة:

¹ الأمر 75-47 الصادر في 17 جوان 1975⁽²²⁾: حيث يعتبر هذا الأمر أو القانون من بين التشريعات الأولى في الجزائر والتي تهدف إلى حماية المشتري (المستهلك).
² الأمر 75-58⁽²³⁾ والمتعلق بالسكوت عن الغش والتدليس والعيوب الخفية والمتعلق أيضا بالضمان.

³ القانون 79-07 المتضمن قانون الجمارك⁽²⁴⁾: الذي نص صراحة على حظر استيراد السلع المقلدة التي تمس بحق الملكية الفكرية والتي تخص جميع السلع والرموز المتعلقة بالعلامة والأغلفة الحاملة لعلامة السلع المقلدة، وهذا لحماية المستهلك من السلع المستوردة، كما أن مشروع قانون المالية لسنة 2008 في مادته 42 تضمن ذلك أيضا.
على ضوء ما سبق يتضح أن في الجزائر قبل سنة 1989:

✚ لم تولي اهتماما كبيرا لحماية المستهلك رغم صدور النصوص القانونية، لا سيما في ظل غياب أجهزة أو هيئات تدافع عن مصالح المستهلك من جهة؛
✚ ومن جهة أخرى كل القوانين الصادرة في هذه الفترة تكتفي بذكر المشتري خلفا للمستهلك.

⁽²²⁾ الأمر 75-47 المؤرخ في 17 جوان 1975 يتضمن تعديل الأمر 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات، الذي أضاف الباب الرابع في قانون العقوبات المعنون "الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية" الصادرة بالجريدة الرسمية عدد 53 المؤرخة في 4 جويلية 1975.
⁽²³⁾ الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني الصادر بالجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 30 سبتمبر 1975 الذي عدل سنة 2005 بموجب القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005 الصادر بالجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 26 جوان 2005.
⁽²⁴⁾ القانون 79-07 المؤرخ في 21 جويلية 1979 يتضمن قانون الجمارك الصادر بالجريدة الرسمية عدد 30 المؤرخة في 24 جويلية 1979.

كما أن هناك غياب قانوني خاص بحماية المستهلك، وهذا راجع إلى توجه الجزائر نحو الاقتصاد الاشتراكي وتدخل الحكومة الجزائرية في الاقتصاد بصفة مباشرة وتنظيمية.

غياب الهيئات والأجهزة التي تدعو لحماية المستهلك في الجزائر.

اكتماء النصوص التشريعية ومختلف القوانين بمصطلح المشتري وغياب مصطلح المستهلك⁽²⁵⁾.

الفرع الأول: مرحلة التوجه نحو اقتصاد السوق وصدر القانون 89-02: "في

ظل توجه الجزائر نحو اقتصاد السوق وصدر القانون 89-02⁽²⁶⁾ أين انتعشت حركة حماية المستهلك

¹ القانون 89-02 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: لقد تضمن هذا القانون ما يلي:

- الحق في الحماية من المخاطر التي تمس صحته وأمنه ومصالحه المادية.
- الحق في الحصول على منتج أو خدمة تتطابق مع المقاييس والمواصفات القانونية.
- الحق في الضمان القانوني للمنتج أو الخدمة، وحقه في تجربة المنتج.
- حق التمثيل والتضامن في إطار جمعيات حماية المستهلكين، وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات تدافع عن حقوق المستهلك.
- وجود تدخل الأجهزة المتخصصة لاتخاذ الإجراءات اللازمة لرقابة جودة المنتجات والخدمات.

لقد لعب هذا القانون الدور الأساسي في تطوير آليات وحركة حماية المستهلك من جهة، ومن جهة أخرى زاد اهتمام الدولة الجزائرية بالمستهلك خاصة في ظل بعض القوانين الأخرى المتمثلة في:

- القانون رقم 90-31⁽²⁷⁾: الذي يهدف إلى إشراك المجتمع المدني في حماية المستهلك عن طريق الجمعيات.

(25) عماد بوقلاشي وعادل مستوي، المرجع السابق، ص: 105، 106.

(26) القانون 89-02 الصادر بتاريخ 7 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الصادر بالجريدة الرسمية عدد 6 المؤرخة في 8 فيفري 1989.

(27) القانون رقم 90-31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية عدد 53 المؤرخة في 5 ديسمبر 1990.

- المرسوم التنفيذي رقم 90-39⁽²⁸⁾.

- المرسوم التنفيذي رقم 91-53⁽²⁹⁾.

- المرسوم التنفيذي رقم 96-355⁽³⁰⁾»⁽³¹⁾.

² **القانون 04-02** المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁽³²⁾، ويهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه وهذا ما نصت عليه المادة الأولى منه وعدل هذا القانون بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010⁽³³⁾

³ **القانون 09-03**⁽³⁴⁾: يهدف هذا القانون إلى:

- تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش.
- يتضمن تعريف المستهلك.
- إلزامية الضمان ما بعد البيع.
- إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية سلامتها.

⁽²⁸⁾ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية عدد 5 المؤرخة في 31 جانفي 1990، ويهدف إلى تحديد وتنظيم الشروط التي يجب أن تمارس وفقها رقابة الجودة وقمع الغش طبقاً لأحكام القانون رقم 89-02 السابق الذكر.

⁽²⁹⁾ المرسوم التنفيذي رقم 91-53 المؤرخ في 23 فيفري 1991 الصادر بالجريدة الرسمية عدد 9 المؤرخة في 29 فيفري 1991، إذ نصت المادة الأولى منه على "يحدد هذا المرسوم الشروط العامة الواجب مراعاتها في مجال الضوابط الصحية عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك"

⁽³⁰⁾ المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 الذي تضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيبرها الصادر بالجريدة الرسمية عدد 62 المؤرخة في 20 أكتوبر 1996.

⁽³¹⁾ عماد بوقلاشي وعادل مستوي، المرجع السابق ص: 107، 1106.

⁽³²⁾ القانون 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الصادر بالجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27 جوان 2004.

⁽³³⁾ القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتم القانون 04-02 الذي يحدد القواعد على الممارسات التجارية الصادر بالجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010.

⁽³⁴⁾ القانون 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية المؤرخة في 8 مارس 2009.

- إلزامية أمن المنتوجات.
- إلزامية إعلام المستهلك⁽³⁵⁾.
- تضمن القانون 09-03 آليات لحماية المستهلك تتمثل في جمعيات حماية المستهلك، المجلس الوطني لحماية المستهلك
- أوكل لأعوان قمع الغش صلاحية الرقابة حماية للمستهلك وسخر لهم لأداء مهامهم الرقابية كل الوسائل اللازمة لذلك من الإجراءات الواجب إتباعها.
- مع الإشارة إلى أن: ¹ صدور المرسوم التنفيذي رقم 13-378⁽³⁶⁾ تطبيقاً لأحكام المادة 17 من القانون 09-03 المذكور أعلاه.

² يحدد هذا المرسوم تسميات المنتجات والسلع الاستهلاكية والخدمات ومكوناتها وبياناتها وكمياتها وتاريخ الصنع والصلاحية والانتهاء.

مهم أن نشير عن مجمل هذه التطورات التشريعية التي حدثت لحماية المستهلك:

- القانون رقم 02/89 قد لعب دوراً هاماً وحاسماً في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر لسبب رئيسي هو انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي الموجه وتبني نظام اقتصاد السوق الذي يكون فيه المستهلك في خطر محقق تجاه المخاطر التي تلحقه من تزايد حجم المنتوجات والخدمات وتنوعها، فكان تفضّل المشرع في محله، إذ يكتسي أهمية بالغة من خلال سن قوانين خاصة، والعمل على دعم إنشاء مختلف الهيئات والأجهزة الوطنية والمحلية، كالمجلس الوطني لحماية المستهلك، والمرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن، وطب العمل، وكذا شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية، ومديريات المنافسة والأسعار بالولاية، ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش.

- وجاء بعده القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك قمع الغش رقم 09-03 ليضيف حماية أكبر للمستهلك لمواجهة مختلف التغيرات، ويساير الحركية التشريعية الدولية التي

⁽³⁵⁾ إذ أشارت المادة 17 في فقرتها الأولى من نفس القانون على ذلك بنصها "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو أية وسيلة أخرى يراها مناسبة" وأحالت الفقرة الثانية من نفس المادة إلى التنظيم يحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة.

⁽³⁶⁾ المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك الصادر بالجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27 جوان 2013.

تشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك، نظرا لتزايد المخاطر التي تهدد مصالحه المادية والمعنوية⁽³⁷⁾.

المطلب الثاني: التعريف بالمستهلك في القانون الجزائري

اهتم المشرع الجزائري بباقي التشريعات المقارنة في العمل على تحديد مفهوم المستهلك في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وذلك بهدف معرفة القواعد الواجبة التطبيق في العلاقة الاستهلاكية الأجدر بالحماية، وكان للفقهاء الدور البارز من خلال التعاريف المتعددة والمتضاربة في المساهمة لايجاد مفهوم موحد للمستهلك، وقد أشرت التعاريف الفقهية على المشرع في الأخذ بالتعريف القانوني للمستهلك⁽³⁸⁾.

الفرع الأول: الاختلاف الفقهي في تعريف المستهلك

"ارتبط ظهور مصطلح المستهلك بعلم الاقتصاد، وأُعيد من طرف الفقهاء القانوني الحديث نظرا للتصرفات المتعددة التي يجريها الأشخاص من أجل تلبية احتياجاته الذاتية أو العائلية، ما ترتب عنها من عدم المساواة بين طرفي العلاقة الاستهلاكية نتيجة للفوارق الاقتصادية والعلمية بينهما. وقد اختلف فقهاء القانون بشأن التوصل إلى تحديد مفهوم موحد للمستهلك⁽³⁹⁾، ونبين فيما يلي هذا الاختلاف:

"أولا: المفهوم الضيق للمستهلك: تذهب غالبية الفقهاء إلى تأييد هذا الاتجاه فيبعد الشخص مستهلكا طبقا لهذا الاتجاه لما يقوم بالتصرفات القانونية لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية فالمعيار المعتمد من قبل أنصار هذا الاتجاه هو معيار الغرض من التصرف، مستهلك هو كل شخص يقتني منتوجا بغية تحقيقه لأهداف شخصية أو عائلية دون أن يكون الغرض منه تحقيق هدف مهني، فيخرج من وصف المستهلك كل من يبرم تصرفات قانونية موجهة لأغراض المهنة أو الحرفة كون هذه التصرفات تؤهله

⁽³⁷⁾ صياد الصادق، (حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع

الغش)، ماجستير من جامعة قسنطينة 1، 2013 - 2014، ص 30.

⁽³⁸⁾ علي شطابي، (حماية المستهلك من المنتجات المقلدة في التشريع الجزائري)، ماجستير من جامعة الجزائر

1، 2013 - 2014، ص 30.

⁽³⁹⁾ "أن مصطلح المستهلك لدى الفقهاء الاقتصاد لم يلق إشكالات فيما يخص مفهومه، إذ حظي بإجماع الاقتصاديين واتفقوا أن المستهلك هو الشخص الذي يقتني سلعا من أجل إشباع حاجاته" نقلا عن نفس المرجع، ص 40.

لمواجهة من يكون في مركزه. ومن م ا زيا هذا الاتجاه أنه يحقق الأمن القانوني للمستهلك مقارنة بالمفهوم الواسع للمستهلك.

ثانيا: المفهوم الواسع للمستهلك: يتجه أصحاب هذا الرأي إلى تبني مفهوم واسع للمستهلك بحيث يشمل هذا المصطلح لديهم كل شخص يستخدم سلع أو خدمة في أغراضه الشخصية أو المهنية، ذلك لأنه قد يجد المتدخل نفسه في مركز ضعف مثله مثل المستهلك إذا تصرف خارج تخصصه، مثل شراء الطبيب للمعدات الطبية اللازمة لعيادته. فمن الواضح أن أنصار هذا الاتجاه يستندوا في تحديد مفهوم المستهلك على معيار الخبرة الفنية والتقنية، فكما اقتقدت لدى أحد الأطراف يكون بحاجة للحماية، مما يؤدي ذلك لتوسيع دائرة الحماية لتشمل المتدخلين اللذين لا خبرة لهم لما يتعاملون مع متدخلين متخصصين. ولكن يعاب على هذا الاتجاه أنه يجعل قانون الاستهلاك غير دقيق ومن دون فعالية⁽⁴⁰⁾.

الفرع الثاني: نظرة المشرع الجزائري للمستهلك⁽⁴¹⁾

"لم يتطرق القانون 89-02 (الملغى) إلى مسألة تعريف المستهلك بل أحال ذلك إلى التنظيم؛ حيث نصت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أن المستهلك هو: "الشخص الذي يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة، معدّين للاستهلاك الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

(40) منال بروج. ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ماجستير من جامعة الجزائر 1، 2014، 2015، ص ص: 16، 17.

(41) "لا تستخدم بعض نصوص حماية المستهلك، لفظ "المستهلك" للدلالة على الدائن بالالتزام المتدخل بضمان السلامة، فنجدها تعبر على عنه بمصطلح "الأشخاص" وهو ما يظهر من خلال المادة 06 من المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات التي تنص على أنه: "يجب على المحترف في جميع الحالات، أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص... بسبب العيب...". وقد اعتبرت المادة 140 مكرر ق.م. أن المتضرر هو الدائن بالالتزام، إذ تنص بأنه: "يكون المنتج مسؤولا... حيي ولو لم تربطه بالتضرر علاقة تعاقدية". غير أن مفهوم المتضرر قد يمتد ليشمل المهني أيضا، وهو أمر غير مقبول في قانون حماية المستهلك. نقلا عن شعباني حنين نوال، (الالتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش)، ماجستير من جامعة تيزي وزو، 2012، ص 28.

بصدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، آتى المشرع بتعريف آخر للمستهلك، حيث نصت المادة الثالثة منه على ما يلي: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل سد حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به". يستخلص -باستقراء المادتين السابقتين- أن تعريف المستهلك وفقا لنظره المشرع الجزائري يشمل: عناصر تعريف المستهلك: يتحدد تعريف المشرع الجزائري للمستهلك وفق العناصر التالية: ¹ المستهلك قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا: أقر المشرع في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 السالف الذكر بأن المستهلك هو: "كل شخص..." أي أنه لم يحدد ما إذا كان المستهلك شخصا طبيعيا أو معنويا، ولتجنب الغموض تدارك الأمر في القانون 09-03 وحسم طبيعة المستهلك حين أدخل طائفة الأشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين.

ولقد أحسن المشرع بذلك؛ حيث أن اعتبار الأشخاص المعنوية من المستهلكين المقررة حمايتهم، يجد تبريره في أنها لا تمارس نشاطا مهنيا تحصل منه على مواردها المالية أو على أسباب وجودها ومن ثم فهي تشبه المستهلك العادي تماما.

² المستهلك يقتني بمقابل أو مجانا: استخدم قانون حماية المستهلك وقمع الغش - للدلالة على شراء المنتج- نفس اللفظ الوارد في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 90-39، وهو لفظ "يقتني"، وبالتالي أسقط المستعملين من دائرة المستهلكين، فالمستهلك الذي يقتني غالبا هو من يستعمل المنتج أو الخدمة، ولكن كثيرا ما يتم استعمالها من طرف الغير كأفراد أسرة المقتني، وهو أمر يجب تداركه في هذا التعريف. أما اقتناء هذا المنتج بمقابل أو مجانا، فإن لفظ "يقتني" في غير محله تماما لأن الاقتناء يكون دائما بمقابل، وعلى الأرجح أن المشرع قصد بذلك المستعمل الذي لا يشتري السلعة وإنما يستهلكها فقط، أو أنه أراد أن يلتزم المتدخل بضمان سلامة المستهلك حتى ولو لم يبعه المنتج، وفي هذه الحالة على المشرع استخدام لفظ أوسع من "يقتني" وهو لفظ "يكتسب".

³ الاستعمال النهائي للمنتج: يقر قانون حماية المستهلك حتي يعتبر شخصا ما مستهلكا، يجب أن يتوجه إلى اقتناء المنتج إلى الاستعمال النهائي، وهو ما أقرته المادة الثالثة السالفة الذكر، أي أن المستهلك هو الذي يهلك المنتج نهائيا، غير أن المادة الثانية من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، تنص على اعتبارها مستهلكا المستهلك الوسيط الذي يعتبره البعض أنه هو المهني الذي يقتني المنتج من أجل

استهلاكه، فالمهني هنا هو في نفس مرتبة المستهلك. فو حين يرى البعض أن المقصود بعبارة "الاستعمال الوسيط" الواردة في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ليس المتدخل وإنما المستهلك العادي، فالوهلة الأولى يتبين أن المشرع أخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك، غير أنه إذا وصلنا قراءة النص، فإن الجزء الأخير منه يشير إلى المستهلك النهائي الذي يتصرف لسد حاجاته الشخصية لا المهنية. ومع ذلك يبقى الأمر غامضاً إذا ما قورن بالمادة الثالثة من القانون 09-03 خاصة مع بقاء استعمال النصوص للقانون 89-02 الملغى.

⁴ تلبية المستهلك لحاجاته أو حاجات شخص أو حيوان متكفل به: الملاحظ أن المشرع الجزائري أخذ بالاتجاه المضيق لتعريف المستهلك، وهذا بإقصائه للمستهلك المهني حتى لو تعامل خارج مجال تخصصه، وفيما سبق كانت الإشارة إلى ضرورة أن تشمل الحماية كونه قد يتعرض لقدر كبير من الخطر كأثر لتواجه في مركز ضعيف مقارنة بمركز المهني المتخصص الذي يتعامل معه، أما إذا رحعنا إلى المادة 140 من ق.م نجد أنها شملت كافة المضررين من المنتجات ولم تختص بمحض المستهلك العادي (غير المهني)، الذي جاء به قانون حماية المستهلك وقمع الغش. غير أنه لا يمكن الأخذ بالقانون المدني في ظل تشريع الاستهلاك، نظراً لما بين القانونين من خصوص وعموم، فالخاص (تشريع الاستهلاك) يقيد العام (قانون مدني). ويشمل تعريف المستهلك كذلك الأشخاص اللذين هم تحت كفالة المتدخل، كما يشمل التعريف الحيوان، ويرجع ذلك إلى الأهمية المتزايدة التي أصبح يحظى بها حيوان الصحبة في وقتنا الحاضر. وي طرح مصطلح "يتكفل"، الذي استخدمه المشرع الجزائري عدّة تساؤلات:

هل يقصد بالكفالة تلك المكفولة بالقانون المدني أم في قانون الأسرة؟ وما هي وضعي الأشخاص اللذين يقطنون مع المستهلك وكنه لا يتكفل بهم؟ لعل المشرع يقصد بلفظ "يتكفل" كل من هم تحت مسؤولية المستهلك، فهذه التساؤلات أوجدها التعبير غير الدقيق للمفاهيم باعتماد ألفاظ غامضة وتحتل عدّة تأويلات وهو ما يجعل التطبيق السليم لقانون حماية المستهلك أمر بالغ الصعوبة⁽⁴²⁾.

"ولقد تولت المادة الثانية من القانون رقم 09-03 تحديد نطاق تطبيقه، حيث نصت على أن أحكام هذا القانون تطبق" على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك

(42) شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص ص: 28-31.

بمقابل أو مجاناً وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك. "فمن خلال هذه المادة وأحكام أخرى تضمنها القانون 09-03 فإن نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش يمكن رصده من خلال الجوانب التالية:

1- من حيث الأشخاص: تطبق لفائدة المستهلك تجاه كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك.

2- من حيث محل الاستهلاك: تطبق على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك.

3- من حيث العقود: تسري على عقود المعاوضة وكذا عقود التبرع⁽⁴³⁾.

المطلب الثالث: الأجهزة التي تعمل على حماية المستهلك وفق قانون 09-03.

جاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بمجموعة من الأجهزة تعمل لحماية المستهلك منها: جمعيات حماية المستهلك، المجلس الوطني لحماية المستهلك، أعوان قمع الغش، مخابر قمع الغش، القضاء.

الفرع الأول: جمعيات حماية المستهلك

عرفت المادة 21 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، جمعية حماية المستهلك على أنها: "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله، يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساري المفعول".
"يختلف دور جمعيات حماية المستهلكين عن دور الجمعيات الأخرى، كونها تهدف إلى تحقيق هدفين:

¹الأول وقائي: والمتمثل في مراقبة الأسواق وتحقيق نوع من التوازن بين مصالح المستهلك باعتباره طرف ضعيف، مصالح المتدخل كونه المسيطر على العلاقة الاستهلاكية، ذلك بتشجيع هذا الأخير على تقديم منتجات مطابقة للمواصفات المحددة قانوناً وتحقيق الأمن للمستهلكين، كما تضمن لهم الحصول على منتجات لا تشكل خطورة على صحتهم؛

(43) محمد عماد الدين عياض، (نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، مجلة تصدر عن جامعة ورقلة، عدد 9، (جوان 2013)، ص 62.

² أما بالنسبة للدور العلاجي: فيتمثل في متابعة الشكاوى المقدمة من المستهلكين وإحالتها إلى المصالح إضافة لذلك تعمل على ترشيد وخلق ثقافة استهلاكية لدى المستهلك ولن يتأتى ذلك إلا بقيام جمعيات حماية المستهلك بما يلي: تحسيس وتوعية المستهلكين وإعلامهم، مراقبة الأسعار والجودة، ممارسة الدعاية المضادة، الدعوة للإمتناع عن الدفع، الدعوة للمقاطعة، التمثيل في الهيئات المتعلقة بحماية المستهلك، الدفاع عن مصالح المستهلكين⁽⁴⁴⁾.

الفرع الثاني: المجلس الوطني لحماية المستهلك

نص القانون 09-03 بموجب المادة 24 منه على إنشاء مجلس وطني لحماية المستهلك يقوم بإبداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك. وأحالت الفقرة الثانية من نفس المادة تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك إلى التنظيم. صدر هذا الأخير⁽⁴⁵⁾ محددا ما يلي:

أولا: تشكيلته⁽⁴⁶⁾: يتكون المجلس من ممثل واحد عن: بعنوان الوزارات⁽⁴⁷⁾، بعنوان الهيئات والمؤسسات العمومية⁽⁴⁸⁾، بعنوان الحركة الجمعوية⁽⁴⁹⁾، وبالعنوان الشخصيات الخبيرة⁽⁵⁰⁾.

(44) منال بروج، المرجع السابق، ص 140.

(45) المرسوم التنفيذي رقم 12-355 المؤرخ في 2 أكتوبر 2012 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته الصادر بالجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11 أكتوبر 2012.

(46) المادة 3 من نفس المرسوم.

(47) تتمثل هذه الوزارات بموجب المادة 3/أ من نفس المرسوم في: الداخلية والجماعات المحلية، الموارد المائية، الفلاحة والتنمية الريفية، التجارة، الصحة والسكان وإصلاح المستشفيات، الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار، الاتصال، الصيد البحري والمواد الصيدية، الطاقة والمناجم، التضامن الوطني والأسرة.

(48) تتمثل هذه الهيئات والمؤسسات العمومية بموجب المادة 3/ب من نفس المرسوم في: المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، المعهد الوطني للطب البيطري، المركز الوطني لعلم السموم، المعهد الوطني للصحة العمومية، المعهد الوطني لحماية النباتات، المعهد الوطني للتقييس، المعهد الوطني للملكية الصناعية، الديوان الوطني للقياس القانونية، الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، الغرفة الوطنية للفلاحة.

(49) تتمثل الحركة الجمعوية بموجب المادة 3/ج في: كل جمعيات حماية المستهلكين المؤسسة قانونا.

(50) تتمثل هذه الشخصيات الخبيرة بموجب المادة 3/د في: خمسة خبراء في مجال حماية المستهلكين وأمن

وجود المنتجات يختارهم الوزير المكلف بحماية المستهلك

ثانيا: اختصاصاته:

¹ المساهمة في الوقاية من الأخطار التي يمكن أن تتسبب فيها المنتجات المعروضة في السوق وتحسينها من أجل حماية صحة المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية.

² إبداء رأيه حول مشاريع القوانين والتنظيمات التي يمكن أن يكون لها تأثير على الاستهلاك وكذا على شروط تطبيقها.

³ البرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش.

⁴ استراتيجية ترقية جودة المنتجات وحماية المستهلكين.

⁵ جمع المعلومات الخاصة بمجال حماية المستهلكين واستغلالها وتوزيعها.

⁶ التدابير الوقائية لضبط السوق.

⁷ آليات حماية القدرة الشرائية للمستهلكين

⁴ يمكن المجلس المشاركة في ملتقيات إعلامية وإقامة علاقات مماثلة أو ذات نفس الطابع على المستوى الوطني أو الدولي⁽⁵¹⁾.

الفرع الثالث: أعوان قمع الغش

"لقد تم تدعيم جهاز الرقابة بإطارات من مختلف المجالات التقنية، والهدف من ذلك لتمكين هذا الجهاز من مراقبة كل السلع والبضائع الغذائية، مواد التجميل، العطور، قطع الغيار، الآلات الكهرومنزلية"⁽⁵²⁾، كما أكدت المادة 15 من قانون حماية المستهلك، على اختصاص أعوان قمع الغش بمنحهم بعض مهام الضبطية القضائية أثناء قيامهم بمهام الرقابة.

الفرع الرابع: مخابر قمع الغش

تؤهل المخابر التابعة للوزارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش في إطار تطبيق أحكام هذا القانون للقيام بالتحايل والاختبارات والتجارب قصد حماية المستهلك وقمع

⁽⁵¹⁾ المادة 23 من نفس المرسوم.

⁽⁵²⁾ منال بوروح، المرجع السابق، ص 120.

الغش⁽⁵³⁾، وتعد هذه المخابر كشوفات أو تقارير نتائج التحليل أو الاختبارات أو التجارب التي قامت بها وتذكر مراجع المناهج المستعملة⁽⁵⁴⁾.

خاتمة:

ختاما لهذه الدراسة يمكن القول أن حماية المستهلك في بلادنا أصبحت موضع اهتمام وعناية من قبل المشرع، على غرار الأمم المتحضرة بما فيها المنظمات الدولية، ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد، فعدم التوازن بين المنتجين والموردين والتجار من ناحية، والمستهلكين من ناحية أخرى نجده يتعمق ويتسع يوما بعد يوم، مما يدفع بالقانون إلى التدخل لتحقيق إعادة التوازن، وقد كان للتشريعات التي صدرت قبل القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش دور في هذه الحماية، وقصد تعزيز حماية المستهلك من أي شكل من أشكال الممارسة غير المشروعة استحدث المشرع الجزائري القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

مع تقديم هذه المقترحات والتوصيات:

- تنمية ورفع مستوى الوعي لدى المستهلك الجزائري.
- تعزيز التكامل الإعلامي بين الأجهزة الحكومية المعنية بتوعية وحماية المستهلك وبين وسائل الإعلام.
- تطوير الحملات والبرامج التوعوية والخطط الإعلامية لرفع وعي المستهلك وثقافته بحقوقه.
- اعتماد التوعية في النظام التعليمي والتربوي في المدارس والمعاهد والكلية.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: قائمة المصادر

1- الأوامر والقوانين:

- (1) الأمر 75- 47 المؤرخ في 17 جوان 1975 يتضمن تعديل الأمر 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات.
- (2) الأمر 75- 58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 يتضمن القانون المدني الصادر بالجريدة الرسمية عدد 78 المؤرخة في 30 سبتمبر 1975.

⁽⁵³⁾ المادة 35 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

⁽⁵⁴⁾ المادة 38 من نفس القانون.

- (3) القانون 79- 07 المؤرخ في 21 جويلية 1979 يتضمن قانون الجمارك الصادر بالجريدة الرسمية عدد 30 المؤرخة في 24 جويلية 1979.
- (4) القانون 89- 02 الصادر بتاريخ 7 فيفري 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الصادر بالجريدة الرسمية عدد 6 المؤرخة في 8 فيفري 1989.
- (5) القانون رقم 90- 31 المؤرخ في 4 ديسمبر 1990 يتعلق بالجمعيات الصادر بالجريدة الرسمية عدد 53 المؤرخة في 5 ديسمبر 1990.
- (6) القانون 04- 02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الصادر بالجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27 جوان 2004.
- (7) القانون رقم 05- 10 المؤرخ في 20 جوان 2005 الصادر بالجريدة الرسمية عدد 44 المؤرخة في 26 جوان 2005.
- (8) القانون 09- 03 المؤرخ في 25 فيفري 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية المؤرخة في 8 مارس 2009.
- (9) القانون 10- 06 المؤرخ في 15 أوت 2010 يعدل ويتم القانون 04- 02 الذي يحدد القواعد على الممارسات التجارية الصادر بالجريدة الرسمية عدد 46 المؤرخة في 18 أوت 2010.

2- المراسيم التنفيذية:

- (1) المرسوم التنفيذي رقم 90- 39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية عدد 5 المؤرخة في 31 جانفي 1990.
- (2) المرسوم التنفيذي رقم 91- 53 المؤرخ في 23 فيفري 1991 الصادر بالجريدة الرسمية عدد 9 المؤرخة في 29 فيفري 1991.
- (3) المرسوم التنفيذي رقم 96- 355 المؤرخ في 19 أكتوبر 1996 الذي تضمن إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيورها الصادر بالجريدة الرسمية عدد 62 المؤرخة في 20 أكتوبر 1996.
- (4) المرسوم التنفيذي رقم 12- 355 المؤرخ في 2 أكتوبر 2012 المحدد لتشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته الصادر بالجريدة الرسمية عدد 56 المؤرخة في 11 أكتوبر 2012.

(5) المرسوم التنفيذي رقم 13- 378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك الصادر بالجريدة الرسمية عدد 41 المؤرخة في 27 جوان 2013.

ثانيا: قائمة المراجع

أ - الرسائل الجامعية:

- (1) باسل يوسف محمد الشاعر، (التدابير الاحترازية والتشريعية في حماية المستهلك في الفقه الاسلامي "دراسة مقارنة")، دكتوراه من جامعة الأردن، 2004.
- (2) شعباني حنين نوال، (الالتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش)، ماجستير من جامعة تيزي وزو، 2012.
- (3) صياد الصادق، (حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم: 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش)، ماجستير من جامعة قسنطينة 1، 2013 - 2014.
- (4) علي شطابي، (حماية المستهلك من المنتجات المقلدة في التشريع الجزائري)، ماجستير من جامعة الجزائر 1، 2013 - 2014.
- (5) ميدني نجاح، (آليات حماية المستهلك في الاقتصاد الاسلامي)، مذكره ماجستير من جامعة باتنة، 2007.

ب - المجلات والمداخلات:

- (1) عماد بوقلاشي وعادل مسنوي، (تطور سياسات وآليات حماية المستهلك من مظاهر الغش التجاري في الجزائري، رؤية تحليلية خلال الفترة (1990 - 2014))، مجلة المناجير، مجلة تصدر عن المدرسة التحضيرية في العلوم الاقتصادية، التجارية والتسيير الجزائر، عدد 02، (جوان، 2015).
- (2) محمد عماد الدين عياض، (نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش)، مجلة دفاقر السياسة والقانون، مجلة تصدر عن جامعة ورقلة، عدد 9، (جوان 2013).
- (3) أنور أحمد رسلان، (الحماية التشريعية للمستهلك)، مداخله مقدمة في إطار ندوة حماية المستهلك في الشريعة والقانون المنظمة بجامعة الإمارات العربية المتحدة، يومي 6 و7 ديسمبر 1998.

(4) حسين شاهين، (حماية حقوق المستهلك العربي بين الواقع وآليات تطبيق القانون)، مداخلة في إطار الندوة العلمية حول حماية المستهلك العربي بين الواقع وآليات تطبيق القانون بالمركز العربي للبحوث القانونية والقضائية في جامعة الدولة العربية أيام 2، 3، 4 جوان 2014.

