

غش الأغذية وحماية المستهلك

د. لعرباوي نبيل صالح

جامعة بشار - الجزائر

prof_droit@yahoo.fr

ملخص

يحتاج المستهلك إلى الحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة، لذا أصبح إيجاد قواعد قانونية لمواجهة الأخطار التي قد يتعرض لها المستهلك من أجل إعادة التوازن إلى العلاقات العقدية بما يحول دون إلحاق الضرر بالمستهلك، انطلاقاً من هنا، تعمل الورقة البحثية هذه ومن خلال المنهج الوصفي-التحليلي، على تقديم التعريف القانوني لبعض المفاهيم الدائرة في فلك الموضوع المعالج (كالإعلان الخادع و الغش و غيرها) والتي قد تختلف مع تعريفها الاقتصادية مما يخلق نوعاً من اللبس عند غير المتخصصين، كما سيتناول البحث جرد و تحليل لأبرز الوسائل القانونية التي سنها المشرع الجزائري بغية حماية المستهلك من ممارسات غش و تدليس عند اقتنائه لغذاء أو دواء، ليخلص إلى نتائج عدة مفادها أن وتيرة تحديث التشريعات لا تتماشى مع تلك التي تعرفها التحولات الاقتصادية، مما خلق ثغرات قانونية قد تكون عواقبها وخيمة على المستهلك و على الاقتصاد ككل.

كلمات مفتاحية: المحترف، المستهلك، الغش، التدليس، الإعلان الخادع.

تصنيف JEL: D18, K42.

Résumé

Tous les consommateurs et quel que soit le système économique, ont besoins de protection, d'où la nécessité de trouver des règles juridiques pour lutter contre les risques auxquels ils peuvent être exposés afin de rétablir un équilibre dans les relations contractuelles empêchant de nuire au consommateur. Dans cette optique, le présent papier aspire à clarifier la définition juridique de certains concepts économiques (comme la fraude et la publicité mensongère) et de relater et d'analyser les principales mesures instaurées par le législateur Algérien en matière de protection des consommateurs, s'agissant ici de la consommation alimentaire et médicamenteuse. Aussi et parmi les conclusions obtenues, il apparait clairement que la législation Algérienne est quelque peu sclérosée en matière d'adaptation des textes avec les évolutions économiques, ce qui crée des failles susceptibles de préjudices à l'encontre du consommateur et de l'économie dans son ensemble.

Les mots clé : Professionnels, Consommateur, Fraude, Dissimulation, Publicité trompeuse.

La classification JEL: D18, K42.

مقدمة:

إن حاجة الأشخاص إلى السلع و الخدمات تدفعهم إلى التعاقد مع محترفين يمتنون بيع هذه السلع، و تقديم هذه الخدمات سواء أكانوا منتجين أم موزعين أم بائعين مهنيين، و تلك حاجة وجدت مع وجود الإنسان الذي أصبحت حمايته بوصفه مستهلكا من أهم الواجبات الأساسية للدول.

كما أن ظاهرة تزايد الغش في مجال المواد الغذائية أصبحت تمثل خطرا كبيرا على الإنسان، و تعد ظاهرة الغش من المشاكل التي اهتمت بها كل التشريعات. ولعل السبب في إزدياد هذه الظاهرة هو بروز السمة المادية في نفوس التجار، و التوسع التكنولوجي في وسائل و طرق الغش. حيث أصبح حاليا بإمكان التجار إيجاد أماكن حفظ المواد الغذائية لإطالة مدة الصلاحية و المحافظة على الشكل الطبيعي للمنتج.

إضافة إلى حاجة الدول للمواد الغذائية و الطبية خاصة الفقيرة منها، مما يجعلها عرضة للإعلانات المضللة و الخادعة دون مراعاة إلى محاولة الكشف في هذه المنتجات¹.

و يحتاج المستهلك إلى الحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة، ولكن تتعاظم أهميتها بصفة خاصة في نظام اقتصاد السوق الذي يعتمد على القطاع الخاص. و نتيجة للتطور العلمي الهائل الذي أدى إلى ظهور العديد من الابتكارات و الاختراعات في شتى المجالات، نتج عن ذلك تقديم العديد من السلع و الخدمات المتنوعة. و أصبح المستهلك في موقف حرج يصعب عليه معرفة ما هو الأصح و الأنفع له من بين السلع المقدمة إليه.

إضافة إلى ما ذكر، فإن ظهور الانترنت و ما و فرته من خدمات متنوعة و سريعة وجدت آليات ووسائل جديدة للتفاوض على عقود الاستهلاك الإلكترونية عبر شبكة الانترنت و إبرامها. ونظرا لخصوصية التعاقد الإلكتروني فإنه كان من الضروري حماية المستهلكين الذين يتعاقدون من خلال هذا الطريق الذي لا يجمع البائع و المستهلك في مكان واحد بل غائبان جسدياً².

و تحاول التشريعات سواء الوطنية أو الدولية حماية الإنسان من الغش بقوانين تجرم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية. فالمرشع الجزائري وضع سياسات و قوانين من أجل حماية الجمهور من المستهلكين، لأن مجال توزيع المنتجات المغشوشة يتعلق غالبا بالطبقات الوسطى من المجتمع من حيث الملكات الذهنية، أو الحد الأدنى من الثقافة العامة أو المتعلق بمجال غش الأغذية و المواد الطبية.

● إشكالية الدراسة: إن البحث في هذا الموضوع يستلزم معالجة الإشكالية التالية:

"كيف تعامل المشرع الجزائري مع غش الأغذية و المواد الطبية، وما هي القواعد و الوسائل القانونية التي أوجدها بشأن حماية المستهلك عندما يدخل في علاقات تعاقدية مع أشخاص محترفين؟"

- **الهدف من الدراسة:** يهدف هذا المقال إلى التعرض إلى التزام المحترف بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الجوهرية قبل التعاقد ودور هذا الالتزام في تنوير رضا المستهلك ومواجهة الأخطار من الإعلانات الكاذبة والمضللة. وكذا الوقوف على مدى الاعتماد على القواعد القانونية الواردة في قانون العقوبات والقانون المدني لغرض توفير الحماية الفعالة للمستهلك في إطار العلاقات الغير متوازنة مع المحترفين.
- **منهج الدراسة:** من أجل الإلمام بكل عناصر الموضوع نتبع في ذلك المنهج الوصفي التحليلي لتحديد طبيعة المشكلة واستعراض الأحكام القانونية ومدى ملائمتها على الصعوبات التي تظهر في عقد الاستهلاك.
- **خطة الدراسة:** نقسم هذه الدراسة إلى مطلبين اثنين: مطلب أول عن غش الأغذية و المواد الطبية و مطلب ثاني حول حماية المستهلك .

المطلب الأول: غش الأغذية و المواد الطبية

إن الغش التجاري له أثر مباشر على المستهلك و يسبب له أضرارا يتعذر تداركها، فكان لزاما البحث عن حماية فعالة للمستهلك، و نشر الوعي في نفوس الجمهور بالطرق العلمية. و إعلام المستهلك يعد من الأمور التي فرضت نفسها في مجال العلاقات بين المستهلكين من ناحية و المنتجين و الموزعين من ناحية أخرى.

فالمستهلك يخضع لسيطرة المنتجين و الموزعين، و يضطر بسبب حاجته إلى المواد الإستهلاكية و الخدمات، على -الرغم من عدم توافر المعلومات الكافية لديه عن السلعة. على أن الدخول في علاقات تعاقدية قد تشكل اختلالا يعكس خضوع المستهلك لسيطرة المنتج³.

وتدخل المشرع الجزائري عن طريق إصدار تشريعات منظمة لحماية المستهلك و قمع الغش⁴، و تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية⁵، و شروط ممارسة الأنشطة التجارية⁶.

كما أن التصدي للغش يقتضي عن طريق حماية المستهلك لنفسه عن طريق جمعية حماية المستهلكين، و متابعة أساليب الغش و كشفه للجمهور، و تدخل المراكز العلمية و الجامعات لمراقبة مواصفات الأغذية و المواد الطبية و اكتشاف مدى صلاحيتها و أثرها على صحة الإنسان.

أولا: تعريف الغش:

يعرف الغش على أنه كل تعديل أو تغيير عمدي من شأنه إيجاد فروق في الأوزان بالزيادة أو النقصان يستفيد منه الحائز لأدوات القياس، و يقع ضررا على المستهلك⁷. ويعرف كذلك على أنه تغيير يقع على جوهر السلعة أو تكوينها الطبيعي و تكون هذه السلعة معدة للبيع بحيث يترتب على هذا التغيير التأثير على خواصها الأساسية أو

إخفاء عيوبها أو اعطائها مظهرا آخر يختلف عنه في الحقيقة، وذلك من أجل الاستفادة من الخواص المسلوقة للحصول على كسب مادي عن طريق الفرق في الثمن⁸.

وقد يقع الكذب و التضليل في الإعلان التجاري على عنصر أو أكثر من عناصر السلعة أو الخدمة، مما قد يدفع المستهلك إلى الإقبال على المنتج ما كان ليقبل عليها أصلا. وقد حرص المشرع الجزائري على ضرورة إلزام إعلام المستهلك و ذلك في المادة 17 من قانون 03/09 المتعلق الصادر بتاريخ 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فيجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه الاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

وقد نص قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على إنشاء جمعية حماية المستهلكين، وكذا مخابر قمع الغش، و تؤهل هذه المخابر للقيام بالتحاليل و الاختبارات و التجارب قصد حماية المستهلك و قمع الغش، وتستعمل هذه المخابر في إطار مهامها المناهج المحترف بها على المستوى الدولي.

و الغش قد يكون بفعل الإنسان كما في حالة الإضافة أو الخلط، كما قد يكون الغش بأسباب خارجة عن إرادة الإنسان و يكون هذا راجع إلى فساد السلعة نتيجة لطبيعتها كما في حالة اللحوم و الجبن.

ثانيا: موقف المشرع الجزائري من الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية

من أجل حماية المستهلك اهتم المشرع الجزائري بتجريم أفعال الغش خاصة تلك المتعلقة بالمواد الغذائية و الطبية و ذلك حفاظا على سلامة الأفراد، فأصدر المشرع القانون رقم 06-23 المعدل لقانون العقوبات⁹، وتضمن هذا القانون تجريم عدد كثير من أفعال الغش.

و بالإضافة على العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات، فالقانون رقم 09-03 إهتم بصفة خاصة بمجالات الغش المتعلقة بخداع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتجات المسلمة، أو تسليم المنتجات غير تلك المعينة مسبقا، أو قابلية استعمال المنتج، أو تاريخ أو مدد صلاحية المنتج، أو النتائج المنتظرة من المنتج، أو طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لإستعمال المنتج¹⁰.

ثالثا: أساليب الغش في مجال المواد الغذائية و الطبية و مدى تجريمها:

لقد أصبح الإنسان في وقتنا الحالي مقبل على المنتجات المصنوعة، و أصبحت هذه المنتجات أمرا أساسيا في حياته، و يكشف استمرار التطور عن التزايد المستمر في الإعتماد على هذه المنتجات، حتى أن ما ينظر إليه اليوم على أنه من الكماليات يصبح غدا من الضروريات.

فالمستهلك يسعى للحصول على السلع و الخدمات التي يرغب في اقتنائها بأفضل المواصفات، وهذا يتطلب التأكد من أن السلع و المواد الغذائية و المواد الأخرى مطابقة لمواصفاتها القياسية المعتمدة، فصور الغش و أساليبه

بلغت من التنوع و الحيل مالا حصر له، ولعل أهم هذه الوسائل هو أسلوب الإعلان الكاذب أو الخادع وجاء المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الصادر بتاريخ 9 نوفمبر سنة 2013 يحدد الشروط والكميافيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

1- المقصود بالإعلان:

يلعب الإعلان التجاري دورا كبيرا في إعلام المستهلكين بالمعلومات و البيانات الجوهرية الخاصة بالسلع و الخدمات المعروضة في السوق، ويتحقق هذا الإعلان عن طريق بيانات توضع على أغلفة المنتجات. و تنص المادة 17 من قانون 03-09 على أنه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

2- الإعلان الخادع:

يعرف الإعلان الخادع أو الكاذب بأنه الإعلان الذي يتضمن بيانات غير حقيقية بشكل يعرض المستهلكين إلى الخداع¹¹. وقد عرفه قانون التوجيه الأوروبي رقم 450 الصادر بتاريخ 10 ديسمبر 1984 في المادة الثانية على أن الإعلان المضلل "الخادع" بأنه "أي إعلان بأية طريقة كانت يتضمن في عرضه تضليلا أو من الممكن أن يؤدي إلى تضليل المخاطبين أو المنافسين بشكل قد يلحق بهم ضررا"¹².

فالإعلان الخادع أو المضلل يتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج. ومن الأمثلة العملية في إتباع طرق الإعلان المضلل خاصة في مجال الأغذية هو إتباع أسلوب استخدام المشاهير كالممثلين و المطربين، و نجوم المجتمع للإعلان عن استعمالهم و استخدامهم لمنتجات معينة و تجربتهم للمنتج محل الإعلان ثم يتضح عدم صحة ذلك¹³.

ومن الوسائل المستعملة في الغش و التضليل في الإعلان التجاري هو قيام المعلن بأي فعل أو تصرف يقوم به و يؤدي إلى أن يولد الغلط أو اللبس في ذهن المستهلك، فتخفي الحقيقة عنه حول ذاتية السلعة أو الخدمة أو صفاتها الجوهرية أو نوعها أو أصلها¹⁴.

و هنا تظهر لنا أهمية الإعلان في حياتنا المعاصرة، فالإعلان التجاري لا يكفي بوصف سلعته أو خدمته محل الإعلان و إبراز خصائصهما و مميزاتها، بل يقوم بإبراز ما تعثره السلع و المواد و الخدمات المنافسة من عيوب و نواقص.

و الحقيقة أنه لا يمكن اغفال الإعلان و أهميته في تشجيع التجارة الداخلية و المنافسة، فالإعلان يؤدي لدفع المستهلك لشراء سلع لا يكون في حاجة إليها¹⁵.

و الحل الذي اعتمدته المشرع الجزائري هو إنشائه لجمعية حماية المستهلكين بمقتضى قانون 03-09 حيث طبقا للمادة 21 منه فإن هذه الجمعية تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه و توجيهه و تمثيله.

و عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني¹⁶.

و ظهرت في الوقت الحالي وسائل جديدة للغش، مثال ذلك فيما يتعلق بالمواد الصيدلانية، حيث نجد أن كمية المواد العلاجية داخل العلبات تقل عن الكمية المعلنة على البطاقة الخارجية¹⁷.

و كذلك في مجال المنتجات ظهرت حالات غش البنزين وذلك بخلطه بالماء لأنها أقل تكلفة، وكذا الغش في قطع غيار السيارات و الأجهزة الكهربائية. وهناك الطرق التقليدية المعروفة في الغش مثل تقليد العلامات التجارية لشركات عالمية معروفة، و التقليد و الاعتداء على حقوق الملكية الصناعية.

رابعاً: تجريم أفعال الغش:

لقد تضمن المشرع الجزائري نصوصاً تضع جزاءات جزائية على صور و أساليب الغش نذكر منها المادة 429 من قانون العقوبات التي تنص على أنه "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول أو خدع المتعاقد:

- سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

- سواء في نوعها أو مصدرها.

- سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

وفي ما يتعلق بجريمة مواد مغشوشة بقصد التداول تقضي المادة 430 من قانون العقوبات على أنه "يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج كل من يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش سواء صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية أو بحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت".

ومن أجل حماية المستهلك من غش الأغذية شدد المشرع في العقوبة في المادة 432 من قانون العقوبات، فإذا ألحقت المواد الغذائية أو الطبية أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها مرضاً أو عجزاً عن العمل، يعاقب مرتكب الغش

و بائع تلك المواد وهو يعلم أنها مغشوشة أو مسمومة بالحبس من 5 سنوات إلى عشر سنوات و بغرامة من 500.000 دج على 1000.00 دج.

وإذا تسببت المواد المغشوشة في مرض غير قابل للشفاء أو في عاهة مستديمة أو فقد استعمال عضو، يعاقب الجناة بالسجن من عشر 10 سنوات إلى عشرين 20 سنة بغرامة من 1000.00 إلى 2000.00 دج، ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد، إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان.

كما تضمن قانون 09-03 المتعلق بقمع الغش و حماية المستهلك في الفصل الثاني عنه بعض المخالفات و العقوبات، ومن الأمثلة على ذلك ما تنص به المادة 71 منه على أنه كل من يخالف إلزامية سلامة المواد الغذائية يعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار 200.000 دج إلى خمسمائة ألف دينار 500.000 دج.

و أضاف المشرع مادة جديدة في التعديل الجديد لقانون العقوبات سنة 2006 وهي المادة 435 مكرر في شأن مسؤولية الشخص المعنوي، حيث قرر أنه يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم المنصوص عليها في هذا الباب، وذلك طبقاً للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر.

و بالرجوع على نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات، فإنه يكون الشخص المعنوي مسؤولاً جزائياً عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك.

و المسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك في نفس الأعمال. و تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة المنصوص عليها في المادة 18 مكرر و 18 مكرر 2. ويعاقب الشخص المعنوي بالغرامة التي تساوي من مدة 01 على خمس 05 مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي.

و يمكن للمحكمة أن تقضي بحل الشخص المعنوي، أو غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس 05 سنوات، أو الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس 05 سنوات، و المنع من مزاوله نشاط أو عدة أنشطة نهائياً أو لمدة لا تتجاوز خمس 05 سنوات.

-المصادرة و نشر الحكم:

المادة 18 مكرر من قانون العقوبات تتضمن في الفقرتين 8-9 أن العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي قد تكون مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها، وفي حالة الإدانة ينشر و يعلق حكم الإدانة.

المطلب الثاني: حماية المستهلك

أصبح الغش يشكل آفة للمجتمعات المعاصرة و أصبح ينتشر في مختلف المجالات و الميادين و الأنشطة، لذلك استدعى تدخل المشرع للحد من اتساع نطاق ظاهرة الغش و التقليل من أثاره السلبية.

و في منتصف السبعينات أعلن المجلس الاقتصادي و الاجتماعي للأمم المتحدة بأن حماية المستهلك لها علاقة بالتنمية الاقتصادية و الاجتماعية. و تم تقديم مشروع وتم اعتماده سنة 1985م، ومن أهداف هذه المبادئ مساعدة الدول على تحقيق الحماية الكافية للسكان على اعتبار أنهم مستهلكين¹⁸.

كما توجب هذه المبادئ على الدول وضع سياسات و قوانين تحمي المستهلك وتفيد جميع المؤسسات بالقوانين و الأنظمة الموجودة في بلدانها، والتقييد بالمعايير الدولية لحماية المستهلك و التي وافقت عليه الدول¹⁹. بالإضافة إلى اعتماد تدابير قانونية و أنظمة سلامة و مقاييس وطنية أو دولية، والعمل على إنتاج سلع آمنة. أما التعاون الدولي في مجال حماية المستهلكين لم يشهد لها نجاحا كبيرا، وكانت هناك بعض الاتفاقيات منها اتفاقية فيينا لعام 1964، و اتفاقية لاهاي لعام 1985م. إلا أن هذه الجهود لم ترقى إلى مستوى التعامل و التبادل الدوليين، و أصبحت الدول النامية تلعب دور المستهلك في مواجهة الدول الصناعية التي تسيطر على العمليات التجارية.

و في المجال الوحيد لحماية المستهلكين لحماية حقوقهم في إطار العقود التي يبرمونها مع التجار و الموزعين، إنما يتمثل في اللجوء إلى قواعد القانون المدني، و تتم الحماية عن طريق النصوص التي تنظم العقد. و سندرس في هذا المطلب مظاهر حماية المستهلك سواء في مرحلة تكوين العقد (أولا) أو في مرحلة تنفيذ العقد (ثانيا) أو في مرحلة ما بعد التعاقد (ثالثا).

أولا : مرحلة حماية المستهلك ما قبل التعاقد

سنجد أن المشرع كرس حماية للمستهلك سواء في مرحلة الإعلان عن التعاقد أو في مرحلة إبرام العقد أو في مرحلة تحديد مضمون العقد.

-الإعلان عن التعاقد:

وضع المشرع قواعد ملزمة للمعلن الذي يمارس دعابة و ألزمه بتضمينها بيانات إلزامية، و الغاية الأساسية من هذا التنظيم هي تزويد المستهلك بالمعلومات الكاملة عن السلع و المواد الغذائية.

و حددت المادة 17 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك على أنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه الاستهلاك بواسطة الرسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

فيجب التأكد من صحة الإعلانات عن المنتج أيا كانت وسيلة الإعلان لأن أصحاب المنتجات يلجأون لكافة وسائل الغش و الأساليب، ذلك أن بعض الإعلانات تكتب بصيغة علمية و كأنها صادرة من جهات مسؤولة بالدولة²⁰.

ويستوجب الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد أن يقدم المحترف هذه المعلومات إلى المستهلك لتنوير رضائه قبل اتخاذ قراره بالتعاقد مع حرمه، فعلى المحترف أن يبصر المستهلك بجميع العناصر التي تكون له مصلحة في الإلمام بها²¹.

ثانياً: حماية المستهلك في مرحلة التعاقد:

- مقاومة الشروط التعسفية لحماية رضا المستهلك

إن التغيرات الاقتصادية والعلمية والتكنولوجية التي ميزت العلاقات التعاقدية في أغلبها بعدم التوازن بسبب ما يمكنه أحد طرفيها من قوة وخبرة ومعرفة في مواجهة الطرف الآخر. والتفاوت بين طرفي العلاقة التعاقدية أتاح الفرصة أمام المحترفين بأن ينفردوا بصياغة العقد ووضع شروطه على أي شكل من أشكال الرقابة.

ومن أجل حماية المستهلكين، أصبح كل من التشريع والقضاء والفقه يواجه الشروط التعسفية التي تضمنتها العلاقات التعاقدية المعاصرة وخاصة في مجال عقود المستهلكين، وذلك من أجل حماية الطرف الضعيف ومحاولة لإعادة التوازن الحقيقي بين أطراف العقد²².

فالشرط التعسفي هو الشرط الذي يفرض على غير المهني أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في استعمال الغير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة محففة²³.

و على صعيد الاتحاد الأوروبي، فقد عرف التوجيه التشريعي الأوروبي رقم 13 الصادر في 15 أبريل 1993م بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين في الفقرة الأولى من المادة 3 منه الشرط التعسفي بأنه "الشرط الذي يرد في العقد، و ينطوي على تفاوت جلي خلافا لما يقضي به حسن النية و ضد مصلحة المستهلك بين حقوق طرفيه و التزاماتهما على حساب المستهلك"²⁴.

وتذهب بعض التشريعات على غرار القانون المدني الفرنسي، أن الشرط التعسفي يتحقق في العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين من خلال معيارين، أهمها معيار اقتصادي وهو استخدام المهني لنفوذه الاقتصادي، وثانيهما معيار قانوني يتعلق بالأثر الفاحش الذي يتحصل عليه المهني²⁵.

و بالنسبة للمعيار الأول فالعقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين، ينفرد بها المهني بوضع شروط العقد، وهو يمارس سلطة الواقع و بالتالي فإن الشروط التعسفية تعتبر تطبيق من تطبيقات نظرية التعسف في استعمال الحق²⁶.

فالمهني في تعاقد مع المستهلك يعرف مؤشرات الشروط و المخاطر المتكررة و لديه الخبرة في التصرفات التي تدخل في مجال اختصاصه، و كذلك عدم إمكانية المستهلك مناقشة العناصر الأساسية للعقد، فصلا عن التفوق التقني للمهني²⁷.

أما المعيار الثاني الميزة الفاحشة تكون نتيجة أعمال الشروط التعسفية و هي تؤدي إلى الإخلال بالتوازن العقدي في مجال حقوق التزامات طرفية و بهذا يقترب من الغبن²⁸. لكن على الإختلاف يظهر بينهما في المحل الذي يقع عليه التعسف، حيث يقع الغبن على الثمن بينما يقع في الشروط التعسفية على شروط العقد. ويتم تقدير الميزة الفاحشة بالنظر إلى مجموع العملية التعاقدية و شروطها، و لإضفاء الصفة التعسفية على شرط ما فمن الضرورة أن يؤخذ بنظر الإعتبار تاريخ التعاقد.

-معالجة الشروط التعسفية:

يتضمن القانون المدني قواعد عامة يمكن أن نستنبط منها قواعد لمعالجة الشروط التعسفية في العقود التي تبرم بين المستهلكين و المحترفين، حينما يكون المستهلك في المركز الذي تحدده هذه القواعد لغرض الاستفادة من الحماية العامة التي توفرها.

وفي القانون المدني نجد قاعدتين في هذا المجال، أولاهما قاعدة الشك يفسر لصالح المدين، و ثانيهما قاعدة حسن النية في إبرام العقد.

و بالنسبة القاعدة الأولى فإذا تضمن العقد شروطا تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المدعى منها و ذلك وفق لما تقضي به العدالة²⁹.

و إذا كانت عبارة العقد واضحة و معبرة بدقة عن الإرادة المشتركة للمتعاقدين، فلا يجوز للقاضي الإنحراف عنها من أجل تفسيرها، ولكنه قد يلجأ إلى التفسير في حالة وجود الشك. فيجب البحث عن النية المشتركة للمتعاقدين دون الوقوف عند المعنى الحرفي للألفاظ³⁰. فالشك يفسر لمصلحة المدين لأن الأصل في الشخص هو براءة الذمة، و عندما يقوم شك حول مدى إلتزام المدين، فإنه يجب تفسير هذا الشك بالطريقة التي يجعل الإلتزام في أضيق الحدود، كما تؤكد هذه القاعدة القواعد العامة في الإثبات.

ففي العقود المعروضة على المستهلك قد يعتمد المحترفين صياغة العبارات بصورة غامضة من خلال وضع شروط قد تتحمل أكثر من معنى. فالمستهلك يكون دائما هو المدين، فإذا كانت العبارات الغامضة محل التفسير تخص شرطاً يعفي المحترف من إلتزام يقع عليه بموجب القواعد العامة، فإن الشك يفسر لمصلحة الشخص الذي يضار من هذا الشرط وهو المستهلك.

أما بالنسبة للقاعدة الثانية فيعد حسن النية من القواعد الأساسية في كل العقود، حيث تفرض على طرفي العلاقة التعاقدية توجيه إرادتهما بطريقة تتفق مع ما توجبه هذه القاعدة. فتطبيق هذه القاعدة يؤدي إلى علم المتعاقد و تنويره في تكوين إرادته التعاقدية و بالتالي تحقيق المساواة الفعلية.

فقاعدة حسن النية هي إلزام قانوني يحفظ المصالح الخاصة للمتعاقد عند إبرامه للعقد و يجنبه الوقوع في الأضرار³¹، و هذا يؤكد لنا أن الإلزام بالإعلام يعد تطبيقا من تطبيقات قاعدة حسن النية في إبرام العقود. تطبيق هذه القاعدة في العقود المبرمة بين المحترف و المستهلك، تكون مطلوبة من جانب المحترف أكثر من المستهلك. لأن المستهلك يكون في مركز الطرف الضعيف أمام المحترف، وتوجب هذه القاعدة إلزام المتعاقد بعدم إيراد شروط تعسفية بحق المتعاقد الآخر، وهذا راجع إلى مبدأ حسن النية في مرحلة إبرام العقد. و القانون المدني الجزائري لم يأت بنظرية عامة لقاعدة حسن النية في جميع مراحل العقد، ولكنه نص في الفقرة الأولى من المادة 107 على أنه " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه بحسن نية". لكن بالرجوع إلى القواعد المتعلقة بصحة التراضي نجد أن المشرع قد أخذ بهذه القاعدة، ففي مجال عيب الغلط اشترط المشرع أن يكون الغلط جوهريا وقت إبرام العقد مع مراعاة شروط العقد و حسن النية³²، وليس لمن وقع في غلط أن يتمسك به على وجه يتعارض مع ما يقتضي به حسن النية³³.

ثالثا: حماية المستهلك في مرحلة ما بعد التعاقد:

إن إقدام المستهلك على إبرام عقد يشتري بموجبه مواد غذائية أو سلعة معينة أو يحصل على خدمة معينة ينطوي إلى حاجة المستهلك لهذه المواد أو السلعة أو الخدمة، و هذا لا يتم إلى حصوله على سلعة خالية من العيوب. فالمستهلك يستطيع أن يستخدم و سائل قانونية مستمدة من صفته كمشتري و من هذه الوسائل الضمان القانون " ضمان العيوب الخفية". ويعد ضمان العيوب الخفية وسيلة جيدة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم المبيع مطابق للمواصفات التي تم الإتفاق عليها و التي تستلزمها الأعراف و طبيعة التعامل³⁴. و لكي يلزم البائع بضمان العيب الذي يظهر في المواد الغذائية و الطبية لابد أن يكون العيب مؤثرا. و يكون العيب مؤثرا بموجب القانون المدني الجزائري إذا كان من شأنه أن ينقض من قيمته أو من الإنتفاع به وحسب الغاية المقصود منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو إستعماله. فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها³⁵.

فالمادة 1/ 11 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك تنص على أنه "يجب أن يلي كل منتج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه و منشئه و مميزاته الأساسية و تركيبته و نسبة مقوماته اللازمة وهويته و كميته و قابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن استعماله". كما وضع المشرع شرط خدمة ما بعد البيع و ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة³⁶، حيث يتدخل البائع المهني لإصلاح كل خلل يظهر في المبيع، ويحدد نطاق هذا الإلزام لأحكام العقد، فهو ضمان إضافي لا ينشأ إلا بالنص عليه صراحة.

و تنص المادة 13 الفقرة الأولى على أنه " يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتادا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون".

و أضافت الفقرة الثالثة من نفس المادة على أنه " يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته".

وما يبرر وجود الخدمة ما بعد البيع هو التطور العلمي و التكنولوجي الحديث، و ما صاحبه من التغير السريع والمستمر في أنظمة الإنتاج و التوزيع مما أدى إلى ظهور سلع و منتجات في غاية الدقة، قد يصعب على المستهلك العادي التعرف على عيوبها إلا بعد استعمالها لفترة مناسبة.

و الخدمة ما بعد البيع تحقق مصلحة المستهلك، ففي حالة وجود عيب في المبيع فإن استبداله أو تصليح المنتج يكون أحسن من رد البيع و استرجاع الثمن الذي قد يرفضه البائع عادة، في حين قد يقبل بإصلاح العيب أو حتى استبداله³⁷.

خاتمة:

إن المحترف أصبح يمارس نشاطاته عن طريق شركات ضخمة تمتلك قدرات اقتصادية مما يمكنه من استخدام إعلانات تجارية قد تتضمن معلومات كاذبة، ووجود شروط تعسفية. إزاء هاته المستجدات و قصور القواعد القانونية الواردة في القانون المدني وقانون العقوبات كان لزاما من البحث على قواعد خاصة من أجل حماية المستهلك من خلال القانون رقم 09-03.

وفي ضوء ما تقدم يمكن أن نخلص إلى بعض التوصيات يمكن تلخيصها فيما يأتي:

- تحديث القواعد العامة الواردة في القانون المدني، وذلك حتى تتماشى مع التطورات الاقتصادية وخاصة تلك المرتبطة بظهور سلع غذائية (أو مكونات داخلية في تصنيعها) و أدوية جديدة.
- ومن الطرق الفعالة لقمع الغش هو فرض الغرامات التهديدية لمنع المواد المغشوشة أو وقف النشاط كلية أو المصادرة.
- تفعيل دور جمعيات حماية المستهلكين.
- تشديد الرقابة الحكومية على منافذ التصدير و الإستيراد، وانتشار الرقابة عبر كل مناطق الوطن.
- تفعيل مخابر قمع الغش في حماية المستهلك و قمع الغش، و تبصير الشأن لما وصلت إليه من خلال الكشوفات أو التقارير أو التجارب التي قامت بها.

الهوامش

- ¹ أنظر أكثر تفصيلا د أمانج رحيم أحمد: حماية المستهلك في نطاق العقد، الطبعة الأولى، 2010، ص 20.
- ² أنظر أكثر تفصيلا د فريد منعم صبور: حماية المستهلك عبر الأنترنت و مكافحة الجرائم الإلكترونية دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى 2010، ص 7.
- ³ أنظر أكثر تفصيلا د عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك " دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، 2007، ص 140.
- ⁴ قانون رقم 09-03 الصادر بتاريخ 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد رقم 15.
- ⁵ قانون رقم 04-02 الصادر بتاريخ 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، العدد 41.
- ⁶ قانون رقم 04-08 الصادر بتاريخ 14 أوت سنة 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية العدد 52.
- ⁷ د عبد المنعم موسى إبراهيم: مرجع سابق، 165.
- ⁸ أحمد الرفاعي: الحماية المدنية للمستهلك، دار النهضة العربية، 1994، ص 140.
- ⁹ القانون رقم 06-23 الصادر بتاريخ 20 ديسمبر 2006 المعدل لقانون العقوبات الجريدة الرسمية العدد رقم 84.
- ¹⁰ أنظر المادة 68 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك.
- ¹¹ أنظر أكثر تفصيلا د أبو العلا علي أبو العلا النمر: المشكلات العملية و القانونية في التجارة الإلكترونية، ص 209.
- ¹² د أمانج رحيم أحمد: مرجع سابق، ص 175.
- ¹³ د حسني أحمد الجندي: قوانين قمع التدليس و الغش، الحماية الجنائية للمستهلك، دار النهضة العربية، 1986، ص 46.
- ¹⁴ د عمر محمد عبد الباقي: الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2004، ص 127.
- ¹⁵ وإلزام الصحف والتلفزيون بالتحري عن صدف الإعلان و مكونات السلعة المعلن عنها وتقدير مسؤولية هذه الجهات هي من الأمور التي يصعب تطبيقها.
- ¹⁶ أنظر المادة 23 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.
- ¹⁷ كما توجد وسائل أخرى للغش يلجأ إليها المنتجون خاصة في مجال الأدوية، حيث تضع أقراص للدواء خالية من أية مادة علاجية، فهي أقراص فارغة، وهذه الطريقة تلجأ إليها الشركات بعد إنتهاء مدة صلاحية الأدوية، و يستخدمها الصيادلة عند رفض الشركة البائعة أخذ الكميات التي لم توزع.
- ¹⁸ د أحلام بيضون : حقوق المستهلك في التشريعات العربية، 2003، ص 31.
- ¹⁹ أنظر أكثر تفصيلا د عبد المنعم موسى إبراهيم: مرجع سابق، ص 44.
- ²⁰ انظر أكثر تفصيلا د نبيل إبراهيم سعد: ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان " في القانون الفرنسي"، 2008، ص 20.
- ²¹ د حسن عبد الباسط جميعي: حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1996، ص 21.
- ²² أنظر أكثر تفصيلا د أمانج رحيم أحمد: مرجع سابق، ص 203.
- ²³ د السيد محمد السيد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، ص 49.

- 24 د أمانج رحيم احمد: مرجع سابق، ص 207.
- 25 أنظر أكثر تفصيلا د أحمد محمد محمد الرفاعي: الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، 1994، 216.
- 26 د أحمد محمد محمد الرفاعي: المرجع السابق، ص 217.
- 27 أنظر د محمد بودالي: مكافحة الشروط التعسفية في العقود، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2007، ص 128.
- 28 نفس المرجع، ص 130.
- 29 المادة 110 من القانون المدني الجزائري.
- 30 المادة 111 من القانون المدني الجزائري تنص الفقرة الأولى على أنه "إذا اكتت عبارة العقد واضحة فلا يجوز الإنحراف عنها عن طريق تأويلها للتعرف على إرادة المتعاقدين".
- 31 أنظر أكثر تفصيلا د عبد المنعم موسى إبراهيم: حسن النية في العقود، دراسة مقارنة، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، 2006، ص7.
- 32 أنظر المادة 82 من القانون المدني الجزائري.
- 33 أنظر المادة 85 من القانون المدني الجزائري.
- 34 أنظر المواد 352 إلى 368 من القانون المدني الجزائري.
- 35 أنظر المادة 379 من القانون المدني الجزائري.
- 36 د حسن الباسط جميعي: مرجع سابق، ص 62، 63.
- 37 د أمانج رحيم احمد، مرجع سابق، ص 287.