مدى اعتبار الخدمة ما بعد البيع ضمانة فعّالة لحماية المستهلك: دراسة تحليلية نقدية في ضوء التشريع الجزائري.

To what extent is after-sales service considered an effective guarantee of consumer protection: A critical analytical study in light of Algerian legislation

زاهية حورية سي يوسف–كجار *
جامعة مولود معمري تيزي وزو –الجزائر
siyoucefzahia@yahoo.fr

عيساوي زاهية
جامعة مولود معمري تيزي وزو –الجزائر
zahia.aissaoui@ummto. dz

تاريخ الإرسال:2026/04/01 تاريخ القبول:2026/04/30 تاريخ النشر:2026/06/11

ملخص:

تعد الخدمة ما بعد البيع من الآليات القانونية التي كرّسها المشرع لتعزيز حماية المستهلك وتحقيق التوازن العقدي بينه وبين مقدم الخدمة. إذ لا يقتصر التزام المتدخل على تسليم منتوج مطابق و سليم، بل يمتد ليشمل تقديم خدمات لاحقة للبيع بما يضمن الانتفاع السليم للمنتوج خلال مدة معينة.

نظم المشرع الخدمة ما بعد البيع ضمن قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمرسوم التنفيذي رقم 21-244، باعتبار هذه الخدمة امتدادا للضمان القانوني ووسيلة وقائية للحد من الأضرار المترتبة عن عيوب المنتوجات .غير أنّ فعالية هذه الآلية تبقى رهينة بمدى أخذ المتعاملين الاقتصاديين بأحكامها و بمدى نجاعة وسائل الرقابة ،وتفعيل الجزاءات.

كلمات مفتاحية: الخدمة ما بعد البيع .حماية المستهلك. الضمان.تصليح المنتوج.المسؤولية .

Abstract:

After-sales service is a legal mechanism established by the legislator to strengthen consumer protection and ensure a contractual balance between the consumer and the service provider. The provider's obligation is not limited to simply delivering a product that is compliant and in good condition; it also includes the provision of after-sales services that guarantee the proper use of the product for a specified period.

The legislator has regulated after-sales service through Law No. 09-03 on consumer protection and the fight against fraud, and through Executive Decree No. 21-244, considering this service as an extension of the legal guarantee and a preventive measure aimed at limiting damage resulting from manufacturing defects. However, the effectiveness of this service depends on compliance with its provisions by economic operators, as well as on the efficiency of control mechanisms and the application of sanctions.

Keywords: After-sales service. consumer protection. warranty. product repair. liability.

*المؤلف المرسل

مقدمة

شهد قانون حماية المستهلك خلال العقود الأخيرة تحوّلاً جوهرياً في فلسفته ووظائفه، إذ لم يعد يقتصر على تطبيق القواعد العامة لعقد البيع، بل اتجه نحو إرساء منظومة حمائية متكاملة تستجيب لتعقّد المعاملات الاستهلاكية وتطور المنتجات الصناعية والتكنولوجية المتطورة والمعقدة وخاصة الآلات وبعض الأجهزة الكهرومنزلية التي حققت الرفاهية للمستهلكين، لكن غالبا ما يظهر في هذه الآلات والأجهزة بعد استعمالها، بعض الأعطال التي تمنع المستهلك من مواصلة استعمالها والانتفاع بها، بل أحيانا قد يظهر الخلل عند أوّل استعمال ، فهنا يجد المستهلك نفسه متضررا من ذلك العيب أي العطل .فحماية له، تدخل المشرع في قانون رقم09-03 [1] مخوّلا إيّاه الحق في الضمان والتجربة أثناء اقتناء أو عند تسلّم المنتوج، وكذا حق الاستفادة من الخدمة بعد البيع من خلال المادة الوحيدة منه وهي المادة 16 المعدلة والمتممة من نفس القانون ، التي جاء فيها ما يلي:**(في إطار خدمة ما بعد البيع ،وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم ،أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعيّن على المتدخل المعني ضمان صيانة وتصليح المنتوج المعروض في السوق...)**، وأعقبه بصدور مرسوم تنفيذي رقم 13- 327[2] وعدّة قرارات وزارية محددة لمدة الضمان لكل منتوج وكذا نموذج شهادة الضمان، لكنه لم ينظم الخدمة ما بعد البيع بصورة صريحة إلاّ في سنة 2021 بموجب المرسوم التنفيذي 21-244[3] باعتبارها حقا للمستهلك من جهة، والتزاما على المتدخل في عقد الاستهلاك من جهة أخرى. إذ اعتبرها ميزة إضافية للالتزام بالضمان بعد انتهاء مدته أو في حالة استحالة الحصول على الضما، وليست بديلا عنه، فلا تنفذ إلا في هاتين الحالتين المذكورتين.

وما ينبني على ذلك، أن المستهلك لم يعد محميا فقط بالضمانات التقليدية التي يوفرها القانون المدني في مرحلتي تكوين وتنفيذ عقد البيع، كضمان العيب وضمان التعرض، بل يحظى بحماية خاصة في ظل القوانين المذكورة أعلاه. أي أن المشرّع كرّس التزام الخدمة ما بعد البيع ضمن منظومة حماية المستهلك، رغبة منه في تجاوز محدودية الضمان التقليدي ولتوفير حماية مثلى للمستهلك.

وبناء على ذلك تطرح الإشكالية التالية: **هل وفّق المشرع في تنظيم الخدمة ما بعد البيع وجعلها ضمانة كافية للمستهلك؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية، اتبعنا المنهج التحليلي والنقدي للموضوع نظرا للأهمية التي يتميز بها كضمانة إضافية للمستهلك من خلال تحليل بعض النّصوص القانونية واستخلاص أوجه القصور والثغرات التي ينطوي عليها وتقييم مدى انسجام التنظيم القائم للخدمة ما بعد البيع مع أهداف الحماية المنشودة.

وهذا ما يتضح من التقسيم الثنائي المعتمد للموضوع .

أولا : ماهية الخدمة ما بعد البيع

ثانيا: أحكام الخدمة ما بعد البيع

أولا : ماهية الخدمة ما بعد البيع

تلجأ معظم المؤسسات الإنتاجية إلى تقديم الخدمة للعملاء أي للزبائن إذا رغبت في ذلك أي ما يسمّى بالضمان الإتفاقي والذي أشار إليه المشرع الجزائري قبل ذلك في القانون المدني وبالضبط في المادة 386[4]منه. إذ جاء هذا النص يقصِّر حق منح الضمان بناء على رغبة البائع. لكن سرعان ما اتّضح تعسف البائعين في مواجهة المشترين ، مما دفع التشريعات ومنها التشريع الجزائري إلى جعله ملزما على المتدخل مرتّبا جزاءات في حالة الإخلال به، واستتبعه بضرورة منح الخدمة ما بعد البيع.

تعدّ الخدمة ما بعد البيع من بين الآليات الحديثة التي كرّسها المشرع في إطار القانون رقم 09-03 السالف الذكر، بغية تعزيز الحماية للمستهلك حتى بعد انقضاء مدة الضمان. وللبحث في زوايا هذا الموضوع يقتضي تحديد مدلول هذه الخدمة(1) وتحديد نطاقها (2).

1. مدلول الخدمة ما بعد البيع

لدراسة مدلول الخدمة مابعد البيع كوسيلة وضعها المشرع لحماية المستهلك، وجب تبيان المقصود منها(1.1)، وتمييزها عن غيرها من الخدمات المشابهة لها(1. 2).

1.1: المقصود بالخدمة ما بعد البيع

لم يتضمن القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)[5]، تعريفا للخدمة ما بعد البيع، لكنه أشار إليها في النّصوص التنظيمية اللاحقة له ،مثل المرسوم التنفيذي رقم 90-266[6] والقرار الوزاري المؤرخ في 10 مايو 1994[7].

إلا أنّه بصدور القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش تمّ إلغاء القانون السابق، وأشار صراحة إلى ضرورة منح الخدمة ما بعد البيع للمستهلك بموجب المادة 16 منه.

وبعد مدة أربع سنوات تقريبا تلاه صدور المرسوم التنفيذي رقم 13-327 السالف الذكر، - الذي ألغى المرسوم التنفيذي رقم 90-266-، وتم بموجبه أيضا منح هذه الخدمة.

عرفت المادة 3 /19 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر الضمان، على أنه التزام يقع على المتدخل بأن يضمن كل خلل يصيب المنتوج خلال مدة معينة باستبداله أو إرجاع للمستهلك الثمن ،أو تصليحه أو تعديله على نفقته و أكّدت على هذا التعريف أيضا المادة 2/13من نفس القانون والمادة12 من مرسوم تنفيذي رقم 13-327 سالف الذكر.

غير أنه بالرجوع إلى المادة 16 من نفس القانون، يتّضح التمييز الضمني بين خدمة ما بعد البيع والضمان.إذ جعلت الأولى، تدخل حيز التنفيذ بمجرد انقضاء مدة الضمان سواء أكان قانوني أو اتفاقي، أو في

حالة ما إذا كان الضمان لا يمكن تطبيقه، ويكون ذلك بمقابل. بينما الضمان يتقرر خلال المدة المحددة له، وأكثر من ذلك ينقضي بفوات المدة المقررة، وفي كل الحالات تكون الخدمة ما بعد البيع بمقابل عكس الضمان الذي يكون على حساب المتدخل.

يقصد بالخدمة ما بعد البيع، بأنّها أداء يستفيد منه المستهلك والمتّصلة اتصالا وثيقا بالضمان، ولا تعد تنفيذا له، لأنّ الضمان يقتصر على الإصلاح أو الاستبدال إن أمكن ذلك. و يلتزم المتدخل برد الثمن في حالة عدم تأديتهما. كما تعرف أيضا، بأنها مجموع الخدمات التي يعرضها الأعوان الاقتصاديين لفائدة المقتنين و يتم تنفيذها بعد نفاذ عقد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان. مع العلم أن منح هذه الخدمة للمستهلك قد يحقق ميزة أساسية لهؤلاء الأعوان والتي تتمثل في كسب ثقة العملاء و تحقيق عائدات معتبرة لهم.ولذا يذهب بعض الكتاّب الفرنسيين[8] أن الخدمة لا تنحصر فقط في الصيانة والإصلاح ، بل تشمل أيضا تلقي شكاوي المستهلكين ومحاولة معالجتها بطريقة سريعة والسعي نحو إرضاء رغباتهم.

وفي الحقيقة أنه لم يتم تعريف الخدمة بعد البيع صراحة وبصفة قانونية إلاّ بعد صدور المرسوم رقم 21-244 السالف الذكر، وبالتحديد في المادة 3/3 منه ،بأنها مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك بمقابل أو مجانا ، مثل خدمات التصليح المؤقت ،والصيانة، والتركيب ،و المراقبة التقنية ،والنقل ،وكذا توفير قطع الغيار.

وتتضح من مضمون المادة، بعض خصائص الخدمة ما بعد البيع، فهي أولا، إلزامية، مستقلة عن الالتزام بالضمان، وهي غير محددة المدة وغير مجانية. كما أنها تقع أيضا على عاتق المنتج أو المستورد دون البائع العرضي. لكن قد لا يقوم بها هؤلاء، بل يعهد بها إلى وكلاء معتمدين الذين يطلق عليهم المشرع وصف مقدمي خدمات ما بعد البيع. والذين تعرفهم المادة 3 / 3 من المرسوم رقم 21-244 سالف الذكر، بأنهم أعوان اقتصاديين أو أشخاص آخرين طبيعيين أو معنويين يوكل إليهم عرض خدمات ما بعد البيع للمستهلك.

ومما يلاحظ في هذا الصدد، أنه لا يمكن أن تتقرر هذه الخدمة إلا بإقرار الضمان سواء انتهت المدة أو لم يستطع الاستفادة منه لأسباب عدة، منها فقدانه للوثائق المثبتة للضمان أو لسوء الاستعمال الذي يعفي المتدخل من إلزامية الضمان. وتتمثل هذه الخدمة في تصليح المنتوج أو صيانته، وتوفير قطع الغيار، وتقديم الاستشارات والإرشادات حول الاستخدام الأمثل للمنتج وكل هذا على نفقة المستهلك . فرغم أهمية الخدمة ما بعد البيع بوصفها آلية لإعادة التوازن العقدي، إلا أنّها في بعض الحالات قد تعيد إنتاج الاختلال ذاته. فالمستهلك يظل معتمداً على المتدخل نفسه لإصلاح العيب، مما يضعه في علاقة تبعية تقنية مستمرة. وبالتالي فإن الحماية هنا لا تنقل المستهلك إلى مركز قوة، بل تُبقيه داخل دائرة احتكار المهني للحل المطلوب.

1 .2. تمييز الخدمة بعد البيع عن غيرها من الخدمات

تتميز الخدمة ما بعد البيع عن غيرها من الخدمات، باعتبارها مرتبطة بالضمان المقرر قانونا للمستهلك المنصوص عليه من المادة 13 إلى غاية المادة 16 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر. والتي لا يمكن أن يستفيد منها المستهلك إلاّ في الحالات المنصوص عليها في المادة 16 من نفس القانون والمعدلة بالقانون رقم 18- 09السالف الذكر-كما سبق ذكره- مع العلم أن الضمان المنصوص عليه في المادة 13من قانون رقم 09-03 المذكور سالفا- ، هو إلزامي على المتدخل بعد ما كان ضمانا اتفاقيا وفقا للقواعد العامة . والحكمة في ذلك هو عدم جواز الاتفاق على استبعاده، إذ كل اتفاق على خلاف ذلك، فهو باطل بطلانا مطلقا.

أمّا بالنسبة للخدمات الأخرى، فهي خدمات مستقلة عن البيع يقتنيها المستهلك أو قد يحصل عليها مجانا كخدمة السياحة أو خدمة القرض الاستهلاكي أو خدمة النقل وغيرها، وألزم المشرع المتدخل بتقديم هذه الخدمات بصورة آمنة أي تضمن له الأمن والسلامة على غرار المنتوجات الأخرى.

أ.**خدمة القرض الاستهلاكي** ،هي خدمة استهلاكية، إذ عرفت المادة 2فقرة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114[9] ، القرض الاستهلاكي على أنه :(عقد يقبل بموجبه بائع أو مقرض أو يلتزم بالقبول اتجاه مستهلك بقرض في شكل دفع سلفة أو بالتقسيط) ، بينما المادة 3مطة 20من القانون رقم 09-03 سالف الذكر ،عرفت القرض الاستهلاكي على أنه :(كل عملية بيع للسلع أو الخدمات حيث يكون الدفع إما مقسطا أو مؤجلا أو مجزءا).

يتبين من التعريفين السابقين، أن المشرع الجزائري حصر خدمة القرض الاستهلاكي على المنتوجات دون الخدمات وذلك في المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المذكور أعلاه وهو عكس ما ورد في القانون رقم 09-03 سالف الذكر .

و يتضح أيضا، أنه رغم اشتراك كل من خدمة ما بعد البيع وخدمة القرض الاستهلاكي في كونهما من الخدمات الموجهة لمصلحة المستهلك، إلاّ أنهما مختلفتان. فالأولى التزام قانوني وتابع لعقد الاستهلاك ،إذ يلتزم مقدم الخدمة بمقتضاه بصيانة المنتوج أو إصلاحه أو استبداله لضمان سلامة وجودة السلعة و حماية المستهلك، وذلك بعد تنفيذ العقد وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش. بينما خدمة القرض الاستهلاكي فهي عبارة عن خدمة مالية ، تنشأ بموجب عقد تمويل بين المستهلك والمؤسسات المالية ،والتي يكون هدفها هو تمكين المستهلك من تلبية احتياجاته الاستهلاكية، كاقتناء سلعة بمقابل يتم سداده مؤجلا. أما بالنسبة للخدمة ما بعد البيع ينصب محلها على السلعة نفسها سواء بإصلاحها أو صيانتها أو استبدالها، على خلاف خدمة القرض الاستهلاكي الذي ينصب محله على التمويل وشروطه و فوائده ومدته و إلى غير ذلك[10].

ب. خدمة السياحة، فهي تتمثل في كل الخدمات و الأنشطة التي تقدم للسائح بهدف تمكينه من السفر والإقامة والتنقل وكذا الترفيه لفترة معينة. وتتضمن هذه الخدمة مجموعة من الخدمات كالإقامة في فندق ،وخدمات النقل السياحي ،وخدمات وكالات السفر وتقديم الأطعمة..الخ.[11].

وعلاوة على ذلك، تختلف خدمة السياحة عن خدمة ما بعد البيع من حيث طبيعتها ، إذ تعتبر خدمة السياحة خدمة تقوم على أساس عقد سياحي يبرم بين المستهلك ووكالة سياحية أو فندق معين ومضمونها يكون إمّا للإيواء أو النقل أو الترفيه أو تنظيم الرحلات . ومثل هذه الخدمات المقدمة للمستهلك تتم في إطار تعاقدي مجسّد بعقد تعدّه مسبقا الوكالة حيث تحدد حقوق وواجبات طرفي العقد، عكس ما هو عليه في الخدمة ما بعد البيع . بالإضافة إلى ذلك، تنصب خدمة السياحة على تقديم خدمة غير مادية أي غير ملموسة للمستهلك ألا وهي تمكينه من الانتفاع بالخدمة المتفق عليها [12].

2. نطاق الخدمة ما بعد البيع

تتطلب دراسة نطاق الالتزام بالخدمة ما بعد البيع، التطرق إلى النطاق الشخصي المتمثل في الأشخاص الملزمين بتقديم الخدمة ما بعد البيع(2. 1) ، والنطاق الموضوعي ألا وهو المنتوجات محل هذه الخدمة(2.2) .

1.2: النطاق الشخصي للخدمة ما بعد البيع

طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 21- 244 سالف الذكر، تتجسد خدمة ما بعد البيع في التزام المنتج أو المستورد أو عون اقتصادي يوكل إليه مهمة تقديمها للمستهلك، مثل خدمات والتصليح والصيانة والتركيب والنقل وتوفر قطع الغيار[13]، مستبعدا من هذا النطاق ، الباعة بالتجزئة أو بالجملة، رغم أنهم من المتدخلين بموجب المادة 3/ 7 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر، التي جاء فيها ما يلي:(بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك) ،ويفهم من ذلك أن المتدخل هو كل من المنتج والصانع والموزع والناقل والبائع وغيرهم فهم ملزمين بضمان سلامة المستهلك، ولعل الحكمة من ذلك تقرير ضمانات أكبر للمتضررين.

لم يعرف المشرع الجزائري المنتج ولا المستورد لكن عرفهما الفقه، رغم الاختلاف الفقهي القائم بخصوص المنتج. فهناك من عرّفه بأنه الشخص الذي يقوم بأعمال إنتاجية فقط. أمّا البعض الآخر يعرفه، بأنه المنتج الذي يقوم بعملية الإنتاج والتسويق. بينما المستورد يتمثل في الشخص الذي يستورد منتوجات من الخارج، إذ ألزمه المشرع بأن يراعي عند استيراده المقاييس والمواصفات القانونية الجزائرية بالإضافة للمقاييس الدولية[14] ، حيث أشار إلى ذلك المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 05-467، المحدد للشروط المعتمدة لمراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة قبل عرضها في السوق[15].

أما المستفيد من الخدمة ما بعد البيع، فوفقا للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمرسوم التنفيذي رقم 21-244 السالف الذكر اللذان نظما هذه الآلية لم يعرفا المستفيد من الخدمة ،وبالأحرى أن المستفيد من الخدمة هو المستهلك، فقد عرفه القانون رقم 09-03، في المادة 3 منه ،على أنه :(كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص أخر أو حيوان يتكفل به) ،على خلاف المرسوم المذكور أعلاه، إذ لم يحدد المستفيد من الخدمة ،إلا أنه من الناحية العملية لا يثير أيّ إشكال، لأن المستفيد هو المشتري أي المستهلك الذي يتسلم شهادة الضمان بمجرد تسلمه السلعة من المتدخل[16] .

2.2. النطاق الموضوعي للخدمة ما بعد البيع

بالرجوع إلى المواد التالية، المادة 13 من قانون رقم 09-03 سالف الذكر، والمادة 02من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المذكور سالفا، فإن الخدمة ما بعد البيع تقتصر فقط على الأجهزة والآلات والعتاد و المركبات، لكونها يشملها الضمان. لكن ما يفهم من عبارة "...**أو أي مادة تجهيزية** الواردة في المادة 13 أعلاه ، ورودها على سبيل المثال وليس الحصر، وهو ما أكدّه أيضا القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 2014/12/14[17] في الملحق الوارد فيه على طبيعة السلع محل الخدمة ما بعد البيع عند تحديده لمجموعة من السلع التي يسري عليها الالتزام بالضمان كأجهزة التلفاز ، أجهزة الطبخ ،وأجهزة قياس السكر والضغط ...الخ. لكن أقصى المشرع من نطاق الخدمة ما بعد البيع كل السلع الغذائية ومواد التنظيف والتجميل والأدوية باعتبارها لا يشملها الضمان وحصرها فقط في السلع التجهيزية. لكن ما هو الأمر بالنسبة للسيارات؟

في الحقيقة حتى السيارات تسري عليها أحكام الضمان وخدمة ما بعد البيع، وهو ما نستشفه من المادة 13 من قانون رقم 09-03عندما أورد المشرع كلمة "...**أو مركبة**.." ، فضلا عن ذلك، أكد المشرع على استفادة صاحب المركبات بمختلف أنواعها من الخدمة ما بعد البيع عندما ألزمت المادة 7 من الملحق الخاص بدفتر شروط يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات السياحية و النفعية الخفيفة والصناعية والدراجات النارية و المركبات ذات الاستعمال الخاصة الوارد ضمن المرسوم التنفيذي رقم 22-383، الذي يحدد شروط و كيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة [18]. فالمادة 27 منه جعلت تكفّل الوكيل المعتمد بنقائص التصنيع والعيوب و استبدال قطع الغيار و اللوازم غير الصالحة للاستعمال من بين الأشياء الداخلة في الضمان، مما يفيد ذلك، أن الخدمة ما بعد البيع تسري على السلع التجهيزية وعلى السيارات والآلات أيضا.

ثانيا: أحكام خدمة ما بعد البيع

تعتبر خدمة ما بعد البيع من بين الالتزامات المفروضة على المتدخل بموجب قواعد قانون الاستهلاك وفي نفس الوقت هي ضمانة للمستهلك ،إلا أنه لا يستفيد منها هذا الأخير في كل الأحوال إلاّ إذا تحققت شروط

معينة و إتّباع إجراءات معينة(1) . ونظرا لأهمية هذا الالتزام في تجسيد حماية للمستهلك وفي حصوله على منتوج سليم يستجيب للمواصفات القانونية ،أقرّ المشرع جزاء في حالة إخلال مقدم الخدمة بالتزامه بتنفيذ الخدمة ما بعد البيع(2) .

1. شروط الاستفادة من الخدمة ما بعد البيع وإجراءات الحصول عليها

لا ينتفع المستهلك بخدمة ما بعد البيع في جميع الأحوال، بل يقتضي ضرورة توفر شروط محددة لذلك حتى يتمكن من الاستفادة منها(1.1) مع ضرورة إتباع إجراءات مقررة قانونا(1.2) .

1.1. شروط الاستفادة من الخدمة

ألزم المشرع المتدخلين (المنتجين والمستوردين) بتقديم الخدمة ما بعد البيع للمستهلك ، لكن قيّد هذا الالتزام بشروط والتي تتمثل في تعذر تنفيذ الضمان المقرر قانونا أو فوات مدة الضمان المحددة لكل منتوج حسب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014 سالف الذكر، وكذا التزام المستهلك المستفيد من الخدمة بتقديم مقابل .

أ. تعذر تنفيذ الضمان لأسباب معينة

يتجسد هذا الشرط في عدم إمكانية استفادة المستهلك من الضمان سواء تعلق الأمر بالضمان القانوني أو الإتفاقي الذي أقرّه المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش من خلال المادة 16فقرة 1منه[19] ، وهو ما تؤكده المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع[20] التي اشترطت على المستهلك حتى يستفيد من خدمة ما بعد البيع ،أن يتعذر إمكانية تطبيق الضمان ،أي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره[21]..

يعاب على المشرع عدم تحديده المقصود من كلمة "**الضمان الذي لا يلعب دوره**" الواردة في المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.فهذه العبارة، رغم أهميتها في تحديد نطاق الانتقال من الضمان إلى خدمة ما بعد البيع، جاءت بصياغة عامة وفضفاضة تفتقر إلى الدقة والوضوح، مما يثير إشكالاً تفسيرياً على المستويين الفقهي والعملي، وعليه يمكن تأويل هذه الأخيرة، أن المدة المحددة للضمان مازالت سارية المفعول لم تنته بعد ،والعيب الذي شاب المنتوج راجع لخطأ المستهلك لعدم إتباعه التعليمات المقدمة من المتدخل بشأن استعماله المنتوج محل الضمان .وفي هذه الحالة يقع على المتدخل عبء إثبات خطأ المستهلك المسقط للضمان .كما يمكن إعطاء مفهوما آخر لتلك العبارة ، في أن الخلل أو العيب الذي لحق المنتوج كان بعد انقضاء مدة الضمان المحددة ، أو أن تعطب المنتوج راجع لسبب لا يضمنه البائع حتى وإن وقع خلال مدة الضمان ،كأن يكون العيب الذي لحق بالمنتوج راجع لسبب أجنبي كخطأ المستهلك أو الغير أو بسبب القوة القاهرة ، وهو ما يؤدي إلى إخراجه من دائرة الضمان[22] ، وفي هذه الحالة لا يكون المتدخل ملزما بالضمان، ولا يمكن للمستهلك

مطالبته بالإصلاح، إلا أنه يمكنه الاستفادة من الحماية التي كرّسها المشرع في المادة 16 التي ذكرناها أعلاه، المتمثلة في خدمة ما بعد البيع بمقابل.

وخلاصة القول في ذلك ،أن عدم تحديد المقصود بدقة من كلمة "**الضمان الذي لا يلعب دوره**" يفتح المجال لتأويلات متباينة قد تُضعف مركز المستهلك، إذ يمكن للمتدخل أن يتمسك بتفسير ضيق يُقصي حالات كان من المفترض أن تُدرج ضمن نطاق الحماية. كما قد يؤدي الغموض إلى تضارب في التطبيق القضائي، خاصة في ظل غياب تعريف تشريعي جامع لحالات تعذر تنفيذ الضمان.

أما من زاوية فقهية، فإن مقتضيات الأمن القانوني تستلزم أن تكون النصوص المنظمة لحقوق المستهلك واضحة ومحددة، تفادياً لأي لبس يمسّ بالتوازن العقدي.

ب. انتهاء مدة الضمان

جعل المشرع الضمان من الالتزامات الزمنية المؤقتة محددة المدة ،وتسري على نوعي الضمان (القانوني والاتفاقي)، كون أن المشرع استعمل مصطلح الضمان بصيغة العموم ،مما يفيد الشمول.

ويقصد بشرط انتهاء مدة الضمان الحالة التي تنتهي بموجبها مدة الضمان الذي يلتزم خلالها المتدخل بتنفيذ الضمان لمصلحة المستهلك ،إذ بمجرد انقضائها ينقضي تبعا لذلك الالتزام بالضمان بقوة القانون[23]، غير أن مدة الضمان التي يلتزم خلالها المتدخل تختلف باختلاف طبيعة المنتوجات حسب ما هو مقرر في القانون بين سلع جديدة، وسلع قديمة.

***انتهاء مدة الضمان للمنتوجات غير المستعملة (الجديدة)** : وفقا لأحكام المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ،أن الخدمة ما بعد البيع تكون بعد انقضاء مدة الضمان والتي يتم تحديدها عن طريق التنظيم. فبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بشروط و كيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، سالف الذكر وبالتحديد المادة 16 منه، أكدت أن مدة الضمان للسلع الجديدة لا يمكن أن تقل عن 6 أشهر ،التي تبدأ من يوم تسليمها أو تقديم الخدمة دون أن يحدد المدة القصوى للضمان [24] . بينما القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، حدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة لمدة تتراوح من 6 أشهر إلى غاية 24شهرا[25].

إلا أن هذه المدة قد تثير إشكالا بخصوص المستهلك الذي لا يستعمل المنتوج يوميا، فتلك المدة لا تكفي بالأخص إذا ما ظهر الخلل بعد انقضاء مدة الضمان. أما بخصوص المركبات أي السيارات ، فإن المادة 30من المرسوم التنفيذي رقم 22-383 الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، سالف الذكر ،تقضي بأن مدة ضمان السيارات تساوي أو تفوق المسافة المحددة ب 100ألف كلم في حدود 60 شهرا، باستثناء الدراجات المتحركة التي خصها المشرع بمدة الضمان ب 8 ألاف كلم في حدود 36 شهرا .

ولعلّ الحكمة التي ابتغاها المشرع من ذلك، هي استفادة مستهلك هذه المنتوجات الجديدة من الحق في الضمان[26] وألزمت المادة 4من نفس المرسوم أعلاه ضرورة منح شهادة مع استظهار فيها مدة الضمان وتاريخ سريانه حتى يستطيع المستهلك من معرفة بدايته ونهايته واستفادته من الضمان والخدمة ما بعد البيع بمجرد الانقضاء[27].

فضلا عن ذلك خولت المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، السالف الذكر، حق المستهلك في توقيف مدة الضمان في الفترة التي يقوم فيها المتدخل بالإصلاح أو الاستبدال ،لتعود للسريان بمجرد الانتهاء من ذلك وتستمر إلى غاية انتهاء المدة المقررة قانونا .ويكمن الهدف أيضا في عدم حرمان المستهلك من المدة المتبقية، بالإضافة لاستفادته من خدمة ما بعد البيع وفقا لأحكام المادة 16 المذكورة سابقا.

***انتهاء مدة الضمان في المنتوجات المستعملة (القديمة)** : وفقا للمادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المشار إليه سابقا ،أن مدة الضمان لهذه السلع المستعملة لا تقلّ عن 3 أشهر حسب طبيعة تلك السلع المستعملة، وفي نفس المادة المذكورة أعلاه، قد أشار إلى صدور قرار وزاري من شأنه تحديد مدة الضمان وانتهائه، ولكن إلى غاية يومنا هذا لم يتم صدوره.

يتجلىّ سعي المشرع لضمان عدم ضياع حق المستهلك في الاستفادة من خدمة ما بعد البيع، بإلزام بائعي ومستوردي قطع الغيار، توفيرها لمدة 5سنوات على الأقل[28] تحسبا لأي ظرف استثنائي من شأنه استحالة تنفيذ الالتزام بالخدمة ونفي المسؤولية عنهما، كأن يثبتا أن عدم تنفيذهما لخدمة ما بعد البيع راجع لسبب أجنبي[29].

ج. الخدمة ما بعد البيع بمقابل

يشترط المشرع أن تكون الخدمة ما بعد البيع التي يقدمها مقدم الخدمة للمستهلك بمقابل مادي، ولا يعتبر هذا المقابل الذي يدفعه المستهلك للمتدخل نتيجة إصلاح وصيانة السلعة، جزء من ثمن البيع.[30] لكن يجوز الاتفاق بين المستهلك ومقدم الخدمة، على أن يكون الإصلاح في إطار الخدمة ما بعد البيع مجانيا، وتبعا لذلك لا يمكن للمتدخل أن يرفض أداء التزامه هذا وإلا سيعرضه للمساءلة الجزائية.[31]

2.1. إجراءات الحصول على الخدمة ما بعد البيع

كرّس المشرع حماية المستهلك في مجال تقديم الخدمات بإلزام المتدخل مقدم الخدمة بإتباع إجراءات معينة من إعلام المستهلك قبل البدء في الإصلاح ، وتسليم قسيمة له، وضرورة توثيق وتسجيل الخدمة.

أ. ضرورة إعلام المستهلك بكيفية تنفيذ الخدمة: ألزمت المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع في فقرتيها 3 و4 ،على المتدخل أي مقدم الخدمة إبلاغ المستهلك بمجموعة من المعلومات المتعلقة بالخدمة ،كأصل العطب و القطع الواجب استبدالها ،وطبيعة التدخل

، والأخطار المحتملة نتيجة التصليح و غيرها من المعلومات التي لها علاقة بالخدمة المقدمة ، وأيضا إبلاغ المستهلك بإمكانية الاحتفاظ بالقطع و العناصر المستبدلة[32].

ب. تسليم المستهلك قسيمة المقايسة و قسيمة الإيداع : الهدف من قسيمة المقايسة هو تحديد الأعباء و التكاليف التي قد تنجم عن قيامه بخدمة ما بعد البيع ،ويشترط على مقدم الخدمة أن تتضمن هذه المقايسة العناصر الأساسية للخدمة ما بعد البيع مع تحديد الكمية والسعر لكل خدمة ،وكما ألقى القانون على عاتق مقدم الخدمة إعلام المستهلك بطبيعة عملية المقايسة إذا كانت بمقابل ، لأن المستهلك قد يعدل عن طلبه و يطالب بتصليح السلعة مباشرة.[33]

أما ما تعلق بقسيمة الإيداع، ألزمت المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع سالف الذكر، مقدم خدمة أن يسلم للمستهلك قسيمة موقعة ومختومة ،تتضمن بيانات حددتها نفس المادة المذكورة أعلاه والمتمثلة في :

-رقم القسيمة و تاريخ إيداع السلعة.

- المعلومات الشخصية لمقدم الخدمة من اسمه وعنوانه التجاري، والعنوان الشخصي، وإذا اقتضى الأمر تزويده برقم الهاتف والعنوان الالكتروني الخاص بمقدم الخدمة.

بالإضافة إلى بيانات أخرى خاصة بالمستفيد من الخدمة من اسمه ،وطبيعة السلعة وعلامتها وإن استلزم الأمر تحديد نوعها ورقمها التسلسلي، ويجب أيضا تحديد نوع الخدمة المقدمة مع تكلفة الخدمة ،وإبداء التحفظات المحتملة لمقدم الخدمة عن حالة السلعة ،و تعيين مبلغ تعويض السلعة الموكلة للتصليح عندما تكون قيمة السلعة تزيد عن الحد الأقصى للمبلغ المحدد في جدول التعويضات ،وعلى مقدم الخدمة أن يحدد المدة التي يستغرقها إصلاح السلعة وتاريخ استرجاعها[34] .

يكمن الهدف من قسيمة الإيداع ، إثبات أن المستهلك قد سلّم المنتوج للشخص المكلف بتقديم الخدمة ما بعد البيع ،هذا من جهة. ومن جهة أخرى درء أيّ خلاف قد ينشأ بينهما لاحقا بخصوص طبيعة المنتوج مثلا ،وضمان عدم خلط الشركة بين الضمان والخدمة ما بعد البيع[35].

ج.توثيق وتسجيل الخدمة ما بعد البيع : ألزمت المادة 10من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، عند تنفيذ مقدم الخدمة ما بعد البيع، أن تكون كل الإجراءات المتخذة مسجلة حسب الحالة سواء عن طريق فاتورة[36] ،أو قسيمة أو تذكرة ما قبل دفع ثمن الإصلاح .

2. جزاء الإخلال بتقديم خدمة بعد البيع

تعد خدمة ما بعد البيع التزاما قانونيا فرضه المشرع على المتدخل ،بالنظر إلى دورها الجوهري في ضمان سلامة المنتوج ملاءمته للاستعمال المشروع للمستهلك ،وحماية مصالحه باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ،وفي حالة ما إذا أخلّ المنتج أو المستورد أو الشخص المكلف بخدمة ما بعد البيع(أي الوكيل المعتمد) بالتزاماته ، تترتب أثار المتمثلة في قيام المسؤولية المدنية، والمسؤولية الجزائية .

2. 1. المسؤولية المدنية لمقدم الخدمة

يقع على عاتق مقدم خدمة ما بعد البيع التزام بتعويض المستهلك عن كل ضرر قد يلحق به نتيجة عدم تنفيذه لالتزامه ، وهذا ما كرّسه المشرع في ظل المرسوم التنفيذي رقم 21-244السالف الذكر ، حيث أقر بحق الزبون (المستهلك) في طلب التعويض عن الأضرار المادية ،إذ جاء في المادة 12فقرة 1 منه ما يلي :(في حالة ما إذا لحق ضرر مادي للزبون ، فإنه يمكنه تقديم طلب كتابي أو بأي وسيلة مناسبة ،لمقدم خدمة ما بعد البيع لتعويضه...).

وعليه للمستهلك الحق في مطالبة مقدم الخدمة بتعويضه عن كل الأضرار المادية التي لحقت به[37]، وهذه المطالبة التي كرسها المادة 12 أعلاه تعد دلالة صريحة على المطالبة الودية بالتعويض[38] ، حيث بينت نفس المادة في فقرتها 2 من نفس المرسوم ، كيفية مباشرة هذه المطالبة ،بتقديم طلب كتابي الذي يكون بأي وسيلة لشخص مقدم الخدمة بغرض تعويضه عن الضرر المادي. إلا أن المشرع أغفل تحديد لنا نوع هذه الأضرار المادية، فهل قصد بها الأضرار المالية كمصاريف التصليح التي دفعها المستهلك أو ذلك الضرر الذي يمس بالسلعة نفسها أو ممتلكاته أو أي ضرر مادي يدخل في مفهومه.

كما ألزمت المادة أعلاه بضرورة أن يعوّض مقدم الخدمة، الزبون في غضون 15 يوما من تاريخ استلام الطلب ، إذ أجاز للزبون توجيه إعذار إليه عن طريق رسالة موصى عليها مع الإشعار بالاستلام ليتم بعدها منح مهلة 15يوما أخرى ابتداء من تاريخ التوقيع على الإشعار بالاستلام ،بهدف التعويض عن الضرر. إلا أن المشرع جعل هذا الشرط جوازي أو اختياري وليس بإلزامي وهذا ما يفهم من نص المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 السالف الذكر عند نصها (...أنه بإمكان الزبون إعذار مقدم الخدمة من أجل تعويضه...)

وما يعاب على المشرع أيضا أنه لم يبين أية شروط أو حلول أخرى حول كيفية تقدير هذا التعويض سواء ما تعلق بالسلعة أو الأضرار الأخرى، وهو ما يطرح تساؤل عن مصير مقدم الخدمة إذا لم يستجيب لطلب الزبون الخاص بالتسوية الودية بالتعويض وانقضاء الأجل المحدد ب 15 يوما ،وهذا ما يفتح المجال للإحالة إلى القواعد العامة و تطبيقها للحصول على التعويض . مع العلم أن المادة 12 المذكورة أعلاه اشترطت الإعذار، مما يفيد أن من حق الزبون، بعد إعذار مقدم الخدمة أن يلجأ إلى مطالبة القضائية. وفي هذه الحالة للقاضي أن

يقدر قيمة التعويض وفقا للقاعدة المعمول بها وهي تعويضه على أساس ما لحقه من خسارة وما فاته من كسب استنادا للمادة 182 قانون مدني جزائري.

أضف إلى ذلك يعد الالتزام بأداء الخدمة من قبيل الضمان القانوني، فلا يجوز تعديله أو الإعفاء منه[39]،حيث يقع على عاتق مقدم الخدمة واجب التنفيذ. وإذا رفض ذلك، جاز للمستهلك بعد حصوله على ترخيص من القاضي تنفيذ الالتزام على نفقة مقدم الخدمة متى كان ذلك ممكنا، حسب المادة 170 قانون مدني جزائري.

وبناء على أحكام الضمان المذكورة ،يعتبر التزام مقدم الخدمة بإصلاح المنتوج التزاما بتحقيق نتيجة ،إذ يتعين عليه إعادة المنتوج إلى حالته السليمة من حيث التكوين والتشغيل ،ولا يمكن له أن يتمسك ببذل العناية في الإصلاح لدفع المسؤولية عنه إلا إذا أثبت السبب الأجنبي. أمّا إذا كان مصدر التزامه الاتفاق أي الضمان الاتفاقي، ففي هذه الحالة تطبق أحكام المسؤولية العقدية[40].

رغم الحماية التي أقرها المشرع للمستهلك من استيفاء حقه من مقدم الخدمة ،إلا أن هناك بعض المعوقات أو الصعوبات التي تجعل هذا الأخير غير قادر على تنفيذ التزامه، وهو ما يؤثر على الزبون في عدم حصوله على حقوقه المشروعة المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش. ومن بين هذه المعوقات أو العراقيل، عدم توفر قطع الغيار الأصلية، ونقص ورشات الإصلاح، وصعوبة تحديد تكلفتها[41].

2.2. المسؤولية الجزائية لمقدم الخدمة

يعتبر تنفيذ خدمة ما بعد البيع ضمانة موجهة مباشرة للمستهلك من أجل الحصول على منتوج يطابق المواصفات التي يرغبها أي التي تحقق رغبته المشروعة. فبإخلال مقدم الخدمة بالتزامه بتنفيذ خدمة ما بعد البيع سيعرضه لعقوبات جزائية ،وتعتبر هذه الأخيرة ذات أهمية نظرا للحماية الجزائية التي توفرها للمستهلك في توفير الأمان له ، إذ أكدت عليها المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، التي بدورها أحالتنا إلى الأحكام الجزائية الواردة في القانون رقم 09-03 لمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

كرّس المشرع ضمن المادة 77 من القانون رقم 09-03 السالف الذكر، عقوبة مقدم الخدمة الذي يخالف التزامه المتمثل في إلزامية تقديم خدمة ما بعد البيع المنصوص عليه في المادة 16 من نفس القانون، بغرامة مالية تتراوح من 50.000دج إلى 1.000.000 دج [42]. كما يتم إثبات مخالفة مقدم الخدمة لالتزامه من طرف أعوان الرقابة وقمع الغش، المنصوص عليهم في المادة 25 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. فعلاوة على العقوبة الأصلية المذكورة ، يعاقب المتدخل المخالف بعقوبات تكميلية أو استثنائية طبقا لما ورد في المادة 85

من القانون رقم 09-03 السالف الذكر، التي بدورها أحالتنا إلى أحكام المادة 36من قانون العقوبات التي تقضي بإمكانية ضم العقوبات المنصوص عليها في أحكام هذا القانون .

يقصد بضم العقوبات، أن يخلّ المتدخل بالتزامه بتنفيذ خدمة ما بعد البيع مع الالتزامات الأخرى، وهنا لا يتم تغريمه بغرامة مالية أكبر دون الغرامات الأخرى المقررة للمخالفات التي ارتكبها، بل يتم جمع كل الغرامات المقررة لكل التزام لم ينفذه. وفي حالة العود، الأمر يختلف لأن في هذه الحالة سيتم مضاعفة الغرامة المالية مع إمكانية السلطة المختصة باتخاذ إجراء الشطب من السجل التجاري للمخالف[43].

أغفل المشرع تعريف العود في قانون رقم 09-03 السالف الذكر، إلا أنه استدرك ذلك عند تعديله بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10جوان 2018 ، بإضافته الفقرة الثانية للمادة 85 التي تقضي بأنه : (يعد حالة عود ،في مفهوم هذا القانون قيام المتدخل بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنوات الخمس (5) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط).

بناءا على ذلك، تتحقق حالة العود لمقدم الخدمة إذا أعاد ارتكاب المخالفة مرة أخرى لها علاقة بنشاطه في غضون 5 سنوات التي تلي انقضاء العقوبة الأولى، وكأثر لذلك أن العقوبة المقررة في المادة 77من قانون حماية المستهلك وقمع الغش يتم مضاعفتها.

ومن جهة أخرى حتى يتفادى المتدخل المخالف لالتزامه بتنفيذ خدمة ما بعد البيع ،المتابعة الجنائية فله أن يقبل دفع غرامة مالية وهي تسوية غير قضائية من شأنها أن تؤدي لحل النزاع بطريقة ودية دون اللجوء إلى القضاء.

وخلاصة القول، تعد غرامة الصلح آلية رضائية تبرم بناء على اتفاق بين الهيئة المخولة لها قانونا باتخاذها وهم أعوان قمع الغش ،ومرتكب المخالفة (مقدم الخدمة) ، ذكرها المشرع في المواد 86إلى 93 من القانون رقم 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، كوسيلة قانونية ذات طابع إداري جزائي كونها ترمي إلى تسوية المخالفات الاستهلاكية بطريقة ودية دون اللجوء إلى القضاء ، مقابل دفع مبلغ من المال الذي حددت قيمته المادة 88 فقرة 7من نفس القانون أعلاه التي جاء فيها : (رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع المعاقب عليه بموجب المادة 77 من هذا القانون : 10%).

يعاب على هذه المادة أن المشرع لم يبين كيف يتم احتساب نسبة **10%و** بالأخص أن هذه المادة تم تعديلها بمقتضى قانون المالية التكميلي لسنة 2015[44] وحذفه لعبارة "قيمة المنتوج المقتني".

كما نظم المشرع من خلال المواد- التي سبق وأن أشرنا إليها أعلاه – غرامة الصلح سواء من حيث الشروط الواجب توفرها لفرضها على المتدخل المخالف والتي نستخلصها من المادة 87 من القانون أعلاه ، كأن لا تكون العقوبة المقررة سالبة للحرية أو مرتبطة بضرر يمس الأشخاص أو الأملاك، أما إذا تعددت

المخالفات، فيجب أن لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء الصلح ،أو أن المخالف كان في حالة العود ففي هذه الحالة لا يمكن له أن يتمسك بغرامة الصلح[45].

أما إذا ارتكب المتدخل عدة مخالفات في نفس المحضر الذي يحرره أعوان قمع الغش، ففي هذه الحالة يتوجب عليه أن يدفع مبلغا يضم كل غرامات الصلح الخاصة بالمخالفات المرتكبة[46].

يستلزم على أعوان قمع الغش إذا اختاروا فرض غرامة الصلح على المتدخل المخالف لالتزامه بتنفيذ خدمة ما بعد البيع ،احترامهم لإجراءات فرضها من تبليغ مرتكب المخالفة برسالة موصى عليها مع الإشعار بالاستلام في أجل لا يتعدى 7أيام تبدأ سريانها من تاريخ تحرير المحضر، متضمنة كل البيانات والمعلومات التي حددتها المادة 90 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش ،بالإضافة إلى تحديد مبلغ غرامة الصلح وكيفية دفعها و المدة الممنوحة له، والجهة التي يدفع لديها الغرامة[47].

وفي حالة ما إذا قام المتدخل المخالف لالتزامه بتنفيذ خدمة ما بعد البيع بتسديد الغرامة محترما في ذلك الآجال و الشروط أعلاه ، تنقضي تبعا لذلك الدعوى العمومية طبقا للمادة 93من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أما في حالة عدم دفع هذه الغرامة يحال ملف المتدخل إلى الجهات القضائية للمتابعة، وبالتالي قد يحكم على المتدخل المخالف بغرامة مرتفعة تصل للحد الأقصى [48].

بناء على ما تقدم، فرغم ما تحققه غرامة الصلح من مزايا أهمها السرعة وتخفيف العبء عن القضاء، إلاّ أن فعاليتها تبقى مرهونة بحسن تقدير الجهة المختصة لخطورة المخالفة المرتكبة، وكذلك العمل على عدم تحويل الصلح إلى وسيلة للإفلات من العقاب، بل يتوجب تشديد الرقابة على المخالفات لمنع تكرارها ،وعليه تبقى غاية المشرع الجزائري عند إقراره لنظام غرامة الصلح ،هي الاعتماد على آليات متوازنة تجمع بين الردع و المرونة ،بما يحقق حماية للمستهلك ،ويضمن استقرار المعاملات الاقتصادية ،وبعبارة أخرى أن نجاح هذه الآلية تبقى رهينة بالتطبيق الصارم والردعي لأحكامها.

الخاتمة

توصلنا من خلال دراسة هذا الموضوع إلى النتائج التالية:

– تعد الخدمة ما بعد البيع ميزة إيجابية للمستهلك تمكنه من الحصول على خدمة الإصلاح والصيانة والحصول على قطع غيار دون تكبده عناء البحث عنها بعد انتهاء مدة الضمان المحددة لكل منتوج حسب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14ديسمبر2014،يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، إلا أنّها أقل فاعلية، لأنّ هذه الخدمة التي يتلقاها المستهلك من إصلاح وصيانة تكون بمقابل الذي لم يحدد مقداره حتى في المرسوم رقم 21–244 سالف الذكر ،ممّا يفسح المجال لتعسف المتدخلين في الواقع العملي نظرا لما يتمتعون به من مركز أقوى بالمقارنة مع المستهلك المتعامل معهم الذي يجد نفسه في مركز أضعف .

-غموض بعض العبارات الواردة في النصوص القانونية،مما يفسح المجال لعدة تأويلات التي هي في الغالب ليست في صالح المستهلك.

- أن معظم المتدخلين لا يلتزمون بتقديم الخدمة على أحسن وجه، فضلا عن ذلك نقص خبرة وثقافة المستهلك في معرفة حقوقه، وهذا ما يجعل هذه الخدمة ليست ضمانة فعالة للمستهلك.

- أن الخدمة بعد البيع تلعب دورا فعالا في تعزيز مكانة الشركة المصنعة والمنتجة أي بتعبير آخر، تولد الثقة بين أوساط المستهلكين هذا من جهة. ومن جهة أخرى ترويج وإشهار لمنتجاتها مما يساعدها على تسويقها بسهولة. وتحرص هذه الشركة على تقديم خدمات جيدة حرصا على ثقة العملاء وكسب رضاهم وفي الحفاظ على مكانتها في السوق على المدى الطويل.لأن هؤلاء لما يشعرون بأن الشركة تواصل اهتمامها بهم بعد الشراء يجعلهم أكثر ميلًا لتكرار عملية الشراء والتوصية بالمنتج للآخرين. وهذا ما يكسبها أرباحا طائلة.

ولذا بناء على ذلك ارتأينا تقديم بعض التوصيات

-إن تقييم فعالية الخدمة ما بعد البيع لا ينبغي أن يُختزل في بعدها الاقتصادي أو التسويقي- وهو ما تهدف إليه الشركات الإنتاجية-، بل يجب أن يُقاس بمدى قدرتها على تحقيق حماية قانونية فعلية ومتوازنة للمستهلك في الواقع العملي.

-إن الحماية الحقيقية للمستهلك لا تتحقق بمجرد النص عليها في القوانين، وإنّما بوضوح معايير تطبيقها، وفعالية آليات الرقابة على تنفيذها، وضمان عدم تحوّلها إلى التزام شكلي مفروغ من مضمونه بفعل غموض التنظيم .

- إن تطوير هذا النظام يظل رهيناً بتدخل المشرع لإعادة النظر في بعض جوانبه التنظيمية وسدّ بعض الثغرات الواردة فيه بما يحقق الانسجام بين الهدف الحمائي للمستهلك ومتطلبات الاستقرار الاقتصادي للسوق.

الهوامش :

[1] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، جريدة رسمية، عدد 15 ،صادر في 08 مارس 2009، معدل ومتمم بموجب القانون رقم18-09،المؤرخ في 10جوان2018،جريدة رسمية ، عدد35،صادر في 13جوان 2018.

[2] مرسوم تنفيذي رقم 13-327،مؤرخ في 26سيبتمبر2013،يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ ،ج ر عدد 16،صادر في 12أكتوبر 2013

[3] مرسوم تنفيذي رقم 21-244مؤرخ في 13مايو2021،يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع، جريدة رسمية، عدد 45،صادر في 09يونيو 2021.

[4] أمر رقم 75-58، المؤرخ في26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، جريدة رسمية عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

[5] قانون رقم 89-02،مؤرخ في 7فبراري1989،يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، جر عدد 06،صادر في 08فبراير 1989(ملغى).

[6] مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15سيبتمبر1990،يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ،جريدة رسمية، عدد 40 صادر في 19سبتمبر 1990(ملغى).

[7] قرار وزاري مؤرخ في 10 مايو 1994 يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 90—266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، جريدة رسمية ، عدد 35 لسنة 1994 (ملغى)

[8] Justine Demoule, service après vente, définitions, exemples et conseils 22/02/2024, pris du site le 11 mars 2026 : https://www.apizee.com/fr/service-apres-vente.php

[9] مرسوم تنفيذي رقم 15-144 مؤرخ في 12 مايو 2015، يتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي ،جريدة رسمية، عدد 24، صادر في 13 مايو 2015.

[10] جريفيلي محمد، بحماوي شريف ،"**حماية المستهلك في عقد القرض الاستهلاكي في التشريع الجزائري**"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المركز الجامعي ،تامنغست ، المجلد 06عدد 01 ، جانفي 2017، ص 27.(ص ص 24-46)

[11] بوسماحة الشيخ ، "**الحماية الموضوعية و الإجرائية للسائح المستهلك**" ، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة إبن خلدون، تيارت ،المجلد 10،العدد03 ،2025، ص 237.(ص ص236-245)

[12] المرجع نفسه، ص 237

[13] المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع ،السالف الذكر.

[14] بدر الدين فنيش ، ضمان المنتوج في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش (القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب القانون 18-09 دراسة قانونية وتحليلية)، مؤسسة الكتاب القانوني ،الجزائر،2024، ص 36.

[15] المرسوم التنفيذي رقم 05-464، مؤرخ في 10ديسمبر2005،يحدد شروط مراقبة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك ، جريدة رسمية، عدد 88، صادر في 11ديسمبر 2005.

[16] قديري محمد توفيق،" **خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 21-244**"،مجلة العلوم القانونية والاجتماعية ،جامعة زيان عاشور الجلفة ، المجلد 6،العدد 04،ديسمبر 2021، ص 1085. (ص ص1078-1092)

[17] قرار وزاري مشترك مؤرخ في 14 ديسمبر 2014،يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة ،جريدة رسمية عدد3صادر في 27جانفي 2015،تم استدراكه بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014،جريدة رسمية عدد 14،صادر في 25مارس 2015.

[18] مرسوم تنفيذي رقم 22-383، مؤرخ في 17نوفمبر 2022،يحدد شروط و كيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، جريدة رسمية ، عدد 76،صادر في 17نوفمبر 2022.

[19] تنص المادة 16فقرة1من القانون رقم 09-03،المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه : " **في إطار خدمة ما بعد البيع ،وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم ،أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره ...**"

[20] تنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 ،المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع ، سالف الذكر ،على أنه : "**تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع الموجهة للمستهلك بعد انتهاء فترة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان** "

[21] خالد ضو ،زينب شيخي، "**ضوابط خدمة ما بعد البيع ونتائج عدم الالتزام بها حسب المرسوم التنفيذي 21-244**"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة تيزي وزو ، المجلد17،العدد02، 2022ص 490. (ص ص 483-501)

[22] BECHATA Zahia , **Updates of Sales support in the Framework of executive decree No 21-244:(legal regulations and practical issues)**", legal and Political Research, Jijel Volume 10,N° 01,june 2025, p 532. (p p 527-538)

[23] عميروش محمد عادل ،سرير محمد ، تنظيم الخدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون ،تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق العلوم السياسية ،جامعة مولود معمري تيزي وزو ،2021، ص13.

[24] راجع المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المتعلق بشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، السالف الذكر.

[25] راجع الملحق المرفق بالقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، الذي يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة.

[26] راجع المادة 30من الملحق المرفق بالمرسوم التنفيذي رقم 22-383، الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، السالف الذكر.

[27] راجع المادة 2/30 من نفس المرسوم التنفيذي رقم 22-383.

[28] تنص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، السالف الذكر على أنه :" **يجب على المصنع و/أو المستورد ضمان توفر قطع الغيار لمدة خمس (5) سنوات على الأقل، في حالة التوقف عن إنتاج أو استيراد سلعة معينة ، مالم ينص نص خاص على مدة أخرى**".

[29]خالد ضو، زينب شيخي ، المرجع السابق، ص 490

[30] بوهنتالة أمال، "**واقع الالتزام بالضمان وخدمة ما بعد البيع في الجزائر**"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية ،جامعة المسيلة ،مجلد 2،عدد4، سنة2017 ص 207.(ص ص 196- 218)

[31] لحراري ويزة ،حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة ،أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري –تيزي وزو ،2024 ص 354.

[32] راجع المادة 6 فقرة 3و4 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، السالف الذكر.

[33] المادة 7 من نفس المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع سالف الذكر.

[34] أنظر المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المحدد لشروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، سالف الذكر.

[35] BECHATTA Zahia , op.cit., p 533.

[36] يلتزم على مقدم خدمة ما بعد البيع أن يحرر الفاتورة للمستهلك إذا ما طلبها، مع ضرورة إظهار المبالغ المدفوعة، قديري محمد توفيق ، المرجع السابق ، ص 1088.

[37] BECHATTA Zahia ,op.cit, p 534.

[38] لحراري ويزة ، المرجع السابق ، ص 363.

[39] بدر الدين فنيش ، المرجع السابق ، ص 26.

[40] خالد ضو زينب شيخي ، المرجع السابق، ص 495،و أنظر أيضا .BECHATTA Zahia ,op cit, p 535

[41] لتفصيل أكثر في هذه الصعوبات راجع :

– لعوج خديجة ،"**إشكالات حق المستهلك في خدمة ما بعد البيع** "،مجلة_آفاق للأبحاث السياسية و القانونية ، قسم العلوم السياسية ، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، المجلد 3،العدد5، جوان 2020 ، ص ص 365–366.(ص ص 358–370).

[42] أنظر المادة 77 من القانون رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

[43] المادة 85 /1 من نفس القانون رقم 09–03.

[44] أنظر المادة 75 من الأمر رقم 15–01 المؤرخ في 23يوليو 2015، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2015، جريدة رسمية، عدد 40، صادر في 23 يوليو 2015.التي تعدل المادة 88من القانون رقم 09–03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[45] المادة 87 من القانون رقم 09–03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[46] المادة 89 من نفس القانون رقم 09–03.

[47] المادة 92 من القانون رقم 09–03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

[48] المادة 86فقرة 2 و 3 من نفس القانون رقم 09–03.