جامعة أبو بكر بلقايد – تلمسان
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

مطبوعة بيداغوجية في مقياس قانون الاستهلاك

موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر قانون الأعمال
- السداسي الثاني-

من إعداد:

فـــرحي مـــحمد

أستـاذ مـــحاضـــر "أ"

السنـــة الـــجامعيـة : 2024-2025

مقدمة

وجود الكائن البشري رهين بمدى إشباعه لحاجاته الأساسية من مأكل ومشرب وملبس. وبتطور المجتمعات أصبح من صور هذه الحاجات مجموع السلع والخدمات التي يتعاقد الفرد مع مختلف المتدخلين في سبيل الحصول عليها.

ومنذ منتصف القرن العشرين بدأ العالم يعرف قفزة كبيرة في مجال التطور التكنولوجي، وهو ما نجم عنه بالضرورة تنوع المنتوجات في السوق إشباعًا للرّغبات المختلفة والمتفاوتة لأفراد المجتمع[1]. ومن مظاهر هذا التطور أنْ أُدخلت الآلة والروبوت والرقمنة والذكاء الاصطناعي في عملية الإنتاج، فأصبحت أنواع[2]السلع وكمياتها وأعدادها قادرة على تلبية طلبات المستهلكين، بل وتزيد في أحيان كثيرة عن هذه الحاجة.

[1] معلوم أنّ الفكر الرأسمالي يقوم على مبادئ منها لاسيما مبدأ المنافسة الحرة الذي ينجم عنه وفرة المنتوج وسرعة تطوه مع الأخذ بعين الاعتبار معيار الجودة والسعر التنافسي في السوق والمناسِبِ للمستهلك؛ هذا ما يحوّلُ المستهلك إلى مَلكٍ، على الأقل هذا ما يرى به فقهاء الاقتصاد؛ ويقابل هذا الوصف من المنظور القانوني "مبدأ سلطان الإرادة" الذي يكرس الحرية التعاقدية، وما ينجم عنها بصورة تلقائية من تحقيق لمصالح الأطراف واستقرار للمعاملات.

ومن نتائج الثورة الصناعية والنظام الرأسمالي، بروز طبقة العمال كمجموعة مهضومة الحقوق من لدن أصحاب رؤوس الأموال والصناعيين، واختلال كفة التوازن لصالح الطبقة الأخيرة. وإلى جانب طبقة العمال، شكّل المجتمع الاستهلاكي فئة ثانية تأثرت بالدور المتصاعد لأصحاب رؤوس الأموال والصناعيين.

[2] تجدر الإشارة أنّ بعض المنتجات أو الخدمات ينظر إليها في بداية ظهورها على أنها مجرد كماليات، لكن بمرور الوقت تتعزز مكانتها لتصبح من قبيل الضروريات التي لا يمكن الاستغناء عنها.

يمكن القول بأنّ هذه المنتجات وإن كانت قد يسرت وتيسر على الناس أمور حياتهم، إلا أنها في نفس الوقت، قد زادت وتزيد من نسب المخاطر التي تهدد الحياة البشرية.

- أنظر في تفصيل هذه الأفكار: محمد أحمد عبد الحميد أحمد؛ محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، ط. 1، 1983، ص. 3.

وفي إطار علاقة طردية كان لابدّ لقنوات التوزيع والنقل أن تواكب هذه الحركية، وذلك من خلال بروز شركات مختصة في أنواع النقل البري والبحري والجوي، وحتى عبر السكك الحديدية، بعضها عابرة للحدود كما هو شأن مشروع طريق الحرير الذي أطلقته الصين[3].

وإذا كانت إيجابيات التّطور في أساليب الإنتاج والتوزيع ظاهرة من حيث ما يتجسد عمليًا من خلق لفرص الشغل، وتحسين مستوى معيشة الأفراد، وتراجع نسبة بعض الأوبئة والأمراض في المجتمعات[4]...إلخ؛ فإنّ هذا لا يغطي الجانب السلبي المتمثل في تزايد حجم الأضرار والمخاطر[5]المحدقة بالمستهلكين بمناسبة استخدامهم للمنتوجات الحديثة.

بعض هذه الأخطار بارز جليٌّ، ومرتبط أساسًا بالمادة أو بعض المواد التي تدخل في تركيب المنتوج النهائي، مثل منتجات البلاستيك[6]، المنتجات التي تحتوي على مواد كيميائية ضارة[7]. ومن المنتجات ما يخرج إلى السوق مشوبًا بعيوب لم تتمكن الآليات الرقابية الذاتية للمنتج أو الخارجية من كشفها، فتصبح بذلك مصدرًا للخطر في حال استهلاكها؛ كما قد يتمثل الخطر في أحيان أخرى في لجوء شركات الإنتاج و/أو التوزيع إلى أساليب ملتوية، مثال ذلك عدم كفاية البيانات المتعلقة بالمنتوج أو عدم دقتها أو كتابتها بطريقة يصعب معها فهم

---

[3] يعرف المشروع رسميًا باسم " الحزام والطريق"، وهو عبارة مبادرة صينية قامت على أنقاض طريق الحرير القديم. تسعى الصين من خلاله لأن تصبح محور العلاقات الاقتصادية العالمية. يعتبر المشروع أكبر مشروع بنية تحية في تاريخ البشرية، من خلال ما سيحتويه من مرافئ وطرقات وسكك حديدية ومناطق صناعية، تشارك فيه 123 دولة. تطمح الصين من خلال هذا المشروع إلى تسريع وتيرة وصول منتجاتها إلى الأسواق العالمية، بما في ذلك آسيا وأوروبا وأفريقيا وأمريكا الجنوبية والوسطى.

للتفصيل أكثر بخصوص المشروع، أنظر: https://www.aljazeera.net/

تم الاطلاع على الموقع بتاريخ 06أبريل 2025على الساعة 00و40

[4] بمعنى بنسب مختلفة.

[5] مثال بطريات الهاتف التي تنفجر لدى نوع من هواتف شركة Samsung

[6] أكياس البلاستيك، ملاعق البلاستيك المعاد تدويره والذي يقدم للمستهلكين في بعض المقاهي ومحلات المبردات...

[7] تأخذ هذه الفكرة بمفهوم واسع الدلالة على أساس أن هذه المواد الكيميائية المصنعة خاصة قد تكون ضارة بالمستهلك بشكل مباشر أو تشكل ضررا على البيئة. وقد تحتويها مواد غذائية كما قد توجد في مواد غذائية موجهة للمواشي ولأبقار والدواجن ما يجعلها ذات تأثير غير مباشر على صحة الإنسان؛ ومن المنتجات كذلك ما تحتويه مثلاً المواد الكيميائية المستعلمة في وقاية النباتات من الأعشاب الضارة والحشرات.

مضمونها بالنظر إلى صغر حجم الخط أو بالنظر إلى استخدام الدلالات العلمية والتقنية التي يتعذر على المستهلك العادي فك شفرتها وفهمها.

من خلال ما سبق تظهر مدى أهمية حماية المستهلك بالنظر إلى التّعقد الفني والتّقني للمنتجات الحديثة، من جهة؛ وبالنظر إلى تفاوت المراكز القانونية بين المستهلك والمتدخل فيما يتعلق بالمعلومات العقدية وظروف إبرام الاتفاقيات بصفة عامة. وهو ما دفع المشرع ومن وراءه الفقه والقضاء للتدخل بموجب قواعد قانونية توفر الحماية للمستهلك التقليدي والإلكتروني[8] على حدّ سواء.

للإحاطة ببعض جواب هذا الموضوع، سنتطرق إلى العناصر التالية:

المحور الأول

الإطار النظري لحماية المستهلك

شكّل المستهلك كظاهرة اجتماعية موضوع اهتمام منذ ستينيات القرن الماضي، تزامن هذا الاهتمام مع تطور اقتصادي لا نظير له، ميّز هذا العصر بخصائص وطبائع لا زالت راسخة ومتجذرة، من ذلك الإنتاج الوفير والاستهلاك المتنامي، والتقدم العملي والتقني المتسارع. وهذا ما دفع المؤسسات المتنافسة إلى ابتداع وسائل ترويجية لمنتجاتها كالإشهار والتسويق والائتمان، بغرض استقطاب المستهلك ودفعه نحو الاستهلاك أكثر فأكثر تحقيقًا لهدف تنشيط الطلب على المنتجات والخدمات.[9]

المبحث الأول

[8] يُستخدم مصطلح "المستهلك الإلكتروني" و"المستهلك التقليدي" للتمييز بين المستهلك الطي يقتني المنتج أو الخدمة بشكل تقليدي وبين ذلك الذي يقتنيها من خلال التعامل بالتجارة الإلكترونية حيث يعتبر مصطلح المستهلك الإلكتروني الشخص الذي يتعاقد على السلع و/أو الخدمات باستخدام شبكة الأنترنيت.

[9] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، مصر، 2006، ص. 10.

التطور التاريخي لنشأة حماية المستهلك

قبل الإحاطة بآليات حماية المستهلك في القانون الجزائري، نقف بداية عند نشأة وتطور هذا الحق على المستوى الدولي سواء في الحضارات القديمة أو المجتمعات الحديثة؛ بعد ذلك نعرج على المراحل التي مرّ بها قانون حماية المستهلك في الجزائر وصولاً للنصوص الحالية المتعلقة بحماية المستهلك في الجزائر.

المطلب الأول: نشأة فكرة حماية المستهلك

بالنظر إلى ما يحوزه الباحثون والمختصون من وثائق ومخطوطات، فإنّ الرائج لديهم أنّ فكرة "حماية المستهلك" لم تتضح ولم تتبلور معالمها إلاّ من خلال الحربين العالميتين، أثناء الأزمة الاقتصادية التي طالت العالم نتيجة زيادة مطالب الناس وعجز الإنتاج عن الوفاء بهذه المطالب؛ الأمر الذي أدى إلى ارتفاع الأسعار وفرض قيود اقتصادية للحدّ من ارتفاعها. إلاّ أنّ واقع هذه الحماية يرجع إلى عقود سحيقة ممعنة في القدم تفاوتت فيها حدود تدخل المشرّع تبعًا للتّغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في كل عصر من هذه العصور. فكان اهتمام هذه المجتمعات القديمة بإرساء قواعد هامة تنظم سلوك الأفراد بينهم ومنع سيطرة القوي على الضعيف وكان من بين تلك القواعد ما يتعلق بحماية المستهلك بالمفهوم الحديث.

الفرع الأول: حضارة الفراعنة (قبل الميلاد)

شكل مبدأ حماية المستهلك جزءًا من النظام الاقتصادي والاجتماعي في حضارة الفراعنة. حرص الفراعنة على ضمان جودة المنتجات وتوفيرها بأسعار عادلة، وذلك بسن قوانين صارمة شملت حماية المستهلك من الغش ولاحتيال في

البيع والشراء. هذه القوانين كانت مراقبة الأوزان والمقاييس لضمان عدم التلاعب بها.

كما شملت العناية بالمستهلك فرض رقابة صارمة على الأسواق لضمان جودة المنتوجات وتوفيرها بأسعار عادلة. وقد عمد الفراعنة إلى تعيين موظفين مختصين لمراقبة الأسواق والتأكد من إلتزام التجار بالقوانين. كما فرضوا عقوبات صارمة علة من يخالف القوانين.

وقد فرض الفراعنة عقوبات صارمة على من يخالف القوانين المتعلقة بالغش في الأوزان أو بيع منتجات غير صالحة. تمثلت العقوبات في الغرامات والسجن وحتى الإعدام في بعض الحالات. كما قام الفراعنة بإعتماد سجلات دقيقة للمعاملات التجارية لضمان الشفافية والمصداقية. ساهمت هذه الترتيبات في حل النزاعات التجارية وحماية حقوق المستهلكين.

الفرع الثاني: الشريعة الإسلامية

أرست الشريعة الإسلامية أسس متينة لمفهوم حماية المستهلك، من خلال العديد من القواعد منها الدعوة إلى إتقان العمل[10]، والنهي عن الغش[11]والأمر بالوفاء في الكيل والنهي عن التلاعب بالموازين[12]، وتحريم الاحتكار.[13]

الفرع الثالث: المجتمعات الحديثة

[10] قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتْقِنَهُ".

[11] قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:" من غشنا فليس منا" أخرجه مسلم في صحيحه(146)

[12] قال الله تعالى:" وَيْلٌ لِلْمُطَفِّفِينَ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ" سورة المطففين، الآية 2.

وقوله تعالى: "وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ " سورة الرحمن، الآية 7.

[13] عَنْ سَعِيدِ بْنِ الْمُسَيَّبِ عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ نَضْلَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ).

تعتبر حركة حماية المستهلك[14]حركة حديثة النشأة، تشكلت ملاحمها الأساسية في الولايات الأمريكية المتحدة في ستينيات القرن الماضي،[15] بعد أن ظهرت فيها مخاطر المجتمع الاستهلاكي مع بلوغ النظام الرأسمالي قمّة نموه.

يرى بعض الشراح بأنّ تشكل الحركة مرّت بثلاثة مراحل هي:

المرحلة الأولى: مرحلة ما قبل وعي المستهلك بحقوقه[16]

---

[14] تسمى هذه الحركة ب Le Consumérismeأو Le consommateurisme.

[15] إلى جانب ما سبق، يجب الإشارة إلى أهمية إسهامات المفكرين في التمهيد لظهور هذه الحركة، منهم:

- الفيلسوف MARCUSEفي مؤلفه L'homme one-dimensionnel
- عالمي الاقتصاد J. K. GALBRAITHفي كتابه L'ère de l'opulence والذي يعتبر أول من حذّر من الخطر الذي يمثله الإشهار والدعاية. والعالم VANCE PACKARD في كتابه La persuasion clandestine والذي ندد من خلاله بسلطات المؤسسات وتعسفها.

[16] في إطار المرحلة السابقة على إقرار التشريعات الحمائية لفائدة المستهلك، يشير بعض الشراح إلى فكرة تتعلق بقانون الاستهلاك والتضامن العقدي: منذ نشأة القانون المدني وفي خضم التطورات التي لحقت به، استطاع أن يثبت دوره كمرآة صادقة لحاجات المجتمع ومقتضيات استقراره. وقد تضمن هذا القانون مجموعة من المبادئ التي تسعى إلى تحقيق تلك الغايات في إطار توازن دقيق يحاول أن يوفق بين مقتضيات العدالة، ومقتضيات الاستقرار. ومن اهم هذه المبادئ أن الإرادة هي أساس القوة الملزمة للعقد، وأنّ العقد هو شريعة المتعاقدين، فلا يجوز نقضه أو تعديله إلا بإتفاق الطرفين. وقد حظيت هذه المبادئ بقبول فقهي خلال القرن 19، واعتبرت قوام النظام القانوني وسند فعاليته وذلك انطلاقًا من الإيمان **بالمذهب الفردي**.

وبما أنّ مبدأ سلطان الإرادة لم يكن معروفًا في القانون الروماني، لأنّ الإرادة في ذاتها لم تكن لها قوة إنشاء الالتزامات، على أساس أنّ إبرام العقد لم يكن يرتبط بمجرد توافق الإرادتين بل كان من الضروري إتباع إجراءات أخرى شكلية لكي تنعقد العقود. ليبرز فيما بعد مبدأ سلطان الإرادة في أوربا خلال العصور الوسطى.

أمام هذه الازدواجية، بدأ البحث في أساس القوة الملزمة للعقد، والذي يميل بين الاتجاه الفردي الذي يتمثل في نظرية سلطان الإرادة، والاتجاه الاجتماعي الذي يرى أنّ أساس القوة الملزمة للعقد، ليس فيما للإرادة من سلطان ذاتي بل في ضرورات الحياة في المجتمع.

ثم بدأت الاتجاهات الحديثة في القضاء والتشريع المقارن والتي تسعى إلى مواجهة انعدام المساواة، ومن ثم تظهر فكرة الطرف الضعيف في العقد، خارج النطاق التقليد لعيوب الإرادة كوسيلة تقليدية لحماية الإرادة التعاقدية، ويرجع ذلك أساس إلى أنّ الإرادة تم صياغتها بطريقة دقيقة أدت إلى التّضييق من نطاقها بقصد المحافظة على استقرار المعاملات، والقوة الملزمة للعقد.

تصل هذه المرحلة إلى أواخر القرن 19 تقريبًا. غلب خلال هذه الفترة الاعتقاد القاضي بأنه ليس من حق الشخص المطالبة بأكثر مما هو متوفر من حقوق. وفي وقت ساد فيه الاهتمام بالإنتاج، وانتشار الفكر الليبرالي[17] المغلب لوجهة نظر المنتج في استغلال الموارد الاقتصادية إعمالاً لمبدأ المنافسة الحرة، والتوازن التلقائي للاقتصاد.[18]

المرحلة الثانية: مرحلة بداية إنشار الوعي بين جمهور المستهلكين

تمتد هذه المرحلة من آواخر القرن 19 إلى ستينات القرن الماضي، وتعتبر هذه المرحلة بداية ميلاد حركة حماية المستهلك. تميزت ببداية تغير نظرة أفراد المجتمع للمشاكل ذات الصلة بالاستهلاك، وارتبطت بتأسيس أول جمعية للمستهلكين في الولايات الأمريكية المتحدة. كما أنّ تأثير الحركة على حكومات هذه الأخيرة تجلى في إصدار أول قانون لحماية المستهلك سنة 1872.

هذا ما دفع بعض الشراح إلى القول بقصور المذهب الفردي الذي يعتبر أساسًا لمبدأ سلطان الإرادة وغيره من المبادئ المستقرة في الفكر التقليدي. وبالتالي، فإنّ الاتجاه الاجتماعي أو التضامني هو الذي يواجه –ولابد أن يواجه- مبدأ سلطان الإرادة الذي ساد الفكر القانوني والفقه القانوني على حد سواء حتى نهاية القرن 18.

ووفقا لمبدأ الاتجاه الاجتماعي أو التضامني، فإنّ التضامن العقدي يحل محل حرية الإرادة في قانون الاستهلاك، والذي تشبع بروح الاتجاه الاجتماعي دون إقصاء لمبدأ سلطان الإرادة. وهذا يعني أنّ كلا المبدأين قد تعايشا مع بعضهما البعض ولم يتنافرا.

- أنظر في هذا الموضوع: محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015، ص. ص. 37-39.

[17] بزعامة آدم سميث.

[18] كما برز خلال هذه الفترة مبدأ اليد الخفية التي تسيطر على النظام الاقتصادي بما فيه من أفراد ونظم. مما أدى إلى سيادة فكرة "فليُعاني المشتري" عوضا لفكرة "فليُعاني البائع" بمعنى أن يتحمل البائع مسئولية الشيء المبيع وضمان حقوق المستهلك.

- أنظر: بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، مجلة العلوم القانونية والإدارية، عدد خاص، كلية الحقوق بجامعة سيدي بلعباس، أبريل 2005، ص. 9.

وبالنظر إلى ما يحوزه رجال الأعمال من نفوذ وتأثير فقد تمكنوا ما بين سنتي 1879 و1905 من منع صدور حوالي 100 قانون ذو صلة بتنظيم الأغذية والدواء.

وقد لعبت الطبقة المثقفة دورًا في تعزيز الوعي الاستهلاكي[19]، فساهمت في صدور قانون الأغذية والدواء (سنة 1906) والذي تضمن منع تصنيع أو بيع أو نقل أغذية أو أدوية أو خمور ملوثة أو مسمومة أو بدون ختم.[20]

وبعد ركود مؤقت وُضِّف في التلاعب بمصالح المستهلكين من قبل الصناعيين، عادت الحركة للنشاط سنة 1927 بعد أن أصدر الكاتب الأمريكي Stuart Chase Schlink كتابًا بعنوان "**قيمة نقودك**"[21]هاجم من خلاله الإعلانات المضللة، والبيع تحت تأثير الضغوط والإغراءات التي يجد فيها المستهلك نفسه في عالم غير واقعي[22].

على العموم، شكلت هذه المرحلة بداية لميلاد حركة حماية المستهلك، وصدور تشريعات تكفل له الحماية. غير أنّ تطور هذه التشريعات تَأثَر سلبًا بالأزمة الاقتصادية والحربين العالميتين، مما حدّ من تطورها.

المرحلة الثالثة: مرحلة تكَوُّن حقوق المستهلك

---

[19] في سنة 1906 صدر كتاب للكاتب السياسي الأمريكي UPTON SINCLAIRتحت عنوان "الغابة The jungle" بين فيه الإهمال والتسيب والقذارة في صناعة الأغذية المضرة بصحة المستهلك. وقد أورد الكاتب في كتابه وصفا لمصنع لتعليب اللحوم في شيكاغو حيث تخزن اللحوم في غرف قذرة، وتختلط بما يبصقه العاملون على الأرض ...ولرداءة ظروف التخزين تكثر الفئران في جوانب غرف التخزين حيث تأكل منها الفئران وتموت... وعندما تبدأ عملية تحويل اللحوم إلى سجق، وبطلب من العمال إحضار اللحوم من غرف التخزين فإنهم يحملون اللحوم بما عليها من سم الفئران وما مات من الفئران لتدخل جميعها إلى المصنع لصنع السجق

- أنظر: حماد (علم الهدى): المستهلك حمايته... في الدول المتقدمة وغير المتقدمة، مجلة العربي، العدد 183، فبراير 1974، ص. 25؛ مشار إليه من بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص. 10.

[20] بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص. 10.

[21] « Your money's worth »

[22] حيث شبّه الكاتب هذه الوضعية بأنّ المستهلك يجد نفسه أشبه بأليس في بلاد العجائب.

بداية من ستينيات القرن الماضي أصبح موضوع حماية المستهلك يحض بمكانة مهمة في النقاشات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وذلك بالنظر إلى تزايد النمو الاقتصادي الذي تضاعفت معه الأموال والخدمات المعروضة على المستهلكين، وما رافق ذلك من زيادة نشاط المؤسسات وتوسعها، وتطور آليات ومستويات الإشهار والتسويق والائتمان[23]؛ وهو ما عزز من قوة المتدخلين الصناعيين في مواجهة المستهلكين. وإدراكًا من السياسيين بأهمية فئة المستهلكين في صناعة الفارق في الاستحقاقات الانتخابية فقد حاول هؤلاء التدخل لتحقيق مكاسب لفئة المستهلكين.

أولاً: ظهور حركة حماية المستهلك في أمريكا

لعب الرئيس الأمريكي "جون كيندي" J.F KENNEDY دورًا مهما في بروز الحركة وذلك من خلال الرسالة التي وجهها إلى الكونغرس الأمريكي بتاريخ 15 مارس 1962[24]، والتي تمنى من خلالها أن يتم إصدار تشريعات تجعل المستهلكين أكثر قدرة

[23] بودالي محمد، المرجع السابق، ص. 10.

[24] تخليدًا لهذا التاريخ تقرر تحديد يوم 15 مارس من كل سنة كيوم عالمي لحقوق المستهلك.

على ممارسة حقوقهم[25]، وذلك بعد أن لاحظ أنّهم يمثلون المجموعة الاقتصادية الأكبر عددًا والأقل اهتمامًا واستماعًا لها.[26]

وفي بداية سبعينيات القرن الماضي[27] لعب Ralf Nadal[28] رفقة مجموعة نشطاء حركة المستهلك دورًا بالغ الأهمية في تكريس حقوق المستهلكين[29]، حيث أضافوا ستة حقوق أخرى ضمن حقوق المستهلك.[30]

- [25] تضمنت الرسالة إشارة إلى الحقوق التالية:"
- حق الأمان: حماية المستهلك من السلع الضارة بصحته وحياته.
- الحق في الإعلام: حق المستهلك في الحصول على إعلام موضوعي، وكافي عن المنتجات والسلع، وحمايته من الإعلام المضلل والإشهار الخادع، وتقديم البيانات الدقيقة الكفيلة بإتخاذه الاختيار الأفضل والسليم: كبيان الأسعار والوسم.
- حق الاختيار: أي حق المستهلك في الاختيار بين السلع بقصد الحصول على سلعة أو خدمة ذات جودة، مقال سعر معقول.
- حق الاستماع له: بمعنى أنّ الحكومة ستأخذ مطالب المستهلكين بعين الاعتبار عند وضعها للسياسة الحكومية، إضافة إلى عناية الإدارة بها، واعتماد جمعيات المستهلكين لإسماع صوت المستهلكين للجهات المعنية.

[26] خلص إلى قول بأنّ ثلثي (3/2) نفقات الاقتصاد القومي يقوم بها المستهلكون، ومع ذلك فإنهم يمثلون المجموعة الاقتصادية الوحيدة غير المنظمة بشكل فعال، والتي لا قيمة لوجهة نظرها.

[27] عبدت رسالة الرئيس Kennedy الطريق لظهور ما يسمى CONSUMERISM.

[28] تعتبر هذه الشخصية من أشهر نشطاء حركة حماية المستهلك في أمريكا والعالم، فاقت شعبيته وشهرته السياسيين والممثلين. هو حاصل على شهادة الدكتوراه من جامعة هافارد عام 1964، سنة 1965 أصدر كتابا بعنوان " Unsafe at any speed" فضح من خلاله افتقار سيارات G.M إلى الأمان. وقد بيعت في ذات السنة 500000 نسخة من هذا الكتاب، وتمكن بذلك Nadal من الضغط على الشركة من أجل سحب نوع السيارة الذي شبهه بعربة الموتى La corvair.
جزء من السيرة راجع: بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، الهامش 4، ص. 12.

[29] يعود السبق في الكشف عن مخاطر المجتمع الإستهلاكي في الولايات الأمريكية المتحدة لعدد من الفلاسفة مثل Marcuse، وبعض رجال الاقتصاد على غرار Galbraith و Vence Packard

[30] تتمثل هذه الحقوق فيما يلي:

1. حق المستهلك في الحصول على سلع تمتاز بجودة التصميم والدقة في الآداء.
2. حق المستهلك في أن يدفع أثمانا عادلة في مقابل السلع والخدمات التي يحصل عليها.
3. حق المشتري في الحصول على الإحترام والمعاملة اللائقة من المؤسسات والمحترفين.
4. حق المستهلك في أن تكون السلع والخدمات التي تتعامل بها المؤسسات والمحترفين لا تتعارض مع عادات وتقاليد وقيم المجتمع.
5. حق المستهلك في تقديم الشكاوى والطعون، والتي ترتبط بالسلع والخدمات التي يقتنيها أو يستعملها.

ثانيًا: انتقال حركة حماية المستهلك إلى أوربا[31]

صدرت في أوربا أولى تشريعات حماية المستهلك أو قانون الاستهلاك، والذي يُطلق عليه البعض "قانون النضال" "Droit militant".[32]شهدت سبعينيات وبداية ثمانينيات القرن الماضي أحداث ساهمت في صدور تشريعات حماية المستهلك، وميلاد منظمات وجمعيات للمستهلكين في العديد من دول أوربا الغربية[33]. غير أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال إنكار الدور الإيجابي "للنظام القانوني الأوروبي"[34]من توجيهات وقرارات للمجلس الأوربي، ومحكمة العدل الأوروبية، في الدفع بسرعة تبني تشريعات تكفل حماية المستهلكين. حيث أشارت صراحة المادة II-98من الدستور الأوروبي على توفير أعلى درجات الحماية للمستهلك الأوروبي، على اعتبار أنّه يشكل المحرك الرئيسي للعجلة الاقتصادية في الإتحاد.[35]

---

[31] نشأت في كندا عام 1947 أول منظمة اهتمت بمساعدة المستهلكين هي "الجمعية الكندية للمستهلكين" وتحول اسمها إلى "جمعية المستهلكين في كندا" عام 1962، وهو الاسم الذي حافظت عليه الحركة إلى اليوم.

[32] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص. 11.

[33] خلال هذه الفترة كانت دول المعسكر الشرقي الاشتراكي بما فيها دول العالم الثالث التي سارت في نهجها الاقتصادي والسياسي لا تكاد تشعر بهذه الحركة. ورغم ذلك نشأت بعض المنظمات والجمعيات لحماية المستهلك في بعض دول العالم الثالث مثل ماليزيا سنة 1965 تحت اسم Selangor consumer's association.

[34] تم إنشاء السوق الأوربية بموجب معاهدة روما بتاريخ 25 مارس1957، غير أنّ هذه المعاهدة لم تتضمن ما يضمن حقوق المستهلكين.

برز الاهتمام الأوربي بالمستهلكين في مطلع 1972 وذلك في شبه توصية صدرت في قمة باريس لزعماء وحكومات السوق، حيث حدد مجلس وزارة السوق سنة 1975 برنامج لحماية المستهلكين وتم الإعلان فيه ع الحقوق الأساسية للمستهلك.

ومعلوم أنّ الفكرة الأساسية الدافعة لتأسيس الاتحاد الأوروبي هي تسهيل انتقال البضائع والخدمات والأشخاص والأموال بين دول الاتحاد وفتح باب المنافسة بينها على أساس مبدأ "المعاملة بالمثل"، وتسهيلاً لهذا الوضع يتعين توفر إطار حمائي عام للمستهلك على مستوى الاتحاد. أنظر: محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. 39.

[35] محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. 40.

وتأثرًا بما تم بلوغه في أمريكا وضع الكتاب الأبيض أو ما يسمى بتقرير لجنة مالوني "Rapport Maloney" والذي تضمن الأسس العامة لحماية المستهلك. وانتشرت جمعيات حماية المستهلك وكيانات أخرى[36]في جميع أنحاء بريطانيا.

ومن بريطانيا طالت الحركة دولاً أخرى على غرار بلجيكا، النرويج، النمسا، ألمانيا، هولندا وفرنسا...إلخ.

بالنسبة لفرنسا بدأت هذه الحركة بإنشاء العديد من جمعيات المستهلكين،[37] وإن كانت ظهرت متأخرة وأقلّ قوة من نقابات العمال، إلا أنّ ضغطها دفع بالمشرع الفرنسي إلى إصدار حوالي 16 تشريعًا[38] قبل أن يصدر تقنين الإستهلاك لعام 1993، ولم تتوقف التشريعات بعد هذا التقين.

خلاصة: تجدر الملاحظة أنّه منذ سنة 1980 اشتد عود "الحركة الاستهلاكية" "Le mouvement Consumériste" والتي لم تكن مجرد سحابة عابرة يغلب عليها الحماس، بل تبلورت في شكل أفكار وأهداف محددة وثابتة، وأصبح قانون الاستهلاك

---

[36] كما تم إنشاء الإتحاد الوطني لجماعات المستهلكين "NFCG"، والمركز الاستشاري للمستهلكين، واهتمت هذه الجمعية منذ نشأتها بمعالجة شكاوى المستهلكين ودراسة خدمات المحلات والمراكز التجارية ومقارنة الأسعار.

- بودالي محمد، تطور حركة حماية المستهلك، المرجع السابق، ص. 14.

[37] من أبرز الجمعيات نذكر الاتحاد الفدرالي للمستهلكين، تأسس عام 1951 يهتم بالدفاع عن المستهلكين وينشر مجلة "Que choisir ?"

[38] من ذلك:

- قانون توجيه التجارة والحرف المؤرخ في 27 ديسمبر 1973 المسمى قانون "Royer"، وتضمن أحكامًا خاصة تهدف إلى حماية التجار الصغار من قوة وقدرات تجار المساحات الكبرى، إضافة إلى تضمنه لأحكام خاصة تهتم بحماية المستهلكين وخاصة المادة 44 التي تحظر الإشهار الكاذب.

- وقانون "Scrivener" المتعلق بالشروط التعسفية والمؤرخ في 10 يناير 1978، والذي تضمن أحكامًا تهدف لاسيما إلى استبعاد وحذف الشروط التعسفية التي قد تتضمنها عقود الاستهلاك، إضافة إلى أحكام أخرى ترمي إلى حماية المستهلكين ضدّ مخاطر الائتمان.

منذ تلك الفترة يحجز له مكانًا ضمن الترسانة القانونية لكل البدان المتقدمة اقتصاديًا[39].

المطلب الثاني: تطور تشريع حماية المستهلك في الجزائر

يترتب عن دراسة تطور النصوص القانونية ذات الصّلة بحماية المستهلك في الجزائر التّمييز بين مرحلتين هامتين: مرحلة سابقة لصدور القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[40]، ومرحلة ثانية تبدأ من صدور القانون المشار إليه.

الفرع الأول: مرحلة ما قبل القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك

بدأت هذه المرحلة بصدور القانون المؤرخ في 31 ديسمبر 1962 الذي أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها مع السيادة الوطنية. وبما أنّ حركة حماية المستهلك لم تكن قد نضجت وتجسدت بالشكل الكافي في القوانين الفرنسية، فإنه لم يكن من الممكن الاقتباس عن هذه القوانين فيما يتعلق بحماية المستهلك، هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى، وجود تعارض بين القوانين الاقتصادية في فرنسا ذات النهج الليبرالي مع النهج الاشتراكي الذي اختارته الدولة الجزائرية كنهج بديل للموروث الاستعماري.

وبطبيعة الحال، فإنّ الأولوية بعد الاستقلال تمثلت في سد النقص التشريعي الذي تركه المستعمر، وهو ما جعل الدولة تفح ورش صياغة القوانين الكلاسيكية

---

[39] نبيل إبراهيم سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان في القانون الفرنسي، دار الجامعة الجديدة للشر، 2008، مصر، ص. ص. 8 -9.

[40] قانون رقم 89-12 مؤرخ في 07 فبراير 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج. ر العدد 06 المؤرخ في 13 فيفري 1989 (ملغى).

المعروفة كقانون العقوبات، قانون الإجراءات الجزائية، قانون الإجراءات المدنية، القانون المدني، القانون التجاري... إلخ.

لكن بالرغم من عدم صدور نص تشريعي خاص بحماية المستهلك، إلا أنّ بعض الفقه يرى بأنّ ذلك لم يكن حائلاً دون صدور عدد من النصوص القانونية التي حملت أحكامًا توفر نوعًا من الحماية غير المباشرة للمستهلك دون أن تستخدم صراحة لفظ المستهلك، من ذلك:

1- الأمر رقم 75-47 المؤرخ في 17 جوان 1975 يتضمن تعديل وتميم قانون العقوبات[41] الذي استحدث بموجبه المشرع جرائم جديدة أقحمها ضمن قانون العقوبات، في الباب 4 تحت عنوان الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية في المواد من 423 إلى 435.[42]

2- الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسميات المنشأ[43]، والذي صدر بغرض توفير الحماية القانونية للمنتج، ولكن بالتعدي طالت الحماية المقررة لتشمل المستهلك أيضًا.[44]

3- بعض الأحكام الواردة في الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني[45]، لاسيما ما يتعلق:

---

[41] أمر رقم 75-47 مؤرخ في 17 يونيو 1975، يتضمن تعديل الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج. ر. العدد 53 مؤرخ في 04 يوليو 1975.

[42] وهي الأحكام التي جاء بها من القانون الفرنسي المؤرخ في 1 غشت 1905 المتعلق بالغش والتدليس، والذي عدل بعض مواده بقانون 28 جويلية 1912، ثم لحقت به عدة تعديلات خلال القرن الماضي، وتم إدماج نصوصه ضمن أحكام قانون الاستهلاك.

[43] أمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 يوليو 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، ج. ر. العدد 59 المؤرخ في 23 يوليو 1976.

[44] نصّ هذا الأمر على تعريف المنتج والمنتوج، وعلى عقوبات ضدّ الاستعمال المباشر أو غير المباشر لتسمية منشأ مزورة أو منطوية على غش أو تقليد، وضدّ من يطرحون للبيع أو يبيعون منتجات تحمل تسمية منشأ مزورة أو تقليد. كما منع استعمال تسمية المنشأ بالنسبة لمنتجات ذات جودة أدنى من الجودة المحددة بموجب نصوص قانونية متعلقة بها.
أنظر في هذا الخصوص أحكام المواد: 1 و22 فقرة 2 و28 من الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 19 يوليو 1976.

[45] أنظر المواد 124، 138، 379 من القانون المدني.

- نظرية عيوب الإرادة (الغلط الإكراه، الاستغلال والتدليس)
- بالسكوت التدليسي والالتزام بالإعلام المشار إليها في المادة 86 فقرة 1،
- الأحكام المتعلقة بضمان العيوب الخفية المشار إليها في المواد من 379 إلى 383 من القانون المدني[46]،

4- بعض الأحكام التي تضمنها القانون رقم 85-05 المؤرخ في 16 فبراير 1985 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها[47] (الملغى)، لاسيما ما يتعلق بالمعاقبة على كل مخالفة للأحكام المتعلقة بإنتاج ووضع المواد السامة والمخدرات.[48]

5- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 7 مارس 1987 المتعلق بتعاونيات الاستهلاك[49]، وهي تعاونيات خدمات اجتماعية لا تهدف إلى تحقيق الربح. وكان الهدف من إنشائها هو المساهمة في حماية قدرة العامل الشرائية عن طريق ضمان تموين المشتركين فيها تموينًا منتظمًا بالمواد الواسعة الاستهلاك، وبشروط أفضل من حيث السعر والنوعية.[50]

6- القانون رقم 88-08 المؤرخ في 26 يناير 1988 المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية.[51]

خلاصة: من الملاحظ أنّ هذه المرحلة تميزت بعدم صدور نص قانوني خاص بحماية المستهلك. وبالتالي، اقتصرت الحماية المقررة للمستهلك في نصوص تطبق على عموم

---

[46] هي أحكام مأخوذة عن القانون المدني الفرنسي المواد 1641 إلى 1648، والتي تمتد بجذورها إلى القانون الروماني.

[47] قانون رقم 85-05 مؤرخ في 16 فبراير 1985، يتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المعدل والمتمم، ج. ر. العدد 08 المؤرخ في 17. فبراير 1985، (ملغى).

[49] قرار وزاري مشترك مؤرخ في 7 مارس 1987 المتعلق بتعاونيات الاستهلاك، ج. ر. العدد 35 المؤرخ في 26 غشت 1987، المعدل والمتمم بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 01 جويلية 1989، ج. ر العدد 39 المؤرخ في 13 سبتمبر 1989.

[50] بودالي محمد، المرجع السابق، ص. 20

[51] تلاه بعد ذلك المرسوم التنفيذي رقم 90-240 المؤرخ في 4 غشت 1990 المحدد لشروط صناعة وعرض البيع ومراقبة الأدوية البيطرية.

الأفراد، ومن خلال استخدام مصطلحات على غرار البائع، المشتري، المنتج؛ ودون استخدام لمصطلح المستهلك.

كما تميّزت هذه المرحلة بغياب هيئات وأجهزة تدافع عن مصالح المستهلك.

الفرع الثاني: مرحلة تبني نصوص قانونية خاصة بحماية المستهلك

بعد فشل النهج الاشتراكي[52] في معقله، كان من تداعيات هذا الانهيار أن حادت عديد الدول عن هذا الطريق، ومنها الجزائر التي بدأ فيها التحول التدريجي نحو اقتصاد السوق في نهايات ثمانينيات القرن الماضي، كان من أولى بوادره صدور المرسوم رقم 88-201 المؤرخ في 18 أكتوبر 1988 المتضمن إلغاء جميع الأحكام التنظيمية التي تخول المؤسسات الاشتراكية ذات الطابع الاقتصادي التفرد بأي نشاط اقتصادي أو احتكار للتجارة، تلته عدة نصوص ذات الصلة بإقتصاد السوق منها ما يتعلق صراحة بحماية المستهلك.

أولاً: القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بقواعد حماية المستهلك

تميّز التحول نحو نهج اقتصادي حر بتنوع وتعدد في السلع والخدمات المعروضة على المستهلكين. وبمباشرة هذا التوجه بدأ التفكير في الإطار القانوني الحمائي الكفيل بتوفير السلامة اللازمة والأمن الكافي للمستهلك مما قد تحويه المنتجات من مخاطر وأضرار[53]. وعليه؛ فإنّ فكرة الدفاع عن حقوق المستهلك وجدت لها مكانًا بشكل صريح في المنظومة القانونية الجزائرية بداية من سنة 1989

---

[52] الذي كان يعتمد على التخطيط المركزي وسيطرت القطاع العام على دواليب العجلة الاقتصادية.

[53] وبطبيعة الحال فإنّ هذه الوفرة تكون في أحيان كثيرة على حساب الجودة والنوعية؛ كما أنّ هذه السلع والخدمات تكون في بعض الأحيان مجهولة المصدر أو مبهمة البيانات... هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى، وجود المستهلك في بعض الأحيان عرضة لمناورات وتلاعب الأعوان الاقتصاديين والتجار نتيجة الجشع والرغبة في تحقيق الربح على حساب سلامة المستهلك.

من خلال القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 [54]المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.[55] وهذا ما دفع بعض الشراح إلى القول بأنّ أحكام هذا النص شكلت منعطفًا حاسمًا في تكريس المبادئ الأساسية المتضمنة لحقوق المستهلك.[56]

حيث ألزم المشرع المحترف –من خلال هذا النص القانوني- بضرورة توفير الضمانات ضدّ كل المخاطر التي من شأنها المساس بصحة المستهلك و/أو أمنه، أو المساس بمصالحه المادية، ومكّن الإدارة من البحث عن مخاطر المنتوجات، وتفادي الأضرار التي يمكن أن ترتبها بعض المنتوجات المعيبة وغير المطابقة[57].

---

[54] يتكون من 30 مادة .

[55] "وهذا حتى قبل دسترة فكرة اقتصاد السوق على اعتبار أنه مطلب اجتماعي وصحي لمرافقة الواقع الجديد المحفوف بكثير من المخاطر". أنظر: كحلولة محمد والغوتي مكامشة، حماية المستهلك في القانون الجزائري، الجزء 2، مجلة الإدارة، ج. 6 رقم 1، 1996، ص. 62.

[56] أهم الحقوق التي أقرها القانون رقم 89-02 هي:

- حق المستهلك في الحماية خلال كل مراحل العلمية الاستهلاكية، لاسيما قبل العرض النهائي للسلعة أو الخدمة، (المادة 1 من القانون رقم 89-12).
- حق المستهلك في الحصول على المعلومات اللازمة حول مصدر السلع المعروضة للاستهلاك، بالإضافة إلى اريخ الصنع، مدة الصلاحية، وكذلك كيفية الاستعمال[56]،
- حق المستهلك في السلامة من المخاطر التي تمس صحته أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية،
- حق المستهلك في توفير المنتوج أو الخدمة على المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية وإلزام المطابقة ولرغبته المشروعة في الاستهلاك،
- حق المستهلك في الضمان القانوني للمنتوج أو الخدمة وبحقه في تجربة المنتوج،
- الاعتراف بحق المستهلك في التمثيل وحق التقاضي في إطار جمعيات المستهلكين،
- إقرار واجب تدخل الأجهزة المختصة عن طريق اتخاذ الإجراءات اللازمة لوقاية المستهلك ووضع نظام رقابة جودة المنتجات والخدمات،
- النص على إجراءات إدارية وقائية ضدّ كل إخلال بالالتزامات المعروضة على المهنيين في مجال عرض السلع للاستهلاك، كالغلق والمصادرة....

[57] كحلولة محمد ومكامشة الغوتي، المرجع السابق، ص. 62.

وتجدر الإشارة إلى صدور عدة نصوص تنفيذية وتنظيمية في إطار هذا النص القانوني تتعلق بمتطلبات السلامة والأمن لمختلف المواد الاستهلاكية[58]؛ وهذا دون إغفال مجموع المواد التي تم إقرارها قبل هذا النص بغرض حماية المستهلك، أهمها ما جاء في قانون الأسعار، إلى جانب مضمون المادة 140 مكرر من القانون المدني[59] المتعلقة بمسؤولية المنتج عن فعل منتجاته المعيبة[60]. ومسؤولية الدولة عن تعويض الأضرار الجسمانية بفعل المنتجات المعيبة في حال انعدام المسؤول.

وبغرض بلوغ الأهداف المرجوة من إصدار القانون رقم 89-02 صدرت مجموعة من المراسيم التنفيذية[61]. كما تم العمل على إنشاء عدد من الهيئات

---

[58] يتعلق الأمر ب27 مرسوم و23 قرار يشمل المواضيع التالية:

- سلامة المواد الغذائية،
- اللجنة الوطنية لحماية المواد الغذائية،
- المضافات الغذائية،
- مواد التجميل،
- مواصفات الماء،
- اللعب،
- الحليب،

[59] المادة 140 مكرر من القانون المدني (قانون رقم 05-10 مؤرخ في 20 يونيو 2005):" يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجاته حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية.

يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية".

[60] وهذا نتيجة لتوقيع الجزائر سنة 2002 على اتفاقية الشراكة مع الإتحاد الأوربي تأكد من خلالها على ضرورة التعاون والتوفيق في مجال حماية المستهلك، والعمل على ملائمة المنتوجات لمعايير السلامة والأمن الأوربية والدولية. دخلت هذه الاتفاقية حيز التطبيق بموجب المرسوم الرئاسي المؤرخ في 27 أبريل 2005 المتعلق بالمصادقة على اتفاق الشراكة بين الجزائر والإتحاد الأوربي، ج. ر. العدد 21 المؤرخ في سنة 2005 اتفاق الشراكة الأور جزائري المبرم سنة 2002 والساري المفعول بموجب المرسوم الرئاسي رقم 05-195 وفي مادته 65 أكّد على ضرورة التعاون بين الجانبين في مجال حماية المستهلك وعلى وجوب التوفيق بين أظمتها والتقريب منها.

[61] أهم المراسيم التنفيذية التي صدرت على إثر صدور القانون رقم 89-02 هي:

1. مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر. العدد 05 المؤرخ في 31 يناير 1990.

2. مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج. ر. العدد 40 المؤرخ في 19 سبتمبر 1990.
3. مرسوم تنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج. ر. العدد 50 المؤرخ في 21 نوفمبر 1990.
4. مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج. ر. العدد 50 المؤرخ في 21 نوفمبر 1990.
5. مرسوم تنفذي رقم 91-41 مؤرخ في 19 يناير 1991 يتعلق بالمواد المعدّة كي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه المواد، ج. ر. العدد 04 المؤرخ في 23 يناير 1991.
6. مرسوم تنفذي رقم 91-53 مؤرخ في 23 فبراير 1991 يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، ج. ر. العدد 09 المؤرخ في 27 فبراير 1991.
7. مرسوم تنفيذي رقم 91-192 مؤرخ في 1 جوان 1991 يتعلق بمخابر تحليل النوعية، ج. ر. العدد المؤرخ في .
8. مرسوم تنفيذي رقم 92-25 مؤرخ في 13 يناير 1992 يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية وكيفيات ذلك، ج. ر. العدد المؤرخ في .
9. مرسوم تنفيذي رقم 92-30 مؤرخ في 20 يناير 1992 يتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، ج. ر. العدد 06 المؤرخ في 26 يناير 1992.
10. مرسوم تنفيذي رقم 92-41 مؤرخ في 4 فيفري 1992 يحدد شروط إنتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وكيفيات تسويقها في السوق الوطنية وكيفيات ذلك.
11. مرسوم تنفذي رقم 92-42 مؤرخ في 4 فبراير 1992 يتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرًا من نوع خاص.
12. مرسوم تنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فبراير 1992 المتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليًا أو المستوردة.
13. مرسوم تنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 6 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته.
14. مرسوم نفيذي رقم 95-363 مؤرخ في 11 نوفمبر 1995 يحدد كيفيات التفتيش البيطري للحيوانات الحية والمنتوجات الحيوانية أو المنتوجات الآتية من أصل حيواني المخصصة للاستهلاك البشري، ج. ر. العدد 68 المؤرخ في 12 نوفمبر 1995.
15. مرسوم تنفذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتعلق ب إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج. ر. العدد 62 المؤرخ في 20 أكتوبر 1996.
16. مرسوم تنفيذي رقم 97-37 مؤرخ في 14 يناير 1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف وتوضيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية. ر. العدد 4 المؤرخ في 15 يناير 1997، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010، ج. ر. العدد 26 المؤرخ في 21 أبريل 2010.
17. مرسوم تنفذي رقم 97-254 مؤرخ في 8 جويلية 1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص، ج. ر. العدد 46 المؤرخ في 09 يوليو 1997.
18. مرسوم تنفيذي رقم 97-497 مؤرخ في 21 ديسمبر 1997 يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج. ر. العدد 85 مؤرخ في 24 سبتمبر 1997.

والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، المرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، المجلس الوطني للوقاية الصحية والأمن وطب العمل، شبكة مخابر التحاليل النوعية، مديرية المنافسة والأسعار بالولاية، ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بوزارة التجارة...إلخ.

ثانيًا: صدور القانون رقم 09-03[62] المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بقمع الغش وحماية المستهلك[63]

سنة 2009 [64] صدر القانون رقم 09-03 بتاريخ 25 فبراير 2009،[65] والذي يهدف إلى ضمان عرض سلع وخدمات آمنة وصحية للاستهلاك. ينص هذا القانون

---

[62] قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بقمع الغش وحماية المستهلك، ج. ر. العدد 15 المؤرخ في 08 مارس 2009.

تجدر الإشارة أن هذا النص يتكون من الناحية الطبوغرافية من 6 أبواب و95 مادة موزعة على الشكل التالي:

- الباب الأول: أحكام عامة (3 مواد)،
- الباب الثاني: حماية المستهلك (21 مادة)،
- الباب الثالث: البحث ومعاينة المخالفات (28 مادة)،
- الباب الرابع: قمع الغش (33 مادة)،
- الباب الخامس: غرامة الصلح (8 مواد)،
- الباب السادس: أحكام ختامية(مادتين).

[63] حيث نصت آخر مواده على بقاء المراسيم المتعلقة بالقانون رقم 89-02 سارية المفعول ما لم يصدر مرسوم جديد.

[64] تجدر الإشارة أنّ مرحلة التحول نحو اقتصاد السوق تميزت بقدر كبير من الغزارة التشريعية والتنظيمية، لكن سرعان ما دخلت السلطة التشريعية في ورش إصلاحات عميق لبعض النصوص القانونية وإضافة نصوص أخرى كانت ذات أهمية في إرساء قواعد متينة للتحول الاقتصادي، يمكن الإشارة إلى بعضها:

- إلغاء الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995 بموجب الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة وذلك بموجب نظرة تصحيحية لمضمون أحكام قانون المنافسة عمومًا، وبما يساهم في تحسين ظروف معيشة المستهلكين.
- إصدار القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (ج. ر. العدد 41 المؤرخ في 27 يونيو 2004). حيث تشكل هذا النص القانوني من حيث الأفكار العامة التي تضمنها جزءً من الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة (الملغى)؛ وإلى جانب ذلك نشير إلى أهمية ما جاء في أحكام الفصل الخامس من الباب الثالث منه المعنون **"الممارسات التعاقدية التعسفية"** والتي استحدثت ولأول مرة فكرة حماية المستهلك من الشروط التعسفية في القانون الجزائري. وتعبر هذه الخطوة تقفيًا لأثر ما سارت عليه

على ضرورة أن تكون السلع والخدمات خالية من المخاطر أو تحتوي على مخاطر محدودة تتنسب مع الاستخدام العاجي. كما يركز على توفير حماية عالية لصحة وسلامة المستهلك، والسعي لتحقيق توازن مثالي بين جميع العناصر لتقليل المخاطر. بالإضافة إلى ذلك يشدد القانون على أهمية توفير المعلومات والتحذيرات الضرورية للمستهلك، وتعزيز نظام الرقابة النوعية لضمان مطابقة المنتجات للمقاييس

التشريعات المقارنة من ضرورة استعادة التوازن المفقود في علاقات المهنيين بالمستهلكين. أنظر في تفصيل هذه الفكرة: قادة شهيدة، التجربة الجزائرية...، المرجع السابق، ص. 16.

- القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالتقييس (ج. ر. العدد 41 المؤرخ في 27 يونيو 2004) ومعه تم إنشاء المعهد الجزائري للتقييس بهدف ترقية عملية مطابقة المنتوجات والخدمات مع المقاييس الدولية وهو ما م شأنه أن يصب في صالح المستهلك عن طريق تحسين نوعية جودة السلع والخدمات.
- "التعديلات الهامة للقانون المدني، نخص بالذكر المادة 140 والمادة 140 مكرر المستحدثة والتي أسست لمبادئ المساءلة المدنية للمنتج القائمة على افتقاد السلامة في المنتوج، وركزت على فكرة الضحية سواء كان متعاقدا أو من الغير، متماشية بذلك مع ما استحدثته أحكام التوجيه الأوروبي لسنة 1985 وما رسخته القوانين الأوربية على هديه كان آخرها القانون الفرنسي 189-89 المتعلق بالمسؤولية ع فعل المتوجات المعيبة". نقل حرفي: قادة شهيدة، التجربة الجزائري...، المرجع السابق، ص. 16.
- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعبر تعسفية، والتعديلات التي لحقته بين سنتي 2008 و2011.
- القانون رقم 08-13المؤرخ في 20 يوليو 2008 المُعدل والمُتمم للقانون رقم 85-05 المتعلق بترقية الصحة، (ج. ر. العدد 44 المؤرخ في 3 غشت 2008) ما تضمنه من أحكام جديدة بالنسبة لطرح المنتوجات الصيدلانية في السوق.
- تعديلات قانون المنافسة لسنتي 2008 و2010.
- تعديل القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010 (ج. ر. العدد 46 المؤرخ في 18 غشت 2010).

هذا المسعى رافقته حركة تشريعية وتنظيمية شهدتها سنة 2011 بخصوص ضبط السوق وتقنين الأسعار وتسقيفها وحماية القدرة الشرائية للمستهلك الجزائري، فتوالت المراسيم الداعمة للقدرة الشرائية للمواطن، ومنها المرسوم رقم 11-08 الصادر في 06 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك، وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي والسكر الأبيض. ج. ر. العدد 15 المؤرخ في 09 مارس سنة 2011. نقل حرفي: قادة شهيدة، التجربة الجزائرية...، المرجع السابق، ص. 17.

[65] "تجدر الإشارة أن هذا النص القانوني مستخلص أساسًا من المشروع الذي قدمته وزارة التجارة في جويلية 2004 والذي أعاد النظر في سياسة الحماية وأضفى قدرًا من الصرامة على ملاحقة ومتابعة الأعوان الاقتصاديين المخالفين لأحكامه..." قادة شهيدة، التجربة الجزائرية في حماية المستهلك: بين طموح وتطور النصوص وافتقاد أليات تطبيقها، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، العدد 1، 2014، ص. 17.

والمواصفات القانونية، ومعايير السلامة والأمن والنظافة الصحية وفقًا للوائح الفنية.[66]

يرى بعض المختصين بأنّ أحكام القانون رقم 09-03 لم تقدم تغييرات جذرية؛ وذلك بالرغم من صدور عدة مراسيم تنفيذية في مجالات متنوعة (إعلام المستهلك[67]، أمن المنتوجات[68]، النظافة الصحية للمواد الغذائية[69]، المواد غير الغذائية، الإشهار الكاذب، الضمان[70]...).

غير أنّ المشرع عمد إلى إدخال تعديلات على القانون رقم 09-03 وذلك بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018[71]. حيث كرّس حقوق المستهلك ووسع من سلطات أعوان المراقبة.

ورغم أهمية أحكام القانون المتعلق بحماية المستهلك، إلا أنّ بلوغ الهدف الأساسي من هذا الإطار القانوني مرتبط بنصوص قانونية وتنظيمية ذات الصلة بقانون حماية المستهلك، منها لاسيما القانون رقم 04-08 المتعلق بشروط ممارسة

---

[66] بن حميدة نبهات، المرجع السابق، ص. 7.

[67] مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر. العدد 58 المؤرخ في 18 نوفمبر 2013.

[68] مرسوم تنفذي رقم 12-203 مؤرخ في 06 ماي 2012 يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 09 ماي 2012.

[69] مرسوم تنفيذي رقم 17-140 مؤرخ في 11 أبريل 2017 يتعلق بشروط النظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، ج. ر. العدد 24 المؤرخ في 16 أبريل 2017,

[70] مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 غشت 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ، ج. ر. العدد 49 المؤرخ في 02 أكتوبر 2013.

[71] طالت هذه التعديلات أحكام المواد 11، 16، 19، 53، 54، 65، 66، 78، 79، 85؛ إلى جانب تتميم القانون بأحكام المواد 61 مكرر، 73 مكرر، و78 مكرر؛ وإلغاء أحكام المادة 60 من القانون رقم 09-03.

الأنشطة التجارية[72]، المرسوم التنفيذي رقم 09-181[73]، والمرسوم التنفيذي رقم 09-182[74].

ثالثًا: صدور القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية

شهدت سنة 2018 تطورات مهمة في مجال التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك في الجزائر. إلى جانت تعديل قانون حماية المستهلك وقمع الغش،[75]تم اصدار القانون رقم 18-05[76]المتعلق بالتجارة الالكترونية. يهدف هذا القانون إلى توفير حماية شاملة للمستهلك الالكتروني ضمن نطاق العلاقة التعاقدية التي تنشأ بينه وبين البائع أو مقدم الخدمة عبر الأنترنت.

يأتي هذا القانون استجابة للتطورات السريعة في مجال التجارة الالكترونية، حيث أصبحت المعاملات عبر الأنترنت جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للمواطنين. حدد القانون الجديد حقوق وواجبات الأطراف المتعاقدة، ويضع إطارا قانونيا يضمن شفافية المعاملات وسلامتها، مما يعزز الثقة بين المستهلكين والموردين.

تضمن القانون رقم 18-05 إلزام البائعين بتقديم معلومات واضحة ودقيقة حول المنتجات والخدمات المعروضة للبيع، بما في ذلك الأسعار والشروط والأحكام، وسياسات الارجاع والاستبدال. كما يفرض القانون على البائعين الالتزام بمعايير الأمان الالكتروني لحماية بيانات المستهلكين الشخصية والمالية.

---

[72] قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج. ر. العدد 52 المؤرخ في 18 غشت 2004.

[73] مرسوم تنفيذي رقم 09-181 مؤرخ في 12 مايو 2009 المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية والمنتوجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجانب، ج. ر. العدد 30 المؤرخ في 20 مايو 2009.

[74] مرسوم تنفذي رقم 09-182 مؤرخ في 12 مايو 2009، المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية، ج. ر. العدد 30 مؤرخ في 20 مايو 2009.

[75] قانون رقم 18-09 مؤرخ في 10 يونيو 2018، يعدل وتمم القانون رقم 09-03، ج. ر. العدد 35 المؤرخ في 13 يونيو 2018.

[76] قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. العدد 28 مؤرخ في 16 مايو 2018.

زيادة إلى ما تضمنته أحكام القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة، من حيث تحقيق الراحة البدنية والنفسية والاجتماعية للشخص بحماية صحته وترقيتها وضمان حماية للمستهلك والبيئة وحفظ الصحة وسلامة المحيط والعمل.

وقد حظي موضوع حقوق المستهلكين بتكريس دستوري بموجب المادة 43 بناءً على تعديل سنة 2016[77]؛ وبشكل أكثر وضوحًا أفرد التعديل الدستوري لسنة 2020 من خلال المادة 62 حق الحماية للمستهلكين بشكل يضمن لهم الأمن والسلامة والصحة وحقوقهم الاقتصادية.

خلاصة:

- حماية المستهلك موضوع واسع وشامل من أن يختزل في تشريع واحد.
- إنّ تسليط الضوء على مختلف هذه الحقب التاريخية يوصلنا إلى نتيجة مهمة وهي اعتماد مختلف التشريعات ومنها المشرع الجزائري، على بعض طرق حماية هذه الفئة، والتي كانت معتمدة قديما فهي ليست وليدة اجتهاد المشرع نفسه.
- يمتاز قانون حماية المستهلك بالحداثة نسبيًا، كما أنه يتطور باستمرار نظرًا لتغير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك في تغير دائم وتفطن المشرع إلى ضرورة مواكبتها بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لتحقيق حماية أفضل.

المبحث الثاني: تعريف قانون الاستهلاك وصلته بفروع القانون الأخرى

نتولى من خلال هذا الجزء تقديم تعريف لقانون الاستهلاك وحدود الصلة التي تجمعه بفروع القانون المتنوعة.

---

[77] المادة 43 من الدستور (التعديل الدستوري لسنة 2016): " حرية الاستثمار والتجارة معترف بها وتمارس في إطار القانون، وتعمل الدولة على تحسين مناخ الأعمال وتشجع على ازدهار المؤسسات دون تمييز خدمة للتنمية الاقتصادية الوطنية وتكفل الدولة ضبط السوق **ويحمي القانون حقوق المستهلكين**. ويمنع القانون الاحتكار والمنافسة غير النزيهة".

المطلب الأول: تعريف قانون الاستهلاك

من التعريفات التي قُدِّمت لقانون الاستهلاك أنه:" مجموعة القواعد التي تضمنتها القوانين والنظم التي تحكم العلاقة بين المحرفين والمستهلكين، والتي سُنت بغرض حماية المستهلك، أو التي يكون من أثرها تحقيق تلك الغاية".[78]

ويضيف بعض الشراح دورًا آخر لقواعد قانون الاستهلاك يتمثل في **عقلنة سلوك المستهلك**، وهذا الدور يجعل من قانون الاستهلاك جزءً لا يتجزأ من النظام العام الحمائي.[79]

أمّا بخصوص موقعه بين تقسيمات القانون، فإن جانب من الفقه يرى بضرورة تبني المعيار الوظيفي للقاعدة القانونية، لا معيار طبيعة القاعدة القانونية؛ وبالتالي يجد قانون الاستهلاك مكانا له إلى جانب قوانين أخرى حديثة مثل قانون المنافسة، وقانون البيئة[80]. وبالتالي، فإنّ هذا التصنيف يتقاطع مع التصنيف التقليدي لفروع القانون المختلفة والمستقرة منذ وقت طويل.

المطلب الثاني: صلة قانون الاستهلاك بفروع القانون الكلاسيكية

لفهم خصوصية قانون الاستهلاك من المهم الإشارة إلى ارتباطه وصلته بفروع القانون الكلاسيكية، وبطبيعة الحال من أبرز هذه القوانين القانون المدني، القانون الجزائي، القانون الإداري ثم القوانين الإجرائية.

الفرع الأول: علاقة قانون الاستهلاك بالقانون المدني

صلة القانون المدني بقانون الاستهلاك كبيرة وملحوظة، إذ يرى البعض أنّ هذا الأخير كان سببا في **وجود أزمة القانون المدني** الذي عان من مشروع التفكيك " Le

[78] CALAI-AULOY J. et STEINMETZ F. op. cit., p. 15.
[79] CAS G. et FERRIER D. p. 2
[80] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. 12.

projet de démantèlement"؛ حيث أخذ قانون الاستهلاك عدة قواعد من القانون المدني[81].

كما أنّ توسع قانون الاستهلاك يُفسر بالنقصان المتزايد والملحوظ لنطاق تطبيق الشريعة العامة، والذي قد يصل به الأمر إلى العجز عن التأثير، ويترتب عن ذلك أن يصبح قانون الاستهلاك بمثابة "القانون الجديد للالتزامات"[82]. وهو ما اعتبره بعض الفقه الجزائري حكمًا قاسيًا في حق قانون الاستهلاك قاده بعض فقهاء القانون المدني[83].

ومن زاوية موضوعية، لابد من الإشارة أنّ قانون الاستهلاك استمد الكثير من المبادئ القانونية المميزة له من القانون المدني، مثل ضمان العيوب الخفية، الالتزام بالسلامة، الالتزام العام بالإعلام، الشروط التعسفية؛ ومعلوم أن هذه المبادئ أصبحت تحتل حيّزًا مهمًا من قواعد قانون حماية المستهلك[84].

الفرع الثاني: علاقة قانون الاستهلاك بقانون العقوبات

يتصل قانون حماية المستهلك اتصالا واضحًا ووثيقًا بقانون العقوبات؛ حيث أنّ عددًا مهما من الالتزامات المفروضة على المتدخلين لأغراض حمائية ترتبط **بجزاء عقابي**، مثال ذلك جرائم الغش والخداع، وامتدت العقوبات الجزائية إلى نطاق

---

[81] يجرأ بعض الفقهاء على استخدام عبارة "السرقة" بل وحتي عبارة "مسخ للقواعد العامة" بخصوص تأثير قانون الاستهلاك على القانون المدني.

نظر في تفصيل هذه الفكرة:

- TERRE F., SIMLER Ph. et LEQUETTE T., Droit civil, les obligations, Dalloz, 1996, p. 15

[82] MAZEUD D., L'attraction du droit de la consommation, RDT.com, 1998, p. 95.

[83] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. 12.

[84] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. ص. 12-13.

ويضيف الأستاذ بودالي في هذه الفكرة بأنه يتعين "...إقرار أنّ الظاهرة التشريعية الحالية في مجال قانون الاستهلاك تميّزت بإنتشار كبير لسلطان القانون في النطاق التعاقدي، مما أدى إلى تعرض مبدأ سلطان الإرادة إلى الخطر؛ بل يقول البعض بأنّ التشريع الحمائي للمستهلك قد ادان مبدأ سلطان الإرادة.

تنظيم الممارسات التجارية كالبيع المتلازم أو التمييزي، البيع دون فاتورة، رفض البيع، عدم إعلان الأسعار، والاتفاقات غير المشروعة وغيرها[85].

أمّا بالنسبة لخاصية الطابع الجزائي "La pénalisation" لبعض أحكام قانون حماية المستهلك فقد شكلت مصدرا لإحتجاج المحترفين الذين رفضوا تحمل الآثار السلبية للعقوبة، وما لها من تأثير سلبي على سمعتهم.

في حين انقسم الفقهاء بين مؤيد لوجود الطابع الجزائي، وبين مساند لضرورة إسقاط هذا الطابع عن أحكام قانون حماية المستهلك. La dépénalisation. ويبقى من الراجح القول بأنّ الجزاء "ومنه الجزاء الجنائي" لا يمكن تجنبه من أجل ضمان مصلحة احترام القانون كخاصية في القاعدة القانونية، هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى، فإنّ الطابع الجزائي في قواعد قانون حماية المستهلك يؤدي على الأقل دورًا وقائيًا عن طريق ما يحمله من تهديد للمتدخلين المخالفين لأحكام قانون حماية المستهلك، وذلك شريطة تلائم هذه الجزاءات مع المصلحة التي يحميها القانون. وبطبيعة الحال يبقى للعقوبة المعنوية في مجال قانون حماية المستهلك -كالغرامات المرتفعة، ونشر الحكم القضائي-، دور بالغ الأهمية في تكريس الحماية المرجوة للمستهلك[86].

الفرع الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الإداري

تبرز علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الإداري من خلال الدور الإيجابي الذي يقوم به أعوان الرقابة وقمع الغش ومن في حكمهم على احترام النصوص القانونية الحمائية.

---

[85] بوادالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص. 14.

[86] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. 14

وتبرز من ناحية أخرى هذه العلاقة، بمناسبة وجود بعض المرافق العامة في مركز المتدخل بمناسبة تقديم خدماتها للمترفقين (الذين يأخذون وصف مستهلكين)، مثال ذلك المؤسسات الاستشفائية التابعة للقطاع العام، اتصالات الجزائر، بريد الجزائر، الجزائرية للمياه...إلخ.

الفرع الرابع: قانون حماية المستهلك والقوانين الإجرائية[87]

من الواضح أنّ قواعد قانون حماية المستهلك هي قواعد حمائية موضوعية، وهي بهذا التكييف تبقى في حاجة ماسة لقواعد إجرائية ميسرة وواضحة تتيح للمستهلك اللجوء إلى القضاء؛ ومن أمثلة ذلك ما يتعلق بتمكين جمعيات حماية المستهلك من حق التقاضي دفاعًا عن المصالح المشتركة للمستهلكين[88].

الفرع الخامس: علاقة قانون حماية المستهلك بفروع القانون الحديثة

من المتفق عليه جلاء الصلة بين بين فروع القانون الكلاسيكية وقانون حماية المستهلك؛ وهي السمة التي تتجلى بشكل أكثر بين هذا الأخير وبعض فروع القانون الحديثة كقانون المنافسة وقانون المعاملات التجارية، وقانون البيئة، القانون النقدي والمصرفي ...إلخ.

المحور الثاني

أطراف العلاقة التعاقدية في قانون الاستهلاك

المتدخل والمستهلك هما طرفا عقد الاستهلاك، وطبيعي أنهما لا يوجدان في وضع متوازن، بل إنّ المستهلك يجد نفسه في غالب الأحيان في مركز ضعف رغم الاستفادة المادية من التطور الاقتصادي، ويتحول موضوع تصرف في يد

---

[87] المقصود بالقوانين الإجرائية كلاً من قانون الإجراءات الجزائية، وقانون الإجراءات المدنية والإدارية.

[88] بطبيعة الحال هذا الحق مكفول بموجب أحكام قانون حماية المستهلك، لكن تفعيله ومباشرته سيكون من خلال تطبيق أحكام القواعد الإجرائية.

متخصصين في تقنيات السوق هم المهنيون. وعلى هذا الأساس برز توجه فقهي وقضائي وتشرعي يعتبر أنّ أحكام قانون الاستهلاك أكثر ملائمة وقدرة على توفير الحماية للمستهلك[89] بوصفه الطرف الضعيف في العلاقة العقدية، وذلك في مواجهة الطرف القوي اقتصاديًا. وعليه، فإنه من المهم تحديد مفهوم كل من المستهلك والمتدخل أو المهني كأساس لتحديد نطاق تطبيق قانون الاستهلاك.

المبحث الأول: مفهوم المستهلك

يشمل المستهلك في المفهوم الاصطلاحي كلاً من الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية الخاصة بعرض المنتوج للاستهلاك، وعنده تنتهي عملية التداول[90]، التي تسبقها عملية الإنتاج وعملية التوزيع[91].

ومعلوم أنّ رجال الاقتصاد كانوا أسبق من رجال القانون في استخدام مصطلح مستهلك أو استهلاك. وذلك دون أن يشكل تعريف المستهلك عائقًا لدى الإقتصاديين؛ خلافاً لما أثاره المصطلح بالنسبة للفقه والقضاء والتشريع، حيث حُصر تارةً في المفهوم الضيق، في مقابل التوسيّع من المفهوم تارةً أخرى.

وهذا ما سيتم توضيحه، لنبين بعد ذلك موقف المشرع الجزائري.

المطلب الأول: المستهلك بين المفهوم الضيق والواسع

يتجاذب مصطلح المستهلك مفهومان، أحدهما يحصر معناه في حدود ضيقة، والآخر يوسع من نطاقه.

الفرع الأول: المفهوم الضيق للمستهلك

يميل الفقه الغالب [92]إلى القول بأنّ المستهلك هو:" الشخص الذي يتعاقد من أجل الحصول على سلع أو خدمات لاحتياجاته الشخصية والعائلية". وبهذا يخرج

---

[89] هذه الحماية قد لا توفرها بشكل كاف ودقيق القواعد العامة.

[90] السيد خليل هيكل، نحو قانون إداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 1979، ص.

[91] هما مرحلتان تهدفان إلى تجميع وتحويل الثروات في المفهوم الاقتصادي، وهي الأفكار التي تدخل فيما يسمى بنظرية القيمة والتوزيع.

من دائرة المستهلك كل من يتعاقد بغرض إشباع حاجات تجارته أو مهنته، سواء تعاقد قاصدًا إشباع هذه الحاجات بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

وهو التعريف الذي لم يبتعد عنه الفقيه Calais-Auloy حيث يعتبر أنّ المستهلك هو:" الشخص الطبيعي الذي يتعاقد على سلعة، أو يحصل على خدمة لأغراض غير مهنية"[93]. وفي معرض شرح هذا التعريف، يرى الفقيه بأنّ تحديد مفهوم المستهلك يرتكز على ثلاثة عناصر[94]، أبرزها **الغرض غير المهني** الذي يعتبره أنصار هذا الاتجاه بمثابة العنصر الأساسي واللازم لمفهوم المستهلك، فعرَّفوا **المستهلك** بأنه:" **غير المهني**" بحسبان أنّ نصوص قانون الاستهلاك تقابل بين المستهلك والمهني أو المحترف، وباعتبار أنّ التعريف بالاستبعاد من أيسر الأساليب في تعريف الشيء[95].

وفي إطار تقدير هذا الرأي، لاحظ دعاة المفهوم الموسع للمستهلك بأنّ المفهوم المضيق على ينطبق على **الشخص المعنوي**،_ومنه يطرحُ سؤال مفاده: هل يعتبر الشخص المعنوي مستهلكًا أم لا؟

طبعًا، لا: وفقًا للمفهوم المضيّق للمستهلك يبقى الشخص المعنوي خارج إطار الحماية المقررة للمستهلك بموجب قواعد حماية المستهلك.

---

[92] - Calais-Auloy J. et Steinmetz F., Droit de la consommation, Dalloz, 4ème éd., 1996, p. 10 ; Calais-Auloy J. et Steinmetz F., Droit de la consommation, Dalloz, 5ème éd., 2000, p. 12.

-أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994، ص. 21؛ حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1997، ص. 13؛

[93] « Le consommateur est une personne physique qui se procure ou qui utilise un bien ou un service pour un usage non-professionnel ». Calais-Auloy J. et Temple Henri, Droit de la consommation, Dalloz, 8ème éd., 2010, p. 8, n. 7.

[94] يتعلق العنصر الأول الأشخاص الذين يتعاقدون على سلعة أو خدمة، ويتمثل العنصر الثاني في محل الاستهلاك (السلع والخدمات) والمجال المتنوع له في التطبيق.

- أنظر تفصيل هذه العاصر: محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. ص. 21- 22.

[95] محمد أحمد عبد الحميد أمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، المرجع السابق، ص. ص. 42-43.

كما انتقد بعض الفقه تعريف المستهلك بأنه:" غير المهني" بأنه تعريف غير نافع وغير كاف، إذ يفترض في التعريف أن يأخذ بحسبان الجانب الإيجابي –لا السلبي- للشخص المراد حمايته[96].

الفرع الثاني: المفهوم الواسع للمستهلك[97]

تخلى دعاة هذا الرأي على الفكرة الأساسية التي سيطرت على الفقه المضيق لمفهوم المستهلك، والتي تركز على **الطابع الشخصي** لإستعمال المال أو السلعة أو الخدمة"[98]. وبالتالي، عُرِّف المستهلك بأنه:" كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك"[99]. فيعتبر مستهلكًا سواء من يقتني الحاسوب بغرض الاستعمال الشخصي، أو من يقتني الحاسوب بغرض الاستعمال المهني كالموثق أو الطبيب...إلخ؛ طالما أن الحاسوب يهتلك بالاستعمال في الحالتين.

من نتائج الأخذ بهذا الاتجاه اتساع نطاق فكرة المستهلك لتشمل الحالات التالية:

- الشخص الطبيعي الذي يتعاقد بغرض الحصول على السلع أو الخدمات لتلبية حاجاته الشخصية أو العائلية،
- الأشخاص المعنوية كالشركات والجمعيات،
- المهني (شخص طبيعي أو معنوي) الذي يبرم عقدًا بغرض الحصول على سلعة أو خدمة **في غير مجال خبرته**[100] (أي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني) مع مهني متخصص. وذلك لأنّ المهني غير المتخصص سيظهر بمناسبة إبرام

---

[96] محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، المرجع السابق، ص. 24.

[97] ساد هذا الاتجاه بالتزامن مع بداية الدعوة إلى حماية المستهلك، تناغمًا وما ورد في خطاب الرئيس الأمريكي KENNEDY الذي قال أن: " المستهلكين هم نحن جميعًا".

[98] محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2011، ص. 15.

[99] Raymond Guy, Droit de la consommation, Litec, 2008, p. 23.

[100] يعتبر المهني الذي يبرم عقدا في غير مجال تخصصه مستهلكًا نظرا لحالة الجهالة بالمجال الذي يتعاقد فيه.

العقد في موقع ضعف مع المتدخل، وهو بذلك سيكون في نفس مركز المستهلك العادي.

يعزز دعاة هذا الاتجاه[101] موقفهم بما ذهب إليه القضاء الفرنسي الذي اتجه إلى تمديد قواعد قانون الاستهلاك لتشمل بالحماية الأشخاص الذين يتصرفون لغرض مهني، ولكن خارج اختصاصهم المهني[102].

في إطار نقد فكرة المستهلك وعقود الاستهلاك -بما في ذلك الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك-رأى بعض الفقه أنّ هذا الأخير فكرة غير محددة ومرنة، وينجم عن تطبيقها عديد المشاكل. ويقترح أصحاب هذا الرأي أن يتم الاستعاضة عنها بفكرة "حماية_الطرف الضعيف". وبالتالي، فإنّ قواعد قانون الاستهلاك ستتمحور حول عقود الطرف الضعيف وليس عقود الاستهلاك[103]. وهذا الرأي الأخير بدوره لا يخلو من التشدد وعدم الدقة، لأنه يعتمد على إفساح المجال للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، بصورة قد لا تخلو من التحكم أو الانحراف بالسلطة[104].

المطلب الثاني: مفهوم المستهلك لدى القضاء الفرنسي والمشرع الجزائري

---

[101] Beauchard J., Remarque sur le code de la consommation, écrit en hommage à G. Gomu, p. 9 et s ; Bourgoignie Th., Eléments pour une théorie du droit de la consommation, story scientia, Bruxelles, 1988, p. 10 ; Mestre J., Des notions de consommateurs, RTDciv, I. 1989, p. 92.

مقتبسة: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. ص. 22-23.

[102] وفي موقف أكثر جرأة، نادى البعض بأن تطال قواعد حماية المستهلك **جميع المتعاقدين "الأضعف اقتصاديا"** لأن قرينة الضعف التي يتحدد على ضوئها المستهلك **هي قرينة بسيطة**، الأمر الذي يفرض دراسة كل حالة على حدة لتحديد من هو المستهلك. وهو الرأي الذي لاقا انتقادا من أنصار الاتجاه المضيق، على اعتبار أن الاعتداد بالمؤهلات الخاصة بكل مستهلك، من شأنه أن يثير نزاعات لا نهاية لها، وينزع عن قانون الاستهلاك فعاليته.

– أنظر: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. 23.

[103] فاروق الأباصيري، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص. ص. 76-77؛ مشار إليه من طرف: كوثر سعيد عدنان، ص. 42؛ مشار إليه من طرف: محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. 27.

[104] محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. 28,

حظي مفهوم المستهلك بعناية خاصة لدى القضاء والفقه الفرنسي، وهو ما سنحاول الإشارة إليه بنوع من الاقتضاب من خلال الفرع الأول. ثم نتطرق لموقف المشرع الجزائري من خلال الفرع الثاني.

الفرع الأول: موقف القضاء الفرنسي من المفهومين

أمام الدور السلبي للمشرع الفرنسي[105]، من حيث عدم تقديم تعريف للمستهلك [106]، تردد موقف محكمة النقض الفرنسية بين الاتجاهين البارزين في الفقه. ومن ذلك نشير إلى التذبذب المسجل بخصوص مصطلح "غير المهني" الوارد في نص المادة 35[107]من القانون رقم 78-23 الصادر بتاريخ 10 يناير 1978 المتعلق بالشروط التعسفية[108]. أثار هذا المصطلح جدلاً فقهيًا وقضائيًا بخصوص حدود علاقته وتأثيره في مفهوم المستهلك. فهل قصد المشرع بغير المهني_المستهلك؟ أم قصد به مفهومًا آخر نعتبره وسطًا بين المستهلك والمهني[109]؟

---

[105] تجدر الإشارة أن مشروع قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 26 يونيو 1993 عرّف المستهلكين بأنهم:" الأشخاص الذين يحصلون أو يستعملون المنقولات أو الخدمات للاستعمال غير المهني"؛ ورغم ذلك صدر القانون في صيغته النهائية خاليا من أي تعريف للمستهلك. لكن مؤخرا وبموجب الأمر رقم 18-302 المؤرخ في 14 مارس 2018 عرّف المشرع الفرنسي المستهلك تعريفا بتميّز بالوضوح، وتحديده لحالات الاستهلاك الشخصي والعائلي، وقد شمل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين.

[106] معلوم أنّ دور المشرع لا يتمثل في تقديم التعريفات، لكن قد يلجأ إلى ذلك أحيانا مراعاة لاعتبارات معينة.

[107] المادة 35 من القانون رقم 78-23 المتعلق بالشروط التعسفية:" نصوص هذا القانون تعلق فقط بالعقود المبرمة بين المحترفين وغير المحترفين أو المستهلكين"

[108] عُرف هذا القانون ب Loi Scrivener، إسنادا إلى السيدة Scrivener التي كانت تشغل منصب سكرتيرة دولة مكلفة بالاستهلاك.

[109] بالنسبة للآراء الفقهية، يمكن أن نوجزها في ثلاثة آراء:

- اتجاه أقرّ بصعوبة تحديد مفهوم غير المحترف.
- دعاة المفهوم الضيق للمستهلك: غير المحترف مصطلح مرادف للمستهلك.
- اتجاه يرى بأنّ غير المحترف هو كل شخص يتعاقد أثناء ممارسته لمهنة تختلف عن مهنة المتعاقد الآخر؛ من زاوية أنّ غير المهني يتساوى واقعيًا مع المستهلك العادي في ضعفه وجهله.

أنظر في هذا الخصوص: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. ص. 25-26.

من خلال أحد قراراتها، قضت محكمة النقض الفرنسية سنة 1986 بحرمان وكيل عقاري من الحماية المقررة للمستهلكين على أساس أنه محترف لا مستهلك[110]؛ وبهذا يعتبر موقفها تكريسًا للمفهوم الضيق للمستهلك. وفي السنة الموالية (1987) قضت ذات الجهة القضائية بتمكين وكيل عقاري[111] (في نفس وضعية سابقه) من قواعد الحماية بوصفه مستهلكاً. وهذا ما دفع بعض الشراح إلى القول بأنّ القضاء الفرنسي كرّس مفهوما جديدًا للمستهلك هو المحترف-المستهلك[112].

وبداية من سنة 1995 بدأت محكمة النقض الفرنسية في استعمال صيغة جديدة هي "عدم اعتباره مستهلكًا". وبالتالي؛ يبقى خارج أصوار الحماية المقررة للمستهلك كل شخص يبرم عقدًا ذو صلة مباشرة مع نشاطه المهني[113]. وهو معيار يجد جذوره في التشريع المنظم للسعي التجاري[114].

الفرع الثاني: موقف المشرع الجزائري بخصوص تحديد مفهوم المستهلك

بوصفه أول قانون منظم لموضوع حماية المستهلك لم يتضمن القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فيفري 1989 تعريفًا لمصطلح المستهلك. وهو ما تداركه المشرع من خلال أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش

---

[110] Civ., 1re, 15 avril 1986 : RTD Civ. 1987, p. 86, obs, Mestre J.

[111] قام هذا الأخير بشراء جهاز للإنذار لحماية محلاته. حيث قضت المحكمة بأنه مؤهل لنقض الشروط التعسفية الواردة في العقد، لأنه وتناسبا مع مضمون العقد موضوع النزاع، فإنه يوجد في نفس حالة الجهل مثله مثل أي مستهلك آخر.

« …relativement au contenu du contrat en cause, il était dans le même état d'ignorance que n'importe quel autre consommateur ».

- Civ., 1re, 28 avril 1987 : p. 537, obs. Mestre J.

[112] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. 26.

[113] Civ., 1re, 17 juillet 1996 : JCP ; II ; 22747, note Paissant J.

[114] التشريع الصادر بتاريخ 31 ديسمبر 1989 المتعلق بتنظيم السعي التجاري. وهو التشريع الذي تم إدراجه في المادة 121-22 من قانون الاستهلاك.

الذي اعتبر أنّ المستهلك[115] هو:" **كل شخص يقتني[116]بثمن أو مجانًا، منتوجًا أو خدمة[117]، معدين للاستعمال الوسيطي[118] أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به"[119].**

---

[115] المادة 2 المطة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر. العدد 5 المؤرخ في 31 يناير 1990، ج. ر. العدد05 المؤرخ في 31 يناير 1990.

[116] يلاحظ أن المشرع ربط مصطلح المستهلك **بالاقتناء** دون **الاستعمال**، ما يعني أن المستعمل غير مشمول بقواعد الحماية التي يتضمنها قانون حماية المستهلك، وذلك بالرغم من أنّ كل التشريعات المقارنة تُقرُّ بدخول المستعمل في مفهوم المستهلك بوصفه يمثل الجزءً الغالب من المستهلكين.

[117] تجدر الإشارة أن المادة 2 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 عرّف المنتوج بأنه: كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"؛ وعرّفه المادة 2 مطة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-226 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات بأنه:" كل ما يقتنيه المستهلك من منتوج مادي أو خدمة".

يتضح من خلال هاذين التعريفين مدى اتساع نطاق تطبيق مفهوم المستهلك وكذا قانون حماية المستهلك عموما من حيث الموضوع. فكل الأموال يجوز أن تكون محلاً للاستهلاك طالما تم اقتنائها أو استعمالها لغرض غير مهني. ويشمل المنتوج كل المنقولات المادية بما في ذلك طبعًا الأشياء التي تهتلك بمجرد أول استعمال لها (الغذاء، الأدوات المدرسية...)، بالإضافة إلى تلك التي تهتلك باستعمالها لفترة أطول (السيارات، الهواتف الخلوية، الحواسيب...).

كما أنّ التعريف لم يتطرق إلى ضرورة كون المنتوج جديدا ما يعني إمكانية شمول المنتوج المقصود بموجب أحكام هذا المرسوم المنتوجات القديمة أو المستعملة.

أما بالنسبة للخدمة فإنه قد تم تعريفها بموجب المادة 2 مطة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 بأنها :" كل مجهود يقدم ما عدا تسليم منتوج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له". رغم أن مصطلح **"خدمة"** غير متداول في أحكام القانون المدني، فإنه من المصطلحات المتداولة في مجال القانون الاقتصادي، وهو يشمل جميع الأداءات القابلة للتقدير نقدًا.

[118] اختلف الفقه حول حقيقة استعمال المشرع للفظ "**الاستعمال الوسيطي**"، وتراوحت آرائهم بين:

- توسع المشرع في مفهوم المستهلك على اعتبار أن الاستعمال الوسيطي يقصد به المهني الذي يقتني السلع نصف مصنعة ويهدف إلى تصنيفها وإعادة استهلاكها. أنظر في هذا الرأي:
  - KAHLOULA Mohammed et MEKAMCHA Ghouti, La protection du consommateur en droit Algérien, Revue Idara, Vol. n° 2-1999, p. 15.
- ويرى البعض في استخدامها تضييقا من مفهوم المستهلك، لأنّ مصطلح الاستعمال الوسيطي يقصد به الجمعيات والتعاونيات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح ولها غايات اجتماعية تقوم بتوزيع المنتوج على المحتاجين من فئات المجتمع. أنظر في هذا الرأي: جريفلي محمد، المرجع السابق، ص. 221؛ موالك بختة، الحماية الجزائية للمستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، العدد 2-1999، ص. 31.
- ويرى جانب آخر من الفقه بأنّ استخدام المشرع لهذه العبارة يعتبر توسعا لا مبرر له، وأنّ العبارة أثارت نوعا من الغموض ينبغي حذفها، على اعتبار أنها لا تتوافق مع الجملة التي تليها وهي " لسد حاجاته الشخصية أو

أمّا بموجب أحكام المادة 3 بند 2 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، فإنّ المستهلك هو:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعًا قدّمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

بالنظر إلى ورود عبارة "مجردة من كل طابع مهني" يرى بعض الفقه أنّ المشرع أكّد على تبنيه للاتجاه الضيق في تعريف المستهلك. إذ يفهم من خلال هذه العبارة أنّ السلع موجهة لسد الحاجيات الشخصية والعائلية[120].

وبموجب المادة 3 بند 9 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 أعاد المشرع التطرق للمستهلك من خلال تعريفه بأنه:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني[121] بمقابل أو مجانًا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به ". أنظر في الرأي الأخير: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن ...، المرجع السابق، ص. 31.

[119] من خلال هذه الخطوة يمكن القول بأنّ المشرع خالف ما ذهبت إليه غالبية التشريعات المقارنة التي تركت مهمة تعريف المستهلك للقضاء والفقه. وهذا يعني أنه جنب المختصين عناء البحث عن تعريف مناسب للمستهلك، وقيّد القضاء بمضمونه.

[120] بمقارنة نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 والمادة 2 من القانون رقم 04-02 يظهر نوع من الغموض بحيث جاء في المرسوم التنفيذي:"**... يقتني... معدين للاستعمال**..." وفي التعريف الوارد في القانون رقم 04-02:"**... يقتني سلعًا قدمت للبيع...**"؛ وبالرجوع للنص الأخير الوارد في النص باللغة الفرنسية كما يلي:

Art. 2 : - Le consommateur : toute personne physique ou morale qui acquiert ou utilise, à des fins excluant tout caractère professionnelle, des biens ou des services mis en vente ou offerts ;

يبرز جليا استعمال مصطلح **"utilise"** ما يعني أنّ مصطلح **يستعمل** سقط في النص باللغة العربية. وعليه؛ يمكن القول بأن المشرع لا يستبعد الشخص الذي يستعمل المنتوج دون اقتنائه.

- أنظر في تفصيل هذه الفكرة: حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، دكتوراه في القانون الخاص، جامعة الجزائر، 2008-2009، ص. 190.

[121] يرى بعض الشراح أنه كان من الأفضل استعمال فعل "**يتحصل**" عوض فعل "**يقتني**" لأنّ الاقتناء معناه الشراء، وهو ما يكون دائما بمقابل مالي أو مقايضة؛ إلا أنّ تعريف الاقتناء لغة لا ينصرف بالضرورة إلى عملية الشراء.

الملاحظ بخصوص هذا التعريف أنّ المشرع اعتبر **المستهلك** كل شخص يقتني لتلبية حاجاته الشخصية، وليس لحاجات المهنة ولو كان خارج نطاق تخصصه، وتواجد في مركز ضعف أمام المحترف المتخصص. إذن يمكن القول بأنّ المشرع تبنى مفهومًا ضيقًا للمستهلك، لأنه تراجع عن استعمال مصطلح الاستعمال الوظيفي.

كما نص على "سلعة أو خدمة[122] موجهة للاستعمال النهائي" أي المستهلك الأخير له أو لشخص آخر فيطبق عليه القواعد المتعلقة بحماية المستهلك؛ ما يعني أنه لم يأخذ بالاستعمال الوسيط الذي ورد في المرسوم التنفيذي رقم 90-39.

أمّا عن إدخال الحيوان المتكفل به في نطاق عقد الاستهلاك، فالأمر لا يثير إشكالاً بالنسبة للحيوان المنزلي أو ما يسمى بالحيوان المرافق (animal de compagnie) كالقطط والعصافير والكلاب...إلخ؛ إلا أنّ الإشكال قد يُطرح بالنسبة لتربية الحيوان الأليفة من مواشي وأبقار ودجاج...، أو بالنسبة للحيوانات الموجودة في حديقة الحيوانات أو تلك المستخدمة من قبل السيرك...إلخ. بالنسبة لهذه الحالات، فإنها ليست مشمولة بأحكام قانون حماية المستهلك، على اعتبار أنّ تربيتها تدخل في إطار مهني.

كما يلاحظ أنّ المشرع وسّع من نطاق الأشخاص المستهلكة ليشمل الشخص المعنوي كالجمعيات التي تمارس أنشطة غير مهنية؛ غير أنه لا يمكن تصور الشخص المعنوي يقتني لحاجاته الشخصية، إنما يقتني لأغراض مهنية أو مصلحية.

وبالرجوع إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، نجد أن ّ المشرع قد اعتمد معيار "الاستعمال النهائي"[123]،

---

[122] بالنظر إلى خصائص الخدمة، عرف شاط الخدمات عدة أصناف منها الاجتماعية كالصحة والتعليم والبريد، وأخرى شخصية كإصلاح المنتجات وصيانتها، إلى جانب الخدمات التكميلية كالعمليات المالية والتأمينات والنقل والأنترنيت والسفر والتسلية.

وذلك دون أن يُحدد الغرض من الاستعمال النهائي، ما يفتح باب تلبية الحاجات الشخصية للشخص أو حاجاته المهنية خارج نطاق تخصصه. وبما أنّ الصياغة ذات دلالة واسعة، يبقى من المفيد الاستئناس بنص المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، التي اعتبر من خلالها المشرع الغرض من الاستعمال النهائي عند تعريف المستهلك ذلك الذي يلبي حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر.

وبما أنّ المرسوم التنفيذي رقم 12-203 صدر في إطار مضمون المادتين 9 و10 من القانون رقم 09-03، فيمكن القول بأنّ المقصود بالاستعمال النهائي المشار إليه في المادة 19 من ذات المرسوم هو ذلك الذي يلبي الحاجات الشخصية للشخص[124].

وقد أكّدّ المشرع على تبنيه لمعيار "الاستخدام النهائي" بمناسبة تعريف المستهلك الإلكتروني بموجب المادة 6 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية[125]، والتي جاء فيها:" كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الاستخدام النهائي".

المطلب الثالث: ظهور مفهوم المستهلك الإلكتروني

المستهلك الإلكتروني:" هو كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الإلكترونية على سلطة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل، إشباعًا لحاجاته الشخصية أو حاجات

---

[123] المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 6 مايو 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، (ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 09 ماي 2012):" شبكة الإنذار تتابع كل السلع والخدمات المسوقة عبر التراب الوطني والموجهة للاستعمال النهائي للمستهلك وذلك في جميع مراحل عملية الوضع للاستهلاك".

[124] مقتبس: بن حميدة نهات، المرجع السابق، ص. 48.

[125] قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 16 مايو 2018.

الآخرين". ويقدم بعض الشُراح[126] تعريفًا يرتكز على أساس طبيعة العقد وخصائصه مفاده أنه:" المتعاقد الذي يكون طرفًا في عقد لا يتحقق فيه الظهور المادي للمتعاقدين لحظة إبرام العقد".

في هذا النوع من التعاقد يبقى المستهلك الإلكتروني[127]أولى بالحماية لأنّ غيابه المادي عن محل العقد يمنعه من التحقق الواضح والملموس لمحل السلعة المتعاقد عليها، وهو ما يستلزم وضع قواعد خاصة جدًا لحماية هذا المتعاقد، حيث كون الحماية المقررة للمستهلك الإلكتروني حماية مكثفة بالمقارنة بالحماية المقررة للمستهلك العادي[128].

خلاصة: مما سبق نستنج أنّ المشرع أخذ بالمفهوم الضيق في تعريف المستهلك، وبمعيار الغرض من الاقتناء[129]. ومعلوم أنّ عملية الاقتناء تسبق عملية الاستهلاك، ولم يشترط المشرع استهلاك السلعة فعليًا، بل يكفي مجرد اقتنائها، فقد يقتني المستهلك السلع التي اعتبرها المشرع بموجب المادة 3 من القانون رقم 09-03

---

[126] « La particularité des contrats à distance ou en ligne provient du fait que les contractants ne sont pas en présence l'un de l'autre lors de la conclusion du contrat ». Amrani Mekki Soraya, La protection du consommateur à distance et en ligne, in la protection du consommateur : regards croisés européens et asiatiques, colloque francophone régional, Hanoi, les 27-28 septembre 2010, p. 18 ; www.maisonduroit.orgsuiv

[127] أهمية التمييز بين المستهلك التقليدي والمستهلك الإلكتروني تتجلى في تحديد القانون الواجب التطبيق على الواقعة، فالمستهلك التقليدي تسري عليه القواعد الداخلية الخاصة بحماية المستهلك، والقواعد العامة فيما لم يرد به ص خاص، أما المستهلك الإلكتروني فتحكمه القواعد القانونية الخاصة بحماية المتعامل بالوسائل الإلكترونية، والقواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك فيما لم يرد بشأنه نص خاص، فضلاً عن القواعد الدولية المنتظمة للمعاملات والتجارة الإلكترونية. علي أحمد صالح المهداوي، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك –دراسة تحليلية- مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، السنة 24، العدد 42، 2010، ص. 190؛ مشار إليه من طرف: محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. 43.

[128] محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني- الإثبات الإلكتروني- المستهلك الإلكتروني)، دار النهضة العربية، ط. 3، مصر، 2011، ص. 87.

[129] الغرض من الاقتناء هو سد حاجات شخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به على أساس أنّ الغرض يجب أن يكون غير مهني، بالإضافة إلى أن يكون للاستعمال النهائي.

- أنظر في هذا الخصوص: محمد عماد الدين عياض، المرجع السابق، مشار إليه من قبل محمد جريفلي.

كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانًا، مما يستنتج منه أنّ الأشياء المعنوية تنظمها أحكام خاصة[130].

وعليه؛ يمكن القول بأنّ المشرع أقرّ الحماية للمستهلك بموجب أحكام قانون الاستهلاك بالمفهوم الضيق. سواء كان الاقتناء بغرض تلبية الحاجات الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به. وبالتالي؛ إذا اقتنى الشخص لحاجات مهنته خارج نشاط تخصصه لا يستفيد من أحكام قانون الاستهلاك، ويبقى أمام المتدخل الموجود في حالة ضعف إذا تعاقد خارج تخصصه أن يستفيد من الحماية المقررة في إطار القواعد العامة[131].

المبحث الثاني: مفهوم المتدخل

بموجب عقود الاستهلاك، يدخل المستهلك بوصفه الطرف الضعيف في علاقة عقدية بالمتدخل. وبالرجوع إلى النصوص القانونية ذات الصلة، نجد بداية استخدامًا –دون تعريف-لمصطلح "المتدخل" من خلال أحكام القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)[132]. كما أُستخدم مصطلح

---

[130] بن حميدة نبهات، المرجع السابق، ص. 49 تراجع في هذا الإطار فكرة مهمة تتعلق بنص المادة 140 مكرر مدني.

[131] "ببروز العناية التشريعية والفقهية والقضائية بفكرة حماية المستهلك لم يعد العقد وحده هو "شريعة المتعاقدين" وإنما نشأ نظام عام عقدي ينمو بأُطر ومتسمًا بطابع الحماية، فهو يهدف إلى حماية أحد المتعاقدين ضدّ المتعاقد الآخر سواء عند إبرام العقد أو عند تنفيذه". محمد أحمد عبد الحميد أحمد، المرجع السابق، ص. 36.

[132] تجدر الإشارة أنه لم يُعمد إلى تعريف المصطلح من قبل المشرع بموجب أحكام هذا القانون، بل تم الاكتفاء بالإشارة إليه من خلال نص المادة 1، وكذا بنوع من العمومية من خلال نص المادة 5 من هذا القانون.

- المادة 1 فقرة 1 من القانون رقم 89-02:" يهدف هذا القانون إلى تحديد القواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك طوال عملية عرض المنتوج و/أو الخدمة للاستهلاك اعتبارا لنوعيتها ومهما كان النظام القانوني للمتدخل"

"المحترف" بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-266[133] مُقحمًا **المتدخل** ضمن هذا الوصف، باعتباره مصطلحًا ذو دلالات واسعة ذات صلة بمجال تطبيق النص القانوني.

وباستقراء أحكام قانون المنافسة، استخدم مصطلح "العون الاقتصادي" من خلال أحكام الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 يناير 1995، المتعلق بالمنافسة[134](الملغى)؛ وهو ذات المصطلح الذي تم المحافظة عليه بموجب أحكام القانون رقم 04-02[135] المتعلق بالممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم؛ كما استعمل مصطلح "المؤسسة" في الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 09 يونيو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدّل والمتمّم. وبطبيعة الحال تتقاطع هذه المصطلحات ومصطلح المتدخل في كثير من الأحيان.

أمّا بالنسبة للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد استخدامًا لمصطلح "**المتدخل**". من خلال أحكام المادة 3 فقرة 7 من القانون رقم 09-03 عرّف المشرع المتدخل بأنه:" **كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية**

- المادة 5 فقرة 1 من القانون رقم 89-02:" يجب على كل منتج أو وسيط أو موزع وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك أن يقوم بنفسه أو عن طريق الغير بالتحريات اللازمة للتأكد من مطابقة المنتوج و/أو الخدمة للقواعد الخاصة به والمميزة له".

[133] عُرّف المحترف بموجب أحكام المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات بأنه:" كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل_ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك".

[134] أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 فيفري 1995، يتعلق بالمنافسة، ج. ر. العدد 9 المؤرخ في 22 فيفري 1995، (ملغى).

[135] المادة 3 بند 7 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية:" كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيًّا كانت طبيعته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

ملاحظة:

- لم يشر المشرع من خلال المادة أعلاه إلى كل المهنيين الذين أشار إليهم المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.
- الإضافة التي تضمنها هي عبارة "أيا كانت صفته القانونية" ما يعتبره بعض الفقه إضافة تشمل المرافق العامة الاقتصادية. أنظر في تفصيل هذه الفكرة: محمد جيرفلي، المرجع السابق، ص. 20.

عرض المنتوجات للاستهلاك"[136]. وطبقًا لذات المادة فإنّ عملية عرض منتوج للاستهلاك تُعرّف[137] بأنها تبدأ من الإنتاج إلى مرحلة الاستهلاك؛ ما يعني شمول مصطلح المتدخل ليطال كل من يتدخل في مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة[138]. وعليه؛ فإنّ التّركيز في المفهوم التشريعي للمتدخل يفضي إلى القول بتعدد صور المتدخل ليشمل كلاً من المنتج[139]، المستورد، المُخزِّن، الناقل، والموزع بالجملة أو بالتجزئة.

سؤال: هل تعتبر المؤسسات العمومية [140] متدخلاً؟

---

[136] الملاحظ أنّ مضمون هذه المادة يقترب من مضمون نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مع اختلاف طفيف في الصياغة، تمثل في صياغة مقتضبة من خلال النص الحالي (حيث تم التفصيل في المراحل من خلال البند الموالي أي المادة 3 بند 8 من القانون رقم 09-03)، يقابلها تقديم تعداد للأشخاص الذين يمكن إدخالهم تحت إطار مفهوم **المحترف** من خلال أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-266؛ وذلك -بطبيعة الحال- إلى جانب استخدام مصطلح المتدخل في القانون رقم 09-03 عوض المحترف في المرسوم التنفيذي رقم 90-266.

[137] المادة 3 بند 8 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمّم.

[138] وحتى مقدم الخدمات الذي يمثل أحد عناصر الجدة التي تضمنها هذا القانون، إلى جانب النص صراحة على شمول المتدخل للشخص المعنوي.

[139] تجدر الإشارة أنّ أول استخدام من قبل المشرع لمصطلح المنتج كان بموجب المادة 3 من الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 جويلية 1976 المتعلق بتسمية المنشأ (ج. ر. العدد 59 مؤرخ في 23 جويلية 1976)، حيث عُرِّف المنتج على أنه:" كل مستغل لمنتجات طبيعية وكل مزارع أو صانع ماهر أو صناعي".

وفي ظل غياب تعريف لمصطلح المنتج في أحكام القانون المدني أو قانون الاستهلاك، نجد أنّ المشرع قد عرّف عملية الإنتاج من خلال المادة 3 بند 9 من القانون رقم 09-03 على أنها:" العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتوج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه، وهذا قبل تسويقه الأول". وهو نفس التعريف المُقدّم بموجب المادة 2 بند 5 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش.

كما نشير أنّ ذات المادة من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 تضمنت تعريفا لكل من المصطلحات التالية: المنتوج، البضاعة، الغذاء، الخدمة، الوسم، التسويق الإشهار، وأخيرا المستهلك.

[140] يرى بعض الأستاذة أن المستشفى يعتبر متدخلاً.

يجب التّمييز بين نوعين من المؤسسات العمومية: المؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري، والمؤسسات العمومية ذات الطابع الاقتصادي والتجاري. أمّا المؤسسات العمومية ذا الطابع الاقتصادي والتجاري، فتعبر متدخلاً لأنّ لها قوة اقتصادية وتجارية (كمؤسسات التأمين، البنوك العمومية)، وتخضع بالتالي لأحكام قانون الاستهلاك.

أمّا بالنسبة للفئة الأولى فهي تقدم خدمات المرفق العام وتستعمل امتيازات السلطة العامة، وبالتالي لا تُعدُّ متدخلاً، ولا تسري عليها قواعد قانون الاستهلاك.

بالنسبة لبعض الفقه الفرنسي: يعتمد معيار الربح من عدمه، ما يعني إذا كانت تقدم خدمات مجانية كمرفق العدالة، المدرسة، الجامعة لا تعتبر متدخلاً، لا تخضع لقانون الاستهلاك (تسعى لتحقيق المصلحة العامة). أمّا إذا كانت تقدم خدمات بمقابل فتخضع لقواعد قانون الاستهلاك.

المرافق العامة الإدارية هي التي تزاول نشاطًا يختلف عما يزاوله الأفراد عادة. وهي المرافق التي قامت على أساسها مبادئ القانون الإداري الحديث. تتميز بخضوعها التام للقانون العام، خاصة تلك التي تقدم خدماتها دون مقابل، فإنّ المنتفعون من خدماتها ليسوا مستهلكين. هذا ما يتأكد بالرجوع لنص المادة 800 فقرة 1 من قانون الإجراءات المدنية والإدارية، والتي تقضي بأنّ المحاكم الإدارية هي جهات الولاية العامة في المنازعات الإدارية، حيث تتخصص بالفصل في أول درجة

غير أنّ هذا القول قد لا يساق بهذه البساطة، على أساس أنّ المستشفى يقدم خدمات المرفق العام، وما يدفع من مصاريف مقابل تكاليف العلاج لا يمثل التكلفة الحقيقية للخدمات المقدمة، بل هي مجرد مساهمة بسيطة ورمزية من متلقي العلاج تدخل في إطار نظام التعاقد. وبالتالي، فإنّ ما يقدمه المستشفى من خدمات ليس بغرض تحقيق الربح.
على عكس العيادات الخاصة هذه الأخيرة تقدم خدمات الصحة بمقابل تحقق من خلاله ربحًا، وبالتالي فإنها تعتبر متدخلاً وتسري في مواجهتها أحكام قانون الاستهلاك.

بحكم قابل للاستئناف في جميع القضايا التي تكون إحدى المؤسسات العمومية ذات الصبغة الإدارية طرفًا فيها.

ومعلوم أنّ المؤسسات الاستشفائية على غرار المركز الاستشفائي الجامعي والمؤسسة الاستشفائية المتخصصة...إلخ، هي مؤسسات عمومية ذات صبغة إدارية، وتقدّمّ خدمات المرفق العام؛ فهي بذلك وبمفهوم المخالفة مستثناة من مجال اختصاص القضاء العادي؛ ما يعني عدم خضوعها لأحكام قانون الاستهلاك. وفي موقف فقهي مخالف، يرى الأستاذ بودالي محمد بأنّ المستشفيات تعتبر متدخلاً على أساس أنها تقدم خدماتها بمقابل.

وكرد على هذا الرأي، يمكن القول بأنّ المؤسسات الصحية العمومية بصفة عامة ليست مؤسسات ربحية، بل تنص المادة 09 من القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة على أنّ الدولة تضمن مجانية العلاج. وما تقدمه من خدمات صحية يخضع لمبدأ نظام التعاقد[141]؛ أمّا بخصوص ما يدفع مقابل الخدمات الصحية المُقدّمة فهو لا يمثل قيمة هذه الخدمات، بل مجرد مساهمة رمزية من المريض. وما يؤكد طابع الخدمة العمومية تمكين بعض الفئات من إعفاءات بخصوص المستحقات المالية مقابل ما يتم تلقيه من خدمات علاجية واستشفائية، من ذلك الأشخاص المسنين الذين تتجاوز أعمارهم 65 سنة، المصابون بأمراض مزمنة...إلخ.

[141] يقوم نظام التعاقد على إشراك ثلاثة أطراف في المساهمة في تكاليف الخدمات الصحية، تتمثل في مساهمة وزارة الصحة، هيئات الضمان الاجتماعي، والمريض. مع وجود بعض الاستثناءات تتمثل في إعفاء بعض الفئات من دفع المستحقات المالية المترتبة عن الخدمات الصحية التي تم تلقيها، من ذلك المرضى الذين تقل أعمارهم عن 6 سنوات، والذين تزيد أعمارهم عن 65 سنة، والمرضى المصابين بأمراض مزمنة. مرسوم تنفيذي الفئات المعفاة من دفع تكاليف العلاج.

وكذلك فإنّ المادة أعلاه استبعدت المؤسسات العمومية ذات الصبغة التجارية والصناعية من اختصاص القضاء الإداري وقواعد القانون الإداري. وبالتالي، تخضعها لقواعد القانون الخاص واختصاص القضاء العادي.

المحور الثالث

عقد الاستهلاك

بعد تحديد أطراف العلاقة في مجال عقود الاستهلاك، والتي تجمع بين طرف ضعيف يسمى المستهلك خصه المشرع بتعريف ضيق؛ في مواجهة المتدخل بوصف الطرف القوي من حيث المعلومة المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى مقومات أخرى قد تجعله يبسط شروطه في المرحلة السابقة للتعاقد.

المبحث الأول: حماية المستهلك أثناء مرحلة تكوين العقد

نظرا للموقع الضعيف للمستهلك، حرص المشرع على تعزيز موقعه بضمانات وحقوق سابقة لمرحلة إبرام العقد، منها لاسيما:

المطلب الأول: الالتزام بالإعلام[142]

[142] يعتبر الأستاذ بودالي محمد أنّ المشرع اعترف بطريقة غير مباشرة بمبدأ الالتزام بالإعلام في إطار القواعد العامة، من خلال أحكام المادة 86 فقرة 2 من القانون المدني. حيث يمكن للمتعاقد المضرور المطالبة بإبطال العقد، والتعويض معًا، وذلك على فرض أنّ الإخلال بهذا الالتزام وقع في مرحلة إبرام العقد لا تنفيذه، وهو ما يترتب عليه مسؤولية تقصيرية لا عقدية. ومن آثار هذا القول أنْ يستند الحق في التعويض لقواعد المسؤولية التقصيرية إعمالاً لنص المادة 124 من القانون المدني. وعلى هذا الأساس فإنّ دعوى التعويض ستكون مستقلة عن دعوى إبطال العقد، وخاصة من حيث التقادم إذ تخضع الدعوى الأولى للتقادم المنصوص عليه في المادة 133 من القانون المدني؛ في حين تخضع الدعوى الثانية للتقادم المزدوج المنصوص عليه في المادة 101 من ذات القانون. أنظر في تفصل هذه الفكرة: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 66.

في حين يؤسس بعض الشراح تبني المشرع لمبدأ الالتزام بالإعلام في إطار القواعد العامة على نص المادة 352 من القانون المدني، والتي تضمنت إلتزام البائع تزويد **المشتري** فقط بالمعلومات المتعلقة بالأوصاف الأساسية للمبيع. وهو حكم يجد جدوره في أحكام خيار الرؤية الذي تضمنته أحكام الشريعة الإسلامية.

ينصرف هذا الالتزام إلى تكوين معرفة كافية لدى المشتري حول المبيع، والأصل في العلم بالمبيع أن يكون برؤيته ذاتًا؛ وتضيف المادة 352 –المشار إليها-حالتين يتحقق بهما العلم بالمبيع هما:

- أن يشمل عقد البيع على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بيانًا يُمكِّن من التعرف عليه،

يعرف هذا الالتزام فقهيًا بعدة أسماء: الالتزام بالتبصير، الالتزام بتقديم البيانات والمعلومات، الالتزام بالإخبار[143]؛ وفي ظل تعدد التعريفات المقترحة[144]،

- إقرار المشتري في عقد البيع بأنه على علم بالمبيع، وذلك بذكر المشتري في عقد البيع معرفته للمبيع، أو سبقت له رؤيته. يكون هذا الإقرار حجة عليه، تحول دون حقه في الطعن بإبطال العقد بدعوى عدم علمه بالمبيع.
- القاعدة الواردة في نص المادة 352 مدني مقررة لمصلحة أي مشتري سواء كام محترفًا أو مشتريًا عاديًا، وسواء كان تصرف المشتري لتلبية أغراضه الاحترافية أو تلبية أغراضه الشخصية أو العائلية.

نص المادة 352 وإن كان لها مجال للتطبيق في العلاقة بين المحترفين والمستهلكين قبل صدور القانون رقم 89-02، إلا أنها كانت قليلة الأهمية، بالمقارنة مع عمق اختلال التوازن الموجود بين الطرفين...إلخ.

سؤال: هل لازال لنص المادة 352 مجال للتطبيق في العلاقة بين المحترفين والمستهلكين بعد صدور قواعد خاصة تضمن حق المستهلك في الإعلام؟

من الواضح أنّ نص المادة 352 من القانون المدني يتطرق إلى الالتزام بالإعلام كالتزام ملقى على عاتق البائع لفائدة المشتري؛ إلا أنّ المادة جاءت ضمن أحكام **الباب التاسع** "العقود المتعلقة بالملكية"، **الفصل الأول** "عقد البيع"، ما يعني أنّ مضمونها خاص بعقد البيع دون غيره من العقود؛ وهو ما لا يتناسب مع طبيعة العلميات الاستهلاكية التي تطال أيضا الخدمة، كما أنها لا تكرس التزاما عامًا بالإعلام بالنسبة لكل أنواع العقود الأخرى. والقضاء بدوره مجبر على حصر نطاق تطبيق النص فقط على عقد البيع. ولا توجد في القانون المدني قاعدة تفيد بوجود التزام بالإعلام ملقى على عاتق كل متعاقد.

- راجع تفصيلات هذه الجزئية: ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول "الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري" يومي 14 و15 أبريل 2001، منظم من قبل مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، ص-ص. 2 وما بعدها.

ويختم الأستاذ بودالي محمد تعرضه لأساس الالتزام بالإعلام في إطار القواعد العامة على أساس نص المادتين 86 فقرة 2 و352 من القانون المدني بالقول بأنه:" ... وفي ظل انعدام نص صريح، وانعدام اجتهاد مفسر للنصين السابقين، فإنه تبقى مهمة تحديد مضمون هذا الالتزام وكذا مداه وحدوده، غير متاحة، بل وصعبة المرام". أنظر: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 67.

[143] مصطفى أحمد أبو عمرو، الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دراسة في القانون الفرنسي والتشريعات العربية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2010، ص. 47.

[144] عرّفه بعض الفقه بأنه التزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظره إذا استدعى الأمر ذلك.

ويرى فيه آخرون بأنه التزام سابق على التعاقد، يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل مستنير على علم بكافة تفصيلات هذا العقد، وذلك بسبب اعتبارات وظروف معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناءً على جميع هذه الاعتبارات بالتزام بالإدلاء بالبيانات. أنظر: طويل مريم، قانون السوق وفكرة توازن مصالح المنتج وحقوق المستهلك دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، 2017-2018. ص. 141.

يمكن القول بأنّ الالتزام بالإعلام[145] في مجال الاستهلاك[146]هو إلتزام يفرض على أحد المتعاقدين (المدين) إعلام المتعاقد الآخر (الدائن) بكافة الوقائع والمعلومات المنتجة واللازمة لتكوين رضاء حر مستنير، أو لضمان حسن تنفيذ العقد[147].

فالمعلومات المقدمة لا تنحصر في تنوير إرادة الدائن وجعله على دراية بمحل العقد والأثار المترتبة عليه؛ بل يجب على المدين أن يُعلم المتعاقد معه بكل البيانات والمعلومات التي من شأنها أن تضمن تنفيذ العقد بحسن نية.[148]

من مبررات إقرار الالتزام بالإعلام[149]نجد عدم تكافؤ أطراف العقد؛ فرغم كون هذه الخاصية قديمة ارتبطت ببعض العقود، إلا أنها عاودت الظهور في العصر

---

[145] من أوجع الشبه بين الالتزام بالإعلام والإشهار أنّ كلاهما يوصلان المعلومات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة للمستهلك. غير أنّ الفرق بينهما يكمن في كون الإشهار يهدف إلى الترويج للمنتوج بغرض جلب الزبائن فقط. وهذا ما يجعل الإشهار لا يتصف بالموضوعية، كونه يركز على إبراز مزايا المنتوجات فقط، وفي بعض الأحيان يصل الإشهار إلى حدّ المبالغة في إظهار مزايا المنتوج. أمّا ما يحتاج إليه المستهلك فهو إعلام موضوعي بعيد عن التأثير عن رضاءه.

[146] يعتبر الالتزام بالإعلام ركيزة أساسية في المنظومة الوطنية لحماية المستهلك، يستهدف بالأساس مساعدة المستهلك على اتخاذ قرار حر ومتدبر فيه، وينتهي به إلى علة من الاستعمال المجدي والآمن للمنتوج. تمّ التعبير عن ذلك مبكرًا في المادة 3 من القانون رقم 89-02، استرسل المشرع في إعمال المبدأ في مختلف المنتوجات الطبية والصيدلانية والغذائية...إلخ. أصبح هذا الحق كمكون من مكونات النظام التعاقدي؛ كما أرسته نصوص القانون رقم 04-02 والمرسوم التنفيذي رقم 03-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود الي تعبر تعسفية، ج. ر. العدد 56 المؤرخ في 11 سبتمبر 2006.

[147] خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص. 78.

[148] الالتزام بالإعلام هو فرض التزام بالصدق والأمانة نحو المتعاقد الآخر. يرى فيه بعض الفقه التزامًا إيجابيًا بالتعاون مع المتعاقد الآخر، وذلك بإحاطته علمًا بكافة تفاصيل العقد المراد إبرامه.

الالتزام بالإعلام هو إلتزام حديث نسبيًا في القانون، حيث يتعلق بدرجة متممة للصدق والصراحة. وهو ذو أصول أخلاقية قبل أن يكون إلتزامًا قانونيًا. ويعتبر الفقيه RIPERT أول من طالب بإدماج القاعدة الأخلاقية في الالتزامات القانونية؛ ومن ثم أول من نادى من الناحية الواقعية بضرورة فرض التزام بالإعلام على عاتق المتعاقد.

الإعلام حول المنتجات هو كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو حتى من خلال الاتصال الشفهي (المادة 3 فقرة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378)

[149] "أصبح الالتزام بالإعلام من أهم الضمانات القانونية الكفيلة بتحقيق رضا سليم وواضح للمستهلك وضمان سلامته التعاقدية". حسن عبد الباسط دميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996، ص. 21.

الحالي في صورة جديدة.[150] فالمقابلة بين من يحتاج إلى إشباع ضرورات يومية وبين من يقوم بتوفير السلع والخدمات، أي بين قوي وضعيف مسألة موجودة دائمًا، ولكن عدم التكافؤ هذا كان طبيعيًا في المجتمعات القديمة، ولم يكن شاسعًا وعميقًا كما هو اليوم.[151]

تجدر الإشارة أنّ التوازن العقدي يقتضي تحقيق التوازن المعرفي من خلال تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية حول السلعة أو الخدمة. وعليه؛ يرى بعض الفقه بأنّ الالتزام العام بالإعلام يقتضي التمييز بين الالتزام ما قبل التعاقد بالإعلام والالتزام التعاقدي بالإعلام:

I- الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام:

ينشأ الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام في المرحلة السابقة على إبرام العقد. وبالتالي، فالضرر الناجم عن الإخلال به يترتب عليه تطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية، كون المتدخل ارتكب الخطأ خارج الإطار التعاقدي.

خلال هذه المرحلة من العلاقة بين المستهلك والمتدخل، يتعيّن على هذا الأخير أنْ يُعلم المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتوج وكذلك حول شروط العقد.[152] يتّصف هذا الإعلام بالعمومية[153]، والوقائية[154]، والاستقلالية.[155]

---

[150] ساهم القضاء في فرنسا بشكل أساسي في اكتشاف إلتزام المهني بالإعلام، وذلك استنادا إلى بعض النصوص العامة الواردة في الشريعة العامة. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن...، المرجع السابق، ص. 62.

[151] طويل مريم، المرجع السابق، ص. 146.

- بعض الفقه الفرنسي يقول بأنّ:" العصر الحديث يكاد لا يعرف الطرف الضعيف أو المذعن من الناحية الاقتصادية بقدر ما يعرف الطرف الضعيف من ناحية العلم والدراية"؛ ويقول آخرون بأنّ:" عدم التكافؤ بين طرفي العقد ليس اقتصاديًا بقدر ما هو عدم تكافؤ في المعلومات المتصلة بالعقد"، والذي سمي بالتوازن المعرفي. أنظر في هذا الرأي: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص. 166.

[152] Calais-Auloy Jean, op. cit., p. 520.

[153] تعني أنه التزام سابق ويطبق على جميع العقود.

[154] تعني أنّ هذا الالتزام يهدف إلى حماية العقود مستقبلاً من خطر الإبطال.

II- الالتزام التعاقدي بالإعلام

هو ذلك الالتزام الذي يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد. ويُعدّ تطبيقًا للمبدأ الذي يقضي بتنفيذ العقد بحسن نية. يترتب على الإخلال به تطبيق أحكام المسؤولية العقدية.

هذا الالتزام يختلف حسب طبيعة العقد وحسب خصائص هذا الأخير، فيكون تبعي للعقد وليس مستقل عنه، مثل الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام.[156]

ونظرًا لصعوبة الفصل بين الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام والالتزام التعاقدي بالإعلام، خلص للقول بأنّ الالتزام بالإعلام يُعدّ التزامًا مستقلاً وضروريًا لضمان توازن العقد[157]. وهو الموقف الذي تبناه المشرع بموجب المادة 17 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. حيث ألزم المتدخل بإعلام المستهلك خلال كل مراحل عرض المنتوج للاستهلاك دونما تمييز للالتزام تعاقدي أم غير تعاقدي.

وفيما يتعلق بالالتزامات الإجبارية[158]الخاصة في مجال إعلام المستهلك، فهي تشمل المجالات التالية:

---

[155] تعود خاصية الاستقلالية للهدف من تقرير مثل هذا الالتزام كالتزام مستقل في مواجهة اختلال التوازن العقدي في المرحلة السابقة على إبرام العقد. أنظر في تفصيل هذه العناصر: بومدين أحمد، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضاء المستهلك، مجلة القانون، جامعة الوادي، العدد 1، جوان 2010، ص. 168.

[156] بوروح منال، التزام المتدخل بإعلام المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 5، العدد 01، عدد خاص بأعمال الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، يومي 10-11 أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص. 303.https://www.asjp.cerist.dz

[157] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 65.

[158] تعتبر هذه الالتزامات إجبارية لأنّ الإخلال بها مقترن بجزاءات عقابية، كما أنّ فرض احترامها محدد بموجب النصوص التشريعية والتنظيمية، وموكل لمصالح مراقبة الجودة وقمع الغش التابعة لمديريات التجارة. دون أن يتوقف عمل هذه المصالح على مبادرة من المستهلك.

- تبصير المستهلك بالخصائص الجوهرية للسلعة أو الخدمة،
- إعلام المستهل بأسعار المنتجات والخدمات والشروط التعاقدية،
- إعلام المستهلك بمضمون العقد،
- تحذير المستهلك وتقديم النصيحة.[159]

الفرع الأول: التبصير بالخصائص الجوهرية للسلعة أو الخدمة

بداية، ألزم المشرع المتدخل بتقديم المعلومات حول خصائص السلع والخدمات من خلال المادة 4[160] من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة (الملغى)، والتي كانت تحيل إلى المادة 3 من ذات القانون؛[161] بالإضافة إلى مضمون المادة 21 فيما يتعلق بالوسم.

---

[159] يعتبر بعض الفقه أنه من الطبيعي بما كان أن يقع التزام الإعلام على عاتق المتدخلين في إطار علاقاتهم مع غير المتدخلين أو المستهلكين ليشكل أحد مكونات التوازن العقدي المتعلق ليس فقط بالجودة والسعر، وإنما يطال أيضًا استعمال الشيء أو المنتوج. وإضافة إلى الالتزام العام بالإعلام الذي يقع على عاتق المتدخل، يبقى من الضروري فرض إلتزامات خاصة بالإعلام بمقتضى القوانين واللوائح تتعلق ببعض البيانات الإلزامية، مقترنة بجزاءات صارمة تهدف إلى ضمان أكبر قدر ممكن من الدقة في الإعلام المقدم. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 62.

[160] المادة 4 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى):" **تكيف العناصر المنصوص عليها في المادة 3 من هذا القانون حسب طبيعة وصنف المنتوج و/أو الخدمة بالنظر للخصوصيات التي تميزه والتي يجب أن يعلم بها المستهلك حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية".**

[161] المادة 3 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في المؤرخ في 7 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى):" **يجب أن تتوفر في المنتوج أو الخدمة التي تعرض للاستهلاك المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمه وتميزه.**

ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتوج و/أو الخدمة للرغبات المشروعة للاستهلاك لاسيما فيما يتعلق بطبيعته وصنفه ومنشئه ومميز اته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته.

كما ينبغي أن يستجيب المنتوج و/ أو الخدمة للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه وأن يقدم المنتوج وفق مقاييس تغليفه، وأن يذكر مصدره، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المر اقبة التي أجريت عليه".

وعلى أَثَرِ القانون الملغى، كرّس المشرع إلتزام المتدخل بالإعلام بموجب أحكام الفصل الخامس[162]من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش؛ حيث جاء في المادة 17 بأنه:" يجب على كل متدخل أن يُعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة..."، وهو الموقف الذي تمّ تأكيده بموجب المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.[163]

يفهم –بداية- أنّ المشرع ألقى بعبء الإعلام على عاتق المتدخل، ما يعني ضرورة إلمامه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة حتى يتمكّن من إعلام المستهلك (واجب الاستعلام). أي يقع على عاتق المتدخل قرينة قاطعة بالعلم بكل المعلومات حتى ولو كان جاهلاً بها، وذلك مع نفي فرض ضرورة استعلام المستهلك.

كما يلاحظ أنّ المشرع استخدم عبارة "كل المعلومات المتعلقة بالمنتوج" دون التّدقيق بخصوص "الخصائص الجوهرية" للمنتوج (المستخدمة من خلال القانون الملغى)، ما يجعل العبارة تتّصف بنوع من العمومية. غير أنّ المشرع تدارك ذلك باستعمال عبارة "الخصائص الأساسية" بمقتضى المادة 4 من المرسوم التنفيذي

---

[162] تحت عنوان **"إلزامية إعلام المستهلك"**.

[163] المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، (ج. ر. العدد 58 المؤرخ في 18 نوفمبر 2013).

رقم 13-378[164]المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.[165]

كما يلاحظ أنّ المشرع أضاف **العلامة** ضمن المعلومات الواجب تبليغها للمستهلك بالرغم من خضوعها لنظام خاص بها.[166] من شأن هذا الإلزام أن يحدث التمييز بين المنتجات (منتج أصلي وآخر مقلد) ما يساهم في تفادي تضليل المستهلك في ظل وفرة المنتوجات. ويقع تحت طائلة العقوبات الجزائية عرض منتوجات للاستهلاك لا تحتوي على العلامة.[167]

المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 قدّمت تعريفًا لعبارة الخصائص الأساسية مفاده أنها:" المعلومات الضرورية لإرضاء المستهلك بصفة واضحة التي تحمل على الأقل تعريف المنتوج والمتدخل المعني بعرض المنتوج للاستهلاك للمرة الأولى، وطبيعة المنتوج والمكونات والمعلومات المتعلقة بأمن المنتوج والسعر ومدة عقود الخدمات".

---

[164] المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك:" **يتم إعلام المستهلك عن طريق الوسم أو وضع العلامة أو الإعلان أو بأي وسيلة أخرى مناسبة عند وضع المنتوج للاستهلاك ويجب أن يقدم الخصائص الأساسية للمنتوج طبقًا لأحكام هذا المرسوم".**

[165] تقضي المادة 63 من هذا المرسوم التنفيذي بإلغاء أحكام كلاً من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها؛ وكذا المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات الغذائية وعرضها، المعدّل والمتمم.

كما نصت المادة 64 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 على بدأ سريانه بعد سنة من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

[166] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك:" – **وضع العلامة:** وضع على التغليف أو على المنتوج كل علامة أو إشارة أو رمز أو سمة أو شعار أو صورة أو بيان يحدد ميزة خاصة لمنتوج أو يميزه عن غيره".

[167] المادة 33 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، (ج. ر. العدد 44، مؤرخ في 23 يوليو 2003):" يعاقب بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من خمسمائة ألف دينار (500000 دج) إلى مليوني (2000000 دج) أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، الأشخاص:

1- الذين خالفوا أحكام المادة 3 من هذا الأمر بعدم وضع علامة على سلعهم أو خدماتهم أو الذين تعمدوا بيع أو عرضوا للبيع سلعة أو أكثر أو قدّموا خدما لا تحمل علامة..."

وبما أنّ المادة تضمنت صيغة على الأقل فإنّ هذا يعني أنّ المعلومات المحددة بموجب هذه المادة وردت على سبيل المثال. وهذا ما يفتح الباب أمام إمكانية إضافة معلومات أخرى بموجب نصوص تنظيمية أخرى، كتلك المتعلقة بشروط التعاقد، وطريقة الاستعمال، ومدة العدول عن التعاقد... إلخ.[168]

بالنسبة للوسائل المعتمدة لتزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية عن المنتجات، فإنّ المشرع قد وسّع من تعدادها لتشمل الأسلوب الشفهي، أو الطرق التكنولوجية، أو بواسطة البطاقات التي يتم إلصاقها على السلع أو أغلفتها بطريقة يتعذر إزالتها؛ كما قد تطبع المعلومات الأساسية على الأكياس أو اللعب التي تحتوي المنتوج.[169]

كما يتم إعلام المستهلك بواسطة الوسم، الذي يعتبر من التوابع الأساسية للسلع. وأهم وسيلة من وسائل الإعلام حول خصائص المنتجات.[170] وبناءً على نص المادة 3 بند 4 من القانون رقم 09-03[171]فإنّ المشرع قد اعتبر الصور والرموز والإشارات من مكونات الوسم. وقبل ذلك عرّفه بموجب المادة 2 فقرة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنّه:" جميع البيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي

---

[168] للتفصيل أكثر في هذا الموضوع، أنظر: بن حميدة نهات، المرجع السابق، ص. 154، الهامشين 3 و4.

[169] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك:" –**إعلام حول المنتوجات**: كل معلومة متعلقة بالمنتوج موجهة للمستهلك على بطاقة أو أي وثيقة أخرى مرفقة به أو بواسطة أي وسيلة أخرى بما في ذلك الطرق التكنولوجية الحديثة أو من خلال الاتصال الشفهي".

[170] ويعتبر الوسم وسيلة تسويقية حديثة، تم استغلالها من قبل المتدخلين لخدمة مصالحهم التجارية. وهو ما دفع بعض الفقه إلى القول بأنّ الوسم يعتبر "بائعًا صامتًا". أنظر: قادة شهيدة، إلتزام العون الاقتصادي بالإعلام دراسة في القانون المقارن والجزائري حسب التعديلات، مجلة الراشدية، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة معسكر، 2010، ص. 276.

[171] المادة 3 فقرة 5 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمّم:" **الوسم:** كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لاصقة أو سمة، أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتوج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها".

توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجًا ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

يتعيّن أن تكون المعلومات الواردة في الوسم صحيحة ونزيهة[172]، وأن تحرر بيانات الوسم باللغة العربية[173]أساسًا[174]، بعبارات مرئية وسهلة القراءة، ويتعذر محوها[175]؛ على أن تتناسب مع مستوى المستهلك العادي. وتكون خالية من التعقيد والمصطلحات الفنية، ويتعيّن فصل البيانات التحذيرية عن البيانات الأخرى.

إضافة إلى إلتزام المتدخل بالوسم بوصفه عملاً إيجابيًا، يقع على عاتق المتدخل إلتزام سلبي مفاده الامتناع عن استعمال أي إشارة أو أي علامة أو تسمية خيالية،

---

[172] المادة 10 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 مايو 2012، المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، (ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 09 مايو 2012):" يجب على المنتجين والمستوردين ومقدمي الخدمات وضع في متناول المستهلك كل المعلومات الضرورية التي تسمح لهم بتفادي الأخطار المحتملة والمرتبطة باستهلاك و/أو باستعمال السلعة أو الخدمة المقدمة وذلك طيلة مدة الحياة العادية أو مدة حياته المتوقعة بصفة معقولة".

[173] وفي هذا توافقٌ وأحكام المادة 20 والمادة 21 من القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991، المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، ج. ر. العدد 3 المؤرخ في 16 يناير 1991، المعدّل والمتمّم بموجب الأمر رقم 96-03 المؤرخ في 21 ديسمبر 1996، ج. ر. العدد 81 المؤرخ في 22 ديسمبر 1996.

[174] القاعدة العامة أن يحرر الوسم باللغة العربية أساسًا، وعلى سبيل الإضافة يمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها. لكن لا يمكن الاحتجاج على المستهلك بتوفر المعلومات والتعليمات بلغة أجنبية، أو صياغة فنية لا يفهمها سوى المتخصص.

- أنظر: المادة 18 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 26 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمّم.
- وفي هذا السياق صدرت التعليمة رقم 714 المؤرخة في 26 ديسمبر 2016 المتعلقة بوسم المنتوجات المستوردة، وسمحت وزارة التجارة بإنجاز عملية الوسم داخل التراب الوطني على مستوى مستودعات المتعاملين الاقتصاديين أو المنشآت المتخصصة لمؤسسة أخرى.

راجع كذلك مضمون القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 19 أكتوبر 2017 المتعلق بوسم المادة الغذائية، ج. ر. العدد 25 المؤرخ في 2 ماي 2018. أنظر: بن حميدة نبهات، المرجع السابق، ص. ص. 158-169.

[175] المادة 18 فقرة 2 من القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمّم.

وكل وصف خاطئ أو مظلل أو كاذب يوقع المستهلك في الغلط والتظليل.[176] ويمنع تحرير كل ادعاء غير مبرر يشجع على الاستهلاك المفرط للمادة الغذائية[177]، وإثارة الشكوك بشأن أمنها وسلامتها[178].

الفرع الثاني: إعلام المستهلك بأسعار المنتوجات وشروط التعاقد

في إطار تحقيق التوازن العقدي، تسعى القوانين الوضعية إلى إلزام المحترفين بالإعلام بأسعار المنتوجات وشروط العقود المعتاد عرضها للاكتتاب قبل التوقيع عليها.

أولاً: إعلام المستهلك بأسعار المنتجات والخدمات

يعتبر الإعلام عن الأسعار شرط ضروري لشفافية السوق وحرية المنافسة، وخدمة المستهلك. إذ أنّ إطلاع هذا الأخير على الأسعار يمكنه من القيام برقابة مستمرة على السوق. وبالتالي، المقارنة بين مختلف الأسعار المقترحة لنفس السلعة أو الخدمة؛ وهذا ما يتيح له اختيار ما يناسبه بإرادة واعية وسليمة. كما يحقق الإعلام بالأسعار قدرًا كبيرًا من المساواة بين المستهلكين[179]؛ ويحقق حماية لهذه الطائفة من تعسف المتدخلين، بما في ذلك قيامهم بالتمييز بين المستهلكين حسب كل زبون وطبقًا لأهوائه.[180]

---

[176] المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

[177] سواء تعلق الأمر بطبيعة المنتوج وتركيبه ومقادير العناصر المكونة للمنتوج، وطريقة استعماله، وتاريخ الصنع وتاريخ انتهاء الصلاحية، والمصدر والكمية. أنظر المادة 36 والتي تمثل القسم العاشر من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

[178] الفرق بين الوسم والإعلان التجاري يكمن في أنّ هذا الأخير وسيلة إعلامية اختيارية يتخذها المتدخل للتعريف بمنتوجاته، ولا يتميّز بالموضوعية كالوسم. أمّا الوسم فهو وسيلة إعلامية إلزامية، ويصبح إشهارًا إذا أظهرت البيانات المحررة فيه مزايا المنتوج ورغّبت في شرائه.

[179] بن حميدة نبهات، المرجع السابق، ص. 170.

[180] Calais-Auloy Jean et Steinmetz Frank, op. cit., p. 356.

يجد مبدأ إعلام المستهلك بالأسعار سنده القانوني في نص المادة 4 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يويو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية؛ حيث جاء فيها بأنّ البائع يتولى:"... **وجوبًا إعلام الزبائن بأسعاروتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع".** ويقع الإخلال بهذا الالتزام تحت طائلة النطق بغرامة مالية تتراوح ما بين 5000 د.ج. إلى 10000د.ج.[181]

طبقًا للمادة 06 من القانون رقم 04-02 فإنّ الإعلام بالأسعار يشمل إعلام المستهلك بالمبلغ الإجمالي[182]للمنتوج المتضمن كافة الضرائب والرسوم عند الاقتضاء، خاصة القيمة المضافة التي تعد ضريبة عامة للاستهلاك.

للبائع سلطة اختيار طريقة الإعلام بالأسعار، ويتحقّق هذا الإعلام عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات[183] أو بأية وسيلة أخرى مناسبة[184]؛ شريطة ألا تدع أي مجال للشك والغموض، أي يجب أن يكون الإعلام مقروء، مرئي، واضح. واستثناءً، فرض المشرع طريقة معينة للإعلام بالسعر[185]، مثال ذلك حالة البيع

---

[181] المادة 31 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمم.

[182] يشمل السعر الإجمالي مصاريف تسليم المبيع بما فيها نفقات الشحن...، ويختلف حسب المناطق التي يتم فيها بغض النظر عن الوسيلة المستعملة.

- أنظر في تفصيل هذه الجزئية: المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فبراير 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات، ج. ر. العدد 10 المؤرخ في 11 فيفري 2009.

[183] تتمثل المعلقات في إمكانية استعمال لوحة خاصة بالإعلام عن أسعار المنتجات أو الخدمات، تثبت على واجهة المحل التجاري أو بداخله، أو تقدم بشكل خاص للمستهلك، بحيث تتضمن قائمة السلع أو الخدمات المعروضة يقابلها سعر كل منها. مثال ذلك الإعلان عن أسعار المشروبات والحلويات التي تقدمها المقاهي، أسعار الوجبات والأطعمة والمشروبات التي تقدمها المطاعم، إعلان عن أسعار الخدمات الفندقية في الفنادق، محلات تنظيف الملابس...إلخ.

[184] المادة 05 فقرة 1 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم.

[185] من الأمثلة على ذلك نشير:

بالتخفيض[186]، حيث يتعيّن على البائع الإعلان عن الأسعار بوضع تواريخ بداية ونهاية التخفيض على واجهة المحل، أو أية وسيلة ملائمة، بالإضافة إلى تحديد السلع المعنية بالتخفيض، والأسعار المطبقة مسبقًا، والتخفيضات الممنوحة سواء كانت ثابتة أو تدريجية.[187]

كما بين المشرع من خلال أحكام المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فيفري 2009[188]، وسائل أخرى للإعلام عن الأسعار بواسطة الدعائم الآلية، والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الإلكترونية والدلائل والنشرات البيانية.[189]

ثانيًا: إعلام المستهلك بشروط العقد التقليدي

يقع على البائع عبء إعلام المستهلك بشروط البيع، إعمالاً لمضمون المادة 8 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، التي جاء

- المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 1 مارس 2000، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها، (ج. ر. العدد 10 المؤرخ في 05 مارس 2000)، متمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-227 المؤرخ في 29 يونيو 2009، (ج. ر. العدد 39 المؤرخ في 01 جويلية 2009).
- المادة 4 من القرار الوزاري المؤرخ في 6 يونيو 2018، يحدد كيفيات الإعلام الخاصة المطبقة على خدمات الصباغة، (ج. ر. العدد 60 المؤرخ في 10 أكتوبر 2018).

[186] طبقًا لأحكام المادة 21 من القانون رقم 04-02 التي تنص على أنه:" تحدد عن طريق التنظيم، شروط وكيفيات البيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود أو البيع عند مخازن المعامل، البيع بالتخفيض، البيع في حالة تصفية المخزونات والبيع الترويجي"، صدر المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض، البيع الترويجي، البيع في حالة تصفية المخزونات، البيع عد مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، (ج. ر. العدد 41 المؤرخ في 21 يونيو 2006).

[187] المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض، البيع الترويجي، البيع في حالة تصفية المخزونات، البيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود.

[188] مرسوم تنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 07 فيفري 2009، يتعلق بتحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو في بعض السلع والخدمات المعنية.

[189] المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 09-65 مؤرخ في 07 فيفري 2009، يتعلق بتحديد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو في بعض السلع والخدمات المعنية.

فيها بأنّه:" **يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعلمية البيع أو الخدمة**".

وبغرض توفير حماية أكبر لإرادة المستهلك أُجبر العون الاقتصادي على تحرير بعض الشروط في مختلف عقود الاستهلاك، وذلك بمقتضى المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.[190]

وقبل ذلك حدد المشرع بمقتضى المادة 7 من الأمر رقم 95-97 المتعلق بقانون التأمينات، المعدّل والمتمّم، قائمة الشروط الواجب توافرها في عقود التأمين وضرورة إعلام المؤمن له بها.[191]

---

[190] المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، تمثلت فيما يلي:

- الشروط المحددة لخصوصيات السلع و/أو الخدمات وطبيعتها والأسعار والتعريفات وكيفيات الدفع.
- شروط التسليم وآجاله،
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم،
- كيفيات ضمان مطابقة السلع و/أو الخدمات،
- شروط تعديل البنود التعاقدية،
- شروط تسوية النزاعات،
- إجراءات فسخ العقد.

[191] المادة 7 من الأمر رقم 95-97 المتعلق بقانون التأمينات، المعدّل والمتمم:" يحرر عقد التأمين كتابيًا، وبحروف واضحة وينبغي أن يحتوي إجباريًا زيادة على توقيع الطرفين المكتتبين على البيانات:

- اسم كل من الطرفين المتعاقدين وعنوانهما،
- الشيء أو الشخص المؤمن عليه،
- طبيعة المخاطر المضمونة،
- تاريخ الاكتتاب،
- تاريخ سريان العقد ومدته،
- مبلغ الضمان،

وفي مجال القروض الاستهلاكية، أكّد المشرع على ضرورة إعلام المستهلك بشروط عقد القرض الاستهلاكي[192] المتعلقة بعناصر عرض القرض، ومقدار الالتزام المالي الممكن اكتتابه، وشروط تنفيذه، وكيفيات الحصول على القرض، وواجبات المتعاقدين والضمانات المقدمة[193].

عمليًا، نلحظ في الغالب أنّ المستهلك يُقبل على توقيع العقد، ما يعني إقرارًا منه بمضمونه وشروطه، دون أن تكون له فرصة الاطلاع على الشروط العامة.

الفرع الثالث: التزام المتدخل بتقديم النصيحة والتحذير[194] للمستهلك

رغم أن القانون رقم 09-03 لم يتضمن صراحة النص على الالتزام بالنصيحة والالتزام بالتحذير، أي أنهما يشكلان جزءً من الإعلام الموضوعي المعبّر عنه بكل المعلومات.

ينصرف مضمون الالتزام بالإعلام إلى تقديم المعلومات التي تهم المستهلك، ولا يتوقف الأمر عند هذا المستوى من المعلومات؛ بل يطال ضرورة تقديم النصيحة

- مبلغ قسط أو اشتراك التأمين."

[192] المواد 5، 6، 7 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015، المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، (ج. ر. العدد 24 المؤرخ في 13 مايو 2015).

[193] بذلك قضت المحكمة العليا أنّ الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط مسؤول عن عدم إعلام المستهلك بالشروط المتعلقة بطريقة الدفع وحالة فسخ العقد، وتلك المتعلقة بحالة مسائلة مقدم الخدمة وطريقة تعويض المستهلك في حالة ضياع أو تلف المواد المسلمة. وهذا ما ورد في نص المادة 6 من القرار الوزاري المؤرخ في 6 يونيو 2018 المحدد لكيفيات الإعلام الخاصة المطبقة على خدمات الصباغة والتبييض والتنظيف الجاف.

[194] يعتبر بعض الفقه أنه من الضروري التميز بين الالتزام ما قبل التعاقدي بالإعلام والالتزام التعاقدي بالإعلام؛ ونظرًا لصعوبة وضع حدود فاصلة بينهما، فإنّ الحل يقدمه المعيار النظري الذي يضع الالتزام الأول في مرحلة إبرام العقد، ويضع الالتزام الثاني في مرحلة تنفيذ العقد، أي أنه يتفرع عن العقد نفسه.

وعلى هذا الأساس، اعتبر البعض أن الالتزام العام بالإعلام هو التزام عقدي واحد، ورأى البعض أنّ الالتزام التعاقدي بالإعلام هو التزام تبعي للالتزام الأصلي بالتسليم، أو أيضا تطبيق للمبدأ العام القاضي بحسن النية في المعاملات التعاقدية. واستندت المحاكم في فرنسا للوقل بوجود الالتزام التعاقدي بالإعلام إلى نص المادة 1135 مدني، والتي تقابلها المادة 107 من القانون المدني الجزائري التي جاء فيها بأنه:" لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضًا ما هو من مستلزماته وفقًا للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام".

أنظر: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 68.

لتمكين المستهلك من اقتناء المنتوج مع تحذيره من المخاطر التي قد تنجم عنه. وهذا كله يصب في سياق تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك.

أولاً: التزام المتدخل بنصيحة المستهلك

يُنظر لإلتزام المتدخل بتقديم النصيحة للمستهلك على أنه إلتزام مساندٌ للالتزام بالإعلام؛ وإن كان البعض يستعمله مقرونًا معه.[195] وينصرف واجب النصح إلى القول بأنّ المتدخل لا يلتزم بإعلام المتعاقد الآخر فحسب، بل يتعيّن عليه أن يعرض الحل الأنسب لمصالح المستهلك، مما يعني أنّ واجب النصح إلتزام يتجاوز حدود الإعلام[196]. أي أنّ المتدخل يكون أمام ضرورة بذل عناية أكبر لتوجيه إرادة المستهلك نحو إبرام العقد أو الرجوع عنه.[197]

أمّا عن نطاقه، فيرى الفقه[198]بأنه يتمثل في مجالين أساسين، أولهما خصوصية بعض المهن كالتوثيق، مهنة وكيل الدعاوى، مهنة المحضر، مهنة المحاماة، مهنة الوكيل العقاري، والخبير المحاسب.

أمّا المجال الثاني، فيرتبط ببعض المنتجات ذات تكنولوجيا معينة، مثل الحواسيب، الهواتف الذكية، آلات النسخ، جهاز التلفاز الذكي...إلخ.

وبطبيعة الحال، فإنّ كلاً من الفقه والقضاء يتّفق على اعتبار الالتزام بالإعلام والالتزام بالنصح إلتزام ببذل عناية[199]؛ وتبرير ذلك أنّ البائع أو المتدخل لا يتحكّم في نتيجة النصائح التي يقدّمها، ولا يستطيع إلزام المشتري على الأخذ بها.[200]

---

[195] وتبقى هذه الحدود في التفرقة صعبة التمييز.

[196] SAVATIER R., Les contrats de conseils professionnels en droit privé, D. 1972, chrom, p. 137.

مشار إليه من قبل: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 73.

[197] قد يتطلب واجب تقديم النصيحة للمستهلك أن يقوم المتدخل بأبحاث أو دراسات أو إجراءات معيّنة بغرض تقديم معلومات دقيقة للمستهلك بخصوص جدوى إبرام العقد من عدمه. مثال ذلك، ملائمة المنتوج المعروض للاستعمال والنتائج المنتظرة منه.

[198] بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 74.

وكمقابل لواجب النصيحة الملقى على عاتق المتدخل تجاه المستهلك؛ يتعيّن على هذا الأخير إتباع النصائح المقدمة له، وإلا عُدَّ مسؤولاً عن المخاطر التي قد تصيبه نتيجة عدم أو سوء اتباعه لنصائح المتدخل[201].

ثانيًا: إلتزام المتدخل بتحذير المستهلك

المقصود به أن يلفت المتدخل انتباه المستهلك إلى كافة المخاطر الناجمة عن مجرد حيازة المنتوج أو حفظه أو استعماله، والتي من الممكن أن يتعرض لها سواء في شخصه أو في ماله[202]؛ وكذلك إلى الاحتياطات والتدابير التي يتعينّ مراعاتها للحيلولة دون وقوع هذه المخاطر.

المادة 41 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك تنص على الالتزام بالتحذير. وكذلك المادة 48 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بالإعلام، التي تنص على أنه:" يجب على المتدخلين إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالأخطار على الصحة والأمن[203] المرتبط باستعمال المنتوج".[204]

---

[199] يشير بعض الشراح إلى إعتباره إلتزام بتحقيق نتيجة. أنظر: بوروح منال، المرجع السابق، ص. 305.

[200] والأصل أنّه يقع على المشتري إقامة الدليل على عدم تلاؤم أو عدم كفاية المعلومات والنصائح المقدمة، أو عدم القيام بالإعلام المطلوب. وطالما أنّ الأمر يتعلق بإثبات **عمل سلبي**، فإنّ الأمر لا يخلو من صعوبة في الإثبات بالنسبة للمدين بالالتزام.

ورغبة في توفير حماية أكبر للمتضررين، تبنت محكمة النقض الفرنسية حلاً يقضي بتحميل المحترف عبء إثبات تنفيذه لإلتزامه بالإعلام استنادًا لنص المادة 1315 مدني فرنسي. وهو الموقف الذي خففت منه لاحقًا بقضائها بجواز إثبات تنفيذ هذا الالتزام بجميع وسائل الإثبات بما فيها القرائن.

- للتفصيل أكثر أنظر: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 75.

[201] بوروح منال، المرجع السابق، ص. 306.

[202] محمد عبد القادر علي الحاج، مسؤولية المنتج والموزع، دار النهضة العربية، القاهرة، 1983، ص. 80.

[203] يظهر من مضمون المادة أنّ المشرع قد استعمل مصطلح **الأمن** لا مصطلح **السلامة**، وهو المصطلح الذي عرّفه من خلال المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنّه البحث عن التوازن الأصلح بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به العمل.

كما كرّس المشرع الالتزام بالتحذير بمقتضى المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بأمن المنتوجات[205]، بإلزام المنتج والصانع[206]والمستورد والبائع[207]ومقدم الخدمات تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية لتفادي الأخطار المحتملة والمرتبطة بالاستهلاك و/أو استعمال السلعة أو الخدمة المقدمة.

تبني المشرع لهذا الموقف (أي إلزام المتدخل[208]بتحذير المستهلك من مخاطر المنتجات) سواء خطيرة بطبيعتها أو تضمنت من بين عناصرها مسببات الخطر التي

---

[204] يعتبر المنتوج خطيرًا إذا شكل أي خطر أو يشكل أخطارًا محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتوج، وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص.

[205] المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 مايو 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 09 مايو 2012:" يجب على المنتجين والمستوردين ومقدمي الخدمات وضع في متناول المستهلك كل المعلومات التي تسمح بتفادي الأخطار المحتملة والمرتبطة باستهلاك و/أو استعمال السلعة أو الخدمة وذلك طيلة مدة حياته العادية أو مدة حياته المتوقعة بصفة معقولة".

[206] يُقرُّ القضاء الفرنسي بأنّ البائع في حالات كثيرة ليس صانع الشيء المبيع، بل مجرد معيد للبيع Un revendeur، حيث اشترى المبيع من الصانع أو المنتج أو الموزع. وعلى هذا الأساس اتجه القضاء إلى إلزام الصانع أو المنتج بإعلام المستعملين بالمخاطر المحتملة التي قد تنشأ عن استعمال المنتوج. وبالضرورة ما يجب القيام به من احتياطات ضرورية للاستعمال الآمن والعادي للمنتوج، إلى جانب تبيان طريقة الاستعمال
الصحيحة بشكل كاف ومفصل، خاصة في المنتجات الخطيرة.
ومن قرارات القضاء الفرنسي في هذا الخصوص، نشير إلى:

- تقصير المنتج في تقديم المعلومات الكافية حول الاحتياطات الواجبة الاتخاذ بخصوص منتوج الغراء، لاسيما خاصية قابليتها للاشتعال بسهولة، إلى جانب عدم إشارته إلى ضرورة تهوية المكان الذي سوف تستعمل فيه.
(Civ., 1re , 31 janvier 1973: JCP 1975, 12679 obs. NGUYEN-THANH B. et REVEL J.).
- قيام مسؤولية المنتج لا مسؤولية البائع بخصوص منتوج مقاوم للطفيليات النباتية produit parasitaire مضر بالعيون، مع محدودية التحذير المقدم من قبل المنتج.

(Civ., 1re, 14 Décembre 1982 : RTD civ. 1983, p. 544, obs. DURRY G.)

[207] يقع على عاتق البائع المتدخل واجب توضيح كيفية استعمال الشيء المبيع للمشتري، وكذا ما يجب أخذه من احتياطات بمناسبة تركيب الشيء المبيع أو استعماله. كما يجب عليه تحذير المشتري من مخاطر استعمال المنتجات الخطيرة التي يبيعها. على أن تكون هذه المعلومات كاملة وصحيحة. ويترتب عن إخلال البائع بهذا الالتزام قيام مسؤوليته عن الأضرار التي تلحق بالمشتري.

[208] حتى يتمكن المتدخل من القيام بواجب الإعلام عليه أن يقوم بالاستعلام الكافي حول المنتوج أو الخدمة التي يقوم بعرضها للمستهلكين. وعلى هذا الأساس، يرى القضاء في فرنسا أنّ البائع المحترف الذي تمسك بجهله للإفلات من واجب الإعلام يعد مرتكبًا لخطأ، لأنّه كان مصدرًا للغلط الذي وقع فيه المشتري وما لحقه من ضرر نتيجة لذلك. وبشرط أن يكون جهل المشتري مشروعًا.

يمكن أن تتفاعل مع عوامل خارجية. بمعنى أنّ السلعة قد لا تنطوي على عيوب، لكنّ استعمالها محفوف بمخاطر، وهذه المخاطر قد تضر بالمستهلك أو بمصالحه.

يسري الأمر على المنتجات المعقدة تقنيًا وحديثة الابتكار التي لا يتقنها المستهلك[209]. إذ أنّ المستهلك قد يتعرّف على طريقة الاستعمال، لكنه قد يجهل مخاطر استخدام هذا المنتوج؛ وعلى هذا الأساس يَعتبر بعض الشراح أنّ الالتزام بالتحذير مكمل لبيان طريقة الاستعمال.[210]

يؤدي التحذير دورًا وقائيًا[211]؛ لذا ألزم المشرع أن يكون التحذير كاملاً[212]، وأن تصاغ التحذيرات باللغة العربية وجوبًا[213]، وبعبارات سهلة تخلو من المصطلحات

- Argentan, 15 Octobre 1970 : D 1971, p. 718, note GHESTIN.

مشار إليه من قبل: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 71.

[209] من أمثلة المجالات التي تبرز فيها أهمية الالتزام بالتحذير نذكر: ألعاب الأطفال، المستحضرات الصيدلانية، بعض مستحضرات التجميل خاصة تلك التي تستعمل في الوجه والأماكن الحساسة، مبيدات الأعشاب...إلخ.

[210] محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار النهضة العربية، 1982، ص. 23.

[211] يشير الفقه إلى ضرورة توفر شرطين، هما:

- أن يكون التحذير كافيا وكاملا أي يتعلق بجميع المخاطر المرتبطة باستعمال وحفظ المنتوج.
- أن يكون لصيقًا بالمنتوج أي لا يكون منفصلاً عنه صريحًا ومقروءًا بحيث يجذب انتباه المستعمل إلى مخاطر المنتوج.

يترتب عن إخلال الصانع أو المنتج بهذا الالتزام يترتب عليه قيام مسؤوليه بشكل مباشر قبل المشتري النهائي. غير أن معيد البيع لا يكون في منء عن كل المسؤولية إذا كان بدوره متدخلاً مختصًا بما يؤهله للقيام بنقل وتوضيح بل وتصحيح المعلومات التي يقدمها الصانع.

يعتبر القضاء في هذه الحالة، أنّ المسؤولية من طبيعة عقدية، وهو قول يتعذر استيعابه بالنظر إلى أنّ الصانع لا تربطه بالمستهلك النهائي أية علاقة تعاقدية. وكحل لهذا الإشكال اقترح بعض الفقه تجاوز التمييز المعروف بين المسؤولية العقدية والمسؤولية التقصيرية، والقول بوجود مسؤولية مهنية une responsabilité professionnelle.

أنظر في تفصيل هذه الفكرة: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. ص. 69-70.

[212] تكمن أهمية أن يكون الالتزام بالتحذير كاملاً في كبح رغبة المنتج على إخفاء بعض المعلومات المتعلقة بمخاطر المنتوج أو ذكرها بنوع من التحفظ بغية تشجيع الإقدام على استهلاك المنتوج. وهذا يعتبر موقف منطقي من قبل المشرع، على أساس أنّ سلامة المستهلك تتجاوز في أهميتها كافة الاعتبارات التجارية التي ينساق وراءها المنتج بغرض توزيع أكبر كمية ممكنة من منتجاته.

الفنية المعقدة التي لا يفهمها المستعمل. ويستحسن إرفاق التحذير المكتوب برسومات ورموز موضحة للمخاطر المحتملة للمنتوج مراعاة للمستهلكين الأميين والأجانب الذين لا يتقنون اللغة (لغة التحذير).

كما يتعيّن تحرير المعلومات المتعلقة بالأخطار المؤثرة على صحة وأمن المستهلك في دليل الاستعمال وضمن بيانات طريقة الاستعمال في الوسم، وكذا تحرير التحذيرات على السلعة نفسها وعلى غلافها.[214]

وبالتالي، اعتمد المشرع قائمة للإشارات والرموز التوضيحية والصور للأخطار واشترط استعمال عبارات مثل "مضر بالصحة"، "ممنوع تناوله"، "خطر الموت" و"المادة خطيرة".[215] أمّا إذا تعلق الأمر بمواد سامة، فيتعيّن على المنتج أن يدرج مصطلح "سموم".[216] وفي حال تعلق الأمر بمادة تشكل خطورة عند ملامستها للمواد الغذائية، فإنّه يتعيّن أن يحرر في الوسم عبارة "لا يمكن أن تلامس المواد الغذائية ومواد التنظيف"، وذلك بصورة مرئية ومتعذر محوها.[217]

---

[213] المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

[214] المادة 35 و48 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

[215] المادة 5 من القرار الوزاري المشرك المؤرخ في 24 مارس 1997 يتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جفيل رهن الاستهلاك وشروطها وكمياتها، (ج. ر. العدد 34 المؤرخ في 27 مايو 1997).

ملاحظة: بخصوص هذه المادة ورغم ما تشكله من خطورة على صحة الإنسان، نجد أنّ المنتج يكتفي بالإشارة إلى ضرورة حفظه في مكان بارد بعيدًا عن أشعة الشمس، وبعيدًا عن متناول الأطفال؛ دون أن يشير إلى كونه مادة خطيرة رغم أنها تدخل في هذا التصنيف.

[216] أنظر الملحق رقم 4 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك.

[217] المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 16-299 المؤرخ في 23 نوفمبر 2016، يحدد شروط وكيفيات استعمال الأشياء واللوازم الموجهة لملامسة المواد الغذائية وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم، (ج. ر. العدد 69 المؤرخ في 06 ديسمبر 2016).

ورغم كون أضرار بعض المنتوجات شائعة لدى أغلب أطياف المجتمع كالتبغ مثلاً، إلا أنّ المشرع حرص على وجوب تضمين عبارة "مضر بالصحة" على كل علبة تبغ يتم عرضها للاستهلاك.

خلاصة:

يرى الأستاذ بودالي محمد – خلافًا لما ذهب إليه بعض الفقه-بأنّ الالتزام العام بالإعلام بمستوياته المختلفة لا يمكن ربطه بالمستهلك بمفهومه الضيق، وإنما تقتضي خصوصية الإعلام أن يستفيد منه –كذلك-المحترف الذي يتصرف خارج اختصاصه. على أن يراعى في ذلك اختصاص المشتري بحكم حرفته[218]، ومراعاة حدود المبادرة بالاستعلام من قبل هذا المشتري، هذا في المقام الأول؛ أمّا في المقام الثاني، فيتعيّن النظر إلى سلوك المشتري عند استعمال الشيء، ودوره في تحقيق الضرر؛ أي البحث في حدود مساهمة المشتري في تحقيق الضرر. فإذا تبيّن أنّ الضرر يرجع إلى إهمال أو عدم احتراز من المشتري المحترف أو غير المحترف، فإنّ ذلك يترتب عنه بالضرورة تخفيف مسؤولية البائع أو الصانع، أو استبعادها.[219]

---

[218] أو**" ما يمكن أن تتيحه له هذه الحرفة من علم"**. وهذا ما تضمنه قرار القضاء الفرنسي في قضية تتعلق بمزارع بُقول اشترى تربة عضوية؛ تعرضت للفساد كنتيجة لعدم كفاية المعلومات حول درجة الرطوبة التي يجب أن تُحفظ فيها. لكن وبالنظر إلى طبيعة اختصاص المزارع، قضى القضاء بتقاسم المسؤولية بين الطرفين " Le partage de responsabilité".

[219] وهو الموقف المسجل من قبل القضاء الفرنسي في قضية تتعلق ببيع آلة لوسم قارورات النبيذ، وهي آلة ليست ذات خطورة، إلا إذا تدخل المستعمل لتفتيش ما بداخلها أثناء تشغيلها، مما ترتب عنه وقوع حادث مرده إهمال المشتري المحترف وهو مزارع في مجال الكروم.

- Civ., 1re, 11 juin 1980 : Bull. Civ, n° 186, p. 98.

وعليه، فإنّ التوجه الحديث لدى القضاء الفرنسي يميل إلى القول بأنّ الالتزام بالإعلام لم يعد التزامًا من جانب واحد، وهو ما ترتب عنه ميلاد إلتزام أو واجب للتعاون بين أطراف العقد.[220]

المطلب الثاني: حماية المستهلك من الشروط التعسفية وإعادة التوازن العقدي

تعزيزًا لحق المستهلك في الإعلام، اعتبر المشرع بموجب المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 كل شرط يفرض على المستهلك لم يكن على علم به قبل إبرام العقد بمثابة شرط تعسفي. وبالتالي، يحوز القاضي سلطة تعديل أو إعفاء الطرف المذعن من الشرط التعسفي[221] بناءً على طلب هذا الأخير، وذلك إعمالاً لمضمون المادة 110 من القانون المدني. فإذا حكم القاضي بإعفاء المستهلك من الشرط الذي لم يعلم به يبطل العقد جزئيًا على أساس قاعدة إنقاص العقد، أمّا إذا تعلق الشرط بإلتزام أساسي، فإنّ إلغاءه يترتب عليه إبطال العقد بطلانًا مطلقًا؛ طبقا لنص المادة 104 من القانون المدني.

---

[220] يقضي واجب التعاون أن يتولى البائع إعلام المشتري بما لديه من معلومات، وأن يبادر هذا الأخير إلى الاستعلام من البائع عما يرغب فيه من معلومات، ويطلع البائع عن رغباته المنتظرة من العقد. من تطبيقات هذا الالتزام في القضاء الفرنسي نشير إلى:

- LUCAS (A), Le droit de l'informatique, PUF 1987, p. 30.
  DE BELLEFFONDS (L) et HOLLANDE (F), Les contrats informatiques, 3e éd. Delmas 1992, p. 62.

للفصيل في جزئيات هذا الموضوع: بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، المرجع السابق، ص. 72.

[221] الشرط التعسفي هو كل بند أو شرط بمفرده أو مشترك مع بند أو بنود ...أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.

يمكن للمستهلك الامتناع عن إبرام العقد إذا تضمن شرط تعسفي. أنظر:

- المادة 3 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدل والمتمم.
- المادة 29 من ذات القانون المحددة لقائمة الشروط المعتبرة تعسفية،
- المادة 5 المحددة للشروط التعسفية بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

وفي إطار حماية المستهلك من الشروط التعسفية، أعلنت وزارة التجارة بتاريخ 20 فيفري 2018 على تنصيب لجنة البنود التعسفية بالإدارة المركزية لوزارة التجارة؛ التي تبحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين، وتدرس كيفية تطبيق عقود الاستهلاك وتصيغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة، وتخطر اللجنة من تلقاء نفسها أو تخطر من طرف الوزير المكلف بالتجارة أو من طرف كل إدارة أو جمعية مهنية أو جمعية حماية المستهلكين أو كل مؤسسة أخرى لها مصلحة.[222]

يلجأ المحترف أحيانًا إلى فرض جملة من الشروط التعسفية في العقود التي تجمعه مع المستهلك، من خلال ما يقدمه من سلع وخدمات لا يمكن الاستغناء عنها. هذا ما دفع ببعض التشريعات إلى الحد منها ولو من زاوية المساس ببعض المبادئ القانونية المتجذرة كقاعدة " العقد شريعة المتعاقدين".

ما هو الدور الذي لعبه المشرع في مجال إعادة التوازن العقدي؟

تقتضي الإجابة على هذا السؤال تحديد مضمون الشروط التعسفية بداية، ثمّ التّطرق للآليات القانونية المقررة لحماية المستهلك من الشروط التعسفية.

الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسفي

تجدر الإشارة أن أحكام القانون المدني كان لها السبق في التطرق للشروط التعسفية في إطار عقود الإذعان؛ ليتم التّطرق بعد ذلك لهذا الموضوع على ضوء أحكام القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدّل والمتمّم.

---

[222] حدد المشرع الجزائري القائمة الإسمية لأعضائها بموجب قرار وزير التجارة المؤرخ في 27 نوفمبر 2017، تتكون من ممثلين عن وزارة التجارة ووزارة العدل ومجلس المنافسة وجمعيات حماية المستهلكين والغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة.

- تُخطر لجنة البنود التعسفية عن طريق إيداع الإخطار على مستوى أمانة اللجنة المتواجدة بالإدارة المركزية لوزارة التجارة ويتم الإخطار عن طريق البريد الإلكتروني التالي: commioncamc@gmail.com

أولاً: الشرط التعسفي في إطار القواعد العامة

تنص المادة 110 من القانون المدني على أنّه:" إذا تمّ العقد بطريق الإذعان، وكان قد تضمن شروطًا تعسفية، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفق لما تقضي به العدالة. ويقع باطلاً كل اتفاق على خلاف ذلك".

يستنتج من مضمون المادة أنّ المشرع لم يعرف الشرط التعسفي، لكنه مكّن القاضي من حرية مطلقة للنظر في طبيعة الشرط محل النزاع، في إطار مراعاته لمقتضيات العدالة كمعيار لتعسفية العقد.

ثانيًا: الشروط التعسفية في إطار أحكام القانون المتعلق بالممارسات التجارية

مواكبة لما هو معمول به في التشريعات الحديثة، تولى المشرع تعريف الشرط التعسفي من خلال المادة 3 بند 5 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدّل والمتمّم، على أنه:" ...كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركًا مع بند واحد أو عدة أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

ومن خلال ذات المادة عرّف المشرع العقد الرابط بين المهني والمستهلك بأنه:" كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حُرّر مسبقًا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه".

يستنتج مما سبق أنه يتوجب توافر الشروط التالية لإعتبار الشرط المدرج في العقد تعسفيًا:

1- أن يكون الشرط المبرم بين المحترف والزبون مدرجًا في نماذج الاتفاقات التي دأب المحترفون عرضها على المستهلكين،

2- أن يكون الشرط مكتوبًا، مع الإشارة أنّ المشرع لم يحدد طريقة ولا شكلاً معيّنًا بالنسبة للعقود المحررة مسبقًا، ما يعني إمكانية الإشارة إليها في فاتورة أو سند أو جدول أو وصل تسليم أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها.

3- أن يكون موضوع الشرط أو من نتائجه إحداث عدم توازن ذو دلالة في حق المستهلك، أي عدم توازن بين حقوق والتزامات أطراف العقد.

تجدر الإشارة أنّ الطابع التعسفي للعقد يُقدر وقت إبرام العقد بالاستناد إلى كل الظروف ذات الصلة بإبرامه، وكذا بالنسبة للشروط الأخرى للعقد. ويقدّر كذلك بالرجوع إلى الشروط التي يتضمنها عقد آخر في حال كان تنفيذ أحدهما مرتبطًا بالآخر.

وقد أشار المشرع بموجب المادة 29 من القانون رقم 04-02 –على سبيل المثال- إلى مجموعة من الشروط التي تعتبرها تعسفية.

الفرع الثاني: توفير مستويات مقبولة لحماية أمن وسلامة المستهلك

شكلت نظرية العيوب الخفية أحد أهم الالتزامات التي ارتكز عليها المشتري في عقد البيع للتّصدي لضمان هذه العيوب؛ غير أنّ هذه النظرية أبانت عن محدوديتها في تحقيق الحماية المجدية، لاسيما عندما تهدد عيوب المنتجات سلامة المستهلك. هذا ما دفع بالقضاء الفرنسي إلى إقرار التزام مستقل عن الالتزام بضمان العيوب الخفية يقوم على عاتق المحترف يقضي بضمان سلامة المستهلك من الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة. ويتعلق الأمر بالقرار الشهير لمحكمة النقض الفرنسية لسنة 1911 إذ تقرر فيه الالتزام بضمان السلامة في عقد النقل، الذي يقوم على إلتزام

الناقل بضمان سلامة الراكب إلى حين وصوله إلى مقصده سالمًا.[223] ومن ثم وسّع القضاء الفرنسي في إرساء الالتزام في الكثير من العقود لاسيما عقود توريد المنتجات، وعقد المقاولة إلى أن شمل عقد البيع. بمعنى أنه يعود الفضل للقضاء الفرنسي في وضع معالم هذا الالتزام بشكله المستقل.

ولتحديد مفهوم الالتزام بضمان السلامة يتعيّن بداية تحديد فكرة الالتزام بضمان سلامة المستهلك نتيجة استعماله لمنتجات معيبة كالتزام مستقل، وذلك من خلال الوقوف عند موقف المشرع، ثم القضاء وبعد ذلك موقف الفقه:

أولاً: التعريف التشريعي

تجدر الإشارة بداية أنّ الإطار القانوني لحماية المستهلك دأب منذ نشأته على ترسيخ منظومة وقائية تحول دون إنفاذ المنتوجات المعيبة لأضرارها، وهذا من خلال **تقرير إلتزام عام لأمن المستهلك** (المادة 2 من القانون رقم 89-02)[224] يسري على مختلف العمليات الاستهلاكية، ويشمل المنتوجات المحلية والمستوردة.

الأصل أنّ تعريف المفاهيم القانونية لا يشكل أولوية للمشرع، بل كاستثناء قد يقحم المشرع نفسه في هذا المجال مراعاة لاعتبارات معيّنة. وعليه، فإنّ **المادة 4 فقرة 1** من قانون حماية المستهلك وقمع الغش تنص على أنه:" **يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك احترام إلزامية سلامة هذه**

---

[223] "عبارات العقد وكلماته كتعبير عن إرادة الأطراف لا تلغي ولا تمحي روح الاتفاق الذي يجمع المتعاقدين، لهذا فإنّ القاضي بما له من سلطة في تفسير العقد يمكنه أن يضيف التزامات غير موجودة في العقد".

منطقية هذا الطرح كانت سببًا مبررًا لميلاد الالتزام بضمان السلامة في عقد النقل -بداية-من طرف القضاء الفرنسي سنة 1911 عندما أكّد أنّ عقد نقل الأشخاص يضمن أيضا الالتزام بإيصال المسافر إلى مقصده سالمًا.

هذا ما يؤكد السلطة التي يتمتع بها القضاء في إنشاء الالتزامات التي لا ينتبه الأفراد لإدراجها بعبارات واضحة وصريحة ضمن بنود العقد، لكن لا يمكن أن نتصور بأنهم سيرفضونها عندما نذكرهم بها. فمن يرضى أن تتعرض حياته للخطر عند تنقله من مكان إلى آخر؟ ومن سيقبل بتناول دواء مُميت أو مضر بصحته؟ أو يتناول مأكولات مضرة بصحته؟ الجواب في كل هذه الحالات النفي. يحرص الإنسان بغريزته على حب البقاء بألا يجازف بحياته وسلامة جسمه.

[224] المادة 02 من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى).

المواد، والسهر على أ لا تضر بصحة المستهلك". يتّضح من مضمون هذه المادة أنّ الالتزام بالسلامة ينصرف إلى الجهد الذي يقدّمه ويبذله المدين فيما يتعلق باحترام المقاييس التي يتمكّن من خلالها أن يُقدّم سلعة غير ضارة بصحة المستهلك. وليس المقصود بذل عناية بل تحيق نتيجة. وهذا ما يستشف بوضوح من عبارة "والسهر على ألا تضر بصحة المستهلك".

تنص المادة 9 من ذات القانون على وجوب أن:"**...تكون المنتجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها،** وأن لا تحقق ضررًا بصحة المستهلك ومنه مصالحه، **وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين"**. وفي هذا تأكيد على أنّ المتدخل ملزم بالحفاظ على صحة المستهلك.[225]

كما يفهم من نص المادة 62 من القانون التجاري بأنّ إلتزام الناقل يتمثل في إيصال المسافر إلى مقصده والمحافظة على سلامته أثناء الرحلة، وهي إلتزامات بتحقيق غاية ونتيجة[226].

ثانيًا: التعريف القضائي

---

[225] المادة 10 من القانون رقم 09-03 المؤرخ ي 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمّم:" يتعيّن على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتوج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص:

- مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته،
- تأثير المنتوج على المنتوجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتوجات،
- عرض المنتوج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج،
- فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتوج، خاصة الأطفال.

تحدد القواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات عن طريق التنظيم".

تطبيقًا لنص الفقرة 2 من هذه المادة صدر المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 مايو 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، (ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 09 مايو 2012).

[226] المادة 62 من القانون التجاري.

مبدئيًا يمكن القول بأنّ موقف القضاء من مفهوم ضمان السلامة كان مطابق لموقف المشرع، بل إنّ القضاء كان أكثر حرصًا على ضرورة تَقَيُّد المدين بالالتزام بضمان السلامة، ويكاد يغلق الباب في وجه كل محاولة للتهرب من تنفيذ التزامه، وتحمل مسؤولية الآثار والنتائج المترتبة عن الإخلال بهذا الالتزام.

الفرع الثالث: التعريف الفقهي

بالرجوع إلى التعريفات الفقهية المقترحة من قبل الفقه للالتزام بالسلامة نلاحظ أنها قُدّمت بالاعتماد على معيار شروط الالتزام بالسلامة أو بتبني معيار الذاتية أو معيار طبيعة الالتزام بالسلامة.

أولاً: ركزت أغلب الدراسات التي تطرقت للالتزام بضمان السلامة على الشروط أو العناصر الواجب توافرها في هذا الالتزام والمتمثلة أساسًا في:

1- ضرورة لجوء أحد المتعاقدين للمتعاقد الآخر من أجل الحصول على منتوج أو خدمة،
2- وجود خطر يهدد السلامة الجسدية للمتعاقد،
3- أن يكون المتعاقد الملتزم بتقديم المنتج أو الخدمة مهنيًا.

غير أنّ بعض الفقه يرى بقصور هذا المعيار، لأنه لا يحدد المقصود بالسلامة التي يلتزم بها المدين في حد ذاتها. بمعنى هل يلتزم المدين بسلامة المتعاقد معه عند تعرضه للأضرار المحققة، أو أنه يلتزم بأن يتوقع الفعل الضار الذي يمس بسلامة المتعاقد قبل وقوعه؟[227]

المطلب الثالث: التزام المتدخل بتمكين المستهلك من مهلة للتفكيروالتروي

يتميّز العقد الذي يجمع المتدخل بالمستهلك بالتفاوت في المراكز العقدية، ومن نتائج هذا التفاوت عجز القواعد العامة عن حماية صاحب المركز الضعيف. وبما أنّ هذا الأخير يلجأ -أحيانًا- للتعاقد دون أخذ الوقت الكافي للتفكير فيما يترتب عن

[227] جريفلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة احمد درارية أدرار، 2017-2018، ص. 291.

العقد من إلتزامات ومدى قدرته على الوفاء بها؛ حاول المشرع إقرار آليات حمائية خاصة قادرة على استعادة التوازن في العقد، بما في ذلك خلال المرحلة السابقة لتكوين العقد. أحد أبرز هذه الآليات هو تمكين المستهلك من الاستفادة من مهلة زمنية للتفكير والتروي، للحد من تسرعه في إبرام العقد تحت تأثير المتدخل بوسائل إقناع متعددة منها الإشهار، الدعاية...إلخ.

الفرع الأول: تعريف مهلة التفكيروالتروي

حظيت مهلة التفكير والتروي بعناية فقهية، وبتبني تشريعي سواء في القانون الجزائري أو القانون الفرنسي[228]، حيث عُرّفت من قبل بعض الفقه[229]على أنها:" منح المستهلك فترة معينة قبل الارتباط بالعقد نهائيًا، حيث يلتزم المهني خلال هذه الفترة بالإبقاء على العرض، ولا يستطيع أن يَعدل عن إيجابه خلال هذه المدة التي تعطي

[228] Art 122 : « La loi ou le contrat peuvent prévoir un délai de réflexion qui est le délai avant l'expiration duquel le destinataire de l'offre ne peut manifester son acceptation ».
Ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations. J.O.R.F. n° 0035 du 11 février 2016.
"يجوز أن ينص القانون أو العقد على أجل للتفكير، وهو أجل لا يجوز لمن وجه إليه العرض أن يبدي قبوله قبل انتهائه".
يلاحظ أنّ المشرع الفرنسي ربط بين القبول ومهلة التفكير، فلا يعتد بالقبول إلا بعد فوات المهلة المخولة للمتعاقد من أجل دراسة العقد قبل الإبرام.
أخذ المشرع الفرنسي لمهلة التفكير في عدد من العقود بداية من خلال أحكام قانون التعليم بالمراسلة، الائتمان العقاري والقرض الاستهلاكي.

- أنظر في تفصيل هذه الأفكار: الطيب جربوع وعمر بن الزبير، مهلة التفكير آلية لحماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة 2021، المجلد 5، العدد 2، ص. 1446.

[229] التميمي محمد حسين أكرم، التنظيم القانوني للمهني، دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة 1، لبنان، 2010، ص. 86.

الفرصة للمستهلك كي يتروى ويتدبر في أمر التعاقد".[230] ويختصر الأستاذ بناشي شوقي مفهوم المهلة في كونها آلية قانونية فنية أدخلت تحويرًا على مفهوم القبول.[231]

يتجه بعض الشراح[232]إلى اعتبار أنّ المشرع لم يأخذ بمهلة التفكير والتروي؛ في حين يخالفهم آخرون الرأي[233]بقولهم بإقرار المشرع لهذه الآلية[234]دون تعريفها، وذلك من خلال أحكام المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006[235]، حيث جاء فيها بأنه:" يتعيّن على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع أو تأدية الخدمات

---

[230] يركز التعريف على الإيجاب الصادر من المهني، والذي لا يستطيع العدول عنه؛ وما ينجر عنه من تمكين المستهلك من مهلة للتروي. لكن الإيجاب الملزم للمهني قد لا يكون كافيا لتوفير الحماية للمستهلك، وهذا ما توفر هذه الآلية القانونية من حيث أنها تقييد قبول الطرف الضعيف بضرورة إنقاض مدة زمنية.

[231] بناسي شوقي، أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص. 151.

[232] زغبي عمار، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ماي 2013، ص. 122؛ جريفلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، المرجع السابق، ص. 58.

[233] يلس آسيا، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد بين الحاجة والغموض، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، ابريل 2017، ص. 518؛ الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، مهلة التفكير آلية لحماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد الخامس، العدد الثاني، 2021، جامعة عمار ثليجي الأغواط، ص. 1451.

[234] يشير بعض الشراح إلى نص المادة 18 فقرة 1 من القانون رقم 10-11 المؤرخ في 21 أبريل 1990، المتعلق بعلاقات العمل، المعدل والمتمم، (ج. ر. العدد 17 المؤرخ في 25 أبريل 1990)، والتي جاء فيها بأنه:" يمكن أن يخضع العامل الجديد توظيفه لفترة تجريبية لا تتعدى ستة (06) أشهر، كما يمكن أن ترفع هذه المدة إلى اثنا عشر (12) شهرًا لمناصب العمل ذات التأهيل العالي". يعتبر الرأي الأول بأنّ هاتين المدتين تعتبران مهلة للتفكير والتروي بالنسبة للعامل والمستخدم؛ ويعتبر الرأي الثاني أنّ المهلتين تكريس لحق العدول لطرفي عقد العمل.

غير أنّ القول الثالث هو نفي هذه الأوصاف على مضمون هذه المادة، بالنظر إلى أنها لا تتعلق بعقد استهلاك بل بعقد عمل.

بالنسبة للرأي الأول، أنظر: صالح علي أحمد وبن عشية عبد الحميد، المرجع السابق، ص. 818؛ بوروح منال، المرجع السابق، ص. 285؛ أمّا بالنسبة للرأي الثاني، أنظر: الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، المرجع السابق، ص. 1452.

[235] مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يتضمن تحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود الي تعبر تعسفية، (ج. ر. العدد 56 مؤرخ في 11 سبتمبر 2006).

ومنحه مدة كافية لفحص العقد وإبرامه". أمّا الاتجاه الثالث فيعتبر أنّ الالتزام بمهلة التفكير في هذا النص هو إلتزام ثانوي لا أكثر.[236]

كما يشير الفقه إلى نص المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، والتي جاء فيها بأنه:" يجب أن يسبق كل عقد قرض بعرض مسبق للقرض، من شأنه السماح للمقترض بتقييم طبيعة ومدى الالتزام المالي الذي يمكنه اكتتابه وكذا شروط تنفيذ العقد"؛ حيث يعتبرون بأنّ عبارة "عرض مسبق للقرض" دلالة على تمكين المستهلك من مهلة للتفكير والتروي.

وبالنظر إلى الأهمية التي تكتسيها هذه الآلية في مجال عقود الاستهلاك الإلكترونية جاء في نص المادة 10 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية بأنّه:" يجب أن تكون كل معاملة تجارية إلكترونية مسبوقة بعرض تجاري إلكتروني..."، وتنص المادة الموالية من نفس القانون على ضرورة أن يقدم المورد الإلكتروني العرض بطريقة مرئية ومقروءة ومفهومة؛ وفي هذا التّوجه التشريعي تبني لآلية التفكير والتروي في مجال التجارة الإلكترونية.

كما يمكن الإشارة إلى أحكام المادة 371[237]فقرة 2 من القانون رقم 18-11 المتعلق بالصحة، والتي جاء فيها بأنّه:" يقدم الزوج والزوجة كتابيًا، وهما على قيد الحياة، طلبهما المتعلق بالمساعدة الطبية على الإجاب، ويجب عليهما تأكيده بعد شهر (1) واحد من تاريخ استلامه من الهيكل أو المؤسسة المعنية"، وهذا ما يعتبره بعض الشراح تكريسًا لمهلة التفكير والتروي في مجال إبرام عقود المساعدة الطبية على الإنجاب.

---

[236] عبوب زهيرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2017-2018، ص. 193.

[237] تدخل هذه المادة ضمن أحكام القسم الثالث بعنوان " أحكام خاصة بالمساعدة الطبية على الإنجاب"، من الفصل الرابع "البيو-أخلاقيات"، من الباب السابع بعنوان "الأخلاقيات والأدبيات والبو-أخلاقيات الطبية".

الفرع الثاني: مساهمة مهلة التفكير والتروي في توفير الحماية للمستهلك

تؤدي مهلة التفكير والتروي الدور المنوط بها في حماية المستهلك، إذا تمّ ربطها بمدة زمنية معيّنة، وإفراغ طابع الإلزام عليها، وبالضرورة إقرار الجزاء (المدني والجزائي) على المخالفين لأحكامها:

أولاً: التحديد التشريعي لمهلة التفكير والتروي:

يشكل "الزمن" معيارًا حاسمًا ومميّزًا في مهلة التفكير والتروي إذ من خصائص مهلة التفكير أنّ رضا المستهلك ليس له أثر فوري، بل يرتبط تعبيره عن القبول بمدة زمنية معيّنة.

وبالرجوع لنص المادة 4[238] من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 نجد أنّ المشرع لم يعمد إلى تحديد المدة التي يحوزها المستهلك بغرض دراسة العقد وتمحيصه. وهو ما أدى إلى تضارب في آراء الفقهاء، بين من يرى أنّ المشرع ترك مهمة تحديد المدة لإتفاق الأطراف؛ ويستنتج من الصياغة أنّ العون الاقتصادي هو من يتولى تحديد المدة. في حين يرى آخرون أنّ المادة أعلاه تقدم قاعدة عامة، على أن يترك للنصوص الخاصة تحديد المدة متى دعت الضرورة إلى ذلك.

ونفس الملاحظة المتعلقة بعدم النص على مدة زمنية يتعيّن على المقرض خلالها الإبقاء على عرضه، تجد لها موضعًا بالنسبة لنص المادة 6 من المرسوم

---

[238] يعتبر بعض الشراح في معرض تعليقهم على نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 أنّ تطرُّق المشرع لمهلة التفكير والتروي ضمن أحكام هذا المرسوم التنفيذي موقف إيجابي من قبل هذا الأخير، على أساس أنّ الآلية تتعلق أساسًا بالشروط التعاقدية، سواء كانت عادية أو شروط تعسفية، هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى، فإنّ المشرع كان موفقًا في ترتيب المادة التي تطرقت لمهلة التفكير والتروي، حيث جاءت موالية للمادة 3 التي حددت مجمل العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك، مثل خصوصية السلعة أو الخدمة، كيفيات الدفع، شروط تعديل البنود التعاقدية، شروط تسوية النزاعات... وهي كلها عناصر تتطلب نوعًا من التريث والتمعن من قبل المستهلك بغرض أخذ القرار المناسب.

- أنظر. الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، المرجع السابق، ص. 1452.

التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي.

وبطبيعة الحال فإنّ الغاية من التحديد التشريعي للمدّة هو كفالة الحماية القانونية من جهة؛ ومن جهة أخرى، حماية مصلحة المتدخل الذي يبقى من مصلحته عدم فتح المدة أو إقرار مدة زمنية طويلة.

وعليه، فإنّه من المهم تبني مدة زمنية معلومة للتفكير والتروي في مجال بعض عقود الاستهلاك؛ على أن تعزز هذه الضمانة بقاعدة التناسب مع العقد المعني، وبالتالي ما يترتب عليه من التزامات على عاتق المستهلك.

سؤال: هل يمكن المساس بالمدة من حيث الزيادة أو النقصان؟

- مهلة التفكير والتروي مقررة لمصلحة الطرف الضعيف في العقد وهو المستهلك، وبالتالي يقضي المنطق بإمكانية الزيادة فيها لا إنقاصها، وذلك خدمة لمصلحة هذا الأخير.

الفرع الثاني: الطابع الإجباري لمهلة التفكير والتروي

بإستقراء نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 والمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114، يتّضح أنّ المشرع أقرّ آلية مهلة التفكير والتروي بموجب قواعد آمرة، وهي تدخل في إطار قواعد النظام العام الحمائي؛ ما يعني عدم جواز الاتفاق على مخالفتها.

إلى جانب تحديد مدة زمنية للتفكير والتروي، لا يمكن للمتدخل خلالها سحب إيجابه، يبقى تعزيز فعالية هذه المدّة مرتبط بتقييد قُبيلَ المستهلك بوصفه الطرف الضعيف إلى غاية نهاية المدة؛ فلا يعتد بقبول صدر منه خلال هذه الفترة، وهذا ما يمنح للمستهلك إمكانية استنفاذ كامل المدة الزمنية لاتخاذ قرار التعاقد على روية. وهذا ما عبّر عنه بعض الشراح بأنّ:"... التشريعات الحديثة سعت لحماية المستهلك من نفسه بطريقة غير مباشرة".

الفرع الثالث: إقرار الجزاء عن مخالفة الأحكام المتعلقة بالحق في التفكير والتروي

في ظل غياب نص يقرر الجزاء (المدني والجزائي) على الإخلال بمنح المستهلك مهلة للتفكير والتروي، يرى الفقه الغالب برجاحة إعمال نص المادة 81 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. حيث يقضي في هذه المادة بغرامة مالية من خمس مائة ألف دينار إلى مليون دينار في حق كل من يخالف الالتزامات المتعلقة بعرض قروض للاستهلاك المنصوص عليها في المادة 20 من ذات القانون. ومن التبريرات المقنعة لهذا الرأي الفقهي أنّ المادة تشير إلى المخالفة للالتزامات المتعلقة بعرض قروض الاستهلاك، إلى جانب الإشارة إلى نص المادة 20 من ذات القانون والتي صدر تطبيقًا لها المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي.

في حين تمّ تسجيل تباين في مواقف الشراح بخصوص نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306، إذ يرى بعض الشراح أنّ هذا المرسوم صدر تطبيقًا لنص المادة 04-02 المتعلق بشروط ممارسة العمليات التجارية، وأنّ المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 تتضمن الاعلام بشروط العقد ومنح مهلة للتفكير. وبالتالي، فإنّ إخلال المتدخل بالتزام منح مهلة للتفكير والتروي لفائدة المستهلك يجعله تحت طائلة توقيع الجزاء المنصوص عليه في المادة 32 من القانون رقم 04-02 والمتمثل في غرامة من عشرة آلاف دينار إلى مائة ألف دينار. وبالمقابل، يميل آخرون إلى عدم التوسع في حدود نص المادة 32 من القانون رقم 04-02 خاصة وأننا بصدد نص جزائي.

أمّا عن المادة 14 من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية فقد أقرّ المشرع جزاء مدني يتمثل في البطلان والتعويض لمخالفة أحكام العرض المسبق؛ وتقضي المادة 39 من ذات القانون بغرامة مالية من 50000 دينار إلى 500000 دينار

على كل مورد يخالف أحد الالتزامات المتعلقة بمراحل العقد الالكتروني المشار إليها في المادة 12، والتي من بينها تقديم العرض المسبق الالكتروني.

المبحث الثاني: تنفيذ عقد الاستهلاك

نظرا لخصوصية عقود الاستهلاك، أبقى المشرع على عاتق المتدخل بعدد من الالتزامات، تتفاوت مظاهر تكريسها بالنظر إلى خصوصية كل عقد. وهذا ما سنوضحه على التوالي:

المطلب الأول: الالتزام بالمطابقة

يعتبر الالتزام بالمطابقة أحد أهم الالتزامات التي تقع على عاتق المتدخل عند تولي مهمة الإنتاج. وتبرز أهمية هذا الالتزام في مجال قانون الاستهلاك بالنظر إلى التطور الكبير في نشاط الإنتاج وما يرافقه من مخاطر تتعلق بتكنولوجيا إنتاجها، هذا من جهة؛ ومن جهة أخرى، ظهور الممارسات غير المشروعة والمنافية للمنافسة والمتمثلة في لجوء المتدخل لطرق احتيالية كالغش أو التقليد بغرض الاستحواذ على أكبر جزء ممكن من السوق.

وتجدر الإشارة أنّ الالتزام بالمطابقة هو التزام قائم ومستقل عن باقي الالتزامات المنصوص عليها في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ويقصد بالمطابقة في إطار أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش استجابة كل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية والمواصفات القانونية، والرغبات المشروعة للمستهلك، وهذا بدلالة المادة 11 من القانون رقم 09-03 الي جاء فيها:" يجب أن يلبي كل منتوج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ومسبة

مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من حيث تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه".

الفرع الأول: نطاق تطبيق إلتزام المتدخل بمطابقة المنتوج المعروض للاستهلاك

يشمل إلتزام المتدخل بمطابقة المنتوج المعروض للاستهلاك كلاً من العناصر التالية:

أولاً: الالتزام بمطابقة المنتوج للوائح الفنية والمواصفات القانونية

بغرض توفير منتجات في مستوى معيّن من الجودة يقع على عاتق المتدخل خلال عملية عرض منتجاته للاستهلاك إلتزام قانوني بتقديم منتج مطابق لما تتضمنه اللوائح الفنية من شروط وخصائص متعلقة بهذا المنتوج أو بطريقة إنتاجه، وكذا احترامه للمواصفات التي يشترطها ويحددها القانون.

1- اللوائح الفنية

يقدّم المشرع من خلال المادة 2 من القانون رقم 04-04[239] المتعلق بالتقييس، المعدّل والمتمّم، تعريفًا للائحة الفنية مفاده:" ...أنها تلك الوثيقة التي تنص على خصائص منتوج ما أو العمليات وطرق الإنتاج المرتبطة به، بما في ذلك النظام

[239] قانون رقم 04-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بالتقييس، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 يونيو 2016، ج. ر. العدد 32 المؤرخ في 22 يونيو 2016.

المطبق عليها، ويكون احترامها إلزاميًا، كما يمكن أن تتناول كليًّا أو جزئيًّا المصطلحات أو الصفات لمنتوج أو عملية أو طريقة إنتاج معيّنة".

وعليه، فإنّ اللائحة الفنية تتمثل في وثيقة إلزامية تتضمن الخصائص المحددة التي يتعيّن توافرها في منتوج معيّن، وقد تشمل المعلومات التي تتضمنها كذلك مختلف العمليات وطرق الإنتاج المرتبطة؛ كما قد تحتوي بعض أو المصطلحات أو الرموز أو الشروط في مجال التغليف والتي يكون احترامها إجباريًا خاصة بعد اعتمادها من طرف الهيئة الوطنية للتقييس المتمثلة في المعهد الجزائري للتقييس، أمّا عن الجهات المخولة بإعدادها فهي الدوائر أو القطاعات الوزارية المعنية بها.

2- **المواصفات القانونية**

عرّف المشرع المواصفة بموجب المادة 2 بند 2 من القانون المتعلق بالتقييس[240] بأنها:" وثيقة تصادق عليها هيئة التقييس المعترف بها، تقدم من أجل استعمال مشترك ومتكرر، القواعد والإشارات أو الخصائص لمنتوج أو عملية أو طريقة إنتاج معينّة، ويكون احترامها غير إلزامي. كما يمكن أن تتناول جزئيًا أو كليًا المصطلحات أو الرموز أو الشروط في مجال التغليف والسمات المميّزة أو اللصقات لمنتوج أو علمية أو طريقة إنتاج معيّنة".

من الواضح أنّ هذا المصطلح كان محل إعادة تعريف بموجب أحكام القانون رقم 16-04 المعدّل والمتمم للقانون رقم 04-04، إذ يمكن القول بأنّه حافظ من الناحية

[240] المادة 2 بند 3 من القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المتعلق بالتقييس عرّفت المواصفة بأنها:" وثيقة غير إلزامية توافق عليها هيئة تقييس معترف بها من أجل الاستخدام العام المتكرر، القواعد والإشارات، أو الخصائص المتضمنة الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة أو اللصقات لمنتوج أو عملية أو طريقة إنتاج معيّنة".

الموضوعية على نفس المضمون السابق، مع استحسان الصياغة الحالية من حيث استعمال مفردات أكثر دقة ودلالة.[241]

الفرع الثاني: الالتزام بمطابقة المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك

يستفاد من نص المادة 11 من القانون رقم 09-03 بأنّ المتدخل عند عملية عرض منتجاته في السوق بغرض توجيهها للاستهلاك عليه أن يحترم ويراعي ما كان يمكن أن ينتظره ويتوقعه المستهلكون من نتائج تجعلهم يقبلون على اقتناء هذه المنتجات، أو بمعنى آخر أن يتطابق المنتوج المعروض للاستهلاك والرغبات المشروعة للمستهلكين. غير أنّ هذه الأخيرة تبقى حالة يغلب عليها طابع الذاتية، تختلف من مستهلك لآخر، ولا يمكن للمتدخل تحديدها بالدّقة اللازمة التي تشمل مجموع المستهلكين.

ورغم أنّ المشرع لم يقدم تعريفًا للرغبات المشروعة للمستهلك، إلا أنه حدد عددًا من المعايير التي تدخل في تقدير الرغبات المشروعة للمستهلك، منها طبيعة المنتوج، صفته ومنشئه، مميزاته الأساسية، الأخطار الناجمة عن استعماله...إلخ. ويترتب عن إخلال المتدخل (المنتج) بهذه المعايير "عدم مطابقة المنتوج" ما يترتب عنه عدم تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك؛ وهو ما يمكن هذا الأخير من إثارة مسؤولية المنتج على أساس عدم مطابقة المنتوج.

أمّا بالنسبة لمشروعية رغبات المستهلكين فيجب أن تكون معقولة بالنظر إلى المعطيات الاقتصادية والتقنية المتوفرة.

قد تتعلق المطابقة للرغبات المشروعة بإتفاق طرفا العقد على كمية معيّنة يترتب على تسليمها مطابقة المنتوج للغرض المقتنى من أجله. وقد تكون المطابقة

[241] مثال: **مشترك** عوض **عام**، واستعمال عبارة "...**جزئيًا أو كليًا**..."

وصفية أي أنّ الرغبة المشروعة ارتبطت بأوصاف معينة تتوفر في المنتوج. كما قد تكون المطابقة وظيفية.

مما سبق نخلص للقول بأنّ الالتزام بالمطابقة هو إلتزام قانوني على عاتق كل متدخل بمناسبة عرض منتوجاته للاستهلاك، بأن يقدّم للمستهلك منتوجًا مطابقًا وموافقًا للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وكذا المقاييس والمواصفات المحددة سلفًا بموجب النصوص القانونية والتنظيمية. إضافة إلى التزامه بتحقيق رغبات المستهلك المشروعة التي يدخل في تقديرها العديد من المعايير من بينها: طبيعة المنتوج، مصدره، النتائج المنتظرة منه، وكذا المميزات التنظيمية المتعلقة به بالإضافة إلى رقابة المطابقة كإجراء إلزامي لضمان مطابقة المنتوج.

الفرع الثاني: أنواع رقابة المطابقة

تُعرّف رقابة المطابقة على المنتجات بأنها التّحقق من توفر المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية في المنتوج، والتي تميّزه ع غيره من المنتوجات الأخرى، وكذا التّأكد من أنّ المنتوج يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك.

يفضي استقراء النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بحماية المستهلك إلى التّمييز بين نوعين من رقابة المطابقة:

أولاً: رقابة المطابقة من حيث الإلزام (الإجبار) والاختيار

بالرجوع لنص المادة 12 فقرة 1 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 92-65 المتعلق بمراقبة المواد المنتجة محليًا أو المستوردة، فإنّه يتعيّن على المتدخل القيام برقابة مطابقة المنتوج قبل العرض للاستهلاك بغرض التّحقق من جودته ومدى استجابته أو مطابقته للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة؛ وهذا ما يعرف بالرقابة

الذاتية، أو الرقابة الأولية، والتي تباشر قبل الإنتاج وقبل عرض المنتوج للاستهلاك، سواء تعلق الأمر بمنتوج محلي أو مستورد.

يتولى المتدخل (المنتج) القيام بهذا النوع من الرقابة على مستوى وحدات الإنتاج التي يمارس فيها النشاط، أو من خلال الاستعانة بالمخابر الخارجية المتخصصة في مجال النشاط.

وإلى جانب ما سبق، يبقى المتدخل مخيّرًا لإخضاع منتوجاته لرقابة من نوع آخر تسمى رقابة المطابقة الاختيارية. من صور هذه الرقابة إخضاع المنتوج لرقابة مخابر أو هيئات متخصصة ذات سمعة عالية لإنجاز هذه الرقابة، وهو ما يضفي نوعًا من التميز والثقة في جودة المنتوج.

ثانيًا: رقابة المطابقة بين الرقابة السابقة والرقابة اللاحقة

تخضع بعض المنتجات الاستهلاكية لرقابة المطابقة السابقة، تكون هذه الرقابة قبل مرحلة الإنتاج أو الصنع أو الاستيراد. يتعلق الأمر بالمنتجات المتضمنة لمكونات سامة أو التي تشكل خطرًا من نوع خاص على حياة المستهلك، ما دفع المشرع إلى فرض الحصول على ترخيص مسبق يتم منحه من قبل وزير التجارة.

كما يلتزم المتدخل في بعض القطاعات بإخضاع منتوجاته لرقابة هيئة خارجية قبل تسويق المنتوج، كما هو الشأن بالنسبة للأدوية والمستحضرات الطبية، والتي تخضع لرقابة وزارة الصحة.

أمّا رقابة المطابقة اللاحقة فتتمثل في الرقابة التي تخضع لها المنتوجات والخدمات عند عرضها للاستهلاك، وقبل اقتنائها من طرف المستهلك.

المطلب الثاني: الالتزام بالضمان

الالتزام بالضمان من المبادئ المكرسة في إطار القواعد العامة، وهو لصيق بأطراف عقد البيع، وهما البائع والمشتري[242]، إعمالاً لمبدأ نسبية العقد أو مبدأ القوة الملزمة للعقد.

ومن ملامح توفير الحماية للمستهلك، أن لم يربط المشرط حق الاستفادة من الضمان بضرورة فحص المبيع والتحقق من حالته وتسلمه إياه[243]؛ بل قد ذهب المشرع إلى أبعد من ذلك، حيث منح للمستهلك حق تجربة المنتوج، دون أن يسقط حقه في الضمان[244].

---

[242] بالنسبة للنطاق الشخصي للالتزام بالضمان في إطار القواعد العامة يمكن القول بأنّ المستفيد من الضمان في عقد البيع هو المشتري، سواء كان شخصًا عاديًا أو محترفًا، وكذلك يلتزم بالضمان البائع بغض النظر عما إذا كان بائعًا عاديا أو محترفا. وعليه؛ يمكن القول بأنّ المشرع قد ضيّق من النطاق الشخصي للالتزام بالضمان في إطار القواعد العامة، وحصره بين الأطراف المتعاقدة فقط، بغض النظر عن صفتهم، ولعلّ هذا الموقف يجد تبريره في أنّ الغاية من وضع أحكام القانون المدني تمثلت في المقام الأول في تنظيم علاقة البائع بالمشتري وضمان حقوق كل منهما بقدر من التكافؤ، أي أنها لم تصل توفير حماية خاصة لطرف على حساب طرف آخر.

أمّا عن النطاق الموضوعي لهذا الالتزام، فإنّه بالرجوع لنص المادة 379 من القانون المدني التي ورد فيها مصطلح "مبيع"، نخلص للقول بأنّ الالتزام بضمان العيب الخفي يغطي كل أنواع البيوع سواء كان بيعًا مدنيًا أو تجاريًا، وسواء كان محلة عقارًا أو منقولاً، وسواء كانت المنقولات مادية أو معنوية، وسواء كان المبيع في حالة جديدة أو قديمًا.

وبطبيعة الحال يجب مراعاة الاستثناء الوارد في نص المادة 385 من القانون المدني، والقاضي بأنه لا ضمان للعيب في البيوع القضائية ولا في البيوع الإدارية أذا كانت في المزاد.

للتفصيل في الموضوع: قداش سلوى، الالتزام بالضمان بين القواعد العامة في التعاقد وقانون حماية المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، العدد 12- جانفي 2018، ص. 495.

[243] وهذا بخلاف ما هو مقرر في إطار القواعد العامة (المادة 380 من القانون المدني)، حيث ألزم المشرع المشتري بفحص المبيع والتحقق من حالته حسب الإمكانات المتاحة ووفق قواعد التعامل التجاري، حتى يتمكن من حماية حقه والاستفادة من الضمان، حيث إن لم يفعا ذلك عُدّ راضيا بالمبيع وما ينجم عنه من عيوب.

- أنظر: حساني علي، ضمان حماية المستهلك –نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري-، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2016، ص. 320.

[244] المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع حيز التنفيذ، ج. ر. العدد 49 لسنة 2013.

وطالما أنّه تمّ التّطرق فيما سبق لمفهوم المستهلك والمتدخل، نحاول بداية معرفة مدى حرص المشرع على حصر الالتزام بالضمان في إطار هذه العلاقة (أولاً)، ثم التطرق للنطاق الموضوعي للالتزام بالضمان(ثانيًا)؛ ثم تبيان أنواع الضمان في إطار القواعد الخاصة (ثالثًا)

الفرع الأول: أطراف العلاقة التعاقدية المشمولة بالضمان

نص المشرع على الأحكام المتعلقة بالضمان من خلال المادة 13 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. والملاحظ أنّه استعمل مصطلح "مقتن" وهو مفهوم ذو دلالة واسعة قد ينصرف إلى التعبير عن المتدخل، غير المهني، والمستهلك بمفهومه الضيق (والذي سبق التفصيل فيه). وكأنّ المشرع يخرج عن نطاق مصطلح المستهلك بالمعنى الأخير. لكن هذا الموقف لا يستقيم مع فكرة إقرار الحماية التي يهدف المشرع إلى توفيرها لفائدة الطرف الضعيف.

لكن بالرجوع لنص المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 نجد أنّ المشرع تدارك الوضع بالتأكيد على انصراف الضمان لفائدة المستهلك.

أمّا الملتزم بالضمان فهو المتدخل بمفهومه الواسع، فلا يقع عبء الضمان على البائع لوحده بإعتباره الحلقة الأخيرة في عملية وضع المنتوج في يد المستهلك، بل تشمل جميع من ساهم في وضع المنتوج في حلقة التداول أشخاصًا طبيعية كانت أو معنوية؛ ما يعني أنها تطال لتشمل المُصنع أو منتج السلعة المعنية أو منتج أحد أجزائها أو مكوناتها، المستورد، تاجر الجملة، تاجر التجزئة، الموزع.

الفرع الثاني: النطاق الموضوعي للالتزام بالضمان

نطرًا لخصوصية العلاقة التعاقدية التي تؤطرها قواعد قانون حماية المستهلك حرص المشرع من خلال المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش

على تمكين:"... كل مقتن لأي منتوج سواء كان جهازًا أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان إلى الخدمات". من الملاحظ أنّ المشرع لم يربط فكرة الضمان بالمنتوجات كما عرفها بموجب البند 10 من المادة 3 من القانون رقم 09-03 المعدّل والمتمّم، بل قدّم تعدادًا على سبيل المثال لبعض المنقولات المادية، مع الإشارة إلى امتداد هذا الضمان إلى الخدمات.

وبالرجوع لأحكام المادة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 نجد أنّ المشرع جعل الالتزام بالضمان يغطي أيضًا عيوب الخدمات المرتبطة بإقتناء السلعة، لاسيما برزمها وبتعليمات تركيبها، أو تشغيلها، أو عندما تنجز تحت مسؤولية المتدخل.

سؤال: هل يعتبر العقار من السلع؟ سبق القول بأنّ السلعة في قانون الاستهلاك هي كل منقول مادي؛ ما يعني استبعاد العقار من نطاق السلعة. وبالتالي، يعتبر غير مشمول بالضمان وفق أحكام قانون الاستهلاك (رأي فقهي).

الفرع الثالث: أنواع الضمان

من الواضح أنّ الضمان قد يأخذ شكل ضمان قانوني، أو اتفاقي.

أولاً: الضمان القانوني

هو الضمان الذي يتعيّن على الطرف الدائن به الالتزام به بقوة القانون؛ وقد تتضمنه أحكام القانون المدني[245]، كما قد تقرره أحكام قانون الاستهلاك. حيث

[245] تقضي المادة 379 من القانون المدني بضرورة أن يلتزم البائع بتقديم مبيع خالي من العيوب التي لو علم بها المشتري ما كان ليبرم العقد، أو على الأقل ما كان ليقبل به إلا بأقل من الثمن الذي دفعه مقابل ذلك. كما يتعين على البائع أ يقدم مبيعا تتطابق صفاته مع تلك الي تعهد بوجودها فيه وقت إبرام العقد.
أمّا بالنسبة للعيوب التي تناولتها المادة أعلاه فهي العيوب التي تنقص من قيمة المبيع أو من نفعه أو من صلاحياته للاستعمال المخصص له إما بحسب طبيعته أو تبعًا لإرادة الطرفين.

تقضي المادة 13 من هذا الأخير بضرورة إلتزام المتدخل بضمان صلاحية المنتوج للعمل لمدة معينة من الزمن. حيث يمكن للمقتني الذي اكتشف عيبًا في المنتوج خلال هذه المدة أن يطلب استبداله، أو إرجاعه أو المطالبة بإصلاحه[246]. وهو الموقف الذي تم التأكيد عليه بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-327، حيث تم تحديد مدة الضمان بستة (6) أشهر على الأقل من تاريخ تسليم السلعة الجديدة أو تأدية الخدمة[247]؛ وثلاثة (3) أشهر على الأقل من تاريخ تسليم السلعة المستعملة[248].

ثانيًا: الضمان الاتفاقي في إطار قواعد حماية المستهلك[249]

عرّف المشرع الضمان الإضافي بموجب المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 بأنّه:" كل إلتزام تعاقدي محتمل يبرم إضافة إلى الضمان القانوني الذي يقدمه المتدخل أو ممثله لفائدة المستهلك، ودون زيادة التكلفة". يتضح من النص تبني

يعتبر بعض الشراح أنّ تخلف بعض الصفات يعتبر عيبًا مؤثرًا موجبًا للالتزام بالمطابقة ولو لم يكن عيبًا بحسب المألوف. وهو ما أقره المشرع بموجب المادة 379 من القانون المدني.

- للتفصيل: قداش سلوى، المرجع السابق، ص. 499.

[246] المادة 13 فقرة 3 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمم.

[247] المادة 16 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

[248] المادة 17 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ.

[249] بطبيعة الحال تتضمن القواعد العامة أحكامًا خاصة بالضمان الاتفاقي، حيث تقضي المادة 384 من القانون المدني بإمكانية تعديل أحكام الضمان القانوني سواء بالزيادة في الضمان أو الإنقاص فيه، أو حتى إسقاطه، شريطة عدم علم البائع بالعيب وقت الاتفاق، وعدم تعمده إخفاءه غش منه لأنّ هذا يعتبر اشتراط منه لعدم مسؤوليته عن الغش وهو أمر غير مشروع. قداش سلوى، المرجع السابق، ص. 502.

كما تنص المادة 386 من القانون المدني على أنّه:" إذا ضمن البائع صلاحية المبيع لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها، فعلى المشتري أن يعلم البائع في أجل شهر من يوم ظهوره وأن يرفع دعواه في مدة ستة أشهر من يوم الإعلام. كل هذا ما لم يتفق الطرفان على خلافه".

خاصية مجانية الضمان الاتفاقي، وهو ما لم يشر إليه المشرع بالنسبة للضمان الاتفاقي في إطار القواعد العامة.[250]

الفرع الرابع: الشروط الواجب توافرها في العيب الموجب للضمان[251] طبقًا لقواعد حماية المستهلك

يشترط في العيب أن يكون مؤثرا، وأن يرتبط بفترة زمني محددة.

أولاً: شرط العيب المؤثر

تقضي المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 بوجوب أن:" ...يكون المنتوج موضوع الضمان صالحًا للاستعمال المخصص له"؛ بناء على هذه الصياغة يرى بعض الشراح أن المشرع تبنى مفهومًا وظيفيًا للعيب، يقوم على أسس صلاحية المبيع للاستعمال المخصص له؛ فإذا كان المبيع غير صالح للاستعمال المخصص له عُدّ معيبا، وإن لم يكن به عيب ينقص من قيمته أو نفعه، لأن المهم بالنسبة للمستهلك ليس الشيء ذاته وإنما مدى ملائمته للاستعمال المخصص له.

وخلافًا للقواعد العامة[252]، لم يشترط المشرع في إطار أحكام قانون الاستهلاك أن يكون العيب جسيمًا. بل أكثر من ذلك، يعتبر العيب مؤثرًا وموجبًا للضمان إذا لم يكن المنتوج مطابقًا لما تمّ الإعلان عليه أو مخالفًا لما ورد في النصوص التنظيمية.

---

[250] راجع المادة 10 من القانون رقم 09-03 والمادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ.

[251] تتمثل شروط العيب الموجِب للضمان في إطار القواعد العامة فيما يلي:

1- أن يكون العيب خفيا، بمعنى عدم قدرة المشتري على كشفه بنفسه ولو قام بفحص المبيع بعناية الرجل العادي،
2- ألا يكون العيب معلوما للمشتري وقت البيع (المادة 379 فقرة 2 من القانون المدني)،
3- أن يكون العيب مؤثرًا،
4- أن يكون العيب قديمًا.

[252] استبعد المشرع العيب التافه الذي جرى العرف على التسامح فيه.

ثانيًا: ارتباط العيب بفترة زمنية محددة

من خلال عديد الأحكام التي سبق الإشارة إليها[253]، يمكن القول بأنّ المتدخل يبقى ضامنًا للعيوب التي تكتشف طيلة مدة الضمان القانونية، بالإضافة إلى مدة الضمان الاتفاقية، إن تمّ الاتفاق عليها، وذلك بغض النظر عن وقت حصول العيب.

الفرع الخامس: مباشرة الالتزام بالضمان

يتعيّن على المستهلك الذي اقتنى منتوجًا معيبًا أو غير مطابق لما تم الاتفاق عليه في العقد أو بموجب ما حددته النصوص القانونية الجاري العمل بها، إتباع جملة من الإجراءات المحددة قانونًا، حتى يتمكن من استيفاء حقه في الضمان بالطرق الودية (أولاً).

غير أنّ المتدخل قد يتماطل عن تنفيذ إلتزاماته بالطريق الودي، ما يفتح الباب أمام المستهلك لطرق باب القضاء (ثانيًا)، وبطبيعة الحال فإنّ هناك فروق بين الإجراءات المعمول بها في إطار القواعد العامة، وبين تلك التي تضمنتها القواعد الخاصة بحماية المستهلك.

وهذا بدوره ينعكس على نتائج الدعوى المُباشرة من قبل المستهلك فيما إذا كان قد باشرها على أساس القواعد العامة أم على أساس قواعد حماية المستهلك.

أولاً: التنفيذ الودي للالتزام بالضمان

باستقراء نص المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يتّضح الاختلاف في

[253] أنظر: المواد 13، 16، 17 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

مضمون المادتين بخصوص طريقة تنفيذ الالتزام بالضمان بطريقة ودية من قبل المتدخل؛ حيث أنّ صياغة المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش منحت الأولوية لإصلاح المنتوج؛ في حين أنّ المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 أعطت السبق لآلية استبدال المنتوج.

التنفيذي رقم 13-327 فإنّ استفادة المستهلك من الضمان معلق بداية على ضرورة تقديم شكوى كتابية [254]أو عن طريق أي وسيلة أخرى أمام المتدخل، وذلك بمجرد اكتشاف العيب بالمنتوج أو عدم المطابقة.[255]

للمستهلك أن يستفيد من آلية إصلاح المنتوج إذا كان قابلاً للإصلاح، ولم يكن العيب جسيمًا. وإصلاح المبيع يكون مقتصرًا على الخلل أو العطل الذي ينصب على صلاحيته المبيع للاستعمال. كما يمكن للمستهلك أن يستفيد من آلية استبدال المنتوج. ويبقى أنّ كلتا الآلتين تقدم بشكل مجاني، طبقًا لنص المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

وكحل أخير يمكن للمستهلك إرجاع المنتوج مقابل استرداد المقابل الذي دفعه، وهذا إعمالاً لنص المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327.

وإعمالاً لنص المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش[256]، يقع باطلاً كل شرط يقضي بتقييد المستهلك بضرورة تقديم إخطاره في أجل محدد[257]. وبالمقابل،

---

[254] في ظل فتح باب تقديم الشكوى كتابية بأي طريقة كانت، يرى بعض الشراح بأهمية تقديمها في شكل رسالة موصى عليها مع إشعار بالاستلام. يمكن هذا الإجراء من إثبات تاريخ أول مطالبة بتنفيذ الالتزام بالضمان، وهو ما يسهل عليه إجراءات ممارسة دعوى تنفيذ الالتزام بالضمان في حالة عدم إلتزام المتدخل بتنفيذ الضمان.

[255] يمكن للمتدخل في هذه الحالة أن يطلب حسب نوع المنتوج بإجراء معاينة حضورية تتم بحضور الطرفين أو ممثليهما في المكان الذي يوجد فيه المنتوج المضمون.

[256] خلافا للقواعد العامة، حيث يجوز للبائع أن يتفق مع المشتري على تحديد مدة معينة من يوم ظهور العيب الموجب للضمان، يلتزم فيها هذا الأخير بإخطار البائع بهذا العيب وإلا سقط حقه في الضمان.

فإنّ المتدخل يبقى مقيّدًا بعدم تجاوز مدة 30 يوم بعد تلقي شكوى المستهلك لتنفيذ إلتزامه[258]. كما يقع باطلاً كل شرط يهدف من خلاله المتدخل الاستفادة من الإعفاء من الضمان[259]. وعليه، فلا يمكن للأطراف الاتفاق على مخالفتها[260].

ثانيًا: مباشرة إجراءات تنفيذ الالتزام بالضمان جراء امتناع المتدخل عن التنفيذ بالطريق الودي

كما سبق تبيانه، فإنّ الأصل في تنفيذ الالتزام بالضمان أن يتم بالطريق الودي بمبادرة من المستهلك. ومن جهة المتدخل، فقد منحه المشرع الأجل الكافي لتنفيذ إلتزامه بالضمان والمتمثل في مهلة 30 يوم من تاريخ التبليغ بعيب المنتوج.[261]وفي حال تخلّف المتدخل عن تنفيذ ما يقع عليه من إلتزامات في إطار الالتزام بالضمان يتعيّن على المستهلك تقديم إعذار ثاني[262]، والذي يترتب عليه وجوبًا منح المتدخل مهلة 30 يوم إضافية لتنفيذ الالتزام. ما يعني أنّ توجيه الإعذار يصبح بمثابة الإجراء الشكلي لقبول دعوى الضمان.[263]

---

[257] كأن يشترط المتدخل أن يقدم الإخطار في 15 يوما الموالية لتسليم المنتوج مثلا، أو 15 يومًا الموالية لإكتشاف العيب، وإلا سقط حقه في الضمان.

[258] المادة 15 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

[259] المادة 13 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدّل والمتمم.

[260] المادة 18 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

[261] المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

[262] المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

[263] بطبيعة الحال، يتعين مراعاة مدة الضمان السابق التطرق إليها، والتي لا تقل عن 6 أشهر بالنسبة للمنتوج الجديد أو تقديم الخدمة، و3 أشهر بالنسبة للسلعة المستعملة، وذلك تكريسًا لمبدأ استقرار التعاملات وعدم اشغال ذمة البائع لفترة طويلة.

أمّا بخصوص أجل ممارسة دعوى الضمان، فإنّ أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش لم تتضمن إشارة إلى أجل يسقط بإنقضائه حق المستهلك في ممارسة دعواه. لكن إذا انقضت مدة الضمان دون أن يكتشف المستهلك العيب سقط حقه في الرجوع على المتدخل بالضمان؛ وكذلك إذا اكتشف عدم صلاحية المبيع للعمل خلال مدة الضمان ولكنه لم يخطر البائع بذلك خلال المدة اللازمة للإخطار سقط حقه بالرجوع على البائع بالضمان. وهذا خلافًا لما هو مقرر في نص المادة 383 من القانون المدني[264].

الفرع السادس: اللجوء للقضاء للمطالبة بتنفيذ الإلتزام بالضمان

بعد استنفاذ الحل السابق، يمكن للمستهلك اللجوء للقضاء لطلب تنفيذ الضمان؛ وبطبيعة الحال فإنّ نتيجة دعوى الضمان ترتبط بالأساس القانوني المعتمد في مباشرتها، فإذا تمسك المدعي بالقواعد العامة كأساس قانوني لدعواه[265]، يكون له حق الخيار بين المطالبة بتخفيض ثمن المبيع مع الإبقاء عليه، أو المطالبة بفسخ عقد البيع وإعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد[266].

أمّا في إطار قواعد حماية المستهلك فإنّ هذا الأخير له أن يختار ما بين إحدى الحلول المنصوص عليها في المادة 13 من قانون الاستهلاك وكذا المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327، والمتمثلة في المطالبة بإصلاح السلعة أو إعادة مطابقة

---

[264] المادة 383 من القانون المدني:" إذا ضمن البائع صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة ثم ظهر خلل فيها، فعلى المشتري أن يعلم البائع في أجل شهر من يوم ظهوره وأن يرفع دعواه في مدة ستة أشهر من يوم الإعلام، كل هذا ما لم يتفق الطرفان على خلافه".

[265] قداش سلوى، المرجع السابق، ص. 508.

[266] ويتمتع القاضي في هذه الحالة بسلطة تقديرية واسعة في الخيار بين الحلين، خاصة إذا رأى أنّ العيب الذي تمسك به المشتري قليل الأهمية، وأنّ المدعى عليه قد عرض حلاً يخالف ذلك الذي تسمك به المدعي.
وفي كلتا الحالتين، يمكن للمستهلك المطالبة بالتعويض عن الخسائر التي لحقت به جراء هذا العيب، متى كان باستطاعته إثباتها.

الخدمة على عاتقه دون تحميل المستهلك أية مصاريف إضافية أو استبدالها أو ردّ ثمنها وإعادة المتعاقدين إلى الحالة التي كانا عليها قبل التعاقد.

أولاً: العقوبات المقررة عن إخلال المتدخل بالضمان

المادة 73 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[267].

ثانيًا: المسؤولية المدنية

لا يوجد ضمن أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش أي أحكام تتضمن جزاءات مدنية، ولا حتى أساس قانونية يمك الطرف المتضرر من المطالبة بالتعويض. إذن يبقى الحل في مثل هذه الحالات ما قدّمه المشرع بموجب المادة 140 مكرر من القانون المدني متى توفرت شروط إعمالاها.

المطلب الثالث: إلزامية أمن المنتوج

الفرع الأول: المقصود بإلزامية أمن المنتوج

عرّف المشرع المنتوج بموجب المادة 3 بند 10 من القانون رقم 09-03 بأنّه:" كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانًا". ومن خلال البند 17 من ذات المادة عرّف السلعة بأنها:"...كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانًا".

---

[267] بعض الملاحظات بخصوص مضمون هذه المادة:

- عدم مراعاة المشرع لصفة المتدخل، كان عليه أن يميّز بين المتدخلين من منتج، ناقل وغيرهم، درجة جسامة الخطأ تختلف من متدخل لآخر. نظرًا لصفته ومركزه في العلاقة الاستهلاكية.
- عقوبة لا تراعي درجة قوة المتدخل في السوق، فهي توقع على منتج ذو إمكانيات هائلة وتوقع بنفس القيمة والدرجة على بائع تجزئة بإمكانيات مالية واقتصادية محدودة. فبالسبة للمتدخل الأول قيمة الغرامة قد لا تكون رادعة، في حين أنها قد تكون ذات آثار سلبية بالغة بالنسبة للمتدخل الثاني.

وبدوره تضمن المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش تعريفًا للبضاعة مفاده أنها:"...كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية".

أمّا الخدمة فعرفها المشرع من خلال المادة 3 بند ... من القانون رقم 09-03 بأنه:" كل عمل مقدم غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التّسليم تابعًا أو مدعمًا للخدمة المقدمة".

بالرجوع لنص المادة 09 من القانون رقم 09-03:" يجب أن تكون المنتوجات الموضوع للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها، وألا تلحق ضررًا بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين".

أمّا مصطلح الأمن فقد عرفه (المادة 3 بند 15 من القانون رقم 09-03) بأنه:" البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الإصابات في حدود ما يسمح بع العمل".

أمن المنتوج مصطلح تم تعريفه بموجب أحكام القانون رقم 09-03 وأحكام المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 مايو 2012[268]، هذا الأخير أشار إلى السلعة المضمونة، فهي تكتسب هذه الميزة عندما تستجيب لمتطلبات الأمن المنصوص عليها في القوانين.

ربط المشرع فكرة "أمن المنتوج" بالاستعمال المنتظر من السلعة أو الخدمة. إذن أمن المستهلك مرتبط بضرورة اقتناء منتوجات وسلع تتوفر على معايير الأمن،

[268] مرسوم تنفذي رقم 12-203 مؤرخ في 06 مايو2012 ، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج .ر .العدد 28المؤرخ في 09مايو 2012.

لاسيما بخصوص مكوناتها، خصائصها، تركيبها، تغليفها، وكذا كيفية عرضها واستهلاكها.[269]

أحالت المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى صدور تنظيم يتضمن تحديد القواعد الخاصة بأم المنتوجات، وهذا ما بادر إليه المشرع سنة 2012 من خلال المرسوم التنفيذي رقم 12-203 المتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات. هذا الأخير تضمن إشارة إلى مجال التطبيق، والاستثناءات.

أمّا عن مجال التطبيق، فقد أشارت المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 12-306 بمد نطاق تطبيق احكام هذا المرسوم على كل السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك، كما هي محددة في أحكام القانون رقم 09-03، من ذلك المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي، المنتوج الحيواني، الصناعة الغذائية، الصيد البحري والبري، والطاقة الكهربائية. أمّا عن الخدمات، فقد أشار النص للخدمات المتعلقة بالقرض الاستهلاكي، وخدمة ما بعد البيع.

وبخصوص الاستثناءات، فقد تضمنتها أحكام المادتين 3و4 من المرسوم التنفيذي رقم 12-306. تشمل هذه الاستثناءات بالنسبة للفئة الأولى: المنتوجات العتيقة والتحف والمنتوجات الغذائية الخام الموجهة للتحويل والبرسيدات والأسمدة والأجهزة الطبية والمواد والمستحضرات الكيميائية؛ كون أنّها تخضع لأحكام تشريعية وتنظيمية خاصة.

خاصة تفرضها نصوص تنظيمية خاصة بها، فلا يطبق عليها هذا المرسوم، ما عدا الجوانب والأخطار التي لم تتكفل بها هذه التعليمات.

الفرع الثاني: جزاء مخالفة الالتزام بأمن المنتوج

[269] المادة 10 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

يترتب على مخالفة الالتزام بأمن المنتوج جزاء جزائي وجزاء مدني.

يصنف فعل مخالفة إلزامية أمن المنتوج كجريمة، وأنها جنحة ترتكب من طرف كل متدخل في عملية الاستهلاك إذا ثبت ارتكابه لأحد الأفعال المنصوص عليها في قانون الاستهلاك. أمّا الجزاء فحدده المشرع في المادة 73 من ذات القانون، ويتمثل في غرامة مالية تتراوح بين 200 ألف دينار إلى 500 ألف دينار.

كما تتطرق المادة 83 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش لمسؤولية المحترف متى أدى تقصيره إلى الإصابة بمرض غير قابل للشفاء أو فقدان عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة.[270]

المطلب الرابع: الحق في العدول عن العقد[271]

يأتي حق المستهلك في العدول كاستثناء على القاعدة العامة المعروفة في الشريعة العامة، والتي مفادها أنّ العقد شريعة المتعاقدين[272]فلا يجوز نقضه أو تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون.[273]وأمام القوة الملزمة للعقد فإنّ أحد طرفي العلاقة التعاقدية لا يستطيع الرجوع عن العقد بعد إبرامه.

---

[270] المادة 83 من القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم:"... إذا قام المتدخل بتدخل يرمي من وراءه إعاقة مهام الرقابة المنصوص عليها في المادة 25 من القانون رقم 09-03 .... عقوبة جزائية م 435 عقوبات، وكذا شطب السجل التجاري في حالة العود

بالإضافة إلى العقوبات الأصلية المتمثلة في الحبس أو السجن والغرامة، يمكن توقيع عقوبات تبعية أخرى الغرض منها تشديد إتلافه على نفقه المتدخل وإغلاق المؤسسة نهائيا وسحب الرخصة المقدمة لمباشرة النشاط.

غالبا هذه العقوبات تصدر عن هيئات إدارية مختصة في مجال مراقبة المنتوجات وكذا مكلفة بضبط النشاط الاقتصادي وتتم في شكل تدابير إدارية.

[271] من المهم الإشارة إلى سبق الفقه الإسلامي البارز في تنظيم حق المستهلك في العدول، وذلك ضمن بناء متكامل يتمثل في نظرية الخيارات التي يتسع نطاقها لحالات أخرى، بجانب حالات التسرع في التعاقد. وبعبارة أخرى فإنّ هذه النظرية تسعى لحماية رضاء المتعاقد بشكل عام وليس فقط في حالة التسرع وعدم التمهل عند إبرام العقد.

- مصطفى أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015، ص. 12.

[272] المادة 106 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدّل والمتمّم.

[273] يترتب عن إعمال هذه القاعدة نشأة مبدأين أساسين هما مبدأ القوة الملزمة للعقد، والذي يعني أنّ للعقد قوة ملزمة تلزم العاقدين على احترام القانون الذي نشأ عنه العقد، وتنفيذ ما ترتب عنه من إلتزامات (المادتين 106 و107 من القانون المدني).

إسقاط هذه المبادئ على عقود الاستهلاك يؤدي إلى القول بأنّ المستهلك متى أبرم عقدًا بغرض اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة، فلا يتمكن تحت أي ظرف من التراجع عن العقد المبرم[274].

غير أنّ خصوصية عقود الاستهلاك دفعت المشرع الوطني والمقارن إلى ضرورة تهذيب مبدأ القوة الملزمة للعقد بل وأحيانًا الخروج عنه، وذلك من خلال تمكين المستهلك المتعاقد من التراجع عن تعاقده في حالات معينة.

الفرع الأول: ظهور وتبلور فكرة حق المستهلك في العدول عن العقد

تشير بعض الدراسات إلى تنظيم قانوني لحق العدول في القانون المدني السويسري القديم، ليعرف موجة إلغاء له، ثم عودة تدريجية للتموضع ضمن نصوص القانون السويسري.

وبالرجوع إلى النصف الأخير من القرن الماضي، فإنّ القانون الفرنسي يعتبر من القوانين ذات السبق في تأطير حق العدول، من خلال عدّة نصوص قانونية.[275] ليتم فيما بعد

أمّا المبدأ الثاني فيعني أنّ أثر العقد يقتصر على طرفيه وأنّ المتعاقدان هما اللذان يلتزمان بالعقد كقاعدة عامة وفقًا لنص المادة 113 من القانون المدني.

وبطبيعة الحال فإنّ مجال إعمال المبدأين محصور في مجال العقود الخاصة دون العقود الإدارية، التي تحوز فيها السلطة العامة صلاحية تعديلها أو إنهائها تحت ذريعة المصلحة العامة، مع مراعاة ما تترتب عن ذلك من إمكانية الحكم بالتعويض للطرف المتضرر.

[274] وذلك حتى وإن أيقن بأنّ السلعة أو الخدمة لا تفي بالغرض الذي يسعى إلى تحقيقه.

[275] يمكن الإشارة في هذا السياق إلى ما يلي:

- القانون الصادر في 12 جويلية 1971 المتعلق بالتعليم بالمراسلة، والذي منح طالب العلم حق الرجوع عن العقد خلال 3 أشهر يبدأ سريانها من تاريخ بدء تنفيذ العقد من جانب المؤسسة التعليمية، والذي يتجسد في الغالب في تسليم الوسائل التعليمية للطرف المتعاقد.

ويشترط المشرع كمقابل لحق المتعاقد في العدول عن العقد أن يقوم بدفع نسبة 30% من أجر التعليم، كتعويض للمؤسسة التعليمية.

- تضمن القانون الصادر بتاريخ 08 يناير 1971 أحكامًا ذا صلة بحق العدول فيما يتعلق بعقود التأمين، حيث يمكن لطالب التأمين العدول عن طلبه بموجب خطاب مسجل مصحوب بعلم الوصول، وذلك خلال 30 يومًا من تاريخ سداد القسط الأول.

دمجها في قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993. ورغم اقراره لهذه الآلية لصالح المستهلك، وربطها بمهلة محددة بسبعة (07) أيام؛ إلا أنه لم يُقْدم على تعريفها من خلال أحكام قانون الاستهلاك. وبمناسبة تعديل القانون المدني الفرنسي سنة 2016 عرّف حق العدول بموجب المادة 1122 على أنه:"... المهلة التي يمكن لمن تقررت لصالحه الرجوع عن رضائه قبل انقضائها".[276] كما تم تنظيم الحق في العدول في العقود المبرمة عن بعد والعقود المبرمة خارج الوطن.[277]

وبطبيعة الحال، لقي هذا الحق محاولة من الفقه لتعريفه؛ حيث عرّفه بعض الفقه بأنّه:" سلطة أحد الطرفين المتعاقدين بالانفراد بنقض العقد والتحلل منه، دون توقف ذلك على إرادة الطرف الآخر"[278]؛ غير أنّ هذا التعريف لاق نقدًا من زاوية أنّ هذا الحق مخول لكلاَ طرفي العلاقة التعاقدية، وليس حق العدول بمضمونه الدقيق كمكنة يحوزها المستهلك دون المتدخل أو المهني كطرف ثاني في عقد الاستهلاك؛ كما أسقط التعريف خاصية مهمة في حق العدول تتمثل في عدم التطرق للمهلة[279].

- كما تطرقت المادة 3 من القانون الصادر بتاريخ 22 ديسمبر 1972 المتعلق بالبيع بالمنازل لأحكام حق العدول، ومنحت المشتري حق العدول عن العقد خلال مهلة قدرها 7 أيام من تاريخ التعاقد.
- وبدوره القانون رقم 78-22 الصادر بتاريخ 10 يناير 1978، المتعلق بحماية المستهلك "الفرنسي"، تضمن مادتين هما على التوالي 7 فقرة 1 و8 فقرة 2، تتعلقان بأحكام حق المستهلك في العدول عن العقد.
- نفس الخطوة سجلها القانون الصادر بتاريخ 06 يناير 1986، المتعلق بالبيع عن بعد والبيع بواسطة التيليفون، حيث تضمنت مادته الأولى تمكين المستهلك من حق العدول عن العقد خلال مهلة 7 أيام كاملة، يبدأ سريانها من تاريخ تسلُّم المبيع؛ يجوز للمشتري خلال هذه المدة استبدال المنتج المبيع أو استرداد ثمنه.

تجدر الإشارة أنّ كل هذه القوانين دُمجت فيما بعد في قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 1993،

أمثلة تم الإشارة إليها من قبل مصطفى أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول دراسة مقارنة، المرجع السابق، ص. ص. 16-18.

[276] Art n° 1122 de la nouvelle sous-section 2 « L'offre et l'acceptation » du code civil français :« La loi ou le contrat peuvent prévoir…ou un **délai de rétractation** qui est le délai avant l'expiration duquel son bénéficiaire peut rétracter son consentement ».

[277] وذلك بموجب أحكام القسم 6 من الفصل 1 من الكتاب 2 في المواد من L 221-18 إلى غاية L221-28 حيث قرر المشرع حق العدول في هذه العقود في مهلة 14 يومًا دون إبداء مبررات أو تحمل أي تكاليف.

أمّا العقود المبرمة عن بعد والتي تتضمن خدمات مالية فقد تمّ تنظيمها في المواد من L 222-7 إلى L 222-9

[278] أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص. 84.

[279] Le délai de rétractation est une **période** durant laquelle le signataire du contrat peut se rétracter. Cela signifie qu'il dispose d'un nombre de jours durant lesquels il peut revenir sur sa décision et mettre fin au contrat. La

ويذهب بعض الفقه إلى اعتبار أنّ العدول:"...حق المستهلك بإعادة النظر في العقد الذي أبرمه والعدول عنه خلال مدة محددة تختلف باختلاف محل العقد ويتم برد المبيع واسترداد الثمن"[280].

ويعرفُّ حق العدول في القاموس القانوني الفرنسي على أنه:"

On parle de rétractation pour exprimer le délai de réflexion accordé aux consommateurs après la signature d'un contrat. Strictement encadré par la loi, le délai de rétractation est un droit accordé à l'ensemble des citoyens. Sa durée peut aller de sept à trente jours selon la situation. Pour certains types de contrats, un délai de réflexion peut aussi être accordé au consommateur »[281].

وفي ظل تعدد التعريفات، يمكن القول بأنّ حق العدول عن العقد هو حق حديث النشأة، ويعدّ وسيلة مبتكرة لحماية المستهلك من خلال السماح له بالتعبير عن إرادتين متعاقبتين ولكنهما متعارضتان وذلك بهدف تلافي النتائج السلبية التي تنعكس عليه بسبب تسرعه في التعاقد.[282]أي مكنة تشريعية أو اتفاقية تتيح للمستهلك –خلال مدة محددة- الرجوع عن العقد دون إبداء المبرر بشرط تحمل نفقات الإرجاع[283].

يتّضح مما سبق أنّ جوهر الحق في الرجوع هو أن يتمكن المستهلك خلال مدة معينة من إنهاء العقد والمطالبة باسترداد ما دُفع مقابل ذلك برد المنتج، ولا يجوز إلزام المستهلك بدفع ثمن تعويضي بسبب ممارسة هذا الحق، طالما أنه لم يتعسف أو يتجاوز حدود حقه.

---

rétractation stipule donc qu'un accord préalable a déjà été formulé et qu'un contrat a déjà été signé. Si le consommateur ne se rétracte pas, le contrat est validé automatiquement à l'issue du délai de rétractation.
تم الاطلاع على الموقع https://infonet.fr/lexique/definitions/retractation/
بتاريخ 2 مارس 2024 على الساعة الواحدة صباحًا.

[280] أيمن مساعدة وعلاء خصاونة، خيار المستهلك بالرجوع في البيوع المركزية وبيوع المسافة، مجلة الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، ع. 46، أبريل 2011، ص. 32.

[281] https://infonet.fr/lexique/definitions/retractation/ تم الاطلاع على الموقع بتاريخ 02 مارس 2024 على الساعة الواحدة صباحًا.

[282] BOSCD D., Le droit de rétraction, Meem. Dea. Aix-Marseille, 1999, p. 3.

[283] ويقترب منه التعريف الذي مفاده أن حق العدول هو مكنة تشريعية ممنوحة للمستهلك في أن يعدل عن العقد الذي أبرمه بشكل صحيح عن طريق التحلل منه بإرادته المنفردة خلال مدة قانونية محددة، وذلك دون أن يتحمل أية مصاريف بإنشاء مصاريف الإرجاع. أنظر: معامير حسيبة، ضمانات عدم تعسف المستهلك في استعمال حقه في العدول عن العقد في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 09، العدد 01، ص. 388. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/158520

أمّا ما لحق بالمتدخل من أضرار جراء رجوع المستهلك فلا يحق له التعويض عنها لأن المستهلك قد مارس حقا كفله القانون.

الفرع الثاني: حق العدول في القانون الجزائري

يعرف هذا الحق لذا الفقه بعدة مسميات، منها حق الانسحاب، الحق في إعادة النظر، حق الخيار، وحق الندم، وحق الرجوع، وأخيرًا حق العدول[284]. بالنسبة للمشرع الجزائري فقد وظف المصطلحين الأخيرين. حيث تم إقرار حق العدول بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، المعدِّل والمتمِّم للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. وبذلك عُرِّف بموجب المادة 19 فقرة 2 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنّه:" حق المستهلك في التراجع عن اقتناء منتوج ما دون وجه سبب"[285]. وعلى أساس هذه الصياغة، يذهب بعض الشراح إلى اعتبار أنّ المشرع حصر حقّ العدول في عقود اقتناء المنتوجات دون الخدمات[286]. غير أنّ هذا الطرح سرعان ما يمكن استبعاده بالرجوع إلى أحكام بعض المواد - سيتم الإشارة إليها-في كل من قانون التأمينات، قانون النقد والقرض الملغى، والمرسوم التنفيذي رقم 15-114 المتعلق بالشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي.

غير أنّ هذه الخطوة لا تشكل سبقًا تشريعيًا في إقرار حق العدول للمستهلك، إذ سبق النص على هذا الحق من خلال عدة نصوص قانونية، بداية ب:

---

[284] يميل بعض الشّراح إلى تغليب كفة مصطلح "العدول" كمصطلح ملائم لخصوصية هذه المكنة، وذلك على حساب مصطلح "الرجوع".

- أسكاتي حسن وكوتو صباح، حق المستهلك في التراجع عن العقد، مجلة القانون والأعمال، جامعة الحسن الأول، العدد 11 (عدد خاص بحماية المستهلك)، نوفمبر 2016، ص. 10، https://www.droitetentreprise.com ؛ جقريف الزهرة، الحق في الرجوع عن تنفيذ العقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني بين إقرار المشرع الجزائري وغياب التنظيم، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 5، العدد 3، سبتمبر 2020، ص. 226. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/126144

كما تضمنت المادة 19 أعلاه فقرتين 3 و4 جاء فيهما على التوالي:" للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتوج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية.

تحدد شروط وكيفيات ممارسة حق العدول وكذا آجال وقائمة المنتوجات المعنية عن طريق التنظيم".

[286] الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، المرجع السابق، ص. 1448.

1- القانون رقم 06-04 [287]المؤرخ في 20 فيفري 2006 المُعدِّل والمتمِّم للقانون رقم 95-97 المتعلق بالتأمينات؛ وذلك من خلال استحداث المادتين 70 مكرر[288] و90 مكرر[289].

2- المادة 119 مكرر الفقرة 4 [290]المستحدثة بموجب أحكام الأمر رقم10-04 المؤرخ في 26 غشت 2010، المعدِّل والمتمِّم للأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 غشت 2003، المتضمن قانون النقد والقرض (ملغى).

3- أحكام المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015، يتعلق بالشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي؛ المادة 11 فقرة 02[291]، المادة 12 بند 2[292]، المادة 14 [293].

4- المادة 18 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في المتعلق بالتجارة الإلكترونية[294].

---

[287] قانون رقم 06-04 مؤرخ في 20 فيفري 2006، المعدل والمتمم للأمر رقم 95-07 المؤرخ في 25 يناير 1995، المتعلق بالتأمينات، ج. ر. العدد 15 المؤرخ في 12 مارس 2006.

[288] المادة 70 مكرر من الأمر رقم 95-07 المتعلق بالتأمينات المعدل والمتمم:" عند اكتتاب عقد التأمين على الأشخاص والرسملة وخلال مدة حياة هؤلاء، يجب على المؤمن أن يسلم المكتتب كشوف معلومات تحتوي إجباريات على توضيحات إضافية تتعلق بما يأتي:...

- آجال وكيفيات التراجع عن العقد،..."

[289] المادة 90 مكرر فقرة 1: باستثناء عقود تأمين المساعدة، يجوز لمكتتب عقد التأمين على الأشخاص لمدة شهرين (2) كحد أدنى، **أن يتراجع** عن العقد برسالة مضمونة مع وصل استلام خلال أجل ثلاثين (30) يومًا ابتداء من الدفع الأول للقسط".

[290] المادة 119 مكرر 1 فقرة 4 من الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 غشت 2003، المتضمن قانون النقد والقرض، المعدل والمتمم:" يمكن أي شخص اكتتب تعهدًا أن يتراجع عنه في أجل ثمانية (8) أيام من تاريخ التوقيع على العقد".

[291] المادة 11 فقرة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015:" غير أنه يتاح للمشتري أجل للعدول مدته ثمانية (8) أيام عمل تحسب من تاريخ إمضاء العقد، طبقًا للتشريع والتنظيم المعمول بهما".

[292] المادة 12 بند 2 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114:" لا تسري آثار عقد البيع إذا:...

- مارس المقترض حقه في العدول ضمن الآجال المحددة له..."

[293] إذا ما تم بيع المنتوج على مستوى المنزل فإنّ **مدة العدول** تكون سبعة (7) أيام عمل مهما يكن تاريخ التسليم أو تقديم السلعة".

[294] المادة 18 من القانون رقم 18-05 المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية:" بعد إبرام العقد الإلكتروني، يصبح المورد الإلكتروني مسؤولاً بقوة القانون أمام المستهلك الإلكتروني عن حسن تنفيذ الالتزامات المترتبة على هذا العقد، سواء تم تنفيذها من قبله أو من قبل مؤديي خدمات آخرين، دون المساس بحقه في الرجوع ضدهم.
غير أنه، يمكن المورد الإلكتروني أن يتحلل من كامل مسؤوليته أو جزء منها إذا أثبت أن عدم التنفيذ أو سوؤه يعود إلى المستهلك الإلكتروني أو إلى قوة قاهرة".

5- المادة 136 من القانون رقم 23-09 مؤرخ في 21 يونيو 2023، يتضمن القانون النقدي والمصرفي[295].

الفرع الثالث: خصائص حق العدول عن العقد

يُحصي بعض الدارسين لحق العدول عددًا من الخصائص، أبرزها:

1- حق العدول هو تصرف بإرادة منفردة، فهو قرار يتخذه المستهلك للتحلل من العقد وما يترتب عن ذلك من آثار جديدة.
2- حق العدول هو حق يمكن من التعبير عن إرادة معاكسة للإرادة الأولى التي تم على أساسها إبرام العقد.
3- يزيل القرار الناتج عن إعمال حق العدول كل أثر للعقد كان أو سيكون للإرادة الأولى.
4- حق العدول حق مجاني، ويقع باطلاً كل اتفاق يلزمه بدفع مقابل مالي كتعويض للمتدخل في حال أراد استعمال حقه في الرجوع.
5- حق العدول حق تقديري بيد المستهلك، أي بيد لمن تقرر لمصلحته، دون إلزامية إبداء أسباب أو دوافع مقنعة؛ كما أنّ مزاولته تتم دون اللجوء إلى القضاء.
6- حق العدول حق مؤقت، بمعنى أنّ ممارسته بالنسبة لمن يحوزه مرتبط بمدة زمنية معينة؛ يترتب عن تجاوزها سقوط حقه في العدول.
7- يرى الفقه الغالب أن حق العدول عن العقد من النظام العام، لأنه حق تم إقراره لمصلحة الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية. وعليه، فإنه لا يمكنه التنازل عنه أو الاتفاق على مخالفته. وتجدر الإشارة في هذا المقام أنّ بعض الشراح لا يعتبرون حق العدول من النظام العام بالنسبة لموقف المشرع الجزائري، وذلك استنادا إلى عبارة "...

[295] المادة 136 فقرة 4 قانون رقم 23-09 مؤرخ في 21 يونيو 2023، يتضمن القانون النقدي والمصرفي، (ج. ر. العدد 43 المؤرخ في 27 يونيو 2023):" يمكن لأي شخص اكتتب تعهدًا أن **يتراجع عنه في أجل ثمانية أيام** من تاريخ التوقيع على العقد. ويمكن أن يقلص هذا الأجل بناء على طلب من المستفيد".

ضمن احترام شروط التعاقد..." الواردة في نص المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش[296].

الفرع الرابع: مقارنة حق العدول بالحق في مهلة للتفكير والتروي

بطبيعة الحال، تلتقي الآليتين في أوجه الشبه التالية:

1- كلتا الآليتين تهدفان لحماية الطرف الضعيف، ومن ذلك أن كلتا الآليتين من النظام العام الحمائي، ولا يمكن إثارتهما دون الاستناد لنص قانوني، مع إمكانية الاتفاق بين المتعاقدين على مهلة للتفكير أو مهلة للتراجع وفق مبدأ الحرية التعاقدية[297]،
2- جوهر كلتا الآليتين هو المدة الزمنية التي يتعيّن خلالها ممارسة الحق،
3- كلتا الآليتين تخدمان فكرة تحقيق التوازن المعرفي للطرف الضعيف في عقد الاستهلاك.

زمن أوجه الاختلاف بين الآليتين، يمكن أن نشير إلى:

1- التفكير والتروي مكنة قانونية متاحة للطرف الضعيف، تمكنه من دراسة بنود العقد قبل التعبير عن القبول. أمّا حق العدول، فيهدف إلى حماية الطرف الضعيف بعد تأكيد رغبته في إتمام العقد الذي ارتضاه سلفًا،
2- خلال مهلة التفكير لا يتكون العقد إلا بعد المدة الزمنية التي أقرها المشرع؛ بينما في حق العدول بإمكان الطرف الضعيف التراجع بعد تكوين العقد وذلك خلال فترة زمنية معلومة،
3- مدة التفكير والتروي تهدد انعقاد العقد، فهي مهلة للارتباط النهائي بالعقد؛ مهلة العدول تهدد العقد القائم بالزوال، لأنها مهلة للتحلل منه،
4- تؤدي مهلة التفكير والتروي دور وقائي للطرف الضعيف من التسرع في إبرام العقد؛ بينما حق العدول فيعدُّ قيد على انعقاد العقد وتنفيذ الالتزامات الناتجة عنه؛ فهو

---

[296] المادة 19 فقرة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم:" للمستهلك الحق في العدول عن اقتناء منتوج ما ضمن احترام شروط التعاقد، ودون دفعه مصاريف إضافية".

[297] الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، المرجع السابق، ص. 1449.

يؤثر على القوة الملزمة للعقد، بخلاف مهلة التفكير لا أثر لها على مبدأ القوة الملزمة للعقد. إذن حق العدول آلية حمائية لمرحلة ما بعد التعاقد.[298]

المحور الرابع: الهيئات الإدارية

المبحث الأول: أعوان الرقابة وقمع الغش

يلعب أعوان قمع الغش دورًا مهمًا في مجال البحث ومعاينة المخالفات بهدف تحقيق حماية للمستهلك. وهذا ما تمّ تأكيده من خلال عديد الأحكام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش إلى جانب نصوص قانونية وتنظيمية أخرى.

المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 12-306 تخول لهم إمكانية إتخاذ الوسائل الهادفة إلى ضمان إلزامية أمن المنتوج.

المبحث الثاني: أعوان الجمارك

المادة 8 مكرر من قانون الجمارك

دور وقائي يحول دون منع دخول بعض المواد والسلع المحضور بيعها في التراب الوطني بحكم طبيعتها أو الممنوعة من التسويق لإعتبارات بيئية أو أمنية...إلخ. مثل المخدرات والهلوسات العقلية والمواد المغشوشة.

حق تفتيش الأشخاص والبضائع ووسائل النقل في ظل مراعاة الاختصاص الإقليمي.

المحور الخامس: دور جمعيات حماية المستهلك في تحقيق أهداف قانون حماية المستهلك وقمع الغش

تميّزت حماية المستهلك من خلال الوجود الجمعوي بنسق تصاعدي بداية بالقانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات[299]، والقانون رقم89-02 المتضمن القواعد العامة لحماية

[298] أنظر في تفصيلات أوجه الشبه والاختلاف بين مهلة التفكير والتروي وحق العدول: الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، المرجع السابق، ص. ص. ص. 1449- 1451.

المستهلك اللذان وضعا الأسس الأولى لاضطلاع الجمعيات بدورها في الإعلام والتحسيس والتوجيه والتمثيل[300]، سواء على المستوى الوطني أو المستوى المحلي.

تم تعزيز مكانة الجمعيات في وضع السياسة العامة لحماية المستهلكين عبر تمثيلها في المجلس الوطني لحماية المستهلك؛ ومن خلال تواجدها في لجنة البنود التعسفية المنشّأة بموجب المرسوم رقم 06-306.

وتضطلع الجمعيات بدور فعال في الدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين أمام جهات القضاء والصلاحية التي أناط بها قانون المنافسة الجمعيات كطرف مدني متضرر من الممارسات المقيدة للمنافسة[301]. وكذلك تمتعها بصفة "التأسيس" كطرف مدني عن الأضرار اللاحقة بالمصالح الفردية للمستهلكين إذا كانت لها قدرا مشتركا[302].

الحق في القيام بدراسات متعلقة بالاستهلاك ونشرها على نفقتها وتحت مسؤوليتها.

المصادروالمراجع:

أولاً: المصادر

I– النصوص التشريعية :

1- أمر رقم 75-47 مؤرخ في 17 يونيو 1975، يتضمن تعديل الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 08 يونيو سنة 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج. ر. العدد 53 مؤرخ في 04 يوليو 1975

2- أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم.

3- أمر رقم 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم.

---

[299] قانون رقم 90-31 مؤرخ في 04 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات، ج. ر. العدد 53 المؤرخ في 05 ديسمبر 1990، (ملغى).

[300] شهيدة قادة، التجربة الجزائرية...، المرجع السابق، ص. 21.

[301] المادة 48 من الأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة، المعدل والمتمم.

[302] بموجب أحكام القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم.

4- أمر رقم 76-65 مؤرخ في 16 يوليو 1976 يتعلق بتسميات المنشأ، ج. ر. العدد 59 المؤرخ في 23 يوليو 1976.
5- قانون رقم 85-05 مؤرخ في 16 فبراير 1985، يتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المعدل والمتمم، ج. ر. العدد 08 المؤرخ في .17 فبراير 1985، (ملغى).
6- قانون رقم 89-12 مؤرخ في 07 فبراير 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج. ر العدد 06 المؤرخ في 13 فيفري 1989 (ملغى).
7- قانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991، المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية، ج. ر. العدد 3 المؤرخ في 16 يناير 1991، المعدّل والمتمّم بموجب الأمر رقم 96-03 المؤرخ في 21 ديسمبر 1996، ج. ر. العدد 81 المؤرخ في 22 ديسمبر 1996.
8- أمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالعلامات، (ج. ر. العدد 44، مؤرخ في 23 يوليو 2003)
9- قانون رقم 04-04 مؤرخ في 23 يونيو 2004، يتعلق بالتقييس، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 يونيو 2016، ج. ر. العدد 32 المؤرخ في 22 يونيو 2016.
10- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (ج. ر. العدد 41 المؤرخ في 27 يونيو 2004). معدل ومتمم القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 غشت 2010 (ج. ر. العدد 46 المؤرخ في 18 غشت 2010).
11- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر. العدد 15، مؤرخ في 08 مارس 2009، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 18
12- قانون رقم 04-08 مؤرخ في 14 غشت 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، ج. ر. العدد 52 المؤرخ في 18 غشت 2004.
13- قانون رقم 10-11 المؤرخ في 21 أبريل 1990، المتعلق بعلاقات العمل، المعدل والمتمم، (ج. ر. العدد 17 المؤرخ في 25 أبريل 1990).
14- قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الإلكترونية، ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 16 مايو 2018.

15- قانون رقم 18-11 مؤرخ في 02 يوليو 2018، يتعلق بالصحة، (ج. ر. العدد 46 مؤرخ في 29 يوليو 2018)؛ معدل ومتمم بموجب الأمر رقم 20-02 مؤرخ في 30 غشت 2020، (ج. ر. العدد 50 المؤرخ في 30 غشت 2020).

II- النصوص التنظيمية :

1- مرسوم تنفذي رقم 90-39 مؤرخ في 3 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج. ر. العدد 05 مؤرخة في 31 يناير 1990، (ملغى).

2- مرسوم تنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج. ر. العدد 40 مؤرخ في 19 سبتمبر 1990؛ ملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج. ر. العدد 49 مؤرخ في 2 أكتوبر 2013.

3- مرسوم تنفيذي رقم 90-367 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج. ر. العدد 50 مؤرخ في 21 نوفمبر 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج. ر. العدد 83 مؤرخ في 25 ديسمبر 2005؛ ملغى بموجب أحكام المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر. العدد 58 المؤرخ في 18 نوفمبر 2013.

4- مرسوم تنفيذي رقم 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج. ر. العدد 50 المؤرخ في 21 نوفمبر 1990.

5- مرسوم تنفذي رقم 91-41 مؤرخ في 19 يناير 1991 يتعلق بالمواد المعدّة كي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه المواد، ج. ر. العدد 04 المؤرخ في 23 يناير 1991.

6- مرسوم تنفذي رقم 91-53 مؤرخ في 23 فبراير 1991 يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، ج. ر. العدد 09 المؤرخ في 27 فبراير 1991.

7- مرسوم تنفيذي رقم 91-192 مؤرخ في 1 جوان 1991 يتعلق بمخابر تحليل النوعية.

8- مرسوم تنفيذي رقم 92-25 مؤرخ في 13 يناير 1992 يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية وكيفيات ذلك، ج. ر. العدد المؤرخ في .
9- مرسوم تنفيذي رقم 92-30 مؤرخ في 20 يناير 1992 يتعلق بخصائص أنواع البن وعرضها، ج. ر. العدد 06 المؤرخ في 26 يناير 1992.
10- مرسوم تنفذي رقم 92-42 مؤرخ في 4 فبراير 1992 يتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرًا من نوع خاص.
11- مرسوم تنفيذي رقم 92-41 مؤرخ في 4 فيفري 1992 يحدد شروط إنتاج مواد التجميل والتنظيف البدني وكيفيات وتسويقها في السوق الوطنية وكيفيات ذلك.
12- مرسوم تنفيذي رقم 92-65 مؤرخ في 12 فبراير 1992 المتعلق بمراقبة مطابقة المواد المنتجة محليًا أو المستوردة.
13- مرسوم تنفيذي رقم 92-272 مؤرخ في 6 جويلية 1992 يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته (ملغى).
14- مرسوم نفيذي رقم 95-363 مؤرخ في 11 نوفمبر 1995 يحدد كيفيات التفتيش البيطري للحيوانات الحية والمنتوجات الحيوانية أو المنتوجات الآتية من أصل حيواني المخصصة للاستهلاك البشري.
15- مرسوم نفيذي رقم 95-363 مؤرخ في 11 نوفمبر 1995 يحدد كيفيات التفتيش البيطري للحيوانات الحية والمنتوجات الحيوانية أو المنتوجات الآتية من أصل حيواني المخصصة للاستهلاك البشري، ج. ر. العدد 68 المؤرخ في 12 نوفمبر 1995.
16- مرسوم تنفذي رقم 96-355 مؤرخ في 19 أكتوبر 1996 المتعلق ب إنشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية وتنظيمها وسيرها، ج. ر. العدد 62 المؤرخ في 20 أكتوبر 1996.
17- مرسوم تنفيذي رقم 97-37 مؤرخ في 14 يناير 1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف وتوضيبها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية. ر. العدد 4 المؤرخ في 15 يناير 1997، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010، ج. ر. العدد 26 المؤرخ في 21 أبريل 2010.
18- مرسوم تنفذي رقم 97-429 مؤرخ في 11 نوفمبر 1997، يتعلق بالخصائص التقنية المطبقة على المنتوجات النسيجية، ج. ر. العدد 75 المؤرخ في 12 نوفمبر 1997.

19- مرسوم تنفذي رقم 97-254 مؤرخ في 8 جويلية 1997 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص، ج. ر. العدد 46 المؤرخ في 09 يوليو 1997.

20- مرسوم تنفيذي رقم 97-494 مؤرخ في 10 ديسمبر 1997، بتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج. ر. العدد 85 مؤرخ في 24 سبتمبر 1997.

21- مرسوم تنفيذي رقم 98-188 مؤرخ في 2 جوان 1998 يتضمن إنشاء مركز وطني لعلم السموم وتنظيمه وعمله.

22- مرسوم تنفيذي رقم 99-158 مؤرخ في 20 جويلية 1999 الذي يحدد تدابير حفظ الصحة والنظافة المطبقة عند عملية عرض منتوجات الصيد البحري للاستهلاك.

23- مرسوم تنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 1 مارس 2000، يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات استغلالها، (ج. ر. العدد 10 المؤرخ في 05 مارس 2000)، متمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-227 المؤرخ في 29 يونيو 2009، (ج. ر. العدد 39 المؤرخ في 01 جويلية 2009).

24- مرسوم تنفيذي رقم 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006، يحدد شروط وكيفيات ممارسة البيع بالتخفيض، البيع الترويجي، البيع في حالة تصفية المخزونات، البيع عد مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، (ج. ر. العدد 41 المؤرخ في 21 يونيو 2006).

25- مرسوم تنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 10 سبتمبر 2006، يتعلق بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية، ج. ر. العدد 56 مؤرخ في 11 سبتمبر 2006، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 03 فيفري 2008، ج. ر. العدد 07 المؤرخ في 22 ديسمبر 2008.

26- مرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فبراير 2009، يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات، ج. ر. العدد 10 المؤرخ في 11 فيفري 2009.

27- مرسوم تنفذي رقم 09-182 مؤرخ في 12 مايو 2009، المحدد لشروط وكيفيات إنشاء وتهيئة الفضاءات التجارية وممارسة بعض الأنشطة التجارية، ج. ر. العدد 30 مؤرخ في 20 مايو 2009.

28- مرسوم تنفيذي رقم 09-181 مؤرخ في 12 مايو 2009 المحدد لشروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية والمنتوجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجانب، ج. ر. العدد 30 المؤرخ في 20 مايو 2009.

29- مرسوم رقم 11-08 الصادر في 06 مارس 2011 المحدد للسعر الأقصى عند الاستهلاك، وكذا هوامش الربح القصوى عند الإنتاج والاستيراد وعند التوزيع بالجملة والتجزئة لمادتي الزيت الغذائي والسكر الأبيض. ج. ر. العدد 15 المؤرخ في 09 مارس سنة 2011.

30- مرسوم تنفيذي رقم 12-203 المؤرخ في 06 مايو 2012، يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المنتوجات، ج. ر. العدد 28 المؤرخ في 09 مايو 2012.

31- مرسوم تنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 غشت 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيّز التنفيذ، ج. ر. العدد 49 المؤرخ في 02 أكتوبر 2013.

32- مرسوم تنفيذي رقم 13-378 مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر. العدد 58 المؤرخ في 18 نوفمبر 2013.

33- مرسوم تنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 ماي 2015، المتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، (ج. ر. العدد 24 المؤرخ في 13 مايو 2015).

34- مرسوم التنفيذي رقم 16-299 المؤرخ في 23 نوفمبر 2016، يحدد شروط وكيفيات استعمال الأشياء واللوازم الموجهة لملامسة المواد الغذائية وكذا مستحضرات تنظيف هذه اللوازم، (ج. ر. العدد 69 المؤرخ في 06 ديسمبر 2016).
35- مرسوم تنفيذي رقم 17-140 مؤرخ في 11 أبريل 2017 يتعلق بشروط النظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، ج. ر. العدد 24 المؤرخ في 16 أبريل 2017.

III- القرارات الوزارية

1- قرار وزاري مؤرخ في 6 يونيو 2018 المحدد لكيفيات الإعلام الخاصة المطبقة على خدمات الصباغة والتبييض والتنظيف الجاف.
2- قرار وزاري مؤرخ في 27 نوفمبر 2017، يحدد القائمة الاسمية لأعضاء لجنة البنوط التعسفية.
3- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 7 مارس 1987 المتعلق بتعاونيات الاستهلاك.
4- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 7 مارس 1987 المتعلق بتعاونيات الاستهلاك، ج. ر. العدد 35 المؤرخ في 26 غشت 1987، المعدل والمتمم بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 01 جويلية 1989، ج. ر العدد 39 المؤرخ في 13 سبتمبر 1989.
5- تعليمة رقم 714 مؤرخة في 26 ديسمبر 2016 تتعلق بوسم المنتوجات المستوردة.
6- قرار وزاري مشترك مؤرخ في 19 أكتوبر 2017 يتعلق بوسم المادة الغذائية، ج. ر. العدد 25 المؤرخ في 2 ماي 2018.
7- قرار وزاري مؤرخ في 6 يونيو 2018، يحدد كيفيات الإعلام الخاصة المطبقة على خدمات الصباغة، ج. ر. العدد 60 المؤرخ في 10 أكتوبر 2018.

ثانيا: المراجع

I- الكتب

1- أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1994.

2- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، مصر، 2006.

3- التميمي محمد حسين أكرم، التنظيم القانوني للمهني، دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة 1، لبنان، 2010.

4- التميمي محمد حسين أكرم، التنظيم القانوني للمهني، دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة 1، لبنان، 2010.

5- حساني علي، ضمان حماية المستهلك –نحو نظرية عامة في التشريع الجزائري-، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2016.

6- حسن عبد الباسط دميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1996.

7- خالد ممدوح إبراهيم، أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

8- علي أحمد صالح المهداوي، أثر خيار الرؤية في حماية المستهلك –دراسة تحليلية- مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، السنة 24، العدد 42، 2010.

9- فاروق الأباصيري، عقد الاشتراك في قواعد المعلومات الإلكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.

10- محمد أحمد عبد الحميد أحمد، الحماية المدنية للمستهلك التقليدي والإلكتروني، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015.

11- محمد أحمد عبد الحميد أحمد؛ محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، ط. 1، 1983.

12- محمد المرسي زهرة، الحماية المدنية للتجارة الإلكترونية (العقد الإلكتروني- الإثبات الإلكتروني- المستهلك الإلكتروني)، دار النهضة العربية، ط. 3، مصر، 2011.

13- محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار النهضة العربية، 1982.

14- محمد عبد القادر علي الحاج، مسؤولية المنتج والموزع، دار النهضة العربية، القاهرة، 1983.

15- محمود عبد الرحيم الديب، الحماية المدنية للمستهلك دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2011.

16- مصطفى أحمد أبو عمرو، التنظيم القانوني لحق المستهلك في العدول دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2015.

17- نبيل إبراهيم سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان في القانون الفرنسي، دار الجامعة الجديدة للشر، مصر، 2008.

II- المقالات

1- أسكاتي حسن وكوتو صباح، حق المستهلك في التراجع عن العقد، مجلة القانون والأعمال، جامعة الحسن الأول، العدد 11 (عدد خاص بحماية المستهلك)، نوفمبر 2016. https://www.droitetentreprise.com

2- بوروح منال، التزام المتدخل بإعلام المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مجلة الحقوق والحريات، المجلد 5، العدد 01، عدد خاص بأعمال الملتقى الدولي السابع عشر حول الحماية القانونية للمستهلك في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة، يومي 10-11 أبريل 2017، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، https://www.asjp.cerist.dz

3- بومدين أحمد، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضاء المستهلك، مجلة القانون، جامعة الوادي، العدد 1، جوان 2010.

4- جقريف الزهرة، الحق في الرجوع عن تنفيذ العقد كآلية لحماية المستهلك الإلكتروني بين إقرار المشرع الجزائري وغياب التنظيم، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 5، العدد 3، سبتمبر 2020. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/126144

5- حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، دكتوراه في القانون الخاص، جامعة الجزائر، 2008-2009.
6- حمد الله محمد حمد الله، حماية المستهلك في مواجهة الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك دراسة مقارنة، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 1997.
7- الطيب جربوع وعمر بن الزبير، مهلة التفكير آلية لحماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة 2021، المجلد 5، العدد 2.
8- الطيب جربوع وعمر بن الزبير، مهلة التفكير آلية لحماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، السنة 2021، المجلد 5، العدد 2.
9- الطيب جربوع وعمر بن الزوبير، مهلة التفكير آلية لحماية المستهلك، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد الخامس، العدد الثاني، 2021، جامعة عمار ثليجي الأغواط.
10- عبد الرزاق بولنوار، المهني والمستهلك طرفان متناقضان في العلاقة الاستهلاكية دراسة في ضوء القانون الجزائري والفرنسي، دفاتر السياسة والقانون، المجلد 1، العدد 1، جانفي 2009.
11- عمار زغبي، مفهوم المنتج في القانون الجزائري كأساس لقيام المسؤولية عن الأضرار بالمستهلك مجلة الحقوق والعلوم السياسية، العدد 7، جوان 2013.
12- قادة شهيدة، التجربة الجزائرية في حماية المستهلك: بين طموح وتطور النصوص وافتقاد أليات تطبيقها، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، العدد 1، 2014.
13- قادة شهيدة، التجربة الجزائرية في حماية المستهلك: بين طموح وتطور النصوص وافتقاد أليات تطبيقها، المجلة الجزائرية للقانون المقارن، العدد 1، 2014.

14- قادة شهيدة، إلتزام العون الاقتصادي بالإعلام دراسة في القانون المقارن والجزائري حسب التعديلات، مجلة الراشدية، العدد 2، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة معسكر، 2010.

15- قداش سلوى، الالتزام بالضمان بين القواعد العامة في التعاقد وقانون حماية المستهلك، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 1، العدد 12- جانفي 2018.

16- كحلولة محمد والغوتي مكامشة، حماية المستهلك في القانون الجزائري، الجزء 2، مجلة الإدارة، ج. 6 رقم 1، 1996.

17- ليلى كراش، حماية رضا المستهلك في ظل قواعد المستهلك، مجلة حوليات، المجلد 31، العدد 4، ديسمبر 2017.

18- معامير حسيبة، ضمانات عدم تعسف المستهلك في استعمال حقه في العدول عن العقد في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 09، العدد 01. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/158520

19- ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني حول "الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري" يومي 14 و15 أبريل 2001، منظم من قبل مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.

20- موالك بختة، الحماية الجزائية للمستهلك، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، العدد 2-1999.

21- يلس آسيا، حق المستهلك الإلكتروني في العدول عن العقد بين الحاجة والغموض، مجلة الاجتهاد القضائي، مخبر أثر الاجتهاد القضائي على حركة التشريع، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، ابريل 2017.

III- أطروحات الدكتوراه

1- بن حميدة نبهات، ضمان حماية المستهلك على ضوء قانون الاستهلاك، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2018-2019.
2- بناسي شوقي، أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015-2016،
3- جريفلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص معمق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة احمد دراية أدرار، 2017-2018.
4- رابح روابحية، المسؤولية الجزائية ع المنافسة غير المشروعة، أطروحة دكتوراه ل.م.د.، تخصص قانون جنائي اقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2017-2018.
5- زغبي عمار، الحق في العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ماي 2013، ص. 122؛
6- شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش مذكرة ماجستير في القانون، تخصص المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
7- طويل مريم، قانون السوق وفكرة توازن مصالح المنتج وحقوق المستهلك دراسة مقارنة، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبوبكر بلقايد، 2017-2018. ص. 141.
8- عادل عميرا، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي – دراسة في القانون الجزائري-، أطروحة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015-2016.

9- عبوب زهيرة، الحماية المدنية للمستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2017-2018.

10- عمار زغبي، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012-2013.

IV - المراجع باللغة الأجنبية :

- Amrani Mekki Soraya, La protection du consommateur à distance et en ligne, in la protection du consommateur : regards croisés européens et asiatiques, colloque francophone régional, Hanoi, les 27-28 septembre 2010. www.maisonduroit.orgsuiv

- Beauchard J., Remarque sur le code de la consommation, écrit en hommage à G. Gomu. Bourgoignie Th., Eléments pour une théorie du droit de la consommation, story scientia, Bruxelles, 1988.

- BOSCD D., Le droit de rétraction, Meem. Dea. Aix-Marseille.

- Calais-Auloy J. et Steinmentz F., Droit de la consommation, Dalloz, 5ème éd., 2000.

- Calais-Auloy J. et Steinmetz F., Droit de la consommation, Dalloz, 4ème éd., 1996.

- Calais-Auloy J. et Temple Henri, Droit de la consommation, Dalloz, 8ème éd., 2010

- KAHLOULA Mohammed et MEKAMCHA Ghouti, La protection du consommateur en droit Algérien, Revue Idara, Vol. n° 2-1999.

- Mestre J., Des notions de consommateurs, RTDciv, I. 1989.

- Raymond Guy, Droit de la consommation, Litec, 2008.

- SAVATIER R., Les contrats de conseils professionnels en droit privé, 1972.

الفهرس:

مقدمة 1

المحور الأول: الإطار النظري لحماية المستهلك..... 3

المبحث الأول: التطور التاريخي لنشأة حماية المستهلك.....4

المطلب الأول: نشأة فكرة حماية المستهلك.....4

الفرع الأول: حضارة الفراعنة (قبل الميلاد) 4

الفرع الثاني: الشريعة الإسلامية 5

الفرع الثالث: المجتمعات الحديثة 5

المطلب الثاني: تطور تشريع حماية المستهلك في الجزائر.....13

الفرع الأول: مرحلة ما قبل القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.....13

الفرع الثاني: مرحلة تبني نصوص قانونية خاصة بحماية المستهلك..... 16

أولاً: القانون رقم 89-02 المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بقواعد حماية المستهلك.....17

ثانيًا: صدور القانون رقم 09-03المؤرخ في 25 فبراير 2009 يتعلق بقمع الغش وحماية المستهلك 21

ثالثًا: صدور القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية.....24

المبحث الثاني: تعريف قانون الاستهلاك وصلته بفروع القانون الأخرى 26

المطلب الأول: تعريف قانون الاستهلاك 26

المطلب الثاني: صلة قانون الاستهلاك بفروع القانون الكلاسيكية 27

الفرع الأول: علاقة قانون الاستهلاك بالقانون المدني.....27

الفرع الثاني: علاقة قانون الاستهلاك بقانون العقوبات 28

الفرع الثالث: علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الإداري 29

الفرع الرابع: قانون حماية المستهلك والقوانين الإجرائية.....29
الفرع الخامس: علاقة قانون حماية المستهلك بفروع القانون الحديثة..... 29
المحور الثاني: أطراف العلاقة التعاقدية في قانون الاستهلاك 30
المبحث الأول: مفهوم المستهلك.....30
المطلب الأول: المستهلك بين المفهوم الضيق والواسع 31
الفرع الأول: المفهوم الضيق للمستهلك 31
الفرع الثاني: المفهوم الواسع للمستهلك 32
المطلب الثاني: مفهوم المستهلك لدى القضاء الفرنسي والمشرع الجزائري 34
الفرع الأول: موقف القضاء الفرنسي من المفهومين.....34
الفرع الثاني: موقف المشرع الجزائري بخصوص تحديد مفهوم المستهلك 36
المطلب الثالث: مفهوم المستهلك الإلكتروني 40
المبحث الثاني: مفهوم المتدخل 42
المحور الثالث: عقد الاستهلاك 46
المبحث الأول: حماية المستهلك أثناء مرحلة تكوين العقد 46
المطلب الأول: الالتزام بالإعلام 46
الفرع الأول: التبصير بالخصائص الجوهرية للسلعة أو الخدمة 51
الفرع الثاني: إعلام المستهلك بأسعار المنتوجات وشروط التعاقد 56
أولاً: إعلام المستهلك بأسعار المنتجات والخدمات 56
ثانيًا: إعلام المستهلك بشروط العقد التقليدي.....58
الفرع الثالث: إلتزام المستهلك بتقديم النصيحة والتحذير للمستهلك 60
أولاً: إلتزام المتدخل بنصيحة المستهلك 60
ثانيًا: إلتزام المتدخل بتحذير المستهلك 62
المطلب الثاني: حماية المستهلك من الشروط التعسفية وإعادة التوازن العقدي 67
الفرع الأول: مفهوم الشرط التعسفي 69

أولاً: الشرط التعسفي في إطار القواعد العامة.....69
ثانيًا: الشروط التعسفية في إطار أحكام القانون المتعلق بالممارسات التجارية..... 69
الفرع الثاني: توفير مستويات مقبولة لحماية أمن وسلامية المستهلك 70
أولاً: التعريف التشريعي 71
ثانيًا: التعريف القضائي 73
ثالثًا: التعريف الفقهي 73
المطلب الثالث: إلتزام المتدخل بتمكين المستهلك من مهلة للتفكير والتروي 74
الفرع الأول: تعريف مهلة التفكير والتروي 74
الفرع الثاني: مساهمة مهلة التفكير والتروي في توفير الحماية للمستهلك 77
أولاً: التحديد التشريعي لمهلة التفكير والتروي 77
ثانيًا: الطابع الإجباري لمهلة التفكير والتروي 79
ثالثًا: إقرار الجزاء عن مخالفة الأحكام المتعلقة بالحق في التفكير والتروي..... 79
المبحث الثاني: تنفيذ عقد الاستهلاك 80
المطلب الأول: الالتزام بالمطابقة 80
الفرع الأول: نطاق تطبيق إلتزام المتدخل بمطابقة المنتوج المعروض للاستهلاك.....81
أولاً: الالتزام بمطابقة المنتوج للوائح الفنية والمواصفات القانونية 81
1- اللوائح الفنية 82
2- المواصفات القانونية 82
ثانيًا: الالتزام بمطابقة المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك 83
الفرع الثاني: أنواع رقابة المطابقة 84
أولاً: رقابة المطابقة من حيث الإلزام (الإجبار) والاختيار 85
ثانيًا: رقابة المطابقة بين الرقابة السابقة والرقابة اللاحقة 85
المطلب الثاني: الإلتزام بالضمان 86
الفرع الأول: أطراف العلاقة التعاقدية المشمولة بالضمان 88

الفرع الثاني: النطاق الموضوعي للإلتزام بالضمان 88
الفرع الثالث: أنواع الضمان 89
أولاً: الضمان القانوني 89
ثانيًا: الضمان الاتفاقي في إطار قواعد حماية الاستهلاك 90
الفرع الرابع: الشروط الواجب توافرها في العيب الموجب للضمان طبقًا لقواعد حماية المستهلك.....90
أولاً: شرط العيب المؤثر 90
ثانيًا: ارتباط العيب بفترة زمنية محددة 91
الفرع الخامس: مباشرة الالتزام بالضمان.....91
أولاً: التنفيذ الودي للإلتزام بالضمان 92
ثانيًا: مباشرة إجراءات تنفيذ الإلتزام بالضمان جراء امتناع المتدخل عن التنفيذي بالطريق الودي.....93
الفرع السادس: اللجوء للقضاء للمطالبة بتنفيذ الالتزام بالضمان 94
أولاً: العقوبات المقررة عن إخلال المتدخل بالضمان 95
ثانيًا: المسؤولية المدنية 95
المطلب الثالث: إلزامية أمن المنتوج 96
الفرع الأول: المقصود بإلزامية أمن المنتوج 96
الفرع الثاني: جزاء مخالفة الالتزام بأمن المنتوج 98
المطلب الرابع: الحق في العدول عن العقد 98
الفرع الأول: ظهور وتبلور فكرة الحق في العدول 99
الفرع الثاني: الحق في العدول في القانون الجزائري 102
الفرع الثالث: خصائص حق العدول عن العقد 104
الفرع الرابع: مقارنة حق العدول بالحق في مهلة للتفكير والتروي 105
المحور الرابع: الهيئات الإدارية 106
المبحث الأول: أعوان الرقابة وقمع الغش 106

المبحث الثاني: أعوان الجمارك 106
المحور الخامس: دور جمعيات حماية المستهلك في تحقيق أهداف قانون حماية المستهلك وقمع الغش..... 107
قائمة المصادر والمراجع 108
الفهرس.....119