وزارة التعليـــم العـــــالي والبحث العلمـــي
جـــامعة محمد بوضيـاف الـمسيلـة
معهد العلوم القانونية والسياسية
قسم الحقوق

مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص قانون أعمال

تحت عنوان:

حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

إعداد الطالبة:

- مهيريس دلال.

الأستاذ المشرف:

- مقدم ياسين.

السنة الجامعية: 2015- 2016

بعد فشل النظام الاقتصادي المتبع غداة الاستقلال القائم على احتكار الدولة لمعظم النشاطات الاقتصادية وانعدام روح المبادرة الفردية والمنافسة، قامت الدولة بانتهاج نظام جديد وهو نظام اقتصاد السوق الحر الذي كرس مبدأ المنافسة الحرة باعتبارها أداة مهمة لتفعيل وتطوير النشاط الاقتصادي، ونقصد بالمنافسة الحرة أنها « **تسابق التجار والمنتجين على بذل غاية جهدهم في سبيل جلب وإنتاج أجود السلع والبضائع والمنتجات بالسعر المناسب وبما يحقق مصالح المستهلكين وفق القواعد والأصول الشرعية**»[1].

لذا فان حرية المنافسة تمكن الأشخاص من القيام بممارسة أي نشاط اقتصادي بكل حرية دون قيود أو حواجز.

و تعتبر المنافسة الحرة سلاحا ذو حدين، فمن ناحية لها حد إيجابي يتمثل بتوفير سلع وخدمات متنوعة ومتطورة أدت إلى تسهيل وتحسين مستوى المعيشة، ورفعت من مستوى النشاط الاقتصادي، لكنها من ناحية أخرى لها حد سلبي حيث أدت إلى ازدحام الأسواق بمنتوجات وخدمات غير معروفة حتى أن البعض منها غير مراقب، كما أدت إلى ظهور ممارسات غير مشروعة يقوم بها المتعاملون الاقتصاديون وذلك قصد تحقيق الربح السريع والكبير دون أن يهمهم نوعية وجودة المنتجات والسلع، لذا يقع المستهلك ضحية هذه السلبيات فهو طرف في العملية الاستهلاكية، كما أنه يعتبر الطرف الأضعف من الناحية المعرفية مقارنة بالطرف الثاني المتعامل الاقتصادي، والمستهلك هو« **كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني**»[2].

وأيضا عرفته المادة 3 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: «**المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتضي بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص أخر أو حيوان متكفل به** ». [3]

---

[1]– الهادي السعيد عرفة، الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية، **مجلة البحوث**، عدد 19، أفريل 2001، ص 198.

[2]– المادة 3 من القانون رقم 04/02، المؤرخ في 2004/06/23، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

[3]– الجريدة الرسمية العدد 15، الصادرة في 2009/03/08.

لذا نتيجة للآثار السلبية الناتجة عن المنافسة الحرة التي أثرت على السوق والمستهلك قام المشرع الجزائري بوضع عدة قواعد قانونية تهدف إلى المنافسة من جهة وحماية المستهلك من جهة أخرى، فوضع قواعد لتنظيم الممارسات التجارية وأيضا قواعد ذات صلة بالمنافسة تهدف إلى ضبط السوق وتنظيمه ومحاربة الممارسات التعسفية.

أما بالنسبة للمستهلك فلقد قام بوضع القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش يهدف إلى حماية المستهلك من الأضرار التي تواجهه في السوق.

بالإضافة إلى هذه القواعد القانونية قام المشرع بوضع آليات أخرى تقوم بالتطبيق الفعلي لهذه القواعد القانونية وإلا أصبحت عديمة الفائدة.

إن موضوع حماية المستهلك لقي أهمية كبيرة، فلقد قامت أغلبية التشريعات بوضع ضوابط وآليات لتوفير حماية له لأنه يعتبر الطرف الأساسي في العملية الاستهلاكية ولأنه المتضرر من سلبيات التكنولوجيا والتطورات التي يشهدها الاقتصاد لذا فإن دراسة هذا الموضوع أصبحت ضرورة ملحة لكشف أسرار وخبايا قد يتعرض لها المستهلك من غش أو تدليس.

كما أن موضوع حماية المستهلك من المواضيع الصعبة والشائكة التي تثير الكثير من الإشكالات فهو متحرك ومتطور ولا يمكن ضبطه وهذا من الأسباب التي جعلتني أختار هذا الموضوع لمعرفة مستجدات وتطورات فيه وأيضا الرغبة في معرفة مدى نجاعة القوانين المعتمدة في توفير حماية المستهلك.

وعليه انطلاقا مما تقدم ذكره نطرح الإشكالية التالية :

ما هي أهمية الضمانات التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ؟ وما مدى فعلية آليات الحماية القانونية للمستهلك ؟.

ولقد اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج التحليلي والوصفي، فالمنهج التحليلي يقوم على جمع المعلومات وتحليلها وتصنيفها للوصول إلى حالة يمكن معها تقديم وتفسير دقيق للظاهرة محل الدراسة ويستخدم هذا المنهج في تحليل الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية أما المنهج الوصفي فهو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميا عن طريق جمع المعلومات وتصنيفها وتحليلها ولبحث هذا الموضوع انتهجنا الخطة التالية :

الفصل الأول: الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، ويتدرج ضمنه مبحثين :

- **المبحث الأول:** الضمانات المقررة في ظل قواعد المنافسة.
- **المبحث الثاني:** الضمانات المقررة في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة وقد قسمته إلى مبحثين :

- **المبحث الأول:** دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.
- **المبحث الثاني:** دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك.

الفصل الأول الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

لقد عمد المشرع الجزائري إلى وضع ضمانات موضوعية لحماية المستهلك وفي المقابل أيضا وضع ضمانات جزائية التي يكفل عن طريقها عقاب المعتدي على الضمانات الموضوعية والتعويض عن المساس وقد توسع قدر الإمكان في هذه القواعد الجزائية لتفادي المخاطر التي تواجه المستهلك.

أما بالنسبة للضمانات الموضوعية فتناولها في هذا الفصل حيث قسمناه إلى مبحثين:

- **المبحث الأول: الضمانات المقررة في ظل قواعد المنافسة.**
- **المبحث الثاني: الضمانات المقررة في ضل قانون حماية المستهلك وقمع الغش.**

المبحث الأول: الضمانات المقررة في ظل قواعد المنافسة

نظرا لوجود بعض الأنشطة التي تعرقل السير الطبيعي للمنافسة والمعاملات التجارية والتي تؤدي إلى إلحاق الضرر بالسوق وهذا يؤدي إلى إضرار المستهلك وضع المشرع الجزائري ضوابط في قانون المنافسة والممارسات التجارية التي يهدف من ورائها إلى تنظيم السوق والقضاء على هذه الأنشطة وسنتطرق إلى أهم صور هذه الأنشطة المخالفة :

في **المطلب الأول:** الممارسات المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وفقا لقانون 02/04.

وفي **المطلب الثاني:** الممارسات المقيدة للممارسة وفقا لقانون 03/03.

المطلب الأول: الممارسات المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وفقا للقانون 02/04

جاء في المادة الأولى من هذا القانون «**يهدف هدا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء والمستهلكين وكذا حماية المستهلك وإعلامه**».

يتضح لنا من خلال هذه المادة أنها تحدد المبادئ التي تقوم على أساسها المعاملات التجارية سواء تلك التي تتم بين المؤسسات الاقتصادية فيما بينها، أو بينها و بين المستهلك والهدف من تحديد هذه المبادئ الحفاظ على شفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي من شأنها أن توفر الحماية اللازمة للمؤسسة والمستهلك.

الفرع الأول: مخالفة شفافية الممارسات التجارية

لقد تناولها المشرع الجزائري في الباب الثاني من القانون 02/04 وقسم هذا الباب إلى فصلين، الفصل الأول يتعلق بالإعلام وبالأسعار والتعريفات وشروط البيع، أما الفصل الثاني فيتعلق بالفاتورة.

أولا: بالنسبة للفصل الأول: نصت المادة 4 من القانون 02/04 على« **يتولى البائع وجوب إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع**».

يتضح لنا من خلال هذه المادة أنه يلزم على البائع الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وكذا شروط البيع لذا سنتطرق إلى مضمون الإعلام بأسعار وتعريفات ثم شروط البيع.

1/الإعلام بأسعار والتعريفات:

يلزم البائع أو مقدم الخدمات بإعلام الأسعار سواء اتجاه المستهلك أو الأعوان الاقتصاديين، فبالنسبة للمستهلك فقد جاء في مادة 5 «**يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة**».

هذه المادة تبين لنا طرق الإعلام والهدف من ذلك هو تمكين المستهلك من حقه في الإعلام مما يتح له فرصة الاختيار بين المنتجات والخدمات التي تستجيب لرغباته والتعرف على مميزات ونوعية وجودة كل سلعة أو خدمة.[1]

[1]– بوجميل عادل، **مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2012، ص71.

أما بالنسبة للأعوان الاقتصاديين فقد جاء في المادة 7 من قانون 02/04 «**يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها، ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أو ملائمة ومقبولة بصفة عامة في المهنة**».

نستنتج أنه إجباري على كل عون اقتصادي سواء كان منتجا أو مقدم خدمات أو مستوردا أو بائع جملة تقديم المعلومات المتعلقة بالأسعار التعريفات لكل عون اقتصادي مشتري أو مستفيدا من الخدمات وذلك عند طلب شراء تلك السلع أو الخدمات، وأهمية ذلك في تدعيم المساواة فيما بين البائعين ويسمح للتجار من التحقق إذا كان مورديهم لم يفرضوا عليهم أسعار أو شروط لبيع مجحفة تخالف الأسعار والشروط الممنوحة لأعوان اقتصاديين آخرين.[1]

2/الإعلام بشـروط البيـع:

يجب على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بأي طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات الصادقة والنزيهة بمميزات المنتج أو الخدمة كما يجب عليه إطلاع المستهلك بشروط البيع أو تقديم الخدمة.[2]

كما يجب على البائع الإعلام بشروط البيع إلى المهنيين والأعوان الاقتصاديين عن طريق تبيان كيفيات الدفع التي يقترحها مورد المنتج مثل كيفيات الدفع، ومبلغ الخصوم والتخفيضات والمسترجعات.[3]

ثانيا: بالنسبة للفصل الثاني فهو يتعلق بالفاتورة:

لقد جاء في المادة 10من القانون 02/04 «**يجب يجب أن يكون كل بيع سلع أو تأدية خدمات بين الأعوان الاقتصاديين مصحوبا بفاتورة يلزم البائع بتسليمها ويلزم المشتري بطلبها منه، وتسلم عند البيع أو تأدية خدمة، يجب أن يكون البيع للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون**».

وتتجلى أهمية الالتزام بالفوترة من خلال البيانات التي تتضمنها الفاتورة حيث تعمل هذه البيانات إضفاء الشفافية في المعاملات، فهي تمكن الهيئات المعنية من تتبع المنتجات

---

[1]– كتو محمد الشريف، **الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري–دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي–**، (رسالة دكتوراه)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2005، ص80.

[2]– انظر المادة 08 من القانون 02/04.

[3]– انظر المادة 09 من القانون 02/04.

ومصدرها ومواطن توزيعها واستهلاكها وهو ما يسهل إجراء التحقيقات المتعلقة بها أو مصادرتها ومعالجة أثارها إذا اقتضى الحال.[1]

الفرع الثاني: قواعد نزاهة الممارسات التجارية

لقد أدرجها المشرع الجزائري في الباب الثاني من القانون 02/04 السالف الذكر وأوجد في هذا الباب 5 فصول:

الممارسات التجارية غير الشرعية، ممارسة أسعار غير شرعية الممارسات التجارية التدلسية، الممارسات التجارية غير الشرعية الممارسات التعاقدية التعسفية.

أولا: بالنسبة للفصل الأول المتعلق بالممارسات التجارية غير الشرعية:

لقد أدرج فيه المشرع عدة ممارسات منه: ممارسة أعمال دون اكتساب الصفة، رفض بيع أو تأدية خدمة، البيع بمكافأة، البيع أو تقديم خدمة بشروط.[2]

1/ممارسة أعمال دون اكتساب الصفة:

لقد اشترط المشرع الجزائري اكتساب الصفة لمزاولة الأعمال التجارية ونص عليها في المادة 14 من القانون02/04 « **يمنع أي شخص ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة التي تحددها القوانين المعمول بها** ».

فالإخلال بهذه القاعدة يؤدي إلى إلحاق الضرر بالمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين وتكريس ألا مساواة بينهم من حيث الأعباء الضريبية و الاجتماعية التي تفرضها القوانين[3].

2/رفض البيع أو تأدية خدمة:

يعد رفض البيع من الممارسات التي تعكس سلوكا عنصريا حيث من غير المقبول أن يرغب شخص في اقتناء حاجته كغيره من الناس فيجد نفسه محروما من شراء ما يعرض للبيع دون مبرر شرعي، وهو ما دفع بالمشرع لحظر هذا النوع من الممارسات متجاهلا بذلك مبدأ سلطان الإدارة الذي يمنح الشخص حرية التقاعد من عدمه، وقد منعها المشرع في المادة 15 من القانون 02/04.

---

[1]– إبراهيمي هانية، **الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية**، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2013/2012، ص65.

[2]– انظر المواد من 14 إلى 20 من قانون 02/04.

[3]– بوجميل عادل، المرجع السابق، ص73.

3/ البيـع بمكـافـأة :

يعد البيع بمكافأة ممارسة يمنح بموجبها البائع لكل زبون يقتني منتوجات من محلاته هدية مجانية، هذه الأخيرة هي التي تميز هذه الممارسة عن عملية البيع العادية، هذا الأسلوب من شأنه أن يجعل الزبائن يتهافتون على شراء منتجات هذه المؤسسة دون سواها، وهذا يؤدي إلى إخلال بنظام السوق.[1]

لذا قام المشرع الجزائري بحظره هذا النوع من البيوع.[2]

4/ البيع أو تقديـم خدمـة بشـروط :

نجد هذا المنع أساسه في المادة 17 من القانون 02/04 التي، تنص على «**يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة**».

العلة من هذا المنع أن هذا النوع من البيوع يؤدي بالزبون إلى إقتناء كمية مفروضة أو أشياء أو خدمات مرتبطة تتجاوز حاجته.[3]

ثانيا: الفصل الثاني يتعلق بممارسة أسعار غير شرعية:

نصت المادة 22 من قانون 02/04 على أنه «**كل بيع سلع أو تأدية خدمات لا تخضع لنظام الأسعار، لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به**».

يهدف المشرع الجزائري من خلال هذه المادة إلى ضمان استقرار الأسعار وفقا للقواعد المعمول بها، وتتدخل الدولة بواسطة النصوص التشريعية إما لتحديد أسعار بعض السلع أو الخدمات الخاصة الإستراتجية أو عن طريق تحديد الربح عند الإنتاج لهذه المنتجات.[4]

وأيضا نصت المادة 23 من قانون السالف الذكر على «**تمنع الممارسات التي ترمي إلى:**

[1]– إبراهيمي هانية، المرجع السابق، ص77.

[2]– انظر المادة 16 من القانون 02/04.

[3]– ابراهيمي هانية، المرجع نفسه، ص97.

[4]– بوجميل عادل، المرجع السابق، ص75.

• القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار.

• القيام بكل ممارسة أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار...».

وحماية لمصالح الاقتصادية للمستهلك جرم المشرع كل فعل سواء تعلق بالقيام بتصريحات كاذبة مزيفة أو كان بمثابة مناورة تهدد المصالح المادية للمستهلك.[1]

ثالثا: الفصل الثالث يتعلق بالممارسات التجارية التدلسية:

لقد حظر المشرع الجزائري بموجب المادتين 24 و25 مجموعة من الممارسات التي تخالف المبادئ العامة للقوانين: فقد جاء في المادة 24 من القانون السالف الذكر « **تمنع الممارسات التي ترمي إلى:**

• دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة.

• تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة.

• إتلاف الفوارق التجارية والمحاسبة وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية».

ونصت المادة 25 أيضا على أنه « **يمنع على التجار حيازة:**

• منتوجات مستوردة أو مصنفة بصفة غير شرعية.

• مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.

• مخزون من منتوجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه».

رابعا: الفصل الرابع يتعلق بالممارسات التجارية غير نزيهة:

لقد قام المشرع الجزائري من خلال هذا الفصل بخطر الممارسات التي يقوم بها العون إقتصادي بتعدي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين.[2]

ولقد ذكر بعض هذه الممارسات على سبيل المثال لا الحصر في المادة 17 من القانون السالف نذكر منها:

---

[1]– الزبير آرزقي، **حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزر، كلية الحقوق، 2011، ص79.

[2]– انظر المادة 26 من القانون 02/04.

• تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته.

• استغلال مهارة تقنية أو تجارية مميزة دون ترخيص من صاحبها.

• إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافا للتشريع المتعلق بالعمل.

في الأصل أن لكل تاجر حرية منافسة غيره من التجار لكن التعسف في هذه الحرية يعتبر ممنوعا، يلاحظ أن هذه الممارسات تعتبر ممارسات للمنافسة غير المشروعة التي يعتدي فيها عون اقتصادي على عناصر المحل التجاري لعون اقتصادي أخر فيحاول الاستفادة من مهارته التي لم يكن له دور خلقها[1].

خامسا: بالنسبة للفصل الخامس فيتعلق بالممارسات التعاقدية التعسفية:

لقد قام المشرع بحظر هذه الممارسات وذكر بعض صورها في المادة 29 من قانون 02/04:

• أخذ حقوق أو امتيازات لا تقابلها حقوق أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.

• فرض امتيازات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في عين أنه يتعاقد هو بشروط يحددها متى أراد.

• امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتوج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك...الخ.

وكما رأينا فإن مبدأ شفافية الممارسات التجارية وأيضا مبدأ نزاهة الممارسات التجارية يهدف إلى تنظيم العلاقات القائمة بين المستهلك والعون الاقتصادي وأيضا بين الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم.[2]

وسوف نتطرق إلى الممارسات المقيدة للمنافسة في المطلب الثاني.

[1]– الحجار حلمي محمد والحجار حلمي هالة، **الطفيلة الإقتصادية–المزاحمة غير المشروعة في وجه حريتها دراسة مقارنة–**، الطبعة الأولى، منشورات زين، بيروت، 2004، ص85.

[2]– إبراهيمي هانية، المرجع السابق، ص120.

المطلب الثاني: الممارسات المقيدة للمنافسة وفقا للقانون 03/03.

تحت تأثير المنافسة قد تلجأ المؤسسات الاقتصادية إلى مضاعفة قوتها الاقتصادي في السوق عن طريق استعمال أساليب تتنافى مع قواعد المنافسة الحرة توصف بالممارسات المقيدة.[1]

لذا قام المشرع الجزائري بحظر هذه الممارسات وفقا للقانون 03/03 المتعلق بالمنافسة وسنتطرق إلى هذه الممارسات فيما يلي:

الفرع الأول: الاتفاقيات المحظورة

تعتبر من أهم الممارسات المقيدة للمنافسة فلقد جاء في المادة 6 من القانون 03/03 المتعلق بالمنافسة « **تحظر الممارسات والأعمال المدبرة والاتفاقيات و الاتفاقيات الصريحة أو الضمنية عندما تهدف إلى عرقلة حرية المنافسة أو الحد منها أو الإخلال بها في نفس السوق أو جزء جوهري منه**».

إن هذه المادة واضحة في الإفصاح عن رغبة المشرع في حظر جميع التصارفات حتى تلك التي ليس من الأكيد مساسها بمبدأ حرية المنافسة.[2]

بحيث أن مجرد انصراف نية الأطراف إلى إعاقة المنافسة أو تقيدها دون تحقيق الأهداف الغير مشروعة المناهضة للمنافسة قامت المخالفة.[3]

ولقد قام المشرع الجزائري بذكر أمثلة عن هذه الاتفاقيات في المادة 6 نذكر منها:

- الحد من الدخول في السوق أو في ممارسة النشاطات التجارية فيها.
- تقليص أو مراقبة الإنتاج أو منافذ التسويق أو الاستثمارات.
- عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها.

---

[1]– نبيل صبري، **تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك**، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة، جامعة بجاية، كلية الحقوق، يومي 17و18 نوفمبر، 2009، ص1.

[2]– لحراري ويزة، **حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2011/2010، ص59.

[3]- Françoise Dekeuwer-Défossez et Edith Blary-Clément, **Droit commercial, Activités commerciales, fond de commerce, concurrence, consommation**,6e édition ،montchrestien, Paris, 2006,P.466.

وحتى يدخل الاتفاق في دائرة الحظر المنصوص عليه في القانون، لابد من توافر مجموعة من الشروط، تتعلق بتقييد المنافسة ذاتها، وتتمثل في قيام علاقة مباشرة بين الاتفاق من ناحية وبين تقييد المنافسة في السوق، كما يتطلب أن يتحقق شكل من أشكال تحريف المنافسة في السوق.[1]

وتنقسم الاتفاقيات إلى قسمين: اتفاقيات أفقية واتفاقيات عمودية.

أولا: الاتفاقيات الأفقية:

هي تلك الاتفاقيات التي تتم بين مجموعة من المتعاملين (اثنان فأكثر) مستقلين فيما بينهم أي أنهم ليس ثمة رابطة تبعية بينهم، يقومون بنشاط اقتصادي مماثل أو يعملون على مستوى واحد في السوق سواء كانوا تجار تجزئة أو تجار جملة أو منتجون.[2]

ثانيا: الاتفاقيات العمودية:

ويقصد بها تلك الاتفاقيات التي تتم على مستويات مختلفة في السوق من الإنتاج والتوزيع كالاتفاقيات التي تبرم بين منتج يتواجد في مرتبة عليا موزعين يتواجدون في مرتبة دنيا على مجرى السلعة إلى المستهلكين تشملها شروط عقدية مقيدة.[3]

و يكرس الاتفاق العمودي في بعض الأحيان باتفاق حصري متبادل يلتزم الموزع بموجبه بيع منتجاته ممونه الوحيد دون سواه.[4]

وأيضا تتخذ الاتفاقيات المقيدة للمنافسة أشكالا متعددة ، حيث إن الاتفاق المقيد للمنافسة يمكن أن يتمثل في أعمال تنسيقية بين المشروعات التي يجمعها الاتفاق، وقد يتمثل في اتفاقات

---

[1]– معين فندي الشناق، **الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 139.

[2]– أحمد عبد الرحمن الملحم، "التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار"، **مجلة الحقوق**، عدد 4، الكويت، 1995، ص 38.

[3]– أحمد عبد الرحمن ملحم، "مدى تقييد عقد القصر للمنافسة الرأسية"، -دراسة تحليلية مقارنة بين القوانين الأمريكي والأوروبي مع الإشارة إلى وضع الكويت-، **مجلة الحقوق**، عدد 4، الكويت، 1996، ص 20.

[4]- Jean- Bernard Blaise, **droit des affaires, commerçant concurrence distribution,** L G D J, édition DELTA, paris,1999, p.389.

ضمنية، وقد تتخذ شكل الاتحادات، ويهدف القانون إلى شمول كل الاتفاقيات مهما كان الشكل الذي تتخذه.[1]

الفرع الثاني:التعسف في وضعية الهيمنة على السوق

جاء في نص المادة 7 فقرة 1 من الأمر 03/03 « **يحضر كل تعسف ناتج عن وضعية هيمنة على السوق أو احتكارها أو على جزء منها**».

ونقصد بالهيمنة أنها تلك القوة الإقتصادية التي تتحصل عليها مؤسسة وتتيح لها سلطة التخلص من منافسة مؤسسات أخرى موجودة في السوق نفسه[2].

ولقد عرفها المشرع الجزائري في المادة 3 الفقرة ج من قانون 03/03 على أنها« **هي الوضعية التي تمكن مؤسسة من الحصول على مركز قوة اقتصادية في السوق المعني، من شأنها عرقلة قيام منافسة فعلية فيه وتعطيها إمكانية القيام بتصرفات منفردة إلى حد معتبر إزاء منافسيها، أو زبائنها أو ممونيها**».

ولقيام مخالفة التعسف في وضعية الاقتصادية يجب توافر شروط محددة وهي الوجود الفعلي لوضعية الهيمنة الاقتصادية وأن يكون هناك تعسف ناتج عن هذه الهيمنة أدى إلى الإخلال بالمنافسة وعرقلة السوق[3].

لذا لتقدير ما إذا كانت المؤسسة في وضعية الهيمنة يجب تحديد المقصود بالسوق المهنية وأيضا يجب التعرض إلى المقاييس التي يعتبرها المستهلك مماثلة أو تعويضية لاسيما بسبب مميزاتها أو أسعارها والاستعمال الذي خصصت له، والمنطقة الجغرافية التي تعرض المؤسسات فيها السلع والخدمات المعنية.

[1]– معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 140.

[2]– كتو محمد الشريف، **قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 والقانون 04/02**، منشورات بغدادي 2010، ص 45.

[3]– مختور دليلة، **تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2015، ص 81.

لذا من المهم تحديد السوق لمعرفة ما إذا كانت المؤسسة في وضعية هيمنة ويطلق على هذه السوق **<السوق المرجعية>** ولا يعتبر تحديد السوق في الاتفاقيات أمرا ضروريا.[1]

أولا: معايير تحديد الهيمنة:

لقد تولى المرسوم التنفيذي رقم (2000-314) المؤرخ في 2000/10/14 الملغى تحديد معايير الهيمنة نذكر منها:

• حصة السوق التي يحوزها العون الاقتصادي مقارنة بالحصة التي يحوزها كل عون من الأعوان الاقتصاديين الآخرين الموجودين في نفس السوق.

• الامتيازات القانونية أو التقنية التي تتوفر لدى العون الاقتصادي المعني.

ولا يمكن إدانة مؤسسة مهيمنة على سوق بمجرد أنها تحوز على السوق و إنما لابد من أن تصدر سلوك يؤدي إلى تقيد المنافسة وقد لقي المشرع هذه السلوكات في المادة 7 وهي نفسها المذكورة في المادة 6.[2]

ثانيا: معايير الطابع التعسفي

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 2000-314 المذكور سابقا في المادة 5 منه نجدها نصت على مقاييس معينة في تقدير الطابع التعسفي للممارسات الناتجة عن وضعية وذلك كمايلي:

«يعتبر تعسفا في وضعية الهيمنة على السوق أو على جزء منه، كل فعل يرتكبه عون اقتصادي في وضعية هيمنة على السوق المعنية، ويستجيب على الخصوص للمقاييس الآتية:

- **المناورات التي تهدف إلى مراقبة الدخول إلى السوق أو غيرها.**
- **المساس المتوقع أو الفعلي بالمنافسة**
- **غياب حل بديل بسبب وضعية اقتصادية...».**

[1] - Guedj alian, **partique du droit de la concurrence national et communautaire, 2**eédition, litec, paris, 2006, p.37.

[2] – خمايلية سمير، **عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2013، ص 52.

وتجدر بين الإشارة أنه توجد استثناءات تخرج في إطارها هذه الممارسات من الحظر لتصبح قانونية وهذا عندما تهدف هذه الممارسات إلى تحقيق تطور اقتصادي وتحسين الأوضاع ويكون هذا بموجب ترخيص من مجلس المنافسة.[1]

الفرع الثالث:ممارسة أسعار بيع مخفضة بشكل تعسفي

تنص المادة 12 من الأمر 03/03 على أنه:

«يحظر عرض الأسعار أو ممارسة أسعار مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف الإنتاج والتحويل والتسويق إذا كانت هذه العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق».

لذا فالبيع بأسعار مخفضة بشكل تعسفي هو ذلك البيع الذي يعرض فيه العون الاقتصادي بيع سلعة للمستهلك بسعر يقل عن سعر الإنتاج والتحويل والتسويق الذي يؤدي إلى عرقلة المنافسة، كما يؤدي إلى إبعاد مؤسسة أو عرقلة أحد منتوجاتها من الدخول إلى السوق.[2]

والمشرع لم يكتفي فقط بمنع ممارسة هذا البيع بل إن الحظر يمتد إلى محاولة البيع بأسعار مخفضة تعسفيا، ذلك أن مجرد عرض مثل هذه الأسعار كافي أن يعرض المؤسسة إلى المتابعة.[3]

ويجب توافر مجموعة من الشروط لتكون أمام بيع بأسعار مخفضة تعسفيا وهي:

•**عرض أسعار البيع:** ويتم ذلك بجميع الوسائل القانونية بإعلانها أو إشهارها أو ممارسة البيع بصورة فعلية.

•**البيع بأقل تكاليف الإنتاج، التحويل، التسويق:** يشترط أن يتم البيع المنتجة، المحولة أو المسوقة بأقل من تكاليف السلعة.

• **توجيه البيع للمستهلك:** يشترط البيع بأسعار منخفضة تعسفيا أن يكون موجها للمستهلك.

---

[1]– انظر المادة 09 من القانون 03/03.

[2]– خمايلية سمير، المرجع السابق، ص 55.

[3]– كحال سلمى، **مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي**، (رسالة ماجستير)، جامعة بومرداس، كلية الحقوق، 2009، ص 82.

• **تقييد المنافسة:** أن يترتب على هذه الممارسة تقيد للمنافسة في السوق، سوءا كان ذلك قصد أو بدون قصد، ويجب التمييز بين البيع بأسعار منخفضة تعسفيا والبيع بخسارة كليهما يضران المنافسة لذا اعتبرهما المشرع من الممارسات المقيدة لكن يختلفان في أن عملية البيع بأسعار منخفضة تعسفيا تكون السلعة المراد بيعها قد تم إنتاجها أو تحويلها بالإضافة إلى تسويقها، أما عملية البيع بخسارة فهي مجرد عملية إعادة بيع السلطة على حالتها دون أن يحدث فيها تغيير.[1]

فمثلا مستورد البترول الذي يقوم بعمليات تكرير البترول وتسويقه ثم يعيد بيعه بأقل من سعر تكاليف التحويل والتسويق لا يقع تحت طائلة حظر البيع بالخسارة بل للبيع بأسعار مخفضة تعسفيا، لأنه لم يقع بيع البترول على حاله الأول بل قام بتحويله وتسويقه.[2]

الفرع الرابع: التجمعات الاقتصادية

إن التجمعات الاقتصادية ليست ممنوعة وإنما مشروعة هذا لأنها تعتبر عنصرا أساسيا لتحريك المنافسة خصوصا المنافسة الأجنبية، لكن يمكن أن تنجر عن هذه التجمعات أثار سلبية تعيق المنافسة لذا قام المشرع الجزائري بفرض الرقابة عليها.

والتجميع هو« **ظاهرة اقتصادية تتم بنمو حجم المؤسسات من جهة وبانخفاض عدد المؤسسات التي تعمل في السوق من جهة أخرى**».[3]

أما المشرع الجزائري لم يعرف التجمعات الاقتصادية وإنما اكتفى بذكر الحالات أو الأشكال التي ترد عليها حيث جاء في المادة 15 من القانون 03/03:

«يتم التجميع في مفهوم هذا الأمر إذا:

1) اندمجت مؤسستان أو أكثر كانت مستقلة من قبل.

2) حصل شخص أو عدة أشخاص طبيعيين لهم نفوذ على مؤسسة أو عدة مؤسسات على مراقبة مؤسسة أو عدة مؤسسات أو جزء منها، بصفة مباشرة أو غير

---

[1]– خمايلية سمير، المرجع السابق، ص 56.

[2]– كحال سلمى، المرجع السابق، ص 84.

[3]– لينا حسن ذكي، **قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص 254.

مباشرة، عن طريق أخذ أسهم رأس المال أو عن طريق شراء عناصر من أصول المؤسسة أو بموجب عقد أو بأي وسيلة أخرى.

3) أنشئت مؤسسة مشتركة تؤدي بصفة دائمة جميع وظائف مؤسسة اقتصادية مستقلة».

وتضيف المادة 16 من الأمر 03/03 على أنه« **يقصد بالمراقبة الذكورة في الحالة 2 من المادة 15 أعلاه، المراقبة الناتجة عن العقود أو طرق أخرى تعطى بصفة فردية أو جماعية حسب الظروف الواقعة إمكانية ممارسة النفوذ الأكيد والدائم على نشاط مؤسسة لاسيما فيما يتعلق:**

1• حقوق الملكية أو حقوق الانتفاع على ممتلكات مؤسسة أو على جزء منها.

2• حقوق أو عقود المؤسسة التي يترتب عليها النفوذ الأكيد على أجهزة مؤسسة من ناحية تشكيلها أو مداولتها أو قراراتها».

يستشف من أحكام المادتين المذكورتين أعلاه، أن التصرفات المشكلة لعملية التجميع يمكن تمييزها انطلاقا من معيارين هما: معيار قانوني و أخر اقتصادي.

أولا:المعيار القانوني

ويتمثل في التصرفات القانونية التي يمكن أن تأخذ الصور التالية: نقل الملكية ونقل الانتفاع

1/العقد المتضمن نقل الملكية: ويتم ذلك من خلال الاندماج المساهمات المالية والمؤسسات المشتركة.[1]

أ• الاندماج: وهو«**فناء شركة أو أكثر في شركة أخرى أو فناء شركتين أو أكثر وقيام شركة تنتقل إليها أموال الشركات التي فنيت».**[2]

ب• المساهمات المالية: تتمثل في استحواذ مؤسسة على غالبية أو جزء كبير من أسهم وحصص مؤسسة أخرى، مما يسمح لها بالتدخل في تسير المؤسسة والتأثير على قراراتها.

[1]– خمايلية سمير، المرجع السابق، ص 57.

[2]- France Guiramand et Alain Héraud, **Droit des sociétés**, Edition, DUNOD, Paris, 2014, p.428.

ج• المؤسسة المشتركة: يتجسد هذا النوع قي المؤسسات الفرعية التي لها استغلالها القانوني لكنها تخضع عامة إلى رقابة المؤسسات لتحقيق أهداف مشتركة.

2/نقل الانتفاع: يعتبر نقل حق الانتفاع وسيلة أخرى تستعمل في تشكيل التجمعات الاقتصادية إذ من الممكن لتحقيق التجميع أن تقوم مؤسسة بإبرام عقد ناقل لحق الانتفاع، موضوعة تأجير أصل من أصولها التجارية التي يمكن استثمارها في العمل التجاري كبراءة الاختراع أو العلامة التجارية إلى مؤسسة أخرى لتكون تحت سيطرتها.

ثانيا: المعيار الاقتصادي: يتمثل في النفوذ الأكيد الذي تمارسه مؤسسة أو أكثر على أخرى والذي يمنحهما الاستحواذ على كل أو بعض الأصول التجارية أو بواسطة شراء كل الأسهم أو غالبيتها ويكون هذا الأمر حاسما في التأثير على قرارات المؤسسة.[1]

بالإضافة إلى هذا، فالتجمعات الاقتصادية تنقسم إلى ثلاثة أنواع: التجمع الأفقي، التجمع الرأسي، التجمع التنوعي.

أولا/التجمع الأفقي:

يحدث عندما تستحوذ شركة واحدة على كل أو بعض أسهم أو ممتلكات شركات أخرى والتي تكون منافس مباشر في نفس المستوى ونفس المنطقة الجغرافية فالاندماج مثلا بين هذه الشركات يزيد بالضرورة من حصة السوق المستغلة من قبل شركة منفردة وينتج عن ذلك تركيز كبير في صناعة معينة وبالتالي يكون التجميع أفقيا عندما تندمج شركات منافسة تعمل في إنتاج نفس السلعة أو الخدمة وغالبا ما يلجأ إلى هذا النوع من التجمعات بفرض التخلص من المنافسة بين الشركات المتنافسة ويكون ذلك باندماجها معا وهو ما يؤدي إلى زيادة رأسمال الشركة والأيدي العاملة بها ومن ثم نصيبها في السوق وقوتها الاحتكارية.[2]

ثانيا/التجمع الرأسي:

[1]– أحمد عبد الرحمن ملحم، "مدى مخالفة الاندماج لأحكام المنافسة التجارية"،**مجلة الحقوق**، عدد 3، الكويت، 1995، ص 16،26.

[2]– أمل محمد شلبي، **التنظيم القانوني ومنع الاحتكار**، المكتب الجامعي الحديث، أبو الخير للطباعة والتجليد، الإسكندرية، 2008، ص162.

يحدث عندما تتحد شركات تسعى وراء أغراض متكاملة مثل أن يقع بين الشركات التي تقوم بإنتاج منتوج في مراحل مختلفة وغالبا ما يلجأ إلى هذا النوع من التجمعات بغرض اكتفاء الشركة التجارية المستحوذة ذاتيا بحيث تنتج سلعة ما ابتدءا من مادتها الأولية في مرحلة التوزيع والتسويق.[1]

وأيضا من أسباب التجميع الرأسي الاستفادة من اقتصاديات التقنية وتجنب تكاليف أخرى.[2]

إذا كان كل تجميع اقتصادي من شأنه التأثير على المنافسة يكون غير مشروع بالضرورة، ويخضع بذلك إلى مراقبة مجلس المنافسة فإنه لكل قاعدة استثناء وكما رأينا بشأن الممارسات المقيدة في المادة 9 أين جاءت هذه المادة ببعض الاستثناءات فإن الاستثناء بشأن التجمعات الاقتصادية يتمثل في إمكانية الترخيص بتجميع قد تكون له آثار سلبية على المنافسة وذلك بشروط وجود مصلحة عامة تقتضي ذلك قادرة على احتواء الآثار السلبية للتجميع على المنافسة.[3]

وكما قلنا سابقا أن المشرع الجزائري ومنع ضمانات في قواعد المنافسة وأخرى في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

ولقد تناولنا الضمانات الموضوعية لحماية المستهلك في قواعد المنافسة، وسوف تتطرق إلى الضمانات الموضوعية في قانون حماية المستهلك في قمع الغش في المبحث الثاني.

---

[1]– عبد الناصر فتحي الجلوي محمد، **الاحتكار المحظور وتأثيره على حرية التجارة،–دراسة مقارنة–**، دار النهضة، القاهرة، 2008، ص184.

[2]– طارق عبد العال جاد، **خصخصة البنود واندماجها**، منشأ المعارف الإسكندرية، 1999، ص5.

[3]– بوحلايس إلهام، **الاختصاص في مجال المنافسة**، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2005/2004، ص 37.

المبحث الثاني:الضمانات المقررة في ظل قانون المستهلك وقمع الغش 03/09

نظرا لاختلال التوازن في العلاقة بين المستهلك والمتدخل، سارع المشرع الجزائري في سن قوانين التي من شأنها حماية الطرف فيا الضعيف في هذه العلاقة ألا وهو المستهلك، وذلك من خلال إلقاء المزيد من الالتزامات على عاتق المتدخل، وذلك من خلال القواعد الجديدة التي تضمنها قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09.

وسنتطرق في هذا المبحث إلى الالتزامات الملقاة على المتدخل والتي هي الالتزام بإعلام والالتزام بالضمان والالتزام بالمطابقة والالتزام بالسلامة كالتالي:

المطلب الأول: الالتزام بالإعلام

إن الالتزام بالإعلام له أهمية بالغة تتجلى هذه الأهمية من خلال النصوص القانونية التي أوردها المشرع الجزائري له، فلقد نص على الالتزام بالإعلام في القانون 02/02 السابق الذكر وأيضا نص عليه في التقنين المدني باعتباره الشريعة العامة التحكم أغلب التصرفات حيث نص فيه بضرورة التزام المهني بإعلام المستهلك بالمبيع طبقا لنص المادة 352/1 من تقنين المدني ضمن أحكام عقد البيع حيث نصت هذه المادة على«**يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه**».[1]

ولقد خصص المشرع الجزائري للالتزام بالإعلام فصلا كاملا في قانون حماية المستهلك وقمع الغش03/09.

وسنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الالتزام بالإعلام، مضمونه، ودور الوسم في الإعلام

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام

جاء في كتاب لسان العرب لابن منظور الإفريقي، «**أن الإعلام من الفعل علم، وعلمت بالشيء أي عرفته، وعلم الأمر بمعنى تعلمه وأتقنه وتحصل على حقيقة الشيء وأدركه**».[2]

[1]– الأمر رقم 75–58، المؤرخ في1975/09، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد78، مؤرخة في 1975/09/30.

[2]– ابن منظور الافريقي المصدي، **لسان العرب**، المجلد التاسع، الطبعة الرابعة، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2005، ص264.

وعرفه الفقه على أنه «**التزام سابق على التعاقد يتعلق بالتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الأخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متنور على علم بكافة تفصيلات هذا العقد وذلك بسبب ظروف واعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله أو أي اعتبار أخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلتزم ببيانات معينة أو يتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الأخر الذي يلتزم بناء على جميع هذه الاعتبارات بالالتزام بالإدلاء بالبيانات**»[1].

ويعتبر الالتزام أيضا«**الواجب الضمني الذي أوجده القضاء والذي بمقتضاه يلتزم الطرف أكثر خبرة والأفضل معرفة بإبلاغ الطرف الأخر بالبيانات المتعلقة بموضوع العقد**».[2]

ويجب التميز بين الإعلام وبعض المصطلحات المشابهة له كالإشهار والإعلان.

اولا/ بالنسبة للإشهار: هو مجموعة الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج سلعة أو خدمة بواسطة وسائل بصرية أو سمعية بصرية، لذا فالإشهار هدفه هو جلب المستهلك وليس تنبيهه و إحاطته علما بتفاصيل المنتجات أو الخدمات، أما الإعلام يعد وسيلة لمقاومة مخاطر الإشهارات والدعاية، وذلك عن طريق تقديم معلومات موضوعية على السلع والخدمات.[3]

ثانيا/ الإعلان هو: كل ما يستخدمه التاجر ليحفز المستهلك على الإقبال على سلعة سواء تم ذلك بوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة.

فيقوم بترويج المنتجات بقصد تحقيق الكسب المادي أي انه مدفوع الأجر بحيث ينفق المعلنون عليه ويشترون الأوقات والمساحات من وسائل الإعلام المختلفة، وهو ليس مجرد رسالة إعلامية إخبارية بل له جانبا تأثيري أو تحريضي للإقبال على المنتجات أو الخدمات، أما الإعلام فلا يهدف في الأصل إلى ترويج منتجات أو خدمات معينة، أما من ناحية

---

[1]– نزيه محمد الصادق المهدي، **الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، –دراسة فقهية قضائية مقارنة–**، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص15.

[2]– زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية للمنتج**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 137.

[3]– صياد الصادق، **حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم:03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2013 / 2014، ص 64.

المضمون نجد أن الإعلان ذو أغراض وأهداف وميول على خلاف الإعلام الذي يتعين في الأصل أن يكون موضوعيا أو متجردا أو محايدا.[1]

بعدما تطرقنا إلى المفهوم سوف نتطرق إلى مضمونه.

الفرع الثاني : مضمون الالتزام بالإعلام

لقد نص المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون 03/09 السالف الذكر على«**يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة**».

وبناءا على هذه المادة فإنه يجب إعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج وهو مضمون الالتزام على أن يتقيد أثناء ذلك بشروط محددة.

لذا فإن مضمون الالتزام بالإعلام يتمثل في تزويد المستهلك بالبيانات الخاصة بتعريف المنتوج واحتياطات استعماله، والتحذير من خطورته.

أولا/البيانات الخاصة بتعريف المنتوج واحتياطات استعماله:

يجب على المتدخل الإدلاء بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بعناصر وخصائص الشيء محل التعاقد، ولقد نص المشرع الجزائري في المادة 10 من قانون 03/09 السالف الذكر على خصائص وعناصر المنتجات«**ينبغي على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتوج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص :**

مميزاته وتركيبه وتغليفه وشروط تجميعه وصيانته...»

لذا يدلي المتدخل بهذه المعلومات سوءا كان المنتوج خطيرا أم لا.[2]

كما يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك حول كيفية استخدام السلعة أو الخدمة المبيعة، وذلك بإعطائه تعليمات حول الاستعمال حتى يتجنب الإضرار التي يمكن أن ينتج عن المنتوج

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 65.

[2]– زاهية حورية سي يوسف، **الالتزام بالإفضاء عنصر من عناص ضمان السلامة**، الملتقى الوطني حول"حماية المستهلك والمنافسة"، كلية الحقوق، جامعة بجاية، يومي 17 و18 نوفمبر 2009، ص 5.

الخطير أو المعقد، وبدون هذه التعليمات يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المتوقعة من المنتوج.[1]

تحتل هذه البيانات أهمية بالغة في ضمان أمن المنتوجات، وهذا ما يستفاد من نص المادة 9 من القانون 03/09 حيث نصت «**يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها...، وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها**».

هذا الالتزام لا ينحصر على طائفة معينة بل يمتد ليشمل مختلف المنتجات لكن أهميته تزداد خاصة بنسبة المنتجات ذات الصلة الوثيقة بالصحة والأجهزة ذات التقنية العالية المعقدة.

فقد يؤدي الخطأ في استعمال المنتوجات الصيدلانية مثلا إلى الإضرار بصحة المريض خاصة الأدوية التي لا تستعمل عادة إلا بناءا على أمر من الطبيب فيحتاج هذا النوع من المنتجات لمعلومات مفصلة حول طريقة الاستعمال، لتحديد الجرعات المختلفة.

ثانيا/ التحذير من خطورة المنتوج:

يجب على المتدخل تنبيه المستهلك للأخطار التي يمكن أن تترتب على الاستعمال الخاطئ للمنتوج، والحالات التي لا يجب فيها استعماله والاستعمالات التي تتفق مع طبيعته، فتكمن خطورة المنتوج إما بطبيعته، فهو لا ينتج إلا كذلك حتى يؤدي الغرض المرجو منه كمواد التنظيف السامة أو المواد القابلة للاستعمال أو كانت الخطورة قد طرأت على المنتوج بعد خروجه من تحت يدي المنتج نتيجة تفاعل عناصره مع عوامل الخارجية كعصير الفواكه الذي تخمر تحت تأثير الحرارة، وقد يلحق الخطر بالمستهلك نتيجة استعماله للمنتوج، سواء في شخصه أدنى ماله أو حيازة خاطئة أو التخلص منه.

كما ينبغي على المتدخل خاصة المنتج أن يوضح للمستهلك الاحتياطات الواجب مراعاتها عند حيازته للمنتوجات الخطيرة أو أثناء استعمالها إياها، عن طريق إمداده بكل التدابير الواجب اتخاذها للحيلولة دون ظهور الأخطار الكامنة فيه.[2]

---

[1]– شعباني نوال، **إ لتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، (رسالة ماجستر)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2012، ص 73.

[2]– كهينة قونان، **ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري، –دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي–**، (رسالة الماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2010، ص 199–120.

وأيضا يجب على المتدخل أن يبين كيفية حفظ المنتوج فمثلا، المنتوجات الغذائية المحفوظة أو المعبأة في بعض العبوات المغلقة فإنه يجب على المتدخل أن يخبر المستهلك بكافة التدابير اللازمة للاحتفاظ بها صالحة للاستعمال، كما يجب أن يبين أفضل الطرق لحفظ هذه المنتوجات.[1]

الفرع الثالث : دور الوسم

لقد عرف المشرع الجزائري الوسم بموجب المادة 3 من قانون 03/09

على أنه«**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 لافتة أوسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها**».

وقد عرفته أيضا المادة 3/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها«**البيانات أو الإشارات أو علامات المصنع المرتبطة بسلعة غذائية معينة أو لافتة أو بطاقة أو ختم أو طوف تكون ملازمة لهذه السلعة الغذائية المتعلقة بها**».[2]

إذا فالوسم هو مجموع البيانات والتنبيهات اللازمة الواجب إظهارها على المنتوج المعروض للبيع واللصيقة به.[3]

وبالرجوع إلى المادة 18 من قانون 03/09 نجدها تنص على شروط تحديد الوسم مكتوب باللغة العربية حتى يسهل على المستهلك الفهم، وأن يكون كاملا لا تنقصه البيانات وأن ين يكون واضحا ومرئيا أي أن يكتب بخط واضح وظاهر وأن يكون لصيقا بالمنتوج.

وتختلف البيانات التي يجب أن يتضمنها الوسم حسب طبيعة وصنف المنتوج وهذا بالنظر إلى خصوصية التي يميزه والتي ينبغي على المستهلك معرفتها.[4]

---

[1]- بتقة حفيظة، **الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك**، (رسالة ماستر)، جامعة البويرة، كلية الحقوق، 2014 / 2015، ص 55.

[2]- جريدة رسمية عدد، الصادر في 21 نوفمبر 1990.

[3]- ماني عبد الحق، **حق المستهلك في الإعلام-دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري-**، (رسالة ماجستير)، جامعة بسكرة، كلية الحقوق، 2008/2009، ص 87.

[4]- شعباني نوال، المرجع السابق، ص 80.

لذا فإن الهدف الأساسي من الوسم هو إيصال أكبر قدر ممكن من المعلومات الضرورية لقيام المستهلك بالاختيار الصحيح، بفضل عدد من المعلومات المتعلقة بالمنتوج ونوعيته، بسعره، شروط استخدامه، التاريخ المحدد لاستهلاكه وبعض الإجراءات الأمن الواجب مراعاتها.[1]

فيتضح مما سبق أن للوسم وضيفتين وظيفة إعلامية وظيفة أمنية.

أولا/ الوظيفة الإعلامية:

فالوسم يحقق العلم للمستهلك من خلال العناصر التي يتضمنها بأن يحتوي على كافة المعلومات اللازمة والخاصة بالمنتوج مما يسمح للمستهلك بأن يتخذ قراره بشأن اقتناء المنتوج أو عدم اقتنائه بكل حرية، ويسهل عليه التفرقة بين السلع.

ثانيا/ الوظيفة الأمنية:

يعتبر الوسم وسيلة يستعملها المتدخل للفت انتباه المستهلك للخطر الناجم عن استعمال المنتوج، ويتميز عادة بشكله الواضح وكتابته بلون يختلف عن كتابته ولون الوسم الإعلامي يستعمل فيه عبارات ورموز تؤدي المعنى المقصود، مثل:"مضر للصحة"، "ممنوع تناوله"، خطر الموت"، "**لا تلمس**".[2]

المطلب الثاني : الالتزام بالضمان

الالتزام بالضمان هو التزام يتعهد فيه المحترف بسلامة المنتوج الذي يقدمه من غير عيب فيه يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه.[3]

ولقد نص المشرع الجزائري على إلزامية الضمان في الفصل الرابع من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى أعوان الضمان القانوني(**الفرع الأول**)، الضمان الاتفاقي(**الفرع الثاني**) بإضافة إلى هذا سنتحدث عن جزاء الالتزام بالضمان(**الفرع الثالث**).

---

[1]– بركات كريمة، **حماية المستهلك من المخاطر الناجمة عن استعمال المنتوجات والخدمات**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2004/2003، ص 63.

[2]– بتقة حفيظة، المرجع السابق ، ص 72.

[3]– عزيزي بدر الدين، **دور الأعوان المكلفون برقابة الجودة وقمع الغش في حماية المستهلك في ظل القانون03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، (رسالة ماستر)، جامعة بسكرة، كلية الحقوق، 2015/2014، ص17.

الفرع الأول: الضمان القانوني

الأصل أن الضمان القانوني (ضمان العيوب الخفية)يتعلق بكل عقود البيع بدون تمييز وبغض النظر عن صفة المتعاقد مع البائع فيستوي في هذا الشأن أن يكون المشتري مستهلكا أو أي شخص أخر.

وينشأ التزام البائع بضمان العيوب الخفية وفقا للنصوص الحالية في حالة وجود عيب خفي بالشيء المبيع يؤدي إلى عدم صلاحية المبيع للأغراض التي أعد من أجلها أو المتفق عليها أو إلى إنقاص قيمة هذا المبيع.[1]

ونقصد بالعيب«**الآفة التي تصيب المبيع فتنقص من قيمته الاقتصادية ومن منفعته**».[2]

ويشترط في العيب أن يكون مؤثرا وقديما وخفيا.

أولا/ العيب المؤثر:

إذا لم يكن العيب محسوسا بل كان خفيا بحيث يترتب عليه سوى نقص في بعض الأمور الثانوية الكمالية بالنسبة للمستهلك، فلا يكون موجب للضمان، كذلك لا يكون موجبا للضمان العيب المتسامح به عرفا أي في العادات كاحتواء القمح كمية مألوفة من التراب مثلا، لذا يجب أن يكون العيب مؤثرا على المستهلك، ويرجع تقدير ما إذا كان العيب مؤثرا أم لا إلى القاضي.[3]

ثانيا/ العيب القديم:

يجب أن يكون العيب الذي يضمنه المهني موجودا في المبيع نفسه قبل البيع وان تم اكتشافه بعده، ويتحدد قدم العيب عند تسليم المبيع، فإن حدث العيب بعد تسليم المبيع لسبب راجع الى المستهلك أو إلى حادث طارئ أو الى قوة قاهرة، فالمهني غير ضامن لهذا العيب.[4]

ثالثا/العيب الخفي:

[1]– عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك**،–**دراسة مقارنة**–، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 463.

[2]– أحمد حسن قدادة، **الوجيز في شرح القانون المدني**، ج4، عقد البيع، ديوان المطبوعات الجامعية،2011، ص 86.

[3]– غدوشي نعيمة، **حماية المستهلك الالكتروني**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2012، ص66.

[4]– المرجع نفسه، ص 67.

أي أن لا يكون ظاهرا، فإذا كان العيب ظاهرا أو سبق للمشتري أن علم به فالبائع لا يضمنه، وكذلك لا يضمن البائع العيب لو أن المشتري كان من السهل عليه أن يعرفه، إلا إذا أثبت المشتري أن العيب كان خفيا وذلك في حالتين:

البائع قد أكد خلو المبيع من العيب.

أن يثبت المشتري تعمد إخفاء العيب غشا.[1]

الفرع الثاني : الضمان الاتفاقي

لا تقوم هذه الضمانات إلا باتفاق مسبق بين طرفي العقد من منتج أو موزع ومشتري(المستهلك).

وإذا كان الفقه قد تصور في وقت مضى أن الضمانات الاتفاقية ليست إلا نوعا من التعديل والتوسع في الضمانات القانونية للعيوب الخفية فإن استقلالية هذين النوعين من الضمانات أصبحت الآن أمرا مسلما به.

فبينما يلزم ضمان العيوب الخفية البائع بتحمل نتائج وجود عيب خفي في المبيع عند التسليم فإن الضمان الإتفاقي له صور أكثر تنوعا، من هذه الصور مثلا، إمكان التزام البائع بصلاحية المبيع للعمل مدة معينة بحيث يلتزم البائع بضمان كافة العيوب التي تحول دون صلاحية المبيع للوفاء بالاستعمال الذي اشتراه المستهلك من أجله، وفي هذه الصورة فإن المشتري ليس ملزما بإثبات وجود العيب في المبيع في وقت سابق على الاستلام كما أنه ليس مقيد بأن يكون العيب خفيا، إذ يلتزم البائع بإصلاح العيب حتى لو كان ظاهرا.

كذلك فإن التزام البائع بضمان حالة المبيع وصلاحيته في العمل يمكن تقيده أو تعديله بالتوسع فيه بأشكال وصور كثيرة،[2] ولقد أجاز المشرع الجزائري الضمان الاتفاقي في المادة 14 من قانون 03/09 فيكون تقديم الضمان من طرف المتدخل بالمقابل أو مجانا.

وفي الأخير يمكن القول أن الضمانات الاتفاقية تؤدي إلى تحسين وضع المشتري بالمقارنة بالضمان القانوني الخاص بالعيوب الخفية، ومن ذلك وعلى سبيل المثال أن

[1]– شهيدة قادة، **المسؤولية المدنية للمنتج، –دراسة مقارنة–**، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2007، ص107.

[2]– عبد المنعم موسى ابراهيم، المرجع السابق، ص 473.

الضمانات الاتفاقية تعفي المشتري من عبئ إثبات قدم العيب وخفائه، لكن في نفس الوقت قد تؤدي إلى الأضرار بالمستهلك بسبب عدم تمكنه من التمييز بينها وبين الضمانات القانونية لعدم خبرته وقلة معلوماته، وقد يؤدي ذلك إلى أن يربط المستهلك بين حقه في استخدام الضمان الاتفاقي وبين القيود والشروط المتعلقة بضمان العيوب الخفية، فيضيع على نفسه ما يتيحه الضمان الاتفاقي من مزايا.[1]

الفرع الثالث: جزاء الالتزام بالضمان

لقد أوجب القانون على المحترف وفي جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب أو الخطر الذي ينطوي عليه المنتوج أو يجعله غير صالح للاستعمال و للمستهلك أن يقدم للمحترف طلب تنفيذ الضمان بمجرد ظهور العيب.

ويتم تنفيذ الضمان على ثلاثة أوجه حسب المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وهي:إصلاح المنتوج أو استبداله أو رد ثمن المنتوج.

أولا/ إصلاح المنتوج:

أوجب المشرع على المحترف وفي جميع الحالات أن يصلح المنتوج على نفقته لاسيما مصاريف اليد العاملة والتزويد بالمواد والقطع وفي أجل يطابق الأعراف المعمول بها حسب طبيعة المنتوج وجبر الأضرار التي تصيب الأشخاص و الأملاك بسبب العيب أو الخطر الذي ينطوي عليه المنتوج أو يجعله غير صالح للإستعمال.[2]

وهذا ما نصت عليه المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 266-90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على أنه يجب على المحترف وفي جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب.[3]

ثانيا/ استبدال المنتوج:

قد يكون العيب أو الخلل على نحو يؤثر في صلاحية المنتوج بأكمله ويصعب معه إعادة إصلاحه على النحو المرجو، فإنه يجب استبداله ككل حتى يفي المحترف بالتزامه بالضمان،

[1]- عبد المنعم موسى ابراهيم، المرجع السابق، ص 474.

[2]- علي بولحية بن بوخميس، **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**، دار الهدى، الجزائر، 2008، ص46.

[3]- جريدة رسمية عدد40، الصادرة سنة 1990 .

ومن حق المحترف أن يرفض استبدال المنتوج إذا أمكن إصلاحه وإعادته إلى حالته المعتادة وذلك مجانا ودون مصاريف إضافية.[1]

وهذا ما أكدته المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 266-90 السالف الذكر«**يجب على المحترف أن يقوم باستبدال المنتوج إذا بلغ عيب درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال جزئيا أو كليا على الرغم من إصلاحه**».

ثالثا/ رد ثمن المنتوج:

إذا تعذر إصلاح المنتوج أو إستبداله يجب على المحترف أن يرد ثمنه دون تأخر حسب الشروط الآتية:

يرد الثمن كاملا إذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال كلية، وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتوج المعيب، وللمستهلك أن يطلب التعويض عن كل الأضرار المادية والجسمانية التي يتسبب فيها العيب، طبقا للمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 266-90 المذكورة سابقا.

ويدخل ضمن ذلك وبصفة خاصة ضرر عدم الاستفادة من المنتوج طوال فترة الإصلاح، وإن مبدأ استحقاق التعويض أو مداه يتوقف على عدة عوامل منها حسن أو سوء نية المحترف ووجود ضمان اتفاقيا أنفع للمستهلك.[2]

المطلب الرابع: الإلتزام بالمطابقة:

بالرجوع إلى العلاقة الموجودة بين المحترفين والمستهلكين تستلزم أن تكون فيها المنتوجات والخدمات مطابقة للانتظار المشرع للمستهلك.

ولقد عرف المشرع الجزائري المطابقة بأنها«**استجابة لكل منتوج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة ففي اللوائح الفنية، والمتطلبات الصحية والبيئة والسلامة والأمن الخاصة به**».

وهذا الالتزام يكون في جميع مراحل الإنتاج، لذا سنتناول في هذا المطلب احترام المواصفات القانونية والقياسية(**الفرع الأول**)، وأنواع المطابقة(**الفرع الثاني**).

[1]- علي بولحية بن بوخميس، المرجع نفسه، ص 47.

[2]- المرجع نفسه، ص 48.

الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية.

لقد فرض القانون رقم03/09السالف الذكر توفر المقاييس و المواصفات القانونية في كل منتوج معروض للاستهلاك.

أولا/ احترام المواصفات القانونية:

إن المواصفات القانونية تعبر عن الخصائص المطلوبة في منتوج ما، وهي المحدد الأساسي للجودة فيما يتعلق بطبيعة المنتوج أو الخدمة وكذا صنفها ومميزاتها الأساسية وتركيبتها وذكر تاريخ الصنع والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وكذا الاحتياطات الواجب اتخاذها خاصة إذا كان المنتوج خطير، كما تشمل هذه المواصفات على جميع أوصاف المنتوج أثناء عملية الانتاج مثل الأبعاد الأوزان والكميات، المقادير والخصائص الأساسية التي تميزه عن غيره.[1]

وهذا ماجاءت به المادة 11 من قانون رقم 03/09.

والقانون لا يشترط وضع كل البيانات على الغلاف أو العبوة بحيث يمكن طبعها في أوراق منفصلة ووضعها داخل الغلاف مع المنتوج.

ثانيا/ احترام المواصفات القياسية:

و هي عبارة عن وثيقة قانونية وضعت في متناول الجميع، تم إعدادها بالتعاون مع الأطراف المعنية وهي مبنية على النتائج المشتركة المعروفة في المجال العلمي والتكنولوجي والخبرة تهدف إلى توفير المصلحة العامة.

وعليه يعتبر التقيس أداة ضرورية لتنظيم وتطوير الاقتصاد الوطني هدفه حماية المستهلك وتحسين نوعية المنتجات والخدمات.[2]

وبالرجوع إلى المادة 3من القانون 04/04 المتعلق بالتقيس نجدها تبين أهداف التقيس نذكر منها:

---

[1]– حملاجي جمال، **دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي**، (رسالة ماجستير)، جامعة بومرداس، كلية الحقوق، 2006/2005، ص 19.

[2]– طرافي أمال، **إلتزام المنتج بمطابقة المنتجات في ظل القانون رقم03/09**، (رسالة ماستر)، جامعة البويرة، كلية الحقوق، 2013، ص72.

- تحسين جودة السلع والخدمات ، ونقل التكنولوجيا.
- التخفيف من العوائق التقنية للتجارة، وعدم التميز.
- لتجنب التدخل والازدواجية في أعمال التقيس....[1]

الفرع الثاني: أنواع المواصفات

يوجد نوعان من المواصفات والمقاييس المعتمدة في المطابقة: المواصفات الوطنية (أولا)، المواصفات المؤسسة (ثانيا).

أولا/ المواصفات الوطنية:

تتضمن المواصفات الوطنية على الخصوص ما يأتي:

وحدات القياس وشكل المنتوجات وتركيبتها وأبعادها، وخاصيتها الطبيعية والكيماوية ونوعها المصطلح والتمثيل الرمزي وطرق الحساب والاختبار والقياس والصحة وحماية الحياة ووسم المنتوجات وطريقة استعمالها.[2]

بإضافة إلى هذا فإن المواصفات الوطنية تشتمل على مواصفات مصادق عليها ومواصفات مسجلة.

1/ المواصفات المصادق عليها :

هي مواصفات ملزمة التطبيق تقدم من طرف الهيئة المكلفة بالتقيس إلى لجنة توجيه أشغال التقيس، والتي يرأسها الوزير المكلف بالتقييس.

وبعد دراسة اللجنة للمشروع والموافقة عليه تتولى الهيئة تبليغه إلى الجنة توجيه لوضعه موضوع التنفيذ.وهذا بعد المصادقة عليه من طرف الوزير المكلف بالتقيس ويشير قرار المصادقة على المقياس المعتمد في الجريدة الرسمية[3].

---

[1]– زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية...**، المرجع السابق ، ص188.

[2]– محمد بودالي، **حماية المستهلك في القانون–دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي–**، دار الكتاب الحديثة، الجزائر، 2006، ص 72.

[3]– جريدة رسمية عدد 41، الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004.

2/ المواصفات المسجلة :

تكون اختيارية التطبيق ويتم تسجيلها في سجل يمسك من طرف الهيئة المكلفة بالتقيس تدون فيه المقاييس الجزائرية المسجلة حسب ترتيبها العددي ويذكر فيه رقم التسجيل وتاريخه، بيان المقياس وتسميته وهذا بعد أخذ رأي اللجان التقنية المعنية.[1]

ثانيا/ مواصفات المؤسسة: تعد مواصفات المؤسسة بمبادرة من المؤسسة بالنظر إلى خصائصها الذاتية، وتختص مواصفات المؤسسة لكل المواضيع التي ليست محل مواصفات جزائرية أو إذا كانت محلا لمواصفة واحدة أو عدة مواصفات جزائرية فإنه يجب أن تحدد بمزيد من التفصيل، ولا يجوز أن تكون مواصفات المؤسسة مناقضة لخصائص المواصفات الجزائرية ويجب أن توضع نسخة من مقاييس المؤسسات لدى الهيئة المكلفة بالتقيس وهذه الهيئة مخولة لإجراء تحقيقات لدى كل متعامل عمومي وخاص قصد الحصول على الإعلام اللازم.

وتعني المقاييس المؤسسة بوجه خاص بالمنتجات وأساليب الصنع والتجهيزات المصنوعة أو المستعملة داخل المؤسسة نفسها، وتعد المقايس المؤسسة وتتمثل بمبادرة من مدير المؤسسة المعنية وينبغي أن تودع نسخة منها وجوبا ودون مصاريف لدى هيئة المكلفة بالتقيس التي تسهر على مدى مطابقتها للمقايس الجزائرية والدولية.[2]

المطلب الرابع : الالتزام بالسلامة

يعتبر حق المستهلك في الغذاء من أهم الحقوق التي يكتسبها الانسان بمجرد ولادته، ينفرع عن حق أصلي وهو حق الإنسان في الحياة وسلامة البدن، وحماية الصحة العامة بحماية وحفظ المادة الغذائية التي يستمد منها حياته ويترتب على الاعتداء عليها مايترتب على الاعتداء على الحقوق الأساسية الأخرى.[3]

لذا سنتحدث في هذا المطلب عن سلامة المادة الغذائية(الفرع الأول) ونظافة المادة الغذائية(الفرع الثاني).

---

[1]– علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 30.

[2]– طرافي أمال، المرجع السابق، ص 73 .

[3]– انظر المادة 8 من القرار المؤرخ في 3 /11 سنة 1990، المتعلق بإعداد المقايس، جريدة رسمية عدد 54، الصادرة في 12 ديسمبر 1990.

الفرع الأول: سلامة المادة الغذائية

لقد ألزم المشرع المتدخل بأن يضع للاستهلاك مواد غذائية سليمة وأن يسهر على أن لا تضر بصحة المستهلك.[1]

ويتحقق ذلك بضمان سلامتها أثناء تكوينها وأثناء التسليم والتجهيز، وكذا سلامة المواد المعدة لملامستها.

أولا: تحقيق سلامة المادة الغذائية أثناء تكوينها:

ويكون ذلك عن طريق احترام المتدخل للخصائص التقنية للمادة الغذائية وأيضا احترام نسب الملوثات والمضافات المسموح بها قانونا.

1/احترام الخصائص التقنية للمادة الغذائية:

تتضمن عملية إنتاج المواد الغذائية وكل المنتوجات الأخرى وجوب توفر خصائص تقنية معينة خاصة بالمنتوج ذاته، وعدم توافرها أو نقصها أو الزيادة في أحد الخصائص يؤدي إلى إنتاج مواد غذائية غير سليمة، وبالتالي لا تجعل من هذه المواد أقل قيمة فحسب، بل قد تحسن بصحة وسلامة المستهلك.[2]

لذا أوجب المشرع الجزائري على المتدخل ولاسيما منتج المواد الغذائية أن يتقيد بخصائص تقنية متعلقة بمكوناتها وظروف إنتاجها، كما يحدد خصائصها المكر وبيولوجية والبيومجهرية.[3]

2/احترام نسبة الملوثات والمضافات المسموح بها قانونا:

بالرجوع إلى نص المادة 5 من قانون 03/09 نجدها تمنع المتدخل من وضع مواد غذائية تحتوي على ملوثات بكمية غير مقبولة حماية للصحة البشرية والحيوانية.

وإعمالا لمفهوم المخالفة فإنه توجد ملوثات مقبولة ومسموح بها في المادة الغذائية.

فبالنسبة للملوثات المسموح بها هي:

---

[1]- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 31.

[2]- محمد عبده إمام، **الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية،-دراسة مقارنة في القانون الاداري-**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الاسكندرية، 2004، ص24.

[3]- انظر المادة 4 من قانون 03/09.

كل الجراثيم والعناصر التي تلوث المادة الغذائية ولكن التقييد بنسبة معينة لا يؤدي إلى الإضرار بصحة المستهلك وعادة ما تكون ضرورية لإنتاج المادة الغذائية كما هو الشأن بالنسبة لمواصفات بعض أنواع الحليب المعد للاستهلاك.[1]

ونقصد بالملوث حسب المرسوم التنفيذي رقم 366/14 الذي يحدد الشروط والكيفيات المطبقة في مجال الملونات المسموح بها في المواد الغذائية، كل مادة تضاف بغير قصد في الغذاء ولكن توجد فيه على شكل بقايا في الإنتاج بما فيها العلاجات المطبقة على المزروعات وعلى المواشي في ممارسة الطب البيطري وفي الصناعة وفي التحويل وفي التحضير في المعالجة وفي التوظيف والتغليف في نقل هذا الغذاء وتوزيعه أو تخزينه أو بعد تلوث بيئي ولا تطبق عبارة الملوثات على بقايا الحشرات وشعر القوارض ومواد خارجية، تعتبر كملوثات في هذا المرسوم عندما تتجاوز الحدود القصوى لها.[2]

مثلا المبيدات هي كل مادة أو خليط لمجموعة من المواد تستخدم في تفادي آفة والقضاء عليها أو مكافحتها بما في ذلك ناقلات الأمراض البشرية والحيوانية والنباتية التي تكون مصدر الإكثار منها يؤدي إلى تلويث المادة الغذائية.[3]

3/بالنسبة للمواد المضافة:

لقد جاء في المادة 8 من القانون 03/09 «**يمكن إدماج المضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري أو الحيواني**».

لذا قد سمح المشرع الجزائري بالمضافات ولكن بشروط محددة، وأيضا جاء في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 92-95 المتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية وكيفية ذلك :

«تعتبر مادة مضافة لمنتوج غذائي كل مادة:

[1]- انظر إلى مديرية التجارة لولاية بسكرة، إلزامية النظافة و النظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها، (s.d)، [http://www.decommerce-biskra.dz/index.php?optoin=com-content&view=302]، (اطلع عليه في: 2016/6/4).

[2]- شعباني نوال، المرجع السابق، ص 52.

[3] - انظر المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 91-53، المؤرخ في 23 فيفري 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للإستهلاك، جريدة رسمية عدد09، الصادرة في 27 فيفري 1991.

- **لا يمكن استهلاكها عادة كمنتوج غذائي.**
- **تنطوي أو لا تنطوي على قيمة غذائية.**
- **لا تعد مادة أولية أساسية في تركيب المنتوج الغذائي...».**[1]

وتشمل المادة المضافة على مواد الحافظة، مضادات الأكسدة، المواد المبيضة، المواد المعطرة، المواد الملونة... .

ثانيا: ضمان سلامة المادة الغذائية أثناء التجهيز والتسليم:

جاء في نص المادة 7 من قانون رقم 03/09«**يجب أن لا تحتوي التجهيزات واللوازم والعتاد والتغليف وغيرها من الآلات المخصصة لملامسة المواد الغذائية إلا على اللوازم التي لا تؤدي إلى إفسادها».**

لذا يجب مراعاة هذه الشروط أثناء التجهيز لضمان سلامة المادة الغذائية.

ثالثا: ضمان سلامة المواد المعدة لملامسة المادة الغذائية:

يحدد المرسوم التنفيذي رقم 91-04 شروط استعمال المواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومواصفاتها التقنية ومستحضرات تنظيف هذه المواد، حيث جاء في المادة 5 منه«**يجب ألا تعد المواد الغذائية إلا بمكونات لا تنطوي على أي خطر بإصابة المستهلك في صحته».**[2]

كما أنه لا يجوز أن توضع مواد سبق أن لامست منتجات أخرى غير غذائية، كما أن موضوع ملامسة الأغذية لا يكون إلا بترخيص صريح يمنحه الوزير المكلف بالنوعية.

ويجب أيضا أن يقوم المنتجين أو المستوردين أو الموزعين بالجملة للمواد المعدة لكي تلامس الأغذية أن يذكروا في فواتير البيع وفي الوثائق المرافقة للبضائع ملاحظة"لملامسة الأغذية".[3]

[1]-جريدة رسمية عدد 13، الصادرة في 19 يناير 1992.

[2]-جريدة رسمية عدد 4، الصادرة في 23 جانفي 1991.

[3]- انظر المواد 6 ،8 من المرسوم التنفيذي رقم 04/91.

الفرع الثاني: الإلتزام بنظافة المادة الغذائية

لقد نصت المادة 6 من القانون رقم 03/09 على مايلي«**يجب على كل متدخل في عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يسهر على احترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين، ولأماكن ومحلات التصنيع لإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية أو كيميائية أو فيزيائية**».

يتبين لنا من خلال هذه المادة أن المشرع ألزم المتدخل بتحقيق شروط النظافة طوال مدة الانتاج، وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 19-53 نجده يحدد مجموعة من الضوابط التي يجب مراعاتها عند عرض الأغذية للمستهلك نذكر منها:

أولا: ضوابط تطبق على المواد الأولية وتحضيرها ونقلها و استعمالها:

حيث يجب أن تكون التجهيزات والمعدات والأماكن اللازمة لعمليات جمع محصول المواد الأولية أو إنتاجها أو تحضيرها أو معالجتها أو نقلها أو تخزينها مهيأة على نحو ملائم وبحيث يتجنب فيها كل تكوين

لأية بؤرة تلوث ويجب أن تكون ميسورة التنظيف التام.

ثانيا: ظوابط تطبق على أماكن التحويل والتخزين والتكييف والتوزيع

بالجملة أو بالتجزئة نذكر منها:

يجب أن تكون المحال وملحقاتها ذات سعة كافية بالنظر إلى طبيعة استعمالها

والتجهيزات والمعدات المستخدمة والعمال المطلوب استخدامهم[1].

كما يجب أن تهيأ المحال وملحقاتها على نحو يسمح بالفصل بين المناطق أو الأقسام التالية:

- مناطق استلام المواد الأولية وتخزينها، ومناطق تحضير المنتوج وتكييفه.
- مناطق صنع المنتجات التجميلية وتخزينها ومناطق تحضير المنتوج وتكييفه.

[1]- انظر المادة 7،6 من المرسوم التنفيذي رقم 91-53، المؤرخ في 23 فبراير سنة 1991، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عرض الأغذية للاستهلاك، ج ر عدد9 ، الصادرة في 27 فبراير 1991.

٠مناطق تداو الأغذية الساخنة والمناطق المستعملة للمنتجات التي تؤكل.

كما يجب أن تكون المحال كافية للتهوئة وجيدة الإنارة.

كما يجب أن تتوفر للمستخدمين في جميع المؤسسات منشأة صحية

كافية من حيث العدد، تشتمل على مفاصل ومضخات وحجرات لحفظ الملابس ومراحيض مزودة برفافة ماء، ون تكون جيدة الإنارة والتهوئة وأن تتخمر بالنظافة على الدوام...الخ.

ثالثا: ظوابط تطبق على الأغذية:

لا يجوز بأي حال من الأحوال أن تلامس الأغذية الأرض ملامسة مباشرة ولا أن تتناولها الأيدي في ظروف يمكن أن تتلوث فيها.

ويجب أن تكون الأغذية الجاهزة للبيع مخزونة أو معروضة للبيع حسب شروط تمنع أي تلوث، ويجب أن تكون الأغذية الغير محمية طبيعيا أو غير المبيعة مرزومة مفصولة عن ملامسة الزبائن لها بواسطة وافيات زجاجية أو حواجز مزودة بمشبك دقيق الثقوب أو بأية وسيلة فصل أخرى ذات فعالية.[1]

رابعا: ضوابط تطبق على المستخدمين:

يجب أن يخضع المستخدمون المدعون بحكم عملهم لتداول الأغذية لواجب العناية الفائقة بنظافة ثيابهم وأبدانهم.

ويجب أن تكون ملابس العمل وأغطية الرأس أثناء العمل ملائمة ومن شأنها أن تمنع أي تلوث للأغذية.

يجب أن تتخذ التدابير اللازمة لمنع البصق والتدخين وتناول الطعام في الأماكن التي تتداول فيها الأغذية.

ويحظر على الأشخاص الذين من شأنهم أن يلوثوا الأغذية القيام بأي تداول لهذه الأغذية

يجب أن يخضع الأشخاص المنوط بهم تداول الأغذية لفحوص طبية دورية، ولعمليات التطعيم المقررة من الوزارة المكلفة بالصحة التي تعد قائمة لأمراض والإصابات تجعل المصابين بها قابلين لتلويث الأغذية...، بالإضافة إلى عدة ضوابط أخرى.

[1]- انظر المواد من 6 إلى 24 من المرسوم التنفيذي رقم 53/91.

خلاصة الفصل:

لقد تناولنا بالدراسة القواعد الموضوعية التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك المتمثلة في قواعد المنافسة وقواعد حماية المستهلك بحيث تعزز كل منهما الأخرى.

فتسعى قواعد المنافسة إلى تنظيم وخلق التوازن في العلاقة التعاقدية التي تجمع بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم وأيضا بين المتعاملين الاقتصاديين والمستهلك لتتم هذه العلاقة بشفافية ونزاهة كما أنها تسعى إلى تنظيم السوق ومحاربة أي مساس به، في حين تسعى قواعد حماية المستهلك إلى حماية المستهلك من أي غش أو احتيال قد يتعرض إليه في السوق وتساعده على اقتناء خيارات تناسب مصالحته.

الفصل الثاني: آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة

وكما رأينا سابقا فقد قام المشرع بوضع مجموعة من الضمانات في كل من قانون المنافسة وقانون حماية المستهلك التي تهدف إلى حماية المستهلك ولكن سرعان ما انكشف نقص وقصور هذه الضمانات فالمستهلك لا يزال يعاني من الممارسات الاحتكارية في السوق وأيضا يعاني من الغش ورداءة نوعية المنتجات والخدمات من قبل تصرفات المحترفين لذلك قام المشرع بإنشاء مجموعة من الأجهزة المختلفة الإدارية والقضائية بإضافة إلى الجمعيات لسد هذا النقص ولتوفير حماية أفضل للمستهلك، فأسند لهذه الأجهزة مهمة رقابة وضبط السوق من جهة ومراقبة تصرفات المحترفين من جهة أخرى.

ونتيجة لذلك بجدر بنا إبراز دور هذه الأجهزة في حماية المستهلك لذا سنتناول في هذا الفصل دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك **(المبحث الأول)** ودور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك **(المبحث الثاني)**.

المبحث الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

إن حماية المستهلك من بين الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها معظم الإدارات باعتبارها الحماية الأهم التي يسعى إليها المواطن داخل الدولة.

حيث تلعب الإدارات باختلاف اختصاصاتها دور أفعال في حماية المستهلك سواء ما تعلق منها بالدور الوقائي لتجنيب إلحاق الضرر بالمستهلك أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين.

كما أنها تنظم السوق وتمنع الاضطراب وتراقب تصرفات المستخلفين.

لذا سنتناول في هذا المبحث الإدارات ذات الصلة بحماية المستهلك **(المطلب الأول)** والإدارات ذات الصلة بالمنافسة **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول: الإدارات ذات الصلة بحماية المستهلك

تعبيرا من المشرع الجزائري في رغبته في القضاء على كل ممارسة من شأنها المساس بالمستهلك لم يتواني في إعطاء الهيئات الإدارية صلاحية رقابة مدى تطبيق القواعد والقوانين المتعلقة بحماية المستهلك وسنذكر أهم هذه الإدارات.

الفرع الأول: دور وزارة التجارة والهياكل التابعة لها

لقد جاء التأكيد على دور وزارة التجارة في الجزائر فيما يخص حماية المستهلكين في عدة نصوص قانونية، تمثل في شخص الوزير والمديريات العامة التي تعمل تحت وصايته، ولقد تعرض القانون الجزائري لتحديد صلاحيات وزير التجارة ضمن المرسوم التنفيذي 207/94 الصادر في 12 جوان 1994 المتعلق بصلاحيات وزير التجارة فيما يتعلق بالجودة وحماية المستهلك[1]، الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 454/08،حيث جاء في المادة 5 منه« **أن وزير التجارة أصبح يكلف بمايلي:**

- **يحدد بالتشاور مع الدوائر الوزارية والهيئات المعنية،شروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية.**
- **اقتراح كل الإجراءات المناسبة في إطار وضع نظام العلامات وحماية العلامات التجارية والتجمعات الأصلية ومتابعة تنفيذها.**
- **يشجع تنمية مخابر تحاليل الجودة و التجارب و يقترح الإجراءات و المناهج الرسمية للتحاليل في مجال الجودة.**
- **يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطور الرقابة الذاتية. يساهم في إرساء قانون الاستهلاك و تطويره.**
- **يعد و ينفذ إستراتيجية الإعلام والاتصال تتعلق بالوقاية من المخاطر الغذائية وغير الغذائية تجاه الجمعيات المهنية وجمعيات المستهلكين التي يشجع إنشاؤها ».**

أما في مجال الرقابة وقمع الغش فهو يقوم بتنظيم ووضع حيز تنظيم المراقبة و مكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية والممارسات المضادة للمنافسة والغش المرتبط بالجودة والتقليد.

[1]– جريدة رسمية عدد 47، الصادرة في 1991.

كما يساهم في توجيه وتنسيق برامج الرقابة الاقتصادية وقمع الغش مابين القطاعات، وينجز كل تحقيق معمق، ويخطر الهيئات القضائية عند الضرورة.[1]

وفيما يخص المديريات التابعة لوزارة التجارة التي تلعب دور في حماية المستهلك نجد:

- المديريات العامة لضبط النشاطات وتنظيمها.
- المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

أولا: المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها:

تقوم هذه المديريات في إطار أداء مهامها بجميع النشاطات المرتبطة بالجودة وحماية المستهلك، بحيث تشرف على خمس مديريات التي تنقسم بدورها إلى مديريات فرعية كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية والتنظيمات العامة، وكذا الاهتمام بترفيه جودة المنتوجات المعروضة للاستهلاك مع السهر على السير التنافسي للأسواق، قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة و النزيهة بين المتعاملين الاقتصاديين.[2]

لو نرجع إلى مضمون المادة 3 من المرسوم التنفيذي السابق الذكر نجدها تشير إلى أن المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها على شكل أربعة مديريات حيث نصت « ...**و تضم أربعة مديريات...**

2- مديرية الجودة و الاستهلاك ...».

تمثل هذه المديرية هيئة مركزية على مستوى وزارة التجارة، تقوم بمهامها بالاعتماد على أربعة مديريات فرعية تعمل على تنفيذ السياسة المرتبطة بالجودة وحماية المستهلكين، وتتمثل هذه المديريات في:

أ/ المديرية الفرعية للتنظيم وتقيس المنتوجات الغذائية.

ب/ المديرية الفرعية للتنظيم وتقيس المنتوجات الصناعية.

ج/ المديرية الفرعية للتنظيم وتقيس الخدمات.

د/ المديرية الفرعية لترقية الجودة وحماية المستهلك.

و تقوم هذه المديريات كل في مجالها بما يلي:

[1]- انظر المادة 6 من المرسوم التنفيذي 454/02، المؤرخ في 21 ديسمبر 2002، المتعلق بتنظيم الإدارة المركزية ووزارة التجارة، جريدة رسمية عدد 85، الصادرة في 2002.

[2]- طرافي أمال، المرجع السابق، ص 84.

• إعداد نصوص ذات طابع تشريعي أو تنظيمي وذات بعد عام و نوعي تتعلق بترقية الجودة وبحماية المستهلك.

• المساهمة في إرساء حق المستهلك.

• المشاركة في كل الدارسات المرتبطة بالموصفات في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن المطبقة في كل في كل مراحل صنع المنتوجات وتسويقها.

• اقتراح كل التدابير الرامية إلى إرساء نظم العلامات والتسميات الأصلية.

• التشجيع عبر المبادرات الملائمة على تطوير المراقبة الذاتية للجودة على مستوى المتعاملين الاقتصاديين.

• تنشيط عملية تقيس المنتوجات والخدمات وطرق تحاليل الجودة وتشجيعها ومتابعتها.

اقتراح كل التدابير فيما يخص تطوير مخابر تحاليل الجودة وقمع الغش.

ثانيا: المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

تشكل المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش إحدى الهياكل الجديدة التي تم إرساؤها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 454/02 السالف الذكر وتقوم هذه المديرية بعدة أعمال منها:

• تحديد الخطوط العريضة للسياسة الوطنية للمراقبة في ميادين الجودة وقمع الغش ومكافحة الممارسات المضادة والتجارة ألا مشروعة.

• السهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش وتنسيقها وتنفيذها.

• إنجاز كل الدراسات واقتراح كل التدابير بغية تدعيم وضعية المراقبة وعصرنتها.

• توجيه نشاطات المراقبة الاقتصادية وقمع الغش التي تقوم بها المصالح الخارجية المكلفة بالتجارة وتنسيقها.

• تطوير التنسيق مابين القطاعات في مجالات الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

• تطوير علاقات التعاون الدولي في ميادين الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.

• متابعة المنازعات في مجال مراقبة الجودة وقمع الغش والممارسات التجارية.

القيام بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس بها والتي لها تأثيرات على الاقتصاد الوطني.

• تقييم نشاطات مخابر تجارب وتحاليل الجودة.

وتعمل هذه المديرية العامة لتحقيق أهدافها بالاستناد إلى أربع مديريات من بينها مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش ومديرية التجارة وتحاليل الجودة.[1]

تكلف الأولى بالسهر على تطبيق التشريع و التنظيم المتعلقتين بالجودة والمطابقة وامن المنتوجات عند الحدود، في السوق الداخلي وعند التصدير عند اللزوم، كما تقوم بتنظيم نشاطات مراقبة الجودة وقمع الغش وبرمجتها وتقيمها، وتساهم في تنظيم نشاطات مراقبة الجودة وقمع الغش المنجزة بالتعاون مع المصالح النظيرة التابعة للقطاعات.

أما الثانية، فإنها تتولى القيام بالرقابة للتأكد من السير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وتسهر على احترام إجراءات التحاليل الرسمية وطرقها، كما تقيم قدرات الخبرة الوطنية في مجال المراقبة التحليلية بالإضافة إلى المساهمات في إجراءات اعتماد مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش.[2]

- **مصالح الخارجية لوزارة التجارة:**

بالرجوع إلى المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المتضمن المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، نجدها تنص على أنه تنظم المصالح الخارجية لوزارة التجارة في شكل:

مديريات ولائية للتجارة – مديريات جهوية للتجارة.

أولا: المديريات ولائية للتجارة:

تقوم بعدة مهام فهي تقوم بمراقبة مدى تنفيذ التشريعات والتنظيمات المعمول بها في هذا الميدان والقيام بالتحقيقات ذات الطابع الاقتصادي.

وتقوم أيضا بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين في ميدان الجودة وأمن المنتوجات والنظافة الصحية.[3]

- تطوير الإعلام و تحسيس المهنيين والمستهلكين، بالتنسيق مع جمعياتهم.
- اقتراح جميع الإجراءات الرامية إلى تحسين وترقية جودة السلع والخدمات المطروحة في السوق و كذا حماية المستهلك.

---

[1]- انظر المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 454/02.

[2]- حملاجي جمال، المرجع السابق، ص 55.

[3]- انظر المواد 5، 7، 8 من المرسوم التنفيذي رقم 409/03، المؤرخ في 5 نوفمبر 2003، يتضمن المصالح الخارجية للتجارة وصلاحيتها وعملها، ج ر عدد 68، الصادرة في 9 نوفمبر 2003، معدل ومتمم.

• كما تظم المديريات الولائية للتجارة الحدودية متفشيات مراقبة الجودة وقمع الغش على مستوى الحدود البرية والبحرية وفي المطارات، تم إنشاؤها بموجب المرسم التنفيذي رقم 105/98 المؤرخ في 1998/03/31، وتتمثل هذه المفتشية في:

مفتشية الحدود لمراقبة الغش:

يتولى هذا الجهاز السهر على تنفيذ الأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالجودة ومطابقة المنتوجات الموجهة للتصدير والاستيراد.

كما تعد الجهة المختصة بمراقبة نوعية المنتوجات المستوردة وقمع الغش على مستوى الحدود، على أساس أن المنتوجات يجب أن تكون مطابقة للمواصفات المحددة قانونا قبل عرضها للاستهلاك داخل التراب الوطني.[1]

ثانيا: المديريات الجهوية للتجارة:

تقوم بتنشيط وتوجيه وتقييم المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي وفي هذا إنجاز التحقيقات الاقتصادية حول المنافسة والتجارة الخارجية والجودة وأمن المنتوجات.[2]

• كما تقوم بتنظيم برامج الرقابة والسهر على تنفيذها، بالاتصال مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية للتجارة وتنسيق عمليات المراقبة مابين الولايات.

• انجاز التحقيقات الاقتصادية التي تتطلب فرق متعددة التخصصات وذات اختصاص جهوية مع تنظيم ووضع فرق متخصصة للتكفل بهذه المهام.

• انجاز حصائل دورية من أنشطة المديريات الولائية للتجارة.

• القيام بتفتيش المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصها الإقليمي ومصالح الهيئات الموضوعة تحت وصاية وزارة التجارة مع السهر على احترام المقاييس وكيفيات إجراءات سيرها وتدخلاتها.

[1]– انظر المادة 02 من القانون 02/89، المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية للمستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06، الصادرة في 1989/02/08.

[2]– انظر المواد 9، 11، 15 من المرسوم 409/03.

الفرع الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي

إن لكل منها دور وقائي في حماية المستهلك ذلك لما يملكانه من سلطات واسعة واتخاذ القرارات والإجراءات الإدارية في الوقت المناسب.

أولا: الوالي:

يعتبر الوالي في إطار أداء مهامه ممثلا للدولة لذا يتعين عليه أن يقوم بكل ما يكلف صحة وسلامة الأفراد وذلك باتخاذ جميع الإجراءات والتدابير اللازمة التي تكفل قدرا من الحماية للمستهلكين.

وطبقا للمادة 119 من القانون رقم 90-09 المتعلق بالولاية الملغى فإنه يمكن للولاية إنشاء مصالح عمومية ولائية مكلفة بحفظ الصحة ومراقبة الجودة قصد تلبية حاجيات مواطنين وتنشأ هذه المصالح بعد مداولة المجلس الشعبي الولائي.[1]

وجاء في المادة 14 من قانون 12-07 أن الوالي مسؤول على المحافظة على النظام والأمن وسلامة والسكينة العمومية.[2]

وفي سبيل تطبيق القرارات التي يصدرها في مجال المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العامة توضع تحت تصرف مصالح الأمن كما يتولى التنسيق بينهما وهذا ما جاء في المادة 118 من قانون 19-07.

ومن صلاحياته أيضا اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك، كسحب المنتوج مؤقتا أو بصفة نهائية أو سحب الرخص بصفة نهائية أو مؤقتة بناءا على رأي أو باقتراح من المصالح الولائية المختصة.[3]

ثانيا: رئيس المجلس الشعبي البلدي

جاء في المادة الأولى من القانون رقم 09/89، المؤرخ في 1990/06/07، المتعلق بالبلدية «**تمثل الجامعات الإقليمية الأساسية و تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي وتحدث بموجب القانون**».[4]

---

[1]- الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في11 أفريل 1990.

[2]- القانون 12-07، المؤرخ في 12 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج ر عدد12، الصادرة في 29 فبراير 2012.

[3]- علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص 64.

[4]- الجريدة الرسمية عدد15، **الصادرة في** 1990/06/11 .

فعلى مستوى البلدية تكلف المادة 69 من القانون 09/89، رئيس المجلس الشعبي البلدي بنشر وتنفيذ القوانين والتنظيمات عبر كامل تراب البلدية وهذا بالسهر على تحقيق النظام والأمن والنظافة العمومية.

لذا فأساس اختصاص رئيس المجلس الشعبي البلدي الذي يسمح له بممارسة دوره في حماية المستهلك يتمثل في سلطة الضبط الإداري التي يتدخل عن طريقها لفرض النظام العام (الأمن العام، الصحة العامة، السكينة العامة).

يمارس رئيس المجلس الشعبي البلدي وظائفه في مجال واسع ويطبق لسلطاته في مجالات مختلفة لضمان صحة المستهلك، هذا ما يفسر توسيع مفهوم النظام العام الذي يسمح بإدماج حماية المستهلك في إطار انشغالات السلطة الإدارية العامة.[1]

وعلى مستوى البلدية يقوم بتنفيذ مداولات المجلس الشعبي البلدي طبقا للمادة 80 من قانون البلدية رقم 10/11 كما يسهر على وضع المصـــالح والمؤسســـات العمومية البلدية وحسن سيرها.[2]

ويسهر على نشر وتنفيذ القوانين على تراب البلدية ومنها القوانين الخاصة بحماية المستهلك وتلك المعروضة للبيع.

وفي إطار تنفيذ هذه الالتزامات يمكن لرئيس البلدية اللجوء إلى استعمال كافة الموارد البشرية والمادية لتحقيق ذلك، قصد منع الإضرار بالمواطنين عامة والمستهلكين خاصة، فيحق له أن يعتمد لممارسة صلاحياته على هيئة الشرطة البلدية طبقا لنص المادة 93 من قانون البلدية 11/10.

وأيضا في إطار مراقبة المواد الغذائية والاستهلاكية المعروضة للبيع التي يمكن أن تشكل خطرا على صحة المستهلك،تم إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات بموجب المرسوم التنفيذي رقم 87-147 المتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات وحسب المادة 2 من هذا المرسوم فإن هذه المكاتب تمارس مهامها تحت سلطة رئيس المجلس الشعبي البلدي وتنشأ بقرار وزاري مشترك بين وزير الداخلية والجماعات المحلية، وزير البيئة، وزير الصحة، وزير المالية، باقتراح من الوالي وتتمثل هذه المكاتب في :

---

[1]- حملاجي جمال، المرجع السابق، ص 61.

[2]- القانون رقم 10/11، المؤرخ في 22 جوان 2011المتعلق بالبلدية ،ج ر عدد 37، الصادرة في 30 جويلية 2011.

• مراقبة نوعية المواد الغذائية والاستهلاكية والمنتوجات المخزونة أو الموزعة على مستوى البلدية.

• مراقبة النوعية البكتيرية للماء المعد للاستهلاك.

• مراقبة نوعية مياه الاستحمام البحرية.

• مراقبة شروط المياه و النفايات الصلبة الحضرية و تصريفها و معالجتها.

تزود هذه الهيئة في بعض الحالات بمستخدمين مختصين لتنفيذ عمليات التطهير وإبادة الحشرات والجرذان ومكافحة الحيوانات الضارة. [1]

الفرع الثالث: دور الجمارك

إن إدارة الجمارك لها دور فعال في حماية المستهلك،لا يقل دورها عن باقي الأجهزة الإدارية الأخرى، فلقد جاء في نص المادة 241 من قانون الجمارك أن«**يمكن لأعوان الجمارك وضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية وأعوان مصلحة الضرائب وأعوان المصلحة لحراس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها**».[2]

الجمارك هي خط الدفاع الأول و أول جهة حكومية تتولى استقبال و معاينة الإرساليات الواردة، فدورها مهم جدا في مكافحة الغش التجاري، فمن خلال فحص المستندات المرفقة للإرساليات مثل شهادة المنشأ التي تثبت على البضاعة وتوضح اسم البلد المنتج سواء بالحفر أو الحياكة أو الطباعة هو اللصق هو الكتابة حسب نوع البضاعة، بإضافة إلى الفواتير وإذن التسليم الذي يوضح فيه نوع البضاعة وعدد الطرود والوزن وميناء التحميل والمستورد الفعلي.

ولا تفسح الجمارك السلع إلا بعد استيفائها شروط فسحها سواء كان الشرط موافقة جهة معينة أو تحليل مخبري في المختبرات الخاصة بالجودة و النوعية وكذلك المواصفات والمقاييس مما يساعد على التعرف على البضائع المغشوشة التي يصعب في معظم الحالات كشفها بالمعاينة الظاهرية أو بإرفاق شهادات معتمدة من قبل هيئة المواصفات و المقاييس.[3]

---

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 87–147، المؤرخ في 30 جوان 1987، يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، ج ر عدد 87، الصادرة في1 جويلية 1987

[2]– القانون 98–10، المؤرخ في 10 أوت 1998 يعدل ويتمم القانون رقم 79–07، المؤرخ في 21 يوليو 1979، المتضمن قانون الجمارك، ج ر عدد 61، الصادرة في 23 أوت 1998.

[3]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 114.

كما تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها نسب الرسوم الجمركية حتى لا تزيد من أسعار السلع في الأسواق، ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا فقد اقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية.[1]

وإدارة الجمارك تقوم بدور الرقابة على كامل مجال المحيط الجمركي المتمثل في إقليم الدولة بما فيها المياه الداخلية والإقليمية والمنطقة المتاخمة والفضاء الجوي الذي يعلوها، كما يطبق التشريع و التنظيم الجمركيان على جميع البضائع المستوردة من الخارج او المصدرة، ويشمل أيضا البضائع ذات المنشأ الجزائري الموضوعة تحت نظام جمركي موفقا للحقوق الداخلية للاستهلاك وبذلك فهي تقوم بحماية المستهلك، وفي سبيل تحقيق هذه الغاية تقوم إدارة الجمارك عن طريق مختلف مصالحها بمهمة المراقبة والتي تعني جميع التدابير المتخذة لضمان مراعاة القوانين والأنظمة السارية التي بتطبيقها، كما تقوم بعملية الفحص وهي جميع التدابير القانونية والتنظيمية التي تتخذها للتأكد من صحة التصريح المفصل وصحة وثائق الإثبات ومطابقة البضائع للبيانات الواردة في التصريح والوثائق.[2]

كما أن المنتوجات التي يتم استيرادها و تشكل خطرا على صحة المستهلك فإنها تعتبر من قبيل الممارسات غير المشروعة وتخضع للحجز ويتم إتلافها وفقا للنصوص التنظيمية الخاصة بها.[3]

ويجب مراعاة عند استيراد المنتوجات توافر المقاييس والمواصفات القانونية الجزائرية والدولية، وتدعيما لحماية المستهلك وضع جهاز خاص لرقابتها وإخضاعها للتحاليل المخبرية قبل جمركتها، حتى يتم التأكد من أن المنتوج يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك وانه مطابق لشروط تداوله ونقله وخزنه، أما إذا كانت الفحوصات العامة والمعمقة سلبية فيسلم للمستورد مقرر رفض دخول المنتوج إلى الجزائر ويتم تحويل هذا المنتوج من الحدود الجزائرية على مسؤولية وتكاليف المستورد.[4]

---

[1]– زوبير ارزقي، المرجع السابق، ص172.

[2]– انظر المواد 1، 4، 5 من قانون الجمارك.

[3]– انظر المادة 08 مكرر من قانون الجمارك.

[4]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص116.

لذا تقوم إدارة الجمارك في سبيل حماية المستهلك بكافة إجراءات المعاينة والتفتيش والإفصاح عن جميع البضائع المستوردة إلى الجزائر والمصدرة منها،وبناءا على ذلك فهي تتولى تحميل الضريبة الجمركية وتنفيذ القرارات الصادرة من الجهات الحكومية المقترحة بشأن المنع والقيد المتعلقة بالمواد والسلع الخطرة المحظورة دخولها إلى البلاد وضبط الجرائم والمخالفات.

وأيضا تقوم إدارة الجمارك بتدخل من أجل حماية العلامات ومنشأ المنتوجات عن طريق تطبيق القواعد المرتبطة بحماية الملكية الصناعية مع حجز سلع المقلدة، وتضمن كذلك تطابق المنتوجات المستوردة والمصدرة لمعايير الأمن المنصوص عليها في التشريعات الدولية.

وكذلك تقوم بحماية الصحة العمومية عن طريق مكافحة تهريب المخدرات ومراقبة عمليات استيراد المنتوجات الصيدلانية، وكذا المنتوجات الحيوانية والنباتية.

• حماية الأمن العمومي عن طريق مراقبة الموانئ ومحاربة تهريب الأسلحة.

• حماية التراث الفني والثقافي والمحافظة على الآثار الوطنية عن طريق مراقبة خاصة لحركة صادرات الآثار الفنية.

•حماية بعض الأنشطة الاقتصادية من المنافسة الأجنبية بصفة مؤقتة.[1]

كما تقوم إدارة الجمارك بعمليات الفحص وهي جميع التدابير القانونية والتنظيمية التي تتخذها للتأكد من صحة التصريح المفضل وصحة وثائق الإثبات ومطابقة البضائع للبيانات الواردة في التصريح والوثائق ويجب على كل مستورد أو مصدر إحضار كل بضاعة مستوردة أو أعيد استيرادها أو المعدة لتصدير أو لإعادة التصدير أمام مكتب الجمارك المختص قصد إخضاعها للمراقبة.[2]

[1]– زايد مراد، **دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق**، (رسالة دكتوراه)، جامعة يوسف بن خدة، 2005/ 2006، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، ص 275.

[2]– انظر المواد 4، 5 من قانون الجمارك.

المطلب الثاني: الإدارات ذات الصلة بحماية المنافسة

حماية للمنافسة الحرة وترقيتها وبغية تنظيم السير العادي للسوق ومحاربة كل الممارسات التي من شأنها عرقلة المنافسة قام المشرع الجزائري بإنشاء هيئة تسهر على حماية المنافسة وتطبق قانون المنافسة وهى تسمى مجلس المنافسة.

لذا سنتناول في هذا المطلب مفهوم مجلس المنافسة **(الفرع الأول)**، خصائصه **(الفرع الثاني)**، صلاحيته **(الفرع الثالث)**.

الفرع الأول: مجلس المنافسة

لقد جاء في نص المادة 23 من القانون 03/03 السالف الذكر أنه «**تنشأ لدى رئيس الحكومة سلطة إدارية تدعى في صلب النص:**

"**مجلس المنافسة**" **تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة الجزائر**».

لذا يعتبر مجلس قانون المنافسة، وقد بين القانون 03/03 أيضا تشكيلة مجلس المنافسة وكيفية سير أشغاله،سنتطرق إليها كما يلي:

أولا: تشكيلة مجلس المنافسة: يتكون مجلس المنافسة من 9 أعضاء يمارسون وظائفهم بصفة دائمة،عضوان منهم شغلا أو ما يزالا يشغلان منصب قاض أو مستشار في مجلس الدولة أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة، أما بقية الأعضاء فإنهم يختارون من الشخصيات المعروفة بكفاءتها القانونية أو الاقتصادية على أن يتم اقتراح هؤلاء الأعضاء من قبل وزير الداخلية.

يعين أعضاء مجلس المنافسة بما فيهم الرئيس ونائبه بموجب مرسوم رئاسي لمدة 5 سنوات قابلة للتجديد وتنتهي مهامها بنفس الشكل.

يعين بالطرقة نفسها الأمين العام والمقررون بموجب مرسوم رئاسي كما يعين أيضا وزير المكلف بالتجارة بموجب قرار مماثلا له، وممثلا إضافي لدى مجلس المنافسة.[1]

ثانيا: أما بالنسبة لطريقة سير أشغاله فهي كالتالي:

يشرف رئيس مجلس المنافسة أو نائبه الذي يخلفه في حالة حدوث مانع له على أشغال المجلس ويشارك إلى جانب أعضاء مجلس المنافسة كل من الأمين العام والمقررون وكذا ممثل وزير التجارة في أعمال المجلس دون أن يكون لهم الحق في التصويت.

[1]– انظر المواد 25، 26، 27 من القانون 03/03.

تتخذ قرارات مجلس المنافسة بأغلبية البسيطة وفي حالة تساوي الأصوات يربع صوت الرئيس، ولا يمكن لأي عضو في المجلس أن يشارك في ما دولة تتعلق بقضية له فيها مصلحة أو يكون له بين أحد أطرافها صلة قرابة إلى درجة الرابعة أو يكون قد مثل أو يمثل أحد الأطراف المعنية.

ويرجع مجلس المنافسة تقريرا سنويا عن نشاطه إلى الهيئة التشريعية وإلى رئيس الحكومة أيضا إلى الوزير المكلف بالتجارة، يعلن التقرير بعد شهر من تبليغه إلى هذه السلطات وينشر في الجريدة الرسمية وكذا في وسائل الإعلام الأخرى سواء بكامله أو مستخرج منه فقط.[1]

الفرع الثاني: خصائص مجلس المنافسة

يستشف من نص المادة 23 السالفة الذكر أن للمجلس المنافسة خاصتين هما أنه: سلطة ذات طابع إداري وسلطة مستقلة.

أولا: سلطة ذات طابع إداري:

ويمكن إثبات هذا الطابع من خلال مايلي:

1/ **من حيث المهام الموكلة كمجلس المنافسة:** تعتبر الأعمال التي يقوم بها من أجل السهر على تطبيق قواعد المنافسة في السوق والعمل التي تتخذ في شكل قرارات إدارية إلزامية بمثابة أعمال إدارية كانت من اختصاص وزير التجارة، كما أن ميزانية مجلس المنافسة تسجل ضمن ميزانية وزارة التجارة وتخضع للقواعد العامة للتسيير وهذا ما يؤكد بأن مجلس المنافسة هو سلطة ذات طابع إداري.

2/ **من حيث خضوع قراراته لرقابة القضاء الإداري:**

رغم أن معيار تحديد الجهة القضائية المختصة في النظر في الطعون هذا قرارات السلطات الإدارية المستقلة يعتبر معيار محدد للطبيعة الإدارية، هذا ما أقره مجلس الدولة الفرنسي إلا إذا أن مجلس المنافسة يشكل طابعا استثنائي مقارنة بتلك الممارسات على قرارات سلطات الضبط القضائية كونها لا تخضع جميع لرقابة القضاء الإداري، إذ يتم الطعن في قرارات المجلس الصادرة بشأن قمع الممارسات المقيدة للمنافسة أمام القضاء العادي (مجلس قضاء الجزائر) ومع ذلك فهذا لا ينفي طابعه الإداري المكرس قانونا كما أشرنا إليه سابقا.[2]

ثانيا: سلطة مستقلة:

---

[1]– انظر المواد 27، 28، 29 من القانون رقم 03/03.

[2]– خمايلية سمير، المرجع السابق، ص 25.

تتأكد صفة استقلالية مجلس المنافسة من خلال معيارين: معيار عضوي ومعيار وضيفي

1/ المعيار العضوي:

وهو يشتمل على التشكيلة الجماعية للمجلس وطريقة تعين أعضائه ومدة تعينهم.

أ/التشكيلة الجماعية للمجلس:

يتكون مجلس المنافسة من 9 أعضاء في ظل الأمر 03/03، بينما كان يتكون في ظل الأمر 55.06 من 12 عضو، وما يلاحظ على تشكيلة المجلس التنوع والثراء وهذا من شأنه أن يدعم استقلالية المجلس ويؤدي إلى شفافية أشغاله فإذا كان أعضاء المجلس ينتمون إلى قطاع واحد سيؤدي الأمر إلى المساس بحياد المجلس والتأثير سلبا على استقلالية التي تمنع بها مجلس المنافسة.[1]

ب/ طريقة التعيين:

تنص المادة 25 من القانون 03/03 على أنه«**يعين رئيس المجلس ونائب الرئيس و الأعضاء الآخرون بموجب مرسوم رئاسي...**»، لذا تعتبر سلطة رئيس الجمهورية في تعيين أعضاء مجلس المنافسة بما فيهم رئيس المجلس ونائبه مظهر من المظاهر الأساسية المدعمة للاستقلالية العضوية للمجلس.

ج/ مدة التعيين:

تبرز الاستقلالية العضوية للمجلس اتجاه السلطة التنفيذية أيضا مدة تعيين أعضاءه، فطبقا للمادة 25 من القانون 03/03 «**يعين أعضاء مجلس المنافسة لعهدة تصل مدتها 5 سنوات قابلة للتجديد**»

إن تحديد مدة تعيين أعضاء مجلس المنافسة قانونا يعد بمثابة مؤشر يجسد استقلالية المجلس، حيث أنه لو تم النص على تعيين الأعضاء لمدة غير محددة لا يمكن الحديث عن الاستقلالية.[2]

2/ المعيار الوظيفي:

جاء في المادة 1/34 من قانون 03/03 «**يتمتع مجلس المنافسة بسلطة اتخاذ القرار والاقتراح وإبداء الرأي بمبادرة منه أو كلما طلب منه دلك في أية مسألة أو أي عمل أو تدبير**

[1]– خمايلية سمير، المرجع السابق، ص 29.

[2]– كحال سلمى، المرجع السابق، ص 40.

من شأنه ضمان السير الحسن للمنافسة وتشجيعها في المناطق الجغرافية أو قطاعات النشاط التي تنعدم فيها المنافسة أو تكون غير متطورة بما فيه الكفاية».

هذه المادة تأكد على استقلالية مجلس المنافسة، لأن هذه الاستقلالية ليست مطلقة فلقد مكن المشرع الحكومة من ممارسة بعض النفوذ على مجلس المنافسة.

الفرع الثالث: صلاحيات مجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات واسعة تمكنه من تنظيم الممارسات وتصرفات الأعوان الاقتصاديين وأهم هذه الصلاحيات، الصلاحيات الاستشارية والصلاحيات التنازعية.

أولا: الصلاحيات الاستشارية:

تأتي صلاحيات المجلس الاستشارية بالموازاة مع انتهاج الجزائر لنظام اقتصاد السوق وتكريس مبدأ المنافسة الحرة بين المتعاملين الاقتصاديين، هؤلاء الذين يجدون أنفسهم أمام محيط اقتصادي فني يجهلون الكثير من الجوانب التنظيمية والتشريعية التي تحكمه ومما يدفعهم إلى طلب الاستشارة في كل ما يخص المنافسة.[1]

كما نص المشرع الجزائري على نوعين من الاستشارات المقدمة إلى المجلس:

الاستشارات الاختيارية والاستشارات الإلزامية.

1/ الاستشارات الاختيارية :

يقصد بها أن للشخص مطلق الحرية في القيام بطلب هذه الاستشارة أو الامتناع عنها ولقد ذكر المشرع الجزائري على هذه الاستشارة في المواد 35و38 من قانون 03/09، حيث تشير المادة 35 على مايلي «**يبدي مجلس المنافسة رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة إذا طلبت الحكومة منه ذلك ويبدي كل اقتراح في مجالات المنافسة، ويمكن أن تستشيره أيضا في المواضيع نفسها الجماعات المحلية والمؤسسات المالية والجمعيات المهنية والنقابية وكذا جمعيات المستهلكين**».

وجاء في المادة 38 «**يمكن أن تطلب الجهات القضائية رأي مجلس المنافسة فيما يخص معالجة القضايا المتصلة بممارسات المقيدة للمنافسة كما هو محدد بموجب هذه الأمر، ولا يبدي رأي إلا بعد إجراءات الاستعمال الحضوري إلا إذا كان المجلس قد درس القضية المعنية**».

[1]– قابة صورية، **مجلس المنافسة**،(رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2003، ص 115.

يظهر لنا من خلال هذه المواد أن المشرع الجزائري قد حدد الأطراف التي بإمكانها استشارة مجلس المنافسة والمتمثلة في الحكومة والمؤسسات والهيئات والجمعيات المختلفة وكذا الجهات القضائية.

ا/**الاستشارة من طرف الحكومة**

جاء في المادة 36 من الأمر 03/03 انه «**يستشار مجلس المنافسة في كل مشروع تنظيمي له صلة بالمنافسة أو يدرج تدابير من شانها لا سيما:**

إخضاع ممارسة مهنية ما أو نشاط ما، أو دخول سوق ما إلى قيود من ناحية الكم.

وضع رسوم حصرية في بعض المناطق أو النشاطات.

فرض شروط خاصة لممارسة نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات.

تحديد ممارسة موحدة في ميدان شروط البيع ».

يتضح لنا من خلال هذه المادة إن الحكومة تستشير المجلس حول كل المسائل المتعلقة بالمنافسة وخصوصا في مجال الأسعار.

والملاحظ ان الاستشارة في النصوص التنظيمية كانت ملزمة في إطار الأمر 06/95 (الملغى) حيث نصت المادة 20 منه على «**يستشار مجلس المنافسة وجوبا حول كل مشروع نص تنظيمي له ارتباط بالمنافسة** » و هذا خلافا اللامر 03/03 المعدل و المتمم بالقانون 12/08، حيث تم حذف عبارة "**وجوبا**" من نص المادة 30.

وينبغي الإشارة إلى أن الحكومة بعد الحصول على رأي المجلس حول المسالة التي تم الاستشارة حولها تبقى حرة في إدخال تعديلات على المشروعة و ذلك دون إخطار جديد.

ب/**الاستشارة من طرف المؤسسات و الجمعيات المختلفة**

نصت المادة 2/35 من القانون 03/03 على أشخاص وجهات أخرى التي خولها المشرع إمكانية و حرية استشارة مجلس التنافس وهي:

الجماعات المحلية: وتشمل كل من البلديات و الولايات على مستوى الوطن.

الهيئات الاقتصادية و المالية: تشمل الهيئات المختلفة التي تنشط في المجال الاقتصادي والمالي مثل البنوك التجارية و المؤسسات المالية، شركات التامين، المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي وكذا هيئات الضبط الاقتصادي والمالي.

المؤسسات: يقصد بها بمفهوم المادة 03 من القانون 03/03 المعدلة بموجب القانون 12/08 تنص على انه «**المؤسسة: كل شخص طبيعي أو معنوي أي كانت طبيعته يمارس بصفة دائمة نشاطات الإنتاج أو التوزيع أو الخدمات أو الاستيراد** ».

الجمعيات: وتتمثل في الجمعيات المهنية، الجمعيات النقابية، جمعيات حماية المستهلك.[1]

وبمنح مثل هاته الهيئات والمؤسسات والجمعيات إمكانية استشارة المجلس، تتضح علاقة التعاون القائمة فيما بين هؤلاء كناشطين في الحياة الاقتصادية المالية والاجتماعية، وبين مجلس المنافسة كسلطة مختصة في مجال ضبط المنافسة، غير انه كان من الأجدر على المشرع أن يزيل علاقة الوسيط التي تمارسها الهيئات أمام المجلس خاصة منها جمعيات حماية المستهلك التي تعمل على إيصال استفسارات المستهلك حول المسائل المتعلقة بالمنافسة إلى المجلس وإفساح المجال أمامه في اللجوء بنفسه إلى المجلس دون وساطة.[2]

ج/الجهات القضائية: خولت المادة 1/38 السالفة الذكر إمكانية استشارة مجلس المنافسة من طرف الهيئات القضائية حول القضايا المرفوعة أمامها والمتكلفة موضوعها بالممارسات المقيدة، وهذا الحق مقرر للجهات القضائية ونتيجة لذلك لا يمكن لمجلس المنافسة أن يقوم بذلك تلقائيا أي انه لا يستطيع التدخل من تلقاء نفسه أمام هذه الأحداث لإعطاء رأيه واتخاذ موقف إزاء القضية المعروضة عليه.[3]

وفي هذا الصدد نجد المادة 48 من القانون 03/03 تنص على «**يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضررا من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهات القضائية المختصة طبقا للتشريع المعمول** ».

لذا فالجهات القضائية يمكن أن تطلب رأي مجلس المنافسة في مثل هذه القضايا.

2/ الاستشارة الإلزامية :

تكون استشارة المجلس وجوبا في الحالتين:

ا/ في حالة خروج الدولة عن مبدأ حرية الأسعار،حيث جاء في المادة 4 من القانون 03/03 على أنه «**تحدد بصفة حرة أسعار السلع والخدمات اعتمادا على قواعد المنافسة**» إلا

[1]– خمايلية سمير، المرجع السابق، ص 38.

[2]– كحال سلمى، المرجع السابق، ص53.

[3]– خمايلية سمير، المرجع نفسه، ص38.

أنه قد جاء استثناء على هذا المبدأ في المادة 5 «**يمكن تقيين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة.**

كما يمكن اتخاذ تدابير استثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديد الأسعار في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطراب خطير للسوق أو كارثة، أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالة الاحتكارات الطبيعية.

تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة (6) أشهر بعد اخذ رأي مجلس المنافسة ».

يتضح جليا من هاته المادة، أن الدولة ملزمة في حالة تقييدها لمبدأ حرية الأسعار السلع والخدمات استشارة مجلس المنافسة في حالتين هما:

1/**حالة تحديد أسعار السلع والخدمات ذات الطابع الاستراتيجي:**

تعتبر الدولة السلطة الوحيدة المخولة لتحديد الأسعار لكن يجب عليها استشارة المجلس في هذا الخصوص.

2/**حالة اتخاذ تدابير استثنائية:**

كما رأينا في المادة 5 إن الدولة تستشير المجلس في حالة الحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها إذا ارتفعت بشكل كبيرو التي يكون السبب وراءها:

اضطراب خطير في السوق.

- كارثة قد تكون طبيعية أو اقتصادية.
- صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط أو منطقة جغرافية معينة.
- وجود حالة احتكار في السوق.

ب/ **في حالة التجمعات الاقتصادية:**

تكون الاستشارة وجوبيه هذا ما نصت عليه المادة 17 من قانون 03/03 «**كل تجميع من شأنه المساس بالمنافسة ولاسيما بتعزيز وضعية هيمنة مؤسسة على سوق ما يجب أن يقدمه أصحابه إلى مجلس المنافسة الذي يبث فيه اجل 3 أشهر**».

ثانيا: الصلاحيات التنازعية: يقصد بها الصلاحيات التي تمكن مجلس المنافسة من قمع الممارسات تمس بالسير العادي للسوق والمنافسة،وهذه الممارسات تتخذ عدة أشكال، أهمها الاتفاقيات المقيدة للمنافسة والممارسات التعسفية التي تقوم بها المؤسسات التي سبق وأن تحدثنا عنها.

المبحث الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك

نظرا لعدم مقدرة المستهلك عن الدفاع على حقوقه بمفرده وهذا بالرغم من تدخل الدولة في سن القوانين لحماية المستهلك وإنشاء أجهزة لمراقبة الجودة وقمع الغش،إلا أن تلك التصرفات لم يتم مكافحتها فحماية المستهلك بقيت غير كافية، فأدرك المستهلك أنه بإمكانه مساعدة الدولة في مراقبة تطبيق القوانين الخاصة بحماية المستهلك وذلك من خلال إنشاء جمعيات لحماية المستهلك.[1]

وهذا ما سنتناوله في المطلب الأول، أما المطلب الثاني فسنتحدث عن دور القضاء في حماية المستهلك باعتبارها السلطة المخولة بتوقيع العقاب على الممارسات المخالفة للقوانين.

[1]– عبد النور بوتوشنت،"دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك"، **مجلة العلوم القانونية**، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عدد 12، 2008، ص120 .

المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك

تعد الجمعيات من أبرز المؤسسات التي تنشط المجتمع المدني والتي تعتبر من بين حقوق الإنسان العامة، لذا قام المشرع الجزائري من خلال قانون 90-31 بمنح المستهلكين إنشاء جمعيات لحماية أنفسهم بصفة رسمية، حيث تم الاعتراف لها بالمنفعة العامة وكذا تمتعها بالشخصية المعنوية والأصلية بمجرد تأسيسها.[1]

لذا سنتناول في هذا المطلب :

مفهوم الجمعيات **(الفرع الأول)**، ودور الجمعيات توفير الحماية للمستهلك **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: مفهوم الجمعيات

لقد عرفت المادة 2 من قانون 90-31 المتعلق بالجمعيات (الملغى) أن الجمعية هي اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدي لغرض مربح.

كما يشتركون في تسخير معارفهم لمدة محددة أو غير محددة من أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والرياضي على الخصوص.

أما في القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات فقد عرفها بأنها «**تجمع أشخاص يتفقون لمدة محددة أو غير محددة على جعل معارفهم وأعمالهم المشتركة فيما بينهم قصد تحقيق هدف معين لا يدر ربحا ويخضع هذا الاتفاق لأحكام القانون وكذا القوانين و الأنظم الجاري العمل بها وكذلك قانونها الأساسي النموذجي المحدد عن طريق التنظيم ويجب أن يعين هدف الجمعية دون غموض يكون إسهام مطابق لها**».[2]

أما في القانون رقم 03/09 فقد عرفة الجمعية في المادة 21 «**كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسسيه وتوجيهه وتمثيله**».

لذا فإن هذه الجمعيات تهدف إلى إسناد المستهلك وحمايته من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها.

وتخضع الجمعية في تأسيسها إلى عدة شروط.

---

[1]- القانون رقم 90-13، المؤرخ في 4 ديسمبر 1990، يتعلق بالجمعيات، ج ر عدد 53، الصادرة بتاريخ 1990/12/5.

[2]- القانون رقم 12-06، المؤرخ في 2012/01/12، المتعلق بالجمعيات،ج ر عدد 2، الصادرة بتاريخ 2012/01/15.

أولا: بالنسبة للشروط المتعلقة بالأشخاص يجب أن يكونوا:

•بالغين 18 سنة ما فوق ومن جنسية جزائرية، متمتعين بحقوقهم المدنية والسياسية وأيضا غير محكوم عليهم بجناية أو أجنحة تتنافى مع مجال نشاط الجمعية ولم يرد اعتبارهم بالنسبة للأعضاء المسيرين.

•بالنسبة للأشخاص المعنويين الخاضعين للقانون الخاص يجب أن يكونوا مؤسسين طبقا للقانون الجزائري وناشطين عند تأسيس الجمعية، غير ممنوعين من ممارسة نشاطهم ومن أجل تأسيس جمعية تمثل الشخصية المعنوية من طرف شخص طبيعي يفوض خصيصا لهذا الغرض.

وتؤسس الجمعيات بحرية من قبل أعضائها المؤسسين ويجمع هؤلاء في جمعية تأسيسية تثبت بموجب محضر اجتماع يحرره محضر قضائي.

وتصادق الجمعية العامة التأسيسية على القانون الأساسي للجمعية وتعين مسؤولي هيئاتها التنفيذية.

ويكون عدد الأعضاء المؤسسين كالأتي:

• عشرة (10) أعضاء بالنسبة للجمعيات البلدية، وخمسة عشر عضوا(15)عضوا بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل، وواحد وعشرين(21)عضوا بالنسبة للجمعيات مابين الولايات منبثقين على(3) ولايات على الأقل.

وخمسة وعشرين(25) عضوا بالنسبة للجمعيات الوطنية

منبثقين عن اثني عشرة(12) ولاية على الأقل.

ثانيا: بالنسبة لشروط الجمعية:

يخضع تأسيس الجمعية إلى تصريح تأسيسي وإلى التسليم وصل تسجيل يودع التصريح التأسيسي لدى:

• المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.

• الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية.

• الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو مابين الولايات.

يودع التصريح مرفقا بكل الوثائق التأسيسية من طرف الهيئة التنفيذية للجمعية ممثلة في شخص رئيس الجمعية أو ممثله المؤهل قانونا مقابل وصل إيداع تسلمه وجوبا الإدارة المعنية مباشرة بعد تدقيق حضوري لوثائق الملف.

يمنح للإدارة ابتداء من تاريخ إيداع التصريح، اجل أقصى لإجراء دراسة مطابقة لأحكام هذا القانون.

كما يتعين على الإدارة خلال هذا الأجل أو عند انقضائه على أقصى تقدير، أما تسليم الجمعية وصل تسجيل ذي قيمة اعتماد أو اتخاذ قرار بالرفض.[1]

وتتمتع جمعيات حماية المستهلك كغيرها من الجمعيات بحقوق وواجبات نص عليها المشرع في الفصل الثاني من قانون 06/12 نذكر منها مايلي:

أولا: بالنسبة لحقوق الجمعية:

يحق لا عضو في الجمعية المشاركة في هيئاتها التنفيذية في إطار قانونها الأساسي وأحكام هذا القانون.

يمنع أي شخص معنوي أو طبيعي، أجنبي عن الجمعية، من التدخل في سيرها.

تكتسب الجمعية المعتمدة الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها ويمكنها حينئذ القيام بمايلي :

- التصرف لدى الغير و لدى الإدارات العمومية.
- التقاضي والقيام بكل الإجراءات إمام الجهات القضائية المختصة، بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو الجماعية لأعضائها.
- إبرام العقود أو الاتفاقيات التي لها علاقة مع هدفها.
- القيام بكل نشاط شراكة مع السلطات العمومية له علاقة مع هدفها.
- اقتناء الأملاك المنقولة أو المقاربة مجانا أو بالمقابل لممارسة أنشطتها كما ينص عليه قانونها الأساسي.
- الحصول على الهبات والوصايا طبقا للتشريع المعمول به.
- كما يمكن للجمعيات المعتمدة أن تنخرط في جمعيات أجنبية تنشد الأهداف نفسها أو أهداف مماثلة في ظل احترام القيم و الثوابت الوطنية والأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها.[2]

ثانيا: بالنسبة للواجبات:

[1]- انظر المواد من 4الى8 من قانون 12-06.

[2]- انظر المواد 22،17،16،14 من القانون 06/12 .

• يجب إلا تتلقى الجمعيات أية إعانات أو هبات أو وصايا مهما يكن شكلها من أحزاب سياسة أخرى ولا يجوز لها أن تساهم في تمويليها.

•يجب على الجمعيات أن تبلغ السلطات العمومية المختصة عند عقد جمعياتها العامة بالتعديلات التي تدخل على قانونها الأساسي والتغيرات التي تطرأ على هيئاتها التنفيذية خلال 30 يوما الموالية للمصادقة على القرارات المتخذة.

• يجب على الجمعية تقديم نسخ من محاضر اجتماعاتها وتقاريرها الأدبية و المالية السنوية إلى السلطة العمومية المختصة اثر انعقاد جمعية عامة عادية أو استثنائية، خلال 30 يوما الموالية للمصادقة عليه.

•يجب على الجمعية إن تكتتب تأمينا لضمان الأخطار المالية المرتبطة بمسؤوليتها المدنية.[1]

الفرع الثاني: الدور الوقائي والردعي للجمعيات

يمكن تقسيم دور الجمعيات في حماية المستهلك إلى دورين دور وقائي ودور دفاعي.

أولا: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك:

وهو الإجراء الذي تقوم به جمعيات المستهلك قبل حدوث الضرر ويتم عن طريق التحسيس والإعلام، وأيضا عن طريق مراقبة الجودة والأسعار.

1/ دور جمعيات حماية المستهلك في التحسيس والإعلام:

تقوم جمعيات حماية المستهلك بأعداد برامج تعليمية وتربوية خاصة بالثقافة الاستهلاكية بهدف توعية المستهلك من الأضرار التي تنجم عن المنتجات غير المطابقة لمواصفاتها المقررة كما أنها تقوم بإعداد برامج إعلانية وإذاعية معدة للبث أو للنشر عبر وسائل الإعلام وتقوم بتقديم الاستشارات التي من شأنها حماية حقوق المستهلك وتعزيزها بإصدار مجلات ونشرات ومطبوعات حول القوانين والغش، كما أنها تقوم بجمع ونشر المعلومات والتحاليل و الإختبارات المتعلقة بالسلع والخدمات.[2]

وهذا ما نصت عليه المادة 24 من القانون 06/12 «**يمكن للجمعية في إطار التشريع المعمول به القيام بما يأتي:**

[1]– انظر المواد 13، 18، 19، 21 من القانون 06/12.

[2]– علي محمد جعفر، **المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية وحماية المستهلك**، الطبقة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009، ص 77.

تنظيم أيام دراسية وملتقيات وندوات وكل اللقاءات المرتبطة بنشاطها، إصدار ونشر نشريات ومجلات ووثائق إعلامية ومطويات لها علاقة بهدفها في ظل احترام الدستور والقيم والثوابت الوطنية والقوانين المعمول بها ».

كما أنها تتلقى الشكاوي عبر الخط العائد للجمعية وإحالتها إلى الوزارات المعنية.[1]

ولا يقتصر دور مهام جمعيات حماية المستهلكين على تحسيس المواطنين وأصحاب القرار حول مخاطر الاستهلاك بحضور ممثلي الجمعيات في الهيئات الاستشارية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، وهو مايسمح لهم بالتعبير عن أهدافها وتشجيع الحوار والتشاور مع السلطات، وبالعضوية في المجلس الوطني للتقييس و التمثيل في المجلس الجزائري لاعتماد أجهزة تقييم المطابقة، وذلك يعتبر شكلا أخر لمشاركة الجمعيات.[2]

2/ دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة:

إن جمعيات حماية المستهلك ليس من مهامها تحديد الأسعار ولا هي تمتلك السعة التي تخول لها ذلك، ولكن لا تغالي إن قلنا أنها قادرة على التأثير في اتجاهات الأسعار بشكل غير مباشر،من خلال تشكيل رأي عام ضاغط على محتكري السلع والخدمات عبر وسائل الضغط المختلفة.[3]

ثانيا: الدور الدفاعي لجمعيات حماية المستهلك:

تقوم بالدفاع عن المستهلك في حالة وقوع الضرر الذي يمس بصحته أو ماله وهي تقوم بذلك بعدة طرق منها الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية، ولقد اعترف المشرع الجزائري لجمعيات حماية المستهلك بحق الدفاع عن مصالح المستهلك أمام الجهات القضائية من خلال المادة 23 من القانون 03/09 التي تنص على«**عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني».**

---

[1]– وجدي الحركه، حماية المستهلك بين دور الجمعيات و دور الدولة، موقع الاتحاد العربي للمستهلك، 2010/12/19، [المؤتمر الثاني عشر للاتحاد العربي للمستهلك http://www.conumersarab.org/]، (اطلع عليه في: 2016/04/15).

[2]– علي بولحية بن بو خميس، المرجع السابق، ص 67 .

[3]– بختة داندان، "**دور جمعيات لحماية المستهلك،مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول"حماية المستهلك تشريعات ودفاع**"، بالمركز الجامعي طاهر مولاي، بسعيدة، يومي 22–23 أبريل، 2008، ص 4.

وأيضا الدفاع عن مصالح المستهلكين عن طريق المقاطعة وهي نوع أنواع التوعية والتحسين بعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها أو عدم جودتها.[1]

ويحق لهذه الجمعيات إن تطلب من المستهلكين مقاطعة منتوج أو خدمة وهذا إذا سبب المنتوج العروض للاستهلاك ضرر، لذلك تعتبر سلاحا فتاكا للتأثير على المهنيين لكي يحترموا الحقوق الشرعية للمستهلكين.

وأيضا يمكن للجمعية أن تدافع عن المستهلك عن طريق الدعاية المقابلة أو المضادة وهو يتم عن طريق نشر انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق باستعمال نفس الوسائل المستعملة في الإعلام.[2]

بإضافة إلى دور الجمعيات في التحسيس والإعلام، والتوعية وتمثيل المستهلك والدفاع عن مصالحه، يحق لها القيام بأي تصرفات يمكن أن يقوم به المستهلك نفسه مثال:

إن تقوم بدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها و مسؤوليتها وعلى هذا الأساس يمكننا تفعيل الرقابة القضائية وذلك من خلال ممارستها حق البحث والتحري حول المستهلك في بعض المنتوجات كعدم توفر المقاييس والمواصفات القانونية والتنظيمية للمنتوج، وفي القانون الفرنسي تملك الجمعيات الصفة للالتجاء إلى المحاكم المدنية لإصدار أوامر بإلغاء الشروط التعسفية مع تدعيم الأمر بصدور غرامة تهديديه.[3]

---

[1]– ليلى بن عنتر،"جمعيات حماية المستهلك موجودة أو تحتاج إلى وجود"، **المجلة الاكادمية للبحث القانوني**، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، عدد 2، 2010، ص 184.

[2]– السيد محمد السيد عمران، **حماية المستهلك أثناء تكوين العقد–دراسة مقارنة–**، الطبعة الأولى، منشأة المعارف، الاسكندرية، 1986، ص 159.

[3]– قادة شهيدة، المرجع السابق، ص 276.

المطلب الثاني: دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك

إن الإدارة عندما تتدخل بموجب التدابير التحفظية أو الوقائية فإنها تمارس سلطتها في القمع متى كان الهدف منها درأ الخطر الذي قد يشكل مساسا بالمستهلك، وعلى الرغم من السلطات التي تتمتع بها الإدارة لإيقاف بعض الممارسات التي قد تجاوزت يرتكبها المحترف، إلا أنها لا تتمكن من تحقيق وقاية كافية وفعالة لتجسيد الحماية المرجوة للمستهلكين من مخاطر المنتوجات والخدمات كما أنها لا تتمتع بسلطة توقيع الجزاء المادي الملموس على المحترف، لذا السلطة القضائية هي السلطة الوحيدة التي لها صلاحيات متابعة وقمع المخالفون متى شكلت سلوكياتهم ممارسة تنتمي إلى نوع الجرائم المعاقب عليها جنائيا.[1]

لذا سنتناول في هذا المطلب بعض الهيئات القضائية التي تساهم في حماية المستهلك، في **الفرع الأول** دور النيابة العامة، وفي **الفرع الثاني** دور المحكمة في حماية المستهلك.

الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك

تباشر النيابة العامة لسلطتها في متابعة المحترف عند مساسه بالمستهلك عن طريق الدعوى العمومية، وتعرف هذه الأخيرة بأنها الطلب الموجه من الدولة بواسطة جهازها المختص (النيابة العامة)إلى المحكمة تجاه المتهم الذي ارتكب جريمة ضد أفراد المجتمع، والقاعدة العامة في القانوني الجزائي هي أنه لا عقوبة بغير دعوى وإجراءات جزائية،فلابد من رفع هذه الدعوى أمام القضاء للوصول إلى معاقبة الجاني.[2]

ولقد جاء في المادة الأولى من قانون الإجراءات الجزائية أنه «**الدعوى العمومية لتطبيق العقوبات يحركها رجال القضاء أو الموظفون المعهود إليهم بها بمقتضى القانون**»

ويقصد بالتحريك هنا بداية السير في الدعوى أو بداية تسيرها وتقديمها للمحكمة الجزائية المختصة للحكم فيها،فالتحريك هو المرحلة الأولى من الإجراءات في الدعوى العمومية الذي يقوم بها ممثل النيابة العامة.

وتظم النيابة العامة في هيكلها مجموعة أعضاء ولكل عضو اختصاصات محددة استنادا إلى القواعد المنظمة لهرم القضاء الجنائي وهم: وكيل الجمهورية والنائب العام.

---

[1]– حملاجي جمال، المرجع السابق، ص 102.

[2]– ملياني بغدادي مولاي، **الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري**، المؤسسة الوطنية للكتابة، الجزائر، 1992، ص 15.

أولا: وكيل الجمهورية: بصفته رئيس الضبطية القضائية وممثل الحق العام في مستوى اختصاص إقليم محكمته يقوم بمراقبة أعمال الضبطية القضائية في البحث والتحري عن المخالفات والجنح التي تمس المستهلك، كما يقوم بتحريك الدعوى العمومية ضد كل مرتكبي المخالفات وإحالتهم على المحكمة ليحاكموا وفقا للقانون وهو الذي يمثل المجتمع أمام المحاكم ويطالب بتطبيق القانون ووظيفته تلقى المحاضر الواردة من الشرطة القضائية أو شكاوي والبلاغات ويقرر ما يتخذ بشأنها ويباشر بنفسه أو بأمر باتخاذ جميع الإجراءات اللازمة للبحث والتحري عن الجرائم المتعلقة بالنظام العام ويبلغ الجهات القضائية المختصة بالتحقيق أو المحاكمة لكي ينظر فيها ويطعن عند الاقتضاء في الأحكام والقرارات التي تصدرها تلك الهيئات القضائية وقد يأمر بحجز سلعة أو بإتلافها بعد صدور حكم المحكمة.[1]

ثانيا: النائب العام: هو صاحب الحق الأصيل في تحريك الدعوى الجنائية واستعمالها، وله كافة الاختصاصات التي يقررها القانون للأعضاء النيابة باعتباره أحدهم،وإن كان يتميز عنهم بأصالته وامتداد سلطته إلى أنحاء الإقليم كافة.

ويوجد على مستوى الجهاز القضائي الجنائي نائبان عامان أحدهما على مستوى المحكمة العليا والأخر على مستوى مجلس قضائي.[2]

و لكي تلعب النيابة العامة دورها الأساسي في قمع الغش المخول لها بموجب قانون الإجراءات الجزائية، فان القانون يفرض التزام إعلام وكيل الجمهورية بالمخلفات المرتكبة والتي تدخل في اختصاصه الإقليمي.

يتم إعلامه بوقوع المخالفات عن طريق التوجيهات التي يتلقاها من طرف الغير، والتي يمكنها أن تتخذ شكل التصريحات المعلومة أو المجهولة أو عن طريق شكوى الطرف المضرور من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه من طرف احد أعوان الدولة (ضباط الشرطة، احد أعوان الجمارك، أو عون المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش).

[1]– ملياني بغدادي مولاي، المرجع السابق، ص 20.

[2]– سعاد داودي، النيابة العامة و اختصاصتها في القانون الجزائري، موقع ستار تايمز،2012/02/17، [http://www.startimes.com/t=30192100]، (اطلع عليه في: 2016/02/13).

فمتى تبين من المحاضر التي يحررها أعوان المصلحة المختصة برقابة الجودة وقمع الغش أو من التحاليل المخبرية التي على عدم مطابقة المنتوج للمواصفات القانونية والتنظيمية، يكون ملفا يشمل على جميع الوثائق و الملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة.[1]

أما إذا كان الأمر يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، فانه في حالة ثبوت جرائم أو ميكروبات بيولوجيا أو عدم مطابقة المنتوج موضوع العينة للمواصفات والمقاييس القانونية يحول الملف إلى مصلحة المنازعات لمديرية المنافسة و الأسعار التي تقوم بإرسال الملف إلى وكيل الجمهورية بالمحكمة المختصة إقليميا الذي يتكون من:

محضر المخالفة، محضر اقتطاع عينة أو العينات، محضر سحب المنتوج من العرض للاستهلاك، بطاقة استعمال المعني، بالإضافة إلى التحاليل الفيزيائية والكيميائية، كشف تحاليل الجرثومية.

إذا قام المحترف بإخلال إحدى التزاماته الخاصة بشفافية الممارسات التجارية، فقد نصت المادة2/55 من القانون 02/04 على انه في حالة ثبوت المخالفة، فان محضر الإثبات يبلغ إلى المدير الولائى المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا باعتبار أن متابعة المخالفات المنصوص عليها في القانون 02/04 كلها من اختصاص الجهة القضائية.[2]

وإذا تم التبليغ بوقوع جريمة من طرف الإدارة المختصة عن طريق المحضر القضائي الذي يثبت وقع المخالفة إلى و كيل الجمهورية فيقوم هذا الأخير بمواصلة الإجراءات، لكن في حالة عدم توفر الأدلة الكافية يأمر أما بحفظ الملف لكن يتم يمكن أن يتم تحريكها إذا ظهرت ادلة قوية و متماسكة.[3]

ويمكن أن يأمر بمباشرة التحقيق الابتدائي.

الفرع الثاني: دور المحكمة في حماية المستهلك

المحكمة هي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية وقد تكون المحكمة الابتدائية أو محكمة الجنايات وتختص المحكمة بالنظر في جميع الدعاوي الناشئة عن أعمال أو أفعال يعتبرها القانون جريمة أي كان الشخص الذي ارتكبها وللمحكمة دور فعال في الفصل في

[1]– علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص65.

[2]– انظر المادة 60 من القانون 02/04 .

[3]– جديدي معراج، **الوجيز في الاجراءات الجزائية مع مراعاة التعديلات الجديدة**، 2012، ص 22 .

المخالفات التي تعرض عليها من طرف وكيل الجمهورية، أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي، قد تكون المخالفة الصادرة من المحترف فتعاقبه وفقا للقانون، ويجوز للمحكمة إذ كيف الموضوع تكيفا خاطئا نقلت به الدعوى من حقيقتها وأعطتها حكما قانونيا.

كما للمحكمة أن تصدر أحكاما بحجز المنتجات موضوع المخالفة وإتلافها أو إصدار حكم تمهيدي بإجراء خبرات تقنية من ذوي الاختصاص لإثبات وقوع المخالفة.

إن لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه في مواجهة المتدخل تواجهه الكثير من الصعوبات، لذا دعا القرار الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة والمتضمن المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك، الحكومات إلى ضرورة وضع التدابير القانونية أو الإدارية لتمكين المستهلك أو المنظمات ذات العلاقة للحصول على تعويض عن طريق إجراءات رسمية تكون سريعة ورخيصة التكاليف وميسرة، ففي الغالب نجد المستهلك ينظر إلى القضاء والمحاكم على أنه مجهول فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها وأنه ضعيف في مواجهة المتدخلين الذين هم أكثر تمرس منه، ضف إلى ذلك تكاليف الدعوى، وبطئ إجراءات التقاضي،كل هذا يجعل المستهلك في كثير من الأحيان يعزف عن اللجوء إلى القضاء الذي هو حق من حقوقه.[1]

[1]– صياد الصادق، المرجع السابق، ص 154.

خلاصة الفصل

لقد تناولنا في هذا الفصل الآليات التي وضعها المشرع الجزائري لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، وهذه الآليات تمثل في هيئات أسندت إليها مهمة الرقابة وتطبيق القواعد الموضوعية، ومن الهيئات التي تناولتها في هذا الفصل هي الهيئات الإدارية والهيئات القضائية بإضافة إلى جمعيات حماية المستهلك.

فالهيئات الإدارية لها دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد الموضوعية كما أنها تكفل حماية للمستهلك في كل جوانبه وهي تعتبر الأقرب للمستهلك في التعامل.

و أيضا لجمعيات حماية المستهلك دور فعال في حماية المستهلك فهي تهدف إلى تمثيل المستهلك أساسا وأيضا تقوم بالدفاع عن مصالحه وحقوقه.

ولي لاكتمال الهدف المرجو من هذه الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك لابد من تدخل الهيئات القضائية لتحقيق الهدف المرجو فهي السلطة المخولة بتوقيع العقاب.

وفي الأخير يمكننا القول أن الاهتمام الذي أولاه المشرع الجزائري لموضوع حماية المستهلك كان واضحا وجليا وذلك من خلال سنه لمجموعة مختلفة من الضمانات والآليات التي يهدف من وراءها إلى توفير الحماية الكاملة له من الأضرار التي قد تواجهه في ضل اشتداد التنافس بين المتعاملين الاقتصاديين الذين يسعون إلى تحقيق الربح دون الاهتمام بمصالح المستهلك.

وبالرجوع إلى الضمانات التي تطرقنا إليها في هذه الدراسة نجدها تشتمل على مجموعة من القواعد القانونية المتعلقة بالمنافسة وقواعد قانونية تتعلق بالمستهلك نفسه.

وبتحليل القواعد المتعلقة بالمنافسة نجدها تشتمل على طائفتين من القواعد:

- الطائفة الأولى تتعلق بالقانون 02/04 الذي جاء مبدأين أساسين مبدأ شفافية الممارسات التجارية الذي يخول للمستهلك من خلاله الاستعلام حول الأسعار وتعريفات السلع والخدمات وأيضا يخوله الحصول على الفوترة، وأيضا مبدأ نزاهة الممارسات التجارية الذي حظر مجموعة من الممارسات كما رفض البيع، البيع المشروط بالإضافة إلى عدة شروط تعسفية.

لذا فهو يهدف كما سبق وأن قلنا إلى تنظيم العلاقات القائمة بين المتعاملين الاقتصاديين فيما بينهم والمتعاملين الاقتصاديين والمستهلك.

- أما بالنسبة للطائفة الثانية فهي تتعلق بالقانون 03/03 الذي يهدف إلى تنظيم السوق والمنافسة بالنتيجة حماية المستهلك فلقد حاول هذا القانون استيعاب وحظر مختلف الممارسات التي من شأنها تقييد المنافسة وعرقلة السير العادي للسوق كالاتفاقيات المحظورة، الهيمنة على السوق بشكل تعسفي، التجمعات الاقتصادية، وتجدر الإشارة إلا أنه لا تحظر هذه الممارسات إلا إذا كانت تعيق وتقييد المنافسة.

أما بتحليل القواعد المتعلقة بحماية المستهلك نجد القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وباستقراء ما جاء فيه نجد أن المشرع قد أقر حقوق للمستهلك هي التزامات تقع على عاتق المتدخل يجب عليه مراعاتها والالتزام بها فهذه الالتزامات متمثلة في الالتزام بالإعلام،حيث يحق للمستهلك أن يعلم بكل ما يخص المنتوج أو سلعة والالتزام بالضمان حيث يجب على المتدخل أن يقوم بكل الإجراءات اللازمة لضمان السلعة أو الخدمة ويبين بمختلف أوجه الضمان، والالتزام بالمطابقة حيث يجب أن تطابق السلع والخدمات المواصفات والمقاييس المعتمدة في ذلك لضمان جودتها.

الالتزام بالسلامة الذي يشتمل على الالتزام بنظافة المواد الغذائية وسلامتها وهذا بهدف إبعاد الخطر على صحة المستهلك.

هذا بالنسبة للضمانات التي تطرقنا إليها.

أما بالنسبة للآليات التي أوجدها المشرع الجزائري فقد جاءت لتفعيل الضمانات القانونية والحرص على تطبيقها وإلا أصبحت حبرا على ورق، فقد قام المشرع كما سبق وأن رأينا بإنشاء عدة أجهزة متنوعة إدارية وقضائية وأيضا جمعيات حماية المستهلكين لتطبيق هذه الضمانات توفير الحماية للمستهلك فالهيئات الإدارية تقوم بمراعاة مصالح المستهلك وتقوم بحمايته بطرق مختلفة، والهيئات أما جمعيات حماية المستهلك فهي تقوم بتوجيه المستهلك وإرشاده وكذا الدفاع عن حقوقه.

ولكن بالرغم من هذه الضمانات الآليات المختلفة التي وضعها المشرع الجزائري إلا أنها لم تصل إلى الهدف المرجو منها ألا وهو حماية المستهلك، لذا نقترح:

- أن تفرض المزيد من الرقابة على تصرفات المتعاملين الاقتصاديين.
- تزويد الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك بوسائل مادية وبشرية لتحقيق أهدافها.
- القيام بدراسات حول المستهلك والنمط الاستهلاكي الذي تعرفه أسواقنا.
- تخصيص برامج إرشادية وتثقيفية حول الاستهلاك وإدخالها في المناهج التعليمية بدأ من المرحلة الابتدائية، فيزداد وعي المستهلك.
- تفعيل جمعيات حماية المستهلك كونها الأقرب له، وذلك بدعمهما ماديا.
- قيام جمعيات حماية المستهلك بحملات توعية المستهلك،لذا يمكننا القول مما سبق أن تفعيل هذه الضمانات والآليات لا يمكن تحقيقه إلا بتعاون والتضافر بين كل الأطراف، بين المتعاملين الاقتصاديين والهيئات المختلفة وأيضا المستهلك الذي يتحمل قدرا من المسؤولية في هذا المجال.

قائمة المراجع:

أولا: باللغة العربية:

1/ الكتب:

1. ابن منظور الإفريقي المصري، **لسان العرب**، المجلد التاسع، الطبعة الرابعة، دار صادر للطباعة و النشر، لبنان، 2005.
2. أحمد حسن قدادة، **الوجيز في شرح القانون المدني،ج4، عقد البيع**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2001.
3. أمل محمد شلبي، **التنظيم القانوني ومنع الاحتكار**، المكتب الجامعي الحديث، أبو الخير لطباعة والتجليد ، الاسكندرية ، 2008 .
4. الحجار حلمي محمد والحجار حلمي هالة، **الطفيلية الاقتصادية، المزاحمة غير المشروعة في وجه جديتها،-دراسة مقارنة-**، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2004.
5. زاهية حورية سي يوسف، **المسؤولية المدنية للمنتج**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر،2009.
6. السيد محمد السيد عمران، **حماية المستهلك أثناء تكوين العقد،-دراسة مقارنة-**، الطبعة الأولى،منشأة المعارف الاسكندرية،1986.
7. شهيدة قادة، **المسؤولية المدنية للمنتج،- دراسة مقارنة-**، دارالجامعة الجديدة، القاهرة، 2007.
8. طارق عبد العال حماد، **خصخصة البنوك واندماجها**، منشأ المعارف الاسكندرية،1999 الطبعة الرابعة، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان،2005.
9. عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك،-دراسة مقارنة-**، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
10. عبد الناصر فتحي الجلوي محمد، **الاحتكار المحظور وتأثيره على حرية التجارة،- دراسة مقارنة-** ، دار النهضة ،القاهرة، 2008 .
11. علي بولحية بن بوخميس، **القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري**، دار الهدى، الجزائر، 2008.

12. علي محمد جعفر، **المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية وحماية المستهلك**، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2009.

13. كتو محمد الشريف، **قانون المنافسة والممارسات التجارية وفق للأمر 03/03 والقانون 02/04**، منشورات بغدادي، 2010، ص45.

14. لينا حسن ذكي، **قانون حماية المنافسة ومنع الاحتكار**، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006 .

15. محمد بودالي، **حماية المستهلك في القانون (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)** ، دار الكتاب الحديثة، الجزائر، 2006 .

16. محمد عبده إمام، **الحق في سلامة الغذاء من التلوث في التشريعات البيئية،-دراسة مقارنة في القانون الإداري-**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2004 .

17. معين فندي الشناق، **الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء قوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010 .

18. ملياني بغدادي مولاي، **الإجراءات الجزائية في التشريع الجزائري**، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.

19. نزيه محمد الصادق المهدي، **الالتزام قبل التعاقدي بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالفقه وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، -دراسة فقهية قضائية مقارنة-**، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982.

2/ المقالات والدراسات :

1. أحمد عبد الرحمن الملحم، التقييد الأفقي للمنافسة مع التركيز على اتفاق تحديد الأسعار، **مجلة الحقوق**، عدد 4، الكويت، 1995.

2. أحمد عبد الرحمن الملحم، مدى تقييد عقد القصر للمنافسة الرأسية، "دراسة تحليلية مقارنة بين القانونين الأمريكي و الأوروبي مع الاشارة الى وضع الكويت"، **مجلة الحقوق**، عدد 4، الكويت، 1996.

3. أحمد عبد الرحمن الملحم، "مدى مخالفة الاندماج لأحكام المنافسة التجارية"، **مجلة الحقوق**، عدد 4، الكويت، 1995.

4. بختة داندان، **دور جمعيات حماية المستهلك**، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول "حماية المستهلك تشريعات ودفاع"، المركز الجامعي طاهر مولاي، سعيدة، يومي 22 و 23 أفريل 2008.
5. عبد النور بوتوشنت، "دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك"، **مجلة العلوم القانونية**، كلية الحقوق، جامعة باجي مختار، عدد 12، 2008.
6. ليلى بن عنتر، "جمعيات حماية المستهلك موجودة أو تحتاج الى وجود"، **المجلة الأكاديمية للبحث القانوني**، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، عدد 2، 2010.
7. نبيل صبري، **تنظيم المنافسة الحرة كآلية لضبط السوق التنافسية وحماية المستهلك**، الملتقى الوطني حول "حماية المستهلك والمنافسة"، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.
8. الهادي السعيد عرفة، "الضوابط الشرعية للمنافسة التجارية"، **مجلة البحوث**، عدد 19، أفريل 2001.

3/ الرسائل:

1. قابة صورية، **مجلس المنافسة**، (رسالة ماجستير)، جامعة الجزائر، كلية الحقوق ، 2003.
2. بتقة حفيظة، **الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك**، (رسالة ماستر)، جامعة البويرة، كلية الحقوق، 2015/2012.
3. بوجميل عادل، **مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق ،2012.
4. كتو محمد الشريف، **الممارسات المنافية للمنافسة في القانون الجزائري، – دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي–** ، (رسالة دكتوراه)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2005.
5. لحراري لويزة، **حماية المستهلك في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش وقانون المنافسة**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2010 /2011.
6. مختور دليلة، **تطبيق أحكام قانون المنافسة في إطار عقود التوزيع**، (رسالة دكتوراه)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2015.

7. خمايلية سمير، **عن سلطة مجلس المنافسة في ضبط السوق**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق،2013 .
8. كحال سلمى، **مجلس المنافسة وضبط النشاط الاقتصادي**، (رسالة ماجستير)، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2009.
9. بوحلايس الهام، **الاختصاص في مجال المنافسة**، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق ، 2004 /2005.
10. غدوشي نعيمة، **حماية المستهلك الالكتروني**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2012.
11. شعباني نوال، **التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2012.
12. عزيز بدر الدين، **دور الاعوان المكلفون برقابة الجودة وقمع الغش**، (رسالة ماستر)، جامعة بسكرة، كلية الحقوق، 2014 /2015.
13. حملاجي جمال، **دور أجهزة الدولة في حماية المستهلك على ضوء التشريع الجزائري والفرنسي**، (رسالة ماجستير)، جامعة بومرداس، كلية الحقوق،2006/2005.
14. زايد مراد، **دور الجمارك في ظل اقتصاد السوق**، (رسالة دكتوراه)، جامعة يوسف بن خدة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، 2006/2005.
15. ماني عبد الحق، **حق المستهلك في الاعلام- دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري-**، (رسالة ماجستير)، جامعة بسكرة، كلية الحقوق،2009/2008.
16. بركات كريمة، **حماية المستهلك من المخاطر الناجمة عن استعمال المنتوجات والخدمات**، "دراسة مقارنة"، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2004/2003.
17. كاهنة قونان، **ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري، - دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي-**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق، 2010.
18. زوبير أرزقي، **حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة**، (رسالة ماجستير)، جامعة تيزي وزو، كلية الحقوق ، 2011.

19. إبراهيمي هانية، **الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية**، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، 2012 /2013.

20. صياد الصادق، **حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم :09 /03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش**، (رسالة ماجستير)، جامعة قسنطينة، كلية الحقوق، 2014/2013.

21. طرافي أمال، **التزام المنتج بمطابقة منتوجاته في ظل قانون 03/09**، (رسالة ماستر)، جامعة البويرة ، كلية الحقوق، 2013.

4/ النصوص التشريعية:

أ. **القوانين:**

1.القانون رقم 02/04، المؤرخ في 2004/06/23، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

2.القانون رقم 03/03، المؤرخ في 2003/07/19، يتعلق بالمنافسة، جريدة رسمية عدد 43، الصادرة في 2003/07/20 ، المعدل والمتمم.

3.القانون رقم 03/09، المؤرخ في 2009/02/25، يتعلق بحماية المستهلك وقم الغش، جريدة رسمية عدد 15، صادرة في 2009/3/8.

4.القانون رقم 13/90، المؤرخ في 1990/12/4، يتعلق بالجمعيات، جريدة رسمية عدد 53، الصادرة في 1990/12/15.

5.القانون رقم 06/12، المؤرخ في 2012/01/12،المتعلق بالجمعيات، جريدة رسمية عدد 2، الصادرة في 2012/01/15.

6.القانون رقم 04/04، المؤرخ في 2004/02/23،المتعلق بالتقسيس، جريدة رسمية عدد 41، الصادرة في 2004/07/27.

7.القانون رقم 07/12، المؤرخ في 2012/02/12، يتعلق بالولاية، جريدة رسمية عدد 12، الصادرة في 2012/02/29.

8.القانون رقم 09/90، المؤرخ في 1990/04/7،المتعلق بالولاية، جريدة رسمية عدد 15، الصادرة في 1990/06/11.

9.القانون رقم 10/11، المؤرخ في 2011/06/28،المتعلق بالبلدية، جريدة رسمية عدد 37، الصادرة في 2011/07/30.

10. القانون رقم 07/97، المؤرخ في 1979/07/21، المتضمن قانون الجمارك، جريدة رسمية عدد 61، الصادرة في 1998/08/23.

11. الأمر رقم 58/75، المؤرخ في 09/ /1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، جريدة رسمية عدد 78، الصادرة في 1975/09/30.

ب. **التنظيمات:**

1.المرسوم التنفيذي رقم 314/2000، المؤرخ في 2000/10/14، المحدد للمقاييس التي تبين أن العون الاقتصادي في وضعية هيمنة وكذلك مقاييس الأعمال الموصوفة بالتعسف في وضعية الهيمنة، الجريدة الرسمية عدد 61، الصادرة في 2000/10/18، ملغى بموجب أمر 03/03.

2.المرسوم التنفيذي رقم 90/266، المؤرخ في 1990/09/15، يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، الجريدة الرسمية عدد 40، الصادرة في 1990.

3.المرسوم التنفيذي رقم 366/94، المؤرخ في 2014/12/15، يحدد الشروط و الكيفيات المطبقة في مجال الملوثات المسموح بها في لمواد الغذائية، الجريدة الرسمية عدد 74، الصادرة في 2014/12/25.

4. المرسوم التنفيذي رقم 53/91، المؤرخ في 1991/02/23، يتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، الجريدة الرسمية العدد 09، الصادرة في 1991/02/27.

5. المرسوم التنفيذي رقم 25/92، المؤرخ في 1992/01/13، متعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية وكيفية ذلك، الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة في 1992/01/19.

6.المرسوم التنفيذي رقم 207/94، المؤرخ في 1994/07/16، المتعلق بصلاحيات وزير التجارة فيما يتعلق بالجودة وحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 47، الصادرة في 1994.

7.المرسوم التنفيذي رقم 454/02، المؤرخ في 2002/12/21، المتعلق بتنظيم الادارة المركزية وزارة التجارة، الجريد الرسمية عدد 85، الصادرة في 2002.

8.المرسوم التنفيذي رقم 409/03، المؤرخ في 2003/11/05، يتضمن المصالح الخارجية للتجارة وصلاحياتها وعملها، جريدة الرسمية عدد 68، الصادرة في 2003/11/09، المعدل والمتمم.

9.المرسوم التنفيذي رقم 147/87، المؤرخ في 1987/06/30، يتضمن إنشاء مكاتب لحفظ الصحة على مستوى البلديات، الجريدة الرسمية عدد 87، الصادرة في 1987/07/01.

10. المرسوم التنفيذي رقم 04/91، المؤرخ في 1991/01/09، المتضمن شروط استعمال المواد المعدة لكي تلامس الأغذية ومواصفاتها التقنية ومستحضرات تنظيف هذه المواد، الجريدة الرسمية عدد 04، الصادرة في 1991/01/23.

✓ **القرارات الوزارية:**

1.القرار الوزاري المؤرخ في 1992/11/03، متعلق بشروط إعداد المقاييس، الجريدة الرسمية عدد 54، الصادرة في 1990/12/12.

ثانيا باللغة الفرنسية:

1. France Guiramand et Alain Héraud، **Droit des sociétés**، Edition، DUNOD، Paris، 2014.
2. Françoise Dekeuwer-Défossez et Edith Blary-Clément، **Droit commercial، Activités commerciales، fond de commerce، concurrence، consommation**،6e édition ، montchrestien، Paris،2006.
3. Guedj alian، **partique du droit de la concurrence national et communautaire، 2e**édition، litec، paris ، 2006.
4. Jean- BernardBlaise ،**droit des affaires،commerçant concurrence distribution** ، L G D J، édition DELTA paris،1999 .

ثالثا: المواقع الالكترونية

1_ وجدي الحركه، حماية المستهلك بين دور الجمعيات و دور الدولة، موقع الاتحاد العربي للمستهلك، 2010/12/19، [المؤتمر الثاني عشر للاتحاد العربي للمستهلك http://www.conumersarab.org/]، (اطلع عليه في: 2016/04/15).

2- سعاد داودي، النيابة العامة و اختصاصتها في القانون الجزائري، موقع ستارتايمز، 2012/02/17، [http://www.startimes.com/t=30192100]، (اطلع عليه في: 2016/02/13).

- مديرية التجارة لولاية بسكرة، إلزامية النظافة و النظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها، (s.d)، http://www.decommerce-biskra.dz/index.php?optoin=com- content&view=302]، (اطلع عليه في: 2016/6/4)

الفهرس

مقدمة.....**1**
الفصل الأول: الضمانات المقررة لحماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة.....**6**
المبحث الأول: الضمانات المقررة في ظل قواعد المنافسة.....**7**
المطلب الأول: الممارسات المخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وفقا للقانون 02/04.....7
الفرع الأول: مخالفة قواعد شفافية الممارسات التجارية.....7
الفرع الثاني: مخالفة قواعد نزاهة الممارسات التجارية.....9
المطلب الثاني: الممارسات المقيدة للمنافسة وفقا للقانون 03/03.....13
الفرع الأول: الاتفاقيات المحظورة.....13
الفرع الثاني: التعسف في وضعية الهيمنة على السوق.....15
الفرع الثالث: البيع بأسعار تعسفية.....17
الفرع الرابع: التجمعات الاقتصادية.....18
المبحث الثاني:الضمانات المقررة في ظل قانون حماية المستهلك وقمع الغش.....**22**
المطلب الأول:الالتزام بالإعلام.....22
الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام.....22
الفرع الثاني: مضمون الالتزام بالإعلام.....24
الفرع الثالث: دور الوسم في الإعلام.....26
المطلب الثاني: الالتزام بالضمان.....27
الفرع الأول: الضمان القانوني.....28
الفرع الثاني: الضمان الإتفاقي.....29
الفرع الثالث: جزاء الالتزام بالضمان.....30
المطلب الثالث: الالتزام بالمطابقة.....31
الفرع الأول: احترام المواصفات القانونية والقياسية.....32
الفرع الثاني: أنواع المواصفات..... 33
المطلب الرابع:الالتزام بالسلامة..... 34
الفرع الأول: سلامة المادة الغذائية.....35

الفرع الثاني: نظافة المادة الغذائية.....37
خلاصة الفصل.....40
الفصل الثاني:آليات حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة.....42
المبحث الأول:دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك.....43
المطلب الأول:دور الإدارات ذات الصلة لحماية المستهلك.....43
الفرع الأول: دور وزارة التجارة والهياكل التابعة لها.....43
الفرع الثاني: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.....48
الفرع الثالث: دور الجمارك.....50
المطلب الثاني:دور الإدارات ذات الصلة بالمنافسة.....53
الفرع الأول: مجلس المنافسة.....53
الفرع الثاني: خصائص مجلس المنافسة.....54
الفرع الثالث: صلاحيات مجلس المنافسة.....56
المبحث الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك.....61
المطلب الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك.....61
الفرع الأول: مفهوم الجمعيات.....61
الفرع الثاني: الدور الوقائي والعلاجي للجمعيات.....65
المطلب الثاني:دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك.....67
الفرع الأول: دور النيابة العامة في حماية المستهلك.....68
الفرع الثاني: دور المحكمة في حماية المستهلك.....70
خلاصة الفصل.....72
الخاتمة.....74
قائمة المراجع.....77
الفهرس.....86

الملخص

إن تبنى الدولة لنظام اقتصاد السوق الحر القائم على المنافسة الحرة، كان الهدف منه تحقيق التطور والازدهار وتوفير الرفاهية للمستهلك، لكن مع الوقت ظهرت عدة ممارسات مخلة أدت إلى عرقلة وتقييد المنافسة وهذا أدى إلى الإضرار بالمستهلك، لذا تدخل المشرع الجزائري وقام بمحاربة هذه الممارسات ليحمي المنافسة ويحقق الهدف المرجو منها، ويحمي المستهلك الذي هو الطرف الأساسي والضعيف في نفس الوقت في العملية الاستهلاكية.

Résumé

L'adoption d'un régime de l'économie du marché libre se portant sur la libre concurrence par l'Etat a pour objet de réaliser le développement, la progression et la propriété du consommateur. Mais entre temps, il s'est avérées des pratiques contraires mènent à embrasser la concurrence ce qui porte dommage au consommateur.

Pour cette raison, le législateur algérien à intervenu en faisant face à ses pratiques en vue de protéger la concurrence et réaliser son objet, ainsi que protéger le consommateur qui représente la partie essentielle et fragile au même temps dans l'opération de la consommation.

الملخص

إن تبنى الدولة لنظام اقتصاد السوق الحر القائم على المنافسة الحرة، كان الهدف منه تحقيق التطور والازدهار وتوفير الرفاهية للمستهلك، لكن مع الوقت ظهرت عدة ممارسات مخلة أدت إلى عرقلة وتقييد المنافسة وهذا أدى إلى الإضرار بالمستهلك، لذا تدخل المشرع الجزائري وقام بمحاربة هذه الممارسات ليحمي المنافسة ويحقق الهدف المرجو منها، ويحمي المستهلك الذي هو الطرف الأساسي والضعيف في نفس الوقت في العملية الاستهلاكية.

Résumé

L'adoption d'un régime de l'économie du marché libre se portant sur la libre concurrence par l'Etat a pour objet de réaliser le développement, la progression et la propriété du consommateur. Mais entre temps, il s'est avérées des pratiques contraires mènent à embrasser la concurrence ce qui porte dommage au consommateur.

Pour cette raison, le législateur algérien à intervenu en faisant face à ses pratiques en vue de protéger la concurrence et réaliser son objet, ainsi que protéger le consommateur qui représente la partie essentielle et fragile au même temps dans l'opération de la consommation.