جامعة محمد بوضياف– المسيلة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق

الموضوع

النظام القانوني للوسم ودوره في حمايـــة المستهلك

مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

من إعداد الطّالبة:

– برابح نعيمة

تحت إشراف الأستاذ:

– بن حليمة ليلى

السنة الجامعية 2015/2014

إهداء

الحمد لله ومهما حمدناه فلن نستوفي حمده

إلى من يشتهي اللسان نطقها وترق العين لوحشتها

وتخشع الأحاسيس لذكرها ويرجف كبدي كلما ابتعدت عنها

إلى ما عانت من اجلي والتي انتظرت عملي هذا... أمي حفظها الله ورعاها

من ذا الجفون رعاني شق دجى الليل وما دحاني

نبع الحنان زهر الروض مدرستي أعظم نعمة من الله بعد الإيمان

إليك أبي... أطال الله في عمرك

إلى ما قاسمني عناد هذا العمل وسندي في هذه الحياة ورفيق دربي زوجي الكريم عمرون عمار

إلى صاحب هذا الفضل في هذا العمل أخي الغالي برابح حاتم وزوجته مفيدة وأولاده

إلى من شاركوني حب والديا وسارو معي في درب طاعتها وقاسموني حلو الحياة ومرها أخوتي وأخواتي

إلى أزهار العائلة وبسمتها أجيال مستقبل

إلى من علمني وارشدني أساتذتي الكرام

إلى من ركبت معهم سفينة الحياة تشق موج العمل المتلاطم لترسو على شاطئ النجاة

إلى أغلى وأثمن من عرفت طابي فطيمة مختاري زهرة

إلى كل من زملائي وزميلاتي في قسم الحقوق

إلى كل من أدركه شفاف قلبي ولم يدركه مداد قلمي

نعيمة

كلمة شكر

قبل كل شيء نحمد الله وشكره سبحانه عز وجل ونقول:

"اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك

الحمد بعد الرضى"

أتوجه بشكر الجزيل والامتنان إلى الأستاذة المشرفة " بن

حليمة ليلى" التي قبلت الإشراف على هذا العمل

وتعهدته بالتصويب والمتابعة طيلة إنجازه

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع من

قريب أو بعيد وأخص بالذكر زوجة أخي غالي أسماء

مقدمـــــــــة

مقدمة:

لقد أدى التطور الاقتصادي والصناعي إلى تطور الإنتاج في مختلف الميادين، وتحول نمط الاستهلاك من مواد بسيطة وغير كافية لتلبية رغبات الإنسان إلى منتجات حديثة تتماشى والحاجات الجديدة التي يسعى دائما إلى اقتنائها والحصول عليها.

فالوسائل الحديثة أدت إلى تسهيل الحياة في مجالات مختلفة من مأكل ومشرب ولباس وغيرها، وأصبح الإنسان بفضل تطور وسائل النقل يقطع مسافات طويلة في وقت قصير ولا ننسى دور وسائل الإعلان والدعاية في ترويج المنتوجات بمختلف أنواعها وتأثيرها المستمر على المستهلك.

لذا وُجد الوسم في المجتمعات القديمة، حيث اعتبر من التوابع النافعة لنقل السلع وبيعها، لكن لم يكن منظما بنصوص قانونية مما أدى إلى ظهور بيانات كاذبة لترويج جودة المنتوجات المعروضة للبيع.

فمع تطور المجتمعات وضع تنظيم قانوني يهدف إلى أخلقة العلاقات التجارية، فيما يتعلق بعرض هذه المنتوجات وبيعها.

لقد تطور نظام الوسم مع تطور أشكال التوزيع الحديث، والذي أدى إلى إنشاء ما يسمى بسلسلة العقود، فمع ظهور المساحات التجارية الكبرى التي لا يجد فيها المستهلك من يرشده بالمعلومات الضرورية، فالوسم يقوم دور البائع الساكن.

إن من خصائص الوسم الأساسية هي حماية المستهلك لأنه من خلاله يطلع المستهلك على كل المعلومات التي تتعلق بالخدمات التي يستفيد منها، وبالمنتوجات التي يقتنيها أو يستعملها، وهذا سيسمح له بتحديد هوية المنتوج، وأن يعطيه عناصر تمكنه من الاختيار.

أصبحت المشاكل المتعلقة بصحة المستهلك وسلامته الجسدية من أهم القضايا التي يطرحها موضوع حماية؟ومن الأولويات التي يسعى قانون حماية المستهلك 09-03 لتحقيقها حيث وضع الإطار القانون العام لحماية المستهلك.

وتهدف دراسة موضوع دور الوسم[1] في حماية المستهلك إلى غرض هام وهو حماية الفرد من المخاطر التي تواجهه يوميا لأنه في العصر الحديث أصبحت معاناة المستهلك من أساليب الغش والخداع تمتد لفترات طويلة وهذا يدفعنا الآن أكثر من أي وقت سابق إلى اختيار هذا الموضوع وذلك لنشر الوعي الاستهلاكي حول السلع المقدمة للمستهلك وإرشاده لتجنب أخطار الغذائية لأن هذا الموضوع يعتبر من أكثر المواضيع الحساسة لارتباطها بحياة الإنسان.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على موضوع في غاية الأهمية،هو **النظام القانوني للوسم ودوره في حمايـــة المستهلك**، من كون حماية الفرد من المخاطر التي تواجهه يوميا ، وبالتالي فإنه من الأهمية بمكان الإحاطة بعناصر هذا الموضوع، سواءٌ من

[1]-قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق لـ 25 فيفري 2009، ج. ر، العدد 15 الصادرة في 2009/03/08.

حيث القواعد القانونية المنظّمة له والقيّود الواردة عليه والجزّاءات المقرّرة على مخالفة هاته القيود.

أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار موضوع "**النظام القانوني للوسم ودوره في حمايـــة المستهلك**" لمحاولة البحث عن الحقيقة القانونية لنظام الوسم على ضوء التشريع الجزائري، ومحاولة الإلمام بأهم القواعد والأصول القانونية التي تندرج في إطار هذا النظام القانوني، لإثراء البحث في هذا المجال.

صعوبات البحث:

من أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء انجاز هذا العمل قلة المراجع للمعالجة التحليلية للموضع وهذا راجع إلى عدم الاهتمام وحداثة الموضوع وهذا ما جعلنا نبحث عن المراجع والمعلومات من مكتبة إلى أخرى، فإذا عثرنا على مرجع نجده يتكلم عن حماية المستهلك بصفة عامة دون الحصول على كتب متخصصة في مجال وسم المنتوجات الغذائية.

الدراسات السابقة: ولقد اعتمدنا في أنجاز هذا العمل على الدراسات التالية :

-جرعود الياقوت: عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري (رسالة ماجيستير)، كلية الحقوق، بن عكنون، 2001-2002.

-حامق ذهبية:الالتزام بالإعلام في العقود (رسالة دكتوراه الدولية في القانون الخاص)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009

-فرحات ريموش: الالتزام بالإعلام(رسالة دكتوراه دولة في القانون)، كلية الحقوق ،2011-2012.

-كالم حبيبة: حماية المستهلك (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، الجزائر.

إشكالية البحث:

انطلاقا مما سبق وحتى أتمكن من الإلمام بمختلف جوانب الموضوع أطرح الإشكالية التالية:

- **ما مدى نجاعة النظام القانوني للوسم في حماية المستهلك؟**

ويتفرع عن هذا الإشكال عدة تساؤلات:

- ما الطبيعة القانونية للوسم ودوره في حماية المستهلك؟
- ماهي اليات تفعيل وسم المنتوجات؟
- ما الآثار المترتبة عن عدم وسم المنتجات وطرق معالجتها؟

منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراسة هذا الموضوع عن المنهج التحليلي الوصفي وذلك عند عرض المشكلة ووصفها وتحليل النصوص القانونية وذلك من أجل محاولة الوصول إلى معرفة دقيقة

وتحديد مرحلة التشخيص والفحص وكذلك معرفة المسؤولية المترتبة عن إخلال بعدم وسم المنتوجات الغذائية لسلامة المستهلك.

خطة البحث:

وللإجابة على اشكالية البحث، أتبعنا خطة الموضوع ثنائية مكوّنة من فصلين:

يحتوي الفصل الأول: مفهوم الالتزام بوسم المنتوجات: حيث تعرضنا فيه الى

تعريف الوسم وبيان دوره في حماية المستهلك(المبحث الاول)مجال الوسم وسم المنتوج(المبحث الثاني)نطاق الوسم من حيث المنتوجات التي يمكن وسمها(المبحث الثالث)

أما الفصل الثاني: آليات تفعيل وسم المنتوج حيث تعرضنا فيه إلى الجزاء المترتب على عدم وسم المنتوجات (المبحث الاول) الدور الرقابي على وسم المنتوجات(المبحث الثاني).

الخاتمة

الفصل الأول

ماهية الالتزام بوسم المنتوجات

تمهيد:

لاشك أن المنتوجات بكافة أنواعها الصناعية والزراعية أصبحت ضرورية للإنسان في كل وجه من وجوه حياته،في نومه وفي يقظته، وفي أوقات العمل كما في أوقات الفراغ أو الراحة أو الترفيه، ولا يستطيع أحد أن يجادل في أن هذه المنتوجات بقدر ما قدمت للإنسان من أسباب الراحة و الرفاهية، بقدر ما زادت درجة المخاطرة التي أصبح يتعرض لها في نفسه أو ممتلكاته، حيت تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:تحديد معنى الوسم وبيان لشروطه (المبحث الأول) ،مجال الوسم و وسم المنتوج (المبحث الثاني)،نطاق الوسم من حيث المنتوجات التي يمكن وسمها(المبحث الثالث).

المبحث الأول: تحديد معنى الوسم وبيان شروطه

لقد أخذ المشرع الجزائري بمبدأ الالتزام بالإعلام عن خصائص ومميزات المنتوجات والخدمات، فكان نتيجة لهذا الالتزام أن وضع نظام خاص تكميلا له وتشجيعيا لحماية المستهلك عرف بنظام الوسم حيث تم تعريف الوسم وبيان دوره في حماية المستهلك (المطلب الأول) ،شروط الوسم (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف الوسم وبيان دوره في حماية المستهلك.

الفرع الأول: تعريف الوسم

يعرف الوسم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في الجزائر و بالتحديد في مادة 5/2 على أنه: "جميع العلامات والبيانات وعناوين والصور والشواهد أ و الرموز التي تتعلق بمنتوج ما والتي توجد في أي تعليق أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرفق منتوج ما أو خدمة يرتبط بها"[1]

وعليه فالوسم هو تلك البيانات الموضوعية على غلاف والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك وأن لا يحمل إشارات أو عبارات تؤدي إلى الضن أو شك فيها.[2]

[1]– المرسوم التنفيذي رقم 39/90:المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش

[2]– كالم حبيبة: حماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، الجزائر، ص 20.

وتعرض القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في الجزائر في المادة الثالثة الى تعرف الوسم حيث نصت على أنه: «كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة التي تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو معلقة مرفقة دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها وسندها بغض النضر عن طريقة وضعها».[1]

الفرع الثاني: دور الوسم في حماية المستهلك:

أولا: الدور الإعلامي

وضع المشرع الجزائري عدة نصوص قانونية وتنظيمية لحماية المستهلك والتي ألزم فيها المهني بإعلام و إشهار خصوصيات منتوجه، وذلك بوضع كل المعلومات الضرورية الخاصة بالمنتوج أو الخدمة أي جميع البيانات وعناوين المصنع أو التجارة، أو الصور والشواهد أو الرموز التي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو وسم أو خاتم، أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة يرتبط بها.[2]

1-كامل حبيبة: المرجع السابق ،ص 20

2-جرعود الياقوت :عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائي (رسالة ماجستير)غير منشورة ،كلية الحقوق بن عكنون ،2001-2002 ،ص45

ويعتبر هذا الالتزام التزام عام فعلى المهني أن يخبر المستهلك بخصوصيات المبيع .

وقد ألزم المشرع الجزائري في المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم90/367 المتعلق بوسم السلع الغذائية، أن تكون بيانات الوسم مرتبة وسهلة القراءة ومتعذر محوها ومكتوبة باللغة الوطنية وهذا الدور هو الوقائي بمعنى قبل حدوث أي ضرر أو خطأ.[1]

ثانيا: الدور الأمني

قد يعتبر الوسم الوسيلة التي يستعملها المهني للفت انتباه المستهلك للخطر الناجم عن استعمال المنتوج ويتميز عادة بشكله الواضح وكتابه بلون يختلف عن كتابه ولون الوسم إعلامي، تستعمل فيه عبارات ورموز تؤدي المعنى المقصود مثل:(مضر بالصحة، سم...إلخ) ونجد هذه العبارات خصوصا في المواد السامة المنضمة في المرسوم التنفيذي رقم 39/95 في 95/01/28 والمتعلق بإنتاج المواد السامة بالنسبة للأدوية نجد هذه عبارة "لا يجب تجاوز الكمية الأزمة"، " لا يؤخذ عن طريق الفم".[2]

أما في مواد التجميل فلا بد من عبارة (تنبيه) المستهلك مثلا:(هذا المنتوج يستعمل للغرض الموجه له، فقط)،و(يكون خطرا في حالة استعماله بشكل مخالف للوصفة).

1–المادة5 :من المرسوم التنفيذي 369/90 المؤرخ في 10نوفبر1999 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها

2–جرعود الياقوت:المرجع السابق ،ص46

والوسم الأمني هو الالتزام بالنصيحة، أي يتعلق بعقد البيع وتنفيذه، إذ أن المستهلك حين يتسلم المبيع يجب أن تتوفر له إمكانية الانتفاع به دون عائق وأن يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك [1].

الوسم يرتبط ارتباطا وثيقا بالتغليف كون أن الوسم يتم على مستوى الغلاف الذي يوضع فيه المنتوج.[2]

المطلب الثاني : شروط كتابة الوسم

لايؤدي الوسم دوره الإعلامي الهام في ضمان صحة المستهلك إلا إذا توفر على الشروط التالية :

أولا:أن يكون الوسم كاملا

أن تكون المعلومات والبيانات المقدمة للمستهلك كافية وكاملة لجذب انتباه المستهلك إلى خصائص السلعة وعناصرها وأخطارها،[3] خاصة بالنسبة للمنتجات الخطيرة، فمثلا منتج الغراء لا يكون قد أوفى بواجب التحذير إذا اكتفى بالكتابة على العبوة أن السلعة قابلة للاشتعال، دون أن يبرز ضرورة تهوية المكان الذي تستعمل فيه، وهو ما قصدته المادة 17 من قانون حماية

[1]جرعود الياقوت: المرجع السابق ، ص 45،.

[2]جرعود الياقوت: المرجع السابق، ص 46.

[3]سي يوسف زاهية حورية: الالتزام بالإقصاء عنصر من عناصر ضمان السلامة، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17و18 نوفمبر 2009، ص08.

المستهلك وقمع الغش بقولها:«يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج...».

ثانيا:أن يكون الوسم واضحا ومكتوبا باللغة العربية

يجب أن يحرر المتدخل بيانات الوسم باللغة العربية أصلا إضافة إلى لغات أخرى شائعة بين المستهلكين باللغة الفرنسية في بلادنا، وهذا الضمان تأدية الوسم للغرض الذي أنشئ من أجله وهو إعلام المستهلك إعلاما كافيا[1].

كما يتعين عن مستورد المنتوجات أن يحرر بيانات الوسم باللغة العربية وذلك عن طريق وضع ملصقة على المنتوج وكان المشرع الجزائري قد كرس ضرورة كتابة الوسم باللغة العربية بالنسبة للمنتوجات بموجب القانون رقم 05/90 المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية.[2]

وتوضيحها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، على ضرورة كتابة بيانات الوسم بشكل ظاهر لها[3].

1- شعباني نوال: التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، (رسالة ماجيستير)، جماعة تيزي وزو، الجزائر، ص77.

2-جرعود الياقوت :المرجع السابق ص47

3- قونان كاهنة :ضمان سلامة من المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري ،دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي ،(رسالة ماجستير) ،كلية الحقوق ،جامعة ملود معمري ، تيزي وزو،2001 ، ص122

رابعا: أن تكون البيانات متعذرا محوها

يقصد بعبارة "متعذر محوه" الواردة في المادة18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش السالف الذكر، أن يكون الوسم ملتصقا بالمنتوج ولهذا لا يكفي أن تكتب هذه البيانات على المستندات المرفق بالمنتوج والمسلم للمشتري، بل يجب أن يكتب على المنتوج ذاته إذا كان ذا قوام صلب.[1]

[1]–سي يوسف زاهية حورية: المرجع السابق ، ص16.

المبحث الثاني: مجال الوسم ووسم المنتوج

تكتسي معرفة نطاق مسؤولية المتدخلين من حيث الأشخاص أهمية بالغة، تكمن في تحديد الدائن والمدين بالالتزام، ولما لهذا التحديد من أهمية في إقرار المسؤولية من خلال حصر الأشخاص بضمان السلامة، وطبقا لقانون حماية المستهلك وقمع الغش، فان المدين بالالتزام هو المتدخل أما الدائن الجدير بالحماية فهو المستهلك، حيث تناولنا مجال الوسم من حيث الأشخاص(المطلب الأول)،المستهلك صاحب حق في وسم المنتوج(المطلب الثاني).

المطلب الأول: مجال الوسم من حيث الأشخاص

بالرجوع إلى النصوص الجديدة سواء المتعلقة بحماية المستهلك أو المتعلقة بضمان السلع والخدمات، نجد أن المشرع الجزائري قد استقر على مصطلح المتدخل.[1]

الفرع الأول:المتدخل ملزم بوسم المنتوج:

أولا: تعريف المتدخل

يقصد بالمتدخل حسب نص المادة 3 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش: "المتدخل كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية

1-بوالي محمد : مسؤولية المنتج منتجاته المعيبة ،دراسة مقارنة في القانونين الفرنسي و الجزائري ، دار الهدى ، الجزائر ، 2005 ،ص52

عرض المنتوجات للاستهلاك"،[1] وقد عرف نفس القانون عملية وضع المنتوج للاستهلاك بأنها: "مجموعة مراحل الانتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة والتجزئة".[2]

ثانيا: تحديد الأشخاص المعتبرين من فئة المتدخلين

لقد حدد المشرع المقصود بالمتدخل في نص المادة 03 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش "بأنه كل من يتدخل في عملية عرض المنتوج للاستهلاك، وعليه يمكن أن يبين الأشخاص الذين يمكن اعتبارهم من المتدخلين".

أ-**المنتج:** "هو ذلك الذي، يعرض السلعة في السوق ويحرص على وجود اسمه أو علامته أو أي علامة أخرى عليها دون سواها، وحتى ولو لم يكن هو المنتج الحقيقي له، أو الذي يتولى الشيء يؤتى إنتاجه والمنفعة المطلوبة، وعرف المنتج أيضا بأنه:«هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بصنع أو إنتاج إنشاء وتركيب منقولات مهما كانت طبيعتها»[3].

ب- الوسيط: لم يعرف المشرع الجزائري الوسيط في قانون حماية المستهلك، وإذا فرضنا أنه قد قصد به السمسار، فإن المحكمة العليا، ذهبت في قرار لها إلى تعريف السمسار بأنه:«كل

[1]-بوالي محمد:المرجع السابق ، ص52.

[2]-حليمي ربيعة: ضمان الانتاج والخدمات، (رسالة ماجيستير)، معهد الحقوق والعلوم الادارية، جامعة الجزائر، 2000، ص58.

[3]-بوالي محمد: وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص80.

شخص طبيعي أو اعتباري يحصل أو يحاول الحصول بصورة مباشرة أو غير مباشرة على مكافئته أو ميزة من أي نوع كانت عند تحفيزه أو تفاوض أو إبرام صفقة».[1]

فالوسيط هو الذي يتوسط في عمليات الانتاج أو التوزيع، وفي كل مراحل عملية وضع المنتوج للاستهلاك، وبالتالي هو من المتدخلين المسؤولين في مواجهة المستهلك فيما يخص تحقيق أمنه وسلامته.

ج-الموزع: يمثل التوزيع وظيفة أساسية للتسويق، وتهدف إلى إيصال السلع بعد الانتهاء من إنتاجها إلى المستهلك، أو المشتري الصناعي ،فقد يمتد نشاط الموزع ليشمل التسويق ذاته، وقد يضيف ليقتصر على عمل مخصوص هو عملية نقل السلعة من منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول إلى بائع الجملة أو نصف الجملة.[2]

ويعرف المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، التسويق بأنه: «مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتوجات بالجملة أو نصف الجملة ونقلها وحيازتها وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا...».[3]

د-المستورد: يقوم المستورد بعملية استيراد المنتوجات من الخارج إلى الجزائر، ويعتبر من المتدخلين نظرا لموقعه الحساس ضمن العملية الإنتاجية، حيث يمكن أن تدخل إلى الوطن

---

[1]- أوكيل سعيد: تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، دار الفكر الجامعي الاسكندرية، 2008، ص80.

[2] -محمود جاسم الصميعدي ،ردينة يوسف :سلوك المستهلك ،دار المناهج ، الاردن ،2007 ،ص200

-philippe le tourneau : responsabilités des vendeurs est fabricants , 2eme ed ,Dalloz ;paris ,2006 ,p49 -[3]

منتجات خطيرة أو غير مطابقة للمواصفات، لذا أوجب المشرع الجزائري على المستورد أن يرعى عند استيراد المنتوجات توفر المواصفات القانونية والدولية المعمول بها،حتى يتأكد أن المنتوج يستجيب لمتطلبات السلامة، وأنه مطابق لشروط تداوله وخزنه.[1]

هـ-التاجر: تعرف المادة الاولى من القانون التجاري الجزائري، التاجر بأنه:«كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا، ويتخذه مهنة معتادة له، مالم يقتضي القانون بخلاف ذلك».

وينبغي تميز التاجر عن الحرفي الذي هو كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعات التقليدية، وهو يمارس نشاطا تقليديا يثبت تأهيلا، ويتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطه ويسره ويتحمل مسؤوليته،فالتاجر يكون شخصا طبيعيا أو معنوي، أما الحرفي فهو دائما شخص طبيعي.[2]

إذا كان القانون قد حسم أمر المتدخلين الملتزمين بضمان السلامة،فإن بعض الفقه يسعى إلى جعل المسؤولية تنصرف إلى المنتج دون المتدخلين الاخرين(بمقولة)أن الضرر الذي يصيب المستهلك سببه دائما مخالفة تحدث في مرحلة الانتاج، كما أن هذا المسلك من شأنه أن يدفع المنتجين إلى الحرص على منتجاتهم.[3]

[1]– فتاك علي :تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج ،دار الفكر الجامعية ، الإسكندرية،2008 ،ص219

[2]– قادة شهيدة: المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص41

[3]– قادة شهيدة :المرجع السابق ،ص41

المطلب الثاني: المستهلك صاحب حق في وسم المنتوج

يقر قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الدائن بالالتزام بضمان السلامة هو المستهلك، وتبدو أهمية تعريفه، ليس فقط في تحديد نطاق تطبيق الالتزام بتحديد الأشخاص الأجدر بالحماية، ولكن تبدوا أهميته كذلك في فهم فلسفة قانون حماية المستهلك، لذا فقد نال تعريف المستهلك قسطا بالغا من اهتمام فقهاء، القانون، (وكانت للمشرع الجزائري نظرته الخاصه لفي ذلك).

الفرع أولا: تعريف المستهلك

أولا :تعريف المستهلك في القانون

لقد عرف المشرع الجزائري للمستهلك في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم39/90 المؤرخ في 1990/10/30 والمتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بأنه:(المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة، معدان للاستعمال الوسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به).[1]

وقد عمل على كفالة احترام هذه القواعد عن طريق فرض نظام التقشف والرقابة على المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك للتحقيق من مطابقتها للمواصفات والمقاييس المقررة قانونا

[1]– المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المؤرخ في 1990/10/30 ،ص2005

وقد عرف المستهلك النهائي بأنه هو: «الذي يقتني أو يستعمل منتوج أو خدمة لأغراض شخصية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فهو بذلك يشبع حاجة غير تجارية».[1]

ثانيا: تعريف المستهلك في الفقه

لقد تضاربت التعريفات الفقهية حول تحديد مفهوم موحد للمستهلك وكذا مدى أحقية المتدخل في الاستفادة منها

1-الاتجاه المضيق من مفهوم المستهلك:يتصور أصحاب هذا الاتجاه أن قواعد قانون الاستهلاك تتضمن قواعد تهدف لحماية المستهلكين في علاقتهم بالمهنيين، فيعرفون المستهلك بأنه: «الزبون غير المحترف للمؤسسة أو المشروع».

وبناء على هذا التعريف، لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو مشروعه، وكما هو الحال بالنسبة للمستهلك المحترفle consommateur professionnel*.

ويعرفه البعض بأنه: «كل شخص طبيعي أو معنوي يتعاقد مع طرف مهني من أجل الحصول على السلع والخدمات لإشباع احتياجاته الشخصية والعائلية، أو المنزلية، شرط أن يكون هذا التعاقد غير مرتبط بنشاط مهني أو تجاري».[2]

---

[1]-بولصة علي بن بوخميس: القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ،دار الهدى ،عين مليلة ،الجزائر ،2000،ص16

[2]-الشواني صالح: الإدارة التسويقية الحديثة، دار جامعات المصرية ، ص183.

* المستهلك المحترف : هو ذلك الشخص الذي يقوم على سبيل الاعتياد بمباشرة مهنة أو حرفة تحتاج مباشرتها الى التخصص و الدراية الفنية .

وكما يذهب غالبية الفقه الفرنسي إلى تأييد هذا الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك، ومن بينهم الفرنسي " Guyon Yves"الذي عرف المستهلك بأنه:«ذلك المشتري أو الزبون الذي يمكن افتراضه أنه ذكي وعاقل قادر على أن يكسب أو يحمي حقوقه في مواجهة البائع الذي يقابله».

وعرفه الأستاذ " calais auloy" المستهلك أنه: «الشخص الطبيعي الذي يقتني أو يستعمل مال أو خدمة لغرض غير مهني».

2-الاتجاه الموسع من مفهوم المستهلك: ذهب بعض الفقهاء إلى ضرورة الأخذ بمفهوم أوسع للمستهلك ليشمل أشخاص آخرين، وهذا من أجل كافة حمايته عند تعاقده مع المهنيين سواء حين يتعامل مع نفس اختصاصه أم لا[1].

فيعرفه البعض أكثر شمولا، ويرون بأن المستهلك هو: «كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة»، ويعرف المستهلك بأنه:«الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يبرم تصرفا قانونيا للحصول على منتوج بقصد أن يكون هو أو ذويه المستعمل النهائي له وتمتد نفس الصفة إلى المهني الذي يتعاقد خارج مجال تخصصه».

يأتي الفقه السائد لهذه الفكرة بأمثلة على هذه الحالة وأشهرها التاجر الذي يشتري نظام الانذار لمحله التجاري أو المحامي الذي يشتري جهاز الاعلام الآلي لحاجاته المهنية[2].

[1]- فرحات ريموش : الالتزام بالإعلام(رسالة دكتورة دولة في القانون)،كلية الحقوق ،جامعة الجزائر ،2011-2012 ،ص210

[2]- جرعود الياقوت :المرجع السابق ،ص182

الفرع ثالثا: تعريف المشرع الجزائري للمستهلك: لقد نصت المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 والمتعلق برقابة وقمع الغش على أن المستهلك هو: «كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة، معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به»[1].

بصدور القانون رقم 03/90 المتعلق بحماية المستهلك، وقمع الغش، أتى المشرع بتعريف آخر للمستهلك، حيث لقت المادة الثالثة منه على مايلي:«كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة، موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر، أو حيوان متكفل به»، ففي حين تبني المشرع المفهوم الواسع بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 بإدراج المستهلك الوسيطي للمنتوج ضمن طائفة المستهلكين، تبني قانون حماية المستهلك وقمع الغش المفهوم الضيق، حين أقصى المستعمل الوسيطي بنصه على أن المستهلك هو فقط الذي يقتني المنتوج من أجل الاستعمال النهائي.

[1] – المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المؤرخ في 1990/10/30 ،ص2005

المبحث الثالث: نطاق الوسم

يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة حيث تم تقسيم هذا المبحث إلى:وسم المنتوجات الغذائية وغير الغذائية(المطلب الاول)، وسم مواد التجميل و التنظيف(المطلب الثاني)،وسم اللعب(المطلب الثالث)

المطلب الأول : وسم المنتوجات الغذائية وغير الغذائية

الفرع أولا :وسم المنتوجات الغذائية

نظم المرسوم التنفيذي رقم 367/90 وسم المنتوجات الغذائية والتي يقصد بها: "جميع المواد المخصصة لتغذية الإنسان، والشاملة للمشروبات، واللبان، وكذا جميع المواد المستعملة في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة في شكل أدوية أو مستحضرات للتجميل فقط".[1]

وعرفها القانون رقم 03/90 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن:"المادة الغذائية كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو خام، موجهة لتغذية الإنسان أو حيوان، بما في ذلك المشروبات وعلك المصنع وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها

[1]– المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90–397 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها ،الصادر بالجريدة الرسمية ،عدد50 ،بتاريخ 10–11–1990 ،ص1587

باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ"[1].

يجب أن يشمل وسم هذه المواد على بيانات إجبارية، كالتسمية الخاصة بالبيع وتاريخ الصنع والأجل الأقصى للاستهلاك وشروط الحفظ الخاصة، اسم الشركة، العلامة المسجلة، عنوان الشخص المسؤول عن صناعة السلعة وتوضيحها أو توزيعها أو استيرادها.

ويجب أن يكون بيانات الوسم مرئية وسهلة القراءة، ومتعذر محوها مكتوبة باللغة الوطنية، وبلغة أخرى على سبيل الإضافة.

الفرع الثاني: وسم المنتوجات غير الغذائية:

نظمت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في1990/12/10 والمتعلق بالوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية. وقد عرف هذا المرسوم في المادة 2 بقولها: "يقصد بها جميع المنتوجات المستعملة في صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسلع الغذائية".[2]

ويجب أن توضح هذه المنتوجات في تعبيئة صلبه ومحكمة بها بطاقة بإحكام، هذا ما نصبت عليه المادة 3 من المرسوم التنفيذي (سالف الذكر). وبالرجوع إلى نص المادة5من المرسوم التنفيذي(سالف الذكر) يجب أن يشمل وسم المنتوجات غير الغذائية على البيانات الإجبارية الآتية:

[1] – المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 90-03 ،المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش

[2]– المادة الثانية من المرسوم التنفيذي ،المتعلق بوسم المنتوجات المنزلي غير الغذائية ، المؤرخ في 10-12-1990

1. التسمية الخاصة بالمبيع، وينبغي أن تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتوج.
2. الكمية الصافية المعبرة عنها بوحدات النظام الدولي.
3. الاسم الشركة، أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة المنتوج.
4. طريقة استعمال المنتوج أو شروط الاستعمال الخاصة.
5. جميع البيانات الإجبارية الأخرى المنصوص عليها في نص خاص.

المطلب الثاني : وسم مواد التجميل والتنظيف

نظمه المرسوم التنفيذي 37/97 المؤرخ1997/01/14 تحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيحها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية.

وقد عرفت المادة 02 من هذا المرسوم منتوج التجميل والتنظيف البدني بقولها هو: " كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء المعد للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان مثل البشرة، الشعر، الأظافر، الشفاه، الأجفان، الأغشية، بهدف تنظيمها أو المحافظة على سلامتها أو تعديل هيئتها أو تعطيرها أو تصحيح رائحتها"[1]

1- المادة الثانية من المرسوم التنفيذي 97-37 المتعلق بتحديد شروط و كيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و استرادها و تسويقها المؤرخ في 14 01-1997

أما فيما يتعلق بالوسم فيجب أن تشمل وسم مواد التجميل والتنظيف البدني على بيان ملصقة بحيث تكون ظاهر للعيان، ميسورة القراءة، غير قابلة للمحو، مكتوبة باللغة الوطنية وبلغة أخرى إضافية، والبيانات التي يجب أن يتضمنها الوسم.

المطلب الثالث: وسم اللعب

نظم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 494/97وحسب هذا المرسوم فإن: "اللعبة هي مصمم موجه صراحة لغرض اللعب للأطفال لسن أقل من14 سنة".[1]

وقد حددت المادة6 من هذا المرسوم البيانات الإجبارية التي يجب أن يتضمنها وسم اللعب وهي:

1. تسمية.
2. طريقة الاستعمال.
3. الاسم أو العنوان التجاري أو العلامة وعنوان الصانع.
4. كل بيان آخر يصبح لازما بموجب نص خاص.

[1]– كالم حبيبة : حماية المستهلك ، المرجع السابق ،ص29

خلاصة الفصل الأول:

رغم ما سبق ذكره عن أهمية الوسم، ينبغي الإشارة إلى أنه لا يكون دائما من مصلحة المستهلك، فمع أنه يلعب دورا هاما في ضمان أمن وسلامة المستهلك من خلال لفت انتباهه إلى مكونات المنتوج وخاصة للخطر الناجم عن استعماله، إلا أن ارتباط الوسم بالتغليف كونه يتم في غالب الأحيان على مستوى الغلاف الخارجي الذي يوضع فيه المنتوج جعله يلعب دورا دعائيا يخدم المتدخل بالدرجة الأولى، وهذا بجذب المستهلكين لمنتوجه دور المنتوجات المنافسة.

الفصل الثاني

آليات تفعيل وسم المنتوج

تمهيد:

لكي يتأكد المشرع الجزائري من التنفيذ المحكم والأكيد من طرف المتدخلين لقانون حماية المستهلك وكافة الالتزامات التي جاء بها، قام بإحداث ضمانات وآليات وقائية لتجنب الأضرار، إذ بهدف الالتزام بضمان سلامة وقاية المستهلك من أخطار المنتجات لذلك يفرض على المدين به، أن يضع نصب عينيه كل الوسائل الممكنة التي تحول دون تحقيق الضرر، وخلق المخاطر التي تمس سلامة الأشخاص في أجسامهم و أموالهم، وتتمثل الآليات الوقائية، الدور الرقابي على وسم المنتوجات(المبحث الأول)،الجزاء المترتب على عدم وسم المنتوجات (المبحث الثاني).

المبحث الأول: الدور الرقابي على وسم المنتوجات

ارتأى المشرع أنه حتى يتم تطبيق قواعد قانون حماية المستهلك تطبيقا سليما يتعين وضع نظام لمراقبة المنتوجات التي تعرض للاستهلاك من أجل التأكيد على أنها تستجيب للمعايير المشروعة للاستهلاك وهي بذلك تمثل أكبر الضمانات على مصداقية ونزاهة الممارسة الصادرة عن المهنيين و ذلك خلال وسم المنتوجات الغذائية(المطلب الأول)وسم المنتوجات غير الغذائية (المطلب الثاني)

المطلب الأول: مفهوم الرقابة على وسم المنتوجات و أنواعها

الفرع أولا:تعريف الرقابة

عرفت الرقابة بأنها: «ذلك النظام الذي يتم من ورائه عملية المتابعة المستمرة لمختلف الأنشطة، والظروف المحيطة بهدف منع حدوث الانحرافات أو اكتشافها والعمل على تصحيحها، تفاديا لتكرارها في المستقبل ».[1]

كما عرفت الرقابة أيضا بأنها: «خضوع شيء معين لرقابة هيئة أو جهاز يحدده القانون وذلك للقيام بالتحري والكشف عن الحقائق المحدد قانونا»[2].

---

[1]–حدوش فتيحة: ضمان سلامة المستهلك من المنتوجات الخطيرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، كلية الحقوق، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009– 2010، ص97.

2– بولحية علي بن بوحميس: القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2002، ص68.

الفرع الثاني: أنواع الرقابة

أ. **الرقابة الإجبارية:** وهي الرقابة التي تفرض على المنتج في إخضاع المنتوج إلى رقابة إجبارية قبل عرضه للبيع للتأكد من مدى مطابقته للمواصفات والمقاييس المحدد قانونا.[1]

ومن المنتجات التي تستوجب للخضوع للرقابة على سبيل المثال اللحوم ومشتقاتها الحليب ومشتقاته ومواد التجميل والتنظيف ...إلخ.

ب. **الرقابة الاختيارية:** وهي الرقابة التي يقوم بها المنتج باختياره أو بطلب منه، وذلك حتى يضمن ثقة إضافية لمنتجاته كعرض المنتوج لرقابة مخبر شهير أو هيئة عالمية تمنح شهادة أو علامة متميزة بالجودة.[2]

ج. **الرقابة السابقة:** هي رقابة تفرض على المنتجات الموجهة للاستهلاك النهائي للمستهلك كالمنتجات الاستهلاك ذات الطابع السام أو التي تشكل خطر من نوع خاص التي تخضع إلى إلزامية إيداع صنيعتها الكاملة في مراكز مكافحة التسمم التابعة لوزارة الصحة قبل إنتاجها وتصنيعها.[3]

د. **الرقابة اللاحقة:** هي الرقابة التي تخضع لها المنتوجات عند عرضها وقبل اقتنائها من المستهلك.

1- بولحية علي بن بوخميسة :المرجع السابق ،ص60

2- حدوشي فتيحة : المرجع السابق ،ص70

3- بولحية علي بن بوخميسة :المرجع نفسه ،ص68

المطلب الثاني :تحديد الأجهزة المكلفة برقابة المنتوجات

نظرا لإمكانية تعرض المستهلكين إلى الأضرار الناجمة عن وجود السلع والخدمات لا تستجيب للمواصفات والمقاييس القانونية والتنظيمية، فقد بادر المشرع الجزائري على إيجاد هيئات متخصصة في مجال الرقابة والدفاع عن حقوق المستهلكين والتي تضمنتها نصوص قانونية وتنظيمية، وقد أنيطت لهذه الهيئات جملة من المهام والصلاحيات وذلك باختلاف موقعها سواء (على المستوى المركزي) الفرع الأول (أو على المستوى المحلي) الفرع الثاني

الفرع الأول: الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المركزي

لقد نظم المشرع الجزائري الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المركزي في عدة نصوص تطبيقية، ويمكن تقسيم هذه الهيئات إلى (هيئات مركزية متخصصة أو خاصة) أولا(وهيئات مركزية ذات الاختصاص العام) ثانيا.

أولا : الهيئات المركزية المتخصصة

يقصد بهذه الهيئات هي تلك التي استحدث بموجب نصوص قانونية خاصة وذلك بغية الاضطلاع والسهر على حماية المستهلك بصفة مباشرة، وبعبارة أدق فالهيئات المركزية الخاصة المكلفة بالرقابة تتمتع بصلاحيات أصلية خاصة بحماية المستهلك دون غيرها وهي كالآتي[1]:

1-كامل حبيبة : المرجع السابق ،ص70

1-المجلس الوطني لحماية المستهلكين.

2-المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم.

3-شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية.

4-اللجنة الوطنية لحماية المستهلك من الأخطار الغذائية

1- المجلس الوطني لحماية المستهلكين CNPC: أنشئ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 272/92 وحسب المادة الأولى من هذا المرسوم فإن هذا المجلس قد أنشئ وفقا للمادة 24 من قانون89 / 02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والذي يدعى في صلب النص "بالمركز"، 1 وحسب المادة 2 من المرسوم التنفيذي272 /92 ،فهذا المجلس يعتبر هيئة تشاورية لا يجوز له أن يصدر قرارات بل له فقط أن يبدي آراء تتعلق أساسا بحماية صحة المستهلك، وهذا ما جاء كذلك في نص المادة 24 السالفة الذكر، فالمجلس يدلي على الخصوص بالآراء الآتية[1]:

- كل التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسين الوقاية من المخاطر التي قد تتسبب فيها السلع والخدمات المعروضة في السوق وذلك لحماية مصالح المستهلكين المادية والمعنوية[1].

- كما يطلع بالبرامج السنوية لمراقبة الجودة وقمع الغش وإعلام المستهلكين وتوعيتهم وحمايتهم وإعداد برامج المساعدة المقررة لصالح جمعيات المستهلكين وتنفيذها.

1-نرجع للمادة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 272/91 المؤرخ في1992/07/06 المتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، الجريدة الرسمية العدد 52 بتاريخ1992/09/08،ص1415

أما عن تشكيلة المجلس فنرجع لنص المادة 4 من نفس المرسوم، والمجلس في إطار أعماله أن يلجأ إلى خدمات خبراء جزائريين، أو أجانب، أو أي شخص من شأنه أن يقدم مساهمة في هذه الأعمال وهذا حسب المادة 5 من نفس المرسوم.

ينظم المجلس في لجنتين متخصصتين حسب المادة 8 من نفس المرسوم هما:

- لجنة نوعية المنتجات والخدمات وسلامتها.

-لجنة إعلام المستهلك والرزم والقياسية.

ويكلف نائب الرئيس بالإشراف عن أعمال اللجنتين المتخصصتين وتنشيطها وتنسيقها وهذا وفقا لنص المادة 10 من نفس المرسوم.

وطبقا للمادة 12 من نفس المرسوم، فإن المجلس الوطني لحماية المستهلكين واللجنتان المتخصصتان يجتمعان بمقر المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم والذي يتولى الأمانة التقنية لأشغالها.

ويجتمع المجلس في دورات عادية مرة واحدة كل ثلاثة (03) اشهر، ويمكن أن يعقد دورات استثنائية بطلب من رئيسه أو بناء على طلب ثلثي 3/2 أعضائه (المادة13 من نفس المرسوم وحسب المادة 15 من نفس المرسوم)، فإن أراء المجلس واقتراحاته تدون في سجل خاص، ويمكن أن تنشر في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية أو في أي مطبوع آخر .[1]

1- المرجع السابق :راجع المواد من4 إلى 15 من نفس المرسوم التنفيذي، ص1415

2 –المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم CACQE :يشكل هذا المركز الهيئة العليا لنظام البحث والرقابة والتحقيق على المستوى الوطني، وقد استحدث هذا المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم89/147وحسب المادة الأولى منه فهو يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي ويعمل تحت وصاية وزير التجارة .[1]

ويحدد النظام الداخلي لهذا المركز بقرار من وزير التجارة، ويتولى رئاسة المركز الجزائري لمراقبة النوعية مدير يعين باقتراح من وزير التجارة ويعتبر مسؤولا عن سيره ،كما يقوم المدير بتمثيل المركز أمام القضاء، وهذا المركز مزود بمجلس التوجيه العلمي والتقني يتكون من ممثلي الوزارات، يجتمع مجلس التوجيه العلمي والتقني مرتين في السنة في دورة عادية، كما يمكنه أن يعقد دورة غير عادية،وذلك حسب متطلبات مصلحة المركز .ويبدي رأيه في المسائل التقنية المتعلقة بالنوعية ومراقباتها ، والمهام المسندة إلى المركز الجزائري لمراقبة النوعية هي تحقيق الأهداف الوطنية في مجال[2]:

–حماية صحة المستهلك وأمنه بالسهر على احترام النصوص التي تنظم نوعية المنتوجات الموضوعة للاستهلاك.

–تحسين نوعية السلع والخدمات.

–تطوير نوعية توضيب المنتجات الموضوعة للاستهلاك ورزمها وتنمية ذلك.

1–المرسوم التنفيذي رقم147/89 المؤرخ 1989/08/08ا لمتعلق بالمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية العدد 33 1989/08/09ص884

2-المرجع السابق .:ارجع للمواد من 9 إلى 17 من المرسوم التنفيذي89

كما يتولى المركز الجزائري في مجال مراقبة النوعية وحماية المستهلك مع الهيئات المتخصصة ما يلي[1]:

- البحث عن كل عمليات الغش والتزوير ومخالفة التشريع والتنظيم الجاري بهما العمل والمتعلقين بنوعية المنتجات والخدمات ويقوم بمعاينتها ومقاضاتها.

- يجري في المخبر كل تحليل أو بحث ضروري لفحص مدى مطابقة المنتوجات للمقاييس والمواصفات القانونية.

- يقوم بإجراء تحقيقات وأبحاث ذات طابع وطني أو إقليمي عن كل سلعة أو خدمة تنطوي على مخاطر لصحة المستهلك أو أمنه.

- يقوم بتسيير المخابر والمفتشيات الإقليمية والهيئات المتخصصة في مراقبة النوعية.

يقوم المركز بإعداد البرامج الدورية للمراقبة، وتحسين وسائل التحقيقات الميدانية والتحاليل المخبرية، كما يتولى إجراء تحقيقات مسبقة لإعداد ملفات الاعتماد للمخابر.

-يقوم المركز بتحليل نتائج التحقيقات وعمليات المراقبة والتفتيش التي تجري في المخابر أوفي الميدان قصد اقتراح التدابير التي تسمح بتطوير نوعية المنتجات.

-يقوم المركز بإعداد أي مشروع نص تشريعي أو تنظيمي يتعلق بنوعية المنتجات ويقترحه على السلطات المعنية.

1-المرجع نفسه .:ارجع للمواد من 9 إلى 17 من المرسوم التنفيذي89

- بالإضافة إلى ذلك فهو يتولى القيام بأعمال في ميدان تطوير الرزم والتوضيب وترقيتها، كما أوكلت له القيام بأشغال في إطار المهام الموكولة إليه وفقا للتشريع والتنظيم الجاري بهما العمل.

والجدير بالذكر أن دور المركز الجزائري لرقابة النوعية والرزم لا ينحصر فقط على المستوى الوطني بل يتعداه إلى المستوى الدولي، فهو يشارك وفقا للمادة 7 من نفس المرسوم في أشغال الهيئات الدولية الإقليمية المتخصصة في مجال النوعية والمراقبة وذلك يتلقى الأشغال التي يقوم بها هذه الهيئات الدولية وكذا المقترحات التي تعكس رأي الهيئات الوطنية المختصة في هذا المجال، ويقوم بنشرها في المؤسسات الوطنية المعنية.....[1]

3-شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية RAAQ :أنشئت شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم355/96 الذي يحدد مهامها وتنظيمها وقواعد سيرها والتي تدعى في صلب النص" الشبكة "وذلك حسب ما نصت عليه المادة الأولى (1) من هذا المرسوم .[2]

وبمقتضى المادة 2 من المرسوم فإن مهمتها تتمثل في:

1 - تساهم في تنظيم مخابر التحاليل ومراقبة النوعية وفي تطورها.

2 - تشارك في إعداد سياسة حماية الاقتصاد الوطني والبيئة وأمن المستهلك وفي تنفيذها.

1- المرجع السابق :ارجع المادة 7 من المرسوم89 /147

2-المادة الأولى: من المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في19 /1996/10 الذي ينظم شبكة مخابر التحاليل والنوعية، الجريدة الرسمية العدد 162بتاريخ1996/10/20،ص13

3- تطور كل عملية من شأنها أن ترقي نوعية السلع والخدمات وتحسين نوعية خدمات مخابر التجارب وتحاليل الجودة.

4- تنظيم المنظومة المعلوماتية عن نشاطات الشبكة والمخابر التابعة لها.

وبالتالي فهي مكلفة بإنجاز كل أعمال الدراسة والبحث والاستشارة وإجراء الخبرة والتجارب والمراقبة وكل خدمات المساعدة التقنية لحماية المستهلكين وإعلامهم وتحسين نوعية المنتوجات، ومهام هذه الشبكة لا يتوقف عند هذا الحد بل لها أن تقوم[1]:

- بدراسة لحساب الوزارات المعنية وبطلب منها طرق التجارب الضرورية لإعداد القواعد والمقاييس لا سيما المتعلقة منها بالنظافة والأمن وحماية البيئة والاقتصاد.

- تضمن تحت رقابة الوزارات المعنية وبطلب منها مع الهيئات الأجنبية أو الدولية المتخصصة فيما يتعلق بتحليل النوعية ومراقبتها وسلامة المنتوجات.

- كما تتولى مراقبة نوعية المنتوجات المستوردة أو المنتجة محليا عند إحضارها طبقا لأحكام المادة 9 من المرسوم[2] .

وهذا المجلس يوضع تحت إشراف وزارة التجارة التي تتولى أمانة هذا المجلس، كما أن صلاحيات هذا الأخير وكيفيات سيره وتنظيمه تحدد بقرار من الوزير المكلف بالتجارة وفقا للمادة 7 من نفس المرسوم.

1-المرجع السابق: المادة 2 من نفس المرسوم التنفيذي355/96،ص884

2-المرجع نفسه :المادة 7 و9 من نفس المرسوم التنفيذي 355/96 ،ص 886

ويمكن لمجلس الشبكة في إطار الأعمال أن يكلف:

- بضمان التنسيق بين المخابر من أجل تحكم أفضل تقنيات التجارب والتحاليل أي الدراسة

–والبحث التطبيقيان، بتوحيد مناهج التحليل والتجارب التقنية لكل منتوج واعتمادها، مضاعفة

–التحاليل المتداولة بين المخابر قصد ترسيم مناهج التحليل.

–إدخال نظام اعتماد وضمان النوعية في المخابر التابعة للشبكة.

–البحث عن التكامل بين المخابر من أجل الاستعمال العقلاني للوسائل الخاصة بالإضافة إلى التحكم في المواد المرجعية في التحاليل والتجارب .

وتنظم أعمال مجلس الشبكة وفقا لنص المادة 11 من نفس المرسوم، وفيما يخص إطار سير عمل الشبكة يمكن أن يحضرها كل من:

-الوزراء المعنيين، الولاة، رؤساء المجالس الشعبية البلدية، الغرف التجارية والغرف الجزائرية للتجارة والصناعة وغرفة التجارة والصناعة، جمعيات الدفاع عن المستهلك، كما لها أن تستعين بخدمات خبراء أو كل شخص يمكنه تقديم مساهمته وهذا حسب ما جاء في المادتين 9 و 10 من نفس المرسوم.[1]

و أخير يمكن القول أن هذه الشبكة بمختلف مهامها تتكلف بأنواع الرقابات الثلاثة على مختلف المنتوجات والخدمات التي يلجا إليها المستهلك .

1– المرجع السابق :ارجع الى المواد من 8 الى 11 من نفس المرسوم 355/96 ،المتعلق بتنظيم شبكة مخابر التحاليل و النوعية ،ص886

4-اللجنة الوطنية لحماية المستهلك من الأخطار الغذائية : أنشئت اللجنة الوطنية المكلفة بالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية صحة المستهلك من الأخطار الغذائية بموجب القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 1999 [1] ، تشكيلة هذه اللجنة نصت عليها المادة 4من نفس القرار يرأسها وزير الصحة والسكان.

مهمتها تتمثل في ترقية التنسيق والتشاور بين المؤسسات والهيئات العملية المساهمة في ضمان حماية صحة المستهلك من الأخطار الغذائية، ويمكن لهذه اللجنة أن تستعين في إطار تأدية مهمتها بلجان متخصصة، أو بهيئة أو جمعية أو خبير يتم اختيارهم حسب مؤهلاتهم[2] .

إن إنشاء هذه اللجنة راجع لعملية مراقبة النوعية وقمع الغش التي قامت بها مصالح وزارة التجارة التي سجلت عدة تدخلات 195.617 و 27.834 مخالفة منها ما نسبته 28%لانعدام شروط الوقاية الصحية و % 16 من بيع منتوجات أو خدمات غير مطابقة و 13 %من بيع منتوجات غير صالحة للاستهلاك وكذا غلق 908 مؤسسة[3] .

ثانيا : الهيئات المركزية ذات الاختصاص العام

تتمثل الهيئات المركزية ذات الاختصاص العام في وزارة التجارة إلى جانب الهيئات

1- ا رجع للمادة الأولى: للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 1999 المتضمن إنشاء وتنظيم وسير اللجنة الوطنية المكلفة بالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية المستهلك من الأخطار الغذائية ، الجريدة الرسمية العدد 32 بتاريخ 1999/05/02 ،ص15

2-المرجع السابق: ا رجع للمادة5 ، 6 و 9 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في20 /1999/03 ،ص16

3-المقال بالتفصيل حول تنصيب اللجنة الوطنية لحماية المستهلك في جريدة الخبر ليوم21 /1999/6

المركزية الخاصة التي أنشئت خصيصا لحماية مصالح المستهلكين المادية وحاجاته الأساسية من خلال مراسيم تنفيذية وقراءات وزارية يشرف عليها وزير التجارة بعد ما كان وزير الاقتصاد سابقا.

وهذه الهيئات تتمثل في:

1-وزارة التجارة.

2-الهيئات المركزية الخاصة.

3-المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش.

1-وزارة التجارة:

ولقد كيفت وزارة التجارة على أنها هيئة عامة على أساس أنها تتكفل بمهام متعددة ومتنوعة ومن بينها الحرص على مصالح المستهلكين وهذا وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 207/94 وقد حددت المادة 7 من هذا المرسوم صلاحياته في مجال الاستهلاك [1] والتي تنص: يتولى وزير التجارة في مجال الجودة والاستهلاك المهام الآتية:

1- يشارك في تحديد السياسة الوطنية والتنظيمات العامة أو الخاصة المتعلقة بترقية الجودة وحماية المستهلكين وفي تطبيقها.

2-يشارك بالاتصال مع الهيئات المعنية في كل الدراسات التي تتعلق بمقاييس الجودة

1-المرسوم التنفيذي: رقم 207/94 المؤرخ في 1994/07/16 المتعلق بصلاحيات وزير التجارة ج/ر العدد47 ،1994/07/20 ،ص6

والنظافة والأمن التي تطبق في جميع مراحل صنع المنتوجات وتسويقها لا سيما المنتجات المعدة لاستهلاك الأسر.

3-يقترح ويتابع كل إجراء يرمي إلى تحسين الجودة من خلال إقرار منظمات العلامات التجارية وحماية العلامات المميزة والتسميات الأصلية.

4-يشجع عن طريق عمليات ملائمة تطوير الرقابة الذاتية للجودة في مستوى المتعاملين الاقتصاديين.

كما نجد مهام أخرى لوزير التجارة تتعلق بالاستهلاك في نصوص متفرقة نجد:

- المادة 3 المتعلقة بمهام الوزير في تنظيم التجارة.

- المادة 4 المتعلقة بمهام الوزير بتنظيم السوق.

- المادة 5 المتعلقة بمهام الوزير في مجال المنافسة والأسعار.

- المادة 6 المتعلقة بمهام الوزير في مجال الرقابة وقمع الغش.

ودائما في إطار الرقابة فإن وزير التجارة يمارس رقابة مسبقة فيما يخص منح رخصة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطر من نوع خاص واستيرادها وذلك بعد استشارة مجلس التوجيه العلمي والتقني للمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم، كما يمكنه سحب هذه الرخصة في حالة عدم امتثال صاحب الرخصة للتشريع والتنظيم المعمول بهما في أجل شهر واحد من تاريخ التبليغ.[1]

1-المرجع السابق :راجع المادتين 8و10 من المرسوم التنفيذي 254/97 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة، ص21

2-الهيئات المركزية الخاصة :

نص على هذه الهيئات المرسوم التنفيذي رقم208/94 [1]ومن أهم هذه الهيئات والتي نجدها على مستوى وزارة التجارة والمنشغلة بأمور الاستهلاك والمستهلك ما جاءت به المادة الأولى (1) من هذا المرسوم، فالإدارة المركزية في وزارة التجارة تشمل على:

1-ديوان الوزير.

2-الهياكل، وهذه الهياكل عبارة عن مجموعة من المديريات ومن ضمنها ما هو منشغل بحماية المستهلك نذكر:

مديرية الجودة وأمن المنتوجات، وهي بدورها تضم عدة مديريات فرعية (المادة 11 من نفس المرسوم) نذكر:

- المديرية الفرعية لتقنين الجودة وأمن السلع والخدمات.
- المديرية الفرعية لترقية الجودة.

مديرية الأوضاع الاقتصادية، تضم هي الأخرى عدة مديريات ،المادة 12 ، نذكر:

*المديرية الفرعية لضبط الأسعار.

3-المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش:

بالإضافة إلى هذه الهياكل هناك جهاز دائم للتفتيش والرقابة والتقويم، أنشأ في وزارة التجارة

1- المرسوم التنفيذي :رقم208/94 المؤرخ 1994/07/16 ،يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ،ج/ر47 بتاريخ 1994/07/20 ، ص08

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94 / 210 [1]ما يسمى **بالمفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش** (نرجع للمادة 1 من المرسوم) يسيرها مفتش مركزي يساعده خمسة (5 مفتشين) يعينون بمرسوم تنفيذيا المادة 8 من نفس المرسوم، تتمثل مهام المفتشية المركزية حسب المادة 2 من المرسوم في:

1-مراقبة احترام المصالح الخارجية المكلفة بالمنافسة والأسعار والجودة والتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش وقواعد وإجراءات الرقابة والتدقيق كما هي محددة في القوانين والتنظيمات المعمول بها.

2-توجيه أعمال الرقابة والتحقيقات الاقتصادية في المصالح الخارجية وتنسيقها وتقوم نتائجها وقدراتها دوريا.

3-تفتيش المخابر العلمية والتقنية التي تحلل وتراقب الجودة وأمن المنتوجات.

•كما يمكنها القيام بمهمة التحقيق الاقتصادي وقمع الغش تستدعيها وضعية خاصة وبكيفية مباغتة، وأن تقوم بتحقيق خاص بوسائلها الخاصة عند الاقتضاء وذلك بمساعدة موظفي إدارة المنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش، ولها كذلك التعاون مع المصالح المحلية والجهوية للمنافسة والأسعار في ميدان رقابة الممارسات التجارية نرجع للمادتين 3 و4 من نفس المرسوم.

1-المرسوم التنفيذي :رقم210/94 المؤرخ 1994/07/16 ،يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها ،ج/ر47 بتاريخ 1994/07/20 ، ص12

الفرع الثاني :الهيئات المكلفة بالرقابة على المستوى المحلي

لقد نظم المشرع الجزائري الهيئات المحلية المكلفة بالرقابة في عدة نصوص تطبيقية

وهي نوعان:

- الهيئات المحلية المتخصصة أو الخاصة.

– الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام.

أولا :الهيئات المحلية المتخصصة: تتمثل الهيئات المحلية المتخصصة في:

1–جمعيات حماية المستهلكين

2–مخابر تحاليل للنوعية.

3–المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش.

1-جمعيات حماية المستهلكين:

إن جمعية حماية المستهلكين وإن كانت حديثة النشأة والظهور في الجزائر مقارنة بنظيراتها بالدول المتقدمة، إلا أنها لا تقل أهمية عن الهيئات المذكورة آنفا .فهي الأخرى تحرص على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك، وقد أنشأت هذه الجمعية وفقا للإجراءات المنصوص عليها في قانون رقم90 /31.[1]

وتعرف الجمعية وفقا للمادة 2 من القانون نفسه على أنها : عقد بين أشخاص يسخرون معارفهم ووسائلهم لمدة محددة أو غير محددة من اجل ترقية أنشطة ذات طابع مهني

1–قانون 31/90 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في14–12–1990 ،ج/ر العدد 53 بتاريخ 05–12–1990 ، ص 1686

اجتماعي – علمي –ثقافي ... ولا يكون غرضها مربح وتتخذ تسميتها من غرضها

والجدير بالذكر إن جمعية حماية المستهلكين، وإن كانت حديثة النشأة والظهور في الجزائر مقارنة بنظيرتها بالدول المتقدمة إلا أنها لا تقل أهمية عن الهيئات المذكورة آنفا، فهي الأخرى تحرص على تحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك لذلك زودت الجمعيات بعدة صلاحيات من أهمها:

أ –مهام تحسيس وإعلام المستهلكين.

ب –مهام تمثيل المستهلكين.

ج - مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين.

أ– **مهام تحسيس وإعلام المستهلكين :** قبل ظهور الجمعيات كانت المتكفلة بهذه المهام وسائل الإعلام التقليدية من تلفزة وإذاعة، إشهار وكذلك المحاضرات الملصقات والمطبوعات،إلا بعد ظهور النشاط الجمعوي المنشغل بقضايا الاستهلاك والمستهلك أصبح دوره فعال لاحتكاكه المباشر بالمستهلكين الذين يعبرون فيها بكل حرية عن مشاكلهم وانشغالاتهم [1] هذا من جهة، ومن جهة أخرى فالجمعية تقوم حسب المادة 23 من 89/ 02 بكل الدراسات وإجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها وتحت مسؤوليتها ولها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط.

1 –G. MEKAMCHA M. KAHLOULA « la protection du consommateur en droit algérien » Revue IDARA .volume n°6 N° 1 – 1996 –p58

ب -مهام التمثيل : دور تمثيل الجمعيات للمستهلكين لا ينحصر أمام القضاء فقط بل تعمل على تمثيل المستهلكين أمام الأجهزة الخاصة السالفة الذكر، والتي تزودها بكل المعلومات اللازمة والضرورية لنشاطها، لذلك نجد 10 ممثلين للمستهلكين في المجلس الوطني لحماية المستهلكين والذي يزود الجمعية ببرنامج عمل حيث تعمل على تنفيذه، كما نجد ممثل في المركز الجزائري لمراقبة الجودة والرزم [1] كما يمكن للجمعية أن تطلب الاستشارة اللازمة من مجلس المنافسة وفقا للمادة 3/19 من الأمر06/95 المتعلق بالمنافسة .

ج- مهام الدفاع عن مصالح المستهلكين : حسب نص المادة 16 من قانون31/90 فأنه من آثار اكتساب الشخصية المعنوية هو حق الجمعيات ممارسة أمام القضاء كل الحقوق الممنوحة للطرف المدني بسبب وقائع تمس أهدافها أو تمس المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها.

وبالرجوع لنص المادة12/ 2 من قانون02/89 فهي تمنح لجمعية حماية المستهلكين الحق في رفع دعاوى أمام المحكمة المختصة بشرط هو أن يكون الضرر لاحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين قصد التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها، وهذا دون حاجة إلى توكيل أو شكوى من المستهلكين : وبمفهوم المخالفة نستنتج أن المصالح الفردية للمستهلكين يحميها الفرد المستهلك شخصيا برفع دعوى فردية أمام الجهة القضائية المختصة.

1- G. MEKAMCHA M. KAHLOULA , Revue IDARA , op.cit, p58

وإذا كان قبول أو جواز الدعوى للجمعية المنصوص عليها في المادة12/ 2 السالفة الذكر فإن الطلب لا يستند إلا على المادة 124 من القانون المدني، فالجمعية تطلب تعويض الضرر الناتج عن الخطأ المهني للمصلحة الجماعية للمستهلكين.

والجدير بالذكر فإن هذه الدعوى يمكن أن تظهر للوجود في حالة غياب كل مظهر أو إعلان من الطرف المدني الفردي، فغياب الاحتجاجات من طرف مستهلك ما لا يحرم الجمعية من ممارسة حقوقها الخاصة بالطرف المدني.

2-مخابر تحليل النوعية:

عرفت هذه المخابر بموجب المرسوم التنفيذي رقم91/ 192[1] في مادته 2 وعليه" يعتبر مخبرا لتحليل النوعية، كل هيئة تقوم باختبار وفحص وتجربة ومعاينة المادة و المنتوج وتركيباتها أو تحديد بصفة أعم مواصفاتها أو خصائصها."

وبالتالي يعد المخبر الوسيلة الأساسية لمراقبة توافر المواصفات الأساسية عن طريق اختبار وفحص وتجربة ومعايرة المادة وتركيبها، وعلى هذا الأساس يعمل الأعوان المختصون المنصوص عليهم في نص المادة15من قانون02/89 بزيارات مفاجئة للأعوان الاقتصادي والعمل على اقتطاع عينات من المنتوج وتحليله في هذه المخابر المزودة بوسائل التكنولوجية وخبرة المتخصصين العاملين فيها قصد حماية المستهلك من أي ضرر يلحقه جراء استعمال منتوج غذائي .

1-المرسوم التنفيذي رقم192/91 المؤرخ 1991/6/1 المتعلق بمخابر التحليل والنوعية، ج/ر العدد 27 في 1991/06/02 ،ص1038

وتبقى مخابر التحاليل الطبية للأشغال العمومية والمراقبة التقنية للبناء خاضعة للأحكام التنظيمية الخاصة بها، وتصنف المخابر تحليل النوعية حسب المادة 14 من نفس المرسوم إلى3أصناف وهي:

الفئة الأولى : مخابر تعمل لحسابها الخاص والمحدد في إطار المراقبة الذاتية التي يقوم بها الأشخاص استكمالا لنشاطها الرئيسي، ولها أن تقدم خدمات للغير بصفة تكميلية.

الفئة الثانية : مخابر تقديم الخدمات لحساب الغير.

الفئة الثالثة : المخابر المعتمدة في إطار قمع الغش.

3-المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية:

أنشئت المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش بموجب المرسوم التنفيذي رقم91/91 وحسب المادة 7 من هذا المرسوم فإن مهمة المفتشية تتمثل في تنشيط أعمال المديريات الولائية للمنافسة والأسعار التابعة لاختصاصها الإقليمي وتوجيهها ومراقبتها، وفي تنظيم تحقيقات اقتصادية بشأن المنافسة والأسعار والنوعية وأمن المنتوجات، وبالتالي فهي مكلفة بـ:

- تنسيق أعمال المديريات الولائية لا سيما في مجال المراقبة.

- تحضير (بالاتصال مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية) برنامج الرقابة، وتسهر على تنفيذها وتقوم في هذا الإطار لتنظيم عمليات المراقبة المشتركة بين البلديات.

ثانيا : الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام:

تتمثل الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام في:

- رئيس المجلس الشعبي البلدي.
- الوالي

1- رئيس المجلس الشعبي البلدي : منحت لرئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحية اتخاذ الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحة الأمراض المعدية والوقاية منها، وكذا السهر على النظافة للمواد الاستهلاكية المعروضة للبيع وعلى احترام المقاييس والتعليمات في مجال التعمير[1] .

2-الوالي : يعتبر الوالي مسؤولا عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بإشرافه على المديريات الولائية للمنافسة والأسعار التي تطبق السياسة الوطنية في ميدان المنافسة والأسعار ومراقبة النوعية وقمع الغش وهذا ما جاءت به المادة3/1و7من المرسوم رقم91 /91 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والاسعار.

توجد على مستوى المديرية الولائية للمنافسة والأسعار مديرية فرعية خاصة بالرقابة للجودة وقمع الغش والتي أنشأت بموجب قرار وزاري مؤرخ في1992/02/13 تهتم هذا الأخيرة بالرقابة على المنتجات والخدمات المعروضة للاستهلاك.

وبالرجوع للمادة 119 من القانون رقم90/ 09 [2]فمن بين المصالح العمومية التابعة

1- كالم حبيبة : حماية المستهلك ،المرجع السابق ،ص85

2- قانون 09/90 المؤرخ 1990/04/07 المتعلق بالولاية ،ج/ر عدد 15 بتاريخ 1990/04/07 ،ص504

للولاية مصلحة حفظ الصحة ومراقبة النوعية وتنشأ هذه الأخيرة بعد مداولة المجلس الشعبي الولائي (المادة 120 من نفس القانون).

كما يتعين الوالي بهيئات أخرى تتمثل في مكاتب التحقيقات الاقتصادية التابعة إلى المفتشية الجهوية السالفة الذكر.

المبحث الثاني: الجزاء المترتب على عدم وسم المنتوجات:

في سياق تحسين وضع المستهلك، وبهدف توفير حماية أكثر له، تشدد المشرع مع المهنيين من ناحية الجزاء عن طريق تكريس جزاء جزائي وآخر إداري، إلى جانب الجزاء المدني فتطبق بمجرد ملاحظة مفتشي رقابة الجودة وقمع الغش، عدم وجود إعلام المستهلك، كانعدام وسم المنتوجات والخدمات أو عدم تطابق البيانات المشار إليها في الوسم، مع خصائص المنتوج أو الخدمة، فيتعين علينا أن ندرس الجزاء الإداري الذي يهدف إلى الوقاية من ارتكاب مثل هذه الجرائم ،جزاء عدم وسم المنتوج المترتب على قمع الغش(المطلب الأول) الجزاء المدني (المطلب الثاني).

المطلب الثاني: جزاء عدم وسم المنتوج والمترتب على قمع الغش.

1.**الجزاء الإداري (جزاء وقائي):** إن الجزاء الإداري يهدف إلى توقيع جزاء في حالة إخلال المهني بالتزامه بإعلام المستهلك، ولكن قبل أن يؤدي هذا الإخلال إلى الأضرار بالمستهلك.

أ-**هدف جزاء الإداري:** يكرس المشرع الجزاء تحت عنوان "الإجراءات الإدارية و الوقائية"، مما يدل على أنها لم توجد إلا من أجل الوقاية من بعض المخاطر وعدم إلحاق أضرار بالمستهلك للحفاظ على صحته وأمنه ومصالحه وهذا ما تشير إليه المادة 14 من القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك: "يمكن للسلطة الإدارية المتخصصة أن يقوم في أي وقت وفي أي

مرحلة من المراحل عرض المنتوج للاستهلاك بتحريات لمراقبة المطابقة قصد تفادي المخاطر التي قد تهدد صحة المستهلك وأمنه أو التي تمس مصالحه المادية".[1]

إن الهدف من الجزاء الإداري، هو الوقاية من المخاطر التي قد تهدد صحة المستهلك ومصالحه، إن وضع المهني منتوجات للاستهلاك لا تحمل وسما والتي تعتبر من المنتوجات التي تتم الرقابة عليها.

ب-مضمون الجزاء الإداري:

إن الجزاء الإداري حسب القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك وحسب المرسوم رقم 39/90 المذكور سابقا، يتمحور حول جزاء سحب المنتوج من عملية وضعه للاستهلاك.

وتشير المادة 23 وما يليها من المرسوم 39/90 المذكور سابقا، تطبيقا لها إلى ما يلي: "...وتقوم لهذا العرض بأي سحب مؤقت أو نهائي لتحقيق المطابقة أو تغير المقصد، وحجز البضائع أو إتلافها إن اقتضى الأمر مع احترام التنظيم المعمول به".

وحسب ما تنص عليه المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المذكور سابقا، فالجزاء الإداري تتبعه بالضرورة متابعة جزائية، فإذا تبين أن المحاضر التى تحرر من طرف الأعوان المكلفين برقابة الجودة وقمع الغش، أن الخدمة أو المنتوج لا تتوفر فيهما الموصفات القانونية

[1] حامق ذهبية: الالتزام بالإعلام في العقود، (رسالة دكتورا الدولية في القانون الخاص)، كلية حقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص348-349.

والتنظيمية (كأن يظهر من الوسم أن مدة صلاحية استهلاك المنتوج قد انتهت)، فتقوم المصلحة المختصة بتحضير ملف يجمع فيه كل الوثائق والتقارير التي تسلم إلى الجهة القضائية المختصة.[1]

2.الجزاء الجزائي (جزاء الردعي):

أ-ملائمة الجزاء الجزائي:

إن للاستهلاك دور أساسي ومهم من ناحية الاقتصادية، وخاصية الجزاء الجزائي تتمثل في أن المفتشين والمراقبين التابعين لمصالح مراقبة الجودة وقمع الغش هم الذين يتولون معاينة كل مخالفة لأحكام القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك فتشير المادة 15 منه مايلي: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية فإن مفتشي الأقسام والمفتشين العامين والمفتشين والمراقبين العامين والمراقبين التابعين".[2]

وأن الأعوان التابعين لمصالح مراقبة الجودة وقمع الغش مؤهلون كذلك لمعاينة مخالفات أحكام هذا القانون وإثباتها وتجاوز المادة 28 من نفس القانون صراحة، إخلال المهني بالالتزام بالإعلام المنصوص عليه في المادة 4 منه، صحيح أن الالتزام بالإعلام من الالتزامات التي نشأت في العلاقات العقدية التي يحكمها القانون المدني، والإخلال به يؤدي إلى تطبيق جزاء

[1] حامق ذهبية: المرجع السابق، ص340.

[2] بودالى محمد: شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، (دراسة مقارنة)، دار الفجر، الجزائر، 2005، ص31، 32.

مدني، لكن يظهر أن التشريعات الحديثة تتجه إلى توقيع عقوبات جزائية على كل من يخالف القواعد الآمرة التي تنظمه.[1]

ب-ازدواجية الجرائم:

لقد نص القانون رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك على هذه الجرائم والعقوبات المطبقة عليها تحت عنوان "أحكام جزائية" أن إخلال المهني بالتزامه بإعلام قد يكيف بجنحة في بعض الحالات وجود جنحة الخداع كما يكيف بمخالفة في بعض الحالات:

-**وجود جنحة الخداع:** الخداع جريمة يعاقب عليها جزئيا كل إعلام غير نزيه، يهدف إلى تغليط المتعاقد لدفعة إلى إبرام العقد وتشير المادة 1/28 من القانون العقوبات رقم 02/89 المتعلق بحماية المستهلك إلى ما يلي: « دون الاخلال بالأحكام التشريعية في هذا المجال تطبيق على كل منتج أو وسيط أو موزع أو متدخل خالف أحكام المادة 3 الفقرة الثابتة من قانون العقوبات المنصوص عليها في المواد 429، 430، 431 من قانون العقوبات».[2]

-**المخالفة:** كما يشير القانون رقم 02/89 إلى جزاء يكيف بمخالفة، إخطار المهني بالوسم المتعلق بأسعار هذه المنتوجات و الخدمات.[1]

[1] حامق ذهبية: الالتزام بالإعلام في العقود، المرجع السابق، ص450،349.

المطلب الأول: الجزاء المدني

تقوم الجرائم الماسة بأمن وسلامة المستهلك على أساس وجود تصرفات قانونية تخالف قواعد القانون الاقتصادي كالبيع بالزيادة عن السعر المحدد أوبيع منتوج انتهت مدة صلاحيته، فالجزاء الذي يقرره القانون المدني هو بطلان التصرفات وذلك طبقا لنص المادة 96 من القانون المدني الجزائري، والتي جاء في نصها: «إذا كان محل الالتزام مخالف للنظام العام وللآداب كان العقد باطلا»[1].

ومن طبيعة هذا الجزاء أنه يفوت على مرتكب الجريمة الغرض الذي دفعه على ارتكابها، وإذا ما حدث أن ألحق الفعل المرتكب ضرر بالشخص، فإنه يمكنه أن يطالب بالتعويض وهذا ما سنحاول توضحه في النقاط التالية:

1. بطلان التصرف غير القانوني :

من المقرر أن أحكام القوانين الاقتصادية لاسيما القوانين المتعلقة بحماية المستهلك لتنظيمها للمصالح الجوهرية للمجتمع فيبطل الاتفاق على ما يخالفها، والبطلان يكون مطلقا وفق للقواعد العامة (المادة 96 القانون المدني الجزائري سالف الذكر)، وتأكد في القواعد الخاصة لاسيما المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15سبتمبر1990، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، والتي جاء فيها: «يبطل كل

[1] - مامش نادية : مسؤولية المنتج ،دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي (رسالة ماجستير) كلية الحقوق ،تيزي وزو ،2012 ،ص154-155

شرط بعدم الضمان ويبطل مفعوله» ومادة 13 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص: (يعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة).

وبما أن البطلان من النظام العام، يجوز لكل ذي مصلحة أن يتمسك به وللمحكمة أن تقضي به من تلقاء نفسها ولا ترد عليه الاجارة ولا يسقط الحق بطلبه، إلا بمضي مدة التقادم الطويل وهي 15 سنة.[1]

2. تعويض الضرر الناتج عن مخالفة القوانين الاقتصادية:

ينتج عن بطلان التصرفات المخالفة للقانون حق للمضرور للمطالبة بالتعويض سواء كان طرفا في التصرف المخالف لقواعد التنظيم الاقتصادي أو لم يكن في ذلك طبقا لنص المادة 48 من قانون المنافسة والتي تناولت موضوعه أنه:« يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرر من الممارسة مقيد للمنافسة وفق مفهوم أحكام هذا الأمر يرفع دعوى امام الجهة القضائية المختصة طبقا للتشريع المعمول به».[2]

*جريدة رسمية العدد 40، الصادرة 1990.

[1]آيت مولود سامية: خصوصية الجريمة الاقتصادية في ضوء قانون المنافسة والممارسات التجارية، (رسالة ماجيستير)، كلية حقوق، تيزي وزو، 2006- 2007، ص194.

[2]الامر رقم 13.03 يوليو 2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10. 05 المؤرخ في 2010 والمتعلق بالمنافسة، ج ر، العدد 46، الصادرة في 18 يوليو 2010.

والحق نفسه كرس لجمعيات حماية المستهلكين وللجمعيات المهنية وكل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة يعتبر نفسه متضررا من مخالفة قواعد الممارسات التجارية أن يتأسس كل طرف مدني للدعاوى المرفوعة ضد المخالف للحصول على التعويض.

خلاصة الفصل الثاني:

ظهر من خلال دراسة الجزاء، أن المشرع وضع آليات قانونية تساعد على التنفيذ الفعال للالتزام بالوسم من طرف المهنين، لكن على المستهلكين سواء بطريقة شخصية غير مشروع يصدر من طرف المهنين المسؤولين، كما ذهب إلى أبعد من ذلك لكونه أنه يكتف بتوقيع جزاء مدني على كال المهني بسبب إخلاله بالتزامه بالإعلام، وإنما نص على جزاء قمع كل غش يصدر منه بهدف إضفاء على الطرف الضعيف الحد الأقصى من الحماية، من شانها تلزم المهني بوضع للاستهلاك منتوجات وخدمات تتوافر فيها الضمانات ضد كل المخاطر التي قد تمس صحة المستهلك أو أمنه أو تضر بمصالحه المادية.

الخاتمـــــــــة

الخاتمة:

ختاما لدراستنا يمكن القول أن حماية المستهلك في بلادنا أصبحت موضوع اهتمام وعناية من قبل المشرع على غرار الأمم المتحضرة بما فيها المنظمات الدولية، ويرجع ذلك لأهميتها وضرورتها في آن واحد، فعدم التوازن بين المنتجين والموردين والتجار من ناحية او المستهلكين من ناحية أخرى نجده يتعمق ويتسع يوما بعد يوم، مما يدفع بالقانون إلى التدخل لتحقيق إعادة التوازن، ويرى الفقه أن الوسم دور وصفيا بحيث يقدم للمستهلك وثيقة فيها معلومات واضحة وسهلة الفهم والاستيعاب.

وأمام عجز الأنظمة القانونية التقليدية عن تقديم حماية كافية من الأضرار التي يسبب فيها هذه المنتوجات، تبنى المشرع الجزائري على غرار نظيره الفرنسي نظام تماشي مع متطلبات الوقت الراهن وهذا بإقرار التزام جميع المتدخلين في عملية عرض المنتجات للاستهلاك بضمان سلامة المستهلك مكرس بموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ونستخلص من خلال دراستنا للوسم ودوره في حماية المستهلك أنه رغم النقلة النوعية الرامية إلى تدعيم المنظومة القانونية الخاصة لحماية المستهلك ورغم محاولة المشرع الخاصة لحماية المستهلك ورغم محاولته في تفادي النقائص والثغرات القانونية 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، (الملغى)، خاصة في مجال التوسع في نطاق الحماية، توضح المفاهيم

لتطلعات المستهلكين في توفير حماية كافية وفعالة لهم، ويتجلى ذلك من خلال الملاحظات الآتية:

- يقدم الوسم الغذائي المعلومات المتعلقة بمضمون العناصر المغذية للمواد الغذائية.
- لم يأت قانون حماية المستهلك بجديد فيما يخص تعريف المستهلك فاستثناء إضافة الأشخاص المعنين ضمان طائفة المستهلكين.
- نجم عن التعريف عدة إشكاليات.

حيث يتبنى هذا القانون المفهوم الضيق للمستهلك وهذا بعدم امتداد الحماية إلى المستهلكين المهنين الذين لا يقومون باقتناء المنتوجات لحاجتهم شخصية وإنما لمهنتهم، ولكن خارج مجال تخصصهم.

- يشمل الالتزام بضمان سلامة المستهلك كافة المنتوجات التي اعتبرها المشرع إما سلعا أو خدمات.
- اعتمد قانون حماية المستهلك وقمع الغش، من أجل كفالة بتنفيذ المتدخلين لالتزامهم بضمان سلامة المستهلك على آليات تمثلت في الوسائل القانون والفنية والأجهزة التي تسهر على ذلك.
- يتميز قانون حماية المستهلك بالطابع الوقائي والتحفظي، لذا كرس المشرع الرقابة كآلية وقائية، وهذا بإخضاع جميع المنتوجات للرقابة قبل وأثناء عرضها للاستهلاك.

أما الاقتراحات فهي:

1-توفر مخابر ومراكز أكثر لتحليل الغذاء ووسمه.

2-ضرورة تطبيق واحترام المواد التي نصت عليها القوانين ومراسيم.

3-تكثيف الحماية بتوفير سلامة المستهلك وذلك عن طريق تحديد عقوبات عن خارج عن كل ما يسمح به القانون.

4-إعطاء صلاحيات أكثر للمجلس الوطني لحماية المستهلكين وذلك لممارسة مهامه لتوفير وسلامة المستهلك.

5-منح صلاحية أكثر للجمعية لتمثيل أمام القضاء لحماية حقوق المستهلك.

وفي أخير موضوع حماسة المستهلك من أهم مواضيع الحساسة والهادفة لأنها تتعلق بصحة الإنسان.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولا: الكتب

1- الشواني صالح: الادارة التسويقية الحديثة، دار جامعات المصرية الاسكندرية،2004.

2- أوكيل سعيد: وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

3- بودالي محمد: شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية "دراسة مقارنة"، دار الفجر، الجزائر، 2005.

4- بودالي محمد: مسؤولية المنتج عن منتجاته المعنية "دراسة مقارنة في القانون الفرنسي و الجزائري"، دار الهدى، الجزائر، 2005.

5- بولحية بن بوحميس: القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2000.

6- محمود جاسم الصمدعي، يوسف ردينة: سلوك المستهلك، دار المناهج، الاردن، 2007.

7-عبد الفتاح خالد، محمد خليل: حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، كلية الحقوق، جامعة حلوان.

8- عمر محمد عبد الباقي: الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

9- فتاك علي: تأثير المنافسة على الالتزام بضمان سلامة المنتوج، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2008.

10- قادة شهيدة : المسؤولية المدنية للمنتج "دراسة مقارنة"، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2001.

ثانيا: المذكرات

1- آيت مولود: خصوصية الجريمة الاقتصادية في ضوء قانون المنافسة والممارسات التجارية، (رسالة ماجيستير)، كلية الحقوق تيزي وزو، 2006-2007.

2-جرعود الياقوت: عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري (رسالة ماجيستير)، كلية الحقوق، بن عكنون، 2001-2002.

3-حامق ذهبية:الالتزام بالإعلام في العقود (رسالة دكتوراه الدولية في القانون الخاص)، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2008-2009.

4-حدوش فتيحة: ضمان سلامة المستهلك من المنتوجات الخطيرة في قانون الجزائر

على ضوء القانون الفرنسي، كلية حقوق، جامعة بومرداس، الجزائر، 2009-2010.

5-حليمي ربيعة: ضمان الانتاج والخدمات، (رسالة ماجيستير)، معهد الحقوق والعلوم الادارية، جامعة الجزائر، 2000-2001.

6-قونان كهينة: ضمان سلامة من أضرار المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي، (رسالة ماجيستير)، فرع مسؤولية مهنية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2001.

7-شعباني نوال: الالتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش (رسالة ماجيستير)، جامعة تيزي وزو، الجزائر.

8-كالم حبيبة: حماية المستهلك (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق، الجزائر.

9-فرحات ريموش:الالتزام بالإعلام(رسالة دكتوراه دولة في القانون)، كلية الحقوق ،2011-2012.

ثالثا: المراسيم

-المرسوم التنفيذي رقم 391/90 المتعلق بالجودة و قمع الغش.

-المرسوم التنفيذي رقم 90 . 367 في 1999/11/10 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، الجريدة الرسمية، العدد 05 بتاريخ 1999/11/21.

-المرسوم التنفيذي رقم 494/97 المؤرخ في 1997/11/21 المتعلق بالوقاية من الاخطار الناجمة عن استعمال اللعب، جريدة رسمية، العدد85.

-المرسوم التنفيذي رقم 05 . 467 مؤرخ في 1997/11/21 يعدد شروط مراقبة مطابقة المنتوجات المستوردة غير الحدود وكيفيات.

-المرسوم التنفيذي رقم192/91 المؤرخ 1991/6/1 المتعلق بمخابر التحليل والنوعية، ج/ر العدد 27 في 1991/06/02

-قانون 09/90 المؤرخ 1990/04/07 المتعلق بالولاية ،ج/ر عدد 15 بتاريخ 1990/04/07

-من المرسوم التنفيذي رقم 272/91 المؤرخ في1992/07/06 المتعلق بتكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته، الجريدة الرسمية العدد 52 بتاريخ1992/09/08.

-المرسوم التنفيذي رقم147/89 المؤرخ 1989/08/08ا لمتعلق بالمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم وتنظيمه وعمله، الجريدة الرسمية العدد 33 1989/08/09.

-من المرسوم التنفيذي رقم 355/96 المؤرخ في19 /1996/10 الذي ينظم شبكة مخابر التحاليل والنوعية، الجريدة الرسمية العدد 162بتاريخ1996/10/20.

– للقرار الوزاري المشترك المؤرخ في 20 مارس 1999 المتضمن إنشاء وتنظيم وسير اللجنة الوطنية المكلفة بالتنسيق ما بين القطاعات في مجال حماية المستهلك من الأخطار الغذائية ، الجريدة الرسمية العدد 32 بتاريخ 1999/05/02 .

–المقال بالتفصيل حول تنصيب اللجنة الوطنية لحماية المستهلك في جريدة الخبر ليوم 1999/6/21.

–المرسوم التنفيذي: رقم 207/94 المؤرخ في 1994/07/16 المتعلق بصلاحيات وزير التجارة ج/ر العدد47 ،1994/07/20

–المرسوم التنفيذي :رقم208/94 المؤرخ 1994/07/16 ،يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة ،ج/ر47 بتاريخ 1994/07/20 .

– المرسوم التنفيذي :رقم210/94 المؤرخ 1994/07/16 ،يتضمن إنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية و قمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصاتها ،ج/ر47 بتاريخ 1994/07/20 .

–قانون 31/90 المتعلق بالجمعيات المؤرخ في14–12–1990 ،ج/ر العدد 53 بتارخ 05–12–1990 .

رابعا: الاوامر

–أمر رقم 75 . 95 مؤرخ في 1975/09/25 ،يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

–الأمر رقم 03 –13 جويلية2003، المعدل والمتمم بالقانون رقم 10 .05 المؤرخ في 2010 والمتعلق بالمنافسة، ج /ر، العدد 96، الصادر 18 جويلية2010.

خامسا: الملتقيات

. سي حورية زاهية حورية: الالتزام بالإقصاء عنصر من عناصر ضمان السلامة، الملتقي الوطني حول: حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة بجاية،يومي 17و18نوفمبر 2009.

سادسا: جرائد

- جريدة رسمية العدد 40 الصادر في 1990.
- جريدة الرسمية العدد 05 .90.

سابعا: المراجع باللغة الفرنسية

1- Philippe Le Tourneau: Responsabilité des Vendeurs et fabricants, 2eme E. d. Dalloz. Paris, 2006.
2- Jérôme HUET: Responsabilité du Vendeur et garantie contre les vices cachés, Paris, 1987.
3- Yves Guyon: Proit des affaires, Tomel, 8emeE.d, Économico, Paris, 1994.
4- G. MEKAMCHA M. KAHLOULA « la protection du consommateur en droit algérien » Revue IDARA .volume,1996

الفهـــــــــرس

الفصل الأول : ماهية الالتزام بوسم المنتوجات

المبحث الأول: تحديد معنى الوسم وبيان لشروطه

المطلب الأول: تعريف الوسم وبيان دوره في حماية المستهلك

الفرع الأول: تعريف الوسم

الفرع الثاني: دور الوسم في حماية المستهلك

أولا: الدور الإعلامي

ثانيا: الدور الأمني

المطلب الثاني : شروط الوسم

الفرع الأول:أن يكون الوسم كاملا

الفرع الثاني: أن يكون الوسم واضحا ومكتوبا باللغة الوطنية

الفرع الثالث: أن يكون الوسم مرئيا

الفرع الأول :أن تكون البيانات متعذرا محوها

المبحث الثاني: مجال الوسم وسم المنتوج

المطلب الأول: مجال الوسم من حيث الأشخاص

الفرع الأول :المتدخل ملزم بوسم المنتوج

أولا :تعريف المتدخل

ثانيا: تحديد الأشخاص المعتبرين من فئة المتدخلين

المطلب الثاني: المستهلك صاحب حق في وسم المنتوج

الفرع الأول: تعريف المستهلك

أولا :تعريف المستهلك في القانون

ثانيا: تعريف المستهلك في الفقه

1-الاتجاه المضيق من مفهوم المستهلك

2-الاتجاه الموسع من مفهوم المستهلك

ثالثا:تعريف المشرع الجزائري للمستهلك

المبحث الثالث: نطاق الوسم

المطلب الأول: وسم المنتوجات الغذائية وغير الغذائية

الفرع الأول :وسم المنتوجات الغذائية

الفرع الثاني :وسم المنتوجات غير الغذائية

المطلب الثاني: وسم مواد التجميل و التنظيف

المطلب الثالث:وسم اللعب

الفصل الثاني: آليات تفعيل وسم المنتوج

المبحث الأول: الدور الرقابي على وسم المنتوجات

المطلب الأول: مفهوم الرقابة وسم المنتوجات و أنواعها

الفرع الأول :تعريف الرقابة

الفرع الثاني :أنواع الرقابة

المطلب الثاني: تحديد الأجهزة المكلفة بالرقابة غلى وسم المنتوجات

الفرع الأول:الهيئات المكلفة الرقابة على المستوى المركزية

الأول: الهيئات المركزية المتخصصة

ثانيا:الهيئات المركزية ذات الاختصاص العام

الفرع الثاني : الهيئات المكلفة الرقابة على المستوى المحلي

الأول :الهيئات المحلية المتخصصة أو الخاصة

ثانيا:الهيئات المحلية ذات الاختصاص العام

المبحث الثاني: الجزاء المترتب على عدم وسم المنتوجات

المطلب الأول: جزاء عدم وسم المنتوج والمترتب على قمع الغش

الفرع الأول:الجزاء الإداري (جزاء وقائي)

الفرع الثاني: الجزاء الجزائي (جزاء الردعي)

المطلب الثاني: الجزاء المداني

الفرع الأول :بطلان التصرف غير القانوني

الفرع الثاني :تعويض الضرر الناتج عن مخالفة القوانين الاقتصادية

الخاتمة