جامعة محمد خيضر – بسكرة
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق

حماية إرادة المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02

مذكرة مكملة من متطلبات نيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص قانون الأعمال

إعداد الطالب:
– رشيد حسني

إشراف الأستاذة:
– عبير مزغيش

الموسم الجامعي: 2018/2017

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿قَالُوا سُبْحَانَكَ لَا عِلْمَ لَنَا إِلَّا مَا عَلَّمْتَنَآ ۖ إِنَّكَ أَنتَ الْعَلِيمُ الْحَكِيمُ﴾.

سورة البقرة الآية ٣٢

قال الرسول صلى الله عليه وسلم:

«اللَّهُمَّ انْفَعْنِي بِمَا عَلَّمْتَنِي، وَعَلِّمْنِي مَا يَنْفَعُنِي، وَزِدْنِي عِلْمًا»

حديث نبوي شريف

ما الفخر إلا لأهل العلم إنهـــم على الهدى لمن استهدى أولاء

وقدر كل امرئ ما كان يحسنه والجاهلون لأهل العلم أعداء

ففز بعـــلم تـــعش حيـــا به أبدا فالناس موتى وأهل العلم أحياء

الإمام علي رضي الله عنه

شكر وتقدير:

أحمد الله العلي القدير وأشكره على توفيقي في إتمام هذه المذكرة

كما أقدم شكري وامتناني وكل العرفان للأستاذة المشرفة والتي كان لها دور كبير في هذا العمل وكل الشكر لقبولها على إشرافي فكانت تنيرنا بملاحظاتها وإضافاتها الدكتورة "**عبير مزغيش**"

وكذلك أوجه شكري إلى الأستاذة "**سميرة معاشي**"

وكل الشكر والامتنان إلى أختي وزميلتي "**فوزية سديرة**" لكل وقتها ومجهوداتها معي لإتمام هذا العمل.

الإهداء:

أهدي هذا العمل

إلى روح أمي الغالية رحمها الله وأسكنها فسيح جناته.

وإلى والدي حفظه الله وأطال عمره.

إلى جميع إخوتي وكل العائلة الكريمة.

وإلى كل زملائي في الدراسة وأصدقائي وكل من ساعدني

في هذ العمل.

مقدمة

مقدمة

من أبرز المواضيع التي لها تأثير على الحياة اليومية والاقتصادية للفرد هي العملية الاستهلاكية وما لها من أهمية، وباعتبار أن للاستهلاك دور أساسي في الحياة الاقتصادية كونه الحلقة المهمة في سلسلة نمو واستقرار الاقتصاد والمعاملات التجارية، كما أن له تأثير على الحياة اليومية للشخص.

وما يهم في المعاملات التجارية هو حماية إرادة أطراف العلاقة لتحقيق الاستقرار في الممارسات وبذلك توفير الائتمان، ويتأكد هذا في العلاقة التي يكون فيها المستهلك طرفا، فبالرغم من الاهتمام المتزايد بحماية رضاه كفي جل النظم التشريعية ومنها التشريع الجزائري، غير أنها تتكشف كل مرة ومع كل تعديل تتأكد الحاجة إلى المزيد من التأمين لتلك الحماية.

ولم يكتفي المشرع الجزائري بحماية إرادة المستهلك من خلال التشريعات العامة ولا بوضع تقعيد للقواعد العامة لحمايته وذلك من خلال إصداره لقانون 89-02 (الملغى)، وبعده عزز هذه الحماية بقانون الممارسات التجارية 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، حيث اعتنى المشرع بحماية إرادة المستهلك نظرا لأهمية هذه الحماية من جهة وتحقيق التوازن العقدي والاستمرار الممارسات التجارية من جهة أخرى، لهذا أصدر المشرع هذا القانون، وقد توالت كذلك مراجعة هذا القانون فأصدر على إثره حتى بعد صدور القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وذلك بإصدار قانون 10-06 المعدل والمتمم لقانون 04-02 ولو سلمنا أن اتجاه الإرادة التشريعية كانت صحيحة، غير أنه ينبغي علينا الوقوف على مدى تحقيق الغاية من تشريع القانون 04-02، فيما يتعلق بحماية إرادة المستهلك ومدى نجاعة تلك الحماية.

لهذا اهتم المشرع بهذه الأخيرة في قانون الممارسات التجارية الذي وضع قواعد تطبيق للممارسات التجارية، وجعل من بين أهدافه حماية إرادة المستهلك، والتزامات ومسؤوليات العون الاقتصادي اتجاه المستهلك كونه الطرف الضعيف في العملية التعاقدية.

❖ **أهمية الدراسة**

تظهر أهمية هذا الموضوع من عدة جوانب منها أن موضوع حماية المستهلك يعد جانبا من جوانب حقوق الإنسان وهو مترجم فعلي له، حيث لم يعد مجرد حريات سياسية وفكرية بل امتد ليشمل حقوق الاقتصادية أيضا.

وتكمن الأهمية الأخرى أيضا في أن هذه الحماية لا يختص بها قانون أو تشريع بعينه بل كانت ولازالت تكفلها تشريعات متنوعة التي هي من فروع القانون المختلفة في طبيعتها وموضوعها سواء كانت عامة أو خاصة، ربما هذا خلق نوع من الصعوبة في استجماع النصوص والقوانين الخاصة بحماية المستهلك في إطار قانون خاص بالممارسات التجارية، نظرا لاتجاه الدولة إلى نظام اقتصاد السوق والذي يؤدي إلى هيمنة القطاع الخاص وظهور الأعوان الاقتصاديين أصحاب النفوذ الذين هدفهم يكون تحقيق الربح بكافة الوسائل، وذلك بإغراق الأسواق بالسلعة الرديئة والمغشوشة، وبهذا يتعاقد المستهلكين دون علمهم بالمنتوج أو الخدمة وبالتالي خضوعهم لشروط مجحفة يضعها الأعوان الاقتصاديين وكذلك الوقوع في الغش والتدليس والاحتكار وغيرها من الممارسات التي تضر المستهلك فتكون إرادته غير حرة في التعاقد.

❖ **أهداف الدراسة**

تهدف دراستنا لهذا الموضوع إلى:

- الإحاطة بكل الجوانب القانونية المتعلقة بحماية إرادة المستهلك، في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02 وقانون 10-06 المعدل والمتمم لقانون الممارسات التجارية.
- توضيح أن هذه الحماية لا يختص بها قانون أو تشريع بعينه بل كانت ولازالت تكفلها تشريعات متنوعة ومتفرقة تنتمي إلى فروع القانون المختلفة وهذا ما أدى إلى استجماع النصوص والقوانين الخاصة بحماية إرادة المستهلك في إطار خاص بالممارسات التجارية.
- إيضاح الهدف من سن قانون الممارسات التجارية 04-02 ومن خلال نص المادة الأولى منه التي نصت على أنه وضع من أجل تحديد قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية.
- كذلك النظر في أثر وانعكاسات تطبيق آليات قانون الممارسات التجارية ومدى حماية إرادة المستهلك وتحقيقه لتوازن العقدي بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين.

- سعي اتجاه الدولة إلى نظام اقتصاد السوق والذي يؤدي إلى سيطرة القطاع الخاص وظهور الأعوان الاقتصاديين الذين يسعون إلى الربح السريع بأي شكل من أشكال الغش، فكان لردع وضبط أكثر وتوفير حماية أكبر للمستهلك.

❖ **أسباب اختيار الموضوع**

إن اختيار هذا الموضوع حماية إرادة المستهلك في ظل قانون الممارسات التجارية 04-02 لمجموعة من الأسباب، ولعل أهمها هو قناعتي الشخصية لأهمية الموضوع نظرا للوضع الحالي الذي تتخبط فيه البلاد خاصة في مجال الاقتصادي ورغبتي أيضا في التعمق في الدراسة والبحث في حلول أكثر ضبطا واحتواءً لحماية المستهلك.

كذلك رغبتي في فتح إشكالات ووجهة نظر جديدة لهذه الحماية، وإضافة إلى قربي من ميدان الاستهلاك والممارسات التجارية بصفة يومية ما حفزني لاختيار الموضوع.

الدراسة كذلك من الناحية الموضوعية لها أهمية كبيرة مما جعلني أهتم بإثراء هذا الموضوع، والمساهمة في إيجاد الإشكالات وطرح الحلول ولو بالقدر البسيط.

❖ **الدراسات السابقة**

- **الدراسة الأولى:** زبيري بن قويدر، خليفة جنيدي، "**حماية إرادة المستهلك في ضوء قانون الممارسات التجارية 04-02**"، مجلة اجتهاد القضائي، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017.

- **الدراسة الثانية:** سفيان بن قري، **ضوابط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02**، رسالة ماجستير فرع قانون عام، تخصص قانون عام للأعمال، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، السنة الجامعية: 2008-2009.

- **الدراسة الثالثة:** محمد عماد الدين عياض، **حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02**، رسالة ماجستير تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية: 2005-2006.

❖ **صعوبات الدراسة**

تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء إعداد هذه الدراسة هي:

- نقصد في الكتب المتخصصة والتي تخدم الموضوع.

- صعوبة في توظيف والتحكم في المعلومات.
- تداخل وتشعب الموضوع وضيق مجال الدراسة.

❖ **الإشكالية**

نظرا لتوجه الجزائر إلى الخوصصة في المجال الاقتصادي وفتح الأسواق أدى هذا إلى تنوع السلع والخدمات، هذا ساهم في تنافس وجشع الأعوان الاقتصاديون سعيا لتحقيق الربح السريع على حساب المستهلك واستغلال إرادته هذا ما جعل المشرع الجزائري يسعى إلى توفير الحماية اللازمة لإرادة المستهلك وذلك من خلال قانون الممارسات التجارية 04-02، وعليه نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى كفاية الأحكام التي أقرها قانون 04-02 في تأمين الحماية القانونية لإرادة المستهلك ضمن الممارسات التجارية؟

❖ **التساؤلات الفرعية**

وللإحاطة بكافة جوانب الدراسة قسمنا الإشكالية الرئيسية إلى تساؤلات فرعية يمكن إجمالها فيما يلي:

1- ما هي طرق حماية إرادة المستهلك في مرحلة التعاقب؟

2- ما هي طرق حماية إرادة المستهلك بعد عملية التعاقد؟

3- ما هي وسائل الحماية المقررة لحماية إرادة المستهلك في ظل قانون 04-02؟

4- ما مدى قيام مسؤولية العون الاقتصادي؟

❖ **المنهج المتبع**

للإجابة على هذه التساؤلات وإشكالية الدراسة وما تقتضيه طبيعة البحث وخصوصية الموضوع، قد اعتمدنا على **المنهج التحليلي** الذي هو عبارة عن تسلسل منطقي للأفكار للوصول لنتائج عن طريق التحليل مع استعمال **المنهج الوصفي** الذي يعد الأنسب لتحديد مدى حماية التي كفلها قانون 04-02 لإرادة المستهلك.

❖ **هيكل الدراسة**

سنتناول في البحث فصلين:

- فيما يخص الفصل الأول سنتناول فيه مضمون حماية إرادة المستهلك في ظل قانون 04-02 وسنستعرض فيه حماية إرادة المستهلك في التعاقد في ظل قانون 04-02 في المبحث

الأول حيث تأخذ فيه حماية إرادة المستهلك في شفافية الأسعار ثم سنتطرق كذلك إلى حماية إرادة المستهلك من الممارسات غير المشروعة والتدليسية، وبعد ذلك حماية إرادة المستهلك من الممارسات غير النزيهة.

ونستعرض كذلك حماية إرادة المستهلك بعد التعاقد في ظل قانون 04-02 في المبحث الثاني الذي أوجب التعامل بالفاتورة ثم منع التعامل بالشروط التعسفية مع المستهلك

- فيما يخص الفصل الثاني سنتناول فيه وسائل الحماية إرادة المستهلك في ظل قانون 04-02 وسنستعرض فيه قيام المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي إذ نتناول في المبحث الأول التحقيق والمعاينة ثم تطبيق العقوبات المقررة في قانون الممارسات التجارية وبعد ذلك نستعرض قيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي في ظل قانون 04-02 في المبحث الثاني نتناول المسؤولية المدنية قبل التعاقد وثم المسؤولية المدنية بعد التعاقد وأخيرا التعويض.

الفصل الأول:

مضمون حماية إرادة المستهلك في التعاقد

في ظل أحكام القانون 04-02

تعد أهم ما في المعاملات التجارية هي حماية إرادة أطراف العلاقة التعاقدية ولقد ترتب على مبدأ سلطان الإرادة والقوة الملزمة للعقد الكثير من المساوئ، إذ اختلال المراكز الاقتصادية، جعل أحد هذه الأطراف والمتمثل في المستهلك كونه الطرف الضعيف، وهذا الضعف تقابله الكثير من الصعوبات نظرا لنقص المعلومات، عن الجودة والأسعار، والمحتويات أو ما يسمى الضعف في القدرة التقنية بالمقارنة مع العون الاقتصادي أو عارض الخدمة أو المهني.

كما أنه قد يجهل بعض التجاوزات التي يقدم عليها المهنيون سعيا منهم إلى تحقيق الأرباح على حساب المستهلكين، مما يؤدي هذا التعرض إرادتهم إلى الغش والاستغلال والتضليل، كما قد تلحق بهم أضرار حتى لو لم يكن عقد بين الطرفين،والمشرع الجزائري مثل باقي التشريعات، أدرك مدى ضرورة حماية هذه العلاقة،لأجل ذلك سعى المشرع بموجب قانون الممارسات التجارية 04-02 إلى تنظيم السوق وإقامة التوازن العقدي في العلاقة بين المهنيين والمستهلكين.

ومضمون هذه الحماية التي وفرها قانون الممارسات التجارية للمستهلك، وعليه نقوم بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، يكون الأول حماية المستهلك قبل التعاقد، والثاني حماية بعد التعاقد.

المبحث الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد

اعتنى المشرع الجزائري بحماية المستهلك قبل التعاقد، وبالأخص إرادته التي هي الأساس فيعلاقة تعاقدية وذلك بتوفير الحرية الممكنة لها، حيث تنظم هذه الحماية في قانون الممارسات التجارية 04-02 المعدل والمتمم، وتوالت مراجعة هذا القانون، وإصدار نصوص تنظيمية حتى بعد صدور القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وفي هذا كرس قانون 04-02 إلزامية حماية من الإعلام التضليلي، كما أقر حق المستهلك في اختيار التعاقد ومحتوى العقد مثل حظره لرفض البيع أو تأدية الخدمة ومنعه الممارسات التعاقدية التعسفية، كل هذا انصب في كفالة حماية إرادة المستهلك، وعليه قسمنا هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، حيث جاءت حماية إرادة المستهلك في شفافية الأسعار (مطلب الأول)، ثم سنتناول حماية إرادة المستهلك من الممارسات الغير مشروعة و التدليسية (مطلب ثاني)، وبعد ذلك حماية إرادة المستهلك من الممارسات الغير نزيهة (مطلب ثالث).

المطلب الأول: حماية إرادة المستهلك في مجال شفافية الأسعار

إن عدم التكافؤ في العلاقة التعاقدية بين أطراف، يعود بالأساس لعدم مساواة المعلومة بالشيء المبيع أو الخدمة المقدمة، فالعون الاقتصادي يعرف محتوى المنتوج أو الخدمة المقدمة في السوق، في حين أن المستهلك غير قادر أو غير ملم بجميع تفاصيل الخدمة أو المنتوج، ليصدر حكم عليه مبني على إرادته التامة المؤسسة على كل معلومات المتوفرة على المنتج.

وعليه يعد إعلام المستهلكين، أساس للمنافسة وتطويرها ونزاهتها وتشهل شفافية والرقابة على السوق؛ وإذا توفرت المعلومات إلى المستهلك حول المنتوج تكون له سلطة اختيار وفق إرادة حرة وكاملة، فيتوجه إلى المنتوج ذو جودة وسعر أفضل، وبهذا يضمن المنافسة الفعالة التي تساهم في الاقتصاد الوطني.

والإعلام هو توصيل الأحداث والأفكار لعلم الجمهور، وفق وسائل عديدة، ويشترط المصداقية والوضوح، وعليه قسمنا هذا المطلب إلى أربع فروع كالتالي:

تعريف الإعلام(الأول)، الإعلام بشفافية الأسعار(الثاني)، الإعلام بالبيانات(الثالث)، الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية(الرابع).

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام

يعد إعلام المستهلك من طرف العون الإقتصادي ليس بالأمر الجديد ، إنما قديم قدم المعاملات والممارسات التجارية، وعليه سنتطرق لمفهوم الإعلام من الناحيتين اللغوية و الإصطلاحية.

أولا: تعريف لغوي بالالتزام بالإعلام

جاء في كتاب لسان العرب "لابن منظور الإفريقي" أن الإعلام من الفعل علم، وعلمت بالشيء أي عرفته وعلم بالأمر بمعنى تعلمه وأتقنه وتحصل على حقيقة الشيء وإدراكه[1].

ثانيا: التعريف الاصطلاحي للإلتزام بالإعلام

يعد من أهم الإلتزامات التي يتحمل مسؤولية الإخلال بها العون الإقتصادي هو إلتزامه بإعلام المستهلك، وذلك قبل التعاقد وأثناء تنفيذ العقد، والمقصود بالإعلام هو تبيان للمستهلك طرق استعمال المنتوج بخصائصه والوضوح.

كما يتحدد بالإلتزام بالإعلام بكل بيان أو معلومة يكون من مصلحة المتعاقد أن يعلم بها، متى كان من شأن هذا العلم أن يخول للمستهلك التراجع عن إبرام العقد، لكن بشروط مختلفة، أو دفعه إلى اتخاذ إجراءات معينة للحصول على أكبر فائدة وتجنبه أيضا أقل ضرر[2].

ويختلف الإعلام عن الإعلان التجاري، حيث يعد هذا الأخير الذي يباشره العون الاقتصادي لترويج منتوجاته المطروحة في السوق وتقوية الطلب عليها باستعمال وسائل الإشهار المرئية المسموعة والمكتوبة، وكذا إعلام المستهلك بسعر المنتوجات والخدمات وشروط البيع وهو مظهر من مظاهر المنافسة المشروعة بين الأعوان الاقتصاديين لتحفيز المستهلكين على شراء، وهذا ما يعرف بالإشهار التجاري[3]، شريطة أن يكون في إطار قانوني، وأن لا يكون كاذب، كون الإشهار التجاري يعد نوع من أنواع الإعلام، وهذا ما نصت عليه المادة 56

---

[1] ابن منظور الإفريقي، **لسان العرب، مادة علم**، المجلد التاسع، الطبعة الرابعة، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2005، ص 264.

[2] سه نكه ر علي رسول، **حماية المستهلك وأحكامه: دراسة مقارنة**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2016، ص 226.

[3] جرعوتاليقوت، **عقد البيع وحماية المستهلك في تشريع الجزائري**، رسالة ماجستير، كلية بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية: 2001 – 2002،

من المرسوم التنفيذي 13-378 المؤرخ في نوفمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات إعلام المستهلك: "تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنها إحداث لبس في ذهن المستهلك"[1].

إن سبب إلزامية المشرع بالإعلام هو تزايد مخاطر المنتجات المعروضة في السوق، حيث ألزم أن يكون الإعلام كافيا ويحتوي على كل المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتوج وإخطاره بسعر ومكوناته وهذا ما نصت عليه المواد 17 و18 من قانون رقم 09-03 متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ويقع الإلتزام بالإعلام على عاتق العون الاقتصادي، وبرجوعنا إلى قانون متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أن المشرع الزم العون الاقتصادي بإعلام المستهلك وهذا جاء في مادة 17 بنصها: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة"، أما المادة 18 فقد حددت كيفيات الإعلام أن يكون بطريقة مقروءة وواضحة نجد أن قانون 09-03 لم يعرف الإلتزام بالإعلام واكتفى بالإشارة إليه فقط وكذلك نفس الشيء مع قانون 04-02 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010 نذكر منه المواد 04، 05، 07، 08، وكذلك المادتين 31 و32 من نفس القانون[2].

من خلال نصوص المواد السالفة نجد أن المشرع الزم العون الاقتصادي أن يقدم للمستهلك كافة المعلومات المتعلقة كالمنتوج سلعة كان أو خدمة، ووضح كيفيات وشروط الإعلام، غير أنه لم يحصرها على سبيل الحصر وإنما ترك ذلك لإرادة العون الاقتصادي وكما ذكر الوسائل التقليدية والطرق الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا ووسائل الاتصال، دون الإغفال على الطريقة الشفهية، امام حاضرين في مجلس عقد[3].

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك، 18-11-2013، عدد 58.

[2] ميري عبد المالك، **التزام المتدخل بالإعلام كآلية لحماية المستهلك على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد شروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤوليات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، السنة الجامعية: 2015، ص 08، 09.

[3] بشير سليم، بوزيد سليمة، "**الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03**"، مجلة الحقوق والحريات، كلية حقوق وعلوم سياسية، العدد 27، جامعة محمد خيضر بسكرة، أفريل 2017، ص 28.

ويرجع عدم ذكرها على سبيل الحصر إلى تشجيع العون الاقتصادي بالوفاء بالتزامه بالإمكانية المتوفرة لديه، وبالوسيلة المناسبة وهذا يصب طبعا في توفير وحماية إرادة المستهلك، وجعلها حرة بحيث يمكن له إبرام العقد وهو محيط بكل بينة متعلقة بمحل العقد، فله حرية القبول أو الرفض.

ثالثا: التعريف الفقهي للإلتزام بالإعلام:

يتضح من كل التعريفين الاصطلاحي والقانوني عدم إعطاء تعريف جامع مانع فالأول تقني والثاني إجرائي قام بذكر طرق ووسائل الإعلام فقط دون التطرق إلى تعريفه إلا أن الفقه حاول الجمع بين كل تعاريف فعرف الالتزام بالإعلام على أنه "واجب قانوني يقع على عاتق المتدخل يتمتع بموجبه المستهلك بحق التعرف على السلع والخدمات وأسعارها وشروط التعاقد، وذلك باستخدام الوسائل القانونية الكفيلة بحدوث الرضا الصحيح لإتمام الممارسة التجارية وفق مقتضيات القانون".

الفرع الثاني: الإعلام بالأسعار والبيانات

إن أول ما يبحث و يستعلم عليه المستهلك هو الأسعار و البيانات كونها من الأولويات، فنظم المشرع الجزائري هذا الجانب و أولى لع أهمية كبيرة في التعاقد، وعليه سنتطرق في البداية للإعلام بالأسعار و التعريفات و بعدها الإعلام بالبيانات ثانيا.

أولا: الإعلام بالأسعار والتعريفات

جاء في الفصل الأول الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع ضمن الباب الثاني بعنوان شفافية الممارسات التجارية، في المواد 4، 5، 6 من قانون 04-02، حيث تنص المواد 04[1] على: "**يتولى البائع وجوب إعلام الزبائن بالأسعار وتعريفات والسلع والخدمات وبشروط البيع**"، **هنا عدم إظهار السعر يجعل العون الاقتصادي يعرض أسعار مختلفة باختلاف طلب عليها أو باختلاف الزبائن وهذا ما يشكل سلبا لحقوق المستهلك نظرا لتأثيرها في توجيه إرادته من حيث التعاقد أو عدمه**".

[1] قانون 04 – 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23-06-2004، الجريدة الرسمية عدد 04، 2004.

كذلك جاء في المادة **05**حددت أشكال الإعلام بالأسعار والتعريفات كأن يضع العون الاقتصادي علامات تدل على سعر السلعة المعروضة، أو عن طريق الوسم بالنسبة للسلع المعلبة أو المغلفة، أو عن طريق المعلقات بالنسبة للسلع المتماثلة[1]، ونص المادة **05** كالآتي: "**يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات والسلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأي وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تعد توازن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت معلقة كالوحدة أو بالوزن، أو بالكيل أمام المشتري، وعندما تكون هذه السلع مغلقة أو محدودة أو موزونة أو مكيلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء القابلة للسعر المعلن.**

تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطعات النشاط أو بعض السلع أو الخدمات المعينة عن طريق التنظيم"، حيث من نص المادة يتضح منها أشكال الإعلام بالأسعار كالتالي:

1- بالنسبة للمنتوجات المعروضة على الجمهور: السعر هنا يشار إليه على المنتوج نفسه إلى جانب بيانات الرسم الخاصة به أو على بطاقة موضوعة بجانبه بشكل لا يثير الغموض بين المنتوج والسعر المعلن.

2- بالنسبة للمنتجات والخدمات المعروضة للبيع بالوزن أو الوحدة أو بالكيل: يضع العلامات تسمح بمعرفة السعر المناسب للكمية أو العدد الأشياء وأن يلتزم بأعدادها وأوزانها وأن توضع على غلافها.

3- بالنسبة للخدمات: أن الخدمة لها خاصيتها الغير ملموسة، لكنها تخضع لإجبارية الإعلام بالأسعار، عادة يكون في مكان الاستقبال للجمهور في مكان العرض كالمطاعم والفنادق...

لكن مجرى الإعلان أحيانا لا يمُكن المستهلك من معرفة القيمة الكلية عند نهاية الخدمة مثلا لا يعرف القيمة المسبقة لإصلاح كهرباء المنزل في حالة إتلاف أو عطب...[2].

ومثل هذه الحالات التي قصدها المشرع في آخر فقرة من المادة **05:** "**تحدد كيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة عن طريق تنظيم**".

---

[1] عياض محمد عماد الدين، **حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية 04 – 02**، رسالة ماجستير، كلية حقوق وعلوم اقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية: 2006.ص 58

[2] أحمد محمد محمود علي خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك**، دار الجامعة الجديدة، دون بلد نشر، 2005، ص 118.

وعلى هذه الحالات صدر المرسوم التنفيذي رقم**09-65** الذي أكد في مادته 03[1] على أن ذلك سيتم عبر الإعلام الآلي والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الإلكترونية والدلائل والنشرات البيانية أو أية وسيلة أخرى ملائمة.

ويتضح من هذا النص أن المشرع أقر بضرورة تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية التي تمكنه من اتخاذ قراره بإرادة في تعاقد، يكون على علم بكل المعلومات صادقة، والتي يلتزم بها العون الاقتصادي، كما أن الالتزام بالإعلام مصدره القواعد العامة حيث نصت المادة **1/352** من تقنين المدني الجزائري: "**يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل على بيان المبيع أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه**"[2].

ثانيا: الإعلام بالبيانات

1- مفهوم الالتزام بالبيانات

كان من صعب وضع تعريف دقيق للالتزام بالبيانات، ربما لحداثة أو لاختلاف مصطلحاته الدالة عليه، ومن أجل إحاطة بمفهوم الالتزام بالبيانات ويعود السبب إلى تعدد الألفاظ التي استعملها شراح القانون لدلالة لما يقدمه أحد أطراف المتعاقدة من معلومات لطرف الآخر، فنجد "الإخبار" بحسب نص المادة **08** من قانون **04-02**، ونجد كذلك "الإفضاء، التبصير، الإعلام، النصح" في حين أن الشائع هو الإدلاء بالبيانات، تقديم معلومات بالنسبة إلى فقهاء القانون الفرنسي الذين استعملوا **RenseignementInformation**أي البيانات والمعلومات[3].

وقبل الانطلاق في إعطاء تعريف للالتزام بالبيانات، حيث أنه لا يكفي أن يكون المتعاقد جاهلا بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع، وأن جهله مشروعا لتقرير التزام الإعلام بالبيانات على عاتق العون الاقتصادي، إنما يتعين أن يكون العون عالما بتلك البيانات وملما بها[4]، والعلم لا يقتصر على المعلومات والبيانات التي يعلمها، إنما يشمل المعلومات والبيانات

---

[1] المرسوم رقم 09-65 المحدد لكيفيات المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، صادر بتاريخ 7 فيفري 2009، الجريدة الرسمية، العدد 10، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2009.

[2] قانون مدني رقم 07 – 05 المؤرخ في 13 مايو سنة 2007.

[3] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 75.

[4] سه نكه ر علي الرسول، المرجع السابق، ص 214.

التي يفترض أن يكون على علم بها، في حال نقصها، وهذا ما يعرف بالاستعلام من أجل الإعلام.

وهناك من انطلق في تعريفه لهذا الالتزام يهدف أساسا إلى سلامة الإرادة وجعلها حرة، بحيث يقدم المستهلك على إبرام العقد وهو على بنية لهذا يعرف الالتزام إعلام المستهلك بالبيانات "**أنه التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك ويتعلق بكافة المعلومات والبيانات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم لدى المستهلك**".

في نفس المعنى أعطى الدكتور "نزيه المهدي" الذي يرى بأن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد هو "التزام سابق على التعاقد محله قيام المدين بإخطار الطرف الآخر (الدائن) بكافة البيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه سواء من ناحية شروطه أو صفات الشيء محله، أو مدى التعهدات المتبادلة الناشئة عنه"[1].

من هذا التعريف نرى أن الدكتور نزيه المهدي هو أقرب تعريفا للالتزام بالبيانات، على نحو ما أوردته المادة **08** من قانون **04-02**، غير أن المشرع الجزائري هنا لم يركز على صفة أطراف هذا الالتزام، وعليه يمكن تعريف الالتزام بالبيانات (الإخبار) انطلاقا من نص الحرفي للمادة **08** بأنه "التزام قانوني يسبق اختتام عملية البيع يقوم بموجبه العون الاقتصادي البائع (المدين) بإخبار المستهلك (الدائن) حسب طبيعة المنتوج أو خدمة محل البيع بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة، وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع".

2- التزام العون الاقتصادي بالاستعلام عن البيانات والمعلومات المتصلة بالمبيع

استعلام العون الاقتصادي بالاستعلام يختلف عن التزام المستهلك باستعلام عن معلومات والبيانات المتصلة بشيء محل التعاقد، لأن أساس استعلام العون الاقتصادي هو الإدلاء إلى المستهلك، بهدف تنوير إرادته وتبصيره بالمعلومات والبيانات المتوفرة من الاستعلام[2].

---

[1] حمدي أحمد سعد، **الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للمبيع**، المكتب الفني للإصدارات القانونية، دون بلد نشر، 1999، ص 45.

[2] سه نكه ر علي رسول، المرجع السابق، ص 218.

ونقصد من سعي العون للحصوص على معلومات وبيانات حول المبيع والعقد المراد إبرامه ليس للاستفادة الشخصية وإنما لإدلاء بها للمستهلك وتنوير إرادته وهو ما أطلق عليه المشرع الفرنسي الاستعلام من أجل الإعلام[1].

من هذا التعريف نتطرق إلى خصائص الالتزام بالبيانات (الإخبار).

ثانيا: خصائص الالتزام بالبيانات (الإخبار)

من خلال المادة **08** من قانون **04-02** نستخلص عناصر الالتزام بالبيانات والتي نختصرها فيما يلي:

1- أطراف الالتزام بالبيانات

نصت المادة **08**على: "**يلتزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك...**"،

من هذا يتضح أن أطراف هذا الالتزام هما العون الاقتصادي (البائع) المدين بالالتزام بإخبار المستهلك الدائن به.

بالنسبة للمستهلك، فإن إخباره بالمعلومات الصادقة حول العقد من حيث محله وشروطه والمسؤولية المترتبة عنه، يعد مظهر من مظاهر حماية المستهلك فهذا الأخير لا يحيط بكافة دراية الفنية لإدراك المنتوج المبيع وطريقة استعماله وتجنب مخاطره، نظرا ما تحتويه المنتوجات من تقنية عالية يعجز المتخصص أحيانا عن فهمها، ما بالك بالمستهلك البسيط، كما أنه لا يعلم بالأبعاد القانونية للعقود التي يقوم بها غالبا تتضمن شروطا تخدم مصلحة متعامل اقتصادي الذي يقوم باستغلال غفلة المستهلك[2].

هنا ألزم المشرع العون الاقتصادي إخبار المستهلك بكافة البيانات وكل تفاصيل حتى يكون على بينة من أمره ويحدد اتجاه إرادته في تعاقد.

2- وقت الالتزام بإعلام بالبيانات

يتولى العون الإقتصادي تنفيذ التزاماته بإعلام بالبيانات قبل اختتام عملية البيع لأن هذا الإلتزام له دور في إعلام المستهلك وتعزيز ثقته ورضاه لذا يجب أن يكون قبل اتمام العقد حتى يتخذ قراره الإداري المناسب من العقد غير أن عبارة "قبل اختتام عملية البيع" من المادة

---

[1] سه نكه ر علي رسول، المرجع سابق، ص 219.

[2] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 77.

08[1] تبدو غامضة، هل المقصود قبل تطابق الإيجاب والقبول، أم قبل تنفيذ الالتزامات عقد البيع، وخاصة عبارة "عملية البيع".

لا يمكن إعطاء إجابة فاصلة لكن إذا أخبرنا أن الالتزام بالبيانات أو الإخبار، يهدف أساسا إلى حماية إرادة المستهلك ورضاه وكما يرى أغلب الفقه فإن وقت الإخبار بالبيانات يجب أن يكون قبل تطابق الإيجاب والقبول، هنا يستحسن من المشرع استخدام عبارة أكثر دقة كـ"قبل إبرام العقد" أو يلتزم العون الاقتصادي قبل التعاقد وهذا ما اعتمد عليه جل الفقهاء في تعريف هذا الالتزام[2].

ولعل أهمية تحديد الوقت الذي يتم فيه الالتزام بالإعلام بالبيانات كونه أحد عناصر قيام الركن المادي لجريمة عدم الإعلام بالبيانات.

3- محل الالتزام بالبيانات

يقوم التزام البائع أو العون الاقتصادي بالبيانات على جوانب ثلاث هي مميزات المنتوج أو الخدمة محل البيع، وشروط البيع الممارس، وكذا حدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع، حيث وردت هذه الثلاثة في المادة **08** على سبيل الحصر، وعليه العون الاقتصادي غير ملزم بإخبار المستهلك بالمعلومات متعلقة بجوانب أخرى غير التي ذكرت في المادة **08.**

وعليه فإن قانون **04-02** لم يقتصر محل الالتزام بالبيانات على مميزات سلعة أو خدمة محل البيع، وإنما وسع من نطاقه ليشمل شروط العقد، والحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية، وعليه لم يركز قانون **04-02** على حماية المستهلك في رعاية استهلاكه ورغباته وأمنه فقط بل تجاوز حماية المستهلك ذلك لمراعاة مركزه التعاقدي الضعيف بوجه عام وإرادته بوجه خاص لأنها الأساس الذي يثني على العلاقة التعاقدية[3].

---

[1] المادة 08 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

[2] المادة 08 من قانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجاري، المصدر نفسه.

[3] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 79.

وهذا ما يميزه عن قانون **89-02** الملغى متعلق بشفافية الممارسات التجارية كما أن هذا النص استقاه المشرع من نص المادة **111** من قانون الاستهلاك الفرنسي:[1]

الفرع الثالث: إعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية

أحاط المشرع الجزائري بالإعلام بشروط البيع و حدود المسؤولية محددا ذلك في المادة **04** و **08** من قانون **04-02** وعليه سنتطرق لشروط البيع (أولا) و حدود المسؤولية للعون الإقتصادي (ثانيا).

أولا: شروط البيع

أدرج المشرع الجزائري الإعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية في قانون **04-02** على قواعد المطبقة على الممارسات التجارية إلى جانب الإعلام بالأسعار وتعريفات، حيث نص في مادته **04** منه على: "**يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن....وبشروط البيع**" هذا فيما يخص العلاقة بين البائع والزبون[2].

حيث يعتبر الإعلام بشروط البيع الوسيلة التي من خلاله إيقاف الممارسات التمييزية والتعسفية بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، فيشكل عدم الإعلام بشروط البيع، من الدفع والحسوم والتخفيضات حيث يستفيد البعض دون الغير من امتيازات مما يؤدي إلى وجود منافسة محظورة تقوم عون منافس على آخر.

1- تعريف الالتزام بشروط البيع

إن إعلام المستهلك بأسعار السلع والخدمات لا يكفي لضمان ممارسات تجارية نزيهة، لهذا قام المشرع بإلزام العون الاقتصادي بإعلام الزبون بشروط البيع، وهذا حسب المادة **08** من قانون **04-02** الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على ما يلي: "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمات وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة"، وينبغي إعلام بشروط البيع

---

[1] أنظر المادة 111 من القانون رقم 78-23 المتعلق بالاستهلاك الفرنسي، الصادر في 10-01-1978:

Article 111-2, Code de la consommation créé par l'ordonnance n^0 2016-301 du 14 mars 2016." Tout professionnel vendeur de biens ou prestataire de services doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître lescaractéristiques essentielles du bien ou du service".

[2] جمعة أمال، آيت ساحل كهينة، **ضوابط ضمان شفافية الممارسات التجارية**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، السنة : 2013-2014،ص 20

استخدام لغة عربية من طرف العون الاقتصادي مع لغة أخرى شريطة أن تكون لغة مفهومة ومرئية ومقروءة[1].

وعليه فإن الإعلام بشروط البيع يعتبر الحلقة الثانية لضمان شفافية الممارسات التجارية حيث يعتبر الوسيلة التي من خلالها تخطر الممارسات التمييزية بين الأعوان الاقتصاديين أو بين المستهلكين، ومن جهة أخرى عدم الإعلام بكيفيات الدفع والحسوم والتخفيضات قد يؤدي إلى وجود منافسة غير نزيهة وغير مشروعة قانونا[2].

2- شروط البيع (العقود)

يجب توافر شروط منصوص عليها في القواعد العامة لانعقاد العقد وهي نفسها في كافة العقود والمتمثلة في الرضا، المحل، السبب شكلية.

2-1- الرضا في عقد البيع

بتطابق الإيجاب والقبول في عقد البيع يكون التراضي صحيحا إذا صدر من أشخاص لديهم الأهلية اللازمة، وتكون إرادتهم خالية من العيوب كالغلط، التدليس، الإكراه، الاستغلال[3]، ويعتبر الإيجاب هو العرض الصادر من شخص معبر عن إرادته في إبرام عقد معين فيقترن به قبول مطابق له، لذلك تعتبر كل السلع المعروضة للبيع إيجابا صحيحا.

أما الدعوة التعاقد فهي عندما يتم عرض سلع على الجمهور عن طريق النشرات لذلك فهي ليست إيجابا كاملا؛ والإيجاب من صاحب السلعة يكون هنا في حالة تقدم شخص لمتجر وطلبا منه أن يبيع له سلعة من سلع المبينة في الإعلان غير موجهة له شخصيا[4].

2-2- المحل في عقد البيع

يعد المحل ركن من أركان العقد والالتزام ومحله هو ما يتعهد به المدين بالتزام المدين بإعطاء شيء أو الامتناع عن عمل.

---

[1] أرزقي زوبير، **حماية المستهلك في ظل منافسة الحرة**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2011 ،ص 60

[2] جمعة آمال، آيت ساحل كهينة، المرجع السابق، ص22

[3] جليل أحمد حسن قدارة، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 24.

[4] عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، العقود التي تقع على الملكية: البيع والمقايضة**، المجلد الرابع، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000، ص 741.

أما في عقد البيع يجب على العون الاقتصادي إعلام المستهلك، وعند تطابق الإيجاب والقبول، يجب أن يلتزم بإعطاء الشيء المعلن به والمحدد في العقد، وتبيان مكوناته وخصائصه، وهذا بعد اطلاعه على المنتوج المراد شراءه[1].

2-3- السبب في عقد البيع

هو الغرض المباشر أو القريب المجرد الذي يرمي إليه المتعاقدين التزامه ويشترط أن يكون السبب موجود ومشروع، وهذا حسب ما نصت عليه المادة **97** من القانوني المدني[2]، لكن السبب في العلاقة العقدية بين المستهلك والعون الاقتصادي أولا من جهة العون الاقتصادي هدفه تحقيق الربح، وثانيا المستهلك هدفه إشباع حاجاته اليومية.

2-4- الشكلية في عقد البيع

لانتقال الملكية في العقارات والحقوق العينية الأخرى، لا يتم إلا بعد اتباع اجراءات تسجيل المنصوص عليها في القانون وإلا كان العقد باطلا، وهذا حسب نص المادة **164** من القانون المدني حيث جاء فيها: "**الالتزام بنقل الملكية أو أي حق آخر من شأنه أن ينقل بحكم قانون الملكية أو الحق العيني، إذا كان محل الالتزام شيء معين بالذات يملكه الملتزم، وذلك مع مراعاة الأحكام المتعلقة بالشهر العقاري**"[3].

ثانيا: إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية

لقد فرضت المادة **08**[4] من القانون **04-02** على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية وهذا زيادة على إعلامه بشروط البيع، حيث يقتضي شفافية السوق منح المستهلك كل عناصر المقارنة التي تمكنه في اختباره للمنتوج المرغوب فيه.

---

(1) العربي بلحاج، **النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري**، الجزء الأول، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 138.

(2) العربي بلحاج، نفس المرجع، ص 155.

(3) المادة 164 من الأمر رقم 75-58 المتضمن التقنين المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007، الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة في 13 ماي 2007.

(4) أنظر المادة 08 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

وعلى الرغم من أن الحدود المتوقعة للمسؤولية لا تكون مطبقة على العقود السابقة بين العون الاقتصادي والمستهلك، وغياب الإعلام بهذه الحدود لم يكن مانعا في انعقاد العقد إلا إذا كانت العناصر الأساسية لانعقاده متوفرة مع خضوع العقد للشروط المحددة قانونا[1].

وتكمن أهمية هذا الإعلام سواء من جهة العون الاقتصادي عن طريق التنظير الأحسن لالتزامه، وبالمقابل تمكين المستهلك من معرفة مضمون ومحتوى العقد.

المطلب الثاني: حماية إرادة المستهلك من الممارسات الغير شرعية والتدليسية

من الممارسات التجارية التي لها دور في تحديد اتجاه وضمان إرادة المستهلك هي نزاهة الممارسات والممارسات التدليسية، فالأولى في عنوان الباب الثالث في الفصل الأول والفصل الثاني، وفي الفصل الثالث الممارسات التجارية التدليسية، حيث تناول كل منها في فرع مستقل.

الفرع الأول: حماية إرادة المستهلك من الممارسات الغير مشروعة

في إطار نزاهة الممارسات التجارية ووفقا للقانون **04-02** حظر هذا القانون ممارسات تجارية غير مشروعة والتي ستناولها في أمرين الأول في رفض البيع وأداء الخدمة للمستهلك دون مبرر شرعي، والثاني البيع وأداء الخدمة المشروط بتقديم مكافأة والبيع أو أداء الخدمة المزدوج.

أولا: حماية إرادة المستهلك اتجاه رفض البيع وأداء الخدمة

من شروط الممارسة التجارية النزيهة الاتصاف بالأخلاق العليا والمهنية بالأخص لهذا عدم الاتصاف بالمثل العليا التي عالجتها الشريعة الدينية قبل القوانين الوضعية[2]، لهذا أوجب على كل عون أو متعامل اقتصادي احترام والتزام قوانين المعمول بها ويمنع على أي شخص ممارس للأعمال التجارية دون أن يملك صفة من صفات محددة قانونا وهذا ما جاء في المادة **14** من القانون **04-02**[3].

---

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 23.

[2] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 107.

[3] أنظرالمادة 14 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

وقد تناولت المادة**15** من القانون **04-02** التي جاء نصها كالتالي: "**تعتبر كل سلعة معروضة للبيع نظرا لجمهور معروضة للبيع، ويمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة، لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتوجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات**"، فالمشرع في الممارسات التجارية التي يريد فرضها ترغم على العون الاقتصادي معاملة المستهلكين وفق مساواة دون أي تمييز مهما كان، أي عدم حرمانه دون أي مبرر شرعي وقد تجاهل المشرع سلطان الإرادة في مثل هذه الممارسات، ومن أجل منع تجاهل هذا الخطر جعل قرينه عرض السلعة للجمهور هو عرض لبيعها ويمنع رفض بيعها ولضمان شفافية تداول في الأسواق[1].

وعند النظر إلى نص المادة **58** من الأمر الملغي **95-06**[2] ولذلك المادة **15** من قانون **04-02** نجد أن المشرع حذف العبارة الأخيرة من الفقرة **02** للمادة **58** وهي "**وطلبهاالمستهلك**" وأضاف عبارة "**بدونمبررشرعي**" هنا نجد أن المادة **15** من القانون **04-02** يتقارب إلى حد كبير من مضمون المادة **1/122** من قانون الاستهلاك الفرنسي[3].

1- اعتبار السلعة المعروضة للجمهور معروضة للبيع

جاء في الفقرة الأولى للمادة **15**: "**كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معرضة للبيع**" من هذه العبارة سنعرف مدى أهمية السلعة معروضة على نظر الجمهور ما التكيف القانوني للسلعة المعروضة على الجمهور.

1-1- أهمية اعتبار السلعة المعروضة للجمهور معروضة للبيع

لقد أقامت الفقرة **01** من المادة **15** قاعدة قانونية لصالح المستهلكين، هي أن عرض السلعة على نظر الجمهور قرينة على عرضها للبيع، مستدلا المشرع هنا أن قصد البيع عرض السلعة على الجمهور وهذا هو تركيب القاعدة بالقرينة القانونية[4].

وتكمن أهمية السلعة المعروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع، من ناحية كونها

---

(1) عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 109.

(2) القانون رقم 05-06 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 25 يناير 1995، الجريدة الرسمية، العدد 09.

(3) نصت المادة 1/122 على: "يعد ممنوعا الرفض الموجه للمستهلك لبيع منتوج أو عرض خدمة إلا بوجود مبرر شرعي". قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 01 ديسمبر 1986.

(4) همام محمد محمود زهران، **الوجيز في إثبات المواد المدنية والتجارية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2002، ص 588.

أسست لصالح المستهلك، وذلك بإعفاء المستهلك (المدعي) من عبء إثبات قصد التعاقد، لدى العون الاقتصادي، مادام يفترض عزمه على البيع لمجرد عرضه للسلعة على نظر الجمهور، وعليه لا يمكنه هنا رفض التعاقد بداعي أن سلعة غير معروضة للبيع.

في هذا تأييد لمصلحة المستهلك وتخفف عليه الإثبات، على أن يبقى مطالبا بإقامة الدليل على واقعة عرض السلعة على نظر الجمهور، هنا المشرع سد باب التحايل على الأعوان الاقتصاديين.

مع الإشارة أن الفقرة الأخيرة من مادة 15 ركزت على السلع دون الخدمات وعليه فإن هذه القرينة تخص السلع دون الخدمات، أي أن الخدمات المعروضة على نظر الجمهور لا تعد معروضة الأداء بالضرورة.

1-2- التكيف القانوني لعرض السلعة على نظر الجمهور

هنا تكييفان لعرض السلعة على نظر الجمهور الذي يتجسد منها نية المتعاقد فإما أن يكون إيجابا وإما أن يكون مجرد دعوة للتعاقد، والمشرع يعتبر كل سلعة معروضة نظر الجمهور معروضة للبيع معناه هذه القرينة لا تقبل غير هذان التكييفان.

أ- تكييف عرض السلعة على نظر الجمهور بأنه إيجاب

يمكن أن يكون ايجابا بالالتزام بأحكام القانون **04-02**، فالإيجاب هو تعبير شخص عن إرادته في إبرام العقد إذا تطابق مع القبول انعقد العقد، هنا يجب أن يكون التعبير عن الإرادة باتا وجازما، حتى نقول أننا أمام إيجاب لكي يكون العرض إيجابا يجب أن يتوفر على عنصرين، الأول أن يكون عرضا محددا، والثاني أن يكون عرضا باتا وجازما[1].

أولا: هو أن يكون العرض محددا ودقيقا، أي أن يتضمن العناصر الأساسية للعقد، وهذا الشرط كفله قانون **04-02** في مادة **05** التي تلزم العون الاقتصادي بأن يعلم المستهلك بأسعار سلع بصفة مقروءة ومرئية كما تلزمه بعد أن وزن أو كيل السلع المعروضة للبيع ووضع علامات على الغلاف من أجل معرفة الوزن أو الكمية وبالتالي فقانون 04-02 ألزم العون الاقتصادي بإعلام مستهلك بالعناصر الأساسية لعقد البيع بالنسبة للسلع المعروضة على أنظار الجمهور مادام المشرع يعتبرها معروضة للبيع.

[1] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 110.

ثانيا: هو أن يكون العرض باتا وجازما، أي أن يعيد هذا العرض عن الإرادة القطعية، أي رغبة في التعاقد بصفة لا نهائية وهذا ما تضمنه قانون **04-02** في المادة **15** الفقرة **1** هو أن عرض سلعة على نظر الجمهور هو تعبير قاطع وجازم.

ونتيجة إذا تم وقف قانون **04-02** أن عرض السلعة على نظر الجمهور فإن العرض سيكيف على أنه إيجاب، ويترتب على العون الاقتصادي أنه ملزم على البيع إذا صادفه قبول مطابق لعرضه؛ ويبقى الإيجاب قائما إذا بقيت السلعة معروضة على نظر الجمهور[1].

ب- تكييف عرض سلعة على نظر الجمهور على أنها تعاقد

يكيف عرض سلعة على الجمهور على أنه دعوة للتعاقد، إذا لم يشتمل هذا العرض على العناصر الأساسية للعقد، كعدم تحديد السعر أو المقدار الموافق لسعر المعلن، وعليه فإنه يعتبر دخول في مفاوضات وقد يسفر عن المفاوضات عرض بات من أحد المفاوضين فيصبح هنا إيجابا.

غير أن العون الاقتصادي غير ملزم بالبيع، لأن تكييف العرض هنا مجرد دعوة للتعاقد بجمل من العون الاقتصادي، غير ملزم بقبول ما يتلقاه من عروض من طرف الجمهور، وله أيضا حرية المفاوضات، عكس تكييف عرض السلعة لنظر الجمهور على أنه ايجابا التي تلزمه بالبيع، في ظل قانون **04-02** لا يمكن الحديث عن الدعوة للتعاقد، إلا على افتراض أن العون الاقتصادي خالف الالتزام بالإعلام الذي تفرضه المادة **05** من قانون **04-02**، إلا أن هذا القانون لم يترك مجالا لدعوة التعاقد في عقود الاستهلاك[2].

2- شرط منع التعاقد

جاء في المادة **15**: "**يمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة بدون مبرر شرعي إذا كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة**"، إذا كان مبدأ سلطان الإرادة يؤسس عليه قانون العقد الذي يقضي بحرية الأشخاص في التعاقد من عدمه. فإن المشرع حظر على العون الاقتصادي رفض البيع، وهذا يعتبر قيد على مبدأ سلطان الإرادة، الذي لم

---

[1] محمد صبري السعدي، **شرح القانون المدني: النظرية العامة للالتزام**، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار الهدى، عين مليلة، 2004، ص 108.

[2] همام محمد محمود زهران، المرجع السابق، ص 564.

يعد كافي وفعال لحماية إرادة المستهلك نظرا لاختلاف الظروف واختلال المراكز القانونية لأطراف العلاقة التعاقدية بسبب الفوارق وتفاوت الأفراد والإمكانيات وظهور الاحتكار[1].

ولقد أقر المشرع منعه لرفض البيع بشروط هي:

2-1- أن تكون السلعة معروضة للبيع أو الخدمة متوفرة

حسب الفقرة الأولى من المادة **15** أقرت بتوفر السلعة أو الخدمة المعروضة:

أ- حالة رفض بيع السلعة

إن حالة رفض بيع سلعة للبيع اعتد بها المشرع كأساس لاعتبار أن العون الاقتصادي رافضا البيع، لأن استمرار عرض السلعة للبيع دون دليل المغروض تأديتها متوفرة وعليه إنالمشرع فرق بين سلعة وتأدية الخدمات، على توافرها لدى العون الاقتصادي، وهذا يفسر بأنه رافض للبيع، ولا يعفيه من اعتبار رفضنا للبيع نفاذ السلعة المعروضة لأن نفاذها كان يستلزم عليه إيقاف عرضها[2].

وهذا في الفقرة **01** من المادة **15** التي تعتبر أن عرض السلعة على نظر الجمهور دليل على عرضها للبيع، وعليه يحظر على العون الاقتصادي رفض بيع السلعة.

ب- حالة تأدية الخدمة

اعتد المشرع هنا "بتوفر الخدمة" كأساس اعتبار مقدم الخدمة رافضا تأديتها، ومنه فالمشرع لميشترط مجرد عرض الخدمة، وإنما ضرورة توفرها، إن استمرار عرض الخدمة على الجمهور لا يعني عدم تأديتها، إذا لم تتوفر، بمعنى عدم استعداد العارض تأديتها وهذا ما يفسر اقتصار المشرع في الفقرة **01** من المادة **15** على سلع دون الخدمات.

وهذا ما يتماشى مع طبيعة عروض الخدمات كونها عروضا تتضمن تحفيزا، إن ا ستجابة إلى الطلبات في حدود الإمكانات المتوفرة لدى صاحب الخدمة وعليه فإن العون الاقتصادي إذا رفض أداء الخدمة فإن الأداء يتوقف على توفر تلك الخدمة، إذا توفرت ولم يقدم الخدمة بلا مبرر شرعي يعتبر رافضا للتعاقد فيعاقب عليه[3].

---

[1] إبراهيمي هنية، **الحماية المدنية للمستهلك في ظل قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية**، رسالة ماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، السنة الجامعية: 2012-2013، ص 85.

[2] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 84، 85.

[3] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 114.

جـ- انعدام المبرر الشرعي

لكي يعتبر رفض البيع محظورا أن لا يكون له مبرر شرعي، فإذا كان له مبرر شرعي سقط الحظر، ونظرا لصعوبة تحديد المبرر الشرعي ولكي يكون شرعيا يجب أن يكون منسجم مع أحكام القانون، حال هذا طالب السلعة يكون ناقص الأهلية، فمن حق العون الاقتصادي أن يرفض البيع أو تأدية الخدمة، باعتبار العقد تحت طائلة البطلان.

وهناك بعض الخدمات حدد المشرع لها سنا معينا كشرط استفادت منها، وهذا ما جعل العون الاقتصادي يرفض تأدية الخدمة تحت سن المسموح مبررا قانونا.

د- أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة في المعارض والتظاهرات

جاء في الفقرة 03 من المادة 15 استثنت أدوات تزيين المحلات والمنتوجات المعروضة في المناسبات والتظاهرات "لا يعني هذا الحكم أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات".

وترتب على هذا الاستثناء إن عرض هذه الأدوات على نظر الجمهور لا يعني عرضها للبيع، وبسبب استثناء كون هذه الأدوات وجودها في العرض يرجع لوظيفتها، وهي التزيين والتجميل والتنظيم لا غير[1].

2-2- أثر رفض البيع

اعتبرت المادة **35** من قانون **04-02** مخالفة أحكام المادة 15 المتعلقة بمنع رفضالمبيعتعتبر ممارسات تجارية غير شرعية يعاقب عليها بغرامة من مئة ألف دينار **(100,000دج)** إلى ثلاثة ملايين دينار **(3000,000دج)**[2]، وما يمكن أن يثيره المستهلك كطرف مدني للمطالبة بتعويض جراء رفض البيع، مما لحقه من أضرار نتيجة هذا الرفض.

أ- إذا كان عرض سلعة على نظر الجمهور يشكل إيجابا

إذا تم عرض السلعة للجمهور وفق أحكام قانون **04-02**يشكل إيجابا وعليه يتمسك المستهلك بقواعد العامة المتعلقة بتطابق الإيجاب والقبول، وحسب المادة **63** من القانون المدني الجزائري فإنه "**إذا عين ميعاد القبول التزم الموجب بالبقاء على إيجابه إلى أن ينقضي هذا الميعاد وقد يستخلص الميعاد من ظروف الحال أو من طبيعة المعاملة**" وعليه إذا عين

---

[1] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 90.

[2] أنظرالمادة 35 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

الموجب ميعادا يجب أن يقترن خلاله القبول بإيجابه، فإنه يصبح ملزما بالبقاء على إيجابه طوال هذه المدة.

ومن هنا فإن رفض العون الاقتصادي البيع أو تأدية الخدمة، هنا يمكن للمستهلك طلب تنفيذ العيني، إذا تعذر ذلك طلب التعويض، لأن عرض السلعة وفق أحكام قانون **04-02**، هنا فإن العون الاقتصادي ملزم بالبيع وفق القواعد العامة.

ب- إذا كان عرض السلعة على نظر الجمهور يشكل دعوة للتعاقد

يلتزم العون الاقتصادي بإعلام بالأسعار والتعريفات ويعتبر عرضه مجرد دعوة للتعاقد، هنا وفقا للأحكام العامة إذا كان عرض مجرد دعوة للتعاقد فهذا العرض لا يعني الرغبة في الحصول على الإيجاب، وأي إرادة تقل دعوة التعاقد تكون إيجابا وهذا الإيجاب ليس بالضرورة يحتاج قبولا، كون العون الاقتصادي حر في قبول التعاقد[1].

بالرجوع إلى المادة 15 حيث صرحت أن مجرد عرض سلعة على نظر الجمهور دليل على بيعها وهذا وفق الفقرة الأولى ويمتنع عن رفض البيع، أي العرض يلزم البيع وعدم التزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات، هنا لا يمكن للعون الاقتصادي التهرب وعليه تبرير رفضه للتعاقد وبعدم إشهار الأسعار حسب الفقرة الثانية.

وخلاصة كل هذا أن المشرع في المادة **15** لم يفرق الشكل الذي يتم به رفض البائع بيع سلعته، بل اعتبرها في كل الأحوال معروضة ملزم العون الاقتصادي ببيعها[2].

ثانيا: حماية إرادة المستهلك من البيع بالمكافأة والبيع المشروط

إن تحديد المبادئ التي تقوم على أساسها المعاملات التجارية التي قدمها قانون **04-02** حيث حافظ على نزاهة وشفافية الممارسات التجارية، التي توفر الحماية اللازمة لإرادة المستهلك، لهذا حظر المشرع هذه البيوع واعتبرها ممارسات غير مشروعة، ومن بين هذه البيوع: البيع بالمكافأة والبيع المشروط.

---

[1] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 120.

[2] انظر المادة 15 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

1- منع البيع بالمكافأة

وهذا المنع جاء في المادة **16** من القانون **04-02**: "**يمنع كل بيع أو عرض بيع السلع وكذلك كل أداة لخدمات أو عرضها عاجلا أو آجلا مشروط بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات إلا إذا كانت من نفس السلع أو الخدمات موضوع البيع أو تأدية الخدمة وكانت قيمتها لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية. لا يطبق هذا الحكم على الأشياء الزهيدة والخدمات ضئيلة القيمة وكذلك العينات**"[1]، ونلاحظ من خلال هذه المادة أن الحظر المقرر للبيع بمكافأة يسري على كافة عقود البيع، سواء تعاقد المؤسسات فيما بينها، أو العقود المبرمة بين المؤسسة والمستهلك.

وكان البيع بالمكافأة في الأمر **06/95**محظور فقط بالنسبة للعقود المبرمة بين المؤسسة والمستهلك دون سواها، ليبقى مشروعا بين المؤسسات، والغريب أن المشرع منع البيع بمكافأة للمستهلك ويجيزه للمؤسسة، غير أن قانون منافسة يهدف إلى حرية ونزاهة الممارسات التجارية، وإجازته هذا البيع بين المؤسسات يعد مساسا بسير المنافسة، لهذا أدرك المشرع هذه الثغرة بموجب المادة **16** من قانون **04-02**، حيث أن في نص المادة لم يذكر الطرف الثاني في العلاقة التعاقدية الذي يجعل تفسيره واسعا، ويمكن هنا اعتبار هذا النوع من البيوع محظورا سواء كان موجها للمستهلك أو المؤسسة[2].

ونجد في عبارة "يمنع كل بيع أو عرض بيع...مشروط بمكافأة مجانية" البائع هنا بالقيام بجلب الزبائن بمكافأة مجانية، في حين أنها التزام بإرادة منفردة من طرف البائع تحقق مصلحة للمشتري، إذا رفضها الأخير لم يؤثر ذلك على العقد، وإنما يتحقق ما أراده البائع هو جلب الزبائن دون عناء.

هذا يعد إخلال بالمنافسة بين الأعوان الاقتصاديين، فالمكافأة التي يقدمها البائع قد تكون سلعة لبائع آخر، وتوفيرها مجانا كمكافأة لزبائن قد يضر البائع الآخر وقد يسقط ثمنها إذا كانت قد اكتسحت وأصبحت متاحة مجانًا، وعلة منع البيع بالمكافأة ترجع إلى أنها أسلوب

---

[1] المادة 59 من الأمر 95-06، المصدر السابق.

[2] علال سميحة، **جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية**، رسالة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية: 2004-2005، ص 55.

تحريض وإغراء للمستهلكللتعاقد، وقد يكون البيع بالمكافأة من شأنه جعل الإغراء دافع لشراء بدل الحاجة والنوعية والجودة والسعر، وهذا يعرقل فوائد المنافسة حيث تساهم في ترقية جودة السلع والخدمات[1]، وقد يظهر للمستهلك أن الأمر في صالحه، لكن على العكس وقد يقع في الغفلة، ويغفل على سعر وجودة المنتوج أو خدمة محل العقد، ويركز على المكافأة المجانية، وهذا ضرب لإرادته، وقد يعتمد العون الاقتصادي في هذا النوع من البيع، لضرب منافسيه الضعفاء، وهذا قد يضر بالمنافسة ويحدث خلل في نزاهة الممارسات التجارية وكذلك اضطراب في السوق، مما ينشأ كساد ثم خلل في الاقتصاد، ومن خلال كل هذا فإن البيع بالمكافأة لهو جريمة في حق الممارسات التجارية ونزاهتها.

وحسب المادة **16** من القانون **04-02**حظر المشرع البيع بالمكافأة واستثنى حالات معينة أجازه فيها، لهذا سنرى مضمون البيع بالمكافأة ثم الاستثناءات الواردة على منع المكافأة ثم الجزاء المترتب عن مخالفة هذا المنع.

1-1- مضمون البيع بالمكافأة

يعد البيع بالمكافأة منح منتوجا مجانا كهدية لزبون، وهذه الطريقة من شأنها جلب الزبائن لاقتناء منتوجات المؤسسة أو المحل، ومن خلال مضمون المادة **16** نجد أن البيع بالمكافأة يقوم على عنصرين أساسيين: الأول أن تكون ثمة سلعة أو أداء خدمة، والثاني اقتران البيع آجلا أم عاجلا بمكافأة مجانية.

أ- بيع السلعة أو أداء الخدمة أو عرضها لذلك

يجب تعلق الأمر بعقد لسلع معينة أو عرضها للبيع أو العرض له كالمقايضة بمكافأة فلا مانع في ذلك إذا تضمن العرض مكافأة مجانية لزبائن نلاحظ أن المادة **16** فحكمها يسري على المشتري أو المستفيد مستهلكا أو عونا اقتصاديا وقد اعتبر أنه إذا كانت المكافأة من نفس السلعة أو الخدمة وكانت قيمتها لا تتجاوز **10%** من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات فإن هذا لا يعتبر البيع ممنوعا[2]، وبالتالي أقر في الفقرة الأخيرة من نفس المادة السابقة استثناء يخص الأشياء الزهيدة أو الخدمات الضئيلة، وكذا العينات، حيث لا يندرج هذا الحكم عليها.

---

[1] علال سميحة، المرجع السابق، ص 56.

[2] كموش نوال،المرجع السابق، ص 34.

ب- اقتران البيع آجلا أم عاجلا بمكافأة مجانية من سلع أو خدمات

علة تحريم هذا النوع من البيوع هي المكافأة المجانية لما تلعبه من تحريض للمستهلك، وهي محظورة سواء عاجلاً أم آجلا، سواء يقدمها العون نفسه أو جهة منسقة معه[1]، ومن الصور التي تكون فيها المكافأة مجانية حالا، أن يقوم بعض الأعوان الاقتصاديين من منح مكافأة، كإرفاق السيارة بدراجة هوائية أو جهاز تلفزيون، أو وضع لعبة داخل المنتوج بما يعرف بالمفاجأة، وقد تكون آجلة حيث كثيرة الحدوث هذه الصور مثال أن يعرض البائع مكافأة إذا جمع المستهلك عددا من الأغطية أو البطاقات أو علامات مشروبات المنتوج كلها مكافآت آجلة يكون بيع محظورا إذا اقترن بها[2].

1-2- الاستثناءات الواردة على منع البيع بالمكافأة

منعت المادة **16** البيع بالمكافأة، لكنها أوردت استثناءات على هذا المنع أو الحظر ومن هذه الاستثناءات الآتي:

أ- عدم تجاوز قيمة المكافأة نسبة 10%

يتوقف هذا الاستثناء على ضرورة توافر شرطان، سفة المكافأة وقيمتها

- صفة المكافأة

يجب أن تكون المكافأة في نفس السلع أو الخدمات، إذا كانت ليست من السلع والخدمات أو خليط يماثلها هنا يكون الاستثناء باطلا.

- قيمة المكافأة

يجب أن لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للسلعة أو الخدمة المعينة، والمادة **16** تؤكد هنا أن العبرة بالقيمة وليس بالوحدة[3].

ب- الأشياء الزهيدة والخدمات ضئيلة القيمة

يقصد بها هنا تلك السلع أو الخدمات الممنوحة كهدية مجانية للزبائن، تكون قيمتها المالية صغيرة مقارنة بسعر شراء السلعة أو الخدمة التي في العقد الرئيسي، فالمشرع استثنى من منع البيع بالمكافأة، إذا كانت مكافأة زهيدة أو خدمات ضئيلة القيمة وإن لم تكن من نفس

---

[1] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 100.

[2] قندوزي خديجة، **حماية المستهلك من الاستثمارات التجارية**، رسالة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية: 2001، ص 120.

[3] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 103.

السلعة أو الخدمة نظرا لضعف جذبها للمستهلكين ولا تشكل خطر على نزاهة الممارسات التجارية[1].

ج- العينات

لا تعتبر العينات التي يقدمها العون الاقتصادي للمستهلك التي من قبيل المكافأة المجانية وهي عبارة عن جزء من المنتوج أو الخدمة المقدمة، الهدف منها تمكين المستهلك من تجربة أو اختيار المبيع ومدى مطابقته لما يريد، ولهذا يشترط أن تكون الكمية ضئيلة، وإلا اعتبرت مكافأة[2].

1-3- جزاء مخالفة منع البيع بالمكافأة

اعتبرت المادة **35** من القانون **04-02** أن مخالفة أحكام المادة **16** منه، أن الممارسات تجارية الغير شرعية يعاقب عليها بغرامة من مئة ألف **(100,000 دج)** إلى ثلاث مئة ألف **(300,000 دج)**. وعليه فإن المشرع يمنع البيع بمكافأة ويجرمه، ويحق للمستهلك، الذي تضرر نتيجة البيع بالمكافأة، يمكنه المطالبة بالتعويض لما لحقه من ضرر، طبقا للمادة **65** من القانون **04-02**، لذا فمن يقتني لأكثر من حاجته في بيع المكافأة يمكنه المطالبة بحقه باعتباره ضحية لهذه المخالفة كطرف مدني.

2- منع البيع المشروط

هذا المنع أساسه المادة **17** من القانون **04-02** حيث تنص: "يمنع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة.

لا يعني هذا الحكم سلع من نفس النوع المبيع على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلعة معروضة للبيع بصفة منفصلة"[3].

وسبب حظر هذا النوع من البيع يعود لكون البيع المشروط وسيلة غير نزيهة، فالعون الاقتصادي إذا كان محتكرا لسلعة يفرض من مركزه الاقتصادي القوي على المستهلك شراء سلع تفوق حاجته، أو شراء سلع أو خدمات لا حاجة له بها، فيعتبر هذا الأسلوب في البيع إخضاعا لإرادة المستهلك من خلال استغلال رغباته وحاجته الملحة، فيتحتم دفع مبلغ يفوق حاجة مرجوة

---

[1] علال سميحة، المرجع السابق، ص 61.

[2] عياض محمد عماد الدين، المرجع السابق، ص 126.

[3] أنظرالمادة17 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

من الشراء وكذا اقتناء كمية زائدة عن اللزوم[1]، كما جاء في الفقرة **01** من المادة **17** مضمون البيع المشروط، وفي الفقرة الثانية استثناء على هذا المنع.

2-1- مضمون البيع المشروط

من الفقرة **01** من المادة **17** يحظر كل شرط يقضي بأن يرتبط عملية البيع بشراء المستهلك لكمية مفروضة، أو يقضي بأن يقتني سلعة أخرى أو خدمة وبالتالي فالبيع المشروط له عدة صور:

أ- اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة

شرط متعلق بمقدار المبيع، حيث يفرض العون الاقتصادي على المستهلك شراء كمية محددة أو يحدد كمية أقل لا يمكن البيع تحتها، وليقوم المنع يجب أن تكون الكمية مفروضة وبأن يتوقف على اقتنائها أما إذا كانت على سبيل الاختيار أو تفضيل فلا نكون أمام بيع مشروط[2].

ب- اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات

الحظر أيضا يلحق كل شرط يفرض على المشتري شراء سلعة أخرى أو خدمة تبعا للسلعة محل البيع[3]، وعادة ما يلجأ إلى هذا الأسلوب لتخلص من السلع التي قاربت من التلف أو السلع المكدسة التي لم تروج، وذلك بفرضها مع سلع أخرى مطلوبة للاستهلاك.

جـ- اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو شراء سلعة

هنا من الأرجح على المشرع الجزائري استعمال عبارة اشتراط تأدية خدمة مع خدمة لأن عبارة"**اشتراط خدمة بخدمة أخرى**"، قد يفهم منها أن المشرع يمنع أن يشترط مقدم الخدمة مقابل الخدمة المؤدة[4].

أساس العقد هنا هو تأدية خدمة، وبالتالي يحظر كل شرط يقضي بأن يرتبط أداء الخدمة محل العقد توجيه إرادة المستهلك لاقتناء خدمة أخرى أو شراء سلعة.

---

[1] علال سميحة، المرجع السابق، ص 62.

[2] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 128.

[3] عياض محمد ، المرجع السابق، ص 107

[4] أنظر المادة 17 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

2-2- الاستثناءات الواردة على منع البيع المشروط

يكونالبيع المشروط مجرما إذا أخذ أشكاله الثلاثة المذكورة سابقا، غير أن المشرع قدم استثناء وحيد عن هذه القاعدة، وهو ما جاء في المادة **17**: "**لا يعني هذا الحكم السلع من نفس النوع المبيعة على شكل حصة يشترط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة**"، من هذه الفقرة نجد أن المشرع رخص استثناء عن الحظر الذي فرضته الفقرة الأولى مراعيا في هذا أن بعض سلع استهلاك، هذا ما برر ربطها في شكل حصص كعرض للبيع دفعة واحدة، لكنه ضبط هذا الاستثناء بشروط ثلاث:

أ- أن تكون هذه السلعة من نفس النوع

يشترط أن تكون سلعة محل البيع من نفس النوع ومن نفس الطبيعة.

ب- أن تباع هذه السلعة في شكل حصة

كونها من ذات النوع والطبيعة كل حصة تحتوي على عدد محدد من هذه السلع حتى يكون البيع معينا وواضحا للمستهلك، بحيث يكون على علم بالسلع التي تضمنها الحصة.

جـ- أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة

أي تباع في شكل حصص وذلك بفصلها في شكل مجموعات أو أكياس مع إعلان سعرها حيث يمكن للزبون حق الاختيار بين اقتناء كل الوحدات المجتمعة أو شراء الوحدة التي يريدها دون الأخرى[1].

هذا الاستثناء يطبق على البيع الذي يكون محله سلعة، أما العقد الذي يكون محله خدمة ضمن نص المادة **17** الفقرة **2**: "**أنها لا تدخل ضمن هذا الاستثناء**".

2-3- جزاء مخالفة البيع المشروط

كذلك تضمنت المادة **35** من القانون **04-02** أن: "مخالفة أحكام المادة **17** منه اعتبرت ممارسات تجارية غير مشروعة، أو عاقبت بغرامة تقدر بين مئة ألف دينار **(100,000 دج)** وثلاثة ملايين دينار **(3,000,000 دج)**"[2].

---

[1] علال سميحة، المرجع السابق، ص 72.

[2] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 110.

وهذا المنع والتجريم يؤكد تراجع مبدأ الحرية العقدية في مثل هذه العقود خاصة أن أحد أطراف هذه العلاقة التعاقدية والمستهلك. هنا الشخص حر في التعاقد أو لا يتعاقد وأن يشترط ما شاء في حين هذه الحرية لم تعد مكفولة للعون الاقتصادي في حين أننا في الواقع يتطلب حماية للمستهلك باعتباره طرفا ضعيفا جديرا بالحماية[1].

الفرع الثاني: حماية إرادة المستهلك من الممارسات التدليسية

هناك بعض السلع والخدمات الضرورية يحتاجها المستهلك، ولا يستطيع الحصول عليها إما لقلتها، أو لاحتكارها من طرف الموزعين والمنتجين، هذا إن توفرت بكميات قليلة مما ينتج عدم واقعية للائتمان، هنا يأثر هذا على قدرة وإرادة المستهلك على الاختيار، وينعكس بالسلب على مصلحته، لأن الاحتكار أولى المشرع له أهمية وجعله محل حظر في إطار قانون الممارسات التجارية **04-02** وعليه نتطرق في هذا الفرع (أولا) إلى مفهوم الاحتكار و(ثانيا) إلى شروطه والهدف من منعه.

أولا: استعمال الوثائق التجارية أو المحاسبية

بعد استقلال قانون الممارسات التجارية عن قانون المنافسة، أصبحت الممارسات التجارية التدليسية تعتبر من الممارسات الغير نزيهة بالإضافة إلى الممارسات التجارية الغير مشروعة[2]، حيث تناولها المشرع في الفصل الثالث من الباب الثالث ولخص لها مادتين 24، 25 ووضح صور التدليس في الممارسات التجارية في الصور التالية:

- دفع أو استلام أوراق مخفية القيمة.
- تحرير فواتير وهمية وفواتير مزيفة.
- إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها، قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية.
- حيازة المنتوجات المستوردة أو المصنعة بصفة غير شرعية من قبل التجار.
- حيازة التجار مخزون من المنتوجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار.
- حيازة مخزة من المنتوجات خارجة موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعها.

---

[1] أنظر المادة 35 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

[2] بدرة لعور، **آليات مكافحات جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري**، أطروحة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بسكرة، السنة الجامعية: 2013-2014، ص 247.

وتنص المادة 24 من قانون الممارسات التجارية على ما يلي: "تمنع الممارسات التي ترمي إلى:

- دفع أو استلامأوراق مخفية القيمة.
- تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة.
- إتلاف الوثائق التجارية أو المحاسبية أو إخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية".

والتدليس في هذه الممارسات يتم باستعمال وثائق إما تجارية أو محاسبية، أو بأي سلوك يحقق التدليس[1].

1- دفع أو استلام أوراق مالية مخفية القيمة

تظهر إما دفع أو استلام أوراق مخفية القيمة، باللجوء إلى طرق احتيالية لإخفاء حقيقة المعاملة التجارية، حيث تعد هذه الممارسة جريمة، فيما يقوم العون الاقتصادي بتزييف وضعية قانونية خاضعة كالضريبة، ومن هذه الممارسات:

أ- يصرح العون الاقتصادي بأن العقد هبة وهو عقد بيع صوري كي لا يدفع حقوق التسجيل هنا غش في التكيف المعقد.

ب- الجمع بين عمليتين تجاريتين في عملية واحدة وإخفاء الرقم الحقيقي للأعمال أو تتضمن الفتورة قيمة أقل من القيمة الحقيقية.

جـ- يلجأ العون الاقتصادي إلى تخفيض الإيرادات بطريقة تقليص بعض إيرادات في تقييد محاسبي، بأن يصرح بأرباح بأقل مما هي عليه.

2- تحرير فواتير وهمية أو فواتير مزيفة

وتظهر في صورتين:

أ- تحرير فواتير وهمية

القانون الجبائي يسمح للعون الاقتصادي بخصم الأعباء والتكاليف من الأرباح الخاضعة للضريبة، وأن تكون هذه الأعباء داخل نشاط المؤسسة وبوثائق، ومن بين صور الفواتير الوهمية:

- تسجيل مرتبات عمال وهميين في دفاتر المحاسبة بصفة صورية.

---

[1] بدرة لعور، المرجع السابق، ص 254.

- إدراج أجور مرتفعة لفائدة موظفين لا يقومون بأي نشاط يتناسب مع أجورهم.
- تسجيل تكاليف وإصلاح صيانة السيارات باسم المؤسسة وهي شخصية.
- تسجيل مصاريف السفر إلى الخارج على حساب المؤسسة.

ب- تحرير فواتير مزيفة

تفسر هذه الصورة من خلال دفع الرسم على القيمة المضافة **(TVA)** فالعون الاقتصادي يقدم فواتير صورية، هذا النوع من التدليس قد يخفي صاحبها جزء من أملاكه في بضاعته أو أرباح خاضعة لضريبة غش ضريبي[1].

3- اتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية أو إخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية

أ- الوثائق ذات الصلة بالممارسة

من مبادئ القانون التجاري يلزم كل من له صفة تاجر سواء شخص طبيعي أو معنوي بمسك دفاتر يقيد بشكل يومي عملياته التجارية، مع المراجعة عليها شهريا، بشرط أن يحتفظ بالوثائق التي منها يراجع العمليات اليومية، والهدف من الحسابات هو ضبط الذمة المالية للمؤسسة، ولأنها أدوات إثبات يجب الحفاظ عليها مدة 10 سنوات.

ب- صور الممارسة

ومن أجل الضمانات القانونية لحماية أطراف المعاملات، اعتبر المشرع اتلاف التجارية ومحاسبة وإخفاء وتزوير قصد إخفاء الحقائق للمعاملات التجارية وممارسة وفق هذه الصور: الإتلاف، التزوير، الإخفاء.

ثانيا: مفهوم الاحتكار

نصت المادة **25** من قانون ممارسات التجارية **04-02** ما يلي: "يمنع على التجار ما يلي:

- منتوجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية.
- مخزون من منتوجات خارج بهدف تحفيز ارتفاع غير قصد المبرر بالأسعار.
- مخزون من منتوجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه".

[1] بدرة لعور، المرجع السابق، ص 256.

التدليس الوارد هنا لا يصدر إلا عن فئة التجار، والمشرع استثنى من المادة **02** المعدلة والمتممة بموجب القانون رقم **10-06** فئة المهنية الذين لا يكتسبون صفة التاجر[1]، كما تضمن المادة **25** حالات احتكار في شكل حيازة مخزون بهدف رفع الأسعار، بعد أن كان قانون **95-06** يعاقب على حالة احتكار السوق فقط.

لذلك سنتناول الاحتكار الذي جعله المشرع محل حظر في إطار قانون الممارسات، حيث نتعرض إلى تعريف الاحتكار وشروطه والهدف من منعه.

1- تعريف الاحتكار

أ- التعريف اللغويللإحتكار

يعرف الاحتكار في لغة العرب حبس السلعة انتظارا لبيعها عند غلاء الأسعار[2]،وبأنه ادخار الطعام للتربص، وصاحبه محتكر، والاحتكار جمع الطعام ونحو مما يؤكل، واحتباسه انتظار وقت الغلاء به[3].

وعرفه الدكتور "فتحي الدريني" بأنه: "**حبس مال منفعة أو عمل، والامتناع عن بيعه أو بذله حتى يغلو سعره، بسبب قلته أو انعدام وجوده، مع شد وحاجة الناس أو الدولة له**"[4]، المطلع يلاحظ بوجود تقارب بين المفهوم اللغوي والاصطلاحي لمفهوم الاحتكار لأنه حبس الطعام لغلائه هو المضمون العام للمعنى الاصطلاحي.

ب- التعريف الاصطلاحي للإحتكار

لقد أولى فقهاء القانون والشريعة والاقتصاد اهتمامهم بموضوع الاحتكار، فتعددت الآراء والتعاريف، الكل يعرف من زاويته.

فمن ناحية الشريعة لرجال الاقتصاد الإسلامي فالاحتكار هو جمع أو حبس السلعة التي يحتاج لها الناس، لتباع بثمن مرتفع، كما جاء في الحديث عن أبو هريرة عن الرسول صلى الله عليه وسلم أنه قال: «من احتكر حكرة يريد أن يغلي بها على المسلمين فهو خاطئ»[1]،

---

[1] أنظر المادة 02 من الأمر رقم 10-06 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-02 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر،العدد 11.

[2] محمد سلمان الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، الطبعة الأولى، معهد البحوث والدراسات العربية، دار النهضة، القاهرة، 2004، ص 105.

[3] ابن منظور، المرجع السابق، ص 687.

[4] كموش نوال، المرجع السابق، ص 37.

[1] أخرجه أحمد في **مسند أبو هريرة**، الجزء الثالث، دار الفكر، بيروت، 1994، حديث رقم 8625، ص 265.

ويشترط في الاحتكار أن يكون في قوت الناس وعلف الدواب أي لا يكون إلا في الطعام والأقوات، وعبر أبو حنيفة بقوله: "كل ما أضر ناس حبسه لهو احتكار"[2]، كما اتضح أن تعريفات الفقهاء المتفاوتة في بيان حقيقة، لكنها ترمي إلى معنى وشيء مشترك بينهم وهو حبس الشيء بغية غلائه.

ويقصد بالاحتكار في الفكر الاقتصادي، تلك الحالات التي تكتسب فيها المؤسسة أو مجموعة من المؤسسات القدرة على السيطرة على السوق بصورة تمكنها من بيع السلع بأسعار وسعيًا للربح الكبير، دون الأخذ بالاعتبار أن تحديد أسعار هذه السلع لقانون العرض والطلب[3].

كذلك هو الانفراد بسلعة أو الخدمة والتحكم الكامل في وفرتها، كذلك تحديد أثمانها، ومستوى جودتها، سعيا للحصول على أكبر قدر من الأرباح، بغية غلق المنافسة على الموزعين والمنتجين الآخرين[4].

أما من الناحية القانونية فيعرف الأستاذ "هشام طه" الاحتكار بقوله: "يقصد بالاحتكار الحالات التي تكتسب فيها الشركة أو مجموعة من الشركات القدرة على السيطرة على السوق المحلي بصورة تمكنها من بيع منتجاتها بأسعار تتيح بتعظيم هامش ربحها وذلك بغض النظر عن أية اعتبارات تتعلق بترك تحديد هذه المنتجات وفقا لقانون العرض والطلب في السوق المحلي[5].

بعد أن استعرضنا هذه التعريفات نحاول جمعها من خلال تعريف واحد جامع لكل الآراء، من خلال التعريف التالي: "الاحتكار هو قدرة الشخص أو عدة أشخاص طبيعيين أو معنويين على الانفراد بإنتاج سلع مميزة أو عرضها أو توزيعها أو بيعها أو الانفراد بأداء خدمة ما على مستوى سوق معين دون منافسة فعلية مما يؤدي إلى عرقلة حرية المنافسة والإضرار بالاقتصاد والمستهلك"[1].

---

[2] كموش نوال، المرجع السابق، ص 38.

[3] محمد عبد الرحيم الديب، **الحماية المدنية للمستهلك: دراسة مقارنة**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011، ص 66.

[4] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 62.

[5] بن يطو آمال، **حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون**، رسالة ماجستير في العوم القانونية، تخصص قانون العمال، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية: 2009-2010، ص 22.

[1] بن يطو أمال ، المرجع السابق، ص 24

2- صور الاحتكار

ومن هذه التعريفات نجد أن الاحتكار يتحقق بصور عديدة، وفق المفهوم المتعارف عليه لدى العامة فيوجد احتكار البائع أو المنتج، وهو الأكثر شيوعا، وكذلك احتكار المشتري وهو غالبا ما يكون محتكر بائع، كمن يحتكر شراء سلعة أو خدمة محددة، فيصبح كالمنتج الوحيد لهذه السلعة، لدرجة فقد البديل لها مما يجعله يسيطر على السوق في هذه السلعة أو الخدمة لتحقيق أطماعه الربحية من خلال هذا النوع من الاحتكار.

3- أنواع الاحتكار

يحتوي الاحتكار وبحسب مفهومه السابق ذكره عدة أنواع، في ثلاث أنواع في شكل مجموعات، بحيث المجموعة الأولى نوع الاحتكار من حيث الحجم، أما المجموعة الثانية فيها أنواع الاحتكار من حيث المصدر، والمجموعة الثالثة أنواع الاحتكار من حيث الجهة المحتكرة.

أ- أنوع الاحتكار من حيث الحجم

وينقسم بدوره إلى قسمين، الاحتكار التام، لكامل السوق، واحتكار القلة جزء من السوق فقط.

الأول وجود محتكر واحد لجميع السلع والخدمات في السوق، ولا يوجد لها بديل في السوق والثاني يقصد احتكار القلة يكون بعدد قليل من المنتجين بإنتاج السلع أو أداء الخدمات ويتميز بوجود عدد قليل من المؤسسات تؤثر كل واحد منها تأثيرا كبيرا في السوق[2].

ب- أنواع الاحتكار من حيث المصدر

كذلك ينقسم إلى قسمين، الأول هو الاحتكار الطبيعي أما الثاني فالاحتكار المصطنع باستناد إلى القانون أو الاتفاق.

- **الاحتكار الطبيعي:** يقصد به حالات السوق أو النشاط التي تتميز بوجود عون اقتصادي واحد يشغل هذا السوق أو قطاع نشاط معين، وأيضا هو الاحتكار الذي ينشأ دون تدخل الحكومة بسبب تمتع هذه المؤسسة أو الشركة بمميزات تكلفة على المنافسين، وما يعرف بالتدرج الاقتصادي أو بتفوقها التكنولوجي[1].

---

[2] المرجع نفسه، ص 27.

[1] بن يطو آمال، المرجع السابق، ص 30.

- **الثاني الاحتكار المصطنع:** فيه قسمين من الاحتكار، الاحتكار القانوني المنظم والاحتكار الاتفاقي، فالاتفاق القانوني يجد مصدر في النصوص القانونية، والتي تقضي بعدم فتح مجال معين لحرية المنافسة وجعله حكرا على شخص عمومي معين، مثل: شركة تبغ وكبريت، وشركة الغاز والكهرباء).

- **في حين الاحتكار الاتفاقي:** ينشأ عند اتفاق المنافسين أو مجموعة منهم في السوق على شروط العقد مع المستهلك، وكأن يجتمعوا في هيئة واحدة تملك القدرة على احتكار السوق والمنافسة وتفرض شروط مجحفة في حق المستهلك.

ج- أنواع الاحتكار من حيث الجهة المحتكرة

وفي هذا النوع كذلك قسمين: الاحتكار العمومي والاحتكار الخاص

- **الاحتكار العمومي أو احتكار الدولة:** إذ تقوم الدولة بنشاطات يمنعها القانون عن الخواص، فتصبح عمومية بعيدة عن المنافسة، قد يمتد عبر كل مراحل العملية الاقتصادية من إنتاج إلى تخزين والنقل وصولا إلى التوزيع وقد يكون احتكارا وطنيا أو على مستوى المحلي أو الجهوي وفق النصوص التشريعية والتنظيمية[2].

- **أما الاحتكار الخاص:** فلا يوجد هذا النوع إلا في نظام فيه حرية المنافسة وهو أساس النظام الليبرالي، حيث تجمع المنافسة بين أشخاص خاصة طبيعية كانت أو معنوية، تخضع للقانون الخاص، وفي هذا يقول ايفا قيون **Yvesguyon**"إن التجربة أثبتت أن المنافسة الحرة حرية تامة هي التي تولد الفوضى في السوق وتنتهي بتدمير نفسها بنفسها لأن الإقصاء للأعوان الاقتصاديين هو الذي يؤدي إلى صنع الاحتكارات"[3]، ذلك أن بعض المبادئ للرأسمالية والتي تقوم على الفردية تتسم بظهور بعض أنواع الاحتكارات في شكل محلي أو دولي، وفيما يعرف النظام الدولي، اتحادات الكارتل أو الترست، وشركات متعددة الجنسيات فيؤثر في المنافسة.

---

[2] المرجع نفسه، ص 33.

[3] نفس المرجعوالصفحة.

4- شروط الاحتكار

لم يضع المشرع في المادة **25** من قانون **04-02** شروطا للاحتكار، وإنما نص فقط على الصورة التي تظهر بها هذه الممارسة، ولكي نعتبر العون الاقتصادي محتكرًا يجب أن تتوفر شروط، وهذه الشروط مستمدة من الفقه الإسلامي لعدم وجودها في النص القانوني[1]، وقد اشترط أغلبهم ثلاث شروط هي:

- أن يكون الشيء المحتكر فاضلا عن حاجة صاحبه، وحاجة من يعيلهم سنة كاملة، لأنه لا يجوز أن يدخر الإنسان نفقة أهله هذه المدة.

- أن يكون صاحب الشيء قد انتظر الوقت الذي تغلو فيه السلع ليبيع بالثمن الفاحش لشدة الحاجة إليه.

- أن يكون الاحتكار في الوقت الذي يحتاج فيه الناس إلى المواد المحتكرة، فلو كانت هذه المواد لدى عدد من التجار أو لا يحتاج الناس إليها، فإن ذلك لا يعد احتكارا إذ لا يوقع ضررا بالناس.

5- الهدف من منعه

أول هدف من منع الاحتكار هو لحماية إرادة المستهلك وذلك بمنع السلع الضرورية للناس، كما أنه عمل يحقق مقصد الأموال وتداولها بين الناس، وإذا تحدوا الأعوان الاقتصاديين، تعدى فاحش امتنعوا عن بيع سلع مع ضرورة وحاجة الناس لها ويزيد على القيمة المعروفة، هنا وجب بيعها بثمن المثل هنا، فيلزم الجهات المعنية بإلزامية الأمر، لأن الأسعار المرتفعة لا يقدر عليها عامة الناس وهذا ما يحدث ضررا لأنها ستبقى حكرا على أصحاب الأموال وأهل الشراء فقط[2].

وبهذا يمكننا القول أن المشرع الجزائري قد وفق في استحداث نص المادة **25**، حيث ورغم أنها لا تحد بشكل نهائي من هذه الممارسات غير أنها ساهمت في الحد من انتشارها، وما تمثل في حماية إرادة المستهلك في ارتفاق الأسعار، وذلك بتكريس نظام حرية الأسعار والأسعار المقننة، ومن خلال المادة **22** من قانون الممارسات التجارية **04-02** وفقا للقانون رقم **10-06** حيث أصبحت: "يجب على كل عون اقتصادي في مفهوم هذا القانون، تطبق

---

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 38.

[2] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 130.

هوامش الربح والأسعار المحددة أو المسقفة أو المصدق عليها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما"[1] وأتممت بموجب المادة **22** مكرر التي تضمنت أسعار السلع والخدمات.

وجسدت صور ممارسات غير الشرعية للأسعار في المادة **23** من قانون **04-02** وهي:

- عدم تجسيد أثر الانخفاض المسجل لتكاليف الإنتاج والاستيراد والتوزيع على أسعار البيع وإبقاء أسعار السلع والخدمات في ارتفاع.
- عدم إيداع تركيبة الأسعار المقررة للتشريع المعمول به.
- تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق.

وهذا يعد تحديد الأسعار فيه فائدة ومصلحة للمستهلك، فيحميه من تعسف البائعين وتفادي الممارسات المنافية لممارسة الممارسات الغير شرعية، كما أن مبدأ التسعير الجبري يعتبره بعض الفقهاء القانون والشريعة الإسلامية خاصة من عوامل العمالة، لمقاومة الاحتكار، ولعدم إجحاف بحق التجار والمستهلكين خاصة.

المطلب الثالث: حماية المستهلك من الممارسات الغير نزيهة

من اساليب المنافسة غير المشروعة التي تتعرض لها بضاعة المنافسين ومنتجاتهم، هي تقليد العلامة التجارية وإبدال البضاعة وتقليدها مما يخلق لبس حول مصدرها، وقد يحدث اللبس أيضا عن طريق الإشهار الغير شرعي، حيث قام قانون الممارسات التجارية بحظر هذه الممارسات وهذا ما سنراه في (الفرع الأول)، منع تقليد العلامة أو المنتوج، أما (الفرع الثاني) منع الإشهار التضليلي.

الفرع الأول: حظر تقليد العلامة التجارية أو المنتوج

قام المشرع الجزائري بحظر تقليد العلامة أو المنتوج، وذلك في المادة **27** من قانون الممارسات التجارية **04-02**، وعليه سنتطرق إلى تقليد العلامة أولا، وثانيا تقليد المنتوج[2].

[1] أنظر المادة 22 من القانون 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

[2] كموش نوال، المرجعالسابق، ص 43.

أولا: تقليد العلامة

1- مفهوم تقليد العلامة

وتعني في مفهومها القيام بصناعة علامة مطابقة للعلامة الصناعية أو التجارية الأصلية، ولأن العلامة تعتبر أهم عناصر المحل التجاري، فقد تكون عرضة للاعتداء من أفعال المنافسة الغير المشروعة، فقد تكون بزيادة عنصر أو انقاص عنصر أيضا وليست شرط تقليد كلي، وهذا ما قد يحدث نوع من الخلط في ذهن المستهلك يدفع لاستغلال إرادته بشراء بدافع وقوع في الغلط، حيث كان يريد علامة أصلية ذات جودة جيدة، فيشتري أخرى مقلدة، بنفس الشكل والمواصفات، إن تقليد العلامة من طرف الأعوان الاقتصاديين يعد تدليسا ومساسا بمبادئ المنافسة الحرة، وكذلك بالمستهلك التي تكون ضمنية في هذا الغلط والتدليس.

ثانيا: أشكال تقليد العلامة

وذلك في عدة مظاهر:

1- وجود تشابه في مظهر الخارجي للعلامة

إن حماية العون الاقتصادي والمهني وإحاطته بالحماية اللازمة من تقليد العلامة المميزة لمنتوجه، سواء من ناحية تقليد أو تزوير، يعد هذا عبارة عن حماية للمستهلك بطريقة غير مباشرة، لأن إقدام هذا الأخير على اقتناء المنتوجات ظنًا منه أنها تحمل نفس العلامة، وقد يحدث هذا التقليد أضرارا بالنسبة إليه، إن الحماية القانونية للعلامة التجارية تهدف وتضمن لحماية منتج السلعة أو بائعها ومستهلك هذه السلعة، حيث تضمن هذه الحماية المنافسة المشروعة مع باقي المنافسين وبالتالي ضمان حصول على سلعة بأفضل مواصفات وأسعار تنافسية، بالنسبة للمستهلك مع تقديم المعلومات وتوضيح لازم لعناصر السلعة المعروضة، مما يتيح له حق الاختيار وتفضيل بين السلع وفق قدرته المادية وإرادته الحرة.

2- وجود تشابه من حيث نطق

تعد جريمة تقليد بالتشبه الأكثر انتشارا والأكثر استعمالا، حيث أن الأصل في علامة هو تمييز عن المماثلة لها، وعليه يجب أن تكون مختلفة بشكل واضح فيما بينها، لرفع اللبس ولكي لا يقع المستهلك في الخلط والتضليل سواء من ناحية الشكل أو الاسم[1].

[1] كحول وليد، "**جريمة تقليد العلامة في التشريع الجزائري**"، مجلة الفكر، جامعة محمد خيضر، دون سنة نشر.

لهذا يلجأ المنافسون إلى وضع علامة تشبه علامة منافسه لها شهرة وسمعة تجارية كبيرة لدى الوسط الاستهلاكي، لإقناعهم وجذبهم، ولهذا عرض القضاء الفرنسي نزاع بين علامتي **Duxil** و**Dulmil** حيث كلتا العلامتين لمنتوجات صيدلانية، حيث أن علامة **Duxil**قلدت علامة **Dulmil**واعتبرت أن كلا العلامتين بدأت بنفس الأحرف "Du" وهذه تعتبر جريمة تقليد وهذا ما يجعل المستهلك الذي لا ينتبه يخلط ويقع في الغلط بينهما[1].

ثانيا: الشروط الواجب توفرها في العلامة

لكي تكون العلامة صحيحة يجب توفر جملة من الشروط التي تجعل منها علامة ذاتية وهذه الشروط إما موضوعية أو شكلية، التي تعطي لها طابعا رسميا، أي معترف بها قانونا، وعليه استفادة من الحماية التي يكلفها القانون وتعد لها أهمية كبيرة في حماية أطراف العلاقة التعاقدية وبالأخص المستهلك من الغش والتظليل وحيث تساعد العلامة في توجيه إرادة المستهلك نحو المنتوج الأصلي وليس مقلد.

1- شروط موضوعية للعلامة

تتعلق بالعلامة في حد ذاتها:

أ- أن تكون العلامة مميزة

لكي تستفيد العلامة من حماية قانونية يجب أن تكون مميزة عن غيرها، حيث تنص المادة **02** من الأمر **03-06** المتعلق بالعلامات: "**العلامات كل الرموز القابلة لتمثيل الخطي...التي تستعمل كلها لتمييز السلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره**" والقانون الجزائري عند اشتراط أن تكون العلامة مميزة لم يقصد بهذا الشرط أن تتضمن شيئا لم يكن موجودا من قبل، إنما تكون مميزة عن غيرها من علامات لمنع حصول لبس لدى المستهلك[2].

---

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 44.

[2] كحول وليد، زواوي كاهنة، "**حماية المستهلك في العلامات**"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017، ص 627.

ب- أن تكون العلامة جديدة

حيث لا يكفي أن تكون العلامة مميزة فقط إنما جديدة أيضا فالجدة هنا في مجال العلامة، والمقصود ليس جدة في جعل العلامة وابتكارها إنما الجدة المراد بها هنا هي الجدة في الاستعمال الذي يجب أن تمنع اللبس وتظليل بالنسبة للمستهلك[1].

جـ- أن تكون العلامة مشروعة

كان المشرع صريحا بوضع القيود والاستثناءات على العلامات حينما أقر في المادة 07 من الأمر 03-06 المتعلق بالعلامات، حيث من بين الرموز التي استثناها من التسجيل الرموز المخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، والرموز التي يحظر استعمالها بموجب القانون الوطني أو بالاتفاقيات الثنائية أو الدولية التي تكون الجزائر فيها.

2- الشروط الشكلية للعلامة

إضافة للشروط الموضوعية فهناك شروط شكلية حتى تصبح العلامة لها حماية قانونية كاملة ومتمثلة في:

أ- إيداع التسجيل

هو مرحلة الأولى لتسجيل العلامة، فإيداع الطلب لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية.

ب- فحص الإيداع

يلعب دور مهم الإيداع في تسجيل العلامة لهذا يقوم المعهد الوطني للملكية الصناعية بفحصه من ناحية المشكل ومن ناحية المضمون.

جـ- التسجيل

وذلك بتسجيل القرار الذي يصدر من طرف مدير المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، إذ أن قيد العلامة في سجل خاص والذي تقيد فيه العلامات والعقود الأخرى التي نص عليها القانون في الأمر **03-06**[2].

---

[1] سمير جميل الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة نشر، ص 27.

[2] كحول وليد، زواوي كاهنة، المرجع السابق، ص 628.

ومن هذا يتضح جليا أن اتمام الإجراءات الشكلية يعد ضمانا للمستهلك يسهر عليها المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية، عند محصه للعلامة ومدى توفر شروط الحماية أم لا، كما يعد نشر هذه العلامة مهم وذلك بإخبار المستهلك وإعلامه بصدور علامة جديدة، وفرصة إذا كانت مظللة بالمطالبة بإلغائها.

ثالثا: تقليد المنتوج

يقصد بتقليد المنتوج إعادة الإنتاج لمشابهة كل أو جزء من عناصر علامة الأخرى والتقليد هنا يكون كلي، مثل الإنتاج المشابه للطابع أو العلبة أو الأظرفة أو الملصقات حتى قبل وضعها على المنتوج.

وقد يكون تقليد المنتوجات بتقليد الشكل الخارجي للبضاعة المنافسة، وهذا هو الشائع عمليا، وإذا كان هذا العمل يخلف الالتباس في ذهن المستهلك العادي، ومثالا للغش في مصدر البضاعة، إذ يغش العون الاقتصادي في بيان مصدر البضاعة بأنها أجنبية بينما هي في الحقيقة من صنع محلي وبهذا تقع إرادة المستهلك في الغلط والتدليس.

الفرع الثاني: منع الإشهار المضلل أو الكاذب

أقر المشرع الجزائري في المادة 27 من قانون الممارسات التجارية **04-02**، وفي الفقرة**03** الإشهار الهادف إلى التباس في ذهن المستهلك، وكما جاء في الفقرة "**الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك**"، وعليه أولا نتطرق إلى مفهوم الإشهار المضلل وثانيا صور الإشهار المضلل.

أولا: مفهوم الإشهار المضلل أو الكاذب

بحسب المادة **02** من قانون الإشهار لسنة **1999**، يقصد به "الأسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم في الإشكالي المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة في تعريف وترقية أي منتوج أو خدمة أو شعار أو صورة أو علامة أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي، كما تشمل العبارة كذلك على الأنشطة شبه الإشهارية"[1].

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 47.

1- تعريف الإشهار التجاري

علينا أولا توضيح وبيان تعريف الإشهار التجاري ثم الإشهار التجاري التضليلي أو الكاذب، فيما يخص الإشهار التجاري حيث تتعدد أنواع الإشهار وتتباين أهدافه، بينما هذه تخص الإشهار التجاري الموجه إلى المستهلك موضوع الحماية باعتباره وسيلة من وسائل التعاقد وشكلا من أشكاله وطريقة من طرق التعريف بالسلع والخدمات[1].

أ- التعريف اللغوي

الإشهار في اللغة من أشهر يشهر إشهارا، وشهرة من شهرة وضح الأمر بمعنى يحمل معنى الإبراز والنشر والتعريف بالشيء ورفعه وتمييزه[2].

ب- التعريف الاصطلاحي

يعرف الإشهار على أنه كل سلوك أو فعل من شأنه اجتذاب الجمهور ولفت انتباهه[3].

وعليه فالإشهار هو كل وسيلة تهدف إلى جلب الجمهور، وهذا الأخير يشمل المستهلك أو العون الاقتصادي.

ج- التعريف الفقهي للإشهار التجاري

حيث عرفه فقهاء القانون على أنه "كل إخبار أو إعلام تجاري القصد منه التعريف بسلعة أو خدمة معينة عن طريق إبراز مزاياها ومحاسنها بغية خلق انطباع جديد يؤدي إلى إقبال الجمهور على هذه السلعة أو الخدمة".

ويتضح من هذا التعريف أن الإشهار التجاري يهدف إلى تعريف بالسلع والخدمات بغية حث المستهلك على اقتنائها.

د- التعريف التشريعي للإشهار التجاري

بالنسبة للمشرع الجزائري فقد أورد تعريفا للإشهار بموجب المادة **03** من قانون **04-02** على أنه: "**كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بين السلع والخدمات مهما كان المكان أو وسائل اتصالح مستعملة**".

---

(1) علاوة هوام، سارة عزوز، "**الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات الغير نزيهة**"، مجلة الحقوق والحريات والأنظمة المقارنة، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 04.

(2) ابن منظور، المرجع السابق، الجزء الرابع، ص 3086.

(3) علاوة هوام، سارة عزوز، المرجع السابق، ص 05.

حيث يتضح من هذا التعريف أن المشرع عرف الإشهار بالإعلان وهذا ما يوضح أن مفهوم إشهار والإعلان في القانون الجزائري مترادفان.

هـ- تعريف الإشهار التضليلي

هو الإشهار الذي يكون من شأنه خداع المستهلك أو يمكن أن يؤدي ذلك من خلال بيانات وادعاءات ليست كاذبة وإنما تؤدي إلى خداع الجمهور.

يتضح من هذا التعريف أن الإشهار التجاري يهدف إلى خداع المتلقي سواء كان مستهلك أو عونا اقتصاديا، حيث يصاغ بعبارة تؤدي إلى الخداع.

في حين تعرضت المادة **28** من قانون **04-02** إلى ذكر بعض صور الإشهار، الإشهار الغير شرعي والممنوع الذي هو الإشهار التضليلي، غير أن المشرع لم يذكر مصطلح الإشهار الكاذب.

ثانيا: صور الإشهار التضليلي الكاذب

1- الإشهار الذي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف المنتوج أو الخدمة

من هذه الحالة كأن يدعي المنتج أن منتجه، اعتمدت أو اعتبرت من طرف هيئة أو جهة رسمية، مثل أن ادعاء منتج معجون أسنان معتمد من أطباء أسنان ومخابر برلين، كلية الطب.

2- الإشهار الذي يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه

هنا إثارة التباس عن طريق إشهار لعناصر تحدث غلط في ذهن المستهلك حول صاحب الإشهار الحقيقي، وقد عملت التشريعات إلى حماية أشكال الإشهار الحديثة والتي تتم بعمل ومجهود فكري وايداعي وتقني[1] حيث نصت المادة **45** من مشروع قانون **1999** المتعلق بالإشهار اعتبر أن هذه الممارسة ممنوعة نص كما يلي[2]: "تمنع إعادة انتاج المؤلفات الإشهارية بنفس أشكال الكتابة والإشهار والصورة، والرمز والصوت والتعليق والسيناريو دون موافقة المعلن الذي أنجز الإعلان الإشهاري ولصالحه، وكذا مؤلف ذلك الإعلان..."، حيث

---

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 51.

[2] قانون مشروع إشهار 1999.

تتضح التقنية الإشهارية بأساليب وعمليات ومصنفات ومنشورات وشعارات أو صيغ إعلانية، فإذا قام أحد بتقليد آخر من منافسيه في طريقة الدعاية التي اعتمدها، فعمله هذا يؤدي إلى الالتباس بينهم، وهذا يعد منافسة غير مشروعة، وذلك إذا استولى على حملة الإشهارية، فيثير الالتباس في ذهن ذوي الخبرة في المجال والزبائن، كنقل إعلان حرفيا من إعلان آخر منافس.

3- الإشهار المتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات غير متوفرة بالكمية ومخزون الكافي لا يضمن ما قدمه الإشهار وضخامته

وهذا يتم بتقديم عروض ضخمة وكبيرة، في حين أن الكميات الحقيقية متوفرة أقل ومحدودة، وهذا غالبا لإحداث اضطراب في السوق وأسعاره أو يعرض أن الكمية المطروحة ستنفذ، وذلك يهدف إلى إشعار المستهلك أن الكمية ستنفذ وهذا ما يؤدي إلى التهافت عليها، وارتفاع سعرها، علما أن الأمر مخالف لذلك.

ومن خلال الصور التي عرضناها سابقا ومن المادة **28** سالفة الذكر نجد أن للإشهار التضليلي ثلاث حالات، إشهار مفضي إلى التضليل، والإشهار المفضي إلى اللبس، والإشهار المضخم[1].

ثالثا: أثر ممارسة الإشهار التضليلي أو الكاذب

حيث اعتبرت المادة **38** من القانون **04-02** كل مخالفة لأحكام المادة 28 تعتبر ممارسات غير نزيهة أو يعاقب عليها بغرامة خمسين ألف **(50,000 دج)** إلى خمسة ملايين دينار **(5,000,000 دج)**.

والمشرع لم يشترط الصور الثلاث سالفة الذكر للإشهار التجاري أي قصد جنائي مكتفيا بالركن المادي لها فقط[2]، مما يجعل من الإشهار التضليلي يدخل في خانة الجرائم المادية.

ومن هنا تظهر مدى أهمية حماية إرادة المستهلك من الإشهار المضلل أو الكاذب ومدى التحقق من مصداقية الإشهار، مهما كانت الوسيلة المطروحة ومقدمة به، كما أن حماية أفكار وابتكارات الإشهارية من الاستيلاء والسرقة يعد نوعا من الحفاظ على المنافسة ومشروعيتها بين الأعوان الاقتصاديين والمنتجين، وبهذا تكفل الحماية للمستهلك تلقائيا.

---

[1] أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 132.

[2] المرجع نفسه، ص 151.

المبحث الثاني: حماية إرادة المستهلك بعد التعاقد

إن التفاوت في المراكز للعلاقة التعاقدية بين العون الاقتصادي والمستهلك، نظرا لمركز العون الاقتصادي القوي، قد يستعمل هذه القوة بشكل تعسفي على المستهلك ويؤثر هذا في إرادته بشكل خاص، وعلى سير توازن العلاقة التعاقدية عامة، سواء في عقود البيع أو أداء الخدمة، فقد لا يقدم العون الاقتصادي فاتورة التي هي حق للمستهلك، لهذا أوجب المشرع على العون الاقتصادي وجوب التعامل بالفاتورة مع المستهلك في حال طلبها، مع منعه من التعامل بشروط تعسفية.

ومن هنا نقسم هذا المبحث إلى مطلبين، الأول وجوب التعامل بالفاتورة، والثاني منع التعامل مع المستهلك بشروط تعسفية.

المطلب الأول: وجوب التعامل بالفاتورة

تعد الفاتورة لها أهمية كبيرة في مجال المعاملات التجارية، والقانون التجاري خاصة إذ تعد بيان لالتزام الطرفين، حيث اعتبر المشرع أن الالتزام بتحرير الفاتورة يعد وسيلة من وسائل شفافية الممارسات التجارية، وهذا في المادة **56** من الأمر **95-06** المتعلق بالمنافسة الملغي[1].

فالفاتورة تعتبر ذات أهمية بالنسبة للمستهلك، وحرمانه منها قد يحرمه من مصالحه ومتابعة حسابه وتعاملاته المالية ولهذا سنتناول في (الفرع الأول) مفهوم الفاتورة، وفي (الفرع الثاني) أثر مخالفة الالتزام بالفاتورة.

الفرع الأول: مفهوم الفاتورة

بالاستناد إلى نص المادة **10** الفقرة **3** من قانون **04-02** المعدل والمتمم بموجب قانون رقم **10-06** نجد أنها صرحت بالتزام تسليم الفاتورة عند التعامل مع المستهلك، حيث أقرت: "**يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون**"، ففي هذه المادة نص صريح على إجبارية تقديم الفاتورة في علاقة بين الأعوان الاقتصاديين وللمستهلك متى يطلبها صراحة، سواء كان محل البيع سلعة أو خدمة[2].

---

[1] قانون رقم 95-06 المؤرخ في 25-01-1995، يتعلق بالمنافسة ، ج ر، عدد 9، الصادر في 22-02-1995

[2] أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 66.

كما نصت المادة **02** الفقرة **02** من المرسوم التنفيذي رقم **05-468**[1] على أنه: "**يجب على البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه**".

نلاحظ هنا أن المشرع لم يعرف الفاتورة بل اكتفى بالالتزام بها، لهذا سنتطرق إلى تعريف الفاتورة ومجال تطبيقها وشروطها.

أولا: تعريف الفاتورة ومجال تطبيقها

1- تعريف الفاتورة

بما أن المشرع لم يعرف الفاتورة في كافة النصوص التنظيمية ولا حتى في قانون **04-02**، غير أنه تطرق لها الفقه، حيث عرفها الفق الفرنسي بأنها وثيقة مكتوبة من أجل إبرام البيع أو خدمة حيث تجسد هذه العملية التجارية محدد الشروط الخاصة بها[2].

وعرفها البضع بأنها ورقة مكتوبة تتضمن جملة من البيانات، وسعر المنتوج وتعتبر أنها وثيقة بها يحدد البائع للمشتري في بيع التجزئة، شروط التسليم وتنظيم الأسعار، وكذلك تعد الفاتورة شكلا من الأشكال التي تحرر[3].

كما عرفت أيضا على "**أنها وثيقة حسابية تدون في البضائع وكميتها أو الأعمال المنجزة ومفصل ثمن كل قيد من قيودها إلى جانبه، وتقوم الفاتورة في الأمور التجارية دليلا على العقد، أما الفاتورة المشار إليها بالإلغاء أو التسديد فإنها تبرؤ ذمة المدين**"[4] ويجب أن تفرغ في محرر مكتوب مع الصور وكذلك عدة بيانات التي تبطلها العرف التجاري، وتعد دليلا للإثبات في المعاملات التجارية وتجدر الإشارة أنه في المادة **03** من القانون **04-02**، اعتبرت أن الفاتورة تعد شكلا من الأشكال التي تحرر بها العقود في الممارسات التجارية، حيث نصت في الجزء الرابع بعنوان العقد في فقرته **02** على أنه: "**يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة...**".

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المؤرخ في 10-12-2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك، ج ر، عدد 80، صادرة في 11-12-2005.

[2] جمعة أمال، آيت ساحل كهينة، المرجع السابق، ص 43.

[3] كموش نوال، المرجع السابق، ص 53.

[4] جمعة أمال، آيت ساحل كهينة، المرجع السابق، ص 44.

2- مجال تطبيق الفاتورة

تعد العمليات المتعلقة بالعقود مجال تعامل بالفاتورة وكذلك المفاوضات واتفاقيات ونشاطات الإنتاج وتوزيع المنتوجات، وتقديم الخدمات، أما المجال المفتوح من حيث الأشخاص، أمام جميع الأعوان الاقتصاديين، وهذا ما تضمنته المادة **02** من المرسوم التنفيذي رقم **95-305**[1] المؤرخ في **7أكتوبر1995** الذي يحدد كيفيات تحرير الفاتورة، حيث نصت المادة على: "**تطبقأحكام هذا المرسوم على كل الأعوان الاقتصاديين، وعلى جميع الأنشطة...**" وقد تم إلغاء هذا المرسوم بموجب المادة **20** من المرسوم التنفيذي **05-468**.

تجدر الإشارة أن المادة **10** الفقرة **03** من قانون **04-02** متعلقة بالفاتورة وتعامل بها مع المستهلك ذكرت نشاطات البيع دون الخدمة، غير أنه أدرك المشرع ذلك في تعديل بموجب قانون **10-06** المعدل والمتمم لقانون **04-02** وفي المادة **03** الفقرة **03** التي نصت على: "**يجب أن يكون بيع السلعة أو تأدية الخدمة للمستهلك محل...**"[2].

حيث هنا حذا المشرع حذو المشرع الفرنسي في تحديد مجال التعامل بالفاتورة، حيث نصت المادة **31** الفقرة **01** من الأمر **86-1243** على أنه "كل شراء لمنتوج أو كل أداء لخدمة لأي نشاط مهني لابد أن يكون موضوع فوترة"[3].

وفي قانون **99-01** المؤرخ في **16-01-1999** المتعلق بالفندقة حيث نصت المادة **36** منه على أنه "**يلتزم الزبون بتسديد الفواتير مقابل الخدمات التي منها المؤسسة الفندق**ية"[4] وهذا دليل على إلزامية التعامل بالفاتورة في قطاع الخدمات مع المستهلك.

هنا تدرك أن مجال الالتزام بالفاتورة واسع ومهم لكل أطراف العقد وبأهمية أكبر المستهلك سواء في عقود بيع أو خدمات.

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 95-305، المؤرخ في 07-01-1995 المحدد لكيفيات تحرير الفاتورة، الجريدة الرسمية، العدد 58، الصادرة في 08-10-1995.

[2] القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15-06-2010 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-02-2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 46، الصادرة في 18-06-2010.

[3] كموش نوال، المرجع السابق، ص 54.

[4] القانون رقم 99-01 المؤرخ في 06-01-1999، المحدد للقواعد المتعلقة بالفندقة، الجريدة الرسمية، العدد 02، الصادرة في 10-01-1999.

الفرع الثاني: أهمية الفاتورة ومدى الزامية التعامل بها مع المستهلك

بالعودة إلى المادة 10 من القانون 04-02 نجد أنها أقرت الإلتزام بالفاتورة في فقرتها 03 بعبارة "**يجب**..."، و لهذا نتطرق لأهمية الفاتورة (أولا) ، ومدى إلزامية التعامل بها (ثانيا).

أولا: أهمية الفاتورة

1- أهميتها كوثيقة

بعد اهتمام المشرع بالفاتورة كوثيقة للمعاملات التجارية أصبح لها أهمية كبيرة سواء بالنسبة للأعوان الاقتصاديين أو للمستهلك أو من الدولة، لأن الفاتورة تعد أداة رقابية ومحاسبية، وكذا أداة لتحقيق الشفافية للممارسات التجارية وأداة ضمان لحقوق الأطراف.

أ- الفاتورة أداة محاسبية

فرض المشرع على كل الأعوان الاقتصاديين وخاصة التجار، تسجيل معاملاتهم في الدفتر اليومي، هذا ما جاء في المادة **30** من القانون التجاري حيث تشترط الاحتفاظ بكل الوثائق التي معها مراجعة العمليات والتعاملات اليومية، من بين هذه الوثائق الفاتورة، وهذا ما أكدته المادة 27 من القانون التجاري على كل تاجر أن يقيد رقم التسجيل في السجل التجاري، ومفر محكمة تسجيل الوثائق في عنوان فواتير[1].

ب- الفاتورة أداة رقابية في المجال الجبائي

كذلك تعد أداة للقضاء على المخالفات الجبائية، وتمكن أعوان الرقابة بضمان حق الخزينة من الضرائب المفروضة على الأعوان الاقتصاديين[2].

جـ- الفاتورة أداة لتحقيق شفافية الممارسات التجارية

اعتبر قانون **04-02** الفاتورة وسيلة تحقيق شفافية الممارسات التجارية تمكن العون الاقتصادي، من معرفة إذا وقع في المعاملات التمييزية التي يقوم بها عون اقتصادي آخر، وتفيد أيضا المستهلك ومعرفة إذا وقع هو الآخر ضحية.

---

[1] أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 67.

[2] كموش نوال، المرجع السابق، ص 58.

2- أهمية الفاتورة بالنسبة للمستهلك

الفاتورة وباعتبارها أداة محاسبية وكذلك أداة إثبات وفق ما تضمنه القانون التجاري[1]، بالنسبة للمستهلك والذي يتعامل بالوثيقة، فتعتبر أداة احتجاج لديه مثل دفع الثمن المحدد في الفاتورة، حيث هنا المستهلك يقع عليه عبء الإثبات وهنا تطبيقا للمادة **323**[2] من القانون المدني التي تضع عبء الإثبات على من يطالب بتنفيذ الالتزام وقد منح المشرع للمستهلك وسائل لتحقيق هذا الإثبات، باشتراط بيانات إلزامية يجب أن تتضمنها الفاتورة مثل ذكر التاريخ فهو يحدد آجال الدفع.

كذلك تقر أن الفاتورة وما فيها من معلومات، تشكل وسيلة إثبات في يد المستهلك لمضمون العقد وعدم وقوعه في الممارسات المحظورة، وبالتالي فهي تعد حجة يمتلكها في مواجهة العون الاقتصادي، وعلما أن مدة الاحتفاظ بها 10 سنوات.

ثانيا: مدى إلزامية التعامل بالفاتورة مع المستهلك

أقرت المادة **10** الفقرة **03** من القانون **04-02** على أنه "يجب أن يكون البيع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر المعاملة، ويجب أن تسلم الفاتورة إذا طلبها الزبون"، يتضح من خلال هذا النص حيث جعل المشرع تقديم الفاتورة للمستهلك أمر اختياري إلا في حالة إذا طلبها المستهلك، فيصبح تقديمها إلزاميا على العون الاقتصادي.

وهذا ما أكده كذلك المرسوم التنفيذي **05-468** في المادة **02** الفقرة **02** منه على أنه "**يجب على البائع في علاقة مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه**"، أي إقرار بإلزامية التسليم هنا في حال طلبها[3].

المطلب الثاني: منع التعامل بشروط التعسفية مع المستهلك

كما هو متعارف عليه في التعاقد أن يتم إبرام العقد وفق حرية الأطراف ومناقشة الشروط وفق إرادة متساوية بين الطرفين، غير أن هناك عقود تنعدم فيها هذه الأمور من مساومة ونقاش، حيث تفرض بعض الشروط لا يمكن رفضها، وهذا النوع من العقود يعرف

---

[1] القانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007 المتضمن القانون المدني حسب آخر تعديل.

[2] القانون رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1995، المتعلق بالقانون التجاري المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015، الجريدة الرسمية، المؤرخة في 30-12-2015.

[3] كموش نوال، المرجع السابق، ص 59.

بعقود الإذعان، غير أن المشرع تدخل لحماية الطرف الضعيف، وذلك في إطار القانون **04-02** وذلك بمنع التعاقد بشروط تعسفية، ومن خلال المادة **29** منه لذلك سنتناول في (الفرع الأول) مفهوم الشروط التعسفية وفي (الفرع الثاني) صور الممارسات التعسفية و(الفرع الثالث) وسائل الحماية من الشروط التعسفية.

الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية

يعد الشرط التعسفي من الأمور التي تتعب المستهلك اتجاه التزامه، وتكون صفة التعسف واضحة في هذه الشروط خاصة في عقود المكتوبة أو في شكل عقد نموذجي معد مسبقا، حيث تعد في بداية شروط اعتيادية لا تخل بالسلامة، غير أنها شروط مجحفة في حق المستهلك لهذا وجب حمايته من هذا النوع من الشروط.

أولا: تعريف الشرط التعسفي

تعني كلمة تعسف لغة "الاستخدام السيء" بينما تعني في الاصطلاح القانوني "**الاستخدام الفاحش لميزة قانونية**" ولكي نقوم بمعرفة المقصود بالشروط التعسفية نتطرق إلى تعريفه من الجانب الفقه القانوني وكذلك تعريفه وفق القانون.

1- التعريف الفقهي للشرط التعسفي

إن الشرط التعسفي من ناحية الفقه نجد العديد من التعاريف، نذكر منها:

- "كل شرط يترتب عليه عدم توازن واضح بين حقوق والتزامات كل من المهني والمستهلك والمترتب عن عقد الاستهلاك، تمثل في مكافأة هذا العون الاقتصادي بميزة نتيجة استخدامه لقوته الاقتصادية في مواجهة المتعاقد وهو المستهلك، بمعنى هو الشرط الذي يفرضه العون الاقتصادي على المستهلك مستخدما نفوذه بطريقة تؤدي إلى حصوله على ميزة فاحشة"[(1)].

- وكذلك يعد شرطا تعسفيا "إذا كان الشرط المحرر مسبقا من جانب الطرف الأكثر قوة، ويمنح لهذا الأخير ميزة فاحشة من الطرف الآخر" ويمكن أن يعتبر تعسفيا تطبيقا لذلك شروط الإعفاء من المسؤولية أو المحددة لها، وكذلك شروط الجزائية، أو أنه العقد المبرم بين المستهلك والعون الاقتصادي، ويكون محرر مسبقا هنا يعتبر تعسفيا عندما يأتي إلى عدم التوازن في الحقوق والالتزامات.

[(1)] حسينة شرون، حملاوي نجاة، "**حماية المستهلك من شروط تعسفية في ظل أحكام قانون 04-02 بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية**"، مجلة الحقوق والحريات في مخبر الاجتهاد القضائي، العدد 04.، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 04 أفريل 2017، ص 51.

– ويرى الباحث أحمد رباحي بأن الشرط التعسفي هو "الشرط الذي سيتأثر أحد طرفي العلاقة العقدية بفرضه تعسفا على الطرف الآخر بحيث يجعله يخضع له دون إمكانية حقيقية لتعديله بسبب عدم المساواة التي وجد فيها، وينتج عنه اختلال ظاهر في التوازن العقدي بين حقوق والتزامات الأطراف في كل مرحلة، يظهر في الميزة الفاحشة التي يحصل عليها الطرف الأقوى فيشكل ذلك عبئا على الطرف الآخر"[1].

2- التعريف القانوني للشرط التعسفي

لأنه ذلك الشرط الذي يورده العون الاقتصادي في تعاقده مع المستهلك والذي يؤدي إلى عدم توازن بين الحقوق والالتزامات بين الطرفين، مستغلا وقت إبرام العقد، وبالرجوع إلى ظروف العقد وموضوع وحالة طرفيه، وفق سلطة التقديرية للقاضي وما تقتضيه العدالة.

هذا يتوافق مع ما جاء به نص المادة 110 من القانون المدني الجزائري[2]، التي تقر بالقاضي السلطة التقديرية لتقدير الشرط التعسفي على أنه: "إذا تم العقد بطريق الإذعان وكان قد تضمن شروط تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها وذلك وفق لما تقضي به العدالة".

وبالرجوع إلى القواعد العامة أخذا بالنظرية التعسف في استعمال الحق وقد أقرت المادة**41** من القانون المدني إذ تقضي بأنه يعتبر استعمال الحق تعسفا[3] في الأحوال الآتية:

– إذا وقع بقصد الإضرار بالغير.

– إذا كان يرمي إلى الحصول على فائدة قليلة بالنسبة إلى الضرر الناشئ للغير.

– إذا كان الغرض منه الحصول على فائدة غير مشروعة.

---

[1] أحمد رباحي، "**أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن**"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الخامس، جامعة الشلف، دون سنة نشر، ص 347.

[2] الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 25-09-1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة بتاريخ 30-09-1975.

[3] محمد صبري السعدي، **الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات: مصادر الالتزام، دراسة مقارنة**، دار الهدى، عين مليلة، 2011، ص 60.

وقد عرف المشرع الجزائري الشروط التعسفية بموجب أحكام المادة **03** فقرة **05** من القانون **04-02** الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية حيث نصت على: "الشرط التعسفي: كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الاخلال الظاهر بالتوازن بين الحقوق وواجبات أطراف العقد". هنا نركز لأهمية تعريف المشرع الجزائري للشرط التعسفي ومزيلا بذلك اللبس التي ظهرت بشأن تحديد طبيعة الشروط التعسفية المعينة بالحماية والمعايير اللازم توفرها[1] غير أن المشرع لم يأخذ بمعيار القوة الاقتصادية ولا معيار الميزة المفرطة بكل معيار الإخلال بالتوازن العقدي.

لكن باقترانه بشروط وبنود أخرى في العقد يصير اخلال التوازن العقدي ظاهرا، وفي المقابل عدم التسرع في الحكم باختلال التوازن العقدي بمجرد أن شرط معين يبدو تعسفيا، كونه يوفر بعض المزايا لأحد الأطراف المتعاقدة.

وقد حذا المشرع الجزائري حذو التوجهات الأوروبية التي صدرت سنة **1993** التي عرفت بالتعليمة الأوروبية رقم **13-93** التي تبنتها كذلك المشرع الفرنسي، المتعلقة بشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين ووفق هذا التوجيه أعاد المشرع الفرنسي تعريف الشروط التعسفية في قانون الاستهلاك لسنة **1995** وهذا بموجب المادة **132-1** من القانون **95-96** الصادر في **1995**[2] والتي تنص على:"في العقود المبرمة بين المحترفين وغير المحترفين أو المستهلكين تكون تعسفية الشروط التي يحدث موضوعها وآثارها أضرار بغير المحترفين أو المستهلك، عدم التوازن الظاهر بين الحقوق والتزامات أطراف العقد".

إذا رجعنا إلى القانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نجد أنه ذكر فقط شرط الضمان الذي اعتبره شرطا لاغيا في المادة **13** منه حيث نصت على حق المستهلك في الضمان ورتبت البطلان على الشرط المخالف لذلك[3].

---

[1] حسينة شرون، حملاوي نجاة، المرجع السابق، ص 52.

[2] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 143.

[3] هشماوي وهيبة، **حمودة نجوة، الحماية القانونية للمستهلك من شروط تعسفية**، مذكرة ماستر، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، السنة الجامعية: 2012-2013، ص 30.

ثانيا: معيار التعسف

بالنظر إلى التعريف القانوني الذي تضمنته المادة **03** سالفة الذكر، نجد أن المشرع اعتمد على معيار واحد لتعسف، وهو معيار الإخلال بالتوازن بين الحقوق والواجبات، حيث نجد أن المشرع هنا أخذ بمعيار الذي اعتمده المشرع الفرنسي وذلك في المادة 132 من قانون الاستهلاك الفرنسي وأصبحت الشروط التعسفية هي تلك الشروط التي تهدف إلى خلف عدم توازن بين الحقوق وواجبات الطرفين.

وعليه نقول أنه ولمعرفة التعسف يجب الرجوع إلى البحث عن عدم وجود التوازن العقدي بين العون الاقتصادي والمستهلك، لضعف هذا الأخير وقوة الأول بما يفرض عليه من شروط نظرا لما يملكه من نفوذ وتفوق في القدرة التقنية، وكذا استغلاله لحاجة المستهلك للسلعة أو الخدمة.

ثالثا: مجال تطبيقه

بعد التطرق إلى مفهوم الشرط التعسفي علينا كذلك تحديد مجال تطبيقه، فهل منع الشروط التعسفية يسري على عقود الإذعان فقط؟

نجد في المادة **29** من القانون **04-02** حيث نصت على "تعتبر بنودا وشروطا تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع"، وعليه فالمشرع قصد هنا عقود البيع المبرمة بين المستهلك والعون الاقتصادي، هذا يعني استبعاد العقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين، هنا نرى أنها حماية واضحة للمستهلك.

الفرع الثاني: صور الممارسات التعسفية

تضمنت المادة **29** من القانون **04-02**بعض الصور التي يمارسها العون الاقتصادي والتي ينتج عنها اختلال في التوازن العقدي ويظهر من خلالها المستهلك كطرف ضعيف ويمكن ذكرها في الصور التالية:

أولا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي أخذ حقوق وامتيازات لا تقابلها حقوق أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك

أوردت هذه الصورة تشمل أي حق أو امتياز يمنحه الشرط للبائع دون أن يتمتع المستهلك بحقوق وامتيازات مماثلة، كأن يتفرد البائع بحق فسخ العقد بإرادة المنفردة دون أن يمنح المستهلك هذا الحق[1].

وقد اشترط المشرع في هذه الصورة "التماثل في الحقوق والامتيازات الممنوحة للطرفين"، والمقصود بالتماثل ليس التماثل المطلق، بأن يكون الحق أو الامتياز الممنوح للعون الاقتصادي هو نفسه الممنوح للمستهلك، لكن تكفي الحدود التي يمثلها الامتياز والحق، مثلا إذا كان الشرط يقضي بحرية العون الاقتصادي في تحديد وقت التسليم مقابل حرية في تحديد وقت دفع الثمن.

ثانيا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود حين يتعاقد بشروط يحققها متى أراد

قد يفرض العون الاقتصادي على المستهلك التزامات فورية ونهائية، في مقابل العون الاقتصادي يتعاقد بشروط يحققها متى أراد، أي أن العون الاقتصادي يعلق التزاماته على شروط تم تحقيقها على إرادته هو، وهذا يعد إجحاف في حق المستهلك، الذي يسعى إلى سد حاجاته الشخصية أو التعاقدية من تعاقده وعادة تكون حاجات ملحة.

هنا نجد هذه الصورة في المادة **205** من القانون المدني الجزائري التي تنص: "**لا يكون الالتزام قائما إذا علق على شرط واقف يجعل وجود هذا الالتزام متوقفا على محض إرادة الملتزم**"[2]، هذه المادة أقرت أن الالتزام المعلق على شرط إرادي محض يعتبر غير قائم، كأن لم يكن وهنا ترك الرابطة القانونية في يد المدين (العون الاقتصادي) وحده، يتنافى مع وجود الالتزام ذاته، سيكون له أن يلتزم إن شاء وأن لا يلتزم إن شاء[3].

وعليه فإن التعاقد العون الاقتصادي بشروط يحققها متى أراد يجعل التزاماته غير قائمة أي كأن لم تكن، وبالتالي لا وجود للعقد مادام لا يوجد مقابل التزام المستهلك وهذا ليس في مصلحة المستهلك.

---

[1] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 145.

[2] حسين منصور، **نظرية القانون**، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، 2006، ص 129

[3] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص145

ثالثا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتوج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك

وفق هذه الصورة يعتبر شرطا تعسفيا كل شرط يمنح العون الاقتصادي، حق تعديل عناصر العقد الأساسية دون موافقة المستهلك، غير أن عبارة "عناصر العقد الأساسية" تبدو فضفاضة إلا أنها لا تشمل المبيع والثمن وباعتبارها ركن في العقد فالمبيع هو محل العقد الذي يجب أن يكون معينا على الأقل من حيث النوع والقدر، وإلا كان العقد باطلا[1].

بمعنى امتلاك العون الاقتصادي حق تعديل معناه عدم تعيينه وبالتالي بطلان العقد، كما أن هذا يعد إخلال بركن التراضي لعدم الإنفاق على المحل.

رابعا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البث في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية

تتضمن هذه الصورة نوعين من الشروط، التي تفرد العون الاقتصادي بتفسير شروط العقد، والثانية هي الشروط التي تقضي بتفرد البائع بتقرير مدى مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية.

بالنسبة للتفسير نظم أحكامه المشرع في ظل القواعد العامة، وذلك بقواعد آمرة على نحو تضمن الحماية للطرف الضعيف، ولا يجوز التأويل وفق النية للمتعاقدين، وينبغي أن يتوفر أمانة وثقة بين المتعاقدين وفق ما يجري به العرف في المعاملات[2] فإن حماية المستهلك من حيث تفسير العقد مضمونة من خلال القواعد العامة، وإن تفرد العون الاقتصادي بحق تفسير شروط العقد فإن تفسيره يجب أن يقتصر على حالة الغموض، وإن كان غموض فيجب أن يكون التفسير في مصلحة الطرف الضعيف وهو المستهلك، لأن نطاق حماية المستهلك تجاه الشروط التعسفية في القانون **04-02** يقتصر أيضا على عقود الإذعان.

---

[1] انظر المادة 94 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 25-09-1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، المصدر السابق.

[2] انظر المادة 111 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 25-09-1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، المصدر نفسه.

أما في الشرط الذي يقضي بتفرد العون الاقتصادي باتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية، هذا من شأنه أن يفوت على المستهلك، فرصة التمسك بإخلال البائع بتنفيذ التزاماته، حيث أن هذا الشرط يجعل العون الاقتصادي هو الخصم والحكم وهو ما يضفي عليه وصف التعسف والإجحاف، مما يلزم ويقتضي حماية المستهلك اتجاهه.

خامسا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي الزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها

أوردت المادة **29** هذا الشرط لكن يكون الأصح "التزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه أي البائع التزاماته" غالبا هذه الصورة تكون في الشروط المتعلقة بثمن وتحديد وقته، بالرغم من اهتمام التشريع والأحكام العامة منه، بالثمن من حيث تحديد الزمان والمكان الوفاء به وتوفيرها لضمانات تكفل حق البائع في الحصول على ثمن السلعة أو الخدمة.

ومع ذلك فإن بعض الأعوان الاقتصاديين يستقلون بوضع شروط تنظيم طريقة دفع الثمن والحصول عليه قبل شروع في تنفيذ التزاماتهم بتسليم المبيع أو أداء الخدمة، وبالتالي فهم يفرضون على المستهلك تنفيذ التزاماته مقابل حريتهم في تنفيذ التزاماتهم وهذا تعسف وتدخل في إرادة المستهلك الحرة.

سادسا: الشروط التي تمنح العون الإقتصادي رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل البائع بالتزام أو عدة التزامات في ذمته

دائما يحاول العون الاقتصادي أن يتفادى نتائج إخلاله بتنفيذ التزاماته لهذا يقومبتضمين العقد بالشروط، ما يحد من سلطات المستهلك في استخدام حقه في الفسخ، حيث يعد أهم ضمانات حيال العون الاقتصادي الممنوحة للمستهلك للتعاقد من خلالها يمكنه مواجهة عدم تنفيذ أو سوء تنفيذ التزامات فالتعسف عند حرمان المستهلك من ممارسة حقه في الفسخ في حال إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته.

سابعا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي التفرد بتغيير آجال تسليم المنتوج أو آجال تنفيذ الخدمة

يتم وجوب إتمام الوفاء فور ترتيب الالتزام نهائيا في ذمة المدين ما لم يوجد اتفاق يقضي بغير ذلك[1]، يتضح لأن أطراف العقد كامل الحرية في تحديد الوقت الذي ينفذ فيه العون الاقتصادي التزامه بالتسليم، وفي الغالب يأخذ هذا الحكم العون الاقتصادي لصالحه ويضع شروطا يتفرد بموجبها بتغيير آجال تسليم المنتوج أو أداء الخدمة.

ثامنا: الشروط التي تمنح العون الاقتصادي تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة

هذا النوع من الشروط نجده أكثر في العقود المستمرة التي تتطلب في تنفيذها وقت من زمن وتكون عادة محلها أداء خدمة كعقد عمل أو التوريد، وتحسبا لما قد يحصل ولا يخدم العون الاقتصادي ومصلحته[2] يضع شروطا تتيح له إمكانية تضمين شروط جديدة للعقد، لكي يتعدى رفض المستهلك لهذه الشروط يضع العون الاقتصادي شرطا من البداية يقضي بقطع العلاقة التعاقدية في حال رفض المستهلك لهذه الشروط.

ووجه التعسف في هذا النوع من الشروط أنها تترك الباب مفتوح للعون الاقتصادي يفرض هيمنته على العلاقة التعاقدية دون اعتراض من المستهلك، وفي حال تجرأ المستهلك على الرفض يعني الرجوع إلى ما قبل التعاقد وهذا لا يخدم مصلحة المستهلك الذي هو في مسعى لتلبية حاجاته، وحتى يكون شرطا تعسفيا استوجب المشرع أن يكون مضمون التهديد هو قطع العلاقة التعاقدية[3].

من خلال استعراضنا للحالات التي اعتبرها المشرع شروطا تعسفية، نلاحظ أنه قد أحاط المستهلك حماية كبيرة تحول دون تعسف الأعوان الاقتصاديين عليه، وذلك باستخدام نفوذهم الاقتصادي وقوتهم الفنية والتقنية، فقد مكن للقاضي من تقدير الشرط التعسفي الذي يكون خارج الحالات التي وردت في المادة **29**[4].

---

[1] المادة 281 من الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 25-09-1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، المصدر السابق.

[2] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 152.

[3] إبراهيمي هنية، المرجع السابق، ص 153

[4] أنظر المادة 29 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

الفرع الثالث: وسائل الحماية من الشروط التعسفية

ما يلاحظ على أرض الواقع من قصور وانحراف من قبل المنتجين في التزاماتهم، مما يؤدي إلى المساس بأمن وسلامة المستهلك لذلك سارع المشرع إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية.

لذلك سنتطرق (أولا) إلى الرقابة أثناء إبرام العقد الاستهلاكي، ثم الرقابة على تنفيذ إبرام العقد الاستهلاكي

أولا: الرقابة أثناء إبرام العقد الاستهلاكي

1- لجنة شروط التعسفية

تعددت طرق الرقابة على شروط العقد في ظل القواعد المعاصرة لحماية المستهلك، من الشروط التعسفية والتي من ضمنها عقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، إذ ظهرت آليات ووسائل حديثة للحماية من شروط التعسفية ومن هذه الوسائل لجنة الشروط التعسفية، غير أن دورها البارز في الفترة السابقة لإبرام العقد.

أ- مفهوم لجنة الشروط التعسفية

وقد توجه المشرع الجزائري إلى أسلوب الإداري في معالجة الشروط التعسفية في مضمون الفصل الثاني من المرسوم التنفيذي رقم **06-306**[1] الذي كان بعنوان البنود التي تعتبر تعسفية وذلك في المواد **05** إلى **17** منه، وقد كان سبق قانون رقم **04-02** ولمح إلمنع تضمين عقود بمختلف أنواعها الشروط التعسفية وذلك عن طريق تنظيم[2].

كما نجد أن المشرع الجزائري سواء في القانون **04-02** أو المرسوم التنفيذي رقم **06-306** لم يقدم تعريف للجنة الشروط التعسفية.

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 55، الصادرة بتاريخ 11 سبتمبر 2006، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 03 فيفري، الجريدة الرسمية، العدد 07، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2008.

[2] معوش رضا، **حماية المستهلك من شروط التعسفية**، رسالة ماجستير، تخصص فرع العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ميلود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية: 2014-2015.

أنشأت لدى وزير المكلف بالتجارة وبمقتضى المادة **06** من المرسوم التنفيذي **06-306**، وهذا يوضح أن هذه اللجنة تابعة لوزارة التجارة وتعمل تحت وصيتها وفي ظل عدم وجود تعريف قانوني لهذه اللجنة في جميع النصوص القانونية، أمكن أن نقول عنها أنها عبارة عن تنظيم قانوني أوجده المشرع لدعم حماية مصالح المستهلكين من اعتداء الأعوان الاقتصاديين، والذين يرتبطون مع بعضهم بعقود استهلاك يغلب عليها طابع الإذعان[1].

ومن بين دوافع استحداث هذه اللجنة هو أن المشرع أراد تفادي قدر الإمكان اللجوء إلى القضاء في منازعات عقود الاستهلاك وما ينجم عنها من تكاليف وطول وتقييد في الإجراءات[2].

ب- دور لجنة الشروط التعسفية

تعتبر لجنة أسلوبا إداريا لمعالجة التعسف في نطاق العقود المبرمة بين المستهلكين والأعوان الاقتصاديين، وتعود إلى استحداث هذه اللجنة إلى الحد من المنازعات العقدية التي قد تطرح على القضاء.

ثانيا: الرقابة على تنفيذ إبرام العقد الاستهلالي

1- منح القاضي السلطة التقديرية للشرط التعسفي

كما هو معروف أن القضاء ليس له دور في معالجة الشروط التعسفية في ظل وجود قواعد تشريعية تقر بأن العقد شريعة المتعاقدين، غير أنه ثبت محدودية الوسائل والآليات الوقائية، إذا بات لزاما الاعتراف بتدخل القاضي لتحقيق التوازن العقدي بين الالتزامات متقابلة ومنع الضرر بأحد الأطراف والعمل على تصحيح ما شابه في العقد من شروط تعسفية[3].

ومن خلال نص المادة **29** نجد أنها ذكرت الصور سالفت الذكر (صور الممارسات التعسفية) على سبيل المثال لا الحصر، وعليه فالمشرع الجزائري ترك المجال واسعا للقاضي في تقدير الشرط التعسفي وفق القواعد العامة، ففي المادة **110** من القانون المدني والتي

---

[1] عبير مزغيش، محمد عدنان بن ضيف، "**الضوابط الحمائية العضوية لاختلال التوازن العقدي في عقود الاستهلاك التعسفية**"، مجلة الحقوق والحريات في مخبر الاجتهاد القضائي، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 04 أفريل 2017، ص 113.

[2] المرجع نفسه، ص 105.

[3] فؤاد محمد معوض، **دور القاضي في تعديل العقد**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص 27.

أقرت على جواز تدخل القاضي، لتعديل هذه الشروط أو لإعفاء الطرف المذعن منها، وعليه فإن نص المادة 29 يعد أداة في يد القاضي يحمي بها المستهلك من الشروط التعسفية.

2- الرقابة وفق القواعد الخاصة في قانون الاستهلاك

نظرا لقصور القواعد العامة عن توفير الحماية المدنية الكافية في مواجهة الشروط التعسفية تم اللجوء إلى النصوص القانونية الخاصة تعمل على صيانة وتوفير حلول المضمون العقدي لحماية الطرف الضعيف ودون المساس بمصالحه في علاقة تعاقدية.

ولهذا ضبط المشرع الجزائري وسائل جديدة لمحاربة شروط تعسفية وذلك بضبط الجزاء المدني والجزاء الجزائي، على المخالفين للنصوص القانونية المنظمة للشروط التعسفية.

أ- الجزاء المدني

حرص المشرع على أن تكون الجزاءات العقدية تلائم الطرف المذعن فلا تكون شديدة لتضر به، كما يتدخل القانون في ذلك.

وعليه حدد المشرع وسائل وآليات قانونية تمكن القاضي وتساعده في البت في النظر في الطابع التعسفي لشروط العقد المعروضة عليه، لفرض نزاع بين العون الاقتصادي والمستهلك وذلك بغية تفادي إبطال العقد وذلك من خلال منحه صلاحية التدخل في حالة ثبوت بطلان شروط العقود بقوة القانون[1].

إضافة إلى منحه سلطة تقديرية لتصريح بالطابع التعسفي لشروط العقد متى ثبتت هذه الشروط في القوائم التشريعية.

- الشروط المحظورة بقوة القانون (القائمة السوداء)

لم يصرح المشرع الجزائري بها لا في القانون رقم **04-02** ولا في المرسوم التنفيذي **06-306**، لكن من خلال المادة **29** من القانون **04-02** والمادة **05** من المرسوم التنفيذي **06-306** يتضح أن شروط الواردة فيها باطلة بقوة القانون.

[1] معوش رضا، المرجع السابق، ص 109.

واتضحت نية المشرع في اعتبار الشروط الواردة شروطا تعسفية بقوة القانون باستخدام مصطلح "المنع" الواردة في المادة **30** من القانون **04-02**[1].

- الشروط الخاضعة لتقدير القاضي (القائمة الرمادية)

قد يكون هناك نزاع بين العون الاقتصادي والمستهلك فيما يخص الطابع التعسفي لشرط أو أكثر لم يرد ضمن القوائم القانونية الواردة في المادتين **29** من القانون **04-02** والمادة **05** من المرسوم **06-306** وهي الحالة التي تجيز للقاضي إثارة الطابع التعسفي للشرط إلا إذا دفع بذلك المستهلك باعتباره الطرف المتضرر وصاحب المصلحة.

يستعين القاضي لتقدير طابع التعسفي بالمعايير كالاختلال الظاهر يتوازن العقد وهو ما يتطلب من القاضي مراعاة بنود العقد وظروفه المحيطة به وزمن إبرام العقد والشروط التي تبطلها عقد آخر مرتبط بالعقد محل النزاع[2].

ب- الجزاء الجزائي

هدف المشرع بالإضافة إلى الجزاء المدني ولتحقيق التوازن العقد يقتضي التوسيع منسلطة القاضي وتحويل له سلطة توقيع الجزاء وذلك رفع العين والاستغلال غير المشروع على المستهلك من قبل الأعوان الاقتصاديين[3].

نص المشرع على الجزاء العقابي المقرر ضد شروط تعسفية ضمن نطاق تطبيق قانون **04-02** وذلك بتطبيق عقوبات ذات طابع عام وأخرى في صورة عقوبات تبعية.

- العقوبات العامة

بعد ثبات الشرط التعسفي في العقد أمكن الانتقال إلا إذا كانت هذه الممارسة تشكل جريمة من جرائم ممارسات تجارية خاصة بإدراج شروط تعسفية بمفهوم القانون **04-02** وإعمالا بمادة الأولى من قانون العقوبات التي جاء فيها: "لا جريمة ولا عقوبة ولا أمن بغير القانون"[4].

---

[1] أنظرالمادة 30 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المصدر السابق.

[2] معوش رضا، المرجع السابق، ص111

[3] صبايحي ربيعة، "**تطور القضاء في حماية المستهلك من الشروط التعسفية**"، الملتقى الدولي حول التحول في فكرة النظام العام إلى الأنظمة العامة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية08 ماي 2014،ص 09.

[4] الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة بتاريخ 11 جوان 1966.

وبالرجوع لأحكام المادة **38** من القانون رقم **04-02** اعتبرت ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية كل فعل أو مناورة من جانب المهني بكون مخالفا لأحكام المواد **26، 27، 28،29** من نفس القانون، كما نصت المادة **17** من المرسوم التنفيذي**06-306** على أنه: "**تتم المراقبة والمعاينة وكذا العقوبات المترتبة على مخالفات أحكام المادة 05 من هذا المرسوم طبقا لأحكام القانون رقم 04-02 المؤرخ في 05 جمادى الأولى عام 1425 الموافق لـ 23 يونيو سنة 2004 والمذكور أعلاه.**

اكتفى المشرع بموجب المادة السابقة بتسليط عقوبات ذات طابع مالي متمثلة في غرامة تتراوح بين **50,000** (خمسون ألف دينار جزائري)، إلى **5,000,000** (خمسة ملايين دينار جزائري) دون النص عن عقوبات الحبس.

- عقوبات استثنائية

إلى جانب الغرامة المالية التي هي قاعدة عامة، بخصوص جرائم شروط التعسفية فقد أقر المشرع عقوبات تبعية وذلك في الفصل الثاني من القانون رقم **04-02** الذي جاء بعنوان "عقوبات أخرى" بموجب المادة **47** من القانون **04-02** التي عالجت مسألة العود أين قررت إجراء الغلق الإداري الذي يمكن اللجوء له نظرا لما تسببه المؤسسة أو المحل التجاري من إدراج الشروط التعسفية[1].

وصياغة المادة **47** جاءت عامة لاستعمال عبارة "حالة العود لكل مخالفة لأحكام هذا القانون" وذلك من توسيع دائرة اللجوء إلى الغلق الإداري، وقد أورد وسائل استثنائية أخرى لمعاقبة الأعوان الاقتصاديين المعتادين على تضمين العقود التي يبرمونها مع المستهلكين شروط يطغى عليها طابع التعسفي فأقر المنع المؤقت وشطب من السجل التجاري وذلك من خلال نص المادة **47** فقرتها الثالثة من القانون رقم **10-06** والتي جاء فيها "**في حالة العقود تضاعف العقوبة ويمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 02 أعلاه بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن 10 سنوات**" وهذا النص قابل للتطبيق في مجال الحماية من الشروط التعسفية.

[1] معوش رضا، المرجع السابق، ص 116.

خلاصة الفصل

نستخلص في نهاية هذا الفصل، وفي مجمل ما تناولناه أن المشرع الجزائري ومن خلال إصداره لقانون الممارسات التجارية **04-02** محاولا ضبط المعاملات بإلزامه لبعض الممارسات ومنعه لبعض الممارسات الأخرى، انتهج نهج التشريعات الأخرى وخاصة التشريع الفرنسي ونظرا لإدراكه لمدى ضرورة حماية إرادة المستهلك، ولتحقيق التوازن العقدي بغية المحافظة على استقرار المعاملات، اعتمد على مبدأ الشفافية في الممارسات التجارية، وذلك بتوفيره حماية لإرادة المستهلك قبل التعاقد وبعده، فألزم العون الاقتصادي بشفافية الأسعار وإعلام بالبيانات، وكذا شروط البيع، وكذلك منعه من بعض الممارسات الغير نزيهة التي قد تؤثر وتحد من إرادة المستهلك، وكذا حظر الممارسات التدليسية والتي لا تظهر فقط بإرادة المستهلك وإنما الأعوان الاقتصاديين والمنافسة ككل مما يؤثر على الاقتصاد بالأخص، وكذا منعه الممارسات الغير نزيهة من تقليد العلامة والإشهار المضلل والكاذب، لما لهما من تأثير وتضليل للمستهلك.

لم يكتفي بهذا المشرع الجزائري وإنما أعطى الحماية اللازمة بعد التعاقد كذلك، بإلزامه الفاتورة ومنعه التعامل بالشروط التعسفية، فكان المشرع من خلال قانون الممارسات **04-02** يدور بين إلزام ممارسة ومنع أخرى.

وبهذا تعد حماية إرادة المستهلك من خلال شفافية الممارسات التجارية من أهم الضمانات التي أقرها المشرع لمواجهة نقص الخبرة الفنية للمستهلك متصديا لأهم مظاهر الإخلال بالتوازن العقدي بين العون الاقتصادي والمستهلك.

الفصل الثاني: وسائل حماية إرادة المستهلك في ظل أحكام القانون 04-02

بعد تطرقنا إلى مضمون الحماية التي أقرها قانون الممارسات التجارية لحماية إرادة المستهلك، نذهب إلى معرفة الوسائل التي تتم بها هذه الحماية من خلال قانون **04-02** ضمن الباب الرابع والخامس، نرى أن المشرع قد رتب على ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون، مسؤولية على كاهل العون الاقتصادي، حيث تضمن المخالفات والعقوبات وكيفيات المعاينة والتحقيق والمتابعة، وذلك لتوفير الحماية اللازمة للمستهلك وأيضا إصلاح هذه الأضرار التي قد تلحقه نتيجة الممارسات غير المشروعة والحصول على تعويض.

وعلى هذا نقوم بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين، نتناول المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي في المبحث الأول، وقيام المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي في المبحث الثاني.

المبحث الأول: قيام المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي

منه ونهى قانون الممارسات التجارية **04-02** المخالفات التي تضر المستهلكين من ناحية وكذلك سير المنافسة وشفافيتها في السوق من ناحية أخرى، وهذا جعل المشرع الجزائري يقوم بتكليف الجهات الإدارية المتخصصة التي تقوم بإجراء جملة من الإجراءات والتحقيقات وذلك لمراقبة ومتابعة مرتكبي المخالفات (المطلب الأول)، وبعد أن يقوم بالتحقيق يتم تطبيق العقوبات التي أقرها هذا القانون (المطلب الثاني).

المطلب الأول: التحقيق ومعاينة المخالفات في إطار قانون 04-02

جاء في الفصل الأول من الباب الخامس من قانون الممارسات التجارية للتطرق لمراحل وإجراءات معاينة المخالفات ومتابعتها، وكان الأساس القانوني في المواد **49** إلى **59**، ومن خلال هذه المواد سنتطرق إلى هيئات التحقيق (الفرع الأول) ثم إجراءات التحقيق والمعاينة (الفرع الثاني)

الفرع الأول: هيئات التحقيق

لضبط الممارسات التجارية وحماية المستهلك، أقام المشرع آليات تنظيمية لضبط والمعاينة وتطبيق الجزاءات، حيث تضمن نص المادة **49** من قانون الممارسات التجارية على أنه "**في إطار تطبيق هذا القانون يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات وأحكامه، الموظفون الآتي ذكرها:**

- **ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية.**
- **المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.**
- **الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.**
- **أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض**"[1].

[1] أنظر المادة 49 من قانون الممارسات التجارية 04-02، المصدر السابق، ص 09.

ومن خلال هذا النص نجد أن هيئات التحقيق وفقا لقانون الممارسات التجارية:

أولا: ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية

وحسب المادة **15** من قانون الإجراءات الجزائية[1]، يتمتع بصفة ضباط الشرطة القضائية كل من:

- رؤساء المجالس الشعبية البلدية.
- ضباط الدرك الوطني.
- محافظو الشرطة.
- ضباط الشرطة.
- ذو الرتبة في الدرك ورجال الدرك الذين أمضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع.
- مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم ثلاث سنوات على الأقل، وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية.
- ضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن، الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك صادر بين وزير الدفاع الوطني ووزير العدل.

ثانيا: المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة

ولمعرفة هؤلاء المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة التجارية، نذهب إلى المرسوم التنفيذي رقم **06-266**[2] المؤرخ في **19 أوت 2008** الذي يتضمن تنظيم الإدارة في وزارة التجارة، وسنأخذ منها الهيئات الخاصة بالمراقبة وهي:

---

[1] أنظر المادة 15 من القانون رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386هـ الموافق لـ 08 يونيو سنة 1966م، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 48، المؤرخة في 29 يونيو 2015.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19-08-2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-254 المؤرخ في 21-12-2002، الجريدة الرسمية عدد 48، الصادرة في 24-08-2008.

أ- على مستوى وزارة التجارة

متمثلة بالمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، حيث حلت محل المفتشية المركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش، والتي تختص بمكافحة الممارسات المضادة للمنافسة التجارية، وجاءت في المرسوم التنفيذي رقم **94-210** المؤرخ في **16 جويلية 1994**[1].

ب- على مستوى المصالح الخارجية لوزارة التجارة

يقوم وزير التجارة بتنظيم وتوجيه ووضع حيز تنفيذ المراقبة ومكافحة الممارسات التجارية غير الشرعية ويساهم في التنسيق بين:

- **المديرية الجهوية للتجارة:** وفقا للمادة **11** من المرسوم التنفيذي رقم **03-409**[2] المؤرخ في **05-11-2003**، يحدد مصالح الخارجية لوزارة التجارة، وقد حلت هذه المديرية محل المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش.

وتتمثل مهامها في ضمان تنسيق نشاطات المديريات الجهوية للتجارة، خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، تنظيم برامج الرقابة وتنفيذها وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية، وتنسيق عمليات المراقبة بين الولايات، وقيام بالتحقيقات الاقتصادية، مع غرق متعددة التخصصات[3].

- **الأعوان المعينون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية:** هذا فيما يخص التحقيقات الخاصة بالمجال الجبائي.

- **أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.**

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 94-210 المؤرخ في 16-07-1994 المتعلق بإنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصها، الجريدة الرسمية العدد 47، الصادرة في 20-07-1994.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 05-11-2003 يحدد المصالح الخارجية في وزارة التجارية، الجريدة الرسمية عدد 68.

[3] عجابي عماد، **دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك**، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، السنة الجامعية: 2008-2009، ص 28.

الفرع الثاني: إجراءات التحقيق والمعاينة

ألزمت المادة **49** من القانون **04-02** على الموظفين المؤهلين لذلك تبيان وظيفتهم وتقديم تفويضهم بالعمل، مع تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليميا طبقا لقواعد قانون الإجراءات.

وأثناء إجراء التحقيق بإمكانهم القيام بفحص المستندات الإدارية أو التجارية أو المالية أو المحاسبية، أو وسائل مغناطيسية أو معلوماتية، دون أن يمنعوا ذلك بحجة السر المهني، كما تمكنهم حجزها، وتضاف هذه المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق، وبعدها تحرر محاضر الجرد أو محاضر المستندات المحجوزة، وتسلم نسخة لمرتكب المخالفة، هذا ما أكدته المادة **50** من قانون **04-02**.

و وفق المادة **51** من قانون الممارسات يمكن للموظفين المؤهلين، القيام بحجر البضائع، حيث يمكنهم الدخول إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات، وأماكن الشحن والتخزين وأي مكان باستثناء المحلات السكنية، حيث يتم دخول لها وفق إجراءات حددها قانون الإجراءات الجزائية، كما يمكنهم ممارسة أعمالهم خلال نقل البضائع، ويمكنهم كذلك فتح أي حمولة لسلعة بحضور المرسل والمرسل إليه أو ناقل وهذا ما أقرته المادة **52**[1].

كما حددت الشروط الشكلية للمحاضر وتقارير التحقيق في قانون الممارسات التجارية، وفي المواد **56** إلى **59**[2]، حيث أوجب المشرع تحريرها دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش تواريخ وأماكن التحقيقات والمعاينات المسجلة، كما تضمن أيضا هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات، وأيضا هوية مرتكب المخالفة والأشخاص المعنيين بالتحقيق ونشاطهم وعناوينهم.

ويتم تحرير هذه المحاضر في ظرف **08** أيام ابتداء من تاريخ نهاية التحقيق، ويجب أن توقع من طرف الموظفين الذين عاينوا المخالفة، وهذا تحت طائلة البطلان، ويوضح فيها أيضا أنه قد تم إعلام مرتكب المخالفة بتاريخ ومكان تحريرها، مع إبلاغه بضرورة الحضور

---

[1] أنظر المادة 52 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق، ص 09.

[2] أنظر المواد من 56 إلى 59 من قانون الممارسات التجارية، المصدر نفسه، ص 10.

أثناء التحرير، فيوقعه في حالة غيابه أو حضوره، وإذا رفض أو عارض ولم يوقع غرامة المصالحة يقيد في المحضر[3].

كذلك تسجل المحاضر وتقارير التحقيق المحررة من طرف الموظفين في سجل خاص مخصص لهذا الغرض مرقم ومؤشر عليه، ويكون لها حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير[1].

المطلب الثاني: تطبيق العقوبات المقررة في قانون الممارسات التجارية

أقر المشرع بموجب الباب الرابع من قانون الممارسات التجارية، عقوبات على من قام بارتكاب مخالفات أدرجت ضمن هذا القانون، حيث يوجد بعضها مخالفات جزائية (الفرع الأول) وأخرى مخالفات أخرى إدارية (الفرع الثاني)، ولكي توضح دور هذه العقوبات في حماية إرادة المستهلك نبين مدى فعاليتها (الفرع الثالث).

الفرع الأول: العقوبات الجزائية

كل الممارسات التجارية المخلة بحماية إرادة المستهلك، قد أوردت في قانون **04-02** والقانون **10-06** المعدل له، وذلك بتقرير عقوبات جزائية وغرامات قصد الودع، وفيما يلي يتم الجمع وتصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات عند ارتكاب الأعوان الاقتصاديين للمخالفات في الأولى وفي حالة العودة في الثانية.

أولا: الغرامة

تناول المشرع الجزائري في الفصل الأول من الباب الرابع إلى تصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات، وهذا في المواد من **31** إلى **38**، ورتب على ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون، توقيع غرامة على مرتكبها.

هنا لم يعرف المشرع الغرامة سواء في قانون الممارسات التجارية، ولا في قانون العقوبات غير أنه وبالرجوع إلى القوانين المقارنة، نجد القانون المصري عرفها في المادة **22** من قانون العقوبات المصري بأنها: "**الزام المحكوم عليه بأن يدفع إلى خزينة الحكومة المبلغ**

---

[3] أنظر المادة 57 من قانون الممارسات التجارية، المصدر نفسه، ص 10.

[1] أنظر المادة 59 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق، ص 10.

المقدر في الحكم الجنائي"[2]، حيث تعتبر عقوبة مالية تتوافر فيها مقومات العقوبة الجنائية، فتقدرها يراعى فيه جسامة الفعل المرتكب ودرجة الإثم والمسؤولية، باعتبار أنها عقوبة جزائية لتحقيق الردع.

تعد الغرامة من العقوبات الأصلية في قانون الممارسات التجارية وهذا ما أكدته المادة الخامسة من قانون العقوبات، أما فيما يخص تكييف العقوبات المنصوص عليها في القانون **04-02**، نلاحظ أن الحد الأدنى يوقع في مخالفة عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات والمقدر بـ **5000 دج**، وبالعودة إلى المادة **05** من قانون العقوبات[1] نلاحظ أنها كيفت هذه الممارسة بأنها جنحة، حيث نصت أنه إذا كانت العقوبة الأصلية غرامة تتجاوز **2000 دج**، هنا تكون عقوبة في الجنح، أما ما دون ذلك يعد مخالفة.

ومن كل هذا نقول أن جميع المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات هي جنح، غير أن المشرع أعطى ميزة لكل مخالفة، بعقوبة خاصة بها حيث شدد في بعض المخالفات مقارنة مع مخالفات أخرى كما سنوضحه في النقاط التالية:

1- جزاء عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات

أكدت المادة **31** في نصها: "**يعتبر الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 4، 6، 7 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 5000 دج إلى 100 ألف دج**"، حيث نجد أن المشرع في إطار قانون **04-02**، حفظ العقوبات على ما كانت عليه، حيث كانت تتراوح بين **5000و500 ألف دج**، هذا ما كان في المادة **61** من الأمر **95-06** الملغى والذي تضمنت نفس المخالفة[2].

2- جزاء عدم الإعلام بشروط البيع

فيما يخص عدم الإعلام بشروط البيع نصت المادة 31 على أنه "**يعتبر الإعلام**

---

[2]أنظر المادة 22 من القانون رقم 58-37 المؤرخ سنة 1937 المعدل بموجب القانون رقم 95-03 المتعلق بقانون العقوبات المصري، الصادر لسنة 2003.

[1]أنظر المادة 05 من القانون رقم 66-156 المؤرخ في 18 صفر عام 1386 هـ الموافق لـ 08 يونيو 1966م، المتضمن قانون العقوبات الجزائري المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 71، ص 08.

[2]أنظر المادة 61 من الأمر 95-06 (الملغى).

بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين 8، 9 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة من 10,000 دج إلى 100,000 دج".

نلاحظ أن هذه المادة لم ينص عليها الأمر **95-06** الملغي، أي أنها مستحدثة بحيث كانت هذه المخالفة مدمجة مع مخالفة الإعلام بالأسعار والتعريفات.

3- جزاء عدم الفوترة

جاء فيما يتعلق بعدم الفتورة نص المادة **33** على أنه "**دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة لأحكام المواد 10، 11، 13 من هذا القانون ويعاقب عليها بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته**".

اعتبر المشرع عدم فوترة إذا خالفت أحكام المادة **12** من نفس القانون[1] مع دون ذكر الاسم والعنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية، وسعر الوحدة من غير الرسوم، للمنتوجات المبيعة أو الخدمات المقدمة.

4- جزاء تحرير الفاتورة غير المطابق

حسب المادة 34 التي تنص على "**تعتبر فاتورة غير مطابقة كل مخالفة لأحكام المادة 12 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة 10 آلاف دج إلى 150 ألف دج...**".

يعتبر هذا النص مستحدثا حيث جعل عقوبة تصدير فاتورة غير مطابقة مستقلة عن عقوبة الفوترة، بعد أن كان يعاقب عليها بنفس العقوبة، ومن ناحية فقد رفع الحد الأدنى لهذه المخالفة، حيث كان **5000 دج** وأصبح يقدر بـ: **10 آلاف دج.**

5- جزاء رفض البيع وأداء الخدمة

صنف المشرع هذه الممارسات من قبيل الممارسات التجارية غير الشرعية، حيث أصدر حكم عليها في المادة **35** من القانون **04-02** والتي نصت على أنه "**تعتبر ممارسات تجارية غير شرعية مخالفة لأحكام المواد 15 و16 و17 و18 و19 و20 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 100 ألف دج إلى 3 ملايين دج**".

[1] أنظر المادة 12 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق، ص 05.

فيما يتعلق بهذه الممارسة، رفع المشرع فيها كلا من الحد الأدنى والأعلى للغرامة، بالمقارنة بما كانت غليه في الأمر **95-06**، ففي كانت الغرامة تقدر بـ **5000 دج** إلى **500 ألف دج**، حيث شدد المشرع على عقوبة هذه الممارسة بشكل واضح.

6- جزاء ممارسة أسعار غير شرعية

حيث فيما يخص هذه الممارسة تنص المادة **36** من قانون **04-02** المعدلة والمتممة بموجب المادة **07** من قانون **10-06** المعدل والمتمم لقانون **04-02** على أنه: "**تعتبر ممارسات أسعار غير شرعية كل مخالفة لأحكام المواد 22 و22 مكرر و23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)**".

هذه الممارسة تتعلق بمخالفة مبدأ حرية الأسعار، والأسعار المقننة، هنا زاد المشرع في الحد الأقصى للغرامة بعدما كان في قانون **04-02** قبل التعديل تصل إلى **200 ألف دج** بينما في التعديل وصل الحد الأقصى إلى **10 ملايين دج**، هنا المشرع قام بتشديد العقوبة.

كذلك عدم إيداع تركيبة أسعار السلع والخدمات، خاصة تلك التي كانت محل تدابير أو تحديد أو تسقيف هوامش الربح أو الأسعار، وهذا طبقا لتشريع وتنظيم المعمول بهما لدى السلطات المعنية قبل البيع وتأدية الخدمة[1].

7- جزاء حيازة منتوج بصفة غير شرعية أو بغية ارتفاع غير متعمد للأسعار (الاحتكار)

حيث جاءت العقوبات المقررة في المادة **37** من قانون **04-02**على أنه "**دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع... ويعاقب عليها بغرامة من 30 ألف إلى 10 ملايين دج**"، وهذه الممارسات والتي ترمي إلى إخفاء بعض المعاملات التجارية، وكذا الحيازة غير الشرعية لبعض المنتوجات طبقا للمادتين **24، 25**[2].

ويلاحظ أيضا أن المشرع قد رفع كل من الحد الأدنى والأعلى للغرامة المقررة لدى ارتكاب هذه المخالفة، حيث كانت تتراوح بين **10** آلاف إلى مليون دج، وفي هذا تشديد للعقوبة.

---

[1] براهميهنية، المرجع السابق، ص ص 20، 21.

[2] بن قري سفيان، **ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02**، رسالة ماجستير، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، تاريخ المناقشة: 2008-2009.

8- جزاء الممارسات التجارية غير النزيهة والممارسات التعاقدية التعسفية

بالنسبة لهاتين الممارستين نص المشرع عقوبتهما في المادة **38** حيث نصت "**تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة وممارسات تعاقدية تعسفية مخالفة لأحكام المواد 26 و27 و28 و29 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من 50 ألف دج...**"[1].

وهي غرامة متوسطة المقدار بالمقارنة مع باقي الغرامات المقررة عند ارتكاب المخالفات السالفة الذكر.

9- جزاء معارضة المراقبة

جاء في المادة **53** من القانون **04-02** فيما يتعلق بمعاقبة معارضة أعوان التحقيق حيث نصت على أنه "**تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة، كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع مهام التحقيق من طرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، ويعاقب عليها بالحبس من 6 أشهر إلى سنتين، وبغرامة من مائة ألف دينار إلى مليون دينار أو بإحدى هاتين العقوبتين**".

وقد رفع المشرع كل من الحد الأدنى والأعلى للغرامة مما كانت عليه في إطار الأمر **95-06** الملغى.

ثانيا: إمكانية تخفيض مبلغ الغرامة عن طريق المصالحة

وتعرف بغرامة المصالحة، مراعاة لخصوصية بعض الجرائم لاسيما الاقتصادية وخاصة في مجال الممارسات التجارية فارتأى المشرع التخفيف عن العبء على القضاء، وذلك بتمكين الجهات الإدارية المعنية بالمصالحة في بعض التجاوزات والجرائم[2].

حيث تعتبر المصالحة إجراء يمكن من خلاله للعون الاقتصادي تجنب دفع مقدار الغرامة المقررة في حقه، وذلك بالاستفادة من تخفيض في مقدار الغرامة المحتسبة، وإضافة بعدها توقيف المتابعة القضائية[3].

---

[1] أنظر المادة 38 من قانون الممارسات التجارية، مصدر سابق، ص 07.

[2] بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 109.

[3] أنظر المادة 5/60 من قانون الممارسات التجارية، مصدر سابق، ص 10.

إذ تنص المادة **60** الفقرة **02** من قانون **04-02**على أنه "**غير أنه يمكن للوزير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الاقتصاديين المخالفين بمصالحه...**".

من استقراء النص يمكننا تسجيل عدة ملاحظات تخص كيفية تطبيق هذا الإجراء، وبيانها على النحو التالي:

1- من حيث الجهة المختصة بإجراء المصالحة

بعد أن كان إجراء المصالحة موكلا إلى الوزير المكلف بالتجارة أو مدير المنافسة، أصبح في إطار قانون **04-02** موكلا إلى جهتين، بحسب مقدار الغرامة، حيث إذا كانت تقل أو تساوي مليون دج، فإنه يقوم بها المدير الولائي المكلف بالتجارة بناء على محضر المرسل إليه من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة، ومعه من طرف الموظفين إذا تراوحت الغرامة بين **مليون** و**3 ملايين دينار**.

2- من حيث المقدار

تم تحديد قبول المصالحة في حدود مقدارين، في إطار قانون **04-02** وفي السابق كانت تقبل إذا كان مقدار الغرامة يقل أو يساوي **500 ألف دينار**.

3- من حيث مجال تطبيق المصالحة

نجد أيضا أن في مجال تطبيق المصالحة في إطار الأمر **95-06** الملغى كان يطرح إشكالا فيما يخص أن تكون العقوبة سالبة للحرية وليست مالية، أو إمكانية العقاب عليها في القانون الجبائي، مثل مخالفة عدم تقديم الفاتورة، المشرع لم يذكر أنه بالإمكان الاستفادة من إجراء المصالحة، عبر أنه في إطار القانون **04-02**، فإن المشرع جاء بأحكام تفصيلية أكثر، حيث حدد جهات المختصة، بحسب مقدار الغرامة المقررة كما أشرنا له سابقا.

4- قام المشرع بحذف الفقرة **03** من المادة **91** من الأمر **95-06** الملغى التي كانت تتضمن حالة عدم الموافقة على المصالحة غير أنه في المادة **61** أضاف الفقرة **04** التي حددت النسبة التي يستفيد منها المهنيون المتابعون في حالة موافقتهم على إجراء المصالحة وهي نسبة **20%** من مبلغ الغرامة المفروض عليهم، كما قام باستحداث إجراء معارضة المصالحة ليكون بهذا

أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة، في أجل **08 أيام** ابتداءً من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة[1].

وإن كان إجراء المصالحة جاء لحماية مصالح الأعوان الاقتصاديين، غير أن هذه الحماية تمتد لتشمل كذلك حماية المستهلك وبالأخص إرادته، ولو كانت حماية غير مباشرة، وتتمثل هذه الحماية من كيفية الاستفادة من هذه الإجراءات بين هؤلاء، على أن يكون مقيد بشروط، كي لا يكون هناك خرق للقانون، وبعدها زيادة في القوة العلاقية بين العون الاقتصادي والمستهلك[1].

وتتمثل شروط الاستفادة من إجراء المصالح في إطار المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية:

- أن يكون التصرف الذي ارتكب المخالف يدخل في إطار المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات.

- أن تكون الغرامة المقررة في شأن المخالف أقل أو تساوي مليون دينار أو تفوقها وتقل عن **3** ملايين دينار.

ثالثا: عقوبات خاصة بحالة العود

جاء في المادة **2/47** من قانون **04-02** حالة العود "**يعتبر في حالة العود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة**".

وقد قام المشرع بموجب المادة **2/11** من القانون **10-06** المعدلة للمادة **47** من قانون**04-02** بتغير هذا المفهوم حيث نصت على "**يعد حالة عود في مفهوم هذا القانون فإن العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه من خلال السنتين (02) التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط**".

ما يلاحظ هنا أن المشرع رفع من مقدار المدة التي يعتبر فيها العون الاقتصادي في حالة عود، وإذا توفرت حالة العود فإنه يتم تطبيق إحدى العقوبات التالية:

---

[1] أنظر المادة 61 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق.

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 86.

1- مضاعفة الغرامة

بعد تمكين المشرع للعون الاقتصادي من تجنب الغرامة المقررة في حقه، وذلك وفقا لشروط محددة، والتي تعتبر إمكانية التخفيف من العقوبة، فقد استحدث وسيلة، تتصف بطابع ردعي ومشدد للعقوبة، حيث جعل هذا المقدار قابلا للمضاعفة في حالة العود، ويمتد مجال المضاعفة إلى كل المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية.

2- المنع من ممارسة النشاط والشطب من السجل التجاري

إضافة إلى العقوبة الأساسية الغرامة، مكن المشرع القاضي من منع المهني المحكوم عليه من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري، وهذا المنع بحرمه من العمل تحت أية صفة في إطار هذا النشاط، حيث تنقطع صفته[1]، ويعد المنع من ممارسة المهنة أو النشاط من تدابير الأمن حسب المادة **19** من قانون العقوبات.

وبالنظر إلى نص المادة **47** نجد أن عقوبتي المنع من ممارسة النشاط والشطب من السجل التجاري المترتبتين على حالة العود تتخذان بموجب حكم صادر عن القاضي، غير أنهما عقوبتين ذات طابع إداري، وهذا ما يوضح على أن رغبة المشرع على تشديد العقوبة على الأعوان الاقتصاديين في حالة العود، وذلك من خلال توقيع العقوبة، من طرف الجهات الإدارية يترتب عليها التأثير على السمعة التجارية للعون، في حين أن توقيعها بموجب حكم صادر عنه القضاء، يؤثر هذا كذلك على السمعة القانونية، كما أن قانون **04-02** لم ينص على هذا الإجراء أمام الجهات القضائية بل نص عليه كجزاء إداري يتخذه الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي للتجارة[2].

وقد نص القانون **10-06** على تحديد مدة المنع من ممارسة النشاط والتي تزيد عن **10 سنوات** وهذا بموجب المادة **3/11** من القانون **10-06** التي لم تحدد من قبل قانون **04-02**.

---

[1] محمود محمد عبد العزيز الزويني، **جرائم التسعير الجبري، المبادئ الشرعية والقانونية وآراء الفقهاء والمحاكم ومعيار العقوبة في كل من الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي**، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2004، ص 179.

[2] بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 138.

3- توقيع عقوبة الحبس

في قانون العقوبات وفي المادة **05** منه، تعد عقوبة الحبس عقوبة أصلية في مادة الجنح، مقيدة سالبة للحرية، إلا أنه في إطار قانون الممارسات التجارية، فإن هذه العقوبة اختيارية في يد القاضي، بإمكانه تطبيقها في حالة معارضة المراقبة إلى جانب عقوبة الغرامة، أو بإحداها وفي حالة العود إلى جانب عقوبتي المنع من ممارسة النشاط بصفة مؤقتة وتشطب السجل التجاري وإضافة إلى ذلك فإن الحد الأعلى لهذه العقوبة تقدر بسنة واحدة بعد ما كان يمكن أن تصل إلى **5 سنوات.**

أما بموجب التعديل الجديد فإن المشرع عاد إلى رفع الحد الأقصى لهذه العقوبة والمقدر بخمس سنوات، وذلك بموجب الفقرة الأخيرة للمادة **11** من قانون **10-06** وهذا كله تدعيما لحماية إرادة المستهلك.

رابعا: إحالة الملف مباشرة إلى القضاء

جاء في نص المادة **62** من القانون **04-02** "**في حالة العود، حسب المادة 47 (الفقرة 2) من هذا القانون لا يستفيد مرتكب المخالفة من المصالحة ويرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة القضائية**".

بموجب هذه المادة قام المشرع بتشديد العقوبة على العون الاقتصادي، التي تتوفر فيه حالة العود بمفهوم المحدد في المادة **2/47**، حيث يرسل المحضر المعد من طرف أعوان التحقيق المؤهلين من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا، هذا في كل المخالفات المحددة في قانون الممارسات التجارية، وهذا سيفي بتطبيق أحكام قانون العقوبات.

مثالا على ذلك تنص المادة **172** من قانون العقوبات على ما يلي: "**يعد مرتكبا لجريمة المضاربة غير المشروعة ويعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة من 500 إلى 100 ألف دينار، كل من أحدث بطريق مباشر أو عن طريق وسيط رفعا أو تخفيضا مصطنعا في أسعار السلع أو البضائع...**

1- ترويج أخبار أو أنباء كاذبة عمدا بين الجمهور،

2- أو يطرح عروض في السوق بغرض إحداث اضطرابات في الأسعار...".

العقوبة الأصلية بالنسبة لهذه المخالفات طبقا لقانون الممارسات التجارية وهي الغرامة المالية، قد تتحول إلى جريمة إذا توفرت على العناصر المكونة لها، إضافة إلى توفير حالة العود[1]، يتضح أنه عوض أن تكون العقوبة غرامة مع عقوبة تكميلية، تصبح هذه العقوبة غرامة مع مدة حبس قد تصل إلى **5** سنوات، وقد يمنع مرتكب المخالفة من الحقوق المذكورة في **14** من قانون العقوبات لمدة **10** سنوات، وهذا طبقا للمادة **23** من نفس القانون.

الفرع الثاني: العقوبات الإدارية

جاء ضمن الفصل الثاني من الباب الرابع من قانون الممارسات التجارية، الجزاءات ذات الطابع الإداري، غذا حدث إخلال بالنشاطات والممارسات التجارية، فإن الإدارة تقوم بإجراء التدابير اللازمة للحد من هذه التجاوزات، وذلك عن طريق حجز البضائع والتجهيزات، الغلق الإداري للمحلات التجارية، ونشر القرار، وهو ما نحن بصدد التفصيل فيه على النحو الآتي:

أولا: الحجز على البضائع والتجهيزات

جاء في الفقرة **01** من المادة **39** من قانون **04-02** أن العون الاقتصادي ارتكب مخالفة وقد اتضح هذا للأعوان المكلفين بالتحقيق في المواد المذكورة في نص المادة وهي المواد **10** و**11** و**13** و**14** و**20** و**22** و**23** و**24** و**25** و**26** و**27** **(2،7)** و**28** فيمكنهم هنا حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية.

وأحالت الفقرة **02** من المادة **39** على التنظيم لتبيان إجراءات حجز البضائع حيث أقرت "**يجب أن تكون المواد المحجوزة موضوع محضر جرد وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم**"[1].

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 90.

[1] بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 105.

وهو ما تم بموجب المرسوم التنفيذي رقم **05-472**[2] المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة ولا بعد هذا المرسوم تطبيقا لقانون **04-02** فقط، كذلك للقانون رقم **04-08** المتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية فيما يتعلق بمخالفة انعدام السجل التجاري.

وقد تمت إضافة المواد **4** و**5** و**6** و**7** و**8** و**9** و**12** إلى قائمة المواد السابقة، وذلك بموجب المادة الثامنة[3] من قانون **10-06** التي تتضمن تعديل المادة **39** من القانون **04-02** وبالنظر إلى المادة **40** من القانون **04-02** نجد أن الحجز نوعان يكون عينيا واعتباريا.

أ- الحجز العيني

وفق ما جاء في نص المادة فهو كل حجز مادي للسلع، وفيه تشمع المواد بالشمع الأحمر من طرف الأعوان المؤهلين، وحسب المادة **41**، توضع هذه المواد تحت حراسة مرتكب المخالفة، إذا كان يملك محلات للتخزين، إذا لم يمتلك محلات تخزين، فإن الحراسة توكل إلى إدارة أملاك الدولة، والتي تكون المواد المحجوزة تحت مسؤولية حارس الحجز إلى غاية صدور قرار العدالة وتقع على عاتق مرتكب المخالفة التكاليف المتعلقة بالحجز.

ب- الحجز الاعتباري

بحسب المادة **40** أيضا تعتبر كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما، هنا في هذه الحالة وبحسب المادة **42** من نفس القانون يتم تحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرف مرتكب المخالفة، أو بالرجوع إلى سعر السوق، ويدفع المبلغ الناتج عن بيع السلع موضوع الحجز الاعتباري إلى الخزينة العمومية[1].

وتتبع كذلك نفس الإجراءات في حالة الحجز العيني، وذلك عندما لا يمكن لمرتكب المخالفة تقديم المواد المحجوزة الموضوعة تحت الحراسة.

ويمكن للوالي المختص إقليميا بناءً على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقرر دون المرور بالإجراءات القضائية المسبقة، البيع الفوري من طرف محافظ البيع بالمزايدة للمواد المحجوزة، ثم يودع المبلغ الناتج عن هذا البيع لدى أمين خزينة الولاية إلى غاية صدور

---

[2] المرسوم التنفيذي رقم 05-472، المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، المؤرخ في 13-12-2005، الجريدة الرسمية عدد 81، الصادرة في 14 ديسمبر 2005.

[3] أنظر المادة 08 من القانون 10-06 المعدل والمتمم لقانون 04-02، المصدر السابق، ص 13.

[1] أنظر المادة 40 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق.

قرار العدالة أو تحويلها مجانا إلى الهيئات والمؤسسات ذات الطابع الاجتماعي والإنساني مثل دور الرحمة أو مؤسسات الطفولة المسعفة أو الجمعيات الخيرية، إذا اقتضى الأمر يتم اتلافها من طرف مرتكب المخالفة، وبحضور المصالح المؤهلة وتحت مراقبتها، وهذا وفق ما نصت عليه المادة **43** من القانون **04-02**، وفي حالات محددة على سبيل الحصر، وكون هذه المواد سريعة التلف، أو إذا اقتضت حالة السوق ذلك أو الظروف الخاصة، غير أن المادة لم تحدد ما هي الظروف الخاصة ووفقا للمادة 45، فإنه في حالة صدور قرار يقضي برفع اليد على الحجز، فإن السلع تعاد إلى صاحبها، وتتحمل بهذه الدولة تكاليف المرتبة بالحجز[1]، وإذا كان موضوع هذا القرار مواد تم بيعها أو التنازل مجانا أو تم إتلافها، فإن صاحب المخالفة يستفيد من التعويض بقيمة السلع المحجوزة على أساس سعر البيع المطبق من طرفه.

ثانيا: المصادرة

تتضمن المصادرة في القوانين الجنائية إضافة أحوال معينة ذات علاقة بالجريمة إلى ملكية الدولة، حيث تشكل المصادرة عقوبة جنائية، كما تعد إجراء من إجراءات الأمن وتنصب المصادرة على أشياء تجوز حيازتها، وتكون هذه الأشياء في حوزة المحكوم عليه، وتعد عقوبة تكميلية ويقضي بها وجوبا أحيانا تكون تخييرية يترك الحكم بها للقاضي[2].

وقد أعطت المادة **15** من قانون العقوبات المعدل والمتمم بموجب القانون رقم **06-23**[3]وذلك بإعطاء تعريف للمصادرة بأنها "**الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة**" وقد مكن قانون **04-02** وفي المادة **44** منه أن يحكم القاضي بمصادرة السلع المحجوزة في حالات معينة ذكرها على سبيل الحصر.

وتم بعد ذلك تعميم الحكم بالمصادرة على كل مخالفات المدرجة في قانون الممارسات وذلك بموجب المادة **09** من القانون **10-06**التي تعدل المادة **44** من القانون **04-02.**

وإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، فإن هذه المواد تسلم إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفقا للإجراءات المعمول بها، والمحددة في قانون الإجراءات المدنية والنصوص المطبقة عليها[4].

---

[1] أنظر المادة 43 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق.

[2] محمود محمد عبد العزيز الزيني، المرجع السابق، ص 49.

[3] القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20-12-2006، الجريدة الرسمية عدد 84.

وفي حالة الحجز الاعتباري فتكون المصادرة على قيمة الأملاك المحجوزة بكاملها أو على جزء منها ومنذ صدور حكم القاضي بالمصادرة، هنا يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العمومية.

ثالثا: الغلق الإداري للمحلات التجارية

نصت المادة **46** من قانون الممارسات التجارية، على عقوبة الغلق الإداري للمحلات التجارية، وهذا لمدة ثلاثين يوميا، وهذا عند ارتكاب العون الاقتصادي المخالفات المنصوص عليها في المواد المذكورة سابقا والتي هي عدم الفوترة، ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب الصفة المحددة قانونا، ممارسة الأسعار غير الشرعية، ارتكاب الممارسات التجارية التدليسية، ارتكاب الممارسات غير النزيهة، ومعارضة المراقبة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق.

يلاحظ أن المشرع قد غير الجهة المختصة بإصدار قرار الغلق الإداري، إذ في إطار الأمر **95-06** الملغى، كان قرار الغلق يصدر بموجب مقرر صادر عن وزير المكلف بالتجارة، والتنفيذ يكون بقرار من الوالي المختص إقليميا، أما في إطار القانون **04-02**، فإن قرار الغلق أصبح من اختصاص الوالي، بناءً على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة.

وقد عدلت المادة **46** بموجب المادة **10** من القانون **10-06** حيث تمت إضافة المواد **4** و**5** و**6** و**7** و8 و**9** و**12** إلى المواد السالفة[1].

هذا ويكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام العدالة، وفي حالة إلغائه يمكن هنا للعون الاقتصادي المتضرر من صدور القرار، المطالبة بالتعويض الضرر الذي لحقه وهذا أمام الجهات القضائية المختصة.

---

[4] أنظر المادة 09 الفقرة الثانية من القانون رقم 10-06 المعدل والمتمم لقانون 04-02، المصدر السابق، ص 13.

[1] أنظر المادة 10 من القانون رقم 10-06 المعدل والمتمم لقانون الممارسات التجارية، المصدر السابق.

رابعا: نشر القرار

يعتبر نشر الحكم الصادر بالإدانة جزءًا من الجزاء الأصلي، أو مكملا له، ونادرا ما ينص عليه القانون العام، إلا أنه يغلب عليه في قوانين حماية المستهلك لما له من أثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك، حيث يصيب المحكوم عليه في شرفه، لهذا لا يجوز الحكم به إلا إذا نص المشرع على ذلك صراحة.

والنشر قد يكون بالإعلان على واجهة المنشأة أو في الصحف أو الإذاعة المرئية والمسموعة، وذلك لإعلام المستهلكين والمتعاملين بالجرائم المرتكبة بها يحقق الهدف من العقوبة وذلك بفقدان الثقة في مرتكب الجريمة، وحرمانه وتقليل من مكاسبه في المستقبل، ولهذا حرصت التشريعات المقارنة مثل القانون الفرنسي وذلك في المادة **3/216**[1] من قانون الاستهلاك، وكذلك القانون المصري في المادة **08** من القانون رقم **48** لسنة **1945** والمعدلة له بالقانون **281** لسنة **1994**، على الأخذ بهذا الجزاء في قوانين حماية المستهلك[2].

ونصت المادة **48** من قانون **04-02** على هذا الجزاء أنه "**يمكن للوالي المختص إقليميا وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة، وكذا المحكوم عليه نهائيا بنشر قراراتها كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها**".

يلاحظ أن المشرع قد خول جهتين لنشر قراراتها، وهما الوالي المختص إقليميا ويعد الجهة الإدارية والقاضي وهو السلطة القضائية[3]، ومنهما السلطة التقديرية الكاملة في توقيع هذه العقوبة، حيث لم يحدد المدة التي يتم من خلالها نشر القرار[4] ولا الأمكنة التي يتم فيها ذلك حسب ما جاء في المادة.

---

[1] أنظرالمادة 3/216 من قانون رقم 78-23 المتعلق بالاستهلاك الفرنسي.

[2] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 474.

[3] هذه الحالة منح كل من القانون الفرنسي والمصري هذه السلطة للمحكمة.

[4] في هذه الحالة حدد المشرع الفرنسي هذه المدة بسبعة أيام كحد أقصى.

الفرع الثالث: فعالية الجزاءات في حماية المستهلك

جاءت جل التشريعات الاقتصادية الدولية المقارنة، تهدف إلى حماية المستهلك، متبوعة بنصوص جزائية، وفرض جزاءات لتثبيت هذه الحماية ودعمها، ومن هذا فإن المشرع الجزائري، عند تجريمه بعض الأفعال والمخالفات، هو يهدف نظام جزري متكامل وبهذا يحترم التشريعات الدولية المقارنة، وكذلك حماية منه للوضعيات الاجتماعية والاقتصادية، وبهذا تستطيع حماية المستهلك وتكفل حرية إرادته في معاملات، باعتباره القطعة الرئيسية في اقتصاد السوق، ونشاط الدورة الاقتصادية، وكما يتضح أن قانون الممارسات التجارية، ولأنه يعد تشريعا اقتصاديا يضمن جزاءات مشددة بالمقارنة مع التي تضمنها القواعد العامة، هنا حاول المشرع منح حماية أكثر للمستهلك معتنيا بحماية إرادته بشكل خاص، مثالا على ذلك فإن عقود التي تقوم على الشرط التعسفي بين العون الاقتصادي والمستهلك، لم تعد قائمة كما هو سابقا على إبطال الشرط التعسفي فحسب، وإنما أضفت غرامة تفرض على مرتكب المخالفة، مع إمكانية تطبيق العقوبات التكميلية أو قد تصل إلى الحبس كما في حالة العود.

وقد حرصت جل التشريعات على فرض الغرامة المالية وحدودها القصوى والدنيا، ومن خلال الأخطار والأضرار الناجمة عن الجريمة كفرض العقوبة اللازمة بما يحقق الردع.

وقد يحكم على الشخص بمصادرة الأملاك التي لها صلة بالفعل المرتكب، والمقصود من هذه العقوبة إضرار الجاني من الناحية المالية، وهذا بانتقاص مال يخرج من ذمته المالية وحرمانه منه، وبعض التشريعات لحماية المستهلك جعلتها عقوبة وجوبية[1]، كما يعد الغلق عقوبة فعالة من ناحية منع عدم تكرار المخالفة، ومن أجل عدم وقوعها مرة أخرى، ولهذا نجد أن أغلب قوانين الاستهلاك تستعين بهذه العقوبة يهدف لحماية المستهلك بصفة خاصة واقتصاد الدولة بصفة عامة، كما يعد المنع من ممارسة النشاط يساهم في حرمان المحكوم عليه من تحقيق الربح لفترة معينة.

وقد تشدد العقوبة لتصل إلى حد سلب حرية المحكوم عليه، وذلك بتوقيع عقوبة الحبس والتي تختلف مدتها من تشريع لآخر.

بوجود هذه العقوبات تكون رادعة من إقدام العون الاقتصادي على المخالفات في

---

[1] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 457.

ممارسات تجارية، هنا تظهر مدى فعالية عن وجود هذه الجزاءات في حماية المستهلك، وبهذا تكبح جشعه وبحرص على شرعية علاقاته التجارية مع المستهلك، سواء كانت عقدية أو غير عقدية.

كما تمكن هذه الجزاءات من إغلاق المجال أمام المنتج أو الموزع المعترف الذي يسعى بما يملك من إمكانيات وقدرات فنية للهيمنة على العلاقة الاستهلاكية وكل إجراءات المتعلقة بشأنها.

المبحث الثاني: المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي في إطار القانون 04-02

إن ما أقره قانون الممارسات التجارية، فيما يخص المسؤولية المدنية، التي تترتب عن الإخلال بالالتزامات المقررة في هذا القانون هنا تعد إشكالية واضحة في ظل غياب نصوص قانونية منظمة لها، حيث نلاحظ أن المشرع قد اكتفى في هذا القانون على العقوبات ذات الطابع الجزائي، رغم أن هذه الأخيرة تعد رادعة وضامنة بقدر كبير لحماية المستهلك، فبرأته يلزم إحاطة واستكمال هذه الحماية بإضافة عقوبات مدنية، نظرا للأضرار التي قد تلحق المستهلك عن المخالفات وكذا ما يكون من نوع العقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلك.

ومن هذه الناحية نحاول إبراز هذه الجزاءات في إطار القواعد العامة والنصوص الخاصة بحماية المستهلك باعتبارها الأساس في غياب النصوص الخاصة، وعليه نقسم دراسة هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب، نتعرض إلى المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي قبل التعاقد (المطلب الأول)، ثم المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي بعد التعاقد (المطلب الثاني) وبعدها نتطرق إلى التعويض ومستحقه وفق قانون الممارسات التجارية (المطلب الثالث).

المطلب الأول: المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي قبل التعاقد في القانون 04-02

تعد من أهم المراحل وهي المرحلة السابقة على إبرام العقد لخطورتها وتأثيرها وبما تتضمنه من تأثير على إرادة المستهلك ورضاه وحريته التعاقدية وكذا وعليه ينبغي حماية المستهلك في هذه المرحلة لأنها هي التي تضع أسس التعاقد، وبما أن العلاقة بين العون الاقتصادي والمستهلك التي تقوم على عدم التوازن، على هذا فإن محاولة تحقيق التوازن تقوم بحماية الطرف الضعيف وهو المستهلك من هذا سوف نأخذ جوانب المسؤولية في هذه المرحلة

وذلك في فرعين حيث نتعرض إلى جزاء الإخلال العون الاقتصادي بالتزاماته قبل التعاقد (الفرع الأول) ونتعرض إلى طبيعة المسؤولية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: جزاء الإخلال العون الاقتصادي بالتزاماته قبل التعاقد

المشرع هنا فيما يخص الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالالتزامات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية في المرحلة ما قبل التعاقد، ومن مضمون المادة **3/65** من هذا القانون حيث كان نص الفقرة **3** كالتالي: "...كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقه..."، ما يمكن أن نستخلصه من مضمون هذه الفقرة أن المشرع أعطى المستهلك الذي يصيبه ضرر نتيجة ارتكاب المهني لإحدى المخالفات أن يطالب بالتعويض على أساس إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته طبقا لقواعد المسؤولية.

أولا: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في إطار قانون رقم 04-02

متطلبات حماية المستهلك تستوجب التشديد في معيار علم العون الاقتصادي بالبيانات والمعلومات كشرط لقيام الالتزام قبل التعاقد بالإعلام حتى لو أدى ذلك إلى إلزام المهني بالاستعلام عن تلك المعلومات من أجل الإفضاء بها للمستهلك[1]، يجب كذلك أن يتم تنفيذ هذا الالتزام طبقا لما أقره قانون الممارسات وعليه أن يثبت العناية اللازمة في إيصال البيانات والمعلومات للمستهلك[2].

وفي حالة إبرام عقد الاستهلاك ويتعاقد المستهلك بناءً على بيانات كاذبة أو غير كافية من هذه الناحية ينشأ هذا العقد حقوق مدنية هي:

1- الحق في المطالبة بإبطال العقد للتدليس

إذا وقع المستهلك في كتمان أو كذب هنا يكون أمام التدليس المدني والذي يترتب عليه قابلة العقد للإبطال لمصلحة المستهلك وللقاضي السلطة التقديرية.

---

[1] موفق حماد عبده، **الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية** "**دراسة مقارنة**"، منشورات زين الحقوقية، دون بلد نشر، 2011، ص 108.

[2] كموش نوال، المرجع السابق، ص 98.

2- الحق في التعويض على أساس العيوب الخفية

برجوع قانون حماية المستهلك فإن العون الاقتصادي يستفيد من ضمان عند اقتناء أي منتوج وهذا ضمان يختلف مدته باختلاف طبيعة الشيء أو الخدمة، ويقع باطلا كل اتفاق على إسقاط أو إلزام المستهلك بدفع مصاريف مقابل الضمان وهذا ما نجده في مواد **6** و**7** من قانون حماية المستهلك، ويجب على عقد الاستهلاك أن ينص على شرط الضمان وبين مدته وهذا بالرجوع إلى نص المادة **08** من قانون السالف الذكر، ويتمثل الضمان في: اصطلاح المنتوج، استبدال المنتوج، أو رد ثمنه إلى المستهلك[3].

ثانيا: جزاء قيام العون الاقتصادي بإشهار المضلل

إن الإشهار عندما يكون تضليلي هذا يعني وجود خطأ من جانب القائم به، يتضمن سعي الأخير إلى خداع المستهلك وتضليله، وذلك على إبرازه لصفة جوهرية أو أكثر من صفة، أو الخدمة المعلن عنها، وغالبا ما تكون هذه الصفة جوهرية بالنسبة للمستهلك، يندفع إلى التعاقد ضانا أنها تلبي حاجاته والحقيقة خلاف ذلك، وقد الجزاء المدني في هذا القانون وفق أحكام المادتين 81 و82 حيث الغلط الجوهري إذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقد جوهرية[1]، غير أن الإشهار التضليلي بصور تلك الصفة أنها موجودة وهي خلاف ذلك، ويترتب على وجود هذا الاختلاف بين حقيقة مقومات السلعة أو خدمة وبين الصورة المعلن عنها التي تلحق ضرر بالمستهلك بما يحقق شروط قيام مسؤولية الأعوان الاقتصاديين فيكون للمستهلك في هذه الحالة الحق في طلب التعويض.

غير أن هذا الحظر والجزاءات تقع تحت طائلة قواعد قانون العقوبات وبعض النصوص الخاصة جزاءات جنائية وجزائية ومدنية[2].

ثالثا: جزاء الممارسات التجارية غير الشرعية

وهذه الممارسة المتمثلة في رفض البيع أو تقديم الخدمة، والبيوع المتقرنة كما سنوضح الجزاء المترتب على كل منهما:

---

[3] شلبي نبيل، **التزامات المهني اتجاه المستهلك**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية: 2007-2008.

[1] أنظر المادة 82 من القانون رقم 07-05 المتعلق بالقانون المدني، المصدر السابق.

[2] علاوة هوام، سارة عزوز، المرجع السابق، ص 238.

1- رفض البيع أو تقديم الخدمة

كما سبق ذكره فإن المستهلك في حالات عديدة يواجه بامتناع العون الاقتصادي أو المنتج أو الموزع أو مقدم الخدمة عن التعامل معه، وهذا إما لأسباب احتكارية أو شخصية أو عرقية وهذا يعني تمييز مستهلكين عن آخرين، حيث يسبب هذا الامتناع أضرار للمستهلك، إضافة إلى الضرر المعنوي فقد يرتب أضرار مادية مثلا يضطر المستهلك بعد تلقيه لرفض البيع إلى الانتقال إلى منطقة أخرى لاقتناء دواء هو في أمس الحاجة إليه، وحتى أضرار جسمانية.

والسبل المدنية التي يمكن أن يثيرها المستهلك جراء رفض البيع، مثلا حقه في التأسيس كطرف مدني للمطالبة بتعويض عما لحقه من أضرار نتيجة هذا الرفض أو يمكنه أيضا طلب التنفيذ العيني مدام العون الاقتصادي ملزم بالتعاقد[1]، ورغم أن الرفض والامتناع يقع في مرحلة سابقة على التعاقد ورغم هذا لا يحرم من تعويض.

2- البيوع المقترنة

حيث تعتمد هذه البيوع على أساليب الإعلانات والاشهارات والترويج والأساليب الفنية للعرض والتقديم وذلك لدفع المستهلك إلى الشراء[2]، وفي هذه لمرحلة ما قبل التعاقد تسبيب عرض المكافأة على المستهلك أضرارا حيث تؤدي إلى دفعه للحصول على سلعة هو في غنى عنها، بإضافة إلى جعل اتجاه إرادته وتفكيره ينصب في المكافأة بدلا من التكفير في المواصفات والنوعية.

وبذلك يمنع المشرع البيع بالمكافأة ويحق للمستهلك الذي تضرر نتيجة بيع بالمكافأة أن يتأسس كطرف مدني للمطالبة بتعويض، ما لحقه من أضرار طبقا للمادة **66** من القانون **04-02**، لهذا فمن يقتني أكثر من حاجته في بيع المكافأة يمكنه المطالبة بحقه المدني، لاعتباره ضحية لهذه المخالفة[3].

أما فيما يخص البيع الملازم أو المزدوج هذه الحالة تؤدي إلى عزوف المستهلك عن اقتناء حاجاته بإرادة حرة، ويعد ضرر معنوي ويمكن المطالبة بتعويض عنه.

---

[1] براهمي هنية، المرجع السابق، ص 91.

[2] عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك** "**دراسة مقارنة**"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 422.

[3] براهمي هنية، المرجع السابق، ص 104.

إن طلب التعويض يكون مستقلا عن دعوى تنفيذ الالتزام التعاقدي حيث لكل منها نطاقه الخاص من حيث شروط والأهداف، غير أن التعويض في مرحلة ما قبل التعاقد هي تمكين إعطاء المشرع للمستهلك بمقتضاه يجبر الأضرار الواقعة عليه تأثر قبل دخوله في علاقة تعاقدية مع العون الاقتصادي.

الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية

يذهب أغلب الفقه إلى اعتبار أن المسؤولية الناشئة عن إخلال المهني بالتزاماته قبل التعاقد هي مسؤولية تقصيرية، باعتبارها قائمة بحكم القانون، وذلك نتيجة الإخلال بالواجب القانوني الذي يخضع له كل شخص، وهو عدم الإضرار بالغير، وهذه المسؤولية تستوجب التعويض، وبعدها يجب إثبات جميع أركان المسؤولية التقصيرية.

1- بالنسبة للالتزام بالإعلام

فقد اتجه الفقهاء إلى اعتبار أن المسؤولية الناشئة عن اخلال العون الاقتصادي بهذا الالتزام قبل التعاقد هي مسؤولية تقصيرية كونها تقوم بحكم القانون، وليس على التصرف الباطل، ويبررون ذلك أنهم يعتبرون الرضا هو أحد أركان العقد لم يتحقق بعد، حيث أن الالتزام بالإعلام في مرحلة سابقة على التعاقد، فالعقد لم يبرم لنقول أن هذا الالتزام التزام عقدي[1].

ويعتبر الالتزام بالإعلام التزام مستقل عن العقد وسابق له، وهو كغيره من الالتزامات الأخرى التي تقوم على نص قانوني، والقانون عند إنشائه التزاما معينا فإنه يهدف إلى معالجة مسألة اجتماعية أو اقتصادية أو أدبية، وعندما أنشأ التزام بالإعلام المستهلك كان غرضه اجتماعيا، وهو حمايته من الغش الذي يصدر عن العون الاقتصادي[2].

وعليه فإن الإخلال بهذا الالتزام في المرحلة ما قبل التعاقد أوجب تعويض استناد إلى نص المادة **124** من القانون المدني "**كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض**"[3].

---

[1] بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 66.

[2] موفق حماد عبده، المرجع السابق، ص 123.

[3] كموش نوال، المرجع السابق، ص 101.

2- بالنسبة للإشهار المضلل

إذا كان العرض المقدم لجمهور المستهلكين قبل التعاقد قد يسبب أضرارا لهم هنا يرفعوا دعوى المطالبة بالتعويض عن الأضرار المترتبة عن استعمال وسائل احتيالية، وهذا استنادا إلى قواعد المسؤولية التقصيرية حيث في غياب اشارة لهذا الشق في نص المادة 28 من قانون **04-02** لا يسعنا سوى تطبيق قواعد القانون المدني باعتباره الشريعة العامة فيما يخص العقود[1]، وفي هذا يعتبر الإشهار الذي يؤدي إلى زرع الالتباس في ذهن المستهلك يرتب خطأ تقصيريا.

3- بالنسبة للممارسات غير الشرعية

أنها لمجرد عرض المكافأة على المستهلك أو اشتراط البيع يفرض شرط تمييزية أو رفض البيع أو أداء خدمة، يسبب أضرارا لهذا الأخير في المرحلة السابقة على التعاقد، كما وضحناه سابقا، وعليه يجب جبر هذه الأضرار استنادا إلى قواعد المسؤولية التقصيرية وفق الالتزام الذي يفرضه القانون، الذي يمنع ارتكاب هذه الممارسات.

يعتبر اسناد قواعد المسؤولية التقصيرية في التعويض عن الأضرار الناجمة عن المرحلة السابقة على تعاقد العون الاقتصادي مع المستهلك يتضمن فائدة لهذا الأخير، حيث لا يمكن للعون الاقتصادي الإعفاء من المسؤولية أو حتى التخفيف عنها، وأساس قواعد المسؤولية تسمح للمتضرر أن يعوض عن كل الأضرار التي تلحقه سواء كانت متوقعة أو غير متوقعة.

المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي بعد التعاقد في قانون 04-02

تعد المسؤولية المدنية للمستهلك في مرحلة بعد إبرام العقد، حيث تتعلق بمرحلة تنفيذ العقد، وأن حاجة المستهلك لهذه الحماية تكون قائمة بعد إبرام العقد وتقوم هذه الحماية على نفس الأسس والمبررات التي تقوم عليها الحماية السابقة، ومن أهم صيغ الحماية للمستهلك بعد إبرام العقد حمايته من الآثار الناتجة عن العقد.

وعلى هذا الأساس سوف نقسم هذا المطلب إلى فرعين، نتعرض إلى جزاءات إخلال

---

[1] آمال بن بريح، "**حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 والقانون 10-06 المعدل له**"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، العدد 08.

العون الاقتصادي بالتزاماته بعد التعاقد (الفرع الأول) وتتعرض كذلك إلى طبيعة المسؤولية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: جزاء إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته بعد التعاقد

قد يصل الأمر في عقد الاستهلاك أن يقع المستهلك ضحية للممارسات المحظورة عليه يجب إحاطته بالحماية الممكنة، وبما أن المشرع قد أغفل الجزاء المدني المترتب على وجود المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية، وهذا ضمن العقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، إلا أن الفقه انقسم بين مؤيد لتطبيق الجزاءات الواردة في القانون المدني، وبين ما هو معارض لذلك، والقول بإبطال هذه العقود لمخالفتها نظام العام وعليه نتطرق إليها كما يلي:

أولا: إبطال العقد

بالرجوع إلى القواعد العامة وبالأخص القانون المدني نرى أن عقد الاستهلاك يقوم كغيره من العقود على نفس العناصر الأساسية للعقد، إذا توفرت انتج أثره حيث في قواعد العامة هذه العناصر هي التراضي المحل والسبب غير أن عقد استهلاكي فيه اختلاف بعض المسائل وإذا لم تتوفر أو تخلف أحدهما كان العقد باطلا[1].

أ- إبطال العقد على ضوء القواعد العامة

1- قابلية العقد للإبطال وفقا لنظرية عيوب الرضا

العقد قابل للإبطال إذا كان الرضا أحد المتعاقدين مشوبا بعيب من عيوب الرضا لفقدان شروط الصحة، ويكون الجزاء هو البطلان المطلق.

1-1- إبطال العقد للتدليس

بعض المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية، يمكن إبطال العقد فيها بسبب التدليس وهي:

1-1-1- عدم الالتزام بإعلام المستهلك

يعد إعلام المستهلك بمثابة تنوير له حتى يقدم على التعاقد وهو عالم بظروفه،

---

[1] محمد صبري السعدي، **شرح القانون المدني الجزائري "النظرية العامة للالتزام – العقد إرادة منفردة"**، الجزء الأول، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ص 248.

وخصائص المنتوج أو الخدمة محل العقد، حيث يعد الإخلال بهذا الالتزام يؤثر على العقد ورضا المتعاقد ويؤدي إلى تعييب لإرادة المستهلك[2].

وإذا تم عقد الاستهلاك بناءا على بيانات كاذبة أو غير كافية، هنا العقد يكون قابلا للإبطال وهذا استنادا إلى المادتين **86** و**87** من القانون المدني[3]، يعد التدليس ايقاع المستهلك في غلط يدفعه إلى إبرام العقد، ويقوم على عنصرين هما عنصر مادي هو استعمال طرق احتيالية وعنصر معنوي هو نية التضليل لدى العون الاقتصادي، ومن الطرق الاحتيالية كذلك كتمان الحقيقة على المستهلك؛ وذلك بإخفاء بيانات لو اطلع عليها لما أقدم على التعاقد، وقد تكون كاذبة مغرية، دفعت بحكم الكذب المستهلك على التعاقد.

لأنه إذا كان الأمر إلى الكتمان أو الكذب كان تدليسا، يرتب قابلية العقد للإبطال لمصلحة المستهلك مع إثبات نية التضليل لدى العون الاقتصادي، ويشترط أن يكون التدليس هو الدافع للتعاقد، ولقاضي السلطة التقديرية في ذلك، فهو يقرر حسب الظروف التي لا تحيط بالأطراف ومدى أثر الكتمان أو الكذب في نفس المستهلك[1].

1-1-2- القيام بإشهار مضلل أو تقليد العلامة أو المنتوج

تظهر حماية المستهلك من الإشهار المضلل استنادا إلى أحكام التدليس، متى توفرت عناصره لاعتبار أن صاحب الإشهار يعمل على تضمين إشهاره بتصريحات وبيانات غير مظهرها الحقيقي، ويكون الإشهار خادعا إذا ادى إلى إبرام عقد أو في حالة إذا كان يشكل عملا ضارا، يؤدي إلى وقوع المستهلك في الالتباس وهذا ما يشكل الجانب الاحتيالي الذي يستهدف التأثير على إرادته من أجل دفعه إلى التعاقد وتكون نية التضليل عن طريق المبالغة في وصف مزايا المنتوج أو الخدمة وإضافة أوصاف هذا يؤدي إلى إيهام المستهلك بأمور ليس لها وجود، وإذا قدر القاضي وجود عناصر التدليس كان له تقرير إبطال العقد لمصلحة المستهلك.

---

[2] عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 380.

[3] أنظر المادتين 86 و87 من القانون رقم 07-05 المتعلق بالقانون المدني، المصدر السابق.

[1] كموش نوال، المرجع السابق، ص 104.

فالمستهلك المتضرر من الإشهار الخادع والذي يكون بصدد عقد ووفقا للقواعد العامة له الحق في الزام المعلن بتنفيذ التزامه الوارد في الإشهار، متى كان ذلك ممكنا أو إعادة الحال إلى مكان عليه قبل التعاقد، أو الحكم بالتعويض في غير هاتين الحالتين أو معهما إذا كان ذلك ممكنا[2].

وهذا ما دفع بغرفة التجارة الدولية في مدونة القواعد المراعية في مجال الإشهار إلى تحديد مفهوم للمستهلك وما يتعلق بحمايته مدنيا وجنائيا من التضليل الإشهاري بأنه كل "شخص توجه إليه رسالة إشهارية أو من الممكن أن يتلقاها" حيث يتيح هذا النص لكل شخص يطلع على الإشهار المضلل من المستهلكين مقاضاة معلن الإشهار، ويحق لجمعيات حماية المستهلكين ملاحقة هؤلاء المعلنين حتى وإن لم تكن طرفا في علاقة تعاقدية معهم[1].

ونفس الشيء ينطبق على حالة تقليد العلامة أو المنتوج، حيث يؤدي استعمال الطرق الاحتيالية وهي تقليد بأوجهه التي ذكرناها سابقا، وعليه فلا يلزم أن يكون هناك تطابق بين العلامتين بل يكفي وجود تشابه يؤدي إلى الخلط والتضليل، والوقوع في اللبس بين المنتوجات وقد أقر هذه الحماية قانون الممارسات التجارية في المادة **27** الفقرة **03**[2]: "...**تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه يزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك**".

بالنظر إلى ما يشكله الإشهار التجاري من أهمية في ترقية المنافسة، وبالنظر لما تتكبده المؤسسات والأعوان الاقتصاديين من مصاريف، فإن تقليد محضور إذا كان وراء ذلك كسب زبائن المالك الأصلي للإشهار.

وباختصار فإن الاستيلاء على الشعار الإعلاني وفكرة الإشهارية لا يشكل ممارسة

---

[2] ملال نوال، **جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والخاص**، رسالة ماجستير قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، السنة الجامعية: 2012-2013، ص 120.

[1] ملال نوال، المرجع السابق، ص 123.

[2] أنظر المادة 27 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق، ص 06.

غير مشروعة إلا إذا أدى إلى التباس وقد أخذ المشرع الجزائري بهذا الاتجاه فقهي والقضائي[3] عندما ركز على وجوب زرع الشكوك والأوهام في ذهن المستهلك مما يجعله يقع في الغلط والخداع فتهتز ثقته ونفسيته بذلك[4].

1-2- إبطال العقد للغلط

المتعارف عليه أن الغلط الذي يعيب التراضي هو الغلط الجوهري، أي في صفة الشيء الجوهرية وقد تكون هذه الصفة هي الدافع إلى العاقد، بحيث كان إبرام العقد لو لم يقع في الفلط كما يمكن إبطال العقد للغلط في حالتين:

1-2-1- عدم الإعلام

في هذه الحالة يحق للمتعاقد الذي وقع في الغلط بسبب عدم إعلامه بهذه الصفات الجوهرية أن يطالب إبطال العقد إذ يجب أن يكون الغلط جوهريا، ويكون جوهريا إذا كان هو الدافع الرئيسي إلى التعاقد، وأن تتقصى أثر هذا الغلط على إرادة المتعاقد ذاتها[5]، والشرط كذلك عدم إعلام العون الاقتصادي للمستهلك بهذه الصفات الجوهرية.

1-2-2- تقليد العلامة أو المنتوج

وأيضا يمكن للمستهلك الذي وقع في الغلط بسبب التقليد في العلامة أو المنتوج، وكان هذا الغلط هو الدافع إلى التعاقد، هنا يمكن إبطال العقد طبقا لنص المادة **81** من القانون المدني التي تنص على: "**يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري أن يطلب إبطاله**" فتقليد العلامة والمنتوج يعد أسلوب يؤدي إلى إحداث اللبس في ذهن الزبائن المستهلكين، وإيقاعهم في غلط مع منتجات وعلامات المؤسسات المنافسة.

- قابلية العقد للإبطال بسبب إخلال العون بالتزاماته بالإعلام

وهذا إذا كان العقد المبرم بين العون الاقتصادي والمستهلك عقد بيع، فهنا لم يكتفي المشرع على القواعد العامة التي تقر اشتراط أن يكون المحل التزام معينا فقط، بل اشترط أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، لأن تعيين الشيء لا يكفي لتحقيق علم المشتري، وعليه اشترط وفق المادة **352** من القانون المدني أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا،

---

[3] L. Vogel, G. Ripert, RRoblot, Op, Cit, Ctt, P. 747.

[4] بن قري سفيان، المرجع السابق، ص 82.

[5] محمد صبري السعدي، **العقد والإرادة**، الجزء الأول، المرجع السابق، ص 172.

ولتحقيقه يجب أن يتوفر العقد على بيان كاف لصفات المبيع الأساسية، وفي حالة علم المشتري[1] بالمبيع سقط حقه في الإبطال.

اتفق أغلب الفقهاء على نص المادة **352** من القانون المدني على أنها تكريس للالتزام بالإعلام على عاتق البائع (العون)، غير أنه على المشتري (المستهلك) أن يثبت أنه لم يكن عالما بالصفات الأساسية للمبيع وقت إبرام العقد، وإذا أثبت ذلك فله حق طلب الإبطال، وزيادة على عدم استقرار الفقه فيما يخص الحكم بالإبطال، كذلك القضاء الفرنسي لم يستقر أيضا بخصوص مسألة الحكم بالإبطال، إذ اعتبرت محكمة النقض الفرنسية في أحد أحكامها بتاريخ **16-11-1986**[2] زيادة على العقوبة الجزائية، اعتبرت أن الأسعار التي يتعامل بها العون الاقتصادي أعلى من الأسعار المعلن عنها في أماكن البيع، فإن هذه المخالفات ترتب المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي، وهذا طبقا للقواعد العامة.

ب- إمكانية الاستعانة لقواعد الضمان بالنسبة للالتزام بالإعلام

الضمان هو الالتزام يتعهد فيه العون الاقتصادي بسلامة المنتوج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له، أو من أي خطر ينطوي عليه، وبموجب المادة **13** من القانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فإنه يستفيد كل مقتني لأي منتوج سواء كان جهازا أو اداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أيه مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون، ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات كما يستفيد المستهلك من الضمان دون أعباء إضافية.

غير أنه حدث اختلاف فيما يخص الأساس القانوني للالتزام بالإعلام، هناك من يرى بأنه أساسه الالتزام بضمان العيوب الخفية، وجانب يرى أن أساسه التزام بضمان السلامة[1].

- الالتزام بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام

يرى بعض الفقهاء أن التزام المتدخل بإعلام المستهلك بالمعلومات الخاصة باستعمال

---

[1] أنظر المادة 352 من القانون رقم 07-05 المتعلق بالقانون المدني، المصدر السابق.

[2] Cass. Crim 16/11/1986 B4II Crim 1986 No 346 Gazette du Palais 1987.

كموش نوال، المرجع السابق، ص 106.

[1] زاهية حورية السي يوسف، المرجع السابق، ص 66.

المنتوج، ما هو إلا جزء من التزام بالضمان لأن العون الاقتصادي هنا لا يلتزم فقط بتسليم للمستهلك سلعة خالية من العيوب بل يلتزم كذلك بتنفيذ العقد، وهذا بأن يعلم المستهلك بكل ما يتعلق بالعقد[2].

غير أنه على اعتبار أن الالتزام بالإعلام يختلف عن الالتزام بالضمان سواء ينظر لمصدره، نطاقه وطبيعته حيث المصدر الالتزام أم بالضمان مصدره القانوني، في حين أن الالتزام بالإعلام مصدره الاجتهاد القضائي، أما من حيث النطاق الالتزام بالإعلام أوسع من الالتزام بالضمان، من حيث الطبيعة فالتزام بالضمان هو التزام يتحقق نتيجة أما الالتزام بالإعلام فهو التزام ببذل عناية.

كما ألزمت المادة **14** من قانون رقم **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أن تبين بنود وشروط تنفيذ الضمان في وثيقة مرافقة للمنتوج، ويتم تنفيذ ضمان عدم سلامة طبقا للمادة **13** ومن القانون والمادة **08** من المرسوم التنفيذي رقم **90-266** كالآتي:

1- إصلاح المنتوج:

فالعون الاقتصادي يلتزم بضمان سلامة المنتوج الذي يقدمه للمستهلك، من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له، ومن أي خطر يحمله إذا ظهر عيب في المنتوج، وجب عليه إصلاحه ليصبح صالح للعمل، وهذا باستبدال الجزء المعيب بجزء سليم، ويكون هنا تنفيذ الضمان بتقديم قطع غيار بإضافة إلى العمل وترتيبه، وإصلاح الخلل، وإذا تسبب الخلل في ضرر يصيب المستهلك يكون من حقه مطالبة العون الاقتصادي بالتعويض.

2- استبدال المنتوج

في هذه الحالة يلزم العون الاقتصادي إذا بلغ العيب الموجود في المنتوج درجة خطيرة تجعله غير قابل جزئيا أو كليا حتى لو تم إصلاحه، وهذا ما يعرف بتعويض العيني أو التنفيذ العيني لالتزام العون الاقتصادي وهو أفضل طرق إذا يؤدي إلى إصلاح الضرر إصلاحا تاما[1]، أو الحصول على نفس المنتوج من النوع ذاته.

---

[2] نفس المرجع والصفحة.

[1] محمد صبري السعدي، **المسؤولية التقصيرية الفعل المستحق للتعويض**، المرجع السابق، ص 153.

3- رد الثمن الذي دفعه المستهلك

وهذا نتيجة استحالة إصلاح العيب في المنتوج أو إمكانية استبداله بمنتوج آخر، أو ما يعرف بالتعويض بالمقابل ويكون نقدا، والتعويض النقدي هو الحاكم الغالب في المسؤولية التقصيرية فإذا كان المنتوج غير قابل للاستعمال الجزئي، يرد العون الاقتصادي جزء من الثمن إذا أراد المستهلك احتفظ بالمنتوج أما إذا كان غير قابل للاستعمال كليا، فالعون الاقتصادي هنا يرد الثمن كليا، ويرد المستهلك في المقابل المنتوج.

جـ- جزاء تضمن العقد شرط تعسفي أو شروط تميزية

اكتفى المشرع بترتيب العقوبات الجزائرية في إطار قانون الممارسات التجارية، في حالة تضمن العقد لشرط أو بند تعسفي، وقد اورد قائمة لهذه الشروط أو البنود على سبيل المثال لا الحصر، والتي بموجب المادة **29** من القانون **04-02** المعدل والمتمم هي قائمة بيانية غير حصرية، حيث توفر حماية أفضل للمستهلك، وكذلك تفسح المجال أمام القضاء للحكم على شروط التي لم ترد في القائمة على أنها تعسفية[2]، وقد تم توسيعها بموجب المادة **05** من المرسوم التنفيذي **06-306**[1]الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين المهنيين والمستهلكين، وعرفت بالبنود التعسفية، أما إذا تعلق الأمر بشروط أخرى فإن المتضرر يقع عليه عبء إثبات الطابع التعسفي، والسؤال الذي يطرح نفسه، هل القاضي يطبق ما جاء في القواعد العامة خاصة فيما يتعلق تعديل الشروط التعسفية أو الإعفاء منها؟

ونقصد هنا ما جاء في المادة **110** من القانون المدني، إن القول بأن المشرع أراد تطبيق القواعد العامة المدرجة في القانون المدني، وخاصة المادة سالفة الذكر يتعارض مع المادة **29** من قانون الممارسات التجارية لقائمة سوداء بالشروط التعسفية، حيث لا تكون للقاضي إزاءها أية سلطة تقديرية، بينما في المادة **110** من القانون المدني سلطة تقديرية واسعة تتمثل في تعديل الشروط التعسفية، أو الإعفاء منها هي سلطة جوازية وليست وجوبية، هنا يجوز لقاضي الموضوع الا يستعمل الرخصة المخولة له من المشرع أن يعدل هذه الشروط

---

[2] حسينة شرون، حملاوي نجاة، المرجع السابق، ص 60.

[1] أنظر المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية صادر في 11 سبتمبر 2006، الجريدة الرسمية عدد 56، ص 17.

أو أن يعفي الطرف المذعن منها، وذلك وفقا لما تقتضيه العدالة ويقع باطلا كل اتفاق على خلاف ذلك[2].

ومن هنا يتضح أن النظام المنصوص عليه في القانون **04-02** غير ملائم مع النظام الذي اقترحته القواعد العامة، غير أن النقص وجود فيه أنه لم يشر إلى الجزاء المدني على بطلان الشروط التعسفية صراحة.

ونفس الشيء ينطبق على البيع الملازم او البيع بشروط التمييزية، حيث تعد تعسفية بالنسبة للمستهلك.

د- إبطال العقد لمخالفة النظام العام

نظرا لقصور أحكام القواعد العامة في عدة جوانب، وهذا يضع عبء شروط هذه الالتزامات يقع على كاهل المستهلك كما يظهر كذلك هذا القصور في الجزاء المطبق الذي لا يحقق له الحماية الكافية، ونجد أيضا أن بعض المخالفات المنصوص عليها في قانون الممارسات التجارية لا نجد لها جزاء مقابل في القواعد العامة، مثل ما هو الحال في البيع بالمكافأة.

ونفس القول انطبق على عدم الفوترة ورفض تسليم الفاتورة للمستهلك حيث لا نجد جزاءً مدنيا مناسبا لهذه المخالفة في إطار القواعد العامة.

غير أن الاتجاه الفقهي الحديث يميل إلى اقتراح إبطال عقد الاستهلاك المبرم بين العون الاقتصادي والمستهلك في حالة ارتكاب هذه المخالفات، نظرا لأن القواعد القانونية التي تفرض هذه الالتزامات على العون الاقتصادي هي قواعد آمرة من النظام العام، وعليه يترتب على مخالفتها البطلان المطلق، فعلى سبيل المثال فإن الفقه والقضاء في كل من فرنسا ومصر ولبنان يتفق على الإخلال بالالتزام بالإعلام هو أحد حالات الكتمان التدليسي المكون للعنصر المادي في التدليس المؤدي إلى قابلية العقد للإبطال، غير أن الدكتور "عبد المنعم موسى إبراهيم" يرى خلاف ذلك حيث يعتقد أن استقلالية الالتزام بالإعلام تقتضي أن يتبنى المشرع

[2] مزغيش عبير، محمد عدنان بن ضيف، المرجع السابق، ص ص 114، 115.

حق المستهلك في المطالبة بإبطال عقد الاستهلاك بمجرد الإخلال بهذا الالتزام وبدون الحاجة إلى الاستناد للنظريات التقليدية في طلب الإبطال[1].

ثانيا: التعويض

يعد تقرير البطلان نتيجة عيب من عيوب الإرادة طبقا للقواعد العامة أو اللجوء إلى الجزاءات المقررة في قانون حماية المستهلك، وقد لا يكون كافيا لتحقيق حماية فعالة للمستهلك، إذ أن الإخلال بهذه الالتزامات قد لا يترتب عليه تغيب الإرادة، كما أنه لا يكون بالإمكان استخدام وسائل الحماية المقررة في قانون حماية المستهلك، بل يترتب عليه ضرر نتيجة عدم تنفيذ الالتزام.

في المبدأ العام الذي يحكم التعويض سواء في المسؤولية العقدية أو المسؤولية التقصيرية هو التعويض عن الأضرار المباشرة فقط، والضرر المباشر هو الذي يمكن اعتباره نتيجة طبيعية للخطأ الذي حدث وهو يكون كذلك إذا لم يكن باستطاعة العون أن يتوفاه إذا بذل جهدا معقولا ويقاس جهد الدائن بمعيار الرجل المعتاد[2]، غير أنه في المسؤولية العقدية لا تعويض إلا عن الضرر المباشر المتوقع ويراد بالضرر المتوقع ما كان حصوله متوقعا حين إبرام العقد وتبرير التعويض عن ضرر المتوقع فقط دون غير متوقع، كما أن ذلك يقره مبدأ العقد شريعة المتعاقدين وأن الإرادة هي التي تمدد التزامات الطرفين، لذلك يفترض أن تختص في تحديد الضرر والتعويض الواجب دفعه إلى المستهلك، بحيث لا يلتزم الأطراف بأكثر مما تمكن توقعه عند التعاقد، لكن هذا الافتراض المتوقع غير متوقع وبذلك يعوض كامل الضرر.

غير أنه يقتصر التعويض في المسؤولية العقدية بحسب الأصل على الأضرار المتوقعة فقط ويمتد هذا التعويض إلى الأضرار غير المتوقعة إذا كان ارتكاب العون الاقتصادي غشا وخطأ جسيما[1].

---

[1] عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 382.

[2] جابر محمد ظاهر مشاقبة، **الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية "دراسة مقارنة"**، دار وائل للنشر، عمان، 2012، ص ص 117، 118.

[1] جابر محمد الطاهر مشافية، المرجع السابق، ص 118.

وسبق وأن رأينا أن تقرير البطلان نتيجة عيب من عيوب الإرادة كجزاء للإخلال بالالتزام قبل التعاقدي، قد لا يكون كافيا لتوفير الحماية الفعالة للمستهلك إذ أن الإخلال بهذا الالتزام يكون بعد حتى التعاقد وقد لا يعيب إرادة المستهلك لكن فيما بعد يلحق ضرر معين به جراء عدم الالتزام.

فضلا عن ذلك فإن المستهلك حتى لو توفرت شروط الإبطال فإنه لا يطلبه وبفضل الإبقاء على العقد رغم حدوث أضرار، وهنا لا يكون أمامه سوى المطالبة بالتعويض طبقا لقواعد المسؤولية[2].

وبالنسبة إلى الضرر الذي وجب التعويض عنه هو الضرر المعروف في القواعد العامة بمعنى كل ضرر أكيد ومباشر، ويشمل الخسارة التي تلحق المستهلك وما فاته من كسب ويعرف بأنه الأذى الذي يمس بشخصه جراء المساس بحق من حقوقه فتتمثل الأضرار المعوض عنها التي تلحق المضرور في جسمه وأمواله، كما يشمل الأضرار المعنوية التي قد تصيبه هو أو ذويه.

الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي

رغم أن العقد موجود بين المستهلك والعون الاقتصادي، غير أنه مشوب إما بعيب من عيوب الرضا أو أنه مخالف للنظام العام، وفي كلا الغرضين يكون هذا العقد قابلا للإبطال في الحالة الأولى، وباطل بطلانا مطلقا في الحالة الثانية، وعليه فلا يمكن القول بتطبيق المسؤولية العقدية، لأن العقد ينهار بأثر رجعي، ويصبح كأنه لم يكن والمسؤولية التي تنشأ عنه بالضرورة مسؤولية تقصيرية.

أولا: خصائص المسؤولية المدنية

إن المشرع الفرنسي في المسؤولية عن المنتجات المعيبة لم يأخذ بنظرية تحمل التبعية على إطلاقها لإقامة مسؤولية العون الاقتصادي، فهو لم يكتفي لإقامة هذه المسؤولية، بمجرد حدود الضرر لم يأخذ بنظرية تحمل التبعية بشكل مطلق، غير أن هذا الحل يعد تميزي، ولا

[2] عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص ص 138، 139.

يحقق التوازن في حساب الأول، والتوازن يقتضي أن يكون الضرر وبشكل موضوعي عن السلعة[1].

لهذا فإنه يتحمل العون الاقتصادي تبعية الضرر الناجم عن المنتوجات، شرط أن يكون الضرر ناجما عن عيوب السلعة، وبالرغم أن الغالب وجود عيب في المنتج إلا أن مسؤولية العون الاقتصادي عن عيوب منتجاته وخدمته لا علاقة لها بتقدير سلوكه وتكمن إجمال خصائص هذه المسؤولية فيما يلي:

أ- مسؤولية العون الاقتصادي مسؤولية قانونية

فهذه المسؤولية ليست عقدية ولا تقصيرية وفي هذا عمل المشرع الفرنسي على القضاء على التمييز بين المسؤوليتين العقدية والتقصيرية، وأدمجهما في نظام واحد، بحيث يتم تطبيق هذا النظام على جميع المضرورين من عيوب المنتوجات أو لغلط أو تدليس وذلك بقطع علاقتهم مع هذا العون الاقتصادي، فهذه المسؤولية القانونية لا هي عقدية ولا هي تقصيرية.

ب- مسؤولية العون الاقتصادي موضوعية

بما أن الهدف الرئيسي من هذه المسؤولية إعفاء المضرورين من المستهلكين، حيث تقوم مسؤولية العون الاقتصادي من الأضرار الناجمة عن عيوب أو تدليس، فثبوت العيب والخطأ لا ينظر إليه على أنه قرينة على خطأ العون الاقتصادي لكنه يعد أساسا لقيام المسؤولية.

جـ- تعلق قواعد المسؤولية بنظام العام

فالمسؤولية الموضوعية في مواجهة العون المسؤول هي من النظام العام أي بطلان كل شرط لاستبعاد هذه المسؤولية أو التخفيف منها، أما المستهلك المتضرر فهو عليه الخيار بين التمسك بقواعد المسؤولية الموضوعية أو اللجوء إلى القواعد التقليدية في المسؤولية لتحقيق نطاق أكبر من الحماية للمستهلك المضرور[1].

---

[1] موفق حماد عبد، المرجع السابق، ص 362.

[1] موفق حماد عبد، المرجع السابق، 364.

ثانيا: التكييف القانوني للمسؤولية المدنية للعون الاقتصادي

تعرف المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي على أنها الالتزام الذي يقع على عاتق العون لتعويض المستهلك نتيجة الأضرار التي تسبب فيها المنتوج أو الخدمة المقدمة، وقد يكون مصدر هذا الالتزام عقدا يربطه بالمستهلك، فتكون مسؤولية عقدية يحكمها ويحدد مداها العقد من جهة والقواعد الخاصة بالمسؤولية العقدية من جهة أخرى، وقد يكون مصدره القانون في صورة تكاليف عامة يفرضها على الكافة فتكون مسؤولية تقصيرية[2].

1- المسؤولية العقدية للعون الاقتصادي

لكي تكون مسؤولية عقدية للعون الاقتصادي ينبغي أن يقوم الإخلال بأحد الالتزامات التعاقدية التي ألقاها على عاتقه وألزمه باحترامها، كإخلاله الالتزام بضمان سلامة المنتوج من العيوب والإخلال بالالتزام بضمان السلامة من خطورة المنتجات، حيث تناول مسؤولية العون من عيوب منتجاته، ومسؤولية العون عن خطورة منتجاته.

أ- مسؤولية العون الاقتصادي عن عيوب منتجاته

وقد عرف المشرع الجزائري العيب الخفي بشروطه، حيث نص في المادة **379** من التقنين المدني الجزائري على ما يلي "**يكون البائع ملزم بالضمان إذا لم شمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع ما ينقص من قيمته أو من طبيعته أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع... أو أنه أخفاها غشا منه**" يتضح من هذه المادة أن المشرع الجزائري قد ألحق بالعيب الخفي حالة ما إذا تخلفت في المبيع الصفة أو الصفات التي تعهد البائع بوجودها وقت التسليم إلى المشتري فيكون هذا الأخير هذا الأخير الرجوع على البائع في هذه الحالة على أساس أحكام الضمان، وحتى يتسنى الرجوع على المسؤول عن ضمان العيب الخفي لابد من توافر عدة شروط المتمثلة في:

- أن يكون العيب قديما.

---

[2] قنطرة سارة، **المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك**، رسالة ماجستير قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، السنة الجامعية: 2016-2017، ص 27.

- عدم علم المشتري بالعيب.
- أن يكون العيب مؤثرا.
- أن يكون العيب خفيا.

ب- مسؤولة المنتج عن خطورة منتجاته

إن حق السلامة هو غاية وهدف المشرع الجزائري، ومسؤولية على عاتق العون الاقتصادي أقر التزام العون الاقتصادي بضمان سلامة المنتجات التي يقدمها المستهلك من أي عيب يجعلها غير صالحة للاستعمال أو لخطر ينطوي عليها وهذا ليس في فترة لعرض الاستهلاك فقط، إنما يسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتوج، والالتزام بضمان السلامة تضمن عنصرين هما: الالتزام بالإعلام والالتزام باتخاذ احتياطات معينة[1].

2- المسؤولية التقصيرية للعون الاقتصادي

لكي تقوم المسؤولية التقصيرية للعون الاقتصادي ينبغي أن يقوم بالإخلال بالالتزام القانوني المتمثل في عدم الإضرار بالغير، ومعنى ذلك أني يقوم بانحراف عن سلوك الشخص العادي، وهذا ما أكدته المادة **124** من التقنين المدني الجزائري بقولها "**كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض**".

يوضح هذا النص أن المشرع الجزائري أسس المسؤولية التقصيرية على أساس فكرة الخطأ، إلا أنه ألزم المسألة التزام المسؤولية عن الأعمال الشخصية بإثبات الخطأ غير أنه أضاف في حالات المسؤولية التي تقوم على خطأ مفترض وهي المسؤولية عن فعل الغير بصفة عامة، والمسؤولية عن الأشياء بصفة خاصة سواء قامت المسؤولية على فكرة الخطأ أو على أساس فكرة الحراسة، فإن هذا لا يمنع في كل الأحوال من التزام العون الاقتصادي بتعويض المتضرر أي المستهلك عن الأضرار التي لحقته[2].

والمسؤولية التقصيرية تنشأ على إخلال بالتزام العام، الذي يفرضه القانون والمتمثل في عدم الإضرار بالغير، والمقصود بالغير هنا هو كل شخص لا تربطه بالمسؤول علاقة

---

[1] قنطري سارة، المرجع السابق، ص 30.

[2] المرجع نفسه، ص 39.

عقدية[1]، أي أن المسؤولية التقصيرية تنشأ بين أشخاص لا تربطهم علاقة عقدية، أو أن العلاقة العقدية موجودة بينهم، إلا أن الضرر الواقع نشأ تاريخ نطاقها، كأن يكون الضرر قد نشأ في الفترة السابقة على إبرام العقد، أو الفترة اللاحقة على إبطاله أو لم يكن هذا الضرر بسبب العقد، أو كان العقد صحيحا لكن الضرر لم ينشأ عن الإخلال بالتزام ناشئ عنه، وتتفرع المسؤولية التقصيرية إلى ثلاث أنواع، المسؤولية عن الأفعال الشخصية والمسؤولية عن عمل الغير، والمسؤولية عن الأشياء.

أ- أخطاء الواجب الإثبات أساس المسؤولية التقصيرية

تعد المسؤولية التقصيرية المبنية على الخطأ الواجب الإثبات هي القاعدة العامة في المجال غير التعاقدي وتعد القاعدة الخاصة في مجال المسؤولية التعاقدية لأن القاعدة في الالتزامات التعاقدية، أن يكون محلها بذل عناية، والاستثناء أن يلتزم العون بتحقيق نتيجة، والمسؤولية القائمة على الخطأ هي التي ترجع إلى فعل شخصي يصدر من المسؤول، ويتضمن تدخله مباشرة فيه دون وساطة شخص آخر أو شيء مستقل عنه[2].

ولكي يحصل المتضرر على التعويض عليه عبء إثبات عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية، وإثبات في المسؤولية تقصيرية يتم بكافة طرق الإثبات.

ب- الحراسة أساس المسؤولية التقصيرية

والمقصود بالحراسة أنه قيام المسؤولية عن فعل الأشياء غير الحية على عاتق شخص ما، يفترض أن يكون هذا الشخص حارسا للشيء الذي أحدث ضررا، وعليه فالمسؤولية في هذه الحالة تقوم على قرينة الخطأ في الحراسة.

لقد ذهب المشرع الجزائري إلى أن مسؤولية حارس الأشياء تقوم على قرينة الخطأ وهي قرينة قاطعة غير قابلة لإثبات العكس حيث نص في المادة **138** من التقنين المدني الجزائري ما يلي: "**كل من تولى حراسة شيء وكانت له قدره الاستعمال والتسيير والرقابة يعتبر مسؤولا عن الضرر الذي يحدثه ذلك الشيء ويعفى من هذه المسؤولية الحارس**

---

[1] قنطري سارة، المرجع السابق، ص 39.

[2] عادل عميرات، **المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي** "**دراسة في قانون جزائري**"، أطروحة دكتوراه، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية: 2015-2016، ص 242.

للشيء إذا أثبت أن ذلك الضرر بسبب لم يكن يتوقعه مثل عمل الصحبة أو عمل الغير أو الحالة الطارئة أو القوة القاهرة".

ويتضح من هذا النص أن المشرع الجزائري جعل الحارس للأشياء غير الحية مسؤولا عن كل الأشياء التي توضع تحت حراسته، سواء كانت أشياء خطرة أو غير خطرة وسواء كانت حراستها تتطلب عناية خاصة أو لا تتطلبها، وسواء كانت آلات ميكانيكية أو غير ميكانيكية.غير أن المشرع الجزائري لم يعرف الحارس في التقنين المدني الجزائري، غير أن الفقهاء اختلفوا في تحديد الحراسة، فهناك من يعتبرها حراسة قانونية إذ يربط هذا الاتجاه الحراسة بحق الملكية للشخص على الشيء الذي أحد ضرر لأن حارس الشيء هو من له حق الملكية عليه، وتسمى الحراسة القانونية لأن المالك هو الحارس المسؤول ولو تبين أن حيازة ذلك الشيء لشخص آخر، إذ لا عبرة بحيازة المادية لشيء، والبعض من الشراح يرون أن المالك هو الحارس للشيء الذي هو تحت سلطته ورقابته وتوجيهه وإدارته دون أن ينتقل ذلك الشيء إلى غيره[1].

بينما ذهب البعض الآخر من الفقهاء إلى اعتبارها حراسة مادية فحسبهم هي سلطة فعلية، أي سيطرة شخص على الشيء سيطرة فعلية في الاستعمال والتوجيه والرقابة، فالعبرة بالسلطة الفعلية دون السلطة القانونية، فلا يلزم أن يكون الحارس صاحب الحق على الشيء إنما يكفي أن تكون له السيطرة الفعلية على الشيء سواء ثبتت له هذه السيطرة بحق أو بغير حق.

3- التمييز بين المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية

سبق وأن ذكرنا أن المسؤولية العقدية تنشأ عن الإخلال بالتزام عقدي، ينشأ عن عقد رابط بين المتعاقدين أما المسؤولية التقصيرية فهي تنشأ عن الإخلال بالتزام قانوني، مفاده الالتزام بعدم الإضرار بالغير، ولكن لكل من المسؤوليتين أحكامها الخاصة التي نميز بينهما نذكر منهما:

أ- من حيث الأهلية

المسؤولية العقدية توجب أهلية التعاقد لانعقاد العقد انعقادا صحيحا ولقيام المسؤولية

[1] قنطري سارة، المرجع السابق، ص 44.

العقدية عند الإخلال بالالتزامات رتبها على عاتق أطرافه[2]، بينما في المسؤولية التقصيرية تكفي أهلية التمييز بالنسبة لدائن والمدين.

ب- من حيث الإثبات

في المسؤولية العقدية يتحمل الدائن عبء الإثبات أنه قام بالتزامه العقدي بعد أن يقيم الدائن الدليل على وجود العقد الذي يربطه بالمدين، بينما في المسؤولية التقصيرية، والدائن هو الذي يقع عليه عبء إثبات أن المدين قد ارتكب عملا غير مشروع، وبالتالي خرق التزامه القانوني بعد إضرار الغير[1].

ج- من حيث الإعذار

التعويض في المسؤولية العقدية لا يستحق إلا بعد إعذار المدين حسب ما يستفاد من نص المادة **179** من القانون المدني[2].

د- من حيث مدى التعويض

في المسؤولية العقدية عن الضرر المباشر، والمتوقع وقت التعاقد، ما لم يكن هناك غشا أو خطأ جسيما، أما الضرر غير المتوقع لا يشمله التعويض، حسب ما يقتضيه نص المادة **182** الفقرة **02**، أما في المسؤولية التقصيرية فيكون التعويض من الضرر المباشر المتوقع وغير المتوقع حسب المواد **131**، **182** من القانون المدني.

هـ- من حيث التضامن

في حالة تعدد المسؤولية تعاقديا، فإن التضامن لا يفترض وإنما يكون بناء على بند صريح في العقد المبرم بينهم، أو بناء على نص القانون، حسب ما نصت عليه المادة **217** من القانون المدني، أي مبلغ التعويض في هذه الحالة يقسم بينهم.

أما في المسؤولية التقصيرية فالتضامن من بين المدينين في حالة تعددهم مقرر بحكم القانون، حسبما نصت عليه المادة **126** من القانون المدني أي أن المدينين متضامنين في التزاماتهم بتعويض الضرر أي أن الضرر يستطيع الرجوع على أي شخص من مسببي

---

[2] عادل عميران، المرجع السابق، ص 242.

[1] خليل أحمد حسن قدادة، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، الجزء الأول، **مصادر الالتزام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994، ص 234.

[2] أنظر المواد 2/182 و130 و131 من القانون رقم 07-05 المتعلق بالقانون المدني، المصدر السابق.

الضرر، لكل مبلغ التعويض اللازم لجبر الضرر، ما لم يعين القاضي نصيب كل منهم في دفع التعويض[3].

و- من حيث الاعفاء من المسؤولية أو التخفيف منها

في المسؤولية العقدية يجوز الاتفاق على الاعفاء منها أو تعديلها تخفيضا أو زيادة لأن مصدرها التزام عقدي، إلا ما نشأ عن غش أو خطأ جسيم حسب نص المادة **178** من القانون المدني، في حين أنه يقع باطلا كل اتفاق على الاعفاء من المسؤولية التقصيرية، لأن مثل هذا الاتفاق فيه مخالفة لنظام العام الذي فرض هذه المسؤولية.

ي- من حيث رقابة المحكمة العليا

ليس للمحكمة العليا رقابة على المسؤولية الناجمة عن الإخلال بالتزام عقدي، لأن الأمر متعلق بتغير عقد، أي بحث عن إرادة مشتركة بين متعاقدين يختص بها قاضي موضوع فقط، بينما المسؤولية التقصيرية والناجمة عن إخلال بالتزام قانوني عام، مؤداه جواز الإضرار بالغير هنا يتعلق بمسألة قانونية، لهذا تختص بالنظر فيها المحكمة العليا لأنها تنظر في حكم محكمة موضوع على إثر طعن لهذا تكون لها رقابة كذلك على قاضي الموضوع[1].

ويتضح من خلال كل هذا أن الحالات التي ترتبط فيها المطالبة بالتعويض بعقد قابل للإبطال والسبب الذي أدى إلى أن يكون كذلك تصبح قواعد المسؤولية التقصيرية هي الواجبة التطبيق وتستبعد بذلك المسؤولية العقدية على الرغم من ارتباط المسألة بعلاقات قائمة بين المتعاقدين سواء استمرت هذه العلاقة بسبب عدم رفع دعوى البطلان أو الاكتفاء بالتعويض أم تستمر نتيجة تفضي المتعاقد رفع الدعويين معا.

أما إذا قلنا ببطلان العقد لمخالفته النظام العام فيكون العقد باطلا بطلانا مطلقا ولا يعتبر له وجود قانوني، ولا حاجة لصدور حكم بإبطاله ونتيجة لا يمكن اعتبار وجود رابطة عقدية وفقا لقواعد المسؤولية العقدية لتخلف أحد العناصر الجوهرية لتحريك هذه القواعد.

وإذا تقرر بطلان العقد زال كل أثره ويرجع إلى أصله، هنا جاز الحكم بالتعويض على أساس المسؤولية التقصيرية وليس العقدية.

---

[3] تنص المادة 217 من القانون المدني "**التضامن بين دائنين لا يفترض وإنما يكون بناء على اتفاق أو نص صريح في القانون**".

[1] عادل عميران، المرجع السابق، ص 244.

المطلب الثالث: التعويض ومستحقه

سبق وأن رأينا أن تقرير البطلان للعقد نتيجة عيب من عيوب الإرادة كجزاء الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإفضاء، قد لا يكون كافيا لتوفير حماية فعالة للمستهلك، إذ أن الإخلال بهذا الالتزام قد لا يترتب عليه تعيب إرادة المستهلك بل مجرد لحوق ضرر معين به جراء عدم تنفيذ الالتزام العون الاقتصادي، وعلى المستهلك أن يعوض عن جميع الأضرار إلى لحقته، لذلك سوف نتعرض إلى مفهوم التعويض (الفرع الأول)، ودور حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم التعويض

يقصد به دفع مبلغ من المال لمن أصابه ضرر من فعل مخالف للقانون، أيا كانت طبيعة الضرر، فقد يكون ضررا ماديا، يتمثل في سلب أو انقاص الحقوق المالية للفرد سواء الحالة منها أو المستقبلية، أو ضررا أدبيا يتضمن إيلام المضرور سواء كان بدنيا أو نفسيا، ويهدف التعويض في حالة الضرر المادي إلى استرجاع مال المضرور، وفي حالة الضرر المعنوي تحقيق قدر من الرضا واعتبار الدائن في حقه.

أولا: تعريف التعويض

تنص المادة **124** من القانون المدني على أن "**كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بتعويض**".

يفهم من هذا النص أنه إذا أثبت مسؤولية المدعي عليه عما لحق المدعى عليه من ضرر فإنه يتعين على القاضي إلزام المسؤول بما يعوض المضرور، ويجبر الضرر الذي لحق به[1].

كما تضمنت المادة **140** مكرر في الفقرة **01** على أنه "**يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية**".

بين هنا إذا توافرت مسؤولية العون الاقتصادي وفقا لما ذكرناه ينشأ للمستهلك المضرور الحق في التعويض، إذا اثبت العيب في السلعة أو الخدمة والضرر والعلاقة السببية بينهما وهنا يمارس المستهلك هذا الحق عن طريق دعوى المسؤولية التي يرفعها على العون

[1] عادل عميران، المرجع السابق، ص 390.

الاقتصادي بصفته الملزم بتعويض الضرر الذي سببته سلعه أو خدماته المعيبة أمام القاضي المختص.

أما من الناحية الفقهية لم يعرف فقها القانون المدني التعويض بتعريف محدد، إنما تعرضوا مباشرة إلى بيان طريقته وتقديره عند تعرضهم للحديث عن جزاء المسؤولية، وذلك راجع لوضوح معناه، يقصدون به ما يلزم به المسؤول في المسؤولية المدنية، اتجاه من أصابه بضرر الذي نجم عنه، أي مقابلة هذا الضرر بمال عوض عنه.

غير أن مفهوم القانون المدني وفق المادة **124** سالفة الذكر يذهب إلى أبعد من ذلك إذ لا يكتفي بما يمكن أن يقدمه المسؤول من مال، وإنما ينظر إلى إمكانية جبر الضرر اللاحق بالمضرور أي التعويض وإعادة الحال إلى ما كانت عليه قبل وقوع الضرر والتنفيذ العيني[1].

ثانيا: الضرر الموجب لتعويضه

وفق المادة **180** من القانون المدني تنص على أنه "**إذا لم يكن التعويض مقدرا في العقد أو في القانون فالقاضي هو الذي يقدره ويشمل التعويض وما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب بشرط أن يكون هذا نتيجة لعدم الوفاء بالالتزام أو التأخر في الوفاء به ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن باستطاعة الدائن أن يتوفاه غير أنه إذا كان الالتزام مصدره العقد فلا يلتزم المدين الذي لم يرتكب غشا أو خطأ جسيما إلا بتعويض الضرر الذي كان يمكن توقعه عادة وقت التعاقد**"، وأكملت المادة **182مكرر** بنص "**يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية أو الشرف أو السمعة**".

ونصت المادة **131** من قانون المدني على أنه "**يقدر القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي يلحق المصاب طبقا للمادتين 182 و182 مكرر مع مراعاة الظروف الملابسة فإذا لم يتيسر له وقت الحكم أن يقدر مدى التعويض بصفة نهائية فله أن يحتفظ للمضرور في الحق بأن يطالب خلال مدة معينة بالنظر من جديد في التقرير**".

---

[1] علي علي سليمان، **دراسات في المسؤولية المدنية في القانون الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص 250.

حيث يفهم من خلال هذه النصوص المذكورة أن التعويض في مسؤولية العون الاقتصادي ما يلي:

1- تعويض الضرر المباشر

القاعدة العامة في المسؤولية المدنية ألا تعويض إلا على الضرر المباشر بغض النظر عن جسامة الخطأ الذي ارتكبه المسؤول، سواء كان ضررا ماديا أو معنويا حالا أو مستقبلا بشرط أن يكون محقق الوقوع.

ومعيار التمييز بين الضرر المباشر والضرر غير المباشر يكمن في العلاقة السببية بين الفعل المسؤول والضرر، فكلما توفرت هذه العلاقة بحيث الضرر يصبح نتيجة حتمية للخطأ نكون بصدد ضرر مباشر.

2- التعويض عن الضرر المباشر المتوقع وغير المتوقع

يختلف تقدير الضرر المباشر في المسؤولية العقدية عنه في المسؤولية التقصيرية، ففي المسؤولية العقدية المبدأ أنه لا يلتزم المدين بتعويض كامل الضرر المباشر وإنما يقتصر التزامه على تعويض الضرر المباشر الذي يمكن توقعه عادة وقت التعاقد حسب ما نصت عليه المادة **131** قانون مدني، والاستثناء هو في حالة ارتكاب غشا أو خطأ جسيم فيلتزم بتعويض الضرر المباشر وغير المتوقع.

أما في المسؤولية التقصيرية فيلتزم المدين بتعويض الضرر المباشر المتوقع من الفعل الضار دون التفرقة بين الضرر المتوقع وغير المتوقع، ويرجع ذلك إلى القانون، وهو الذي أوجد الالتزام الذي يترتب على الإخلال به تحقق المسؤولية التقصيرية، وحدد مداه دون تدخل لإرادة الطرفين.

3- تعويض المتضرر عما لحقه من خسارة وما فاته من كسب

وفي هذا الضرر عنصرين هما: الخسارة التي لحقت المتضرر والكسب الذي فاته، ويجب أن يشملها التعويض عن كل الأضرار، ويلزم القاضي على أساسها في تقدير التعويض وإلا يكون حكمه مخالفا للقانون، وقد قضت المحكمة العليا في هذا الأمر بأن التعويض كمبدأ عام يقدره القاضي حسب الخسارة التي حلت بالمضرور، وما فاته من كسب، عملا بالمادة **182** من القانون المدني الأمر الذي يستلزم منه أن يعطي تعويضا لجبر الضرر الحال

بالمضرور، وليس على أساس المسؤولية في الاضطرابات المادية، إنما منح تعويضات متساوية للطرفين على أساس المسؤولية كانت متساوية.

4- التعويض عن الضرر المعنوي

الضرر المعنوي كل ضرر يصيب الإنسان في شرفه أو اعتباره وعاطفته أو في حق من حقوقه التي لا تقوم بالمال.

كما يقصد بالضرر المعنوي ذلك الضرر الذي يلحق الشخص في غير حقوقه المالية، فهو ما يصيب الشخص في شعوره أو عاطفته أو كرامته أو شرفه دون أن يسبب له خسارة مادية.

غير أن قانون الممارسات التجارية منح للمستهلك حق الحصول على تعويض عن الأضرار التي لحقته جراء المخالفات المرتكبة، ضده من العون الاقتصادي، وذلك بموجب المادة **65** منه[1]، ومن خلال محتوى المادة يتضح لنا أن المشرع قد سار مسار القانون المدني بموجب المادة **140مكرر** سالفة الذكر، حيث منح هذا الحق لكل شخص ذو مصلحة، وهذا يعني أنه يمكن للمستهلك سواء كان طرفا في العلاقة تعاقدية أو لم تربطه بالعون الاقتصادي أية علاقة تعاقدية، الحصول على التعويض بل ويمكنه أيضا التأسيس كطرف مدني في الدعوى للحوص على هذا الحق.

لكن من ناحية قليلا ما يلجأ المستهلك إلى القضاء وهذا لعدة أسباب منها شعوره أنه بمفرده وضعيف ولا يملك إمكانيات والخبرة اللازمة في مواجهة الأعوان الاقتصاديين، الذين هم أقوى منه على كافة الأصعدة، كما أنه لا يتحمل النفقات الباهظة والوقت الضائع على إجراءات طويلة ومعقدة، وكذلك العائدة التي سيحصل عليها من رفع الدعوى قليلة، إضافة إلى انعدام التوازن المالي بين العون الاقتصادي والمستهلك بجعل هذا الأخير بإرادة عاجزة وقد تصل حتى إلى التنازل عن حقه في التعويض، هذا يدفعه إلى تحمل الضرر حتى لو كان متعلق بسلامته الجسدية.

[1] أنظر المادة 65 من قانون الممارسات التجارية، المصدر السابق، ص 14.

ولأجل هذا قام المشرع الجزائري بفتح المجال أمام جمعيات حماية المستهلك، والجمعيات المهنية لتمثيل طرف المستهلك في رفع الدعاوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة ما هو منصوص عليه في قانون الممارسات التجارية للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي تسبب فيها سواء لمنافسيه أو للمستهلك أو الغير.

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حق وإرادة المستهلك

تنشأ الجمعيات لتحقيق هدف غير مربح، خيري، ثقافي، علمي...الخ، وقد تتكون من أشخاص من طبيعيين ومعنويين، وتسعى الجمعيات على اختلافها لتحقيق الهدف الذي من أجله أنشئت، ولا يخرج على إطار المصلحة الجماعية، غير أن جمعيات حماية المستهلك تختلف عن باقي الجمعيات في بعض الخصوصيات.

وتخضع جمعيات حماية المستهلك من حيث إنشائها وتنظيمها وتسييرها إلى قانون رقم **12-06** المتعلق بالجمعيات المؤرخ في **12-01-2012**[1]، وعليه نذهب إلى تعريف جمعية حماية المستهلك ثم أهدافها وبعد ذلك التوعية والتحسيس، وكذلك الدفاع عن مصالح المستهلك وحقوقه قبل الذهاب إلى هذه النقاط نعرف الأسباب التي أدت إلى إنشاء جمعيات حماية المستهلك لأسباب عديدة منها:

1- الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي وترشيد الاستهلاك بما يناسب مقتضيات الصحة العامة[2].

2- غياب الوعي الاستهلاكي بين جمهور المستهلكين ونقص الوعي الاستهلاكي وتهافت الكل على ما هو مستورد.

3- جهل أغلب المستهلكين بما يسمى مواصفات الجودة لكل منتج والوسم وغيرها بما يتعلق بالمنتوج.

من أجل كل هذا برز الاهتمام بإنشاء جمعيات حماية المستهلك التي تتكون من أفراد الشعب نفسه متطوعين تتوفر فيهم الخبرة الشخصية والفنية لتحقيق المصلحة العامة للمستهلكين والدفاع عن مصالحهم[3].

---

[1] القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 33، الصادرة في 15 يناير 2012، ص 01.

[2] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 505.

[3] معوش رضا، المرجع السابق، ص 87.

أولا: مفهوم جمعية حماية المستهلك

أعطى المشرع الجزائري كباقي التشريعات المقارنة لجمعيات حماية المستهلك مهام ثانوية ومهام أساسية منها حق التقاضي أمام المحاكم المدنية والجزائية في مباشرة الدعوى المدنية للمطالبة بالحقوق الفردية والمشتركة للمستهلكين، كما أن لهم الحق في الاستفادة في المساعدة القضائية.

كما أن ظاهرة الجمعيات امتازت بها الأنظمة السياسية المعاصرة، فهي التي تشجعها وتوجهها من حيث الإنشاء وإجراءاتها وطرق ممارسة نشاطاتها، حيث أن الجمعية لا يمكن أن تمارس نشاطاتها إلا بعد اعتمادها من قبل الدولة[1]، ويعد الأساس الأول لنشاط الجمعوي في الجزائري هو الدستور، وذلك في الفصل الرابع منه[2] الوارد بعنوان "الحقوق والحريات" وذلك في نصوص **33** و**34** منه، وفي **1990** صدر القانون رقم **90-31**[3] المتعلق بالجمعيات، حيث كانت جمعيات حماية المستهلك تخضع لهذا القانون واستمر الأمر إلى أن صدر قانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث خصص المشرع لجمعيات حماية المستهلك فصلا مستقلا لها وذلك في الفصل السائع من الباب الثاني منه، هذه تقريبا أهم النصوص القانونية التي أطرت النشاط الجمعوي في الجزائر.

1- تعريف جمعيات حماية المستهلك

تعدد التعاريف الواردة في شأن جمعيات حماية المستهلك، من بينها النصوص القانونية المتعاقدة بحماية المستهلك ومنها ما كان محل نقاش بين الفقهاء.

أ- التعريف القانون لجمعيات حماية المستهلك

بالرجوع إلى مختلف النصوص القانونية نجد أن أول تعريف تناول جمعيات حماية المستهلك هو القانون رقم **90-31** المتعلق بالجمعيات وذلك في المادة **02** منه والتي نصت على أنها "**تمثل الجمعية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها، ويجتمع في إطارها أشخاص**

---

[1] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 506.

[2] ابو غنجة بن عباد، العلامات التجارية بين إحتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية: 2012-2013، ص 160.

[3] أنظر المواد 33 و34 من القانون 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 53، الصادرة في ديسمبر 1990 (ملغى).

طبيعيون أو معنويون على أساس تعاقدي ولغرض غير مربح كما يشتركون في تسخير معارفهم ووسائلهم لمدةمحددة من أجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والعلمي والديني والتربوي والرياضي على الخصوص ويجب أن يحدد هدف الجمعية بدقة وأن تكون تسميتها مطابق له"، ويشترط من خلال هذا النص أن يكون عمل الجمعية والغرض منها عير نفعي وغير تجاري بمعنى أن لا تهدف إلى تحقيق الربح، وينبغي أن يتطابق عمل الجمعية والتسمية التي أطلقت عليها[1].

كما نصت المادة **21** من قانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على مفهوم جمعية حماية المستهلك "**هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله**"[2].

نفس الشيء يوضحه هذا النص أن جمعية حماية المستهلك تؤسس لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية وهدفها توعية المستهلكين، وتثقيفهم وإرشادهم وحماية مصالحهم وحقوقهم لدى الجهات الإدارية الوصية[3].

وبمناسبة صدور القانون رقم **12-06**عرف المشرع الجزائري الجمعية بموجب المادة الثانية على أنها "**تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدي لمدة محددة أو غير محددة ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا لغرض غير مربح من أجل مراقبة الأنشطة وتشجيعها لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري...**".

يلاحظ من خلال هذا التعريف رغبة المشرع في توسيع مجال نشاط الجمعيات ليمتد إلى العمل الخيري والمحافظة على البيئة والنشاطات المرتبطة بحقوق الإنسان والنشاطات التربوية والعلمية والدينية.

---

[1] معوش رضا، المرجع السابق، ص 88.

[2]أنظر المادة 21 من قانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

[3]رواحنة زليخة، قلات سمية، "**دور الجمعيات في حماية المستهلك**"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017، ص 258.

ب- التعريف الفقهي لجمعيات حماية المستهلك

يرى بعض الفقهاء في تعريفاتهم لجمعيات حماية المستهلك وارتكزت معظمها على الغرض الذي أنشأت من أجله هذه الجمعيات فيرى البعض بأنها "حركة منظمة من المواطنين والهيئات الحكومية تهدف إلى زيادة حقوق المشتركين ونفوذهم وتأثيرهم على بائعي المنتجات".

كما ركز رأي آخر من الفقه على الجانب العقدي للاتفاق الذي يجمع الأعضاء المؤسسين للجمعية وذلك بالقول أنها "الاتفاق الذي يصح أكثر من اثنين من الأفراد بصفة دائمة معرفتهم أو نشاطهم في خدمة هدف غير تحقيق الربح، أو بأنها تشكيلات اجتماعية فاعلة ومنظمة تسعى على أسس تطوعية غير ربحية لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد أساليب الحكم الرشيد ضمن أطر قانونية تضمن شفافية وحرية التشكيل"[1].

يمكن الأفراد من طرح قضاياهم وانشغالاتهم، فهي تلعب دور الوسيط الذي يملأ المجال العام بين الأفراد ومؤسسات السلطة العامة.

والملاحظ أن التعريف الذي أورده المشرع الجزائري في قانون الجمعيات جاء عاما يتناسب مع أي جمعية سواء حاولت جاءت لحماية المستهلك أو غيرها.

في حين أن التعريف الذي أورده المشرع في قانون حماية المستهلك يتحدث عن أهداف جمعية حماية المستهلك، فكان عليه الفصل بين أهداف الجمعية وبين تعدادها[2].

ج- تأسيس جمعيات حماية المستهلك

اعترف المشرع الجزائري بدور جمعيات حماية المستهلك ودورها البارز في حماية المستهلك وإرادته وتحفيزها على القيام بإجراءات اللازمة للمطالبة بحقوقها بكل ثقة وقوة حيث بموجب أحكام الفصل السابع من الباب الثاني، من حيث تنظيمها وإنشائها وسيرها بموجب قانون **12-06** المتعلق بالجمعيات.

1- الشروط الموضوعية

اعتبار الجمعية اتفاقية يتمتع أطرافها بحرية التكوين تنشأ بمجرد تلاقي إرادة مؤسسيها وقبولهم لبنود العقد المنشأ لها.

---

[1] معوش رضا، المرجع السابق، ص 89.

[2] رواحنة زليخة، قلات سمية، المرجع السابق، ص ص 258، 259.

ويشترط القانون شرطا موضوعيا يتعلق بغرض الجمعية الذي ينبغي أن يطابق تسميتها، وفي حالة جمعيات حماية المستهلك فإن هدفها يجب أن يكون متعلق بمصالح المستهلك ودفاعا عن حقوقهم الجوهرية، كالإعلام المسبق، وشفافية العمليات التجارية.

والشرط الموضوعي الثاني يقتضي إبعاد الجمعيات عن العمل التجاري مما يجعلها لا تهدف إلى تحقيق الربح[1].

يشترط قانون الجمعيات مجموعة من الشروط ترتبط مباشرة بالأشخاص وهذا ما جاءت به المادتين **04** و**05** من القانون رقم **12-06** وهي شروط عامة، غير أن شرط ممثلي جمعيات حماية المستهلك أن يكونوا مؤهلين ويقصد هنا بأهلية التقاضي والتماثل الجيد وتحمل كافة المسؤولية والسهر على توعية وتحسيس، وأن يكون يملك من الخبرة والمعرفة الفنية اللازمة لتمثيل الجيد للمستهلك وأن يكون جدير بأن يكون عضو داخل الجمعية.

2- الشروط الشكلية

تبدأ شروط الشكلية بعقد جمعية عامة تأسيسية تثبت بموجب محضر اجتماع ثم تخضع لإجراء تصريح تأسيسي وإلى تسليم وصل تسجيل يودع لدى المجلس الشعبي البلدي للجمعيات البلدية، ولدى الولاية للجمعيات الولائية، ولدى وزارة الداخلية فيما يخص الجمعيات الوطنية او ما بين الولايات، وهذا مقابل وصل إيداع، كما للإدارة مهملة **30** يوم بالنسبة للبلدية و**40** يوم بالنسبة للولاية و**45** يوما بالنسبة للوزارة و**60** يوما بالنسبة للجمعيات الوطنية، ويمكن رفض وصل التسجيل بقرار معلل وللجمعية أجل **3** أشهر للطعن أمام المحكمة الإدارية.

إذا بتوفر الشروط الموضوعية واحترام الشروط الشكلية تنشأ الجمعية، وهذا وفقا لمبدأ حرية إنشاء الجمعيات الذي كفله الدستور، وبهذا تكتسب الجمعية الشخصية المعنوية التي تؤهلها لاكتساب الحقوق وعمل الالتزامات وكذا التمثيل أمام الجهات القضائية[2]، فالجمعية تمثل إرادة الحرة للمستهلك وباكتسابها للشخصية المعنوية تتساوى مع قوة الفنية وخبرة العون الاقتصادي والمنتج والمؤسسات وشركات وبهذا يتحقق نوع من التوازن العقدي، خاصة في مجال القضاء ورفع الدعوى أمامه.

---

[1] عيساوي علي، **الضبط الاقتصادي وحماية المستهلك**، رسالة ماجستير قانون اقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، السنة الجامعية: 2014-2015، ص 96.

[2] نفس المرجع والصفحة.

هـ- أهداف جمعية حماية المستهلك

تملك جمعية حماية المستهلك أهمية كبيرة، فهي عبارة عن حلقة وصل تتكامل مع باقي الأطراف وعلى أعلى مستويات الحماية، وتمثل إرادة المستهلك وكذلك أهدافها هي توعية المستهلكين وتحسيسهم، وكذلك الدفاع عن حقوقهم ومصالحهم، وكذلك تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختلفة.

1- توعية المستهلكين وتحسيسهم

كانت وسائل الإعلام التقليدية من تلفزة وإذاعة وإشهار وكذلك المحاضرات والملحقات والمطبوعات وحملات التوعية هي المتكفلة بدور التحسيس والإعلام، وبعد ظهور الجمعيات المنشغلة بقضايا الاستهلاك والمستهلك أصبح دورها فعال وذلك لاحتكاكها المباشر بالمستهلكين الذين يتواصلون ويعبرون فيها عن مشاكلهم وانشغالاتهم.

تقوم جمعيات حماية المستهلك بطبع الدوريات أو مجلات متخصصة من أجل إعطاء كافة المستهلكين كافة المعلومات والبيانات الضرورية عن خصائص المنتوجات المعروضة وعن الممارسات التجارية في السوق[1].

وتعد هذه الوسائل التي تستخدم في التوعية وتحسيس المستهلك وسائل تهدف إلى تغيير قناعة المستهلك، وبذلك تتغير إرادته نحو منتوج معين إما بالسلبة أو الإيجاب بحسب ما تراه الجمعية مناسب له، فهي تنير إرادة المستهلك على القيام بالقرار المناسب في إبرام العقد الاستهلاكي في اقتناء منتوج معين، وعلى الجمعيات تحقيق وسعي إلى هذه الحماية المنشودة.

وهذا ما أكدته المادة **21** من قانون **09-03** على الدور المهم الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك، وذلك في نصها صراحة على أن "...**تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله**".

حيث تقوم الجمعية بالقيام بجمع ونشر المعلومات والتحاليل والمقارنات المتعلقة بالسلعة وكيفيات استعمالها، كذلك القيام بحملات توعية وإرشاد المستهلكين عن طريق إصدار مجلات ومنشورات ومطبوعات لإعلام المستهلكين عن خصائص السلع المطروحة

[1] رواحنة زليخة، قلات سمية، المرجع السابق، ص 259.

في الأسواق[1].

2- الدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم

إن الغرض القانون لجمعيات حماية المستهلك بالإضافة إلى تحسيس والإعلام، كذلك الدفاع عن مصالح المستهلكين، ولعل تنظيم المستهلك نفسه في جماعات، هذه الجماعات تأخذ على عاتقها مهمة الدفاع عن نفسها، هذا يوضح رفضه العلاقة المتفاوتة التي تربط بينه وبين العون الاقتصادي واستغلاله والضغط عليه بكل الوسائل الفنية والخبرات المتوفرة لديه.

حيث تقوم هذه الجمعيات بالقيام بالضغط، وذلك بإبداء رأيها داخل المؤسسات الرسمية الممثلة فيها بغية خدمة مصالح المستهلكين، وكذلك تقوم بتنبيه السلطات العمومية المختصة عند وجود منتج خطير لكي تقوم بسحبه من السوق.

في هذا الصدد منح قانون الممارسات التجارية بموجب المادة 65 منه لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع الدعاوي أمام القضاء ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكامه حيث نصت "**دون المساس بأحكام المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية، يمكن جمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشأت طبقا للقانون، وكذلك كل شخص طبيعي أو معنوي في مصلحة القيام برفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي قام بمخالفة أحكام هذا القانون.**

كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوي للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم".

ويعد هذا المنح الذي أعطاه المشرع لجمعيات حماية المستهلك منح لها دور وحق رفع الدعوى القضائية، فيمنحها هذا فاعلية أداء ودورها الدفاعي.

ومن ناحية فقد جاءت المادة **17** من قانون الجمعيات **06-12** حيث تعتبر أنه من آثار اكتساب الشخصية المعنوية، هو حق الجمعيات في رفع الدعاوى لدفاع عن المصلحة الجماعية أو الفردية حيث نصت على أنه "**تكتسب الجمعية المعتمدة الشخصية المعنوية والأهلية المدنية بمجرد تأسيسها وتمكنها حينئذ القيام بما يلي:**

- التصرف لدى الغير والإدارات العمومية،

[1] عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 39.

- التقاضي والقيام بكل الإجراءات أمام الجهات القضائية المختصة بسبب وقائع لها علاقة بهدف الجمعية ألحقت ضررا بمصالح الجمعية أو المصالح الفردية أو الجماعية لأعضائها،
- إبرام العقود أو الاتفاقيات أو الاتفاقات التي لها علاقة مع هدفها،
- اقتناء الأملاك المنقولة أو العقارية مجانا أو بمقابل لممارسة أنشطتها كما ينص عليها القانون الأساسي،
- الحصول على الهبات والوصايا طبقا للتشريع المعمول به".

وكذلك جاء القانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وفي المادة **23** منه على حق الجمعيات في تأسيس كظرف مدني عندما يتعرض المستهلكون لأضرار حيث أقرت المادة على أنه "**عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل، وذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين من تأسيس كطرف مدني**".

كما نلاحظ أن المشرع لم يحدد في قانون الممارسات التجارية نوع الدعاوي التي يحق لجمعيات حماية المستهلك أن ترفعها وعليه فقد فتح المجال أمامها في رفع أي دعوى بما فيها تلك التي تتعلق بالنظام والدعوى المرفوعة مسبقا من طرف المستهلك، وكذلك انه اقتصر على دورها في رفع الدعوى من أجل الحصول على التعويض المادة فقط، ومهملا دورها التوعوي والتحسيس.

3- تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختلفة

كذلك من أهداف التي تسعى لها جمعية حماية المستهلك تمثيل المستهلكين لدى الهيئات المختلفة والتي نص القانون على أحقيتها بذلك[1]، كالمجلس الوطني لحماية المستهلك الذي دوره إبداء الرأي واقتراح التدابير التي تطور وترقي سياسات حماية المستهلك[2].

ويعد تمثيل المستهلكين وسيلة من وسائل تجسد وتعبر عن إرادة ومشاركة المستهلك في صناعة القرار المتعلق بمنظومة حمايته[3]ن وعليه يفترض من الجمعيات المعنية أن تؤدي واجباتها في السهر على خدمة المستهلك وتمثيله فهي تمثل الإرادة الجماعية للمستهلكين.

---

[1] رواحنة زليخة، قلات سمية، المرجع السابق، ص 261

[2] أنظر المادة 24 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المصدر السابق.

[3] رواحنة زليخة، قلات سمية، المرجع السابق، ص 261.

ثانيا: الوسائل الغير قضائية لحماية المستهلك

كثير ما تكون الدعوى القضائية غير فعالة، وذلك لتكاليفها وبطئ إجراءاتها، مع أن الجمعية لا تملك المال الكافي لمباشرة جميع الدعاوى المتعلقة بالمستهلك، لهذا تسلك طرق ووسائل أخرى للدفاع عنه.

هذا ما جعل جمعيات حماية المستهلك تستخدم وسائل غير قضائية عبارة عن إجراءات تتخذها للضغط على الأعوان الاقتصاديين، لكي يمتنعوا عن الممارسات التجارية غير المشروعة وهذه الإجراءات هي الدعاية المضادة المقاطعة، والامتناع عن الدفع.

1- الدعاية المضادة

يقصد بها قيام جمعيات حماية المستهلك بنشر وتوزيع انتقادات عن المنتجات أو الخدمات المعروضة بالسوق، مكتوبة في الصحف أو المجلات والمسموعة عن طريق الإذاعة ومرئية عن طريق التلفزيون[1].

وتجسد هذه الدعاية الدور الوقائي للجمعيات في مجال حماية المستهلك، وهذا الإعلام من طرف جمعيات حماية المستهلك يعد النقيض لدعاية التي يقوم بها الأعوان الاقتصاديون لمنتجاتهم وذلك على اعتبار أن دعاية الأعوان الاقتصاديين تكون بهدف ترويج السلع، في حين أن الدعاية جمعيات حماية المستهلك تظهر عيوب المنتجات إن كانت موجودة.

غير أنه تترتب عن الدعاية مسؤولية الجمعية تجاه الأعوان الاقتصاديين، خاصة عند خطئها في تقدير الخبرة، مما يرتب مسؤوليتها في إحداث أضرار بأصحاب المنتجات والمنتجات المنتقدة.

وعليه تقوم مسؤولية الجمعية نتيجة الأضرار التي قد تلحق الأعوان الاقتصاديين، لتخوف المستهلكين من تلك المنتجات وامتناعهم عن اقتنائها مما يرتب كسادها، فيتضرر بذلك صاحبها.

2- المقاطعة

وتعرف كذلك بالامتناع عن الشراء والمقاطعة تعليمة موجهة للمستهلكين لأجل حثهم على مقاطعة شراء منتج أو مجموعة منتجات لشركة ما أو استعمال خدمة لشركة معينة.

---

[1] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 511.

وعليه فالمقاطعة تتعدى كونها مجرد تزويد المستهلك بمعلومات وتأخذ شكل طلب أو أمر صادر عن الجهة للمستهلكين بالامتناع وعدم اقتناء منتج ضار بسلامتهم وصحتهم[1].

رغم أن المشرع الجزائري لم ينص صراحة على منع هذا الإجراء ولم ينص على إباحته، وبما أن الأصل في الأشياء الإباحة فإن المقاطعة تعتبر إجراءً مشروعا، بما أنه لا يوجد نص يمنع المقاطعة الجماعية للمستهلكين لمنتج معين، فهي بالأساس تعبر عن إرادة حرة للمستهلك أما المشرع منع بقوة القانون رفض البيع الصادر عن العون الاقتصادي، وليس رفض الشراء الصادر عن المستهلك[2].

3- الامتناع عن الدفع

يستعمل هذا الأسلوب عند وجود عدة مستهلكين مدينين بمبالغ كبيرة ذات طبيعة واحدة قبل دائن واحد، كما هو الحال بالنسبة للمتعاقدين مع شركات الهاتف والكهرباء، فتطلب الجمعية من المستهلكين الامتناع عن دفع ثمن السلعة أو الخدمة التي حصلوا عليها، فإذا أرادت الجمعية الضغط على الدائن لتخفيض دينه، فإنها تدعوا عموم المستهلكين إلى عدم دفع المبالغ المطلوبة حتى يلبي الدائن مطالبهم[3].

ونظرا لخطورة هذه الأساليب فإنه ينبغي على الجمعيات استخدامها بطريقة سليمة وعقلانية وكأداة تهديد فقط، دون أن تكون وسيلة تدمير الاقتصاد والمؤسسات، فهي تعبر عن الإرادة الجماعية للمستهلكين وكذلك يعد تمتعها بالشخصية المعنوية يجعل لها وزن كطرف مقابل للأعوان الاقتصاديين والمؤسسات الاقتصادية ومحاربة تكتلاتهم ضد مصلحة المستهلك، ولعل الواقع اليوم يترجم ذلك وعن طريق مقاطعة تمت من خلال تبني فكرة فرد واحد لحملة "خليها تصدى" والتي تترجم سخط المستهلك للغلاء الفاحش للسيارات محلية الصنع قد لا ترقى حتى للجودة العالمية ومعايير السلامة، حيث تبنتها كافة الجهات المعنية ومنها جمعيات حماية المستهلك عن طريق توفير كل وسائل المقاطعة والدعاية المتاحة، والتي جاءت بثمارها بعض الشيء فقد شهدت انخفاضات عجيبة للأسعار التي أجبرت الشركات عليها بنسبة تخفيض

---

[1] أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص 513.

[2] رواحنة زليخة، قلات سمية، المرجع السابق، ص 262.

[3] حنان هواري، **حملة الجزائريين "خليها تصدى" تزعزع السوق**، مدونات الجزيرة: blogs.aljazeera.net، الصادر في 08-04-2018.

تعادل **40%**من السعر الأول، حيث تعد هذه الحملة لها صدى قوي وعالمي، يعبر عن سخط الشعب عندما يرى أن إرادته تستغل وحقه يهدر وكرامته داخل التلاعب من قبل أعوان اقتصاديين لا يرون إلا مصالحهم الشخصية، هذه الحملة التي أثبتت من خلالها المستهلك أنه واعي وبإرادته يستطيع تغييره مصيره وتجنيد قوته سواء الفردية أو الجماعية مثل جمعيات حماية المستهلك ضد التلاعب والاستغلال.

خلاصة الفصل

في نهاية هذا الفصل نستخلص في مجمل كل ما تناولناه أن المشرع الجزائري من خلال قانون الممارسات التجارية **04-02** قد أحاط وسائل حماية إرادة المستهلك المتاحة، وذلك بإبراز مسؤولية العون الاقتصادي وضبطها من خلال مسؤوليته الجزائية، التي تقوم وفق إبراز هيئات التحقيق والمعاينة، التي تقوم بها هيئات التحقيق المعينة، تماشيا مع إجراءات المعمول بها، ثم بعد ذلك تطبيق عقوبات الجزائية والإدارية التي تكون نتيجة لإخلال العون الاقتصادي بالمسؤولية الجزائية المفروضة عليه، وهذا وفق ما تضمنه قانون الممارسات التجارية، لأنها تختلف عن باقي القوانين الأخرى خاصة تلك المتعلقة بحماية المستهلك بعد أن كانت الممارسات تجارية ضمن قانون المنافسة **95-06** الملغى.

أما فيما يتعلق بالمسؤولية المدنية للعون الاقتصادي من خلال إبراز مسؤوليته الدينية قبل التعاقد وبعده والتي تحدد طبيعة المسؤولية ونظرا لأن المشرع أغفل قيام المسؤولية في قانون الممارسات التجارية ومكتفيا بالإشارة والإحالة إلى القواعد العامة ولعله هذا ما يعيب هذا القانون، حاولنا الإحاطة بكافة جوانب مسؤولية العون الاقتصادي وضبطها بما يتوافق مع الممارسات التجارية والقانون ككل وحماية المستهلك كطرف مهم في الدراسة، لأنه كلما ضبطت وقامت مسؤولية العون الاقتصادي تقوم حماية المستهلك وتضمن حقوقه، أما فيما يتعلق بالتعويض، فهو كتحصيل لإخلال العون الاقتصادي بمسؤوليته اتجاه المستهلك، وفي خاتمها أقر المشرع بدور جمعيات حماية المستهلك ودورها في تمثيل المستهلك وتعبير عن إرادته وتمثيله في القضاء بصفتها شخص معنوي، فهي تعبر عن إرادة الجماعية للمستهلكين وكذلك دون إغفال دورها التوعوي والتحسيسي والقيام بوسائل الضغط الممكنة للتأثير على الرأي العام والجهات المعنية والمختصة.

وبهذا تعد حماية إرادة المستهلك من خلال إبراز وضبط المسؤولية الجزائية والمسؤولية المدنية للعون الاقتصادي، كذلك ضمان التعويضات والحق في التمثيل ورفع الدعاوي القضائية وإنشاء الجمعيات تعتبر وسائل ضامنة أقرها المشرع الجزائري رغم نقص الإلمام والإحاطة بها في قانون الممارسات التجارية، وذلك بغية التصدي لجشع الأعوان الاقتصاديين وتوفير الحماية اللازمة للمستهلك.

الخاتمة

الخاتمة

وختاما لدراستنا يمكن القول أن الحماية التي حظي بها المستهلك في إطار قانون 04-02 ضمن حماية إرادته في الممارسات التجارية، فقد وفق إلى حد بعيد في تقوية المركز التعاقدي للمستهلك، على نحو يضمن لعلاقته التعاقدية مع العون الاقتصادي قدرا معقولا من التوازن يكون كفيلا برعاية مصالح وحقوق المستهلك وحماية إرادته واختياراته، مما يوضح أن هذا القانون يعد خطة مهمة في مجال حماية المستهلك في الجزائر لكنها لن تكون الأخيرة أما مستجدات متسارعة خاصة في الميدان الاقتصادي والمعاملات التجارية.

حيث قام المشرع الجزائري من خلال هذا القانون بضبط كل الممارسات التجارية التي تربط العون الاقتصادي والمستهلك، سواء تعلق الأمر بشفافية الممارسات والأسعار والبيانات وأيضا الممارسات غير المشروعة وغير النزيهة والممارسات التدليسية، وكذلك حق المستهلك في الفوترة وإلزام العون الاقتصادي بها وإبراز مدى أهميتها في العلاقة، إضافة إلى ضبط الممارسات التجارية التعسفية، وإبراز البنود التعسفية وكذلك دور لجنة البنود التعسفية في ضبط العلاقة ومراقبة المعاملات بين الأطراف؛ كل هذا الضبط من أجل تحقيق التوازن العقدي وكذا حماية إرادة المستهلك، حيث كان المشرع الجزائري يدور بين حظر ممارسة تجارية وبضبط أخرى يلزم ممارسة أخرى.

إلا أن الحماية التي حظي بها المستهلك في قانون الممارسات التجارية 04-02 لم تتم إلا بالتضحية ببعض المبادئ التي تقوم بها النظرية العامة للعقد وفي مقدمتها مبدأ سلطان الإرادة، والذي ترجع أمام فرض المشرع لسلطانه على معظم جوانب العلاقة التي تربط العون الاقتصادي بالمستهلك حيث صارت إرادة المشرع تطفو على إرادة الطرفين في تكوين العقد وتحديد مضمونه، ورغم ميلها لإرادة المستهلك.

❖ النتائج

من خلال دراستنا التي قمنا بها طيلة مراحل البحث توصلنا إلى النتائج التالية:

1- أن قانون الممارسات التجارية يكتسيه طابع خاص في السابق كان ضمن قانون المنافسة 95-06 وانفصل عنه نظرا لأهمية الممارسات التجارية في الحياة الاستهلاكية وطبيعة الخاصة لأطراف العلاقة التعاقدية.

2- تضمينه لكل الممارسات التجارية وإلزامه لبعضها وذلك ضبط أكثر للعلاقة التعاقدية وتحقيق التوازن بين أطرافها.

3- المادة 14 تضمن اكتساب صفة التاجر حيث تخص أحكام القانون التجاري ومن يقصده بعبارة (يمنع على أي شخص...).

4- عدم وجود تفعيل وتجسيد فعلي لأحكام هذا القانون وآلية تنظيمية رادعة على أرض الواقع.

5- إهمال أو تقصير المشرع للحماية المدنية للمستهلك واكتفائه بالرجوع للقواعد العامة رغم أن سلطان الإرادة وطبيعة العلاقة لا تتمشى مع النظرية العامة وقواعدها.

6- يلاحظ أيضا قصور هذا القانون من ناحية الردع والتجسيد في محاربة مظاهر تجاوزات الأعوان الاقتصاديين وعدم إعطاء أهمية لدور الجمعيات كباقي القوانين.

7- أن جمعيات حماية المستهلك لم تقم بدورها الفعال في التوعية والتحسين ولا حتى في الدفاع عن مصالح المستهلكين.

❖ **الاقتراحات**

1- ضرورة إعادة النظر ومراجعة القانون 04-02 نظرا لعجزه في الردع على أرض الواقع، وذلك ليتماشى ومستجدات تغيرات الاقتصادية وتنوع المنافسة نظرا لظهور معاملات جديدة وممارسات أخرى.

2- إعادة النظر في أحكام المسؤولية المدنية وتنظيمها وفق تنظيم خاصة نظرا لأهميتها في حماية إرادة المستهلك وأحقيته بالتعويض، وعليها أن تتماشى مع مرونة وسرعة الإجراء لتجنب الإحالة إلى القواعد العامة وصعوبة التكيف القانوني.

3- استحداث لجنة خاصة بالممارسات التجارية كما هو الحال في التشريع الفرنسي.

4- ضرورة إدراك المستهلك للحماية المدنية التي تكفلها أحكام هذا القانون حتى لا يفوته هذا الجانب، بالأخص أن هذه الحماية يتوقف إعمالها على إرادة المستهلك بخلاف الحماية الجزائية التي تتولى الدولة متابعتها.

5- إعداد وتكوين أعوان مختصين ذوي كفاءة فنية للسهر على تطبيق أحكام هذا القانون من حيث التحقيق والمعاينة وكذلك يكونوا في لجنة البنود التعسفية أو حتى اللجنة الخاصة بالممارسات التجارية.

6- العمل على مراجعة القانون لكي يتماشى والتطور والتغير المتسارع في النشاط الاقتصادي وظهور ممارسات تجارية جديدة، وهذا ما حصل في الواقع اليوم من تجاوزات للأعوان الاقتصاديين مثل وكلاء بيع السيارات المركبة في الجزائر بأثمان فاحشة على منتوج لا يرقى حتى إلى معايير السلامة والجودة.

7- إعادة بث وتفعيل دور الجمعيات في التوعية والتحسين المستهلك وتمثيل إرادة المستهلك أمام المؤسسات العمومية وأمام القضاء وأمام الأعوان الاقتصاديين مع إعطاء لها وزن لقراراتها احتياجاتها أمام الهيئات المعينة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

I- المصادر

أولا: المعاجم والقواميس

- ابن منظور الإفريقي، **لسان العرب، مادة علم**، المجلد التاسع، الطبعة الرابعة، دار صادر للطباعة والنشر، لبنان، 2005.

ثانيا: المصادر القانونية

❖ **النصوص القانونية**

1- المرسوم التنفيذي رقم 94-210 المؤرخ في 16-07-1994 المتعلق بإنشاء مفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش في وزارة التجارة ويحدد اختصاصها، الجريدة الرسمية العدد 47، الصادرة في 20-07-1994.

2- القانون رقم 05-06 المتعلق بالمنافسة، المؤرخ في 25 يناير 1995، الجريدة الرسمية، العدد 09.

3- قانون رقم 95-06 المؤرخ في 25-01-1995، يتعلق بالمنافسة ، ج ر، عدد 9، الصادر في 22-02-1995.

4- المرسوم التنفيذي رقم 95-305، المؤرخ في 07-01-1995 المحدد لكيفيات تحرير الفاتورة، الجريدة الرسمية، العدد 58، الصادرة في 08-10-1995.

5- القانون رقم 99-01 المؤرخ في 06-01-1999، المحدد للقواعد المتعلقة بالفندقة، الجريدة الرسمية، العدد 02، الصادرة في 10-01-1999.

6- المرسوم التنفيذي رقم 03-409 المؤرخ في 05-11-2003 يحدد المصالح الخارجية في وزارة التجارية، الجريدة الرسمية عدد 68.

7- قانون 04 – 02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المؤرخ في 23-06-2004، الجريدة الرسمية عدد 04، 2004.

8- المرسوم التنفيذي رقم 05-472، المتعلق بإجراءات جرد المواد المحجوزة، المؤرخ في 13-12-2005، الجريدة الرسمية عدد 81، الصادرة في 14 ديسمبر 2005.

9- المرسوم التنفيذي رقم 05-468، المؤرخ في 10-12-2005، يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية و كيفيات ذلك، ج ر، عدد 80، صادرة في 11-12-2005.

10- القانون رقم 06-23 المؤرخ في 20-12-2006، الجريدة الرسمية عدد 84.

11- الأمر رقم 75-58 المتضمن التقنين المدني، المعدل والمتمم بالقانون رقم 07-05 المؤرخ في 13 ماي 2007، الجريدة الرسمية عدد 13، الصادرة في 13 ماي 2007.

12- المرسوم التنفيذي رقم 08-266 المؤرخ في 19-08-2008 المتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة التجارة يعدل ويتمم المرسوم التنفيذي رقم 02-254 المؤرخ في 21-12-2002، الجريدة الرسمية عدد 48، الصادرة في 24-08-2008.

13- المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والبنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية، العدد 55، الصادرة بتاريخ 11 سبتمبر 2006، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 03 فيفري، الجريدة الرسمية، العدد 07، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2008.

14- المرسوم رقم 09-65 المحدد لكيفيات المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، صادر بتاريخ 7 فيفري 2009، الجريدة الرسمية، العدد 10، الصادرة بتاريخ 10 فيفري 2009.

15- القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15-06-2010 المعدل والمتمم للقانون رقم 04-02 المؤرخ في 23-02-2004، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 46، الصادرة في 18-06-2010.

16- القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12 يناير 2012 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 33، الصادرة في 15 يناير 2012.

17- المرسوم التنفيذي رقم 13 – 378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، المتعلق بشروط وكيفيات إعلام المستهلك، 18-11-2013، عدد 58.

18- القانون رقم 66-155 المؤرخ في 18 صفر عام 1386هـ الموافق لـ 08 يونيو سنة 1966م، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 48، المؤرخة في 29 يونيو 2015.

19- القانون رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1995، المتعلق بالقانون التجاري المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015، الجريدة الرسمية، المؤرخة في 30-12-2015.

20- الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري، الجريدة الرسمية، العدد 49، الصادرة بتاريخ 11 جوان 1966.

❖ **الأجنبية**

1- القانون رقم 78-23 المتعلق بالاستهلاك الفرنسي، الصادر في 10-01-1978.

2- قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر في 01 ديسمبر 1986.

3- القانون رقم 58-37 المؤرخ سنة 1937 المعدل بموجب القانون رقم 95-03 المتعلق بقانون العقوبات المصري، الصادر لسنة 2003.

❖ **الأحكام القضائية**

Cass. Crim 16/11/1986 B4II Crim 1986 No 346 Gazette du Palais 1987.

II- المراجع

أولا: الكتب

1- أحمد محمد محمود علي خلف، **الحماية الجنائية للمستهلك**، دار الجامعة الجديدة، دون بلد نشر، 2005.

2- جابر محمد ظاهر مشاقبة، **الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية "دراسة مقارنة"**، دار وائل للنشر، عمان، 2012.

3- جليل أحمد حسن قدارة، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، الجزء الرابع، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.

4- حسين منصور، **نظرية القانون**، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية، 2006.

5- حمدي أحمد سعد، **الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للمبيع**، المكتب الفني للإصدارات القانونية، دون بلد نشر، 1999.

6- خليل أحمد حسن قدادة، **الوجيز في شرح القانون المدني الجزائري**، الجزء الأول، **مصادر الالتزام**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1994.

7- سمير جميل الفتلاوي، **الملكية الصناعية وفق القوانين الجزائرية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة نشر.

8- سه نكه ر علي رسول، **حماية المستهلك وأحكامه: دراسة مقارنة**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2016.

9- عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، العقود التي تقع على الملكية: البيع والمقايضة**، المجلد الرابع، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2000.

10- عبد المنعم موسى إبراهيم، **حماية المستهلك** "**دراسة مقارنة**"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.

11- العربي بلحاج، **النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري**، الجزء الأول، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

12- علي علي سليمان، **دراسات في المسؤولية المدنية في القانون الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

13- فؤاد محمد معوض، **دور القاضي في تعديل العقد**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.

14- محمد سلمان الغريب، **الاحتكار والمنافسة غير المشروعة**، الطبعة الأولى، معهد البحوث والدراسات العربية، دار النهضة، القاهرة، 2004.

15- محمد صبري السعدي، **الواضح في شرح القانون المدني، النظرية العامة للالتزامات: مصادر الالتزام، دراسة مقارنة**، دار الهدى، عين مليلة، 2011.

16- ــــــــــــــــ، **شرح القانون المدني الجزائري** "**النظرية العامة للالتزام – العقد إرادة منفردة**"، الجزء الأول، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، دون سنة نشر.

17- محمد عبد الرحيم الديب، **الحماية المدنية للمستهلك: دراسة مقارنة**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011.

18- محمود محمد عبد العزيز الزويني، **جرائم التسعير الجبري، المبادئ الشرعية والقانونية وآراء الفقهاء والمحاكم ومعيار العقوبة في كل من الشريعة الإسلامية والقانون الوضعي**، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2004.

19- موفق حماد عبده، **الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية "دراسة مقارنة"**، منشورات زين الحقوقية، دون بلد نشر، 2011.

20- همام محمد محمود زهران، **الوجيز في إثبات المواد المدنية والتجارية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2002.

ثانيا: المجلات

1- أحمد رباحي، "**أثر التفوق الاقتصادي للمحترف في فرض الشروط التعسفية في القانون الجزائري والقانون المقارن**"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الخامس، جامعة الشلف، دون سنة نشر.

2- آمال بن بريح، "**حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 04-02 والقانون 10-06 المعدل له**"، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، كلية الحوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، العدد 08.

3- بشير سليم، بوزيد سليمة، "**الالتزام بالإعلام وطرق تنفيذه وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03**"، مجلة الحقوق والحريات، كلية حقوق وعلوم سياسية، العدد 27، جامعة محمد خيضر بسكرة، أفريل 2017.

4- حسينة شرون، حملاوي نجاة، "**حماية المستهلك من شروط تعسفية في ظل أحكام قانون 04-02 بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية**"، مجلة الحقوق والحريات في مخبر الاجتهاد القضائي، العدد 04.، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 04 أفريل 2017.

5- رواحنة زليخة، قلات سمية، "**دور الجمعيات في حماية المستهلك**"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017.

6- عبير مزغيش، محمد عدنان بن ضيف، "**الضوابط الحمائية العضوية لاختلال التوازن العقدي في عقود الاستهلاك التعسفية**"، مجلة الحقوق والحريات في مخبر الاجتهاد القضائي، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 04 أفريل 2017.

7- علاوة هوام، سارة عزوز، "**الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات الغير نزيهة**"، مجلة الحقوق والحريات والأنظمة المقارنة، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017.

8- كحول وليد، "**جريمة تقليد العلامة في التشريع الجزائري**"، مجلة الفكر، جامعة محمد خيضر، دون سنة نشر.

9- ــــــــــ، زواوي كاهنة، "**حماية المستهلك في العلامات**"، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أفريل 2017.

ثالثا: الملتقيات والمؤتمرات

- صبايحي ربيعة، "**تطور القضاء في حماية المستهلك من الشروط التعسفية**"، الملتقى الدولي حول التحول في فكرة النظام العام إلى الأنظمة العامة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية08 ماي 2014.

رابعا: الرسائل والمذكرات

❖ **أطروحات الدكتوراه**

1- بدرة لعور، **آليات مكافحات جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري**، أطروحة الدكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، بسكرة، السنة الجامعية: 2013-2014.

2- عادل عميرات، **المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي "دراسة في قانون جزائري"**، أطروحة دكتوراه، قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، السنة الجامعية: 2015-2016.

❖ **رسائل الماجستير**

1- إبراهيمي هنية، **الحماية المدنية للمستهلك في ظل قانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية**، رسالة ماجستير في القانون العام، فرع التنظيم الاقتصادي، السنة الجامعية: 2012-2013.

2- أبو غنجة بن عباد، **العلامات التجارية بين إحتكار الشركات الكبرى وحماية المستهلك**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية: 2012-2013.

3- أرزقي زوبير، **حماية المستهلك في ظل منافسة الحرة**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، سنة 2011.

4- بن قري سفيان، **ضبط الممارسات التجارية على ضوء القانون رقم 04-02**، رسالة ماجستير، فرع القانون العام، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، تاريخ المناقشة: 2008-2009.

5- بن يطو آمال، **حماية المستهلك من الاحتكار في الشريعة الإسلامية والقانون**، رسالة ماجستير في العوم القانونية، تخصص قانون العمال، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية: 2009-2010.

6- جرعوت اليقوت، **عقد البيع وحماية المستهلك في تشريع الجزائري**، رسالة ماجستير، كلية بن عكنون، الجزائر، السنة الجامعية: 2001 – 2002.

7- شلبي نبيل، **التزامات المهني اتجاه المستهلك**، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية: 2007-2008.

8- عجابي عماد، **دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك**، رسالة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، السنة الجامعية: 2008-2009.

9- علال سميحة، **جرائم البيع في قانون المنافسة والممارسات التجارية**، رسالة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة، السنة الجامعية: 2004-2005.

10- عياض محمد عماد الدين، **حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية 04 – 02**، رسالة ماجستير، كلية حقوق وعلوم اقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية: 2006.

11- عيساوي علي، **الضبط الاقتصادي وحماية المستهلك**، رسالة ماجستير قانون اقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابن خلدون، تيارت، السنة الجامعية: 2014-2015.

12- قندوزي خديجة، **حماية المستهلك من الاستثمارات التجارية**، رسالة ماجستير، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، السنة الجامعية: 2001.

13- قنطرة سارة، **المسؤولية المدنية للمنتج وأثرها في حماية المستهلك**، رسالة ماجستير قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف، السنة الجامعية: 2016-2017.

14- معوش رضا، **حماية المستهلك من شروط التعسفية**، رسالة ماجستير، تخصص فرع العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ميلود معمري، تيزي وزو، السنة الجامعية: 2014-2015.

15- ملال نوال، **جريمة الإشهار الخادع في القانون الجزائري والخاص**، رسالة ماجستير قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، السنة الجامعية: 2012-2013.

❖ **مذكرات الماستر**

1- جمعة أمال، آيت ساحل كهينة، **ضوابط ضمان شفافية الممارسات التجارية**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، السنة : 2013-2014.

2- ميري عبد المالك، **التزام المتدخل بالإعلام كآلية لحماية المستهلك على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد شروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك**، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤوليات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة آكلي محند أولحاج، البويرة، السنة الجامعية: 2015.

3- هشماوي وهيبة، **حمودة نجوة، الحماية القانونية للمستهلك من شروط تعسفية**، مذكرة ماستر، تخصص القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، السنة الجامعية: 2012-2013.

خامسا: المواقع الإلكترونية

- حنان هواري، **حملة الجزائريين "خليها تصدى" تزعزع السوق**، مدونات الجزيرة: blogs.aljazeera.net، الصادر في 08-04-2018.

الفهرس

الفهرس

العنوان	الصفحة
الإهداء	
الشكر والعرفان	
مقدمة	أ
الفصل الأول: حماية إرادة المستهلك في التعاقد في ظل أحكام القانون 04-02	06
المبحث الأول: حماية المستهلك قبل التعاقد	07
المطلب الأول: حماية إرادة المستهلك في مجال شفافية الأسعار	07
الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام	08
أولا: التعريف اللغوي للالتزام بالإعلام	08
ثانيا: التعريف الاصطلاحي للالتزام بالإعلام	08
ثالثا: التعريف الفقهي للالتزام بالإعلام	10
الفرع الثاني: الإعلام بالأسعار والبيانات	10
أولا: الإعلام بالأسعار والتعريفات	10
ثانيا: الإعلام بالبيانات	12
ثالثا: خصائص الالتزام بالبيانات (الإخبار)	14
الفرع الثالث: إعلام بشروط البيع وحدود المسؤولية	16
أولا: شروط البيع	16
ثانيا: إعلام المستهلك بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية	18
المطلب الثاني: حماية إرادة المستهلك من الممارسات غير الشرعية والتدليسية	19
الفرع الأول: حماية إرادة المستهلك من الممارسات غير المشروعة	19
أولا: حماية إرادة المستهلك اتجاه رفض البيع وأداء الخدمة	19
ثانيا: حماية إرادة المستهلك من البيع بالمكافأة والبيع المشروط	25
الفرع الثاني: حماية إرادة المستهلك من الممارسات التدليسية	32
أولا: استعمال الوثائق التجارية أو المحاسبية	32

ثانيا: مفهوم الاحتكار	34
المطلب الثالث: حماية المستهلك من الممارسات غير النزيهة	40
الفرع الأول: حظر تقليد العلامة التجارية أو المنتوج	40
أولا: تقليد العلامة	41
ثانيا: أشكال تقليد العلامة	41
ثالثا: الشروط الواجب توفرها في العلامة	42
رابعا: تقليد المنتوج	44
الفرع الثاني: منع الإشهار المضلل أو الكاذب	44
أولا: مفهوم الإشهار المضلل أو الكاذب	44
ثانيا: صور الإشهار التضليلي الكاذب	46
ثالثا: أثر ممارسة الإشهار التضليلي أو الكاذب	47
المبحث الثاني: حماية إرادة المستهلك بعد التعاقد	49
المطلب الأول: وجوب التعامل بالفاتورة	49
الفرع الأول: مفهوم الفاتورة	49
أولا: تعريف الفاتورة ومجال تطبيقها	50
الفرع الثاني: أهمية الفاتورة ومدى الزامية التعامل بها مع المستهلك	52
أولا: أهمية الفاتورة	52
ثانيا: مدى إلزامية التعامل بالفاتورة مع المستهلك	53
المطلب الثاني: منع التعامل بشروط التعسفية مع المستهلك	53
الفرع الأول: مفهوم الشروط التعسفية	54
أولا: تعريف الشرط التعسفي	54
ثانيا: معيار التعسف	57
ثالثا: مجال تطبيقه	57
الفرع الثاني: صور الممارسات التعسفية	57
الفرع الثالث: وسائل الحماية من الشروط التعسفية	62
أولا: الرقابة أثناء إبرام العقد الاستهلاكي	62

ثانيا: الرقابة على تنفيذ إبرام العقد الاستهلالي	63
الفصل الثاني: حماية إرادة المستهلك في ظل أحكام القانون 04-02	68
المبحث الأول: قيام المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي	68
المطلب الأول: التحقيق ومعاينة المخالفات في إطار قانون 04-02	68
الفرع الأول: هيئات التحقيق	68
أولا: ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية	70
ثانيا: المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة	70
الفرع الثاني: إجراءات التحقيق والمعاينة	72
المطلب الثاني: تطبيق العقوبات المقررة في قانون الممارسات التجارية	73
الفرع الأول: العقوبات الجزائية	73
أولا: الغرامة	73
ثانيا: إمكانية تخفيض مبلغ الغرامة عن طريق المصالحة	77
ثالثا: عقوبات خاصة بحالة العود	79
رابعا: إحالة الملف مباشرة إلى القضاء	81
الفرع الثاني: العقوبات الإدارية	82
أولا: الحجز على البضائع والتجهيزات	82
ثانيا: المصادرة	84
ثالثا: الغلق الإداري للمحلات التجارية	85
رابعا: نشر القرار	85
الفرع الثالث: فعالية الجزاءات في حماية المستهلك	86
المبحث الثاني: المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي في إطار القانون 04-02	88
المطلب الأول: المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي قبل التعاقد في القانون 04-02	88
الفرع الأول: جزاء الإخلال العون الاقتصادي بالتزاماته قبل التعاقد	88

أولا: جزاء الاخلال بالالتزام بالإعلام في إطار قانون رقم 04-02	89
ثانيا: جزاء قيام العون الاقتصادي بالإشهار المضلل	90
ثالثا: جزاء الممارسات التجارية غير الشرعية	90
الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية	92
المطلب الثاني: المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي بعد التعاقد في قانون 04-02	93
الفرع الأول: جزاء إخلال العون الاقتصادي بالتزاماته بعد التعاقد	93
أولا: إبطال العقد	94
ثانيا: التعويض	101
الفرع الثاني: طبيعة المسؤولية المدنية للعون الاقتصادي	102
أولا: خصائص المسؤولية المدنية	103
ثانيا: التكييف القانوني للمسؤولية المدنية للعون الاقتصادي	104
المطلب الثالث: التعويض ومستحقه	110
الفرع الأول: مفهوم التعويض	110
أولا: تعريف التعويض	110
ثانيا: الضرر الموجب لتعويضه	111
الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حق وإرادة المستهلك	114
أولا: مفهوم جمعية حماية المستهلك	114
ثانيا: الوسائل غير القضائية لحماية المستهلك	122
الخاتمة	126
قائمة المصادر والمراجع	129
الفهرس	137
ملخص	

ملخص:

يعتبر الاستهلاك وحماية المستهلك من المواضيع التي اهتمت بها التشريعات المختلفة،
ومن بينها المشرع الجزائري في توفير الحماية اللازمة، ونظرا لتوجه الدولة الاقتصادي، حيث اهتمت بقطاع الانتاج وتشجيعه وفتح المجال للخواص، فشهدت تعاملات كثيرة وانتاج غزير للسلع وتقديم الخدمات، وأدى ذلك بالأعوان الاقتصاديين الذي يسعون بكل الطرق المتاحة من أجل الوصول إلى أكبر نسبة تسويق وأرباح بدون مراعاة مصلحة المستهلك.

ومن جهة قامت الدولة بتقديم كل الوسائل والآليات الفعالة لتلبية حاجيات المستهلك
و حمايته، حيث لم يكتفي المشرع بحماية إرادة المستهلك من خلال الشريعة العامة ولا من خلال قانون 89-02 (الملغى بقانون 09-03) بل عززها بقانون 04-02 الذي ضبط قواعد النزاهة وشفافية الممارسات التجارية، وجعل من بين أهدافه صراحة حماية المستهلك.

وقد كرس القانون 04-02 إلزامية بعض الممارسات مثل إلزامية إعلام المستهلك
وإلزامية الفاتورة، ومنع ممارسات أخرى مثل منعه للممارسات غير الشرعية والتدليسية وغير النزيهة ومنع الممارسات التعسفية.

ورغم إحاطة المشرع بهذه الحماية، إلا أنه يزال يشوبها بعض القصور في تأمين تلك
الحماية من خلال عدم كفاية الجزاءات التي تطال الأعوان الاقتصاديين المخالفين.

الكلمات المفتاحية: المستهلك، العون الاقتصادي، حماية إرادة المستهلك، الممارسات التجارية.

Résumé :

La consommation et la protection des consommateurs sont considérées comme des sujets de préoccupation pour différentes législations,

Y compris le législateur algérien de fournir la protection nécessaire, en raison de l'orientation de l'état économique, qui mettait l'accent sur la production et le secteur promotion et ouvrir les propriétés, qui a vu de nombreux échanges et la production de biens abondants et services, des économistes de renom des assistants qui cherchent tous les moyens disponibles afin d'atteindre la plus grande proportion de marketing et de profits sans Intérêt du consommateur

D'une part, l'État a fourni tous les moyens et mécanismes efficaces pour répondre aux besoins des consommateurs

Et la protection, où non seulement la volonté du législateur de protéger le consommateur par le droit public ou par 89-02 Loi (abrogé la loi 09-03), mais renforcée par la loi 04-02, qui fixe les règles d'intégrité et de la transparence des pratiques commerciales, et de faire entre ses objectifs de protection explicite des consommateurs.

La loi 04-02 a consacré certaines pratiques obligatoires telles que la notification obligatoire des consommateurs

Et l'interdiction d'autres pratiques, telles que la prévention des pratiques illégales, discriminatoires et déloyales et la prévention des pratiques arbitraires.

Bien que le législateur soit conscient de cette protection, il a encore quelques lacunes à Protection par des sanctions inadéquates contre les agents économiques corrompus.

Mots-clés: consommateur, aide économique, protection du consommateur, pratiques commerciales.