

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم الحقوق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

مذكرة بعنوان:

آليات حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري

مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي في تخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذ

بركات عماد الدين

إعداد الطالبة

بوناصري إيمان

لجنة المناقشة

رئيسا	الشاذلي بن جديد -الطارف	أستاذ مساعد قسم -أ-	توفيق مدار
مشرفاً ومقرراً	الشاذلي بن جديد -الطارف	أستاذ مساعد قسم -أ-	عماد الدين بركات
ممتحنا	الشاذلي بن جديد -الطارف	أستاذ مساعد قسم -أ-	صبرينة بوشرك

السنة الجامعية: 2019/2018

قائمة المختصرات

الجزء	ج
طبعة	ط
دون تاريخ النشر	د.ت.ن
دون بلد النشر	د.ب.ن
دون دار النشر	د.د.ن
دون طبعة	د.ط
الصفحة	ص
من الصفحة إلى الصفحة	ص. ص
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية	ج.ر.ج.ج
القانون المدني	ق.م
قانون الممارسات التجارية	ق.م.ت
Ouvrage précédemment cité	Op.cit

مقدمة

مقدمة

إن التطور الصناعي والرقمي الذي عرف منذ بداية القرن العشرين أدى إلى التطور الإنتاج وظهر منتجات غير معروفة من قبل في مختلف الميادين، بحيث تحول نمط الاستهلاك من مواد بسيطة وغير كافية لإشباع حاجيات البشرية إلى منتجات أكثر حداثة اقبل عليها الفرد بشكل قوي لتلبية حاجياته من لباس وأكل وشرب وكل ما ينعش متطلباته ويحقق رغباته.

ومع بداية التسعينات قامت الجزائر بتحرير التجارة الخارجية وقامت بإدخال التجار بالجملة في هذا المجال، مما أضفى مرونة عليها في ضل التطور الكبير في هذا المجال، كما أصبحت المنتجات الحديثة تثير فضول المستهلك مما يدفعه إلى الإقبال عليها جاهلاً بمدى تحمله من مخاطر قد تحملها تلك المنتجات

فالمستهلك يمثل مكانة كبيرة في توجيه النشاط الاقتصادي فالمنتج لا يمكنه القيام بعملية الإنتاج إلا إذا كانت هناك دراية بحاجات المستهلكين، لما يلعبه الاستهلاك من دور في الحياة اليومية لا يمكن لأي كان أن يستغنى عنه حيث يؤثر على الحياة الاقتصادية برمتها.

فإذا كان فتح وتوسيع الأسواق نعمة من الناحية الاقتصادية لما توفره من سلع وخدمات وكثرة التعاملات، إلا أنه في بعض الأحيان قد يعد نقمة إذا قصده المستهلك وتضرر لعدم مطابقة البضائع للمواصفات التي هو في حاجة لها من حيث النوعية والجودة، إذ أصبحت الأسواق عرضة لبضائع استهلاكية غير أصلية، فالمستهلك وبدون وعي يقبل على هاته المنتجات وبقوة قصد تلبية حاجياته وفي الأخير وعند وقوعه في الخطر يتفطن لمدى الأضرار التي تلحقها هاته السلع والخدمات، فالعون الاقتصادي قد لا يهيمه صحة وسلامة المستهلك أكثر من الربح فيعتمد على وسائل من شأنها تغطية وتشويش المستهلك بعيداً عن الصدق والنزاهة في المعاملات التجارية.

ورجوعاً إلى الشريعة الإسلامية التي تحدثت بدورها على التحلي بالصدق والأمانة في المعاملات والتي جاء النص عليها في الكتاب العزيز الحكيم في قوله عزوجل ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ﴾¹، وقال أيضا ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴾².

حيث سعى المشرع الجزائري على غرار غيره من التشريعات إلى توفير ترسانة قانونية تكفل حماية المستهلك وحقوقه، أولها القانون 02 / 89³ المتضمن القواعد العامة لحماية المستهلك وكان آخرها القانون 03/09⁴ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

ومن أجل ضمان أكثر لحقوق المستهلكين وضع المشرع قواعد وأجهزة إدارية أسند إليها مهمة الرقابة للمنتوجات المعروضة في السوق، إضافة للجمعيات لما تلعبه من دور في الدفاع والتحسيس وتوعية المستهلكين إلى جانب الهيئات القضائية.

كما يُعد القانون 02/04⁵ المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من بين أهم النصوص المنظمة للسوق، والذي ارتكز في تنظيمه على مبدأي الشفافية والنزاهة، وهما من الدعائم التي يقوم عليها السوق بالنظر لما لهم من أهمية ودور في إضفاء الوضوح على الممارسات التجارية وحماية مصالح الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين.

¹ - الآية 119، سورة التوبة.

² - الآية 34، سورة الإسراء.

³ - القانون رقم 02/89، المؤرخ في 08 فيفري 1989، يعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج.، العدد 06، الصادرة بتاريخ 08 فيفري 1989 (الملغى).

⁴ - القانون رقم 03/09، المؤرخ في 03/09/2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج.، العدد 15، الصادرة بتاريخ 08 مارس 2009.

⁵ - الأمر رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج.، العدد 41 الصادرة بتاريخ 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم.

➤ أهمية الموضوع

تبرز أهمية الدراسة في ظل تزايد حالات الغش التجاري وانتشار الممارسات التجارية خارج الأعراف النزيهة والأطر الرسمية، وبالنظر للأهمية البالغة التي تكتسيها شفافية ونزاهة الممارسات التجارية، مما يتطلب إيجاد حل بوضع حد للتجاوزات التي تؤثر على نزاهة الممارسات التجارية قصد حماية المستهلك وتحقيق حاجياته.

ويتوقع أن تمثل الدراسة إضافة لموضوع حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، الذي هو موضوع لم يلق الاهتمام الكافي لدى الباحثين، كما تعد هاته الممارسات وسيلة من الوسائل التي يعتمد عليها العون من أجل تحقيق مبعغاه من الربح وتسويق منتجاته على أفضل ما يرى، وبدورها تعود بالخطر والضرر على المستهلك الذي هو الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية.

كما تبدو أهمية البحث في كون حماية المستهلك مرتبطة أساساً بإبراز مدى اهتمام الدولة بتوفير حماية للمستهلك عن طريق إظهار دور أجهزتها، الذي لا يكون إلا من خلال النصوص التشريعية وتتضح أيضا هذه الأهمية بالأساس في أن الحماية لا يختص بها تشريع أو قانون بعينه بل لا زالت تكفلها تشريعات متفرقة باختلاف فروع القانون المختلفة في طبيعتها والمقصد التي تسعى إلى تحقيقه.

ففي ظل خطورة هاته الممارسات التجارية غير النزيهة تأتي هاته الدراسة لإبراز تنوع صورها من تقليد للعلامات التجارية والمنتجات والإشهار إضافة إلى تشويه سمعة العون الاقتصادي وغيرها من الصور التي تمس بالعون الاقتصادي، وتلحق الضرر بالمستهلك بل وقد تتعدى إلى أبعد من ذلك لتؤثر وتمس بالاقتصاد الوطني وكذا الأمن والسلامة، حيث تنقر هذه السلبيات وتمس بالتركيبية البشرية وتتعدى الى اقتصاد البلاد من خلال التغيرات السريعة التي تعرفها.

➤ أهداف الموضوع

نهدف من هلال هذه الدراسة إلى توضيح إبراز سياسات المشرع الجزائري من خلال ضبط نزاهة الممارسات التجارية، وتوفير الحماية اللازمة للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة هذا من جهة، وكذا حماية الأعوان الاقتصاديين من جهة أخرى، والتي بموجبها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر أو عدة أعوان آخرين بأساليب غير نزيهة، مخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنظيفة، فالعون الاقتصادي يسعى دائماً، وبالأساس إلى الربح الأكبر والعمل على جلب المستهلك، وكذا تحديد الإطار القانوني للممارسات التجارية في الجزائر، بتسليط الضوء على واقع الرقابة على الممارسات التجارية غير النزيهة.

➤ اشكالية الموضوع

إن غرض الدراسة هو محاولة الإجابة على الإشكالية الرئيسية التالية:

ما مدى فعالية الآليات القانونية التي كرسها المشرع الجزائري لحماية المستهلك من

الممارسات التجارية غير النزيهة ؟

وتتفرع هذه الإشكالية أسئلة فرعية:

- ماهي المعايير التي أخذ بها المشرع الجزائري لاعتبار الممارسة التجارية غير نزيهة. وما هي صور هاته الممارسات ؟
- هل وفق المشرع الجزائري في إيجاد آليات وهيكل تكفل الحماية للمستهلك ؟ وهل هذه الآليات المقررة لوحدها تكفي لتوفير الحماية للمستهلك ؟
- ماهي الحماية المدنية والجزائية المقررة للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة ؟

➤ المنهج المتبع

إن دراسة موضوع حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة ومدى فعالية هذه الحماية على أرض الواقع فرض علينا الاعتماد على المنهج الوصفي لرصد مختلف المفاهيم التي تتعلق بموضوع حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة ووصف مداخله وآلياته وأساسه القانونية. وكذا المنهج التحليلي الذي يقوم على جمع المعلومات والقواعد واستخلاص أهم الأحكام المتعلقة بموضوع البحث واتباعه كذلك من أجل تحليل المواد القانونية التي سنت في التشريع الجزائري للوصول إلى فكرة نوضحها، ونزيل الغموض حولها،

➤ تقسيم الموضوع

للإجابة على الاشكالية المطروحة قسمنا موضوع الدراسة وفق خطة مكونة من فصلين أولهما حمل عنوان الإطار القانوني للنزاهة في الممارسات التجارية، أما الفصل الثاني فتطرقنا فيه إلى الآليات القانونية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة .

الفصل الأول

الإطار القانوني للنزاهة الممارسات

التجارية غير نزيهة

الفصل الأول

الإطار القانوني للنزاهة في الممارسات التجارية

يسعى الأعدان الاقتصاديون إلى تحقيق الأرباح والنهوض بالنشاط الاقتصادي وذلك من خلال الممارسات التجارية التي تُعد الركيزة الأساسية لجلب المستهلك والتنافس كون العلاقات في إطار الممارسات التجارية متعددة الأطراف والمصالح.

حرص المشرع الجزائري على تعزيز الشفافية والنزاهة في مختلف المجالات على غرار مجال الممارسات التجارية بإصدار مجموعة من القوانين الإلزامية، كرس القانون 02/04¹ محل الدراسة المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الشفافية والنزاهة بين المتعاملين والمستهلكين، عرف التشريع الجزائري تطوراً هاماً في تنظيم الممارسات التجارية غير النزيهة، تماشياً مع تطور النظام الاقتصادي للدولة حيث كانت هذه الممارسات في بادئ الأمر تخضع لأحكام القواعد العامة لاسيما القانون المدني في المادة 124 منه².

بعد ذلك بدأ المشرع بتنظيمها بنصوص خاصة بدأ بالقانون المتعلق بالأسعار 12/89³ مروراً إلى الأمر 06/95⁴ المتعلق بالمنافسة واستبداله بالأمر 03/03⁵ وصولاً إلى القانون 02/04 الذي يعتبر أول نص خاص بتنظيم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري من خلاله نص على جل صور الممارسات التجارية ووضع معايير للتعرف عليها تعتبر الممارسات التجارية مخالفة لقواعد النزاهة

¹ - الأمر رقم 02/04 ، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

² - الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، ج.رج.ج العدد 78، الصادرة بتاريخ 30 سبتمبر 1975.

³ - الأمر رقم 12/89، المؤرخ في 5 يوليو 1989، يتعلق بالأسعار، ج.رج.ج العدد 16 الصادرة بتاريخ 19 يوليو 1989. (ملغى).

⁴ - الأمر رقم 06/95، المؤرخ في 8 فبراير 1995، يتعلق بالمنافسة ملغى، ج.رج.ج، العدد 09، الصادرة بتاريخ 22 فبراير 1995 (ملغى).

⁵ - الأمر رقم 03/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.رج.ج، العدد 43، الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم.

ما نص عليه المشرع الجزائري في الباب الثالث من ق.م.ت 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

المبحث الأول: ماهية الممارسات التجارية

الأصل في التجارة أن يتنافس التجار فيما بينهم بكل حرية شرط أن تكون المنافسة شريفة، تقوم على النزاهة فالواقع أن حرية المنافسة تتيح للأعوان الاقتصاديين حرية الدخول إلى السوق وممارسة حرية التجارة والصناعة دون قيود أو عوائق، وهذا ما يمكن التجار من تسويق أكبر عدد ممكن من المنتجات والحصول على أقصى الأرباح، إلا أن تجسيد ذلك مرهون بالحفاظ على حقوق الطرف الضعيف ألا وهو المستهلك، وعلى ذلك نجد مختلف التشريعات المنظمة لقواعد المنافسة وحماية المستهلك تنص على مجموعة من القواعد القانونية مضمونها ممارسة الأنشطة التجارية في ضوء احترام حقوق المستهلك ومنه إذا كان مبدأ حرية التجارة يتيح للعون الاقتصادي هامشاً من الحرية في ممارساته الاقتصادية (المطلب الأول).

إلا أن هذه الحرية مقيدة بمراعاة قواعد النزاهة، ومن هنا قام المشرع الجزائري بحظر جملة من الممارسات التي تلحق الضرر بالمستهلك، والتي بموجبها يتعدى العون الاقتصادي على مصالح عون آخر والتي فصل فيها المشرع بموجب ق.م.ت 02/04 (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة وبعض المفاهيم المشابهة لها

في ظل تعدد الممارسات التجارية غير النزيهة باتت مصالح المستهلك متضررة حيث يسعى العون الاقتصادي سواء كان (منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم الخدمة) من خلالها إلى تحقيق مصالحه التجارية وتسويق منتجاته مستنداً في ذلك إلى حرية التجارة والمنافسة بينه وبين المستهلك، وهذا ما أدى إلى ظهور متنافسين في السوق مما نجم عنه سعي كل منافس إلى الحفاظ على اسمه ومكانته في السوق بين التجار أو بالأحرى المنافسين بغض النظر عن طرق المستعملة لتحقيق ذلك.

الفرع الأول: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة

لا بد أن تقوم المنافسة في إطار مشروع تقتزن في ذلك بمراعاة حرية الغير في التجارة عرف التشريع الجزائري تطوراً هاماً في تنظيم الممارسات التجارية، حيث خضعت في بادئ الأمر إلى عدة أحكام وقوانين وصولاً إلى القانون رقم 02/04، الذي اعتبر أول نص خاص ينظم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري والذي لجأ المشرع من خلاله إلى إعادة تنظيم الممارسات التجارية ولمعرفة المقصود بالممارسات التجارية غير النزيهة لا بد أولاً من معرفة المقصود بالممارسات بالتجارية (أولاً) ثم المقصود بالممارسات التجارية غير النزيهة (ثانياً).

أولاً: تعريف الممارسات التجارية

لم يُعرف المشرع الجزائري الممارسات التجارية رغم تنظيمها بموجب القانون رقم 02 / 04 الذي كرس من خلاله مبدأ الشفافية الممارسات التجارية، وعليه يمكن تعريف الممارسات التجارية على أنها مجموعة من الأفعال التي يمكن أن يقوم بها العون الاقتصادي يهدف من خلالها إلى دعوة المستهلك للتعاقد وترويج منتجاته وتحقيق أرباح لضمان سير نشاطه التجاري.

ثانياً: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة

لم يُعرف المشرع الجزائري المقصود بالممارسات التجارية غير النزيهة بشكل مباشر غير أنه يتضح لنا من نص المادة 26 من القانون 02/04 أن المشرع قد وضع معيارين لتحديد فيما إذا كانت الممارسات التجارية غير النزيهة، حيث تكون المنافسة غير نزيهة في حالة مخالفة الأعراف التجارية النزيهة والنظيفة من جهة ومساسها بمصالح الأعوان الاقتصادية من جهة أخرى، فالمعيار الأول جد واسع يشمل كل ما من شأنه مخالفة القوانين والمخظورات الشرعية، وكذلك مخالفة كل ما تمليه قواعد الأخلاق ومراعاة مصالح الآخرين، أما بخصوص مساس الممارسات التجارية غير النزيهة بمصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين فيقصد بذلك استعمال ممارسات تجارية على نحو من شأنه الإضرار بمصالح العون.

ووفقاً لهذا القصور ينبغي أن نتعرف على المقصود بها وفقاً لما هو منصوص عليه بموجب التوجيه الأوربي رقم CE 2005/09، حيث جاء في نص المادة 5 فقرة 2 التي يتضح من خلالها أن الممارسات التجارية تعتبر غير نزيهة إذا كانت مخالفة لما تقتضيه قواعد النزاهة المهنية، وكانت من شأنها تغيير إرادة المستهلك أو قدرة على تغييرها بطريقة رئيسية ينتقل منها المستهلك من حال عدم وجود الرغبة في التعاقد إلى حالة نشوء هذه الأخيرة، وهذا نظراً للأثر الذي خلفته في نفسه الممارسات التجارية غير النزيهة¹.

ومن هنا يمكن القول بأنها كل ممارسة تجارية مخالفة للأعراف وما ينبغي التحلي به أثناء ممارسة الأنشطة التجارية التي تؤدي إلى وما ينبغي التحلي به أثناء ممارسة الأنشطة التجارية التي تؤدي إلى الإضرار بمصالح العون الاقتصادي والمستهلكين².

الفرع الثاني: بعض المفاهيم المشابهة للممارسات التجارية غير النزيهة

كرس المشرع الجزائري مبدأ النزاهة في العمل التجاري وخاصة في عقود الاستهلاك كطريقة من أجل ضمان جدية ونزاهة وصدق وأمانة التجار في تعاملهم مع المستهلكين³ ونقصد بنزاهة الممارسات التجارية وفقاً للتشريع الجزائري ما يلي:

أولاً: الممارسات التجارية غير النزيهة من منظور قانون الممارسات التجارية 02/04

وهي مخالفة للأعراف التجارية النزيهة وقد حددها المشرع وهي:

- تشويه سمعة العون الاقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس سمعته أو منتوجاته.
- تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتوجاته أو خدماته أو الإشهار الذي يقوم به بقصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك أو أوهاام في ذهن المستهلك.

¹ - غريوج حسام الدين، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2018، ص 20.

² - المرجع نفسه، ص 22.

³ - زرداري عبد العزيز، "مواجهة الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك"، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، 2017، ص 82.

- استغلال مهارة تقنية أو تجارة مميزة دون ترخيص صاحبها.
 - الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك قصد الأضرار لصاحب العمل أو الشريك القديم¹.
 - الإخلال بتنظيم السوق أو أحداث اضطرابات فيها بمخالفة القوانين أو المحظورات الشرعية وعلى وجه الخصوص التهرب من الالتزامات والشروط الضرورية لتكوين نشاط أو ممارسة أو إقامة.
 - إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الاشهارية واختلاس البطاقات والطلبات والسمسرة غير القانونية².
 - وأحداث اضطراب بشبكة البيع³.
 - إقامة محل تجاري في الجوار القريب لمحل منافس بهدف استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التجارية التنافسية المعمول بها بالإضافة إلى الإشهارات التضليلية، فالمادة 26 من القانون 02/04 جاءت بأحكام تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والشرعية، والتي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين أما المادة التي تليها مباشرة توضح وقد بينت مظاهر هذه الممارسات التجارية غير النزيهة في 8 صور تمت الإشارة إليها سابقاً⁴.
- وقد أحسن المشرع فعلاً بتجريمه هذه السلوكات المخالفة للأعراف النزيهة لمهنة التجار وهذا الشيء منطقي، لأن التجارة أساسها الثقة والائتمان والمنافسة الشريفة والمتمتعن في هذه السلوكات التجارية غير النزيهة يجد أنها ما هي إلا تطبيق لمبدئي الثقة والائتمان.

¹ - غريوخ حسام الدين، المرجع السابق، ص 23.

² - سهيلة بوزيرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون 02/04 المعدل والمتمم، مجلة الأبحاث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، العدد 05، 2017، ص ص 127-129.

³ - المرجع نفسه، ص 129.

⁴ - حساني علي، "شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004"، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، العدد 11، 2011، ص 81.

نستنتج بأن الممارسات التجارية غير النزيهة تنقسم إلى صورتين الممارسات التجارية غير النزيهة الضارة بالمستهلكين والممارسات التجارية غير النزيهة الضارة بالمتنافسين¹.

ثانياً: الممارسات التجارية غير الشرعية

تولى المشرع بيانها في الفصلين الأول والثاني من الباب الثالث من القانون المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ويقصد بالممارسات التجارية غير الشرعية تلك الأعمال التي يقوم بها المهني في العقود المبرمة مع المستهلك، بحيث تعتبر ممنوعة ولا يمكن اللجوء إليها لخطورتها أو لاعتبارها في مصلحة المهني المحضة، ويمكن اعتبار هذا النوع من الممارسات نشاطات ممنوعة لا يمكن بأي حال أن تدرج في عقد من العقود التجارية².

وتتمثل هذه الممارسات التجارية غير الشرعية في السلوكات التي يسعى إليها المهني أي العون الاقتصادي والتي من خلالها يحقق مصلحته من دون أن تتحقق مصلحة الطرف الآخر في العقد³ سواء كان عوناً اقتصادياً أو مستهلكاً وقد بين المشرع الجزائري هذه الممارسات فيما يلي:

1. رفض البيع دون مبرر شرعي

اعتبر المشرع كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع، حيث أن عرض البائع للسلعة أو مقدم الخدمة مع بيان أسعارها يعتبر إيجاباً وملزماً، فإذا تقدم شخص يطلب سلعة أو خدمة عند طلبه ذلك ينعقد العقد ومن هنا يمنع على البائع منعاً باتاً رفض البيع واعتبر رفضه للبيع دون مبرر شرعي جريمة يعاقب عليها القانون.

¹ - سهلية بوزيرة، المرجع السابق، ص 129 131.

² - عيسى حداد، "حماية المستهلك وفقاً لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 326.

³ - المرجع نفسه، ص 326.

2. البيع مع منح مكافئة

يقدم هنا في هذه الحالة بعض الباعة من أجل ترويج لبضائعهم على منح مكافئات لكل من يشتري، وهذا الفعل حضره المشرع لاعتباره نوع التفضيل بحيث يمكن أن تتسبب المكافئة في رفع سعر السلعة أو الخدمة بالرغم من قيمتها هذا ما يؤدي إلى المضاربة في الأسعار، غير أنه استثنى في هذه الحالة من محل التجريم إذا كانت المكافأة من نفس السلعة محل البيع لا تتجاوز 10% من المبلغ الإجمالي للبضاعة¹.

3. البيع المشروط واعدة البيع بخسارة

البيع المشروط هو منع المشرع الجزائري عند البيع أو تقديم خدمة وضع شروط، أما إعادة البيع بخسارة المادة 19 من القانون 02/04 تنص على أنه « يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي² ».

ويقصد بسعر التكلفة الحقيقي سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة يضاف إليه الحقوق والرسوم وعند الاقتضاء أعباء النقل غير أنه لا يطبق هذا الحكم على:

- السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع.
- السلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو اثر تنفيذ حكم

قضائي

- السلع الموسمية وكذلك السلع المتقدمة أو البالية تقنياً.
- السلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر إعادة التموين من جديد.

¹ - سهيلة بوزيرة، المرجع السابق، ص 131.

² - عيسى حداد، المرجع السابق، ص 328.

■ المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي سعر المطبق من طرف الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط إلا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة»¹.

ثالثاً: الممارسات التجارية التدليسية

يقصد بالممارسات التجارية التدليسية قيام المنافس بأعمال من شأنها إحداث اللبس حول التاجر أو منتوجاته باستعمال وسائل تدليسية، أو هي بمثابة اعتداء مباشر على الشفافية فطرق الغش والتدليس كثيرة ومتنوعة من أهمها التزوير وتقليد واستعمال الاسم والعنوان التجاري والعلامة التجارية لتاجر آخر أو تقليد السلع ومنتجات منتجين آخرين من حيث الشكل واللون والمواصفات، وذلك قصد إحداث اللبس والغلط لدى الزبون وترويج بضاعته والإضرار بالاعون الاقتصادي المنافس².

ومع ذلك يمكن القول إن العون الاقتصادي يمكنه استعمال كافة وسائل المشروعية لترويج منتوجاته حتى ولو بالغ في الدعاية لها، ولكن بشرط إلا تحمل هذه المبالغة إلى درجة التدليس والاساءة إلى بضائع ومنتجات منافسين آخرين.

نص المشرع الجزائري على الممارسات التجارية التدليسية في المواد 25/24 من قانون 02/04

السابق الذكر، بحيث تنص المادة 24 على أنه « تمنع الممارسات التجارية التي ترمي إلى:

- دفع واستلام فوارق مخفية للقيمة.
- تحرير فواتير وهمية أو فواتير وهمية مزيفة.
- إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبة وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية».

¹ - سهيلة بو زيرة، المرجع السابق، ص 131

² - متيش نوال، الرقابة في مجال المنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014، ص 65.

كما تنص المادة 25 من ق.م.ت 02/04 على أنه « يمنع على التجار حيازة:

- منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية.
- مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع الغير المبرر للأسعار.
- مخزون من المنتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه.»

فهذه الممارسات تعتبر وسائل احتيالية يلجأ إليها العون الاقتصادي من أجل مجانية الحقيقة وتحقيق أكبر قدر من الفائدة ولو على حساب مصلحة المستهلك، ولذلك تدخل المشرع عن طريق منعها لا بصفة مطلقة وبصفة مبدئية من أجل توفير بيئة تجارية صادقة ونزيهة¹.

رابعاً: الممارسات التعاقدية التعسفية

لقد ثبت أن الالتزام التعاقدى ليس التزاماً مشروعاً وعادلاً دائماً، وأن الحرية التعاقدية كثيراً ما أدت إلى أضرار كثيرة فهي غالباً ما تجعل المتعاقدين في العلاقة بين المستهلكين الضعفاء تحت رحمة المحترفين الأقوياء، حيث عدم التوازن ظاهر بقوة في العقود والشروط إن انفرد المحترف بتحرير عقد نموذجي يضمنه ما شاء من الشروط التعسفية كاشتراطه تحديد الثمن المبيع من جانبه بصفة انفرادية واحتفاظه بحق تعديل مواصفات المبيع دون تخفيض الثمن وإعفاء نفسه كلياً أو جزئياً من ضمان العيوب الخفية أو عن التأخير في التسلم... الخ، وهو ما دفع المشرع الجزائري للعمل على إحداث التوازن العقدي بين المحترف والمستهلك².

جاءت المادة 3 فقرة 5 من ق.م.ت 02/04 على مفهوم الشرط التعسفي بأنه: « كل بند أو شرط بمفرده أو مشترك مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد.»

¹ - عيسى حداد، المرجع السابق، ص 328.

² - بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولدي معمري، تزي وزو، 2012، ص 107.

يقصد بالشرط التعسفي ذلك الشرط الذي يترتب على وجوده عدم توازن واضح بين طرفي العقد والتزاماته لصالح هذا الأخير الذي يستخدم نفوذه الاقتصادي ويأتي نتيجة ذلك بميزة فاحشة على المستهلك¹.

يعرفه الفقه كل شرط يدرج في العقد أو ملحقاته ويترتب عليه الإضرار بمصالح وحقوق المستهلك التي يحميها القانون ويترتب عليه عدم التوازن العقدي لصالح المهني أو المحترف في مواجهة المستهلك الذي لا تتوافر لديه الخبرة أو الدراية التقنية أو الاقتصادية².

ومن منطلق الوقاية خير من العلاج أكد المشرع على حذف أو إزالة شرط تعسفي وذلك بنص المادة 29 من ق.م.ت 02/04 حيث ضمنها بقائمة تعتبر شروطاً بين المستهلك والبائع، وسرعان ما أوردتها بأخرى أطول من القائمة الأولى بالمرسوم التنفيذي 06-306، الذي جاء عملاً بما أحالت إليه المادة 30 من ق.م.ت 02/04 بل أنه بغرض إعادة التوازن لعقد الاستهلاك الذي تخلى الشروط التعسفية بتوازنه انصرف التفكير إلى محاولة التحديد المسبق لبعض العقود من طرف المشرع، وفي بعض علاقات المهنيين بالمستهلكين تكون هذه الطريقة إلزامية، ذلك أن نوع من الشكلية كاستثناء على مبدأ الرضاية له فعالية في الرقابة وذلك للوقاية من إملاء بنود تعسفية من جانب العون الاقتصادي على غرار الاجار. القرض الاستهلاكي، والحماية من البنود التعسفية تقتضي عدم الالتفات لا إلى محل العقد الذي يتضمنها أو شكلها ولا إلى كونه ابرم بشكل مباشر³.

إذ تنص المادة 29 من ق.م.ت 02/04 على أنه « تعتبر بنوداً وشروطاً تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع لا سيما البنود والشروط التي تمنح هذا الأخير:

¹ - أمال بوهنتالة، سلوى قداش، "سلطة القاضي المدني في إعادة التوازن العقدي لعقود الاستهلاك"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 14، 2017، ص 253.

² - المرجع نفسه، ص 253.

³ - بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي في إطار قانون المنافسة والممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولدي معمري، تيزي وزو، 2018، ص 107.

- 1- أخذ حقوق أو امتيازات لا تقابلها حقوق أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.
- 2- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود. في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.
- 3- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.
- 4- التفرد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البث في مطابقة العملية التجارية لشروط التعاقدية.
- 5- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.
- 6- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا اخل هو بالالتزام أو عدة التزامات في ذمته.
- 7- التفرد بتغيير أجال تسليم منتج أو أجال تنفيذ خدمة.
- 8- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة¹.

المطلب الثاني: أطراف العلاقة في الممارسات التجارية غير النزيهة

لازمت المنافسة النشاط الاقتصادي لما تقتضيه من حرية التنافس وبالتالي حرية ممارسة الأنشطة التجارية التي يسعى من خلالها الأعوان الاقتصاديين دائماً إلى توفير السلع والخدمات بأفضل نوعية وبأقل الأثمان، للاستهلاك دور أساسي في الحياة الاقتصادية لما له من تأثير على الحياة اليومية للشخص، وإذا كانت المنافسة أمراً هاماً ومشروعاً إلا إنها ترتبط بقيود ينبغي على التجار والمتعاملين احترامه، تفترض العملية الاستهلاكية وجود تنافر وخلل في العلاقة بين المستهلك والأعوان الاقتصاديين كثيراً ما يرتكب الأعوان الاقتصاديين مخالفات وهم في إطار تحقيق الأرباح داخل السوق ضد مصالح المستهلك وعليه يقتضي الأمر التعرف بطرفي العلاقة في الممارسات التجارية².

¹ - بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي في إطار قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 108.

² - أمال بوهنتالة، سلوى قداش، المرجع السابق، ص 254.

الفرع الأول: العون الاقتصادي

قدم لنا المشرع الجزائري مفهوماً مفصلاً للعون الاقتصادي الذي أوردت في شأنه عدة تسميات، فالعون باختلاف صفاته قد يكون تاجر وقد يكون غير التاجر، وأياً كان شخص طبيعي أو معنوي يمارس نشاط اقتصادي كقيامه بعرض منتجاته في الأسواق، إذ عرف المشرع العون الاقتصادي في المادة 3 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنه « كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أياً كانت صفته القانونية وممارس نشاطه في إطار المهني أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها ».

نستنتج من نص المادة 3 أعلاه أن العون الاقتصادي قد يكون منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمة كما قد يكون شخص طبيعي أو معنوي، لا تنشأ العلاقة بين المؤسسات والأعوان الاقتصاديون على الإطلاق إلا بوجود قوة جذب العملاء ويتحقق ذلك من خلال جذب لمجموع العناصر التنافسية، فالعون الاقتصادي هو الشخص الخاطب بقواعد المنافسة عليه أن يخصص لمشروعه ويمده بعناصر متميزة عن الأموال العادية بحيث تتنوع هذه العناصر لتشمل العناصر المادية والبشرية والمعنوية¹.

➤ العناصر البشرية: المتمثلة في المدراء والمالكين العمال الخبراء.

➤ العناصر المادية: وهي مجموع القيم والمتغيرة هذه الأخيرة يقصد بها العناصر التي تتغير الواحدة بالأخرى وذلك من خلال الدائرة الاستثمارية والتي قد تتمثل في المواد الأولية رأس المال أو القيمة في حد ذاتها كبراءة الاختراع، أما العناصر الثابتة هي القيم المادية المكونة للعون الاقتصادي كالعقار².

¹ - عيسى حداد، المرجع السابق، ص 329.

² - متيش نوال، المرجع السابق، ص 125.

➤ العناصر المعنوية: تعتبر من أهم العناصر المكونة للعون الاقتصادي في العالم الحديث وهي تلك الأموال المنقولة المعنوية التي تستغل في النشاط التجاري مثل الزبائن العملاء السمعة والشهرة الاسم التجاري.

ويتفرق العون الاقتصادي من حيث طبيعته القانونية سواء كان شخص عام أو خاص، فالمشرع قدم مفهوماً قانونياً شاملاً لموضوع العون الاقتصادي الذي وردت في شأنه ويتجلى ذلك خاصة في القانون رقم 02/04 وغيرها من الأنظمة والقوانين¹.

فالعون الاقتصادي هو من يمارس نشاطاً اقتصادياً بغض النظر عن صفته أي سواء كان شخص طبيعى أو معنوي عاماً أو خاصاً أو تاجر أو غير تاجر، المهم أن الشخص يمارس النشاط الاقتصادي بصفة دائمة ويتدخل ليقوم بعرض منتجاته وخدماته في السوق دون أن يكون في ذلك إخلالاً بمبادئ المنافسة الحرة، واستعمال وسائل غير قانونية أثناء قيامه بنشاطها، فكثيراً ما يرتكب العون مخالفات وهو في إطار تحقيق الأرباح تقوم مسؤوليته².

أولاً: المنتج

اغفل المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش والقانون المدني تعريف المنتج رغم أهمية ذلك في تحديد نطاق الالتزام بضمان السلامة، بل اقتصر على تعريف عملية الإنتاج بأنها العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع

¹ - بوجميل عادل، بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي في إطار قانون المنافسة والممارسات التجارية، المرجع السابق، ص 30-45.

² - حماش سيليا، ساوس خيرة، "الضوابط القانونية للمنافسة في التشريع الجزائري"، دفا تر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، العدد 05، د.ت.ن، ص، 410.

والتحويل والتركيب والتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل التسويق الأول¹.

ويُعرف المنتج على أنه هو من يتولى الشيء حتى يؤتى نتاجه أو المنفعة المطلوبة منه، والمنتجات تمر عند إعدادها للاستعمال أو الاستهلاك وحتى وصولها ليد المشتري أو الحائز الأخير بمرحلتين².

➤ مرحلة الإنتاج وتبدأ من المادة الأولية الداخلية في تركيب المنتج، وهي أولى عمليات التصنيع وتنتهي بإخراجها في شكل منتج نهائي صالح للمتاجرة أو العرض في السوق.

➤ مرحلة التوزيع تبدأ من الفترة التي يتلقى فيها الموزع أو الوسيط المنتجات لغرض توزيعها وإيصالها للمستهلك أو المستعمل³.

أما تعريف المنتج اصطلاحاً فإن الفقه لم يتفق على إعطاء تعريف للمنتج عموماً انقسم الفقه في ذلك إلى اتجاهين، الاتجاه الفقهي الأول تبنى المفهوم الضيق للمنتج، أين ذهب بعض من الفقه الفرنسي إلى ضرورة الاقتصار على تحديد شخص واحد من المسؤولية عن الإنتاج والتوزيع، كما يستند أنصار هذا الرأي في عدم إضفاء صفة المنتج على أكثر من شخص⁴.

أما عن موقف الفقه العربي نرى البعض منهم أخذ بالمعنى الضيق حيث عرف المنتج على أنه الذي يساهم في إنتاج الثروة الاقتصادية بواسطة المواد الصناعية أو الفلاحية أو عن طريق تحويلها.

¹ - شعباني حنين نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولدي معمري، تيزي وزو، 2012 ص 17.

² - حماش سيليا، ساوس خيرة، المرجع السابق، ص 412.

³ - سالم محمد رديعان الغزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، ج2، دار الثقافة، عمان، 2009، ط 1، ص ص 81-80.

⁴ - شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 20.

ويُعرف العمل التجاري بأنه تعبير قانوني، لأنه بمثابة ظاهرة قانونية، فهو ضابط تحديد القانون التجاري بوصفه فرعاً مستقلاً من فروع القانون، يضاف إلى ذلك أن التجارة مفهومًا اقتصادياً¹.

كما يتميز عن مفهوم العمل التجاري يقابلها بتعبير قانوني الشراء لأجل البيع، أما العمل التجاري فهو تصوير مجرد لمجموعة المبادلات التي تتم بمناسبة مزاوله أنشطة عديدة ومتباينة الطبيعة².

ثالثاً: الحرفي

عرفته المادة 10 من الأمر رقم 01/ 96 المحدد للقواعد التي تحكم الصناعة التقليدية³ بأنه: « كل شخص مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف يمارس نشاطاً تقليدياً، يثبت تأهيلاً ويتولى بنفسه مباشرة تنفيذ العمل وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته ». »

وتشمل الصناعات التقليدية والحرف كل نشاط تقليدي يتعلق بإنتاج أو إيداع أو تحويل أو ترميم أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليها الطابع اليدوي، كما يجوز ممارسة نشاط الصناعة التقليدية في شكل حرفي مستقر أو حرفي متنقل، كما يتم تنظيم الصناعة التقليدية والحرف بواسطة غرف الصناعة التقليدية والحرف⁴.

يقصد بالنشاط التقليدي كل نشاط أو إنتاج أو إيداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة، يطغى عليها العمل اليدوي ويمكن أن يمارس في شكل قار أو متنقل وأنواعه مختلفة هي:

¹ - هاني محمد دويدار، التنظيم القانوني للتجارة (نظرية الأعمال التجارية، موجبات التجار القانونية، المؤسسة التجارية، الشركات التجارية)، ج1، د.د.ن، بيروت، 1997، ص 169.

² - المرجع نفسه، ص 169.

³ - الأمر رقم 01/96، المؤرخ في 10 يناير 1996، المتضمن القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر.ج.ج، العدد 03، الصادرة بتاريخ 14 فبراير 1996.

⁴ - عدنان حشيم الشريف، سهلية فيصل علوي، المرجع السابق، ص 3.

➤ الصناعات التقليدية بوجه عام كل الصناعات لأشياء تزيينية أو نفعية يغلب عليها الطابع اليدوي حتى وان استعمل الحرفي الآلات.

➤ الصناعات التقليدية الفنية تتميز بأصالتها وطابعها الإبداعي مثل فن الطرز والنسيج اليدوي.

➤ الصناعات التقليدية الحرفية النفعية الحديثة هي كل صنع لمواد استهلاكية مثل مواد التجميل والمواد الغذائية.

➤ الصناعات التقليدية الحرفية للخدمات تكون في مجال التصليح والصيانة او ترميم أثاث قديم أو تنظيف المفروشات.

➤ الاتحادات المهنية والمهن المقننة يخضع لها أصحاب المهن الحرة كالأطباء والمهندسين¹.

يمكن أن يكون الحرفي شخص طبيعي يمكن له ممارسة النشاطات التقليدية كحرفي معلم أو حرفي صانع أو معنوي هذا الأخير يمكن أن يكون شخص معنوي وذلك من خلال ما يعرف بالتعاونية الحرفية أو مقاوله الصناعات التقليدية والحرف².

رابعاً: العون الاقتصادي مقدم الخدمة

مقدم الخدمة هو كل شخص طبيعي أو معنوي يبذل مجهوداً لأداء عمل أو منفعة له قيمة اقتصادية ضمن إطار منظم وقابل للتقدير النقدي مع أتعاب تسليم المنتوج، ومقدم الخدمة يمكن أن يكون شخصاً طبيعياً، كالمحامي أو الطبيب، كما يمكن أن يكون شخصاً معنوياً كشركات النقل حيث يمكن أن يكون هذا المجهود المبذول قابلاً للتقدير³.

¹ - باطلي غنية، "نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر"، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 12، 2015، ص 339.

² - عادل عميرات، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي دراسة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016، ص 25-26.

³ - المرجع نفسه، ص 28.

خامساً: المحترف كمفهوم مجاور للعون الاقتصادي

المحترف هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاطى عمله في قطاع خاص أو رسمي، والذي يقوم بممارسة نشاطه مباشرة باسمه ولحسابه والذي يتمثل في البيع أو توزيع أو تأجير السلع أو تقديم الخدمات، كما اعتبره القانون محترفاً أي شخص يقوم باستيراد السلعة بهدف بيعها أو تأجيرها أو توزيعها ضمن إطار ممارسة نشاطه المهني¹.

فمن واجبات المحترف اتجاه المستهلك تزويد المستهلك بالمعلومات الصحيحة التي تتناول البيانات الأساسية للسلعة أو الخدمة وطرق استخدامها، وكذا الإعلان عن الأسعار في مكان بارز في المؤسسات التي تقدم خدمات، كما يضمن المحترف جودة السلعة أو الخدمة أو التي اشترطها المستهلك، كما يجب عليه أن يوفر للمستهلك المعلومات الأساسية حول تقدير الأخطار المرتبطة باستعمال السلعة².

الفرع الثاني: المستهلك

لاشك أن أكثر ما يهتم في المعاملات التجارية هو حماية إرادة المستهلك أطراف العلاقة بما فيها المستهلك، لم يكتف المشرع الجزائري بحماية المستهلك من خلال الشريعة العامة ولا بتعقيد القواعد العامة لحمايته، بل أنه عززها من خلال القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش³ بالإضافة إلى القانون 02/04 الذي يتضمن قواعد النزاهة وشفافية الممارسات التجارية، حيث جعل من بين أهدافه حماية المستهلك، هذه الأخيرة التي أضحت قضية حساسة للشعوب كما هي للحكومات.

¹ - معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء القوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2010، ص 105.

² - نادر عبد العزيز شافي، نظرات في القانون، ج 1، منشورات زين الحقوقية، بيروت، ص 319.

³ - القانون رقم 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، السالف الذكر.

ولعل ما يميز حماية المستهلك، أنها عمومية وشمولية قواعدھا، العدالة موازنتھا لحقوق وواجبات مصالح المتعاقدين المهني والمستهلك، فهي تحمي الطرف الضعيف في مواجهة الطرف القوي الذي يستطيع أن يملئ شروطه، ومن ثم فليست حماية المستهلك غاية في حد ذاتھا تبرر كل وسيلة توصل إليها¹.

فالمقصود بحماية المستهلك هو توفير الأمان له بمعناه الشامل، تحقيقاً لمقومات الحد الأدنى من الحياة الكريمة، وذلك بالمحافظة على سلامة جسمه وحماية صحته من كل الأخطار التي قد تصيبه من جراء تعمد المنتجين غش منتوجاتهم، باحتوائها على مواد سامة وضارة بالصحة بهدف تحقيق الربح وكذلك حمايته من الممارسات التي تضر بمصالحه الاقتصادية، فحماية المستهلك متوفرة على مدى تنظيم المنافسة في الأسواق، وبالتالي فإن حرية المنافسة تستوجب بالضرورة حماية المستهلك لأنه هو المعني بالدرجة الأولى، وذلك بإتباع قواعد الشفافية والنزاهة².

أولاً: تعريف المستهلك لغة

هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك في الجانب الاقتصادي هو كل فرد يشتري سلع أو خدمات لاستعماله الشخصي وليس من أجل التصنيع³.

ثانياً: تعريف المستهلك قانوناً

فإن معظم التشريعات اتفقت على تعريف المستهلك بأنه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها ذلك لأغراض مرتبطة مباشرة بنشاطه المهني⁴.

¹ - محمد محمد حسين الماحي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012، ص 22.

² - أمال بوهنتالة، "قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، العدد 08، 2016، ص 96.

³ - نادر عبد العزيز شافي، المرجع السابق، ص 84.

⁴ - عثمان رياح، حماية المستهلك الجديد المبادئ الوسائل الملاحق دراسة مقارنة، مكتبة زين الحقوقية، بيروت، ط 2، 2011، ص 17.

إذ عرف المشرع الجزائري المستهلك وفقاً للمادة الثالثة من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه « هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجياته الشخصية أو تلبية حاجيات شخص آخر أو حيوان متكفل به ».

كما عرفه القانون رقم 105/18¹ في المادة السادسة على أنه « هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي ».

ثالثاً: المفهوم الواسع للمستهلك

يُعد مستهلكاً كل شخص يتعاقد بغرض الاستهلاك سواء لاستخداماته الشخصية أو استعماله المهنية، نستنتج أن هذا التعريف بقدر ما هو مختصر بقدر اتساعه حسب ليشمل فئات أكبر من المتعاقدين، فالمستهلك حسب هذا الاتجاه هو كل من يقوم باستعمال مال أو خدمة². نستنتج أن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يلجأ إلى إبرام عقود من أجل تلبية حاجياته الشخصية، أو حاجيات شخص آخر أو حيوان متكفل به أو غير ذلك ويستوي أن يكون المستهلك شخص طبيعي أو معنوي.

رابعاً: عناصر تعريف المستهلك

اختلفت الآراء في تحديد تعريف المستهلك حيث يرى البعض إلى ضرورة التضييق من مفهومه، في حين يرى البعض الآخر من ضرورة توسيع مفهومه فالمستهلك يمكن أن يكون شخص طبيعي أو معنوي.

¹ - القانون رقم 05/18، المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر.ج.ج، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

² - أمال زقاري، " قواعد أمن المتوجات الطبية والصيدلانية"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص ص 559 - 560.

1. المستهلك شخص طبيعي

من المتفق عليه أن صفة المستهلك تطلق على الشخص الطبيعي الذي يحصل على المنتج بمقابل أو مجاناً لإشباع حاجاته الشخصية بعيدة عن أغراضه المهنية حيث جاءت المادة الثالثة فقرتها الأولى « المستهلك شخص طبيعي أو معنوي »¹.

2. المستهلك شخص معنوي

والغالب أن يكون المستهلك شخصاً طبيعياً غير أنه لا يوجد ما يمنع قانوناً من تحويل بعض الأشخاص الاعتبارية صفة المستهلك كما هو الأمر بالنسبة للجمعيات التي تمارس بعض الأنشطة غير المهنية ولا تهدف إلى تحقيق الربح.²

قد أحسن المشرع فعلاً بإضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي، حيث اعتبر الأشخاص المعنوية من المستهلكين المقرر حمايتهم، وهذا يجد تبريره في أنها أحياناً لا تمارس نشاطاً مهنيّاً تحصل منه على مواردها المالية، أو على أسباب وجودها ومن ثمة فإنها تشبه المستهلك العادي تماماً.

3. المستهلك يقتني بالمقابل أو مجاناً

ومن هنا قصد المشرع الجزائري أن المستهلك الذي يقتني هو غالباً من يستعمل المنتج أو الخدمة.

4. الاستعمال النهائي للمنتج

يقرر القانون أنه حتى نعتبر شخصاً ما مستهلكاً يجب أن يتوجه اقتناء المنتج إلى الاستعمال النهائي، أي أن المستهلك هو الذي يهلك المنتج نهائياً تلبية المستهلك لحاجاته، أو حاجات شخص

¹ - عثمان رباح، المرجع السابق، ص 22.

أو حيوان متكفل به وينحصر التعريف المستهلك طبق للقانون في الشخص الذي يلي حاجاته الخاصة أو العائلية وليس حاجاته المهنية¹.

المبحث الثاني: صور الممارسات التجارية غير النزيهة

إن الهدف الذي يسعى إليه المستهلك جراء تعاقدته هو الحصول على حاجته وتحقيق مصالحه، فالتعاقد بشأن سلعة معينة نجد المستهلك يسعى بالأساس بالنظر في مواصفاتها وجودتها لضمان متطلباته والحفاظ على سلامته، بخلاف ذلك تتأثر مصالح المستهلك الاقتصادية بصورة مباشرة، وإن تخلفت هذه العناصر فالضرر المحدق قد يمس بالمستهلك بحيث تنعكس الفائدة التي هي محل وأساس التعاقد إلى ضرر، فالمستهلك يُسعى إلى فرص اختبار أخرى بين ما يماثل متطلباته في السوق، وفي سياق ذلك يجب ضمان وجود منافسة نزيهة بين المنتجين الذي ينجر عنها تحقيق مصالح اقتصادية لوفرة المنتج وتلبية حاجيات المستهلك (المطلب الأول).

بالرغم من ذلك يفترض في المستهلك عند تعاقدته أن يتوخى الحذر من المخاطر التي قد تلحق به لكن هذه المعرفة أصبحت محدودة في ظل الغش والتقليد الذي أصبح شائعاً لما يسببه من إضرار تلحق بالعلامة والمستهلك والاعون الاقتصادي حتى الإشهار الذي يفيد الإعلام وإمكانية المقارنة بين المنتوجات قد يكون مضللاً (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الاعتداء على مصالح عون اقتصادي

أكد المشرع الجزائري على ضرورة أن تكون الممارسات التجارية نزيهة بعيدة عن كل كذب وتضليل غير قائمة على وقائع مخالفة للحقيقة، لكي لا تؤثر على رغبة المستهلك، حيث نص المشرع الجزائري على الممارسات التجارية غير النزيهة والتي تتمثل أساساً في جملة من السلوكات التي يقوم بها التجار والمهنيون للتأثير على المستهلك وجلب الزبائن وذلك بطرق غير نزيهة، كتعدي عون اقتصادي

¹ - متيش نوال، المرجع السابق، ص 30.

على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين وذلك في عدة صور، فحرية التجارة تسمح لكل تاجر منافسة غيره من التجار.

لكن ما يلاحظ على هذه الحرية أنها مقيدة بحيث يعتبر التعسف في هذه الأخيرة ممنوعاً فنلاحظ أن الممارسات التي منعها المشرع في هذا الوضع تمثل صوراً وأساليب متنوعة للمنافسة غير المشروعة التي يعتدي فيها عون اقتصادي على عناصر محل تجاري لعون اقتصادي آخر، جاءت من العموم بحيث تسمح بالإحاطة بجميع الأساليب التي يمكن أن تدرج تحت وصف المنافسة غير المشروعة، ويلاحظ أيضاً أن الحماية التي قررها القانون ليست حماية للعون الاقتصادي المنافس فحسب، بل حماية المستهلك والنظام الاقتصادي بشكل عام.

الفرع الأول: تشويه سمعة عون اقتصادي من خلال المساس بشخصه وخدماته أو منتجاته

ورد في نص المادة 26 من ق.م.ت 02/04 المحدد للقواعد المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، أنه تمنع كل الممارسات التجارية غير النزيهة المخالفة للأعراف التجارية النزيهة والنزيهة، التي من خلالها يتعدى عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصاديين آخرين فهنا المشرع لم يحدد كل الممارسات التجارية غير النزيهة إلا أنه عدد بعضها، فمنها التي تنصب وتشكل اعتداءً على مصالح الأعوان الاقتصاديين ومن بينهما تشويه سمعة العون الاقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته.

أولاً: تشويه سمعة العون الاقتصادي من خلال المساس بشخصه

يتم المساس بشخصه العون الاقتصادي من خلال تخطي حاجز التجرد إلى العناصر الذاتية، بحيث يقوم مرتكب الفعل غير النزيه بالتعرض لشخصية العون الاقتصادي المنافس ويمكن أن يتخذ التعرض للصور الآتية:

1- المساس بالائتمان أو بالاعتبار الشخصي للمنافس

من المعروف أن التجارة تقوم على أساس الشرف والائتمان والثقة، وكل مساس بهذا العنصر يؤثر على العلاقات المنافسة منها التي تلحق بالسمعة التجارية للتاجر أو انتماؤه، مثل ما يصدر من

إشاعات أو أقوال أو تلميحات تشكك في الحالة المالية للمنافس، كالتلميح أن المنافس في وضعية سيئة أو في طريق الانهيار أو غير قادر على الوفاء¹.

2- المساس بسمعة وشرف العون الاقتصادي

وذلك من خلال التعيب بجنسيته أو ديانتته أو جنسه، وهذا ما يهدف بالإضرار بالثقة الموضوعية في الشخص المنافس، أو منشآته أو منتجاته، وبعض التجار يستغلون مثل هذه الفرص للأضرار بمنافسيهم، اعتماداً لما يقع في نفوس الجمهور من مواقف مثل الانتماءات الوطنية بلفت انتباه الجمهور المستهلكين كأن يكون المنافس من جنسية دولة ملحدة².

هذا وقد يعمد التاجر إلى توجيه ادعاءات غير صحيحة ضد منافسه للنيل من سمعته أو لصرف العملاء عنه أو لإيذائه، من أجل الإفادة مادياً، من ذلك قد تتضمن هذه الادعاءات إهانة لشخص التاجر المنافس وتشوه سمعته التجارية أو إضعافاً لائتمانه، أو عدم ملائمته كان يدعي أن التاجر المنافس غير أمين أو أنه ينتمي إلى جنسية دولة معادية أو أنه على وشك الإفلاس، كما قد تنصب هذه الأعمال على سلوكه لشخص مثل الادعاء بأنه مخدرات أو من رواد موائد القمار أو بيت البغاء، حيث يتأذى عملاء هذا التاجر من التعامل معه، فيما لو كان كذلك فعلاً مما يؤدي من انصرافهم عنه³.

ويتوصل التاجر المنافس إلى تحقيق غرضه هذا بوسائل مختلفة كتوزيع المنشورات أو النشر في الصحف أو بأي وسيلة كانت من خلال وصفه بالخيانة وغيره من الاتهامات التي تؤدي إلى التأثير في عنصر العملاء وصرافهم عن التعامل معه⁴.

¹ - عثمان رباح، المرجع السابق، ص 24.

² - خديجي أحمد، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة الدكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016 ص 101.

³ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 102.

⁴ - صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري (دراسة مقارنة)، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2018، ص 53.

ثانياً: المساس بخدمات التاجر ومنتجاته

يحق للتاجر مدح بضاعته بأي طريقة يشاء، كأن يصرح بأن بضاعته أصلية أو بها مواصفات فردية وغيرها من البيانات، طالما كانت صادقة، وتطبيقاً لذلك فإنه لا يجوز للتاجر المنافس أن يُشيع بأي طريقة أن بضاعة منافسه مقلدة أو محجوز عليها أو بها مواد مضرّة، وليس له أن يتعرض لسلع غيره ولو كانت العيوب التي يذكرها حقيقية¹.

الفرع الثاني: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي أو تقليد منتجاته أو إشهاره

تظهر أهمية العلامة التجارية في تمييز منتجات الصانع أو التاجر عن المنتجات المشابهة لها لصناع أو تجار آخرين، حيث أصبحت العلامة التجارية وسيلة دعائية لزيادة الطلب على المنتج أو سلعة معينة فيعتبر تزايد استهلاك تلك السلعة على زيادة شهرة العلامة التجارية، ومنها يعتبر هذا الحق الذي هو العلامة التجارية يحتاج إلى حماية وذلك في مواجهة التقليد والتزوير وشتى الاعتداءات وصورها التي توقع الضرر على المستهلك بشكل مباشر وأصحاب الحقوق بصفة خاصة ومنها نتطرق أولاً إلى تعريف العلامة التجارية.

أولاً: تعريف العلامة التجارية

ينظم العلامات التجارية في الجزائر الأمر المتعلق بالعلامات 06/03² تعريف العلامة التجارية في القانون الجزائري نستشف من تعريف العلامة التجارية العادية عند المشرع الجزائري من مضمون ما جاءت به المادة الثانية من الأمر 06/03 في الفقرة الأولى بقولها « العلامات هي كل الرموز القابلة لا لتمثيل الخطي، لاسيما الكلمات بما فيها الأسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات او الصور أو الأشكال المميزة لسلع أو توضيها والألوان بمفردها أو مركبة التي تستعمل كلها بتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي وخدمات غيرها ». »

¹ - صبري مصطفى حسن السبك، المرجع السابق، ص 56.

² - الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلقة بالعلامات، ج.ر.ج.ج، العدد 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.

فالعلامة التجارية هي كل ما يميز به الصانع المنتوجات التي يضعها أو التاجر السلع التي يبيعها، ويمكن من هذا نستخلص أن بالاستناد إلى هذا تقع جرائم تمس بالعلامة التجارية، ويمكن أن نعبر عنها بتزوير العلامة التجارية وذلك من خلال تقليد العلامة التجارية للعون الاقتصادي، وذلك لتضليل المستهلك بالإضافة إلى ذلك وضع علامة مملوكة للغير على منتجات بسوء قصد، بيع أو عرض للبيع أو حيازة بقصد بيع منتوجات عليها علامة مزورة أو مقلدة لصاحب الحق في العلامة من مصلحة في استئثار باستعمالها لتمييز ما يصنعه أو يتاجر فيه.

لذلك فإن الجريمة تقوم في الفروض السابقة حتى ولو كانت السلعة الموضوع عليها العلامة المملوكة للغير أو المزورة أو المقلدة لا تقل في جودتها عن السلعة الأصلية بل ولو كانت تفوقها في ذلك، إما حماية ثقة المستهلك في السلعة التي تحمل العلامة التجارية المسجلة فتتحقق بطريقة مباشرة، فالمستهلك الذي يشتري سلعة تحمل علامة تجارية أو كانت تدانيتها في ذلك أو تفوقها فوجه الضرر في هذه الحالة الأولى ظاهر، إما في الحالة الثانية التي تكون فيها السلعة المباعة أو المعروضة تماثل أو تفوق الأصلية في الجودة، فإن الضرر الذي يصيب المستهلك يأخذ شكل التعدي على حرية المستهلك في الاختيار¹.

لم يُعرف المشرع الجزائري العلامات التجارية المشهورة، وإنما اكتفى بإعطاء تعريف عام للعلامات، غير أنه جاء في المادة 09 الفقرة الرابعة من نفس الأمر على أنه: « يجوز لصاحب علامة ذات شهرة في الجزائر، حق منع الغير من استعمال علامته دون رضاه وفقا لشروط المنصوص عليها في فقرتها الثامنة ».

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة، ج 1، منشورات حلي الحقوقية، لبنان، ط2، 2007، ص 208.

1. تعريف الشهرة

إن العلامة تعتبر مشهورة إذا كانت معروفة من طرف قطاع واسع من الجمهور بصرف النظر عن دائرة المستعمرين المعتدين على المتوج الذي تميزه.¹

2. تعريف العلامة المشهورة

من هذه الزاوية تجدر الإشارة أن المشرع الجزائري لم يعرف المقصود بالعلامة المشهورة وربما ترك ذلك للفقهاء، الذي يعرفها أنها كل علامة معروفة من عدد كبير من الجمهور وليس فقط من قبل المختصين، ويشترط لإثباتها أن تكون ذات سمعة مرموقة في الجزائر ويكثر عليها الطلب، كما حصر المشرع الجزائري العلامة المشهورة في التراب الوطني أي الجزائر، بحيث تقاس شهرتها بمستوى ذيوعتها وانتشارها في الجزائر فلا تعد العلامة مشهورة إذا لم تكن معروفة.²

إن المنافسة غير المشروعة للعلامة التجارية التي تؤدي إلى تضليل الزبائن والعملاء من خلال تقليد العلامة التجارية والمنتجات، تتيح لنا رفع دعوى التقليد التي تعرف لقيامها يفترض أساساً بأنها هناك حق تم الاعتداء عليه وهنا الحق ظاهر كون دعوى التقليد تحمي الحق المعتدى عليه بجزاءات متعددة قد تصل حتى عقوبة الحبس.³

بالنظر إلى مكانة العلامة التجارية التي تحتلها وبالنظر إلى قيمتها المالية التي تمثلها، أصبحت العلامات التجارية تشكل عاملاً في تحريك المنافسة التجارية، حيث باتت محل لاعتداءات من قبل بعض التجار لم يلحقه من الضرر بمالك العلامة التجارية وقد يتعدى نطاق الضرر إلى المستهلك في

¹ - أحمد الدراري، المسؤولية عن الأفعال الخارجة عن التزييف والمنافسة غير المشروعة (دراسة في ضوء القضاء المغربي والفرنسي)، مطبعة الاقتصاد، د.ب.ن، 2016، ص 28.

² - عجة الجليلي، العلامة التجارية وخصائصها وحماتها، ج 4، مكتبة زين الحقوقية، بيروت، ط 1، 2015، ص ص 59-136.

³ - أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار البازوردي، العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2016 ص 88.

غالب الأحيان، وعلى غرار أغلب التشريعات فإن المشرع الجزائري جرم بعض الأفعال التي تمس بالعلامة والمنتوج وتتعدى نطاق الضرر للمستهلك.

وعليه فيعرف التقليد في المادة 27 فقرة 2 من القانون رقم 02/04 على أنه تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون... « العلامات المميزة لعون اقتصادي منافس أو تقليد منتجاته أو خدماته أو إشهاره الذي يقوم به قصد كسب زبائن هذا العون إليه بزرع شكوك وأوهام في ذهن المستهلك»، إذ اعتبر المشرع الجزائري التقليد بمثابة ممارسة تجارية غير نزيهة لأنها تمس بمصالح العون الاقتصادي المنافس وتضليل المستهلك.

ثانياً: تعريف التقليد

عرف المشرع الجزائري التقليد في نص المادة 26 من قانون العلامات كل عمل يمس بالحقوق الاستثنائية لمالك العلامة التجارية يشكل جرم تقليدها غير مشروع أو كل تصرف قانوني يمس بحقوق صاحب العلامة.

يُعد العمل كفعل مجرم إذا انتهك حقوق صاحب العلامة لتحقيق أغراض تجارية وذلك بأي شكل من الأشكال، كأن تكون السلع حاملة لتحقيق أغراض تجارية مقلدة بما في ذلك غلافها وغيرها من الأفعال، كما يجب أن يؤدي هذا العمل إلى إحداث لبس وتشابه بين السلع إلى الحد الذي يمكن تمييزها في جوانبها الأساسية كما يتخذ العمل المعد كتقليد صورتين.

1. التقليد الكامل

ويقصد به اصطناع علامة مطابقة للعلامة الأصلية بحيث تبدو العلامة المقلدة مطابقة تماماً للعلامة الأصلية، وعلى سبيل المثال ما قضت به محكمة بوفاريك القسم التجاري بتاريخ 27-12-2006 بقضائها أن هناك تقليد كامل بين العلامتين المقلدتين "SPORTFIX" و"FIXSPORTIF" والعلامة الأصلية "FIXSPORT"¹.

¹ - عمدة الجليلي، المرجع السابق، ص 194.

2. التقليد الجزئي

فيتم نقل بعض العناصر لو الأجزاء الأساسية من العلامة الأصلية بشكل تبدو فيه العلامة المقلدة مشابهة لها، على سبيل المثال ما قضى به مجلس قضاء الجزائر في قراره المؤرخ في 30-01-1989 بأن تسمية "BANITA" تشكل تقليدا لتسمية "HABANITA" وذلك لوجود تقليد جزئي بين العلامتين¹.

3. يعرف التقليد اصطلاحاً

فيقصد به اصطناع شيء كاذب على شيء صحيح بحيث لا يشترط في الشيء المقلد أن يكون مشابهاً تماماً للشيء الصحيح، فينخدع به الفاحص المدقق وإنما يكفي أن يقبل التشابه إلى درجة يمكن من خلالها خداع الجمهور، والعبرة في تقدير توافر التقليد هي بأوجه الشبه بين الشيء المقلد والشيء الصحيح².

ثالثاً: تقليد المنتجات

يطال عدد كبير من أساليب المنافسة غير النزيهة منتوجات المتنافسين الآخرين وغالباً ما يتم تقليد المنتوجات عن طريق اعتماد الشكل الخارجي للمنتوجات المنافسة، أو شكل التجاري الذي يتعرض به، فإذا كان ذلك من شأنه خلق الالتباس بين المنتوجات في ذهن المستهلك العادي قصد صرفه عن العون الاقتصادي المنافس، أُعتبر من قبيل المنافسة غير النزيهة.

كما يجمع الفقه والقضاء في فرنسا على إدانة التقليد الكامل أو الحرفي، بإعتباره وسيلة لإيقاع الجمهور في الالتباس، وجعله يختلط بين المنتوجات مما يشكل منافسة غير مشروعة³.

¹ - عمجة الجليلي، المرجع السابق، ص 194.

² - عزيزة شيري، حنان مناصرية، "تسميات المنشأ كضمان لحماية المستهلك بين النص والتطبيق"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 14، 2017، ص 411.

³ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 108.

تقوم في حالة التسلم منتج أو خدمة مقلدة خلاف ما طلبه المستهلك الذي يرغب في منتج أو خدمة أصلية، وضع المشرع الجزائري تدابير جمركية بشأن تقليد العلامات بموجب نصوص قانونية، أصدرت إدارة الجمارك قرار خاص يتضمن إجراءات الحجز الجمركي للسلع المقلدة وبناءً على هذا يتم الحجز بطلب من صاحب العلامة أو من له الحق فيها¹.

وعند قبوله تحجز السلع المقلدة والمنتجات على مسؤولية الطالب والذي يتعين عليه تثبيته في أجل عشرة أيام قابلة للتجديد مرة واحدة، تحت طائلة رفع اليد عنه من قبل إدارة الجمارك.

حيث عرف المنتج السليم والنزيه والقابل للتسويق "المنتج خال من أي نقص لو عيب يضمن عدم الأضرار بصحة وسلامة المستهلك أو مصالحه المادية والمعنوية، كما عرف المنتج الخطير بأنه " كل منتج لا يستجيب لمفهوم المضمون المحدد أعلاه " فهذا إن دل على شيء فإنه يدل على أن يلتزم المتدخل من جهة بضمان سلامة منتجاته وخدماته من كل عيب قد يشوبها فيكون هذا الضمان وسيلة لزيادة ثقة المستهلك في جودة السلعة المباعة وحمايتها من التعرض للغش².

رابعاً: تقليد الإشهار

يُعتبر الإشهار التجاري وسيلة للدعاية لما له من دور فعال في السوق بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، وذلك لما يتوفر عليه من بيانات تتعلق بخدمة معينة أو منتج وذلك للتشهير بها وجلب العملاء والزبائن، فتقليد هذا الأخير يتحقق لنا ما يسمى بالتضليل فالمستهلك من شأنه الوقوع في الخطأ والتضليل، فهو يعد إجحافاً في حق العملاء بصفة عامة، فالعون الاقتصادي صاحب الإشهار والخدمة المشهر بها أو المنتج هدفه الأساسي كسب الزبائن وتسويق منتوجه وغرضه الأساسي هو

¹ - عجة الجليلي، المرجع السابق، ص ص 199 207.

² - رضوان قروش، "ترقية المركز القانوني للمستهلك دراسة مقارنة بين القواعد العامة والقواعد الخاصة بحماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد القضائي، العدد 14، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خبضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 403.

تحقيق الأرباح، ومن الثابت أن الإشهار يعتبر الممارسة تجارية التي قد يعتمد عليها العون الاقتصادي من أجل تضليل وتغليب المستهلك وجعله يتوهم الشيء المخالف لما هو عليه الأمر في الواقع.

الفرع الثالث: استغلال مهارات المهنة للعون الاقتصادي

تعتبر هذه الممارسات منافية للقانون حيث تمس بالعون الاقتصادي بالدرجة الأولى والمستهلك بالدرجة الثانية، يُطلق على هذا النوع من الانتهاكات بالتطفل التجاري ولو الطفيلية التجارية بالنظر إلى التشريع الوطني لا تعرف النصوص الجزائرية التطفل التجاري بهذا الاسم وإنما تجدد تطبيقاته من خلال ما تم النص عليه في إطار الفقرة 3 من المادة 27 من ق.م.ت 02/04 والتي تنص على أنه « استغلال مهارة تقنية دون ترخيص من صاحبها » وإن كانت هذه الممارسات تشبه كثيراً التقليد المنصوص عليه في الفقرة الثانية من المادة نفسها إلا أنه يختلف عنه فهو يُعد صورة حديثة للممارسات التجارية غير النزيهة.

أولاً: تعريف التطفل التجاري

هو مجموعة الممارسات التجارية التي يتدخل من خلالها عون اقتصادي في نظام عون اقتصادي آخر، بغرض الحصول على منافع اقتصادية التي تحققها المهارات والمعارف المهنية التي استثمر واجتهد العون الاقتصادي المتطفل عليه لأجل بلورتها والانتفاع بها¹.

وذلك دون أن يسهم العون الاقتصادي المتطفل في هذا الاستثمار أو المجهود بشرط أن لا تكون هذه المهارات من بين الحقوق المحمية بنصوص قانونية خاصة، مثل براءة الاختراع، حقوق الملكية الصناعية المسجلة من دون أن يكون العون الاقتصادي المتطفل منافس للعون الاقتصادي المتطفل عليه وإلا الحق ذلك بالمنافسة الغير مشروعة².

¹ - سامية حسنين، "انتهاك حماية المستهلك والاعتداء على العلامة المميزة من خلال التطفل التجاري"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية بسكرة، العدد 14، 2017، ص 202.

² - سامية حسنين، المرجع السابق، ص 202.

ويُعرفه جانب من الفقه على أنه عبارة عن الاستعمال غير المشروع لقيمة اقتصادية للغير ناتجة عن معرفة النوعية وعمله الفكري عندما لا تكون هذه محمية بموجب نص خاص.

كما تبني الأستاذ "DUTOIT.B" إذ اعتبر المنافسة الطفيلية تتجسد في الأفعال التي يرتكبها التاجر أو الصانع بغرض الاستفادة من شهرة أي منافس مباشرة له، والتي اكتسبها بكيفية مشروعة ولو لم تكن له نية الإضرار بهذا الأخير، في حين أن السلوك الطفيلي لا يمكن أن يوجد إلا بين فاعلين اقتصاديين غير متنافسين بكيفية مباشرة اعتباراً لاختلاف منتوجاتهما¹.

ثانياً: صور الضرر التي يلحقها التطفل

- الخلط واللبس حول مصدر المنتج.
- تحقير العلامة التجارية عن طريق المساس بالجاذبية التي تتميز بها العلامة التجارية، خاصة وإن تم وضع منتوجاتها ذات جودة رديئة.
- انخفاض قيمة العلامة التجارية.
- ضياع فرص التطوير التجاري.
- الاضطراب التجاري².

الفرع الرابع: إحداث إضرابات في تنظيم عون اقتصادي منافس أو في تنظيم السوق

تُعد من قبيل الأعمال المنافسة غير المشروعة كل عمل يهدف إلى إحداث الاضطراب في مشروع منافس أو في تنظيم السوق، وذلك بغرض جذب العملاء فكل هذا يعتبر تعرض لأساليب العمل وعدم استقرار النشاط التجاري فقد تتمثل هذه الأعمال في الهدف من إنقاص عملاء المحل التجاري عن طريق إحداث الاضطراب فيه سواء بالمساس بالإنتاج أو بإغراء المستخدمين المتعاقدين للاستفادة من الأسرار أو تخريب الوسائل الاشهارية.

¹ - أحمد الدراري، المرجع السابق، ص 19.

² - المرجع نفسه، ص 139.

أولاً: إغراء المستخدمين المتعاقدين

كمنبدأ عام أنه يجوز للعون أن يتعاقد مع إجراء سابقين لعون منافس كما يجوز لهؤلاء أن يتعاقدوا مع من يشاءوا من مؤسسات، فلا يوجد أي خطأ في ذلك لكن الذي لا يجوز هو أن يقوم العون المنافس باستدراج عمال منافسيه وهم لا يزالون مرتبطين بعقد العمل أو باستدراجهم حتى بعد انقطاع علاقة العمل، مع وجود شرط عم المنافسة في عقودهم السابقة ويقوم بذلك لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء¹، بنص المادة 27 فقرة 4 على منع هذه الممارسة "إغراء مستخدمين متعاقدين مع عون اقتصادي منافس خلافاً للتشريع المتعلق بالعمل" وهنا قد يكون الإغراء بأساليب مادية ومنافع وما يشكل من ممارسة تجارية غير نزيهة.

ثانياً: الاستفادة من الأسرار المهنية قصد الإضرار بصاحبها

تعد المواد 28-29 من قانون المنافسة² ضماناً للأعوان الاقتصاديين ذلك لأنهم يلجؤون إلى مجلس المنافسة عند الحاجة مطمئنين واثقين بأن كل أسرارهم لا تخرج من المجلس، ذلك أن السر المهني للعون الاقتصادي له أهمية بالغة ومعتبرة في حياته الاقتصادية، فهناك من الأعوان من يعتبرون سرهم المهني هو رأس مالهم، فكم من عون اقتصادي ينفرد عن غيره من الأعوان كونه يتحكم في مسألة معينة والأمر كذلك تجده يكتسب السر بصفة محكمة لأن بالنسبة إليه إفشاء السر قد يسبب له العناء، فقد يقبل بدفع غرامة مالية ضخمة على أن لا يفشي سر المهني.

ومن هنا فمسألة السر المهني للعون الاقتصادي هي مسألة في بالغ الأهمية نلاحظ أن المشرع قد عدد ضمن أعمال المنافسة غير المشروعة الاعتداء على الأسرار الصناعية التي يملك الغير حق

¹ - نخري محمد أمين، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2018، ص 325.

² - الأمر رقم 03/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج، العدد 43 الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003.

استثمارها والمقصود بهذه الأسرار الصناعية هو ما استقر فقهه على تسميته بالمعرفة الفنية¹، وهي تلك التكنولوجيا التي يحتفظ بها المنتجين في سرية دون حمايتها عن طريق براءات الاختراع وفي سياق ذلك بخصوص الأسرار التجارية فهي ترتبط بالمحل التجاري والعون الاقتصادي، كما تعد من مبادئ المعاملات التجارية تستلزم حسن النية وشرف التعامل².

إذ نصت المادة 27 من ق.م.ت فقرة 5 على « منع الاستفادة من الأسرار المهنية بصفة أجير قديم أو شريك للتصرف فيها قصد الإضرار بصاحب العمل أو الشريك القديم » تؤدي هذه الممارسة إلى الإخلال بتنظيم المؤسسة، هذا العمل يخل بالمساواة في سائر المنافسة كما يشكل ممارسة تجارية غير نزيهة «.

1. السر المهني

هو التزام يقع على مجموعة الأشخاص بعدم إفشاء المعلومات والوثائق التي سلمت لهم أثناء أو بمناسبة نشاطهم المهني، أي هو التزام يقع على عاتق أشخاص بحكم مهنتهم ملزمين بعدم التصريح بمعلومات في حوزتهم.

2. سرية الأعمال

هي من بين الحقوق التي يحميها الدستور هذا ما تنص عليه المادة 39 من الدستور « سرية المراسلات والاتصالات الخاصة بكل أشكالها مضمونة » فسرية الأعمال تشمل كل المعلومات المتعلقة بالممارسات التجارية من أسعار إلى أسواق التوزيع³.

¹ - كريم أمين، الدور التكاملية بين مجلس المنافسة والقضاء في ضبط الممارسات المنافية للمنافسة، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، 2017، ص ص 97-98.

² - حسين الماحي، حماية المنافسة دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري رقم 3 لسنة 2005 ولائحته التنفيذية، الناشر المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2008، ص 14.

³ - علاوي زهرة، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في الحقوق، جامعة وهران، 2013، ص 106.

حماية لحقوق العون الاقتصادي فإن إفشاء هذه الأسرار يُعد مخالفة يعاقب عليها بموجب نصوص قانونية والتنظيمات التابعين له، فهؤلاء الأعوان المكلفين بالتحقيق في نفس الوقت يعتبر جريمة يعاقب عليها قانون العقوبات¹، حيث نصت المادة 301 من قانون العقوبات على أنه « يعاقب من ستة أشهر وبغرامة 500 إلى 5000 دج جميع الأشخاص المؤتمنين بحكم الواقع أو المهنة أو الوظيفة الدائمة أو المؤقتة على الأسرار أدلى بها إليهم وافشوها في غير الحالات التي يوجب عليهم فيها القانون إفشاءها ويصرح بذلك ».

ثالثاً: إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس

ويتحقق ذلك من خلال مختلف جرائم المنافسة المرتكبة على مستوى السوق كالهيمنة والتبعية الاقتصادية والاتفاقات المحظورة وكل الأفعال المنافية للقوانين والتنظيمات المعمول بها².

تنص المادة 27 فقرة 6 من ق.م.ت على أنه « إحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس وتحويل زبائنه باستعمال طرق غير نزيهة كتبديد أو تخريب وسائله الاشهارية واختلاس البطاقات أو الطلبيات والسمسرة غير القانونية وإحداث اضطراب بشبكة البيع ».

رابعاً: إحداث اضطراب في السوق

يشكل انتهاك القواعد السارية المفعول في المجال التجاري، عملاً غير مشروع يؤدي إلى فوضى في السوق، لأنه يُعطي العون الاقتصادي الذي لم يتقيد بالتنظيم نفعاً في المنافسة³.

¹ - الأمر رقم 156/66، المؤرخ في 08/06/1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، ج.ر.ج. ج العدد 49، الصادرة بتاريخ 11 يونيو 1966.

² - متيش نوال، المرجع السابق، ص 64.

³ - محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقاً للأمر 03/03 والقانون 02/04، منشورات بغدادي للطباعة والنشر، الجزائر، د.ط، ص 118.

وهكذا يجد الشخص الذي يقوم بأعمال تجارية بدون أن يتقيد بالقواعد الإدارية والضريبية الواقعة على عاتق التجار الآخرين نفسه مفضلاً بالنسبة لمنافسيه¹، فإثارة التاجر لاضطراب في السوق كأن يقوم بتخفيض أسعاره بدرجة كبيرة تتجاوز الحدود المألوفة في المنافسة المشروعة، كما لو باع بسعر التكلفة أو بخسارة حتى إذا ما تمكن من جذب الزبائن من غيره عادة إلى رفع السعر بذلك قد هدم تجارة غيره².

لكن لا يعتبر من قبيل المنافسة غير المشروعة قيام احد التجار بتخفيض أسعار بضائعه في الحدود المعقولة التي تعود بالفائدة على الجمهور المستهلكين دون إحداث الاضطراب في السوق، كما لا يعد أيضا من قبيل المنافسة غير المشروعة قيام احد التجار ببيع بضائعه بسعر التكلفة أو اقل في بعض المواسم كبيع ملابس الشتوية في نهاية موسم الشتاء وبيع الملابس الصيفية في نهاية الصيف³.

خامساً: إقامة محل تجاري بالجوار محل تجاري منافس

من حق أي تاجر أن يقوم بالتجارة التي يراها مناسبة له ومتى كانت من مصلحته لكن الأمر يختلف إن كان الغرض من إقامة المحل التجاري في الجوار القريب محل العون هو الدافع إلى استغلال شهرته خارج الأعراف والممارسات التنافسية المعمول بها، وهذا ما نصت عليه المادة 27 في فقرتها الأخيرة من ق.م.ت.

الأصل في هذا أنه لا يوجد خطأ من إقامة المحل المنافس أمام محل العون الاقتصادي الأخر بل هذا تجسيدا لحرية التجارة، لكن إذا ارتبطت إقامة هذا المحل بالاعتداء على عناصر محل آخر وخاصة الشهرة، وذلك بأية طريقة كانت خاصة وأن خصص المحل لنفس النشاط فهذا ما يحدث الخلط واللبس والارتباك في ذهن المستهلك ومع ذلك لم تدقق المادة في هذه المخالفة لخطورة تفسيرها تفسيراً

¹ - محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 108.

² - متيش نوال، المرجع السابق، ص 66.

³ - حسن محمد محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دراسة فقهية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015، ص 25.

واسعاً يمس بمبدأ حرية التجارة فوجب تحديد المعايير التي تجعل من إقامة محل مشابه في النشاط قرب محل آخر منشئ للمسؤولية المدنية والجزائية، سواء من حيث تحديد الأعمال التي تضر بالمحل أو بالشهرة وغيرها¹.

المطلب الثاني: حظر الإشهار التضليلي

لتسويق المنتجات وترويجها يلجأ الأعوان الاقتصاديين إلى الوسائل متنوعة لعرض منتجاتهم بغية إعلام المستهلك بنوعية السلع المتواجدة في الأسواق التي يتلقاها المستهلك بواسطة ما يسمى بأسلوب الإشهار التجاري، الذي يعتبر العامل الذي يعبر على المنتجات والخدمات المطروحة في السوق. فالإشهار هو أسلوب يعتمد على الإقناع وجذب انتباه الجمهور والتأثير فيه فيكون إيجابياً متى كان نزيهاً وصادقاً وفي خلاف ذلك قد يؤثر على المستهلك من خلال المساس بشخصه، حيث يلجأ إليه بعض المتعاملين من أجل خداع المستهلك وتضليله فلهذا أصبحت هذه الإشهارات غير السليمة وغير النزيهة محل حظر بموجب القانون².

الفرع الأول: مفهوم الإشهار

أصبح الإشهار يلعب دوراً كبيراً في السوق بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين اعتبر سبيل لتسويق وترويج المنتجات من خلال التعريف بها وبيان عناصرها وذلك من خلال التلفزيون والجراند ووسائل الاتصال المختلفة.

¹ - مهري محمد أمين، المرجع السابق، ص 329.

² - حسن محمد محمد بودي، المرجع السابق، ص 58.

أولاً: التعريف اللغوي والاصطلاحي للإشهار

1- تعريف الإشهار لغة

هو مصدر أشهر، يشهر، إشهاراً وهو من فعل مزيد مجرد، شهر من الشهرة وضوح الأمر، إذن الإشهار في اللغة يحمل معنى الإبراز والنشر والتعريف بالشيء ورفعته وتمييزه¹.

2- تعريف الإشهار اصطلاحاً

يُعرف على أنه كل سلوك أو فعل من شأنه اجتذاب الجمهور ولفت الانتباه وعليه فالإشهار هو كل وسيلة هدفه جلب الجمهور وهذا الأخير يشمل المستهلك أو العون الاقتصادي². عرف المشرع الجزائري الإشهار في المادة 3 من ق.م.ت 04-02 الإشهار على أنه « كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة ».

كما يُعرفه الفقه على أنه تقنية تستعمل لنشر بعض الأفكار والعلاقات ذات الطابع الاقتصادي بين أشخاص معينين يقدمون سلع أو خدمات وآخرين يطلبون ويستعملون هذه السلع³، بغية إعلامه بحولها، وحثه في الأخير على ضرورة اقتنائها عن طريق جلب انتباهه وإثارة اهتمامه⁴.

وبخصوص الفقه الفرنسي فقد تبني تعريف للإشهار في نوفمبر 1986 على أنه كل رسالة يوجهها صاحب مهنة للجمهور بهدف حثه على طلب أموال أو خدمات، ومنها ملصق في الشارع أو صفحة في مجلة مصورة أو إعلان في التلفزيون⁵.

¹ - حسن محمد محمد بودي، المرجع السابق، ص 118.

² - علاوة هرام، سارة عزوز، "الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة"، مجلة الحقوق والحريات، 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 224.

³ - زيري بن قويدر. خليفة جنيدي، "حماية إرادة المستهلك في ضوء قانون الممارسات التجارية 02/04"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 66.

⁴ - CALAIS AULOY jean , Op.cit, p .108

⁵ - J- LANGUIER, Droit pénal spécial. Ed, Dalloz, 2002, p 144.

ثانياً: تعريف الإعلان

1- الإعلان لغة

جاء على لسان العرب العلان والمعلنة والإعلان المجاهرة والإعلان في الأصل إظهار الشيء واعتلن الأمر إذا اشتهر والعلانية خلافاً السر وهو ظهور الأمر.

2- اصطلاحاً

يمكن أن نعرف الإعلان بأنه الوسيلة المشروعة لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات لصالح المعلن والمعلن إليه، فيشمل إظهار السلع عن طريق الدلالة أو غيره من الوسائل الحديثة سواء كان الإعلان بأجر أم بغير أجر¹.

ومن هنا فالإعلان يهدف إلى إغراء المستهلك باقتناء سلعة معينة وتفضيلها على غيرها من السلع وذلك باستخدام المبالغات اللفظية في الثناء على السلعة.

فالإعلان يُعد أحد أهم عناصر الاتصالات التسويقية كما أنه يعتبر إحدى أهم التقنيات التي تستخدمها المؤسسات في مجال التعريف بالسلع والخدمات والأفكار وحتى عن نفسها، ولا تتوقف أهمية الإعلان عند هذا الحد ولا تقف عند المستهلك فقط أو المؤسسة، بل تتعدى إلى المجتمع نظراً للمكانة التي يتمتع بها الإعلان والفوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يعود بها على المجتمع².

3- تمييز الإعلام على الإعلان

إن الإعلام هو التزام قانوني يلتزم به المتدخل لصالح المستهلك بأن يعلمه بكلا المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك، وهذه المعلومات مطلوبة لإبرام العقد أي لسلامة الرضي، أما الإعلان فلا يُعتبر التزام على المتدخل بل هو وسيلة لترويج المنتجات أو الخدمات بهدف تحقيق أكبر قدر من المبيعات وبالتالي لتحقيق مكاسب مادية ولهذا تدخل المشرع بتنظيم الإعلان والدعاية

¹ - محمد أحمد أو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط1، ص 283.

² - معراج هوارى، بومدين بوداود، "فعالية ترقية أخلاقيات الاشهارات التسويقية في حماية المستهلك من خلال أبعاد السياسة الجنائية للتشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 262.

التجارية بنصوص عقابية تعتبر كل تجاوز في هذا الإطار خداع أو محاولة خداع تؤدي بمرتكبها إلى المتابعة الجزائية¹.

4- عناصر الإعلان التجاري

إن الإعلان التجاري يحوي عنصرين أولهما مادي ويتمثل بأدوات الإعلان أو ما يسمى بوسائل الإعلان وثانيهما يتمثل في الهدف من الإعلان التجاري وهو بطبيعة الحال تحقق الربح.

أ- العنصر المادي

ويتمثل هذا العنصر بكل فعل أو نشاط أو استخدام لوسائل تعبير بالحواس بهدف إحداث التغيير معين ومحدود على المستهلك، ويفترض في الإعلان استخدام أداة من أدوات الإعلان في الأصل إلى إعلانات مكتوبة أو مقروءة أو سمعية ومرئية كالإنترنت والتلفزيون، أو ثابتة كاللافتات العلانية والألواح والملصقات الجدارية وواجهات المحلات، وغيرها من أساليب لجذب انتباه الجمهور بالإضافة إلى العلامة التجارية فهي تنفيذ البائع في الدعاية لمنتجات ومشروعات صناعية أو زراعية أو تجارية².

ب- العنصر المعنوي

لا يكفي تحقق العنصر في الإعلان بل يجب أن يتحقق عنصره المعنوي، وهو القصد لترويج المنتجات والخدمات بغية تشجيع المستهلكين على طلبها وبغية تحقيق الربح، وهذا القصد أي قصد تحقيق الربح هو السمعة المميزة للإعلان التجاري والتي تميزه عن غيره من النظم، كالإعلانات التي تقوم بها وزارة الصحة في سبيل المحافظة على الصحة والسلامة والوقاية من الأمراض وهنا يحدث الاختلاف³.

¹ - كمال كحيلي، "التزامات المتدخلين في العملية الاستهلاكية ومدى فعاليتها في حماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، 2017، ص 536.

² - المرجع نفسه، ص 537.

³ - موفق حماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية (دراسة مقارنة)، بغداد، ط 1، 2011، ص ص 42-45.

ثالثاً: الإعلان التجاري الكاذب والمضلل

يُعرف الإعلان التجاري الكاذب على أنه هو الإعلان الذي يتضمن بيانات غير حقيقة بشكل يعرض المواطنين به للخداع، ويجدر بنا أن نفرق بين الإعلان الخادع والمضلل والإعلان الكاذب، فالإعلان المظلل أو الخادع لا يتضمن بيانات كاذبة ولكنه يستعمل عبارات تؤدي إلى خداع المستهلك، فالمعلومات الواردة فيه غير كاذبة، ولكن الدليل الذي يستخدم في صحتها دليل مزيف¹. وبذلك فالخداع في الإعلان الكاذب يكون أكثر وضوحاً ويترتب على ذلك إن نطاق الإعلان المضلل يكون أوسع من نطاق الإعلان الكاذب، وعليه ينبغي الفصل بين ما يعد كذباً في الإعلان ويخضع للعقاب وبين ما هو المبالغ والإثارة في الإعلان للثناء على السلعة وإبراز محاسن الخدمة، والفيصل بين ما يُعد كذباً في الإعلان ويخضع للعقاب وما يعد مبالغة تفلت من العقاب².

1- الكذب والخداع والتضليل في الإعلان التجاري الخادع

يجب لقيام الكذب في الإعلان التجاري أن توجد واقعة غير حقيقية أو مضللة تخص عنصر من عناصر المنتج ويسمى بالعنصر المادي، كما يلزم لقيام الكذب والتضليل في الإعلان التجاري أن يؤدي ما هو غير حقيقي إلى خلق انطباع غير حقيقي أو مضلل لدى المستهلك عن المنتج وهذا ما يمكن وصفه بالعنصر المعنوي.

2- عناصر الكذب والخداع والتضليل في الإعلان التجاري الخادع

أ- العنصر المادي للكذب والتضليل في الإعلان التجاري

ويعني ذلك أن يصدر عن المعلن إعلان خادع يتضمن عرضاً أو بياناً أو إدعاء كاذب، أو أي أمر آخر يخالف الحقيقة هذا المنتج وخلق انطباع غير حقيقي أو مضلل للمستهلك، سواء كان بطريقة

¹ - معراج هواري، بومدين بوداود، المرجع السابق، ص 262.

² - خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بسلامته في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016، ص 99.

مباشرة أو غير مباشرة، وهذا يُلزم أن يحتوي الإعلان على ادعاءات أو علامات جودة عالية فهنا يقع المستهلك في حالة الاعتقاد الغير حقيقي عن المنتج ومن شأنه تضليله¹.

ب- العنصر المعنوي للكذب والتضليل في الإعلان التجاري

انصرف الفقه والقضاء الى تحديد مفهوم العنصر المعنوي للكذب والتضليل في الإعلان التجاري الخادع إلى توافر سوء نية لدى المعلن حتى يتم تجريم الدعاية الكاذبة أو المضللة، غير أنه بهذا الشأن اختلفت الآراء فمنهم من يرى الدعاية الكاذبة تعتبر جريمة مادية تقوم بمجرد الإعلان عن المنتج ما ومنهم من يرى أن سكوت المشرع ليس بالضرورة عدم اعتبار سوء نية المعلن شرط لتجريم الدعاية الكاذبة، لأن المشرع لو كان يقصد ذلك الشرط لنص على ذلك صراحة².

فأنصار هذا الاتجاه يرى أن المعلن في الدعاية الكاذبة يُفترض فيه سوء النية لأن المحترف متخصص، وأن الدعاية التجارية تلعب دوراً مهماً في تسويق المنتجات، فبحسب أن تكون صادقة، وأن حماية المستهلك تستوجب إعفائه من الإثبات سوء نية³.

الفرع الثاني: صور الإشهار التضليلي

حدد المشرع الجزائري في المادة 28 من ق.م.ت 04/ 02 حالات يعتبر فيها الإشهار تضليل غير شرعي حيث نصت كالاتي « دون الإخلال بالأحكام التشريعية والتنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يُعتبر إشهار غير شرعي وممنوعاً " كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان:

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى تضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكمية أو... أو ميزاته.

¹ - سمير عبد السميع الاودن، تسويق الشهرة التجارية (الفرانشيز) ودور التحكيم في منازعاتها، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط 1، 2009، ص 287.

² - خوجة خيرة، المرجع السابق، ص 99.

³ - المرجع نفسه، ص 100.

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

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.»

أولاً: الإشهار المفضي إلى التضليل

من خلال المادة 28 فقرة 1 من القانون 04/02 نستنتج أنه لا يشترط أن يقع التضليل فعلاً بل يكفي أن يكون محتمل الوقوع مستقبلاً، ومن ثم فإن تحديد مدى انطباق هذه الصورة ينطلق من مضمون الإشهار ومحتواه بغض النظر عن النتائج الفعلية للإشهار، وذلك تكريساً لحماية المستهلك، والمشرع لم يشترط قصد التضليل (الركن المعنوي) لدى صاحب الإشهار، وإنما اكتفى بالركن المادي المتمثل في أن يكون الإشهار متضمناً لبيانات أو تشكيلات يمكن أن يفضي إلى التضليل وبالتالي فإن الجريمة التي تجسدها هذه الصورة للإشهار التضليلي هي "جريمة مادية"، حيث استعمل المشرع الجزائري مصطلح التضليل دون الكذب لأن التضليل هو أي سلوك من شأنه خداع المتلقي وإيقاعه في الغلط أما الكذب فهو ادعاء مزاعم مخالف للحقيقة¹.

ثانياً: الإشهار المفضي إلى اللبس

كما ورد في المادة 28 فقرة 2 المذكورة سابقاً يتضح من ذلك أن المشرع في هذه الصورة لم يستوجب وقوع اللبس فعلاً، وإنما يكفي إمكانية حدوثه في المستقبل، كما أن المشرع لم يشترط على غرار الصورة السابقة أي قصد للتلبس لدى صاحب الإشهار أي لم يشترط أي عنصر معنوي، فهو يشكل جريمة مادية، وعلة حضر هذا النوع من الإشهار بالنسبة للمستهلك تتجلى في إن اللبس

¹ - ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع المصري، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009، ص 109.

الحاصل نتيجة الإشهار من شأنه توليد الشك والأوهام في ذهن المستهلك فيقدم على اقتناء ما لم يقصد اقتنائه من السلع والخدمات أو التعاقد مع لم يكن ينوي التعاقد معه¹.

إن خطر الإشهار المفضي إلى اللبس من شأنه تكريس نزاهة الممارسات التجارية بين الأعوان الاقتصاديين مثل تقليد منجاته أو إشهاره، ومن هنا لعب القضاء في الجزائر دوراً هاماً في مقاومة التلبس الذي يضلل المستهلك حتى قبل صدور القانون 02/04 وذلك من خلال حماية العلامات التجارية من خلال جريمة المحاكاة التديسية².

ثالثاً: الإشهار المضخم

جاءت المادة 28 فقرة 03 من ق.م.ت فالمرشح في هذه الصورة للإشهار التضليلي يتصدى للأعوان الاقتصاديين الذين يثون إشهاراً يفوق قدراتهم الحقيقية والملاحظ أن المرشح هنا أيضاً لم يشترط أي قصد جنائي وبالتالي حتى إذا كان الإعلان المضخم سببه سوء في تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية فإن ذلك لا ينفي عن الإشهار صفة التضليل، والعلة في خطر هذا النوع ترجع لتأثيره على الاستقرار والتوازن بين العرض والطلب وما ينجم عنه من تذبذب في الأسعار وهز لثقة المستهلك³.

كما يلاحظ من نص المادة 28 فقرة 03 من ق.م.ت سابقة الذكر أن تشترط أن يكون التضخم مقصوداً وبالتالي يكفي أن يكون سببه سوء تقدير العون الاقتصادي لقدراته الحقيقية، لأن هذا الأخير شخص محترف يفترض دقة تقديره لقدراته المهنية، وذلك يرجع للسلطة التقديرية للقاضي عن مدى تضخم العون الاقتصادي لقدراته في الإشهار⁴.

¹ - سمير عبد السميع الاودن، المرجع السابق، ص 282.

² - ماني عبد الحق، المرجع السابق، ص 110.

³ - خوجة خيرة، المرجع السابق، ص 101.

⁴ - محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 120.

رابعاً: الطابع التضليلي للإشهار

يؤثر الطابع التضليلي للإشهار على المستهلك بصفة خاصة من خلال مميزات أو بيانات المنتج المشهر به، إن خداع المتعاقد الآخر يعتبر أول خطأ مدني يثير المسؤولية العقدية لمرتكبه، مع ملاحظة أن هذا السلوك يمكن أن يبرز في مرحلة ما قبل التعاقد ويعتبر أدق في مرحلة الإشهار.

فالطابع التضليلي للإشهار يشكل العامل الأساسي للجنة التي نصت عليه في المادة 28 المذكورة سابقا التي أوردت بعض الأمثلة له، كالإشهار الذي يتضمن تصريحات وبيانات يمكن إن تؤدي إلى التضليل بتعريف المنتج أو الخدمة أو الكمية أو الإشهار الذي يتضمن عناصر تؤدي إلى الالتباس، وغيره من الأمثلة المذكورة سابقاً، ويتم تقدير الطابع التضليلي للإشهار من طرف القاضي بالرجوع إلى المستهلك المتوسط الذكاء¹.

من هنا يمكن القول أن الإشهار التضليلي أو المضلل هو الإشهار الذي يؤدي إلى تغليط المستهلك أو إمكانية تغليطه سواء باستعمال الكذب أو دون استعماله عن قصد أو دون قصد حتى ولو كان بإهمال.

فالممارسة تكون محظورة إذ تضمنت الادعاءات كاذبة أو على الأقل من شأنها أن توقع الجمهور في الغلط، كما قد تكون كذلك في حالة الاعتماد على إغفال المعلومات الجوهرية في التعاقد، ولهذا نجد المشرع قد أكد على البيانات التي ينبغي أن يتضمنها الإشهار لحماية المستهلك من التضليل، كما اعتبره المشرع بمثابة جنحة رتب عليها غرامات مالية تتراوح بين الخمسين ألف دج إلى الخمسة ملايين دج إضافة إلى عقوبات أخرى على غرار إمكانية مصادرة البضائع موضوع الحضر وحتى غلق المحل التجاري².

¹ - محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 111.

² - بليمان يمينة، حسام الدين غريوج، "حماية المستهلك في مواجهة البيع بالتخفيض"، مجلة الاجتهاد لقضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 633.

خلاصة الفصل الأول

يتضح لنا أن الممارسات التجارية غير النزهية هي الممارسات التي تصدر عن العون الاقتصادي بتعدد صفاته سواء كان منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم الخدمة، بتعسفه والحاقه الضرر بالمستهلك أو غيره من الأعوان المتنافسين.

نظم المشرع الجزائري من خلال القانون 02/04 مبدأ نزاهة الممارسات التجارية، حيث جعل المشرع النزاهة مبدأ يحكم القواعد المطبقة على الممارسات التجارية من خلال جملة من النصوص والقواعد القانونية حظر بموجبها على العون الاقتصادي كل ما يمس ويخالف الأعراف التجارية المعمول بها، والتي يتعدى من خلالها العون الاقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر.

فالحماية التي أقرها القانون في هذا الإطار ليست حماية للعون الاقتصادي فحسب بل تتعدى لتشمل المستهلك، فالمشرع لم يحرص كل الممارسات التجارية غير النزهية إلا أنه عدد بعضها، منها ما تشكل اعتماداً على مصالح الأعوان الاقتصادي وذلك بتشويه سمعتهم والمساس بخدماتهم ومنتجاتهم، وتقليد منتج أو علامة تجارية فالتقليد بدوره يثير اللبس في ذهن المستهلك كاستخدام تسميات تماثل تسمية علامة عون اقتصادي آخر، أو بتقليد المنتجات لكسب الزبائن العون الاقتصادي المنافس والإضرار به، فكل ذلك يُعد من قبيل المنافسة غير النزهية ومنها ما ينصب ويتعلق بالإشهار التضليلي هذا الأخير لما له من أهمية في تسويق المنتجات والذي يدفع المستهلكين على اقتناء السلع والخدمات.

الفصل الثاني

الآليات القانونية لحماية

المستهلك من الممارسات التجارية

غير النزيدة

الفصل الثاني

الآليات القانونية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة

تُعتبر حماية المستهلك عن سياسة تشريعية عامة وثابتة في الدول المتقدمة، حيث لم تأتي هذه الحماية فجأة ولكنها تمت بطريقة تراكمية، صدر خلالها العديد من التشريعات واللوائح، وأنشئ خلالها العديد من المنظمات والتنظيمات المتعلقة بالاستهلاك والمستهلكين¹.

وبالنظر إلى الخرقات التي يتعرض لها المستهلك فقد سعى المشرع الجزائري إلى إيجاد العديد من الأجهزة من مهامها الدفاع عن المستهلك، فتنوع هذه الأخيرة بتنوع الغرض الذي أنشأت من أجله فنجد هيئات إدارية لما لها من دور فعال سواء الوقائي أو الردعي (المطلب الأول).

وأخرى قضائية باعتبارها سلطة يخول لها القانون توقيع العقاب لردع المخالفين، إضافة إلى هيئات أخرى مستقلة (المطلب الثاني) ألا وهي جمعيات حماية المستهلك التي لعبت دور مهم في الدفاع عن مصالح المستهلك من خلال دورها التحسيسية للمستهلكين وإعلامهم بالممارسات التجارية غير النزيهة التي قد يقع فيها المستهلك إلى جانب الآليات الوقائية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة يتضح لنا وجود آليات أخرى لها دور مهم في تحقيق الحماية للمستهلك من الممارسات (المبحث الثاني) التي يتجرأ ويقبل عليها العون الاقتصادي لكي يلحق الضرر بالمستهلك.

فبالتالي تقوم مسؤولية العون الاقتصادي، فمن المنطق والمعمول به قانونا أنه يجوز لكل متضرر المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحق به، كما جاز للمستهلك أن يطالب بإبطال العقد فإذا تعلق الأمر بعيب من عيوب الإرادة من غلط أو تدليس (المطلب الأول)، ضف إلى ذلك يتمتع المستهلك بحماية جزائية من الممارسات التجارية غير النزيهة والهدف من تشريع الحماية الجنائية للمستهلك هو الوصول إلى الحقيقة وتفادي إفلات المجرم من العقاب، وردع المخالفين (المطلب الثاني).

¹ - نبيل إبراهيم سعد، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان في القانون الفرنسي دراسة للقواعد الإجرائية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008، ص 7.

المبحث الأول: الرقابة والأجهزة المكلفة بحماية المستهلك

جعل الإسلام للفرد الحرية فيما يكسب ويستثمر ولكنه رفض أن يضرر بالمال ويعتدي به على المصلحة العامة¹، فالمستهلك إذا أتاحت له سوق عادلة يستطيع من خلالها الحصول على حقوقه دون بخس كان ذلك سبيلاً لرفاهيته ورفع مستوى معيشته، أما خلافاً لذلك فقد يتضرر المستهلك مما يوقع به في الغش والتضليل الذي تنوعت صورته هذه الأيام من اختلاف في مواصفات السلع المعروضة، والمواصفات القياسية.

ومن هنا تم تكريس العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك والدفاع عن مصالحه، تتنوع هذه الأجهزة بتنوع الغرض الذي أنشأت من أجله، من أجهزة رقابة ودفاع على حقوق المستهلك المتضرر من العلاقة التي تربطه بالعموم الاقتصادي، حيث أن هذا الأخير بما لديه من القوة الاقتصادية ووسائل تمكنه من السيطرة على هذه العلاقة وهنا أقتضى الأمر اتجاه مختلف التشريعات إلى ضرورة توفير الحماية للطرف الضعيف في العلاقة، وبهذا أصدرت عدت قوانين من أجل إرساء قواعد حماية المستهلك التي تكفل للمستهلك سلامة رضاه وحرية إرادته واختياره بعيداً عن تلاعب المنتجين بالأسعار والسلع بالإضافة إلى الأجهزة الإدارية وأخرى قضائية (المطلب الأول).

إضافة إلى هيئات أخرى مستقلة تتخذ مكانة عالية لما تحققه من ضمان لحقوق المستهلكين وتمثيلهم، كما لها مهام عديدة كالدفاع عن مصالح المستهلكين وتوعيتهم وتحسيسهم وبهذا تحقق التكامل مع باقي الأجهزة القضائية والإدارية ألا وهي جمعيات حماية المستهلكين، تقوم هذه الأجهزة في مجملها بدورها في الدفاع عن المستهلك ومواجهة المخاطر التي قد تمس بأمنه وسلامته (المطلب الثاني).

¹ - حسن محمد محمد بودي، المرجع السابق، ص ص 18-20.

المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

إن الرغبة في الربح السريع دفعت العديد من التجار والمنتجين لإتباع أساليب غير مشروعة واستخدام كافة الوسائل التي تؤدي بهم إلى خداع المستهلك فهذا الأخير الذي يستلزم الحماية بشأن ما يقتنيه من سلع وخدمات، خاصة في ظل تطور هاته السلع والخدمات وما نجم عنها من تفاقم الأضرار والمخاطر التي تهدد الأشخاص، تقوم الهيئات الإدارية بدور فعال من أجل الحفاظ على أمن وسلامة مصالح المستهلك.

هذا الأخير الذي هو في أمس الحاجة لهذه الحماية من عدة زوايا منها ما يمثل حماية صحية من خلال الحرص على سلامة المنتجات الاستهلاكية، ومنها حماية إعلامية من خلال ما يسمى بوسائل الإعلام والحرص على صحة البيانات، مع التدقيق والتأكد إن كان الإعلان الموجه للجمهور لا يمس بأمن المستهلك من خلال الكذب والتضليل اللذان يقترنان بتوافر سوء نية لدى المعلن، لما تلعبه الدعاية التجارية من دور في تسويق المنتجات لذا يشترط أن تكون صادقة.

وتشرف الهيئات الإدارية على تنظيم الأسواق ومنع الاضطراب قصد توفير حاجيات المستهلك بعيداً عن كل ممارسة غير نزيهة كما تطلع الهيئات الإدارية باختلاف اختصاصاتها بدور فعال في حماية مصالح المستهلك، سواء ما تعلق منها بالدور الوقائي لتجنب إلحاق الضرر أو العلاجي الردعي في حالة وقوع الضرر من طرف المخالفين، فتدخل هذه الهيئات في تنظيم السوق حماية للمستهلك والدفاع عن مصالحه ما هو إلا تنفيذاً للأدوار المكلفة بها، إذ تتنوع الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك حسب الغرض الذي أنشأت من أجله.

الفرع الأول: دور وزارة التجارة

لقد حرصت الجزائر في إطار اهتماماتها بالمستهلك على إنشاء الإدارات والمؤسسات المعنية بحماية المستهلك وسنت القوانين والتشريعات لمراقبة مطابقة الجودة المنتجات والخدمات المعروضة

1- المديرية العامة لضبط وتنظيم النشاطات والتقنين

تتخذ هذه المديرية في إطار أداء مهامها جميع التدابير اللازمة إلى حماية المستهلك وصحة وسلامة المستهلك، بحيث تشرف على خمس مديريات كلها تعمل على إعداد الآليات القانونية للسياسة التجارية، مع السهر على السير التنافسي للأسواق قصد تطوير قواعد المنافسة السليمة والنزيهة، وكذا الاهتمام بترقية جودة السلع والخدمات وحماية المستهلك.

إذ يعملان كلاهما على تنفيذ المهام المخول لها في حدود اختصاصاتها لكن المتأمل لذلك يرى حالياً الدور الفعال والمتقارب للنتائج المتوصل إليها، وحيث لا تكون أمام حماية كاملة للمستهلك في حال وجود منافسة غير نزيهة في السوق، إذ يقلل ذلك من فرص الحصول على السلع أو الخدمات بما يتناسب والمتطلبات المشروعة للمستهلك¹.

2- المديرية العامة لرقابة الاقتصاديين وقمع الغش

تتنوع المهام الموكلة لها طبقاً للمرسوم التنفيذي رقم 266/08 السالف الذكر، حيث تقوم بمراقبة الجودة وقمع الممارسات المضادة للمنافسة ومحاربة الممارسات التجارية غير المشروعة، وتسهر على توجيه برامج المراقبة الاقتصادية وقمع الغش، كما تقوم بتحقيقات ذات منفعة وطنية بخصوص الاختلالات التي تمس السوق، وتعتمد هذه المديرية في إطار تنفيذ مهامها على 04 مديريات تابعة لها وهي²:

- مديرية مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مديرية مراقبة الجودة وقمع الغش.
- مديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة.
- مديرية التعاون والتحقيقات الخصوصية³.

¹ - زوبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 159.

² - مريم بوشري، المرجع السابق، ص 5.

³ - المرجع نفسه، ص 5.

يقابل هذه المديرية في فرنسا المديرية العامة للمنافسة والاستهلاك وقمع الغش والتي تعمل على تنظيم النشاط الاقتصادي في السوق، ومراقبة مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للالتزامات القانونية المفروضة عليهم¹.

ثانياً: على المستوى الخارجي

يتعلق الأمر في هذه الحالة بالمصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة والمنصوص عليها في المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المتضمن تنظيم المصالح الخارجية التابعة لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها²، بالرجوع إلى نص المادة 2 من هذا المرسوم فإنه " تنظم المصالح الخارجية في وزارة التجارة في شكل

➤ مديريات الولائية للتجارة.

➤ مديريات جهوية للتجارة.

تقوم هذه المصالح بالسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالمنافسة والجودة، كما تقوم بتقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين والمستهلكين، أما المديريات الجهوية للتجارة والبالغ عددها (09) مديريات، فإنها تعمل على تنشيط وتقييم وتوجيه نشاطات المديريات الولائية للتجارة التابعة لاختصاصاتها الإقليمية خاصة في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش، وذلك بالاتصال مع الإدارة المركزية وكذا المديريات الولائية للتجارة³.

1- بعض الهيئات المتخصصة التابعة لوزير التجارة

سعى المشرع الجزائري لمراقبة المنافسة النزيهة في السوق وذلك لحماية المصالح المادية والمعنوية إلى إنشاء هيئات متخصصة لتنفيذ ذلك على المستوى الوطني وأهم هذه الهيئات ما يلي:

¹ - زوبير ارزقي، المرجع السابق، ص 160.

² - المرسوم التنفيذي رقم 409/03، المؤرخ في 02 نوفمبر 2003، المتضمن تنظيم مصالح التجارة الخارجية في وزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج.ج. العدد 68، الصادرة بتاريخ 09 نوفمبر 2003.

³ - شوقي يعيش تتمم، حنان اوشن، "تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 04، 2017، ص 202.

أ- المجلس الوطني لحماية المستهلكين

يُعتبر المجلس الوطني لحماية المستهلكين هيئة حكومية استشارية¹ بموجب المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 2012/10/02 المتعلق بإنشاء واختصاصات المجلس الوطني لحماية المستهلكين²، فيعرف على أنه هيئة تتمتع بالصفة الاستشارية، كما اعتبر إنشاء هذا المجلس خطوة مهمة على طريق تطبيق أحكام القانون، فانطلاقاً من دوره الاستشاري، يعمد إلى تقديم الاقتراحات التي من شأنها:

- دعم دور المستهلك في الاقتصاد الوطني.
- الحفاظ على صحة المستهلك وسلامته وحقوقه.
- تأمين سلامة السلع والخدمات وتحسين جودتها.
- توعية المستهلك وأعلامه وإرشاده وحثه على استعمال أنماط الاستهلاك المستدامة وعلى اعتماد السلع والخدمات التي تحافظ على البيئة³.

ب- المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق (CACQE)

بالرجوع إلى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 318/03 والذي أنشأ بموجبه المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزق⁴، الذي جاء فيه بأنه هذا الأخير يُعد مؤسسة عمومية ذات طابع إداري يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، كان سابقاً يقع تحت وصاية وزير التجارة، أما حالياً فقد حول إلى وصاية الوزير المكلف بالنوعية، أما بخصوص مقر المركز قبل تعديل المرسوم 147/89⁵ كان يقع

¹ - شوقي يعيش تتمم، المرجع السابق، ص 202.

² - الأمر رقم 355/12، المؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته ج.ر.ج.ج العدد 56، الصادرة بتاريخ 11 أكتوبر 2012.

³ - جولي شاهين حصني، الحماية الجزائية للمستهلك، مؤسسة الكتاب الحديث، لبنان، ط 1، 2005، ص 67.

⁴ - المرسوم التنفيذي رقم 318/03، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 147/89 المؤرخ في 30 سبتمبر 2003 ج.ر.ج.ج العدد 59 الصادرة بتاريخ 05 أكتوبر 2003.

⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 147/89، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، المؤرخ في 08 أوت 1989 ج.ر.ج.ج العدد 33، الصادرة بتاريخ 09 أوت 1989.

في مدينة تيبازة في حين حول إلى مدينة الجزائر بعد التعديل، مع إمكانية نقله إلى مكان آخر من التراب الجزائري بموجب مرسوم تنفيذي يصدر في هذا الشأن بناء على قرار من الوزير المكلف بالتنوع، وللإشارة فإن الوزير المكلف بالتنوع حالياً هو وزير التجارة¹.

2- المديرية الولائية للتجارة ودورها في حماية المستهلك

تتمثل مهمة المديرية الولائية للتجارة في تنفيذ السياسة الوطنية المقررة في ميادين التجارة الخارجية والمنافسة والجودة وحماية المستهلك، وتنظيم النشاطات التجارية والمهن المقننة والرقابة الاقتصادية وقمع الغش، حيث تسهر على تطبيق التشريع والتنظيم المتعلقين بالتجارة الخارجية والممارسات التجارية والمنافسة والتنظيم التجاري وحماية المستهلك وقمع الغش، كما تساهم في وضع نظام إعلامي حول وضعية السوق والاتصال مع النظام الوطني للإعلام، تتكون المديرية الولائية للتجارة من خمسة فرق تفتيش تسهر على تنفيذ مهام المديرية فنجد مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي، ومصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة، ومصلحة الإدارة والوسائل².

3- المديرية الجهوية للتجارة في مجال حماية المستهلك

تعد هذه المديرية هي الثانية بعد المديرية الولائية للتجارة، حلت محل المفتشيات الجهوية للتحقيقات الاقتصادية وقمع الغش، وتشمل المديريات الجهوية للتجارة (9) مديريات جهوية على مستوى الإقليم الوطني³، ولكل مديريات ثلاث مصالح، ومن أهم مهام المديريات الجهوية للتجارة تتمثل في:

- إعداد برامج الرقابة بالتنسيق مع الإدارة المركزية والمديريات الولائية والسهر على تنفيذها.
- برمجة وتنظيم وتنسيق عمليات الرقابة والتفتيش ما بين الولايات.

¹ - قاسمي الرزقي، " المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم كآلية لحماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 385.

² - صياد الصادق، المرجع السابق، ص 102-103.

³ - منال بروج، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2015، ص 126.

■ إجراء كل التحقيقات المخصصة المتعلقة بالمنافسة والممارسات التجارية والجودة وحماية المستهلك وسلامة المنتجات.

■ المبادرة بكل تدبير في ميدان اختصاصها بهدف عصرنه نشاط المرفق العمومي.

■ إنجاز كل دراسة وتحليل أو مذكرة طرفية لها علاقة بميدان اختصاصها الإقليمي¹.

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 09/11² تنظم المديرية الجهوية للتجارة ما يلي:

➤ المدير الجهوي.

➤ مصالح المديرية الجهوية للتجارة والتي تنظم المديرية الجهوية للتجارة المحددة عددها بتسع

مديرية في 3 مصالح هي:

➤ مصلحة تخطيط ومتابعة المراقبة وتقييمها.

➤ مصلحة الإعلام الاقتصادي وتنظيم السوق.

➤ مصلحة الإدارة والرسائل³.

الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة وإدارة الجمارك في حماية المستهلك

أولاً: مجلس المنافسة

إن وجود هيئة تسهر على حماية المنافسة وترقيتها أصبحت ضرورة حتمية بعدما أصدرت الجزائر

أول قانون للمنافسة، حيث أكد المشرع على وجودها في المادة 23 من الأمر 03/03 حيث جاء

النص على أنه « تنشأ لدى رئيس الحكومة سلطة إدارية تدعى في صلب النص مجلس

المنافسة" تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المادي»، يكون مقر مجلس المنافسة في مدينة

الجزائر، ووجود مجلس المنافسة كهيئة حول لها المشرع صلاحيات مختلفة.

¹ - منال بروح، المرجع السابق، ص 126.

² - المرسوم التنفيذي رقم 09/11، المؤرخ في 20 جانفي 2011، المتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج. ج. العدد 04، الصادرة بتاريخ 23 جانفي 2011.

³ - لعور بدر، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص ص 405-406.

1- تشكيل مجلس المنافسة

تنص المادة 24 من الأمر 03/03 على أنه يتكون مجلس المنافسة من تسعة أعضاء كالتالي:

➤ عضوان (2) يعملان أو عملاً في مجلس الدولة، أو في المحكمة العليا أو في مجلس المحاسبة بصفة قاض أو مستشار.

➤ سبعة أعضاء يختارون من ضمن الشخصيات المعروفة بكفاءتها القانونية أو الاقتصادية أو في مجال المنافسة والتوزيع والاستهلاك، من ضمنهم عضو يختار بناء على اقتراح الوزير المكلف بالداخلية يمارس أعضاء المجلس وظائفهم بصفة دائمة.

2- دور مجلس المنافسة

أ- الدور الاستشاري لمجلس المنافسة

يلعب مجلس المنافسة دوراً هاماً في حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك من خلال تمتعه بعدة صلاحيات تنازعية، وأخرى ذات طبيعة استشارية من خلالها ألزم المشرع الجزائري مجلس المنافسة بالرد على الاستشارات والتفسيرات التي تنعدم بها بعض الهيئات من أجل الاستفسار عن واقعة قانونية لها علاقة بالمنافسة، بصفته مختص في مجال المنافسة ويمكن تقسيم هذه الاستشارات إلى استشارة وجوبية وأخرى اختيارية.

- استشارة وجوبية منح القانون لبعض الأشخاص الحق في استشارة مجلس المنافسة في بعض المسائل التي لها علاقة بالمنافسة بالدرجة الأولى والمصلحة الاقتصادية للمستهلك من جهة ثانية¹.

- استشارة اختيارية: تكون استشارة مجلس المنافسة اختيارية كون أن الأطراف الفاعلة في السوق لها الحرية في طلب رأي مجلس المنافسة أو الاستغناء عنه، ويمكن تقديمها من قبل عدة أشخاص كالجماعات المحلية وكذا الجمعيات المهنية والنقابية².

¹ - بوعولي نصيرة، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012، ص 98.

² - المرجع نفسه، ص ص، 97-98.

ب- الدور القمعي لمجلس المنافسة

يتمتع مجلس المنافسة بصلاحيات قمع الممارسات المنافية للمنافسة التي من شأنها المساس بشفافية السوق، غير أن صلاحيات المجلس محدودة فقط على محاربة الممارسات المنصوص عليها في قانون المنافسة، وذلك بعد ما يتم إخطاره من قبل الهيئات المخول لها قانوناً وأن يتم مباشرة ذلك بنفسه، وضع قانون المنافسة قواعد إجرائية تنظم سير أعماله تبدأ بمجرد إخطار مجلس المنافسة كإجراء أولي¹.

وهذا ما نصت عليه المادة 44 من قانون المنافسة والتي تنص على أنه « يمكن أن يخطر الوزير المكلف بالتجارة مجلس المنافسة، ويمكن المجلس أن ينظر في القضايا من تلقاء نفسه أو بإخطار من المؤسسات أو بإخطار من الهيئات المذكورة في الفقرة 2 من المادة 35 من هذا الأمر، إذا كانت لها مصلحة في ذلك ينظر مجلس المنافسة إذا كانت الممارسات والأعمال المرفوعة إليه تدخل ضمن إطار تطبيق المواد 6 و 7 و 10 و 11 و 12 أعلاه، أو تستند على المادة 9 أعلاه يمكن أن يصرح المجلس بموجب قرار معلل بعدم قبول الإخطار إذا ما ارتأى أن الوقائع المذكورة لا تدخل ضمن اختصاصه أو غير مدعومة بعناصر مقنعة بما فيه الكفاية لا يمكن أن ترفع غالى مجلس المنافسة الدعاوى التي تجاوز مدتها ثلاث (3) سنوات إذا لم يحدث بشأنها أي بحث أو معاينة أو عقوبة».

3- صلاحيات مجلس المنافسة

إن تحقيق المهام المنوطة بمجلس المنافسة لا يمكن أن تتحقق إلا عن طريق ممارسة السلطات المخولة له بموجب قانون المنافسة، وفي هذا الإطار يتمتع المجلس بسلطة اتخاذ القرار وإبداء الرأي حول جميع المسائل التي ضمن اختصاصاته، سواء كان ذلك بمبادرة منه أو عن طريق التدخل التلقائي أو كلما طلب منه ذلك من طرف الأشخاص المؤهلة لذلك قانوناً، ومن ثمة تشكيل ملف

¹ - زوبير ارزقي، المرجع السابق، ص 169.

حول المنافسات المرفوعة أمامه أو تلك التي بادر بالمعاينة فيها، وأخيراً اتخاذ القرار المناسب وفقاً لأحكام قانون المنافسة¹.

إلى جانب ذلك يلعب مجلس المنافسة دور هيئة استشارية أمام السلطات التشريعية والتنفيذية فيما يخص تحضير مشاريع النصوص القانونية والتنظيمية التي لها علاقة بالمنافسة، ومن هنا نستنتج أن مجلس المنافسة يقوم بنوعين من المهام منها ما يتعلق بالوظائف التنازعية وما يتعلق بالوظائف الاستشارية ومجلس المنافسة صلاحيات نذكر منها².

أ- صلاحيات مجلس المنافسة في القيام بالتحقيقات

لا بد على المجلس من مباشرة التحقيق حول الوقائع المراد التحقيق فيها قصد إضفاء المشروعية على أعماله، وعبء إثبات الممارسات يقع عليه، فالسلطة المكلفة بالمتابعة هي التي يجب عليها هذا الإثبات، يحقق المقرر في الطلبات والشكاوي المرفوعة لدى المجلس والتي يسندها له مجلس المنافسة، حيث يتولى مهمة فحص كل وثيقة وأن ينجز المستندات ويضيفها إلى التقرير أو يرجعها بعد التحقيق، وبعد فحص الأدلة المتحصل عليها³.

كما يقوم المقرر بتحرير تقرير أولي يدون فيه وقائع القضية، يبلغ رئيس المجلس هذا التقرير إلى الأطراف وكذا وزير التجارة وإلى كل من له مصلحة في ذلك، ولهم أن يبدو ملاحظاتهم في أجل لا يتعدى ثلاث أشهر بعد الانتهاء من التحقيق الأولي يتم وضع تقرير ختامي للقضية يسجل فيها ما أورده المحقق في التقرير الأول، كما يبين كذلك المخالفات المرتكبة ويقترح القرار الذي يتعين اتخاذه ثم يودع لدى المجلس⁴، ليتولى بعده الرئيس مهمة تبليغ الأطراف مع تحديد الجلسة التي يتم فيها الفصل في القضية⁵.

¹ - بوعولي نصيرة، المرجع السابق، ص 100.

² - عبد الله لعويجي، " اختصاصات مجلس المنافسة الجزائري"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الموسوم بحرية المنافسة في التشريع الجزائري، يومي 3-4 أبريل 2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة، ص 10.

³ - لعور بدر، المرجع السابق، ص 402.

⁴ - مريم بوشربي، المرجع السابق ص 13.

⁵ - المرجع نفسه، ص 13.

ب- صلاحيات مجلس المنافسة في توقيع الجزاء

يتمتع مجلس المنافسة بسلطة توقيع الجزاء على الأطراف الذين ثبت إدانتهم نتيجة انتهاك قواعد قانون المنافسة، حيث يتم ذلك في شكل جلسات تستدعي فيها كافة الأطراف الذين لهم صلة بالقضية وتم استدعائهم من قبل رئيس المجلس، بعد الاستماع لكل الأطراف في جلسة غير علنية، تبدأ مداولات المجلس والتي لا تصح إلا بحضور ثمانية أعضاء على الأقل، ولا يشارك في هذه المداولات الأعضاء الذين لهم مصلحة في القضية أو توجد بينهم وبين أحد الأطراف صلة قرابة إلى غاية الدرجة الرابعة، كما انه في حال تساوي الأصوات يرجع صوت الرئيس حسبما نصت عليه المادة 28 فقرة الرابعة¹.

جاءت المادة السابق ذكرها على أنه « يشرف على اعمال مجلس المنافسة الرئيس أو النائب الرئيس الذي يخلفه في حالة غيابه أو حدوث مانع .

- لا تصح جلسات مجلس المنافسة إلا بحضور ستة (6) أشهر أعضاء من على الأقل.
- جلسات مجلس المنافسة ليست علنية.
- تتخذ قرارات مجلس المنافسة بالأغلبية البسيطة، وفي حالة تساوي عدد الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحاً».

وعليه فباستقراء أحكام المواد 56،57،58،59،61،62 من ق.م.ت نجد أن كل العقوبات الصادرة عن مجلس المنافسة هي عقوبات مالية بالدرجة الأولى، تليها بعض القرارات الإدارية في شكل أوامر للمؤسسات المخالفة للقيام بعمل أو الامتناع عن عمل القضائي من صلاحيات تحقيق وتبليغ وتوقيع الجزاء².

¹ - زوبير ارزقي، المرجع السابق، ص 170.

² - المرجع نفسه، ص 171.

ثانياً: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك

تلعب إدارة الجمارك دوراً فعالاً في الدولة إلى جانب مهامها المتعلقة بالرقابة كمراقبة حركة الدخول الأفراد وخروجهم منها والبضائع، ولجهاز الجمارك دور كبير كونه الهيكل الذي تناط به مهمة حماية حدود الدولة سواء في المجال الأمني أو الاقتصادي، وكلاهما الهدف منها حماية المستهلك فالجمارك هي خط الدفاع الأول وأول جهة حكومية¹ تهدف إدارة الجمارك إلى:

1. حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك

تحمي إدارة الجمارك المستهلك عند تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية² حتى لا تزيد من أسعار هذه السلع في الأسواق ولكي لا يتحمل المستهلك أعباء هذه الزيادة، لذا فقد أقر المشرع وضع نوعين من الرسوم على البضائع، بضائع تخضع لرسوم ذات نسب ضعيفة وبضائع تخضع لرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للحقوق والرسوم التي تتجاوز نسبتها 45%³.

2. ضمان أمن وسلامة المستهلك

تقوم إدارة الجمارك في سبيل حماية المستهلك بكافة إجراءات المعاينة والتفتيش والإفصاح عن جميع البضائع المستوردة إلى الجزائر والمصدرة منها، وبناء تتولى تطبيق التعريفات وتحصيل الضريبة الجمركية، وتنفيذ القرارات الصادرة عن الجهات الحكومية المختصة بشأن المنع والقيود المتعلقة بالمواد والسلع الخطرة والمحظور دخولها للبلاد، وضبط الجرائم والمخالفات واتخاذ الإجراءات القانونية بحق المتهمين⁴.

¹ - صياد الصادق، المرجع السابق، ص 113.

² - يعيش شوقي تمام، حنان اوشن، المرجع السابق، ص 204.

³ - المرجع نفسه، ص 204.

⁴ - صياد الصادق، المرجع السابق، ص 116.

الفرع الثالث: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي في حماية المستهلك

حول القانون لكل من الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي صلاحيات ومهام كل حسب اختصاصاته، إذ يعتبر الوالي المسؤول عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين، فهو مسؤول عن ضمان صحة وسلامة المستهلك باتخاذ إجراءات وقائية كغلق المحلات بصفة مؤقتة أو سحب المنتج، كما تمتد صلاحيات رئيس المجلس الشعبي البلدي في حدود بلديته، أين يسهر على حسن سيرها كما يُعد مسؤول على سلامة المستهلكين وصحتهم على مستوى البلدية.

أولاً: دور الوالي في حماية المستهلك

بالرجوع لقانون الولاية 12-107¹ نجد نص المادة 114 منه التي جاء فيها « الوالي مسؤول على المحافظة على النظام والأمن والسلامة والسكينة العمومية »، فالوالي باعتباره ممثل للولاية فإنه مسؤول عن المحافظة عن النظام العام والسكينة العامة مما يجعله يمارس سلطات الضبط الإداري العام.

ويبرز دور الوالي في مكافحة التجاوزات اللاحقة بالمستهلك على إقليم ولايته من خلال تطبيق السياسة الوطنية في مجال قمع الغش وحماية الجودة والأسعار، التي خوله القانون بموجبها ضمان صحة وسلامة المستهلكين، وذلك بإشرافه على المديرية الولائية للتجارة، استعانة بهيئات أخرى في أداء مهامه، تتمثل في مكاتب التحقيقات الاقتصادية التابعة للمفتشية الجهوية، وممارسته سلطة الضبط الإداري على مستوى الولاية بالتنسيق مع مصالح أمن الولاية.

كما يباشر عدة إجراءات منها ما يكفل حماية المستهلك من الجرائم المضرة به، واتخاذ إجراءات وقائية تؤدي إلى درء الخطر المحدق بالمستهلك، كسحب المنتج مؤقتاً أو بصفة نهائية على رأي أو اقتراح من المصالح الولائية المختصة².

¹ - القانون رقم 12-107 المؤرخ في 21 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج.ر.ج.ج، العدد 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.

² - عادل عميرات، المرجع السابق، ص 231.

1- سلطة الوالي في توقيع العقاب

يُمكن للوالي بالنظر إلى الصلاحيات التي يتمتع بها في إطار تسيير الإدارة المحلية أن يتدخل لوضع حد للممارسات المنافية للتجارة التي من شأنها المساس بصحة وأمن وسلامة المستهلك والمنافسة النزيهة، كما يُعتبر الوالي مسؤولاً عن اتخاذ الإجراءات اللازمة للدفاع عن مصالح المستهلكين، وذلك بصفته ضابطاً للشرطة القضائية، وفي مجال جرائم المنافسة أوكل المشرع للوالي السلطة القمعية وذلك من أجل ضمان شرعية الممارسات التجارية¹.

وفي هذا السياق نصت المادة 46 من ق.م.ت 02/04 « يُمكن للوالي المختص إقليمياً، بناء على اقتراحات من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بواسطة قرار، إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز ثلاثين (30) يوماً في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في المواد 10، 11، 13، 14، 20، 22، 23، 24، 25، 26، 27، 28، و53.»

يتدخل الوالي بموجب الصلاحيات والمهام المنوطة به لضمان السير الحسن للأسواق والمصلحة الاقتصادية للمستهلك خاصة، لذلك وجب عليه اتخاذ لقرارات الغلق ضد كل مؤسسة ترتكب جرائم البيع المخلة بشرعية الممارسات التجارية نص المشرع على أن للوالي أن يوقع هذه العقوبة في حالتين²:

2- صور القرارات الصادرة عن الوالي في مجال حماية المستهلك

أ- الغلق في حالة ارتكاب المؤسسة لجريمة إعادة البيع للمواد الأولية في حالتها والتي تشتري قصد تحويلها

وذلك لأجل منع المؤسسة المرتكبة لجريمة إعادة البيع للمواد الأولية في حالتها والتي تشتري قصد تحويلها من مزاوله النشاط الذي يساعد على ارتكاب هذه الممارسة المحظورة أو ممارسات ممنوعة

¹ - كوسر عثمانية، "خصوصية العقوبات في جرائم المنافسة في التشريع الجزائري"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الموسوم بقانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، يومي 16 و17 مارس 2015، جامعة 8 ماي 1945، قالة، ص ص 10-11.

² - يعيش شوقي تمام، حنان اوشن، المرجع السابق، ص 207.

أخري، وبالتالي الحيلولة بين المؤسسة المخالفة وبين مسببات الجريمة¹ كما حددت المادة 64 من الأمر 03/03 المدة القصوى للغلق بشهر واحد.

ب- الغلق في حال العود

هذه العقوبة الإدارية تطبق على جميع المخالفات المنصوص عليها في القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وذلك في حالة وحيدة وهي نظام العود²، حيث نصت المادة 47 فقرة 2 من القانون 02/04 « يعتبر في حالة عود في مفهوم هذا القانون كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة ».

ثانياً: دور المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك

لرئيس المجلس الشعبي البلدي دور هام في العمل على وقاية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة، فهو مكلف بالسهر والحفاظ على النظام العام والسكينة العامة، منحه المشرع صلاحيات واسعة من خلال عمليات المراقبة منها مراقبة السلع ومدى مطابقتها، بالإضافة إلى مراقبة المؤسسات وأماكن تخزينها، والحرص على النظافة العمومية، خاصة في مجال نظافة الأغذية ومكافحة التلوث، وكل ما يؤدي من شأنه بالإضرار بمصالح المستهلك³.

إذ يتمتع رئيس المجلس الشعبي البلدي بسلطة الضبط البلدي، التي يمارسها تحت سلطة الوالي وهو يتمتع بصلاحيات تخول له حماية المستهلكين على مستوى البلدية، ويمارس رئيس المجلس وظيفته الضبط الإداري والهادفة إلى حماية المستهلك أثناء تمثيله للدولة وليس أثناء تمثيله للبلدية، وذلك أن حماية المستهلك من المخاطر المتوقعة على صحة المواطن⁴.

¹ - كوسر عثمانية، المرجع السابق، ص 11.

² - المرجع نفسه، ص 11-12.

³ - عبد الله لعويجي، المرجع السابق، ص 78.

⁴ - زوبير ارزقي، المرجع السابق، ص 145.

وكما يمثل رئيس المجلس الشعبي البلدي الهيئة التنفيذية للبلدية، فهو يسهر على نشر وتنفيذ القوانين على تراب البلدية، ومنها القوانين الخاصة بحماية المستهلك وتلك المطبقة على الممارسات التجارية، لتحقيق هذا تم إنشاء مكاتب لحفظ الصحة البلدية، التي تمارس نشاطها تحت سلطته¹.

المطلب الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك

تتخذ جمعيات حماية المستهلك مكانة عالية ذات أهمية بالغة باعتبارها تحقق التكامل مع باقي الأجهزة الأخرى، كما تلعب دوراً فعالاً في حماية المستهلك من خلال توعية المستهلكين وتحسيسهم، والأكثر من ذلك أن المشرع أعطى لها الحق في اللجوء إلى القضاء، كما أوكل لها مهمة الدفاع عن مصالح المستهلكين عوضاً ونيابة عنهم، ضف إلى ذلك السلطة القضائية، والتي تساهم بدورها في حماية المستهلكين من خلال المهام والصلاحيات التي حولها المشرع من بحث وتحري في مختلف الجرائم الماسة بالمستهلك (الفرع الأول).

كما تختص الجهات القضائية بإبطال الممارسات التجارية غير النزيهة وغير الشرعية أي بالأحرى كل الممارسات التي تؤدي من شأنها الإضرار بالمصالح الاقتصادية، فلكل عون قضائي تضرر من إحدى هاتاه الممارسات حق اللجوء إلى القضاء من أجل إبطال تلك الممارسات، وكفل المشرع الجزائري للمستهلك المتضرر حق رفع دعوى أمام القضاء للمطالبة بحماية حقه محل الاعتداء².

ومن أجل الحصول على الحماية القضائية، تتمتع الأجهزة القضائية بصلاحيات تخول لها البحث والتحري في شتى الجرائم، والأكثر من ذلك فهي تتمتع بسلطة توقيع العقاب ومنه نستطيع القول أن للقضاء دور واسع في حماية المستهلك (الفرع الثاني).

¹ - شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص ص 112- 113.

² - كوسر عثمانية، المرجع السابق، ص 13.

تنص المادة 48 من قانون المنافسة أنه « يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي يعتبر نفسه متضرراً من ممارسة مقيدة للمنافسة، وفق مفهوم أحكام هذا الأمر، أن يرفع دعوى أمام الجهة القضائية المختصة طبقاً للتشريع المعمول به».

الفرع الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك

تُعتبر الممارسة الجموعية من الحقوق المكفولة دستورياً، هذا بنص المادة 43 من الدستور 1996¹، التي نصت على أنه « حق إنشاء الجمعيات مضمون " و الجمعيات تختلف كثيراً عن الأحزاب السياسية خاصة من حيث فكرة الأهداف ».

أولاً: التعريف بجمعيات حماية المستهلك

هي جمعيات ذات طابع اجتماعي لها مفهوم خاص بها والذي يميزها عن باقي المكونات القانونية الأخرى، باعتبارها كيان قانوني لها جملة من المهام والحقوق والواجبات ألزمها المشرع الخضوع إلى جملة من الشروط والإجراءات².

وبنص المادة 2 من القانون 06/12³ المتعلق بالجمعيات على أنه « تعتبر الجمعية في مفهوم هذا القانون تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعاً ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني ».

¹ - دستور 1996 المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 01/16 المؤرخ في مارس 2016 المتضمن التعديل الدستوري ج.ر.ج. العدد 14 الصادرة بتاريخ 7 مارس 2016.

² - ضريفي نادية، لجلط فواز، " دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 177.

³ - القانون رقم 06/12، المتعلق بالجمعيات، المؤرخ في 12 يناير 2012، ج.ر.ج. العدد 02، الصادرة بتاريخ 15 يناير 2012.

كما نص القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على مفهوم جمعية حماية المستهلك من المادة 21 بقوله « جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط والكيفيات المنصوص عليها في التشريع والتنظيم الساري المفعول».

تؤسس جمعية حماية المستهلك لأغراض غير سياسية أو تجارية أو اقتصادية، كما تهدف إلى توعية المستهلكين و تثقيفهم وإرشادهم وحماية مصالحهم وحقوقهم لدى الجهات الإدارية الوصية بالتعريف الذي جاء به المشرع في قانون حماية المستهلك يبين تعريف الجمعية ويبين تعداد أهدافها، لذلك يفضل أن يكون التعريف موجزاً ومعبراً عن حقيقة الواقع دون الإفراط في الحديث عن الأهداف، فنبتعد بالتالي عن المقصود بها.¹

ثانياً: دور جمعيات حماية المستهلك

تُعد الجمعيات من أهم أشخاص قانون ومنظومة الاستهلاك، حيث تقوم على أداء أدوار عديدة تهدف إلى حماية المستهلك²، تكتسي جمعية حماية المستهلك أهمية كبيرة، إذ يتمثل دورها الأساسي في توعية المستهلكين وتحسيسهم، والدفاع عن حقوقهم ومصالحهم وكذا التمثيل أمام الهيئات القضائية.

1. توعية المستهلكين وتحسيسهم

تقوم جمعيات حماية المستهلك عادة بطبع دوريات أو مجلات متخصصة، بهدف إعطاء المشتركين فيها من عموم المستهلكين كافة المعلومات والبيانات الضرورية عن خصائص المنتجات

¹ - رباحة زليخة، سمية قلات، " دور جمعيات حماية المستهلك"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 259.

² - الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، د ط، 2015، ص 86.

المطروحة في السوق، وتعتبر الوسائل المستخدمة في توعية المستهلك وسائل سليمة تستهدف تغيير قناعات المستهلك، حتى يتسنى لهذه الجمعيات تحقيق الحماية المنشودة¹.

ويُعد هذا الدور التوعوي والتحسيبي مهم جداً، إذ يشبه إلى حد بعيد الإعلان التجاري الذي يقوم به المنتج، بإمكان الجمعية القيام بجمع ونشر المعلومات والتحليل والمقارنة المتعلقة بالسلع، وكذا القيام بحملات توعية وإرشاد المستهلكين، وإصدار مجلات ومنشورات ومطبوعات لإعلام المستهلك عن خصائص السلع المطروحة في الأسواق².

2. التدخل الوقائي لحماية المستهلك

يقصد بالتدخل الوقائي لحماية المستهلك، ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة وأمن المستهلك وسلامته من الأضرار التي تلحق به من طرف المهنيين وغيره من المتدخلين الاقتصاديين الذين يسعون إلى تحقيق أكبر ربح ممكن، ولو كان ذلك على حساب الأمن وصحة وسلامة المستهلك وخاصة مع غياب الوعي الاستهلاكي³.

ومن أجل ضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يتناسب مع مقتضيات الحياة، الأمر الذي يتطلب متابعة مستمرة من طرف هذه الجمعيات قصد تحسس وإعلام ومراقب الجودة والأسعار.

3. تمثيل المستهلكين

يتأكد الدور الفعال لجمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن المصالح المادية والمعنوية للمستهلك من خلال مهمة تمثيلهم، الذي يكون إما بشكل دوري ومستمر لدى الهيئات والمصالح العمومية، أو

¹ - ضريفي نادية، جلط فواز، المرجع السابق، ص 178.

² - رواحنة زليحة، سمية قلات، المرجع السابق، ص ص، 259-260.

³ - سمو فخار، "حق المستهلك في الإعلام مفهومه ومدى إلزامية كل من المحترف وجمعية حماية المستهلك به"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، العدد 19، 2013، ص 133.

تمثيلهم لدى الجهات القضائية بمناسبة الممارسات التي تمس بمصالح المستهلكين بشكل شخصي ومباشر، أو بشكل عام وجماعي¹.

أ- تمثيل المستهلكين لدى الهيئات العمومية

تلعب جمعيات حماية المستهلك دوراً مهماً في إيصال انشغالات وتطلعات جمهور المستهلكين بل حتى التأثير في القرارات الرسمية في مجال الاستهلاك، من خلال تمثيل المستهلكين لدى الهيئات العمومية ذات الصلة بالنشاط الاقتصادي، والتي تضطلع بشكل مباشر أو غير مباشر بضبط وتنظيم قطاعات الإنتاج والتوزيع².

ب- الدفاع عن حقوق المستهلكين ومصالحهم

تقوم هذه الجمعيات بممارسة أشكال من الضغط من خلال إبداء رأيها داخل المؤسسات الرسمية الممثلة فيها بغية خدمة مصالح المستهلكين، كما أنها تستطيع تنبيه السلطات العمومية المختصة عند وجود منتج خطير لكي تقوم بسحبه من السوق، وهذا ما نجد معظم التشريعات المقارنة تنص على هذا الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك كالتشريع اللبناني حيث يجعل من هذا الدور هدفاً عاماً، حتى لا تتقيد الجمعيات في عملها بمجال محدد من مجالات الدفاع عن المستهلك. أما بالرجوع إلى التشريع الجزائري فلا نجد مادة صريحة تتكلم عن هذه المسألة، رغم أهمية الدور الذي تلعبه جمعيات حماية المستهلك وهذا ما يُعد خلل³.

ج- التمثيل أمام الهيئات الاستشارية

للجمعيات دوراً أساسياً في حماية المستهلكين أمام الجهات العمومية والتي هي صوت المستهلكين الذين لا يملكون الوسائل للتعبير بصفة مباشرة، فهي تمثلهم أمام هذه الهيئة التي تملك فيها

¹ - عبد الحق قريمس، " جمعيات حماية المستهلك المهام والمسؤوليات"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017، ص 524.

² - المرجع نفسه، ص 524.

³ - رواحة زليخة، قلات سمية، المرجع السابق، ص 260.

دوراً فعالاً في الدفاع عن مصالح المستهلكين إلى جانب ممثلين المهنيين وممثلين السلطات العمومية هذه الهيئة تدعى بالمجلس الوطني لحماية المستهلكين في الإعلام¹.

د- التمثيل أمام القضاء ورفع الدعاوى

يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني باسم المستهلك أو عدة مستهلكين ألحقت بهم إضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، وعليه فإذا كان اعتراف قانون حماية المستهلك وقمع الغش بالصفة التمثيلية للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين قصد إصلاح الضرر الذي قد يصيبهم، فإنه اعترف بصفة صريحة للقانون للتدخل في مختلف دعاوى من قبل هذه الجمعيات، سواء التأسس كطرف مدني أمام القضاء الجزائي أو رفع دعوى مدنية أصلية أمام القضاء المدني وبالتالي فتختلف الدعاوى التي ترفعها هذه الجمعيات وتتنوع².

والأصل أنه يجب لنشأة الحق في الدعوى لهذه الجمعيات أن يمس الاعتداء بالمصلحة الجماعية فإذا كان الاعتداء قد وقع على مصلحة شخصية لأحد الأعضاء دون أن يمس هذا الاعتداء بالمصلحة الجماعية فلا تنشأ الدعوى للجمعية، ذلك أن المصلحة الجماعية يمكن أن تكون محل للاعتداء، دون أن ينال الأذى مصلحة أي فرد من أعضاء الجمعية، فالمهم هو النظر إلى المصلحة الجماعية لا الذاتية للأعضاء، فإذا أصاب الاعتداء في نفس الوقت مصلحة شخصية لأحد الأعضاء ومصلحة جماعية فإن هذا الاعتداء تنشأ عنه دعوتان، دعوى فردية ودعوى جماعية³.

على الرغم من أن صفة رفع الدعوى لا تثبت إلا لصاحب الحق نفسه غير أنها تثبت الصفة لجمعيات المستهلك نصت المادة 23 من القانون 03/09 نصت على أنه « عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني» كما نصت المادة 22 على أنه

¹ - هو فخار، المرجع السابق، ص 134.

² - المرجع نفسه، ص 134.

³ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 301.

« يمكن أن تستفيد جمعيات حماية المستهلكين المعترف لها بالمنفعة العمومية من المساعدة القضائية ». »

الفرع الثاني: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك

بالرغم من الدور الذي تلعبه الأجهزة الإدارية والجمعيات في حماية المستهلك والدفاع عن مصالحه والتجاوزات التي يرتكبها العون الاقتصادي في حقه، إلا أنه بالاستناد إلى ذلك ولتجسيد حماية ووقاية أكبر للمستهلك وضمان حقوقه، كان دور القضاء إلى جانب ذلك يشكل دور تكميلي وهذا من خلال السلطات التي تتمتع بها الهيئات القضائية من ردع الجرائم وتوقيع الجزاء وقمع المخالفات.

كما تختص الجهات القضائية بإبطال الممارسات التجارية غير النزيهة، حيث تخول إلى كل من تضرر من هاته الممارسات حق اللجوء إلى القضاء من أجل إبطال هذه الممارسات والتي تضر بمصلحه، حق اللجوء إلى القضاء للمطالبة بالحق محل الاعتداء بالنظر لما تتمتع به الهيئات القضائية من بحث وتحري والأكثر من ذلك فهي تتمتع بسلطة توقيع العقاب.

أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك

1. الدعاوى التي ترفعها النيابة العامة

في كل مرة يكون فيها المساس بالمصلحة المشتركة للمستهلكين جريمة، فإن النيابة العامة تتولى تحريك الدعوى العمومية، بهدف استصدار الجهات العقابية لجزاء ضد الجاني والأمثلة كثيرة للجرائم التي تمس المصلحة المشتركة للمستهلكين، منها جرائم الغش والخداع وغيرها من الجرائم، تهدف الدعوى العمومية إلى حماية المصلحة العامة التي تهم المجتمع بأسره، والتي تلتقي نع المصلحة الجماعية للمستهلكين، والتي تؤكد في نفس الوقت على أهمية النص العقابي بين النصوص الحماية من حيث:

■ تحقيق العقوبة المسلطة على المخترف لغرضها الردعي لدى عموم المخترفين.

- من حيث إجازة القانون للمحكمة في اتخاذ تدابير ذات طابع عيني وقائي قبل الفصل في الموضوع، مثل سحب المنتجات الخطيرة¹.
 - إجازة قانون العقوبات العمل بنشر الحكم بوصفه عقوبة تكميلية، توصل الجريمة إلى مسامح المستهلكين، فتجعلهم أكثر حرصاً وحذراً².
- تعتبر النيابة العامة جهاز منوط به تحريك الدعوى الجنائية ورفعها ومباشرتها أمام القضاء ومتابعتها إلى حين الفصل فيها بحكم نهائي، ونعني بتحريك الدعوى هو رفعها وإقامتها أي البدء فيها ويتم بأن تقدم النيابة العامة تحقيقها بنفسها أو تندب أحد مأموري الضبط القضائي لأجرائه.
- كما أناط المشرع بالنيابة العامة حق رفع الدعوى الجنائية ومباشرتها بمعرفة النيابة العامة وليس للقضاء سلطة على النيابة العامة، فلا تستطيع المحكمة أن تأمرها برفع الدعوى وتنتقد تصرفاتها ولإبطال حكمها³.

تختص النيابة العامة بكافة الجرائم التي تضر بالمستهلك سواء المنصوص عليها في قانون العقوبات أو القوانين الخاصة، فالنيابة العامة الحق في مباشرة كافة الإجراءات التي تؤدي إلى كشف الحقائق وأثبات الجرائم، كما تعتمد في ذلك على سماع الشهود وإجراءات التحقيق والمعاينة وتفتيش المنازل.

2. حق النيابة العامة في المتابعة أو عدم المتابعة

وفقاً لمبدأ شرعية المتابعة تكون النيابة العامة ملزمة بتحريك الدعوى العمومية في كل جريمة تم ارتكابها متى أحيطت علماً بها ومتى تحققت من قيام أركانها، ويُعتبر وكيل الجمهورية العضو الفعال والحساس في تحريك الدعوى العمومية ومباشرتها، فهو مخول قانوناً بالتصرف في الملفات والقضايا التي تصل إلى علمه عن طريق الضبطية القضائية أو عن طريق الشكاوى التي يصل إليها بنفسه، كما

¹ - محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006، ص 673.

² - المرجع نفسه، ص 673.

³ - طاهري حسين، علاقة النيابة العامة بالضبط القضائي، ج 1، دار الهدى، الجزائر، 2014، ص ص 24-28.

يختص وكيل الجمهورية بصفة ممثل للنيابة العامة على مستوى المحاكم بتقدير مدى ملائمته تحريك الدعوى العمومية من عدمه¹.

تباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع، كما يقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إبلاغه بالمخالفة، قد يكون ذلك عن طريق شكوى المستهلك من المخالفة، أو عن طريق محضر أو تقرير موجه إليه من طرف أعوان قمع الغش، كضباط الشرطة القضائية وأعوان الجمارك وأعوان المديرات الولائية للتجارة².

نصت المادة 31 من القانون 39/90 المتعلق بالرقابة والجودة و قمع الغش³ على أنه « إذا تبين من المحاضر المحررة، أو من التحاليل المتممة، أن الخدمة والمنتج غير مطابقين للمواصفات القانونية والتنظيمية تكون المصلحة المختصة برقابة الجودة و قمع الغش ملفا يشمل على جميع الوثائق والملاحظات التي تفيد الجهة القضائية المختصة»، كما نصت المادة 59 فقرة 3 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش على « إذا ثبت عدم مطابقة منتج، يعلن عن حجزه، وتعلم فوراً وكيل الجمهورية بذلك».

ثانياً: دور المحكمة في حماية المستهلك

المحكمة هي المرحلة الأخيرة من مراحل الدعوى العمومية، وقد تكون المحكمة الابتدائية ومحكمة الجنايات وتختص المحكمة بالنظر في جميع الدعاوى الناشئة عن أعمال أو أفعال يعتبرها القانون جريمة أي كان الشخص الذي ارتكبها، كما لها دور فعال وهم في الفصل في المخالفات التي تعرض عليها

¹ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص ص 286-288.

² - شعباي حنين نوال، المرجع السابق، ص ص 130-131.

³ - المرسوم التنفيذي 39/90 المؤرخ في 30 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ج.ر.ج.ج العدد 05، الصادرة بتاريخ في 31 جانفي 1990.

من طرف وكيل الجمهورية، أو تحال عليها من طرف قاضي التحقيق أو غرفة الاتهام بحسب طبيعة المخالفة ونوع الفعل الإجرامي¹.

كما للمحكمة أن تصدر أحكامها بحجز المنتجات موضوع المخالفة وإتلافها، إن لجوء المستهلك للقضاء في سبيل الحصول على حقوقه في مواجهة التدخل تواجهه الكثير من الصعوبات، ففي الغالب نجد المستهلك ينظر إلى القضاء والمحاكم على أنه عالم مجهول، فيجهل المحكمة المختصة التي يلجأ إليها، أنه ضعيف في مواجهة المتدخلين الذين هم أكثر تمسكاً منه وأفضل وضعاً مالياً منه، ضف إلى ذلك تكاليف الدعوى وأتعاب المحامي والطبيب، وبطأ إجراءات التقاضي كل هذا يجعل المستهلك في جميع الأحيان يعزف ويمتنع عن اللجوء إلى القضاء الذي هو حق من حقوقه².

ثالثاً: دور القضاة في حماية المستهلك

إلى جانب النيابة العامة فلقضاة الحكم صلاحيات النظر في النزاعات الناتجة عن الإضرار بالمستهلك نتيجة الممارسات المنافية للتجارة، يُمكن للقضاة بموجب اختصاص المخول لهم أن ينظروا في القضايا المرفوعة من قبل المستهلك أمام المحاكم قصد الفصل فيها، سواء كانوا قضاة من الأقسام التجارية عندما يتم رفع دعاوى المتعلقة بالنزاعات التجارية³.

أو ترفع أمام قضاة من الأقسام المدنية عندما يتعلق الأمر بكلب التعويض أو تنفيذ العقود المبرمة، أما إذا كان موضوع الدعوى ناتج عن جرائم معاقب عليها جنائياً فالمستهلك الخيار بين رفعها أمام القاضي الجزائي والتأسس كطرف مدني أو أن يرفع دعواه أمام القسم المدني⁴.

من خلال نص المادة 48 من قانون المنافسة الجزائري فأنها تنص على أنه « يمكن لكل شخص طبيعي أو معنوي لن يرفع دعواه أمام الجهة القضائية المختصة »، يتضح لنا من نص

¹ - صياد الصادق، المرجع السابق، ص 154.

² - المرجع نفسه، ص 154.

³ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 287.

⁴ - زويير أرزقي، المرجع السابق، ص 188-189.

المادة أن للمستهلك الحق في اللجوء إلى المحاكم العادية، أو إخطار مجلس المنافسة فله الحرية في ذلك.

المبحث الثاني: الحماية المدنية والجزائية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة

تقوم الدولة بتوقيع الجزاء الجنائي على مرتكب الجريمة كرد فعل اجتماعي من جانب المجتمع على مرتكبيها، وتتعدد الجزاءات الجنائية المقررة لحماية الحق في المنافسة من الممارسات غير الشرعية وغير النزيهة ما بين عقوبات جنائية وتدابير احترازية.

حيث أورد المشرع الجزائري مجموعة من القواعد القانونية التي تهدف إلى حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة وإلى جانب أجهزة الرقابة، نجد الأجهزة القضائية المكلفة بحماية المستهلك، فاستحدث المشرع الجزائري جانب آخر يتيح للمستهلك المتضرر جراء ما يقوم به العون الاقتصادي من ممارسات غير نزيهة حق المطالبة بإبطال العقد والتعويض، مادام أنه تضرر من هذه الممارسات إلا أن ذلك لا يُعد كافياً في بعض الحالات لمعاقبة العون الاقتصادي الذي يستقصد الإضرار بمصالح المستهلك¹.

ومن هنا يتمتع المستهلك بحماية جزائية من الممارسات التجارية غير النزيهة وذلك بتسليط العقاب على القائمين بها في حالة ما إذا تضرر المستهلك ولجأ للجهات القضائية المختصة، فعلى هذه الأخيرة توقيع العقاب على كل من يخالف القواعد القانونية التي تنظم نزاهة الممارسات التجارية وذلك لضمان تكريس احترام القواعد القانونية وضبط السوق التنافسية.

يعتبر القضاء في هذا المجال ملجأ للأمان والحماية للمستهلك فبتعدي وإخلال العون الاقتصادي بالالتزامات المناط بها وقيامه بأفعال تتسم وتتصف بعدم النزاهة والمشروعية فإنه يترتب عليه جزاءات مدنية تتمثل في قيام المسؤولية المدنية له (المطلب الأول)، وقد تتعدى في بعض الحالات أين تتشدد من هذه المسؤولية فنكون أمام مسؤولية جزائية تبعا للخطورة الناجمة عن هذه الاعتداءات (المطلب الثاني).

¹ - تامر محمد صلاح، الحماية الجنائية للحق في المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص 159.

المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة

إلى جانب الآليات الوقائية الإدارية والقضائية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة والتي تضر بمصالحه لا شك من وجود آليات أخرى بحيث يعتبر للقضاء دور في حماية المستهلك من هذه الضرر المحدق، طبقاً لما جاء به المشرع الجزائري من قواعد تهدف إلى حماية المستهلك من هذه الممارسات، ومنه فكل من يُخل بالتزامه سواء كان منتج أو تاجر أو حرفي أي العون الاقتصادي بتعدد صفاته فتترتب عليه قيام المسؤولية.

إن المشرع بإلزام العون الاقتصادي بإعلام المستهلك بالسلع والخدمات وتحري النزاهة في المعلومات يكون قد ألقى على عاتقه واجب تدارك الفوارق في الخبرة بينه وبين المستهلك¹.

ولأن المستهلك في أغلب الأحيان هو الطرف الضعيف في العلاقة ويتعرض دائماً إلى ما يمس بشخصه ويؤثر فيه سلباً، فقيام العون الاقتصادي بأفعال غير مشروعة فيترتب عليه جزاءات مدنية تتمثل في قيام المسؤولية المدنية من خلال ما لحقه من ضرر جراء تعاقد مع العون الاقتصادي كالمطالبة بالتعويض والمطالبة بإبطال العقد وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

الفرع الأول: المسؤولية المدنية المقررة على العون الاقتصادي

عندما توجب قاعدة قانونية سواء كان مصدرها القانون أو العرف إتباع سلوك معين، فبخلاف ذلك أي مخالفة هذا السلوك يُعد خطأ يستوجب ويستلزم قيام المسؤولية، فالهدف من تحديد المسؤولية هو توقيع الجزاء على مرتكب الفعل الضار الذي يمس الفرد والمجتمع بصفة عامة، وتختلف المسؤولية باختلاف نتائجها وأسبابها، ومن بين هذه المسؤوليات المدنية والتي بدورها تهدف إلى تعويض الضرر الناجم عن الإخلال بالالتزام، تنقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية وهذا كقاعدة عامة.

¹ - لعور بدر، "ضمانات المستهلك المتعاقد وفقاً لقانون الممارسات التجارية الجزائرية"، مجلة الحقوق والحريات، العدد 04، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017، ص 166.

أولاً: تعريف المسؤولية المدنية

تُعرف المسؤولية المدنية بوجه عام بأنها الالتزام الذي يقع على الإنسان بتعويض الضرر الذي ألحقه بالآخرين بفعله أو بفعل الأشخاص أو الأشياء التي يسأل عنها، يجبر هذا الأخير وذلك عن طريق تعويض يقدمه للمضرور¹.

ثانياً: أنواع المسؤولية المدنية المترتبة عن الممارسات التجارية غير النزيهة

وفقاً لهذا التعريف تنقسم المسؤولية المدنية إلى نوعين منها العقدية والتقصيرية

1- المسؤولية العقدية للعون الاقتصادي

هي تلك الناتجة عن عدم تنفيذ التزام ناشئ عن عقد، فعندما لا ينفذ المتعاقد الالتزام المنصب على عاتقه لموجب العقد، فإنه قد يتسبب في ضرر للمتعاقد الأخر الدائن بالالتزام، ويُلزم تبعاً لبعض الشروط بإصلاح الضرر، ومسؤوليته مسؤولية عقدية.

2- المسؤولية التقصيرية للعون الاقتصادي

لا تنشأ المسؤولية التقصيرية والشبه التقصيرية من عدم تنفيذ عقد، بل تنشأ عن فعل مادي²، وقد تناول القانون المدني هذه المسؤولية في المادة 124 وما بعدها من ق.م، والتي مفادها إذا كان من تضرر أي المضرور ليس هو محل التعاقد معه ومنه فلا وجود رابطة عقدية بينه وبين المنتج المخطئ وقد تكون المسؤولية عن الفعل الشخصي أو عن فعل الغير أو عن الأشياء تتحقق المسؤولية التقصيرية حتى بوجود علاقة تعاقدية بين المنتج والمستهلك على أساس ما يرتكبه من أخطاء في مرحلة ما قبل إبرام العقد³.

¹ - يلس آسيا، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص 158.

² - لحسين بن شيخ اث ملويا، مسؤولية السلطة العامة، ج1، دار الهدى، الجزائر، د ط، 2013، ص 11.

³ - المرجع نفسه، ص 11.

وبالرجوع إلى نص المادة 140 مكرر فقرة 1 من ق.م¹ والتي تنص على أنه « يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية»، فمن خلال نص المادة فالمستهلك الذي يتحصل على المنتوجات والخدمات في غالب الأحيان دون أن يكون بينه وبين منتج هاته السلع أو مقدم الخدمات علاقة تعاقدية.

بالتطرق للمسؤولية وحسب أحكام وقواعد قانون حماية المستهلك لما لها من خصوصيات، بحيث تقوم هذه المسؤولية على أساس إخلال أحد أطراف العلاقة الاستهلاكية وهو المحترف بإلزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الإضرار بالمجتمع أو الفرد، كما تشمل هذه المسؤولية كل من الوسيط والتاجر والمستورد والمنتج الأصلي وعموماً كل متدخل في عملية عرض السلع والخدمات للاستهلاك سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً²، ولقيام المسؤولية المدنية لا بد من توافر أركانها وعناصرها.

الفرع الثاني: أركان المسؤولية المدنية

تقع المسؤولية المدنية على عاتق المحترف كجزء مدني عن إخلاله بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد لن يحدد المشرع الجزائي طبيعة هذه المسؤولية ولم يحدد أركانها إلا أنه جاء في نص المادة 140 سالفه الذكر « المنتج يكون مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية».

أولاً: ركن الخطأ

يُعتبر الخطأ تبعاً للتعريف الكلاسيكي لبلاينيول " إخلال بالتزام سابق "، ينصرف الخطأ إلى سلوك غير مشروع سواء كان عمدياً أو غير عمدي³.

¹ - القانون رقم 10/05، المؤرخة في 20 يونيو 2005، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج.ر.ج.ج، العدد 44، الصادرة بتاريخ 26 يونيو 2005.

² - زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 196.

³ - محمد صبري الجندي، في المسؤولية التقصيرية عن الفعل الضار دراسة في الفقه الغربي والفقه الإسلامي والقانون المدني الأردني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2015، ص ص 278-279

ويرى سافاتييه أن الخطأ هو الإخلال بواجب كان في الإمكان معرفته ومراعاته فإذا وقع الإخلال عمداً فثمت جريمة مدنية ما يعبر عنه في النطاق العقدي بالغش، وإذا كان الإخلال غير عمدي فثمت خطأ بسيطاً أو شبه جنحة مدنية، وفي رأيه أن الخطأ يتكون من عنصر مادي هو الواجب الذي وقع الإخلال به، ومن عنصر نفسي هو إمكان العلم بذلك الواجب¹، ويتم تحديده عن طريق مقارنة سلوك مقترف الفعل مع سلوك المهني العادي، مع الأخذ بعين الاعتبار أعراف المهنة والنشاط².

وفي ذلك بالنظر إلى موقف القضاء الفرنسي لا يمكن تبريره إلا في إطار مفهوم جديد للخطأ المشكل للمنافسة غير المشروعة، حيث لا ينبغي تقديره بالنظر إلى الأعراف المهنية وحدها، وإنما عن طريق الأخذ بعين الاعتبار فكرة أكثر اتساع تتجلى في الخلل الذي يلحق بالتوازن في وسائل المنافسة، والذي يشمل كافة صور المنافسة غير المشروعة³.

فضلاً عن استعمال عمل الغير، أو ما يعرف بالتطفل الاقتصادي، وبناء على ما تقدم تعتبر المصلحة العامة عنصر مهماً على مستوى التوسع في نطاق الخطأ الذي تتحقق به المنافسة غير المشروعة⁴.

ثانياً: ركن الضرر

1. تعريف الضرر

يُعد الضرر ركناً من أركان المسؤولية المدنية والعقدية والتقصيرية ولا تقوم هذه المسؤولية إلا إذا تحقق الضرر، حتى وإن وجد خطأ، وهذا ما يميز المسؤولية المدنية عن المسؤولية الجنائية، فلا تتحقق

¹ - حسين عامر، المرجع السابق، ص 140.

² - محمد صبري الجندي، المرجع السابق، ص 280.

³ - أحمد الدراري، دعوى المنافسة غير المشروعة في ضوء القضاء المغربي والفرنسي، مطبعة الاقتصاد، المغرب، 2018، ص 147.

⁴ - المرجع نفسه، ص 148.

المسؤولية المدنية بمجرد وقوع الخطأ، وإنما يجب على المضرور إثبات الضرر، الذي لحق به نتيجة ذلك الخطأ، والعلاقة السببية بينهما، ويجب على المضرور أيضاً إثبات الضرر بجميع وسائل الإثبات¹.

نشير إلى أن معظم التشريعات لم تعرف الضرر، فلا المشرع الجزائري ولا المصري أو الفرنسي، قد عرف عنصر الضرر باعتباره أحد أركان المسؤولية سواء كانت عقدية أو تقصيرية، حيث اكتفى المشرع الجزائري بالإشارة إليه ضمن المواد 124 إلى 140 من القانون المدني تنص المادة 124 على أنه كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير، حتى نتفادى بذلك حصر المسؤولية في نطاق معين وفي حدود عبارات معينة وهذا لضمان أكبر حماية للمضرور من أخطاء الغير².

يمكن تعريف الضرر بوجه عام أنه مساس بحق من حقوق الإنسان، أو مصلحة مشروع له، سواء كان ذلك الحق أو تلك المصلحة متعلقة بسلامة جسده وحقه في الحياة أو في ماله أو عاطفته أو شرفه أو غير ذلك³.

كما يُعرف الضرر بأنه عبارة عن الأذى الذي يلحق الغير سواء أكان مادياً أو أدبياً فالمستهلك معرض للإصابة بأضرار نتيجة إخلال المتدخل بإعلام، سواء كانت مادية أو معنوية، وهو ما يفهم بالمخالفة من نص المادة 3 فقرة 11 من القانون 03/09 التي اشترطت سلامة المنتوجات من أي نقص أو عيب خفي تضمن عدم الإضرار بصحة وسلامة المستهلك أو مصالحه المادية والمعنوية، وما تؤكده المادة 19 من نفس القانون بأنه يجب أن لا تمس الخدمة بالمصالح المادية للمستهلك وأن لا تسبب له ضرراً معنوياً⁴.

2. صور الضرر

¹ - عبير محمد أبو وافية، الضرر المعنوي للشخص المعنوي ومدى التعويض عنه دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017، ص 14.

² - بركات عماد الدين، التعويض عن الضرر الطبي والتأمين من مسؤولية الأطباء المدنية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2017، ص 21.

³ - المرجع نفسه، ص 22.

⁴ - يلس آسيا، المرجع السابق، ص 167 - 168.

الضرر بصفة عامة هو كل ما يصيب الشخص في حق من حقوقه، أو في مصلحة مشروعة، ولا يشترط أن يكون الحق الذي اعتدي عليه حقاً مالياً، وإنما يمكن أن يكون حقاً غير مالي، فالأول ينجم عنه ضرر مادي، والثاني ضرر معنوي¹.

أ. الضرر المادي

يُقصد بالضرر المادي ذلك الضرر الذي يصيب الذمة المالية أو يتجاوزها ليمس بمصلحة مالية، فهو لا يعني فقط، وما يوحي به لفظ "مادي" بأنه ضرر يصيب أشياء حسية ذات قيمة مالية، وإنما هو كل ضرر يتجسد في خسارة مالية، فالضرر المادي قد لا يتأتى فقط من مساس بحق، وذلك أن الذمة المالية هي مجموع ما للشخص من حقوق مالية في الحال والمآل، حيث يمكن أيضاً أن ينشأ عن المساس بمصلحة يكون من شأنها أن تتجسد مستقبلاً في حق مالي²،

وترتبط هذه الأضرار بالذمة المالية للشخص، فحتى لو أصيب الشخص في سلامته الجسدية، فإن هذا يصيبه بأضرار تجارية نتيجة عدم قدرته على العمل³.

فالمتدخل الذي لا يذكر البيانات اللازمة للمنتوج كطريقة استعمال المنتج والمخاطر التي ينطوي عليها والاحتياطات الواجب اتخاذها قد يؤدي إلى إلحاق أضرار مالية بالمستهلك كتأخيرته عن تنفيذ التزاماته تجاه الغير، وهو ما يجعله محل مساءلة من قبلهم أو يؤدي إلى إتلاف مزروعات المضرور أو موت مواشيه ولا تقتصر الأضرار المالية على الخسارة المالية، بل تمس بسلامته الجسدية كتشويهه في الوجه أو مرض في الجلد أو إحداث عاهة مستديمة⁴.

¹ - عبير محمد أبو وافية، المرجع السابق، ص 15.

² - محمد صبري الجندي، المرجع السابق، ص 278.

³ - PATRICE JORDAIN , Les principes de la responsabilité, 3^{ème} édition, Dalloz, paris, 2010, p 120.

⁴ - يلس أسيا، المرجع السابق، ص 168.

ب. الضرر المعنوي

هو ضرر يمس في الغالب العواطف والأحاسيس، وتلك تختلف من شخص لآخر بمقدار اختلاف البناء النفسي والاجتماعي للمضرور، وهي بالتالي تختلف من شخص لآخر¹، وهذا ما يتجسد في فعل أو بالأحرى الأفعال التي تبقي عليه الأضرار الجسدية كالمرض فالجلد أو بعض التشوهات في الوجه أو إحداث عاهة مستديمة لما تتركه من احباطات ومشاكل نفسية تحز في المضرور وتأثر فيه تأثيراً سلبياً، يشير لفظ الضرر في نطاق الفعل الضار، إلى الأذى الذي يلحق بالمضرور في جسده أو في ماله أو في اعتباره وشرفه.

فالضرر ركن لا يتصور قيام المسؤولية عن الفعل الضار بدونه فإذا لم يوجد فلا مسؤولية حتى وان وجد خطأ، فالضرر يختلف باختلاف محله، باختلاف المحل هو الذي يؤدي إلى تعدد صورته فأي كان الضرر لا بد أن تتوافر فيه شروط معينة.

3. شروط الضرر القابل للتعويض

يشترط في الضرر لكي يكون قابلاً للتعويض أن يلحق الضرر بحق أو بمصلحة مشروعة، وأن يكون الضرر محققاً، وأن يكون الضرر مباشراً، وأن يكون الضرر ضرراً شخصياً.

أ. أن يلحق الضرر بحق أو بمصلحة مشروعة

يُعتبر الأمر هنا بمثابة شرط تقليدي لضرر، حتى يمكن المطالبة بالتعويض عنه وتكون المصلحة المشروعة إذا كانت جديدة بحماية القانون، ولا تخالف النظام العام والآداب العامة السائدة في المجتمع، أما المصلحة الغير مشروعة فلا يُعتد بها،² ويفترض وجود الضرر أن يصاب المضرور بأذى في وضع كان يفيد أو يخدمه وأدى بذلك إلى حرمانه من حق من حقوقه³.

¹ - محمد صبري الجندي، المرجع السابق، ص 290.

² - بركات عماد الدين، المرجع السابق، ص 64.

³ - محمد صبري الجندي، المرجع السابق، ص 548.

- التعويض عن المساس بالحقوق

لاشك في وجوب التعويض إذا أدى الفعل الضار إلى حرمان المضرور من أحد حقوقه والحديث عن الحق يعني وجوب قيام حق ثابت نشأ عن أحد المصادر التي تنشأ بها الحقوق، واقعة كان المصدر أو تصرف أو خليط منهما، وعلى ذلك متى أدى الفعل الضار إلى المساس بجسد المضرور، كان الفاعل أن يعرض ما أحدثه، وذلك سواء تعلق الأمر بإصابة أو بوفاة¹.

- التعويض عن إهدار المصالح

إذا تسبب الضار في إتلاف أو إهدار مصلحة للمضرور فهذا يُعد فعلاً يستلزم التعويض عنه لأن فيه تعدي واضح على حق من حقوق الغير.

ب. أن يكون الضرر محققاً

يُشترط في الضرر الموجب للتعويض أن يكون محقق الوقوع ومعنى هذا أن لا يكون هناك شك في حقيقة وقوعه، سواء كان حالاً أو مستقبلاً، وفي المقابل لا بد من استيعاب كل ضرر احتمالي.

يُقصد بالضرر المحقق الوقوع ذلك الضرر الذي ثبت حدوثه فعلاً على أثر وقوع الفعل الضار وأصبح محققاً كما في القانون المدني²، لا يعني هذا الشرط بأنه يجب أن يكون الضرر حالاً إذ قد يكون مستقبلياً، والواقعة أنه سوف يحدث لا محالة في المستقبل، تحول دون إمكانية تقديره فوراً، لكن لا يمنع مبدأ الاعتراف في التعويض، والأضرار التي يتوفر فيها شرط التحقق هي التي لا يكون حدوثها إلا احتمالياً³.

¹ - محمد صبري الجندي، المرجع السابق، ص 549.

² - بركات عماد الدين، المرجع السابق، ص 59.

³ - حسين بن شيخ أث ملويا، المرجع السابق، ص 370.

ج. أن يكون الضرر مباشراً وأن يكون شخصياً

عرف الضرر المباشر على أنه ما كان نتيجة طبيعية للخطأ الذي أحدثه المسؤول ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن باستطاعة المضرور أن يتوقاه ببذل عناية وجهد معقول، إذ يقر الفقه أن الضرر المباشر هو ما كان نتيجة طبيعية للخطأ الذي أحدثه¹.

إذ تنص المادة 182 من القانون المدني الجزائري على أنه « إذا لم يكن التعويض مقدرًا في العقد أو في القانون فالقاضي هو الذي يقدره، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، يشترط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو التأخر، يعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكون باستطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول، غير أنه إذا كان الالتزام مصدره العقد فلا يلتزم المدين الذي لم يرتكب غش أو خطأ جسيماً إلا بتعويض الضرر الذي يمكن توقعه عادة وقت التعاقد ».

ثالثاً: ركن العلاقة السببية

بنص المشرع الجزائري في القانون المدني في المادة 124 من ق.م. السالفة الذكر التي مضمونها أن الأفعال التي يرتكبها البعض والتي تعد خطأ في حق الغير وذلك الخطأ يسبب ضرراً له وللغير، كما ألزم المشرع من كان السبب في ذلك فيجب عليه التعويض.

فالمنتج الذي تسبب في إحداث أضراراً لحقت بالمستهلك فوفقاً للقواعد العامة يقع على المضرور عبئ إثبات الضرر، ويستلزم ذلك على المنتج المتسبب في الضرر التعويض إلا أن المستهلك المضرور ليس بهذه السهولة أن يلقى على عاتقه عبئ الإثبات وجود علاقة سببية، إلا أن ذلك ليس بهين عليه حتماً سيلقى صعوبة في ذلك بسبب مستواه المعرفي، أما التطور الفائق لمختلف المنتجات مما يصعب عليه عملية الإثبات، بالإضافة إلى الحجج التي تم إيرادها بالنسبة لصعوبة إثبات الخطأ، حيث أن إثبات الخطأ هو إثبات لقيام العلاقة السببية ذاتها².

¹ - بركات عماد الدين، المرجع السابق، ص ص 51-52.

² - يلس آسيا، المرجع السابق، ص 196.

ومعنى العلاقة السببية هو وجود رابطة مباشرة بين الخطأ المرتكب وبين الضرر، فالقانون لا يتدخل للمؤاخذة على الخطأ إلا إذا كان هذا الخطأ سبباً في حدوث الضرر، ومثل هذه الرابطة موجودة عندما يتحقق القضاة من التلازم بين الضرر الذي لحق بالزبون وبين الخطأ الذي ارتكبه العون الاقتصادي، وعلى ذلك إذا استطاع العون الاقتصادي أن يثبت أن الضرر قد ينشأ عن سبب أجنبي لا بد له فيه كحادث مفاجئ أو قوة قاهرة أو خطأ الزبون أو خطأ الغير فانه يكون بذلك قد تنفى عنه المسؤولية لانتفاء علاقة السببية بين الضرر والذي لحق بالزبون وبالفعل المنسوب للعون الاقتصادي¹.

وكذلك الأمر عند رفض العون البيع بدون مبرر مقبول، فإنه يمكن أن تنشأ علاقة سببية مباشرة بين هذا الفعل السلبي وبين هذا الضرر الذي لحق بالزبون والمتمثل في فوات فرصة الربح أكيدة².

الفرع الثالث: آثار المسؤولية المدنية عن الممارسات التجارية غير نزيهة

تقوم المسؤولية المدنية حين يخل الفرد بالتزام منوط به قبل الغير قانوناً أو اتفاقاً، والجزاء فيها تعويض الضرر الناشئ عن هذا الإخلال، فالمفترض في المسؤولية المدنية فيها وقوع الضرر، فلا يشترط أن يقع الضرر بالمجتمع أي مجموعة من الأفراد وإنما يكفي أن يكون المضرور فرداً بعينه.

لا يكفي إبطال العقد لتعويض المستهلك عما أصابه من ضرر نتيجة إخلال المنتج أو موزع السلعة أو الخدمة بالتزامه بالإعلام قبل التعاقد، لذلك فإن اللجوء إلى التعويض في هذه الحالة يمثل الجزاء المدني الرئيسي للإخلال بهذا الالتزام³.

أولاً: التعويض

تنص المادة 124 من القانون المدني « على أن كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبب في حدوثه التعويض » يفهم من نص المادة أنه ينبغي

¹ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 198 - 197.

² - المرجع نفسه، ص 198.

³ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 383.

التسليم بالمبدأ القانوني القائل أن كل شخص يسبب بخطئه ضرراً للغير يستلزم بالتعويض¹، فإذا أدخل المتدخل بواجبه في ضمان سلامة المستهلك ينشأ الحق لهذا الأخير في رفع دعوى أمام القضاء للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي لحقت²

يقصد بالتعويض دفع مبلغ من المال لمن أصابه ضرر من الفعل المخالف للقانون أيّاً كانت طبيعة هذا الضرر، فقد يكون ضرراً مادياً يتمثل في سلب وإنقاص حقوق مالية للفرد، سواء الحالة أو المستقبل أو ضرراً أدبياً يتضمن إيلاّم المجني عليه، سواء كان إيلاّم بدنياً أو نفسياً مثل القلق والحزن³، وعلى ذلك من الاضطرابات النفسية فإذا كان التعويض في حالة الضرر المادي يهدف إلى إعادة استرجاع مال للمضرور في حالة الضرر المعنوي يقصد به تحقيق قدر من الإرضاء الذاتي للمضرور في حقه⁴.

من هنا فنستطيع القول أن الحكم بالتعويض والحق فيه ينشأ وفق وقوع العمل غير مشروع الضار، وأن الحكم لا ينشئ ذلك الحق ولكنه يقرره فإن كل ما يكون للحكم من أثر، هو أن يحدده قدر التعويض، ويحول التنفيذ به على النحو من الأحكام من قوة وجوب التنفيذ⁵.

فالمطالبة بالتعويض هو من حق يكفله القانون المضرور، حيث يتحمل التعويض المسؤول عن الجريمة والورثة والمسؤول المدني، كما يتميز الجزء الذي يطبق على الممارسات المقيدة والمنافية للمنافسة بالخصوصية، وذلك لأن الضرر المباشر الذي تستهدفه هذه الأخيرة يقع بالدرجة الأولى على الاقتصاد الوطني ذاته، كما يتم على أساسه تحديد الغرامة المالية التي يتحملها القائم بالممارسات المخلة بالمنافسة، حيث يهدف التعويض بذاته إلى إعادة الحال إلى ما هو عليه⁶.

¹ - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 191.

² - شعباي حنين نوال، المرجع السابق، ص 156.

³ - أحمد محمد محمد خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، مصر، 2008، ص 574.

⁴ - المرجع نفسه، ص 574.

⁵ - حسين عامر، عبد الرحيم عامر، المرجع السابق، ص 526-528.

⁶ - معين فندي الشناق، المرجع السابق، ص 260.

1- دعوى التعويض

تتميز دعوى التعويض التي يرفعها المتضرر عن الدعاوى الأخرى، نظراً لتمييز الالتزام بضمان السلامة، حيث تختلف من حيث شروطها وكيفية التعويض عن الضرر، وطبقاً لهذا لم يحدد قانون حماية المستهلك وقمع الغش شروط رفع دعوى التعويض حيث جسد المشرع ذلك ضمن القواعد العامة في المادة 140 من ق.م.م والتي مفادها أنه لا يمكن للمتضرر أن يرفع دعواه للمطالبة بالتعويض، ما لم ينشأ عيب أدى إلى عدم ضمان السلامة وحدث ضرر له مما يستوجب عليه إثبات العلاقة السببية بين العيب في المنتج والضرر الذي أصابه¹.

يستوجب على المستهلك المتضرر من المنتجات المعيبة والمعرضة للاستهلاك أن يثبت وجود عيب في المنتج الذي أدى بدوره إلى عدم ضمان السلامة، يتمثل العيب الذي على المضرور إثباته، في كل مخالفة للالتزامات الواقعة على عاتق المتدخل لضمان السلامة والتي نص عليها المشرع في قانون حماية المستهلك، كالالتزام بسلامة المواد الغذائية، والالتزام بالإعلام ومطابقة المنتجات، فيستلزم على المستهلك أن يثبت أن المنتج به عيب أثناء عرضه للاستهلاك².

2- طرق التعويض

إن الطريقة المثالية لتعويض الضرر هي بمحوه متى كان ذلك ممكناً بحيث يعود المضرور إلى نفس الحالة التي كان عليه قبل وقوع الضرر، وهذا هو التعويض العيني غير أنه في غالب الأحيان ولاسيما في أحوال الضرر المعنوي يتعذر التعويض العيني، وعندما يتعين اللجوء إلى التعويض النقدي الذي هو عبارة عن مبلغ من المال يحكم به للمضرور بدلاً من التعويض العيني، هذ المبلغ الذي إما أن يكون دفعة واحدة تدفع للمضرور، وإما أن يكون إيراداً مرتباً لمدى الحياة أو لمدة معينة³.

جاءت في نص المادة 132 من ق.م.م أنه « يعين القاضي طريقة التعويض تبعاً للظروف ويصح أن يكون التعويض مقسطاً كما يصح أن يكون إيراداً مرتباً ويجوز في هذه الحالتين إلزام

¹ - شعباني حنين نوال، المرجع السابق، ص 156.

² - المرجع نفسه، ص 157.

³ - عادل عميرات، المرجع السابق، ص 399.

المدين بأن يقدر تأميناً ويقدر التعويض بالنقد، على أنه يجوز للقاضي تبعاً للظروف وبناء على طلب المضرور أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه وان يحكم وذلك على سبيل التعويض بأداء بعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع».

أ- التعويض العيني

وهو إعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل وقوع الفعل الضار أو إجبار للمدين على تنفيذ التزامه تنفيذاً عينياً، يمكن لهذا الأخير أن يحقق للمضرور ترضية من خلال ما أصابه وبطريقة مباشرة دون الحكم له بالتعويض النقدي، فهو الطريقة الأمثل لتعويض المستهلك عن ما لحقه من أضرار، ولا يصار إلى التعويض النقدي إلا إذا كان الشيء الذي أتلّف قيماً حيث يستوجب التعويض ومثال ذلك التعويض العيني للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة الحكم بتسليم شيء مطابق لما تم الإشهار عنه أو شيئاً أصلياً بدلاً من السلعة المقلدة، فالملاحظ أن التعويض العيني هو الأصل في مجال المسؤولية العقدية¹.

بينما يعتبر التعويض بمقابل نقدي بمثابة الأصل في مجال المسؤولية التقصيرية وهو القاعدة العامة مع عدم إنكار إمكانية التعويض العيني هو الآخر في مجال المسؤولية التقصيرية أيضاً².

ب - التعويض بمقابل

يندر أن يكون التعويض العيني ممكناً هنا يتم التعويض بمقابل الذي يمكن أن يكون نقدي أو غير نقدي يُعد التعويض النقدي من أنجع الطرق لجبر الضرر الناجم عن عيب في المنتج. حيث يكون التعويض مبلغ من النقود يدفعه المسؤول دفعة واحدة أو مقسطاً أو يراداً مرتب مدى الحياة، أما التعويض غير النقدي يكون عندما تحكم المحكمة بأمر معين على سبيل التعويض، كأن تحكم بنشر الحكم على المتدخل بالجريدة وعلى نفقته، وهو ما جاء في المادة 132 من القانون المدني لما يبدو أن هذا النوع جد فعال في تجسيد الحماية، حيث يضمن التوعية للمستهلكين حول

¹ - غريوج حسام الدين، المرجع السابق، ص 334.

² - المرجع نفسه، ص 335.

المنتج الذي لا يحقق ويتوافق مع سلامة المستهلك وردع المتدخلين الذين يخشون على سمعة منتوجاتهم¹.

ثانياً: حق المستهلك في المطالبة بإبطال العقد

إذا اعتمد العون الاقتصادي على ممارسة من الممارسات التجارية غير النزيهة تضرر من خلالها المستهلك، كالإخلال بحق المستهلك في الإعلام، الذي هو التزام قبل التعاقد والذي من شأنه تنوير المستهلك بخصوص ومواصفات الشيء أو الخدمة محل العقد، مما يتجلى ذلك واضحاً في نصوص القانون المدني من أحكام من شأنها حماية المستهلك من هذه الممارسات، وذلك بإقرار حق المستهلك في إبطال العقد إذا تعلق الأمر بغلط أو تدليس أو إكراه محل العقد، إن الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك بما يسمح بإثارة طلب البطلان².

1- المطالبة بالبطلان لوقوع المستهلك في الغلط

يُعد الغلط عيب من عيوب الإرادة، فالمطالبة بالبطلان لوقوع الغلط نرى أن المشرع الجزائري لا يشترط اشتراك المتعاقدين في الغلط وإنما أخذ بنظرهما المشتركة أو بالمعيار الموضوعي لتحديد الصفة الجوهرية للشيء، مادام الأمر كذلك فإنه عندما يقع أحد المتعاقدين في الغلط فإن المتعاقد الثاني يكون على علم بها وكان بإمكانه أن يعلم به³.

وعليه يشترط طبقاً للمادة 81 من القانون المدني أنه «يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله»، ومنه قد يؤدي إخلال المحترف أو البائع إلى وقوع المستهلك في هذا الغلط مما يؤدي إلى نشوء حق لهذا الأخير في المطالبة بالإبطال، غير أنه بالرغم من أن الشروط القانونية تقيّد من استخدام الغلط التعاقدية في إبطال العقد، فإن وجود الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يسهل كثيراً في المطالبة بالبطلان، استناداً إلى الغلط على اعتبار أن وجود الالتزام

¹ - شعباي حنين نوال، المرجع السابق، ص 167.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 381.

³ - خوجة خيرة، المرجع السابق، ص 140.

بالإعلام يعتبر قرينة على أن الغلط كان جوهرياً، لأن العلم بالبيانات محل الالتزام بالإعلام كان من شأنه أن يمنع المستهلك من إبرام العقد¹.

2- المطالبة بالبطلان تأسيساً على تدليس المتعاقد الآخر

يُشترط لإبطال العقد تأسيساً على تدليس أحد المتعاقدين، كقيام المدلس بأفعال تُعد من قبيل التدليس وأن تتوافر لدى المتعاقد الآخر نية التضليل استناداً إلى هذه الأفعال²، حيث نصت المادة 82 من القانون المدني فقرة الأولى على أنه « يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد ».

وعلى ذلك نستنتج أن للمستهلك الحق في المطالبة بإبطال العقد في حالة تعرضه ووقوعه في التدليس، فالمشرع يشترط لإبطال العقد للتدليس قيام المدلس بأفعال تُعد من قبيل التدليس كالغش في مواصفات السلعة من حيث النوع والقدر والثقة، وأن تتوافر لدى المتعاقد الآخر نية التضليل استناداً إلى هذه الأفعال³.

في حين يتفق الفقه والقضاء في كل من فرنسا ومصر على أن الإخلال بالالتزام بالإدلاء بالمعلومات والبيانات هو أحد حالات الكتمان التدليسي المكون للعنصر المادي في التدليس المؤدي لبطلان العقد، لكن يتعين على المستهلك أن يثبت نية التضليل لدى المنتج أو الموزع الذي تعاقد معه⁴.

¹ - خوجة خيرة، المرجع السابق، ص 140.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 382.

³ - خوجة خيرة، المرجع السابق، ص 141.

⁴ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص 382.

ثالثاً: إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع

جاء في نص المادة 352 في الفقرة الأولى من ق.م على أنه « يجب أن يكون المشتري عالم بالمبيع علماً كافياً ويُعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه ».

ومن خلال هذه المادة فإن الإخلال بالتزام بإعلام المستهلك في عقد البيع يؤدي إلى تطبيق هذه المادة على حالة المستهلك، فإذا لم يعلم البائع المستهلك بالمبيع علماً كافياً فإن الجزاء على عدم الإعلام بذلك يؤدي إلى البطلان، فإن تطبيق هذه المادة في حالة الإخلال بالتزام قبل التعاقد يسهل مهمة المستهلك في المطالبة بإبطال العقد لاعتباره قرينة على استحالة علم المستهلك بالبيانات والمواصفات محل الالتزام¹.

الالتزام بالإعلام دور في وقاية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة حيث حظر المشرع الجزائري الإخلال بالالتزام بالإعلام ووضع جزاءات مالية لرد المخالفين، وذلك ما هو منصوص عليه في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية 02/04 مما يكفل للمستهلك إمكانية المطالبة بإبطال عقد البيع الاستهلاكي.

المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة

لضبط السوق وحماية المستهلكين سعى المشرع الجزائري إلى وضع مجموعة من القواعد القانونية هدفها الأساسي هو تنظيم الممارسات التجارية والمحافظ على نزاهتها وشفافيتها، وعمل على ذلك بإتباع إجراءات تعمل على إثبات المخالفات ومتابعتها ومن أجل احترام القواعد القانونية، جرم كل ممارسة من الممارسات التجارية غير النزيهة والمخالفة للقانون والمخلة بقواعد النزاهة في المعاملات التجارية فالمشرع الجزائري من خلال ما جاء به في القانون 02/04 والمتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

¹ - خوجة خيرة، المرجع السابق، ص 141.

من أبرز هذه الممارسات عدم الإعلام بالأسعار والاعتداء على مصالح الأعوان الاقتصاديين بتشويه سمعتهم والمساس بخدماتهم ومنتجاتهم بتقليدها وغيرها من الممارسات والمعاملات غير الشرعية، تقوم مسؤولية المحترف جزائياً بمجرد اعترافه لبعض الأفعال تصنف على أنها جرائم، حيث نص المشرع الجزائري على عقوبات جزائية في حالة الغش في المواد الاستهلاكية أو تدليس يتضرر من خلاله المستهلك بموجب قانون العقوبات.

حيث يمكن إثارة المسؤولية الجنائية للمحترف متى ثبت سوء نيته حيث جاءت المادة 70 من قانون العقوبات¹ على أنه « يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 431 من قانون العقوبات كل من يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو الاستعمال البشري أو الحيواني، وكذا كل من يعرض للبيع أو يبيع منتجاً يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البشري أو الحيواني ».

من الملاحظ في هذا النطاق أن هذه القواعد التي جاء بها المشرع تتميز بطبيعتها الجزائية، يترتب على مخالفتها جزاءات، حيث نظم المشرع الجهة المخولة بإتباع جرائم الممارسات التجارية غير النزيهة وطبيعة الجزاء.

الفرع الأول: المسؤولية الجزائية عن الممارسات التجارية غير النزيهة

تُعرف المسؤولية الجنائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة على توافر أركان الجريمة، وموضوع هذا الالتزام هو فرض عقوبة أو تدابير احترازية، حددها المشرع في حالة قيام مسؤولية أي شخص، ومعنى هذا أن المسؤولية لا تُعد ركناً من أركان الجريمة وإنما هي الأثر المترتب عن تحقيق كل عناصر الجريمة وللمجرد ثبوتها يخضع الجاني للجزاء الذي يقرره القانون².

يمكن إثارة المسؤولية الجنائية للمحترف متى ثبت أي تقصير منه أدى إلى مرض غير قابل للشفاء أو فقدان استعمال عضو أو الإصابة بعاهة نصت المادة 83 من القانون 03/09 على أنه

¹ - الأمر رقم 155/66، المؤرخ في 08/06/1966، المتضمن قانون العقوبات المعدل والمتمم، ج.ر.ج.ج.، العدد 49، الصادرة بتاريخ 10 يونيو 1966، المعدل والمتمم.

² - زوبير أرزقي، المرجع السابق، ص 200.

« يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في الفقرة الأولى من المادة 432 من قانون العقوبات، كل من يغش أو يعرض أو يضع للبيع أو يبيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون، إذا الحق هذا المنتج بالمستهلك مرضاً أو عجزاً عن العمل ».

ويتمثل أساس المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي في الأتي:

أولاً: الخطأ القصدي كأساس للمسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي

يترجم الخطأ القصدي إرادة العون الاقتصادي نحو ارتكاب خطأ يقصد به ارتكاب الخطأ، يُعد الخطأ القصدي هو خرق لقاعدة قانونية أمرت كانت أو ناهية هدفها حماية المستهلك وقرنت بعقوبة جزائية، حيث لا يعاقب العون الاقتصادي إلا بارتكابه لفعل مجرم قصداً، فالقصد يكون العلم بعناصر الجريمة والإرادة متجهة إلى تحقيق هذه العناصر أو القبول بها، فنستنتج أن القصد الجزائي للعون الاقتصادي يقوم على عنصرين هما العلم والإرادة التي تتجه إلى ارتكاب السلوك الإجرامي الضار بالمستهلك، أما العلم يُعد مرحلة لا بد منه لكي تتوجه إرادة العون إلى الاعتداء على حق المستهلك¹.

ثانياً: الخطأ غير القصدي كأساس للمسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي

المبدأ العام هو قيام المسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي على الخطأ القصدي، بينما يمثل الخطأ غير القصدي استثناءً لمسؤولية العون الاقتصادي، إلا أن هذا الاستثناء أصبح يحظى بأهمية تكاد تفوق المبدأ في حد ذاته أمام الانتشار الهائل للجرائم غير القصدية، ومنه زيادة عدد الضحايا من نتيجة الأخطاء غير القصدية، فالخطأ غير القصدي هو فعل اختياري يقوم به العون الاقتصادي ينجم عنه نتائج ضارة لم يتنبأ العون من إمكانية وقوعها، كان باستطاعته منعها لو التزم بالقانون وتوخى الحيلة والحذر ومن صور الإهمال والرعونة وعدم الاحتياط ومخالفة القوانين والأنظمة².

¹ - عادل عميرات، المرجع السابق، ص 261-262.

² - المرجع نفسه، ص 269.

الفرع الثاني: معاينة جرائم الممارسات التجارية غير النزيهة والتحقيق فيها
لقد حدد المشرع من خلال القانون رقم 02/04 الأشخاص المكلفون بمعاينة جرائم الممارسات
التجارية والتحقيق فيها، إذ يتعلق الأمر هنا بضابط الشرطة القضائية وأعوانهم وكذا المستخدمين.

أولاً: الموظفون المؤهلون للتحقيق والمعاينة

طبقاً لنص المادة 49 من ق.م.ت 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات
التجارية « يؤهل للقيام بالتحقيقات ومعاينة مخالفات أحكامه، الموظفون الآتي ذكرهم
- 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.
يجب أن يؤدي الموظفون التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية اليمين
وان يفوضوا بالعمل طبقاً للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها. يجب على الموظفون
المذكورين أعلاه خلال القيام بمهامهم، وتطبيقاً لأحكام هذا القانون، أن يبينوا وظيفتهم وأن
يقدموا تفويضهم بالعمل يمكن للموظفين المذكورين أعلاه، لإتمام مهامهم طلب تدخل وكيل
الجمهورية المختص إقليمياً ضمن احترام القواعد المنصوص عليها في قانون الإجراءات
الجزائية ».

إن المشرع الجزائري أحاط الموظفون المؤهلون بالتحقيقات الاقتصادية ما يكفي من الحماية أثناء
أدائهم لمهامهم، حيث وقع عقوبات جزائية ضد كل عون اقتصادي يقوم بمعارضة المراقبة والقيام
بالعرقلة وارتكاب كل فعل يمنعهم من تأدية مهامهم، أو القيام بإهانتهم وتهديدهم أو كل شتم أو
سب أو عنف، فيعاقب عليها طبقاً لنص المادة 53 من القانون 02/04¹ التي تنص على أنه

¹ - بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 93.

« تعتبر مخالفة وتوصف كمعارضة للمراقبة، كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين المذكورين في المادة 49 أعلاه، ويعاقب عليها بالحبس من ستة (6) أشهر إلى سنتين (2)، وبغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج)، أو بإحدى هاتين العقوبتين ».

1- ضباط الشرطة القضائية وأعاونهم

وهي الفئة الأولى التي نصت عليها المادة 49 من قانون الإجراءات الجزائية أين حدد المشرع الأشخاص الذين تثبت لهم والحائزين على صفة ضباط في الشرطة القضائية وكذا أعاونهم، إذ يتمتع بذلك كل من رؤساء المجالس الشعبية البلدية، ضباط الدرك الوطني، محافظو الشرطة، ضباط الشرطة، ذوي الرتب في الدرك ورجال الدرك الذين امضوا في سلك الدرك ثلاث سنوات على الأقل، والذين تم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني وبعد موافقة لجنة خاصة.

وكذا مفتشو الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الداخلية والجماعات المحلية وبعد موافقة لجنة خاصة، ضباط وضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية للأمن الذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك عن وزير العدل¹. وهذا ما جاءت به المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية².

2- المستخدمون والأعاون التابعين للإدارة المكلفة بالتجارة

أسند المشرع من خلال المادة 49 المذكورة سابقا نفس الاختصاص إلى المستخدمين والأعاون التابعين للإدارة المكلفة بالتجارة في الفقرة الثانية والرابعة، ويقصد بالمستخدمين التابعين إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة بحسب نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 415/09³ المتضمن القانون

¹ - غريوج حسام الدين، المرجع السابق، ص 353.

² - الأمر رقم 155/66، المؤرخ في 1966/06/08، المتضمن قانون الإجراءات الجزائية المعدل والمتمم، ج.ر.ج.ج، العدد 48، الصادرة بتاريخ 10 يونيو 1966.

³ - المرسوم التنفيذي رقم 415/09 المتضمن القانون الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المتممين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة المؤرخ في 16 ديسمبر 2009 ج.ر.ج.ج. العدد 75، الصادرة بتاريخ 20 ديسمبر 2009

الأساسي الخاص المطبق على الموظفين المنتمين للأسلاك الخاصة بإدارة المكلفة بالتجارة، الموظفون المنتمين إلى شعبة قمع الغش وكذا شعبة المنافسة والتحقيقات الاقتصادية، أما بخصوص أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة فيقصد بهم باقي الأعوان التابعين لمديريات التجارة وغير المشار إليهم ضمن شعبي قمع الغش والمنافسة والتحقيقات الاقتصادية¹.

ثانياً: صلاحيات الموظفون المكلفين بالتحقيق

حدد القانون 02/04 صلاحيات واسعة للأعوان المكلفين بالتحقيق في المخالفات والمتمثلة

في:

- الاطلاع على الوثائق والمستندات الإدارية والتجارية والمالية والمحاسبية، وكذلك أية وسائل أو معلومات دون الاحتجاج بالسر المهني، ويمكن استلامها وحجزها أيّاً كان مكان تواجدها.
- الدخول إلى المخازن، وإلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن أو التخزين، والدخول وتفتيش المحلات السكنية، طبقاً للقانون الإجراءات الجزائية.
- فتح الطرود أو أي متاع بحضور المرسل والناقل².
- حجز السلع والبضائع وذلك في حالات حددتها المادة 39 من القانون 02/04 التي نصت على ما يلي « يمكن حجز السلع والبضائع موضوع المخالفات المنصوص عليها في أحكام المواد 10 و 11 و 13 و 14 و 20 و 22 و 23 و 24 و 25 و 26 و 27 و 28 من هذا القانون، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها مع مراعاة حقوق الغير حسن النية ».

نستخلص من هذه المادة المخالفات التي تكون محل حجز للسلع هي:

- بيع أو تأدية خدمة بين الأعوان دون فاتورة ودون وصل التسليم في المعاملات التجارية المتكررة.
- ممارسة الأعمال التجارية دون اكتساب صفة التاجر، عدم احترام نظام الأسعار المقننة.

¹ - غريوج حسام الدين، المرجع السابق، ص 355.

² - محمد الشريف كتو، المرجع السابق، ص 127.

- إعادة بيع المواد الأولية في حالتها الأصلية إذ تم اقتناؤها قصد التحويل.
- القيام بتصريحات مزيفة بأسعار التكلفة قصد التأثير على أسعار السلع والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار.

كما يجب على الموظفون المؤهلون تحرير محضر جرد المواد المحجوزة وفق الإجراءات التي تحدد عن طريق التنظيم، كما يمكنهم طلب تدخل وكيل الجمهورية المختص إقليمياً¹.

كما منع القانون أية معارضة لأعوان الرقابة، وهو ما أكدت عليه المادة 53 من القانون 02/04 « على أن كل عرقلة وكل فعل من شأنه منع تأدية مهام التحقيق من طرف الموظفين المؤهلين لذلك، يعاقب عليها بالحبس من ستة أشهر إلى سنتين، وبغرامة من مائة ألف دينار إلى مليون دينار، أو بإحدى هاتين العقوبتين»، كما جاءت المادة 54 من نفس القانون على أنه يعتبر كمعارضة لمراقبة الموظفين المكلفين بالتحقيقات الأفعال التالية:

- رفض تقديم الوثائق التي من شأنها السماح بتأدية مهامهم.
 - منع الموظفين من الدخول الحر، لأي مكان غير محل السكن، رفض الاستجابة عمدا لاستدعاءاتهم.
 - توقيف عون اقتصادي لنشاطه، أو حث أعوان اقتصاديين آخرين على توقيف نشاطهم قصد التهرب من المراقبة.
 - استعمال المناورة للمماطلة بأي شكل وأهانتهم من شتم أو سب اتجاههم مع العنف والتعدي الذي يمس بهم أثناء تأدية مهامهم.
- من خلال هذه المناورات يهدف العون الاقتصادي إلى رفض مهام الأشخاص المكلفين بالتفتيش وعدم الخضوع إلى التفتيش، كما حدد المشرع هذه الصور على سبيل الحصر لا المثال².

¹ - بوجميل عادل، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة في القانون الجزائري، المرجع السابق، ص 95-96.

² - غريوج حسام الدين المرجع السابق، ص 363.

الفرع الثالث: الجزاء الجنائي في جرائم الممارسات التجارية غير النزيهة
إن ما تكفله الحماية الجزائية للمستهلك من أمن وسلامة وبعث الثقة في المنتجات، تدخل
المشرع بموجب قانون حماية المستهلك وقمع الغش بوضع كفاءات يتم بها ردع العون الاقتصادي
المخالف لقواعد النزاهة بتوقيع عقوبات وجزاءات تختلف وتتنوع بين المصادرة والغرامة والإدانة.
أولاً: الجزاءات الإدارية

1. الحجز

يُعد الحجز كإجراء قانوني مخول لسلطة الضبط بشكل أساسي إثبات المخالفة التي يكون محلها
البضائع في حد ذاته، فهذه الأخيرة إذا لم يتم ضبطها ووضع اليد عليها قد تختفي ويضيع معها الدليل
على وجودها، فالحجز دور وقائي من شأنه وقف المخالفة وضمان عدم استمرارها¹.
وبالرجوع إلى المادة 39 من القانون 02/04 فإن الأشياء محل الحجز تتمثل في البضائع
موضوع المخالفة والوسائل المساعدة في ارتكاب المخالفة، حيث نصت المادة جواز حجز العتاد
المستعمل في ارتكاب المخالفة كذلك الآلات المساعدة في تقليد العلامات التجارية².

2. غلق المحلات التجارية

إلى جانب عقوبة الحجز نصت المادة 46 من نفس القانون «يمكن للوالي المختص إقليمياً
بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار، إجراءات غلق إدارية
للمحلات التجارية لمدة أقصاها ستون يوماً».

تلعب عقوبة الغلق دوراً في ردع العون الاقتصادي وإلزامه بالخضوع لأحكام نزاهة الممارسات
التجارية، خاصة وأن ذلك يجعل الزبائن ينصرفون عن التعامل معه³.

¹ - حديجي أحمد، المرجع السابق، ص 202.

² - المرجع نفسه، ص 207.

³ - غريوج حسام الدين، المرجع السابق، ص 372.

ثانياً: الجزاءات القضائية

تعرف الجزاءات القضائية على أنها تلك العقوبات التي يختص بها القضاء تقع على عاتق العون الاقتصادي القائم بممارسة من الممارسات التجارية غير النزيهة.

1. الغرامات المالية

تُعد الغرامة من أقدم العقوبات وهو نظام يختلط فيه العقاب بالتعويض، وتطور الأمر إلى إن أصبحت عقوبة خالصة خالية من التعويض¹، كما تختلف الغرامة المالية المنصوص عليها كعقوبة جزائية عن الغرامة المالية المنصوص عليها كعقوبة مدنية، حيث لا تتقرر هذه الأخيرة عن الإتيان بفعل مجرم وإنما كجزاء تعسف الخصوم في استعمال حق من حقوقهم المدنية، كما تعتبر الغرامة من أهم العقوبات وأنسبها التي تفرض على الأعوان الاقتصاديين والسبب في ذلك أنها تصيب هؤلاء في ذمتهم المالية².

أقر المشرع الجزائري من خلال ق.م.ت 02/04 عقوبات على الممارسات التجارية المخالفة لمبدأ النزاهة في المواد 35 و36 و37 و38 منه حيث لكل جريمة تقابلها غرامة مالية.

حيث أقرت المادة 35 من القانون 02/04 بأنها تعتبر ممارسة تجارية غير شرعية، مخالفة لأحكام المواد من 15 حتى 20 من نفس القانون، والغرامة ما بين مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 دج).

كما عاقبت المادة 36 من نفس القانون على الجرائم والممارسات المخالفة للمادتين 22 و23 بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج) في حين نصت المادة 37 منه على الجرائم المخالفة للمادتين 24 و25 منه يعاقب عليها بغرامة من ثلاث مائة ألف دينار (300.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)، أما بالرجوع إلى

¹ - غسان رباح، المرجع السابق، ص 79.

² - خديجي احمد، المرجع السابق، ص 237.

المادة 38 منه قد عاقبت على الجرائم المخالفة للمواد من 26 إلى 29 من هذا القانون بغرامة تقدر ب خمسين ألف دينار (50.000 دج) غالى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج).

فالمشرع من خلال ما نص عليه في بعض الحالات الأخرى لم يضع معايير معينة لتقدير قيمة الغرامة، وهو ما يخول للقاضي السلطة التقديرية الواسعة لتقدير قيمة الغرامة، كما أخذ بعين الاعتبار ظروف ارتكاب الممارسة المحظورة وإلى أي مدى تضرر المستهلك منها¹.

2. المصادرة

تُعرف المصادرة بأنها تملك الدولة أشياء مضبوطة ذات صلة بالجريمة جبراً عن صاحبها وبدون مقابل، المصادرة كعقوبة يقصد منها ايلام الجاني من الناحية المالية بانتقاص مال يخرج من ذمته المالية وحرمانه منه، وعلة مصادرة هذه الأشياء هي تفادي احتمال أن يكون استمرار حيازة الجاني لها سبباً لارتكاب جرائم تالية².

إذ نصت المادة 44 من ق.م.ت 02/04 على أنه « زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون، يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة في حالة خرق القواعد المنصوص عليها في المواد من 10 إلى 28 من هذا القانون ».

من خلال نص المادة 44 نجد أن المشرع أجاز للقاضي أن يحكم بالمصادرة السلع المحجوزة إذا كانت مصدرها إحدى الممارسات التجارية غير النزيهة التي تلحق الضرر بالمستهلك، إن مصادرة السلع المغشوشة وغير المطابقة للمواصفات هي عقوبة تكميلية للقاضي الذي ينطق بالعقوبة الأصلية له الحق في النطق بها كعقوبة تكميلية، فالهدف من المصادرة هو إخراج السلعة من دائرة التعامل،

¹ - غريوج حسام الدين، المرجع السابق، ص 374.

² - أحمد محمد محمود خلف، المرجع السابق، ص 546 - 547.

فعدم توافر الصفة غير الشرعية في المنتج يكون من واجب المحكمة المرفوع أمامها النزاع أن تحكم بالمصادرة¹.

3. نشر القرار القاضي بالإدانة

يُعتبر نشر الحكم الصادر بالإدانة من العقوبات التكميلية التي تؤدي إلى إضفاء نوع من الفعالية على العقوبة الأصلية، حيث يشكل هذا الأخير في حقيقة الأمر عقوبة معنوية تصيب المخالف في شرفه واعتباره².

جاءت المادة 48 من ق.م.ت 02/04 على أنه « يمكن للوالي المختص إقليمياً وكذا القاضي أن يأمر على نفقة مرتكب المخالفة أو المحكوم عليه نهائياً بنشر قراراتها كاملة أو خلاصة منها في الصحافة الوطنية أو لصقها بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها» ما يلاحظ من نص المادة أن نشر الحكم يخضع للسلطة التقديرية للقاضي، كما يُعد عقوبة ذات طابع جزائي.

4. العود وتأثيره على العون الاقتصادي المخالف

نصت المادة 47 من ق.م.ت 02/04 على ما يلي « يعتبر في حالة عود، في مفهوم هذا القانون، كل عون اقتصادي يقوم بمخالفة أخرى رغم صدور عقوبة في حقه منذ أقل من سنة تضاعف العقوبة في حالة العود، ويمكن القاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه بصفة مؤقتة أو شطب سجله التجاري».

فالمشرع من خلال نص المادة صرح على أنه في حالة العود قد تضاعف العقوبة على العون الاقتصادي كجزاء على مخالفته للقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، إضافة إلى العقوبة السالبة للحرية التي نص عليها في الفقرة الأخيرة من نص المادة فعقوبة الحبس لا تكون إلا إذا ثبت عنصر العود في المتهم.

¹ - عادل عميرات، المرجع السابق، ص 411.

² - خديجي أحمد، المرجع السابق، ص 242.

خلاصة الفصل الثاني

من أجل القضاء على الممارسات التجارية غير النزيهة ومكافحتها حماية للمستهلك، ضمن المشرع الجزائري مجموعة من الآليات التي تعمل بدورها على حمايته فمن خلال ما استعرضناه من دور الهيئات الإدارية في الوقاية والرقابة على المنتوجات وتطبيق التدابير التحفظية من شأنها القضاء على الخطر الذي يهدد أمن وسلامة المستهلك، فمن هنا نستنتج أن المشرع من أجل مكافحة ومحاربة الممارسات غير النزيهة حرص على توزيع الصلاحيات بين الإدارة من جهة والهيئات القضائية من جهة أخرى فهذه الأخيرة تسعى إلى إصلاح الضرر اللاحق بالمستهلك وتسهيل العقاب على مرتكبي هذا الفعل.

وكذا دور جمعيات حماية المستهلك الوقائي من إعلام وتحسيس المستهلك من خطر الممارسات التجارية غير النزيهة وما تتضمنه من مخاطر تؤدي إلى مالا يحمد عقباه، فالهدف المنشود من ذلك الدور الوقائي هو تكوين مستهلك لديه من المعرفة ما يكفي لحماية نفسه من المخاطر التي تهدده.

وفي الأخير يمكننا القول إن الجزاء الوقائي لا يكفي وحده لردع العون الاقتصادي المخالف لقواعد النزاهة وإنما للجزاء الردعي دور في الحد من هذه المخالفات التي تعد جرم في حق المستهلك، ونظرا لعدم كفاية أحكام المسؤولية المدنية لردع العون الاقتصادي كالمطالبة بإبطال العقد والتعويض، فالمشرع بتضمينه ازدواج الجزاء يعد ضمانا للمستهلك من خلال تكريسه للحماية عن طريق الجزاء الردعي.

الخطمة

الخاتمة

من خلال ما تشهده المنظومة العالمية من تطورات اقتصادية واجتماعية في ظل العولمة والانفتاح الاقتصادي العالمي لتحرير التجارة، يؤدي بالضرورة إلى اشتداد المنافسة بين المنتجات كما تؤثر هذه المنافسة على المستهلك بالدرجة الأولى، كما هو في حاجة لهاته المنتجات التي يسعى إليها بالأساس قصد تحقيق رغباته واحتياجاته اليومية، من أجل تحقيق الراحة والرفاهية للمستهلك بقدر ما قد تلحق به من مخاطر تهدد أمنه وسلامته.

وفي ظل توجه نظام اقتصاد السوق فرض موضوع حماية المستهلك نفسه الذي بدوره يعد أحد متطلبات الواقع الاقتصادي، أفضى هذا التوجه إلى ظهور ممارسات تجارية غير نزهة تؤثر على المستهلك من جهة وعلى المنافسة المشروعة والنزاهة والأعوان الاقتصاديين من جهة أخرى، إذ تعتبر مشكلة حماية المستهلك من أهم المشاكل التي تؤرق أفكار الباحثين وهو ما دفع التشريعات للاهتمام بذلك، من خلال وضع نصوص قانونية تحقق الحماية للمستهلك.

فموضوع حماية المستهلك من المواضيع الحيوية التي لا تتعلق بالمستهلك فقط، بل بجرية المنافسة بين التجار، ونظرا لتطور السلع والخدمات التي يقبل عليها المستهلك، من خلال تعدد صور تسويقها أدى به إلى الوقوع في عمليات الاحتيال والغش، مما أثر ذلك سلباً على المستهلك الذي يصعب عليه إثبات وكشف هذا الغش والاحتيال مما أدى إلى أصابت مصالحه المادية والشخصية.

الأمر الذي دفع المشرع الجزائري إلى إصدار قوانين لحماية المستهلك ومن اجل وضع حد لهاته التجاوزات أصدر المشرع الجزائري في بادئ الأمر القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي تم إلغائه بموجب القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي كفل الحق في الإعلام وإلزام المتدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزاهة حول خصائص المنتجات والتحذير من مخاطرها.

كما لاحظنا من خلال درساتنا أنه يشترط أن يحتوي المنتج على بيانات ضرورية تحميه من كل غموض أو خطر يلحق به من جراء جهله بالمنتج الذي يقبل على اقتناؤه وتجريمه لكل مخالفة لأحكام هذا القانون بقدر ما كفل المشرع للأعوان الاقتصاديين حرية المنافسة والتي الى تحقيق النمو الاقتصادي والرفاهية متى كانت المنافسة نزيهة.

وفي مقابل ذلك قد ينتج عن المنافسة الحرة جرائم تمس بالسوق ومنافسيه والمستهلك، فبدخول السوق وتبني مبدأ المنافسة الحرة قد ينتج عنه انعكاسات سلبية من خلال الانتهاكات التي يقوم بها العون الاقتصادي، وذلك لتعدد صور الممارسات التجارية غير النزيهة التي يضر بها غيره من الأعوان والمستهلكين، وهذا راجع بالأساس إلى نقص الثقافة التنافسية وتعدد المتنافسين، فالعون الاقتصادي هدفه من ذلك هو تحقيق أكبر الأرباح وجلب المستهلك،

كما توصلنا من خلال دراستنا أن ق.م.ت 02/04 كرس مبدأ النزاهة من خلال حضره لجملة من الممارسات مستهدف منها التصدي للممارسات التنافسية غير النزيهة، وكذا علاقة الأعوان الاقتصاديين بالمستهلكين، ومواجهة صور التأثير غير المشروع على نظام السوق.

فهدف المشرع من خلال ضبط نزاهة الممارسات التجارية هو حماية المستهلك من تعدد صورها وكبح سلوكات الأعوان الاقتصاديين، حيث حظر المشرع حملة من الممارسات التجارية غير النزيهة التي تمس بمصالح المستهلك كتعدي عون اقتصادي على مصالح عون أو عدة أعوان اقتصادي والتي يتضرر المستهلك من جراءها.

أما في الفصل الثاني فقد تطرقنا إلى الآليات القانونية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة والوقاية منها، فبالنظر إلى التجاوزات التي يتعرض لها المستهلك سعى المشرع الجزائري إلى إيجاد العديد من الأجهزة من مهامها الدفاع والرقابة على مصالح المستهلك، ورأينا أنها تتنوع بتنوع الغرض الذي أنشأت من أجله، فنجد الهيئات الإدارية التي تقوم بدور فعال من أجل الحفاظ على

أمن وسلامة المستهلك كما أوكلت لها مهمة تنظيم الأسواق ومنع الاضطرابات قصد توفير حاجيات المستهلك بعيد عن كل ممارسة تجارية غير نزيهة.

تطرقنا كذلك للدور المهم لجمعيات حماية المستهلك من خلال التوعية والتحسيس والدفاع عن مصالح المستهلكين والدعوة إلى اللجوء إلى القضاء، إلا أن دوافعها تحول دون الدور المنشود، لما تجده من صعوبات وقلة الدعم المادي.

تطرقنا أيضاً إلى دور الهيئات القضائية في حماية المستهلك في مجال توقيع الجزاء والقيام بالتحقيقات تعد ضماناً لحماية مصالح المستهلك، فدور الهيئات القضائية يعد بمثابة دور تكميلي للدور الذي تلعبه الأجهزة الإدارية والجمعيات من أجل تحقيق أكبر حماية للمستهلك

في الأخير يمكننا أن نشير إلى أن أفضل دور لتحقيق الحماية للمستهلك هو الحماية الوقائية أي قبل وقوع الضرر، فالمستهلك من خلال وعيه وتبصيره لحقوقه نجده يسعى بالأساس إلى اقتناء المتطلبات التي تخضع للمراقبة والجودة.

ومن أجل تحقيق حماية أكبر للمستهلك نجد المشرع الجزائري يخول للمستهلك من جراء ما يقوم به العون الاقتصادي من ممارسات تجارية غير نزيهة، والحق في المطالبة بإبطال العقد والتعويض، إلا أن هذا في غالب الأحيان لا يُعد كافياً لمعاقبة العون المخالف سيء النية الذي يقصد الإضرار بالمستهلك، فقد قرر المشرع للمستهلك حماية جزائية من هاته الممارسات وذلك بتوقيع الجزاء وضبط السوق، فهنا تتعدى المسؤولية الواقعة على العون الاقتصادي إلى مسؤولية جزائية تبعا للخطورة الناجمة عن هاته الممارسات غير النزيهة.

إن مبادرة المستهلك للحصول على حقه سواء بطريق المطالبة المدنية أو الجزائية يجب أن يتم من قبله، مع أنه لا يراودنا الشك في أنه سيتردد كثيرا لما يواجهه من صعوبات سواء بسبب طول الإجراءات التقاضي أو قلة الإمكانيات، مما يجعله يتعد عن المحاكم فيفضل بطئ الإجراءات والفائدة المنشودة من الحكم ضئيلة، إضافة إلى ما يتكبده من نفقات في مقابل ما سيحصل عليه، فبالطرق إلى موضوع حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة وبعد التفصيل في ماهيتها وصورها

والآليات القانونية لحماية المستهلك من هاته الممارسات التجارية غير النزيهة، يمكننا أن نخلص وننوه إلى بعض الاقتراحات وهي كالاتي:

➤ زيادة الاهتمام بموضوع حماية المستهلك لمحاربة مختلف الجرائم الاقتصادية والتي تحدث الاضطراب في عدم التوازن الاقتصادي.

➤ بما أن قانون الممارسات التجارية رقم 02/04 ينظم في ثناياه العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين، أو بين الأعوان في حد ذاتهم، فإنه لا يمكن الحديث عن قواعد الممارسات التجارية إلا في حد ذاتهم، لذلك لا يمكن الحديث عن قواعد الممارسات التجارية إلا في ضل علاقة أحد أطرافها عون اقتصادي.

➤ تفعيل دور جمعيات حماية المستهلك فيتحقق الحماية المنشودة من خلال تزويدهم بكل الصلاحيات للتحقيق في حوادث الاستهلاك من أجل أداء دورها على أكمل وجه.

➤ تدعيم الأجهزة المكلفة بالسهر على مراقبة الجودة وقمع الغش وتحسين تكوينها وتدعيمها بأحدث الوسائل.

➤ إعطاء تعريف للمقصود بمصطلح الممارسات التجارية والممارسات التجارية غير النزيهة بغية التعرف عليها من قبل المتعاملين وازالة الغموض واللبس حولها.

➤ تقرير عقوبة الحبس كعقوبة أصلية نظرا لاعتبارها أداة ردع من شأنها التقليل من ارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون، بدل تقريرها في حالة العود فقط.

➤ النص على جزاءات جزائية في قانون حماية المستهلك وقمع الغش دون إحالة ذلك إلى قانون العقوبات بالنسبة لجنحة خداع المستهلك.

وفي الأخير نقول أنه رغم كل هذا، إلا أن هذا لا ينفي نجاح المشرع في تحقيق حماية للمستهلك وتحقيق الهدف المرجو إلى حد جد مقبول، وسعى المشرع من خلال هاته النصوص إلى خلق حماية للمستهلك من مختلف صور الممارسات التجارية غير النزيهة، بالرغم من أن هذه الحماية تثير جدل وبالرغم من النقائص التي نأمل من المشرع أن يتداركها.

قائمة المراجع

9. الأمر رقم 03/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج، العدد 43، الصادرة بتاريخ 20 يوليو 2003، المعدل والمتمم.
10. الأمر رقم 06/03، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلقة بالعلامات، ج.ر.ج.ج، العدد 44، الصادرة بتاريخ 23 يوليو 2003.
11. الأمر رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج، العدد 41 المؤرخة في 27 يونيو 2004، المعدل والمتمم.
12. القانون رقم 02/89، المؤرخ في 08 فيفري 1989، يعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج، العدد 06، الصادرة بتاريخ 08 فيفري 1989. (الملغى)
13. القانون رقم 10/05، المؤرخة في 20 يونيو 2005، المتضمن القانون المدني، المعدل والمتمم، ج.ر.ج.ج، العدد 44، الصادرة بتاريخ 26 يونيو 2005.
14. القانون رقم 03/09، المؤرخ في 25/02/2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج، العدد 15، الصادرة بتاريخ 8 مارس 2009.
15. القانون رقم 06/12، المتعلق بالجمعيات، المؤرخ في 12 يناير 2012، ج.ر.ج.ج، العدد 02، الصادرة بتاريخ 15 يناير 2012.
16. القانون رقم 07-12 المؤرخ في 21 فبراير 2012، يتعلق بالولاية، ج.ر.ج.ج، العدد 12، الصادرة بتاريخ 29 فبراير 2012.
17. الأمر رقم 355/12، المؤرخ في 02 أكتوبر 2012، يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلكين واختصاصاته ج.ر.ج.ج، العدد 56، الصادرة بتاريخ 11 أكتوبر 2012.
18. القانون رقم 05/18، المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر.ج.ج، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.
- ب- النصوص التنظيمية
1. المرسوم التنفيذي رقم 147/89، المتضمن إنشاء المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزق وتنظيمه وعمله، المؤرخ في 08 أوت 1989 ج.ر.ج.ج، العدد 33 الصادرة بتاريخ 09 أوت 1989.

3. أحمد محمد محمد خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المكتبة العصرية، مصر، 2008.
4. أوثن حنان، الحماية القانونية للعلامة التجارية، دار اليازوردي، العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2016.
5. بركات عماد الدين، التعويض عن الضرر الطبي والتأمين من مسؤولية الأطباء المدنية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2017.
6. تامر محمد صلاح، الحماية الجنائية للحق في المنافسة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017.
7. جولي شاهين حصني، الحماية الجزائية للمستهلك، مؤسسة الكتاب الحديث، لبنان، ط1، 2005.
8. حسن محمد محمد بودي، حرية المنافسة التجارية وضرورة حمايتها من الممارسات الاحتكارية، دراسة فقهية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
9. حسين الماحي، حماية المنافسة دراسة مقارنة في ضوء أحكام القانون المصري رقم 3 لسنة 2005 ولائحته التنفيذية، الناشر المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2008.
10. حسين عامر، عبد الرحيم عامر، المسؤولية المدنية التقصيرية والعقدية، دار المعارف، القاهرة، ط2، 1979.
11. سالم محمد رديعان العزاوي، مسؤولية المنتج في القوانين المدنية والاتفاقيات الدولية، ج2، دار الثقافة، عمان، ط1، 2009.
12. سمير عبد السميع الاودن، تسويق الشهرة التجارية (الفرانشيز) ودور التحكيم في منازعاتها، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط1، 2009.
13. صبري مصطفى حسن السبك، دعوى المنافسة غير المشروعة كوسيلة قضائية لحماية المحل التجاري (دراسة مقارنة)، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، ط1، 2018.
14. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2015.
15. طاهري حسين، علاقة النيابة العامة بالضبط القضائي، ج1، دار الهدى، الجزائر، 2014.

16. عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة، ج 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ط1، 2007.
17. عيبر محمد أبو وافية، الضرر المعنوي للشخص المعنوي ومدى التعويض عنه، دراسة مقارنة، د.ط، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017.
18. عثمان رباح، حماية المستهلك الجديد المبادئ الوسائل الملاحق دراسة مقارنة، مكتبة زين الحقوقية، بيروت، ط2، 2011.
19. عجة الجيلالي، العلامة التجارية وخصائصها وحمايتها، ج 4، مكتبة زين الحقوقية، بيروت، ط1، 2015.
20. لحسين بن شيخ اث ملويا، مسؤولية السلطة العامة، ج1، دار الهدى، الجزائر، 2013.
21. محمد أحمد أو سيد أحمد، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، دار الكتب العلمية، بيروت، ط 1، د.ت.ن.
22. محمد الشريف كتو، قانون المنافسة والممارسات التجارية وفقا للأمر 03/03 والقانون 02/04، منشورات بغدادي للطباعة والنشر، الجزائر، د.ت.ن.
23. محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن مع القانون الفرنسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2006.
24. محمد صبري الجندي، في المسؤولية التقصيرية عن الفعل الضار دراسة في الفقه الغربي والفقه الإسلامي والقانون المدني الأردني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
25. محمد محمد حسين الماحي، حماية المستهلك الإلكتروني في القانون الدولي الخاص، دار النهضة العربية، القاهرة، 2012.
26. معين فندي الشناق، الاحتكار والممارسات المقيدة للمنافسة في ضوء القوانين المنافسة والاتفاقيات الدولية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
27. موفق حماد عبد الحماية، المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، بغداد، ط 1، 2011.
28. نادر عبد العزيز شافي، نظرات في القانون، ج 1، منشورات زين الحقوقية، بيروت، د.ت.ن.

29. **نادية فوضيل**، القانون التجاري الجزائري (الأعمال التجارية التاجر المحل التجاري)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط6، 2004.
30. **نبيل إبراهيم سعد**، ملامح حماية المستهلك في مجال الائتمان في القانون الفرنسي دراسة للقواعد الإجرائية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2008.
31. **هاني محمد دويدار**، التنظيم القانوني للتجارة (نظرية الأعمال التجارية، موجبات التجار القانونية، المؤسسة التجارية، الشركات التجارية)، ج 1، د.د.ن، بيروت، 1997.
32. **يلس آسيا**، الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2017.

ثانياً: الرسائل والمذكرات

أ- رسائل الدكتوراه

1. **بوجميل عادل**، مسؤولية العون الاقتصادي في إطار قانون المنافسة والممارسات التجارية، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولدي معمري، تيزي وزو، 2018.
2. **خديجي أحمد**، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2016.
3. **خوجة خيرة**، الضمانات القانونية لتعويض المستهلك عن الإضرار بسلامته في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016.
4. **عادل عميرات**، المسؤولية القانونية للعون الاقتصادي دراسة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016.
5. **غروب حسام الدين**، حماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2018.
6. **نهرى محمد أمين**، النظام القانوني للممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2018/2017.

7. **لعور بدرة**، آليات مكافحة جرائم الممارسات التجارية في التشريع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
- ب.مذكرات الماجستير
1. **بوجميل عادل**، مسؤولية العون الاقتصادي عن الممارسات المقيدة للمنافسة في القانون الجزائري مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولدي معمري تيزي وزو، 2012.
2. **بوعولي نصيرة**، حماية المصلحة الاقتصادية للمستهلك في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2012.
3. **زويير أرزقي**، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
4. **شعباني حنين نوال**، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولدي معمري، تيزي وزو، 2012.
5. **صياد الصادق**، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قسنطينة 1، 2014.
6. **علاوي زهرة**، الفاتورة وسيلة شفافية للممارسات التجارية، مذكرة ماجستير في الحقوق، جامعة كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2013.
7. **كريم لمين**، الدور التكاملي بين مجلس المنافسة والقضاء في ضبط الممارسات المنافية للمنافسة، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2017.

8. ماني عبد الحق، حق المستهلك في الإعلام دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع المصري، مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2009.
9. متيش نوال، الرقابة في مجال المنافسة في القانون الجزائري، مذكرة ماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2014.
10. منال بروج، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2015.

ثالثاً: المقالات

1. أمال بوهنتالة، " قواعد حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 08، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، العدد 08، 2016.
2. أمال بوهنتالة، سلوى قداش، "سلطة القاضي المدني في إعادة التوازن العقدي لعقود الاستهلاك"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
3. أمال زقاري، " قواعد أمن المنتوجات الطبية والصيدلانية"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
4. باطلي غنية، "نطاق تطبيق قانون المنافسة في الجزائر"، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 12، 2015.
5. بليمان يمينة، حسام الدين غربوج، "حماية المستهلك في مواجهة البيع بالتخفيض"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.

6. حساني علي، "شفافية الممارسات التجارية قبل وأثناء مرحلة التفاوض على ضوء القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004"، مجلة العلوم القانونية الإدارية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة أبي بكر بالقائد، تلمسان، العدد 11، 2011.
7. حماش سيليا، ساوس خيرة، "الضوابط القانونية للمنافسة في التشريع الجزائري"، دفاتر السياسة والقانون، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة. العدد 05، د.ت.ن.
8. حمو فخار، "حق المستهلك في الإعلام مفهومه ومدى إلزامية كل من المحترف وجمعية حماية المستهلك به"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، العدد 19، 2013.
9. رضوان قروش، ترقية المركز القانوني للمستهلك دراسة مقارنة بين القواعد العامة والقواعد الخاصة بحماية المستهلك، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
10. رواحنة زليخة، سمية قلات، "دور جمعيات حماية المستهلك"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة العدد 14، 2017.
11. زيري بن قويدر. خليفة جنيدي، "حماية إرادة المستهلك في ضوء قانون الممارسات التجارية 02/04"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2017.
12. زرداري عبد العزيز، "مواجهة الشروط التعسفية كآلية لحماية المستهلك"، مجلة الحقوق والحريات، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 14، 2017.
13. سامية حسنين، "انتهاك حماية المستهلك والاعتداء على العلامة المميزة من خلال التطفل التجاري"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية بسكرة، العدد 14، 2017.
14. سهيلة بوزبرة، جرائم الممارسات التجارية في ظل القانون 02/04 المعدل والمتمم، مجلة الأبحاث القانونية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، العدد 05، 2017.

15. شوقي يعيش تتم، حنان اوشن، " تعدد الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 04، 2017.
16. ضريفي نادية، لجلط فوز، "دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
17. عبد الحق قريمس، "جمعيات حماية المستهلك المهام والمسؤوليات"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
18. عبد الله لعويجي، " اختصاصات مجلس المنافسة الجزائري"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات المنتدى الوطني الموسوم بحرية المنافسة في التشريع الجزائري، يومي 3-4 أفريل 2013، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باجي مختار، عنابة.
19. عزيزة شيري، حنان مناصرية، " تسميات المنشأ كضمان لحماية المستهلك بين النص والتطبيق"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
20. علاوة هرام سارة، "عزوز الحماية الجزائرية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيفة"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 04، 2017.
21. عيسى حداد، "حماية المستهلك وفقا لمبدأ نزاهة الممارسات التجارية"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
22. عدنان حشيم الشريف، سهيلة فيصل علوي، "التزام المنتج بالإعلام"، مجلة المحقق المحلي للعلوم القانونية والسياسية، العراق، العدد 03، 2015.
23. قاسمي الرزقي، " المركز الجزائري لمراقبة النوعية والرزم كآلية لحماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.
24. كمال كحيلي، " التزامات المتدخلين في العملية الاستهلاكية ومدى فعاليتها في حماية المستهلك"، مجلة الاجتهاد القضائي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.

25. كوسر عثمانية، "خصوصية العقوبات في جرائم المنافسة في التشريع الجزائري"، مداخلة مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني الموسوم بقانون المنافسة بين تحرير المبادرة وضبط السوق، يومي 16 و17 مارس 2015، جامعة 8 ماي 1945.

26. لعور بدرة، "ضمانات المستهلك المتعاقد وفقا لقانون الممارسات التجارية الجزائرية"، مجلة الحقوق والحريات، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 04، 2017.

27. مريم بوشري، "الهيكل القانونية القائمة على حماية المستهلك"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحي فارس، المدينة، العدد 02، د.ت.ن.

28. معراج هواري، بومدين بوداود، "فعالية ترقية أخلاقيات الاشهارات التسويقية في حماية المستهلك من خلال أبعاد السياسة الجنائية للتشريع الجزائري"، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 14، 2017.

II. باللغة الفرنسية

1. CALAIS AULOY jean, droit de la consommation, 7 éd, Dalloz, paris, 2006.
2. J- LANGUIER, Droit pénal spécial. Ed, Dalloz, 2002.
3. PATRICE JORDAIN , Les principes de la responsabilité, 3^{émé} edition, Dallas, Paris, 2010.

الفعل سن

الفهرس

الصفحة	العنوان
02	➤ مقدمة
08	الفصل الأول الإطار القانوني للنزاهة في الممارسات التجارية
09	المبحث الأول: ماهية الممارسات التجارية
09	المطلب الأول: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة وبعض المفاهيم المشابهة لها
10	الفرع الأول: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة
10	أولاً: تعريف الممارسات التجارية
10	ثانياً: تعريف الممارسات التجارية غير النزيهة
11	الفرع الثاني: بعض المفاهيم المشابهة للممارسات التجارية غير النزيهة
11	أولاً: الممارسات التجارية غير النزيهة من منظور قانون الممارسات التجارية 02/04
13	ثانياً: الممارسات التجارية غير الشرعية
15	ثالثاً: الممارسات التجارية التدلّسية
16	رابعاً: الممارسات التعاقدية التعسفية
18	المطلب الثاني: أطراف العلاقة في الممارسات التجارية غير النزيهة
19	الفرع الأول: العون الاقتصادي
20	أولاً: المنتج
22	ثانياً: التاجر
23	ثالثاً: الحرفي
24	رابعاً: العون الاقتصادي مقدم الخدمة
24	خامساً: المحترف كمفهوم مجاور للعون الاقتصادي
25	الفرع الثاني: المستهلك

26	أولاً: تعريف المستهلك لغة
26	ثانياً: تعريف المستهلك قانوناً
27	ثالثاً: المفهوم الواسع للمستهلك
27	رابعاً: عناصر تعريف المستهلك
29	المبحث الثاني: صور الممارسات التجارية غير النزيهة
29	المطلب الأول: الاعتداء على مصالح عون اقتصادي
30	الفرع الأول: تشويه سمعة عون اقتصادي من خلال المساس بشخصه وخدماته أو منتجاته
30	أولاً: تشويه سمعة العون الاقتصادي من خلال المساس بشخصه
32	ثانياً: المساس بخدمات التاجر ومنتجاته
32	الفرع الثاني: تقليد العلامات المميزة لعون اقتصادي أو تقليد منتجاته أو إشهاره
32	أولاً: تعريف العلامة التجارية
35	ثانياً: تعريف التقليد
36	ثالثاً: تقليد المنتجات
37	رابعاً: تقليد الإشهار
38	الفرع الثالث: استغلال مهارات المهنية للعون الاقتصادي
38	أولاً: تعريف التطفل التجاري
39	ثانياً: صور الضرر التي يلحقها التطفل
39	الفرع الرابع: إحداث إضرابات في تنظيم عون اقتصادي منافس أو في تنظيم السوق
40	أولاً: إغراء المستخدمين المتعاقدين
40	ثانياً: الاستفادة من الأسرار المهنية قصد الإضرار بصاحبها
42	ثالثاً: أحداث خلل في تنظيم عون اقتصادي منافس
42	رابعاً: أحداث اضطراب في السوق
43	خامساً: إقامة محل تجاري بالجوار محل تجاري منافس
44	المطلب الثاني: حظر الإشهار التضليلي
44	الفرع الأول: مفهوم الإشهار

44	أولاً: التعريف اللغوي والاصطلاحي للإشهار
46	ثانياً: تعريف الإعلان
48	ثالثاً: الإعلان التجاري الكاذب والمضلل
49	الفرع الثالث: صور الإشهار التضليلي
50	أولاً: الإشهار المفضي إلى التضليل
50	ثانياً: الإشهار المفضي إلى اللبس
51	ثالثاً: الإشهار المضخم
52	رابعاً: الطابع التضليلي للإشهار
53	خلاصة الفصل الأول
55	الفصل الأول الآليات القانونية لحماية المستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة والوقاية منها
56	المبحث الأول: الرقابة والأجهزة المكلفة بحماية المستهلك
57	المطلب الأول: دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك
57	الفرع الأول: دور وزارة التجارة
58	أولاً: على المستوى المركزي
60	ثانياً: على المستوى الخارجي
61	ثالثاً: دور المديرية الجهوية والولائية في مجال حماية المستهلك
63	الفرع الثاني: دور مجلس المنافسة وإدارة الجمارك في حماية المستهلك
63	أولاً: مجلس المنافسة
68	ثانياً: دور إدارة الجمارك في حماية المستهلك
69	الفرع الثالث: دور الوالي ورئيس المجلس الشعبي في حماية المستهلك
69	أولاً: دور الوالي في حماية المستهلك
71	ثانياً: دور المجلس الشعبي البلدي في حماية المستهلك
72	المطلب الثاني: دور الجمعيات والقضاء في حماية المستهلك

73	الفرع الأول: دور الجمعيات في حماية المستهلك
73	أولاً: التعريف بجمعيات حماية المستهلك
74	ثانياً: دور جمعيات حماية المستهلك
78	الفرع الثاني: سلطة القضاء في الدفاع وحماية المستهلك
78	أولاً: دور النيابة العامة في حماية المستهلك
80	ثانياً: دور المحكمة في حماية المستهلك
81	ثالثاً: دور القضاة في حماية المستهلك
82	المبحث الثاني: الحماية المدنية والجزائية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة
83	المطلب الأول: الحماية المدنية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة
83	الفرع الأول: المسؤولية المدنية المقررة على العون الاقتصادي
84	أولاً: تعريف المسؤولية المدنية
84	ثانياً: أنواع المسؤولية المدنية المترتبة عن الممارسات التجارية غير النزيهة
85	الفرع الثاني: أركان المسؤولية المدنية
85	أولاً: ركن الخطأ
86	ثانياً: ركن الضرر
90	ثالثاً: ركن العلاقة السببية
91	الفرع الثالث: آثار المسؤولية المدنية عن الممارسات التجارية غير نزيهة
92	أولاً: التعويض
96	ثانياً: حق المستهلك في المطالبة بإبطال العقد
98	ثالثاً: إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع
99	المطلب الثاني: الحماية الجزائية للمستهلك من الممارسات التجارية غير النزيهة
99	الفرع الأول: المسؤولية الجزائية عن الممارسات التجارية غير النزيهة
100	أولاً: الخطأ القصدي كأساس للمسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي
100	ثانياً: الخطأ غير القصدي كأساس للمسؤولية الجزائية للعون الاقتصادي
101	الفرع الثاني: معاينة جرائم الممارسات التجارية غير النزيهة والتحقيق فيها

101	أولاً: الموظفون المؤهلون للتحقيق والمعاينة
103	ثانياً: صلاحيات الموظفون المكلفين بالتحقيق
105	الفرع الثالث: الجزاء الجنائي في جرائم الممارسات التجارية غير النزيهة
105	أولاً: الجزاءات الإدارية
106	ثانياً: الجزاءات القضائية
109	خلاصة الفصل الثاني
111	➤ الخاتمة
116	➤ قائمة المراجع
127	➤ الفهرس

الملخص

يتيح مبدأ حرية التجارة للكون الاقتصادي هامشا من الحرية في جل ممارساته الاقتصادية، إلا أن هذه الحرية مقيدة باحترام مقتضيات النزاهة، وعليه فالمشرع الجزائري سعى إلى حظر جملة من الممارسات التجارية غير النزيهة، والتي يتعدى بموجبها عون اقتصادي على مصالح عون اقتصادي آخر إضافة إلى الممارسات التي تلحق أضرار بالمستهلك .

وضع المشرع حماية شاملة للمستهلك تتوقف بالأساس على الأجهزة والآليات القانونية الوقائية التي تتماشى مع الواقع الحال، وتحمي المستهلك من جل هاته الممارسات التي تهدد حياته وتلحق الضرر بأمواله.

هذه الحماية تركز على أمرين أولهما مدني أساسه جبر الضرر والثاني جزائي وهو ردعي لما فيه من عقوبات متعددة، يلجأ المستهلك إلى الاختيار بين القضائين .

Résumé

le principe du libre-échange permet de l'agent économique une marge de la liberté dans les pratiques économique'. cette liberté contraint de respecter les exigences d'intégrité ' le législateur a prévenu une ensemble de pratiques commerciales déloyales ' par lesquelles un agent économique porte atteinte aux intérêts d'un autre agent économique ' ainsi que les pratiques qui causent des dommages consommateurs .

le législateur a mis en place une protection complète du consommateur 'qui repose principalement sur des mécanismes légaux et préventifs qui sont en phase avec la réalité et protègent le consommateur contre les pratiques en danger de mort et les dommages pour son argent .

cette protection est centrée sur deux choses ; le premier est civil qui est a la base de compenser les dommages ' le deuxième implique les sanctions concernant cet effet ' les consommateurs et les associations de protection des consommateurs et le département des poursuites publiques font leur choix entre les deux juridictions .