

جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة

كلية الحقوق والعلوم السياسية

قسم الحقوق



الالتزام بتوفير خدمات ما بعد البيع في القانون الجزائري

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص : قانون الأعمال

تحت إشراف:

* د. لكل مخلوف

من تقديم الطالبين:

- بن ديدو إحسان
- قطار ماجدة

لجنة المناقشة :

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الصفة
أ. بوعزيز شهرزاد	أستاذة مساعدة	رئيسا
د. لكل مخلوف	أستاذ محاضر	مشرفا و مقرا
أ. مجذوب كوثر	أستاذة مساعدة	مناقشا

دورة جويلية 2019

قائمة المختصرات:

- ج.ر.ج.ج: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.

- ص: الصفحة.

- ط: طبعة.

- ق.إ.ج: قانون الإجراءات الجزائية.

P : Page.

مقدمة

يعتبر عقد البيع من أقدم وأهم العقود المسماة وأكثرها تطورا، حيث تنظم العلاقات التعاقدية بواسطته لتحديد حقوق والتزامات الطرفين.

لا يقتصر عقد البيع في جوهره على مجرد النقل المادي لملكية الشيء إلى المشتري بل إلى ضرورة خلو هذا الشيء من العيوب وأن يكون شاملا لكافة الصفات التي تعهد البائع بوجودها، ومن هنا برزت فكرة الضمان.

إن ضمان العيب فكرة عرفت الشرائع القديمة غير أن بساطة المعاملات، جعلت الأمر يتوقف عند حد ضمان العيب الخفي، لكن سرعان ما تطور الوضع بظهور الصناعة وبروز مبيعات حديثة تتميز بنوع من الدقة وتعقيد، فتم التفكير في حماية أكثر للمبيع من العيب دون اشتراط خفائه خاصة بظهور قانون الاستهلاك بمفاهيمه كالمستهلك والمتدخل.

نظمت مختلف التشريعات "الضمان" فأصبح البائع ملزم بضمان ما قد يصيب المبيع من عيوب خفية، وهذا الضمان تنص عليه المادة 379 من القانون المدني الجزائري بقولها: "يكون البائع ملزما بضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان للمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها".

لم يقف الأمر عند هذا الحد بل ترك للطرفين الاتفاق على الضمان، كما يمكن للطرفين أيضا، الاتفاق على الزيادة في الضمان أو التخفيف منه دون إلغائه كليا وهو ما تنص عليه المادة 384 من القانون المدني الجزائري بقولها: "يجوز للمتعاقدين بمقتضى اتفاق خاص أن يزيدا في الضمان أو ينقصا منه...".

وبدخول الجزائر نظام اقتصاد السوق صدر القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى بقانون 09-03 الصادر في 25/02/2009 المعدل والمتمم بموجب القانون 18-09 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش، وجاءت بعده نصوص عديدة لحماية المستهلك من أضرار المنتجات الحديثة ومن أهمها المسؤولية الموضوعية بدون خطأ المنتج، على افتراض علمه بالعيب الموجود

بالمنتج وهذا ما تنص عليه المادة 140 مكرر من القانون المدني الجزائري بقولها: "يكون المنتج مسؤولاً عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية".

وفي ظل التقدم الصناعي وازدياد المنتجات الصناعية تقدم البائع المحترف بزيادة أكثر بالضمان من حيث الخدمة والمدة فاقترح متابعة وقائية لما يمكن أن يصيب المبيعات من عيوب وذلك عن طريق التدخل السريع في الوقت الملائم لإصلاح الأضرار، وهو ما جعل المستهلك يفضل هذا النوع من الضمانات على أي من الضمانات الأخرى.

غير أنه لا يمكن إلزام كل بائع بأداء هذه الخدمة، خاصة وأن الأمر يتطلب دراسة فنية تقنية و تجهيزات مادية معقدة لا تتوفر عند جميع البائعين، ولذلك تم استبعاد البائع والإبقاء على البائع المحترف فقط، كما تم استبعاد المنقولات القديمة والعقارات وحصرها فقط في المنتجات الجديدة، بذلك أصبح التزام المحترف بأداء خدمات منها التركيب والتشغيل والصيانة والإصلاح وتقديم قطع الغيار.

فالبائع المحترف غالباً ما يلحق بمشروعاته وأعماله التي يتمثل نشاطها في عمليات التوزيع والتزامات أخرى لخدمة ما بعد البيع، ويؤدي وجود هذه الخدمات إلى اتساع نطاق الالتزام بالتسليم، بحيث لا يقتصر على مجرد وضع المبيع تحت تصرف المشترك وإنما يشمل إلى جانب ذلك أداء خدمات أخرى تتمثل في نقل المبيع إلى محل إقامة المشتري، وفي تركيب المبيع وتشغيله.

إن ضمان الملزم والمتدخل لإصلاح المنتج، أو استبداله أو رد ثمنه، كل ذلك على نفقته خلال مدة معلومة هي مدة الضمان، وأكثر من ذلك فالمشرع ألزم المتدخل بتنظيم خدمات ما بعد البيع يتكفل من خلالها بصيانة وإصلاح المنتج، مع توفير اليد العاملة المؤهلة وقطع الغيار اللازمة هذا بعد انتهاء فترة الضمان، أو في حالة ما لم يؤدي الضمان دوره.

وهذا ما سنخصص به موضوع بحثنا: "الالتزام بتوفير خدمات ما بعد البيع في ظل القانون الجزائري".

فموضوع بحثنا يتسم بأهمية بالغة ينظر إليها من جانبيين نظري علمي والآخر عملي تطبيقي.

إذ تظهر الأهمية العلمية في دراسة موضوع بحثنا إلى أهمية الالتزام بخدمة ما بعد البيع الذي أبرزه تغيير نظام الإنتاج والتوزيع حيث احتل مكانة هامة في عملية البيع وتوزيع الأجهزة والآلات الحديثة التي غالبا ما يجد المستهلك نفسه عاجزا وقلقا إزاء تعطلها، خاصة وأن ضمان العيوب الخفية المنصوص عليه في القواعد العامة أصبح عاجزا عن توفير الحماية له جراء تعقيد هذه المنتجات.

أما من الناحية التطبيقية العلمية فتنتمثل أهمية هذه الدراسة إلى تحقيق مرامي القواعد القانونية وضمن احترامها من طرف مختلف المتدخلين، حيث تم وضع أجهزة تتولى رقابتهم وتوقع العقاب عليها في حالة مخالفتهم لهذه الالتزامات، ونظرا لأن خدمة ما بعد البيع تعتبر من الآليات التي وضعها المشرع حماية للمستهلك، باعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الاستهلاكية، والذي يمثل محورا هاما في العلاقات الاقتصادية بصفة عامة وفي العلاقة الاستهلاكية بصفة خاص، يستوجب حماية فعالة وشاملة له.

وما حملنا على اختيار هذا الموضوع "الالتزام بتوفير خدمات ما بعد البيع في القانون الجزائري" يرجع في حقيقة الأمر إلى العديد من الأسباب بعضها شخصي والآخر عملي موضوعي.

والأسباب الشخصية تتمثل في رغبتنا وميولنا للبحث في الموضوع ودراسته، رغبة منا في المساهمة ولو بجزء بسيط في إثراء المكتبة القانونية هذا من جهة ومن جهة أخرى أن المجتمع البشري في العصر الراهن يتميز بمبدأ التخصص في العلوم والمهن بحيث أصبحنا إزاء مهن المتخصصة في مجال معين وشخص عادي لا تخصص له في المجال ذاته، وقد كان لهذه الظاهرة أثر بارز في نظريات العقد، فلم يعد مبدأ المساواة بين المتعاقدين قائما على إثر التفاوت المعرفي والاقتصادي بينهما.

أما عن الأسباب الموضوعية، فأغلبها تتلخص فيما يطرحه الموضوع من إشكاليات قانونية، وهذا للوقوف والإجابة عليها نظرا لحدثة قانون حماية المستهلك وقمع الغش وكذلك

التطورات المتلاحقة في هذا القانون وما يثيره من ثغرات قانونية تدفع المستهلك إلى وجود صعوبات في تنفيذ الالتزام بخدمة ما بعد البيع.

كما أن اختيار الموضوع دوافع أخرى من نقص الكتابات في الموضوع وهذا لحدثة قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المعدل والمتمم من جهة، وقلة الأحكام والاجتهادات القضائية من جهة أخرى.

وتسعى الدراسة إلى تحقيق هدف أساسي وهو تسليط الضوء على مدى فعالية إلزامية خدمة ما بعد البيع في حماية المستهلك وكذلك آليات حماية خدمات ما بعد البيع من خلال إبراز دور الأجهزة والهيئات المكلفة بحماية المستهلك نحو تحقيق دورها في ذلك، هذا وبالإضافة إلى أهداف تكميلية وفرعية يمكن حصرها في:

- التطرق إلى مفهوم خدمة ما بعد البيع وتمييز هذه الإلزامية عن الضمان.

- نطاق الالتزام بخدمة ما بعد البيع.

- الوقوف على مختلف آليات حماية خدمات ما بعد البيع.

وانطلاقا مما سبق فإن إشكالية هذه الدراسة تتمحور أساسا حول: ما مدى فعالية الأحكام

القانونية المتعلقة بخدمة ما بعد البيع في حماية المستهلك؟ هذه الإشكالية تنبثق عليها جملة من التساؤلات الفرعية، التي تتمحور أساسا حول:

- ما المقصود بخدمة ما بعد البيع؟

- ما هو نطاق الالتزام بهذه الخدمة؟

- ما هي آليات حماية هذه الخدمة؟

ولقد حض هذا الموضوع باهتمام الفقهاء والباحثين على حد سواء وذلك لأهميته البالغة

التي يكتسبها فقد تناولته مجموعة من الدراسات أهمها: بن عمارة محمد، "خدمة ما بعد البيع

في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق جامعة وهران، سنة 2012-2013 ورميلي نور الدين، "الضمان وخدمة ما بعد البيع في ظل القانون 09-03، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة ألكلي محمد أولاج- البويرة، سنة 2012-2013.

ونظرا لطبيعة الإشكالية المطروحة وتحقيقا للأهداف المسطرة فقد رأينا أنه من الأنسب لهذه الدراسة استخدام المنهج التحليلي الوصفي كمنهج أساسي في البحث وذلك بتحليل نصوص مواد قانون حماية المستهلك وقمع الغش من ناحية التزام بتوفير خدمة ما بعد البيع وهذا من خلال جمع المعلومات وتصنيفها معتمدين بذلك على ما هو موجود في الكتب والبحوث العلمية والتشريعات الوطنية والدولية.

أما عن الصعوبات والعراقيل التي واجهتنا في إعداد البحث ترجع أساس إلى العناء في تجميع المراجع وقلتها خاصة تلك المتعلقة بموضوع الالتزام بخدمة ما بعد البيع.

فطبيعة الموضوع من جهة والإشكال القانوني من جهة أخرى يفرض تقسيم الدراسة إلى فصلين مهدنا لهما بمقدمة ألقينا من خلالها الضوء على الموضوع وانتهينا بحثنا بخاتمة تحصيلية.

الفصل الأول فقد تم تخصيصه لدراسة ماهية خدمة ما بعد البيع، من خلال تقسيم الدراسة إلى مبحثين:

يتناول المبحث الأول مفهوم خدمة ما بعد البيع، أما المبحث الثاني فقد تم التطرق نطاق تطبيق إلزامية خدمة ما بعد البيع.

أما عن الفصل الثاني فيتضمن دراسة آليات حماية خدمات ما بعد البيع من خلال مبحثين:

المبحث الأول يكون مخصصا للرقابة الإدارية على إلزامية الخدمة.

أما المبحث الثاني فيتضمن الردع للإخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع نتدرج من خلاله إلى الردع الإداري والردع القضائي.

الفصل الأول

الفصل الأول: ماهية خدمة ما بعد البيع

يعد عقد البيع من العقود الملزمة لجانبين ،ذلك لأنه يولد التزامات متقابلة تقع على عاتق طرفيه ،حيث أن كل منهما دائن و مدين ،فالبائع مدين للمشتري بالثمن ،وهذا يعني أن للعقد آثار متبادلة ،فالالتزامات البائع تتمثل بنقل الملكية و تسليم المبيع و ضمان المبيع من التعرض و الاستحقاق و أخيرا ضمان العيوب الخفية.

هذا من ناحية و من ناحية أخرى فإن الواقع العملي تيسر إلى أن هناك حالات يعلن فيها البائع عن إرادته للقيام بأعمال معينة تلحق عملية البيع من حيث تقديمه لخدمات معينة إذا ما تعرضت البضاعة إلى أضرار معينة.

إلا أن التطور الذي صاحب الحياة أثر بدوره على فكرة عقد البيع و غيره من العقود ، و هذا التغيير أدى هو الآخر إلى ظهور التزامات و أعمال معينة يلتزم بها كل طرف تجاه الآخر، و من هذا المنطلق يثور التساؤل عن ماهية هذه الالتزامات التي يقوم بها البائع لمصلحة المشتري و عن خصائص هذه الالتزامات التي يطلق عليها بخدمات ما بعد البيع.

و للإجابة عن هذه التساؤلات سوف نتطرق لمعالج خدمة ما بعد البيع من خلال تحديد مفهومها و تمييزها عن إلزامية الضمان و كذا اعتبارها كضمان قانوني و اتفاقي في مبحث أول، ثم دراسة نطاق الالتزام بهذه الخدمة من حيث النطاق الشخصي و النطاق الموضوعي في مبحث ثاني.

المبحث الأول: مفهوم خدمة ما بعد البيع

إن خدمات ما بعد البيع أصبحت معيارا لقياس فعالية المؤسسات على اختلاف أنواعها حتى و إن كانت بعض المؤسسات لا توفرها إذ تعتبرها عبء عليها، كانت هي الأخرى تبحث عن أساليب من أجل تسويق منتجاتها و الحفاظ على مركزها في السوق فأصبحت خدمات ما بعد البيع أهم وسيلة للترويج لمنتجاتها بحثا عن ثقة المستهلك فيها.

وعليه فلحماية المستهلك تدخل المشرع الجزائري بإلزام المتدخل بتوفير خدمات ما بعد البيع لكل السلع التجهيزية التي يعرفها للاستهلاك بموجب نص قانوني، وهذا ما سوف يتم التطرق إليه من خلال تحديد مضمون هذه الإلزامية (المطلب الأول) ثم التنقل إلى إبراز نطاق تطبيق هذه الإلزامية (المطلب الثاني).

المطلب الأول: مضمون خدمة ما بعد البيع

الفرع الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع

في هذا الفرع سنتناول التعريف التشريعي والتعريف الفقهي.

أولاً: التعريف التشريعي

تعتبر خدمة ما بعد البيع من الخدمات التي جاء بها القانون 09-03 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 إذ أن الحماية لا تتوقف بمجرد انتهاء مدة الضمان.

حيث ألزمت المادة 16 من 09-03 المتدخلين بتنظيم عملية الخدمة ما بعد البيع، حيث نصت على أنه " في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق".

كما عرفها المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 07-390 الصادر في 2007/12/12 المحدد لشروط و كفاءات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة في المادة 33 منه: "يلزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للسيارات المباعة و ذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية و المهنية المطلوبة".

و عليه يفهم من هذه النصوص المذكورة أن خدمة ما بعد البيع تتضمن على الخصوص الخدمات الآتية: المراجعة الدورية التي يغطيها الضمان-صيانة السيارات-بيع قطع الغيار و اللوازم الأصلية.¹

المشرع الجزائري لم يقدم تعريفا للخدمة ما بعد البيع، بل اكتفى بتعداد الخدمات التي تدخل ضمنها وهي: الصيانة، التصليح، بيع قطع الغيار واللوازم الأصلية وتوفير اليد العاملة المؤهلة تقنيا وفنيا والمراجعات الدورية (بالنسبة للسيارات).

ثانيا: التعريف الفقهي

تعتبر الخدمة ما بعد البيع مجموع الخدمات المقدمة للزبائن من طرف المنتج أو الموزع وتتمثل هذه الخدمات في تسليم المبيع، التركيب، الصيانة والتصليح، المساعدة بالمنزل، المراجعة الدورية النصيحة، التكوين ويمكن أن تقدم هذه الخدمات من طرف المنتج/الصانع أو الموزع.

« Le service après-vente désigne l'ensemble des service fournis aux clients après la vente. Les composantes d'un service après-vente sont généralement : service de livraison, installation, réparation, assistance a domicile, entretien et révision, hot line, conseil, formation ».²

¹ - بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، سنة 2012-2013، ص 14.

² - http://fr.wikipedia.org/wiki/service_après-vente

« Le service après-vente peut être assuré par le fabricant/ producteur ou par le distributeur.¹

وعليه يمكن تعريف الخدمة ما بعد البيع بأنها: "عقد يشمل مجموع الخدمات المقدمة من تاجر لزيائنه بعد بيع بضاعة معينة، وتتمثل هذه الخدمات في، التصليح والمراجعة والصيانة، التجديد، المساعدة عن طريق الهاتف... الخ".

« Le service après-vente est un contrat qui regroupe l'ensemble des service fourni par un commerçant à ses clients après la vente d'une marchandise : réparation, révision, entretien, rénovation, dépannage, assistance par téléphone... ».²

كما عرفت الخدمة ما بعد البيع على أنها عقد مبرم غالبا مجانا، يرمي إلى إصلاح أو تجديد منتج وتظهر كضمان قانوني أو تجاري.

« Le service après-vente est un contra conclu, le plus souvent à titre onéreux, afin de réparer ou rénover un produit, il se distingue de la garantie légale ou de la garantie commerciale ».³

¹ - إنه بالرجوع إلى قانون 89-02 إن القاعدة العامة الخاصة بالمسؤولية عن المنتج أو الخدمة تظل مرتبطة بالأشخاص المحترفين حيث أنه ومن خلال المادة الأولى أن هذا المصطلح يشمل على كل من المنتج والصانع والوكيل والحرفي والمستورج والتاجر وك موزع بصفة أي كل متدخل: "طوال عملية عرض المنتج أو الخدمة لاستهلاك اعتبارا لنوعيتها ومهما كان النظام القانوني للمتدخل، الذي يمكن أن يكون شركة أو شخصا (أنظر المادة الثانية الفقرة الأولى من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات التي تنص: "المحترف هو منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل...".

² - http://fr.wikipedia.org/wiki/service_après-vente

³ - http://fr.wikipedia.org/wiki/service_après-vente

عرفها بعض الفقهاء من باب الصيانة على أنها: عقد على الإصلاح يشمل أساسا العمل الذي يقوم به الصائن أو من ينوب عنه لإعادة الشيء إلى عهده الإنتاجي المعتاد كلما طرأ عليه تغيير كلي أو جزئي على أحد أجزاء الشيء يوقف عمله كليا أو جزئيا، أو يقلل من جودته المعتادة كما يشمل أيضا تقديم قطع الغيار.

وعرفه البعض بأنه عقد مبرم في الكثير من الأحيان بمقابل من أجل صيانة وتصليح وتجديد بضاعة معينة، ويكون ضمن إطار الضمان القانوني أو الاتفاقي¹.

إلا أن ما يعنينا هو الصيانة التي ترد في عقد بيع على منقول جديد، كالتزام تابع على عاتق البائع بمقتضاه يقوم بإصلاح أي عطل أو خلل أو تلف يعوق تأدية الأشياء المبيعة لمنفعتها المقصودة منها حتى لو لم يكن معتبرا كعيب خفي وفقا لنص المادة 379 من القانون المدني الجزائري².

يقوم الالتزام بالخدمة في عقد البيع على عاتق بائعي ومنتجي الآلات والأجهزة الحديثة: لضمان صلاحيتها للعمل وإصلاح الأعطال، والتي قد ترجع إلى نوعية المواد الداخلة في صناعة الأجهزة أو طريقة تصميمها أو تركيب أجزائها³.

والأصل أن يلتزم المنتج بالخدمة ما بعد البيع وذلك بضمان إصلاح الشيء المبيع وصيانتته مجانا، لأنه يعتبر امتدادا للبيع، أو على الأقل يدخل أجر ضمان الصيانة في الثمن المشترط بالعقد.

¹ - أنور العمروسي، دعاوي الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف مصر، 2004، ص 122.

² - المادة 379 "يكون البائع ملزما بالضمان إذا ليشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسلم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من الانتفاع بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، فيكون ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها...".

³ - Philippe MALAURY et Laurent AYNES les obligations II, éd cujas 11eme éd, 2001, n 116 P 305.

وقد عرف الالتزام بأنه إصلاح الشيء المباع بأنه: التزام بعمل محله قيام البائع بهذا الإصلاح بما يقتضيه من استبدال قطع غيار جديدة بالأجزاء المعيبة¹.

هذا التعريف يركز على عنصر فقط من عناصر الالتزام بالصيانة. وهما: عنصر الإصلاح الفعلي للخلل وعصر تقديم قطع غيار جديدة بدلا من الأجزاء المباعة أو التالفة، ولم يتضمن بقية العناصر التي تساعد على بيان ماهية الالتزام بصيانة الشيء المباع كمجانية الخدمة ومدة الضمان وغيرها².

الفرع الثاني: خصائص خدمة ما بعد البيع

تتميز خدمة ما بعد البيع بخصائص يمكن أن نوجزها فيما يلي:

أولاً: خدمة الإلزامية تستمد خدمة ما بعد البيع إلزاميتها من المادة 16 من القانون رقم 09-03 المعدل و المتمم، والذي كرس لأول مرة إلزامية خدمة ما بعد البيع وذلك بنص تشريعي، وبمفهوم المادة 13 من نفس القانون يجب على كل متدخل تنظيم خدمات ما بعد البيع إجبارياً³.

ثانياً: خدمة بمقابل على خلاف الضمان القانوني الذي تكون فيه الخدمات المقدمة مجانية بقوة القانون، فالخدمات المقدمة في إطار خدمات ما بعد البيع تكون بمقابل يحدده المتدخل، وتقاديا لوقوع المستهلك في الغلط لابد على المتدخل وهذا على المتدخل إعلامه بهذا أثناء

¹ - سعيد جبر، الضمان الاتفاقي للعيوب الخفية في عقد البيع، طبعه 1985، دار النهضة العربية مصر، ص 44.

² نور الدين رميلي، الضمان و خدمة ما بعد البيع في ظل القانون رقم 03/09، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، فرع عقود و مسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أكلي محند أولاج-البويرة، سنة 2012/2013، ص 29.

³ - المادة 04، القانون رقم 04-02، مؤرخ في 2004/06/23، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ج ر ج ج عدد 41، صادر في 2004/06/27، معدل و متمم بموجب القانون رقم 10-06، مؤرخ في 2010/08/15، ج ر ج ج عدد 46، صادر في 2010/08/18.

إبرام العقد، حيث يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك بالأسعار والتعريفات وشروط بيع السلع والخدمات¹.

ثالثاً: سريان خدمة ما بعد البيع: طبقاً لنص المادة 16 من القانون رقم 09-03 المعدل و المتمم، نجد أنه يبدأ سريان إلزامية خدمة ما بعد وفق حالتين:

الحالة الأولى: يبدأ سريان خدمة ما بعد البيع بعد انقضاء فترة الضمان حتى نهاية حياة المنتج.

الحالة الثانية: تسري إلزامية خدمة ما بعد البيع في الحالات التي لا يلعب الضمان دوره فالمتدخل لا يضمن سوى العيب أو الخلل الناتج عن سوء التصنيع.²

المطلب الثاني: تمييز إلزامية خدمة ما بعد البيع عن بعض المصطلحات المشابهة

من خلال دراستنا سوف نتطرق في هذا المطلب إلى تمييز إلزامية خدمة ما بعد البيع عن إلزامية الضمان وذلك من خلال الفرع الأول، أما الفرع الثاني سنخصصه لإلزامية الخدمة كضمان قانوني واتفاقي.

الفرع الأول: تمييز خدمة ما بعد البيع عن إلزامية الضمان

لقد قرر المشرع الجزائري إلزامية خدمة ما بعد البيع على المتدخل لضمان استفادة المستهلك من المنتج، لمدة طويلة و مفيدة، و على المستهلك نميز بين الالتزامين لتفادي استغلاله من طرف المتدخلين بالرغم ما لهما من أوجه تشابه.

أولاً: أوجه التشابه

¹ -نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص29.

² - سميحة علل ، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005/2004، ص 122.

ألزم القانون كل متدخل في عملية عرض الأجهزة (الآلات معدات، مركبات) وكل السلع الأخرى الموجودة في السوق والموجهة للاستهلاك، والخاضعة للضمان بتوفير خدمات ما بعد البيع¹.

ومنه نستنتج أن إلزامية خدمة ما بعد البيع تنفرد عن إلزامية الضمان، فأينما وجدت سلعة خاضعة للضمان يكون تنظيم خدمة ما بعد البيع بشأنها إجباريا ، فهما التزامان قانونيان قررا لضمان ديمومة صلاحية المنتج للاستعمال المخصص له، بالتكفل بصيانته، إصلاحه... الخ².

ثانيا : أوجه الاختلاف

بالرغم من التشابه بين الإلزاميين إلا أنه تتميز إلزامية خدمة ما بعد البيع عن إلزامية الضمان بما يلي:

1. المقابل المالي: في فترة الضمان يقوم المتدخل بصيانة السلع وإصلاحها أو استبدالها أو تعديل الخدمة على نفقته³، على خلاف إلزامية خدمة ما بعد البيع، حيث تكون على نفقة المستهلك لذلك عليه الحرص والتفرقة بينهما في ذلك.

2- المدة الزمنية: في إلزامية الضمان تكون المدة محددة، فحسب القائمة الوزارية فهي تتراوح ما بين 6 أشهر و 18 شهرا حسب طبيعة كل سلعة و لا تقل عن 6 أشهر في باقي

¹ - المادة 07، القرار الوزاري المؤرخ في 10/05/1994، يتعلق بضمان المنتجات، ج.ر.ج. عدد 35 صادر في 05/06/1994.

² - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص34.

³ - المادة 04/13، القانون 09-03، مؤرخ في 25/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، صادر في 08/03/2009، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10/06/2018.

السلع التجهيزية الأخرى غير المنصوص عليها في القائمة الوزارية¹ وتساوي أو تفوق 24 شهرا بالنسبة للسيارات²، أما إلزامية خدمة ما بعد البيع فهي غير محددة المدة.

3- العيب الموجب لقيام الالتزام: تقتصر إلزامية الضمان على العيب أو الخلل الصناعي بينما تشمل إلزامية خدمة ما بعد البيع حتى على العيب أو الخلل الناتج عن سوء الاستعمال والتشغيل الذي يتسبب فيه المستهلك أو الغير وحتى الناتج عن القوة القاهرة.

الفرع الثاني: إلزامية الخدمة كضمان قانوني واتفاقي

أولاً: التكامل بين خدمة ما بعد البيع والضمان القانوني

الواقع العلمي أثبت دوماً أن المبادرة بخصوص الضمان الاتفاقي تكون للبائعين المحترفين الذين يتخذون منه وسيلة للدعاية والترويج لسلعهم، وعادة ما يستهدف هؤلاء الأفراد بالمستهلك بعيداً عن رقابة القضاء، فيقدون له الخدمة مميزة استثنائية وبديل للضمان القانوني والمنصوص عليه بالمادة 13 من قانون 03-09 المعدل و المتمم الصادر في 2009/02/25 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش الذي يجهل المشتري عادي وجوده أصلاً.³

وقد وقف القضاء الفرنسي بالمرصاد لهذا الاتجاه، فاستقر على أن الضمان القانوني يعد من النظام العام في تعهد البائع بصيانة المبيع وإصلاحه خلال فترة الضمان الاتفاقي لا يمنع المشتري من التمسك بالضمان القانوني متى توافرت شروط إعماله، وبذلك أقر القضاء مبدأ التكامل بين الخدمة ما بعد البيع وبين الضمان القانوني للعيوب الخفية وهو ما نص

¹ - المادة 31، المرسوم التنفيذي 07-390، مؤرخ في 2007/12/12، المحدد بشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة 2007/12/12.

² - أمازون لطيفة، إلتزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص51.

³ - سعيد جبر، المرجع السابق، ص 137.

عليه المشرع الجزائري في المادة 14 للقانون 09-03 الصادر في 25/02/2009 بقوله: "كل ضمان آخر مقدم من المتدخل بالمقابل أو مجانا لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه".

وهذا التكامل يقوم على أساسيتين:

فمن جهة أولى، يعد نتيجة طبيعية لبطلان شروط إنقاص الضمان أو إسقاطه، الذي استقر عليه القضاء الفرنسي، بيان ذلك أن المادة 1643 مدني فرنسي تفرق¹، بين البائع حسن النية أي الذي يجهل العيب يجعل له الحق في تحديد الضمان أو إسقاطه، والبائع سيء النية يعلم بوجود عيب وقت البيع فتحرمه من هذه الميزة، وقد استقر القضاء الفرنسي على تشبيه البائع المحترف بالبائع سيء النية الذي يعلم بوجود العيب ومن تم حرمة ميزة الاتفاق على تضيق الضمان أو إسقاطه كلياً.²

ومن جهة ثانية يتفق مع طبيعة الضمان الاتفاقي وحقيقة الغرض الذي يبتغي منه³، فلا مانع أن البائع يستخدم أن الضمان كوسيلة للدعاية، ويقدمه على أنه ميزة إضافية للمشارك، ولا شك أنه ممن يتفق مع هذا الغرض إلا يحرم المشتري مزايا الضمان القانوني، وإلا استطاع البائع أن يأخذ بيد ما أعطاه باليد الأخرى وصار الضمان الاتفاقي عيباً لا ميزة، ولا جرم أن المشتري لا يقصد من قبل الضمان الاتفاقي تحمل العيوب التي لا يشملها هذا الضمان متى كان من الممكن المطالبة بها على أساس الضمان القانوني..

¹ – Article 1643 du code civile crée par loi 1804-03-06 promulguée le 16 mars 1804 « il est tenu des vices cachés, quand même il ne les aurait pas connus, à moins que ce cas, il stipulé qu'il ne sera obligé à aucune garantie ».

² – عمارة محمد، مرجع سابق، ص 213.

³ – CALAIS-AULOY JEAN et STEMPTZ FRANK ,droit de la consommation ,7eme edition,Dalloz,Paris,2006,P66.

إن خدمة ما بعد البيع ولو بدت في ظاهرها مجانية، فهي ليست كذلك في الواقع، فلا جدال أن البائع قد أضاف مقابلها إلى ثمن السلع دفعه المشتري في جملة من الثمن.

والقول بغير ذلك تفضيل البائع المحترف الذي يستطيع إسقاط الضمان مقابل الوعد بخدمة قبض ثمنها على البائع العادي الذي لا يستطيع تقديم هذه الخدمة.

كما أن البائع المحترف باعتباره مشروعاً منظماً أقدر من غيره على تحمل الأعباء النهائية بهذا الضمان.¹

وعلى أساس ذلك أخذ المشرع الجزائري بالمبدأ الذي أكده المشرع الفرنسي الذي يؤكد أن ضمان البائع صلاحية المبيع مدة معلومة، ليس من شأنه أن يحرم المشتري من الضمان القانوني للعيوب الخفية وهو ما تنص عليه المادة 01/14 من قانون 09-03 الصادر 2009/02/25.²

ثانياً: صور التكامل بين الخدمة ما بعد البيع والضمان القانوني.

يبدو التكامل بين الخدمة ما بعد البيع كضمان اتفاقي وكضمان قانوني واضحاً من حيث الشروط ومن حيث الآثار.

¹ - الضمان الاتفاقي وما يترتب عليه يبدو لنا أشبه ما يكون بنوع من التأمين ينظمه البائع، ويجع أقساطه ضمن الثمن، من مجموع المشتريين وهو يقوم بهذه العملية معتمداً على قانون الأعداد الكبيرة فالمشترون عددهم ضخم ومن ثم يتكون من حصيلة ما يدفعونه مبالغ كبيرة تكفي لتقديم خدمات ما بعد البيع لمن يتضح من بينهم أن السلعة التي اشتراها فيها عيب أو خلل يحول دون الانتفاع به.

² - المادة 14 من قانون 09-03 المعدل و المتمم، بقوله: "كل ضمان آخر مقدم من المتدخل بمقابل أو مجاناً لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه في المادة 13 أعلاه".

أ- التكامل من حيث الشروط:

إن قيام البائع بخدمة ما بعد البيع مرهون بين بتوافر شروط معينة، أهمها أن يظهر الخلل في المبيع خلال فترة الضمان، وهي تتراوح عادة بين ستة شهور أو سنة ويبدأ سريانها من وقت التسليم.¹

ولكن كثيرا ما يلزم البائع المشتري ببعض الأمور التي يترتب على مخالفتها حرمانه من الضمان الاتفاقي كضرورة تقديم المبيع للفحص أو المراجعة الدورية، أو عدم إحداث أي تغيير أو تعديل فيه، أو عدم إصلاحه إلا بمعرفة البائع أو بمعرفة المراكز التي يحددها هذا الأخير، أو عدم استعمال قطع غيار غير أصلية.²

فإذا أخل المشتري بهذه التعليمات فإن البائع يرفض عادة منحه الخدمة تنفيذا للضمان الاتفاقي، ولكن هذا ليس معناه تحمل المشتري عبئ العيب الذي ظهر في المبيع، إذ من حقه الرجوع على البائع بدعوى الضمان على العيوب الخفية بشرط أن يثبت توافر شروطها، أي يبرهن أن بالمبيع عيبا يستجمع صفات الخفاء والتأثير والقدم، وإن يرفع الدعوى قبل مضي سنة من تاريخ التسليم في القانون الجزائري وخلال المدة القصيرة في القانون الفرنسي.³

¹ - تنص المادة 366 من القانون المدني بقولها: "إذا وجد في قدر المبيع نقص أو زيادة فإن حق المشتري في طلب إنقاص الثمن، أو فسخ العقد، وحق البائع في طلب تكملة الثمن يسقطان بالتقادم بعد مضي سنة من وقت تسليم المبيع تسليما فعليا".

² - كجار زاهية حورية (سي يوسف)، المسؤولية المدنية للمنح: دراسة مقارنة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في القانون، فرع القانون الخاص، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص45.

³ - Charles.AUBRY et Charles RAU ,droit civil francais 5^e ed par ,Esmein 1947,t5,p241.

ب- التكامل في الآثار:

إذا توافرت شروط الضمانين القانوني والاتفاقي في آن واحد، فإن السؤال يثور عما إذا كان المشتري يستطيع الجمع بين ثمارهما، فيطلب الخدمة ما بعد البيع تنفيذًا للضمان الاتفاقي، ويطلب لها آثار الضمان القانوني.

يذهب الفقه في فرنسا إلى تقرير حق المشتري في جمع بين آثار ضمانين في حدود ما تسمح به طبيعة هذه الآثار¹، فعند تعذر التنفيذ العيني، يؤدي الضمان القانوني في القانون الفرنسي إلى فسخ البيع ورد المبيع إلى البائع، أو إلى احتفاظ المشتري بالمبيع مع إنقاص الثمن وفي الحالتين يلتزم البائع سيء النية ويشبهه به البائع المهني، بتعويض المشتري عما أصابه من ضرر بسبب العيب، أما الضمان الاتفاقي فهو يعطي المشتري الحق في الحصول على الخدمة ما بعد البيع ومجانا، فأى تلك الآثار يمكن الجمع بينهما؟

لا جدال في أن المشتري يستطيع أن يحصل على الخدمة ما بعد البيع ممثلة في إصلاح المبيع كأثر للضمان الاتفاقي، ويجمع إليها التعويض عن الأضرار التي لحقت به بسبب العيب كأثر للضمان القانوني كما لو كان المبيع يستخدم استخداما مهنيا (كسيارة أو أجهزة طبية أو آلة في ورشة) وأدى عيبه إلى فوات كسب على المشتري²، أو أدى عيب المبيع إلى إلحاق خسارة بالمشتري أو إلى أضرار لحقت به أو بغيره³، كأن أكلف له أموالا أخرى أو أصابه هو أو أحد أفراد أسرته أو أحد تابعيه بأضرار جسمانية، أو إحداث بالغير ضررا فأضطر المشتري إلى تعويضه.

¹ - Charles A et C, op, cit, , P 306.

² - يعرف الضرر بالضرر التجاري ومثاله الخسارة الناتجة من التأخر في تلبية طلبات أو فقد أسواق... الخ.

³ - هذا هو الضرر غير التجاري أو الضرر الذي يحدثه المبيع بعيبه.

المبحث الثاني: نطاق إلزامية خدمة ما بعد البيع

وإذا كان الأصل في القواعد العامة هو نسبية العقد، إلا أن الواقع كثيرا من المستهلكين المتضررين لا تربطهم علاقة تعاقدية مباشرة بالمتدخل، فهل يجوز لهاته الفئة المطالبة بالضمان و خدمة ما بعد البيع في اطار قواعد حماية المستهلك؟ أم أن إلزامية الضمان و خدمة ما بعد البيع يقتصر على أطراف العلاقة التعاقدية فقط، أما بالنسبة للمنتوج فإن هناك العديد من المنتوجات التي لا تدخل في نطاق الضمان و لا يسأل عنها المتدخل، و هو نفس الشيء بالنسبة لبعض العيوب.

و عليه من خلال هذا المبحث سوف نتطرق لدراسة المدى الذي يمكن أن يصل إليه الإلتزام بالضمان و خدمة ما بعد البيع و هذا من خلال تبيان نطاقه من حيث الأشخاص في المطلب الأول و من حيث موضوعه في المطلب الثاني

المطلب الأول: النطاق الشخصي.

وبما أن مصطلح المستهلك جديد في التشريع الجزائري، حيث ظهر لأول مرة خلال القانون 89-02 الصادر في 07 فبراير، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، كما عرفه القانون رقم 09-03 المعدل و المتمم المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

الفرع الأول: المستهلك

إن قانون حماية المستهلك و قمع الغش أن الدائن في التزام الضمان هو المستهلك، وتبدو أهمية تعريفه، ليس فقط في تحديد نطاق تطبيق الإلتزام بتحديد الأشخاص الأجدر بالحماية، ولكن تكمن أهميته كذلك في فهم فلسفة قانون حماية المستهلك.

ولقد نال تعريف المستهلك القسط البالغ من اهتمام الفقهاء، كما كانت للمشرع الجزائري نظرة خاصة به، كما أن أي قانون سواء كان من فروع القانون الخاص أو فروع القانون العام حتى تكون له فعاليته ويستطيع القائمون على تطبيقه باستعماله وتنفيذه في الوقت المناسب،

لا بد له من مجال للتطبيق يسرى فيه من حيث الأشخاص أو الموضوع كما من حيث الزمان والمكان¹.

أولاً: تعريف المستهلك لغة: المستهلك لغة هو الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك، فهو الفاعل الذي أفنى الشيء أو أخذ منفعته، فنقول مستهلك السلعة أي من قام بالاستفادة منها واستغل رغباته وحاجاته منها².

ثانياً: التعريف الفقهي للمستهلك

من المسلم به فقها وقضاء هو إعطاء صفة للمستهلك لكل شخص طبيعي، يقتني سلعة أو خدمة لإشباع حاجاته الذاتية والعائلية، لكن ثار خلاف بشأن المهني الذي يتصرف في إطار نشاطه المهني، هل يعتبر مستهلكاً أم لا، وبالتالي تنازع المفهوم الفقهي للمستهلك مفهومين، مفهوم ضيق ومفهوم واسع.

1- التعريف الضيق للمستهلك

يقصد بالمستهلك في المفهوم الضيق، ذلك الشخص الطبيعي الذي يحصل أو يستعمل منتجات لأغراض غير مهنية، أي أن المستهلك الذي يستحق الحماية بموجب القواعد الخاصة بقانون حماية المستهلك هو المستهلك النهائي، أي الذي يستعمل الأموال والخدمات لغرض غير مهني أي لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية، وعلى هذا الأساس لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية³.

¹ - نور الدين رميلي ، المرجع السابق، ص 36.

² - السيد محمد السيد عمران ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد: دراسة مقترنة مع دراسة تحليلية و تطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك، الدار الجامعية ،لبنان، ط 2003، ص 15.

³ - شبة سفيان، حماية المستهلك في عقد الدولي في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد 4، جانفي 2011، ص 226.

إن المهني الذي يتصرف لأغراض مهنته لا تتوفر فيه مقومات الحماية حتى وإن تصرف خارج إطار تخصصه، وسبب ذلك أن قوته الاقتصادية والخبرة التي يكتسبها من تكرار معاملاته، تجعلانه على قدر من الدراية والقدرة على اكتشاف العيب الخفي في السلعة أو الاستعانة بخبير في ذلك المجال¹.

و يستخلص من كل ذلك، أن المستهلك الذي تجب حمايته هو المستهلك النهائي أي هو الشخص الطبيعي الذي يشتري منتوجا لاستعماله الشخصي أو العائلي، ويقصي أنصار هذا الاتجاه الأشخاص المعنوية وكذا المستهلكين المهنيين من مجال الحماية، وذلك كون الأشخاص المعنوية تملك مؤهلات وإمكانات للدفاع عن نفسها مقارنة بالأشخاص الطبيعية².

2- التعريف الموسع للمستهلك:

يشمل مفهوم المستهلك حسب هذا الاتجاه، كل شخص يفتني سلعة أو خدمة بغرض الاستهلاك، أي بغرض اقتناء أو استعمال مال أو خدمة حتى وإن كان هذا الشخص محترفا مادام يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني³.

والأخذ بمفهوم أوسع للمستهلك يهدف إلى حماية المهني الذي يتصرف خارج اختصاصه فيعرفه البعض بأنه: « كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي بمعنى استعمال أو استخدام مال أو خدمة»⁴.

¹ - شندي يوسف، المفهوم القانوني للمستهلك: دراسة تحليلية، مجلة الشريعة والقانون، عدد 44، 2010، ص 21.

² - CALAIS-A, op.cit, P 06.

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 38.

⁴ - شعباني (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012، ص 27.

فيعتبر مستهلكا المحترف الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه المهني، على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر في الواقع كذلك ضعيفا مثله مثل المستهلك العادي، مما يستوجب حمايته تماما كالمستهلك الذي يستعمل المنتج شخصا.

إن هذا الاتجاه يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك والعبرة من ذلك تمكن في كون هذا الأخير يمكن أن يتواجد في مركز ضعف سواء اقتصاديا أو فنيا، فالشخص المعنوي قد لا يمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده المالية، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية¹.

لكن ما يثير التساؤل حول المقصود بغير المهني، هو المهني الذي يتصرف بعيدا عن مجال اختصاصه، كالفلاح الذي يؤمن على مزرعته، والتاجر الذي يركب جهاز إنذار لمحلته والمحامي الذي يشتري جهاز إعلام ألي لمكتبه... الخ.

الاتجاه الثاني: يقصد بغير المهني هو المستهلك أما المهني الذي يتصرف خارج اختصاصه، لا يمكن اعتباره مستهلكا، لأن له من القدرة والقوة الاقتصادية ما يجعله قادرا على الدفاع عن نفسه² نلاحظ أن الموسعين في تعريف المستهلك اعتمدوا على معيار الضعف من الناحية الاقتصادية والتقنية، ولم يعتمدوا على معيار الاستعمال الشخصي للترقية بين المستهلك والمهني، وهو المعيار الذي اعتمده أنصار الاتجاه الضيق لمفهوم المستهلك.

ثالثا: التعريف القانوني للمستهلك

لم يتطرق القانون رقم 89-02 إلى تعريف المستهلك بل أحال ذلك إلى التنظيم حيث غرقت المادة 02 فقرة 09 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المستهلك على أنه: «... كل

¹ - محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة، دار الجامعة الجديدة، مصر، ط 2006، ص 55.

² - جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 23-24.

شخص يقتني بئمن أو مجاناً، منتجاً أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطى أو النهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به»¹.

ويصدر القانون رقم 03-09 أتى المشرع بتعريف آخر للمستهلك، حيث نصت المادة الثالثة منه: « كل شخص طبيعى أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائى من أجل تلبية حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به ». باستقراء المادتين السابقتين نستخلص أن تعريف المستهلك وفقاً لنظرة المشرع الجزائري يشمل عناصر محددة.

عناصر تعريف المستهلك : يتحدد تعريف المشرع الجزائري للمستهلك بتوفر العناصر الآتية :

أ-المستهلك قد يكون شخصاً طبيعياً أو معنوياً: جاء في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 39-90 بأن المستهلك هو: « كل شخص... » ولم يحدد ما إذا كان المستهلك شخصاً طبيعياً أو معنوياً، ولتجنب الغموض تدارك الأمر في القانون 03-09 وحسم طبيعة المستهلك حين أدخل طائفة الأشخاص المعنوية ضمن دائرة المستهلكين.

ب-المستهلك يقتني بمقابل أو مجاناً: استخدم المشرع نفس اللفظ في قانون حماية المستهلك وقمع الغش وفي المرسوم التنفيذي رقم 39-90 وهو لفظ "يقتني..." وبالتالي فقد أسقط المستعلمين من دائرة المستهلكين، فالمستهلك الذي يقتني ليس بالضرورة من يستعمل المنتج أو الخدمة فكثيراً ما يتم استعمالها من طرف الغير كأفراد أسرة المقتني مثلاً، كما أن الاقتناء دائماً يكون بمقابل ولذا لا يتناسب لفظ "يقتني" مع مجاناً².

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 39-90، مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 05، صادر في 31 ديسمبر 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، جريدة رسمية عدد 61، صادرة في 21 أكتوبر 2001.

² - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 40.

ج- الاستعمال النهائي للمنتوج: يقرر ق.ح.م.ق.غ، حتى يعتبر شخصا ما مستهلكا، يجب أن يتوجه اقتناء للمنتوج إلى الاستعمال النهائي¹.

غير أن المادة 02 من المرسوم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش تنص: «...معدّين للاستعمال الوسيطى أو النهائي...» حيث أنها جمعت بين نقيضين لا يجتمعان، وهما الاستهلاك الوسيطى أي الاستعمال لأغراض مهنية، والاستهلاك النهائي وهو الاقتناء من أجل سد الحاجيات الشخصية أو العائلية.

من خلال ما سبق يتبين أن المشرع قد أخذ بالمفهوم الموسع للمستهلك بالرغم من أنه عند مواصلة الفقرة يتبين أن المشرع أخذ بمفهوم الضيق للمستهلك، معتبرا إياه فقط ذلك الشخص الذي يقتني المنتجات والخدمات من أجل استعماله واحتياجاته الشخصية.²

د- تلبية حاجات المستهلك أو حاجات شخص أو حيوان يتكفل به: طبقا للقانون الجزائري فإن تعريف المستهلك ينحصر في الشخص الذي يلبي حاجاته الخاصة أو العائلية، وليس حاجاته المهنية.

فإن المشرع الجزائري قد أخذ بالتعريف الضيق للمستهلك، كذلك يشمل تعريف المستهلك الأشخاص الذين هم تحت كفالة المستهلك، غير أن لفظ "يتكفل" يطرح عدة تساؤلات الأشخاص : هل يقصد بالكفالة تلك الموجودة في القانون المدني أم في قانون الأسرة ؟ والقصد ربما من لفظ "يتكفل" هم من تحت مسؤولية المستهلك.

استنتجا فان المواد: 03 من القانون 09-03 المعدل و المتمم و المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمادة 03 من الفقرة 02 من القانون 04-02 المحدد للقواعد

¹ - المادة 03، القانون 09-03 المعدل و المتمم، المرجع السابق.

² - شبة سفيان، مرجع سابق، ص 277.

المطبقة على الممارسات التجارية¹ يتبين أن المشرع الجزائري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك، لكنه يشمل الشخص المعنوي إلى جانب الشخص الطبيعي.

بشرط أن يكون الشخص المعنوي مجرد من أي هدف مهني مثل الجمعيات والتعاضديات، وهذا لحمايتها من المتدخلين لكونها تكون في حالة ضعف اقتصادي أمام المتدخل مثلها الشخص الطبيعي، ومن جهة أخرى كذلك حمايتها من الأخطار الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة التي تتلقاها من الإعانات، والهبات المقدمة لها.

رابعاً: أنواع المستهلكين

يوجد نوعين من المستهلكين والقانون المتعلق بحماية المستهلك لا يطبق على المستهلك الذي يستخدم المنتج في تطوير أو وضع منتجات أخرى ففي هذه الحالة لا نتكلم عن منتجات الاستهلاك، وإنما عن منتجات الإنتاج².

1- المستهلك النهائي: وهو الشخص الذي يشتري السلعة للاستعمال الخاص به أو لأحد أقربائه، وبالتالي تصبح سلعة استهلاكية أخيرة ونهائية.

2- المستهلك الوسيط: وهو الشخص الذي يشتري السلعة بغرض استخدامها في أغراض إنتاجية لإعادة بيعها أو إنتاج سلعة أخرى أو خدمة وتسمى هذه السلعة بالسلع الصناعية.

الفرع الثاني: المتدخل

¹ - المادة 02/03، القانون 02-04، تنص: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلع قدمت للبيع أو يستفيد للخدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

² - مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص علوم جنائية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2011، ص 87.

الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية ونظرا لثقل عبء الالتزامات القانونية المفروضة عليه يقتضي الأمر تحديده تحديدا دقيقا ومن وراء ذلك تحديد مسؤوليات الأشخاص الذين يشملهم مفهوم المتدخل كما أن المشرع الجزائري كان يعبر عن المدين بالالتزام بالمحترف ولكن بصدور القانون 03-09 جاء المشرع بلفظ المتدخل وهو مصطلح جديد وجب التدقيق في تحديد سلسلة المتدخلين في عرض المنتج¹.

أولا: التعريف الفقهي للمتدخل

إن الفقه مصطلح المهني أو المحترف وهي تسميات مرادفة لشخص واحد ألا وهو ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يمارس نشاط الإنتاج، التوزيع، الاستيراد أو تقديم الخدمات بصفة اعتيادية ومنظمة.

كما يعرف أيضا أن المهني هو : " ذلك الذي يتعاقد في مباشرته لمهنته أو هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتعاقد في مباشرته لنشاط مهني ما بصفة معتادة، سواء كان هذا النشاط صناعي أم تجاري"² ومن هذا التعريف نستنتج اعتماده على معيارين لتحديد المحترف أو المهني، معيار الاحتراف ومعيار الربح.

1- معيار الاحتراف: عرفه البعض أنه توجيه النشاط بشكل رئيسي وبصفة معتادة إلى القيام بعمل معين قصد الربح، وأنه مباشرة نشاط يتحدد لعيش صاحبه وإشباع حاجاته³ وعلى هذا فإن الاحتراف هو ممارسة الأعمال التجارية على سبيل التكرار وبصفة منتظمة ومستمرة، واتخاذها مهنة للحصول على مورد الرزق، ويقتضي الاحتراف أن يقع العمل بصفة دورية ومستمرة بحيث يأخذ شكل الاعتياد.

¹ - نور الدين رميلي ، المرجع السابق، ص42.

² - جرعود الياقوت، المرجع السابق، ص 27.

³ - زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011، ص 48.

2- معيار الربح: يعتبر معيار الربح أمراً أساسياً في القانون التجاري لتحديد مفهوم التاجر لكن في نطاق علاقات الاستهلاك بين المستهلك والمهني فإن الشخص قد لا يعتبر تاجراً بالمفهوم التجاري ولكن يعتبر مهنيًا في مواجهة المستهلك.

حيث أن القانون الاستهلاكي يعتبر المهني ذلك الشخص الذي يقوم بتقديم شيء ما أو خدمة، مقابل أجر أو مجاناً لشخص يدعى المستهلك، فعنصر الربح لا يمكن أن يكون محل نظر في علاقة المستهلك بغيره نظراً لوجود حالات لا يكون الربح هدفاً¹.

يعرف المهني بالاعتماد على عنصر القوة من الناحية التقنية والاقتصادية والمعرفية فالمهني أو المحترف هو " ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر من الأفضلية أو التفوق، وهي المقدرة التقنية، بحيث يكون على دراية تامة بما يقدمه من منتجات وخدمات، والمقدرة الاقتصادية والقانونية بالتفوق على المستهلك"².

غير أن هذا التعريف ركز على العلاقة بين المهني والمستهلك من الناحية الاقتصادية أكثر من اهتمامه بالناحية القانونية ما يلاحظ أن أغلب التعاريف الفقهية لا تأخذ عملية عرض المنتج للاستهلاك بعين الاعتبار.

وبالتالي فهي تعاريف غير دقيقة، لا تحدد النطاق الصحيح للالتزام من خلال إهمالها للنطاق الزمني للالتزام المتدخل³.

ثانياً: التعريف القانوني للمتدخل

¹ - زبير أرزقي، المرجع السابق، ص 50.

² - ليندا عبد الله، المهني والمستهلك مفهومان متباينان، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 14/13 أبريل 2008، ص 31.

³ - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص 15.

بالرجوع إلى القانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك (الملغى) لم يعرف المهني وغنما عرفه في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 على انه : "... المحترف هو منتج، أو صانع، أو وسيط أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك..."¹.

و جاءت المادة 03/7 من القانون رقم 03/09 المعدل و المتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بكونه الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتدخل في عملية عرض السلع والخدمات للاستهلاك مهما كانت صفته.

ما يلاحظ من خلال مختلف التعاريف السابقة أن لفظ المتدخل جاء على إطلاقه مما يجعل المتدخل قد يكون شخصا طبيعيا أو معنويا من القانون الخاص أو من القانون العام² ومن خلال المادتين السابقتين فإن المشرع الجزائري لم يأت بجديد سوى انه استبدل مصطلح المحترف بمصطلح المتدخل كما أضاف الأشخاص المعنوية ضمن طائفة المستهلكين.

ولقد عدد المشرع في المادة 02 من المرسوم 90-266 بعض المتدخلين والملتزم الأساسي في الضمان أو خدمة ما بعد البيع من الناحية الفعلية هو الصانع أو المنتج اما البائع فهو مجرد موزع للسلعة وغالبا ما يقوم بدور الوسيط الذي يعمل على تنفيذ هذا الضمان³ لكن في الواقع وعند حدوث أو ظهور العيب في فترة الضمان فإن المستهلك يعود على الموزع الذي باع له الجهاز أو الآلة فهو الذي يتكفل بتنفيذ الضمان حتى وإن كان الصانع أو المنتج هو الذي يقوم فعلا بذلك وكذلك في تقديم خدمة ما بعد البيع.

وتجدر الإشارة إلى أن تعريف المتدخل الوارد في المادة 03 من القانون 09-03 يشمل عارض السلعة ومقدم الخدمة على حد سواء طبقا للقانون نفسه.

¹ نور الدين رميلي ، المرجع السابق،ص44.

² - المادة 01، القانون 89-02، المؤرخ في 07/02/1989 ، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج، عدد 06، صادر في 08/02/1989.

³ - علي فتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي مصر ، ط2008، ص 343.

المطلب الثاني: النطاق الموضوعي

جاءت المادة 13 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان إلى الخدمات ...".

كما نصت المادة 16 من نفس القانون على أنه " في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"

و من خلال نص المادتين يتضح أن موضوع إلزامية الضمان وخدمة ما بعد البيع ترد على السلع وعلى تأدية الخدمات فالمنتج هو كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً¹.

كما جاء المرسوم التنفيذي المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات في مادته 02 وإعتبر أن المنتج هو "كل ما يفتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة " وبالتالي ومما لا شك فيه أن المنتوجات قد تكون سلعا أو خدمات وكل عرض للاستهلاك بمقابل أو مجان تكون موضوع معاملة بين متدخل ومستهلك.

الفرع الأول: السلعة

لقد عرفت المادة 02 من المرسوم 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر في 30/01/1990 المنتج بأنه " كل شيء منقول مادي أن يكون موضوع معاملات تجارية"

¹ - المادة 03، القانون 03-09 المعدل و المتمم، المرجع السابق.

تقسم السلع بشكل عام إلى نوعين سلع استهلاكية و سلع إنتاجية، فالمستهلك العادي يقوم بشراء السلع بهدف استهلاكها النهائي له ولأفراد أسرته أما المشتري المهني فإنه يشتري السلع بهدف إنتاج سلع أخرى تختلف عنها بالخصائص ويهدف بيعها.

وبالرجوع إلى المادة 140 مكرر من القانون المدني التي عدت بعض السلع كالمنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعات الغذائية والصيد البحري والطاقة الكهربائية.

أ-المنتج الزراعي: يقصد به كل المنتجات التي يكون مصدرها الأرض كالقمح والشعير... الخ.

ب-المنتج الصناعي : يقصد به كل المنقولات التي تكون محلا للإنتاج الصناعي كالأجهزة الكهربائية على تنوعها والمنظفات الكيميائية الصناعية والمبيدات¹.

ج-تربية الحيوانات: كل الحيوانات القابلة للتربية كالأبقار والأغنام والدجاج وغيرها من الحيوانات التي يمكن استهلاكها بالإضافة إلى المنتجات المستخلصة منها كالبيض الجلود الزيوت... الخ

د-الصناعة الغذائية: وهي الصناعة السلع والمواد الغذائية والمعدة لتغذية الإنسان وحتى أغذية الحيوان.

هـ-منتج الصيد البري:و هي الحيوانات التي يتم الترخيص بصيدها والتي تعيش في البرز.

و-منتج الصيد البحري : وهي كل الحيوانات التي تعيش في البحار أو في المياه العذبة سواء كان المنتج طازج أو مجمد اقتصاديات التصنيع إلى القطاع الخدماتي.

¹ -نور الدين رميلي ، المرجع السابق، ص 47.

و نظرا لحدائثة مفهومها فهي لم تعرف في القانون المدني بل كثيرة الاستعمال في القانون الاقتصادي وهي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك وبما أنها غير مجسدة في صورة سلعة مادية وغنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه ويتلزم وقت تقديمها لاستهلاكها فلا يمكن الحكم على جودتها إلا بعد استعمالها.

ي- الطاقة الكهربائية: حيث اعتبرتها المادة 140 مكرر من القانون المدني منتوجا.

ثالثا: السلع الموجبة للضمان وخدمة ما بعد البيع

استنادا إلى المادة 13 فقرة 01 من القانون 09-03 التي نصت: "يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء كان جهازا أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون...".

ونص المادة 16 من القانون نفسه فإن إلزامية المتدخل بالضمان وخدمة ما بعد البيع ترد على الأجهزة، الآلات، العتاد، المركبات أو أي سلع تجهيزية أخرى مصنوعة محليا أو مستوردة على حد سواء¹ والسلع المذكورة في المادة 13 المذكورة أعلاه الواردة على سبيل المثال لا حصر وهذا ما يفهم من عبارة "... أو أي مادة تجهيزية...".

وعليه فكل سلعة تجهيزية معروضة للاستهلاك يستفيد مقتنيها من الضمان بقوة القانون، وموازية مع ذلك كل سلعة خاضعة لهذا الضمان محل إلزامية خدمة ما بعد البيع.²

وبالتالي فإن المشرع قد استثنى السلع الغذائية، المنتوجات المنزلية غير الغذائية، مواد التنظيف، من الضمان وحصره فقط في السلع التجهيزية، مبررا هذا الاستثناء بالخصوصية

¹ - نصت المادة 01، القرار الوزاري، المؤرخ في 10/05/1994، المرجع السابق، على: "يهدف هذا القرار إلى توضيح

كيفية تطبيق الضمان المتعلق ببعض المنتوجات المصنوعة محليا أو المستوردة والموضوعة رهن الاستهلاك".

² - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص48.

التقنية والفنية التي تتميز بها هذه السلع خاصة مع انتشار السلع المقلدة التي يكون المستهلك ضحية عيوبها والأخطار الناتجة عنها أو عدم صلاحيتها للاستعمال الذي وجدت لأجله.

الفرع الثاني: الخدمة

نظرا للأهمية المتزايدة للخدمات واكتسابها موقعا مهما في اقتصاديات الدول المتطورة خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تحولت الكثير من الدول من اقتصاديات التصنيع إلى القطاع الخدماتي.

ونظرا لحدثة مفهومها، فهي لم تعرف في قانون مدني بل كثيرة الاستعمال في القانون الاقتصادي وهي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك، وبما أنها غير مجسدة في صورة سلعة مادية، وإنما تقدر في صورة أو نشاط مفيد لمن يطلبه ويتلزم وقت تقديمها واستهلاكها، فلا يمكن الحكم على جودتها إلا بعد استعمالها.

أولاً: مفهوم الخدمة

لم يأخذ مفهوم الخدمة نصيبا وافرا لدى فقهاء القانون باعتبار أنه لم يكن معروفا في القانون المدني على خلاف فقهاء الاقتصاد الذين قدموا له تعريفا:

1-التعريف الفقهي للخدمة: عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها "منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل لا يتم نقلها أو خزنها وهي تقريبا تفنى بسرعة وهي أيضا النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"

أي أن الخدمة يقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية وغنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه¹.

¹ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص49.

مثل الخدمات المالية من بنوك وشركات تأمين وأسواق المال وخدمات النقل البري والبحري والجوي وكذلك خدمات شركات الاتصالات والخدمات السمعية والبصرية.

2-التعريف القانوني للخدمة: عرفت الخدمة بموجب المادة 02 فقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 على أنها "كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقاً بالمجهود المقدم أو داعماً له"

و يستتج من هذا التعريف بان الخدمة يمكن أن تكون مادية مثل الخدمات الفندقية والتصليح أو التنظيف أو مالية كالحصول على قرض بنكي أو ضمانات التأمين أو تكون ذهنية أو فكرية مثل العلاج الطبي والاستشارات القانونية فكل هذه تعد خدمات قابلة للاستهلاك مادام أنها مقدمة لشخص غير مهني.¹

وهذا ما أكدته المادة 03 فقرة 16 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش² وبهذا يكون القانون قد فصل بصفة واضحة بين السلعة والخدمة.

ثانيا: خصائص الخدمة

من خلال تعاريف الخدمة يمكن استخلاص الخصائص الأساسية للخدمات:

1- الخدمة غير ملموسة: حيث أن عدم الملموسة هي فرق رئيسي بين الخدمة والسلعة أي أن الخدمة لا مادية لا يمكن رؤيتها، تذوقها، لمسها، سماعها.

2- الترابط وعدم التجزئة: حيث أن الخدمات تقدم وتستهلك في نفس الوقت وهذا الأمر لا ينطبق على السلع التي تصنع وتوزع فتستهلك³.

¹ - موسى زاهية، محاضرات في قانون الإستهلاك، جامعة قسنطينة، السنة الدراسية 2005/2006، ص 80.

² - نصت المادة 03 على أنه: "... كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما بالخدمة المقدمة...".

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 50.

3- **التباين:** حيث أنها تختلف من مؤسسة إلى أخرى خاصة الخدمات التي تعتمد التدخل الكبير للعنصر البشري.

4- **الزوال والفناء:** نتيجة لعدم الانفصال بين الإنتاج والاستهلاك في الخدمات فهي تتصف بالفناء السريع بمعنى لا يمكن تخزينها لاستعمالها في وقت آخر.

ثالثا: أنواع الخدمات:

يعتبر مجال تقديم الخدمات مجالا واسعا جيدا، حيث يمكن أن تكون الخدمة مادية (الفندقة، التصليح، التنظيف) أو مالية (قروض بنكية، تأمين،..) أو فكرية (علاج طبي، استشارات قانونية...).

كما أن هناك خدمات عمومية مثل المستشفيات، أو البريد والمواصلات، حيث ينتظر المستهلك من هذه الخدمات الجودة المطلوبة لتلبية رغباته المشروعة ولا تضر بمصالحه المادية والمعنوية¹.

رابعا: الخدمات الموجبة للضمان

من بين الإيجابيات التي أتى بها القانون رقم 09-03 هي إلزامية ضمان الخدمة ما بعد البيع بقوة القانون، والمنصوص عليها في المادة 13 فقرة 02 كما يلي: " ويمتد هذا الضمان غلى الخدمات... " بعد ما كانت مجرد إمكانية في القانون 89-02 المتعلق بحماية المستهلك(الملغى)، الذي نص في المادة 06 منه: " يمكن أن يمتد هذا الضمان إلى أداء الخدمات... "

و باستقراء المادة 13 من القانون 09-03 ليتضح أن مجال ضمان الخدمات جاء بصفة مطلقة أي يشمل جميع الخدمات بدون استثناء.

¹ - نور الدين رميلي ، المرجع السابق،ص51.

و يبقى التساؤل مطروح حول كيفية تطبيق هذا الإلتزام، باعتبار أن القانون رقم 09-03 المعدل و المتمم بموجب القانون 18-09 قد أحال على النصوص التنظيمية و التي لم تصدر بعد والنصوص السارة المفعول لاسيما القرار الوزاري المؤرخ 10 ماي 1990 المتعلق بتطبيق ضمان الخدمات والمنتجات لم تنص على كيفية تطبيق ضمان الخدمات وعليه فالإلزامية خدمة ما بعد البيع تحتاج إلى تفعيل وذلك بإصدار التنظيم التطبيقي لذلك.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: آليات حماية خدمات ما بعد البيع

هناك قوانين اهتمت بحماية المستهلك والدفاع عنه ابتداءً بالقانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ومختلف المراسيم المنظمة له، و صولا إلى القانون 09-03 المعدل والمتمم المتعلق بحماية وقمع الغش.

ولقد كانت إلزامية خدمة ما بعد البيع من أهم الالتزامات التي فرضها القانون 09-03 على المتدخل في قواعد واضحة ، كان لزاما أن يستتبع هذه القواعد الموضوعية بقواعد إجرائية تكفل لها التطبيق الفعلي والاحترام، وذلك بوضع أجهزة تتولى رقابة مدى التزام المتدخلين بتطبيق تلك القواعد وتردع كل مخالف لها.

إن الأجهزة الإدارية التقليدية للدولة والقضاء أوكلت لهم مهمة السهر على تطبيق هذه الإلزامية فهي التي تتولى مهمة البحث والمعاينة المرتبطة بمدى احترام وتنفيذ إلزامية خدمة ما بعد البيع، إلى جانب الدور المساعد لجمعيات حماية المستهلك في ذلك، وبثبوت مخالفة المتدخل لهاته الإلزامية يتم رده إداريا بفرض غرامة المصالحة، المستحدثة بموجب القانون نفسه، وذلك كطريق بديل قبل الحل القضائي.

كما يتم ردع المخالف قضائيا في حالة عدم قبوله دفعها سواء كان جزائيا بتوقيع العقاب عليه، أو مدنيا بتعويض المستهلك عن عدم صلاحية المنتج أو عن الضرر الناتج عن فعل عيب في المنتج، و هذا ما سوف يتم تبيان من خلال مبحثين الأول يتضمن دراسة الأجهزة الرقابية المكلفة بذلك، أما المبحث الثاني خصصناه لتبيان كيفية ردع ذلك سواء كان إداريا أو قضائيا.

المبحث الأول: الرقابة الإدارية على إلزامية خدمة ما بعد البيع

لقد أولت الدولة أهمية قصوى لحماية المستهلك، حيث أصبحت تهتم أكثر بصلاحية السلع التي تنتج في الدولة أو التي تستوردها للإستهلاك العادي لمواطنيها.

ولقد ظهرت العديد من المنتجات مجهولة الصنع نتيجة التطور المضطرد في السلع و ماتبعته من تطور في الاستهلاك، خطيرة على أمن وسلامة المستهلكين ولحماية المستهلك من الأخطار

التي تحملها هذه المنتجات، فرض المشرع على كل متدخل في عملية عرض السلع للاستهلاك، الالتزام بخدمة ما بعد البيع¹.

ومن أجل تطبيق سليم وفعال لتلك القواعد وتحقيق الأهداف المرجوة منها، تم وضع جهاز رقابي يتولى رقابة مدى احترام تطبيقها من طرف المتدخلين وذلك بالبحث والتحري عن المخالفات المتعلقة بها، ومن أجل التأكد من استجابة السلع والخدمات للطلبات المشروعة للمستهلك حيث يقوم الأعوان المكلفون والمرخص لهم بذلك - مهما كانت الإدارة التابعين لها- بمعاينة المخالفات وتحرير محاضر بذلك حسب الصلاحيات (المطلب الأول).

كما ظهرت للوجود هيئات أخرى مستقلة أصبحت تحتل مكانة جد هامة في حماية المستهلك وهي جمعيات حماية المستهلكين (المطلب الثاني) والتي أجاز المشرع تأسيسها بمراعاة الأحكام الخاصة بتنظيمها، وحتى تؤدي الدور المنوط بها.

المطلب الأول: الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

نظرا للأهمية المتزايدة لحماية المستهلك، ونظرا لغياب الثقافة الاستهلاكية لدى أغلب المستهلكين أدى إلى الإضرار بهم، نتيجة عرض منتجات غير مطابقة للطلبات المشروعة التي فرضها القانون.

ونظرا لتلك التناقضات سارع المشرع الجزائري إلى إنشاء أجهزة مكلفة برقابة المتدخلين في عملية عرض السلع والخدمات للاستهلاك، وذلك بموجب القانون 09-03 المتعلق بالمستهلك وقمع الغش، وحدد بموجبه الأعوان المكلفين بذلك (الفرع الأول) كما بين الصلاحيات والمهام المخولة لهم من أجل ردع المخالفات التي تمس بسلامة المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الأعوان المؤهلون للبحث والمعاينة

نصت المادة 25 من القانون رقم: 09 - 03 ما يلي: "بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرون المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك".

¹نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص53.

يتضح من خلال هذا النص أن الأعوان المؤهلين بالبحث ومعاينة المخالفات المرتبطة بالزامية خدمة ما بعد البيع وعلى خلاف باقي المخالفات المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش بصفة عامة، هم ضباط الشرطة القضائية والأعوان المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، وأعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك.

أولاً: ضباط الشرطة القضائية

من مهام ضباط الشرطة القضائية معاينة المخالفات المتعلقة بالزامية خدمة ما بعد البيع، ويتمتع بصفة ضابط الشرطة القضائية حسب المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية¹، مجموعة من الموظفين يمكن تصنيفهم إلى فئتين هي كالآتي:

1. ضباط معينون بقوة القانون: وتضم كل من رؤساء المجالس الشعبية البلدية، ضباط الدرك الوطني وضباط الشرطة، هؤلاء الموظفون لم يشترط فيهم القانون سوى تمتعهم بهذه الصفة، وبالتالي هم يعتبرون ضباط الشرطة القضائية بحكم القانون.

2. ضباط معينون بموجب قرار مشترك: ويمكن تقسيم الضباط المعينون بموجب قرار مشترك إلى فئتين:

أ- الفئة الأولى: وتضم رجال الدرك الوطني، وذوي الرتب في هذا السلك، على أن يكونوا قد أمضوا ثلاث سنوات على الأقل في الخدمة، وأن يتم تعيينهم بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني مع موافقة لجنة خاصة، و تضم أيضا مفتشوا الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم ثلاث سنوات بهذه الصفة على الأقل وعينوا بموجب قرار مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الدفاع الوطني ووزير الداخلية، وبالتالي فإن هذه الفئة لا تكتسب صفة ضابط الشرطة القضائية إلا بشروط هي: **1- أقدمية ثلاث سنوات في الخدمة، 2- يتم تعيينهم بموجب قرار مشترك، 3- موافقة لجنة خاصة².**

¹- الأمر رقم: 155/66 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

²- نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 55.

ب- الفئة الثانية: و تشمل ضباط أو ضباط صف التابعين للمصالح العسكرية للأمن ، والذين تم تعيينهم خصيصا بموجب قرار مشترك بين وزير الدفاع الوطني ووزير العدل، فالقانون لم يشترط في هذه الفئة سوى أن يكونوا بهذه الصفة ومعينون بموجب القرار المشترك.

ثانيا: الأعوان المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم

هم الأعوان الذين ينتمون إلى قطاعات خاصة بهم، يتولون بحث ومعاينة المخالفات الخاصة بقطاعاتهم، كأعوان الجمارك أو قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، حيث يتم تعيين أعوان متخصصين في القطاع يقومون بهذه المهمة¹.

ثالثا: أعوان قمع الغش التابعون لوزارة التجارة

وهم بصفة خاصة الأعوان المؤهلون بمعاينة المخالفات التابعون للمصالح الخارجية لوزارة التجارة، المتكونة من المديريات الجهوية والولائية للتجارة، التي تم إعادة تنظيمها بموجب المرسوم التنفيذي رقم 09-11²، الذي ألغى المادة 15 من أحكام المرسوم التنفيذي رقم 409/03³.

وتم تنظيم المديريات الولائية للتجارة في 05 مصالح، تتضمن كل مصلحة فرق للتفتيش وهي:

- 1- مصلحة ملاحظة السوق والإعلام الاقتصادي. 2- مصلحة مراقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة. 3- مصلحة حماية المستهلك وجمع الغش. 4- مصلحة المنازعات والشؤون القانونية. 5- مصلحة الإدارة والوسائل⁴.

¹ - المرسوم التنفيذي رقم 142/02، مؤرخ في 16 / 04 / 2002، يحدد كيفية تعيين الأعوان المؤهلين للبحث عن مخالفات التشريع الخاص بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ومعاينتها، ج.ر.ج.ج، عدد 28، صادر في 21 / 04 / 2002.

² - مرسوم تنفيذي رقم 09/11، مؤرخ في 20/01/2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج.ج، عدد 04، صادر في 23 / 01 / 2011.

³ - مرسوم تنفيذي رقم 409/03، مؤرخ في 05 / 11 / 2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج.ج، عدد 68 صادر في 09 / 11 / 2003 (ملغى) .

⁴ - المادة 05، المرسوم التنفيذي رقم 09/11، المرجع السابق.

وقد أحالت المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 09/11، تنظيم مصالح المديريات الولائية للتجارة ومصالح المديريات الجهوية في مكاتب، إلى قرار وزاري مشترك بين الوزير المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالمالية، والوزير المكلف بالجماعات المحلية وكذا السلطة المكلفة بالوظيفة العمومية، وتم بموجب هذا القرار تنظيم كل مصلحة في ثلاث مكاتب¹.

وتضم مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش ثلاث مكاتب وهي:

1- مكتب مراقبة المنتوجات والخدمات.

2- مكتب مراقبة المنتوجات الغذائية.

3 - مكتب ترقية الجودة والعلاقات مع الحركة الجهوية.

كما تضم مصلحة المنازعات والشؤون القانونية ثلاث مكاتب أيضا وهي:

1. مكتب منازعات الممارسات التجارية.

2. مكتب منازعات قمع الغش.

3. مكتب الشؤون القانونية وحماية التحصيل.

وهما المصلحتان المكلفتان بحماية المستهلك واللذان لهما علاقة بالزامية خدمة ما بعد البيع، وعلى ضوء هذا التقسيم فقد أوليت حماية المستهلك عناية خاصة، حيث تم استحداث مصلحة خاصة، بحماية المستهلك وقمع الغش²، وخولت لها مهام رقابة وترقية جودة المنتوجات الصناعية، الغذائية، الخدمات، والعلاقات مع الحركة الجهوية، وكذلك استحداث مكتب خاص في مصلحة المنازعات والشؤون القانونية والذي يختص بمنازعات قمع الغش وبالتالي فإن أعوان قمع الغش التابعين لمصلحة حماية المستهلك وقمع الغش³ هم المكلفين بمهمة البحث ورقابة ومعاينة

¹ - قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 16/08/2011، يتضمن تنظيم المديريات الولائية للتجارة والمديريات الجهوية للتجارة في مكاتب، ج.ر.ج. عدد 24 صادر في 25/04/2012.

² - T DALILA. Réorganisation des services extérieurs du ministère du commerce. La protection du consommateur en priorité « le Maghreb. Le 13- 02- 2012 www.mincommerce.dz .

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 57.

المخالفات المتعلقة بخدمة ما بعد البيع وإثباتها في محاضر، وتحويل هذه الأخيرة إلى مصلحة المنازعات التي تتكفل بإجراءات الردع.

الفرع الثاني: سلطات ومهام الأعدان المؤهلين للبحث والمعانة

تلعب الإدارة دور فعال في التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تكفل حماية المستهلك، فإنها الجهة المنوط بها تنفيذ هذه القوانين من ناحية. وباعتبار أن أعوان قمع الغش مكلفون برقابة المتدخلين، حيث أنه يتم تفويضهم بالعمل طبقاً لأحكام التشريعية والتنظيمية، وبعد تأديتهم اليمين أمام المحكمة الإدارية تسلم لهم هذه الأخيرة إسهاداً بذلك يوضع على بطاقة التفويض بالعمل¹.

كما يتمتع أيضاً الأعدان المؤهلون للبحث والمعانة بالحماية القانونية من جميع أشكال العنف أو الضغط التي ممكن أن تعيق أداء مهامهم، وعند الحاجة بإمكانهم طلب تدخل القوة العمومية²، وهذا وفقاً لما جاء به القانون 03-09 المعدل والمتمم والذي أوكل مهمة البحث والمعانة وإثباتها في محاضر.

أولاً: مهمة البحث والمعانة

إن أعوان الرقابة يقومون بالمراقبة على كل متدخل في إطار مهنته بأي وسيلة و في كامل أوقات العمل، وهذا في أي مرحلة من مراحل العرض للاستهلاك³، وذلك من خلال السلطات التي خولها لهم القانون و المتمثلة في:

1. دخول المحلات

يقوم أعوان قمع الغش في إطار أداء مهامهم، بمراقبة مدى احترام تنفيذ المتدخلين لإلزامية خدمة ما بعد البيع، زيارة المحلات التجارية والمكاتب والملحقات ليلاً أو نهاراً، بما في ذلك أيام العطل باستثناء المحلات السكنية التي يتم الدخول إليها طبقاً لأحكام الإجراءات الجزائية.

¹ - المادة 26، القانون 03-09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² - المادة 27، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

³ - المادة 29، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.

2- جمع المعلومات وفحص الوثائق

يراقب الأعوان البضائع من خلال الدوريات المفاجئة، حيث تعان مباشرة وتفحص جميع الوثائق والفواتير، التي يجب على كل متدخل أن يضعها تحت تصرفهم¹، وذلك دون الاحتجاج بالسر المهني، حتى يتم التأكد بواسطتها ما إذا كان المتدخل المعني يحترم إلزاميته بالضمان، وذلك بمنحه شهادات الضمان للمستهلكين.

كما يتم سماع المتدخل المعني بالمراقبة، أو بالمعاينة بالعين المجردة خاصة للتأكد من مدى احترام إلزاميته بتنظيم خدمات ما بعد البيع².

ويبقى لدور المستهلك نفسه أو لدور جمعيات حماية المستهلك الأثر الفعال في اكتشاف المخالفات المتعلقة بإلزامية خدمة ما بعد البيع، وذلك عن طريق التبليغ عنها ومن ثم إمكانية متابعة المخالفين لها.

ثانيا: تحرير المحاضر

بعد المراقبة والمعاينة وعند ثبوت المخالفات المتعلقة بإلزامية خدمة ما بعد البيع من طرف المتدخل، أو بعد التبليغ عنها من طرف المستهلكين أنفسهم أو الجمعيات، تثبت تلك المخالفات في محاضر³.

1. محتوى المحاضر

لكي تكتسب هذه المحاضر الحجية الكاملة، لا بد لها أن تحتوي على البيانات التالية:

تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة، المخالفات المسجلة والعقوبات المتعلقة بها، بالإضافة إلى هوية وصفة الأعوان الذين قاموا بالرقابة، وكذا هوية نشاط وعنوان المتدخل، كما يمكن أن ترفق هذه المحاضر بوثيقة أو أي مستند إثبات.

¹ - صبايحي ربيعة، فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري، أعمال الملتقى الوطني: المنافسة وحماية المستهلك، جامعة بجاية، أيام: 17 / 18 نوفمبر 2009، ص114.

² - المادة 30، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص59.

ولابد أن تملأ هذه المحاضر بعناية كاملة وبدون شطب وبحضور المتدخل الذي يوقعه، ثم يوقعه الأعوان الذين عاينوا المخالفة، وفي حالة غيابه أو رفضه التوقيع يقيد ذلك، تسجل المحاضر المحررة من طرف الأعوان في سجل مخصص لهذا الغرض، مرقم ومؤشر عليه من طرف رئيس المحكمة المختصة إقليمياً.

2. حجية المحاضر: نصت المادة 31 فقرة 04 من القانون 03-09 المعدل والمتمم على ما

يلي:

"... وتكون للمحاضر المنصوص عليها في الفقرات السابقة حجية قانونية حتى يثبت العكس...".

يفهم من خلال هذا النص أن المشرع الجزائري خص المحاضر المحررة بالحجية النسبية أي أن المحاضر له حجية إلى حين ثبوت العكس وهذا وفقاً للقانون رقم 03-09 المعدل والمتمم¹.

و تعتبر محاضر الضبطية القضائية ما هي إلا عبارة عن محاضر استدلالية ما لم ينص القانون بخلاف ذلك²، وبالتالي فإن المشرع لم يمنحها سوى قيمة استدلالية غير ملزمة للقاضي، وله السلطة التقديرية في تقدير قيمتها الثبوتية حسب المادة 212 من ق. إ. ج.

و بالنسبة للمحاضر التي تحرر من قبل موظفين مؤهلين لذلك فهي محاضر معدة من طرف ذوي إختصاص في نطاق زمني ومكاني محدد، ودائرة إختصاص نوعي ضيق، وبالتالي فلها قوة ثبوتية وحجية، إذا ما كانت صحيحة شكلاً، وهي نوعان:

أ- محاضر لا يمكن عكسها إلا بالطعن بالتزوير

إذ لا يحق أن تستبعد المحاضر اعتماداً على وسائل إثبات أخرى، كشهادة الشهود أو القرائن أو الخبرة، لأن لهذه المحاضر حجية قاطعة، غير أنه يجب أن ينص القانون صراحة على ذلك.

¹ -نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص60.

¹ - المادة 15، قانون الإجراءات الجزائية، المرجع السابق.

إن المشرع قد أعطى هذه الحجية لهذه المحاضر لما لها من صبغة مالية واقتصادية من جهة ولكون أثر المخالفات يندثر بمجرد القيام بها، مثل محاضر الحجز والمعاناة للجمركيين على، شرط أن تكون هذه المحاضر عبارة عن نقل معاينات مادية ومحركة من أشخاص ذوي صفة¹ وهو ما أكد عليه المشرع الجزائري في المادة 32 من الأمر 05-06 الصادر بتاريخ: 2005/08/23 المتعلق بمكافحة التهريب².

ب- محاضر يوثق في مضمونها ما لم يثبت ما يخالفها

إن المحاضر المستوفي لما يشترطه القانون يقيم حجة لا يمكن دحضها إلا بقيام الدليل القاطع على مخالفتها للوقائع، بواسطة حجة تماثلها في قوة الإثبات وذلك طبقا للمادة 216 من ق. إ. ج، وعليه مجرد الإدعاء بنفي مضمونها دون برهان لا يعتبر بأية حال حجة مضادة ومن بين هذه المحاضر، المحاضر المتعلقة بمعاناة مخالفات القواعد العامة لحماية المستهلك. وعلى خلاف القاعدة "البينة على من ادعى" فإن المشرع الجزائري وبفعل هذه المحاضر قلب عبء الإثبات وجعله على عاتق المتهم، إذ لا يمكنه دحض ما جاء فيها إلا بإثباته الدليل العكسي والذي كما سبق تبيانه لا يكون إلا بحجة تماثلها في قوة الإثبات.

المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك

بالرغم من تواجد العديد من الأجهزة المكلفة بحماية المستهلك الموضوعة من طرف الدولة، فانه في أغلب الأحيان لا تفي بالغرض الذي أنأت من أجله، الأمر الذي يجعل المستهلك غير قادر على الدفاع عن حقوقه بمفرده و عدم تمكنه من إثبات الضرر الحاصل له، فكان من الضروري الحث عن جهاز يتولى متابعة مدى تطبيق قواعد حماية المستهلك، و هذا بوضع تكتلات للمستهلكين و مع مرور الوقت أصبح ذلك في شكل جمعيات تعرف بجمعيات حماي المستهلك.

إن التغيير الحاصل على مستوى المنظومتين الاقتصادية والقانونية، ومسايرة لهذا التطور كان لزاما على المشرع تحديد الإطار القانوني الذي يسمح للمستهلكين بتنظيم أنفسهم في جمعيات (

¹ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 61.

² - الأمر 06/05، المؤرخ في 23 /08 /2005، متعلق بمكافحة التهريب، ج.ر.ج.ج، عدد 80 صادر في 11 - 12 - 2005.

الفرع الأول) تسعى لحماية المستهلك من خلال دورها الوقائي والدفاعي لتحقيق أهدافها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك

يعتبر الحق في إنشاء الجمعيات هو حق مكفول دستوريا¹، وما إقرار القانون المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك لسنة 1989 إلا تطبيقا لذلك، ومنذ المصادقة على قانون 1990/12/04² الذي وضع الإطار القانوني للحركات الجمعوية في الجزائر .

وبصدور القانون 03-09 الذي نص على جمعيات حماية المستهلك ضمن الباب الثاني من الفصل السابع المتعلق بحماية المستهلك، وما دل ذلك إلا على أن المشرع عدها من الآليات القانونية لحماية المستهلك³.

و تعرف جمعية حماية المستهلك طبقا للمادة 21 من القانون 03-09 المعدل والمتمم بأنها: "كل جمعية منشأة طبقا للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله" ويقصد المشرع بضرورة أن تأسس جمعيات حماية المستهلك طبقا للقانون، خضوعها لأحكام القانون رقم 06-12 المتعلق بالجمعيات⁴.

والجمعية حسب هذا القانون هي: "...تجمع أشخاص طبيعيين و/أو معنويين على أساس تعاقدية لمدة محددة أو غير محددة، ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا ولغرض غير مربح من أجل ترقية الأنشطة وتشجيعها، لاسيما في المجال المهني والاجتماعي والعلمي والديني والتربوي والثقافي والرياضي والبيئي والخيري والإنساني..."

¹ المادة 41، دستور الجمهورية الجزائرية، مصادق عليه في استفتاء 11/28 /1996، منشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438، مؤرخ في 07 /12 /1996، ج.ر.ج. ج عدد 76 صادر في 08/12/1996، المعدل والمتمم بموجب القانون 03/02 المؤرخ في 10/04/2002، ج.ر.ج. ج، عدد 25 صادر في 14/04/2002 و بالقانون رقم 19/08، مؤرخ في 15/11/2008، ج.ر.ج. ج، عدد 63، صادر في 16/11/2008..

² القانون 31/90، مؤرخ في 04 /12 /1899، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج. ج، عدد 53 صادر في 05 /12 /1990 (ملغى).

³ -نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 64.

⁴ - القانون رقم 06-12، مؤرخ في 12 /01 /2012، يتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج. ج، عدد 02، صادر في 15 /01 /2012.

و بالتالي يجب أن يحدد موضوع الجمعية بدقة و يجب أن تعتبر تسميتها عن العلاقة بهذا الموضوع، غير أنه يندرج موضوع نشاطاتها و اهدافها ضمن الصالح العام و أن لا يكون مخالفا للثوابت و القيم الوطنية و النظام العام و الأداب العامة و أحكام قانونية و التنظيمات المعمول بها.

أولاً: تأسيس جمعيات حماية المستهلك

تتأسس جمعيات حماية المستهلك من أشخاص طبيعية و/أو أشخاص معنوية، و يكزن عدد الأعضاء المؤسسين كالاتي:

01- يتعين على مؤسسي أي جمعية في الجزائر ومنها جمعيات حماية المستهلك أن يكونوا متمتعين بالجنسية الجزائرية و متمتعين بالحقوق المدنية والسياسية، و يجتمع هؤلاء المؤسسين في جمعية عامة تثبت بموجب محضر إجتماع يحرره محضر قضائي¹.

02- يجب أن يكون موضوع الجمعية مطابقاً لتسميتها، في حالة جمعية حماية المستهلك يكون غرضها متعلق بحماية المصالح المادية والمعنوية للمستهلك والدفاع عنها.

03- بإعتبار جمعية حماية المستهلك ذات طابع إجتماعي، يشترط القانون أن لا يكون هدفها هو تحقيق الربح²، بل يجب أن يكون هدفها هو حماية الحقوق المشروعة للمستهلك.

04- إيداع تصريح تأسيس حسب المجال الإقليمي الذي تمارس فيه الجمعية نشاطها سواء بلدي أو ولائي أو وطني، فإذا كان بلدي فيودع التصريح لدى البلدية، وإذا كان ولائي فيودع لدى الولاية، أما إذا كان وطني فيودع لدى وزارة الداخلية، وتعتبر الجمعية مؤسسة بمجرد تسلم أعضائها لوصل التسجيل الذي تمنحه الإدارة في أجل محدد أقصاه مبيّن في المادة 08 من القانون 06-12 المتعلق بالجمعيات.

ثانياً: الشخصية القانونية للجمعيات

¹ المادة 13، القانون رقم 06/12، المرجع السابق.

² المواد 4 و 6، القانون رقم 06/12، المرجع نفسه.

³ المادة 02، القانون رقم 06/12، المرجع نفسه.

تتمتع الجمعيات المعتمدة بالشخصية المعنوية والأهلية المدنية، بمجرد تأسيسها مما يجعلها مستقلة عن شخصية أعضائها، وتصبح لها أهلية التصرف في إدارة أموالها، وتمثيل المستهلكين أمام القضاء والإدارة المكلفة بحماية المستهلك.

ثالثا: جمعيات حماية المستهلك ذات منفعة عامة

حيث أنه بتأسيس الجمعية يتم الإقرار لها بالمنفعة العامة، وذلك ضمن الشروط المنصوص عليها في قانون الجمعيات ويكون موضوع نشاطها ضمن الصالح العام، وهو حماية المستهلكين. الشيء الذي يمكنها من تكوين وتوعية المستهلكين وتمثيلهم والدفاع عن مصالحهم المادية والمعنوية ورقابة المتدخلين في عرض السلع والخدمات للاستهلاك¹.

الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك

تلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا و تريبويا و إعلاميا في مجال حماية المستهلك ،و لما في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة، و قد أعطاهها المشرع الجزائري الحق في القيام بكل الدراسات المتعلقة بالاستهلاك و نشرها على نفقتها و تحت مسؤوليتها ،و هناك وسيلتان تلجأ إليها عادة لتحقيق أهدافها و هما العاية المضادة و المقاطعة.

وعليه أصبحت الحاجة ماسة لجمعيات حماية المستهلك لتغطية هذا العجز، ومن ثمة المحافظة على حقوق المستهلكين من خلال الدور الوقائي الذي تلعبه (أولا) خاصة مع اعتراف المشرع لها بمزاولة نشاطها في توعية المواطنين وتحسيسهم بالمخاطر التي تهدد سلامتهم وأمنهم.

كما سمح القانون لهذه الجمعيات بمساعدة الأجهزة المكلفة بالمعانية في الكشف عن المخالفات، والدفاع عن حقوق ومصالح المستهلكين سواءا بالاعتراض عنها مباشرة أو بالتبليغ (ثانيا).

أولا: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك

يقصد بالدور الوقائي ذلك الإجراء الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك قبل المساس بصحة و أمن المستهلك قصد ضمان أمنه و سلامته من الممارسات التي قد تشكل خطر عليه، إذ غياب

¹ - زويبير أرزقي، المرجع السابق، ص204.

الوعي الاستهلاكي بنسبة كبيرة بين جمهور المستهلكين، وكذا لضرورة الارتقاء بالمستوى الاستهلاكي بما يناسب مع مقتضيات الحياة قد يجعل الكثير منة المستهلكين يجهلون حقوقه..

1-الدور الاستعلامي :

حيث تقوم هذه الجمعيات بفحص المنتجات الجديدة في الأسواق من أجل التعرف على مزاياها وعيوبها واحتمالات تسببها في إصابة المستهلك وعليه يجب أن تتوفر هذه الجمعيات على متخصصين في مختلف المجالات¹، وبالتالي اكتشاف المنتجات المضرة بالمستهلك أو المغلفة بطريقة لا تحترم التنظيمات المعمول بها، حتى تتم حماية المستهلك منها بكل الطرق المتاحة والمسموح بها.

2-الدور التحسيسى و الاعلامى:

من مهام جمعيات حماية المستهلك تحسيس المستهلكين بالإضافة إلى تحسيس أصحاب القرار بأهمية مشاكل الاستهلاك²، من خلال وسائل الإعلام المختلفة، المسموعة منها والمرئية إضافة إلى المقروءة، كما تقوم بتنظيم المحاضرات، وتعليق الملصقات والمطبوعات حتى تكون على اتصال مباشر مع المستهلك، وأصحاب القرار على السواء.

تكون مهمة جمعيات حماية المستهلك أهمية بالغة في مجال خدمة ما بعد البيع، حيث أنه غالبا ما يجهل المستهلك حقه في ضمان خدمة ما بعد البيع، ومن هنا يظهر دور جمعيات حماية المستهلك في إعلام المستهلك عن الضمان، وعن السلع الخاضعة له بقوة القانون وكيفية إثباته، ومعرفة ملء شهادات الضمان والمعلومات والبيانات اللازم توفرها فيها.

و لذلك يجب على جمعيات حماية المستهلك أن تصل إلى أكبر قدر ممكن من المستهلكين لذا يتوجب عليها التعاون مع مختلف الوزارات-كوزارة التربية أو وزارة التعليم العالي أو وزارة الصحة - من أجل بلوغ ذلك وتحسيسهم بمخاطر بعض المنتجات³.

¹ - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص101.

² - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص.66.

¹ - عنابي بن عيسى، حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل

وتكون بذلك الجمعيات ساهمت في تكوين الوعي اللازم عند المستهلك ليستطيع الكشف عن المخالفات المرتكبة بحقه، خاصة منها تلك المتعلقة بتنفيذ إلزامية خدمة ما بعد البيع، التي غالبا لا تستطيع أجهزة الرقابة اكتشافها لارتباطها بعلاقة المستهلك بالمتدخل في مرحلة تنفيذ العقد.

ولا يقتصر دور جمعيات حماية المستهلك على إعلام وتوعية المستهلكين، بل يتعداه إلى المتدخلين وذلك بتحسيسهم بأهمية احترام الالتزام بخدمة ما بعد البيع وذلك للتقليل من حجم المخالفات المرتبطة بهذين الإلتزامين.

ثانيا: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك

المقصود بالدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك اللجوء الى وسائل ردية دفاعية و هذا في حال وقوع الضرر على المستهلك من طرف المتدخل حيث يصبح الدور الوقائي لهذه الجمعيات عديم الجدوى و بدون فعالية .

وإلى جانب الدعاوى القضائية -والتي سيتم التطرق إليها في المبحث الثاني - تلجأ جمعيات حماية المستهلك إلى استخدام وسائل أخرى، خاصة الجمعيات التي تنشط في الدول الأوروبية، حيث وبعد فشل الدعاوى التي ترفعها تلجأ إلى: إما للدعوة لمقاطعة المنتجات المغشوشة أو المقدة أو إلى الدعاية المقابلة- مايسمى بالإشهار المضاد - ضد المنتج لعدم اقتنائه¹.

1-الدعوى إلى المقاطعة:

يتمثل أسلوب المقاطعة في التعلية التي توجهها جمعية حماية المستهلك لكافة المستهلكين لأجل حثهم على الامتناع عن اقتناء منتجات أو خدمات تحمل علامة تقليدية ، فالقانون الجزائري لا يتضمن نص يمنع أو يجيز المقاطعة، فلا يمكن معاقبة المستهلكين الذين يرفضون الشراء، فالقانون لا يعاقب على رفض الشراء و إنما يعاقب على رفض البيع ،والمقاطعة هي دعوة المستهلكين إلى عدم التعامل مع منتجي بعض السلع التي ترى فيها خطورة تهدد صحتهم و سلامتهم ، و في حين يعتبرها البعض هي نوع من التوعية و التحسيس لعدم شراء سلعة معينة لارتفاع سعرها

الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، يومي 14/13 أفريل 2008، ص 268.
²نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص67..

2-الدعاية المضادة أو الإشهار المضاد :

و يكون ذلك عن طريق النقد العام لبعض نماذج الإنتاج أو تكون ضد إنتاج معين بالذات، نظرا لخطره أو لعدم فعاليته، والهدف من الدعاية المقابلة هو العمل على كشف حقيقة السلعة أو الخدمة.

وينصب الإشهار المضاد الذي تباشره جمعيات حماية المستهلك عموما، على السلع أو الخدمات الموضوعة للتداول لا على المتدخل نفسه¹، إذ كلما ثبتت مخالفة المتدخلين للالتزام المفروضة عليهم، وبعد إعلامهم بذلك من طرف جمعيات حماية المستهلكين والطلب منهم الالتزام بما يفرضه عليهم القانون، وفي حالة تقاعسهم عن ذلك يمكن لها رفع إعلان للمستهلكين لإعلامهم وتنويرهم بمخاطر السلع والخدمات.

إن المشرع الجزائري لم يتعرض لذلك لا في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ولا في أي قانون آخر، غير أن هذا لا يمنع جمعيات حماية المستهلك من استعمالها عند الضرورة لمنع المتدخلين من طرح سلع وخدمات معيبة للإستهلاك، وبالتالي الحول دون الإضرار بالمستهلكين.

المبحث الثاني: الردع للإخلال بالالتزام خدمة ما بعد البيع

لقد انتهجت الجزائر نظاما جديدا، هو نظام اقتصاد السوق الذي يفتح النشاط الاقتصادي حتى وإن كان هذا الانفتاح له مزاياه، لكن بالمقابل نتج عن ذلك ظهور بعض التصرفات من المتدخلين أدت بالإضرار بالمستهلكين.

لذا وجب خلق آليات مناسبة تتولى ردع المخالفين لالتزاماتهم، ومن بين تلك الآليات الأجهزة الإدارية المختصة بحماية المستهلك، حتى وإن كان دورها الأساسي كما رأينا هو البحث والتحري عن المخالفات، فهذا لا يعني أنه الدور الوحيد الذي تؤديه².

إن القانون حول لتلك الأجهزة أيضا سلطة ردع المخالفات إداريا، وهو ما يسمى بالردع الإداري (المطلب الأول) وذلك بتوقيع غرامة المصالحة على المخالف لالتزاماته القانونية كوسيلة

¹ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 68.

² - نور الدين رميلي، المرجع نفسه، ص 69.

لردعه قبل اللجوء للقضاء، الذي يبقى الرادع الأصيل لحمل المخالفين على التقيد بالتزاماتهم وهو ما يسمى بالردع القضائي (المطلب الثاني).

المطلب الأول: الردع الإداري

فقد أدخل المشرع الجزائري غرامة المصالحة في المنازعات المتعلقة بالاستهلاك، بعدما كانت مقررة في المنازعات الجمركية والمنازعات المتعلقة بجرائم الصرف والمنازعات المتعلقة بالقواعد المحددة للممارسات التجارية، كوسيلة سريعة وراذعة لحل النزاع¹، بدل الدفع به مباشرة للقضاء، ولذا وجب دراسة أحكام غرامة المصالحة بالنسبة لمخالفة إلزامية وخدمة ما بعد البيع (الفرع الأول) والآثار التي تترتب عن تقريرها (الفرع الثاني).

الفرع الأول: غرامة المصالحة

لقد انتهج المشرع الجزائري أسلوب جديد و مبتكر لحل النزاعات بعيدا عن القضاء ألا وهو أسلوب المصالحة، حيث تستمد شرعيتها من المادة 06 من قانون الإجراءات الجزائية، التي اعتبرتها من الطرق الخاصة لانقضاء الدعوى العمومية، حيث جاء بها القانون 09-03 لأول مرة لحل النزاعات المتعلقة بالاستهلاك، يفرضها الأعوان المؤهلون للبحث والمعينة إذا توفرت مجموعة من الشروط منها ما يخص مضمون المخالفة، ومنها ما يخص أطرافها.

أولا: تعريف المصالحة:

تعرف المصالحة بالنسبة لقانوني المنافسة والممارسات التجارية بأنها اتفاق بين الإدارة والمؤسسة المخالفة، فهي ليست حق لأي منهما، فلا تملك الإدارة أن تفرضها على المخالف بقرار منها، كما أنها غير ملزمة بقبولها إذا طلبها المخالف.

أما بالنسبة للقانون 09-03 فقد جاء بها المشرع في الباب الخامس تحت عنوان غرامة الصلح، ولم يأت المشرع بتعريف لها في هذا القانون، حتى أن مصطلح "الصلح" يقابله LA CONCILIATION الذي ليس هو المقصود في هذا القانون، لأن النص الفرنسي جاء LA TRANSACTION بالفرنسية والذي يقابله في اللغة العربية مصطلح المصالحة وهو المقصود،

¹ -نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص69.

وبالتالي فالمصالحة حسب القانون 03-09 هي إجراء روعي يرخسه القانون للأعوان المؤهلين، كبديل للمتابعة القضائية، ويلتزم بموجبه المخالف بدفع مبلغ من المال لخزينة الدولة جزاء لمخالفته لالتزاماته¹.

ثانيا: شروط قيام المصالحة

وضعت المصالحة استثناء من طرف المشرع لتخفيف العبء على القضاء، وحتى تكون صحيحة منتجة لآثارها وحتى لا تحد عن المقصد الذي وضعت من أجله، أحاطها المشرع بجمل من الشروط. والضوابط تلتزم بها الإدارة قبل توقيع غرامة المصالحة، من هذه الشروط ما يتعلق بأطرافها ومنها ما يتعلق بمضمونها².

1. الشروط المتعلقة بالأطراف:

يجب توافر مجموعة من الشروط تخص الإدارة المؤهلة لذلك حتى تكون المصالحة التي تتم بين الإدارة والمتدخل المخالف صحيحة، وشروط أخرى تخص المتدخل المخالف.

أ. الشخص المخالف:

اشتطت المادة 87 فقرة 03 من القانون 03-09 لتوقيع غرامة المصالحة يجب ألا يكون المخالف في حالة عود³، أي أنه لا يمكن تكرار فرض غرامة المصالحة، فالمخالف الذي وقعت عليه الغرامة وعاد ليخالف التزاماته مرة أخرى، لا تفرض عليه غرامة المصالحة إنما يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة.

ب. الأعوان المؤهلين بفرضها:

¹ -رميلي نور الدين، المرجع السابق، ص70.

² مراد قرفي، دعوى الضمان القانوني لعبوب المبيع، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2006، ص52.

³ - نصت الفقرة 03 من المادة 87 من القانون 03-09 المعدل والمتمم على " لا يمكن فرض غرامة الصلح: ...-...-...في حالة العود".

نصت المادة 86 من هذا القانون، على ما يلي: "يمكن الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، فرض غرامة الصلح على مرتكب المخالفة المعاقب عليها طبقاً لأحكام هذا القانون".

وعليه فالأعوان المؤهلون بفرض غرامة الصلح هم الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من القانون 09-03 وهم كما بيناه سابقاً، ضابط الشرطة القضائية، الأعوان المرخص لهم بموجب قوانين خاصة بهم وأعوان قمع الغش التابعين للوزارة المكلفة بحماية المستهلك¹.

2. الشروط المتعلقة المضمون:

لقد وضع المشرع الجزائري شروط أخرى تخص طبيعة المخالفة التي تستوجب المصالحة بالإضافة إلى شروط متعلقة بكيفية تنفيذها .

أ . طبيعة المخالفة: لا يمكن فرض غرامة المصالحة إذا كانت:

أ-1 المخالفة المرتكبة تمس الأشخاص والأموال، وبالتالي فالعقوبة تتمثل في تعويض الضرر الناتج عن ذلك .

أ-2 إذا كانت المخالفة تعرض صاحبها إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية.

أ-3 إذا تعددت المخالفات الصادرة من المتدخل ولا يمكن في جميعها تطبيق غرامة المصالحة².

بما أن المخالفات المتعلقة بخدمة ما بعد البيع يعاقب عليها بغرامات مالية³ فهي قابلة للمصالحة، ما لم يحدث العيب أو الخلل في المنتج أضراراً ماسة بالأشخاص والأموال، وما لم تكن المخالفة بالزامية خدمة م ا بعد البيع مقترنة بمخالفة أخرى لا يمكن تطبيق فيها غرامة المصالحة، كإهانة الأعوان أو عرقلة مهامهم مثلاً.

¹ -نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 71.

² - المادة 87، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

³ - المادتين 75 و 77، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.

ب . كيفية فرض غرامة المصالحة: ويقصد بذلك الشروط المتعلقة بإجراء فرض الغرامة:

ب1. فرض الغرامة: تعتبر غرامة المصالحة بالنسبة للأعوان المؤهلين بفرضها، إجراء

اختياري وهذا ما يستخلص من عبارة " ... يمكن ... " المستعملة في المادة 86 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، أما بالنسبة للمتدخل فتعتبر إجراء قمعي لأنه لا يمكنه الاعتراض عليه أو التفاوض بشأنها باعتبارها محددة بنص قانوني¹.

على عكس غرامة المصالحة المذكورة في القانون 04 - 02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية التي تتميز بالرضائية، فلا هي إجراء إلزامي بالنسبة للإدارة المخولة لذلك، ولا هي حق لصالح المخالف .

وإنما هي مكنة جعلها المشرع في متناولها يتعين على المخالف تقديم طلب لإجرائها، كما يتعين على الإدارة إبداء موافقتها².

وبالتالي فإن المصالحة في ق.ح.م.ق. غ تتميز بطابع خاص، نظرا لطابعها الإلزامي وعدم جواز الطعن فيها، وإذا لم تسدد في الأجل المحدد يحال الملف على الجهة القضائية المختصة، وترفع الغرامة إلى حدها الأقصى³.

ب2. الإنذار: بعد تحرير محضر المخالفة المرتكبة من طرف الأعوان المؤهلين بذلك يبلغ المخالف بواسطة رسالة موصى عليها مع الإشعار بالاستلام في أجل 07 أيام ابتداء من تاريخ تحرير المحضر⁴.

ب3. بيانات الإنذار: حددت المادة 90 من القانون 03.09 البيانات الإلزامية اللازمة في الإنذار وهي: محل إقامة المخالف / تاريخ وسبب المخالفة / الأساس القانوني المعتمد مقدار مبلغ الغرامة المفروضة / أجل وكيفيات التسديد / وذكرت هذه البيانات على سبيل الحصر ولا يمكن تخلف إحداها وإلا اعتبر الإنذار معيبا ولا يمكن الاحتجاج به.

¹ - المادة 91، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.

² - سميحة علال، المرجع السابق، ص 162.

³ - المادة 86 الفقرة الأخيرة، القانون رقم 03/09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

⁴ - المادة 90، القانون رقم 03 /09 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.

ب4. آجال التسديد وكيفيته: يدفع مبلغ غرامة المصالحة دفعة واحدة أي لا يقبل تجزئته وتقسيمه على دفعات، في أجل الثلاثين (30) يوما من تاريخ استلام الإنذار، وإذا سجلت عدة غرامات مصالحة في نفس المحضر فتدفع كلها دفعة واحدة، و يدفع مبلغ المصالحة لدى قباضة الضرائب لمكان إقامة المتدخل المخالف أو لدى قباضة الضرائب لمكان ارتكاب المخالفة¹.

إذا قام المتدخل بدفع الغرامة في الآجال المحددة، فعلى قابض الضرائب أن يعلم المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بذلك في أجل عشرة (10) أيام من تاريخ دفع الغرامة.

وفي حالة عدم حصول ذلك فإن مصالح حماية المستهلك وبعد مرور 45 يوم من تاريخ استلام الإنذار ترسل الملف إلى الجهة القضائية المختصة².

ب 5 - مبلغ غرامة المصالحة: حدد المشرع في القانون 09-03 مبلغ غرامة المصالحة تحديدا دقيقا ولم يترك ذلك محل تقدير للإدارة أو محل تفاوض بين الطرفين، عكس القانون 04-02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية كما سبق ذكره.

حيث نصت المادة 88 و في الفقرتين الخامسة والسابعة على ما يلي: "يحدد مبلغ غرامة الصلح كما يأتي: ... - انعدام الضمان أو عدم تنفيذه والمعاقب عليه في المادة 75 من هذا القانون: ثلاثمائة ألف دينار (300000 د ج) ... - رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع المعاقب عليها في المادة 77 من هذا القانون: (10%) من ثمن المنتج المقتنى".

فالمشرع الجزائري بتحديد مبالغ غرامة المخالفات المتعلقة بالزامية خدمة ما بعد البيع لم يترك مجالاً للتعسف أو للمحاباة على حد سواء في تقدير الإدارة لتلك المبالغ مع أنه سوى بين المخالفين لإلزامية الضمان مهما كانت قيمة وحجم نشاط المتدخل المخالف.

كما أن المشرع عند تحديده لقيمة غرامة المصالحة جعل قيمتها أكبر من قيمة الغرامة الجزائية مما يجعل المتدخل يتقاعس عن دفعها، ويفضل الذهاب إلى القضاء مما يفقدها من قيمتها ويبعدها عن هدفها الذي وضعت من أجله وهو تخفيف العبء عن القضاء³.

¹ - المادتين 89 و 92، القانون رقم 09 / 03 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² - المادة 92، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 74.

الفرع الثاني: آثار غرامة المصالحة

تختلف هذه الآثار باختلاف أطرافها فحتى تفرض غرامة المصالحة يجب أن تكون مخالفة لإلزاميتي الضمان وخدمة ما بعد البيع وبالتالي يحل النزاع بين المتدخل المخالف والإدارة التي فرضتها دون الحاجة لعرضه على القضاء ومن ثمة يتطلب الأمر دراسة الآثار بين طرفيها وآثارها على الغير إن وجدت¹.

أولاً: آثارها بالنسبة للأطراف

من بين أهم هذه الآثار هو حسم النزاع وبالتالي انقضاء الدعوى العمومية بالنسبة للمتدخل المخالف وتحصيل الغرامة المالية بالنسبة للإدارة.

1 - انقضاء الدعوى العمومية

نصت المادة 93 من القانون 03-09 على انقضاء الدعوى العمومية صراحة بالمصالحة² والمصالحة حسب القوانين الجزائية تؤدي إلى انقضاء الدعوى العمومية سواء تمت قبل المتابعة القضائية أو بعدها أو حتى بعد صدور حكم قضائي ما لم يحوز قوة الشيء المقضي فيه³. فإذا تمت المصالحة وتم التسديد في الآجال المحددة حسب المادة 92 من القانون 03-09 فإن الملف يحفظ على مستوى الإدارة المعنية.

و بما أن المصالحة في قانون الاستهلاك من نوع خاص كما سبق ذكره فإذا لم يتم تسديد الغرامة في الآجال المحددة يحال الملف إلى الجهة القضائية وفي هذه الحالة ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى⁴، وبالتالي فإن المشرع حصر المصالحة في الفترة ما قبل إرسال الملف إلى الجهات القضائية.

2 - تحصيل الغرامة:

¹ - زوية سميرة، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة مولودمعمري، تيزي وزو، 2006، ص 303.

² - نصت المادة 93 من القانون 03/09 المعدل والمتمم على: " تتقضي الدعوى العمومية إذا سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح في الآجال والشروط المحددة في المادة 92...".

³ - سميحة علل، المرجع السابق، ص 166.

⁴ - المادة 86 الفقرتين 2 و3، القانون رقم 03/09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

يعتبر تحصيل الغرامة من طرف الإدارة هو الأثر الذي تجنيه تلك الإدارة من غرامة المصالحة، حتى وإن كانت ملكية غرامة المصالحة تنتقل إلى الخزينة العمومية وبالنسبة لغرامة المصالحة الخاصة بمخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع، فلم يترك المشرع مجالاً للتفاوض حولها بتحديد لها تحديداً دقيقاً كما سبق ذكره¹.

ثانياً: آثارها بالنسبة للغير

إن آثار المصالحة حسب القواعد العامة لا تتصرف إلى غير عاقدتها² وتتحصّر آثارها بالنسبة لطرفيها فقط، فلا ينتفع الغير ولا يضرار بها. والغير يقصد بهم الشركاء ولذا فإن المصالحة التي تتم مع أحد المتدخلين لا تمنع من متابعة متدخل آخر كان مشاركاً في ارتكاب المخالفة، لأن انقضاء الدعوى العمومية يخص فقط المتدخل المتصالح، كما أن الغير الذي لا ينتفع بالمصالحة لا يلحقه ضرر من فرضها، فإذا فرضت غرامة المصالحة على أحد المتدخلين فإن الشركاء لا يلتزمون بما ترتب عن تلك الغرامة من آثار³.

المطلب الثاني: الردع القضائي

إن المشرع الجزائري وبغرض تفعيل الحماية الكافية للمستهلك، لم يتردد في منح الهيئات القضائية صلاحية النظر في النزاعات المتعلقة بمخالفة أحكام القانون 09-03 واختصاص الجهات القضائية في النظر في القضايا المتعلقة بحماية المستهلك ينتج عنه بالضرورة فرض هذه الأخيرة لعقوبات على المتدخل المدان، سواء كان ذلك عن طريق الدعوى المدنية (الفرع الأول) أو عن طريق الدعوى الجزائية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الدعوى المدنية

فرض المشرع على كل متدخل بالضمان وخدمة ما بعد البيع، وشرع لكل مخالف لذلك عقوبة يمكن أن يفرضها الأعوان المؤهلون بالبحث والمعاينة، وفق شروط سبق تبيانها.

¹ -نور الدين رميلي، المرجع السابق ص76.

² - بما أن المصالحة عقد فإن نص المادة 113 من القانون المدني يقضي ب: "لا يرتب العقد التزاماً في ذمة الغير، ولكن يجوز أن يكسبه حقاً".

³ - سميحة علال، المرجع السابق، ص169.

كما يمكن للمستهلك التوجه للقضاء من أجل الحصول على التعويض عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة، بالرغم من أن المشرع لم ينظم أحكامها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إنما ترك ذلك للقواعد العامة¹.

أولاً: أحكام دعوى الضمان:

لابد من توفر جملة من الشروط حتى يتسنى للمستهلك المتضرر رفع دعوى الضمان .

1- شروط رفع دعوى الضمان:

وتتمثل في:

أ - **الإنذار:** يقدم المستهلك طلبه في تنفيذ الضمان متى أثبت أن العيب حدث خلال فترة الضمان وذلك بموجب شهادة الضمان، وأنه راجع لعيب في المنتج ، كما يمكن للمتدخل طلب معاينة المنتج تتم بحضور الطرفين أو ممثليهم.

و إذا قصر المتدخل في تنفيذ الضمان في مدة سبعة (07) أيام ينذره المستهلك، وله سبعة أيام أخرى من تاريخ استلام الإشعار بالإنذار لتنفيذ الضمان وفي حالة عدم تنفيذه في الأجل المحدد، للمستهلك حينها رفع دعوى الضمان².

ب - **أجل رفع الدعوى:** بعد انتهاء مدة السبعة (07) أيام من تاريخ استلام الإشعار بالإنذار للمستهلك أن يرفع دعوى قضائية أمام المحكمة المختصة في أجل أقصاه سنة ابتداء من يوم إنذاره للمتدخل.و تجدر الإشارة إلى أن مدة الضمان تعلق بالإنذار إلى حين تنفيذه³.

2 - حقوق المستهلك الناشئة عن دعوى الضمان:

عندما يرفع المستهلك دعوى الضمان تنشأ له عدة حقوق إلى جانب حقه الأساسي في تنفيذ الضمان وهي كما يأتي:

¹ -نور الدين رميلي، المرجع السابق. ص77.

² -المادة 18، المرسوم التنفيذي رقم 90-266، مؤرخ في 15/09/1990،متعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر.ج.ج، عدد 40، صادر في 19/09/1990.

³ -نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص78.

أ - الحق في الانتفاع بالمنتج أثناء الدعوى

نصت المادة 4/18 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على: " ... ويمكن المستهلك في أثناء ذلك بغية تمكينه من الانتفاع بالمقتنى، أن يأمر محترفا مؤهلا بإصلاح المنتج المعيب إذا كان ذلك ممكنا وعلى نفقة المحترف المخل بالتزاماته ".
يفهم من نص المادة أن المستهلك يصلح المنتج وينتفع به إن كان ذلك ممكنا أثناء الدعوى كل ذلك على نفقة المتدخل.

ب - الحق في المطالبة بالتعويض عن الضرر

يمكن للمستهلك أن يطالب بالتعويضات الكاملة إذا بلغ عيب المنتج درجة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال، أو إذا أصاب الأشخاص والأموال ضرا بسبب عيب المنتج المضمون، كما يمكن للمستهلك المطالبة بتعويض الضرر الذي أصابه جراء عدم الاستفادة من المنتج طوال فترة إصلاحه¹.

ج - الحق في تنفيذ الضمان: يحق للمستهلك المطالبة بتنفيذ الضمان حسب الأوضاع التي أقرها المشرع، وذلك بالاحتفاظ بالمنتج وطلب التعويض عن العيب أو إنقاص الثمن بقدر ما أصابه من ضرر أو الفسخ والتعويض عما فاته من كسب وعما لحقه من خسارة².

ثانيا: مدى فعالية دعوى الضمان

لقد نظم المشرع أحكامها مسهلا بذلك طريقة رجوع المستهلك على المتدخل كما أعطاه حق الاستفادة من المنتج أثناء سير الدعوى، والأهم من ذلك هو نقل عبء الإثبات من المستهلك إلى المتدخل، كما حدد مدة تقادم دعوى الضمان بسنة واحدة حتى يستقر التعامل من جهة ولا يرتبط المتدخل بالضمان مدة طويلة يتعذر معها التعرف على العيب من جهة أخرى.

كما أن تحديد المدة ضروري لإسراع المستهلك في إعلانه عن عيوب المنتج بالمقابل فإن أحكام دعوى الضمان حددت مسؤولية المتدخل وحصرتها في الشروط الواردة في وثيقة

¹ - زاهية حورية كجار (سي يوسف)، المرجع السابق،، ص 119.

² - زاهية حورية كجار (سي يوسف)، المرجع نفسه، ص 170.

الضمان، حيث كان يجب على المشرع أن يحدد تلك الشروط ولا يتركها لإرادة المتدخل لأنه غالبا ما يتعسف في وضعها ويكون المستهلك ضحية ذلك¹.

وتبقى المنتجات الأخرى خاضعة للمدة المنصوص عليها في المادة 16 من المرسوم التنفيذي 90-266 وهي ألا تقل عن ستة (06) أشهر وهي مدة قصيرة جدا يجب إعادة النظر فيها.

ثالثا: المسؤولية الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة

إن المرسوم التنفيذي رقم 90-266 بموجب المادة 06 منه كرس مسؤولية المتدخل عن فعل منتجاته المعيبة حيث نصت: "يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأملاك بسبب العيب وفق ما يقتضيه مفهوم المادة 03 أعلاه".

هذه القاعدة لم تستتبع بقواعد لتطبيقها، مما استدعى الرجوع إلى القواعد العامة في إثارة مسؤولية المتدخل على أساس مسؤولية الأشياء المنصوص عليها في المادة 138 ق.م.ج لكنها كانت مستحيلة بالنسبة للمستهلك، لاشتراطها إثبات الخطأ من جانبه وبتعديل القانون المدني لسنة 2005 بموجب المادة 140 مكرر منه².

تدارك المشرع الموقف باستحداثه المسؤولية الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة، حيث يعتبر موقف المشرع سليما في إطار حماية المستهلك، حيث كثيرا ما يقتني المستهلك منتجات أو خدمات دون أن يكون بينه وبين منتجها علاقة تعاقدية، كما أن معظم المنتجات مستوردة يصعب معرفة منتجها ومتابعته³.

1- طبيعة المسؤولية الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة

كقاعدة عامة تقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية وبعدها كانت الأضرار الناتجة عن المنتجات تغطيها دعوى الضمان التي تنشأ عند ظهور عيب في المنتج⁴.

¹ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 79.

² - نصت المادة 140 مكرر من الأمر رقم 58/75 على "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتج حتى ولو لم تربطه علاقة تعاقدية".

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 80.

⁴ - زاهية حورية كجار (سي يوسف)، تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 02، 2010، ص 63.

تقوم المسؤولية المدنية حسب أحكام قواعد قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أساس إخلال أحد أطراف العلاقة الاستهلاكية وهو المتدخل بالتزام قانوني يؤدي إلى إلحاق الأضرار جسمانية كانت أو مادية، وهي مسؤولية موضوعية تتقرر مباشرة بعد وقوع الضرر، ولا يتطلب قيامها البحث عن خطأ المسؤول عن الضرر ولا مركز المتضرر¹.

فالمتدخل يكون مسؤولاً عن كل ما يحدثه المنتج من أضرار بمجرد توافر عناصر المسؤولية من خطأ وضرر وعلاقة سببية، فبمجرد إثبات المستهلك للضرر والعلاقة السببية تقوم مسؤولية المتدخل لأن الخطأ مفترض في قانون الاستهلاك إلى أن يثبت العكس².

2- شروط المسؤولية الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة

لقد اضطر المشرع لتكريس مبادئ جديدة لتشديد المسؤولية المدنية، وبموجب قواعد قانون حماية المستهلك أصبح يحمل المتدخل المسؤولية على أساس خطأ مفترض إذا لابد من توفر شرطان هما:

أ- العيب في المنتج: حتى تقوم مسؤولية المتدخل يستلزم وجود عيب في المنتج والعيب المقصود هو العيب الذي يمس الأمان والسلامة.

ب- الضرر: يكفي المستهلك إثبات الضرر الذي يصيب حق من حقوقه سواء في مصالحه المادية أو في سلامة جسمه، أو حتى الضرر المعنوي، لكون نص المادة 140 مكرر جاء مطلقاً، ويمكن إثباته بكل الوسائل³.

3 - أطراف تحريك الدعوى المدنية:

لا يمكن رفع الدعوى المدنية إلا بتوافر الشروط المنصوص عليها في ق.إ.م.و.إو.و حسب القواعد العامة المطبقة و هي الصفة، المصلحة وأهلية التقاضي وهذه الشروط تتوفر في:

أ - المتضرر: هو كل شخص لحقه ضرر بفعل المنتج المعيب حتى ولو لم تربطه بالمنتج علاقة تعاقدية، إذ يتعين على المنتج التعويض عن الضرر مهما كانت صفة الضحية¹، فبالنظر

¹ - صبايجي ربيعة، المرجع السابق، ص 63.

² - أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 197.

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 81.

فهذا النوع من المسؤولية جاء لتوسيع دائرة المتضررين وذلك حماية لهم، وعليه فإن كل مستهلك متضرر عليه باللجوء للقضاء للمطالبة بحقوقه.

ب - جمعيات حماية المستهلك: إن جمعيات حماية المستهلك منحها القانون حق التقاضي و ذلك حماية للمصلحة المشتركة للمستهلكين، حيث نصت المادة 23 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على: " عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل، وذات أصل مشترك، يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني"، وعليه فإن لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع دعاوى أمام المحكمة المختصة قصد التعويض الذي لحق المصالح المشتركة للمستهلكين.

رابعاً: آثار قيام المسؤولية الناتجة عن فعل المنتجات المعيبة

ينشأ التعويض من وقت توافر أركان المسؤولية ويشمل الضرر الذي يصيب الأشخاص والأموال²، ويقدر التعويض على قدر الضرر الذي أصاب المتضرر، لا يصح أن يتجاوز مقدار الضرر والضرر المباشر، سواء كان متوقفاً أو غير متوقع³.

أما التعويض عيني كإصلاح المنتج مع تحمل جميع المصاريف أو استبداله أو إصلاحه، والمشرع الجزائري لم يحدد كيفية التعويض ولا قيمته ولا مدة تقادم المطالبة به، حيث اكتفى بالنص على تعويض الدولة للضرر الجسماني في حالة انعدام المسؤول عنه، ويتعين على القاضي في تقديره لمبلغ التعويض المستحق ذكر جميع العناصر التي أستاذ إليها في تقديره له .

كما يقضي المبدأ العام بأن التعويض يجب أن يكون جابراً بقدر الضرر الذي أصاب المتضرر⁴.

الفرع الثاني: الدعوى الجزائية

¹ - المادة 140 مكرر، الأمر 75-5/ المتضمن القانون المدني، المرجع السابق.

² - المادة 06، المرسوم التنفيذي رقم 266/90، المرجع السابق.

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 82.

⁴ - أمازوز لطيفة، المرجع السابق، ص 486.

تعرف المسؤولية الجزائية بأنها الالتزام بتحمل الآثار القانونية المترتبة عن توافر أركان الجريمة، يكون موضوع هذا الالتزام فرض عقوبة أو تدابير احترازية حددها المشرع في حال قيام مسؤولية أي شخص¹.

ونظرا لأهمية الحماية الجزائية في توفير الأمان بالنسبة للمستهلك، تدخل المشرع من خلال تجريمه لكل مخالفة لإلزامية خدمة ما بعد البيع على غرار باقي الالتزامات التي نص عليها، وذلك بآليات وكيفيات تراعي خصوصية العلاقة الاستهلاكية محددًا العقوبات والجزاءات الرادعة لأي مخالفة تمس هذين الالتزامين.

أولاً: كيفية متابعة المتدخل المخالف جزائياً

تكون متابعة المخالف من طرف النيابة العامة باعتبارها ممثلة المجتمع على أساس الخطأ، بمجرد ثبوت الإخلال بالالتزامات التي يفرضها قانون حماية المستهلك وبتحقيق ذلك يتم تحريك الدعوى العمومية ويمكن للمتضرر أو جمعيات حماية المستهلك أن يتأسسا كطرف مدني.

1 - الخطأ الموجب للمتابعة:

تقوم مسؤوليته الجزائية عن خطئ المتدخل العمدي وغير العمدي متى ثبت إخلاله بإلزامية خدمة ما بعد البيع التي يفرضها قانون حماية المستهلك أو القوانين المطبقة له، ، فثبتت هذا الإخلال يفترض عنصر الخطأ في جانب المتدخل المخل.

2 - تحريك الدعوى العمومية

إن تحريك الدعوى العمومية يعتبر بداية الإجراءات وأول عمل إجرائي لرفع الدعوى²، حينما يؤدي تصرف المتدخل إلى انتهاك مصالح المستهلكين، بارتكابه جريمة مخالفة لإلزامية الضمان أو عدم تنفيذه أو عدم تنفيذ خدمات ما بعد البيع³ أو عدم دفع مبلغ غرامة المصالحة المفروضة من قبل المصالح المؤهلة بذلك.

¹ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 83..

² - شعباني (حنين) نوال، المرجع السابق، ص 130.

³ - خالدي فتيحة، الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الملتقى الوطني: المناقشة وحماية المستهلك، جامعة بجاية، 17 / 18 نوفمبر 2009، ص 379.

وتباشر النيابة العامة الدعوى العمومية باسم المجتمع¹ باعتبارها الحامي للمصالح الجوهرية له، حيث يقوم وكيل الجمهورية بتحريكها بعد إخطاره من طرف المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو عن طريق شكوى المستهلك نفسه، أو عن طريق جمعيات المستهلك.

أ - مركز المتضرر

المتضرر هو كل شخص لحقه ضرر بفعل المنتج المعيب وله أن يتأسس كطرف مدني في الدعوى العمومية، لمطالبة المتدخل بالتعويض عن الضرر اللاحق به حيث نصت المادة 02 من الأمر رقم 66-155 المتعلق بقانون الإجراءات الجزائية (معدل ومتمم) على: " يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصيا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة...".

ويكون التأسيس مدنيا عن طريق الإدعاء المدني، بتقديم المتضرر شكواه أمام قاضي التحقيق المختص².

منح القانون لجمعيات حماية المستهلك حق التقاضي كما سبق الإشارة إليه، حيث اعترف لها القانون بالصفة التمثيلية للدفاع عن المصالح الجماعية للمستهلكين، بالرغم من أنه تراجع عن الإطلاق الذي كانت تمنحه المادة 2/12 من القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى) في رفع الدعاوى للجمعيات³.

حيث حصرت المادة 23 من القانون 09-03 في التأسيس كطرف مدني للتعويض عن الأضرار المشتركة للمستهلكين أمام الجهات القضائية.

ثانيا: العقوبات المقررة لمخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع

إن القانون رقم 09-03 المعدل و المتمم المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش عمل على فرض تدابير وقائية لضمان سلامة المستهلك غير أن هذه التدابير لا تغني عن العقوبات الجزائية

¹ - المادة 29، الأمر رقم 66/156، المرجع السابق.

² - المادة 72، الأمر رقم 66-155، المرجع نفسه.

³ - نور الدين رميلي، المرجع السابق، ص 85.

المنصوص عليها في هذا القانون¹، وفي هذا الإطار جاء المشرع بجزاءات جديدة لم تكن موجودة في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

و بما أن كل مقتن لآلة أو جهاز أو مركبة أو أي وسيلة أخرى له الحق في الضمان، كما له الحق في الإستفادة من خدمات ما بعد البيع، ولضمان احترام هذين الالتزامين سنت لها عقوبات صارمة، أصلية كانت أو تكميلية.

1 - العقوبات الأصلية

نص عليها القانون 09-03 في المواد 75،76،77 و تتمثل هذه العقوبات في غرامات مالية وهي كالآتي:

أ - يعاقب على مخالفة إلزامية الضمان أو عدم تنفيذه ب: 100,000 د ج إلى 500,000 د ج.

ب - يعاقب على مخالفة إلزامية التجربة ب: 50,000 د ج إلى 100,000 د ج.

ج - يعاقب على مخالفة إلزامية الخدمة ما بعد البيع ب: 50,000 د ج إلى 1,000,000 د ج كحد أقصى.

وفي حالة تعدد هذه العقوبات تضم الغرامات وتضاعف في حالة العود، وفي حالة عدم تسديد مبلغ غرامة المصالحة، ترفع هذه العقوبات الواردة إلى حدها الأقصى.

2 - العقوبات التكميلية:

وتتمثل هذه العقوبات في الشطب من السجل التجاري للمخالف يأمر به القاضي المختص².

¹ المادة 65، القانون 03/09 المعدل والمتمم، المرجع السابق.

² المادة 85، القانون رقم 03/09 المعدل والمتمم، المرجع نفسه.

الخاتمة

الخاتمة:

لقد حاولنا في هذه الدراسة معالجة إشكالية في غاية الأهمية و هي: " ما مدى فعالية الأحكام القانونية المتعلقة بخدمة ما بعد البيع في حماية المستهلك؟".

وللإجابة على هذه الإشكالية كان لابد علينا أولا التطرق إلى موضوع ماهية خدمة ما بعد البيع، سواء من حيث تحديد تعريفها، ذكر خصائصها والتطرق إلى تمييزها عن إلزامية الضمان، وكذا باعتبارها التزام قانوني و اتفاقي.

أما من الناحية الثانية، فلقد تطلبت دراستنا الحديث عن آليات حماية خدمات ما بعد البيع من زاويتين، الزاوية الوقائية والزاوية الردعية.

هنا وقد توصلنا أثناء هذه الدراسة إلى عدة نتائج، سنرتبها حسب ما جاء في خطة بحثنا كالتالي:

فالبنسبة إلى الفصل الأول، خلصنا إلى النتائج التالية:

1- من حيث مفهوم خدمة ما بعد البيع، تم تعريفها من زاويتين (الزاوية التشريعية،الزاوية الفقهية)،ثم جاءت خصائصها حسب ما جاء به المشرع الجزائري في القانون رقم 09-03 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 18-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ثم تم الطرق إلى تمييز إلزامية خدمة ما بعد البيع (تميزها عن إلزامية الضمان وكذا باعتبارها التزام قانوني و اتفاقي).

2-تم تنظيم أحكام ضمان المنتجات والخدمات ،بموجب القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (ملغى) وتبعته نصوصه التنظيمية مسaire لهذه الإصلاحات.

3-خصص المشرع الجزائري لفكرة الالتزام بتوفير خدمة ما بعد البيع حيزا ضيقا من الأحكام التي وردت في مختلف النصوص القانونية التي جاء بها قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

4- لقد أصبح مفهوم الضمان عبارة عن التزام قانوني يتعهد فيه المتدخل بسلامة المنتج، فهذا الضمان يهدف إلى الوقاية من كل المخاطر الناشئة عن عيب في المنتج، كما يشمل هذا الضمان تقديم الخدمات وبنفس القوة الإلزامية، بعدما كانت مجرد إمكانية في القانون رقم 89-02،على أن

النصوص المفصلة لهذه القاعدة لم تصدر بعد وعلى كل فإن حماية المستهلك بموجب إلزامية خدمة ما بعد البيع تبقى متعلقة بالمستهلك نفسه.

و بالنسبة للفصل الثاني، فقد وصلنا إلى النتائج التالية:

1- إن المشرع سمح بتأسيس جمعيات الدفاع عن المصالح المشتركة للمستهلكين، هدفها نشر ثقافة إستهلاكية في أوساطهم بتوعيتهم، وتحسيسهم وهو دورها الأساسي التي أنشئت من أجله، إلا أنه ليس الدور الوحيد الذي تلعبه بل يتعداه إلى الدور الدفاعي المساعد للأجهزة الإدارية المكلفة بذلك، ولها دور تمثيلي أيضا أمام الجهات الرسمية أو القضاء، لكن على أرض الواقع تبقى هذه القواعد دون تطبيق فعلي.

2- في الحالات التي لا يمكن إجراء المصالحة أو رفضها من طرف المتدخل فتتولى الجهات القضائية ردها، مع إمكانية التأسيس للمتضرر أو لجمعيات حماية المستهلك كطرف مدني في الدعوى العمومية، وهذا هو الحل الوحيد لجبر الضرر الناتج عن فعل المنتجات المعيبة، نظرا لعدم اهتمام قانون حماية المستهلك بالشق المدني لقضايا الاستهلاك، مما يستدعي الرجوع إلى المسؤولية المدنية الناشئة عن فعل المنتجات المعيبة المنصوص عليها في المادة 140 مكرر ق.م.ج، والتي أثبتت قصورها في هذا المجال.

وبعد عرض مجموع النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة ننقل إلى إبراز أهم التوصيات والاقتراحات التي خرجنا بها كما يلي:

❖ تثمين الإطار القانوني الذي خصه المشرع الجزائري لتوفير إلزامية خدمة ما بعد البيع حماية للمستهلك.

❖ دعم الأجهزة المكلفة بالوقاية والرقابة على إلزامية خدمة ما بعد البيع، بالمزيد من الحياد والنزاهة في أداء مهامها بإعطائها استقلالية أوسع سواء من الجانب العضوي أو الوظيفي.

❖ إضفاء المزيد من آليات الردع لكل من أجهزة الرقابة والهيئات المكلفة في مجال حماية المستهلك.

❖ ضرورة توعية المستهلك وتعريفه بحقوقه المعترف بها قانوناً لكي يتمكن من المطالبة بها بكل الطرق المشروعة، فحماية المستهلك مسؤولية مشتركة تقع على عاتق كل من المستهلك في حد ذاته عن طريق التعرف على حقوقه في هذا المجال، كما أن هذا يعتبر من بين الأهداف الأساسية التي تسعى جمعيات حماية المستهلك إلى تحقيقها، فضلاً عن ضرورة الوقاية على إلزامية خدمة ما بعد البيع من طرف الجهات المختصة بذلك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: بالعربية

1- الكتب:

- 1- أنور العمروسي، دعاوي الضمان في القانون المدني، منشأة المعارف، مصر، 2004.
- 2- سعيد جبر، الضمان الاتفاقي للعيوب الخفية في عقد البيع، طبعه 1985، دار النهضة العربية القاهرة.
- 3- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد: دراسة مقترنة مع دراسة تحليلية وتطبيقية للنصوص الخاصة بحماية المستهلك، الدار الجامعية، لبنان، ط 2003.
- 4- علي فتاك، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي مصر ، ط2008.
- 5- محمد حسين منصور، ضمان صلاحية المبيع للعمل مدة معلومة، دار الجامعة الجديدة، مصر، ط 2006 .

2- رسائل والمذكرات:

أ- الرسائل الجامعية:

- 1- أمازون لطيفة، إلتزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري ، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، 2011.
- 2- بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، سنة 2012-2013.
- 3- كجار زاهية حورية (سي يوسف)، المسؤولية المدنية للمنج: دراسة مقارنة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه في القانون، فرع القانون الخاص، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.

ب- المذكرات الجامعية:

- 1- جرعود ياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002/2001.
- 2- رميلي نور الدين، الضمان وخدمة ما بعد البيع في ظل القانون 03/09، مذكرة لنيل شهادة ماستر في القانون، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة أكلي محند أولحاج - البويرة ، سنة 2012/2013.

- 3- زبير أرزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011.
- 4- زوية سميرة، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون الأعمال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006.
- 5- سميحة علال، جرائم البيع في قانوني المنافسة و الممارسات التجارية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005/2004.
- 6- شعبان (حنين) نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، فرع المسؤولية المهنية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2012.
- 7- ماتن زينب، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل إستراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية دراسة حالة مجمع (SOVAC) للسيارات -الجزائر-، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2010-2011.
- 8- مبروك ساسي، الحماية الجنائية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم القانونية، تخصص علوم جنائية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2010/2011.
- 9- مراد قرفي، دعوى الضمان القانوني لعيوب المبيع، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع عقود ومسؤولية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2006.
- 3- المقالات والمحاضرات:**
- 1- خالدي فتيحة، الحماية الجنائية للمستهلك في ظل أحكام القانون 03/09 المؤرخ في 2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الملتقى الوطني: المنافسة وحماية المستهلك، جامعة بجاية، 17/18 نوفمبر 2009.
- 2- زاهية حورية كجار (سي يوسف)، تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 02، 2010.
- 3- شبة سفيان، حماية المستهلك في عقد الدولي في القانون الجزائري والقوانين المقارنة، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد 4، جانفي 2011.

4- شندي يوسف، المفهوم القانوني للمستهلك: دراسة تحليلية، مجلة الشريعة والقانون، عدد 44، 2010.

5- صباحي ربيعة، فعالية أحكام وإجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري، أعمال الملتقى الوطني : المنافسة وحماية المستهلك، جامعة بجاية ، أيام :17/ 18 نوفمبر 2009.

6- عنابي بن عيسى، حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري، الملتقى الوطني حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، يومي 13/14 أبريل 2008.

7- ليندا عبد الله، المهني والمستهلك مفهومان متباينان، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، المركز الجامعي بالوادي، 13/14 أبريل 2008.

8- موسى زاهية، محاضرات في قانون الاستهلاك، جامعة قسنطينة، السنة الدراسية 2005/2006.

4- النصوص القانونية والتنظيمية الجزائرية:

أ-الدستور:

1- الدستور الجزائري لسنة 1996، مصادق عليه في استفتاء 28/11/1996، منشور بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-438، مؤرخ في 07/12/1996، ج.ر.ج. عدد 76 صادر في 08/12/1996، المعدل والمتمم بموجب القانون 03/02 المؤرخ في 10/04/2002 ج.ر.ج.ج، عدد 25 صادر في 14/04/2002 وبالقانون رقم 19/08، مؤرخ في 15/11/2008، ج.ر.ج.ج، عدد63، صادر في 16/11/2008.

ب- النصوص التشريعية:

1- القانون المدني الجزائري الصادر بأمر 57/75 المؤرخ في 26/09/1975 المعدل والمتمم بقانون 05-10 المؤرخ في 20/06/2005 وقانون 05/07 الصادر في 13/05/2007.

2- قانون الإجراءات الجزائية الجزائري الصادر بالأمر رقم 66-155، المؤرخ في 08/06/1966، ج.ر.ج.ج عدد 57 صادر في 20/06/1966، معدل ومتمم.

3- القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07/02/1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الملغى بقانون 09-03 الصادر في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

4- القانون 90-31، المؤرخ في 04/12/1994، المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج عدد 53 الصادر في 05/12/1990 (ملغى).

5- قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23/06/2004 المحدد بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

6- القانون المتعلق بمكافحة التهريب بموجب الأمر رقم 05-06 ج.ر.ج.ج عدد 80، الصادر في 11/12/2005.

7- القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25/02/2009، يتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج.ج عدد 15، صادر في 08/03/2009، المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10/06/2018.

8- القانون رقم 12-06 المؤرخ في 12/01/2012، المتعلق بالجمعيات، ج.ر.ج.ج عدد 2، الصادر في 15/01/2012.

ج- النصوص التنظيمية:

1- المرسوم التنفيذي رقم 90-39، مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، جريدة رسمية، عدد 05، صادر في 31 ديسمبر 1990، معدل ومتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315، مؤرخ في 16 أكتوبر 2001، جريدة رسمية عدد 61، صادرة في 21 أكتوبر 2001.

2- المرسوم التنفيذي 90-266، المؤرخ في 15/09/1990، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ج.ر.ج.ج عدد 40، الصادر في 19/09/1990.

3- المرسوم التنفيذي رقم 02/142، مؤرخ في 16/04/2002، يحدد كيفية تعيين الأعوان المؤهلين للبحث عن مخالفات التشريع الخاص بالبريد والمواصلات السلوكية واللاسلكية ومعاينتها، ج.ر.ج.ج، عدد 28، صادر في 21/04/2002.

4- مرسوم تنفيذي رقم 409/03، مؤرخ في 05/11/2003، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها ، ج.ر.ج. عدد 68 صادر في 09/11/2003 (ملغى).

5- المرسوم التنفيذي 07-390، مؤرخ في 12/12/2007، المحدد بشروط وكيفيات ممارسة نشاط تسويق السيارات الجديدة، الجريدة الرسمية، العدد 78، الصادرة 12/12/2007.

6- مرسوم تنفيذي رقم 09/11، مؤرخ في 20/01/2011، يتضمن تنظيم المصالح الخارجية لوزارة التجارة وصلاحياتها وعملها، ج.ر.ج. ج. عدد 04، صادر في 23/01/2011.

د- القرارات الوزارية

1- القرار الوزاري المؤرخ في 10/05/1994، يتعلق بضمان المنتجات، ج.ر.ج. عدد 35 صادر في 05/06/1994.

2- قرار وزاري مشترك، مؤرخ في 16/08/2011، يتضمن تنظيم المديريات الولائية للتجارة والمديريات الجهوية للتجارة في مكاتب، ج.ر.ج. عدد 24 صادر في 25/04/2012.

5- المواقع الالكترونية:

1- www.mincommerce.dz

2- http://fr.wikipedia.org/wiki/service_après-vente

ثانيا: الكتب بالفرنسية

A- Ouvrages:

1- CALAIS-AULOY JEAN et STEM TZ FRANK ,droit de la consommation ,7eme edition,Dalloz,Paris,2006.

2- Charles .AUBRY et Charles RAU ,droit civil francais 5^e ed par ,Esmein 1947,t5.

3- Philipe MALAURY et Laurent AYNES les obligations II, éd cujas 11eme éd, 2001, n 116 P.

4- T DALILA. Réorganisation des services extérieurs du ministère du commerce. La protection du consommateur en priorité « le Maghreb. Le 13- 02- 2012 .

B- Loi: 1- code civile 21/03/1804 mise a jour 2012.

الفه رس

/	شكر وعرفان
/	قائمة المختصرات
أ	مقدمة
8	الفصل الأول: ماهية خدمة ما بعد البيع
8	المبحث الأول: مفهوم خدمة ما بعد البيع
9	المطلب الأول: مضمون خدمة ما بعد البيع
9	الفرع الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع.
9	أولاً: التعريف التشريعي
10	ثانياً: التعريف الفقهي
13	الفرع الثاني: خصائص خدمة ما بعد البيع
13	أولاً: خدمة الإلزامية.
13	ثانياً: خدمة بمقابل.
14	ثالثاً: سرعان خدمة ما بعد البيع
14	المطلب الثاني: تمييز خدمة ما بعد البيع
14	الفرع الأول: تمييز خدمة ما بعد البيع عن إلزامية الضمان
14	أولاً: أوجه التشابه
15	ثانياً: أوجه الاختلاف
16	الفرع الثاني: إلزامية خدمة ما بعد البيع كضمان قانوني واتفاقي
16	أولاً: التكامل بين خدمة ما بعد البيع والضمان القانوني
18	ثانياً: صور التكامل بين خدمة ما بعد البيع والضمان قانوني
21	المبحث الثاني: نطاق إلزامية خدمة ما بعد البيع
21	المطلب الأول: النطاق الشخصي
21	الفرع الأول: المستهلك
22	أولاً: مفهوم المستهلك لغة
22	ثانياً: التعريف الفقهي للمستهلك

24	ثالثا: التعريف القانوني للمستهلك
27	رابعا: أنواع المستهلكين
27	الفرع الثاني: المتدخل
28	أولا: التعريف الفقهي للمتدخل
29	ثانيا: التعريف القانوني للمتدخل
31	المطلب الثاني: النطاق الموضوعي
32	الفرع الأول: السلعة
32	أولا: تعريف السلعة
32	ثانيا: أنواع السلع
34	ثالثا: السلع الموجبة للضمان وخدمة ما بعد البيع
35	الفرع الثاني: الخدمة
35	أولا: مفهوم الخدمة
36	ثانيا: خصائص الخدمة
37	ثالثا: أنواع الخدمات
37	رابعا: الخدمات الموجبة للضمان
40	الفصل الثاني: آليات حماية خدمات ما بعد البيع
40	المبحث الأول: الرقابة الإدارية على إلزامية الخدمة
41	المطلب الأول: الأجهزة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك
41	الفرع الأول: الأعوان المؤهلون للبحث و المعاينة
42	أولا:ضباط الشرطة القضائية
43	ثانيا: الأعوان المرخص لهم
43	ثالثا: الأعوان قمع الغش التابعون لوزارة التجارة
45	الفرع الثاني:سلطات و مهام الأعوان المؤهلون
45	أولا: مهمة البحث و المعاينة
46	ثانيا : تحرير المحاضر

48	المطلب الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك
49	الفرع الأول: مفهوم جمعيات حماية المستهلك
50	أولاً: تأسيس الجمعيات
50	ثانياً: الشخصية القانونية للجمعيات
51	ثالثاً: الجمعيات ذات المنفعة العامة
51	الفرع الثاني: دور جمعيات حماية المستهلك
52	أولاً: الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك
53	ثانياً: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك
54	المبحث الثاني: الردع للإخلال بالالتزام بخدمة ما بعد البيع
55	المطلب الأول: الردع الإداري
55	الفرع الأول: غرامة المصالحة
55	أولاً: تعريف المصالحة
56	ثانياً: شروط قيام المصالحة
60	الفرع الثاني: آثار غرامة المصالحة
60	أولاً: آثارها بالنسبة للأطراف
61	ثانياً: آثارها بالنسبة للغير
61	المطلب الثاني: الردع القضائي
61	الفرع الأول: الدعوى المدنية
62	أولاً: أحكام دعوى الضمان
63	ثانياً: مدى فعالية دعوى الضمان
64	ثالثاً: المسؤولية الناتجة عن فعل المنتوجات المعيبة
66	رابعاً: آثار قيام المسؤولية الناتجة عن فعل المنتوجات المعيبة
66	الفرع الثاني: الدعوى الجزائية
67	أولاً: كيفية متابعة المتدخل المخالف جزائياً
68	ثانياً: العقوبات المقررة لمخالفة إلزامية خدمة ما بعد البيع

71	خاتمة
75	قائمة المراجع
	الفهرس