الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العقيد أكلي محند اولحاج

-البويرة-

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Ministère de l'Enseignement Supérieur
Et de la recherche Scientifique
Université Akli Mohand Oulhadj-
Bouira-
Tasdawit Akli Muhend Ulhag -
Tubirett-
Faculté des Sciences social et humain

تخصص قانون الأعمال

عنوان المذكرة:

الهيئات الإدارية كآلية قانونية لحماية المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص قانون الأعمال

من إعداد الطالبة:

- بلقاسم نجاح
- بن سعدية رحمة

تحت إشراف الأستاذة :

د/ركروك راضية

لجنة المناقشة:

اسم ولقب الأستاذ	الرتبة العلمية	الصفة
د/ عينوش عائشة	أستاذ محاضر قسم -أ-	رئيساً
د/ بركات كريمة	أستاذ محاضر قسم -أ-	مناقشاً
د/ ركروك راضية	أستاذ محاضر قسم -أ-	مشرفاً

السنة الجامعية: 2024/2023م

شكر وتقدير

الحمد لله حمدا كثي ار حتى يبلغ الحمد منتهاه والصلاة والسلام على أشرف مخلوق أناره الله بنوره واصطفاه

"واخر دعواهم أن الحمد الله رب العالمين"

الحمد لله ما تناهى درب و لا ختم جهدا و لا تم سعي الا بفضله

اللهم ليس بجهدي واجتهادي انما بفضلك وتوفيقك وكرمك

"ومن شكر فانما شكر لنفسه"

انطلاقا من باب من لايشك ارلناس لا يشكر الله وفي بداية كلمتنا نتوجه أولا بالشكر لله عزوجل الذي وفقنا للوصول الى هذه المرحلة العلمية العالية وأن مهد لنا السبيل و يسره وسخر لنا الدرب واناره لنكون بينكم اليوم لنناقش مذكرتنا

كما نتقدم بأسمى ايات الشكر والعرفان بالجميل للاستاذة الفاضلة ركروك ارضية التي تفضلت بقبول الاش ارف على هذا العمل والتي منحتنا من بحر خبرتها الواسعة ما شكل اضافة كبيرة فلها عظيم امتناننا وج ازها الله ما ج از به أستاذا عن طلابه

ولا ننسى كذلك التوجه بالشكر الجزيل لكل أعضاء اللجنة الكريمة على قبول المناقشة والشكر الموصول لأوليائنا الذين سهروعلى تقديم كل الظروف الملائمة لانجاز هذا العمل والى كل من ارفقنا في هذا العمل سواءا من قريب أو من بعيد حتى ولو بكلمة طيبة

لكم منا خالص الشكر وعظيم الامتنان.

اهداء

الى الله قبل كل شيء

الحمد لله كما ينبغي لوجهك وعظيم سلطانك من قال

أنا لها نالها لم تكن الرحلة قصيرة ولا الحلم قريبا ولا الطريق

سهلا لكني فعلتها

"أبي" يا خير عون كان لي عند المحن الى الجدار الذي استند عليه واضع عليه اثقالي الى الذي احبه بقدر هدا العالم الى جنة الدنيا الاخ رة حفظك الله ورعاك

"امي" يا من تملكين الجنة تحت قدميك الى من دعمتني واعطتني بلا مقابل و لا ازلت كذلك الى قوتي بعد الله تعالى حفظك الله ورعاك

"اختي الوحيدة " التي قال فيها سبحانه وتعالى "سنشد عضدك باخيك دمت لي اختا ورفيقة واما ثانية حفطك الله وابنتك حلوتي "ريم"

ابنتي "اس ارء" ملاكي وحبيبتي التي اتعبتني وانا احاول اعداد هذه المذكرة حفظك الله لي وانبتك نباتا حسنا ان شاء الله

"زوجي" رفيق دربي وصديقي في الس ارء والض ارء ادامك الله لنا

صديقتي واختي "ابتسام"التي تركتني وحيدة في هذه الجامعة وتخرجت قبلي عسى ان تجدي كل التوفيق

والنجاح في حياتك

اهدي لكم هذا الانجاز الذي لولاكم لما كان له وجود

والى كل من مد يد العون دون كلل وملل

نجاح

اهداء

اهدي ثمره جهدي المتواضع الى من قال فيهم الله عز وجل " واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغي ار"

الى سندي وقوتي وملاذي بعد الله تعالى الى الذي باع ارحة شبابه ليشق لي الطريق الى مصدر فخري ورمز عزتي الى من لم ولن أوفيه حقه ولو حييت الدهر كله

"اليك ابي الغالي"

الى التي تحت قدميها الجنة الى ينبوع الصبر والتفاؤل الى من حملتني وهنا ووضعتني وهنا الى سهرت من أجلي الليالي لأبلغ المعالي الى احلى كلمه نطق بها لساني

"اليكي أمي الغالية"

الى من تعلمت فيه كتفهم روح الاخاء الى رفقاء الدرب والعمر اليك اخي وال والى الروح الطاهرة الرقيقة والنفس البريئة " ريحانة "حياتي الى حبيبة قلبي" مريم" الى رفيق الدرب وصديق الأيام بحلوها ومرها الى من كان الأول في مساندتي

"اليك زوجي الغالي"

الى كل من يسعه قلبي ولم تسعه ورقتي.

رحمة

مقدمة

مقدمة

تستهدف النشاطات الاقتصادية المستهلك بطبيعة الحال، وهو بالرغم من أهميته كونه يشكل المحور الرئيسي لهذه النشاطات إلا أنه وللأسف يتصف بكونه يمثل الحلقة الضعيفة، إذ يسهل خداعه من خلال ما يمكن أن يعرض عليه من منتجات مغشوشة أو تفتقر للجودة المطلوبة من دون أن يتفطن لذلك.

ومع انسحاب الدولة من الحقل الاقتصادي، ازدت نسبة المخاطر المحتمل أن تتعرض لها طائفة المستهلكين، وبرزت في خضم هذه المعطيات ضرورة التفكير في توفير الحماية لهذه الطائفة.

لاقت فكرة حماية المستهلك استحسانا كبي ار، فبدأت تطفو للواجهة مجموعة من القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الأذى عن المستهلك وكذا ضمان حقوقه[1].

ولا شك في أن المفهوم الحديث لحماية المستهلك يرتبط ارتباطا وثيقا بحقوق الإنسان في مختلف المجالات التي يمكن أن تشملها، وهذا من منطلق أن المستهلك إنسان ومواطن بالدرجة الأولى من حقه الحصول على حياة آمنة وكريمة تخلو من أي ضرر قد يتعرض له هو أو عائلته، وهو ما يستدعي توفير الحماية له في أمواله ونفسه وتوفير مختلف احتياجاته.

تعتبر إذن حماية المستهلك من جميع الانتهاكات والمخاطر التي قد يكون عرضة لها من أولويات الدولة الحديثة، ولهذا فإنها تقوم بسن تشريعات، وتسعى لتطبيقها في أرض الواقع من خلال هيئات وأشخاص متعددة منها من له طبيعة قضائية ومنها ما له طبيعة إدارية، وقد تم تدعيم كل منها بالصلاحيات التي تتلاءم مع طبيعتها القانونية.

[1]– بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي) ، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص ص ،11–12.

بالنسبة للجزائر يمكن القول بأن القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك[1]، يعتبر من بين النصوص الأولى التي تم سنها في الج ازئر بغرض حماية المستهلك، وقد بقي ساري المفعول إلى أن تم إلغاؤه بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش3، الذي تضمن بدوره جملة من الأحكام التي لم تكن لتكتمل فعاليتها في منأى عن الهيئات التي تم تسخيرها لحماية المستهلك.

تكمن أهمية دراسة الهيئات الإدارية كآلية لحماية المستهلك في كون هذه الهيئات تعكس تواجد الدولة في السوق وقربها من المستهلك في ظل التحولات التي تعرفها السياسة الاقتصادية الجزائرية.

فالتوجه نحو اقتصاد السوق لم يكن ليعني على الإطلاق الخروج التام للدولة من الساحة الاقتصادية وتركها للخواص ليستفردوا بالمستهلك، فهذا الأخير بالرغم من كونه المحور الرئيسي الذي تدور حوله كل العمليات الاقتصادية، إلا أنه وللأسف لا ي ازل يشكل الحلقة الضعيفة التي تحتاج للحماية الدائمة والمستمرة.

إن الهدف الأساسي من هذه الد ارسة يتمثل في إب ارز كفاءة الهيئات الإدارية باعتبا رها آليات القانونية ينصب اهتمامها على توفير الحماية اللازمة للمستهلك.

يوجد نوعان من الأسباب المؤدية لاختيار الموضوع، وهي تتمثل في الأسباب الشخصية والأسباب الموضوعية.

الأسباب الشخصية ترتبط بكوننا نعتبر مستهلكين، وهذا أمر واقع له اتصال وثيق بحياتنا اليومية باعتبارنا من أفراد المجتمع نتأثر بما يتأثرون به.

أما الأسباب الموضوعية، فتتمثل في الاجتهاد لنقل المعرفة لأكبر عدد من المستهلكين، وجعلهم يدركون حقيقة ما يجهلونه عن قواعد قانونية تتعلق بحماية المستهلك، وما تتضمنه

---

[1]- قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.رن العدد 6، الصادرة بتاريخ 8 فيفري 1989 (ملغى).

من حقوق وواجبات يمكن أن يسترشدوا بها في حال ما إذا تعرضوا لأي خطر أو ضرر ناتج عن اقتناء منتج أو تلقي خدمة.

المنهج المعتمد:

تم الاعتماد في انجاز هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يعتمد على وصف الظواهر، كما تم الاعتماد كذلك على المنهج التحليلي الذي يرتكز على تحليل المعطيات والمعلومات وبالأخص تلك الواردة في النصوص القانونية المتعلقة بالموضوع المختار.

الإشكالية:

ومن أجل إبراز جوانب الحماية القانونية والإدارية التي توفرها الهيئات الإدارية للمستهلك والتي نظمها المشرع، فقد تم طرح الإشكالية التالية

ما هو دور الحماية القانونية التي توفرها الاليات القانونية للمستهلك؟

ومن أجل معالجة الإشكالية المطروحة فقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين، حيث خصص الفصل الأول للإطار المفاهيمي للحماية الإدارية للمستهلك، وقد تم التعرض من خلاله للإطار المفاهيمي للحماية الإدارية للمستهلك **(المبحث الأول)** ومجال حماية الهيئات الإدارية للمستهلك **(المبحث الثاني)**.

اما الفصل الثاني، فقد خصص لبيان دور الهيئات الادارية في حماية المستهلك، قمنا من خلاله ببيان دور الهيئات المركزية) العامة والخاصة في حماية المستهلك **(المبحث الأول)** ودور الهيئات المحلية في حماية المستهلك **(المبحث الثاني)**.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للحماية الإدارية للمستهلك

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للحماية الادارية للمستهلك

لا شك في أنه لا يمكن إنكار دور المستهلك في الحياة الاقتصادية، كما لا يمكن إنكار أهمية إحاطته بالحماية في ظل التحولات والتغيرات التي تشهدها السياسة الاقتصادية الجزائرية.

لهذا، فلن يكون مستغربا سعي الدولة لحشد مختلف الآليات القانونية التي من شأنها توفير الحماية المنشودة للمستهلك من جميع مظاهر التعدي التي يمكن أن يكون عرضة لها خاصة وأنه يمثل الطرف الضعيف مقارنة بالمحترف أو المهني الذي يمتلك من المها ارت والتقنيات ما يؤهله لتحقيق الربح ولو على حساب صحة وسلامة المستهلك.

وتعد جمعيات حماية المستهلك والهيئات القضائية والهيئات الإدارية من أبرز وأهم الآليات التي أسندت لها مهمة حماية مصالح المستهلك.

لكن، بما أن موضوع الدراسة يقتصر على الهيئات الإدارية، فسيكون من المناسب التعرض للإطار المفاهيمي للحماية الإدارية للمستهلك الذي سيشكل موضوع الفصل الأول، والتعرض تبعا لذلك لمفهوم هذه الحماية) **المبحث الأول** (، ومجال ممارستها) **المبحث الثاني**.

وسيتم الانتقال بعد ذلك للفصل الثاني الذي سيخصص لأهم الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في التشريع الجزائري، حيث سيتم اب ارز الدور الذي تقوم به مختلف هذه الهيئات، ففي **(المبحث الأول)** تطرقنا لدور الهيئات الادارية المركزية، بينما في **(المبحث الثاني)** فتطرقنا لدور الهيئات الادارية المحلية.

المبحث الأول مفهوم الحماية الإدارية للمستهلك

بعد التحولات التي شهدتها السياسة الاقتصادية الجزائري، صار المستهلك معرضا أكثر من أي وقت مضى لمخاطر استغلاله، لذلك فإن الهيئات الإدارية تقوم بعملية الم ارقبة والضبط التي تستهدف حماية المستهلك من الأض ارر والمخاطر التي يمكن أن يتعرض لها نتيجة السلع والخدمات المعروضة عليه طرف المتدخل أو المحترف، وهذا ما يفسر نشأة ووجود علاقة وطيدة بين هذه الهيئات الإدارية والمستهلك.

ولكن قبل الخوض في الموضوع كان لا بد من الوقوف على تعريف المستهلك **(المطلب الأول)** وكذا الهيئات الإدارية المكلفة بحمايته **(المطلب الثاني)**.

المطلب الأول

تعريف المستهلك

قد يبدو للوهلة الأولى أن التعريف اللغوي لمصطلح المستهلك يفي بالغرض[1]، غير أن أهمية الحماية التي يحظى بها استدعت الإحاطة بشكل دقيق بالفئة المقصودة بها. وينبغي الإشارة إلى أن الفقهاء بالرغم من اجتهادهم الدائم والمستمر، إلا أنهم لم يجمعوا على تقديم تعريف موحد للمستهلك **(الفرع الأول)**، وهو ما جعل التشريعات الوضعية على اختلافها تتأثر بهذا الاختلاف الفقهي **(الفرع الثاني)**.

[1]– استهلك مشتق من فعل هلك، بمعنى استنفذ أو أفنى أو إلتهم أو أكل. والاسم مُستهلك جاء من استهلك، وهو من الاستهلاك ومعناه الاستفادة أو الإس ارف أو الإهلاك. واسم الصفة هو مستهل، ويعني القابلية للفناء، واسم الفاعل من استهلك مستهلك بضم الميم وكسر اللام والذي يعنينا في هذا المقام هو تحديد معنى المستهلك أو يقصد به الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك وهو الفعل الذي يستهلك الشيء. ارجع في ذلك: حميد السيد خليل، هيكل نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك، د ارسة مقارنة، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر ،1999، ص7.

الفرع الأول

التعريف الفقهي للمستهلك

اختلف الفقهاء بشأن تقديم تعريف جامع ومانع للمستهلك، وقد انقسموا بشأن ذلك إلى قسمين، قسم يتبنى تعريفا موسعا محاولا بذلك التوسيع من مجال الأشخاص المشمولين بالحماية)**أولا**(، وقسم آخر يتبنى تعريفا ضيق، وهو بذلك يهدف إلى التضييق من مجال الأشخاص المعنيين بالحماية قدر الإمكان)**ثانيا**(.

أولا- التعريف الموسع للمستهلك

ظهر هذا الاتجاه في البداية مع ظهور الدعوة إلى حماية المستهلك، وقد تجسد ذلك من خلال نداء الرئيس الأمريكي)Kennedy(بالكونغرس الأمريكي سنة 1962، بمقولته الشهيرة: "**أ ن المستهلك هم نحن جميعا**"[1].

ومن بين التعريفات المنبثقة عن هذه المقولة يذكر أن المستهلك هو كل شخص يتعاقد بغرض الإستهلاك، أو كل شخص يتعاقد على مال أو خدمة بغرض استخدامها في متطلباته.

وفي نفس السياق يمكن القول كذلك بأن المستهلك هو كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك أي بهدف استعمال أو استخدام مال أو خدمة معينة.

وبهذا يظهر جليا أن التعريف الموسع للمستهلك لا يقتصر على المستهلك النهائي للمنتج أو الخدمة، إنما يشمل أف ارد المجتمع بما فيهم طائفة المحترفين، وهذا ما يجعلهم يستفيدون من الحماية المزدوجة أي الحماية المقررة للمحترفين والحماية المقررة للمستهلكين .

[1]- م ازري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة وه ارن ،2012-2013، ص 20.

كما عيب على هذا التعريف أنه جاء شاملا ومطلقا، فهو لم يتضمن أي تحديد لنوعية السلع أو الخدمات، ذلك أنه ليس كل ما يباع يستهلك أو يقدم خدمة[1] .

ثانيا- التعريف الضيق للمستهلك

يقتصر تعريف المستهلك وفقا لهذا الاتجاه بالنظر إلى الهدف من العملية الاستهلاكية؛حيث يسعى المستهلك بطبيعة الحال إلى إشباع حاجاته الخاصة[2].

فالمستهلك وفقا لمؤيدي التعريف الضيق هو ذلك الشخص الذي يتميز بالضعف ويحتاج لإنصافه في مواجهة المحترف الذي يمتلك المعرفة والتقنيات التي تؤهله لتبوئ مركز أسمى، وبذلك فهو ينطبق عليه الوصف التالي: **"كل شخص طبيعي يسعى إلى إبارم تصرف قانوني لإشباع حاجته الشخصية أو العائلية، غير المرتبطة بنشاطه المهني أو الحرفي."**

وقد انتقد التعريف المقدم على أساس أنه قصر اكتساب صفة المستهلك على الأشخاص الطبيعية، ومن ثم يكون قد استبعد الأشخاص المعنوية من الحماية[3].

لهذا، تقدم أصحاب التعريف الضيق للمستهلك بتعريف آخر يتمحور حول كون المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني أو يستعمل منتوجا أو خدمة لاستعمال غير مهني .

وبهذا، يكون المتمسكين بالتعريف الضيق للمستهلك قد استبعدوا كل شخص من شأنه أن يتدخل في عملية وصول المنتج أو الخدمة للشخص الذي يسعى لإشباع حاجاته الخاصة وحاجة عائلته من نطاق الحماية المقررة للمستهلك[4].

---

[1]- جحايشية نورة، العقد الاستهلاكي في التشريع الج ازئري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوارة في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2020-2021، ص ص 37-38.

[2]- عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الج زء1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ، 2002، ص 138.

[3]- عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية، دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر ،2019، ص39

[4]- جحايشية نورة، مرجع سابق، ص 35.

الفرع الثاني التعريف التشريعي للمستهلك

حاولت مختلف التشريعات الوضعية إي ارد تعريف لمصطلح المستهلك، وسيتم عرض نماذج تبين ذلك من خلال إي ارد التعريف الوارد في كل من التشريع الفرنسي)**أولا(**، والمصري(**ثانيا)**، واللبناني) **ثالثا(**، والج ازئري)**اربعا(**.

أولا- تعريف المستهلك في التشريع الفرنسي

لم يقدم المشرع الفرنسي تعريفا للمستهلك في إطار قانون الاستهلاك رقم 949الصادرسنة 1993، إلا أنه تدارك هذا النقص إثر تعديل القانون المشار إليه سنة 2014.

وبهذا يكون المستهلك حسب التعديل لوارد على قانون الاستهلاك سنة 2014، كل شخص طبيعي يتصرف لأغ ارض لا تندرج ضمن نشاطه التجاري أو الصناعي أو الحرفي أو الحر، ويلاحظ أن هذا التعريف يتطابق مع التعريف الذي تم الأخذ به في إطار التوجيه الأروبي الجديد رقم 2011-83 المتعلق بحماية المستهلك [1].

ثانيا- تعريف المستهلك في التشريع المص ري

عرف المشرع المصري المستهلك في الق ارر رقم 886 الصادر عن وازرة التجارة والصناعة المصرية سنة 2006 الخاص بإصدار اللائحة التنفيذية وقانون حماية المستهلك الصادر بموجب القانون رقم 67 سنة 2006 في الباب الأول من الفصل الثاني في مادته الأولى على أنه ينطبق على كل شخص تقدم إليه أحد المنتوجات لإشباع احتياجاته الشخصية والعائلية أو يجرى التعامل معه بهذا الخصوص[2].

---

[1]- الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أد ارر ،2014-2015، ص 24 وص 26.

[2]- أميرة حسين ال ارفعي، المحاكم الاقتصادية، قوانين الاستثمار، قوانين حماية المستهلك، المكتب العربي الحديث، مصر، 2009 ، ص428.

ثالثا- تعريف المستهلك في التشريع اللبناني

عرف المشرع اللبناني المستهلك من خلال المادة الثانية من القانون رقم 13068 لسنة 2004 الخاص بحماية المستهلك على أن المستهلك هو كل الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشتري خدمة أو سلعة أو يستأجرها أو يستعملها أو يستفيد منها لأغ ارض لا تكون متصلة بشكل مباشر بنشاطه المهني[1].

اربعا- تعريف المستهلك في التشريع الجازئري

أغفل المشرع التعرض لتعريف المستهلك بمناسبة صدور أول نص قانوني يتعلق بهألا وهو القانون رقم 89-02 المتعلق بقواعد حماية المستهلك[2]، وبذلك يكون قد عرفه لأول مرة في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيطي أو النهائي لسد حاجياته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به[3].

لكن أمام الانتقادات الموجهة لنص هذه المادة التي تجعل من المحترف مستهلكا باستعمال عبارة الاستعمال الوسيطي، عاد المشرع لتصحيح هذا الوضع من خلال المادة 3 من القانون رقم 04-02 المتعلق بالأنشطة التجارية[4]، فقرر أن صفة المستهلك تنطبق على كل شخص سواء كان طبيعيا أو معنويا يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني.

---

[1]- الذهبي خدوجة، مرجع سابق، ص 27.

[2]- زنوش زينب، كموش ياسمين، آليات حماية المستهلك)عقد التأمين نموذجا(، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في القانون ،تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2016-2017، ص 7.

[3]- مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، العدد 5، الصادرة بتاريخ 11 جانفي 1990، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر ،العدد 61، الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2001.

[4]- القانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 جوان 2004، يتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، العدد 41، الصادرة بتاريخ27 جوان 2004 ، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر، العدد46، الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010.

ومن أجل رفع كل لبس، فقد استقر المشرع من خلال المادة 3 من القانون رقم 09-03 على التعريف ذاته لكنه صاغه في هذه المرة بشكل بسيط وأكثر وضوحا، إذ صار وصف المستهلك يصدق على كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا منتجات أو خدمة مخصصة للاستعمال العائلي أو الشخصي أو لحيوان يتكفل به.

وقد حافظ المشرع على نفس التوجه لدى تعريفه للمستهلك الالكتروني من خلال المادة 6 من القانون رقم 08-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية [1]، حيث ارتأى أن المستهلك الالكتروني هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بعوض أو بصفة مجانية سلعة أو خدمة عن طريق الاتصالات الالكترونية من المورد الالكتروني بغرض الاستخدام النهائي.

إن إي ارد المشرع لعبارة السلعة أو الخدمة المقتناة بغرض الاستعمال النهائي أي للاستهلاك، ينفي صفة المستهلك عمن يقتني سلعا أو خدمات موجهة للاستعمال الوسيط كإعادة التصنيع والإنتاج والاستثمار. ولم يشترط المشرع أن يكون الاقتناء هو سد حاجات المقتني نفسه، بل أيضا يعتبر مستهلكا من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجات شخص آخر ليس طرفا في عقد الاستهلاك[2].

لقد اعترف المشرع للشخص المعنوي بصفة المستهلك بالرغم من أنه محكوم بمبدأ التخصيص (Le principe de la spécialité)، فهو لا يوجد إلا بتحقيق هدف أو غرض معين لذلك ينحصر نشاطه في حدود ما يقتضيه الغرض الذي وجد من أجله، أي لا يكون قابلا لكسب الحقوق وتحمل الالت ازمات كالشخص الطبيعي إلا بالقدر المطلوب لتحقيق هذا الهدف وهو مبدأ يشمل كل أنواع الشخص المعنوي[3]

[1]– القانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر، العدد 28، الصادرة بتاريخ 16 ماي 2018.

[2]–سيدومو ياسين، حماية المستهلك بين القواعد العامة والأحكام الخاصة، مداخلة مقدمة خلال الندوة البحثية المنظمة من طرف مركز البحوث القانونية والقضائية، بتاريخ 16 جانفي 2021، الج ازئر، ص 6.

[3]محمد عماد الدين عياض ،مرجع سابق ص 66

حظي المستهلك بحماية قانونية خاصة كونه الطرف الضعيف في العقد وذلك بإصدار قانون 09-03، حيث تم وضع ضمانات وقائية وردعية في بعض الأحيان، حتى يتمكن المستهلك من المطالبة بحقوقه. وقد خصص المشرع في إطار الباب الثاني من قانون حماية المستهلك وقمع الغش جملة من القواعد الضامنة لعدم الإض ارر بصحة سلامة المستهلك، والقواعد الضامنة لعدم الإض ارر بالمصالح المادية والمعنوية للمستهلك[1].

ومن الحقوق التي وجب توفيرها للمستهلك والتي منحه إياها القانون والتي تحرص الدولة وأجهزتها الحفاظ عليها نذكر: الحق بالحفاظ على صحته و سلامته عند استعماله بشكل ملائم للسلعة أو الخدمة فيما يخص الجودة والنوعية، الحق بالاستفادة من معاملة عادلة ودون تمييز من قبل المتدخل المسؤول عن المنتج، الحق باستبدال السلعة أو إصلاحها أو استرجاع ثمنها، الحق بتعويض كامل ومناسب عن الأض ارر الناتجة عن استهلاك سلعة أو الانتفاع بخدمة، الحق في التقاضي مباشرة أو بواسطة جمعيات حماية المستهلك لصون حقوقه أو تعويضه عن الأض ارر التي لحقت به[2].

وبالتالي يلاحظ أن المشرع الج ازئري أخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك الذي أخذت به مختلف التشريعات، ولكن ما يميزه أنه لم يكتف بالغرض النهائي أو الوجهة النهائية للمنتجات والخدمات بل ارعى طريقة وصول هذه المنتجات والخدمات لوجهتها، وقد عبر عن ذلك باستعمال مصطلح واسع هو الاقتناء، كما أنه لم يكتف بالمقتنيات المعدة للاستهلاك الآدمي بل جعلها تشمل كذلك تلك المقتنيات المعدة للاستهلاك الحيواني[3].

---

[1]- شلغوم رحيمة ،قانونالاستهلاكحمايةالمستهلك في ظل التشريع الج ازئري، بيت الأفكار للنشر والتوزيع، الدار البيضاء ،الج ازئر، د س ن، ص13.

[2]-انظر دليل قانون حماية المستهلك، وازرة الاقتصاد والتجارة ،شوهد بتاريخ 30ماي 2024 على الساعة https:// www .economy.gov.lb،00:14

[3]- سي يوسف ازهية حورية ، د ارسة تحليلية للقانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلكوقمع الغش، المعدل والمتمم، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الج ازئر ،2019، ص 11.

المطلب الثاني

تعريف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

بعد التحولات التي عرفها الاقتصاد الج ازئري إثر تحرير النشاطات الاقتصادية، أضحى المستهلك معرضا أكثر من أي وقت مضى أصبح من واجب الدولة التدخل من خلال هيئاتها الإدارية لإعادة التوازنات من خلال الوقوف إلى جانب الطرف الضعيف المتمثل في المستهلك)**الفرعالأول**(،

الفرع الأول المقصود بالهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك وأهم الخصائص المميزة لها

يعد إسناد مهمة حماية المستهلك للهيئات الإدارية مظه ار من مظاهر وقوفها إلى جانب الطرف الضعيف في النشاط الاقتصادي)**أولا**(، خاصة وأن هذه الهيئات لها من الخصائص ما يجعلها تتميز عن غيرها)**ثانيا**(.

أولا- المقصود بالهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

يمكن القول بأن الهيئات الإدارية المكلفة بالرقابة وحماية المستهلك هي كل جهاز أو مصلحة إدارية تنشئها الدولة وتعمل تحت إش ارفها، ومن ثم تمنح لها مجموعة من الصلاحيات التي تؤهلها لتأدية وظيفة الدفاع عن مصالح المستهلكين من المخاطر والأض ارر التي يحتمل أن يتعرضوا لها ج ارء المنتجات والخدمات المعروضة عليهم في السوق[1].

ثانيا- أهم خصائص الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

بحكم كون هذه الهيئات تمثل الدولة فهي متعددة ومختلفة مما يصعب من عملية حصرها، فمنها المركزية ومنها المحلية. منها التقليدية، ومنها المستحدثة، ومنها المستقلة. منها المدعم بصلاحيات واسعة ليتمكن من تحقيق الأهداف المتوخاة، ومنها من يتمتع

[1]- زحنيت سمية، دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون إداري ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2014-2015، ص 7.

ببعض الصلاحيات فقط التي قد تتوقف عند تقديم الاستشارة. وهو ما سيتم التعرض له في الفصل الثاني من هذه الد ارسة بنوع من التفصيل.

لهذا، فيمكن القول أن أهم ما يميز هذا النوع من الهيئات هو طابعها الإداري، وهو ما يجعل النصوص القانونية المنظمة لها متشعبة ومتفرقة.

كما أن الطابع الإداري لمثل هذا النوع من الهيئات يجعل الد ارسة في منأى عن تناول الهيئات القضائية سواء كانت تابعة للقضاء المدني أو القضاء الج ازئي بالرغم ما هو معر وف عنها من أهمية وكفاءة في مجال حماية الحقوق بشكل عام وحقوق المستهلك بشكل خاص.

إذ لا يخفى على العام والخاص أن القاضي هو حامي الحقوق والحريات، وللمستهلك في هذا المجال طلب تدخل القاضي المدني من خلال الدعاوى التي يرفعها بنفسه أو من خلال جمعيات حماية المستهلك، ليفصل في موضوع تحديد المسؤولية العقدية أو التقصيرية، وكيفية جبر الضرر الذي أصاب المستهلك إما من خلال التنفيذي العيني أو دفع مبلغ ماليفي بتغطية الضرر الذي وقع على الضحية[1].

كما يكون للمستهلك كذلك اللجوء إلى القضاء الج ازئي في حالة تكييف المخالفات المرتكبة من قبل المحترف على أنها ج ارئم يفرض المشرع بشأنها عقوبات ج ازئية كجريمة الخداع المعاقب عليها بموجب المادة 429 من قانون العقوبات[2].

يتحكم الطابع الإداري للهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في طبيعة تدخلها الذي لا يمكن أن يتأتى من دون الاستعانة بالترسانة البشرية التي سخرها المشرع ممثلة بشكل أساسي في الأشخاص المحددين في المادة 25 من قانون حماية المستهلك وقمع

---

[1]- يوسفي جميلة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في ظل قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة لنيل شهادة ماستر مهني، تخصص قانون المؤسسات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد د ارية ،أد ارر ،2018-2019، ص 47.

[2]- بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيلشهادة ماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الج ازئر ،2014-2015، ص 184.

الغش رقم09-03[1]، فقد ورد فيها أنه: "**بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفة أحكام هذا القانون أعوان قمع الغش التابعون للوازرة المكلفة بحماية المستهلك.**"

ويتضح من نص المادة أنه يوجد ثلاث أن واع من الأشخاص المعنية بالبحث والمعاينة المتعلقة بحماية المستهلك:

1- **ضباط الشرطة القضائية:** والتي حصرها المشرع الج ازئري في:

أشخاص الضبط القضائي العام المكلفون بالبحث ومعاينة الج ارئم والمخالفات الواقعة للمستهلك وهم ضباط الدرك الوطني ،الموظفون التابعون للأسلاك الخاصة للم ارقبين ومحافظي الشرطة للأمن الوطني ضباط الصف الذين أمضوا ثلاث سنوات على الأقل وتم تعيينهم بموجب ق ارر مشترك صادر عن وزير العدل وحافظ الأختام ووزير الدفاع بعد موافقة اللجنة خاصة ،مفتشوا الأمن الوطني الذين قضوا في خدمتهم بهذه الصفة ثلاث سنوات على الأقل وعينوا بموجب ق ارر مشترك صادر عن وزير العدل ووزير الخارجية والجماعات المحلية بعد موافقة لجنة خاصة، كذلك ضباط الصف التابعين للمصالح العسكرية.

أما أشخاص الضبط القضائي الخاص الذين يعاينون المخالفات والج ارئم الواقعة على المستهلك بصفة خاصة فهم الوالي ورئيس المجلس الشعبي البلدي.

2- **الأعوان المكلفون بموجب نصوص خاصة:** و يشملون:

أعوان إدارة الجمارك، فقد خول لهم قانون الجمارك رقم 79-07 المؤرخ في 21يوليو 1979 المعدل والمتمم لأعوان ادارة الجمارك في المواد من41الى 44 سلطة التحري والبحث عن الج ارئم الجمركية، وايضا القانون رقم 05- 06 المؤرخ في 23 أوت 2003 المتعلق" بمكافحة التهريب " في المادة 32 منه حق البحث

[1]- قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، مرجع سابق.

والتحري ومعاينة ج ارئم التهريب المنصوص عليها في هذا القانون، كذلك خول لها القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حق البحث ومعاينة أحكام هذا القانون.

وأيضا يشمل أعوان حفظ الصحة البلدية و أعوان السلطة البيطرية [1].

3- **أعوان قمع الغش التابعون لمديرية التجارة:** وهم يشملون كلا من المفتشين؛ حيث يضم سلك مفتشي قمع الغش ثلاث رتب هي رتبة مفتش رئيسي لقمع الغش ورتبة رئيس مفتش رئيسي ورتبة مفتش قسم لقمع الغش[2]، المحققين؛ ويضم سلك المحققين ثلاث رتب أيضا، هي رتبة محقق قمع الغش ورتبة محقق رئيسي ورتبة رئيس محقق رئيسي لقمع الغش[3]، الم ارقبين؛ ويضم سلك م ارقبي قمع الغش رتبة وحيدة وهي رتبةم ارقب قمع الغش[4].

الفرع الثاني:

دوافع اسناد مهمة حماية المستهلك للهيئات الادارية:

من بين أهم الاج ارءات الممارسة في اطار الحفاظ على صحة المستهلك وقمع الغش ،اتباع اج ارء الرقابة التي تمارسه هيئات تمثل الدولة وتابعة لها تمتلك صلاحيات واسعة النطاق تفرض حتى ج ازءات بموجب السلطة الممنوحة لها تكون اردعة ملزمة التطبيق

---

[1]- بوشحدان ياسمين ، قوارض وردة ، دور أعوان الرقابة في حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2020، ص ص ،12 -17.

[2]- المواد من 39 إلى 42 من المرسوم التنفيذي رقم 09-415 المؤرخ 16 ديسمبر 2009، يتضمن القانون الأساسي المطبق على الموظفين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج.ر، العدد 75، الصادرة بتاريخ 20 ديسمبر 2009.

[3]- المواد من 28 إلى 36 من المرسوم التنفيذي نفسه .

[4]- المواد من 25 إلى 27 من المرسوم التنفيذي نفسه .

والتقيد بها،وحماية المستهلك تتطلب وجود جهاز فعال مؤهل لم ارقبة المنتجات والخدمات واثبات المخالفات ،فحرص المشرع الج ازئري على انشاء عدة هيئات وأجهزة للرقابة.

وتعتبر الادارة هي صاحبة الدور الفعال لامكانية التطبيق الفعلي للقواعد القانونية التي تضمن للمستهلك حماية من الج ارئم الماسة به ،ولأنها الجهة المختصة بتنفيذ هذه القواعد وقدرتها على دقة وسلامة التنفيذ فهي تنقل التجريم والعقاب من التشريع الى الواقع الفعلي الذي يحقق الحماية في أرض الواقع.[1]

المبحث الثاني

مجال حماية الهيئات الإدارية المكلفة للمستهلك:

ان مجال حماية المستهلك يشمل كل منتوج في عملية العرض للاستهلاك الذي من شانه توسيع مجال الحماية فيجعلها تمتد من مرحلة الإنتاج الى مرحلة الاستهلاك مروار بمرحلة التوزيع ، وما يتخلل هذه الم ارحل من استي ارد ونقل وتخزين يوسع بدوره مجال رقابة الهيئات الإدارية على احت ارم قواعد حماية المستهلك وقمع الغش .

المطلب الأول

المجال الشخصي والموضوعي لحماية الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

[1]– سفير سماح ،الاليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الج ازئري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون اجتماعي ،قسم الحقوق،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة د:الطاهر مولاي ،سعيدة، 2016–2017، ص10–11

تمارس الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك الرقابة في مواجهة كل شخص ينطبق عليه وصف المتدخل) **الفرعالأول**(، حيث يعمل هذا الأخير على تقديم منتجات وخدمات للمستهلك بالطرق الكلاسيكية أو عن طريق شبكة الانترنت)**الفرعالثاني**(.

الفرع الأولالأشخاص الخاضعين لرقابة الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك)المتدخل(

تسري أحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش على شخصين، أحدهما المستهلك الم ارد حمايته وقد سبق التعرض له، والآخر هو المتدخل أو المحترف باعتباره الطرف الثاني المسؤول عن تنفيذ جملة من الالت ازمات.

وقد عرف المشرع الج ازئري المتدخل من خلال المادة 7/3 من قانون رقم 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه كل شخص طبيعي أو معنوي يدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك.

وفيما يخص عملية عرض المنتوجات للتداول، فهي تشمل مجموع م ارحل الإنتاج والاستي ارد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة أو التجزئة[1].

وبناء على ذلك فالمتدخل يمكن أن يكون المنتج أو المستورد أو المخ زن أو الناقل أو الموزع .

ويقصد بالمتدخل أيضا كل من يمارس مهنة متمثلة إما في نشاط إنتاجي أو توزيع أو تقديم للخدمات [2].

[1]- المادة 8/3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

[2]- زهية حورية سي يوسف، مرجع سابق، ص ص ،13 - 14.

وعرفته المادة الأولى من القانون التجاري بأنه كل شخص يحمل الصفة الطبيعية أو المعنوية يقوم بأعمال تجارية بصفة منتظمة[1].

وفي إطار حماية المستهلك من المخاطر التي تسببها المنتجات وضع المشرع على عاتق المتدخل الت ازمات من بينها ما يوصف بالوقائية لتحقيق سلامة المنتوجات تمثلت في إل ازمية النظافة للمواد الغذائية وسلامتها، وال ازمية الأمن والمطابقة والإعلام[2].

وأهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قد ارت فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، وهو ما يبرر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قد ار من التوازن من خلال اثقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتوج والخدمات بالت ازمات تستهدف حماية المستهلكمن خطر الاستغلال السيئ لفارق القد ارت[3].

الفرع الثاني موضوع الرقابة الممارسة من قبل الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

ورد في المادة 2 من القانون رقم 09-03 أن أحكام هذا القانون يسري على كل سلعه أو خدمة معروضة للاستهلاك، لذلك سيتم التطرق لتعريف كل من السلعة)**أولا**(والخدمة)**ثانيا**(.

---

[1]- انظر نص المادة 1 من الأمر رقم75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، ج.ر، العدد 101، الصادرة بتاريخ 19 ديسمبر 1975، المعدل والمتمم .

[2]- شلغوم رحيمة، مرجع سابق، ص ص ،13- 14.

[3]- محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص 68.

أولا- السلعة

ع رف المشرع السلعة في القانون رقم 09-03 بأنها كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا[1].

ويستنتج من خلال التعريف المقدم أن المشرع حصر السلعة في الأشياء المادية فقط واستبعد الأشياء المعنوية التي تكون محلا للاستهلاك مثل ب ارءات الاخت ارع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية، ولعل ذلك يعود لطبيعة هذه الأموال كونها تعتبر ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعل منها غير ملائمة للرقابة والمطابقة والتفتيش التي يتطلب وجودا ماديا[2] .

ذكر المشرع أيضا أن السلعة شيء مادي دون تحديد هل هو منقول أو عقار، وهذا خلافا لما كان عليه الأمر في ظل المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بم ارقبة النوعية وقمع الغش الذي حصر السلع في الأشياء المادية المنقولة التي يمكن أن تكون محلا للمعاملات المالية[3].

وبالتالي يمكن القول بأن العقا ارت تأخذ حكم السلعة، فهي يمكن أن تكون محلا لعقود الاستهلاك، والمستهلك يكون بحاجة ماسة للحماية بالنظر لأهمية وقيمة العقا ارت، لكن تدخل الهيئات الإدارية لا يأخذ نفس صور التدخل كما في حالة الأشياء المادية المنقولة[4].

---

[1]- المادة 17/3 من القانون رقم 09-03المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

[2]- محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد5، العدد 9، 2013،ص 71.

[3]- بوروح منال، مرجع سابق، ص 23.

[4]- بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب، الج ازئر ،2007، ص 29.

كذلك، فإن المشرع لم يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك جديدة، فالسلع المستعملة مشمولة هي الأخرى بأحكام القانون رقم 09-03، وهذا الموقف مستحسن من قبل المشرع في ظل الإقبال المت ازيد على هذه التجارة في السوق الج ازئرية[1].

ثانيا- الخدمة

عرف المشرع الخدمة من خلال المادة الثالثة من القانون رقم 09- 03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنها كل عمل يقدم من غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة.

ومن ثم، يمكن القول بأن الخدمة تشمل كل عمل أو أداء قابل للتقويم بالنق ود، سواء كانت هذا الأداء ذو طابع مادي كالإصلاح والتنظيف، أو ذو طابع مالي كالتأمين والائتمان، أو ذو طابع ذهني كالعلاج الطبي. فكل هذه الخدمات تدخل حيز الاستهلاك طالما أن الهدف منها هو سد حاجات الأشخاص.

يلاحظ أن المشرع قد استثنى ص ارحة الالت ازم بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة، وأبقى عليه الت ازما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني وذلك تحقيقا للتناسق بين مختلف النصوص القانونية[2].

ويكون خضوع المرفق العام لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش مرتبطا بالخدمات التي تقدمها هذه الم ارفق، حيث يمكن بسط تطبيق أحكام قانون رقم 09-03 على خدمات المرفق العام الاقتصادي، وكذا الخدمات التي تقدمها الم ارفق العامة الإدارية بمقابل دون خدماتها المجانية حسب ما يقرره جانب من الفقه[3].

---

[1]-محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص 71.

[2]- بودالي محمد، مرجع سابق، ص30.

[3]-محمد عماد الدين عياض، مرجع سابق، ص71.

ومع ظهور التجارة الالكترونية وفرضها لنفسها في نطاق أنظمة التجارة، أصبح كل شيء قابلا للش ارء ببساطة عن طريق الهاتف أو الحاسوب أو أي جهاز متصل بشبكة الإنترنت في أي وقت ومكان .

وأمام ثورة الاتصالات هذه وما خلفته من بعد مكاني وزماني بين المستهلك والمتدخل ،وجب حماية المستهلك من كافة الأخطار المتعلقة بهذه المواقع والعمليات الش ارئية عن بعد كون المستهلك الالكتروني هو نفسه المستهلك التقليدي، إذ أنه يتمتع بنفس حقوقه ونفس الحماية القانونية التي يقرها المشرع.

وعليه تسري أحكام القانون رقم 09-03 على السلع والخدمات المعروضة الكترونيا من حيث نظافتها وسلامتها و أمنها .

ويلاحظ أن تطبيق قواعد الحماية يكون أسهل حينما يقتصر دور الوسيط الالكتروني على إب ارم العقد فقط، في حين يتم التنفيذ خارج الوسيط فيما يخص تسليم السلعة وتقديم الخدمة وهذا فيما يتعلق بسلع وخدمات لا تقبل بطبيعتها التداول الالكتروني كالملابس وأدوات النقل وغيرها .

ولكن عندما يتعلق الأمر بالسلع والخدمات التي تقبل التداول الالكتروني كب ارمج الإعلام الآلي والأفلام والكتب التي يتم تسليمها عبر الشبكة، عن طريق التحميل أو إتاحة التصفح، تصعب م ارقبة العملية، وتصعب معها إمكانية حماية المستهلك الذي يمكن أن يقع ضحية جهله بقواعد وتقنيات التكنولوجيا الحديثة.

المطلب الثاني

المجال الزمني والوظيفي لرقابة الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

تمارس الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك رقابة تستغرق المجال الزمني الذي يحتاجه المستهلك لوصول إلى المنتجات والخدمات التي يوفرها المتدخلون، ذلك أن هذه الرقابة يمكن أن تكون سابقة على ووصول المنتجات والخدمات للمستهلك، كما يمكن أن تكون لاحقة على ذلك)**الفرعالأول**(. وفي إطار هذا المجال الزمني تتحدد أهم وظائف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك)**الفرعالثاني**(.

الفرع الأول المجال الزمني لرقابة الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

إن حاجة المستهلك الدائمة للحماية تجعل من الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في حالة استعداد دائمة، ولذلك فهي تمارس في مواجهة المتدخلين رقابة سابقة)**أولا**(واللاحقة
)**ثانيا**(.

أولا- الرقابة السابقة

بفضل السلطات المخولة لها، يكون بإمكان الهيئات الإدارية المكلفة بالرقابة وحماية المستهلك أن تتدخل قبل وصول المنتجات أو الخدمات للمستهلك .

إن ممارسة هذا النوع من الرقابة يم كن الهيئات الإدارية من متابعة المنتجات -على الخصوص- قبل عرضها على المستهلك، أي وهي في الم ارحل الأولى التي تسبق انتهاء عملية إنتاجها.

وهذه الميزة التي تتسم بها الرقابة الإدارية من شأنها أن تمنع تعرض المستهلك للأذى المحتمل، لأنها وبكل بساطة تحول بينه وبين المنتجات أو الخدمات المعيبة، فتمنع حدوث الاتصال المباشر بها.

ولهذا، يمكن القول بأن الهيئات الإدارية توفر حماية سابقة ووقائية، وهو ما يجعل أداءها مهما وفعالا بما يحققه في أرض الواقع من ارتفاع نسبة كفاءة وأداء المحت رفين الذين يكونون مضطرين ومدفوعين للاستجابة للقواعد الداعمة لصحة وسلامة المستهلك.

ومن جملة السلطات المخولة للهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في إطار الرقابة السابقة يذكر رفض دخول المنتجات المستوردة عند الحدود .

وقد يكون رفض دخول المنتجات مؤقتا، وهذا في حالة الشك في عدم مطابقة المنتجات للموصفات والمقاييس، فتؤجل عملية الدخول لحين إج ارء التحقيقات اللازمة، فإن

تأكدت عدم مطابقة المنتجات للمواصفات والمقاييس، كان لا بد من اتخاذ إج ارء آخر هو رفض الدخولالنهائي[1].

ثانيا- الرقابة اللاحقة

تغطي الرقابة الإدارية الفترة الزمنية التي تلي وصول المنتجات والخدمات لمرحلة عرضها على المستهلك، بل وتمتد لأكثر من ذلك، ففي حالة تعرض أحد المستهلكين أو البعض منهم للأذى بسبب منتجات أو خدمات معينة، فإن ذلك من شأنه أن يشكل إنذا ار يستقطب اهتمام وتدخل الهيئات الإدارية، فتبادر باتخاذ الإج ارءات والتدابير اللازمة التي من شأنها أن تحد من ت ازيد عدد المتضررين من المنتجات أو الخدمات المعنية.

ويعد سحب المنتج من السوق من جملة السلطات التي تتمتع بها الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك في إطار الرقابة اللاحقة.

فقد يتخذ إج ارء سحب المنتج بشكل مؤقت في حالة وجود أسباب تكفي للاشتباه في عدم مطابقته للمواصفات والمقاييس، وهو ما يتطلب إج ارء تحقيقات بشأنه، فإن تأكدت الشك وك في كون المنتج غير مطابق للمواصفات أو أنه يشكل خطر على المستهلك، يتم سحبه بشكل نهائي من السوق.

وما يميز السحب النهائي أن الأعوان المكلفون بالرقابة يتخذونه دون حاجة لتدخل القضاء، وهذا في حالات محددة تناولتها المادة 62 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[2].

---

[1]- ح ارش فايزة، لعجال جميلة، ، دور الأجهزة الرقابية في حماية المستهلك في القانون الج ازئري، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة ،2022-2023، ص ص 10-11.

[2]- تتمثل هذه الحالات في ثبوت الغش أو التزوير أو السمية في المنتجات أو انتهاء صلاحيتها، ثبوت عدم صلاحية المنتجات للاستهلاك، حيازة منتجات بشكل غير شرعي ووجود إمكانية استعمالها في التزوير، المنتجات المقلدة والأشياء والأجهزة المستعملة في التزوير .

الفرع الثاني المجال الوظيفي للهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك

في ظل تعدد المحترفين وتنافسهم على السيطرة السوق، تتعدد المنتجات والخدمات المعروضة على المستهلكين، وهنا تتدخل الهيئات الإدارية المكلفة بالرقابة التي ينعكس حرصها الشديد على حماية المستهلك وضمان حقوقه من خلال م ارقبة مدى جودة ونوعية المنتجات والخدمات المعروضة)**أولا**(، وم ارقبة أسعارها)**ثانيا**(.

أولا- مارقبة الجودة والنوعية

يفترض بالمحترف أن يتحرى من تلقاء نفسه إتباع القواعد المفروضة عليه بشأن المواصفات الواجب توفرها في المنتجات والخدمات التي يوجهها للمستهلك، وهذا في إطار ما يسمى بالرقابة الذاتية.

ومن أجل تدارك المخاطر والأض ارر التي يمكن أن تترتب عن احتمال عدم الت ازم المحترف بالقواعد المفروضة عليه، تحتفظ الدولة من خلال الهيئات الإدارية المكلفة بالرقابة بسلطة ممارسة الرقابة على المحترف، وبالتالي م ارقبة نوعية وجودة المنتجات[1].

إن هذا النوع من الرقابة يخول للهيئات الإدارية وعن طريق الأعوان الذين يعملون لمصلحتها معاينة أماكن الإنتاج والتحويل وتوزيع السلع للتحري وبيان مواطن إخفاق الرقابة الذاتية عن توفير الحماية اللازمة للمستهلك .

تظهر رقابة الجودة بإب ارز سلطة الأعوان المكلفين بالرقابة في اقتطاع العينات ودور المخابر في تحليلها، بحيث يحرص الأعوان أثناء معاينتهم المباشرة للمخالفات التي تشكل خط ار على مستهلك إلى إثباتها باقتطاع عينات، واج ارء تحاليل مكروبيولوجية أو فيزيائية عليها للتأكد من مطابقة المنتج للمواصفات والمقاييس القانونية [2].

---

[1]- زحنيت سمية، مرجع سابق، ص 10.

[2]- مشري نادية دومير عمار، آليات الرقابة وانعكاساتها على حماية المستهلك، د ارسة ميدانية بمديرية التجارة لولاية تبسة ،مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص تسويق معرفي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي ،2018، ص 31.

وقد منح المشرع للأعوان المكلفين بالرقابة سلطة أخذ عينات من المواد المعروضةللبيع، بشرط أن يكون هذا الاقتطاع على ثلاث عينات، ترسل العينة الأولى إلى المخبر المؤهل والمختص في خلال 30 يوم من تاريخ التسليم، أما العينة الثانية والثالثة فتشكل عينتين شاهدتين واحدة تحتفظ بها مصالح الرقابة التي قامت بالاقتطاع، والأخرى يحتفظ بها المتدخل المعني[1].

و تضمنت المادة 16 من المرسوم التنفيذي المرتبط برقابة الجودة وقمع الغش حالتين يتم فيهما اقتطاع عينة واحدة في مجال الرقابة الجرثومية وهي حالة المنتج سريع التلف وحالة اقتطاع عينات للد ارسة بناءا على طلب الإدارة المختصة.

وتوجه هذه العينات المقتطعة إلى المخبر لتحليلها ليتم تأكيد عملية وقوع الغش من عدمه، وبعد الانتهاء من تحليل العينات تحرر ورقة التحليل يتم تسجيل فيها النتائج فيما يخص مصادقة المنتج أو عدمه.

وفي حاله عدم تطابق المنتج مع المواصفات القانونية تطبق التدابير المنصوص عليها في المواد من 23 إلى 30 من المرسوم التنفيذي المرتبط برقابة الجودة وقمع الغش، أما بالنسبة لتطابق المنتج مع المواصفات المنصوص عليها وعدم وجود غش، فإن صاحب المنتج يمكنه أن يذهبللإدارة الجبائية للحصول على تخفيض مقابل وصل يتم استلامه[2].

ثانيا- مارقبة الأسعار

كانت الج ازئر في ظل الاقتصاد الموجه الذي يقدس دور الدولة الاجتماعي تعتمد على سياسة تحديد الأسعار كأصل عام، لكنها تخلت عن هذه السياسة إثر توجهها نحو نظام اقتصاد السوق .

ونتيجة للمعطيات الجديدة تبنى المشرع مبدأ حرية الأسعار، فأصبحت بناء على ذلك أسعار المنتجات والخدمات تخضع لقانون العرض والطلب.

---

[1]- سي يوسف ازهية حورية ،مرجع سابق، ص 108.

[2]- مشري نادية، دومير عمار، مرجع سابق، ص 32

وقد تم وضع اللبنات الأولى لإرساء مبدأ حرية الأسعار من خلال المادة الثالثة منالقانون رقم 89-12 المتعلق بالأسعار[1]، ومن جملة ما ورد فيها أنه: «**يخضع وضع نظام الأسعار واعداد التنظيم الخاص بها للمقاييس التالية: حالة العرض والطلب...**»

ثم تأكد هذا المبدأ إثر صدور الأمر رقم 95-06 المتعلق بالمنافسة[2]، حيث عبر المشرع عن توجهه الجديد من خلال المادة 4 من هذا الأمر، فقد أقر بشكل صريح أن تحديد أسعار السلع والخدمات يكون بصفة حرة اعتمادا على قواعد المنافسة.

إن محافظة المشرع على نفس صياغة الفقرة إثر استبدال الأمر رقم 95-06 بالأمر رقم 03-03 المتعلق بالمنافسة[3]، يعني أن المشرع قد استبعد النظام السابق لتحديد الأسعار، وأعاد الاعتبار لم ازيا السوق، فاتخذ بذلك موقفا معاكسا تماما للنصوص القانونية السابقة التي كانت تتبنى التحديد الإداري للأسعار كأصل عام، فأصبحت الآن حرية تحديد الأسعار هي القاعدة وتحديدها هو الاستثناء[4].

وبهذا يتدخل المشرع في تحديد المضمون التعاقدي لبعض العقود الاستهلاكية من خلال تحديده لأسعار بعض المواد التي تعتبر أساسية بالنسبة للمستهلك، كتحديد بعض أسعار المواد الغذائية مثل الخبز والحليب والزيت، وتسعي ارت الكهرباء والمياه والغاز، وأسعار بيع العقا ارت في إطار الب ارمج السكنية الممولة من طرف الدولة. ويعد هذا الأمر

---

[1]- قانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989، يتعلق بالأسعار، ج.ر، العدد 29، الصادرة بتاريخ 19 جويلية 1989، ملغى بموجب الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 9، الصادرة بتاريخ 22 فيفري 1995.

[2]- أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 9، الصادرة بتاريخ 22 فيفري 1995، الملغى بموجب الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 43 ، الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2003.

[3]- أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 43 ، الصادرة بتاريخ 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر، العدد 36، الصادرة بتاريخ 2 جويلية
2008، والقانون رقم 10-05، المؤرخ في 19 جويلية 2010، ج.ر ،العدد 46، الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010.

[4]- مشري نادية، دومير عمار، مرجع سابق، ص 33.

خروجا عن القواعد العامة التي تخول للأف ارد حرية تحديد مضمون ما يبرمونه من عقود، لا سيما فيمايتعلق بثمن السلعة أو الخدمة[1].

وبالرغم من تبني مبدأ الحرية في تحديد أسعار المنتجات والخدمات، إلا أن المتدخل يقع عليه الالت ازم بإعلام المستهلك بهذه الأسعار وشروط البيع وتقديم الفاتورة للمشتري، وهنا يفتح المجال لتدخل الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك من أجل م ارقبة مدى احت ارم المتدخل للالت ازمات التي يفرضها عليه المشرع[2].

[1]– سيدومو ياسين، مرجع سابق، ص19.

[2]– المواد من 4 إلى 13 من القانون رقم 04–02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، العدد 41، الصاد رة بتاريخ 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10–06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر، العدد 46، الصادرة بتاريخ 18 أوت 2010.

الفصل الثاني

دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك

تتعدد الهيئات الإدارية حسب التنظيم الاداري القائمة بالدولة كونها أجه زة تتدخل في على علاقتها مع المستهلك عن طريق دورها المتمثل في الضبط والم ارقبة الذين يمارسهما تكريسا لسياسة حماية مصالح المستهلك من مخاطر المنتجات والخدمات ، لذا يتوجب علينا من خلال د ارستنا لهذا الفصل تحديد بعض المصطلحات التي تعبر عن موضوع عتب دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك عندما يتعلق الأمر بحماية المستهلك، حيث سنتطرق فيه إلى جميع ومختلف الأجهزة أو الهيئات التي تساهم من قريب أو بعيد في حماية هذا الأخير، طبعا هذا من خلال تقسيمنا لهذا الفصل الى مبحثين، المبحث الاول سوف نتطرق فيه إلى دور الهيئات المركزية، أما المبحث الثاني خصصناه لدور الهيئة المحلية في حماية المستهلك.

المبحث الأول الهيئات المركزية

الهيئات المركزية هي الأجهزة الإدارية المكلفة بحمايه المستهلك على المستوى المركزي وهذا ما سنتطرق اليه في د ارستنا لمختلف أنواع هذه الهيئات ودورها في حماية مصالح المستهلك في المبحث الأول من خلال تقسيمه إلى: مطلبين حيث سنتناول الهيئات المركزية العامة كمطلب أول، أما المطلب الثاني فسنتطرق فيه إلى الهيئات المركزية الخاصة.

المطلب الأول

الهيئات المركزية العامة

تناولنا في هذا المطلب الأول الهيئات المركزية العامة وفيما تتمثل حيث قسمناه الى ثلاثة فروع، كل فرع يمثل جهاز من الأجهزة المتخصصة في هذا المجال حيث الفرع الأول تناولنا فيه واز رة التجارة أما الفرع الثاني الجمارك والفرع الثالث مجلس المنافسة.

الفرع الأول

وازرة التجارة

جعلت الدولة واز رة التجارة الجهاز المتخصص في مجلس المشترك باعتبارها هي الوازرة الوصية مركزيا على جميع الأنشطة التجارية داخل الدولة لاسيما لما لها من علاقات قوية من معاملات تجارية التي تمس أمن و سلامة المستهلك إضافة إلى هذا واز رة التجا رة هي المكلفة بمهمة الإش ارف على حماية المستهلك وبشكل رسمي في الج ازئر ذلك بتوليها مهمة م ارقبة السلع والخدمات المرتبطة بها لذا فإن المهام المخولة لواز رة التجا رة متعددة و متنوعة باعتبارها كما ذكرنا سابقا الجهاز الأول المكلف بحماية المستهلك حيث أن هذا التنوع يعود إلى المصالح التابعة لهذه الوازرة بالدرجة الأولى مركزية كانت أو خارجية.

لقد صدر المرسوم التنفيذي)رقم 453/02(المؤرخ في 21 ديسمبر[1] 2002 محددا لصلاحيات وزير التجارة حيث أوردت المادة)05(من هذا المرسوم عدة صلاحيات له في مجال تنظيم التجارة والتي تنص على:

[1] المرسوم التنفيذي رقم) 453/02(المؤرخ في 21ديسمبر 2002 المحدد لصلاحيات وزير التجارة/الجريدة الرسمية بتاريخ 2002/12/22 العدد 85.

أولا: في مجال السلع والخدمات:

يكلف وزير التجارة في مجال جودة السلع والخدمات بما يأتي:

- يحدد بالتشاور مع الدوائر الوازرية والهيئات المعنية بشروط وضع السلع والخدمات رهن الاستهلاك في مجال الجودة والنظافة الصحية والأمن.
- يساهم في إرساء قانون الاستهلاك وتطويره.
- يشارك في أشغال الهيئات الدولية والجهوية المختصة في مجال الجودة.
- يبادر بأعمال اتجاه المتعاملين الاقتصاديين المعنيين من أجل تطوير الرقابة الذاتية.
- يعد وينفذ است ارتيجية الإعلام والاتصال التي يتعلق بالوقاية من الأخطار الغذائية وغير الغذائية اتجاه الجمعيات المهنية والمستهلكين.

ثانيا: في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش:

- وزير التجا رة يقوم بالتنظيم والتوجيه والم ارقبة وبالمكافحة الممارسات التجارية الغير الشرعية والغش المرتبط بالجودة والتقليد.
- ينجز كل تحقيق اقتصادي واخطار الهيئة القضائية عند الضرورة تنفيذا لذلك يبادر وزير التجارة باقت ارح كل هيئة ضرورية لدعم الرقابة وتأطيرها في حين يتضمن الموسم التنفيذي رقم)266-08(المؤرخ في 19 اوت 2008 تنظيم الإدارية المركزية في واز رة التجارة حيث أورد هيئات تابعة لواز رة التجارة تهتم بالاستهلاك من أهمها مديرية الجودة والاستهلاك التي تكلف باقت ارح النصوص ذات الطابع التشريعي والتنظيمي الخاص بحماية المستهلكين والمشاركة في كل الد ارسات المتعلقة بمجال الجودة والنظافة الصحية وكذا المساهمة في إرساء حق الاستهلاك...الخ. كلما تضم أربع مديريات والتي تتمثل في:
- المديرية الفرعية لتقيس المنتوجات الغذائية.
- المديرية الفرعية لتقيس المنتوجات الصناعية.

- المديرية الفرعية لتقيس الخدمات.

المديريات الثلاثة هاته كل في مجالها باقت ارح التنظيم المتعلق بجوده المنتوجات وحماية المستهلكين أما المديرية ال اربعة)المديرية الفرعية لترقية الجودة وحماية المستهلك(مكلفة بالأعمال الاعلامية والتحسسية الوقائية في مجال الجودة وحماية المستهلك دائما...الخ.

المصالح الخارجية لوازرة التجارة:

تنظيم المصالح الخارجية لوازرة التجارة في شكل مديريات ولائية وجهوية حسب نص المادة)02(من المرسوم التنفيذي)09/11(.

أولا: المديرية الولائية للتجارة:

جاء هذا الجهاز ليحل محل المديرية الولائيةللمنافسةوالاسعارحيث سيتم تفصيل دورها حسب المرسوم التنفيذي رقم) 11-09(المؤرخ في 20 يناير 2011 والمتضمن تنظيم المسرح الخارجية في وازره التجارة وعملها. [1]

حيث تتضمن هذه المديرية فرق تفتيش تضم خمس مصالح والتي نذكر أهمها طبعا المتعلقة بحمايه المستهلك:

- مصلحه م ارقبة الممارسات التجارية والمضادة للمنافسة.
- مصلحة حماية المستهلك وقمع الغش.
- مصلحة ملاحظة السوق والاعلام الاقتصادي .

بالإضافة الى مفتشيات اقليمية التجارة والأخرى على مستوى الحدود لم ارقبة الجودة وقمع الغش واللتان تم انشاؤها بق ارر من الوزير المكلف بالتجارة والمالية.

[1] مرسوم مؤرخ في 2011/01/20يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وازرة التجارة وصلاحياتها وعملها/الجريدة الرسمية عدد 4 الصادرة في 2011/01/23

- وضع حيز التنفيذ ب ارمج الرقابة الاقتصادي واقت ارح كل التدابير ال ارمية الى تطوير ودعم وظيفه الرقابة.[1]
- تقديم المساعدة للمتعاملين الاقتصاديين المستهلكين ذلك في امن المنتوجات والنظافة الصحية.

ثانيا: المديرية الجهوية للتجارة:

ينص عليها المرسوم التنفيذي رقم 09/11 المؤرخ في 20جانفي 2011المادة 10 منه تشتمل على بشع مديريات على المستوى الوطني الإقليمي اذا فإن دورها يتمثل في تقسيم نشاط المديريات الولائية للتجارة و الجودة وحماية المستهلك ذلك بالتنسيق مع الإدارة المركزية و المديريات الولائية والسعر على تنفيذها لإنجاز حصائل دويرة من أنشطة المديريات الولائية للتجارة لاسيما في مجال الرقابة الاقتصادية وقمع الغش.[2]

الفرع الثاني

الجمارك

إدارة الجمارك لها دور جد فعال في حماية المستهلك والاقتصاد الوطني لهذا أوكلت لها عدة مهام إضافة إلى مهامها المتعلقة والمتخصصة بمجال حركة الأف ارد نذكر دورها فيما يلي:

أولا: حماية المصالح الاقتصادية للمستهلك

إدارة الجمارك تحمي المستهلك عن تطبيقها خفض نسب الرسوم الجمركية لكي لا يتحمل مستهلك مخلفات أو أعباء هذه الزيادة عند ارتفاع أسعار السلع في السوق لهذا المشرع أقر على وضع نوعين من الرسوم على البضائع منها بضائع تخضع للرسوم ضد نسب ضعيفة و بضائع ذات الرسوم عالية وهي تلك التي تخضع للرسوم التي تتجاوز نسبتها الإجمالية 45% ففي هذا الإطار يمكن القول بأنه يمكن لإدا رة الجمارك أن تحظر مجلس المنافسة قصد وضع سياسة

[1] المادة 3 من نفس المرسوم والتي تحدد مهام المديريات الولائية للتجارة.

[2] المادة 6 من نفس المرسوم، و قد حددت مواقع هذه المفتشيات بموجب الق ارر المؤرخ في 2004/09/22 المتضمن تحديد مواقع مفتشيات م ارقبة الجودة و قمع الغش عند حدود الجريمة الرسمية عدد 68 الصادرة في 2004/10/27.

محكمة ومضبوطة لحماية السوق وحماية المتنافسين فيما بينهم وذلك بدون أن تكون هذه الأخيرة ملزمة بذلك لأنه لا يوجد أي نص يلزمها بذلك مثال ذلك عندما تبين أن استي ارد منتوج بكميات مت ازيدة بصفة مطلقة أو بمقارنتها مع الانتاج الوطني قد يلحق ضرار أو يهدد بإلحاق ضرر خطير بفرع من الانتاج الوطني لمنتوجات متشابهة أو منافسة لها مباش رة.

كما أن المادة 241 الفقرة 01 من قانون الجمارك خولت حق معاينة المخالفات الجمركية وضبطها للعديد من الهيئات حيث تنص على: " يمكن لأعوان الجمارك ضباط الشرطة القضائية وأعوانها المنصوص عليهم في قانون الاج ارءات الج ازئرية وأع وان مصلحة الض ارئب وأعوان المصلحة الوطنية لح ارس الشواطئ وكذا الأعوان المكلفين بالتحريات الاقتصادية والمنافسة والأسعار والجودة وقمع الغش أن يقوموا بمعاينة المخالفات الجمركية وضبطها وأنه يجب تحرير محضر مخالفة فور حجز السلعة محل المخالفة.

ثانيا: ضمان أمن وسلامة المستهلك

يتجلى دورها في وضع حد لكل ما من شأنه المساس بالمستهلك ذلك بالرجوع إلى نص المادة 08 مكرر من قانون الجمارك، [1]ووضع حدود لكل المنتوجات الموجهة للسوق الوطنية قصد إعاقة تنمية وتطوير المنتوج المحلي حيث أن إدارة الجمارك تلعب دو ار كبي ار أمنيا في حماية صحة وسلامة المستهلك وذلك طبعا عن طريق الم ارقبة لمنع إدخال المواد الممنوعة كالمخد ارت والمواد المغشوشة كما يتمثل دور أعوان الجمارك في حق تفتيش الأشخاص والبضائع مع م ارعاة الاختصاص الاقليمي لكل فرقة حتى في حال وجود معالم حقيقية يفترض من خلالها وجود أف ارد يحملون مواد مخد رة في أجسامهم تقوم بإخضاعها لفحوصات طبية للكشف عنها وفحصها بعد الحصول على موافقه المعني بالأمر أما في حالة المقابلة بالرفض فيتقدم هنا مباش رة لرئيس المحكمة المختصة بطلب الترخيص بذلك.

[1]القانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن لقانون الجمارك المعدل و المتمم،الجريدة الرسمية عدد 30 لسنة 1979.

الفرع الثالث مجلس المنافسة

هو هيئة ادارية استشارية مستقلة عن الجهاز الإداري تتمتع بالشخصية القانونية والاستقلال المالي يكون مقرها في مدينة الج ازئر)معدل بالقانون رقم)12/08(المؤرخ في 2008/06/25 .[1] أنشئ بموجب الامر رقم 95/ [2]06 الملغى بموجب الأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة يتكون من 12 عضو ينتمون إلى الفئات الأتية:

ستة)06(أعضاء منهم يختارون ضمن الشخصيات والج ازء الحائزين على الأول على شهادة ليسانس أو شهادة جامعية مماثلة أو خبرة مهنية لمدة ثمانية سنوات في المجال القانوني أو الاقتصادي والتي لها مؤهلات في مجالات المنافسة والاستهلاك وأربعة)04(أعضاء منها يختارون ضمن مهنيين مؤهلين ممارسين أو الذين مارسوا نشاطات ذات مسؤولية والحائزين على شهادة جامعية ولهم الخب رة المهنية مدة خمس سنوات على الأقل في مجال الانتاج والتوزيع والمهن الح رة وعضوان)02(مؤهلان يمثلان جمعيات حماية المستهلك حيث أنه يمارس أعضاء مجلس المنافسة وسيره بموجب مرس وم تنفيذي معدل بالقانون)12/08(المؤرخ في 25 جوان 2008 فيما لا شك فيه أن تنصب مجلس المنافسة كان يهدف الى ترقية وحماية المنافسة بالأساس وبالتالي رغم حماية كافة عناصر العلاقة الاقتصادية بما فيها مصالح حماية المستهلك [3] وباستق ارء مختلف الأحكام التي جاء بها الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة و القانون رقم 12/08 وكذا القانون)05/10(المعدلين والمتممين لقانون المنافسة واضافة الى المرسوم 241/11 المنظمة لمجلس المنافسة. [4]

---

[1]القانون رقم 12/08(المؤرخ في 25 يونيو المعدل والمتمم للامر 03/03 المتعلق بالمنافسة /الجريدة الرسمية عدد 36 سنة 2008.

[2]الامر رقم 06/95 المتعلق بالمنافسة الملغى بموجب الامر رقم 03/03 المؤرخ في 2003/07/19 الجريدة الرسمية بتاريخ 2003/07/20

[3]النشرية الرسمية للمنافسة العدد رقم 04 سنة 2014 ص 10.

[4]القانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 يعدل و يتمم الامر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة ،جريدة رسمية عدد 46سنة 2010.

نجد أن المشرع أسند لمجلس المنافسة بعض المهام والصلاحيات في مجال ضبط وحماية المستهلك من خلال النوعين منها ما هو استشاري وما هو ردعي.

اولا: الوطنية الاستشارية لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك:

حول القانون للمجلس صلاحيات استشارية في مجال المنافسة[1] يؤهله للقيام بتحقيق أهدافه في حمايه المنافسة حيث :

- يبدي رأيه في كل مسألة ترتبط بالمنافسة اذا طلبت الحكومة منه ذلك ، وبشأن النصوص حيز التحضير ويبدي كل اقت ارح في مجالات المنافسة.[2]
- يستشار في كل مشروع نص تشريعي أو تنظيمي له صلة بالمنافسة.
- فتعد الاستشا رة أمام المجلس وسيلة في متناول جميع المشاركين في الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة من السلطة العامة الى المواطن عبر جمعيات المستهلكين والجمعيات المهنية أن تستشير مجلس المنافسة حول الأمور التي لها علاقة بالمنافسة.
- يتمتع بسلطة اتخاذ الق ارر والاقت ارح وابداء ال أري بمبادرة منه أو يطلب من الوزير المكلف بالتجارة أو طرف آخر معني بهدف تشجيع وضمن الضبط الفعال للسوق.

ثانيا: الوظيفة الردعية لمجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك:

اضافه الى الدور الاستشاري مجلس المنافسة يتمتع أيضا بصلاحيات ردعية تتمثل في:

- اتخاذ الق ار ارت والقيام بكل الاعمال إثر الممارسات المقيدة التي تندرج ضمن اختصاصه لاسيما كل تحقيق او د ارسة او خبرة.

[1] المادة 5 من الامر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

[2] المادة 35 من المر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة.

- كما تخول له صلاحية مختلفة كإج ارء التحقيقات والتوقيع الج ازء بموجب النصوص القانونية والتنظيمية والهدف منها ردع المخالفين الذين يمارسون أعمال منافية للمنافسة.[1]

فمن خلال كل ما سبق وما ذكرناه يمكن القول بأن الرقابة التي يمارسها مجلس المنافسة تصب في صميم مصلحة المستهلك رغم المأخذ التي وجهته له في عدم تفعيل عمله على أرض الواقع كما أن تحقيق مجلس المنافسة لأهدافه ينعكس بالإيجاب على نمط عيش المستهلك باعتبار أن المستهلك أول المستفيدين من الاقتصاد التنافسي ودور مجلس المنافسة في مجال حماية المستهلك هو حماية اضافية له إضافة الى الحماية التي تمارسها الأجهزة والهيئات الاخرى بالمختلف اختصاصاتها.[2]

المطلب الثاني

الهيئات المركزية الخاصة

الى جانب الهيئة الإدارية العامة المذكورة سابقا هناك ايضا هيئات مركزيه خاصه جاءت للمساهمة في حماية المستهلك من خلال سلطه م ارقبه الممارسات المنافية لحماية المستهلك التي اسندتها لها المشرع لتمثلها في هيئات وطنيه تساعدها في ذلك هذا ما سنتطرق اليه في هذا المطلب من خلال فرعين كل فرح خصصناه لهيئة من هاته لهيئات الخاصة حيث الفرع الاول المجلس الوطني لحماية المستهلك والفرع الثاني المركز الوطني لم ارقبه النوعية

الفرع الاول المجلس الوطني لحماية المستهلكCNPC

نص المادة 24 من القانون 3/9 المتعلق بحمايه المستهلك يجمع الغش على انشاء مجلس وطني لحمايه المستهلكين باعتباره هيئه حكومية استشارية بموجب المرسوم التنفيذي رقم

[1]تنص المادة 07 من المر 03/03 على غ ارر الاستغلال التعسفي لوضعية الهيمنة على انه يحظر كل تعسف ناجح عن وضعية هيمنة على السوق او احتكار لها او على جزء منها

[2]بن سعد عذ ارء، سلطة مجلس المنافسة في ضبط الاتفاقات المقيدة للمنافسة، اطروحة لنيل شهادة دكتواره في القانون تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق جامعة قسنطينة الج ازئر.

12355[1]المؤرخ في سته القعدة عام 1433 هجري والموافق ل 2 اكتوبر سنه 2012 ميلاديه وبما انه للمجلس الوطني لحمايه المستهلكين دوره مقتص ار على ابداء الآ ارء للأجهزة الإدارية المكلفة في التدخل في اطار حمايه المستهلك مما ينجم عنها من اض ارر وتطبيقا لأحكام المادة 24 والتي بينت اختصاصاته واهدافه في حمايه صحه ومصالح المستهلكين حيث يتولى المجلس الوطني لحمايه المستهلك تقديم الاقت ارحات الأتية لتحقيق هذه الاهداف: [2]

- دعم المستهلك في الاقتصاد الوطني .
- الحفاظ على صحة المستهلك وسلامه حقوقه .
- تامين وسلامه السلع والخدمات وتحسين جودتها وكذا نوعيه المستهلك واعلانه وارشاده وحثه على استعمال انماط الاستهلاك المستدامة والخدمات التي تحافظ على البيئة. [3]
- اعلام المستهلكين وتوعيتهم وحمايتهم .
- كل التدابير الكفيلة بالمساهمة في تحسيس الوقاية من المخاطر التي قد تتسبب فيها السلع والخدمات المعروضة في السوق .
- كما يمكن المجلس الوطني لحماية المستهلك في إطار اعماله ان يلجا الى خدمات الخب ارء الج ازئريين والاجانب فكل شخص من شانه ان يقدم مساهمه في هذا المجال كما نظم هذا المجلس في لجنتين متخصصتين هما:

  - لجنه توعيه المنتجات والخدمات وسلامتها .
  - لجنة الاعلام المستهلك والر زم والقياس.

---

[1]المرسوم التنفيذي رقم 355/12 المؤرخ في 2012/10/02 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته ،الجريدة الرسمية بتاريخ 2012/10/11 العدد56.

[2]المادة 03 من نفس المرسوم التنفيذي التي تحدد اهداف المجلس الوطني لحماية المستهلكين.

[3]مصطفى احمد ابو عمرو، موجز احكام قانون حماية المستهلك، منشوارت الحلبي الحقوقية /الطبعة الاولى 2011 ص 254.

فنلاحظ باعتبار ان المجلس الوطني لحماية المستهلكين جها از استشاريا يكون دوره مقتصر على ابداء الآ ارء بالرغم من الصلاحيات الممنوحة له الى انه لا يؤدي دوره المفرط له بفعالية.

الفرع الثاني

المركز الوطني لمارقبة النوعية والرزم CACQE

يعد المركز الوطني لم ارقبه نوعيه والرزم هيئه او مؤسسه عموميه للطابع اداري تتمتع بشخصيه المعنوية والاستقلال المالي يشكل الهيئة العليا لنظام الم ارقبة والتحقيق على مستوى الت ارب الوطني وهو مركز بحث وتطوير كما يعتبر انها هيئه تمثيليه لمختلف الوازارت يعمل على تحقيق اهداف السياسة الوطنية للنوعية انشئ بمواد بموجب المرسوم التنفيذي رقم 89147[1] المعدل والمتمم بموجب مرسوم تنفيذي كان سابقا يقع تحته بسيط وزير التجارة اما حاليا فقد حول الى وصاية الوزير المكلف بالنوعية.

أولا: تنظيم المركز الوطني لمارقبة النوعية والرزم:

استنادا الى احكام المرسوم التنفيذي رقم 89147 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم ثلاثة 318 يقسم المركز الى نوعين من الأجهزة الداخلية واخرى خارجيه وعلى أث رها يمكن د ارسة الهيكل التنظيمي لهذا الاخير.

1-التنظيم الداخلي للمركز الوطني لمارقبه النوعية والرزم:

حسب المرسوم التنفيذي 89 كان المركز يتضمن هيئتان هما المدير ومجلس التوجيه العلمي لكن بعد التعديل الجديد فاصبح المركز يتكون المدير عام ومجلس التوجيه اضافه الى

[1] المرسوم التنفيذي رقم 318/03 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 147/89 مؤرخ في 30 سبتمبر 2003، الجريدة الرسمية العدد 59 الصادرة في 5 اكتوبر 2003.

لجنه تقنية [1] وعلى هذا سنضع توزيع الاختصاصات حسب التعديل الجديد من خلال تقسيم التالي:

إدارة المركز الوطني:

في ظل التنظيم الجديد لهذا الاخير وذلك حسب المرسوم التنفيذي 3318 فقد رفع هذا الاخير من رتبه مدير المركز الى مدير عام لكنه بذلك قال صلى صلاحيته حيث اصبحت تنظيم الداخلي للمركز وملحقاته والمقابر التابعة له بق ارر مشترك بين الوزير المكلف بالنوعية والمالية وكان السلطان وكلفه في الوظيفة العامة بناء على اقت ارح من المدير العام اما في ظل تنظيم الجديد فان ضبط النظام الداخلي للمركز اصبح بق ارر من الوزير المكلف بالنوعية بعد اخذ اري مجلس التوجيه وهذا يعني ان استشاره مجلس التوجيه اصبحت ضرورية بصدد ضبط النظام الداخلي ويساعده في اداء مهامه امينه نعما اضافه الى مدير المخبر المركزي ومد ارء المخبر الجهوية في حين ان مجلس التوجيه توسعت تشكيلته بعد التعديل حيث شارك في اجتماعاته المدير العام للمركز وممثل اللجنة العلمية والتقنية كما يتضمن المجلس ممثلان عن المجلس الوطني لحمايه المستهلكين وهذا الاخير الذي لم يكن ممثلا ضمن تشكيله مجلس التوجيه رغم انه يعد من اهم الأجهزة المكلفة بحمايه المستهلك .[2]

ثانيا: التنظيم الخارجي للمركز الوطني لمارقبة النوعية والرزم:

بالاستناد الى احكام المادة 10 من المرسوم التنفيذي 89147 المعدل والمتمم وبالإضافة الى الهيئات السابقة ذكرها والتي تعد الاسس القاعدية للمركز بغض النظر عن هيئات اخرى فهناك اجهزه خارجيه له تلعب دوار هاما في تحقيق الغايات التي وجد من اجلها المركز الوطني لم ارقبه النوعية والرزم في ظل حماية المستهلك نذكر منها المخابر الجهوية بالإضافة الى المخابر الملحقة بها وهي تابعه لقسم الدعم التقني على مستوى المركز وعدد 15 مخبر وايضا مفتشيات الجهوية وهي تابعه لقسم النوعية وقمع الغش الخاص بالمركز .

[1] المادة 09 من المرسوم التنفيذي 147/89 المعدلة والمتممة بموجب المادة 07من المرسوم التنفيذي 318/03 المذكور اعلاه بانه يدير المركز مدير عام ويزود بمجلس توجيه بالإضافة الى لجنة عملية وتقنية.

[2] المادة 09 من نفس الرسوم) 318/03(

ثالثا: مراقبة المركز النوعية في ظل حماية المستهلك:

المركز الوطني لمراقبة النوعية والرزم يعد من اهم اجهزه الرقابة في مجال حمايه المستهلك في التشريع الجزائري فباعتباره كذلك فان هذا يرجع حتما الى الصلاحيات التي يتمتع بها تحقيقا لأهداف السياسة الوطنية والتي ترتبط بنوعيه السلع والخدمات المعروضة في الاسواق الوطنية بالإضافة الى سعيه في اطار تنفيذ السياسة الوطنية بخصوص حمايه المستهلكين من مخاطر السلع والخدمات المعروضة في الاسواق الجزائرية الى تحقيق الاهداف والتي تتجلى في مجالين:

اولها في مجال حمايه صحه المستهلك والسهر على احترام النصوص وتنظيم نوعيه السلع والخدمات الموضوعة للاستهلاك وتحسينها

وثانيا يكمن في مجال الرقابة حيث يقوم بالتنسيق مع الهيئات المختصة قصد الوصول الى اكتشاف اعمال الغش والتزوير ومخالفه التشريع والعمل به في مجال نوعيه السلع والخدمات حيث يقوم المركز الى جانب ذلك إجراء التحاليل اللازمة والبحوث الضرورية لفحص مدى مطابقه المنتوجات والمقاييس المعتمدة وكذا المواصفات القانونية التي يجب ان تتميز بها اضافه الى حمايه وامن المستهلكين ومصالحهم المادية والمعنوية ،وترقيه نوعيه الانتاج للسلع والخدمات.

ومن اجل تجسيد هذه السياسة باعتباره هيئه استشارية قانونيه يكلف المركز طبقا لأحكام المادة اربعه من المرسوم التنفيذي(89-147) المعدل والمتمم :

1-مساعده الهيئات والمؤسسات في تطبيق برامج ترقية النوعية وتطوير النشاطات المساعدة والتدقيق والمشاركة في البحث عن اعمال الغش والتزوير والمخالفات للتشريع والتنظيم المعمول بها تطوير مخابر مراقبة النوعية وقمع الغش التابعة له وتسييرها وعملها.

اضافه الى القيام بكل اعمال البحث التطبيقي والتجريبي المتعلقة بتحسين نوعيه السلع والخدمات.

تقديم كل الدعم العلمي والتقني للمصالح المكلفة لم ارقبه النوعية وقمع الغش .[1]

2-المساهمة في تحسين المستوى والتجديد المعلومات للمستخدمين والاعوان الذين يمارسون المهام المرتبطة بميدان نشاطه.

3-اجراء التحاليل والقيام بكل الابحاث التي من شانها الكشف عن المخاطر التي ينطوي عليها المنتوج والتي يمكن لها الاضرار بصحه وسلامه المستهلك .

4-يمارس عمليه المراقبة بالاشتراك مع المديرية الجهوية للتجارة والمديرية الولائية لها حيث يعتمد على المخابر ويعد كاداة لترقيه النوعية وحمايه المستهلك.

5- المشاركة التقنية للمركز في اعداد مقاييس السلع والخدمات المعروضة للاستهلاك لاسيما على مستوى اللجان التقنية الوطنية التابعة للمعهد الوطني للتقييس باعتبار ان للمركز ممثلين على مستوى هذه اللجان.[2]

ومن جهه اخرى فان المركز يمارس رقابه لاحقه ذات طابع علاجي من خلال دوره عند التحليل التقني للمنتوج او التوضيب الذي يمكن ان يشكل خطر على صحه المستهلك .

الفرع الثالث:

شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية:

تم انشاء شبكة مخابر التجارب وتحاليل النوعية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 6جمادى الثانية عام 1417هجرية الموافق 19 أكتوبر سنة 1996المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 97-459 والذي بتضمن تنظيمها وسيرها[3].

بصدور المرسوم التنفيذي رقم 02-454 المؤرخ في 17شوال عام 1423هجرية الموافق 21 ديسمبر سنة 2002ميلادي المتضمن الادارة المركزية في وزارة التجارة، المعدل والمتمم في

---

[1] احكام المادة 09 من المرسوم التنفيذي يرقم 464/05 المؤرخ في 06ديسمبر 2005 المتعلق بتنظيم التقنين وسيره، جريدة رسمية عدد 80 الصادرة في 11 ديسمبر 2005.

[2] -الأعوان الوارد ذكرهم في نص المادة 25من القانون 09-03 المذكور سابقان اضافة الى الاعوان المرخص لهم بموجب القوانين الخاصة بهم.

[3] - المرسوم التنفيذي رقم 96-355 المؤرخ في 6جمادى الثانية عام 1417هجرية الموافق 19 أكتوبر سنة 1996 المتمم للمرسوم التنفيذي رقم 97-459 والذي يتضمن تنظيمها وسيرها ،ج ر عدد 62.

سنة 2002 أدخلت هذه الشبكة ضمن المديريات التابعة للمديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش، فأصبح يطلق عليهامديرية مخابر التجارب وتحاليل الجودة هدفها القيام بالرقابة والتأكد من التسيير الحسن لنشاطات مخابر التجارب وتحاليل الجودة وقمع الغش وكذا العمل على احترام اجراءات التحليل الرسمية وطرقها وتوحيد المناهج والتجارب التقنية لكل منتوج[1].

المطلب الثالث:

التقييس:

يعد تحديد مفهوم التقييس أمرا مهما وضروري لتقدير مدى تنفيذ الصانعين للالتزام العام بالأمن الملقى عليهم ،هدفه الأساسي ضمان نوعية المنتجات، ويقوم بكافة أشغال التقييس منظمات وطنية ودولية وجهوية ،تشرف على اجراء اعداد أنواع مختلفة من المقاييس.

الفرع الأول:

مفهوم التقييس:

يعرف التقييس بأنه النشاط الخاص المتعلق بوضع أحكام وحلول ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة ناتجة أساسا في مجال العلوم والتكنولوجيا والاقتصاد ،يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم .

ويعتبر عملية هامة جدا فيما يخص حماية صحة وأمن المستهلكين وحماية البيئة واقتصاد موارد الطاقة ،وتحسين نوعية المنتجات والخدمات ، كذلك التخفيف من العوائق التقنية للتجارة في اطار التبادلات وعدم التمييز والنزاهة في المعاملات التجارية .

وأيضا ،يعتبر عملية مكملة ومتوازية مع التنظيم في مجال الأمن، اذ يكتفي التنظيم في معظم الحالات بوضع المبادئ العامة الخاصة بالأمن،ويرجع الأمر للتقييس لتدقيق المواصفات واللوائح الفنية[2].

---

[1] –المادة 02من المرسوم التنفيذي رقم 96–355،مرجع سابق.

[2] –بركات كريمة،حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق (دراسة مقارنة)،أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم ،تخصص قانون،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو،ص144–145.

الفرع الثاني:

أجهزة التقييس:

تتولى أعمال التقييس هيات متخصصة سواء على المستوى الوطني أو الدولي الأوروبي، نحن هنا سنختص بالمستوى الوطني فقط.

أولا: المجلس الوطني للتقييس:

يعتبر هذا المجلس جهاز للاستشارة والنصح في ميدان التقييس، ويكلف باقتراح عناصر السياسة الوطنية للتقييس،نصت عليه المادة 03من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005 يتعلق بتنظيم التقييس وسيره[1].

يتكون المجلس من الرئيس وهو الوزير المكلف بالتقييس أو ممثله، إضافة الى ممثل واحد عن كل من :جمعيات حماية المستهلك ،جمعيات حماية البيئة،الغرفة الوطنية للفلاحة وكذا الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة ، وأربعة ممثلين عن جمعيات أرباب العمل (المادة 4من نفس المرسوم التنفيذي)،يتولى أمانة المجلس المدير العام للمعهد الجزائري للتقييس.

يعين أعضاء المجلس بقرار من الوزير المكلف بالتقييس،لمدة 3سنوات قابلة للتجديد بناءا على اقتراح من السلطة والجمعية التي ينتمون اليها بحكم كفاءتهم.

ويكلف المجلس الوطني للتقييس طبقا للمادة 2/3 من نفس المرسوم التنفيذي السابق الذكر،بما يأتي:

- اقتراح الاستراتيجيات والتدابير الكفيلة بتطوير النظام الوطني للتقييس وترقيته.
- تحديد الأهداف المتوسطة والبعيدة المدى في مجال التقييس.
- دراسة مشاريع البرامج الوطنية للتقييس المعروضة عليه لابداء الرأي.
- متابعة البرامج الوطنية للتقييس وتقييم تطبيقها.

[1] -الجريدة الرسمية العدد 80،الصادر بتاريخ 11ديسمبر 2005.

ثانيا:المعهد الجزائري للتقييس LA-NOR:

يشكل هذا المعهد مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري ،تتمتع بالشخصية المعنوية وبالاستقلال المالي ،تعمل تحت وصاية وزير الصناعة والطاقة، تم انشائه بموجب المرسوم التنفيذي رقم 98-69 المؤرخ في 21فبراير 1998[1] .

تتمثل صلاحياته للمادة 07من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06ديسمبر 2005، يتعلق بتنظيم التقييس وسيره ،فيما يلي:

- السهر على اعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات.
- انجاز الدراسات والبحوث واجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس.
- تحديد الاحتياجات الوطنية في مجال التقييس .
- ضمان تمثيل الجزائر في الهيئات الدولية والجهوية للتقييس التي تكون طرفا فيه.

ثالثا:اللجان التقنية الوطنية:

تأسست هذه اللجان بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-464 الذي يتعلق بتنظيم التقييس وسيره،وتتشكل طبقا لنص المادة 09من:ممثلي المؤسسات والهيئات العمومية ،والمتعاملين الاقتصاديين ،وجمعيات حماية المستهلك والبيئة وكل الأطراف الأخرى المعنية ،يعين أعضاء اللجان من الهيئات والمؤسسات والجمعيات التي يمثلونها ،ويمكن للجان الاستعانة بخدمات الخبراء عند الحاجة.

تتكفل اللجان بما يلي:

- اعداد مشاريع برامج التقييس ومشاريع المواصفات.
- تبليغ مشاريع المواصفات الى المعهد الجزائري للتقييس،قصد اخضاعها للتحقيق العمومي.
- القيام بالفحص الدوري للمواصفات الوطنية.

[1] -يتضمن انشاء المعهد الجزائري للتقييس،ويحدد قانونه الأساسي،ج ر،العدد10،الصادر بتاريخ 1مارس1998.

- المشاركة في أشغال التقييس الدولي والجهوي .
- المساهمة في اعداد اللوائح الفنية بناءا على طلب الدوائر المعنية[1].

رابعا:الهيئات ذات النشاطات التقييسية:

نعتبر هيئة أنها ذات نشاط تقييسي ،كل كيان يثبت كفاءته التقنية لتنشيط الأشغال في ميدان التقييس ،ويلتزم بقبول مبادئ حسن الممارسة المنصوص عليها في المعاهدات الدولية حسب المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464.

المبحث الثاني: دور الهيئات المحلية في حماية المستهلك:

تتجسد الهيئات الإدارية لحمايه المستهلك على المستوى المحلي في مجموعه من المؤسسات والهياكل الإدارية النشطة على مستوى الجماعات الإقليمية اضافه الى تكلفها بتولي تطبيق الاج ارءات الهادفة الى ضمان م ارعاه احت ارم القواعد والمقاييس الصحية في كل المجالات من اجل حمايه المستهلك في مختلف الاض ارر التي قد تصيبه .

ونظ ار لأهمية هذه الهيئات ودورها الكبير الفعال في حمايه مصلحه المستهلك وجب علينا د ارستها من خلال هذا المبحث الذي قسمناه الى مطلبين كل مطلب تناولنا فيه فرعين المطلب الاول سنتطرق فيه الى البلديه اما ثانيا فسنتطرق فيه الى الولاية.

المطلب الاول: البلدية

تلعب البلدية دوار كبيرا في حمايه المستهلك وفي جميع نواحي الحياه لتمتعها بالشخصية المعنوية المستقلة[2].

تتكون من هيئتين هذا ما تناولناه في المطلب الاول من هذا المبحث من خلال فرعين الفرع الاول المجلس الشعبي البلدي اما الفرع الثاني رئيس المجلس الشعبي البلدي .

الفرع الاول: المجلس الشعبي البلدي

[1] -المادة 10من المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06ديسمبر 2005،يتعلق بتنظيم التقييس وسيره.

[2] ا-لمادة 01من قانون 06/10 المؤرخ في 2011/06/22 المتعلق بالبلدية الجريدة الرسمية، بتاريخ 2011/07/03 العدد 37.

المجلس الشعبي البلدي هو هيئه مداولة يمارس عمله في اطار التشريع والتنظيم المعمول بهما، اهتمت به الدولة نظرا للدور الذي يقوم به ويتمتع بصلاحيات خولها له القانون.

والتي تحمي المستهلك حسب تخصصه الاقليمي وصلاحيه القانونية المخولة له على مستوى البلدية وفي هذا الشأن فان المجلس الشعبي البلدي يقوم بدور وقائي في مجال حمايه صحه المستهلك وسلامه الاشخاص بما فهم المستهلكين حيث تنص المادة 123 منه على سهر البلدية بمساهمه المصالح التقنية للدولة على حفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية ،خاصه في مجال نظافة الأغذية والاماكن والمؤسسات المستقبلة للجمهور ومكافحه التلوث، يتولى المجلس ذلك عن طريق مداولات رسم السياسة المحلية التي تكفل له هذه الوظيفة في اطار التنظيمات بالصحة .[1]

اضافه الى دورها الهام في اعمال الرقابة والتفتيش في المجالات التي لها علاقه بالصحة العامة وذلك بم ارقبه ماده توفر شروط الصحية فيها.

حيث تتمثل اعمال الحماية والرقابة في:

1- متابعه مصادر مياه الشرب باستمرار واجراء عمليه التعقيم اللازمه واخذ عينات التحليل المخبري.

[1] -عشور بوشكريط حمادي،حماية المستهلك من المخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الدراسات الجامعية التطبيقية،جامعة التكوين المتواصل ،مركزالمسيلة،السنة الجامعية 2017-2018،ص40.

2-دراسة حالات التسمم الغذائي السابقة لمعرفه اسبابها حتى يمكن حينها اخذ الاحتياطات الوقائية اللازمه لوقاية صحة المستهلك .

3-تجديد الرقابة على جميع المحلات التي لها علاقة بالصحة العامة.

4- التنسيق مع فروع وزارة الصحة عند حدوثه التسمم والتحري عن اسبابها وعن المسؤول عنها.[1]

الفرع الثاني: رئيس المجلس الشعبي البلدي

يمثل رئيس المجلس الشعبي البلدي الهيئة التنفيذية للبلدية كونه يسهر على تنفيذ مداولة المجلس الشعبي البلدي في كل اعمال الحياه المدنية والإدارية ويسهر على نشر وتنفيذ هذه القوانين على تراب البلدية، ومنها القوانين الخاصة بحمايه المستهلك، كما يمارس رئيس المجلس الشعبي البلدي وظيفه الضبط الاداري والهدف طبعا الى حمايه المستهلك ذلك اثناء تمثيل للدولة وليس تمثيله للبلدية ووفقا للشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بها.

يمارس رئيس مجلس الشعبي البلدي ووظائفه بمجال واسع فبالرجوع الى القانون رقم 10/11 المتعلق بالبلدية[2]، له العديد من الصلاحيات في مجال حمايه المستهلك هذا باعتبار ان حماية المستهلك من الاولويات التي يجب على الدولة الحرص عليها ذلك وان حمايه المستهلك من المخاطر المتوقعة على صحه المواطن هي في الاصل من وظائف الدولة التي تسهر عليها بنفسها دون ان تتخلى عنها لصالح الهيئة اللامركزية. وباستقراء نصوص القانون رقم 11-10 المذكر اعلاه، نجد عده نصوص تؤكد الدور المهم رئيس المجلس الشعبي البلدي في حمايه المستهلك، نذكر منهاحسب نص المادة 107 من قانون البلدية :

1_ يستوجب ان تتكفل البلدية بحفظ الصحة والمحافظة على النظافة العمومية لا سيما فيما يتعلق بمكافحه التلوث وحمايه البيئة .

[1] -بن بغلاش هجيرة ،حماية المستهلك من مخاطر التسممات الغذائية في التشريع الجزائري ،مذكرة ماستر اكاديمي ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح ،2011،ص29.

[2] -قانون البلدية رقم 11-10المؤرخ في 22جوان 2011،المتعلق بالبلدية.

2-كما نصت المادة 94 من نفس القانون على انه فيما يخص تمثيل الدولة وتحت السلطة الوالي يسهر رئيس المجلس الشعبي البلدي في السهر على النظام والامن العموميين وعلى النظافة العمومية وكل ما يشمله من ضمان الصحة العامة والآداب العامة وغيرها.

3-السهر كذلك على نظافة المواد الاستهلاكية المعروضه للبيع اضافه الى اتخاذ الاحتياطات والتدابير الضرورية لمكافحه الام ارض المتنقلة.

4- السهر على احت ارم تعليمات النظافة الخاصة بالمحيط وحمايه البيئة .

5-السهر ايضا على احت ارم المقاييس والتعليمات في مجال التعمير واتخاذ التدابير اللازمة والوقاية منها.

وبالرجوع الى المادة 69 من القانون 90-08المتعلق بالبلدية، فهي تسهر على توفير النظام والامن وهذا ما جاء في المادة 88 من قانون البلدية11-10 في نصها على صلاحيته التي تخوله لحمايه المستهلكين على مستوى البلدية والتي تتخذ طابعا عاما كالسهر على النظام والنظافة العمومية وتحت اش ارف الوالي، كما يسهر على نظافة المواد الاستهلاكية المعروضه للبيع، يتولى الى جانب ذلك المحافظة على النظام العام والسهر على سلامه الاشخاص واملاكهم وحفظ صحة الاف ارد ونظافة المحيط.

فالبلديه تتكفل بحفاظ الصحة والنظافة في مجال توزيعه المياه الصالحة للشرب ومكافحه نقله الام ارض المعدية. فرئيس المجلس الشعبي البلدي هو الهيئة التنفيذية للبلدية وممثلها القانوني من جهة وممثل الدولة على مستوى ت ارب البلدية من جهة ثانيه فهو بهاتين الصفتين يتدخل لحمايه النظام العام والسكينة.

المطلب الثاني

الولاية

يتجلى الدور الكبير الذي تلعبه الولاية في حمايتها للمستهلك من خلال مجمل المهام المنوطة لها من خلال هيئتان اولهما تتكون مجموعه اعضاء منتخبين وهي هيئه المجلس الشعبي الولائي والتي تناولناها في الفرع الاول من هذا المطلب اما ثاني هما المعنية تتمثل في شخص الوالي الفرع الثاني.

الفرع الاول :

المجلس الشعبي

الولائي:

المجلس الشعبي الولائي هو هيئة المداولة في الولاية يعمل على المبادرة في اعمال الوقاية من الأوبئة ورسم سياسات محليه في مجال الم ارقبة وحمايه المستهلك،و كما يكفل المجلس الشعبي الولائي السهر على تطبيق التدابير الوقائية الصحة حيث يتخذ هذا بموجب نص المادة 119 من القانون رقم 09/905 المتعلق بالولاية على امكانيه انشاء مصالح عموميه ولاية مكلفه بحفظ الصحة والم ارقبة الجودة من اجل تلبيه رغبات الجماعية لمواطنيها، وكذا اطار التنمية الاقتصادية للولاية والتي تتطلب الرقابة على المتدخلين والمنتخبين بصفه مستمرة.

تنشا هذه المصالح بعد المداولات من المجلس الشعبي الولائي، ومن الصلاحيات المخولة للمجلس الشعبي الولائي في اطار حمايه المستهلك المحافظ على صحه وسلامه المستهلكين والمتدخلين على السواء، من كل المخاطر والاض ارر منها الصحية والمادية الناجمةعن الأغذية المغشوشة او الملوثة البضاعة الغذائية ورفع مستوى الجودة وسلامه المنتوجات من خلال لمطابقه ما يعرض من منتوجات مع القوانين والتنظيمات وكذا الحد من ظاهرتي الغش والتدليس في عمليه التسويق لتعزيز ثقه المستهلك في السلع والعروض المتداولة الغذائية.

الفرع الثاني

الوالي

الوالي هو ممثل الدولة على المستوى المحلي وباعتباره ممثلا لها يقوم بتنفيذ ق ار ارت الحكومة وكل التعليمات الصادرة من الوزارء، يمارس السلطة على المجلس الشعبي البلدي والضبط العام وكل القطاعات المعنية بحمايه المستهلكين بالإضافة الى ممارسته شروطات الضبط الاداري العام، ويتمتع بدور مهم في مجال حمايه المستهلك على مستوى اقليم الولاية اذ يتجسد دوره في مجال الرقابة من خلال سلطته في منح الترخيص كممارسه بعض الأنشطة

التجارية ذات الصلة بالمستهلك، الترخيص لمهنه الخباز والحلواني ،ويتولى مهمه الاش ارف على السياسة العامة وذلك في مجال حمايه المستهلكين والنوعية.

و بحسب ما جاء في المادة 114 من قانون الولاية ،فان الوالي مسؤول على المحافظة على النظام العام والامن والسلامة والصحة العمومية ،فبالإضافة الى اعتباره مسؤولا عن الاحتياطات الضرورية للمحافظة على النظافة العمومية والصحة وكذا ضمان جوده المواد الاستهلاكية المعروضه للمواطنين، وبحسب بنود المادة ثلاثة في فقرتها الاولى من المرسوم 919 المتعلق بتنظيم المصالح الخارجية للمنافسة والاسعار، فالوالي يعتبر مسؤولا عن اتخاذ الاج ارءات اللازمه للدفاع عن مصالح المستهلكين وذلك بأش ارفه على المديريات الولائية للمنافسة والاسعار.[1]

كما يعتبر مخولا بمكافحه التجاوزات اللاحقة بالمستهلك على اقليم الولاية من خلال تطبيق السياسة الوطنية في مجال القمع الغش وكذا حمايه الاسعار والجودة[2] بغض النظر عن هذا فان الوالي له العديد من الصلاحيات التي تجعله مسؤولا عن اتخاذ الاج ارءات اللازمه للدفاع المصالح المستهلكين نذكر من هذه المصالح ما يلي:

- يضمن الوالي جوده ونوعيه المواد الاستهلاكية المعروضه على المواطنين .
- يتحمل الوالي عبء تطبيق السياسة الوطنية في مجال تطوير النوعية باتباع التوجيهات التي يصدرها وزير التجارة.
- منح ترخيص لممارسه بعض الأنشطة التجارية ذات الصلة بالمستهلك زمن
- يسهر على تطبيق التشريعات حماية المستهلك زيادة عن مختلف النصوصالتنظيمية والتي تحمي المستهلك على ت ارب الولاية

[1] – كالم حسيبة ،حماية المستهلك ، مذكرة ماجستير ،فرع العقود والمسؤولية، كليةالحقوق والعلوم الادارية،جامعة الجزائر ،2005،ص86.

[2] –انظر المادة 112من قانون الولاية رقم 12–07 المؤرخ في 21فبراير 2012،المتعلق بالولاية ,الجريدة الرسمية عدد 12.

- اتخاذ الاج ارءات الوقائية الخاصة بدفع الاخطار المحدقة للمستهلك كسحبالمنتوجات المغشوشة او غير النزيهة بصوره مؤقته او نهائية واتخاذ ق ارر غلق المحلات التجارية ففي سبيل تحقيق هذا توضع تحت تصرفه مصالح الامن وهذا ما اكدته المادة 118 من القانون 12/7 المتعلق بالولاية.
- وبالإضافة الى ذلك يتولى الوالي في إطار التوجيهات العامة التي تحددها الحكومة.
- التنظيم العام وتأطير الاعمال التجارية والمهنية والخدمات
- تطبيق السياسة الوطنية للأسعار.
- توفير احتياجات السكان الى المواد والمنتوجات الاستهلاكية.
- احصاء القد ارت المحلية على التصدير .

كما تتولى الولايه ايضا في المجال الاعمال التجارية ما يلي:

تقييم غرفه التجارة وشابع اعمالها تتابع وتلاقي الاعمال ذات الطبيعة التجارة في الولاية اضافه الى اتخاذ اي اج ارء من شانه ان يسهل اعلام التجار والحرفيين الموجودين في الولاية واضافه الى ذلك ايضا فانه يقوم بغرض تطبيق سياسة الوطنية في مجال القمع الغش وكذا حماية الجودة والمستهلك، وبصفته ضابط النشرية القضائية فهو مسؤول عن ضمان صحته وسلامه المستهلك .[1]

المطلب الثالث:

جمعيات حماية المستهلك:

على الرغم من اختلاف القطاعات المنتجة والسلع الا أن الضرر يبقى نفسه ،مما أدى لاتحاد مجموعة من المستهلكين في شكل جمعية للدفاع عن حقوقهم .

الفرع الأول:

تعريف جمعيات حماية المستهلكين:

[1] –علي بولحية بن بوخميس،القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى ، الجزائر ، 2000،ص64.

هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه وتحسيسه وتوجيهه،تعتبر أيضا هيئة تطوعية غير حكومية يؤسسها نشطاء من أفراد المجتمع المدني باختلاف ثقافتهم وتخصصاتهم،لا تهدف للربح وانما تهدف الى حمايةحقوق المستهلك من الممارسات المخلة بحقوقه وضمان الدفاع عنه، عن طريق توعيته بما له وما عليه من حقوق وواجبات ورفع الدعاوي القضائية ضد جشع التجار والمحتكرين [1].

كما تعرف الجمعية حسب القانون رقم 12-06 أنها : تجمع أشخاص طبيعيين أو معنويين على أساس تعاقدي لمدة محدودة ،ويشترك هؤلاء الأشخاص في تسخير معارفهم ووسائلهم تطوعا لغرض غير مربح ،لكن يجب أن تكون نشاطاتها وأهدافها تندرخ ضمن الصالح العام وأن لا يكون مخالفا للثوابت والقيم الوطنية والنظام العام والاداب العامة [2].

الفرع الثاني:

تأسيس جمعيات حماية المستهلك:

تتأسس جمعيات حماية المسلمين من أشخاص طبيعية أو معنوية ويكون عدد الأعضاء المؤسسين كالاتي:

- عشرة (10) أعضاء على الأقل بالنسبة لجمعيات البلدية.
- خمسة عشر(15) عضو بالنسبة للجمعيات الولائية منبثقين عن بلديتين على الأقل.
- واحد وعشرون(21) بالنسبة للجمعيات ما بين الولايات منبثقين عن ثلاث ولايات على الأقل.

[1] -بختة،دندان،دور جمعيات حماية المستهلك ،مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك بتشريعات ووقائع،يوم 22-23 ابريل 2008،بالمركز الجامعي طاهر مولاي ،سعيدة، الجزائر،ص01 .

[2] -مضمون المادة 02من القانون رقم 12-06 المتعلق بالجمعيات.

- خمسة وعشرون (25) عضوا بالنسبة للجمعيات الوطنية منبثقين عن اثني عشر ولاية على الأقل[1].

ويخضع تأسيس الجمعية الى تصريح تأسيسي والى تسليم وصل التسجيل ويوضع التصريح التأسيسي لدى:

- المجلس الشعبي البلدي بالنسبة للجمعيات البلدية.
- الولاية بالنسبة للجمعيات الولائية.
- الوزارة المكلفة بالداخلية بالنسبة للجمعيات الوطنية أو ما بين الولايات.

وتلعب جمعيات حماية المستهلك دورا وقائيا وتربويا واعلاميا في مجال حماية المستهلك، ولها في ذلك الوسائل الإعلامية المختلفة ،كذلك تلعب دورا فعالا في مجال التحسيس والتوعية اذ يعتبر ذلك من الواجبات الأساسية في تبيان المخاطر التي تهدد صحة وأمن المستهلك من جهة ،ومن جهة أخرى فقد سمح لها القانون بالدفاع عن الحقوق والمصالح المشتركة للمستهلكين قصد الحصول على التعويض بعد رفع دعوى أمام العدالة ضد كل عون اقتصادي خالف القانون[2].

الفرع الثالث:الدور الوقائي والعلاجي للجمعيات:

يمكن تقسيم دور الجمعيات في حماية المستهلك الى دورين وقائي وعلاجي:

أولا:الدور الوقائي لجمعيات حماية المستهلك:هو الاجراء الذي تقوم به جمعيات حماية المستهلك قبل حدوث الضرر ويتم عن طريق التحسيس والاعلام،وأيضا عن طريق مراقبة الجودة والأسعار.

1. دور جمعيات المستهلك في التحسيس والاعلام:

[1] –المادة 06 من القانون رقم 12–06 المتعلق بالجمعيات.

[2] –صياد صادق،حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09–03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والادارية ،تخصص قانون أعمال ،كلية الحقوق ،جامعة قسنطينة،2014،ص135–136 .

حسب ما نصت عليه المادة 24من القانون 06-12 :**يمكن للجمعية في اطار التشريع المعمول به القيام بما يأتي:**

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

حيث تقوم جمعيات حماية المستهلك باعداد برامج تعليمية وتربوية خاصة بالثقافة الاستهلاكية بهدف توعية المستهلك من الأضرار التي تنجم عن المنتجات غير المطابقة لمواصفاتها المقررة،كما أنها تقوم باعداد برامج إعلانية واذاعية معدة للبث أو للنشر عبر وسائل الاعلام وتقوم بتقديم الاستشارات التي من شأنها حماية حقوق المستهلك وتعزيزها بإصدار مجلات ونشرات ومطبوعات حول القوانين والغش [1].

2. دور جمعيات حماية المستهلك في مراقبة الأسعار والجودة:

يظهر دور عمل الجمعيات في حماية المستهلك من خلال مراقبة الأسعار ومدى مطابقتهاللسعر القانوني وفي حال ما اذا اكتشفت تلاعب بهذا الأمر سارعتالى تشكيل رأي عام يساهم في إعادة السعر الحقيقي للسلعة أوالخدمة ونفس الشيء بالنسبة للجودة،ويزداد نشاطها في بداية المناسبات التي تستقطب الباعة الطفيليين وتقديم خدمات لا يتسنى للمستهلك التدقيق فيها ومعرفة مصدرها.

3. تمثيل المستهلكين أمام الهيئات المختلفة:

نص المشرع الجزائري بوضوح على هذا الدور في المادة 21من القانون رقم 09-03بقوله:"**.....تهدف الى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله.....**"،نلاحظ أن المشرع أكد على أنها ممثل شرعي للمستهلك لدى مختلف الهيئات التي تعنى بالمستهلك كالمجلس الوطني لحماية

[1] -علي محمد جعفر،المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية بحماية المستهلك،الطبعة الأولى،المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ،لبنان،2009،ص77 .

المستهلك، الذي أنشأ لابداء الرأي واقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك[1].

يسري عمل جمعية المستهلك طبقا لأحكام القانون رقم 04-02 والقانون رقم 09-03 وأحكام قانون المنافسة رقم 03-03 عن طريق المتابعة المستمرة للأسواق وضمان الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك فيما يخص الأسعار[2].

ثانيا: الدور العلاجي لجمعيات حماية المستهلك:

رغم الوسائل الردعية لحماية المستهلك الا ان الضرر محتوم الوقوع في ظل الحركية الغير عادية للنشاط الاقتصادي،وكان الدور العلاجي المهمة التالية لجمعيات حماية المستهلك بحيث تتخذ عدة أشكال ،كالدفاع عن مصلحة المستهلك أمام الجهات القضائية،أوالدعوة الى مقاطعة منتجات أو القيام باشهار مضاد،كل هذا أجازه المشرع سواء في قانون الجمعيات رقم 06-12أو في القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش[3].

[1] -المادة24 من القانون 09-03المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد15،المؤرخ في 08 مارس 2009 .

[2] -عمار زعبي ،حماية المستهلكمن الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة'أطروحة دكتوراه العلوم،تخصص قانون الأعمال ،جامعة محمد خيضر ببسكرة، كلية الحقوق والعلوم السياسية ،ص176-177 .

[3] -صياد صادق،مرجع سابق،ص13 .

خلاصة الفصل الثاني:

لعل موضوع حمايه المستهلك حظي باهتمام مت ازيد على المستوى الوطني والعالمي مما جعل المشروع يوفر اطا ار تشريعيا تنظيميا مهما لتفعيل هيئه الإدارية كان من توفير حمايه خاصه للمستهلك بتعزي زها لنظام الوقاية التي تعد من الاهداف الأساسية التي تسعى لتكريسها قانونا من خلال نظام الذي اناط به المشروع كما ذكرنا مقدما هذا ما لاحظناه من خلال د ارستنا لهذا الفصل ومما تقدم لتناولنا لموضوع دور الهيئات الإدارية في حمايه المستهلك ذلك للمكان المهمة جدا لهذا الاخير خاصه في ظل الاقتصاد السوق فتتحقق هذه الحماية بتكاثف في الجهود بين مختلف اجهزه الحماية.

الخاتمة

الخاتمة

في ختام هذه المذكرة حول "الهيئات الإدارية كآلية قانونية لحماية المستهلك"، يمكن القول بأن حماية المستهلك تشكل إحدى القضايا الحيوية التي تتطلب اهتماماً وتنسيقاً مستم اًر بين مختلف الجهات المعنية .في الأول، قمنا بتقديم تعريف شامل للمستهلك، مع استع ارض حقوقه وأهمية حمايته في ظل التطوارت الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة. هذا التعريف ألقى الضوء على الدور المركزي الذي يلعبه المستهلك في السوق، والحاجة إلى وجود أنظمة قانونية تحمي مصالحه.

أما بعد، فتم التركيز على الهيئات الإدارية التي تعنى بحماية المستهلك، حيث تم استع ارض الهياكل التنظيمية لهذه الهيئات، والمهام والمسؤوليات التي تضطلع بها لضمان تطبيق القوانين واللوائح المتعلقة بحماية المستهلك. وقد أظهرت الد ارسة الدور الحاسم لهذه الهيئات في الرقابة والتنظيم، وكذلك التحديات التي تواجهها في تنفيذ مهامها بكفاءة وفعالية.. من خلال ما سبق تقديمه نستخلص جملة من النتائج تتمثل أهمها في:

- حماية المستهلك تعد اولوية على النطاق الوطني وجب تسخير كل الامكانيات لها وفق وضع است ارتجيات شاملة محددة الاهداف
- يعتبر القانون رقم 09/03 من اهم القوانين التي خصت المستهلك في الج ازئر بحماية خاصة من خلال تحديد الاج ارءات الرقابية والوقائية لتحقيق الحماية الفعالة لهم في ظل المتغي ارت التي يشهدها العالم والتي تنعكس على النطاق الوطني

وفي الختام نطرح بعض التوصيات المتعلقة بتعزيز التعاون بين الهيئات الإدارية والمجتمع المدني وتكثيف الجهود لتطوير الأطر القانونية والتشريعية بما يتماشى مع المستجدات، فضلاً عن توفير الموارد اللازمة لتمكين هذه الهيئات من أداء دورها بفعالية. كما يجب تشجيع المزيد من الد ارسات والأبحاث لتقييم فعالية السياسات والآليات الحالية واقت ارح تحسينات مستدامة لضمان حماية المستهلك في المستقبل.

أيضا وضع حد لكافة الممارسات المنافية للتجارة والمنافسة خاصة مع تطور تنامي صفات الغش التجارية وتقليد العلامات والمضاربة غبر المشروعة.

كذلك تعزيز التكامل الاعلامي بين الأجهزة الحكومية المعنية بتوعية وحماية المستهلك وبين وسائل الاعلام وذلك بتطوير الحملات والبرامج التوعوية و الخطط الاعلامية لتثقيف المستهلك وتعريفه بحقوقه .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمارجع

الكتب

1. أميرة حسين ال ارفعي، المحاكم الاقتصادية، قوانين الاستثمار، قوانين حماية المستهلك ،المكتب العربي الحديث، مصر ،2009،
2. بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب، الج ازئر ،2007.
3. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن)د ارسة مقارنة مع القانون الفرنسي(،دار الكتاب الحديث، الج ازئر ،2006.
4. حميد السيد خليل، هيكل نحو القانون الإداري الاستهلاكي في سبيل حماية المستهلك ،د ارسة مقارنة، ط2، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر ،1999
5. سي يوسف ازهية حورية ، د ارسة تحليلية للقانون رقم 03-09المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الج ازئر ،2019
6. شلغوم رحيمة ،قانون الاستهلاك حماية المستهلك في ظل التشريع الج ازئري، بيت الأفكار للنشر والتوزيع، الدار البيضاء،الجزائر ،د س
7. عبد الرؤوف حسن أبو الحديد، الحماية القانونية للمستهلك في عقود التجارة الالكترونية ،دار الفكر والقانون للنشر والتوزيع، مصر ،2019
8. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، الجزء1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ،2002
9. علي بولحية بن بوخميس،القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ،دار الهدى،الجزائر ،2000.
10. علي محمد جعفر ،المبادئ الأساسية في قانون العقوبات الاقتصادية بحماية المستهلك،الطبعة الأولى ،المؤسسة الجامعية للدراسات وللنشر والتوزيع،لبنان ،2009.
11. مصطفى احمد ابو عمرو، موجز احكام قانون حماية المستهلك، منشوارت الحلبي الحقوقية ،الطبعة الاولى 2011.

المذكارت والرسائل الجامعية

10. بن سعد عذ ارء، سلطة مجلس المنافسة في ضبط الاتفاقات المقيدة للمنافسة ،اطروحة لنيل شهادة دكتواره في القانون تخصص قانون الاعمال، كلية الحقوق جامعة قسنطينة الج ازئر.

11. بركات كريمة،حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق ،أطروحة لنيل درجة دكتوراه في العلوم ،تخصص قانون،كلية الحقوق والعلوم السياسية ،جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ،الجزائر.

12. بن بغلاش هجيرة،حماية المستهلكمن مخاطرالتسممات الغذائية في التشريع الجزائري ،مذكرة ماستر أكاديمي،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، 2011.

13. بوشحدان ياسمين ، قوارض وردة ، دور أعوان الرقابة في حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة مكملة لمتطلبات نيل شهادة ماستر في القانون، تخصص قانون أعمال ،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2020.

14. جحايشية نورة، العقد الاستهلاكي في التشريع الج ازئري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوارة في الحقوق، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2020-2021

15. ح ارش فايزة، لعجال جميلة، ، دور الأجهزة الرقابية في حماية المستهلك في القانون الج ازئري ،مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة ،2022-2023

16. الذهبي خدوجة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الحقوق، تخصص القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أد ارر ،2014-2015

17. زحنيت سمية، دور الهيئات الإدارية في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، تخصص قانون إداري، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ،2014-2015

18. زنوش زينب، كموش ياسمين، آليات حماية المستهلك)عقد التأمين نموذجا(، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في القانون، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة ،2016-2017.

19. كالم حسيبة ،حماية المستهلك ، مذكرة ماجستير،فرع العقود والمسؤولية، كليةالحقوق والعلوم الادارية،جامعة الجزائر ،2005

20. سفير سماح ،الاليات الداخلية لحماية المستهلك في التشريع الج ازئري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الحقوق تخصص قانون اجتماعي ،قسم الحقوق،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة د:الطاهر مولاي ،سعيدة، 2016-2017.

21. صياد صادق ،حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة ماجستير في العلوم القانونية والادارية ،تخصص قانون أعمال ،كلية الحقوق ،جامعة قسنطينة، الجزائر،2014 .

22. عشور بوشكريط حمادي ،حماية المستهلك من التسممات الغذائية في التشريع الجزائري ،مذكرة لنيل شهادة الدراسات الجامعيةالتطبيقية، جامعة التكوين المتواصل مركز المسيلة، 2017-2018.

23. عمار زعبي ،حماية المستهلكين من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ،أطروحة دكتوراه العلوم،تخصص قانون الأعمال ،كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة محمد خيضر ،بسكرة، الجزائر.

24. م ازري عائشة، علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وه ارن ،2012-2013

25. مش ري نادية دومير عمار، آليات الرقابة وانعكاساتها على حماية المستهلك، د ارسة ميدانية بمديرية التجارة لولاية تبسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص

تسويق معرفي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي ، 2018

26. يوسفي جميلة، الآليات القانونية لحماية المستهلك في ظل قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماستر مهني، تخصص قانون المؤسسات الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد د ارية، أد ارر ، 2018-2019،

27. بوروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الج ازئر ،2014-2015

المقالات

22.محمد عماد الدين عياض، نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مجلة دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد5، العدد 9، 2013.

المدخلات

22.بخنة دندان،دور جمعيات حماية المستهلك ،مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الرابع حول حماية المستهلك بتشريعات ووقائع،يوم 22-23 ابريل 2008 ،المركز الجامعي طاهر مولاي ،سعيدة ،الجزائر.

23.سيدومو ياسين، حماية المستهلك بين القواعد العامة والأحكام الخاصة، مداخلة مقدمة خلال الندوة البحثية المنظمة من طرف مركز البحوث القانونية والقضائية، بتاريخ 16 جانفي 2021، الج ازئر.

القوانين

24. قانون رقم 07/79 المؤرخ في 21 يوليو 1979 المتضمن لقانون الجمارك المعدل و المتمم،الجريدة الرسمية عدد 30 لسنة 1979.
25. قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فيفري 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.رن العدد 6، الصادر بتاريخ 8 فيفري 1989)ملغى.(
26. قانون رقم 89-12 مؤرخ في 5 جويلية 1989، يتعلق بالأسعار، ج.ر، العدد 29، الصادر بتاريخ 19 جويلية 1989، ملغى بموجب الأمر رقم 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 9، الصادر بتاريخ 22 فيفري 1995.

27. قانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر، العدد 41، الصادر بتاريخ 27 جوان 2004، المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج.ر، العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.
28. قانون رقم 12/08(المؤرخ في 25 يونيو المعدل والمتمم للامر 03/03 المتعلق بالمنافسة /الجريدة الرسمية عدد 36 سنة 2008.
29. قانون رقم 09 -03 مؤرخ في 25 فب ارير 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 8 مارس 2009، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 18 -09 المؤرخ في 10 يونيو 2018، ج.ر، العدد 35 ، الصادر بتاريخ 13 جوان 2018 .
30. قانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 يعدل و يتمم الامر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة ،جريدة رسمية عدد 46سنة 2010.
31. قانون رقم 11-10المؤرخ في 22جوان 2011 المتعلق بالبلدية.
32. قانون رقم 12-07 المؤرخ في 21فبراير2012 المتعلق بالولاية،الجريدة الرسمية ،عدد رقم 12.
33. قانون رقم12-06 المتعلق بالجمعيات.

34. قانون رقم 18-05 مؤرخ في 10 ماي 2018، يتعلق بالتجارة الالكترونية، ج.ر ،العدد 28، الصادر بتاريخ 16 ماي 2018.

الاوامر

32.أمر رقم 95-06 مؤرخ في 25 جانفي 1995، يتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 9، الصادر بتاريخ 22 فيفري 1995، الملغى بموجب الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 جويلية 2003، المتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 43 ، الصادر بتاريخ 20 جويلية 2003.

33.أمر رقم 03-03 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالمنافسة، ج.ر، العدد 43، الصادر بتاريخ 20 جويلية 2003، معدل ومتمم بموجب القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 جوان 2008، ج.ر، العدد 36، الصادر بتاريخ 2 جويلية 2008، والقانون رقم 10-05، المؤرخ في 19 جويلية 2010، ج.ر، العدد 46، الصادر بتاريخ 18 أوت 2010.

المارسيم التنفيذية

34.مرسوم تنفيذي رقم98_147 المعدلة والمتممة بموجب المادة 07من المرسوم التنفيذي 318/03 المذكور اعلاه بانه يدير المركز مدير عام ويزود بمجلس توجيه بالإضافة الى لجنة عملية وتقنية.

35.مرسوم تنفيذي رقم 03_318 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي 89_147 مؤرخ في 30 سبتمبر 2003، الجريدة الرسمية العدد 59 الصادر في 5 اكتوبر 2003.

36.مرسوم تنفيذي رقم 90_39مؤرخ في 30 جانفي 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر، العدد 5، الصادر بتاريخ 11 جانفي 1990، المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج.ر، العدد 61، الصادر بتاريخ 21 أكتوبر 2001.

37.مرسوم تنفيذي رقم02_453 المؤرخ في 21ديسمبر2002 المحدد لصلاحيات وزير التجارة ،الجريدة الرسمية بتاريخ 2002/12/22 العدد 85.

38.مرسوم تنفيذي رقم 09-415 المؤرخ 16 ديسمبر 2009، يتضمن القانون الأساسي المطبق على الموظفين المنتمين إلى الأسلاك الخاصة بالإدارة المكلفة بالتجارة، ج.ر، العدد 75، الصادر بتاريخ 20 ديسمبر 2009.

39.مرسوم مؤرخ في 2011/01/20يتضمن تنظيم المصالح الخارجية في وازرة التجارة وصلاحياتها وعملها، الجريدة الرسمية عدد 4 الصادر في 2011/01/23

40.مرسوم تنفيذي رقم 12_355 المؤرخ في 2012/10/02 يحدد تشكيلة المجلس الوطني لحماية المستهلك واختصاصاته، الجريدة الرسمية بتاريخ 2012/10/11 العدد 56.

المواقع الالكترونية

41.دليل قانون حماية المستهلك، وازرة الاقتصاد والتجارة، شوهد بتاريخ 30ماي 2024 على الساعة 00:14 ،https:// www .economy.gov.lb

الفهرس

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
اهداء	
اهداء	
شكر وتقدير	
مقدمة	أ
الفصل الاول: الاطار المفاهيمي للحماية الادارية للمستهلك	
تمهيد	**4**
المبحث الأول مفهوم الحماية الإدارية للمستهلك	**5**
المطلب الأول تعريف المستهلك	**5**
الفرع الأول التعريف الفقهي للمستهلك	**6**
الفرع الثاني التعريف التشريعي للمستهلك	**8**
المطلب الثاني تعريف الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك	**12**
الفرع الأول المقصود بالهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك وأهم الخصائص المميزة لها	**12**
الفرع الثاني: دوافع اسناد مهمة حماية المستهلك للهيئات الادارية:	**15**
المبحث الثاني مجال حماية الهيئات الإدارية المكلفة للمستهلك:	**16**
المطلب الأول المجال الشخصي والموضوعي لحماية الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك	**16**
الفرع الأول الأشخاص الخاضعين لرقابة الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك)المتدخل(	17

الفرع الثاني موضوع الرقابة الممارسة من قبل الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك	**18**
المطلب الثاني المجال الزمني والوظيفي لرقابة الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك	21

فهرس المحتويات

الفرع الأول :المجال الزمني لرقابة الهيئات الإدارية المكلفة بحماية المستهلك	**22**
الفرع الثاني : المجال الوظيفي للهيئات الادارية المكلفة بحماية المستهلك	**22**
الفصل الثاني: دور الهيئات الادارية في حماية المستهلك	
تمهيد	**29**
المبحث الأول: الهيئات المركزية	**30**
المطلب الأول:	**30**
الفرع الأول: وازرة التجارة	**30**
الفرع الثاني: الجمارك	**33**
الفرع الثالث: مجلس المنافسة	**35**
المطلب الثاني: الهيئات المركزية الخاصة	**37**
الفرع الاول: المجلس الوطني لحماية المستهلكCNPC	**37**
الفرع الثاني: المركز الوطني لم ارقبة النوعية والرزم CACQE	**39**
الفرع الثالث: شبكة مخابر التجارب وتحليل النوعية	**42**
المطلب الثالث: التقييس	**43**
الفرع الثاني: أجهزة التقييس	**44**
المبحث الثاني: دور الهيئات المحلية في حماية المستهلك:	**46**
المطلب الاول: البلدية	**46**
الفرع الاول المجلس الشعبي البلدي	**46**
الفرع الثاني رئيس المجلس الشعبي البلدي	**48**
المطلب الثاني: الولاية	**49**
الفرع الاول: للمجلس الشعبي الولائي	**50**
الفرع الثاني: الوالي	**50**

المطلب الثالث: جمعيات حماية المستهلك	52
الفرع الأول: تعريف جمعيات حماية المستهلكين	52
الفرع الثاني: تأسيس جمعيات حماية المستهلك	52
الفرع الثالث:الدور الوقائي والعلاجي للجمعيات	54
خلاصة الفصل الثاني	57
الخاتمة	59
قائمة المصادر والمراجع	61