



جامعة أكلبي منذ أول حاج - البويرة -
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص



مطابقة المنتوجات للطلبات المشروعة للمستهلك في ظل التشريع الجزائري

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص: قانون الأعمال

تحت اشراف:

• حملاحي جمال

من اعداد:

• جعفر خوجة فاطمة ياسمين

• محمد كاميلى

الأستاذ: د/ نعميري ياسين.....رئيسا

الأستاذ: د/ حملاحي جمال.....مشرفا ومقرا

الأستاذ: د/ مزهود حكيم.....ممتحنا

السنة الجامعية 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى:

"اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ * خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ * اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ * الَّذِي
عَلَّمَ بِالْقَلَمِ * عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ "

سورة العلق (الآيات 1-5):

وقال تعالى:

"يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ"

سورة المجادلة (الآية 11)

الشكر والتقدير

الحمد لله عزّ وجلّ الذي بنعمته تتمّ الصالحات، نحمده سبحانه
حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم
سلطانه، ونقول: الحمد لله حتى ترضى، والحمد لله إذا رضيت،
والحمد لله بعد الرضا.

وانطلاقاً من قول النبي ﷺ: "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"،
نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ المشرف حملاحي
جمال على دعمه المتواصل، وتوجيهاته القيّمة، وصبره معنا طوال
فترة إنجاز هذا العمل.

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة
الكرام على تفضلهم بقبول مناقشة هذا العمل، وما سيقدمونه من
ملاحظات بناءة.

ولا يفوتنا أن نشكر كل من ساعدنا من قريب أو بعيد، علناً أو
خفية، وساهم في إنجاز هذا العمل، فجزاهم الله عنا خير الجزاء.

وفي الأخير، نسأل الله أن يوفقنا لما فيه الخير، وأن يجعل هذا
العمل خالصاً لوجهه الكريم.

2020

جميل كاميليا

وجه ياسمين

الاهداء

بكل حب وامتنان، وبقلبي يغمره الشكر والثناء، أهدي ثمرة جهدي هذه إلى من كانوا

السند والنور في دربي

إلى أمي الحبيبة وأبي العزيز، أطال الله في عمرهما وبارك في صحتهما، اللذين غرسا في نفسي
الأمل، وكانا لي الدماء الذي لا ينقطع، والحب الذي لا يقدر بثمن، اللهم احفظهما لي وارض عنهما

كما ربياني صغيرا

إلى إخوتي الغاليين فايضة وسيفه وسارة وبسمة، وإلى أزواجهم وأبنائهم، أنتم فرحتي وسندي،
بوجودكم تطيب الحياة وتزهو أيامي، أسأل الله أن يديم محبتنا ويجمعنا دائما على الخير

إلى ابنة أختي الغالية صافو، يا بهجة القلب وابتسامته، جعل الله أيامك مليئة بالفرح والنجاح،

وكتب لك مستقبلا مشرقا

إلى أصدقائي جميعا، الذين شاركوني لحظات التعب قبل الفرح، شكرا لكل كلمة طيبة، ولكل

دعم صادق، دعم لي سندا لا يميل

إلى صديقتي المقربة نور الهدى، يا من كنت لي أختا لم تلدها أمي، ورفيقة درج لا تعوض،

حفظك الله ودامت صداقتنا أبدا

إلى صديقتي وزميلتي في مذكرة التخرج كامي، رفيقة هذا المشوار الجميل، تقاسمنا معا
لحظات التعب والسهر، وشاركنا حلم الوصول حتى صار واقعا نعتز به، كنت لي سندا وقوة في كل
خطوة، فكان النجاح أجمل بوجودك، أسأل الله أن يوفقك في حياتك القادمة ويحقق لك كل ما تتمنين

وإلى من كانوا معنا في البداية وتمادرونا قبل أن يروا ثمرة جهدهم، رحمهم الله رحمة واسعة،

وجعل ما قدموه في ميزان حسناتهم، وطيب ثراهم، وجمعنا بهم في جنات النعيم

اللهم لك الحمد حتى ترضى، ولك الحمد إذا رضيت، ولك الحمد بعد الرضا، ما كان هذا ليتم

لولا توفيقك وفضلك

جعفر خوجة ياسمين

الإهداء

إلى من كانت دعواتها تضيء دربي في كل خطوة، ومن كان رضاها سرّ توفيقتي ونجاحي،

إلى أمي الحبيبة.

وإلى من علمني أن النجاح لا يُنال إلا بالصبر والاجتهاد، وكان لي السند والعمود في مسيرتي،

إلى أبي الغالي.

وإلى نفسي، التي خاضت هذه الرحلة بإصرار وثبات، وتحملت التعب والصعوبات دون أن

تترجع، حتى بلغت هذه اللحظة بكل فخر واستحقاق.

إلى إخوتي الأعمام، رفقاء العمر وذاكرة الطفولة، الذين تقاسمت معهم أجمل اللحظات وكانوا

لي دائمًا مصدر دعم ومحبة.

إلى صديقتي ياسمين، شريكتي في إنجاز هذه المذكرة، التي جمعتني بها أيام من التعاون

والاجتهاد، فكانت خير رفيقة وخير معين.

إلى صديقة الطفولة والعمر، سلوى، التي بقيت وفيّة رغم مرور السنوات، فحفظت الودّ وأثبتت

أن الصداقة الحقيقية لا تتغير.

إلى صديقاتي العزيزات: ماريان، هاجر، شمس وسوسن، رفيقات دربي الدراسي، اللواتي

شاركنني لحظات التعب والنجاح، فكان لي سندًا وتشجيعًا لا يُنسى.

وإلى كل من كانت دعواته الصادقة تسبقني في كل خطوة، ومن ترك في حياتي أثرًا طيبًا لا

يُمحى، أهدي هذا العمل المتواضع، راجية أن يكون ثمرة جهدٍ مخلص ونجاحٍ يستحق التقدير.

جعيد كاميليا



مقدمة



في يومنا هذا كل شخص له عديد من احتياجات متنوعة في سوق بصفته مستهلك، فهو لا يسأل عن مكوناته التقنية ولا عن مسار إنتاجه ولا عن الجهات التي أشرفت على رقابته، يكفي بما يراه أمامه وبما صرح به البائع، ويمضي واثقا من أنه حصل على ما يريده، غير أن هذه الثقة البسيطة كثيرا ما تصطدم بواقع مغاير، حين يكتشف لاحقا أن ما اقتناه لم يكن على الوجه الذي تصوره، سواء من حيث جودته أو تركيبته أو صلاحيته للاستعمال الذي أراده، ولعل هذا المشهد اليومي المتكرر هو أصدق تعبير عما تعانيه العلاقة الاستهلاكية من اختلال حقيقي يعجز المستهلك وحده عن معالجته.

إن ما يجعل هذا الاختلال عميقا في جوهره هو أن الطرفين لا يقفان على أرضية متكافئة حين يتقابلان في السوق، فالمتدخل، سواء كان منتجا أو موزعا أو مستوردا أو بائعا، يعمل في إطار نشاط مهني منظم يجعله محيطا بكل ما يتعلق بما يطرحه، يعرف مكوناته وحدود استخدامه وما قد يعتريه من قصور، ولا يفصح عن هذا كله بالضرورة، في المقابل، لا يملك المستهلك من ذلك إلا ما اختار المتدخل أن يخبره به، دون أن تكون له أدوات فنية أو خبرة تقنية تمكنه من التحقق مما وصف له، وهذا التفاوت المعرفي والفني بين الطرفين هو الذي يجعل الحماية القانونية للمستهلك ضرورة موضوعية لا ترفا تشريعيًا، ويستوجب تدخل المشرع بأحكام أمرة تردم هذه الفجوة أو تخففها في حدود ما يمكن.

وفي مواجهة هذا الواقع، لم يقف المشرع الجزائري موقف المتفرج، بل تدخل بمنظومة من الالتزامات تقع على عاتق كل متدخل في مسار طرح المنتج للاستهلاك، وفي مقدمة هذه الالتزامات يأتي مبدأ المطابقة الذي كرسه القانون رقم 09-103¹ المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وهو مبدأ يقوم على فكرة أن تسليم المنتج وحده لا يكفي، بل يجب أن يكون ما يصل إلى يد المستهلك مطابقا لما انتظره حقا، من حيث خصائصه وجودته وصلاحيته للاستعمال المقصود ومن حيث سلامته الصحية والأمنية. رغم أن ما يميز هذا القانون عن غيره هو أنه لم يقتصر على المفهوم التقني الضيق للمطابقة المرتبط بالمواصفات والمقاييس، بل أرسى في مادته الحادية عشرة معيارا أوسع يقوم على تلبية الرغبات المشروعة للمستهلك، وهو مفهوم يحول توقعاته

¹ القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009، المعدل والمتمم.

المعقولة من مجرد أمنيات شخصية إلى حقوق موضوعية مكفولة قانونا في مواجهة المتدخل المحترف.

وتكتسب دراسة هذا الموضوع أهميتها من زاويتين لا تتفصلان، فمن الناحية النظرية، يبقى مفهوم الرغبة المشروعة للمستهلك من أكثر المفاهيم التي تستوجب التحليل والتدقيق في الدراسات القانونية الجزائرية، إذ كثيرا ما يختزل في الجانب التقني الضيق المتعلق بالموصفات، دون أن يولى الاهتمام الكافي لبعده الأعمق المتمثل فيما يحق للمستهلك توقعه بصورة معقولة في ضوء طبيعة المنتج وما أعلن عنه، ومن الناحية العملية، فإن الواقع الجزائري يكشف عن تنام ملحوظ في ظاهرة طرح منتجات في السوق لا تستجيب لما يتوقعه المستهلك، مما يجعل البحث في الأطر القانونية الكفيلة بردع هذه الظاهرة وتوفير الحماية الفعلية أمرا تقتضيه الحاجة لا مجرد الفضول الأكاديمي.

وقد دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع دوافع ذاتية وموضوعية في آن واحد، فعلى الصعيد الذاتي، شكل الإحساس المتكرر بغياب التوازن الحقيقي في العلاقة الاستهلاكية وعجز المستهلك في أحيان كثيرة عن معرفة كيفية المطالبة بحقه حين يصله منتج لا يطابق ما انتظره، دافعا حقيقيا لاستجلاء الأحكام القانونية المنظمة لهذه المسألة واستيعاب حدودها وإشكالياتها، أما على الصعيد الموضوعي، فإن القانون 09-03 قد عرف تعديلا جوهريا بموجب القانون 18-09 أضاف أحكاما مهمة في مجال المطابقة والرقابة والعقوبات، كما أن المنظومة التنظيمية المرتبطة به من قوانين التقييس والمراسيم المتعلقة بالوسم والإعلام تشهد تطورا مستمرا يستوجب التتبع والتحليل.

ولا تنشأ أي دراسة من فراغ، وقد اطلعنا في سياق إعداد هذا البحث على جملة من الأعمال التي تناولت موضوع حماية المستهلك في التشريع الجزائري من زوايا مختلفة. منها من تناولت الالتزام بمطابقة المنتوجات في قانون حماية المستهلك بشكل منهجي، وإن بقيت في بعض جوانبها عند حدود التأطير العام دون التعمق في معيار الرغبة المشروعة بوصفه أداة تقييم مستقلة. ومنها من عنيت بدراسة الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات من زاوية مقارنة أوضاع الجانب المدني من مسؤولية المتدخل، فضلا عن تلك التي انصببت على دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك من الجانب الإداري والتطبيقي، وتسعى دراستنا إلى تجاوز ما اقتصر عليه

هذه الأعمال من خلال الجمع بين التأطير المفاهيمي للمطابقة والرغبات المشروعة من جهة، والشق التطبيقي المتعلق بالتزامات المتدخل وآليات الرقابة والجزاء من جهة أخرى، مع الحرص على إبراز الصلة العضوية بين هذين الشقين بدلا من معالجتها بصورة منفصلة.

وعلى ضوء ما سبق، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول السؤال الجوهرى الآتى:

إلى أي مدى يحقق المشرع الجزائري الحماية الفعالة للرغبات المشروعة للمستهلك من خلال ضمان مطابقة المنتوجات؟

وللإجابة عن هذه اشكالية، اعتمدنا ثلاثة مناهج متكاملة لا غنى لأي منها عن الآخر، فالمنهج التحليلي كان ركيزتنا الأساسية من خلال استقراء النصوص القانونية المتعلقة بالمطابقة وتفكيك مضامينها وإبراز ما بينها من ترابط وتكامل. واستعنا بالمنهج المقارن حين اقتضت الضرورة المقارنة بين أحكام القانون المدني¹ وقانون حماية المستهلك في مسائل المطابقة والضمان والمسؤولية، للكشف عن أوجه الاتساق والاختلاف بينهما، فضلا عن المنهج الوصفي في عرض الآليات الرقابية الإدارية وصلاحيات أعوان قمع الغش والإجراءات التحفظية المقررة لضمان المطابقة في مرحلة التسويق.

ولم يخل مسار إعداد هذه الدراسة من عقبات واجهتنا فعلا، فأبرزها تشتت النصوص القانونية المنظمة للمطابقة بين قانون حماية المستهلك وتعديلاته وقانون التقييس رقم 04-04 وعدد كبير من المراسيم التنفيذية التي تتضمن أحكاما تفصيلية متفرقة، مما استوجب جهدا حقيقيا في الجمع والتنسيق قبل الشروع في التحليل، يضاف إلى ذلك شح الاجتهاد القضائي الجزائري في هذا المجال تحديدا، إذ تبقى القضايا المنشورة المتعلقة بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك شحيحة، مما اضطرنا إلى الاعتماد على الفقه أساسا في التأسيس والاستدلال، كما أن المرونة التي أبقي عليها المشرع في مفهوم الرغبة المشروعة، وهي مرونة مقصودة كما يرى

¹ أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المنضمين القانون المدني، ج. ر، العدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، معدل ومنتقم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005، ج. ر، عدد 44، الصادر بتاريخ 20 جوان 2005.

الفقه، جعلت ضبط حدوده النظرية تحدياً قائماً بذاته، إذ لا يمكن حصره في قالب ثابت يصلح للتطبيق على كل حالة على حدة.

واقترضت طبيعة الموضوع تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين متكاملين يسير كل منهما في امتداد الآخر، نتناول في **الفصل الأول** المطابقة بوصفها وسيلة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك، وذلك من خلال مبحثين؛ يخص الأول للإطار المفاهيمي إذ نتناول فيه تعريف المطابقة لغة واصطلاحاً وقانوناً وأسسه القانونية في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، والقانون المدني، المعدل والمتمم أيضاً، وأنواعها من مطابقة قانونية تشمل المواصفات والمقاييس الإلزامية واللوائح الفنية، ومطابقة تعاقدية تشمل المطابقة الكمية والوصفية والوظيفية، ثم نقف عند مفهوم الرغبة المشروعة للمستهلك ومعاييرها النوعية والوظيفية والكمية والاحترافية، وطبيعة المعيار الذي يعتمده القاضي في تقدير مدى تحققها، أما المبحث الثاني فيتناول العلاقة بين مبدأ المطابقة وحماية المستهلك، من خلال إبراز مركز المستهلك بوصفه طرفاً ضعيفاً معرفياً وتفاوضياً في مواجهة المتدخل المحترف، وآليات إعادة التوازن للعقد الاستهلاكي كمكافحة الشروط التعسفية والشرط الجزائي وإبطال العقد وحق العدول، وصولاً إلى الارتباط بين المطابقة والأمن الصحي وتأثير العيوب الخفية على الرغبات المشروعة للمستهلك.

أما **الفصل الثاني** فيتناول مظاهر المطابقة لحماية رغبات المستهلك في القانون 09-03 من خلال مبحثين متتاليين؛ يعالج الأول التزامات المتدخل اتجاه مطابقة المنتوجات، بداية من الالتزام بالتقييس واحترام القواعد الإلزامية وفق القانون 04-04، والالتزام بالوسم بوصفه دليلاً مرئياً على المطابقة في مواجهة المستهلك مباشرةً وفق المرسوم التنفيذي 13-378، مروراً بضمان ملاءمة المنتج للاستعمال المنتظر منه، والالتزام بالإعلام والتحذير بشروطه من شمولية ووضوح وظهور وملاصقة للمنتج، ويعالج المبحث الثاني الوسائل القانونية لضمان المطابقة بعد عرض المنتج للاستهلاك، من خلال الرقابة الإدارية وصلاحيات التفتيش وأخذ العينات وتحريير المحاضر، وتدابير منع تداول المنتج وإخراجه من السوق، انتهاءً بالعقوبات المقررة لعدم المطابقة سواء على صعيد المسؤولية المدنية من تنفيذ عيني وتعويض وفسخ أو إبطال، أو على صعيد المسؤولية الجزائية وما تتضمنه من عقوبات أصلية وتكميلية رادعة.



الفصل الأول:

المطابقة كوسيلة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك



يبقى المستهلك في أغلب الأحيان الطرف الأضعف في العلاقة التعاقدية، نظرا لافتقاره إلى المعرفة التقنية التي يمتلكها المهني، مما يجعله عرضة للغش والاستغلال ويستوجب تدخل المشرع لحمايته، وهو ما جاء القانون 09-03 ليجسده.

وتتمحور دراسة هذا الفصل حول مبدأ المطابقة ودوره في حماية الرغبات المشروعة للمستهلك وفق المادة 11 من القانون ذاته، انطلاقا من جملة معايير، فضلا عن ذلك، فإن المطابقة لا تنحصر في الجانب التعاقدى وحده، بل تمتد لتشمل متطلبات السلامة والصحة العامة المرتبطة بالمنتج.

وقد ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين: يخصص **(المبحث الأول)** للإطار المفاهيمي، إذ نتناول فيه تعريف المطابقة والرغبات المشروعة وأنواعها ومعايير تقديرها، في حين يعالج **(المبحث الثاني)** العلاقة بين مبدأ المطابقة وحماية المستهلك، من خلال إبراز دورها في استعادة التوازن للعقد الاستهلاكي وصون سلامة المنتج.

وقد اعتمدنا في ذلك أساسا على نصوص القانون 09-03 السالف ذكره، مستعينين ببعض التحليلات الفقهية التي تضيء جانبه التطبيقي. والغاية في نهاية المطاف الإجابة عن الإشكالية الآتية: كيف يمكن لمبدأ المطابقة أن يكرس حماية فعلية للرغبات المشروعة للمستهلك في ظل التفاوت المعرفي الواضح بينه وبين المهني؟

المبحث الأول:

الإطار المفاهيمي للمطابقة والرغبات المشروعة للمستهلك

يعد مفهوم المطابقة والرغبات المشروعة من أهم الأسس التي يقوم عليها هذا الموضوع، إذ بهما نحكم على ما إذا كان المهني قد أوفى بالتزاماته تجاه المستهلك أم أخل بها.

والواقع أن المستهلك حين يشتري سلعة أو يحصل على خدمة، لا يشغل ذهنه بمسائل قانونية معقدة، بل يريد ببساطة ما يستحق ثمنه وما يلي حاجته على النحو الذي تصوره، آخذا بعين الاعتبار ما جرى عليه العرف في مثل هذه المعاملات.

ومن هنا يتضح أن تقييد المطابقة في الجانب التعاقدى وحده لا يكفي، لأن ما ينتظره المستهلك بصورة معقولة كثيرا ما يتجاوز النص المكتوب، ويتفاوت من منتج إلى آخر تبعا للظروف والملابسات. وهنا يبرز مفهوم الرغبات المشروعة بوصفه معيارا متوازنا، يراعي ما يحق لأي مستهلك عادي توقعه دون مبالغة وعلى هذا الأساس، سنتناول في **(المطلب الأول)** مفهوم المطابقة وأسسها، ثم سنتطرق في **(المطلب الثاني)** الى مفهوم الرغبات المشروعة والمعايير المعتمدة في تقديرها، وصولا إلى الدور الذي يؤديه معا في تحقيق حماية فعلية للمستهلك.

المطلب الأول:

مفهوم المطابقة وأسسها القانونية

لفهم الدور الذي تؤديه المطابقة في حماية المستهلك، لا بد أولا من توضيح ما المقصود بها، فكثير من الناس يظنون أنها تعني فقط استيفاء المنتج للمواصفات الرسمية، غير أن الأمر في الحقيقة أوسع من ذلك، إذ يمتد ليشمل ما تم الاتفاق عليه بين طرفي العقد.

والجدير بالملاحظة أن المشرع الجزائري في القانون 09-03 ميّز بين نوعين من المطابقة: مطابقة قانونية ترتبط بالمواصفات التقنية والتنظيمية، ومطابقة تعاقدية تقوم على ما اتفق عليه الطرفين، وهذا التمييز هو ما يجعل الإحاطة بهذا المفهوم ضرورة لا غنى عنها.

وعليه، سنتناول في هذا المطلب تعريف المطابقة لغة واصطلاحاً وقانوناً، ثم أنواعها، بما يمكننا من تحديد الحالات التي يحق فيها للمستهلك.

الفرع الأول: تعريف المطابقة:

لا يمكننا الحديث عن المطابقة دون معرفة معناها الدقيق، إذ يستخدمها الكثيرون دون مراعاة معناها الحقيقي، في الواقع، قد تحمل المطابقة عدة معانٍ، أولاً لها معنى في اللغة، ثانياً لها معنى آخر اصطلاحاً، وفي أخيراً، خصص لها القانون معنى خاصاً ينبغي فهمه جيداً، بناءً على ذلك، ستعرض هذه الدراسة هذه التعريفات الثلاثة تباعاً إذ لا يمكن لأي باحث قانوني تطوير موضوع دراسته دون الدراية كاملة بالمصطلحات التي يتناولها.

أولاً: تعريف المطابقة لغة:

تعني المطابقة في اللغة العربية التوافق والتشابه بين شيئين، على سبيل المثال، نقول إن شيئاً ما متطابق مع الآخر إذا كانا متماثلين تماماً دون أي اختلافات بينهما، الكلمة مشتقة من الفعل "طبق" الذي يدل على التوافق والتماثل، أي أن الشيء يشبه الآخر تماماً دون أي اختلاف.¹

ثانياً: تعريف المطابقة اصطلاحاً:

المطابقة من الناحية الاصطلاحية تعني أن المنتج/ الخدمة يتوافق مع ما تم الاتفاق عليه بين الطرفين، سواء كان ذلك منصوحاً عليه في العقد أو مفهوماً ضمناً.

ولا يقتصر الأمر على الأحكام المكتوبة فقط، بل يشمل أيضاً ما هو معروف بالعرف، بالإضافة إلى ملاءمة المنتج للغرض الذي صنع من أجله، وبالتالي، فإن المنتج المطابق هو الذي

¹ أبو فضل جمال الدين محمد بن أكرم بن منظور الإفريقي، لسان العرب، مادة (طبق)، دار صادر، المجلد 10، بيروت،

1968، ص 210_209.

يلبي التوقعات المشروعة للمستهلك من حيث الجودة، والأمن، والسلامة، والتركيب، والتنوع، بشكل يتناسب مع ما نصت عليه القوانين السارية¹.

ثالثاً: تعريف المطابقة في القانون الجزائري:

تم تناول تعريف المطابقة في القانون الجزائري في إطار قانونين أساسيين هما:

1- في قانون حماية المستهلك وقمع الغش:

بالرجوع لقانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 في مادته الثالثة الفقرة 18 نجد انه قد عرف المطابقة بأنها كل منتج معروض للاستهلاك يجب ان يستجيب للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية ومتطلبات السلامة والأمن والصحة والبيئة².

أما المادة 11 القانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 18-09³ نجدها قد نصت على ان المطابقة هي تلبية المنتجات المعروضة للاستهلاك للرغبات المشروعة المنتظرة من طرف المستهلك سواء من حيث الخصائص الذاتية⁴ التي يحتويها هذا المنتج أو الخدمة أو البيانات التعريفية والتنظيمية المصاحبة له⁵.

¹ ينظر في المعنى العام للمطابقة في الفقه القانوني: **حيدر هادي عبد الخزاعي**، ضمان مطابقة المبيع (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة بابل، 2014، ص 9_14. وكذلك: **قرواش رضوان**، "مطابقة المنتوجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في القانون الجزائري"، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 5، العدد 1، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2014، ص 256.

² المادة 3 من القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009، المعدل والمتمم.

³ المادة 11 من القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جوان 2018، المعدل والمتمم لقانون رقم 09-03، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج. ر، العدد 35، الصادر بتاريخ 10 جوان 2018.

⁴ يقصد بالخصائص الذاتية، حسب المادة 11 من قانون رقم 18-09، السالف ذكره، مجموع الصفات الجوهرية والمادية التي يمتلكها المنتج في ذاته، والتي تحدد هويته الحقيقية وتشمل طبيعة المنتج، صنفه، منشئه، مميزاته الأساسية، تركيبته، نسبة مقاوماته اللازمة، هويته، كميته، قابليته للاستعمال، والأخطار الناجمة عن استعماله.

⁵ يقصد بالبيانات التنظيمية، حسب المادة 11 من القانون رقم 18-09، السالف ذكره، المعلومات والشروط المصاحبة للمنتج التي تنظم عرضه واستعماله السليم، وتشمل مصدر المنتج، النتائج المرجوة منه، التغليف، تاريخ الصنع، التاريخ الأقصى للاستهلاك، كيفية الاستعمال، شروط الحفظ والاحتياطات المتعلقة بذلك، والرقابة التي أجريت عليه.

عند استقراء المادتين، نستنتج أن المطابقة لا ينحصر معناها في الاستجابة للمقاييس والمواصفات القانونية التقنية فقط، بل تتجاوز ذلك لتشمل أيضا تلبية الرغبات المشروعة للمستهلك.

وتجدر الإشارة في هذا الصدد إلى أن الرغبات المشروعة للمستهلك تتسم بطابع نسبي، إذ تتباين من مستهلك إلى آخر تبعا للأذواق والظروف الفردية، وتنقسم إلى رغبات ظاهرة يعبر عنها المستهلك صراحة من خلال ما يطلبه أو يشترطه عند التعاقد، ورغبات ضمنية تستخلص من طبيعة المنتج وما أعد له من استعمال، ومن هذا المنطلق، فإن المتدخل لا يلزم بتلبية كل رغبة ذاتية على حدة، بل يكفي أن يلتزم بالمقاييس والمعايير القانونية المعتمدة، وألا يقدم منتجاً بأي أسلوب من شأنه تضليل المستهلك أو خداعه في خصائصه الذاتية أو في طريقة استعماله.

أما فيما يخص المعايير التي يستند إليها المتدخل لتوفير منتجات أو خدمات تتناسب مع رغبة المستهلكين، فسننظر في المطلب الثاني من هذا المبحث، تحت عنوان معايير تقدير الرغبة المشروعة.

خلاصة القول إن المطابقة تحمل في طياتها شقين:

- **الأول:** أنها يجب أن تستجيب للمقاييس والمواصفات القانونية والتقنية المتعلقة بالسلامة والأمن والصحة والبيئة، كما ورد في المادة 3 من قانون حماية المستهلك.
- **الثاني:** أنها يجب أن تلبى الرغبة المشروعة التي ينتظرها المستهلك، من حيث الخصائص الذاتية للمنتج والبيانات المصاحبة له، المنصوص عليها في المادة 11 من نفس القانون.

2- في القانون المدني:

كما ان للمطابقة في القانون المدني تختلف عما أقره قانون حماية المستهلك، فبالرجوع المادة 353 ق.م المتعلقة بعقد البيع بالعينة¹، فالمطابقة في القانون المدني لها نطاق ضيق، إذ تقتصر على مجرد تطابق المبيع المسلم مع العينة المتفق عليها بين المتعاقدين، فإذا جاءت العينة غير

¹ المادة 353 من أمر رقم 75-58، المتضمن القانون المدني، السابق الذكر، تنص المادة " إذا انعقد البيع بعينة يجب ان يكون المبيع مطابقا لها....".

مطابقة، كان للمشتري الحق في فسخ العقد او طلب التعويض، لجبر الضرر النجم عن هذا الإخلال¹.

هذه الحماية تبقى محدودة الأثر، لكونها لا تخرج عن دائرة العلاقة التعاقدية بين طرفي العقد، ولا تمتد لتشمل ما هو اهم من ذلك، كحماية صحة المستهلك وضمان سلامته نتيجة استخدامه منتج معيبا او غير مطابق للمواصفات القانونية، في حين، أن قانون حماية المستهلك جاء بنطاق أوسع، اذ يتجاوز حدود العقد، ليجعل المستهلك محميا من الغش والتدليس، ويضمن له الحق في الحصول على منتجات مطابقة لما يرغب به، ولا تضر بصحته ولا تمس سلامته².

الفرع الثاني: أنواع مطابقة المنتجات:

لا يمكن حصر المطابقة في قالب واحد فالمشعر الجزائري لم يكتف بنوع واحد، بل توزع الى نوعين رئيسيين يكمل كل واحد منهما الآخر، في تحقيق الحماية للمستهلك، فهناك مطابقة مصدرها القانون مباشرة وأخرى تنبثق من عقد بناء على إرادة الأطراف.

وعلى هذا الأساس سنتطرق في هذا الفرع المطابقة القانونية أولا، ثم المطابقة التعاقدية.

أولا: المطابقة القانونية للمنتجات:

المطابقة القانونية هي التزام مفروض بقوة القانون على كل متدخل، بحيث يكون المنتج المطروح للاستهلاك مستوفيا لجميع الشروط المحددة قانونا.

وتنقسم هذه المطابقة القانونية للمنتجات الى نوعين: الأول يتعلق بالمواصفات القانونية، والثاني يختص بالمقاييس القانونية، وهذا ما سنتناوله.

¹ جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002/2001، ص ص 91 و 92.

² طرفي أمال، التزام المنتج بمطابقة المنتجات في ظل القانون رقم 03_09، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة اكلي محند او لحاج، البويرة، 2012، ص 11.

1- مطابقة المنتجات للمواصفات القانونية:

حتى يكون المنتج مستوفيا للشروط القانونية لا بد ان يكون مطابقا للمواصفات القانونية لذا سنتطرق لتعريف المواصفات القانونية ثم الى تنظيمها.

أ- تعريف المواصفات القانونية:

فضل المشرع الجزائري عدم تعريف المواصفات القانونية، إنما أشار إليها من ناحية الالتزام الواقع على عاتق المتدخل، فبالرجوع للمادة 10 فقرة 1 والمادة 11 من قانون حماية المستهلك¹، اكتفى بذكر الخصائص التقنية الواجب توفرها في المنتج المعروض للاستهلاك كميزاته، تركيبته، هويته.....الخ.

ثم صدر القانون 04-04 المتعلق بالتقييس²، المعدل والمتمم بالقانون 16-04³ الذي كشف بها المشرع في المادة الثانية فقرة 3 منه معنى المواصفة، على انها وثيقة تصادق عليها هيئة تقييس معترف بها وتجمع قواعد وإرشادات المنفق عليها، يحتكم إليها عند التعامل مع منتج بعينه أو عملية إنتاج محددة، سواء تعلق الأمر بالمصطلحات أو الرموز أو التغليف أو طريقة الصنع، وهي من حيث المبدأ غير إلزامية.

يمكن القول ان المواصفات القانونية، هي ببساطة وثيقة تضبط الخصائص التقنية والمميزات التي يفترض ان تكون موجودة في المنتج، والتي يجب على المتدخل التأكد منها قبل عرض المنتج على المستهلك، فهي معايير ملزمة، لا يمكنه تجاهلها او التهاون في تطبيقها، وتشمل جوانب عديدة، منها معايير الجودة، أبعاد التغليف، طريقة الوسم والمناهج الإنتاجية الواجب اتباعها، فالحصول

¹ المادتين 10 و 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، بالقانون 18-09، السالف ذكره.

² قانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 يتعلق بالتقييس، ج. ر، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم.

³ قانون رقم 16-04 المؤرخ في 19 جوان 2016 يعدل ويتم القانون 04-04 المتعلق بالتقييس، ج. ر، العدد 37، الصادر في 22 جوان 2016.

على شهادة المطابقة، لا يمكن تصوره والمنتج لا يستجيب للشروط المحددة قانوناً، ويتعرض المتدخل للمساءلة القانونية في حالة ألحق المنتج الضرر بالمستهلك¹.

ب- تنظيم المواصفات القانونية:

المواصفات القانونية تشكل المعيار الأساسي لتحديد جودة المنتج على حساب طبيعته، نوعه، ومميزاته وتشمل أيضاً طريقة استعماله، وما يجب مراعاته والحذر منه عند استخدامه، وتمتد هذه المواصفات لجميع تفاصيل المنتج، من أبعاده ووزنه إلى أسلوب تعبئته وتغليفه، فنجد أن المشرع قد أوجب بموجب المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك²، تغلف المنتجات الغير منزلية في عبوات صلبة، وتكون مرفقة ببيانات تفصيلية توضح كيفية التركيب والاستخدام والصيانة.

أما بخصوص المواد المضافة للمواد الغذائية، فقد حدد ضوابط استخدامها في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 12-214، معرفاً إياها كل مادة تدمج في الغذاء، قصد حفظه لمدة أطول بشرط أن لا تؤثر على صحة المستهلك، مع الحظر الصريح على عدم التصريح بوجودها أو اللجوء إليها لإخفاء المواد الأولية الفاسدة أو أساليب الإنتاج المخالفة للمعايير المعتمدة³.

2- مطابقة المنتوجات للمواصفات القياسية:

المشرع حرص على جودة المنتجات، وذلك من خلال وضع معايير قياسية يجب احترامها، وللإحاطة بهذا الموضوع، ينبغي التطرق لتعريف هذه المواصفات القياسية ثم تبيان أنواعها.

أ- تعريف المواصفات القياسية:

¹ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجيستر، فرع قانون أعمال، كلية الحقوق جامعة قسنطينة 1، 2013-2014، ص 87.

² المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج. ر، العدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

³ المرسوم التنفيذي رقم 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال المواد المضافات في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج. ر، العدد 30، الصادر في 16 ماي 2012.

المقاييس هي في الأساس وثائق، تحدد الصفات التقنية التي يجب ان تتوفر في المنتجات، الهدف منها تحقيق الأهداف المشروعة للمنتجات والخدمات، وهذه المواصفات هي من تحدد خصائص معينة، تهدف لحماية المستهلك وسلامته، اذ تبقى السلامة، هي الدليل على ان المنتج مطابق للمواصفات¹.

فهي وثائق قانونية عامة، متاحة للجميع من أجل الاطلاع عليها، تم اعدادها بالتعاون بين أطراف ذات علاقة، وتعتمد على نتائج العلمية والتقنية المعروفة وعلى الخبرات السابقة، ساعية في النهاية الى خدمة المصلحة العامة.

إذا رجعنا الى القانون 04-16 مادة 2 فقرة 1 نجدها قد عرفت التقييس، بأنه نشاط منظم يهدف الى وضع قواعد موحدة، يمكن تطبيقها بشكل متكرر، للتعامل مع مشكلات تقنية تواجه او قد تواجه المنتجات والخدمات، من خلال اصدار وثائق مرجعية تضبط العلاقة بين مختلف الأطراف العلاقات الاقتصادية الاجتماعية².

ب - أنواع المواصفات القياسية:

عند الرجوع للمرسوم التنفيذي رقم 05-464 المتعلق بتنظيم وسير عمل التقييس³، نجد ان المشرع قد ميز بين نوعين:

¹ ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، مدرسة الدكتوراه، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 137.

² المادة 2 من القانون رقم 04-16 المتعلق بالتقييس، سابق الذكر.

³ المرسوم التنفيذي رقم 05-464 مؤرخ في 06 ديسمبر 2005 يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج. ر، عدد 80، الصادر بتاريخ 11 ديسمبر 2005. المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 16-324 المؤرخ في 13 ديسمبر 2016 يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج. ر، العدد 73، الصادر في 15 ديسمبر 2016.

- المواصفات الوطنية (الجزائرية):

تنص المادة العاشرة منه، على ان اعداد هذه المواصفات القياسية يكون من قبل اللجنة الفنية والوطنية متخصصة، بعد الانتهاء من مرحلة الاعداد، تحال المشاريع الى المعهد الجزائري للتقييس، الذي يتكفل بإدراجها ضمن برامج عمله الدورية أي كل ستة أشهر¹، وهذا النوع بدوره ينقسم الى صنفين:

• المواصفات المصادق عليها:

هذه المواصفات ذات طابع إلزامي، لا يجوز للمتدخل تجاهلها، كونها مصادق عليها من طرف الهيئة المشرفة على التقييس، مما يضفي عليها قوة قانونية ملزمة للجميع.

• المواصفات المسجلة:

وهذا الصنف عكس ما سبق ذكره، اذ لا يلزم أحد بتطبيقها، بل يترك للمتدخل الحرية ان شاء طبقها وان شاء تركها، تكون هذه المواصفات متاحة لمن أراد الرجوع اليها، في سجل ممسوك لدى الهيئة المكلفة بالتقييس².

- اللوائح الفنية:

اللائحة الفنية تختلف عن غيرها انها ملزمة، فليس للمتدخل او أي جهة الخيار في تطبيقها او تجاهلها، كما يمكن، ان تتناول بشكل جزئي او كلي للمسائل، مثل المصطلحات الفنية والرموز والشروط الواجب توفرها في مجال التغليف والصفات المميزة للمنتج وحتى طريقة الإنتاج المتبع³.

¹ المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464، سابق الذكر.

² صبايحي ربيعة، بلحورابي سعاد، دور مطابقة المنتوجات في حماية المستهلك، مجلة المعاريف، مجلد 17، العدد 1، جامعة حمه لخضر، الوادي، 2022، ص 86.

³ المادة 7 من القانون رقم 16-04 المتعلق بالتقييس، سابق الذكر.

أما بخصوص الجهة التي تتولى إعداد هذه اللوائح الفنية، فالدوائر الوزارية هي صاحبة المبادرة في هذا الشأن، ويتم تبليغ الهيئة الوطنية للتقييس اجباريا، فإذا كان المشروع مبني على مواصفات وطنية او دولية، فإنه يخضع مباشرة لإجراءات المادة 16 من المرسوم التنفيذي 05-464¹، أما إذا تبين انه لم يستند الى أي مواصفة فإنه يمر للتحقيق العمومي².

ثانيا: المطابقة التعاقدية:

تتنوع المطابقة التعاقدية بحسب ما تختص به، فمنها ما يخص الكمية التي يسلم بها المنتج، وأخرى الصفات التي يجب ان تتوفر به، وأخيرا، ما يختص بصلاحية الاستخدام الذي صنع من اجله، هذا ما سنتناوله في هذا العنصر.

1-المطابقة الكمية:

تعني ان يسلم المنتج بالمقدار الكمي الذي تم الاتفاق عليه في العقد، أي ان يقع على عاتق المتدخل الالتزام بتسليم نفس الكمية المتفق عليها، لا اقل ولا أكثر، وإلا كان له الحق في الابطال نتيجة هذا الاخلال للاتفاق³.

وعدم المطابقة نوعان:

- أ- السلبية: وهي ان يسلم المنتج بكمية او وزن او عدد اقل من المتفق عليها.
- ب- الإيجابية: كأن يسلم المنتج بكمية او وزن او عدد أكبر من المتفق عليه، قد نعتقد ان الزيادة خير للمستهلك، ولكن في الحقيقة هي أيضا قد تضر به، فيكون مضطر ان يدفع ثمن أكثر لأجل سلعة هو لا يحتاجها، او ان يشتري كمية تفوق حاجته، والاصل، انه لا يجوز إجبار المستهلك على قبول كمية أكثر او اقل عما تم الاتفاق عليه في العقد، إلا إذا

¹ المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 05-464، سابق الذكر.

² سماعيل طاهر، علوي عامر، ضمان مطابقة المنتج لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2022، ص 19.

³ سماعيل طاهر، علوي عامر، المرجع السابق، ص 10.

سمح العرف المعمول به، وفق مبدأ حسن النية الذي يسمح في حالة كان التفاوت الكمي يسير، لا يضر بالمستهلك وهذا تطبيقاً لمبدأ سلطان الإرادة¹.

2-المطابقة الوصفية:

يقصد بها التزام المتدخل بتسليم المنتج، بالصفات المدونة في العقد، ينشأ هذا الالتزام إما عن طريق الاتفاق بينهم، بتعهد من المتدخل او بطلب من المستهلك².

أ- بالاتفاق بين الطرفين:

حيث يتفق المتدخل والمستهلك كتابيا او شفويا، على الصفات الواجب توفرها في المنتج، فيصبح الاتفاق ملزماً للمتدخل إذا تم الاتفاق.

ب- التعهد الصريح من المتدخل:

يكون الوعد صادر من المتدخل، بتوفير صفات معينة لمنتج ما، ويكون هذا الوعد ملزماً له، حتى لو لم يطلبه المستهلك.

ت- بطلب من المستهلك:

يشترط المستهلك الصفات التي يريدها ان تتوفر في المنتج المطلوب، يصبح الالتزام بهذه الصفات قائماً على أساس رغبة المستهلك، إذا وافق المتدخل على هذا الطلب.

يتحدد مضمون المطابقة الوصفية، بالمعيار الشخصي فلا يشترط ان تكون الصفة المفقودة لها تأثير على استعمال المنتج، بل يكفي، ان تتخلف صفة واحدة المطلوبة، للحكم بعدم المطابقة، حتى ولو لم يكن لها أهمية عملية، وهذا يحقق حماية أكبر للمستهلك، ويمنع المتدخل من التقليل من أهمية الصفات المتفق عليها في العقد، فإذا تبين ان المنتج المسلم يختلف عما هو متفق عليه

¹ عبد الباقي عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، مصر، 2008، ص 694.

² سماعيل طاهر، علوي عامر، المرجع السابق، ص 11.

من اوصاف في العقد، يعتبر غير مطابق، لان العقد هو المرجع الأساسي في تحديد الصفات الواجب توفرها في المنتج¹.

3-المطابقة الوظيفية:

المطابقة الوظيفية، هي صلاحية المنتج للاستعمال الذي صنع من اجله، فإذا ثبت للمستهلك ان المنتج لا يؤدي الغرض المطلوب منه، فيجوز له طلب الفسخ بحجة ان المنتج غير صالح، والعبرة هنا، بمدى صلاحية او عدم الوفاء بالأغراض المقصودة منه².

تتفرع الى نوعين:

المطابقة الوظيفية العامة:

هذا النوع يشمل كل المنتجات من نفس النوع، فهو معيار موضوعي، ينطبق على كل المنتجات المماثلة، لا يتوقف على رغبة المستهلك، ولا على تحفظات المتدخل.

المطابقة الوظيفية الخاصة:

يخص هذا النوع صلاحية المنتج، لوظيفة معينة حددها المستهلك بنفسه³.

¹ طرفي امال، المرجع السابق، ص 14.

² بلحورابي سعاد، صبايجي ربيعة، المرجع السابق، ص 84.

³ عبد الباقي عمر محمد، المرجع السابق، ص 709.

المطلب الثاني:

مفهوم الرغبات المشروعة ومظاهرها

حين يشتري المستهلك منتجاً، فإنه لا يشتري مجرد شيء مادي، بل يشتري ما يرغب به وما يحتاج إليه، إذ يتوقع أن يؤدي هذا المنتج الغرض الذي اقتناه من أجله، وأن يكون آمناً في استخدامه، حتى لا يجد نفسه في النهاية أمام شيء لا علاقة له بما أراده، وهذا التوقع بالذات هو ما ظل القانون يتجاهله طويلاً، منشغلاً بالمواصفات والبنود التقنية الجامدة على حساب الحاجة الفعلية للمستهلك الذي يقف خلف كل اقتناء.

وقد جاءت المادة 11 من قانون حماية المستهلك بمبدأ واضح في ظاهره، مفاده أن المنتج المعروض للبيع يجب أن يكون عند مستوى ما يتوقعه المستهلك بشكل مشروع، غير أن الإشكال الحقيقي لا يكمن في فهم هذا المبدأ، بل في كيفية تطبيقه على أرض الواقع، فرغم أن المشرع حدد جملة من الصفات الواجب توافرها في المنتج، يبقى ذلك غير كاف وحده، لأن ما يعده مستهلك توقعاً مشروعاً قد لا يراه مستهلك آخر كذلك، في ظل تباين الاحتياجات والأذواق والوضعيات الفردية، مما يجعل من الصعب وضع معيار صارم وثابت يصلح للتطبيق في كل حالة.

ومن هنا يرى الفقه أن المشرع قصد عمداً إبقاء هذا المعيار مرناً وقابلًا للتكيف، لا سيما حين تغيب المواصفات التقنية والنصوص الخاصة، وفي مثل هذه الحالات يتولى القاضي وجهاز الرقابة مهمة الفصل في المسألة وفق ما يقتضيه المنطق وملايسات كل قضية.

وعليه، يتناول هذا المطلب سؤالين محوريين: ماذا نقصد بالرغبة المشروعة للمستهلك؟ وكيف يقدر مدى المطابقة في ضوءها؟ وذلك من خلال فرعين متتاليين.

الفرع الأول: المقصود بالرغبة المشروعة للمستهلك:

يبقى السؤال قائماً قبل الخوض في تفاصيل المادة 11، ما الذي يعنيه المشرع بالرغبة المشروعة للمستهلك أصلاً، فلا معنى لدراسة الأحكام قبل فهم الفكرة التي تقوم عليها.

أولاً: تعريف الرغبة المشروعة لغة

1-تعريف الرغبة لغة:

ورد في معجم لسان العرب لابن منظور، أن الرغبة تعني "الضراعة والمسألة"، و"السؤال والطمع"، يقال: رَغِبَ يَرْغَبُ رَغْبَةً إذا حرص على الشيء وطمع فيه، كما جاء أن "رَغِبَ في الشيء" أي أرادته وطلبه¹.

أشار ابن منظور، إلى أن الرغبة تعني الطلب المقرون بالحرص والإرادة، فالراغب في شيء هو من يسعى إليه، ويتطلع للحصول عليه.

2-تعريف مشروعة لغة:

كلمة مشروعة مشتقة من "الشرع"، وهي في أصلها اللغوي تعني ما أذن به الله وأجازته، ثم اتسع استعمالها، ليشمل كل ما لا يتعارض مع القانون أو العقل أو ما جرى عليه الناس في تعاملاتهم، فصار المشروع في مقابل المحظور والممنوع².

وعليه فإن الرغبة المشروعة، لغة هي كل ميل أو طلب يصدر عن الإنسان، ويكون في حدود ما يجيزه الشرع والقانون والعقل، بعيدا عما يتعارض مع النظام العام أو القواعد المقررة.

ثانياً: تعريف الرغبة المشروعة اصطلاحاً في القانون:

لم يضع المشرع الجزائري تعريفاً صريحاً للرغبة المشروعة، بوصفها مصطلحاً قانونياً مستقلاً، لكنه أحال مضمونها إلى المادة 11 من قانون حماية المستهلك، فمن خلال قراءة المادة يمكن تعريف الرغبة المشروعة، بأنها جملة من التوقعات المعقولة التي يحق للمستهلك، ان يجدها متحققة في

¹ أبو فضل جمال الدين محمد بن أكرم بن منظور الإفريقي، المرجع السابق، مادة "رغب"، الجزء 6، ص 182.

² المرجع نفسه، مادة "الشرع"، الجزء 8، ص 60.

المنتج المعروض له، وتشمل ما يتصل بطبيعته وصنفه ومنشئه وخصائصه الأساسية، فضلا عن هذا متانته وهينته وطريقة استعماله، وما قد ينجم عنه من مخاطر عن الاستعمال¹.

بمعنى أوضح، لا يقتصر عقد اقتناء المنتج على ما يبدو على السطح من تبادل بين ثمن وسلعة، فخلق هذه المعادلة البسيطة تكمن التزامات ضمنية، يفرزها العقد تلقائيا في مواجهة المتدخل، وفي مقدمتها ما بات الفقه يعبر عنه بمصطلح الرغبة المشروعة.

والمقصود بها، جملة التوقعات التي ينشئها العقد في تصور المستهلك العادي تجاه المنتج الذي اقتناه، من صلاحيته للاستعمال المخصص له، إلى مطابقته للمواصفات المصرح بها في التغليف أو الإشهار، سواء تعلق الأمر بتاريخ الصلاحية أو التركيبية أو المصدر أو شروط الحفظ والاستعمال.

وبما أن الرغبة المشروعة في طبيعتها أمر يختلف من شخص لآخر، ولا يمكن حصره في قالب ثابت، فإن المتدخل لا يملك أن يتلمس حدودها بدقة لكل مستهلك على حدة، وعليه فإن ما يلزم به قانونا هو الاستجابة، للحد المعقول والمشارك من هذه الرغبات، وذلك بالتقيد بما رسمته المقاييس والمعايير القانونية المعتمدة، والملاحظ في هذا الإطار أن المطابقة المطلوبة، لا تقف عند حدود الكم والوصف، إذ لا يكفي أن يكون المنتج مستوفيا لمواصفاته الشكلية، بل يجب أن يكون قادرا على أداء وظيفته الفعلية، التي من أجلها أقدم المستهلك على اقتنائه.

وقد استوعب المشرع الجزائري هذا المفهوم، وأفرز عنه أثرا قانونيا ملزما، بموجب المادة 11 من قانون 03-09 المعدل بالقانون 18-09، حين ألزم كل متدخل في مسار طرح المنتج للاستهلاك، بالوفاء بالتزام المطابقة، وجعل نطاق هذا الالتزام مترامي الأطراف، ليطال الطبيعة القانونية للمنتج وصنفه وهويته وخصائصه الجوهرية وطريقة استعماله وحفظه، ولا يتوقف عند هذا الحد، بل يمتد إلى الإفصاح عن كل خطر محتمل قد يترتب على الاستعمال.

¹ **جمعي ليلي**، "مدى حرص المشرع الجزائري على مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك"، مجلة الحضارة الإسلامية، جامعة وهران 1 احمد بن بلة، المجلد 17، العدد 28، لسنة 2016، ص ص 554 و555.

غير أن القيمة الحقيقية لهذا المفهوم، تتجلى حين تخفق النصوص التنظيمية في تغطية حالة بعينها، أو تعجز المواصفات القياسية عن استيعابها، فتقلب الرغبة المشروعة من مجرد فكرة فقهية، إلى معيار موضوعي تستند إليه الجهة القضائية في تقدير مدى الإخلال بالتزام المطابقة، مما يمنح القاضي سلطة تقديرية مرنة، لا تجمده النصوص الجامدة، بل تجعله يقف على نية المتعاقدين والغرض الحقيقي من الصفقة، فيحكم بالعدالة لا بظاهر النص.

الفرع الثاني: معايير تقدير الرغبة المشروعة للمستهلك:

لم تترك المادة 11 من قانون 09-03 مسألة تحديد الرغبة المشروعة معلقة في فراغ، بل أحاطتها بجملة من المعايير الموضوعية، التي يقاس في ضوءها مدى مطابقة المنتج لما ينتظره المستهلك، وهي معايير تتكامل فيما بينها لتغطي مختلف أوجه المنتج، من حيث طبيعته ووظيفته وكميته وما يحيط به من احتياطات، قبل أن نقف عند المعيار الذي يعتمده القاضي في تقدير مدى الاستجابة لهذه الرغبات.

أولاً: المعايير التقديرية:¹

تتنوع المعايير كما يلي:

1- المعيار النوعي:

من الناحية النوعية، ينصب على جوهر المنتج ذاته، إذ يشترط أن يكون ما وصل إلى يد المستهلك مطابقاً، في طبيعته ووصفه ومنشئه ومكوناته الأساسية لما أعلن عنه، بما في ذلك هويته وتاريخ صنعه ونسبة مقوماته، فالمستهلك حين يقدم على اقتناء منتج بعينه، يفعل ذلك على أساس ما صرح به من مواصفات، وأي انحراف عن هذه المواصفات، ولو في جانب واحد يعد إخلالاً برغبته المشروعة لا يجوز التهاون فيه.

¹ يحيوي كريمة، الالتزام بمطابقة المنتجات في قانون حماية المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في الحقوق، تخصص قانون اعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2023/2024، ص 97.

2- المعيار الوظيفي:

اما الناحية الوظيفية، لا تقف المطابقة المطلوبة عند حدود الشكل والمظهر، بل تمتد إلى ما هو أعمق من ذلك، وهو قدرة المنتج على أداء الغرض الذي صنع من أجله، وتحقيق النتائج التي يتوقعها المستهلك فعليا، فلا يكفي، أن يكون المنتج مستوفيا لمواصفاته الظاهرة إن كان عاجزا عن الاستعمال الحقيقي الذي اقتناه المستهلك من أجله، لأن المطابقة الوظيفية هي في نهاية المطاف روح الالتزام لا مجرد قشرته الخارجية.

3- المعيار الكمي:

تعد الكمية ركنا أساسيا في تحديد محل الالتزام التعاقدية، ويترتب على جهالتها أو انعدامها بطلان العقد بطلانا مطلقا، ومن هذا المنطلق، يجب أن تكون الكمية الفعلية للمنتج متطابقة تماما مع ما صرح به واتفق عليه، وأن تعكس الأسعار المحددة الكمية الحقيقية للمنتج المعروض، لأن أي تفاوت في هذا الشأن ينطوي على تضليل لا يقبل قانونا.

4- المعيار الاحترازي:

لا يكتمل وفاء المتدخل بالتزاماته بمجرد تقديم منتج مطابق من النواحي النوعية والوظيفية والكمية، بل يجب ان يمتد هذا الوفاء، ليشمل تزويد المستهلك بكافة البيانات التنظيمية الضرورية المتعلقة بالمنتج، من تاريخ الصنع، والتاريخ الأقصى للاستهلاك، وطريقة الاستعمال والمخاطر المحتملة، وشروط الحفظ والاحتياطات الواجب مراعاتها، فهذه البيانات ليست امرا ثانويا، بل هي جزء لا يتجزأ من الرغبة المشروعة التي اوجب القانون احترامها¹.

ثانيا: طبيعة معيار تقدير المطابقة وفقا للرغبات المشروعة للمستهلك

ما يجعل تقدير الرغبة المشروعة مسألة بالغة الدقة، هو أنها في أصلها انتظار شخصي يتفاوت من مستهلك لآخر، فلا يملك المتدخل أن يقرر بمفرده ما هو صالح أو ضار في منتجه، كما لا يملك المستهلك أن يطالب بما يتجاوز حدود المعقول الذي تفرضه الظروف الاقتصادية

¹ يحيوي كريمة، المرجع السابق، ص ص 97 و98.

والتقنية السائدة، ويزيد الأمر تعقيدا أن أنواق المستهلكين وأوضاعهم الفردية واحتياجاتهم، لا تستقر على حال، مما يجعل الإمساك بمعيار ثابت وجامع أمرا صعبا.

وقد انتهى الفقه، إلى أن الأصل في هذا التقدير هو اعتماد المعيار الموضوعي القائم على ما تتقاطع عنده رغبات عموم المستهلكين، لا على ما يتمناه مستهلك بعينه، وهو ما أشار إليه المشرع حين قيد وصف المشروعية بالتوافق مع رغبات المستهلكين بوجه عام.

غير أن هذا المعيار الموضوعي، قد يتراجع لصالح الذاتي حين يتضمن العقد خصائص استثنائية، أو ميزات خاصة تُنشئ توقعات محددة لدى المستهلك تجاه منتج بعينه، فيتحول الالتزام في هذه الحالة من مجرد بذل عناية إلى التزام بتحقيق نتيجة، لا يستطيع المتدخل الإفلات من تبعاته إلا بإثبات أن السبب الأجنبي هو ما أعاق تنفيذه¹.

¹ يحياوي كريمة، المرجع السابق، ص 98.

المبحث الثاني:

العلاقة بين مبدأ المطابقة وحماية المستهلك

في ظل التحولات الاقتصادية التي شهدتها مختلف المجتمعات الحديثة، أصبح المستهلك طرفاً أساسياً في العلاقة الاستهلاكية، لذلك عندما يدخل شخص عادي إلى محل لشراء سلعة أو التعاقد على خدمة فإنه لا يحمل معه قانوناً يحفظه ولا خبرة تقنية بل يحمل فقط حاجته وثقته فيما يعرض عليه.

وهذا المشهد على بساطته الظاهرة، يخفي في جوهره إشكالية قانونية حقيقية، لأن الطرف الذي يواجه ذلك الشخص يعرف منتوجاته أكثر مما يعرفه المستهلك. لذلك فإن هذه العلاقة تتسم في كثير من الأحيان بغياب التوازن بين أطرافها نتيجة تفوق المتدخل من حيث الخبرة والمعرفة التقنية، وهو ما دفع المشرع إلى إقرار منظومة حمائية للمستهلك وضمان حقوقه، لا سيما من خلال مبدأ المطابقة الذي يعد من أهم الضمانات الرامية إلى إعادة التوازن في العقد الاستهلاكي.

فهذا المبدأ لا يعني فقط تسليم الشيء بل يقتضي تسليمه على الوجه المتفق عليه، وبالمواصفات نفسها وبالسلامة ذاتها التي توقعها المستهلك. وحين تتقاطع هذه الفكرة مع المنظومة الحمائية للمستهلك، يتضح أن العلاقة بينهما هي علاقة غاية بوسيلة فحماية المستهلك هي الغاية، ومبدأ المطابقة أحد أبرز وسائلها.

لذلك يتناول هذا المبحث مطلبين أساسيين وهما: مركز المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة الاستهلاكية (المطلب الأول)، الحماية القانونية للمستهلك عبر المطابقة ذات البعد الصحي وضمان العيوب الخفية (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

مركز المستهلك كطرف ضعيف

لا يقوم العقد الاستهلاكي على قدم المساواة بين طرفين، إذ يجد المستهلك نفسه في مواجهة متدخل يمتلك من الخبرة والمعرفة الفنية ما يجعل الفجوة بينهما أعمق من مجرد اختلاف في المراكز التعاقدية.

فالمستهلك، حين يقبل على التعاقد، لا يمتلك سوى حاجته إلى المنتج أو الخدمة، على عكس المتدخل. وأمام هذا الاختلال، كان تدخل المشرع حتمياً، لا من باب تقييد مبدأ سلطان الإرادة بل من باب صون الثقة في المعاملات، وحماية الطرف الذي لا تتوفر لديه أدوات الدفاع عن نفسه داخل العلاقة التعاقدية.

ومن أبرز الآليات التي اعتمد عليها الالتزام بالمطابقة، وعليه سنتناول في هذا المطلب عدم التكافؤ المعرفي والفني بين المستهلك والمتدخل بوصفه المنطق الذي يكشف هشاشة موقف المستهلك (الفرع الأول) ثم نبين كيف يتم إعادة التوازن إلى العقد الاستهلاكي (الفرع الثاني).

الفرع الأول: عدم التكافؤ المعرفي والفني بين المتدخل والمستهلك

يقوم عقد الاستهلاك في حقيقته على علاقة غير متكافئة بين طرفين لا يقفان على قدم المساواة، فالمتدخل يتمتع بخبرة مهنية وإحاطة تقنية بما يطرحه من منتجات، في حين يفقر المستهلك في الغالب إلى هذه المعرفة ويعجز عن تقدير مدى مطابقة ما يقتنيه لما يتوقعه، وهذا الاختلال هو الذي يجعل مسألة مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك محورا أساسيا في قانون الاستهلاك، إذ لا يكفي أن يكون المنتج موجودا في السوق، بل يجب أن يكون على النحو الذي يحق للمستهلك توقعه، وهو ما يستوجب الوقوف على طبيعة هذا التفاوت بين الطرفين وما يترتب من نتائج على مستوى الحماية القانونية المقررة.

أولاً: المستهلك طرف ضعيف معرفيا وفنيا في مواجهة المتدخل المحترف

يقوم عقد الاستهلاك بطبيعته على علاقة بين طرفين متفاوتين تفاوتاً حقيقياً في المعرفة والخبرة والقدرة، فالمتدخل سواء كان منتجا أو موزعا أو مستورداً أو بائعاً يعمل في إطار نشاط مهني منظم يجعله محيطاً بكل ما يتعلق بما يطرحه من منتجاته، فهو يعرف مكوناتها ومواصفاتها وحدود استخدامها وما قد يعتريها من قصور، ولا يستطيع أن يتذرع بجهله بذلك لأن احترافه ذاته يفرض عليه هذه المعرفة ويجعلها واجبة في حقه¹.

في المقابل يجد المستهلك نفسه في وضع هش حين يقدم على اقتناء سلعة أو الاستفادة من خدمة، ذلك أن ما يعرفه عن المنتج لا يتجاوز في الغالب ما أعلن عنه أو ما صرح به المتدخل، دون أن تكون له القدرة على التحقق من صحة ذلك أو تقدير مدى مطابقته لما يتوقعه فعلاً، فهو لا يملك الأدوات الفنية ولا

¹ صويلح امال، محاضرات في قانون حماية المستهلك، موجه لطلبة سنة أولى ماستر، تخصص قانون فندي، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة 2022_2023، ص 10_11.

الخبرة التقنية التي تمكنه من كشف ما قد يكون مخفيا من عيوب أو انحرافات عن المواصفات المعلنة،¹ ولا يستطيع في معظم الأحيان أن يميز بين منتج مطابق لرغباته المشروعة ومنتج آخر يبدو كذلك في ظاهره دون أن يكون كذلك في حقيقته.

فضلا عن ذلك فإن المستهلك لا يجد أمامه في الغالب سوى خيار القبول بما يعرض عليه أو الرفض دون أن تكون له أي قدرة على التفاوض أو اشتراط ما يضمن له مطابقة المنتج لتوقعاته، وهو ما يجعل ضعفه مزدوجا معرفيا من جهة وتفاوضيا من جهة أخرى.²

ثانيا: أثر التفاوت المعرفي والفني على الالتزام بمطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك

إن الخلل الذي يطبع العلاقة بين المستهلك والمتدخل لا يبقى مجرد واقع نظري، بل تتجلى تداعياته بشكل ملموس على مستوى مدى تحقق مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك، فالمستهلك الذي يجهل الخصائص الحقيقية لما يقتنيه لا يملك وسيلة للتثبت من أن ما وصف له يطابق ما سلم إليه فعلا،³ مما يجعله رهين ما يختار المتدخل الإفصاح عنه أو إخفاءه.

وهذا الواقع هو الذي دفع المشرع الى التدخل بأحكام آمرة تفرض على المتدخل ضمان مطابقة ما يطرحه للرغبات المشروعة للمستهلك، وهي لا تعني مجرد تمنيات شخصية بل تتصرف إلى ما يحق للمستهلك توقعه بصورة معقولة بناء على ما أعلن عنه المتدخل من مواصفات وخصائص، ومن ثم فإن كل انحراف عما وصفه المتدخل يشكل اخلايا بهذا الالتزام ويرتب مسؤوليته، لأن استغلاله لتفوقه المعرفي والفني بما يضر بمصالح المستهلك هو بالضبط ما جاء قانون الاستهلاك ليصدده ويردعه.⁴

¹ مكي حشمة، محاضرات في مقياس حماية المستهلك، موجه لطلبة سنة أولى ماستر، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2024_2025، ص 24.

² قسوري فهيمة، "التزام المتدخل بمطابقة المنتجات في إطار قانون رقم 03-09"، مجلة اجتهاد القضائي، العدد 14، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2017، ص 396.

³ علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلكين الأضرار بسلامة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه تخصص عقود ومسؤولية، كلية حقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص 41.

⁴ امرباط طه، حماية الطرف الضعيف في العقد في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2020-2021، ص 15-16.

الفرع الثاني: آليات إعادة التوازن للعقد الاستهلاكي

يعد تحقيق التوازن العقدي في عقود الاستهلاك من أبرز الأهداف التي يسعى إليها المشرع، بالنظر إلى الاختلال الواضح في مراكز أطراف هذا النوع من العقود، حيث غالباً ما يكون المستهلك في وضعية ضعف مقارنة بالمتدخل، وعليه، تدخل القانون لإقرار مجموعة من الآليات الكفيلة بإعادة التوازن، سواء من خلال تنظيم الشروط التعاقدية أو فرض قيود على حرية المتدخل، بما يضمن حماية فعالة للمستهلك ويكرس العدالة العقدية.

أولاً: مكافحة الشروط التعسفية

تعد مكافحة الشروط التعسفية أولى الآليات القانونية وأبرزها التي أقرها المشرع بهدف إعادة التوازن إلى العقد الاستهلاكي، إذ كثيراً ما يلجأ المتدخل إلى إدراج شروط في العقد تبدو في ظاهرها مشروعة غير أنها تنطوي في حقيقتها على اختلال صريح بمبدأ التوازن العقدي،¹ كأن يشترط المتدخل إعفائه من المسؤولية في حالة عدم مطابقة المنتج للمواصفات المعلن عنها أو تقييد حق المستهلك في المطالبة بالتعويض حين لا يستجيب المنتج للرغبات المشروعة التي اقتناه من أجلها، وهو ما دفع المشرع إلى التدخل بموجب نصوص أمرة تحول دون تكريس مثل هذه الشروط، وتجعلها كأنها لم تكن لحماية المستهلك من كل ما من شأنه أن يحول بينه وبين الحصول على منتج مطابق لتوقعاته المشروعة.²

ثانياً: الشرط الجزائي

يمثل الشرط الجزائي أداة ردع فعالة في يد المستهلك، إذ يمكن بموجبه إلزام المتدخل بدفع مبلغ محدد مسبقاً جزاء إخلاله بالتزاماته التعاقدية ولا سيما حين يتعلق الأمر بعدم تسليم منتج مطابق للمواصفات المتفق

¹ الوافي عبد الرازق، غرسي جمال، "الشروط التعسفية ووسائل مكافحتها كألية لحماية المستهلك في ضوء القانون 02_04"، مجلد 6، مجلة إيزا للبحوث والمدرسات، العدد 6، جامعة حمة لخضر، الوادي، 2021، ص 307.

² زارة صالح الواسعة، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد في التشريع الجزائري"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 5، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2012، ص 201.

عليها أو عدم استجابته للرغبات المشروعة للمستهلك، فهذا الشرط يجعل من المطابقة التزاما ذا ثقل قانوني حقيقي لا مجرد وعد أخلاقي يمكن للمتدخل التهرب منه دون أن يتحمل أي تبعية¹.

ثالثا: ابطال العقد

تعد آلية ابطال العقد الجزاء الأشد وطأة على المتدخل، إذ يملك المستهلك بموجبها المطالبة بإنهاء الرابطة العقدية بأثر رجعي كلما تبين أن العقد قد شابته عيب جوهري كالتدليس أو الغلط في الصفات الجوهرية للمنتج، ففي الحالات التي يقدم فيها المتدخل منتوجا لا يطابق ما روج له من مواصفات وخصائص ويكون ذلك قد دفع المستهلك إلى التعاقد على أساس تصور مغلوطن لا يعكس رغباته المشروعة الحقيقية، يكون من حق هذا الأخير التمسك بإبطال العقد واسترداد ما دفعه من ثمن باعتبار أن رضاه لم يكن سليما حينما تعاقد².

رابعا: حق المستهلك في العدول

يمثل حق العدول خصوصية بارزة في قانون الاستهلاك، إذ يمنح المستهلك مهلة زمنية يستطيع خلالها التراجع عن قراره التعاقدية دون أن يكون ملزما بتقديم أي مبرر، وهذا الحق ليس صادرا من المشرع بل هو استجابة لحاجة موضوعية تفرضها طبيعة العلاقة الاستهلاكية التي كثيرا ما تتعقد في ظروف لا يتمكن فيها المستهلك من التحقق الكافي من مطابقة المنتج لرغباته المشروعة قبل اتخاذ قرار الاقتناء، لا سيما في عقود البيع عن بعد التي تحول طبيعتها دون الفحص الفعلي للمنتج قبل التعاقد³.

¹برنان العيد، "الرقابة القضائية على الشرط الجزائي"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، جلفة، العدد 5، 2017، ص80.

²سي يوسف كجار زهية حورية، "آليات إعادة التوازن في عقود الاستهلاك"، مجلة البحوث القانونية، المجلد 7، العدد 1، جامعة بلدية 2، الجزائر، 2024، ص397.

³زعيبي عمار، "حق في عدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك"، مجلة المفكر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 9، 2013، ص123.

وخلاصة القول ان هذه الآليات مجتمعة لا تعمل بصورة منفصلة بل تتكامل فيما بينها لتشكل منظومة متكاملة الأركان تجعل من مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك التزاما قانونيا محاطا بجملته من الضمانات الفعلية التي تحول دون إفلات المتدخل من تبعات إخلاله بهذا الالتزام¹.

المطلب الثاني:

الأمن الصحي للمستهلك بين المطابقة و ضمان العيوب الخفية

يحتل مبدأ المطابقة مكانة محورية في منظومة القانون العقدي، باعتباره الضمانة الفعلية التي تربط الالتزام بتنفيذه على النحو المتفق عليه، غير أن وظيفته لا تتوقف عند ضبط التنفيذ، بل تمتد لتمس جوهر الرغبات التي دفعت الأطراف إلى التعاقد أصلا، إذ لا يسعى المتعاقد إلى الحصول على محل العقد بمعزل عن مواصفاته ومطابقته لما اتجهت إليه إرادته. ومما يزيد هذه المسألة أهمية أن المطابقة باتت تمتد في كثير من المجالات لتشمل اشتراطات الأمن الصحي، مما يجعل الإخلال بها مصدرا لأضرار تتجاوز الجانب المادي لتطال سلامة الأشخاص ذاتهم.

من هذا المنطلق، يستوجب البحث ودراسة الارتباط القائم بين المطابقة والأمن الصحي في تحقيق رغبة المستهلك (الفرع الأول)، على أن نعالج تأثير العيوب الخفية على الرغبات المشروعة (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الارتباط بين المطابقة والأمن الصحي

تحتل المطابقة مكانة هامة في منظومة حماية المستهلك، كون استيفاء المنتج للمعايير والمواصفات المقررة يشكل في حد ذاته درعا وقائيا لصحته وسلامته، فالأمن الصحي للمستهلك لا يتحقق بمعزل عن مدى مطابقة المنتج للمتطلبات القانونية، مما يجعل الارتباط بينهما ارتباطا وثيقا لا انفصام فيه، وهو ما يستوجب دراسة المطابقة بوصفها ضمانا للأمن الصحي.

¹لخداري عبد الحق، "حق المستهلك في العدول في عقد الاستهلاك في ظل القانون رقم 18-09 بين الضرورة ولتقييد"، المجلد 57، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والسياسية الاقتصادية، العدد 2، جامعة عربي تبسي، تبسة، العدد 2، 2020-2021، ص233.

أولاً: تعريف الأمن الصحي

يقصد بالأمن الصحي مجموعة التدابير والضمانات التي تهدف الى حماية صحة الانسان وسلامته من مختلف المخاطر التي قد تتجم عن استعمال المنتجات او الخدمات، وذلك من خلال الحرص على توفير منتجات سليمة تستجيب لشروط الجودة والامان، ولا يتحقق هذا الامن الا من خلال التزام المتدخلين في عملية الانتاج والتوزيع بطرح منتجات مطابقة للرغبات المشروعة للمستهلك، باعتبار ان هذا الاخير لا يقتصر هدفه على اقتناء المنتج فحسب، بل يتطلع ايضا الى الحصول على منتج امن وصالح للاستعمال ولا يشكل خطرا على صحته او سلامته، ومن ثم اصبحت المطابقة وسيلة اساسية لتعزيز حماية المستهلك وضمن ثقته في المنتجات المتداولة داخل السوق¹.

ثانياً: دور الالتزام بالمطابقة في توفير الأمن صحي للمستهلك

لا يمكن الحديث عن مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك بمعزل عن بعدها الصحي والأمني، إذ أن الرغبة المشروعة الأولى والأساسية التي يسعى اليها كل مستهلك حين يقدم على اقتناء اي منتج هي أن يكون هذا المنتج سليماً لا يشكل خطراً على صحته أو سلامته الجسدية،² فالمطابقة بهذا المعنى لا تقتصر على مجرد مطابقة المنتج للمواصفات التقنية المعلن عنها بل تمتد لتشمل ضرورة استجابته لمعايير السلامة الصحية التي يفترض في كل مستهلك انه أخذها بعين الاعتبار حين أقدم على الاقتناء.

ويتجلى هذا الارتباط الوثيق بين المطابقة والأمن الصحي للمستهلك في أن المتدخل حين يطرح منتجاً في السوق، فإنه يخلق لدى المستهلك توقعاً مشروعاً مفاده أن هذا المنتج لن يلحق به أي ضرر جراء استخدامه الاعتيادي، وهذا التوقع هو في جوهره جزء لا يتجزأ من منظومة الرغبات المشروعة التي تحكم العلاقة الاستهلاكية،³ فلو علم المستهلك مسبقاً أن المنتج الذي يعتمده اقتناءه ينطوي على مخاطر صحية لما

¹ زان مريم، "الأمن الصحي كمكون من مكونات الأمن المجتمعي"، المجلد 12، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، العدد 02، جامعة لونيبي علي، البليلة، 2023، ص 195.

² سقاي عبد القادر، رقية احمد داود، "الأمن الصحي للمستهلك في الجزائر دراسة على ضوء القانون 09-08 المعدل والمتعمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش"، مجلة طلبة الدراسات العلمية الأكاديمية، جامعة أبو بكر بالقايد، تلمسان، المجلد 8، العدد 1، 2025، ص 647.

³ وبروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09_03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014-2015، ص 50.

أقدم على اقتنائه أصلاً، مما يعني أن غياب الأمن الصحي يشكل في حد ذاته اختلالاً صريحاً بمعيار المطابقة.

من هنا، جاء تدخل المشرع لفرض معايير صارمة تلزم المتدخل بضمان خلو منتوجاته من أي عناصر ضارة قد تمس صحة المستهلك، إذ لا يكفي أن يكون المنتج مطابقاً من الناحية الوظيفية فحسب بل يجب أن تمتد هذه المطابقة لتشمل السلامة الصحية بوصفها شرطاً أساسياً لا تقوم المطابقة الحقيقية بدونه، لأن المستهلك الذي يدفع ثمناً مقابل منتج معين، إنما يدفعه في الحقيقة مقابل منفعة مزوجة تجمع بين الاستجابة لحاجاته العملية والحفاظ على سلامته الجسدية في آن واحد، وكل تقصير في أحد هذين الجانبين يعني أن المنتج لم يبلغ الدرجة المطلوبة من المطابقة للرغبات المشروعة التي دفعت المستهلك إلى اقتنائه¹.

الفرع الثاني: تأثير العيوب الخفية على الرغبات المشروعة

لم يكن المستهلك في يوم من الأيام بعيداً عن مخاطر السوق، فما يفترض أن يشبع حاجاته ويحقق رغباته المشروعة كثيراً ما تحول إلى مصدراً للضرر بسبب العيوب الخفية التي تكتسبها المنتجات، مما جعل البحث في آليات حمايته ضرورة حتمية لا مفر منها. وقد زاد من تعقيد هذه المسألة أن المستهلك يتعامل مع محترفين يمتلكون من الخبرة ما يجعله عاجزاً عن التحقق من مدى مطابقة ما يقتنيه لرغباته المشروعة، وهو ما دفع المشرع الجزائري إلى التدخل لحماية المستهلك من هذه العيوب التي لا يمكن كشفها من قبل هذا الأخير.

أولاً: تعريف العيوب الخفية

العيوب الخفية هو عيب غير ظاهر في المنتج أو الشيء المبيع، لا يستطيع المستهلك أو المشتري اكتشافه عند الفحص العادي وقت الشراء، ويكون من شأنه أن ينقص من قيمة الشيء أو يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له كلياً أو جزئياً². ويشترط أن يكون هذا العيب موجوداً

¹ شعباني نوال، "مفهوم لأمن والسلامة في قانون حماية المستهلك والمرسوم التنفيذي رقم 12_203 المتعلق بأمن المنتجات"، المجلة النقدية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، المجلد 18، العدد 3، 2023، ص515.

² المادة 379 من القانون المدني، المعدل والمتمم، السالف ذكره.

قبل عملية البيع أو وقتها، وأن يكون خفيا بحيث لا يمكن للمشتري العادي ملاحظته بسهولة أن يكون عيب مؤثرا¹.

ثانيا: حماية المستهلك من خلال ضمان العيوب الخفية

لا يقتصر الضرر الذي يلحق بالمستهلك على العيوب الظاهرة التي يمكن اكتشافها بمجرد الفحص، بل ان أخطر ما يهدد تلك العيوب الخفية التي تكمن في المنتج دون أن تظهر للعيان وقت التعاقد، مما يجعله عاجزا عن تقدير حقيقة ما يقتنيه ومدى انسجامه مع الغاية التي أراد تحقيقها، وهو ما يمس في حقيقته مسألة مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك التي باتت قاعدة اساسية في منظومة الحماية القانونية الحديثة².

ذلك أن المستهلك حين يبرم عقد الشراء ينصرف ذهنه إلى تصور مسبق لما ينبغي أن يكون عليه المنتج من حيث خصائصه وكفاءته وملاءمته للاستخدام المقصود منه، فإذا تبين له لاحقا أن هذا المنتج ينطوي على عيب خفي كان يستحيل عليه اكتشافه وقت التعاقد، فإن ذلك يعني أن ما اقتناه لم يكن مطابقا لرغباته المشروعة التي بنى عليها قرار الشراء، مما يرتب مسؤولية على المحترف ويستوجب تدخل القانون لإعادة الأمور إلى نصابها. وقد تنبه المشرع الجزائري إلى خطورة هذه العيوب الخفية وما تخلفه من اخلال بمبدأ المطابقة، فأقر منظومة من الضمانات القانونية تلزم المحترف بالكشف عنها وتحمل تبعاتها، حماية للمستهلك من كل ما من شأنه أن يحول دون حصوله على منتج يستجيب فعلا لتوقعاته المشروعة³.

¹ قونان كهيينة، "قصور ضمان العيب الخفي في حماية مستهلك المنتجات الخطيرة"، المجلة النقدية، كلية الحقوق والعلوم

السياسية، جامعة مولود معمري تيزي وزو، مجلد3، العدد 1، 2015-2016، ص30.

² بسكري انيسة، "الحماية القانونية المقررة للمستهلك في نطاق ضمان العيوب الخفية في القانون الجزائري"، المجلة الجزائرية

للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، العدد 1، 2015، ص228.

³ درماش بن عزوز، "تطوير الية العيب الخفي في مجال حماية المستهلك دراسة مقارنة"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان

عاشور، الجلفة، المجلد 01، العدد 25، 2015، ص ص59 و60.



الفصل الثاني:

مظاهر المطابقة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك في القانون 09-

03



إذا كان الفصل الأول قد تناول مبدأ المطابقة في إطاره المفاهيمي، وكشف عن دوره في صون الرغبات المشروعة للمستهلك وإعادة التوازن إلى العلاقة الاستهلاكية، فإن ثمة تساؤلا يفرض نفسه بصورة طبيعية: كيف تتجسد هذه الحماية على أرض الواقع؟ وما الآليات الفعلية التي أقرها المشرع لضمان وصول المنتج إلى المستهلك على النحو الذي يتوقعه؟

الإجابة على هذين السؤالين هي ما يسعى إليه هذا الفصل، إذ لا يكفي أن تظل مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة مبدأ نظريا تكرسه نصوص القانون 03-09 دون أن يجد طريقه إلى التطبيق الفعلي، ولا يتحقق ذلك إلا حين تتحول هذه المطابقة إلى التزامات ملموسة تقع على عاتق كل متدخل في مراحل وصول المنتج إلى المستهلك، من المنتج إلى الموزع وصولا إلى من يضعه بين يدي المستهلك النهائي، فهذا الأخير حين يقتني سلعة ما لا يكفي بوجودها المادي، بل ينتظر أن تفي بالغرض الذي اقتناها من أجله، وأن تكون بمنأى عن كل ما قد يمس سلامته.

وقد أدرك المشرع الجزائري أن تحقيق هذه المطابقة لا يتم إلا عبر مستويين متكاملين: أولهما الالتزامات المفروضة على المتدخل قبل التسويق وأثناءه كالتقييس والوسم والإعلام، وثانيهما الوسائل القانونية التي تضمن احترام هذه الالتزامات بعد طرح المنتج في السوق، سواء عن طريق الرقابة الإدارية أو من خلال المسؤولية المدنية والجزائية المترتبة على الإخلال بها.

وعليه، يتناول هذا الفصل المستويين المذكورين من خلال مبحثين: بحيث يتناول (المبحث الأول) التزامات المتدخل اتجاه مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك، فيما يتناول (المبحث الثاني) الوسائل القانونية الكفيلة بضمان هذه المطابقة بعد عرض المنتج للاستهلاك.

المبحث الأول:

التزامات المتدخل اتجاه مطابقة المنتجات

لا تنشأ مطابقة المنتجات من تلقاء ذاتها، بل تقوم على منظومة تنظيمية دقيقة تلقي بظلالها على كل من يساهم في مسار الإنتاج أو التوزيع، ففرض عليه التزامات ذات طابع إلزامي لا يمكن التحلل منها، يجمعها هدف واحد هو أن يصل المنتج إلى المستهلك مستوفيا ما اشترطه القانون ومستجيبا لما توقعه

في الوقت ذاته، وما يبدو في ظاهره رغبات فردية متباينة، حوله المشرع إلى ضوابط موضوعية قابلة للقياس والإثبات، مستعينا في ذلك باليتين محوريّتين لا تتفصل إحداهما عن الأخرى، هما التقييس والوسم.

فالتقييس يضع الإطار التقني المرجعي الذي يرسم مسبقا ما ينبغي أن يكون عليه المنتج من حيث مكوناته وخصائصه وطريقة تصنيعه، ويربط المتدخل بهذه المعايير ربطا قانونيا مشددا، في حين يضطلع الوسم بدور مغاير، إذ يخاطب المستهلك مباشرة ويضع بين يديه من المعلومات ما يمكنه من تقييم المنتج والحكم على مدى استجابته لحاجاته قبل الإقدام على اقتنائه، فيكون بذلك جسرا بين متطلبات القانون وتوقعات المستهلك الفعلية، وعلى هذا النحو تتكامل الآليتان وتتلازمان: تعمل الأولى في مرحلة الإنتاج لضبط جودة المنتج، وتتولى الثانية إيصال هذه الجودة إلى علم المستهلك بصورة شفافة وقابلة للتحقق، وهو ما يتناوله هذا المبحث بالتفصيل من خلال مطلبين بحيث يقوم **(المطلب الأول)** بالحديث عن مطابقة المنتج للمواصفات التقنية والمعايير، في حين يتناول **(المطلب الثاني)** مطابقته للغرض المستهدف منه.

المطلب الأول:

ضمان مطابقة المنتج للمواصفات والمعايير التقنية

حين يقرر المستهلك اقتناء منتج ما، فإنه لا يشتري مجرد شيء مادي، بل يشتري معه ضمانا ضمنيا بأن هذا المنتج قد صنع وفق قواعد معينة، وأنه اجتاز مراحل التحقق اللازمة قبل طرحه في السوق، هذا الضمان الضمني هو ما يعبر عنه قانونا بالتزام المطابقة للمواصفات التقنية والمعايير، الذي يلقي على عاتق المتدخل مسؤولية التحقق من أن منتوجه يستجيب للمتطلبات التنظيمية المعمول بها، سواء تعلق الأمر بخصائصه الجوهرية أو بمكوناته أو بطريقة تصنيعه، ولا يبلغ هذا الالتزام غايته الا من خلال آليتين مترابطتين أولاهما التقييس الذي يرسي المعايير اللازمة الواجبة الاحترام **(الفرع الأول)**، وثانيها الوسم **(الفرع الثاني)** الذي يجسد هذه المعايير في شكل مرئي يمكن المستهلك من التحقق منها، وهو ما سيتم تناوله في الفرعين الآتيين.

الفرع الأول: الالتزام بالتقييس واحترام القواعد الالزامية

لا يملك المتدخل هامشا مطلقا من الحرية في تحديد مواصفات منتوجاته، إذ يجد نفسه مقيدا بمنظومة من القواعد التقنية الإلزامية التي أقرتها الدولة بهدف ضبط جودة المنتوجات وصون سلامة المستهلك،

والتقييس في هذا السياق ليس إجراء إداريا شكليا، بل آلية قانونية تحول الرغبات المشروعة للمستهلك من مجرد توقعات ذاتية إلى حقوق موضوعية مكفولة بنص القانون، وهو ما سيتناوله هذا الفرع بالدراسة.

أولاً: التقييس ضماناً لتحقيق رغبات المستهلك المشروعة

يقوم التقييس على فكرة أساسية مفادها أن المستهلك حين يقبل على اقتناء منتج ما، فإنه يفترض ضمناً أن هذا المنتج قد خضع لضوابط تقنية معينة تجعله صالحاً للغرض الذي اقتناه من أجله، وهذا الافتراض الضمني هو ما يحوله القانون إلى حق مشروع يستحق الحماية، من خلال إلزام المتدخل بأن تكون منتجاته مطابقة للمعايير التقنية المعتمدة رسمياً.

وقد عرف المشرع الجزائري التقييس في القانون 04-04¹ المتعلق بالتقييس بأنه نشاط يرمي إلى وضع أحكام للاستعمال المشترك والمتكرر تتعلق بمسائل قائمة أو محتملة، بهدف تحقيق درجة مثلى من النظام في سياق معين. وما نستنتجه في هذا التعريف هو أن التقييس لا يستهدف المنتج في حد ذاته، بل يستهدف في نهاية المطاف ضمان أن يحصل المستهلك على ما يتوقعه فعلاً من ذلك المنتج².

ثانياً: دور التقييس في مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك

يتمثل دور التقييس في ضمان مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك من خلال:

1- علاقة الالتزام بالتقييس بحماية المستهلك

ترتبط مسألة الالتزام بالتقييس ارتباطاً وثيقاً بحماية المستهلك، إذ يهدف التقييس في جوهره إلى ضمان انسجام المنتجات وتوافقها³، وتحقيق مطابقتها للرغبات المشروعة للمستهلك بالوصول إلى منتجات وخدمات تلبي رغباته وتكفل أمنه وسلامته، وقد أوضح المشرع الجزائري أن من أهم أهداف التقييس حماية البيئة والعيش في بيئة نقية وصحية، باعتبارها من الحقوق الأساسية للمستهلك⁴.

¹ المادة 2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، المعدل والمتمم، السالف الذكر.

² صافة خيرة، "الإطار القانوني للمواصفات"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، جامعة ابن خلدون، تيارت، المجلد 1،

العدد 1، 2019، ص 35.

³ الزقي قاسي، حسينة شرون، "هيئات التقييس في التشريع الجزائري ودورها في حماية المستهلك"، المجلة الجزائرية

لقانون الاعمال، المجلد 2، العدد 1، جامعة بسكرة، 2021، ص 82.

⁴ المادة 2 من القانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، المعدل والمتمم، السالف الذكر.

2- ضمان جودة المنتجات والخدمات

يهدف هذا الالتزام القانوني إلى التأكد من أن المنتجات والخدمات المقدمة تستوفي معايير محددة من حيث السلامة والأداء بما يستجيب لتطلعات المستهلكين ولا يشكل خطراً على صحتهم وسلامتهم، وهو ما جسده قانون 03-09 حين عرف المطابقة بأنها استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للائحة الفنية والمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به¹.

3- تحقيق الشفافية في الأسواق

يقصد به وضوح وتوفير المعلومات المتعلقة بالمنتجات والخدمات والأسعار وشروط التعاقد،² بما يتيح للمستهلكين اتخاذ قرارات واعية ويعزز الثقة والنزاهة فيها إذ يسعى التقييس إلى القضاء على ظاهرة إغراق الأسواق بالمنتجات الرديئة والمزيفة والمنافسة غير المشروعة، مما يعزز ثقة المستهلك في المنتجات المعروضة³.

ثالثاً: القواعد الإلزامية ضماناً قانونية لحماية رغبات المستهلك

إذا كان التقييس يمثل الإطار التقني لضبط جودة المنتجات، فإن القواعد الإلزامية تمثل الغلاف القانوني الذي يمنح هذا الإطار قوته الملزمة في مواجهة المتدخل، والقواعد الإلزامية في مجال حماية المستهلك هي مجموع الاشتراطات التي فرضها المشرع على المتدخل بصرف النظر عن إرادته، بحيث لا يجوز له الاتفاق على ما يخالفها ولا التحلل منها بأي طريقة كانت وقد كرس القانون 03-09 في مادته الثالثة مبدأ عاماً مفاده أن كل منتج معروض للاستهلاك يجب أن يستجيب للمتطلبات المشروعة للمستهلك لا سيما من حيث أمنه وسلامته وصحته⁴. وهذه المتطلبات المشروعة ليست مجرد امتياز قانوني بل هي

¹ المادة 3 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 18-09، السالف

الذكر.

² يحيياوي كريمة، المرجع السابق، ص 63.

³ المادة 3 من قانون رقم 04-04 المتعلق بالتقييس، المعدل والمتمم، السالف الذكر.

⁴ المادة 3 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 18-09، السالف

الذكر.

ترجمة تشريعية للرغبات الجوهرية للمستهلك التي يعجز هو بنفسه عن صونها في مواجهة المتدخل المحترف الذي يتمتع بتفوق تقني ومعرفي واضح¹.

وتتنوع القواعد الالزامية بين ما هو منصوص عليه مباشرة في القانون 03-09 وما هو مقرر في المراسيم التنفيذية الصادرة تطبيقاً له، والتي تتضمن متطلبات خاصة بكل صنف من اصناف المنتوجات سواء تعلق الامر بالمواد الغذائية،² أو مواد التجميل أو الاجهزة الكهربائية أو غيرها. وهذا التنوع في مصادر القواعد الالزامية يعكس الطابع الشمولي لحماية المستهلك التي لا تقتصر على قطاع بعينه بل تمتد لتغطي كافة أنواع المنتوجات التي قد يتعاقد عليها³.

ومثال ذلك ما نصت عليه المراسيم التنفيذية للقانون 03-09 من وجوب وضع بطاقة المعلومات على المنتوجات الغذائية، إذ يلزم كل متدخل بذكر تاريخ الصلاحية وقائمة المكونات وبلد المنشأ باللغة العربية، ولا يجوز له الإعفاء من هذا الالتزام حتى ولو قبل المستهلك بذلك صراحة، مما يؤكد الطابع الأمر لهذه القواعد وعدم قابليتها للتنازل عنها⁴.

الفرع الثاني: الالتزام بالوسم كدليل للمطابقة

إن التقييس وإن كان يعمل في الخفاء خلال مراحل الإنتاج بعيداً عن مستهلك لا يرى من المنتج إلا نتيجته النهائية، فإن الوسم يأتي ليكشف هذا الخفاء ويضعه أمام المستهلك في اللحظة التي يقف فيها أمام رفوف السوق، وليس الوسم مجرد بيانات تطبع على غلاف المنتج، بل هو في جوهره شهادة على أن المنتج قد استوفى الشروط التقنية المقررة وفق ما نظمه المرسوم التنفيذي 13-378، وهو بهذا المعنى أداة إثبات قبل أن يكون أداة إعلام، وهذا ما يتناوله هذا الفرع بالدراسة.

¹ المادة 11 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

² المادة 4 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

³ قلوب طيب، دور التقييس في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، العدد 18، 2017، ص181.

⁴ المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

أولاً: تعريف الوسم

لا يمكن فهم دور الوسم في تحقيق المطابقة دون استيعاب مدلوله القانوني أولاً، وقد حرص المشرع الجزائري على تعريفه في أكثر من نص، مما يدل على الأهمية البالغة التي أولاها لهذه الآلية.

فبموجب القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، يشمل الوسم كل البيانات والكتابات والإشارات والرموز والتماثيل والصور الموضوعة على غلاف السلعة أو لافتة أو سمة أو بطاقة، بصرف النظر عن شكلها أو سندها¹.

وفي السياق ذاته جاء المرسوم التنفيذي 39-90 ليوسع من نطاقه ليشمل كل ما يتعلق بمنتج ما سواء وجد في غلاف أو وثيقة أو كتابة أو ختم أو طوق².

أما المرسوم التنفيذي 484-05 فقد عرف البطاقة الوسمية باعتبارها كل نص مكتوب أو مطبوع يظهر على المنتج لأجل ترقية البيع³، والجامع بين هذه التعريفات أن الوسم هو جملة من البيانات التي تكشف محتوى المنتج للمستهلك وتبين له طرق استعماله، وهنا تتجلى الصلة المباشرة بين الوسم والمطابقة، إذ إن المستهلك لا يستطيع الحكم على مدى توافق المنتج مع رغباته المشروعة إلا إذا توفرت له المعلومات الكافية والصادقة عنه، وهو ما يوفره الوسم بالضبط⁴.

ثانياً: دور الوسم

للوسم دور مزدوج، يتمثل في الدور الإعلامي من خلال تعريف المستهلك بخصائص المنتج وكيفية استعماله، والدور الأمني عبر تحذيره من الأخطار المحتملة وضمان استعمال المنتج بطريقة آمنة.

¹ المادة 3 فقرة 4 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

² المادة 2 فقرة 6 من المرسوم التنفيذي 39-90 المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق بمراقبة الأسعار وقمع المخالفات في مجال تنظيم الأسعار، ج ر، العدد 05، الصادر في سنة 1990.

³ المادة 3 فقرة 1 من المرسوم التنفيذي 484-05 المؤرخ في 30 نوفمبر 2005، الذي يحدد كفاءات ممارسة نشاطات استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها، المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج. ر، العدد 83، المؤرخة في 20_12_1990.

⁴ جلال إيمان، قونان كهينة، "الوسم في عالم المنتجات ضمان لسلامة المستهلك وآلية لمواجهة المخاطر"، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 10، جامعة مولد معمري تيزي وزو، 2025، لعدد 1، ص 282.

1- الدور الإعلامي

يتجلى الدور الإعلامي للوسم في كونه الوسيلة التي يلتزم من خلالها المهني بإعلام المستهلك بكل ما يحتاجه لاتخاذ قرار شراء واع ومبني على معطيات حقيقية، وقد كرس المشرع هذا الالتزام صراحة في المادة 17 من القانون 03-09¹ التي أوجبت على كل مهني إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج بواسطة الوسم أو أي وسيلة مناسبة أخرى، وتنقسم بيانات الوسم الإعلامية إلى صنفين مترابطين، الأول يهدف إلى إعلام المستهلك بكيفية استعمال المنتج، والثاني يهدف إلى تعريفه بطبيعته وصنفه ومكوناته الأساسية².

وهذا التقسيم ليس عشوائياً بل يعكس رغبة المشرع في ضمان شفافية كاملة تمكن المستهلك من التحقق بنفسه من مدى مطابقة المنتج لما يتوقعه ويرغب فيه. فالمستهلك حين يقتني منتجاً ما إنما يبني توقعاته على البيانات المدونة في وسمه، فإذا جاءت هذه البيانات صادقة ووافية تحققت المطابقة بين ما عرض وما سلم، وإذا كانت ناقصة أو مضللة انتفت هذه المطابقة وتضررت الرغبة المشروعة للمستهلك، ومن هنا فإن الوسم الإعلامي الوافي يمثل شرطاً أولياً لا غنى عنه لتحقيق المطابقة الفعلية³.

2- الدور الأمني

لا تقتصر الرغبة المشروعة للمستهلك على الحصول على منتج مطابق من حيث المواصفات فحسب، بل تمتد لتشمل حقه في السلامة والأمان أثناء استعماله، وهنا يبرز الدور الأمني للوسم بوصفه آلية لتحقيق هذا البعد من المطابق⁴، فالالتزام بالوسم الأمني يقع على عاتق المهني إيجابياً، إذ يلزم بلفت انتباه المستهلك إلى الخطر الناجم عن استعمال المنتج بشكل واضح ومقروء، ولا سيما في المنتجات الخطيرة والأدوية والمواد السامة و مواد التجميل والتنظيف البدني، التي تحمل عبارات تحذيرية صريحة من قبيل مضر بالصحة، خطر الموت، لا تلمس، لا تأخذ عن طريق الفم. وهذا الدور الأمني للوسم يرتبط

¹ المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف

الذكر.

² وبروح منال، المرجع السابق، ص 71.

³ ارزقي زوبير، المرجع السابق، ص 128.

⁴ حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي،

مذكرة ماجستير تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010، ص 293.

مباشرة بمفهوم المطابقة، إذ إن المنتج الذي لا يحمل تحذيرات كافية بشأن مخاطره يعد غير مطابق للرغبة المشروعة للمستهلك في الأمان، حتى وإن كانت مواصفاته المادية سليمة¹.

فالمطابقة في هذا السياق لا تعني فقط توافق المنتج مع المواصفات التقنية، بل تشمل أيضا توافره على كل المعلومات التي تكفل استعماله بأمان².

المطلب الثاني:

الالتزام بضمان الاستعمال السليم للمنتج

المستهلك حين يقف أمام منتج ما لا يسأل نفسه إن كان مطابقا لمعيار تقني أو مستوفيا لاشتراط قانوني، بل يسأل سؤالا واحدا: هل يؤدي هذا المنتج ما أريده منه؟ وهذا السؤال البسيط في ظاهره هو ما يقف وراء فكرة الاستعمال السليم للمنتج التي يلتزم المتدخل بضمانها قانونا.

فلا يكفي أن يخرج المنتج من المصنع وفق المقاييس المعتمدة، إذ تبقى هذه المقاييس حبرا على ورق إن لم تتحول إلى منتج يؤدي وظيفته فعلا في يد المستهلك، وهذا لا يتحقق إلا بأمرين: أن يكون المنتج ملائما للغرض الذي اقتني من أجله، وأن يكون المستهلك على بينة من كيفية استعماله ومن الأخطار التي قد تعترضه، وعلى هذين الأمرين يقوم هذا المطلب في فرعيه المتتاليين.

الفرع الأول: ملاءمة المنتج للاستعمال المنتظر منه

تعد ملاءمة المنتج للغرض المنتظر منه للاستعمال من أهم مظاهر مطابقة المنتوجات، إذ لا يكفي أن يكون المنتج مطابقا للمواصفات التقنية فقط، بل يجب كذلك أن يكون صالحا للاستعمال الذي خصص من أجله، وأن يحقق المنفعة المشروعة التي ينتظرها المستهلك عند اقتنائه.

¹ المادة 09 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 18-09،

السالف الذكر.

² شيخي زينب، المرجع السابق، 159.

فالمستهلك يتجه إلى شراء المنتج اعتمادا على الغاية التي أعد لها، مما يفرض على المتدخل توفير منتج يؤدي وظيفته بصورة عادية وآمنة، دون أن يعرض المستهلك للضرر أو يفقده الثقة في المنتج المعروض للاستهلاك.

أولاً: تعريف ملاءمة المنتج الاستعمال المنتظر منه

تعد ملاءمة المنتج للغرض المنتظر منه مفهوما قانونيا يقصد به أن يكون المنتج قادرا فعلا على أداء الوظيفة التي صنع من أجلها، بحيث يستطيع المستهلك الاستفادة منه على الوجه الذي توقعه دون أن يلحق به ضرر في سلامته الجسدية أو في ممتلكاته.

وهذا المفهوم لا يقتصر على الجانب التقني للمنتج، بل يتسع ليشمل كل ما يتوقعه المستهلك العادي من المنتج استنادا إلى طبيعته وجهته والمعلومات التي قدمها المتدخل عند عرضه في السوق، وقد كرس المشرع الجزائري هذا المفهوم بوضوح من خلال المادة 03 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش،¹ التي عرفت المطابقة باستجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به، مما يعني أن الملاءمة في نظر المشرع لا تقتصر على المواصفة التقنية الضيقة بل تمتد لتشمل منظومة متكاملة من المتطلبات تضع سلامة المستهلك في مركز الاهتمام.²

ثانياً: الصلة بين ملاءمة المنتج والرغبة المشروعة للمستهلك

تتجلى الصلة بين ملاءمة المنتج للغرض المنتظر منه ومفهوم الرغبة المشروعة للمستهلك من خلال ما أقرته المادة 11 من القانون 03-09،³ التي ألزمت كل متدخل بأن يكون المنتج المعروض للاستهلاك مستجيبا للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وتركيبته ومقوماته ونسبها وقابليته للاستعمال، فضلا عن ضرورة الإفصاح عن الأخطار التي قد تتجم عن استعماله، ومثال ذلك جهاز التلفزيون الذي

¹ المادة 03 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

² شلوفي حمزة، مداخلة الالتزام بضمان سلامة المستهلك من طرف المتدخل وفقا للاحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، تخصص عقود ومسؤولية، جامعة محمد شريف مساعدي، شلف، 2019، ص18.

³ المادة 11 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

يتوقع منه المستهلك أن يوفر له الأمن والسلامة أثناء الاستخدام، فإذا كان معرضاً للانفجار فإنه يكون منتجاً لا يلائم الغرض المنتظر منه ولا يلبي الرغبة المشروعة لمن اقتناه.

غير أن الرغبة المشروعة للمستهلك فكرة مرنة يصعب حصرها بدقة، إذ تتوقف على جملة من العوامل أهمها طبيعة المنتج وجهته والاستعمال المخصص له ومستوى المعلومات المقدمة من المنتج، وهذه المرونة هي التي تجعل تقييم مدى ملاءمة المنتج لغرضه المنتظر أمراً يستلزم النظر في كل هذه العوامل مجتمعة.

وعليه فإن مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك تقوم على معنيين متكاملين لا يمكن الفصل بينهما، أولهما مطابقة المنتج للتنظيم والمقاييس القانونية المعمول بها، وثانيها مطابقته للاشتراطات العقدية المتفق عليها بين الطرفين، وبهذا المعنى يصبح المنتج الذي يخل بأحد هذين البعدين منتجاً غير ملائم لغرضه وغير مطابق للرغبة المشروعة لمستهلكه في آن واحد¹.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام والتحذير

لا تكتمل المطابقة الوظيفية للمنتوج بمجرد كونه صالحاً للاستعمال المنتظر منه، بل تستلزم أن يكون المستهلك على دراية كافية بكيفية استعماله وبالمخاطر التي قد تنجم عن الاستعمال الخاطئ، ذلك أن المنتوج الذي يفتقر إلى تحذيرات واضحة أو تعليمات استعمال مفهومة يظل ناقص المطابقة حتى وإن كانت مواصفاته التقنية سليمة، ومن هنا يتضح أن الالتزام بالإعلام والتحذير هو بعد مستقل من أبعاد المطابقة يرتبط مباشرة بالرغبات المشروعة للمستهلك في الانتفاع بالمنتوج انتفاعاً آمناً ومجدياً، وهو ما سيتناوله هذا الفرع.

¹ علوش مهدي، الإطار القانوني لحماية المستهلك من مخاطر المنتوجات المصنعة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة ولاستهلاك، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة 1، 2019-2020، ص87.

أولاً: الالتزام بالإعلام

لا يمكن الحديث عن مطابقة حقيقية للمنتج لرغبات المستهلك المشروعة دون أن يكون هذا الأخير على علم تام بما يقتنيه، ذلك عن طريق فرض التزام على عاتق المتدخل وهو التزام بالإعلام ودور هذا الالتزام في تحقيق مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة.

1- تعريف الالتزام بالإعلام

إن المستهلك الذي لا يعلم بمواصفات المنتج وخصائصه ومخاطره، لا يستطيع أصلاً أن يحكم على مدى انسجامه مع رغبته المشروعة، وبالتالي فإن غياب الإعلام يفضي حتماً إلى انتفاء المطابقة الحقيقية حتى وإن كان المنتج سليماً من الناحية المادية.

أدرك المشرع الجزائري هذه العلاقة في نص في المادة 17 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ على أنه يتعين على كل متدخل إحاطة المستهلك بكافة المعلومات المتصلة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك، وأن يقدم له إعلاماً حقيقياً وموضوعياً، خاصة إذا كان المنتج ذا طبيعة خطيرة أو تكنولوجيا معقدة، والهدف من ذلك واضح تمكين المستهلك من الحكم بنفسه على مدى ملاءمة المنتج لما يريد فعله، وهو ما يجسد في حقيقته صورة من صور ضمان المطابقة للرغبات المشروعة.

كما نصت المادة 8 من القانون 02-04² المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أنه يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأي طريقة وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيلة والصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة أو شروط البيع الممارس، وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة³.

¹ المادة 17 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

² المادة 8 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، السالف الذكر.

³ نويري سعاد، "الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك في التشريع الجزائري"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة عربي تبسي، تبسة، العدد 8، 2016، ص 224.

وهنا تتجلى الصلة الأعمق بين الإعلام والمطابقة للرغبات المشروعة، فالمعلومات النزيهة والصادقة التي يلزم المتدخل بتقديمها هي بالضبط ما يمكن المستهلك من المقارنة بين ما يريده وما يعرض عليه، وهذه المقارنة هي جوهر فكرة المطابقة ذاتها.

2- دور الالتزام بالإعلام في تحقيق مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك

يعد دور الالتزام بالإعلام من أهم الآليات التي كرسها المشرع لضمان مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك، ذلك أن المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في علاقة الاستهلاك لا يستطيع تقييم ما إذا كانت السلعة أو الخدمة المعروضة تستجيب فعلا لرغباته المشروعة إلا إذا توفر له إعلام مسبق صادق وكامل يشمل طبيعة المنتج وخصائصه وشروط الحصول عليه¹.

وهو ما دفع المشرع إلى فرض على المحترف التزاما صريحا بالإفصاح عن كل المعلومات الجوهرية المتعلقة بالمنتج قبل إبرام العقد، لأن غياب هذا الإعلام أو تشويبه يجعل المستهلك عاجزا عن الموازنة بين ما يعرض عليه وما يصبو إليه فعلا، مما يفضي إلى الإخلال بمبدأ المطابقة الذي يقتضي في جوهره أن يتوافق المنتج مع التوقع المشروع الذي كونه المستهلك لحظة تعاقدته، ولا يتحقق هذا التوافق إلا حين يكون الإعلام شفافا وكافيا يمكن المستهلك من اتخاذ قرار واع بعيد عن كل لبس أو تضليل².

ثانيا: الالتزام بالتحذير

يشكل الالتزام بالتحذير وسيلة قانونية تهدف إلى تنبيه المستهلك إلى المخاطر التي قد تتجم عن استعمال المنتج أو الخدمة، بما يضمن حمايته وسلامته، ولتحقيق هذه الغاية، يعتمد المهني على وسائل متعددة لإيصال التحذير، مع ضرورة احترام شروط معينة تكفل وضوحه وفعالته في مواجهة المستهلك.

¹ عزوز عبد الحميد، "حماية المستهلك في القانون الجزائري"، مجلة البحوث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة يحي فارس، المدينة، العدد 5، 2018، ص423.

² بنتقة حفيضة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص عقود ومسؤولية، قسم قانون خاص، كلية حقوق والعلوم السياسية، جامعة اكلي محند اولحاج، البويرة، 2013-2012، ص14.

1- تعريف الالتزام بالتحذير

يقصد بالالتزام بالتحذير ذلك الواجب القانوني الذي يلزم المنتج بإحاطة المستهلك علما بالمخاطر التي قد تترتب على استخدام المنتج أو حيازته، فضلا عن ضرورة الإشارة إلى الاحتياطات الواجب مراعاتها لتفادي وقوع تلك المخاطر أو التخفيف من حدتها.

وبما أن هذا الالتزام يستمد أساسه من مبدأ حسن النية في التعاقد، فإن تحديد نطاقه ومداه لا يترك للمنتج وحده، وإنما يخضع في نهاية المطاف لرقابة القضاء، الذي يتولى تقييم ما إذا كانت التحذيرات المقدمة قد جاءت وافية وكافية، بحيث تكون واضحة في مضمونها، كاملة في محتواها، وظاهرة بما يكفي لاستقطاب انتباه المستهلك.

عرفه جانب من الفقه بأنه التزام تبعي يقتضي تنبيه الطرف الآخر في العقد الى ظروف او معلومات بعينها تحيط بمحل العقد يكون جاهلا بها او عاجزا عن ادراكها بمفرده.

وهذا الالتزام في جوهره ليس منفصلا عن فكرة المطابقة، بل هو أحد تجلياتها العملية، إذ أن منتجا يخلو من التحذير الكافي هو منتج لا يستجيب للتوقع المشروع للمستهلك في الحصول على شيء آمن وصالح للاستعمال، كما أن غياب التحذير يجعل رضا المستهلك منقوصا لا يرقى إلى مستوى الرغبة المشروعة التي يريد الوصول إليها¹.

2- وسائل تنفيذ التزام التحذير²:

بما أن التزام التحذير هو احاطة المستهلك بكل المعلومات اللازمة عن مخاطر المنتجات ويكون ذلك عبر العديد من الوسائل التي سنتطرق إليها فيما يلي:

¹ عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر شيء المبيع، مذكرة من اجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009، ص 12.

² كيجل كامل، بولعراس مختار، "الالتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة ودوره في حماية المستهلك"، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، منشورات المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر، 23 و24 أفريل 2018، ص 5.

1- الوسم كوسيلة لتنفيذ التزام التحذير

يشكل الوسم الأداة الأمثل لتنفيذ الالتزام بالتحذير، كونه يضع المستهلك أمام حقيقة المنتج لحظة تعامله معه، فتتحقق بذلك المطابقة الفعلية بين ما يقدم له وما يتوقعه مشروعاً، وقد رسخ المشرع الجزائري هذه الوظيفة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 13-378، بإلزام المنتج بتضمين السلعة كافة البيانات التحذيرية الكفيلة بحماية المستهلك من المخاطر المحتملة، مما يجعل الوسم ضماناً حقيقياً لمطابقة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك لا مجرد إجراء شكلي¹.

2- الإشهار ووسائل الاتصال كوسيلة لتحذير

إذا كان الوسم يخاطب المستهلك في لحظة الاقتناء، فإن الإشهار ووسائل الاتصال تمتد لتخاطبه قبل ذلك وبعده، مما يجعلها امتداداً طبيعياً لمنظومة الالتزام بالتحذير، فالإشهار في جوهره أداة إعلامية تهدف إلى تقريب المنتج من المستهلك، غير أن هذا التقريب لا يكون مشروعاً إلا إذا اقترن بالإفصاح الصادق عن المخاطر المحتملة، دون تضخيم للمزايا أو تعتيم على العيوب.

وهنا تبرز العلاقة الوثيقة بين هذه الوسيلة وموضوع المطابقة، ذلك أن المستهلك حين يقبل على منتج ما، فإنه يبني توقعاته المشروعة في الغالب على ما تلقاه من رسائل إشهارية، فإن جاء المنتج على غير ما وعد به أو خلا من التحذيرات الضرورية التي كان ينبغي الإفصاح عنها، كان ذلك إخلالاً صريحاً بالالتزام المطابقة وبمبدأ حسن النية في العلاقة التعاقدية².

ومن هذا المنطلق يصبح الإشهار الصادق والمسؤول عنصراً أساسياً في تحقيق المطابقة الكاملة بين المنتج والتوقعات المشروعة للمستهلك، لا مجرد وسيلة دعائية تجارية.

¹ كيجل كامل، بولعراس مختار، المرجع نفسه، ص5.

² المادة 8/2 من المرسوم التنفيذي رقم 90_39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المنشور في ج. ر عدد 05 بتاريخ 31 جانفي 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج. ر، عدد 61 بتاريخ 21 أكتوبر 2001.

ثالثا: شروط الاعلام والالتزام بالتحذير

تقتضي فعالية الاعلام والالتزام بالتحذير توافر مجموعة من الشروط التي تضمن وصول كلهما إلى المستهلك بصورة واضحة ومفهومة، بما يسمح له بإدراك المخاطر المحتملة واتخاذ الاحتياطات اللازمة عند استعمال المنتج أو الخدمة.

1- أن يكونا كاملين

يتعين أن يحيط كل من الإعلام والتحذير بكافة المعلومات والأخطار المرتبطة بالمنتج، سواء تعلق الأمر بخصائصه ومكوناته وطريقة استعماله، أم بالمخاطر التي قد تتجم عن حيازته أو استخدامه في شخص المستهلك أو ماله¹. ذلك أن المستهلك حين يقدم على اقتناء منتج معين إنما يتوقع بصورة مشروعة الإحاطة الكاملة بكل ما يتعلق به، فالإعلام الجزئي الذي يغفل بعض البيانات والتحذير المنقوص الذي يتجاهل بعض الأخطار يجعلان المنتج في حقيقته القانونية ناقص المطابقة، لأن الصورة التي تكونت في ذهن المستهلك عنه لا تعكس واقعه الكامل، مما يؤثر سلبا على صحة رضاه وحرية اختياره².

2- أن يكونا واضحين

يستلزم هذا الشرط أن تكون صياغة البيانات الإعلامية وعبارات التحذير واضحة الدلالة بعيدة عن الغموض والالتباس، وأن تكون موجهة إلى المستهلك العادي غير المتخصص بلغة سهلة الفهم تجنباً للمصطلحات الفنية المعقدة³.

ويرتبط هذا الشرط بجوهر فكرة المطابقة من حيث أن الإعلام الغامض والتحذير المبهم لا يختلفان من الناحية العملية عن غيابهما كلياً، إذ لن يتمكن المستهلك في كلتا الحالتين من تكوين تصور حقيقي عن المنتج يمكنه من اتخاذ قرار اقتناء قائم على رغبة مدركة وواعية تستحق الحماية القانونية، ويضاف

¹ عليان عدة، المرجع السابق، ص 12.

² حدوش فتيحة، المرجع السابق، ص 26-27.

³ عماري براهيم، "الالتزام بالإعلام وأثره في حماية المستهلك من خطورة المنتج"، مجلة الدراسات القانونية المقارنة،

جامعة حسبية بن بوعلوي، شلف، المجلد 01، 2015، ص 67.

الى ذلك أن على المحترف الأجنبي ان يلتزم باللغة الوطنية في صياغة بيانات الإعلام والتحذير المرافقة للمنتج¹.

3- أن يكونا ظاهرين

لا يكتفي القانون بمجرد وجود التحذير والإعلام، بل يشترط أن يكونا ظاهرين وبارزين بما يكفي لاستقطاب انتباه المستهلك من أول وهلة، وذلك من خلال توظيف الخطوط الواضحة والألوان المميزة التي تلفت النظر وتجعل المعلومة التحذيرية مرئية بسهولة². وترتبط هذه الشروط الشكلية بمفهوم المطابقة الفعلية لا الشكلية، إذ أن المنتج الذي يحمل تحذيرا مخفيا أو اعلاما مكتوبا بخط لا يكاد يقرأ يفتر إلى صفة المطابقة الحقيقية لأن الغاية الوظيفية من الإعلام والتحذير لم تتحقق على أرض الواقع وإن كانت قد استوفت شكلها الخارجي³.

4- أن يكون التحذير ملاصقا للمنتج

يستوجب الالتزام بالتحذير أن يكون هذا الأخير ملاصقا للمنتج ولا يمكن فصله عنه، سواء عن طريق المصقات التحذيرية على العبوة مباشرة، أم عن طريق إرفاق نشرة داخلية تتضمن التعليمات اللازمة، وهذا الشرط يعكس فكرة استمرارية المطابقة عبر الزمن، إذ أن التحذير المنفصل عن المنتج قد يضيع أو يتلف، فتتقطع المعلومة عن المستهلك في الوقت الذي يحتاجها فيه أكثر ما يكون، وهو لحظة الاستعمال الفعلي⁴.

¹ عماري براهيم، المرجع نفسه، ص 67_68.

² حلمي رببعة، ضمان الإنتاج والخدمات، بحث للحصول على درجة الماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية

الحقوق، جامعة الجزائر، 2000-2001، ص 35.

³ كيجل كامل، بولعراس مختار، المرجع السابق، ص 5.

⁴ أرزقي زوبير، المرجع السابق، ص 148.

المبحث الثاني:

الوسائل القانونية لضمان المطابقة بعد عرض المنتج للاستهلاك

الرغبات المشروعة للمستهلك لا تقف عند حدود لحظة الشراء، فهو حين دفع ثمن المنتج كان في ذهنه أن ما اقتناه، سيظل صالحا ومطابقا لما وصف له، وهذا التصور هو ما يحميه القانون ويلزم المتدخل باحترامه، غير أن الواقع العملي يثبت أن كثيرا من العيوب، لا تظهر في مرحلة الإنتاج بل تتكشف لاحقا أثناء التخزين أو التوزيع، مما يعني أن ترك مرحلة التداول بلا رقابة، يفضي عملياً إلى ضياع ما كفله القانون للمستهلك.

لهذا السبب تحديدا لم يقصر المشرع الجزائري في القانون 03-09 حماية المستهلك على مرحلة ما قبل الطرح، بل أتبعها برقابة لاحقة تسيّر جنبا إلى جنب مع المنتج في كل مراحل وصوله إلى المستهلك، وقد تجلّى ذلك في شقين؛ شق رقابي من خلال (المطلب الأول) الذي يخول أعوان قمع الغش التفتيش وأخذ العينات واتخاذ ما يلزم من إجراءات فورية حين يتبين الإخلال، وشق الثاني هو الشق عقابي (المطلب الثاني) يرتب على هذا الإخلال مسؤولية مدنية تجبر ضرر المستهلك، ومسؤولية جزائية تطل كل متدخل ثبت أنه تعمد الغش في حق من أبرم معه عقده.

المطلب الأول:

الرقابة الإدارية على المنتوجات في مرحلة الطرح للاستهلاك

لا يتعاقد المستهلك على منتج بعينه، إلا لأنه وجد فيه ما يشبع حاجته، وهذه الحاجة هي في حقيقتها ما يسبغ عليه القانون صفة الرغبة المشروعة التي يستوجب احترامها، إلا أن وجود المنتج في السوق، لا يعني تلقائياً أنه سيحافظ على ما كان عليه طوال مدة تداوله، إذ قد تطرأ على مساره عوامل تفضي إلى الإخلال بما اتجهت إليه نية المستهلك دون أن يشعر بذلك.

ومن هنا فإن الرقابة الإدارية ليست مجرد خيار تشريعي، بل ضرورة فرضتها طبيعة العلاقة بين المستهلك ومنتوج، لم تتح له فرصة التحقق من سلامته بنفسه، وقد جاءت هذه الرقابة على

مرحلتين لا تتفصلان؛ أولاهما الكشف عن الإخلال عبر التفتيش وأخذ العينات (الفرع الأول)، وثانيهما التدخل الفوري لوقف الضرر متى ثبت ذلك الإخلال (الفرع الثاني).

الفرع الأول: صلاحيات التفتيش وأخذ العينات:

لا يعلم المستهلك في الغالب شيئاً عما جرى للمنتوج في مراحل وصوله إليه، فهو يرى ما أمامه ويثق فيما وصف له، دون أن يملك أي أداة للتحقق مما وراء ذلك، وهذا الجهل بالذات هو ما دفع المشرع إلى منح أعوان قمع الغش صلاحيات ميدانية واسعة، تجعل منهم حاضرين في كل مرحلة من مراحل مسار المنتج، من الإنتاج إلى لحظة وصوله إلى يد المستهلك، وتتجلى هذه الصلاحيات في ثلاث مراحل متتالية ومتكاملة.

أولاً: مرحلة جمع الاستدلالات

تتطلق الرقابة الميدانية إما من خرجات منظمة يبادر إليها الأعوان من تلقاء أنفسهم أو استجابة لشكاوى المستهلكين¹. وفي كلتا الحالتين خول المشرع لهؤلاء الأعوان بموجب المادة 29 من القانون 09-03 مراقبة مطابقة المنتوجات في جميع مراحل عرضها للاستهلاك بأي وسيلة وفي أي وقت،² فضلاً عما أقرته المادة 34 من القانون ذاته من حرية الدخول نهاراً أو ليلاً بما في ذلك أيام العطل إلى المحلات التجارية ومحلات الشحن والتخزين وكل مكان يتواجد فيه المنتج³.

ولا تقف صلاحياتهم عند حد المعاينة البصرية، إذ أجازت لهم المادة 33 من القانون نفسه فحص كل وثيقة تقنية أو إدارية أو تجارية أو مالية أو محاسبية دون أن يحق للمتدخل الاحتجاج

¹ قاسمي الرزافي، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 أوت 55، سكيكدة، 2015، ص 50.

² المادة 29 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 18-09، السالف الذكر.

³ المادة 34 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 18-09، السالف الذكر.

بالسر المهني،¹ مما يجعل الرقابة شاملة لكل ما قد يكشف عن انحراف المنتج عن الرغبات المشروعة للمستهلك.

ثانياً: أخذ العينات

حين تعجز المعاينة المباشرة عن الكشف عن حقيقة المنتج يلجأ الأعوان إلى أخذ عينات منه لإخضاعها للتحليل المخبري، وقد نظمت المادة 30 من القانون 03-09 هذه العملية،² إذ تتم عن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس وتنتهي عند الاقتضاء باقتطاع العينات اللازمة لإجراء التحاليل أو الاختبارات في المخابر المعتمدة، وذلك للتثبت من مدى انسجام المنتج مع الرغبات المشروعة للمستهلك.

غير أن المشرع أجاز الاكتفاء بعينة واحدة في حالتين؛ أولاً حين يكون المنتج سريع التلف بطبيعته، وثانياً حين يكون الهدف من أخذ العينة إجراء دراسات لصالح مصالح حماية المستهلك لا لمتابعة المتدخل على أساس نتائجها.³

ثالثاً: تحرير المحاضر

لا تكتمل العملية الرقابية إلا بتوثيقها، إذ أوجبت المادة 31 من القانون 03-09⁴ على أعوان قمع الغش تحرير محاضر رسمية تتضمن تواريخ المعاينة وأماكنها وهوية القائمين بها وهوية المتدخل المعني ووصفاً دقيقاً للمخالفات المسجلة مرفقاً بكل مستند إثبات، وبموجب المادة 32 من القانون ذاته⁵، تحرر هذه المحاضر وتوقع في حضور المتدخل الذي يوقع بدوره، وعند غيابه أو رفضه يقيد ذلك في المحضر ويسجل في سجل مخصص مرقم ومؤشر عليه من طرف رئيس المحكمة المختصة، وتتمتع

¹ المادة 33 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 09-18، السالف الذكر.

² المادة 30 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

³ قاسمي الرزاق، المرجع السابق، ص 52 و53.

⁴ المادة 31 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

⁵ المادة 32 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

هذه المحاضر بحجية قانونية إلى أن يثبت العكس، مما يجعل منها الحلقة الواصلة بين الرقابة الميدانية وما يترتب عليها من إجراءات لاحقة، تكفل في النهاية صون الرغبات المشروعة للمستهلك من كل إخلال بالمطابقة¹.

الفرع الثاني: سلطة التدخل الفوري عند الإخلال بالمطابقة

لا يستجيب الكشف عن منتج للرغبات المشروعة للمستهلك، ولا يكفي وحده ما لم يقترن بصلاحيّة التدخل الفوري لوقف الضرر قبل استفحاله، ذلك ان الرقابة التي تنتهي عند مجرد تسجيل المخالفة دون ادوات تنفيذية فعلية لا تعدو كونها اجراء شكليا لا اثر له على ارض الواقع، ولا تتحقق للمستهلك الحماية التي يستحقها حين يقبل على منتج واثقا في مطابقته لما يتوقعه بحق، لهذا السبب منح المشرع اعوان الرقابة سلطة اتخاذ تدابير عملية تتدرج من منع تداول المنتج الى اخراجه من السوق كليا، وصولا الى مواجهة المتدخل الذي يعارض الرقابة ذاتها.

أولاً: تدابير منع تداول المنتج

فضل المشرع تعزيز الحماية بالتدخل في أقرب مرحلة ممكنة قبل ان يجد المنتج المشكوك فيه طريقه الى المستهلك، لان الضرر الواقع على الرغبة المشروعة يصعب تداركه بعد ان يكون المنتج قد وصل فعلا الى يد من وثق فيما عرض عليه، وقد جسد المشرع هذا التوجه الوقائي من خلال آليتين متميزتين تتكاملان في غايتهما.

فعلى صعيد المنتجات القادمة من خارج الحدود، خولت المادة 53 فقرة 2 من القانون 09-03 المعدلة بالقانون 18-09² الاعوان المؤهلين رفض دخول اي منتج مستورد بصفة مؤقتة كلما ساورهم الشك في مدى مطابقته للمواصفات المعتمدة، وذلك الى حين استكمال التحريات اللازمة، والحكمة من هذا الاجراء ان الرغبة المشروعة للمستهلك في الحصول على منتج مطابق لا تبدأ حمايتها من اللحظة التي يصل اليه المنتج، بل تبدأ من اللحظة التي يكون فيها المنتج في طريقه اليه، ويلتزم المتدخل في هذه المرحلة بتقديم ملف كامل يثبت صحة بيانات منتوجه، وتجزئ المادة 54 الدخول المشروط لغرض ضبط

¹ قاسمي الرزاقى، المرجع السابق، ص ص 53 و54.

² المادة 53 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09،

السالف الذكر.

المطابقة على مستوى المناطق تحت الجمركة او المؤسسات المتخصصة او محلات المتدخل ذاته، على ان لا يمس ذلك بسلامة المنتج، فان انتهت التحريات الى التأكد من عدم المطابقة صدر قرار رفض نهائي يبلغ به المستورد وترسل نسخة منه الى مصلحة الجمارك¹.

اما تدبير الايداع المنصوص عليه في المادة 55 من القانون 03-09 فيستهدف حالة مختلفة، اذ يتعلق بالمنتجات التي نجحت في دخول السوق وباتت معروضة امام المستهلك، غير ان المعاينة الميدانية المباشرة كشفت انها لا تستجيب لما يحق له الحصول عليه، ويقوم هذا التدبير على وقف عرض المنتج وتجميده في مكانه بقرار من الادارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش، في انتظار ان يياشر المتدخل ضبط مطابقتة بنفسه، والهدف من اشتراط تدخل المتدخل لرفع الايداع ان لا يكون الرفع مجرد اجراء شكلي لا يغير شيئا في واقع المنتج ولا في مدى استجابته لرغبات المستهلك، وقبل اللجوء الى هذا التدبير اوجبت المادة 56 اعدار المتدخل المخالف لاتخاذ التدابير التصحيحية اللازمة، تجنباً للتصعيد قبل استفاد مسار التصحيح الودي².

ثانيا: تدابير اخراج المنتج من السوق

حين تعجز تدابير المنع عن تحقيق غايتها او حين يكون المنتج قد نفذ الى السوق وتعذر تصحيح وضعه، انتقل المشرع الى مرحلة أكثر حسماً، لان بقاء منتج غير مطابق في متناول المستهلك يعني استمرار الاعتداء على رغبته المشروعة في الحصول على ما يستحقه³.

فالحجز الذي تنظمه المادة 57 يجيز للأعوان استثناء تجميد المنتج دون انتظار اذن قضائي متى ثبت امتناع المتدخل او استحالة ضبط المطابقة، وتتباين آثاره بحسب حالة المنتج؛ فان كان صالحاً للاستهلاك رغم عدم مطابقتة، اتاحت المادة 58 توجيهه الى هيئة ذات منفعة عامة لاستعماله في غرض مباشر وشرعي على نفقة المتدخل المقصر، وهو حل يحول دون هدر ما قد يكون في المنتج من قيمة حقيقية، اما ان كان المنتج غير مطابق وغير صالح لأي

¹ جلال ايمان، قونان كهينة، رقابة المنتجات المستوردة في الجزائر: بين فعالية النصوص القانونية وتحديات الواقع،

المجلد 12، مجلة الدراسات القانونية، العدد 01، جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر، 2026، ص 267_268.

² المواد 54، 55، 56 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم بالقانون 18-

09، السالف الذكر؛ وأيضاً: قاسمي الرزاق، المرجع السابق، ص 55 و56.

³ قاسمي الرزاق، المرجع نفسه، ص 56.

استعمال مشروع فلا مفر من اتلافه وفق ما اقرته المادة 64 بحضور الاعوان وتحرير محضر بذلك¹.

وابلغ هذه التدابير هو سحب المنتج من السوق الذي يأتي في صورتين لكل منهما شروطها ونطاقها، فالسحب المؤقت الذي تكرسه المادة 59 يوقف عرض المنتج الذي باتت مطابقتها موضع شك ريثما تنتهي التحاليل المعمقة، وقد قيده المشرع باجل لا يتجاوز سبعة ايام عمل تقاديا للإضرار بسمعة المتدخل وحرية التجارة دون مبرر ثابت، مع جواز تمديد هذا الاجل حين تستلزم الشروط التقنية للتحاليل ذلك، واكملت المادة 61 مكرر من القانون 18-09 هذا الإطار بالنص على ان الحجز والسحب المؤقت او النهائي يؤديان الى تحرير محاضر وتشميع المنتوجات المشتبه فيها ووضعها تحت حراسة المتدخل المعني.

يكون السحب النهائي للمنتج حين تثبت عدم مطابقتها قطعيا، مما يحرم المستهلك من الحصول على ما كان يتوقعه نهائيا، وكقاعدة عامة يستوجب هذا الإجراء إخطار وكيل الجمهورية مسبقا، غير أن المادة 62 أجازت التنفيذ الفوري دون إخطار في حالات جسيمة كالمنتجات المزورة أو المنتهية الصلاحية أو الأجهزة المعدة للتروير، لكونها تشكل خطرا ثابتا على صحة المستهلك لا يحتمل التأخير. ويتحمل المتدخل وفق المادة 63 جميع مصاريف الاسترجاع، ويوجه المنتج المسحوب إلى مركز منفعة عامة إن كان صالحا، أو يتلف إن كان مقلدا أو غير صالح، كما تلزمه المادة 67 بإعلام المستهلكين بالمنتج المسحوب بكافة الوسائل المتاحة حتى يتخذوا ما يلزم لحماية أنفسهم².

ثالثا: تدابير في مواجهة المتدخل المعارض للرقابة

لم يكتف المشرع بمنح اعوان الرقابة لصلاحيات في مواجهة المنتج، بل مدها لتطال المتدخل نفسه حين يتحول من طرف خاضع للرقابة الى عائق امامها، ومن ثم امام الرغبات المشروعة للمستهلك ذاتها، اذ لا معنى لإجراءات المطابقة ان كان بإمكان المتدخل تعطيلها بمجرد الرفض والتعننت.

¹ المادتين 57 و58 والمادة 64 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم بالقانون 18-09، السالف الذكر؛ وأيضا: قاسمي الرزاق، المرجع السابق، ص 56 و57.

² المواد 59، 61، 62، 63، والمادة 67 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون 18-09، السالف الذكر؛ وأيضا: قاسمي الرزاق، المرجع السابق، ص 57 و58.

فاذا رفض المتدخل الامتثال لإجراءات الرقابة، اجازت المادة 65 من القانون 09-18 لمصالح حماية المستهلك وقمع الغش اتخاذ قرار بالتوقيف المؤقت لنشاط مؤسسته او الغلق الاداري لمحلاته التجارية لمدة اقصاها خمسة عشر يوما قابلة للتجديد، ويصدر هذا القرار بالتلازم مع تدبير السحب في وثيقة ادارية واحدة حتى تتكامل آثارهما، ويستمر الى حين ازالة كل الاسباب التي دعت اليه دون اخلال بالعقوبات الجزائية المقررة، وقد لاحظ الفقه ان المشرع لم يحدد مدة ثابتة لتوقيف النشاط، مما يعني ان القرار يبقى سارياً الى ان تزول مبرراته فعليا لا شكليا¹.

وفيما يخص تحمل المتدخل للمصاريف الذي كرسته المادة 66 من القانون 09-18 فهو مبدا يرمي الى جعل المخالفة مكلفة اقتصاديا بما يكفي لمنع المتدخل عن التهاون في مطابقة منتوجاته، اذ يلزمه بالمصاريف الناجمة عن الايداع والتحليل والاختبارات والتجارب واعادة المطابقة والسحب المؤقت وتغيير الاتجاه واعادة التوجيه والحجز والاتلاف، فلا يجد في المخالفة ربعا يغطي تكلفة ما تستجوبه اجراءات الرقابة².

لم يكتف المشرع بالعقوبات الجزائية وسيلة وحيدة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك، بل اضاف اليها آلية تصالحية تتمثل في غرامة الصلح المنصوص عليها في المادة 86 من القانون 03-09، تمنح المتدخل المخالف فرصة تسوية وضعه بدفع مبلغ مالي في اجل ثلاثين يوما من تاريخ الانذار وفق المادة 90، متجنباً بذلك المتابعة الجزائية، غير ان المشرع لم يجعل هذا الباب مفتوحاً امام كل من اعتدى على حقوق المستهلك، اذ استثنى بموجب المادة 87 ثلاث حالات لا يستحق اصحابها هذا المخرج: المخالفات المقترنة بضرر للأشخاص او الاملاك، والمخالفات المتعددة، وحالات العود، لان من أصر على اهدار الرغبات المشروعة للمستهلك مرة بعد مرة لا يستحق التصالح، وفي غياب التسديد ترسل مصالح حماية المستهلك المحضر الى الجهة القضائية المختصة اقليمياً لاستكمال المسار الجزائي³.

¹ المادة 65 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر؛ وأيضاً: قاسمي الرزقي، المرجع السابق، ص 59.

² المادة 66 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

³ حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابي بكر بلقايد تلمسان، 2011-2012، ص 375؛ المواد 86، 87، والمواد 90، 92 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

المطلب الثاني:

العقوبات المقررة لعدم مطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك

إن العلاقة التي تجمع المتدخل بالمستهلك تقوم في الغالب على تفاوت ملحوظ بين طرفيها، حيث يبقى المستهلك الحلقة الأضعف في هذه المعادلة، لا سيما حين يتلقى منتوجات لا تلبى ما كان يتوقعه، مما يجعل تدخل القانون أمرا لا مفر منه لإعادة التوازن المفقود.

وفي هذا الإطار لم يقف المشرع الجزائري موقف المتفرج، بل بادر إلى تعزيز الالتزام بالمطابقة بمنظومة من الجزاءات تضمن له الفعالية والأثر على صعيد التطبيق، وتنقسم هذه الجزاءات بين اتجاهين متكاملين؛ اتجاه مدني يفتح أمام المستهلك المتضرر باب التعويض عما أصابه من ضرر، واتجاه جزائي يرسم في مواجهة كل من انتهك الرغبات المشروعة للمستهلك حدودا صارمة لا يمكن تجاوزها دون عواقب.

الفرع الأول: المسؤولية المدنية (الجزاءات المدنية):

إذا أخل المتدخل بالتزامه بمطابقة المنتج لرغبات المستهلك المشروعة، لم يكن أمام هذا الأخير أن يقف مكتوف الأيدي، بل منحه القانون جملة من الآليات المدنية التي تمكنه من استرداد حقه، فله أن يطالب بتنفيذ ما وعد به أو بما يعادله مادياً، وله أن يطعن في العقد من أساسه إذا بلغ الإخلال حدا لا يمكن تداركه، غير أن ممارسة هذه الحقوق لا تتم اعتباراً، بل تستدعي تحديد من يملكها أولاً، وما الأضرار التي تتدرج ضمن نطاقها ثانياً، وكيف تقدر قيمتها ثالثاً.

أولاً: حق المستهلك في التنفيذ العيني أو التعويض

لا خلاف في أن المبدأ العام في تنفيذ الالتزامات يقتضي أن يكون التنفيذ عينياً، إذ أن الغاية من أي تعاقد هي الحصول على الشيء المتفق عليه بذاته، ومن ثم فإن المستهلك الذي يتلقى منتوجاً لا يطابق رغباته المشروعة من حيث الطبيعة والمنشأ والتركيب يملك الحق في

مطالبة المتدخل بالتنفيذ العيني لالتزامه، وذلك استنادا الى المادة 164 من القانون المدني الجزائري التي تلزم المدين بتنفيذ التزامه عينيا متى كان ذلك ممكنا¹.

وتجدر الاشارة الى أن التنفيذ العيني في مجال مطابقة المنتوجات يتجلى بصفة خاصة في حق المستهلك في المطالبة بإصلاح المنتج أو استبداله بآخر مطابق لرغباته المشروعة، وهو ما كرسه المشرع الجزائري ضمن أحكام الضمان المنصوص عليها في قانون حماية المستهلك وقمع الغش².

غير أن التنفيذ العيني لا يكون دائما ممكنا أو مجديا، فإذا تعذر على المتدخل الوفاء بالتزامه عينيا جاز للمستهلك المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه جراء عدم مطابقة المنتج لرغباته المشروعة³. ويقوم حق المستهلك في التعويض على أساس المادة 124 من القانون المدني التي تعتبر كل فعل يسبب ضررا للغير موجبا للتعويض⁴ فضلا عن المادتين 11 و12 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش اللتين ترجمان الاخلال بالزامية المطابقة وتفتحان الباب أمام المستهلك للمطالبة بجبر ما أصابه من أضرار مادية ومعنوية ناجمة عن اهدار رغباته المشروعة⁵.

ثانيا: حق المستهلك في فسخ العقد

لا يقف حق المستهلك عند حد المطالبة بالتنفيذ العيني أو التعويض، بل يمتد ليشمل امكانية طلب فسخ العقد أو ابطاله متى ثبت أن المتدخل قد أخل بالتزامه بمطابقة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك، وذلك من خلال مسارين متميزين:

1- ابطال العقد بعبب الغلط أو التدليس:

قد يجد المستهلك نفسه أمام منتج لا يطابق ما كان يتوقعه، لا بسبب اخلال لاحق بل بسبب غلط وقع فيه وقت ابرام العقد، أو بسبب تدليس صدر من المتدخل دفعه الى التعاقد، ففي

¹ المادة 164 من الامر رقم 75-58 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10، السالف الذكر .

² المادة 124 من الامر رقم 75-58 المعدل والمتمم بالقانون 05-10، السالف الذكر .

³ المادتان 11 و12 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-

09، السالف الذكر .

⁴ يحيياوي كريمة، المرجع السابق، ص ص 163 و164.

⁵ حساني علي، المرجع السابق، ص 287.

الحالة الأولى يحق له طلب ابطال العقد استنادا الى المادة 81 من القانون المدني متى كان الغلط جوهريا يتعلق بخصائص المنتج وصفاته التي تمس رغباته المشروعة¹. أما في الحالة الثانية فيستند المستهلك الى المادة 86 من القانون المدني التي تجيز ابطال العقد إذا ثبت أن المتدخل لجأ الى حيل أوقعته في غلط دفعه الى ابرام العقد².

2-فسخ العقد:

يعد الفسخ الخيار الأنسب للمستهلك حين يثبت أن المتدخل أدخل بالتزامه التعاقدى المتمثل في تسليم منتج مطابق لرغباته المشروعة، اذ يخوله المادة 119 من القانون المدني حق المطالبة بحل الرابطة العقدية واسترداد ما دفعه من ثمن³. غير أن الفسخ لا يحقق دائما المصلحة الاقتصادية للمستهلك، كون أنه يؤدي الى التخلي عن المنتج دون ضمان الحصول على بديل مطابق لرغباته، لذا كثيرا ما يلجأ الى هذا الخيار في الحالات التي يتعذر فيها الحصول على منتج بديل مطابق⁴.

ثالثا: تقدير الضرر ونطاق التعويض

لا يكفي ثبوت الاخلال بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك لوحده، بل لابد من تحديد مقدار الضرر الذي لحق به حتى يمكن تقدير التعويض المناسب، وهو ما أولاه المشرع الجزائري عناية خاصة من خلال جملة من النصوص القانونية.

ويشمل نطاق التعويض كل الاضرار التي تسببت فيها المنتوجات غير المطابقة للرغبات المشروعة للمستهلك، سواء كانت اضرارا مادية تمس امواله ومصالحه الاقتصادية، أو اضرارا جسمانية تصيب سلامة جسده وصحته، أو اضرارا أدبية تطل شرفه وسمعته واحاسيسه، وهو ما

¹ المادة 81 من الامر رقم 75-58 المعدل والمتمم بالقانون 05-10، السالف الذكر.

² المادة 86 من الامر رقم 75-58 المعدل والمتمم بالقانون 05-10، السالف الذكر.

³ المادة 119 من الامر رقم 75-58 المعدل والمتمم بالقانون 05-10، السالف الذكر.

⁴ يحيياوي كريمة، المرجع السابق، ص ص 168 و169.

أكدته المادة 19 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش التي ألزمت المتدخل بضمان عدم الحاق الضرر بصحة المستهلك وامنه ومصالحه المادية والمعنوية¹.

أما تقدير هذا التعويض فيتم وفق ثلاث مسارات: اما تقديرا قانونيا استنادا الى المادة 182 مكرر من القانون المدني، أو تقديرا اتفاقيا بين الطرفين وفق المادة 183 من نفس القانون، أو تقديرا قضائيا تبعا للظروف الملائمة وفق ما خوله المشرع للقاضي من سلطة تقديرية واسعة بموجب المادة 132 من القانون المدني².

الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية

لم يكتف المشرع الجزائري بالجزاء المدني وسيلة وحيدة لحماية المستهلك من الإخلال بالمطابقة، بل رأى في بعض صور هذا الإخلال خطورة تستوجب التدخل الجنائي³، لا سيما حين يتخذ الإخلال طابع الخداع والتغريب الذي يمس رغبات المستهلك المشروعة في الحصول على منتج مطابق لما وعد به، ذلك أنّ الإخلال بالمطابقة لا يقتصر أثره على الضرر الفردي اللاحق بالمستهلك، بل يمتد ليطل النظام العام الاقتصادي بأكمله، مما يجعل الردع الجنائي ضرورة لا غنى عنها.

أولاً: تجريم الإخلال بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك

جرم المشرع الجزائري الإخلال بالمطابقة بطريقة غير مباشرة من خلال المادة 68 من القانون 03-09، التي تعاقب كل من يخدع أو يحاول خداع المستهلك في مواصفات المنتج

¹ المادة 19 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

² المواد 132 و182 مكرر و183 من الامر رقم 58-75، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05-10، سالف الذكر؛ وأيضاً: حساني علي، المرجع السابق، ص ص 345-348.

³ قلوبوش الطيب، حماية الرغبة المشرعة للمستهلك بين مبدأ سلطان الإرادة وضرورة تدخل النظام العام لاقتصادي، مجلة الأكاديمية للدراسات لاجتماعية الإنسانية، المجلد 11، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، العدد 2، 2022، ص 280.

⁴ المادة 68 من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18، السالف الذكر.

من حيث كميته وصلاحيته وتاريخ انتهائها ونتائج المنتطرة وطرق استعماله والاحتياجات اللازمة لاستعماله، وقد احوالت هذه المادة على العقوبات المقررة في المادة 429 من قانون العقوبات¹.

وتجدر الاشارة هنا الى ان المشرع لم يكتف بتجريم الخداع فحسب بل ذهب ابعد من ذلك إلى تجريم محاولة الخداع، مما يدل على حرصه الشديد على صون رغبات المستهلك المشروعة في مرحلة مبكرة قبل ان يقع الضرر².

ثم جاء القانون 18-09 معدلا ومكملا لهذا التجريم، إذ اضاف المادة 73 مكرر التي جرمت بشكل مباشر مخالفة الخصائص التقنية المنصوص عليها في المادة 11 من نفس القانون، وهي الخصائص التي تمثل جوهر الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مواصفات المنتج وظيفته وكميته وسلامته، مما يعني ان المشرع قد اتجه نحو تعزيز الحماية الجنائية للرغبات المشروعة للمستهلك بشكل مباشر بعد ان كانت تتم بصورة غير مباشرة فقط³.

ثانيا: العقوبات الاصلية المقررة للمتدخل المخل بالمطابقة

لم يتردد المشرع الجزائري في تسليط عقوبات صارمة على كل متدخل يخل بمطابقة المنتوجات للرغبات المشروعة للمستهلك، إذ جمع بين عقوبتي الغرامة المالية والحبس في آن واحد، مما يدل على جدية موقفه من هذه المسألة.

ففي الحالة العادية تتراوح عقوبة الحبس بين شهرين وثلاث سنوات مع غرامة مالية بين 20.000 دج و100.000 دج طبقا للمادة 429 من قانون العقوبات، غير ان المشرع شدد هذه العقوبة حين يتخذ الخداع وسائل خاصة كالموازين المزورة أو الاعلانات التضليلية، فترتفع العقوبة الى حبس من ثلاث الى خمس سنوات وغرامة من 500.000 دج الى 1.000.000 دج⁴.

¹ المادة 429 من الامر رقم 66-156 مؤرخ في 08 جوان 1966، المتضمن قانون العقوبات، ج. ر، العدد 49، الصادرة بتاريخ 11 جوان 1966، المعدل والمتمم.

² يحيياوي كريمة، المرجع السابق، ص ص 155 و156.

³ المادة 73 مكرر من القانون رقم 18-09، السالف الذكر.

⁴ المادة 69 من الامر رقم 66-156 المعدل والمتمم، السالف الذكر.

أما في الحالات التي يؤدي فيها الخداع الى الأضرار بصحة المستهلك أو حياته، فقد رفع المشرع العقوبة الى حدها الأقصى لتبلغ السجن من عشر الى عشرين سنة وغرامة من 1.000.000 دج الى 2.000.000 دج، وهو ما يعكس حرص المشرع على صون الرغبات المشروعة للمستهلك في السلامة الجسدية فوق كل اعتبار¹.

ثالثا: العقوبات التكميلية

الى جانب العقوبات الاصلية، منح المشرع القاضي صلاحية الحكم بعقوبات تكميلية تزيد من قوة الردع، وتتجلى أساسا في:

نشر الحكم الصادر بالإدانة في الجرائد اليومية على نفقة المحكوم عليه، وهو اجراء يحقق هدفين؛ ردع المتدخلين بالمساس بسمعتهم التجارية، واعلام المستهلكين بالمنتجات التي لا تطابق رغباتهم المشروعة².

كما يجوز الحكم بالمنع المؤقت أو النهائي من مزاوله النشاط التجاري الذي ارتكبت الجريمة بمناسبته، فضلا عن الحرمان من بعض الحقوق المدنية كالحق في الترشيح والتصويت، وهي عقوبات تمس المتدخل في مكانته الاجتماعية والمهنية مما يجعلها رادعا حقيقيا يدفعه الى احترام رغبات المستهلك المشروعة³.

¹ قلوبوش الطيب، المرجع السابق، ص ص 282 و 283.

² المادة 9 من الامر رقم 66-156 المعدل والمتمم، سابق الذكر؛ وأيضاً: يحيياوي كريمة، المرجع السابق، ص 174.

³ قلوبوش الطيب، المرجع السابق، ص ص 283 و 284.



خاتمة



يتبين من خلال ما تم في هذه الدراسة التي تناولت مبدأ المطابقة من حيث أسسه المفاهيمية وصولاً إلى تجلياته التطبيقية أن السؤال الذي انطلقنا منه لم يكن تساؤلاً أكاديمياً نظرياً، بل هو سؤال يلامس واقعا ملموسا يختبره كل مستهلك حين يقدم على اقتناء منتج متيقنا أن ما بين يديه يطابق فعلا ما كان يتوقعه.

وقد أثبتت الدراسة أن المشرع الجزائري أدرك منذ وقت مبكر أن حماية المستهلك لا يكفي فيها مجرد سن نصوص عامة تعالج الالتزامات الشكلية للمتدخل، بل تستوجب بناء منظومة متكاملة تحيط بالمنتج من لحظة إنتاجه إلى لحظة وصوله إلى يد المستهلك، وقد جاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والمعدل بالقانون 18-09، معبرا عن هذا التوجه عبر مبدأ المطابقة في صورتيه المتكاملتين: المطابقة للمواصفات التقنية القانونية من جهة، والمطابقة للرغبات المشروعة للمستهلك من جهة أخرى، وهو الشق الذي أضفى على هذا القانون طابعا إنسانيا يتجاوز الحرفية التقنية الجافة.

وتنتهي هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها على النحو الآتي:

أولاً: إن نطاق المطابقة في القانون 09-03 يتجاوز ما يبدو عليه في القراءة الأولى، فهو لا يقف عند حدود استيفاء المنتج للمقاييس التقنية المعتمدة رسمياً، بل يمتد إلى تلبية ما تقضي به المادة 11 من إشباع للرغبات المشروعة للمستهلك، وهو ما يجعل من التوقعات المعقولة للمستهلك العادي حقوقاً قابلة للتمسك بها قانوناً في مواجهة المتدخل.

ثانياً: إن المستهلك يدخل العلاقة الاستهلاكية في وضع ضعف مزدوج، معلوماتي تقني من جهة وتفاوضي من جهة أخرى، وقد تصدى المشرع لهذا الواقع بحزمة من الآليات المتكاملة الهادفة إلى استعادة التوازن في العقد الاستهلاكي؛ إذ تنطلق من مكافحة الشروط التعسفية مروراً بالشرط الجزائي وإبطال العقد وحق العدول، ولا تتوقف عند الجانب التعاقدى وحده بل تتجاوزهُ إلى الأمن الصحي للمستهلك وحمايته من العيوب الخفية.

ثالثاً: إن ما يقع على عاتق المتدخل من التزامات لضمان المطابقة يشكل منظومة متكاملة الحلقات لا يصح الاستغناء عن واحدة منها؛ فالتقييس يضع الإطار التقني الملزم، والوسم يترجمه في صورة بيانات يستطيع المستهلك قراءتها والحكم من خلالها على مدى توافق المنتج مع ما

خاتمة

كان يتطلع إليه، أما الإعلام والتحذير فيستكملان هذه المنظومة بتسليح المستهلك بكل ما يلزمه لاستعمال المنتج في أمان.

رابعاً: إن الرقابة الإدارية اللاحقة على المنتوجات التي حولها المشرع لأعوان قمع الغش تمثل الوجه التطبيقي لمبدأ المطابقة، وتمتد من صلاحيات التفتيش وأخذ العينات إلى تدابير السحب والحجز والإتلاف، وهي إجراءات تعكس قناعة المشرع بأن المطابقة لا تكفي فيها النصوص وحدها ما لم تكن مدعومة بآليات تنفيذية فعلية.

خامساً: إن المسؤولية المدنية والجزائية المترتبة على الإخلال بالمطابقة تشكلان معا منظومة ردع متكاملة، فالأولى تجبر ضرر المستهلك عبر التنفيذ العيني أو التعويض أو الفسخ، والثانية تلحق بالمتدخل المخل عقوبات شخصية تطال حريته وسمعته التجارية ومركزه الاجتماعي، مما يجعل الإخلال بالمطابقة مكلفا اقتصاديا واجتماعيا لا مجرد مخالفة إدارية هينة.

غير أن الوقوف عند هذه النتائج الإيجابية لا يعني إغفال ما تكشفه الدراسة من قصور لا يزال يشوب هذه المنظومة على أرض الواقع، فرغم ما أرساه القانون 09-03 من أحكام طموحة في مجال المطابقة، يبقى الواقع الجزائري يكشف عن فجوة واسعة بين ما يقره النص وما يحققه التطبيق، وذلك لأسباب في مقدمتها محدودية القدرات الرقابية الميدانية أمام اتساع السوق وتنوع المنتوجات، وشح الاجتهاد القضائي الذي يعكس ضعف لجوء المستهلك إلى القضاء للمطالبة بحقه، فضلا عن غموض يظل مفهوم الرغبة المشروعة في بعض تطبيقاته ويصعب على القاضي والرقيب الإداري الضبط الدقيق لحدوده.

واستنادا إلى ما تقدم، يمكن إيراد الإقتراحات الآتية:

أولاً: العمل على إدراج تعريف صريح ومستقل لمفهوم الرغبة المشروعة في صلب القانون 09-03، عوضا عن الاكتفاء بالإحالة الضمنية إلى المادة 11، وهو ما من شأنه أن يضع أمام القاضي والمتدخل والرقيب الإداري مرجعا واضحا يساهم في توحيد تطبيق هذا المفهوم وتجاوز الغموض الذي يحيط به.

ثانيا: تعزيز الكوادر البشرية لأجهزة قمع الغش وتزويدها بالإمكانيات التقنية الكافية لمواكبة تنوع المنتجات وتوسع السوق، وإدراج التقنيات الحديثة في منظومة تتبع المنتج كالترميز الرقمي الذي يتيح للمستهلك نفسه التحقق من بيانات المنتج قبل الاقتناء.

ثالثا: تشديد العقوبات على جرائم الغش والتدليس المتعلقة بالمنتجات ذات الحساسية الصحية العالية كالمواد الغذائية والأدوية ومواد العناية بالطفل، مع اعتماد نظام العود الخاص الذي يغلق الباب أمام المتدخل المعتاد على المخالفة من الإفلات بعقوبات خفيفة.

رابعا: إطلاق برامج توعية منتظمة تعرف المستهلك بحقوقه المتعلقة بالمطابقة وتمكنه من التعرف على العلامات الدالة على عدم مطابقة المنتج، وتشجعه على الإبلاغ عن المخالفات بدلا من الخضوع لها صامتا.

خامسا: تعزيز الإطار التشريعي الخاص بحماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية، إذ يطرح التسوق الرقمي إشكاليات جديدة تتعلق بالمطابقة والرغبات المشروعة لا تستوعبها النصوص الحالية بصورة كافية، مما يجعل ملاءمة القانون 09-03 لمتطلبات التجارة الإلكترونية ضرورة تشريعية ملحة.

وخلاصة القول إن المشرع الجزائري قطع في هذا المجال شوطا معتبرا نحو بناء منظومة قانونية متماسكة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك عبر ضمان مطابقة المنتجات، إلا أن الإجابة عن الإشكالية التي انطلقنا منها تبقى مشروطة لا مطلقة: فالحماية راسخة في مستوى النصوص، لكنها لا تزال دون المنتظر في مستوى التطبيق، والذي يجعل هذا الموضوع يستحق المزيد من الاهتمام هو أن خلف كل نص يعالج المطابقة والرغبات المشروعة إنسانا حقيقيا يتوجه كل يوم إلى السوق، ولا يطلب سوى أن يحصل على ما وعدته به عبواته وملصقاته.

ويبقى هذا الموضوع رغم ما تناولناه منه مجالا خصبا لدراسات مستقبلية أوسع، سواء في اتجاه المقارنة مع التشريعات الأكثر نضجا في مجال حماية المستهلك كالتشريع الأوروبي وما حققه من تطور ملحوظ في مفهوم الرغبات المشروعة وآليات الانتصاف الجماعي، أو في اتجاه الدراسة التطبيقية الإحصائية لظاهرة عدم المطابقة في السياق الجزائري وما تخلفه من أضرار اقتصادية وصحية فعلية، أو في اتجاه استشراف مستقبل حماية المستهلك في ظل التجارة

خاتمة

الإلكترونية والذكاء الاصطناعي اللذين يفرزان تحديات جديدة لم يستوعبها النص القانوني القائم بعد.



قائمة المصادر المراجع



I. المصادر

أولاً: معجم

1- أبو فضل جمال الدين محمد بن أكرم بن منظور الافريقي، لسان العرب، مادة (طبق)، دار صادر، المجلد 10، بيروت، 1968.

II. المراجع

أولاً: الكتب

1- عبد الباقي عمر محمد، الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة والقانون، الطبعة الثانية، منشأة المعارف، مصر، 2008.

ثانياً: المطبوعات الجامعية

1- صويلح امال، محاضرات في قانون حماية المستهلك، موجه لطلبة سنة أولى ماستر، تخصص قانون فندقي، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2022-2023.

2- مكي حشمة، محاضرات في مقياس حماية المستهلك، موجه لطلبة سنة أولى ماستر، تخصص قانون اعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2024-2025.

ثالثاً: المذكرات والرسائل الجامعية

1- أطروحات الدكتوراه

1. حساني علي، الإطار القانوني للالتزام بالضمان في المنتوجات دراسة مقارنة، رسالة لنيل شهادة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011-2012.

قائمة المصادر والمراجع

2. علي خوجة خيرة، الضمانات القانونية لتعويض المستهلكين الأضرار بسلامة في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016.
3. علوش مهدي، الإطار القانوني لحماية المستهلك من مخاطر المنتجات المصنعة، أطروحة لنيل درجة دكتوراه، تخصص قانون المنافسة والاستهلاك، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة 1، 2019-2020.
4. يحيوي كريمة، الالتزام بمطابقة المنتجات في قانون حماية المستهلك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الحقوق، تخصص قانون اعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2023-2024 .

2-رسائل الماجستير

1. ارزقي زوبير، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون، مدرسة الدكتوراه، فرع قانون المسؤولية المهنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2011 .
2. جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001-2002.
3. حدوش فتيحة، ضمان سلامة المستهلك من المنتجات الخطرة في القانون الجزائري على ضوء القانون الفرنسي، مذكرة ماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010 .
4. حلمي ربيعة، ضمان الإنتاج والخدمات، بحث للحصول على درجة الماجستير، تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2000-2001.
5. حيدر هادي عبد الخزاعي، ضمان مطابقة المبيع (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير، كلية القانون، جامعة بابل، 2014.
6. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، فرع قانون اعمال، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013-2014 .

قائمة المصادر والمراجع

7. عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر شيء المبيع، مذكرة من اجل الحصول على شهادة الماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009 .
8. وبروح منال، ضمانات حماية المستهلك في ظل القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، 2014-2015 .

3-مذكرات الماستر

1. امرابط طه، حماية الطرف الضعيف في العقد في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة غرداية، 2020-2021 .
2. بنتقة حفيضة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص عقود ومسؤولية، قسم قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة اكلي محند اولحاج، البويرة، 2012-2013.
3. سماعيل طاهر، علوي عامر، ضمان مطابقة المنتج لحماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2022.
4. طرافي أمال، التزام المنتج بمطابقة المنتوجات في ظل القانون رقم 09-03، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون، تخصص عقود ومسؤولية، قسم القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة اكلي محند او لحاج، البويرة، 2012.
5. قاسمي الرزاق، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة 20 أوت 55، سكيكدة، 2015.

رابعاً: المقالات العلمية

قائمة المصادر والمراجع

1. الوافي عبد الرزاق، غرسي جمال، "الشروط التعسفية ووسائل مكافحتها"، المجلد 6، مجلة إيزا، جامعة الوادي، العدد 6، 2021، ص ص (299_311).
2. برنان العيد، "الرقابة القضائية على الشرط الجزائي"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة الجلفة، العدد 5، 2017، ص ص (77_101).
3. بسكري أنيسة، "الحماية القانونية المقررة للمستهلك في نطاق ضمان العيوب الخفية في القانون الجزائري"، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر 1، العدد 1، 2015، ص ص (205_227).
4. جلال إيمان، قونان كهينة، "الوسم في عالم المنتجات ضمان لسلامة المستهلك وآلية لمواجهة المخاطر"، المجلد 10، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، جامعة تيزي وزو، العدد 1، 2025، ص ص (272_296).
5. جلال إيمان، قونان كهينة، "رقابة المنتجات المستوردة في الجزائر: بين فعالية النصوص القانونية وتحديات الواقع"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة المدية، العدد 01، 2026، ص ص (259_275).
6. جمعي ليلي، "مدى حرص المشرع الجزائري على مطابقة المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك"، مجلة الحضارة الإسلامية، المجلد 17، جامعة وهران 1، العدد 28، 2016، ص ص (553-574).
7. حسينة شرون، الزقي قاسي، "هيئات التقييس في التشريع الجزائري ودورها في حماية المستهلك"، مجلة قانون الأعمال، جامعة بسكرة، العدد 1، 2021، ص ص (70_87).
8. درماش بن عزوز، "تطوير آلية العيب الخفي في مجال حماية المستهلك"، المجلد 1، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة الجلفة، العدد 25، 2015، ص ص (54_65).
9. صبايحي ربيعة، بلحورابي سعاد، "دور مطابقة المنتجات في حماية المستهلك"، مجلة المعاريف، جامعة الوادي، العدد 1، 2022، ص ص (76-94).
10. صافة خيرة، "الإطار القانوني للمواصفات"، مجلة الفقه القانوني والسياسي، المجلد 1، تيارت، العدد 1، 2019، ص ص (47_28).

11. زرارة صالح الواسعة، "حماية المستهلك من الشروط التعسفية في العقد"، مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة باتنة، العدد 5، 2012، ص ص (183_206).
12. زان مريم، "الأمن الصحي كمكون من مكونات الأمن المجتمعي"، المجلد 12، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، جامعة لونيبي علي، العدد 02، البليدة، 2023، (202_192).
13. زعبي عمار، "حق العدول عن التعاقد ودوره في حماية المستهلك"، مجلة المفكر، بسكرة، العدد 9، 2013، ص ص (117-132).
14. سي يوسف كجار زهية حورية، "آليات إعادة التوازن في عقود الاستهلاك"، مجلة البحوث القانونية، البليدة 2، العدد 1، 2024، ص ص (388-407).
15. سقاي عبد القادر، رقية أحمد داود، "الأمن الصحي للمستهلك في الجزائر"، المجلد 8، مجلة طبنة، تلمسان، العدد 1، 2025، ص ص (645_663).
16. شعباني نوال، "مفهوم الأمن والسلامة في قانون حماية المستهلك"، المجلد 18، مجلة النقدية، تيزي وزو، العدد 3، 2023، ص ص (508_533).
17. عماري براهيم، "الالتزام بالإعلام وأثره في حماية المستهلك"، المجلد 1، مجلة الدراسات القانونية المقارنة، الشلف، 2015، ص ص (54_70).
18. عزوز عبد الحميد، "حماية المستهلك في القانون الجزائري"، مجلة المنار للبحوث والدراسات القانونية والسياسية، جامعة المدية، العدد 5، 2018، ص ص (427_435).
19. لخداري عبد الحق، "حق المستهلك في العدول في عقد الاستهلاك"، المجلد 57، مجلة تبسة، العدد 2، 2020-2021، ص ص (230_246).
20. قسوري فهيمة، "التزام المتدخل بمطابقة المنتوجات في إطار قانون 09-03"، مجلة الاجتهاد القضائي، بسكرة، العدد 14، 2017، ص ص (433-456).
21. قلووش طيب، دور التقييس في حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، العدد 18، 2017، ص ص (178_183).

قائمة المصادر والمراجع

22. قلوب الطيب، حماية الرغبة المشرعة للمستهلك بين مبدأ سلطان الإرادة وضرورة تدخل النظام العام لاقتصادي، مجلة الأكاديمية للدراسات لاجتماعية الإنسانية، المجلد 11، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، العدد 2، 2022، (286_275).
23. قرواش رضوان، "مطابقة المنتجات والخدمات للمواصفات والمقاييس القانونية"، المجلد 5، مجلة البحث القانوني، العدد 1، بجاية، 2014، ص ص (256-232).
24. قونان كهينة، "قصور ضمان العيب الخفي في حماية مستهلك المنتجات الخطيرة"، المجلد 3، مجلة النقدية، تيزي وزو، العدد 1، 2015-2016، ص ص (54_285).
25. نويري سعاد، "الالتزام بالإعلام وحماية المستهلك"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، تبسة، العدد 8، 2016، ص ص (237_221).

خامسا: المداخلات العلمية

- 1- شلوفي حمزة، مداخلات الالتزام بضمان سلامة المستهلك من طرف المتدخل وفقا لأحكام قانون حماية المستهلك وقمع الغش، تخصص عقود ومسؤولية، جامعة محمد شريف مساعدي، شلف، 2019 .
- 2- كيجل كامل، بولعراس مختار، "الالتزام بالتحذير من المنتجات الخطرة ودوره في حماية المستهلك"، مداخلات مقدمة ضمن الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، منشورات المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله، الجزائر، 23 و24 أبريل 2018.

سادسا: النصوص التشريعية

1- لنصوص القانونية

1. أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، المتضمن القانون المدني، ج، ر، العدد 78، الصادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم بالقانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 جوان 2005، ج، ر، عدد 44، الصادر بتاريخ 20 جوان 2005 .

قائمة المصادر والمراجع

2. قانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 يتعلق بالتقييس، ج، ر، العدد 41، الصادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم.
3. قانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج، ر، العدد 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009، المعدل والمتمم .
4. قانون رقم 04-16 المؤرخ في 19 جوان 2016 يعدل ويتمم القانون 04-04 المتعلق بالتقييس، ج، ر، العدد 37، الصادر في 22 جوان 2016.

2- النصوص التنظيمية

1. المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج، ر، العدد 05، الصادر بتاريخ 31 جانفي 1990، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001، ج، ر، العدد 61، الصادر بتاريخ 21 أكتوبر 2001.
2. المرسوم تنفيذي رقم 05-464 مؤرخ في 06 ديسمبر 2005 يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج، ر، العدد 80، الصادر بتاريخ 11 ديسمبر 2005، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 16-324 المؤرخ في 13 ديسمبر 2016، ج، ر، العدد 73، الصادر في 15 ديسمبر 2016.
3. مرسوم تنفيذي رقم 12-214 المؤرخ في 15 ماي 2012 يحدد شروط وكيفيات استعمال المواد المضافات في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج، ر، العدد 30، الصادر في 16 ماي 2012 .
4. المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 نوفمبر 2013 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج، ر، العدد 58، الصادر في 18 نوفمبر 2013.

1	مقدمة
5	الفصل الأول:
5	المطابقة كوسيلة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك
7	المبحث الأول:
7	الإطار المفاهيمي للمطابقة والرغبات المشروعة للمستهلك
7	المطلب الأول:
7	مفهوم المطابقة وأسسها القانونية
8	الفرع الأول: تعريف المطابقة:
8	أولا: تعريف المطابقة لغة:
8	ثانيا: تعريف المطابقة اصطلاحا:
9	ثالثا: تعريف المطابقة في القانون الجزائري:
11	الفرع الثاني: أنواع مطابقة المنتجات:
11	أولا: المطابقة القانونية للمنتجات:
16	ثانيا: المطابقة التعاقدية:
19	المطلب الثاني:
19	مفهوم الرغبات المشروعة ومظاهرها
19	الفرع الأول: المقصود بالرغبة المشروعة للمستهلك:
20	أولا: تعريف الرغبة المشروعة لغة
20	ثانيا: تعريف الرغبة المشروعة اصطلاحا في القانون:
22	الفرع الثاني: معايير تقدير الرغبة المشروعة للمستهلك:
22	أولا: المعايير التقدير:
23	ثانيا: طبيعة معيار تقدير المطابقة وفقا للرغبات المشروعة للمستهلك
25	المبحث الثاني:

25	العلاقة بين مبدأ المطابقة وحماية المستهلك
25	المطلب الأول:
25	مركز المستهلك كطرف ضعيف
26	الفرع الأول: عدم التكافؤ المعرفي والفني بين المتدخل والمستهلك
26	أولاً: المستهلك طرف ضعيف معرفياً وفنياً في مواجهة المتدخل المحترف
	ثانياً: أثر التفاوت المعرفي والفني على الالتزام بمطابقة المنتوجات للطلبات
27	المشروعة للمستهلك
28	الفرع الثاني: آليات إعادة التوازن للعقد الاستهلاكي
28	أولاً: مكافحة الشروط التعسفية
28	ثانياً: الشرط الجزائي
29	ثالثاً: ابطال العقد
29	رابعاً: حق المستهلك في العدول
30	المطلب الثاني:
30	الأمن الصحي للمستهلك بين المطابقة وضمان العيوب الخفية
30	الفرع الأول: الارتباط بين المطابقة والأمن الصحي
31	أولاً: تعريف الأمن الصحي
31	ثانياً: دور الالتزام بالمطابقة في توفير الأمن صحي للمستهلك
32	الفرع الثاني: تأثير العيوب الخفية على الرغبات المشروعة
32	أولاً: تعريف العيوب الخفية
33	ثانياً: حماية المستهلك من خلال ضمان العيوب الخفية
34	الفصل الثاني:
34	مظاهر المطابقة لحماية الرغبات المشروعة للمستهلك في القانون 03-09
35	المبحث الأول:
35	التزامات المتدخل اتجاه مطابقة المنتوجات

المطلب الأول:	36
ضمان مطابقة المنتج للمواصفات والمعاير التقنية	36
الفرع الأول: الالتزام بالتقييس واحترام القواعد الالزامية	36
أولا: التقييس ضمانة لتحقيق رغبات المستهلك المشروعة	37
ثانيا: دور التقييس في مطابقة المنتجات للرغبات المشروعة للمستهلك	37
ثالثا: القواعد الإلزامية ضمانة قانونية لحماية رغبات المستهلك	38
الفرع الثاني: الالتزام بالوسم كدليل للمطابقة	39
أولا: تعريف الوسم	40
ثانيا: دور الوسم	40
المطلب الثاني:	42
الالتزام بضمان الاستعمال السليم للمنتج	42
الفرع الأول: ملاءمة المنتج للاستعمال المنتظر منه	42
أولا: تعريف ملاءمة المنتج للاستعمال المنتظر منه	43
ثانيا: الصلة بين ملاءمة المنتج والرغبة المشروعة للمستهلك	43
الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام والتحذير	44
أولا: الالتزام بالإعلام	45
ثانيا: الالتزام بالتحذير	46
ثالثا: شروط الاعلام والالتزام بالتحذير	49
المبحث الثاني:	51
الوسائل القانونية لضمان المطابقة بعد عرض المنتج للاستهلاك	51
المطلب الأول:	51
الرقابة الإدارية على المنتجات في مرحلة الطرح للاستهلاك	51
الفرع الأول: صلاحيات التفتيش وأخذ العينات:	52
أولا: مرحلة جمع الاستدلالات	52
ثانيا: أخذ العينات	53
ثالثا: تحرير المحاضر	53

فهرس المحتويات

54	الفرع الثاني: سلطة التدخل الفوري عند الإخلال بالمطابقة.....
54	أولاً: تدابير منع تداول المنتج
55	ثانياً: تدابير اخراج المنتج من السوق.....
56	ثالثاً: تدابير في مواجهة المتدخل المعارض للرقابة.....
58	المطلب الثاني:.....
58	العقوبات المقررة لعدم مطابقة المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك.....
58	الفرع الأول: المسؤولية المدنية (الجزاءات المدنية):.....
58	أولاً: حق المستهلك في التنفيذ العيني أو التعويض.....
59	ثانياً: حق المستهلك في فسخ العقد.....
60	ثالثاً: تقدير الضرر ونطاق التعويض.....
61	الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية.....
61	أولاً: تجريم الإخلال بمطابقة المنتجات للطلبات المشروعة للمستهلك....
62	ثانياً: العقوبات الأصلية المقررة للمتدخل المخل بالمطابقة.....
63	ثالثاً: العقوبات التكميلية.....
64	خاتمة.....
69	قائمة المصادر والمراجع.....