

الفصل الرابع

مفهوم قانون حماية المستهلك

قبل التطرق لمفهوم قانون حماية المستهلك، لابد أن نحدد مفهوم المستهلك أولاً، وحماية المستهلك ثانياً.

المبحث الأول: مفهوم المستهلك

يعد مفهوم المستهلك من المفاهيم التي أحدثت ثورة على المستوى الفقهي، كما طرحت إشكالات هذا المفهوم من خلال الممارسة القضائية وأربك حسابات بعض المشرعين على مستوى نطاق هذا المفهوم، فتباينت الاتجاهات بين التضييق والتوسع في تحديد مفهوم المستهلك خاصة عند القانونيين، لأنه عند باقي الفقهاء لا تطرح هذه الإشكالية اختلافاً كبيراً كما هو الحال عند الاقتصاديين.

ولقد تعددت التعاريف واختلفت بشأن تحديد "من هو المستهلك" وهذا باختلاف المجال الذي يراد له شغله هذا الأخير لما يترتب عليه من آثار، فنجد الاقتصاديين والقانونيين ورجال الدين يعرفه كل حسب الزاوية التي ينظر للمستهلك من خلالها، أيضاً ساهم التطور التاريخي عبر العصور في وضع تعريفات مختلفة للمستهلك.

المطلب الأول: تعريف المستهلك اصطلاحاً

المستهلك اصطلاحاً هو: "من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها، أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني".

المطلب الثاني: تعريف المستهلك عند الاقتصاديين

يعرف بعض الاقتصاديين المستهلك بأنه كل فرد يشتري سلعة أو خدمات لاستعماله الشخصي، أو هو الشخص الذي يحوز ملكية السلعة.

كما يعرفه البعض الآخر: بأنه كل من يحصل من دخله على سلع ذات طابع استهلاكي لكي يشبع حاجاته الاستهلاكية إشباعاً حالاً ومباشراً.

والمستهلك في المفهوم الاقتصادي يشمل:

أولاً: استهلاك الأفراد أو العائلات: وهو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية لإشباع حاجات الأفراد والعائلات.

ثانياً: الاستهلاك السوقي: هو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية لإشباع الحاجات، وذلك عن طريق شراء هذه السلع والخدمات من الأسواق مقابل مبالغ نقدية.

ثالثاً: الاستهلاك الذاتي: هو عملية استخدام السلع والخدمات الاقتصادية التي ينتجها الأفراد بأنفسهم دون ظهورها في الأسواق ودخولها في نطاق التبادل النقدي.

رابعاً: الاستهلاك السلعي أو الخدمي: وهو استخدام مال له وجود مادي لإشباع حاجة الإنسان إلى الغذاء أو الكساء أو ما شابه هذا الاستهلاك السلعي، أما الاستهلاك الخدمي فهو استخدام مال ليس له وجود مادي مثل استشارة الطبيب لإشباع حاجة الإنسان للعلاج أو استشارة المحامي لإشباع حاجة الإنسان لمقاضاة غيره.

فالاستهلاك في علم الاقتصاد يمثل المرحلة الأخيرة من العملية الاقتصادية وهو يختلف عن الإنتاج والتوزيع اللذان يقعان في مراحل متقدمة تتضمن جمع الثروات وتوزيعها، فالاستهلاك هو استخدام ناتج العمل لإشباع الحاجات، وعليه فالمستهلك في علم الاقتصاد هو الذي يحصل على السلع والخدمات لإشباع حاجاته ورغباته الشخصية وليس من أجل التصنيع، فهو بذلك يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية وعنده تنتهي عملية التداول.¹

المطلب الثالث: تعريف المستهلك في الفقه

لم يوفق الفقه القانوني في إعطاء تعريف موحد للمستهلك فلا يزال الخلاف بين الفقهاء، حيث ظهرت تجلياته في اتجاهين اثنين بين من يتبنى المفهوم الضيق وبين اتجاه يدعو لتبني المفهوم الموسع (المطلق).

الفرع الأول: الاتجاه المضيّق لمفهوم المستهلك

إن دعاء هذا الاتجاه ويمثلون أغلبية الفقه يتجه إلى تبني المفهوم الضيق ويكون فيه مستهلكا كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية، ويخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة. كما ذهب البعض إلى تعريف المستهلك وفقا للاتجاه الضيق بأنه: "كل شخص يقوم بعمليات الاستهلاك-إبرام التصرفات - التي تمكنه من الحصول على المنتجات والخدمات، من أجل إشباع رغباته الشخصية أو العائلية".

من خلال التعاريف السابقة، يتضح أن هذا الاتجاه ضيق من مفهوم المستهلك وجعل هذه الصفة تلحق بمن يتحقق فيه شرطان:

-**الشرط الأول:** أن يكون المستهلك قد تحصل على المنتج أو الخدمة للغرض الشخصي أو العائلي.

-**الشرط الثاني:** أن يكون محل عقد الاستهلاك منتوجا أو خدمة.

ووفقا لهذا الاتجاه لا يكتسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنية أو يقتني مالا أو خدمة لغرض مزدوج (مهني وغير مهني).

ولقد ساق أنصار هذا الاتجاه عدة حجج من أجل استبعاد المحترف من الحماية، منها أن المحترف الذي يتصرف من أجل حاجات مهنته سيكون أكثر تحفيزا من الشخص الذي يتصرف لغرض خاص، وبالتالي سيحسن الدفاع عن نفسه، وإذا تصادف وجود محترف في وضعية ضعف، فإن ذلك يستدعي حمايته بقواعد خاصة، لا بقواعد قانون الاستهلاك.

ويبدووا هذا الاتجاه المقيد لفكرة المستهلك هو الأقرب في رأي معظم الفقهاء إلى بيان ذاتية المستهلك، فضلا عن تميزه بالبساطة والدقة القانونية وعدم إثارته للشكوك مما يبسر مسألة تطبيقه بما يوفره من أمان لدى المستهلك.

¹. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون الجديد رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013-2014، ص29

الفرع الثاني: الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك

يتجه فريق من الفقهاء إلى التوسع في المقصود بالمستهلك، بحيث يشمل كل من يبرم تصرفاً قانونياً من أجل استخدام المال أو الخدمة في أغراضه الشخصية أو في أغراضه المهنية.

ويهدف هؤلاء إلى مد نطاق الحماية القانونية إلى المهني حينما يقوم بإبرام تصرفات تخدم مهنته، كما هو الحال بالنسبة للطبيب الذي يشتري المعدات الطبية أو التاجر عندما يشتري أثاثاً لمعمله.

بل هناك من أنصار هذا الاتجاه من دعا إلى جعل مصطلح المستهلك مرادفاً لكلمة مواطن، وذلك بالنظر إلى المصلحة، فمصلحة المستهلك تكون حينما تنشأ علاقة تبادلية بين المواطنين والعديد من المؤسسات ومختلف أنواع الأعمال الأخرى داخل المجتمع.

لقد أنتقد أنصار الاتجاه الموسع دعاة التضييق في مفهوم المستهلك ففي نظرهم كل شخص يتعاقد بهدف الاستهلاك، أي من أجل استعمال الأموال والخدمات سواء كان ذلك للاستعمال الشخصي أو المهني، بشرط عدم إعادة البيع للأموال أو الخدمات لأنه في هذه الحالة لا تتحقق فرضية الاستعمال أو الاستخدام.

فحسب هذا الاتجاه إذا تحقق شرط الاستخدام أو الاستعمال للمنتوج أو الخدمة عد الشخص مستهلكاً سواء كان مهنياً أو غير مهني.

وقد عاب أنصار الاتجاه المضيق دعاة التوسع في مفهوم المستهلك، باعتبار هذا التوسع غير مبرر في نطاق قانون الاستهلاك لأن من شأن هذا التوسع أن يجعل حدود قانون الاستهلاك غير مضبوطة بشكل دقيق، فإذا اعتبرنا المهنيين الذين يتصرفون خارج نطاق اختصاصهم مستهلكين فيجب بطريقة مماثلة تشبيه المستهلكين الذين يتصرفون داخل دائرة اختصاصهم بالمهنيين، كما أن التوسع في مفهوم المستهلك مناقض للحكمة من وضع قانون خاص بحماية المستهلك بوصفه الطرف الضعيف.¹

المطلب الرابع: تعريف المستهلك في القضاء

لقد تأثر القضاء بالجدل الفقهي حول تحديد مفهوم المستهلك، وعليه ترددت الأحكام القضائية هي الأخرى بني اتجاهين، أحدهما تبنى المفهوم الضيق للمستهلك والأخر تبنى المفهوم الواسع له. ويتضح ذلك جلياً من خلال قرارات المحاكم الفرنسية الآتي بيانها:

فقد قررت الغرفة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية في 28/04/1987 إبطال عقد أبرمته إحدى الشركات لشراء جهاز إنذار تبيين أنه معيب، حيث بينت المحكمة أن تخصص الشركة في مجال الأنشطة العقارية يجعلها جاهلة بالتقنيات الخاصة بنظام الإنذار، أي أنها في العقد محل النزاع توجد في نفس حالة عدم العلم أو الجهل التي يتصف بها أي مستهلك عادي وبالتالي فقد وضع هذا القرار المستهلك والمهني الذي يتعاقد خارج نطاق تخصصه المهني بمناسبة ممارسة مهنته في مرتبة واحدة من حيث وجوب الاستفادة من الحماية القانونية المقررة في قانون حماية المستهلك. ويكون القضاء في هذه الحالة قد تبنى المفهوم الموسع للمستهلك.

¹. صياد الصادق، مرجع سابق، ص 31، 32، 33.

غير أن الوضع لم يبقى على حاله إذ حسم القضاء الفرنسي سنة 1995م هذه المسألة، فقد استعملت محكمة النقض الفرنسية صيغة جديدة تقضي بأنه: "لا يعد مستهلكا ولا يستفيد من ثم من القواعد الحمائية ذلك الذي يبرم عقدا يمثل رابطة مباشرة مع نشاطه المهني"، وبناء على هذه الصيغة فقد أصدرت الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية حكما قضائيا يأخذ بعني الاعتبار تصرف الاستهلاك بدل صفة المستهلك، بحيث أصبحت تستبعد العمليات التي تكون لها علاقة مباشرة مع النشاط المهني، وعليه لا يستفيد المهني من الحماية القانونية المقررة للمستهلك العادي في التصرفات التي يبرمها وتكون لها علاقة قريبة ومباشرة بمهنته، على أن وجود هذه العلاقة أو عدمه يخضع لتقدير قاضي الموضوع. وقد استعملت هذه الصيغة بواسطة المشرع في البيع في المنازل ومدتها محكمة النقض إلى القواعد المتعلقة بالشروط التعسفية، وتلك المتعلقة بالائتمان.¹

المطلب الخامس: تعريف المستهلك في التشريع الجزائري

لقد ضبط القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مفهوم المستهلك في نص الفقرة 2 من المادة 3 منه، والتي عرفته على أنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به". وبهذا التعريف القانوني يكون المشرع قد جنب الفقه والقضاء عناء البحث عن تعريف ملائم.

من خلال هذه النصوص نستنتج أن المشرع الجزائري تبنى المفهوم الضيق للمستهلك، إذ قصر مفهومه على الشخص الذي يقتني المنتجات والخدمات من أجل الاستعمال الشخصي فقط دون المهني، وهو ما يؤكد من خلال المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 97-254 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها التي تنص على أنه: "يقصد بالمنتجات الاستهلاكية في مفهوم هذا المرسوم، المنتج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك.

لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتجات استهلاكية في مفهوم هذا المرسوم".

وحتى يمكن إضفاء صفة المستهلك على الشخص وفقا للتشريع الجزائري ينبغي أن تتوفر مجموعة من

العناصر تتمثل في:

- أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا.
- أن يكون محل الاستهلاك هو السلع أو الخدمات.
- أن يتم اقتناء السلعة أو الخدمة بمقابل أو مجانا.
- أن يكون الحصول على السلعة أو الخدمة لأغراض شخصية أو عائلية وليس لأغراض تجارية.
- أن يكون الاقتناء من أجل الاستعمال النهائي للمنتج.²

¹. بومحراث ليندة، "فاعلية القانون رقم 09-03 في حماية المستهلك الجزائري في الأفق الثالثة"، مجلة الشريعة والاقتصاد، كلية الشريعة والاقتصاد، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 3، العدد 6، ص 348 و349.

². المرجع نفسه، ص 355 و356 و357.

المبحث الثاني: مفهوم مبدأ حماية المستهلك

تعرف حماية المستهلك على أنها: "حفظ حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق من قبل المهنيين (المتدخلين أو المنتجين) أو مقدمي خدمات في كافة المجالات، سواء كانوا تجاراً أو صنّاعاً أو مقدمي خدمات، وذلك في إطار التعامل التسويقي الذي تكون محله سلعة أو خدمة"، وتتنحصر حماية المستهلك بشكل عام في أربعة مجالات هي: حماية الأمن الجسدي له وصحته وسلامته، حماية مصالحه الاقتصادية، حماية إرادته التعاقدية، وحماية فكره وثقافته، وتتسم حماية المستهلك بعدة خصائص منها اثنتين أساسيين هما:

- عمومية وشمولية الحماية.

- العدالة في الموازنة بين حقوق وواجبات طرفي العملية التعاقدية.

كما تعرف أيضاً حماية المستهلك على أنها تلك الجهود التي تتمتع بصفة النظامية، والاستمرارية، والمبذولة من طرف الأجهزة الحكومية والمجتمع المدني في سبيل الدفاع عن حقوق ومصالح المستهلك، وحمايته من الأضرار الظاهرة أو الخفية، الصحية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، التي قد تصيبه في إطار العلاقة التعاقدية مع المنتجين أو التجاريين أو مقدمي الخدمات (المتدخلين).¹

وفيما يلي مجالات الإخلال بمبدأ حماية المستهلك، والأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك.

المطلب الأول: مجالات الإخلال بمبدأ حماية المستهلك

توجد عدة مجالات يتم من خلالها الإخلال بحماية المستهلك منها:

1- الإعلان: وذلك من خلال انتهاج أساليب الخداع في الرسالة الإعلانية لغرض تضليل المستهلك والعمل على إقناعه بشراء منتج ما، وهذا بالتركيز على مختلف أساليب الاغراء المكتوبة في لإعلان، وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة التي تؤثر على أذواق المستهلكين.

2- الضمان: وهو الحق الذي يضمن للمستهلك أداء المنتج، ومستوى هذا الأداء بما يتناسب مع قيمته، ومن ثم فإن عدم منح هذا الضمان، أو عدم استيفائه للشروط الضرورية مثل المدة الكافية للتأكد من عدم ظهور وجود عيوب، يعتبر وجه من أوجه الإخلال بحماية المستهلك، نظراً لأن مقدم المنتج في هذه الحالة قد تنصل من مسؤوليته تجاه السلعة المباعة أو الخدمة المقدمة.

3- التبیین: ونقصد بذلك أن المستهلك يعاني نتيجة لعدم معرفته أو جهله باستعمال المنتج المقدم له نظراً لخلو هذا المنتج من وجود البيانات الدالة على كيفية استخدامه، أو بسبب عدم قدرة المستهلك على المعرفة أو الإلمام بكيفية الاستفادة من البيانات إن كانت موجودة، يضاف إلى ذلك مشكل الثقة في دقة ما يكتب على غلاف المنتج من بيانات.

4- السعر: وهو مشكلة يعاني منها المستهلك ذو الدخل المحدود، وقد استغلت الكثير من المؤسسات قوتها في الأسواق وفرضت أسعار لا تتلاءم مع القدرة الشرائية للمستهلك، وينتج هذا الإخلال بحماية المستهلك عادة

¹. معزز زكية، محاضرات في مقياس قانون حماية المستهلك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة ألكلي محند أولحاج البويرة، السنة الجامعية 2021-2022، ص5.

عندما تحتكر فئة معينة تسويق السلع والخدمات، الأمر الذي يتيح لها إمكانية فرض أسعار سوقية تفوق الإمكانيات المالية للمستهلك، كما تندرج طرق البيع بالتقسيم، أو التخفيضات الصورية أحيانا في خانة التحايل على الأسعار.

5- التوزيع: يتم الإخلال في هذه الحالة بحماية المستهلك من خلال توزيع المنتجات في أماكن بعيدة عن

متناول المستهلك، مما يضطره إلى بذل جهد جسدي ونفسي كبير لإشباع حاجته ورغباته، بالإضافة أيضا إلى عدم عرض المنتجات في الوقت المناسب، أو التمييز بين المستهلكين من حيث إمكانية الحصول على الكميات والأصناف الموزعة.

6- التعبئة والتغليف: يظهر الإخلال بمبدأ حماية المستهلك من خلال هذا العنصر باستخدام بعض المواد

غير الملائمة صحيا في تغليف المنتجات وخاصة الغذائية منها، أو تستخدم عبوات غير ملائمة للتعبئة كتلك المصنوعة من مواد قابلة للصدأ أو استخدام عبوات غير نظيفة... الخ، كل ذلك يكون سببا في الأضرار الناتجة عن ذلك الاستعمال، فبعض مواد العبوات قابلة للتفاعل مع مركبات المواد الغذائية، مما يترتب عنه وجود مواد سامة تضر بصحة المستهلك.

7- المقاييس والأوزان: ونقصد بذلك الغش في الأوزان والتلاعب في المقاييس المقررة للمنتجات، فالنقص

في الأوزان وفي الأحجام والأطوال يسبب أضرارا للمستهلك خاصة عندما تكون الأسعار مرتفعة.

8- مواصفات المنتجات: يظهر الإخلال بحماية المستهلك من خلال هذا العنصر عن طريق عدم احترام

المنتجين لمواصفات المنتجات من وزن ولون وشكل... الخ، أو اللجوء إلى استعمال علامات تجارية وهمية مثلما هو الحال في بعض المنتجات الكهرومنزلية، والملابس... الخ، حيث يجد المستهلك نفسه أمام علامات تجارية غير حقيقية لمنتجات معروفة في السوق.

9- التخزين: ينلخص الضرر الذي قد يلحق بالمستهلك في هذه الحالة من خلال التلف والقدم الذي يعتري

المواد بسبب أخطاء التخزين، فقد يحدث الضرر نتيجة لتخزين بعض المنتجات وتركها لفترات طويلة، حيث تتجاوز فترة صلاحيتها للاستعمال... الخ، حيث يترتب على ذلك وجود حالة عدم التوازن بين القيم والمنافع الاقتصادية التي يحصل المستهلك عليها من المنتجات المتضررة وبين الغرض الذي اشترى من أجله.

10- النقل: يلعب النقل دورا هاما في إشباع الحاجات والرغبات، إلا أنه أحيانا يتسبب في حدوث أضرارا

صحية واقتصادية بالمستهلك عندما تستخدم مثلا وسيلة نقل غير ملائمة كأن تكون مخصصة لنقل مادة معينة ولكن توجه لنقل مادة أخرى غير ملائمة لنقلها، مثل نقل المواد المجمدة في وسائل نقل لا تتوفر على شروط التبريد، فلا يخفى على أحد مدى حجم الضرر الذي يلحق بالمستهلك في هذه الحالة جراء استعمال هذه المواد بعد تجميدها للمرة الثانية مثلما هو الحال في حالة اللحوم على سبيل المثال¹.

¹. معزوز زكية، مرجع سابق، ص 8 و9.

المطلب الثاني: الأطراف المسؤولة عن حماية المستهلك

تقع مسؤولية حماية المستهلك على مجموعة من الأطراف والجهات منها: الحكومة، الأفراد، جمعيات حماية المستهلك، والمؤسسات المنتجة أو الموزعة.

1- الحكومات: منذ أن تنامت الحركات التي تتكفل بمهمة حماية المستهلك والدفاع عن مصالحه ازداد دور الحكومات في الدول المختلفة في لعب أدوار هامة تصب في تجسيد هذا الهدف، وهذا انطلاقاً من مسؤوليتها عن حماية مواطنيها في المجالات المختلفة، ويمكن تلخيص أهم هذه الأدوار في ضمان حقوق مواطنيها في الحصول على البيانات والمعلومات دون تضليل، وضمان حقه في الاستماع إلى انشغالاته وانتقاداته... الخ، ويتم التكفل بهذه القضايا وغيرها التي تصب في حماية المستهلك من خلال تفعيل عمل الأجهزة الحكومية التالية:

- **الأجهزة القانونية في الوزارات:** وهي ذات العلاقة بموضوع الحماية، والتي تتولى الاشراف على وضع وصياغة القرارات التي تكفل حماية المستهلك، واجراءاتها الخاصة في حالة حدوث إخلال بهذه الحماية.

- **أجهزة الإشراف والرقابة:** وهي التي يتجسد دورها في الاشراف والرقابة تجاه موضوع الإخلال بحماية المستهلك، حيث يمتد مجال عملها إلى رقابة الممارسات التسويقية للمنتجين والبائعين والموزعين، بالإضافة إلى الاضطلاع بدور الاشراف على اجراء بحوث التسويق والمتضمنة لمجالات: السوق، المستهلكين، الأسعار، الترويج، والتوزيع، كما يمتد الدور الرقابي لهذه الأجهزة إلى كل ما يرتبط بعملية التبادل مثل كفاية الضمانات الممنوحة للمستهلك، وجودة المنتجات المباعة، وصلاحياتها للاستعمال... الخ.

- **الأجهزة القضائية:** ويتمثل دورها في مسألة الفصل في القضايا المتعلقة بحماية المستهلك.

- **الأفراد:** يلعب الأفراد دوراً هاماً في تفعيل الحماية من منطلق أنهم أصحاب المصلحة الأولى، ويمكن لعب هذا الدور الفعال في الحماية من خلال التنظيمات المختلفة التي يعملون ضمنها، مما يتيح كشف الممارسات التسويقية التي تقود إلى الإخلال بحماية المستهلك.

- **جمعيات حماية المستهلك:** هذه الجمعيات تلعب دوراً هاماً في حماية المستهلك وهذا من خلال القيام بمجموعة من المهام مثل ربط قضايا المستهلك بظروف المجتمع للتعرف على الطاقات، حث ودفع المؤسسات الرسمية والهيئات المتخصصة إلى سن قوانين تحمي المستهلك، التوعية ونشر ثقافة الاستهلاك، والتركيز على القضايا التي تحظى بأكبر اهتمام لدى المجتمع وهي: الغذاء، تلوث الهواء، الاتصالات، التدخين... الخ.

- **أجهزة الإعلام:** تؤدي أجهزة الإعلام بمختلف أنواعها دوراً هاماً في تأمين الحماية للمستهلك، وهذا من خلال توعية الجماهير فيما يخص حقوقها ومصالحها، إضافة إلى دفاعها عن هذه الحقوق من منطلق أنها تدخل ضمن القضايا الاجتماعية، حيث نجد أن البرامج الإعلامية تهدف إلى المساهمة في معالجة مثل هذه القضايا الحساسة بالنسبة للمجتمع ككل عن طريق توعية المستهلكين بما يتيح لهم إدراك حقوقهم وواجباتهم¹.

¹. معزوز زكية، مرجع سابق، ص 10 و 11.

المبحث الثالث: مفهوم قانون حماية المستهلك

يعتبر قانون حماية المستهلك من الآليات الهامة المنتهجة من طرف الدول والحكومات من أجل تحديد مختلف الحقوق المكفولة للمستهلك، ومن ثم ضمان الرقابة الدقيقة والشاملة على مدى احترام الأطراف الأخرى لهذه الحقوق. وفيما يلي نتطرق لتعريف قانون حماية المستهلك، ثم نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك.

المطلب الأول: تعريف قانون حماية المستهلك

يعرف قانون حماية المستهلك بأنه: "مجموعة القواعد القانونية التي تنظم العلاقات بين المستهلك والمتدخل في عملية عرض السلع والخدمات للاستهلاك في السوق، بهدف توفير حماية للمستهلك بداية من مرحلة إنتاج السلع وتقديم الخدمات ثم التوزيع إلى عرضها النهائي للاستهلاك، واقتنائها من طرفه".

وطبقاً لأحكام المادة 1 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ومن القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تتمثل أهداف قانون حماية المستهلك في:

- تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك وقمع الغش، والتي تسري على كل متدخل في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك.

- تحديد و حماية قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية التي تطبق بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين في مجال حماية المستهلك¹.

المطلب الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك

طبقاً لنص المادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أن: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً، وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، وعليه يمكن تحديد نطاق تطبيق هذا القانون من حيث الأشخاص الخاضعين له وكذا من حيث موضوعه.

الفرع الأول: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص

يطبق قانون حماية المستهلك على أطراف العلاقة الاستهلاكية وهما: **المستهلك والمتدخل.**

أولاً: المستهلك

أقر قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن الدائن بالحماية التي تتضمنها أحكامه هو المستهلك، وهنا تكمن ضرورة تعريف المستهلك لتحديد الأشخاص المعنيين بهذه الحماية².

عرف المشرع الجزائري المستهلك في الفقرة 2 من المادة 3 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بثن أو مجاناً، سلعة أو خدمة مُعَدَّين للاستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"، كذلك عرفته المادة 3 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

¹. معزوز زكية، مرجع سابق، ص 12.

². صياد الصادق، مرجع سابق، ص 40.

يستخلص من هذين التعريفين أنه يجب توافر 04 عناصر لاكتساب صفة المستهلك وهي:

- أن يكون الشخص طبيعي أو معنوي.

- أن يقوم بعملية الاقتناء بثمن أو مجانا.

- أن يكون المنتج المقتنى سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي.

- أن يكون الهدف من العملية الاستهلاكية مجرد من الطابع المهني، بحيث يكون الهدف هو إشباع

الحاجات الشخصية للمقتني أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به، ويعتبر هذا الهدف المعيار الجوهري

للتمييز بين المستهلك والمتدخل.

ثانيا: المتدخل

إذا كان "المستهلك" هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك وقمع الغش فإن "المتدخل" هو الملتزم بتطبيق

هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك¹.

لقد عبر المشرع الجزائري في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عن الطرف الثاني

في العلاقات الاستهلاكية بالمتدخل "l'intervenent"، حيث عرفته الفقرة 7 من المادة 3 من هذا القانون بأنه:

"كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك"، في حين عرفته المادة 3 الفقرة 1

من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية في ما اصطلح عليه بالعموم الاقتصادي

"l'agent économique"، بأنه: "كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس

نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

وبشكل عام يقصد بالمتدخل: "كل من يتدخل في عملية عرض السلع والخدمات للاستهلاك، ويتمثل في كل

شخص طبيعي أو معنوي سواء خاضع للقانون الخاص أو العام، يمارس بصفة دائمة الأنشطة الاقتصادية في

إطار مهنته المعتادة²".

ومصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة أو الخدمة والمستورد والمخزن والناقل والموزع لها بالجملة أو

بالتجزئة، فكل ممتهن لأحد هاته الأنشطة يعتبر متدخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه³.

ويتضح مما سبق، أنه يشترط لاكتساب وصف المتدخل توافر الشروط التالية⁴:

- أن يكون الشخص طبيعي أو معنوي سواء خاضع للقانون الخاص أو العام: أي أن يكون منتج أو

تاجر أو حرفي أو مستورد أو موزع أو مقدم خدمات أو المؤسسات العمومية الاقتصادية أو المؤسسات العمومية

ذات الطابع التجاري و الصناعي.

¹. صياد الصادق، مرجع سابق، ص 45.

². معزوز زكية، مرجع سابق، ص 15.

³. صياد الصادق، مرجع سابق، ص 45.

⁴. معزوز زكية، مرجع سابق، ص 16.

-أن يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي: أي طبقاً للشروط التي تقتضيها كل مهنة، فإذا كان تاجراً ينبغي أن تتوافر فيه شروط اكتساب هذه الصفة، وكذلك بالنسبة للحرفي والمنتج وغيرهم، ويقصد بالنشاط المهني، كل نشاط يتم بهدف الإنتاج أو التوزيع أو أداء الخدمات".

-أن يكون الهدف إشباع احتياجاته المهنية.

إن أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما يبرر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدراً من التوازن من خلال إتقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ من طرف المتدخل.¹

الفرع الثاني: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الموضوع

يستخلص من مضمون المادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بقانون حماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه: "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً..."، أن المنتجات (سلعة كانت أو خدمة) التي يتم اقتنائها من أجل الاستعمال النهائي هي موضوع ومحل التزام الحماية التي أقرها المشرع لصالح المستهلك بصفته دائماً في مواجهة المتدخل المدين بالحماية، وبالرجوع إلى المادة 2 من قانون حماية المستهلك نجد أنها تنص "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً وعلى كل متدخل وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، فأحكام هذا القانون تطبق على المنتجات التي قد تكون سلعة أو خدمات معروضة للاستهلاك.²

إن نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك يشمل كل المعاملات أو العلاقات الاستهلاكية التي تربط بين المتدخل والمستهلك، سواء كانت هذه العلاقات عقدية - وذلك في حالة وجود عقد يربط بين المستهلك والمتدخل والذي يطلق عليه عقد الاستهلاك-، أو كانت غير عقدية - في حالة عدم وجود رابطة عقدية بينهما-. هذا ويعرف عقد الاستهلاك بأنه: "كل عقد يبرم بين المستهلك والمحترف أو المهني"، أو بمعنى آخر هو التصرف القانوني الذي يسمح للمستهلك بالحصول على السلعة أو الخدمة بهدف إشباع حاجته غير المهنية أي الشخصية أو العائلية".

قد يحصل المستهلك على ما يحتاجه من سلع أو خدمات عن طريق إبرام عقد رضائي (مساومة)، ولكنه غالباً ما يتم التصرف القانوني للاستهلاك بواسطة عقد إذعان، لذلك اتجهت غالبية التشريعات المتعلقة بحماية المستهلك إلى اعتبار أن عقود الاستهلاك من عقود الإذعان، التي يقتصر فيها المستهلك على مجرد التسليم بشروط العقد دون مناقشة، وهذا ما يستخلص من مضمون المادة 3 الفقرة 4 من القانون 04-02 التي عرفت العقد المبرم بين المستهلك والعمود الاقتصادي بأنه: "كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو خدمة، حرر مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق، مع إذعان الطرف الآخر، بحيث لا يمكن لهذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه".

¹. صياد الصادق، مرجع سابق، ص 46.

². المرجع نفسه، ص 49.

مع العلم أن المقصود بالكتابة هنا ليس الكتابة الرسمية، وإنما مجرد إيراد الشروط العامة للتعاقد في الوثائق المختلفة التي تصدر عن العون الاقتصادي، كما هو الحال في طلب الشراء، الفاتورة، وصل التسليم... وغيرها، حسب ما أكدته الفقرة 2 من المادة 03 من القانون 04-02.¹

¹. معزوز زكية، مرجع سابق، ص 15، 16، 17.