

إلتزامات المتدخلين في العملية الإستهلاكية

ومدى فاعليتها في حماية المستهلك

تاريخ استلام المقال: 01 مارس 2017 تاريخ القبول النهائي: 16 مارس 2017

الأستاذ الدكتور كمال كيدل

أستاذ التعليم العالي

kihel_2008@hotmail.fr

جامعة أدرار (الجزائر)

المخلص:

بالنظر إلى التطور المستمر لنشاط المتدخلين في عملية عرض المنتجات للإستهلاك وما ترتب عليه من تعقيد في تركيبة المنتجات، وتنوعها المتزايد من منتجات طبيعية مركبة، ومنتجات إلكترونية، وبرامج إلكترونية وأدوية ومكملات غذائية ومستحضرات التجميل... إلخ. وبالموازاة لذلك تطورت سوق الخدمات عن طريق تطوير أساليب عرض الخدمات وتعقيدها في بعض الأحيان، وكذلك تعددت وتنوعت الخدمات المعروضة بأنواع لم تكن معروفة من قبل. كل هذه الاعتبارات أثرت بالسلب على مصلحة المستهلك بإحداث خلل كبير في التوازن بين هذا الأخير والمتدخل في عملية عرض المنتجات للإستهلاك. كل هذا أثبت عدم فاعلية النصوص القانونية في حماية المستهلك في ضوء متغيرات السوق، مما أدى بالمشروع إلى تعديل قانون حماية المستهلك بموجب القانون رقم 09-03 بأسلوب أكثر صرامة، محاولا إرجاع التوازن الذي تأثر بالمتغيرات السابقة. وفي سبيل ذلك فرض المشروع عدداً من الإلتزامات على المتدخل ورصد جزاءات على مخالفتها، سوف أبين من خلال هذه المداخلة الإلتزامات التي نص عليها قانون حماية المستهلك وقمع الغش، ومدى فاعليتها في حماية المستهلك.

Résumé:

Vue le développement continu de l'activité des intervenants dans le processus de l'exposition des denrée alimentaires, la complication résultant de la composition des produits, sa variété comme produit naturel ou synthétique, et des programmes électroniques et les compléments alimentaires et cosmétiques.

En parallèle, le service du marché s'est développé grâce au développement des services et leur complication dans certains cas, en plus de la variété jamais connue des services exposés.

Les considérations ont des répercussions négatives sur le consommateur en provoquant un déséquilibre entre lui et l'intervenant dans le processus de l'exposition des produits au consommateur.

Ce ci prouve l'inefficacité des lois protégeant le consommateur ce qui a poussé le législateur à faire des amendements dans la loi de la protection du consommateur, vue la loi 09-03 d' une manière très rigide dans le but de restituer cet équilibre affecté par des changements antérieurs.

A cet effet, le législateur a imposé des obligations sur l'intervenant ainsi que des lois punitives.

A travers mon intervention, je montrerai les obligations que la loi de la protection du consommateur et la répression de la fraude préconisée ainsi son efficacité dans la protection du consommateur.



المطلب الأول: الالتزام بإعلام المستهلك

تدخل المشرع الجزائري باستمرار من أجل الرفع من مرتبة المستهلك. واحداث نوع من التوازن بينه وبين المهني. حماية للطرف الضعيف في علاقة الاستهلاك. وسعيًا وراء هذا الهدف. وفر حماية لإرادته المشتري من خلال القواعد العامة المتعلقة بعيوب الرضى والتي هي الغلط والتدليس والإكراه والغبن. وفي نفس الوقت فرض التزاما على المهني. بإعلام المستهلك والذي يجد أساسه في مبدأ حسن النية في إبرام العقد. والذي يقتضي إعلام المتعاقد عن شروط وموضوع العقد. حتى يبرم العقد في الأخير على أساس سليم من الرضائية.

الفرع الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام.

لقد حرص المشرع الجزائري على حماية التراضي في عقود الاستهلاك¹. حيث فرض قانون حماية المستهلك وقمع الغش التزاما محددًا على المهني. ويتمثل الالتزام بإعلام المستهلك. لهذا يتعين دراسة هذا الموضوع من خلال تحديد مضمونه (البند الأول). تم تمييزه عما يشته به (البند الثاني).

البند الأول: مضمون الالتزام بإعلام المستهلك.

تفترض الاستقامة في التعامل وحسن النية على أن يكون كل طرف في العقد على بينة تامة بما تحصل عليه من العقد وبما التزم به. لهذا تدخل المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بنص واضح وصريح. يلزم من خلاله كل متدخل في وضع المواد للاستهلاك أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك. وبناءً على هذا النص. فإن المشرع لم يتوقف عند حد منع المتدخل من خداع المستهلك بأي طريقة كانت سواء كانت بالكتمان أو بغيرها². بل ذهب أبعد من ذلك من خلال إلزام البائع بتزويد المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج لتكوين رضى سليم في العقد. وفي هذا حماية للطرف الضعيف في عقد الاستهلاك.

وفي إطار تحديد مضمون هذا الالتزام. يرى البعض³ أن يشمل بصفة أساسية الحالة المادية والقانونية للمبيع. لأن المطلوب هنا تزويد المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالوضع المادي

¹ - المادة 17 و18 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية، العدد رقم 15، الصادر بتاريخ 08 مارس 2009.

² - وائل نافذ سفرجلاني، الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع- رسالة ماجستير، نوقشت في كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، سنة 2001، ص 11.

³ - محمد أحمد فاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، الطبعة الثانية، سنة 1992، ص 110.

أ. د. كمال كيدل - جامعة أدرار (الجزائر)

للمنتوج (مكوناته، خصائصه). ووضعه القانوني (تسجيله، مرخص باستعماله....). وهذا ما يسمح للمستهلك باستعماله الأمثل في الغرض المخصص له.

ولقد أحاط المشرع علم المشتري بالمبيع بعناية كبيرة. حيث نص في المادة 352 من القانون المدني على ضرورة علم المشتري بالمبيع علماً كافياً. وحدد العلم الكافي ببيان المبيع وأوصافه الأساسية¹.

ولقد نص المشرع الجزائري على بعض الوسائل على سبيل المثال يتحقق بها الالتزام بإعلام المستهلك، فذكر الوسم والعلامات... إلخ.

وبخصوص المعلومات المتعلقة بالمنتوج، والمستوحاة من الواقع العملي تتمثل² في:

- تسمية المنتوج.
- بلد وشركة المنشأ.
- اسم وموطن المستورد.
- مكونات المنتوج.
- الكمية والوزن أو عدد الوحدات.
- تاريخ الصنع ونهاية الصلاحية.
- دليل الاستعمال.

وحتى يتحقق علم المستهلك بكل ما يتعلق بالمنتوج علماً كافياً. ولسد طرق التحايل. أوجب المشرع³ أن تكون وسائل إعلام المستهلك (الوسم، طريقة الاستعمال، دليل الاستعمال، شروط الضمان....) باللغة العربية أساساً، وبطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها.

ويتضمن الالتزام بالإعلام كذلك الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع⁴.

ويبرر هذا الجانب من الالتزام بالإعلام بالدور الذي تلعبه الأسعار وشروط البيع في توجيه اختيار المستهلك، وحتى لا يتم تلاعب الباعة بالأسعار فيكون المستهلك ضحية عدم علمه بالأسعار فيقتني سلعاً أو خدمات بأسعار أعلى من قيمتها في السوق. لهذا حدد المشرع طرق إعلام

¹ - المادة 352 من الامر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني المعدل والميمم، الجريدة الرسمية، العدد 78، المؤرخة في 1975/09/30.

² - قادة شهيدة، التزام العون الاقتصادي بالإعلام، دراسة في القانون المقارن والجزائري مقال منشور في مجلة الراشدية، صادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة معسكر، العدد 02، السنة الأولى، ص 274 وبعدها.

³ - المادة 18 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش - سالف الذكر.

⁴ - المادة 04 وبعدها من القانون رقم 04-02، المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية، العدد رقم 41، مؤرخة في 17 جوان 2004، وتمتم بالقانون رقم 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، الجريدة الرسمية رقم 46 مؤرخة في 18 أوت 2010.

التزامات المتدخلين في العملية الإستهلاكية ومدى فاعليتها في حماية المستهلك
المستهلك بالأسعار. وذلك بوضع علامات او وسم او معلقات. وألزم أن تكون هذه التعريفات
والأسعار مرئية ومقروءة¹.

البند الثاني: تمييز إعلام المستهلك عما يشابهه.

قد يحدث لبس لدى البعض في التفرقة بين الالتزام بالإعلام وكل من الاعلان والمشورة
الفنية. لهذا سوف نميز بين هذه المصطلحات القانونية الثلاثة لإزالة كل لبس قد يحدث بينها،
وهذا فيما يلي:

أولاً: تمييز الإعلام عن الإعلان.

يختلف الإعلام عن الإعلان في مفهوم قانون حماية المستهلك من عدو جوانب تتمثل
أهمها فيما يلي:

- أن الإعلام هو التزام قانوني يلتزم به المتدخل لصالح المستهلك. بأن يعلمه بكل
المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك. وهذه المعلومات متطلبة لإبرام العقد أي
سلامة الرضى.

أما الإعلان فلا يعتبر التزام على المتدخل. بل هو وسيلة لترويج المنتجات والخدمات
بهدف تحقيق أكبر قدر من المبيعات. وبالتالي لتحقيق مكاسب مادية. ولهذا تدخل المشرع من أجل
تنظيم الإعلان والدعاية التجارية بنصوص عقابية تعتبر كل تجاوز في هذا الإطار خداع أو
محاولة خداع تؤدي بمرتكبها إلى المتابعة الجزائية².

- إعلان تقوم به عادة مؤسسات تنشط فقط في هذا المجال. ويكون مدفوع الأجر.

أما الإعلام فهو مجاني. ويقوم به المتدخل وهو منظم ومحدد قانوناً من حيث مضمونه.

- الإعلان يفتقد إلى الموضوعية العلمية³. ويقوم على الجذب للفت انتباه المستهلكين من
خلال وسائل تبعد عن المضمون والحقيقة. حيث يعمل على المبالغة في التعبير حول أوصاف
المنتج.

أما الإعلام فهو أكثر موضوعية⁴ إذ يخلو من المبالغة والتفخيم في أوصاف وخصائص
المنتجات والخدمات، فهو يلزم المتدخل بتقديم جميع البيانات والإرشادات العامة المتعلقة

¹ - قاده شهيدو- مقال سبق-ص277 وبعدها.

² - المادة 69 من القانون رقم 09-03 سالف الذكر.

³ - وائل نافذ السفر جلاني، رسالة ماجستير سألقة الذكر، ص 14.

⁴ - جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، رسالة ماجستير، مقدمة ومناقشة في كلية
الحقوق، بن عكنون، جامعة الجزائر، سنة 2002_2001، ص 34 وبعدها.

أ. د. كمال كيجل - جامعة أدرار (الجزائر)

بالمنتوج. وكيفية الاستعمال والأسعار... إلخ، وهذا يجعله في وضع يمكنه من تدبير أمر واتخاذ قراره دون معاونة من المتدخل.

ثانياً: تمييز الإعلام عن المشورة الفنية والنصيحة.

يختلف الالتزام بالمشورة الفنية الذي تفرضه بعض التشريعات، كما قد يترتب نتيجة اتفاق فعل التعاقد بين المتدخل والمستهلك على أن يقدم الأول للثاني المشورة الفنية للمساعدة على فهم المواصفات التقنية للمبيع.

غير أن الالتزام بالإعلام يختلف عن الالتزام بتقديم المشورة الفنية والنصيحة من عدد جوانب تتمثل أهمها فيما يلي:

1- الالتزام بالإعلام يتعلق بعنصر التراضي في العقد. وهو مطلوب لسلامة الرضى من كل عيب نتيجة علم المشتري علماً كافياً بكل ما يتعلق بالمبيع. أما الالتزام بالنصيحة فيتعلق بتنفيذ العقد. ويوجد سنده في مبدأ حسن النية الذي تقوم عليه العقود.

2- جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام نجده في المسؤولية التقصيرية لوقوعه في الفترة السابقة لإبرام العقد¹. ونجد المسؤولية الجزائية عن الإخلال بهذا الالتزام في القانون الذي فرضه هو قانون حماية المستهلك وقمع الغش، في المادة 78 منه نصت على عقوبة جزائية على مخالفة هذا الالتزام².

أما جزاء الإخلال بالالتزام بالنصيحة، فهو المسؤولية العقدية. باعتبار الالتزام تعاقدي.

كما يختلف الالتزامان من حيث مضمون كل منهما، كون مضمون الالتزام بالإعلام يتمثل في تقديم البيانات المتعلقة بالمنتوج وطرق استعماله. وشروط العقد. والشهر... إلخ. أما الالتزام بالنصيحة، فمضمونه مشورة علمية تفصيلية ومستوى تقنية المنتوج وأهميتها العلمية³.

¹ - وائل نافذ سفر جلاني، رسالته سائفة الذكر، ص 13.

² - نصت المادة 78 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: "يعاقب بغرامة مالية ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1000.000 دج) من يخالف إزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون".

³ - وائل نافذ سفر جلاني، رسالته سائفة الذكر، ص 13.

المطلب الثاني: الالتزام بأمن المنتج.

وضع المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك التزاماً محدداً على عاتق المتدخل. مضمونه أمن المنتجات الموضوعة للاستهلاك. وأن لا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه بالنظر إلى الاستعمال المشروع المنتظر منها.

ولدراسة هذا الموضوع يتعين تحديد مضمون الالتزام العام بالأمن (الفرع الأول). ثم تحديد القواعد الوقائية المطبقة على المنتجات والخدمات (الفرع الثاني).

الفرع الأول: مضمون الالتزام العام بأمن المنتج.

ترتب على كثرة وتنوع المواد المصنعة. وجود الكثير من المنتجات معيبة. والتي يؤدي استهلاكها إلى أضرار جسيمة تلحق بالمستهلك.

ولقد شملت العيوب في الواقع العملي المنتجات بمختلف أنواعها مثل: الأدوية. الملابس. المواد الغذائية. الأجهزة الكهرومنزلية. لعب الأطفال... الخ.

غير أن الخطورة لا تتعلق فقط بالأشياء المعيبة. بل تتحقق أيضاً بالنسبة للمنتجات الخطرة بطبيعتها مثل المنظفات. والمتفرقات... الخ. وهناك كذلك أشياء ليست معيبة ولا خطيرة بطبيعتها. لكنها قد تصبح خطيرة الاستعمال.

لهذه الأسباب، جهد رجال القانون من أجل إيجاد وسائل قانونية فعالة لحماية المستهلك من مخاطر المنتجات. فكانت الخطوة الأولى من اكتشاف القضاء الفرنسي في عقد النقل. حيث اعتبر أن عقد النقل يرتب التزاماً على عاتق الناقل بضمان سلامة الراكب¹.

وبعد ذلك امتد الالتزام بأمن المنتج إلى عقود أخرى ليصل في الأخير إلى عقد البيع. حيث أصبح قانون الاستهلاك الفرنسي ينص صراحة على هذا الالتزام².

أما فيما يخص المشرع الجزائري. فلم يكتف بدوره بما نصت عليه القواعد العامة في المادة 107 فقرة 02، والتي نصت على إلزام المتعاقد بما هو من مستلزمات العقد وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام.

وهكذا جاء المشرع الجزائري بنص خاص في قانون حماية المستهلك يلزم بموجبه كل متدخل باحترام إزامية أمن المنتجات الموضوعة للاستهلاك، بأن تتوفر على الأمن بالنظر إلى

¹ - ينظر القرار الشهير لحكمة النقض الفرنسية الذي أشار إليه جرمود الياقوت. رسالتها المشار إليها سابقاً. ص 81.

² - ينظر نص المادة 221 فقرة 01 من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر بالقانون رقم 949/93 المؤرخ في 26 جويلية 1993.

أ. د. كمال كحل - جامعة أدرار (الجزائر)

الاستعمال المشروع المنتظر منها، وضمن الشروط العادية للاستعمال والشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين، وألا تلحق ضرراً بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه¹.

ويتبين من نص المادة 09 من قانون حماية المستهلك الجزائري. أن الالتزام بأمن المنتج يشمل كل المنتجات دون تفرقة بين المنتجات المعيبة والمنتجات الخطيرة بطبيعتها. فنص على أن أمن المنتج يجب أن يتحقق بالنظر إلى ألا يستعمل المشروع المنتظر منه. وضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين.

يتبين من هذا النص أن المشرع الجزائري قيد الالتزام بأمن المنتج بمشروعية الاستعمال العادي له. غير أنه أضاف عبارة "أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين". وهي عبارة تقصد توسيع مجال الالتزام بأمن المنتج لتحقيق حماية أكبر للمستهلك في حالة تجاوز الاستعمال للشروط العادية مع بقاءه ضمن الشروط المتوقعة من قبل المتدخلين.

غير أن المشرع لم يضع معياراً للتوقع هنا. لهذا نرى أن المعيار باعتباره يتعلق بالمتدخلين، فإن الجدير بالأخذ به هو معيار الرجل العادي من فئة المتدخلين أي من مستواهم.

وهكذا، فإن المشرع الجزائري لم يعتمد التفرقة التقليدية بين الأشياء الخطرة وغير الخطرة. فيشمل الالتزام بالأمن كل المنتجات خطيرة كانت أو غير خطيرة. الفرع الثاني: القواعد الوقائية المطبقة على المنتجات والخدمات.

جاء المشرع في مجال إلزامية أمن المنتجات بقواعد تهدف إلى منع وجود في السوق منتجات تمثل خطورة على أمن وسلامة المستهلك. ولم يترك الأمر للمنافسة الحرة لأن الأمر يتعلق بمصالح وضروريات عليا للمستهلك.

وتختلف تلك القواعد من دولة إلى أخرى. ففي فرنسا مثلاً جاء المشرع الفرنسي بقواعد عامة تنطبق على جميع المنتجات وأخرى خاصة تنطبق على بعض المنتجات. فنص على حظر بعض الألوان والأصباغ وعلى ضروره وضع تاريخ صلاحية الأغذية القابلة للفساد. وأمان أجهزة الغاز. وعلى متانة خوذة راکبي الدراجات².

وتتنوع شروط الأمان التي يتطلبها المشرع لتجد مصدرها في قوانين مختلفة. ومن هذه الخدمات من يتعلق بالجانب الشخصي لمقدم الخدمة. حيث يتطلب فيه الاختصاص مثل الأطباء والجراحين والصيدال³. بالإضافة إلى ذلك أضاف المشرع شرطاً عاماً منع الأشخاص المسبوقين

¹ - ينظر نص المادة 93 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش. رقم 09-03 المذكور سابقاً.

² - Jean Calais Auloy, droit de la consommation, tome02, Les contrats de consommation, 3em édition. Paris 1992, p242.

³ - المادة 198 من القانون رقم 058/85 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها.

الترامات المتدخلين في العملية الإستهلاكية ومدى فاعليتها في حماية المستهلك
قضائياً ببعض الجرائم من القيد في السجل التجاري. نظراً لما يشكله هؤلاء الأشخاص من
خطورة محتملة على أمن وسلامة المستهلك¹ في تعاملهم كمتدخلين.

بالإضافة إلى الإجراءات الوقائية السابقة، نص على إجراءات وقائية مادية تتعلق
بالمنتجات والخدمات. ففيما يتعلق بالخدمات نص على إلزام المؤمن له باحترام الالتزامات
المتعلقة بالنظافة والأمن لاتقاء الأضرار وتحديد مداها². كما نص أيضاً على إلزامية التأمين
على المسؤولية المدنية في عدة مجالات³.

وفيما يتعلق أيضاً بالمنتجات، نص أيضاً على شروط وقائية متطلبة لأمن المستهلك. كما
هو الحال بالنسبة للفضادق والمطاعم والمقاهي. وكذلك بالنسبة لحفظ وعرض بعض المنتجات
مثل اللحوم والأسماك... الخ.

كما نص في المادة 10 من القانون الجزائري لحماية المستهلك قمع الغش⁴ على بعض
الجوانب المتعلقة بالمنتج والتي يتعين على كل متدخل احترامها لتعلقها بإلزامية أمن المنتج،
والمتمثلة فيما يلي:

- مميزات المنتج وتغليفه وشروط تجميعه وصيانتته
 - تأثير المنتج على المنتجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذا المنتج
 - عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه. وكذلك
الإرشادات او المعلومات الصادرة عن المنتج.
 - فئات المستهلكين المتعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج. خاصة الأطفال.
- وبالإضافة إلى القواعد والإجراءات الوقائية التي جاء بها المشرع في قانون حماية
المستهلك من أجل ضمان أمن المنتجات، جاء بنصوص عقابية تنص على عقوبات على مخالفة
الالتزام بأمن المنتج⁵، وهذا بالإضافة الى قواعد المسؤولية المدنية. وقواعد قانون التأمينات
التي تعزز حماية المستهلك في حالات التأمينات الإلزامية من المسؤولية المدنية⁶.

¹ - المادة 08 من القانون رقم 04-08 المؤرخ في 14 أوت 2004 يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية الجريده
الرسمية رقم 52 المؤرخة في 18 أوت 2004.

² - المادة 15 فقرة 04 من الأمر رقم 95-07 المؤرخ في 25 يناير 1995 يتعلق بالتأمينات.

³ - المادة 164 من الأمر رقم 95-07 - سالف الذكر.

⁴ - القانون 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش - سالف الذكر.

⁵ - ينظر نص المادة: 73 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش. والتي جاء نصها كما يلي:
"يعاقب بغرامة من مائتين الف دينار(200.000دج) الى خمسمائة ألف دينار(500.000دج) كل من يخالف إلزامية
امن المنتج المنصوص عليها في المادة 10 من هذا القانون"

⁶ - ينظر نص المادة 163 وما يليها من الأمر 95-07 المتعلق بالتأمينات.

المطلب الثالث: الالتزام بالنظافة

ترتب على الاجتماع التشريعي المتزايد بصحة وأمان المستهلك، إلى وضع قواعد دقيقة مختلفة منها ما هو هام ومنها ما يتعلق بمنتجات معددة، مثل ما يتعلق بالمنتجات الصيدلانية، وما يتعلق بالمواد الغذائية عامة أو بعضها مثل اللحوم والأسماك حيث ينظم القانون الرقابة على المذابح ومحلات بيع اللحوم والأسماك.

بالإضافة إلى النصوص الخاصة، جاء المشرع في قانون حماية المستهلك وقمع الغش بنصوص عامة تجسد إلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية وسلامتها، فألزم في المادة: 04 منه كل متدخل في وضع المواد الغذائية للاستهلاك أن يحترم إلزامية سلامة هذه المواد، ويعمل على أن لا تضر بصحة المستهلك.

كما منع في المادة الخامسة من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وضع مواد غذائية للاستهلاك وهي تحتوي على ملوثات تضر بالصحة البشرية والحيوانية.

كما ألزم في المادة 06 من نفس القانون كل متدخل باحترام شروط النظافة والنظافة الصحية للمستخدمين، ولأماكن التصنيع أو المعالجة أو التحويل أو التخزين وكذلك وسائل نقل هذه المواد¹.

كما ألزم المتدخل أيضا بضمان عدم تعرضها للإتلاف بواسطة عوامل بيولوجية او كيميائية او فيزيائية.

وحرصا من المشرع على الالتزام بالنظافة، أوجب بأن لا تحتوي اللوازم التي تلامس المواد الغذائية على المواد التي تؤدي إلى إفسادها، سواء كانت تجهيزات أو مغلطات أو غيرها².

المطلب الرابع: الالتزام بالضمان والالتزام بالمطابقة

يشهد المجتمع المعاصر إقبالا متزايدا على المنتجات الصناعية التي يزودنا بها يوم بعد يوم التطور التكنولوجي، وفي نفس الوقت فإن جانباً من هذه المنتجات يشوبه عيب في تصنيعه يصعب على المستهلك تبينه، ويجعل البائع يستعمل مبدأ سلطان الإرادة للإفلات من المسؤولية العقدية والتهرب من الضمان، فيجعل في عقد البيع شرطا يعفيه من الضمان.

كما أن المنتج قد لا يستجيب للطلبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه ومميزاته الأساسية وتركيبته، ومن حيث مصدره، والنتائج المرجوة منه.

لهذا، تدخل المشرع لحماية المستهلك من هذين الجانبين، ففرض على المتدخل ضمان العيوب الخفية، وكذلك مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك.

¹ - المادة 06 فقره 02 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر.

² - المادة 07 فقره 01 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر.

التزامات المتدخلين في العملية الإستهلاكية ومدى فاعليتها في حماية المستهلك

البند الأول: تعريف الالتزام بالضمان والالتزام بالمطابقة.

تطبيقاً للقواعد العامة في القانون المدني. وخاصة المادة 106 منه. فإن العقد شريعة المتعاقدين. بمعنى أن العقد تنظمه الأحكام والشروط الاتفاقية. أي أن العقد شريعة المتعاقدين.

غير أنه في مجال عقود الاستهلاك، تدخل المشرع بنصوص أمرت بتقييد من مبدأ سلطان الإرادة لحماية المستهلك من شرط الإعفاء من ضمان العيوب الخفية. لأن العيب الخفي المتدخل أدري به باعتباره يتميز بخبره تفوق بكثير المستهلك الذي لا تؤهله خبرته لاكتشاف الكثير من العيوب لحظة التعاقد.

لهذا تدخل المشرع في القانون المدني¹. وكذلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش². وأعطى لمقتن أي منتج بقوة القانون الضمان. وأوجب على المتدخل في حالة ظهور عيب خلال فترة الضمان استبدال المنتج أو إرجاع ثمنه أو تصليحه.

وهكذا يعتبر الضمان القانوني للعيوب الخفية ضماناً مستقلاً عن ضمان التعرض والاستحقاق. ويشترط في العيب الموجب الضمان القانوني الشروط التالية:³

1- أن يكون العيب قديماً أي موجوداً وقت تسليم المبيع للمشتري.

2- أن يكون العيب خفياً؛ وهنا يكون خفياً أخذاً بمعيار الرجل العادي.

3- أن يكون غير معلوم من المشتري؛ هذا الشرط يستنتج بوضوح من العيب الخفي.

4- أن يكون العيب مؤثراً أي ينقص من قيمة الشيء أو من الانتفاع به⁴.

أما الالتزام بالمطابقة أو التسليم المطابق فيعتبر من إنشاء القضاء الفرنسي. فأضاف شرط المطابقة إلى الالتزام بالتسليم. وأصبح على البائع أن يسلم شيئاً مطابقاً ليس فقط لما تم الاتفاق عليه بل للاستعمال المخصص له⁵.

ويقصد بالالتزام بالمطابقة. ضرورة أن تكون المنتجات والخدمات مطابقة للرغبة المشروعة للمستهلكين من حيث طبيعته وصنفه ومنشأه ومميزاتها الأساسية. ونسبة مقوماتها

¹ - ينظر نص المادة 379 من الامر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم.

سالف الذكر

² - ينظر نص المادة 13 من القانون رقم 09-03 سالف الذكر.

³ - بودالي محمد. حماية المستهلك في القانون المقارن. موجه سابق ص 351 وبعدها.

⁴ - ينظر نص المادة 359 فقرة 01 من القانون المدني الجزائري.

⁵ - جابر محمد ظاهر مشافية. الحماية المدنية للمستهلك من عيوب المنتجات الصناعية في الاردن-دراسة مقارنة. رسالة ماجستير. مقدمة لكلية الدراسات القانونية في جامعة آل البيت-الاردن ص 3 وبعدها.

أ. د. كمال كيدل - جامعة أدرار (الجزائر)

اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله. وكذلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية¹.

وتتعلق الرغبة المشروعة بالمستهلك، فليس من حق المتدخل تحديد هذه الرغبة. وبالمقابل لذلك ليس من حق المستهلك أن ينتظر من المنتج إلا ما هو معقول في ظل الظروف الاقتصادية والحالة التقنية القائمة².

وتقدير الرغبات المشروعة للمستهلك يتم على أساس موضوعي، أي بالرجوع إلى مستهلك متوسط الحال، إذ لا يمكن أن يطلب من المتدخلين أن يراعوا رغبات وأذواق يتوافق مع كل فرد على حدة³.

غير أن تقدير هذه الرغبة يمكن أن يكون بطريق ذاتية في حالة ما إذا تم الاتفاق في العقد بين المتدخل والمستهلك على خصائص معينة للمنتج⁴.

البند الثاني: أوجه الخلاف بين ضمان العيب الخفي وضمن المطابقة.

تتمثل أوجه الاختلاف بين دعوى ضمان العيوب الخفية ودعوى المطابقة في جوانب عدة تتمثل أهمها فيما يلي:

أولاً: من حيث شروط مباشرة كل دعوى.

تختلف الدعويين من حيث شروط كل منهما. فدعوى ضمان العيب الخفي تتطلب أن يثبت المشتري وجود عيب في المبيع وان هذا العيب ترتب عليه عدم المبيع للغرض الذي خصص له او على الأقل انقص من تأديته لهذا الغرض. أما دعوى المسؤولية المؤسسة على عدم المطابقة تتطلب من المشتري أن يثبت فقط اختلاف مواصفات الشيء الذي تم تسليمه عن مواصفات الشيء الذي تم الإتفاق عليه حتى ولو كان الشيء الذي تم تسليمه صالحاً للغرض الذي خصص له.

ثانياً: من حيث عبء الإثبات.

على خلاف دعوى الضمان التي تلقي عبء إقامة الدليل على توافر شروطها على عاتق المشتري، فإن عبء الإثبات في دعوى المطابقة تقع على عاتق البائع الذي عليه أن يتخلص من هذا الالتزام بإقامته الدليل انه سلم شيئاً مطابقاً للرغبة المشروعة للمشتري او للمواصفات التي تم الاتفاق عليها.

¹ - ينظر نص المادة 11 من القانون رقم 09-03 سالف الذكر.

² - Jean Calais Auloy, o.p. cit.p.186

³ - محمد بودالي-مرجع سابق-ص283 وبعدها.

⁴ -Jean Calais Auloy, o.p. cit.p.186et p187.

إلترامات المتدخلين في العملية الإستهلاكية ومدى فاعليتها في حماية المستهلك

ثالثاً: من حيث موضوع كل منهما.

تتميز دعوى الضان القانونية للعيوب الخفية عن دعوى المطابقة من حيث موضوع كل منهما. فالأولي موضوعها يتمثل في المطالبة بتسليم مبيع خال من العيوب الخفية، والذي يخضع لنصوص القانون المدني (المادة 379 من القانون المدني الجزائري) وقانون حماية المستهلك وقمع الغش (المادة 13)، أما الثانية فموضوعها تسليم شيء يوافق الرغبات المشروعة للمستهلك. فقد يكون خال من العيوب الخفية، لكن لا يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك.