

## حماية المستهلك من الممارسات التجارية (على ضوء القانون 02.04 والقانون 06.10 المعدل له)

الدكتورة أمال بن بريح  
أستاذة محاضرة بكلية الحقوق والعلوم السياسية  
جامعة البليدة -2-

### ملخص

إذا كانت حماية المستهلك، موضع اهتمام وعناية كل الأمم المتحضرة - بما فيها المنظمات الدولية - فذلك يرجع لأهميتها وضرورتها، إذ أصبح من أهم واجبات الدولة الحديثة توفير للفرد وسيلة للالتجاء إلى السلطة القضائية طالبا حمايتها، إذا وقع اعتداء على حقه.

لهذا جاء القانون رقم 02.04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 (ج ر العدد 41) بهدف تحديد قواعد ومبادئ الشفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه. ثم بعد ذلك جاء القانون رقم 06.10 المؤرخ في 15 غشت 2010 (ج ر العدد 46) ليعدل ويتمم بعض من مواد القانون 02.04 المذكور أعلاه.

هذا وقد حاولنا من خلال موضوع مقالنا هذا معرفة مدى فعالية هذين القانونين في حماية المستهلك من الممارسات التجارية المحظورة، وجزاء الإخلال بحماية المستهلك من تلك الممارسات.

كل هذا بقصد محاولة ترشيد المستهلك لبعض من حقوقه التي أصبحت تهدر أكثر فأكثر في زمن طغى فيه الجشع وضاعت فيه القيم والإنسانية وسط وحشية بعض الأعوان الاقتصاديين.

### Résumé

Si la protection du consommateur est le centre d'intérêt de tous les pays développés et les organisations internationales, c'est pour cela son importance et sa nécessité vu que parmi les devoirs des nouveaux gouvernements la mise à disposition d'un arsenal juridique pour que le citoyen soit protégé en cas de menace de ces droits ; pour cela la loi N° 02-04 du 23 Juin 2004 est mise en évidence (Journal officiel de la République algérienne N°41).

La présente loi a pour objet de fixer les règles et principes de transparence et de loyauté applicables aux pratiques commerciales réalisées entre les agents économiques et entre ces derniers et les consommateurs ; elle a également pour objet d'assurer la protection et l'information du consommateur de ces pratiques.

Après ça, elle est mise en application la loi N°06-10 du 15 Août 2010, J.O N°46 complète et modifié quelques articles de la loi N°02-04 citée plus haut.

Nous avons essayé dans notre article de connaître l'efficacité des lois 02-04 et 06-10 a protégé le consommateur des pratiques commerciales, dans le but d'éclairer le consommateur de quelques droits menacés dans un temps de dominance monstre et déloyale de quelques opérateurs économiques.

#### مقدمة

إن دراسة وتحليل الأمر رقم 06.95 المتعلق بالمنافسة تسمح باكتشاف بعض النقائص في محتوى نصوصه، ترتبت عنها صعوبات في تطبيق بعض الأحكام لاسيما تلك المتعلقة بحفظ السلع المحجوزة والبيع والتنازل عن السلع المستوردة أو المصنعة أو المغشوشة وكذا الغلق الإداري والمصالحة التجارية، ومن جهة أخرى نتج عن الأمر السابق الذكر اختفاء أو عدم وجود بعض القواعد المتعلقة بالممارسات غير النزيهة التي ظهرت بسبب تحرير اقتصادنا.

وباختصار فإن تطبيق هذا الأمر لم يتم بصفة فعالة بسبب بعض العراقيل في مضمونه وأخرى من خارجه.

لذلك كان من الضروري تعديله بهدف مسابته مع المتطلبات الاقتصادية والاجتماعية التي تقتضيها العولمة وكذا استدراك العراقيل والنقائص المترتبة على تطبيقه.

وبالفعل فقد تم تعديل الجزء الأول منه والمتعلق بالمنافسة بمقتضى الأمر رقم 03.03. أما الجزء الثاني المتعلق بالممارسات التجارية فقد تأخر تعديله إلى صدور القانون رقم 02.04 المؤرخ في 23 يوليو 2004 (ج ر العدد 41) والذي يحدد القواعد المطبقة على ممارسات التجارة . وهو موضوع هذا المقال . إذ تضمن ستة أبواب لن يتم التعرض لها كلها من خلال هذا المقال، ذلك لأن موضوع هذا الأخير يتمثل في حماية المستهلك . فقط . من الممارسة التجارية عل ضوء هذا القانون.

وعليه فإن إشكاليات مقالنا والتي سيتم على أساسها دراسة هذا الموضوع تتمثل في الآتي:

كيف تعرض المشرع لحماية المستهلك من الممارسات التجارية من خلال القانون 02.04 المذكور؟.

لأجل هذا ولدراسة منهجية في حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 02.04، وإجابة على الإشكالات السابقة ارتأينا تقسيم هذا الموضوع إلى مبحثين نتعرض في أولهما لحماية المستهلك من الممارسات التجارية المحظورة. وفي ثانيهما لجزاء الإخلال بحماية المستهلك من الممارسات المحظورة.

#### المبحث الأول: حماية المستهلك من الممارسات التجارية المحظورة.

لقد نص المشرع من خلال قانون (02.04) موضوع الدراسة والتحليل على الممارسات التجارية التي تؤدي إلى الإخلال بحماية المستهلك، وذلك من خلال البابين الثاني والثالث منه، بحيث خصص الأول منه لشفافية الممارسات التجارية والثاني لنزاهتها، وسيتم من خلال هذا المبحث دراسة وتحليل محتوى الممارسات المخلة بالشفافية في مطلب أول، والممارسات المخلة بالنزاهة في مطلب ثان. المطلب الأول الممارسات المخلة بالشفافية المطلوبة في الممارسات التجارية. حتى تتوفر الحماية القانونية للمستهلك لا بد من أن تكون الممارسات التجارية الخاضع لها، تتمتع بالشفافية المطلوبة، وذلك من خلال الإعلام بالأسعار والتعريفات واحترام شروط البيع والفوترة.

#### أولاً: الالتزام بالإعلام واحترام شروط البيع:

لقد نص المشرع على الالتزام بالإعلام واحترام شروط البيع من خلال الباب الثاني، وفي الفصل الأول منه، والمخصص للإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع بحيث ألزم على البائع إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وذلك عن طريق وضع علامات أو وسم أو المعلقات، وقد وردت وسائل الإعلام على سبيل المثال لا على سبيل الحصر وذلك من خلال نص المشرع لعبارة " أو بأية طريقة أخرى". كما اشترط المشرع من خلال نفس المادة أن تكون الأسعار والتعريفات مبنية بصفة مرئية وواضحة ومقروءة) وهذا ما جاءت به الفقرة 2 من المادة (5).

كما يجب أن تعد وتوزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو الكيل أمام المشتري، وعندما تكون هذه السلع مغلقة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن (الفقرة 3 من المادة 5).

علما أن الكيفيات الخاصة والمتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة قد أحيلت إلى التنظيم بمقتضى الفقرة الرابعة من المادة الخامسة.

هذا وقد يثور التساؤل حول ما إذا كانت الأسعار والتعريفات المعلنة تعبر عن المبلغ الإجمالي للسلعة أو الحصول على خدمة، أم يجب أن يكون الإعلان بصفة منفصلة لكل سلعة أو خدمة.

لقد أجابت المادة السادسة من نفس القانون على هذا السؤال بالقول أنه: "يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة، المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة".

كما ألزمت المادة الثامنة البائع إخبار المستهلك بالمعلومات التزيهية والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة وذلك قبل اختتام عملية البيع وبأية طريقة كانت. هذا كله راجع لكون أن إخطار المستهلك عن طريق توفير المعلومات الكافية والضرورية حول المنتجات في السوق أمر هام لأنه يساهم في توعيته قصد ممارسة حريته في الاختيار وهو ما يدعم الدفاع عن مصالحه (هجيرة دنوني، 2002م، ص9).

#### ثانيا: الالتزام بالفوترة:

تعتبر الفوترة من أهم الوسائل التي يعتمد عليها المستهلك في حمايته وقد خص المشرع الفصل الثاني من الباب الثاني للفوترة.

إذ ألزمها بصورة ضرورية في المعاملات بين الأعوان الاقتصاديين وجعلها اختيارية في المعاملات بين البائع والمستهلك، بحيث أوقف ذلك على طلب هذا الأخير، وهذا ما نصت عليه المادة 10 من القانون 02.04 المذكور والمعدلة بمقتضى المادة 3 من القانون 06.10 (المؤرخ في 15 غشت 2010 المعدل والمتمم للقانون 04.02، ج رالعدد46) بقولها: "يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة. غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها يجب أن تسلم إذا طلبها الزبون". وقد حال المشرع نموذج الوثيقة التي تقوم مقام الفاتورة وكذا فئات الأعوان الاقتصاديين الملزمين بالتعامل بها. مثلما فعل بالنسبة لكيفيات الإعلام. إلى التنظيم. وهذا وفقا للفقرة الأخيرة من نفس المادة.

### المطلب الثاني: الممارسات التجارية غير النزيهة.

هناك بعض الممارسات المخلة بحماية المستهلك صنفها المشرع في الباب الثالث، تحت عنوان نزاهة الممارسات التجارية، بحيث تضمن هذا الباب الممارسات التجارية غير الشرعية، والممارسات التعاقدية التعسفية.

#### أولاً: الممارسات التجارية غير الشرعية.

1) انتحال الصفة: لقد نصت المادة 14 من نفس القانون على أنه يمنع على أي شخص ممارسة أي عمل تجاري دون أن يكون مكتسباً للصفة التي تحددها القوانين المعمول بها.

وفي هذا المنع حماية كبيرة للمستهلك، إذ أن انتحال الصفة دون تأهيل قد يخلف آثاراً وخيمة يكون ضحيتها المستهلك بالدرجة الأولى. فكيف يمكن تصور حالة مريض وقع ضحية شخص انتحل صفة صيدلي مثلاً؟!.

2) رفض البيع: وفي هذا الصدد اعتبرت المادة 15 من نفس القانون أن كل سلعة معروضة على نظر الجمهور معروضة للبيع. ويمنع رفض بيع سلعة أو تأدية خدمة إذا ما كانت هذه السلعة معروضة للبيع أو كانت الخدمة متوفرة إلا إذا كان هناك مبرر شرعي لهذا الرفض. غير أنه تستثنى من هذا أدوات تزيين المحلات والمنتجات المعروضة بمناسبة المعارض والتظاهرات.

ومن منطلق مفهوم تلك المادة نستنتج أن المشروع الجزائري كغيره من التشريعات الحديثة فإنه منع بصريح العبارة رفض البيع أو تأدية الخدمة ولكن بتوفر مجموعة من الشروط وهي: أن يرد من جانب البائع أو مؤدي الخدمة رفضاً وبصفة فعلية، وهذا الرفض يأتي بعد أن يطلبه المستهلك بحسن نية، وبطلب عادي غير متجاوز لقدرة البائع أو مؤدي الخدمة.

3) البيع المقترن بالمكافأة: لقد نصت المادة 16. من القانون السابق. على منع هذه الطريقة من البيوع، ذلك لأنه وفي أغلب الحالات تكون المكافأة للتغريب بالمستهلك، كما أن سعرها يكون عادة مدمج مع سعر السلعة أو يكون على حساب جودة المنتج.

لكن نفس المادة أوردت ثلاثة استثناءات يخص الأول منها، حالة عدم تجاوز قيمة المكافأة 10 % من المبلغ الإجمالي للسلع أو الخدمات المعنية، والثاني الأشياء الزهيدة أو الخدمات ضئيلة القيمة والثالث العينات.

4) البيع المشروط: كما يدخل في إطار حماية المستهلك حمايته من البيع المشروط باقتناء كمية معينة أو الاقتران بسلعة أخرى، أي شراء سلعة بشرط شراء أخرى، وفي هذا الصدد نصت الفقرة 1 من المادة 17 على منع اشتراط البيع بشراء كمية مفروضة أو اشتراط البيع بشراء سلع أخرى أو خدمات وكذلك اشتراط تأدية خدمة بخدمة أخرى أو بشراء سلعة.

علما أن هذه الحالة تجد واقعها عندما تكون هناك سلع مفقودة مما يجعل البائع أو مؤدي الخدمة يفرض على المشتري شروط تتمثل في اقتناء كمية معينة أو اصطحاب شراء السلعة المفقودة بسلعة أخرى متوفرة بكثرة وناقص الطلب عليها. لكن تجدر الإشارة إلى أنه قد ورد على هذه المادة استثناء في الفقرة الثانية منها يخص السلع من نفس النوع المباعة على شكل حصة بشرط أن تكون هذه السلع معروضة للبيع بصفة منفصلة.

5) ممارسة أسعار غير شرعية: هذه الممارسات كذلك منعها المشرع من خلال المادة 22 من القانون 02.04 المذكور والمعدلة بمقتضى المادة 4 من القانون 06.10 المذكور بحيث أن من مميزات وركائز اقتصاد السوق أنه يقوم على نظام حرية الأسعار. لكن وكاستثناء على هذا المبدأ العام فإن هناك بعض السلع التي يعتبرها المشرع ذات طابع استراتيجي وبالتالي فإن أسعارها محددة مسبقا من طرف الدولة كالحليب والخبز... إلخ. لذلك فإن كل سلعة لا تخضع لنظام حرية الأسعار (أي التي تعتبر إستراتيجية) فإنه لا يمكن أن تتم إلا ضمن احترام نظام الأسعار المقننة طبقا للتشريع المعمول به.

كما يجب وطبقا للمادة 22 مكرر - المضافة بمقتضى القانون 06.10 المذكور. أن تودع تركيبة أسعار السلع والخدمات، لاسيما تلك التي كانت محل تدابير تحديد هوامش الربح أو الأسعار، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما لدى السلطات المعنية قبل البيع أو تأدية الخدمة.

كما منعت المادة 23 من القانون 02.04 المذكور. والمعدلة بمقتضى المادة 6 من القانون 06.10 المذكور. الممارسات التي ترمي إلى القيام بتصريحات غير صحيحة (مزيفة) لأسعار التكلفة قصد التأثير على هوامش الربح وأسعار السلع والخدمات المحددة أو المسقفة، وهذا بقصد التأثير على السلطات المعنية في تحديد أسعار السلع غير الخاضعة لنظام حرية الأسعار، قصد مراجعة الأمر فيها والزيادة في سعرها. كما منعت نفس المادة القيام بكل ممارسات أو مناورة ترمي إلى إخفاء زيادات غير شرعية في الأسعار وهذا قصد تزييف الأسعار الحقيقية للسلع. زيادة على منع إنجاز معاملات تجارية خارج الدوائر الشرعية للتوزيع، وكذا تشجيع غموض الأسعار والمضاربة في السوق، كل هذا بهدف ممارسة أسعار غير شرعية.

6) الممارسات التجارية التدليسية: لقد خصص المشرع المادتين 24 و25 من القانون 02.04 المذكور لمثل هذه الممارسات، بحيث منعت المادة 24 منه كل ممارسة ترمي إما إلى دفع أو استلام فوراق مخفية للقيمة، أو تحرير فواتير وهمية أو مزيفة، أو إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملات التجارية. و ما يلاحظ على هذه المادة أنها جاءت لحماية المستهلك من ممارسات قد يقوم بها التاجر لإخفاء أشياء ومعاملات بطريقة تدليسية تعود بالمنفعة عليه وبالضرر على المستهلك.

أما المادة 25 منه فقد منعت على التجار حيازة منتجات مستوردة أو مصنعة بصفة غير شرعية، أو مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار، أو مخزون من منتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية قصد بيعه. وهي ممارسات تعود كذلك بالضرر الكبير على المستهلك.

7) الإشهار التضليلي: إن المستهلك يعمل على الاختيار بين مختلف السلع والخدمات وإن ما يدفعه إلى اتخاذ قرار نهائي هي النوعية المتوفرة في كل من المنتج أو الخدمة.

Med Goufi, L'emballage, variable, du marketing, Alger, ed, techniques de L'entreprise, P135

هذا وتعتبر النوعية مجموعة من الخصائص المتعلقة بأي منتج أو خدمة، وباعتبارنا مستهلكين فإن الأمر يتعلق بالافتناع الذي ننتظره عندما نقبل على شراء أو استعمال المنتج أو الخدمة. Jean Pierre Vasseur, ionization des produits alimentaire, Paris, economica, P16 لهذا فلا يمكن نكران قيمة الإشهار أو الإعلام بالنسبة للمستهلك، فهو يعرفه بالسلع الجديدة التي تنزل للسوق أو في طريقها إليه، كما ترشده إلى كيفية استعمال السلع وتوضح له المزايا المتوفرة في بعض السلع الأخرى، وبهذه المعلومات يساعد الإشهار أو الإعلام المستهلك على اتخاذ قراراته في اقتناء منتج معين أو خدمة معينة دون الأخرى..

لكن قد يتعدى الإعلان أو الإشهار هذه الحدود ليتعمد تضليل المستهلك عن طريق الجمل والكلمات والشهادات الكاذبة أو بالمغالاة في إظهار الاختلافات بين المنتجات ويركز الاهتمام على الشكل دون المضمون، وغالبا ما يعتمد الإشهار على إثارة دوافع الرغبة دون ذكر سبب تميز العلامة أو المنتج المعلن عنه عن بقية المنتجات الأخرى البديلة (علي بولحية بن بوخميس، ص 54).

لأجل هذا وحتى تتم حماية المستهلك من مثل هذه الإشهارات جاء نص المادة 28 من القانون 02.04 المذكور لاعتبار الإشهار التضليلي بأنه غير شرعي وممنوع لاسيما إن كان يتضمن تصريحات أو بيانات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته، كما قد يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتجاته أو خدماته أو نشاطه، أو يتعلق بعرض معين لسلعة أو خدمات بشكل مبالغ فيه وغير متلائم مع الكمية الحقيقية المتوفرة في المخازن، وهذا ما وصفه المشرع في القانون موضوع الدراسة "بتضخيم الإشهار".

#### ثانيا: الممارسات التعاقدية التعسفية:

معروف أن الصورة التقليدية للعقد تقوم على المساومة وتفرض مناقشة شروط العقد وبحثها بحرية من جانب الطرفين على قدم المساواة، ولكن النشاط المتزايد في الحياة العملية والتفاوت المحسوس في المراكز الاقتصادية للطرفين جعل الموجب ينفرد بوضع شروط بعض العقود ولا يقبل المناقشة فيها.



للأجل ذلك خصص المشرع الجزائري الفصل الخامس من باب الثالث . من القانون 02.04 المذكور. للممارسات التعاقدية التعسفية وقد أورد في ذلك بعض البنود والشروط التي اعتبرها تعسفية وردت في المادة 29 من نفس القانون على سبيل المثال لا الحصر، دون أن يتعرض المشرع إلى إعطاء تعريف لهذه الشروط التعسفية بل اكتفى بتعدادها فقط على سبيل المثال.

لهذا وعلى خلاف المشرع الفرنسي الذي عرفها في المادة 35 من قانون إعلام وحماية المستهلكين لسنة 1978 كما يلي (الشروط التعسفية هي تلك التي تبدو مفروضة بواسطة المحترف على غير المحترف أو على المستهلك من خلال التعسف في استخدام التفوق الاقتصادي، وتسمح بحصول المحترف على ميزات مبالغ فيها). ويوضح نفس النص أن القانون يهدف إلى مقاومة إدراج الشروط التعسفية في عقود الاستهلاك، كما يصرح هذا القانون للسلطة التنفيذية أن تصدر ما تشاء من اللوائح عن طريق مجلس الدولة بما يسمح بمنع أو تقييد أو تنظيم الشروط المتعلقة بدفع الثمن، أو بتحمل تبعه الهلاك والمخاطر أو بمدى المسؤولية ونطاقها ثم بكل الشروط التي تتعلق بالضمانات وشروط فسخ العقد وإنهائه أو تجديده طالما ثبت أن هذه الشروط تعسفية. (عامر قاسم أحمد القيسي، 2002م، ص67).

والممارسات التعاقدية التعسفية التي ذكرها المشرع الجزائري على سبيل المثال في المادة 29 من القانون 02.04 المذكور . كما سبق الذكر . تتمثل في الآتي:  
- أخذ حقوق و/أو امتيازات لا تقابلها حقوق و/ أو امتيازات مماثلة معترف بها للمستهلك.

- فرض التزامات فورية ونهائية على المستهلك في العقود، في حين أنه يتعاقد هو بشروط يحققها متى أراد.

- امتلاك حق تعديل عناصر العقد الأساسية أو مميزات المنتج المسلم أو الخدمة المقدمة دون موافقة المستهلك.

- الإنفراد بحق تفسير شرط أو عدة شروط من العقد أو التفرد في اتخاذ قرار البت في مطابقة العملية التجارية للشروط التعاقدية.

- إلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها.
- رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أحل هو بالتزام أو عدة التزامات في ذمته.
- الإنفراد بتغيير آجال تسليم منتج أو آجال تنفيذ خدمة.
- تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية لمجرد رفض المستهلك الخضوع لشروط تجارية جديدة غير متكافئة.

كما ذكرت المادة 30 من نفس القانون أنه: (بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم، وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية).  
هذه المادة جاءت كمحاولة من المشرع قصد إعطاء وسيلة أو حل لحماية المستهلك وحقوقه من الممارسات التعسفية، وذلك بتحديد العناصر الأساسية للعقود والتي يجب احترامها حماية للمستهلك.

#### المبحث الثاني: جزاء الإخلال بحماية المستهلك.

إن تحديد أركان المسؤولية في قانون حماية المستهلك أو قانون العقوبات يستوجب طرح فكرة ما إذا كانت العلاقة التي تربط بين المستهلك والأعوان الاقتصاديين تخضع إلى القواعد العامة في القانون المدني أو ينظمها قانون خاص، على اعتبار أن هذه العلاقة غير متساوية في أحكامها والآثار القانونية المترتبة عليها، خاصة أن أحد أطرافها هو المستهلك باعتباره الطرف الضعيف فيها، مما جعل المشرع يتدخل بوضع نصوص قانونية لتنظيم هذه العلاقة مراعيًا خصوصياتها بما يستحقه المستهلك من حماية قانونية تختلف عن القواعد العامة في القانون المدني وتعداه المشرع إلى جعلها من النظام العام لا يجوز الاتفاق على مخالفتها (علي بولحية بوخميس، مرجع سابق، ص 87).

لأجل هذا قسمت هذا المبحث إلى مطلبين بحيث تم تخصيص الأول منه للعقوبات المقررة من خلال قانون حماية المستهلك باعتباره القانون الخاص المنظم لهذه الحماية، والثاني للجزاء المترتب من خلال القانونين المدني والعقوبات.

المطلب الأول:العقوبات المقررة عند الإخلال بحماية المستهلك وفقا للقانون (02.04).

كل الممارسات التجارية المخلة بحماية المستهلك، قد أورد قانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له تقرير عقوبات جزائية وغرامات قصد محاولة الردع منها. وفيما يلي سيتم محاولة جمع وتصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات وهذا عند ارتكاب الأعوان الاقتصاديين للمخالفات للمرة الأولى وفي حالة العود.  
أولا: تصنيف المخالفات وتطبيق العقوبات عند ارتكاب المخالفة للمرة الأولى وفقا للقانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له:

عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات المخالفة للمواد 4،6،7 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: لقد نصت المادة 31 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 5000 إلى 100.000 دج.

عدم الإعلام بشروط البيع المخالفة للمادة 8 و9 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: لقد نصت المادة 32 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 10.000 إلى 100.000 دج.

عدم الفوترة المخالفة لأحكام المواد 13،10،12 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: والمنصوص عليها في المادة 33 بغرامة بنسبة 80% من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما بلغت قيمته. وهذا دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي.

الفاتورة غير المطابقة المنصوص عليها في المادة 12 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: لقد نصت المادة 34 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 10.000 إلى 50.000 دج (بشرط ألا تمس عدم المطابقة مجموعة من المعطيات وردت في المادة 34 المتمثلة في الاسم أو العنوان الاجتماعي للبائع أو المشتري، وكذا رقم تعريفه الجبائي والعنوان والكمية والاسم الدقيق وسعر الوحدة من غير الرسوم للمنتوجات المباعة أو الخدمات المقدمة وإلا اعتبر عدم ذكرها في الفاتورة عدم فوترة وتطبق عليها العقوبة المقررة في المادة 33 السالفة الذكر).

الممارسات التجارية غير الشرعية المخالفة للمواد 15،16،17 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: لقد نصت المادة 35 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 100.000 إلى 3.000.000 دج.

ممارسة أسعار غير شرعية المخالفة للمادتين 22،23، 22 مكرر من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: لقد نصت المادة 36 المعدلة بمقتضى المادة 7 من القانون 06.10 المذكور على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 20.000 إلى 10.000.000 دج.

الممارسات التجارية التدليسية المنصوص عليها في المادتين 24،25 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: لقد نصت المادة 37 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 300.000 إلى 10.000.000 دج.

الممارسات التجارية غير النزيهة والممارسات التعاقدية التعسفية المخالفة للمواد 26،27،28،29 من القانون 02.04 المذكور والقانون 06.10 المعدل له: نصت المادة 38 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 50.000 إلى 5.000.000 دج.

زيادة على العقوبات السالفة الذكر وطبقا للمادة 39 من القانون 02.04 المذكور والمعدلة بموجب المادة 8 من القانون 06.10 المذكور، فإنه يمكن حجز البضائع عند مخالفة أحكام المواد: من 4 إلى 14 و 20 و 22 و 22 مكرر ومن 23 إلى 28 من هذا القانون، أيا كان مكان تواجدها، كما يمكن حجز العتاد والتجهيزات التي استعملت في ارتكابها، مع مراعاة الغير حسن النية.

كما نصت المواد 41 و 42 و 43 من نفس القانون على إجراءات يجب اتباعها والتي لا يمكن التعرض لها من خلال هذا الموضوع لخروجها عن نطاق الدراسة فيه.

كذلك وزيادة على العقوبات المالية السالفة الذكر وطبقا للمادة 44 من القانون 02.04 المذكور والمعدلة بموجب المادة 9 من القانون 06.10 المذكور، فإنه يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة. وإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني، تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق

الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما. أما في حالة الحجز الاعتباري فتكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها (علما أن المادة 40 من القانون 02.04 المذكور قد عرفت الحجز العيني بأنه كل حجز مادي للسلع، وعرفت الحجز الاعتباري بأنه كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها لسبب ما).

ثانيا: تطبيق العقوبات عند ارتكاب المخالفة في حالة العود وفقا للقانون 02.04

المذكور والقانون 06.10 المعدل له:

بداية سيتم تعريف الحالة التي يعتبر فيها العون الاقتصادي في حالة عود، وثانيا للعقوبة المقررة في هذه الحالة وذلك كما يلي:

تعريف حالة العود: لقد عرفت المادة 1/47 من القانون 02.04 المذكور والمعدلة بموجب المادة 11 من القانون 06.10 المذكور، حالة العود على أنها قيام العون الاقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال مدة سنتين التي تلي انقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط.

العقوبة المقررة في حالة العود: وفقا لنص المادة 47/3، من القانون 02.04 المذكور والمعدلة بموجب المادة 11 من القانون 06.10 المذكور، فإن العون الاقتصادي الذي يعتبر في حالة عود يتم معاقبته بعقوبتين هما:

مضاعفة العقوبة السابقة الذكر والتي تم الإشارة إليها عند ارتكاب المخالفة لأول مرة. كما يمكن للقاضي أن يمنع العون الاقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط منصوص عليه من خلال المادة 2 من القانون 06.10 المذكور. وهذا بصفة مؤقتة لا تزيد عن عشر سنوات. زيادة على العقوبة السابقة تضاف عقوبة الحبس من ثلاثة أشهر إلى خمس سنوات.

المطلب الثاني: العقوبات المقررة كجزاء للإخلال بحماية المستهلك وفقا

للقانون المدني وقانون العقوبات:

زيادة على العقوبات المقررة من خلال قانون الممارسات التجارية (02.04) والتي تم التعرض لها من خلال المطلب السابق، فإن هناك جزاءات تعتبر من القواعد العامة وردت في القانونين المدني والعقوبات.

أولاً: بالنسبة للقانون المدني:

تترتب عن المسؤولية المدنية تعويض المضرور على عمل غير مشروع دون الحاجة إلى نصوص تبين الأعمال غير المشروعة (عبد الرزاق السنهوري، ص748). والمسؤولية المدنية - كما هو معلوم - نوعان فإما مسؤولية عقدية أو مسؤولية تقصيرية. فأما المسؤولية العقدية: فهي تقوم على الإخلال بالتزام عقدي بين طرفي العقد، أي تقوم بسبب عدم تنفيذ العقد. أما المسؤولية التقصيرية: فتقوم على أساس الإخلال بالتزام قانوني وهو عدم الإضرار بالغير.

وكان المشرع الجزائري قد ألزم قواعد المسؤولية التقصيرية وأقامها على "خطأ واجب الإثبات"، إذ نص في المادة 124 من القانون المدني على ما يلي: (كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض).

وعلى هذا الأساس وبعد التطرق للممارسات التجارية المحظورة فإنه يمكن استنتاج أن هناك بعض الممارسات تقوم على أساس المسؤولية التقصيرية، ذلك لأنه ومن خلال هذه الممارسة لا يمكن تصور وجود عقد بين المستهلك والبائع أو مؤدي الخدمة. في هذه الحالة وزيادة على العقوبات المقررة في قانون الممارسات التجارية والمتمثلة في الغرامة المالية (كما سبق الذكر) فإنه يمكن للمتضرر رفض البيع أو أداء الخدمة وأن يطلب تعويضاً على الضرر الذي لحقه ويقوم هذا على أساس المسؤولية التقصيرية القائمة على أساس خطأ واجب الإثبات.

أما في حالة قيام العقد مثل الممارسات التعاقدية التعسفية ففي هذه الممارسات يقوم العقد بين المستهلك والبائع أو مؤدي الخدمة ولكن بشروط تعسفية.

ثانياً: بالنسبة لقانون العقوبات:

تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع وقد تطورت هته المسؤولية اتجاه المستهلك، وأصبح الاستغلال غير المشروع لهذا الأخير من جانب المنتج أو البائع المهني، عن طريق ما يقترحه على

المستهلك من منتوجات ضارة بالصحة، وأخرى مغشوشة، ودعاية كاذبة ومخالفة للأسعار المحددة يستوجب المساءلة الجنائية(السيد محمد السيد عمران، 2003م، ص251).  
وغني عن الذكر، أن الجرائم هي كثيرة ومتنوعة، بحيث يصعب ذكرها إذ أن ما يعيننا هو أنه بجانب استخدام الوسائل الفنية التي نص عليها قانون العقوبات لحماية المستهلك، حماية عامة كغيره من أفراد المجتمع، فإن هناك نصوصاً أخرى توفر له حماية خاصة، إذ تدخل المشرع بوضع نصوصاً خاصة مراعيًا خصوصيات تختلف عن القواعد العامة في القانون.

وبذلك جعل الخطأ . كأحد أركان هذه الجريمة . مفترض في جانب المحترف أو كل متدخل في عملية العرض، حتى ولو لم يترتب عليه ضرر للمستهلك وبذلك يمكن تحديد أركان المسؤولية الجزائية في القانون على أساس وجود خطأ قانوني أو حدوث ضرر للمستهلك (علي بولحية بن بوخميس، مرجع سابق، ص88).

هذا وقد سوى المشرع بين الخطأ العمدي وغير العمدي من حيث العقاب كالالتزام بالامتناع عن الغش في المنتوجات والخدمات المعروضة للاستهلاك أو كالالتزام بفرض الرقابة على المنتوجات الخطرة وكيفية استعمالها(عبد الرؤوف مهدي، 1976م، ص10) وقد نص المشروع الجزائري في قانون العقوبات وذلك من خلال القسم السابع منه والمعنون بالجرائم المتعلقة بالصناعة والتجارة والمزايدات العمومية على الجزاءات التي يجب توقيعها على المخل بحماية المستهلك من خلال ارتكابه لممارسات تجارية مضرّة بهذا الأخير.

فقد نصت المادة 172 من القانون رقم 23.06 المؤرخ في 23 ديسمبر 2006 على أنه: "يعد مرتكباً لجريمة المضاربة غير المشروعة ويعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 200.000 دج، كل من أحدث بطريق مباشر أو عن طريق وسيط رفعا أو خفضا مصطنعا في أسعار السلع أو البضائع أو الأوراق المالية العمومية أو الخاصة أو شرع في ذلك.

(1) بترويح أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرضة عمدا بين الجمهور.

(2) أو بطرح عروض في السوق بغرض إحداث اضطراب في الأسعار.

3) أو بتقديم عروض بأسعار مرتفعة عن تلك التي كان يطلبها البائعون.  
4) أو بالقيام بصفة فردية أو بناء على اجتماع أو ترابط بأعمال في السوق أو الشروع في ذلك بغرض الحصول على ربح غير ناتج عن التطبيق الطبيعي للعرض والطلب.

5) أو بأي طرق أو وسائل احتيالية".

كما نصت المادة 173 من القانون رقم 23.06 المؤرخ في 23 ديسمبر 2006 على أنه: (إذا وقع رفع أو خفض الأسعار أو شرع في ذلك على الحبوب أو الدقيق أو المواد التي من نوعه والمواد الغذائية أو المشروبات أو المستحضرات الطبية أو مواد الوقود أو الأسمدة التجارية تكون العقوبة الحبس من سنة إلى خمس سنوات والغرامة من 20.000 دج إلى 100.000 دج).

وزيادة عن العقوبة الواردة في المادتين السابقتين فقد نصت المادة 174 من القانون رقم 23.06 المؤرخ في 23 ديسمبر 2006 على أن الجاني يعاقب بالمنع من الإقامة من سنتين إلى خمسة سنوات.

ويعاقب بالمنع من ممارسة حق أو أكثر من الحقوق المذكورة في المادة 14 من نفس القانون.

كما يأمر القاضي بنشر هذا الحكم وتعليقه طبقاً للمادة 18 من نفس القانون وذلك حتى ولو طبقت الظروف المخففة، هذا ما جاءت به المادة 2/174 السابقة الذكر.

#### خاتمة

لقد تمكنا من خلال هذه الدراسة في حماية المستهلك أن ندرك مدى الحاجة إلى إيجاد حل لمشكلة الاعتداء على هذه الحماية وأبعادها ذات المساس بحياة المجتمع. فعدم التوازن بين المنتجين والمهنيين والموردين والتجار من ناحية، والمستهلكين من ناحية أخرى يتعمق ويتسع كل يوم، مما دفع المشرع إلى التدخل لتحقيق وإعادة التوازن مرة أخرى.

ومن خلال العرض السابق لحماية المستهلك عبر قانون الممارسات التجارية فإنه لا يمكننا التأكيد أن الهدف المنشود قد أصيب، فسن النصوص قد خول



للمستهلك . بما لا يقبل الجدل . الحق في الحماية التي لم يكن يتمتع بها من قبل، ولكن يجب ألا يغيب عنا أن هذه الحماية مازالت تثير مقاومات لم تحطم بعد، فالشروط التعسفية على سبيل المثال وبالرغم من منعها، إلا أنها مازالت موجودة في العقود العامة. كما لمسنا وجود نقص في معالجة بعض النصوص المكونة للقانون محل الدراسة السابقة، وانعدام في معالجة مواضيع أخرى، كموضوع الباعة المتجولون وكذا الباعة الممثلون لشركات تجارية قصد ترويج بضاعتها، وهذا بالرغم من وجود هذه الظواهر في مجتمعنا. لكل هذا نأمل في الأخير إلى الوصول لنظام كامل، يوفر حماية للمستهلك من الممارسات التجارية المحظورة بأكبر قدر ممكن.

### المراجع

#### الكتب:

1. د/ السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، الدار الجامعية، 2003.
2. د/ السنهوري عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني، مصادر الالتزام، الجزء الأول.
3. د/ القيسي عامر قاسم أحمد، الحماية القانونية للمستهلك . دراسة في القانون المدني والمقارن . الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، 2002.
4. د/ مهدي عبد الرؤوف، المسؤولية الجنائية عن الجرائم الاقتصادية، دون ذكر دار النشر، طبعة 1976.
5. د/ دنوني هجيرة، قانون المنافسة وحماية المستهلك . المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 39، رقم 2002.01.

#### القوانين:

6. القانون 02.04 المؤرخ في 23 يونيو 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج العدد 41.
7. القانون 10. 06 المؤرخ في 15 غشت 2010، المعدل والمتمم للقانون 02.04، ج العدد 46.
8. القانون المدني الجزائري.
9. قانون العقوبات الجزائري، والقانون رقم 23.06 المؤرخ في 20 سبتمبر 2006 المعدل والمتمم له.