

## نطاق الإخلال بحماية المستهلك

- دراسة نظرية تحليلية وفقا لقانون حماية المستهلك رقم 09-03 ونصوصه التطبيقية -

### Scope of Breach of Consumer Protection

-The Study of Analytical Theory in Accordance with Consumer Protection No 09-03 and its Applied Texts –

رييح ثامر

طالب دكتوراه بكلية الحقوق والعلوم السياسية. جامعة البليدة -2-

إشراف / الدكتورة بن ناصر وهيبية. أستاذة محاضرة (أ) بكلية الحقوق والعلوم السياسية. جامعة البليدة -2-

تاريخ استلام المقال : 14-05-2018. تاريخ القبول : 27-03-2019. المؤلف المرسل : ربيع ثامر

#### ملخص

يتعرض المستهلك في إطار تلبية حاجياته ورغباته الاستهلاكية للعديد من الانتهاكات التي تندرج ضمن نطاق الإخلال بحماية المستهلك، والتي يكون سببها الرئيسي المنتج أو أي متدخل آخر في عملية العرض للاستهلاك، هذه الانتهاكات لها تأثير بالغ على أمن وسلامة المستهلك، علاوة على المساس بمصالحه الاقتصادية، وهي تختلف باختلاف المرحلة التي يكون عليها العقد الاستهلاكي المنعقد بين المنتج والمستهلك، فالبعض من هذه الانتهاكات يتعلق بمرحلة ما قبل إبرام العقد، وتكون من خلال الأوجه أو الجوانب التالية: الإعلان، التبيين، السعر، النقل والتخزين، التوزيع، في حين أنّ البعض الآخر يتعلق بمرحلة إبرام العقد وتنفيذه، وهي مرتبطة بالأوجه التالية: مطابقة المنتج، الضمان، التعبئة والتغليف، المقاييس والأوزان.

الكلمات المفتاحية: المستهلك ، نطاق الإخلال، أوجه الإخلال، حماية المستهلك.

#### Abstract

In the context of consumer needs and desires, consumers are exposed to many violations that fall under the category of consumer protection, the main cause of which is the product or other interference in the supply process. These violations have a significant impact on consumer safety and security regardless of the detriment of his economic interests which vary the detriment of economic interests, which vary according to the stage at which the consumer contract between producer and consumer. Some of these violations concern the pre-

conclusion stage of the contract, and may be through the following aspects: advertising, identification, price, transport, packaging, and distribution, while others are related to the stage of conclusion and implementation of the contract and are related to the following aspects: product conformity, warranty, packaging, scales and weights.

**Keywords** Consumer, scope of breach, aspects of breach, consumer protection.

## مقدمة

يعاني المستهلك في حياته اليومية من عدة انتهاكات تنصب في مجملها حول المنتجات المعروضة للاستهلاك من طرف المنتج أو أي متدخل آخر في عملية العرض، والتي قد تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على أمنه وسلامته، وكذا ملاءته المادية، فالكثير من المنتجين أثناء ممارستهم لنشاطاتهم لا يحترمون القواعد المعمول بها في مجال ممارسة النشاط التجاري، وهمهم الوحيد هو تحقيق الربح على حساب حماية المستهلك الذي يعتبر الحلقة الضعيفة في العلاقة الاستهلاكية، هذه الانتهاكات تندرج ضمن نطاق الإخلال بحماية المستهلك الذي يعد موضوع بحثنا، والتي يمكن توزيعها على مرحلتين تبعا للمراحل التي يمر بها العقد، فهناك بعض الانتهاكات تندرج ضمن مرحلة ما قبل التعاقد، والبعض الآخر يندرج ضمن مرحلتي إبرام العقد وتنفيذه، ومن ثمة فإن الإشكالية التي يمكن طرحها في هذا المقام تكمن في الوقوف على تحديد مختلف الأوجه أو الجوانب التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك قبل وأثناء التعاقد.

لمعالجة هذه الإشكالية ارتأينا تقسيم الدراسة إلى محورين على النحو التالي:

- المحور الأول: الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد.
- المحور الثاني: الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك أثناء مرحلة تكوين العقد.

### 1. الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك في مرحلة ما قبل التعاقد.

يمكن إرجاع الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك في مرحلة ما قبل إبرام العقد إلى أربعة أوجه تتمثل في كل من الإعلان، التبيين، السعر، النقل والتخزين، التوزيع.

**1.1. الإعلان.**

يلعب الإعلان دور هام في عملية ترويج السلع والخدمات بغرض توجيهها للاستهلاك، ومن ثمة محاولة جذب أكبر شريحة من المستهلكين لاقتناء سلعة معينة أو الحصول على خدمة ما، وبالرجوع إلى التشريع الجزائري المتعلق بحماية المستهلك ومختلف النصوص التنظيمية ذات الصلة، نجد أن المشرع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف الإعلان وإنما عرف الإشهار واعتبره بمثابة الإعلان وذلك وفقا لنص المادة الثالثة (الفقرة الثالثة) من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>1</sup>، حيث نصت على أن: "الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

كما يعرف أيضا وفقا للمرسوم التشريعي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش<sup>2</sup>، في المادة الثانية (الفقرة الثامنة) منه بأنه: "جميع الاقتراحات أو الدعايات أو البيانات والعروض أو الإعلانات أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية".

من خلال التعريفين السابقين، يمكن تعريف الإعلان على أنه تلك الرسالة الإعلانية مهما كانت الوسائل المستعملة في ذلك، والتي يهدف صاحبها (المنتج، البائع) من خلالها إلى ترويج منتجاته أو خدماته والتعريف بها بغرض البيع.

ولما كان الهدف من عملية الإعلان هو الترويج للمنتجات بغرض التسويق والبيع، فقد يلجأ هؤلاء المنتجين أو البائعين إلى انتهاج طرق وأساليب احتيالية بغرض تضليل المستهلك، والعمل على إقناعه بشراء منتج ما أو الحصول على خدمة معينة، وذلك بالتركيز على مختلف أساليب الإغراء المكتوبة في الإعلان، وإثارة التصرفات الانفعالية غير الرشيدة وغير القانونية، التي من شأنها أن تؤثر على إرادة ورغبات المستهلكين، وهو ما يعد إخلالا بحماية المستهلك.

**2.1. التبيين (الوسم).**

المقصود بالتبيين<sup>3</sup> هو مجموعة المعلومات والبيانات التي يضعها المنتج أو الصانع على منتجاته الموجهة للاستهلاك، سواء كانت منتجات غذائية أو غير غذائية، علاوة على البيانات الأخرى المتعلقة بمجال الخدمات، والتي يكون الغرض منها هو مساعدة المستهلك في

التعرف على المنتج أو الخدمة المقدمة له بشكل واضح ويسير والإلمام بكل جوانبه، وفي هذا الإطار نستحضر المرسوم التنفيذي رقم 13-378 الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك<sup>4</sup>، هذا المرسوم الذي تضمن تحديد مختلف البيانات الإلزامية المتعلقة بالوسم، فبالنسبة للمنتوجات أو المواد الغذائية فإن البيانات الإلزامية الداخلة في وسمها يمكن تحديدها بصفة عامة بناء على المادة 12 من هذا المرسوم كما يلي:

- تسمية البيع للمادة الغذائية.
  - قائمة المكونات.
  - الكمية الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدولي.
  - التاريخ الأدنى للصلاحيّة أو التاريخ الأقصى للاستهلاك.
  - الشروط الخاصة بالحفظ و/أو الاستعمال.
  - الاسم أو التسمية التجارية والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة.
  - بلد المنشأ و/أو بلد المصدر إذا كانت المادة مستوردة.
  - طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية.
  - بيان حصة الصنع و/أو تاريخ الصنع أو التوضيب.
  - تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية.
  - الوسم الغذائي، وغيرها من البيانات الأخرى المذكورة في هذه المادة.
- أما بالنسبة للمنتوجات غير الغذائية<sup>5</sup> التي حملها عنوان الفصل الرابع من المرسوم رقم 13-378 المذكور أعلاه، فإن المادة 38 من هذا الأخير قد حددت البيانات الإلزامية المتعلقة بها كما يلي:

- تسمية البيع للمنتوج.
- الكمية الصافية للمنتوج المعبر عنها بوحدة النظام المتري الدولي.

- الاسم أو عنوان الشركة أو العلامة المسجلة، وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد عندما يكون المنتج مستوردا.
  - بلد المنشأ و/أو المصدر، عندما يكون المنتج مستوردا.
  - طريقة استعمال المنتج.
  - تعريف الحصة أو السلسلة و/أو تاريخ الإنتاج.
  - التاريخ الأقصى للاستعمال.
  - الاحتياطات المتخذة في مجال الأمن.
  - مكونات المنتج وشروط التخزين.
  - علامة المطابقة المتعلقة بالأمن.
  - بيان الإشارات والرموز التوضيحية للأخطار المذكورة في الملحق الرابع بهذا المرسوم.
- إلى جانب البيانات الإلزامية المتعلقة بمجال المنتجات الغذائية وغير الغذائية، يوجد نوع آخر من البيانات، وهي تلك البيانات المتعلقة بمجال الخدمات، حيث بالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المذكور آنفاً، نجده قد تناول مجموعة من البيانات الإلزامية في مجال الخدمات<sup>6</sup>، وذلك في نصوص متفرقة منه، فالمادة 54 مثلاً نصت على أنه: "يجب على مقدم الخدمة أن يضع تحت تصرف المستهلك، بصفة واضحة ودون لبس، المعلومات الآتية:
- الاسم أو عنوان الشركة والعنوان والمعلومات الخاصة بمقدم الخدمات.
  - الشروط العامة المطبقة على العقد".
- أيضاً المادة 55 التي نصت على أنه: "يجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك، بكل الوسائل الملائمة، حسب طبيعة الخدمة، بالمعلومات الآتية:
- اسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه أو إذا تعلق الأمر بشخص معنوي عنوان شركته، ومقر شركته وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة شخصاً آخر.
  - رقم القيد في السجل التجاري أو في سجل الصناعة التقليدية والحرف.

- رقم وتاريخ الرخصة واسم وعنوان السلطة التي سلمتها بالنسبة للنشاطات المقننة.
- تكاليف النقل والتسليم والتركيب.
- كفاءات التنفيذ والدفع.
- مدة صلاحية العرض وسعره.
- المدة الدنيا للعقد المقترح، عندما يتضمن تزويدا مستمرا أو دوريا للخدمة.
- البنود المتعلقة بالضمان.
- شروط فسخ العقد".

أما المادة 56 من ذات المرسوم فإنها تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب حول الخدمة المقدمة للمستهلك، من شأنهما إحداث اللبس في ذهن المستهلك<sup>7</sup>.

إذا من خلال ما تقدم، نخلص إلى أن خلو المنتج أو الخدمة المقدمة للمستهلك من هذه البيانات الإجبارية أو إحداها يعد إخلالا بحمايته، وذلك نظرا لأهميتها ودورها في بعث الثقة في نفسية وذهنية المستهلك بما تمنحه من حرية واسعة في اختيار المنتج أو الخدمة الأفضل والأنسب، وكذا تحقيق رغبته الاستهلاكية هذا من جهة، وضمان حماية إرادته من كافة العيوب التي قد تطالها من جهة أخرى.

### 3.1. السعر.

يعد عنصر السعر من بين المشاكل التي يعاني منها المستهلك، لاسيما فئة ذوي الدخل المحدود، إذ أن الكثير من المؤسسات تستغل قوتها في الأسواق وتفرض أسعار لا تتلاءم مع القدرة الشرائية للمستهلك، حتى لا نقول أنها غير قانونية خاصة بالنسبة لأسعار المنتجات الخاضعة لنظام التقنين، وهو ما يلاحظ حاليا خاصة في الدول العربية ومنها الجزائر في ظل غياب رقابة مؤسساتية فعالة، حيث هناك مغالاة كبيرة في رفع أسعار السلع والخدمات، وهو الأمر الذي من شأنه أن يترتب عنه ماسا بالمصالح الاقتصادية للمستهلك.

وبالرجوع إلى القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر، وتحديدًا في المادة الرابعة منه نجد أنها تنص على أنه: "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبشروط البيع".

ما يلاحظ على هذه المادة أن عنصر السعر يمكن إدراجه أيضا ضمن نطاق إعلام المستهلك، وهو ما يعتبر بالأمر المنطقي، على اعتبار أن المنتجات والخدمات المعلن عنها من قبل المنتج والموجهة بغرض الاستهلاك يجب أن تتضمن عنصر السعر، على غرار المعلومات والبيانات الأخرى الواجب توافرها في المنتج.

أما المادة 5 من ذات القانون فإنها تحدد الطريقة التي بموجبها يتم إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وذلك عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، كما تستوجب نفس المادة أن تكون الأسعار والتعريفات مبينة بصفة مرئية ومقروءة وذلك بغرض تنبيه وإعلام المستهلك بها<sup>8</sup>.

وفي نفس الإطار، تقضي المادة 6 من نفس القانون السالف الذكر بأن تتوافق الأسعار والتعريفات المعلن عنها من قبل البائع بخصوص المنتجات أو الخدمات المعروضة للاستهلاك مع المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون، مقابل اقتناء سلعة ما أو الحصول على خدمة معينة<sup>9</sup>.

من خلال هذه النصوص القانونية التي تناولت عنصر السعر كأحد العناصر الأساسية التي تدخل ضمن نطاق حقوق المستهلك، يمكن القول أن ما يخالف أحكامها يعد إخلالا بحماية المستهلك.

وأخيرا، تعتبر ممارسة الأسعار من الممارسات غير الشرعية، في حالة عدم احترام أسعار المنتجات أو الخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة، وذلك وفقا لنص المادة 36 من القانون رقم 02-04 المعدل والمتمم بموجب القانون رقم 10-06<sup>10</sup>، أي بمعنى أن الأسعار المتعلقة بالمنتجات والخدمات المحددة سلفا بموجب نظام قانوني خاص بها، يُلزم على الأعوان الاقتصاديين احترامها والتقيد بها تحت طائلة عدم مشروعية الأسعار وتوقيع العقوبات.

#### 4.1. النقل والتخزين.

تعد مرحلة التخزين من أهم المراحل التي تمر بها المنتجات الغذائية قبل وصولها إلى المستهلك، وعملية التخزين تستلزم بعض الشروط حتى يمكن الحفاظ على نوعية المنتج وصلاحيته للاستهلاك، وهذه الشروط تختلف باختلاف طبيعة المنتج، فهناك بعض المنتجات التي تستلزم خزائن تبريد خاصة ومدة معينة للتخزين، كاللحم والمنتجات

للحمية، بعض الفواكه الموسمية القابلة للتجميد، أيضاً بالنسبة للمشروبات الغازية لاسيما في فصل الصيف، أين تكون درجة الحرارة مرتفعة وهو الأمر الذي يقتضي حفظها في أماكن رطبة نسبياً بغرض ضمان صلاحيتها للاستهلاك ومن ثمة حماية صحة المستهلك، وأيضاً يدخل في نطاق عملية التخزين المتوجات الغذائية سريعة التلف مثل الحليب ومشتقاته، علب الشكولاتة، المثلجات... الخ.

في هذا الإطار، نستحضر المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري<sup>11</sup>، هذا المرسوم الذي تناول في أحكامه كل مراحل وضع المواد الغذائية للاستهلاك، وهذه المراحل تشمل الإنتاج والاستيراد، والتصنيع والمعالجة، والتحويل والتخزين، والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة بداية من الإنتاج الأولي إلى غاية المستهلك النهائي<sup>12</sup>.

فبالنسبة لمرحلة التخزين، نجد المادة 24 من هذا المرسوم تنص على أنه: "يجب أن تتوفر التجهيزات ومعدات التبريد المستعملة في المنشآت التي تلجأ إلى حفظ المواد الغذائية القابلة للتلف المبردة أو المجمدة أو المجمدة تجميداً مكثفاً، خصوصاً على الخصائص الآتية:

- أن تكون مصنوعة من مواد غير قابلة للتسرب وغير قابلة للتعفن وأن تكون مقاومة للصدمات وأن لا تفسد المواد الغذائية التي تلامسها وأن تكون سهلة التنظيف والتطهير.
- أن تكون مهيأة لتسهيل تخزين المواد الغذائية تخزيناً محكماً، وأن تسمح بمرور الهواء بداخلها وبالتوزيع المتساوي لدرجة حرارة المحيط بين مختلف عناصر المواد الغذائية المخزنة.
- أن تكون مزودة بنظام تسجيل درجة الحرارة يوضع بصفة تسمح بالاطلاع عليه بسهولة".

نلاحظ من خلال هذه المادة، أن المشرع يركز كثيراً على التجهيزات والمعدات المستعملة في حفظ وتخزين المواد الغذائية القابلة للتلف، سواء المبردة أو المجمدة، أو المجمدة تجميداً مكثفاً، حيث يشترط فيها أن تكون مصنوعة من مواد غير قابلة للتسرب أو التعفن وأن تكون مقاومة للصدمات، كما أنه يشترط فيها أن تكون مهيأة لتسهيل تخزين المواد الغذائية تخزيناً محكماً، وأن تكون مزودة بنظام تسجيل درجة الحرارة على نحو يسمح بالاطلاع عليه بسهولة.



وتضيف المادة 48 من ذات المرسوم على أنه: "يجب أن تخزن المواد الغذائية القابلة للتلف المبردة أو المجمدة أو المجمدة تجميدا مكثفا في غرف التبريد وفقا للشروط المنصوص عليها في المادة 24 أعلاه، وأن تعرض للبيع في واجهات زجاجية مبردة ومجهزة بنفس طريقة غرف التبريد.

تحدد درجات الحرارة وطرق حفظ المواد الغذائية القابلة للتلف عن طريق التجميد أو التجميد المكثف أو التبريد وكذا مدة حفظها بموجب قرار مشترك بين الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش والوزراء المعنيين".

إنّ التخزين لا يقتصر فقط على المواد الغذائية القابلة للتلف كما هو مذكور أعلاه في المادتين 24 و48، بل حتى المواد الغذائية الأخرى، إذ يجب أن تستجيب الأماكن المهيأة لتخزينها لشروط معينة لضمان سلامتها، وهذه الشروط نصت عليها المادة 13 من ذات المرسوم كما يلي: "يجب أن تكون المحلات وملحقاتها التي يتم فيه التعامل مع المواد الغذائية:

- ذات أبعاد كافية بالنظر إلى طبيعة استعمالها والمستخدمين اللازمين والتجهيزات والمعدات المستخدمة.

- تحتوي على فضاءات منفصلة لتخزين المواد الأولية والمواد المحولة.

- تحتوي على التهيئات اللازمة لتأمين ضمان كاف ضد استقرار الحشرات والقوارض والحيوانات الأخرى والملوثات الخارجية، لاسيما التي تتسبب فيها الاضطرابات الجوية والفيضانات ودخول الغبار.

- منفصلة ولا تتصل مباشرة بأماكن حفظ الملابس وبالمراحيض أو بدورات المياه.

- مهية بشكل يمنع ولوج الحيوانات إلى داخل المنشآت".

وعليه فإن عدم احترام هذه الشروط المتعلقة بالتخزين، والأماكن المعدة له، يعد أيضا وجها من الأوجه التي تندرج ضمن نطاق الإخلال بحماية المستهلك.

أمّا عنصر النقل، باعتباره الوسيلة التي يتم بواسطتها نقل وتحويل المنتجات من مكان إنتاجها أو صنعها، إلى مكان توزيعها أو عرضها بصفة مباشرة للاستهلاك النهائي، فهو الآخر يلعب دورا هاما في عملية إشباع حاجات ورغبات المستهلك، وذلك لما يوفره من جهد ووقت وانتقاص في المصاريف التي قد ترهق كاهل المستهلك نتيجة التنقل من هنا وهناك

بحثاً عن تلبية حاجاته البيولوجية، فالغرض من النقل هو تقريب المنتج إلى المستهلك النهائي حيثما كان وفي الوقت المناسب، إلا أن وسيلة النقل أحياناً هي من تكون السبب في إحداث أضرار تمس بصحة المستهلك وأمنه وسلامته، وذلك في حالة استخدام وسيلة نقل غير ملائمة لنقل منتج معين، كأن تكون هذه الوسيلة مخصصة لنقل مادة معينة ولكن توجه أو تستغل لنقل مادة أخرى غير ملائمة لنقلها، ومثال ذلك تخصيص وسائل نقل منتجات غذائية كانت قد استعملت في نقل مواد كيميائية قبل ذلك.

وينطبق الأمر نفسه على نقل المواد المجمدة الموجهة للاستهلاك في وسائل نقل لا تتوافر 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 بالنسبة للحوم على سبيل المثال، وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المحدد لشروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري السالف الذكر، نجد أنه قد نظم عنصر النقل في المواد من 34 إلى 38 ضمن الفصل التاسع منه تحت عنوان "الضوابط المطبقة على النقل"، فالمادة 34 تنص على أنه: "يجب أن يكون العتاد الموجه أو الوسيلة الموجهة لنقل المواد الغذائية مخصصاً حصرياً لهذا الاستعمال.

- ويجب أن يزود هذا العتاد أو وسيلة النقل بالتهيئات والتجهيزات الضرورية لضمان حفظ جيد للمواد الغذائية المنقولة والحيلولة دون وقوع أي تلف لها،

- وفي جميع الأحوال يجب أن تحترم المواصفات القانونية والتنظيمية بصرامة في مجال النقل".

كما تنص المادة 35 على أنه: "يجب أن ينظم نقل المواد الغذائية القابلة للتلف على نحو تحترم فيه شروط الحفظ المطلوبة حسب ما إذا كانت هذه المواد الغذائية مجمدة تجميداً مكثفاً أو مجمدة أو مبردة أو على حالتها الطازجة".

أما المادة 38 فقد تناولت كيفية نقل المواد الغذائية غير المعبأة، وحددت لنا طبيعة ونوعية العتاد المناسب والملائم لنقلها، حيث نصت على أنه: "يجب أن يتم نقل المواد الغذائية في الحالات غير المعبأة في حاويات مخصصة لهذا الغرض وملائمة للمواد المعنية، سواء كانت في حالة سائلة أو حبيبات أو مسحوق، ويجب أن تحمل هذه الحاويات بيانا واضحا ومرئيا وغير قابل للمحو باللغة العربية وعلى سبيل الإضافة بلغة أو بلغات أخرى

سهلة الفهم لدى المستهلك، يوضح بأنها مخصصة حصريا لنقل المواد الغذائية المعنية أو تحمل بيان "للمواد الغذائية فقط".

وعليه، فإن عدم احترام الشروط المتعلقة بنقل المواد الغذائية بصفة عامة، والمواد الغذائية السريعة التلف والمواد الغذائية غير المعبأة على وجه الخصوص كما هو مشار إليه أعلاه، يُعد إخلالا بحماية المستهلك، دون إغفال العقوبات المقررة جراء هذا الإخلال لاسيما تلك المنصوص عليها في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

## 5.1. التوزيع.

لما كانت مرحلة توزيع المنتجات تندرج ضمن مراحل العملية الاستهلاكية، فإنه من الواجب على المتدخل أن يسعى جاهدا إلى توفير هذه المنتجات لإشباع حاجة ورغبة المستهلك في المكان والزمان المناسبين، بالإضافة إلى عدم التمييز بين المستهلكين في الحصول على الكميات والأصناف المتوفرة للمنتجات محل التوزيع، ومن ثمة فإن عدم احترام المتدخل لعملية التوزيع وما يتعلق بها من شروط وضوابط يُعد إخلالا بحماية المستهلك.

## 2. الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك خلال مرحلة تكوين العقد (الإبرام والتنفيذ).

تكمن الأوجه أو الجوانب التي تشكل انتهاكا وإخلالا بحماية المستهلك خلال مرحلة تكوين العقد (الإبرام والتنفيذ) في كل من الأوجه التالية: مطابقة المنتج، الضمان، التعبئة والتغليف، وأخيرا المقاييس والأوزان.

## 1.2. مطابقة المنتج.

تنص المادة 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يجب أن يُلبى كل منتج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله.

كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه".

من خلال هذه المادة، يتجلى لنا واضحا أنّ المشرع قد ألقى على عاتق المتدخل باعتباره الطرف الأقوى في العلاقة الاستهلاكية، واجب الالتزام بمطابقة المنتوجات التي يعرضها للاستهلاك بغرض حماية المستهلك، وتحقيق المطابقة في مجال المنتوجات يرتبط بتحقيق الرغبات المشروعة للمستهلك وهي مسألة ذاتية يصعب تحقيقها، أي بمعنى أن المطابقة لا تتحقق إلا بالنتيجة المتوخاة منها وهي تحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك، وهو ما يعني أن المطابقة وفقا لهذه المادة تأخذ مفهوما واسعا، لأن استعمال "عبارة الرغبة المشروعة للمستهلك" الواردة في النص هي عبارة مرنة ليس من السهل قياسها أو ضبطها نظرا لاختلاف رغبات المستهلك، فما يحقق رغبة مستهلك قد لا يحقق رغبة مستهلك آخر، والعكس صحيح، وهذا خلافا لما ورد في المادة الثالثة (الفقرة 18) من ذات القانون، أين تم ربط مطابقة المنتج بمدى استجابته للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به<sup>13</sup>، وهي مسألة مادية موضوعية يمكن تحقيقها، وهو ما يعني أن المطابقة وفقا لهذه المادة تأخذ مفهوما محدودا وضيقا، ومن ثمة فإن المطابقة وفقا للقانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لها معنيان، معنى واسع وآخر ضيق، وما تجدر الإشارة إليه في الأخير، ومن خلال تفحصنا لمختلف النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بحماية المستهلك، أن المشرع وإلى حد الآن لم ينظم كيفية مطابقة الخدمات.

إن المطابقة المنصوص عليها في المادة 11 المذكورة أعلاه تشتمل على عدة مسائل، والتي من بينها طبيعة المنتج، صنفه ومنشئه، مميزاته الأساسية وتركيبته، نسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته، ومدى قابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله، مدى خضوع المنتج لعملية الرقابة، وغيرها من المسائل الأخرى التي تضمنتها المادة.

أما المادة 12، فإنها تلزم المتدخل بإجراء رقابة مسبقة حول مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك، طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية المعمول بها في مجال رقابة المطابقة<sup>14</sup>، علاوة على الرقابة التي يقوم بها أعوان قمع الغش - رقابة مطابقة المنتوجات - المنصوص عليهم في هذا القانون وبصرف النظر عن الجهة التي يتبعون لها<sup>15</sup>.

إن الرقابة التي يقوم بها ضباط الشرطة القضائية وأعوان قمع الغش بخصوص مطابقة المنتوجات تتم بطرق مختلفة، فقد تكون عن طريق فحص الوثائق أو بواسطة سماع المتدخلين المعنيين، أو عن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس، وقد

تتم عند الاقتضاء باقتطاع العينات بغرض إجراء التحاليل أو الاختبارات أو التجارب، كما أن هذه الرقابة تشمل كل من المنتجات المحلية والمستوردة، فقط أن هذه الأخيرة يجب أن تخضع لرقابة المطابقة عند الحدود وقبل جمرقتها<sup>16</sup>.

وعليه، وبناء على مختلف النصوص المتعلقة بمطابقة المنتجات، فإن إخلال المتدخل بإحدى المسائل المتعلقة بمطابقة المنتجات، بما فيها إجراء الرقابة المسبقة حول مطابقة المنتج، يعد وجهاً آخر من الأوجه التي تشكل إخلالاً بحماية المستهلك، بصرف النظر عن العقوبات المقررة في هذا المجال.

## 2.2. الضمان.

لقد عرف المشرع الضمان وفقاً للقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، في المادة الثالثة (الفقرة ما قبل الأخيرة) منه على أنه: "التزام يقع على عاتق كل متدخل خلال فترة زمنية معينة، في حالة ظهور عيب بالمنتج باستبدال هذا الأخير أو إرجاع ثمنه، أو تصليح السلعة أو تعديل الخدمة على نفقته".

إذا من خلال المادة المذكورة أعلاه، فإن الضمان يعد التزاماً يقع على عاتق المتدخل باعتباره الطرف الأقوى في العلاقة الاستهلاكية، في حين يُمثل حقاً بالنسبة للمستهلك يمارسه عند الاقتضاء وفي حدود القانون، ومن ثمة فإن إخلال المتدخل بهذا الالتزام يُعد انتهاكاً لحقوق المستهلك.

وبالرجوع إلى المادة 13 من القانون رقم 09-03 المذكور آنفاً، نجد أنها توضح حق المستهلك في الضمان وطرق ممارسته وتنفيذه، حيث جاء نصها كما يلي: "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازاً أو أداة أو آلة، أو عتاداً أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون.

- ويمتد هذا الضمان أيضاً إلى الخدمات.
- يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة، في حالة ظهور عيب بالمنتج، استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته.
- يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية.
- يعتبر باطلاً كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة.

- تحدد شروط و كيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم".

ما يمكن ملاحظته من خلال هذه المادة، أن الضمان المنصوص عليه في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش هو ضمان قانوني، بالإضافة إلى ذلك أن نطاقه واسع بحيث لا يقتصر على المنتجات فقط بل يشمل أيضاً الخدمات، كما يعتبر من النظام العام، وهو ما أشارت إليه الفقرة ما قبل الأخيرة من ذات المادة، بقولها: "يعتبر باطلاً كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة"، وبذلك فهو يختلف عن الضمان المنصوص عليه في القواعد العامة.

وتضيف المادة 14 من ذات القانون نوع آخر من الضمان، وهو ما يُعرف بالضمان الإضافي، وهو ذلك الضمان الذي يقدمه المتدخل كامتياز على منتج أو خدمته المقدمة إضافة إلى الضمان القانوني، وسواء كان بمقابل أو بالمجان، ومن ثمة فإنّ المشرع قد فصل بين الضمانان، بحيث جعل كل منهما ضماناً مستقلاً عن الآخر، وهو ما يعني أنّ الاستفادة من الضمان القانوني لا يلغي الاستفادة من الضمان الإضافي الذي يقدمه المتدخل.

وتطبيقاً لأحكام المادة 13 المذكورة أعلاه، صدر المرسوم التنفيذي رقم 13-327 الذي يُحدد شروط و كيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ<sup>17</sup>، هذا الأخير الذي يُعرف بالضمان الإضافي في المادة الثالثة (الفقرة الثانية) منه على أنه: "كل التزام تعاقدى محتمل يُبرم إضافة إلى الضمان القانوني الذي يُقدمه المتدخل أو ممثله لفائدة المستهلك دون زيادة في التكلفة".

إذا ما يمكن أن نستخلصه أنه يوجد نوعان من الضمان، ضمان بقوة القانون، أي مصدره القانون، وهو ما يعني عدم جواز الاتفاق على مخالفته، سواء بتعديله أو إعفاء المتدخل منه، أو بحرمان المستهلك من الاستفادة منه لكونه من النظام العام، و ضمان إضافي يمكن أن يقدمه المتدخل كامتياز على منتج أو الخدمة التي يقدمها، إضافة إلى الضمان القانوني، ويكون ذلك بمحض إرادته، وفي هذه الحالة يجب أن يأخذ الضمان الإضافي شكل الالتزام التعاقدى المكتوب ضماناً لتنفيذه عند المطالبة به من قبل المستهلك، وهو ما نصت عليه المادة 19 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 بقولها: "يجب أن يأخذ الضمان الإضافي المقدم للمستهلك شكل التزام تعاقدى مكتوب تحدد فيه البنود الضرورية لتنفيذه، وأن يحتوي على البيانات اللازمة...".

وفي إطار تنفيذ الضمان، فإنه يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك السلعة أو الخدمة المتفق عليها وقت إبرام العقد، ويكون مسؤولاً عن كافة العيوب التي كانت موجودة أثناء عملية تسليم المنتج أو تقديم الخدمة، وهو ما نصت عليه المادة الرابعة من ذات المرسوم بقولها: "في إطار تنفيذ الضمان، يتعين على كل متدخل تسليم المستهلك سلعة أو خدمة مطابقة لعقد البيع ويكون مسؤولاً عن العيوب الموجودة أثناء تسليمها أو تقديم خدمة".

وبناء على ما تقدم بخصوص عنصر الضمان، سواء القانوني أو الإتفاقي وما يقتضيه من شروط، فإن عدم احترام المتدخل لهذا الضمان أو الإخلال بأحد شروطه يُعد إخلالاً بحماية المستهلك.

### 3.2. التعبئة والتغليف.

تُعد مواد التعبئة والتغليف من المسائل الهامة والأساسية الواجب مراعاتها خلال مرحلة الإنتاج، لاسيما بالنسبة للمنتجات الغذائية، التي تخضع لعملية التوضيب والتغليف المسبق قبل عرضها للاستهلاك النهائي.

والإخلال بحماية المستهلك من خلال هذا الجانب، يكون باستخدام بعض المواد غير الملائمة صحياً في تعبئة أو تغليف المنتجات، لا سيما تلك التي تستلزم عناية خاصة نظراً لطبيعتها والمكونات التي تحتويها، أو باستخدام عبوات غير ملائمة للتعبئة، كتلك المصنوعة من مواد قابلة للصدأ، أو استخدام عبوات غير نظيفة أو غير معالجة، وهو الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى المساس بسلامة وصحة المستهلك بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، كذلك يمكن الإخلال بحماية المستهلك من خلال الجانب المتعلق بالتعبئة والتغليف، في حالة استعمال بعض العبوات أو الأغلفة التي تكون مصدراً لنقل الميكروبات أو التلويث، أيضاً في حالة استعمال بعض العبوات التي يدخل في مكوناتها مواد قابلة للتفاعل مع مكونات المنتجات الغذائية المعدة للاستهلاك، وفي هذا السياق يأتي المرسوم التنفيذي رقم 17-14 المذكور سالفاً، لتحديد الضوابط القانونية المطبقة في عملية توضيب وتغليف المواد الغذائية، حيث تنص المادة 51 منه على أنه: "يجب أن لا تكون المواد المكونة لتغليف المواد الغذائية مصدراً للتلويث".

يجب أن تستجيب مكونات التغليفات المعدة لكي تلامس المواد الغذائية للمتطلبات المحددة في التنظيم المعمول به والمتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس المواد الغذائية".

وتضيف المادة 52 بأنه: "يجب أن تتم عمليات التوضيب والتغليف بطريقة تسمح بتجنب كل تلويث للمواد الغذائية، خصوصا في حالة استعمال علب حديدية أو أوعية زجاجية، ويجب ضمان سلامة الأوعية ونظافتها.

- يجب أن تخزن التغليفات بطريقة تسمح بعدم تعرضها لمخاطر التلويث والتلف.

- يجب أن تكون التغليفات الموجهة لإعادة استعمالها لتوضيب المواد الغذائية سهلة التنظيف وعند الاقتضاء سهلة التطهير".

إذا من خلال ما تقدم، نخلص إلى أنه يجب على كل متدخل في العملية الإنتاجية أن يلتزم بالمعايير والضوابط القانونية في مجال التعبئة والتغليف، مراعاة في ذلك طبيعة كل منتج تحت طائلة الإخلال بحماية المستهلك.

#### 4.2. المقاييس والأوزان.

يمكن الإخلال بحماية المستهلك من خلال هذا الجانب، باستعمال مختلف الطرق والأساليب الاحتمالية، ومن ذلك الغش في الأوزان والتلاعب في المقاييس المقررة قانونا لبعض المنتجات، وهو الأمر الذي من شأنه أن يتسبب في إلحاق الضرر بالمستهلك لاسيما من الناحية الاقتصادية.

وفي هذا الشأن تنص المادة الخامسة (الفقرة الثالثة) من القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، على أنه: "يجب أن تعد أو توزن أو تكال السلع المعروضة للبيع سواء كانت هذه السلع بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أمام المشتري، وعندما تكون هذه السلع مغلفة ومعدودة أو موزونة أو مكيّلة، يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة الوزن أو الكمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن".

باستقراء هذه الفقرة، نلاحظ أن المشرع الجزائري قد أدرج عنصر المقاييس والأوزان ضمن نطاق الإعلام بالأسعار والتعريفات وشروط البيع تحت الباب الثاني بعنوان "شفافية الممارسات التجارية"، وهو ما يعني أن عدم ذكر البيانات المتعلقة بالوزن أو الكيل أو العدد على المنتجات المغلفة المعروضة للبيع يشكل مخالفة قانونية وخرقا لحقوق المستهلك، أمّا



عن المنتجات الغير مغلقة، سواء كانت بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل، فالقانون يلزم كل متدخل في عملية عرض هذه المنتجات للاستهلاك بأن يقوم بعدها أو وزنها أو كيلها أمام مرأى من أعين المشتري، ومن ثمة فإن مخالفة المتدخل (المنتج، البائع) لهذه الشروط والكيفيات المتعلقة بالأوزان والمقاييس بالنسبة للمنتجات المعروضة أو الموجهة للبيع يقع تحت طائلة الإخلال بحماية المستهلك.

#### خاتمة

كشفت لنا دراستنا للموضوع أن الأوجه أو الجوانب التي تشكل مساسا وإخلالا بحماية المستهلك تختلف باختلاف المراحل التي يمر بها العقد، فبالنسبة لمرحلة ما قبل التعاقد نجد كل من، الإعلان، التبيين، السعر، النقل والتخزين، التوزيع، في حين أن الأوجه المتعلقة بمرحلة التعاقد يمكن حصرها في الأوجه التالية؛ مطابقة المنتج، الضمان، التعبئة والتغليف، وأخيرا المقاييس والأوزان.

أما عن النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة المتواضعة يمكن حصرها في نقطتين أساسيتين كما يلي:

- أن الأوجه أو الجوانب التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك نظمها المشرع في نصوص قانونية وتنظيمية متفرقة بدءا من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هذا الأخير الذي يعد القانون الإطار لحماية المستهلك، ومختلف النصوص التنظيمية الصادرة تطبيقا لأحكامه، والقانون رقم 04-02 المتعلق بتحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

- لقد أضفى المشرع على الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك طابع الالتزامات، بالنظر إلى مختلف العقوبات المقررة جراء هذا الإخلال، بالإضافة إلى أنها تتقاطع مع بعض الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل التي تضمنها القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مثل الالتزام بالضمان والالتزام بالمطابقة، والالتزام بالإعلام الذي يشتمل على عدة عناصر كالسعر والوسم، وهو ما يجعلنا نقول بأن كل من الأوجه التي تشكل إخلالا بحماية المستهلك والالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل هما وجهان لعملة واحدة ألا وهي حماية المستهلك.

- 1 - القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر العدد 41، صادر في 27 جوان 2004، المعدل والمتمم..
- 2- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر العدد 05، صادر بتاريخ 31 جانفي 1990، المعدل والمتمم.
- 3- يعرف الموسم وفقا للمادة الثالثة (الفقرة الرابعة) من القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر العدد 15، صادر في 8 مارس 2009، بأنه: " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها".
- 4- المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 9 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر العدد 58، صادر بتاريخ 18 نوفمبر 2013. للإشارة فقط أن هذا المرسوم قد ألغى كل من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، والرسوم التنفيذية رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج ر العدد 83، صادر بتاريخ 25 ديسمبر 2005.
- 5- يقصد بالمنتجات غير الغذائية كل أداة أو وسيلة أو جهاز أو آلة أو أي مادة موجهة للمستهلك لاستعماله الخاص و/أو المنزلي، أنظر في هذا الصدد المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 13-387، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، مرجع سابق.
- 6- لقد نظم المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، إلى جانب البيانات الإلزامية المتعلقة بالمنتجات الغذائية وغير الغذائية، نوع آخر من البيانات، وهي تلك البيانات المتعلقة بمجال الخدمات، وهو ما لم تتضمنه النصوص التنظيمية التطبيقية الصادرة في إطار تطبيق أحكام القانون رقم 89-02 المتعلق بتحديد القواعد العامة لحماية المستهلك، الملغى بموجب القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، هذا الأخير الذي عرف المنتج بأنه: " كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا"، وهو ما يعني أن المشرع قد جعل الخدمة جزء من المنتج.
- 7- تنص المادة 56 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المحدد للشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، على أنه: " تمنع كل معلومة أو إشهار كاذب من شأنهما إحداث لبس في ذهن المستهلك".
- 8- تنص المادة 5 من القانون رقم 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق، على أنه: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع

- علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، كما يجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة".
- 9- تنص المادة 6 من نفس القانون، على أنه: "يجب أن توافق الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة".
- 10- تنص المادة 36 من القانون رقم 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، المعدلة بموجب المادة 7 من القانون رقم 06-10 المؤرخ في 15 أوت 2010، ج ر العدد 46، صادر بتاريخ 18 أوت 2010، على أنه: "تعتبر ممارسات غير شرعية كل مخالفة لأحكام المواد 22 و22 مكرر و23 من هذا القانون، ويعاقب عليها بغرامة من عشرين ألف دينار (20.000 دج) إلى عشرة ملايين دينار (10.000.000 دج)". فقط للإطلاع على مضمون المواد 22 و22 مكرر و23 يمكن الرجوع إلى القانون رقم 06-10 المذكور أعلاه.
- 11- المرسوم التنفيذي رقم 17-140 المؤرخ في 11 أبريل 2017، يحدد شروط النظافة والنظافة الصحية أثناء عملية وضع المواد الغذائية للاستهلاك البشري، ج ر العدد 24، صادر بتاريخ 16 أبريل 2017. فقط للإشارة أن هذا المرسوم قد ألغى المرسوم التنفيذي رقم 91-53 المؤرخ في 23 فيفري 1991، المتعلق بالشروط الصحية المطلوبة عند عملية عرض الأغذية للاستهلاك، ج ر العدد 9، صادر في 27 فيفري 1991.
- 12- راجع المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 17-140، نفس المرجع، المتعلقة بتحديد مجال تطبيق هذا الأخير.
- 13- تعرف المطابقة وفقا لنص المادة الثالثة (الفقرة 18) من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق، بأنها: "استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية، وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به".
- 14- تنص المادة 12 (الفقرتين الأولى والأخيرة) من القانون رقم 03-09، نفس المرجع، على أنه: "يتعين على كل المتدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول.
- لا تعفي الرقابة التي يجريها الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25 من هذا القانون، المتدخل من إلزامية التحري حول مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التنظيمية السارية المفعول".
- 15- تنص المادة 29 من ذات القانون، على أنه: "يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه، بأي وسيلة وفي أي وقت وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك، برقابة مطابقة المنتوجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصة بها". أما عن الأعوان المذكورون في المادة 25، فهم كل من ضباط الشرطة القضائية المنصوص عليهم في المادة 15 من قانون الإجراءات الجزائية، وأعوان قمع الغش التابعون

للوزارة المكلفة بحماية المستهلك (وزارة التجارة)، والأعوان الآخرون المرخص لهم بموجب نصوص خاصة.

16- تنص المادة 30 من نفس القانون، على أنه: "تم الرقابة المنصوص عليها في هذا القانون، عن طريق فحص الوثائق و/أو بواسطة سماع المتدخلين المعنيين، أو عن طريق المعاينات المباشرة بالعين المجردة أو بأجهزة القياس، وتتم عند الاقتضاء باقتطاع العينات بغرض إجراء التحاليل أو الاختبارات. تتم رقابة مطابقة المنتوجات المستوردة عند الحدود، قبل جمركتها، تحدد شروط وكيفيات الرقابة عن طريق التنظيم".

17- المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013، يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج ر العدد 49، الصادر في 2 أكتوبر 2013.