

الالتزام بإعلام المستهلك وسيلة لحمايته *Obligation to inform the consumer as a means of protecting him*

لونيسى علي

د. قاشي علال

كلية الحقوق والعلوم السياسي، جامعة البليدة

تاريخ استلام المقال: 11 / 01 / 2019 تاريخ قبول المقال: 04 / 02 / 2019

الملخص:

إذا كان عقد الاستهلاك هو عقد بين المستهلك والمهني، بموجبه يتلقى الأول من الثاني منتوجا أو خدمة مقابل ثمن معلوم أو بدون مقابل، فلا بد أن تترتب على طرفي العقد التزامات متبادلة، وبحكم خبرة المهني (الحرفي) وبمركزه القوي، وامتلاكه لدراية تامة، على الأشياء فهو خبير بمثل هذه الأمور، بينما يفتقر المستهلك لهذه الخبرة والدراية، لذا تدخل المشرع الجزائري في القانون رقم: 03/09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش في المواد من 04 إلى 24 منه إضافة إلى ما تقرره القواعد العامة لحماية المستهلك سواء المسؤولية العقدية أو التقصيرية.

وبناء على ذلك يتوجب على المهني أن يعلم المستهلك بكل البيانات المتعلقة بالمنتوج، أو الخدمة، ويلتزم المهني بتقديم منتوج يستجيب للرغبات المشروعة للمستهلك، تختلف عن التزام البائع بإعلام المشتري المقرر في القانون المدني والذي يستفيد منه المشتري.

إن المشرع الجزائري أثقل كاهل المهني بالتزام عام، وهو إعلام المستهلك بحيث لم يترك المستهلك يحمي نفسه بنفسه، ومن جهة ثانية لم يترك المشرع للمهني سلطة تقديرية في نوعية المعلومات التي يقدمها المستهلك، بل حددها وضبطها وبين طرق تقديمها للمستهلك كاملة، كما ألزم من يمارس التجارة بضوابط محددة.

وعليه كيف يساهم الإعلام في حماية المستهلك؟ وماهي ضوابط ممارسة التجارة في القوانين المنظمة لذلك؟

الكلمات المفتاحية: المستهلك، الوسم، المنتج، الخدمة، قيود التجارة، الاحتكار، التسعير.

Abstract

If the contract of consumption is a contract between the consumer and the professional, under which the first of receives from the second a product or a service for a price known or free of charge, the parties of the contract must have reciprocal obligations, since the professional has an experience, a strong position, and a full knowledge of the objects, he is an expert on such matters, while the consumer lacks experience and know-how. So, the Algerian legislator interferes into Law No. 09/03 for consumer protection and suppression of fraud in articles 4 to 24, as well as the general rules for the protection of contractual or tort liability.

Accordingly, the professional must inform the consumer of all data related to the product or service, and the professional will be obligated to provide a product that responds to the legitimate desires of the consumer that differs from the seller's obligation to inform the purchaser the civil law that the buyer benefits from.

The Algerian legislator burdened the professional with a general obligation to inform the consumer so he didn't let the consumer to protect himself by himself. On the other hand, the legislator did not leave the professional to have any discretion in the quality of the information provided by the consumer. Instead, he specified, accurated and showed complete ways to present it for consumers. In addition to that, he put specific rules for those who practice trade.

So, How does the media contribute to consumer protection? What are the rules for practicing trade in the laws regulating it?

Keywords: consumer, tag, product, service, trade restrictions, monopoly, pricing.

مقدمة :

تسعى القواعد القانونية الحديثة المتعلقة بحماية المستهلك إلى حماية رضا المستهلك المتعاقد من كافة العيوب، وذلك بواسطة تنظيم وإعلام المستهلك إعلاما تاما بكافة جوانب العقد المراد إبرامه وهذا بالإعلام الذي يجد مصدره في القواعد العامة، فمثلا نص المادة 1/352 من القانون المدني تنص على علم المشتري بالمبيع وأوصافه وهذا لكي يمكن التعرف عليه، إضافة إلى ما يشترط لصحة العقد من سلامة الإرادة من العيوب وهذه الضمانات والحماية من أجل عدم الانخداع عند التعاقد.

وأمام حرص المشرع على حماية المستهلك جاء بنصوص خاصة توجب على المهني تمكين المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج عن طريق الوسم ووضع علامات أو بأية وسيلة أخرى.

وبهذا الصدد يذهب بعض الأساتذة (محمد كحلولة، ميكامشة) بأن هذا الالتزام يمكن استنتاجه مباشرة من نص المادة 352 قانون مدني السابقة والاستغناء عن الأحكام الخاصة.

وإذا كان الحق في الإعلام هو حق أساسي لجميع المواطنين، لذا نجد في الفقه لم يجمع على رأي واحد، حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام المستهلك، فجانبا يعتبر بان عدم قيام الحرفي بإعلام المستهلك يشكل إخلالا بالالتزام قانوني يترتب عنه في حالة إصابة المستهلك بضرر المسؤولية التقصيرية لأن الحرفي يكون قد ارتكب خطأ يقرب خارج نطاق تنفيذ العقد.

أما الفريق الثاني فيعتبر الالتزام بإعلام المستهلك إخلال بالالتزام قبل التعاقد ويؤسسون ذلك على نص المادة 2/86 (.....ويعتبر تدليسيا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة)، وسكوت الحرفي هو دفع للمستهلك لإبرام العقد في ظروف لو علم بها ما ابرم العقد ، ولذا فإرادة المستهلك في هذه الحالة معيبة ويترتب على ذلك قابلية العقد للإبطال لمصلحة المستهلك، ومساءلة الحرفي عن الأضرار التي أصابت المستهلك على أساس المسؤولية التقصيرية.

وهذه الحالة تختلف عن الحالة التي يكون عقد الاستهلاك المبرم بين المستهلك والحرفي ويلتزم الأخير بتقديم نصائح ضرورية للاستعمال السليم للشيء محل العقد إلى المستهلك، فلو تخلف الحرفي عن ذلك، يترتب عن ذلك فسخ العقد نظرا لعدم قيام الحرفي بتنفيذ التزامه التعاقدية، وتعويض المستهلك عن الأضرار التي لحقت من جراء ذلك على أساس المسؤولية العقدية.

أما لو كان مضمون العقد يتضمن إلزام الحرفي بتقديم معلومات عن كيفية استعمال الشيء، أو تحذيرات، أو تنبيهات عما يحتويه من خطورة، ثم إن امتناع الحرفي عن تقديمها يكون قد أخل بالالتزام التعاقدية.

ونطاق هذا الالتزام يشمل المعلومات التي تدخل في نطاق اختصاص الحرفي، وتشمل هذه المعلومات، تحذير وتنبيه المستهلك من الخطورة المحتملة للمنتج أو الخدمة والنصائح الضرورية لاستعماله، ولفت نظر المستهلك عن خصوصيته، وهذا ما يبرز الإرادة التشريعية المتزايدة من أجل حماية المستهلك.

ولكن مع ذلك تبرز بعض السلوكيات والحيل والممارسات غير الشرعية من طرف فئة من المهنيين الذين لا يردعهم لا ضمير ولا قانون، وهمهم الوحيد العيش ولو على أشلاء كل المستهلكين، ولكن ومع ذلك فإن مسألة حماية المستهلك هي قضية يتحمل مسؤوليتها الجميع باعتبار أننا كلنا مستهلكون.

المبحث الأول: الالتزام بإعلام المستهلك

إن البيانات التي تتعلق بالمنتج، أو الخدمة يتوجب على المهني أن يعلم بها المستهلك، على أساس أن المهني هو الذي يعلم محتويات منتوجه وما يترتب عن المنتج في حالة استهلاكه، لذا فإن المهني يلتزم بتقديم منتج يتطابق مع المواصفات القانونية.

إن فكرة الالتزام بالإعلام أصبحت أكثر مما كانت عليه في عهود سابقة وهذا نتيجة التطور الحاصل في ميدان التكنولوجيا والإعلام الآلي.

إذ في السابق كان هذا الالتزام مستغرقا في الالتزام بضمان العيوب الخفية، ولكن خلال فترة لاحقة أصبح هذا الالتزام مستقلا بذاته، يلتزم به المهني وبذلك فإن هذا الأخير يقدم نصائح ومعلومات وبيانات تتصل بالمنتج، حتى يأخذ المستهلك خلفية وفكرة عن المنتج المراد اقتنائه، أو الخدمة المقدمة له وبذلك يلتزم المهني بان ينير¹ الطريق أمام المستهلك لكي يقبل أو لا يقبل التعاقد على هذا المحل سواء كان منتوجا أو خدمة، وهنا تكون إرادة المتعاقدين متساوية طالما أَلَمَّ المستهلك بكل هذه الأمور التي تشكل حقا للمستهلك وليس مزية يقدمها المهني للمستهلك .

المطلب الأول: البيانات المتعلقة بأوصاف الشيء أو الخدمة

في الحقيقة فإن هذه الأوصاف تدعى (الوسم) الذي يعد من التوابع الأساسية للمنتج وقد ظهر في المنتوجات القديمة، إذ أن تعليب البضاعة يحمل بيانات توضيحية حول البضاعة وثمنها ومكان إنتاجها.

¹ - د.أمير أحمد عزيز سيد النمر، الالتزام بالتبصير في التعاقد، دراسة مقارنة بين القانون المدني والشريعة الإسلامية، دار النهضة العربية، 2017، ص148.

ومع التطور الحاصل في المجتمعات على كل الأصعدة، أصبح الوسم يحكمه نظام قانوني يحظر البيانات الكاذبة أو المغرية، ويلزم البائعين أو المنتجين بإعلام صحيح ودقيق وتوسع هذا النظام القانوني مع أنواع السوق ومختلف أشكال التوزيع وظهور مساحات تجارية كبرى يتعذر معها أن يجد المستهلك من يرشده ويدله على المعلومات الضرورية، لذلك أوجب القانون على المنتج، الموزع، البائع، وضع الأوسمة على المنتجات، لكي تتولد لدى المستهلك صورة واضحة عن مكونات المنتج وكيفية استعماله².

وقد نص المشرع الجزائري، على الوسم في قانون 03/09 في مادته الثالثة (يقصد في مفهوم أحكام هذا القانون الوسم : 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 أوسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها).

ونص المشرع على هذا النوع من الالتزام في المادتين 17،18 من قانون 03/09 ، وبالرجوع إلى المادة 17 نجد في فقرتها الثانية تحيل إلى التنظيم الذي يبين كيفية تطبيق هذه المادة وبالرجوع إلى ما يتضمنه التنظيم بهذا الخصوص نجد بان المشرع يميز فيما يخص البيانات المتعلقة بالوسم بين المواد الغذائية، والمواد غير الغذائية المنزلية، و مواد التجميل والتنظيف البدني .

فالمواد الغذائية، سواء كانت معبئة خارج مكان عرضها للبيع جاهزة التعبئة أو غير معبئة وهي مواد يحتاج المستهلك إلى تدوقها قبل اقتنائها هذا من جهة، ومن جهة أخرى فهي سلع يخشى إدخال تغيرات على محتواها في مكان البيع.

ويقصد بالمواد الغذائية، جميع المواد المخصصة لتغذية الإنسان، أو الحيوان والتي تشمل المشروبات، واللبن، والسمغ أو العلك، وجميع المواد المستعملة في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة في شكل أدوية أو مستحضرات للتجميل ، وبخصوص هذه المواد يلتزم الحرفي عند سمسها بذكر البيانات التي تفيد طبيعتها وتركيبها ونوعيتها الأساسية ومقدار العناصر الضرورية فيها وطريقة تناولها واستعمالها وتاريخ صناعتها، والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكها ومقدارها وأصلها، وتسميتها التجارية، والكمية الصافية، واسم الشركة، أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعتها، وتوضيبيها، وتوزيعها أو استيرادها باستثناء المياه المعدنية، والمواد الغذائية ذات الطبيعة الخاصة يمنع على المهني ذكر الخصائص العلاجية والطبية للمواد الغذائية العادية الأخرى.

كما اشترطت المادة 18 السالفة الذكر أن تكتب بيانات الوسم باللغة الوطنية وبلغة أخرى على سبيل الإضافة وأن تكون مرئية وسهلة القراءة ومتعذر محوها، أما المواد الغذائية الجاهزة التعبئة، هي وحدة البيع المؤلفة من السلع الموضبة قبل وضعها تحت تصرف المستهلكين، بكيفية لا يمكن معها إدخال تغيير ما على المحتوى دون فتح التعبئة أو تغييرها. وعليه يخرج من هذه الدائرة المواد المغلفة خارج مكان البيع كلف بعض

² - د. جبالى واعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)، مقال منشور في المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، الصادرة عن كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد 2، 2006، ص 11.

المواد الغذائية بورق السيلوفان في مكان البيع للحفاظ عليها، وفي هذه الحالة يلتزم المهني بتقديم المعلومات الضرورية للمستهلك للتعرف على المنتج، بوضع لافتة مكتوبة عليه، وفي كل الحالات يجب أن لا تكون بيانات الوسم مضللة أو كاذبة .

أما المنتجات المنزلية غير الغذائية كمواد الترفيه والصيانة اوجب القانون أن تكون هذه المادة معبئة بكيفية متينة ويوضع عليها لافتة تتضمن بيانات مرئية سهلة القراءة ويجب أن تكون البيانات غير كاذبة أو مضللة، مايلحظ على البيانات المتعلقة بأوصاف الشيء - الوسم - سواء كانت المواد غذائية أو مواد منزلية غير غذائية فإنها تشترك في وجوب ذكر تسمية المبيع، وكميته الصافية للمادة ، واسم الشخص أو الشركة المنتجة، وطريقة الاستعمال وشروط الاستعمال أو تناول، ويضاف بالنسبة للمواد الغذائية ومواد التجميل والتنظيف البدني ذكر تاريخ الصنع والأجل الأقصى لصلاحية المنتج واستهلاكه بعبارة (.. يستهلك قبل....)، وشروط الحفظ للمادة الغذائية ومهما تكن المادة غذائية أو غير غذائية أو مواد تجميل فيجب أن تكون بيانات الوسم ظاهرة وواضحة يسهل قراءتها.

و لايجوز أن يرد على الوسم أية تسمية أو علامة خيالية أو أية أسلوب للإشهار، أو العرض أو البيع من شأنه أن يدخل لبسا في ذهن المستهلك، حول طبيعة المنتج وتركيبه أو تاريخ صنعه أو الأجل الأقصى لصلاحيته للاستهلاك.

المطلب الثاني : البيانات المتعلقة بالأسعار

القانون التجاري والقواعد العامة توجب احترام بعض الشروط - التزامات- من قبل البائعين، في مواجهة المشترين أو المستهلكين استجابة لرغبة هؤلاء، وحتى يكون المنتج يطابق المواصفات القانونية حتى يتم إعلام المشتري بالأسعار³، وتبرم الصفقة بناء على إرادة الطرفين وأن لا تكون هناك منافسة غير مشروعة بخصوص ممارسة الأنشطة التجارية التي تعتبر السرعة والائتمان قوامها .

وبخصوص الإعلام بالأسعار وشروط البيع فقد نصت المادة 04 من القانون 02/04 المؤرخ في 2004/07/23 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية والمعدل والمتمم بموجب القانون 06/10 المؤرخ في 2010/08/15 على أنه (يتولى وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات وبشروط البيع) كما نصت المادة 05 من نفس القانون على أنه (يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو أية وسيلة أخرى...).

فالمستهلك من حقه أن يعلم بالسعر، أو المبلغ الإجمالي الذي يدفعه قبل أن يقتني منتوجا أو خدمة و الوسيلة التي تسمح بإعلام هذه المنتجات والخدمات بهذه الأسعار تتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو أية وسيلة أخرى، ضف إلى ذلك أن من حق المستهلك أيضا العلم بشروط البيع أو تقديم الخدمة، فلو تم البيع

³ - أ. أمال بن بريح، حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 02/04 والقانون 06/10 المعدل له، مقال منشور بمجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، الصادرة في كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، العدد 8، جويلية 2016، ص280.

بالتقسيم فيجب على المستهلك أن يعلم بالسعر الإجمالي وقيمة كل قسط وأجال الدفع وبما يمكنه الاستفادة من التخفيض⁴.

فالالتزامات الواردة هي التزام بعمل يتم تنفيذها عينا هدفها تحقيق نتيجة وقد نصت المادتين 31 و32 من قانون 02/04 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 على أن عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات مخالفة لأحكام المواد 04 و06 و07 من هذا القانون يعاقب عليه بغرامة من 5000 دج إلى 100.000 دج، وأنه في حالة عدم الإعلام بشروط البيع يعد ذلك مخالفة لأحكام المادتين 08 و09 من هذا القانون ويعاقب عليه بغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دج.

وبخصوص النهي عن استغلال النفوذ للوصول إلى الربح فبعض مظاهر استغلال النفوذ حديثا هو سيطرة بعض الشركات وأصحاب رؤوس الأموال على الحكم بحيث يتم سن قوانين تخدم هذه الشركات وتقوم باستغلال الشعب، وقد نصت المادة 18 من القانون 02/04 المعدل والمتمم بالقانون 06/10 على أنه (يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر أو يحصل منه على أسعار أو أجال دفع أو شروط بيع أو كفاءات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة الشريفة) .

إن اعتبار القانون أن هذا الاستغلال ممنوع بقصد تملك شيء أو الحصول على ربح أو منفعة من وراء ذلك، فقد سبق للإسلام وإن قرر هذا المبدأ في كل الميادين وفي مجال التجارة خصوصا.

إذ ورد عن النبي صلى الله عليه وسلم في الحديث الذي روي عن أبي حميد الساعدي قال (استعمل النبي صلى الله عليه وسلم رجلا في الأزدي يقال له ابن اللتبية على الصدقة، فلما قدم قال هذا لكم وهذا أهدي إلي قال: فقام رسول الله عليه وسلم على المنبر، فحمد الله وأثنى عليه ثم قال أما بعد فاني استعمل الرجل منكم على العمل مما ولاني الله فيأتي ويقول هذا لكم وهذا أهدي إلي، أفلا جلس في بيت أبيه أو بيت أمه حتى ينظر أيهدى له أم لا؟ والذي نفس محمد بيده لا ينال أحد منكم شيئا إلا إذا جاء به يوم القيامة يحمله على عنقه، بعيرا له رغاء أو بقرة لها خوار، أو شاه تبعر، ثم رفع يديه حتى رأينا عفرتي إبطه يقول اللهم هل بلغت)⁵.

وقد ذكر ابن خلدون في مقدمته بخصوص عدم استغلال النفوذ عندما تطرق إلى تجارة السلطان وتبين أنها مضرّة بالرعايا وقال إن من هذه الأضرار (مضايقة الفلاحين والتجار في شراء الحيوان والبضائع...فإن الرعايا متكافئون في اليسار متقاربون.... وإذا رافقهم السلطان في ذلك وماله أعظم كثير منهم فلا يكاد احد منهم أن يحصل على غرضه ، وقد ينتهي الحال بهؤلاء المنسلخين للتجارة والفلاحة في الأمراء والمتغلبين في البلدان أنهم يتعرضون لشراء الغلات والسلع من أربابها الواردين على بلدهم ويفرضون لذلك من الثمن

4 - المواد من 4 حتى 9 من قانون 02/04.

5 - رواه مسلم في صحيحه، 1463/3.

مايشاؤون ويبيعونها في وقتها لمن تحت أيديهم من الرعايا بما يفرضون من الثمن، وهذا أشد من الأولى وأقرب إلى فساد الرعية)⁶.

ومن هنا اعتبر المشرع الجزائري، أن 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 يريد أن يمارس نفوذا على عون اقتصادي آخر ممارسة تجارية غير نزيهة لما تتطوي عليه من نفوذ. بخصوص إبرام العقد، فالأصل أن التجارة تقوم على مبدأ التراضي بين الأفراد الذين تتوفر فيهم الأهلية القانونية وهي حسب المادة 40 قانون مدني 19 سنة كاملة واستثناء ينبغي توافر سن 18 سنة مع ترشيح مزاولي التجارة وهذا حسب المادة 05 من القانون التجاري.

كما تخضع الأهلية العامة للأجنبي لقانون الدولة التي ينتمي إليها بجنسيته والملاحظة في هذا الصدد أن المشرع الجزائري لم يأت بحكم خاص بخصوص الأهلية التجارية في مجال التنازع الدولي على الرغم من أن المشرع الفرنسي أضاف فقرة ثانية إلى المادة الأولى من قانون التجارة نصها (.. تخضع أهلية التاجر فرنسيا كان أم أجنبيا لقانون البلد الذي يتخذ فيه مقر نشاطه التجاري).

وينبغي أن يكون رضا الطرفين غير مشوبا بعيوب الإرادة (التدليس) الذي نعني به استخدام طرق احتيالية تحمل الطرف الآخر على التعاقد وقد نص عليها المشرع الجزائري في المادة 86 و 87 من القانون المدني باعتبارها من عيوب الإرادة تجعل العقد قابلا للإبطال لمصلحة من وقع في تدليس.

وقد جاءت المادتين 24 و 25 من قانون 02/04 أمرتين بأن منعت الممارسة التجارية الرامية إلى إتلاف الوثائق التجارية والمحاسبية وإخفائها أو تزويرها قصد إخفاء الشروط الحقيقية للمعاملة التجارية، أو تحرير فواتير وهمية أو مزيفة أو دفع أو استلام فوارق مخفية للقيمة أو حيازة منتجات مستوردة أو مصنوعة بصفة غير شرعية، أو حيازة مخزون من منتجات خارج موضوع تجارتهم الشرعية أو حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز الارتفاع غير المبرر للأسعار (الاحتكار).

وكل ممارسة تجارية تدليسية يعاقب عليها القانون بغرامة من 300.000 دج إلى 1.000.000 دج ومن جهة أخرى، وحماية للمستهلك، فإن المشرع الجزائري منع الممارسات التعاقدية التعسفية، وهي كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد، ومن ثمة اعتبر هذه البنود أو الشروط تعسفية في العقود بين المستهلك والبائع خصوصا البنود⁷ التي تمنح البائع التفرد بتغيير أجال تسليم المنتج، أو أجال تنفيذ الخدمة، وإلزام المستهلك بتنفيذ التزاماته دون أن يلزم نفسه بها .

أو رفض حق المستهلك في فسخ العقد إذا أخل هو بالتزام في ذمته، أو تهديد المستهلك بقطع العلاقة التعاقدية عند عدم خضوع المستهلك لشروط تجارية جديدة غير متكافئة، أو أخذ حقوق والتزامات لا تقابلها

⁶ - ابن خلدون في مقدمته، 672/2.

⁷ - المادة 29 من القانون 02/04 الجريدة الرسمية العدد 41.

حقوق والتزامات مماثلة معترف بها للمستهلك، فمتى تم إبرام العقد بطريقة الإذعان وقد تضمن شروطا تعسفية يعاقب عليه القانون بغرامة من 50.000 دج إلى 5.000.000 دج .

أما بخصوص المنافسة غير المشروعة، الأصل أن المنافسة أمر مرغوب فيه إذ تؤدي إلى تقدم المشروعات وازدهارها وينتج عن المنافسة الابتكار والقدرة في تحقيق نتائج أفضل، إذ لا بأس أن يتبارى التجار والمنتجون لسلعة في خدمة العملاء وهذا يؤدي لامحالة إلى اجتذاب اكبر عدد من الزبائن فطالما أن المنافسة تمت في إطارها فلا يمكن أن تكون عملا غير مشروع ولو ترتب عليها زيادة عملاء كانوا تابعين لمحل تجاري آخر .

أما لو انحرفت عن الوجهة السليمة فإنها لا تصبح عملا مباحا لأنه يعد خطرا على نشاط الآخرين ولذلك يكون للمضروب أن يجبر المعتدي على الكف عن العمل زيادة عن تعويض الضرر الحاصل عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، وتظهر أهمية هذه الدعوى في ظل الأنظمة التي تركز مبدأ حرية التجارة بصفة مطلقة، إذ أن التاجر يهدف إلى تحقيق اكبر قدر من الكسب، أما الدول ذات الاقتصاد الموجه فإنها تضع قيود على حرية التجارة ينبغي الالتزام بها.

ولكن يجب أن نفرق بين المنافسة الممنوعة، التي تعني حظر القيام بنشاط معين إما بمقتضى نص قانوني وإما بالاتفاق بين المتعاقدين، والمنافسة غير المشروعة التي لاتمنع ممارسة النشاط إنما يتم فيها استخدام أساليب غير سليمة من أجل اجتذاب العملاء⁸، ومن قبيل المنافسة الممنوعة أنه لايجوز فتح صيدلية إلا إذا توافرت في الشخص مؤهلات علمية، فلو حصل مباشرة هذا العمل دون الحصول على الدرجة العلمية المطلوبة يكون قد خالف القانون، وعد عمله من قبيل المنافسة الممنوعة (المرسوم التنفيذي 285/92 المؤرخ في 1992/07/06 المتعلق برخصة استغلال مؤسسة لإنتاج المواد الصيدلانية وتوزيعها). وقد نص الأمر 03/03 المؤرخ في 2003/07/19 والمتعلق بالمنافسة والذي عدل وتمم بالقانون رقم 05/10 على المنافسة الممنوعة في المواد 6،7،10،11،12 ورتب على ذلك غرامة مالية، كما أن القانون 02/04 نص على الممارسات غير الشرعية وعلى ممارسات الأسعار غير الشرعية في المواد من 14 إلى 23 منه.

كما أن الدولة قد تتدخل بموجب قوانين خاصة، تمنع بها المنافسة حماية للمستهلكين كما هو الحال بالنسبة للنصوص التي تشترط وزنا معيناً، ومواصفات معينة للسلع، وتشترط وضع مواد معينة بنسبة معينة في السلع والمنتجات، ولا يقتصر مجال المنافسة الممنوعة على الأحوال التي ينص عليها القانون، إنما تشمل الحظر الذي ينظمه الاتفاق كان يتضمن عقد بيع المحل التجاري على منع البائع من إنشاء محل تجاري مماثل .

أما المنافسة غير المشروعة فهي الحالة التي نكون فيها أمام شخصين يمارسان نشاطا مماثلا أو على الأقل مشابهها، ومسألة تقدير المنافسة غير المشروعة متروكا للقضاء، إذ المشرع لم يضع قواعد خاصة

⁸ - د. جوزيف نخلة، المزاحمة غير المشروعة، دراسة قانونية مقارنة، الطبعة الأولى، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، لبنان، 1996، ص29.

لتنظيم المسؤولية عن أعمال المنافسة غير المشروعة، وقد رد القضاء هذه المسؤولية إلى القواعد العامة في المسؤولية التقصيرية، على اعتبار أن العمل غير المشروع يكون خطأً يلزم من ارتكبه بالتعويض عن الضرر الناتج.

لكن جانب من الفقه لم يوافق القضاء في إرجاع المنافسة غير المشروعة إلى قواعد المسؤولية التقصيرية واعتبروا أن المسؤولية عن المنافسة غير المشروعة هي الجزاء عن التعسف في استعمال الحق فالتاجر حر في القيام بأعمال المنافسة، طالما أنه لم يخرج عن دائرة الحدود المشروعة، أما في حالة انحراف التاجر عن السبيل يكون قد تعسف في استعمال حقه⁹.

وذهب جانب من الفقه، إلى القول بزيادة على ما قيل بان للمسؤولية التقصيرية أثارا لا تستوعب آثار المسؤولية عن أعمال المنافسة غير المشروعة التي تهدف زيادة على التعويض باتخاذ إجراءات لازمة للكف عن أعمال المنافسة في المستقبل إذ لها وظيفة وقائية مستقبلا.

ومهما اختلفت الآراء الفقهية، فإن القضاء المصري يؤسس دعوى المنافسة غير المشروعة على أحكام المسؤولية التقصيرية، وحتى يمكن ممارسة دعوى المنافسة غير المشروعة ينبغي أن يوجد عمل من أعمال المنافسة غير المشروعة (وذلك بوجود نشاطين متماثلين موجودين بالفعل يقصد احدهما تحقيق ربح) وهذه الأعمال قد تأخذ عدة صور كالاكتفاء على الاسم التجاري باتخاذ المحل المنافس اسما تجاريا مشابها لاسم محل آخر، أو الاعتداء على سمعة التاجر المنافس، ونشر بيانات كاذبة عنه، كالإشاعة عنه بأنه يريد التوقف عن نشاطه التجاري لأنه مفلس حتى ينصرف عنه العملاء، أو تحريض العمال وتشجيعهم على الإضراب، أو إغراء عمال المتجر المنافس بالعمل عنده، أو إغراء أحد عمال المتجر المنافس بالمال لكي يطلع على أسرار لصالح التاجر المنافس، وأن ينتج ضرر مادي أو معنوي للتاجر المنافس وسواء كان الضرر حالا أو مستقبلا، ووجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر باعتبار أن هذه المسؤولية لها نفس شروط المسؤولية التقصيرية، ويترتب عن هذه المسؤولية الحد من الأعمال غير المشروعة وجبر الضرر الحاصل.

فحسب القضاء الفرنسي والمصري هذه المسؤولية تؤسس وفقا للقواعد المسؤولية التقصيرية، منصوص عليها في المادة 124 قانون مدني جزائري وإن كان جانب من الفقه المصري أراد أن يؤسس هذه المسؤولية على أساس المادة 05 من القانون المدني المصري المقابلة للمادة 124 مكرر من القانون المدني الجزائري، وهو اجتهاد قضائي مكرس في عدة قضايا.

ومن أجل تمكين المستهلك من إجراء مقارنة بين مختلف الأسعار، في السوق لاختيار السعر المناسب له إذ يعد إشهار الأسعار وسيلة لحماية رضا المستهلك، ومن جهة أخرى فإن إشهار الأسعار يضمن شفافية السوق وهذا من أجل تحقيق منافسة حرة بين كل الأعوان الاقتصاديين ومن شأن إشهار الأسعار أن يحقق

⁹ - د. علي حسن يوسف، المحل التجاري، الفكر العربي، 1974، ص139.

الرقابة الإدارية على الأسعار وقد نص القانون 12/89 (قانون الأسعار) والأمر رقم 03/03 المتعلق بالمنافسة على حق المستهلك في إعلامه بأسعار السلع والخدمات المعروضة في السوق. وأن طرق إعلام المستهلك بالأسعار، قد تكون بواسطة وضع علامات، أو ملصقات، أو معلقات، أو أية وسيلة أخرى مناسبة، لإعلام المستهلك بأسعار البيع وعند الحاجة بشروطه وكيفياته الخاصة ويجب أن تبين أسعار البيع وشروطه بصورة مرئية، ومقروءة على المنتج نفسه، أو على غلافه. إن المنتجات المعروضة للبيع، يجب أن تعد، أو توزن، أو تكال سواء بالوحدة، أو بالوزن، أو بالكيل أمام المشتري، وفي حال كون المنتجات مغلقة أو معدودة أو موزونة أو مكيّلة يجب وضع علامات على الغلاف تسمح بمعرفة كمية أو عدد الأشياء المقابلة للسعر المعلن.

إن قانون المنافسة لم يحصر طرق وإشهار الأسعار بل ترك الحرية للمتعاملين الاقتصاديين الحرية في اختيار الطريقة المناسبة، لإعلام المستهلك، بل خص القانون هذه الطرق على سبيل المثال وهي إما:

- وضع العلامات
- وضع الملصقات
- المعلقات

ولكن إذا نص القانون صراحة على طريقة يلزم فيها الحرفي على استعمال طريقة خاصة لإعلام المستهلك، ففي هذه الحالة ليس بمقدور الحرفي استعمال طريقة أو الخيار بين طرق الإشهار. فإذا كانت الشريعة الإسلامية قد سمحت بممارسة التجارة وحددت ضوابط وتوجيهات لهذه العملية فشانها كشأن أي حق في الإسلام يطلب لتحقيق مصلحة ويدفع إذا انطوى على مضرة، إذ الشريعة وقفت موقفا تراعى حقوق الغير وعدم الإضرار بهم، على اعتبار أن بعض التجار قد تسول لهم أنفسهم احتكار السلعة، أو رفع ثمنها طالما كان الناس في حاجة ماسة إليها، كما أن بعض القوانين الوضعية أصبحت تتدخل في تحديد أسعار بعض السلع وتحرم مختلف الاحتكارات تحقيقا لحماية المستهلك¹⁰.

إن فكرة التسعير ترتبط بأفة الاحتكار، لأنهما يتدخلان في الكثير من الصور ويشكلان قيودا على حرية تصرف المالك في ماله، إذ يجبر المالك على البيع بالسعر المحدد لا بما تشتهيئه نفسه. وتعد مسألة التسعير من القضايا التي نالت اهتمام الباحثين بها في مجال الدراسات الفقهية قديما وحديثا وهي بحق تستحق هذا الاهتمام لأنها مشكلة اجتماعية متجددة لاتصالها بمختلف حاجات الناس اليومية، ولم تغفل التشريعات مثل هذه القضية التي تتعلق بمصالح المجتمع، فتدخلت وحددت آليات بموجبها يتم فرض أسعار على سلع وخدمات، ونتج عن ذلك انتهاج سياسة التسعير لما لهذه الأخيرة من دور في حماية المستهلك.

10 - د. سعيد أبو الفتوح محمد بسيوني، الحرية الاقتصادية في الإسلام وأثرها في التنمية، دار الوفاء للطباعة والنشر، المنصورة، دون سنة، ص547.

التسعير لغة قال فيه ابن منظور : التسعير الذي يقوم عليه الثمن وجمعه أسعار وقد سعروا ومسعورا بمعنى واحد اتفقوا على السعر... والتسعير التقدير¹¹ .

أما في الاصطلاح فقد عرفه الشيخ الشوكاني رحمه الله: (هو أن يأمر السلطان أو نوابه أو كل من ولي من أمور المسلمين أمر أهل السوق ألا يبيعوا إلا بسعر كذا فيمنعون من الزيادة عليه أو النقصان لمصلحة¹²).

أما الدكتور فتحي الدريني فقد عرفه بأنه (إجبار أرباب السلع أو المنافع الفائضة عن حاجتهم على بيعها بثمن أو اجر معين بموجب أمر يصدره موظف عام مختص بالوجه الشرعي ، عند شدة حاجة الناس أو البلاد إليها¹³).

ويمكن أن نقول بأن التسعير هو تدخل من الحاكم مباشرة أو بطريقة غير مباشرة من أجل إجبار أصحاب السلع أو المنافع الزائدة عن الحاجة على بيعها بثمن أو اجر محددين عن طريق أمر صادر منه أو ممن يمثله عندما يزداد الطلب على هذه السلع أو المنافع من قبل الناس.

أما التسعير في القانون الجزائري فإن الدولة بمالها من سلطات وامتيازات تستطيع أن تحدد ثمننا رسميا للسلع والخدمات لاجوز للبائع أن يتعدها، ويكون هذا التسعير الجبري إما نتيجة العرض والطلب فتتدخل الدولة لمراقبة الأسعار وتحاول المحافظة عليه تحقيقا للمصلحة العامة، أو تتدخل بطريقة غير مباشرة، بغرض حد معين على الأسعار حماية للمستهلكين من الغلاء، حتى يكون هناك نوع من التوازن بين حرية الأفراد ومصالح الجماعة.

وتقف كل التشريعات الوضعية إلى جانب الطرف الضعيف في العلاقات التعاقدية وتحقق حمايته من الشروط التعسفية كما في عقود الإذعان وهذا وفقا للماد: 110، 111، 112 من القانون المدني وفي بعض القوانين الخاصة أيضا.

أما تنظيم التسعير في الجزائر فيعتبر التسعير الجبري من أهم القيود الواردة على حرية المالك في التصرف في ملكه وذلك بالحد من حريته في بيع ما يملك بالسعر الذي يريده وهذا بهدف حماية المصلحة العامة، والتسعير الجبري يتخذ صورتين، أولاها تحديد ثمن البيع بطريق مباشر، وثانيهما تحديد ثمن البيع بطريق غير مباشر.

ويتم التسعير الجبري بطريقتين تسعير مركزي وتسعير عن طريق أجهزة لامركزية وقد نص القانون 12/89 المؤرخ في 1989/07/05 المتعلق بالأسعار في المادة 04 منه (تتدخل الدولة في تحديد ومراقبة قواعد تكوين الأسعار، السلطات المسؤولة في مجال التخطيط المركزي، السلطة المكلفة بتحضير النصوص

11 - لسان العرب لابن منظور، الجزء السادس، ص30.

12 - نيل الأوطار للشوكاني، الجزء الخامس، ص248.

13 - د، فتحي الدريني، محاضرات في الاحتكار والتسعير الجبري لطلبة جامعة دمشق ، ص171.

التنظيمية الخاصة بالأسعار، السلطة القضائية، كل الهيئات أو الهياكل المكلفة قانونا بالسهر على مراقبة واحترام الأسعار.....).

كما أن المرسوم التنفيذي 31/96 المؤرخ في 15/01/1996 المتضمن كليات تحديد أسعار السلع والخدمات الإستراتيجية نص في مادته الثانية على انه يمكن تحديد الأسعار و/أو حدود الربح القصوى لبعض السلع والخدمات الإستراتيجية بمرسوم بعد استشارة مجلس المنافسة).

كما أن المادة 05 من الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة تنص على أنه (تقنين أسعار السلع والخدمات التي تعتبرها الدولة ذات طابع استراتيجي ، بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة)¹⁴ .

الآن ماهو دور التسعير الجبري في المواد الغذائية الذي يشترطه المشرع ؟ الأكد هو حماية المستهلك وضمان حسن توزيع المواد الضرورية على الأفراد، لذا صدرت العديد من القوانين التي تحقق حماية المستهلك، وتم إشراك مصالح البلدية والولاية من أجل حفظ الصحة على نظافة المواد الاستهلاكية المعروضة للبيع، كما تم إنشاء المجلس الوطني لحماية المستهلك بموجب القانون رقم: 02/89 المتعلق بحماية المستهلك.

والمرسوم التنفيذي 272/92 المؤرخ في 06/07/1992 المتضمن تكوين المجلس واختصاصه، الذي يؤدي دور استشاري في المسائل المتصلة بالوقاية من المخاطر التي قد تحملها الخدمات المقدمة للمستهلك وكذا المنتجات، كما أن هذه الحماية قد امتدت إلى الجمعيات التي تؤدي دورا وقائيا وإعلاميا بخصوص حماية المستهلك، كما لها الحق في الدعاية المضادة أي النقد العام لبعض نماذج الإنتاج أو بعض الخدمات التي تهدد صحة المستهلك، إذ أن عمل هذه الجمعيات لا يوصف بأنه عمل غير مشروع إذ لا وجود للمنافسة غير المشروعة¹⁵ .

إن مسألة إحكام الرقابة على الأسعار يحقق مصلحة اقتصادية كبرى للدولة، وكذا مصالح الأفراد بتوفير المواد الضرورية للأفراد، ولذا يتعين على البائع احترام الأسعار وإلا تعرض للعقوبات المفروضة قانونا. وقد بين القانون 02/04 السابق ذكره بان البائع يتولى وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، وبكل شروط البيع عن طريق وضع علامات، أو وسم، أو معلقات، أو أية وسيلة مناسبة، وتكون الأسعار والتعريفات بصورة مرئية ومقروءة، وقد توسع جانب من الفقه إلى القول بان الإعلان عن الأسعار يمكن أن يتم عن طريق الصحف اليومية والإذاعات المحلية.

ويعد الامتناع عن بيان السعر ونوع السلعة من الجرائم السلبية التي تقع باتخاذ أسلوب سلبي، فلا يشترط لتتمامها تحقيق النتيجة، كما أن هذا الالتزام - الإعلان عن الأسعار - ملقى على تجار التجزئة وعلى أصحاب المحلات التي تقدم وجبات ومشروبات للجمهور، وكذا على أصحاب الغرف في الفنادق المعدة

¹⁴ - انظر المرسوم التنفيذي 31/96 المؤرخ في 15/01/1996 المتعلق بكيفية تحديد أسعار بعض السلع الإستراتيجية، ج عدد4.

¹⁵ - انظر د: موالك بخته، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء 37، رقم 02/1999، ص 62-63.

لإيواء الجمهور وعلى أصحاب سيارات الأجرة، ولاتهمنا في هذه الحالة من كان مسيرا للمحل صاحبه أم شخص آخر فيجب الالتزام بالإعلان عن الأسعار، وقد نصت المادة 30 من القانون 02/04 على أنه فعل معاقب عليه إذا خالف مقتضيات المواد 4،6،7، بغرامة من 5000 دج إلى 100.000 دج .

وأهم أنواع المخالفات بخصوص التسعير، نجد في هذا الخصوص البيع المشروط الذي نصت عليه المادة 17 من القانون 02/04 ويعاقب البائع إذا ألزم المشتري بشراء سلعة أخرى إلى جانب التي تود شرائها، ويعاقب القانون على هذا الفعل الذي يعتبر ممارسة غير شرعية بغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج.

كما أن الصورة الثانية نجدها تتمثل في البيع بأزيد من السعر المحدد، ونجد أن قانون 02/04 لم يحدد معنى عقد البيع الذي يقصد به في القواعد العامة تلاقي إرادتين وتطابقهما صراحة أو ينعقد البيع ضمنا، كما أن البائع إذا عرض سلعته وعليها سعرا أكثر مما يحدده القانون، واقترن هذا القبول بإيجاب المشتري يكون العقد قد انعقد على أساس السعر المشار إليه وهنا تقوم جريمة العرض للبيع. ونجد أن المشرع قد سوى بين البيع والعرض للبيع، إذ أن تشريع التسعير الجبري هو تمكين أفراد الجمهور من الحصول على سلع بأسعارها، ولاشك أن عرض السلعة بأكثر من سعرها المحدد يجعل الأفراد يحجمون عن شرائها، الأمر الذي ينافي مراد المشرع من التسعير الجبري وهذا مانصت عليه المادة 15 من القانون 02/04.

تلك هي الغاية التي يهدف المشرع من ورائها عندما نص على نظام الأسعار المقننة التي تخضع لها السلع والخدمات من أجل ممارسة تجارية مشروعة وتحقيق حماية المستهلك وفتح المجال للمنافسة.

المبحث الثاني : الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

إذا كان التزام الحرفي (المهني) بإعلام المستهلك تقرر من أجل تنوير هذا الأخير لكي يقوم باقتناء منتج أو خدمة عن إرادة واعية وسليمة وهذا النوع من الالتزام سابق ومستقل عن العقد فهو ليس بالالتزام تعاقدية ومصدر هذا الالتزام هو القانون ذاته إذ الغرض من إنشاء التزامات بحكم القانون يكون الغرض منها حماية مصلحة اجتماعية أو أدبية أو اقتصادية.

ولذا فإن هدف هذا الالتزام هو تحقيق وحماية المصلحة الاجتماعية من غش قد يصدر عن الحرفي ولكن ما الحكم لو أن المستهلك أقدم على إبرام عقد استهلاك بناء على بيانات كاذبة أو أنها غير كافية ففي هذه الحالة تتقرر حقوقا للمستهلك¹⁶ كما أن هناك جزاءات جزائية تفرض على الحرفي عند إخلاله بتقديم أوصاف الشيء (الوسم).

16 - د. أمير أحمد عزيز سيد النمر، المرجع السابق، ص158.

المطلب الأول: الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

يستطيع المستهلك إذا أبرم عقداً وكانت إرادته معيبة بتدليس أي استعمال طرق احتيالية من شأنها أن توقع المستهلك في التعاقد كان يتعمد الحرفي كتمان الحقيقة أو إخفاء بيانات لو اطلع عليها وعلمها المستهلك لما أقدم على التعاقد، وإذا كانت إرادة المستهلك معيبة بالتدليس كان العقد قابلاً للإبطال لمصلحته بشرط إن يثبت نية التضليل عند المهني وللقاضي سلطة تقديرية في ذلك.

كما أنه بإمكان المستهلك أن يطالب بحقه في طلب التعويض وفقاً لضمان العيوب الخفية¹⁷ التي يلتزم بها المهني وفقاً للقواعد العامة، أو وفقاً للمادة 13 من القانون 03/09 والمرسوم التنفيذي المنظم لذلك كما أن المادة 386 من القانون المدني نصت على التزام البائع بضمان صلاحية المبيع للعمل دون أن يغني ذلك عن ضمانه للعيوب الخفية ومنحت للمشتري مدة 06 أشهر لرفع دعوى الضمان قابلة للتמיד أو التقصير.

ويتم ضمان عدم سلامة المنتج بتعويض المستهلك بالطرق التي نص عليها قانون حماية المستهلك وقمع الغش في المادة 13 منه والتي تتمثل في:

- إصلاح المنتج: فكل عيب يظهر في المنتج يتوجب على المهني إصلاحه من أجل أن يصبح صالحاً للعمل وهذا بتغيير الأجزاء المعيبة.
- استبدال المنتج: عندما يبلغ العيب درجة معينة خطيرة تجعله غير قابل للاستعمال كلياً أو جزئياً، حتى ولو تم إصلاحه، فيتوجب استبداله ويتحمل المهني مصاريف الإصلاح أو الاستبدال.
- رد الثمن الذي دفعه المستهلك: عندما يستحيل إصلاح أو استبدال المنتج يجب أن نعرف هل المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً وفي هذه الحالة يرد المهني جزء من الثمن أما لو أصبح المنتج غير قابل للاستعمال كلية فهنا يرد المهني الثمن كله للمستهلك.

الفرع الأول: إبطال العقد لعدم علم المشتري علماً كافياً بالمبيع، إن البائع (المهني)، (المحترف) يجب عليه إعلام المستهلك بكل المعلومات الخاصة بالمبيع سواء كان سلعة أو خدمة، وعلى المهني أن يبين للمستهلك مخاطر المبيع عند سوء استعماله وهذا ما نصت عليه المادة 17 من القانون رقم: 03/09.

وكذلك وفقاً لما تقتضيه القواعد العامة في القانون المدني حيث نصت المادة 352 منه على ما يلي: (يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً، ويعتبر العلم كافياً إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه، وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع).

17 - د. ضوفي محمد، حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مقال منشور بمجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، الصادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة 2، العدد الثامن، جويلية 2016، ص 261.

ما يلاحظ هنا أن هذه المادة تفرض على البائع الالتزام بإعلام المشتري بالشيء المبيع (مواصفاته، وكيفية استعماله من أجل تفادي مخاطره)، ولذلك يتقرر للمستهلك (المشتري) حق طلب إبطال العقد عندما يحصل عدم إعلام هذا الأخير نتيجة غش من طرف البائع.

الفرع الثاني: دعوى التعويض

على الرغم من أن النص أوجب إعلام المستهلك من طرف البائع سواء كان منتجا أو موزعا في المادة 17 من القانون رقم 03/09، لكن هذا النص لم يتضمن الجزاء المترتب عند الإخلال بهذا الالتزام. وهذا ما يجعلنا نطبق القواعد العامة وهي المادة 140 مكرر من القانون المدني المستحدثة بالقانون رقم: 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005 المتضمن تعديل القانون المدني الصادر في 1975 التي تنص على مايلي: (يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية).

وبذلك نجد بأن المشرع قرر مسؤولية المنتج عن كل ضرر يحصل للمستهلك نتيجة عدم علمه الكافي بالمبيع.

المطلب الثاني: الجزاء الجزائي المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام بالبيانات

هناك عقوبة الحجز الفوري للمنتوج وعقوبة الحبس والغرامة.

وهناك عقوبات في حالة الإخلال بالإعلام بالأسعار بحسب القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 والمعدل بالقانون رقم 06/10 المؤرخ في 15 أوت 2010 حيث نصت المادة 31 من القانون رقم 06/10 على عقوبة تتمثل في غرامة مالية تتراوح من 10000 إلى 100000 دج.

خاتمة:

حماية المستهلك تظل رهينة الثقافة المجتمعية وفعالية القواعد القانونية الوضعية، وهذا ما يحتم فرض عقوبات رادعة لكل من تسول له نفسه خرق المنظومة القانونية والاجتماعية، ولابد من تفعيل دور الأجهزة الرقابية سواء القضائية أو الإدارية أو المجتمع المدني، وفي كل مرة نجد المشرع يساير الأحداث وبواكب التشريعات الحديثة بنصوص من أجل تحقيق الأمن والأمان للمجتمع وعليه نقترح ما يلي:

- ضرورة توفير إعلام كافي للمستهلك عن المنتج أو الخدمة .
- ضرورة تدخل الدولة عند حصول الاحتكارات ورفع الأسعار عند الأزمات .
- ضرورة التسعير الجبري في بعض الحالات .
- قيام مختلف الجهات بدورها الوقائي والعلاجي لأننا كلنا مستهلكون .
- إحكام الرقابة على المواد المستوردة وإخضاعها للمطابقة .

المراجع المستعملة

- 1 - د.أمير أحمد عزيز سيد النمر، الالتزام بالتبصير في التعاقد، دراسة مقارنة بين القانون المدني والشريعة الإسلامية، دار النهضة العربية، 2017، ص148.
- 2 - د.جباري واعمر، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)، مقال منشور في المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، الصادرة عن كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، العدد2، 2006، ص11.
- 3- أ. أمال بن بريح، حماية المستهلك من الممارسات التجارية على ضوء القانون 02/04 والقانون 06/10 المعدل له، مقال منشور بمجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، الصادرة في كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة، العدد 8، جويلية 2016، ص280.
- 4 - المواد من 4 حتى 9 من قانون 02/04.
- 5 - رواه مسلم في صحيحه، 1463/3.
- 6 - ابن خلدون في مقدمته، 672/2.
- 7 - المادة 29من القانون 02/04 الجريدة الرسمية العدد41.
- 8 - د.جوزيف نخلة، المزاحمة غير المشروعة، دراسة قانونية مقارنة، الطبعة الأولى، مؤسسة عز الدين للطباعة والنشر، لبنان، 1996، ص29.
- 9 - د. علي حسن يوسف، المحل التجاري، الفكر العربي، 1974.
- 10 - د.سعيد أبو الفتوح محمد بسيوني، الحرية الاقتصادية في الإسلام وأثرها في التنمية، دار الوفاء للطباعة والنشر، المنصورة، دون سنة.
- 11 - لسان العرب لابن منظور، الجزء السادس، ص30.
- 12 - نيل الأوطار للشوكان، الجزء الخامس، ص248.
- 13 - د، فتحي الدريني، محاضرات في الاحتكار والتسعير الجبري لطلبة جامعة دمشق ، ص171.
- 14- انظر المرسوم التنفيذي 31/96 المؤرخ في 15/01/1996 المتعلق بكيفية تحديد أسعار بعض السلع الإستراتيجية، ج عدد4.
- 15- انظر د: موالك بخته، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، الجزء37، رقم02/1999، ص62-63.
- 16 - د. أمير أحمد عزيز سيد النمر، المرجع السابق، ص158.
- 17 - د. ضويفي محمد، حق المستهلك في ضمان المنتج وتوفير خدمة ما بعد البيع، مقال منشور بمجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية، الصادرة عن كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البليدة2، العدد الثامن، جويلية 2016، ص261.