

الآليات القانونية لتوعية المستهلك في العقد بين التقليدي والمعاصر
Legal mechanisms for consumer awareness in the contract between
traditional and contemporary

تاريخ النشر: 2022/06/10	تاريخ القبول: 2022/06/08	تاريخ الارسال: 2021/01/16
-------------------------	--------------------------	---------------------------

أ.د. فواز لجلط، أستاذ التعليم العالي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
faouaz.ladjelat@univ-msila.dz

*ط.د بوداود خليفة
جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Khelifa.boudaoud@univ-msila.dz
مخبر الدراسات والبحوث في القانون
والأسرة والتنمية الادارية

ملخص :

رغم الدور الكبير الذي لعبته القواعد العامة، في محاولة للتخفيف من حدة مبدأ سلطان الإرادة، بتوفير حماية للمستهلك، لا سيما ما تعلق بتوعيته وتنوير إرادته في مجال العقد، الذي يقوم على مبدأ الرضائية، وكذا تضارب المصالح بين أطرافه، كون مصطلح "عقد" يرتبط أليا "بنظرية العقد"، التي شملت هذا الأخير(العقد) بعناية خاصة، من خلال افراده بالعديد من الأحكام الخاصة، من أجل تنظيم أركانه، ومن ثم خلق التوازن العقدي بين طرفيه، باعتمادها آليات قانونية متعددة أعدت لهذا الغرض.

لكن في ظل التطور الملفت للنظر الذي عرفته الظروف الاقتصادية، والذي صاحبه تحول المستهلكين من منتجات بسيطة، إلى منتجات معقدة، أصبحت ضرورية لسير حياة الانسان، وتوفير الرفاهية لعموم المجتمع، أثبتت الآليات القانونية التقليدية قصورها في تحقيق الهدف المنشود، الأمر الذي استوجب البحث في آليات وأساليب معاصرة، أكثر ملائمة، من أجل تحقيق توعية أكبر للمستهلك، حتى يتمكن من التعاقد وهو على بينة من أمره.

الكلمات المفتاحية: القواعد العامة؛ العقد؛ المستهلك؛ الآليات القانونية.

*المؤلف المرسل: خليفة بوداود

Abstract:

Despite the great role played by the general rules, in an attempt to reduce the severity of the principle of the power of the will, by providing protection to the consumer, especially what is related to raising awareness and enlightening his will in the field of the contract, which is based on the principle of consent, as well as the conflict of interests between its parties, the fact that the term "contract" is related Automated "contract theory", which included the latter (the contract) with special care, through its members with many special provisions, in order to organize its pillars, and then create a contractual balance between its two parties, by adopting multiple legal mechanisms prepared for this purpose.

However, in light of the remarkable development of economic conditions, which was accompanied by the transformation of consumers from simple products to complex products, which became necessary for the functioning of human life and the provision of well-being for the whole of society, the traditional legal mechanisms proved their failure to achieve the desired goal, which necessitated research in mechanisms And contemporary methods, more appropriate, in order to achieve greater awareness of the consumer, so that he can contract while he is aware of his order.

Keywords : general rules ; Contract ; Consumer ; Legal.

مقدمة:

أقام المشرع الجزائري النظرية العامة للعقد على مبدأ سلطان الإرادة، متأثراً في ذلك بالمشرع الفرنسي بحيث يتعين على الأطراف المتعاقدة في ظل هذا المبدأ احترام تعهداتهم، أعمالاً لقاعدة "العقد شريعة المتعاقدين" (المادة 106 من القانون المدني الجزائري)، الأمر الذي يضيف على العقد قوته الملزمة، التي تحظر كل محاولة للتدخل بتعديل الالتزامات غير المتكافئة في العقود ذات الطبيعة غير المتوازنة، ولا تقتصر هذه الالتزامية على المتعاقدين كأصل عام فحسب، بل تلزم القاضي والمشرع أيضاً، حيث يحظر عليهما التدخل والمساس بالرابطة العقدية الناشئة بين المتعاقدين، حتى ولو كان ذلك بدافع العدالة العقدية.

إلا أن التطور الاقتصادي الكبير الذي شهده المجتمع، كان له الأثر البالغ في وجود تباين واضح بين المراكز التعاقدية للطرفين، بفعل انتشار التسلسل الاقتصادي، مما أدى إلى ظهور فكرة الضعف التعاقدية ومن ثم غياب العدالة، الأمر الذي ترتب عنه انعكاس لمبدأ سلطان الإرادة من خلال ما تعرض له من انتقادات، لعدم قدرته على مسايرة الظروف المستجدة للتعاقد، والتي سادها اختلال موازين العدالة، وهو ما شكل بيئة طبيعية لنشوء فكرة التوازن العقدي في بعدها الموضوعي، كأهم الموجهات الحديثة لقانون العقود في شكله الحديث، لا سيما ما تعلق بعقود الاستهلاك، من خلال استغلال المني لميزة التفوق الاقتصادي في مواجهة المستهلك كطرف ضعيف في العلاقة العقدية، حيث يسعى هذا الأخير إلى تحقيق رغباته دون تبصر مما يؤثر سلبا على إرادته.

الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة إلى عدم الاعتماد الكلي على مبدأ سلطان الإرادة، وما يتفرع عنه من مبادئ، كقاعدة وحيدة لتنظيم العلاقات التعاقدية، فأورد عليه استثناءات في غاية الأهمية، لا سيما ما تعلق بفرض الكتابة في بعض العقود، سواء للانعقاد، أو الاثبات وكذا فرض بعض البيانات في بعض العقود، كآلية قانونية لتوعية المشتري (المدين) كطرف ضعيف في مواجهة البائع، هذه المصطلحات التي بدأت في التراجع التدريجي لتحل محلها فكرة المستهلك والمني والمنتج، وهو ما تظهره أغلب العقود، لا سيما عقد البيع.

رغم الدور الكبير الذي لعبته القواعد العامة، في محاولة للتخفيف من حدة مبدأ سلطان الإرادة، بتوفير حماية للمستهلك، لا سيما ما تعلق بتوعيته وتنوير إرادته في مجال العقد، الذي يقوم على مبدأ الرضائية، وكذا تضارب المصالح بين أطرافه، باعتمادها آليات قانونية متعددة أعدت لهذا الغرض.

إلا أن التطور الملفت للنظر الذي عرفته الظروف الاقتصادية، والذي صاحبه تحول المستهلكين من منتجات بسيطة، إلى منتجات معقدة، أصبحت ضرورية لسير حياة الإنسان، وتوفير الرفاهية لعموم المجتمع أثبتت الآليات القانونية التقليدية قصورها في تحقيق الهدف المنشود، الأمر الذي استوجب البحث في آليات وأساليب معاصرة، أكثر ملائمة، من أجل تحقيق توعية أكبر للمستهلك، حتى يتمكن من التعاقد وهو على بينة من أمره، طبعا دون اهمال للآليات التقليدية المعدة لهذا الغرض، الأمر الذي يدفعنا إلى طرح الإشكالية التالية:

فيما تجسدت هذه الآليات القانونية التقليدية والمعاصرة وما دور كل منها في توعية

المستهلك في العقد؟

للإحاطة بهذه الإشكالية والاجابة عليها اتبعنا المنهج الوصفي وذلك لتقديم مختلف العناصر المرتبطة بموضوع البحث، وكذا المنهج التحليلي كون الأمر مرتبط بمواد قانونية ذات الصلة بالموضوع، معتمدين في تقسيم الموضوع على مبحثين رئيسيين كالآتي:

المبحث الأول: الآليات القانونية التقليدية لتوعية المستهلك في العقد.

أدى التغير الجذري لأنماط المعيشة والمستوى المعيشي للمجتمعات، إلى ظهور عقود جديدة تميزت بتفوق أحد المتعاقدين على الآخر، لا سيما عقود الاستهلاك التي هيمنت فيها مصلحة المني كطرف قوي في العقد، على حساب مصلحة المستهلك كطرف ضعيف، حيث شكل هذا الأخير حجر الزاوية من اهتمام المشرع، في محاولة منه مواكبة حقيقة العقد اليوم، فسعى من خلال القواعد العامة في القانون إلى حماية هذه الفئة، لا سيما ما تعلق بتوعية المستهلك ولفت انتباهه إلى ما يقبل عليه من تصرفات لإشباع حاجاته اليومية من سلع وخدمات، وذلك من خلال آليات قانونية متعددة تمثلت في الآتي:

المطلب الأول: الشكلية في العقد كوسيلة لتوعية المستهلك

تعتبر الرضائية في العصر الحديث القاعدة العامة التي تحكم إنشاء العقد وقيامه، وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري في (المادة 59 من القانون المدني الجزائري)¹، بخصوص كفاية التراضي لقيام العقد، وكذا (المادة 60 من القانون المدني الجزائري)²، التي بين من خلالها كيفية التعبير عن هذه الإرادة.

إلا أن التطور الاقتصادي الكبير الذي شهده المجتمع، وأثره البالغ في وجود تمايز واضح بين المراكز التعاقدية للطرفين، في ظل انتشار التسلط الاقتصادي، وظهور فكرة الضعف التعاقدية، ومن ثم اختلال موازين العدالة، الأمر الذي دفع بالمشرع الجزائري على غرار التشريعات المقارنة إلى فرض قيود على مبدأ سلطان الإرادة لعدم قدرته على مسايرة الظروف المستجدة للتعاقد، حماية للطرف الضعيف وبحثا على التوازن في العلاقات العقدية، فلجأ على اشتراط الشكلية في بعض التصرفات، أولاها أهمية خاصة، تقديرا منه لخطورتها الكبيرة، وضمنان نشوئها بإرادة حرة خالية من الضغوط، سواء كانت هذه الشكلية رسمية كركن في العقد، أو عرفية لإثباته³.

والحقيقة أن الغرض من الالتزام باستيفاء الشكل في جميع صورته هو حماية المتصرف، حيث تتجسد هذه الحماية في جوانب شتى إلى جانب تحديده مضمون التصرف، وتوفيره وسيلة اثبات مسبقة، فقد يكون الهدف من الشكل ضمان تطابق التعبير عن الإرادة مع الإرادة الحقيقية (الباطنة) للمتصرف، كما أن الهدف من ذلك هو حماية المتصرف من

التسرع والاندفاع، بترك وقت للتفكير والتأمل قبل الاقبال على إبرام التصرف، ومن ثم توفير الظروف المناسبة أمامه ليقدم على انشاء التصرف بإرادة حرة مستنيرة.

كما يظهر دور الشكل في حماية حرية إرادة المتعاقد، وبالأخص الرسي منه إذا كانت العقود قد أبرمت بين أطراف غير متساوية في المراكز الاقتصادية، بحيث يكون أحد المتعاقدين في وضع اقتصادي واجتماعي يضي عليه قدرا من السلطة بالنسبة للمتعاقد الآخر، فيضعه موضع الأقوى منه الأمر الذي يمكنه من التأثير على إرادته، فيبرم معه عقدا تكون له فيه حصة الأسد، أو يكون الطرف الآخر (الضعيف) تحت رحمته، مما يجسد عدم المساواة بين المتعاقدين، لذلك فإن الحماية المرجوة من الشكل ليست هدفا في حد ذاتها، بل وسيلة لتحقيق هدف أسمى يتمثل في مراعاة التوازن الاقتصادي، ومن ثم إقامة العدالة الموضوعية في التعاقد، لذلك يقال أن: "الشكلية قادرة على تحقيق بعض الأهداف العملية بإعادة التوازن الذي اختل نتيجة الأخذ بالرضائية المجردة في العلاقة القانونية".

كما بعثت تشريعات حماية المستهلك في فرنسا مثلا، الشكلية في العقود من جديد، باعتبارها شكلية مرشدة لها هدف واحد وإن تعددت وسائلها، هو جعل رضا المستهلك حر وواضح، لذلك تلاحقت هذه التشريعات على تعزيز تبصير المستهلك بحقيقة الالتزام الذي سيأخذه على عاتقه⁴.

والشكلية الاستهلاكية بهذا المعنى هي مجموعة الالتزامات التي وضعها المشرع على عاتق المحترف من أجل تنوير رضا المستهلك، ومن ثم حمايته من حيل المحترف من جهة، ومن طيشه وتسرع في اتخاذ القرارات من جهة أخرى، لذلك فإن الحديث عن الشكلية المرشدة، أو الاعلامية لتوعية المستهلك يقودنا إلى الحديث عن مسألتين في غاية الأهمية، نستعرضهما كما يلي:

الفرع الأول: اشتراط الكتابة في العقد

لا تنحصر أهمية الكتابة في مادة الاثبات فحسب، وإن كان لها في هذا الجانب دور أهم من القرائن، وشهادة الشهود، بل تتعداه أيضا إلى تنوير رضا المتعاقد الضعيف، خاصة المستهلك، من خلال جعله على دراية تامة بالعقد الذي ينوي الالتزام به⁵.

فالمشرع عندما يشترط "الكتابة لإثبات المبالغ التي تزيد عن حد معين، إنما يسعى إلى توفير الوسيلة التي من شأنها السماح للمستهلك بالاطلاع على العقود التي يبرمها مع المنتج أو الموزع، أو البائع، الأمر الذي يمكنه من الاقدام على إبرام العقد الذي يعده البائع مسبقا، وهو على علم بكل الشروط والأوضاع التي يتطلبها التعاقد⁶.

ويعتبر قانون الاستهلاك من التشريعات الحديثة التي تلزم في بعض الحالات المحترف بتحرير العقد كتابة، وتضمينه المعلومات اللازمة التي يحتاج إليها المستهلك، ليكون على علم بحقوقه والتزاماته ومن ثم التعاقد على هذا الأساس.

ف نجد قانون الاستهلاك الفرنسي قد ألزم كتابة العقود المبرمة خارج المؤسسة من خلال فرضه على المحترف في المادة 8-221 L منه تقديم معلومات معينة تضمنتها المادة 5-221 L، تكون مكتوبة على أي دعامة يرتضيها المستهلك بشرط أن تكون واضحة ومقروءة، وكذا فرضه كتابة عقد الترقية العقارية من خلال المادة 3-221 L، ضف إلى ذلك تنظيمه بنصوص أمره لبعض العقود التي يبرمها المستهلكون بالنظر لأهميتها وخطورتها، سواء في مرحلة ما قبل التعاقد أو أثناءه، أو حتى ما يتعلق بآثاره، لا سيما ما تعلق بعقد القرض الاستهلاكي الذي خصه بقواعد خاصة في تقنين الاستهلاك، من خلال المواد من 1-311 L إلى 50-311 L من قانون الاستهلاك الفرنسي لسنة 2010 المتضمن اصلاح القرض الاستهلاكي.

كما أطر المشرع الجزائري بعض عقود التأمينات من خلال الأمر 95-07 المتعلق بالتأمينات⁷ وذلك بإلزام المؤمن رصدا شكلية معينة في الغالب لحماية المؤمن لهم كمستهلكين، فنصت المادة 07⁸ من نفس القانون على وجوب تحرير العقد كتابيا وبحروف واضحة وتوقيع الطرفين، بالإضافة إلى مجموعة من البيانات الأخرى، ونصت المادة 09⁹ منه على حظر أي تعديل في عقد التأمين، إلا بملحق يوقعه الطرفان.

إذا كان هذا الأمر بالنسبة للعقود التي تحتل قدرا من الأهمية والخطورة والتي شملها المشرع بقواعد خاصة، فإن الغالب في العقود التي يشترط فيها المشرع الكتابة تحرر من قبل المحترفين، الأمر الذي من شأنه تجسيد سيطرتهم عليها، من خلال تضمينها شروطا تخدم مصالحهم، مما قد يصعب على الشخص العادي (المستهلك) فهم المقصود من تلك الشروط، خاصة في ظل توقيع المشتري على العقود الخاصة ببيع السلع المتداولة، دون قراءة متمعنة للعقد، الأمر الذي دفع ببعض الفقه إلى القول بإعداد عقود بيع نموذجية والزام البائعين بها في محاولة للقضاء على مثل هذه الظاهرة.

الفرع الثاني: اشتراط المشرع لبيانات الزامية في العقد

يسعى المحترف أحيانا إلى تضليل المستهلك، وذلك متى أتاحت له فرصة تحرير العقد بكل حرية، لذلك فإن دور البيانات الإلزامية في العقد هو تنوير رضا المستهلك، حيث يستلزم القانون كتابة بيانات معينة في العقد¹⁰، فأجبر المحترف على تحرير عقد مكتوب وتضمينه

البيانات اللازمة لإعلام المستهلك من جهة ولارتباط ذلك بموضوع الشكلية كاستثناء على مبدأ الرضائية في العقود من جهة أخرى.

رغم أن المشرع الجزائري لم ينظم عقود استهلاك بعينها، على خلاف المشرع الفرنسي، الذي نظم العديد من العقود في هذا المجال، كالبيع عن بعد، و البيع بالمنزل، والائتمان العقاري، إلا أنه عالج هذا النوع من الشكلية في عقود خارج قانون حماية المستهلك وقمع الغش، كعقد التأمين بموجب الأمر 07-95 المتعلق بالتأمينات، حيث عرفه في المادة 1/02 منه¹¹، وأوجب في باب التأمينات البرية في المادة 07 منه أن يكون التأمين كتابيا ومشملا على بيانات حددتها نفس المادة¹²، وعقد النشر بموجب الأمر 05-03 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة¹³، حيث عرفه في المادة 01/84 منه¹⁴ وأوجب في المادة 87 من نفس القانون أن يتضمن عقد النشر بيانات محددة تحت طائلة البطلان، وعقد البيع بالإيجار بموجب المرسوم التنفيذي 105-01 المحدد لشروط شراء المساكن بأموال عمومية في إطار البيع بالإيجار وكيفيات ذلك، حيث أوجب المشرع أن يكون هذا العقد في شكل نموذج يتضمن بيانات محددة¹⁵، وعقد البيع على التصاميم، بموجب قانون تنظيم نشاط الترقية العقارية¹⁶، وأوجب أن يكون هذا العقد وفق نموذج، يتضمن بيانات محددة¹⁷، وعقد القرض الاستهلاكي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 15-114 المؤرخ في 12 مايو 2015 والمتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، تطبيقا للمادة 20 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، التي أوجبت أن تستجيب قروض الاستهلاك للطلبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية العرض المسبق وطبيعة ومضمون ومدة الالتزام وكذا آجال تسديده ويحرر عقد بذلك، كما ألزمت المادة 07 من المرسوم 15-114 تضمين كل عرض للقرض الاستهلاكي جملة من البيانات الاجبارية¹⁹، وكذا عقود التجارة الالكترونية بموجب القانون 05-18²⁰، المتعلق بالتجارة الالكترونية، من خلال المادة 10²¹ منه، التي أوجبت أن يسبق كل معاملة تجارية الكترونية عرض تجاري الكتروني، وأن توثق هذه المعاملة بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني، وتجسيدا لذلك عدت المادتين 11 و13 من نفس القانون البيانات التي يجب أن يتضمنها هذا العرض التجاري الالكتروني²²، كل ذلك من أجل توعية المستهلك الالكتروني في العقد و تنوير رضاه، حتى يتسنى له التعاقد وهو على بينة من أمره²³.

المطلب الثاني: تكريس مهلة للتفكير والتروي لصحة رضا المستهلك

ذهب الفقه- في سعيه دائما إلى توعية المستهلك في العقد- إلى ضرورة تكريس مهلة للتفكير والتروي، إلى جانب الشكلية الاعلامية، وذلك قبل إبرام العقد لصحة رضا المستهلك، كون هذا الأخير لا يتمتع عادة بفرصة كافية لمراجعة العقود المعروضة عليه من طرف المنتج، أو الموزع للسلعة، أو الخدمة، وبالتالي تجنب حصول المهني على توقيع المستهلك على العقد المعروض، مستغلا في ذلك قصر الوقت المتاح للنظر في ذلك العقد، وهو الأمر الذي سعت إليه تشريعات الاستهلاك، من خلال السماح للمستهلك بحماية نفسه من مختلف المخاطر التي قد يتعرض لها.

والمقصود بمهلة التفكير والتروي، تلك المهلة الزمنية المحددة، الممنوحة للمستهلك قبل ارتباطه النهائي بالعقد، فيلتزم المهني خلال هذه المدة بالإبقاء على عرضه قائما، وذلك حتى يتمكن المستهلك من قراءة العقد بهدوء وتدبر، بل وحتى استشارة ذوي الخبرة في موضوع العقد قبل الإبرام، ومن ثم تحديد مدى ملائمة العقد لمتطلباته، حماية له من التسرع والاندفاع في إبرام العقد دون رضا وتبصر²⁴.

الفرع الأول: مهلة التفكير والتروي في القواعد العامة

لا تعتبر مهلة التفكير والتروي بالشيء الغريب عن القواعد العامة، بحيث تتجلى هذه الآلية القانونية من خلال نظريتي الإيجاب والقبول.

أولا: الإيجاب

يقصد بالإيجاب، "التعبير البات الصادر من أحد المتعاقدين، والموجه إلى الطرف الآخر، بقصد إحداث أثر قانوني"²⁵، أو هو "تعبير يدل على اتجاه الإرادة بشكل بات إلى إنشاء العقد في حال اقتترانه بإرادة مطابقة له"²⁶، وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري في (المادتين 54 و59 من القانون المدني الجزائري).

والأصل في الإيجاب أن يقع غير ملزم، أي أن للموجب حق العدول عنه قبل صدور قبول ممن وجه إليه هذا الإيجاب، إلا أنه إذا حدد الموجب ميعادا لصدور القبول، فإنه يلتزم خلال هذا الميعاد بالبقاء على إيجابه، فإذا صدر القبول في المهلة المحددة، انعقد العقد، حتى ولو رجع الموجب في إيجابه، لأن رجوعه هذا لا يعتد به، لمخالفته القانون، وهو ما ذهب إليه المشرع الجزائري في (المادة 63 من القانون المدني الجزائري).

وقد يتم تحديد هذا الميعاد بشكل صريح من الموجب، كأن يعرض شخص على آخر بيعه منزله بثمن محدد ويترك له مهلة اسبوع للقبول، أو الرفض، كما قد يكون تحديد هذا

الميعاد بشكل ضمني من الموجب دائما، يستشف من ظروف الحال، أو طبيعة العقد التي تستلزم مدة معقولة للتفكير والتروي، أو التجربة بحسب الظروف، وذلك حماية من المشرع لرضاء المشتري كطرف ضعيف، وتجنبيه التسرع في إبرام العقد²⁷. وتجدر الإشارة إلى أنه إذا كان مصدر الزامية الإيجاب ومدته في القواعد العامة في القانون المدني سواء الجزائري، أو الفرنسي هو إرادة الموجب، وليس بنص القانون، فإن المشرع الفرنسي، من خلال التعديل الجديد للقانون المدني الفرنسي لسنة 2016، نص صراحة على هذه المهلة، وذلك بموجب (المادة 1122 من القانون المدني الفرنسي)²⁸ التي نصت على أنه: " يجوز أن ينص القانون أو العقد على فترة للتفكير، وهي الفترة التي تسبق انتهاء العرض من الموجب والتي لا يمكن للموجب له أن يظهر قبوله أو عدوله قبل انقضاء المدة التي يجوز فيها للمستفيد من العرض سحب قبوله".

فالمشرع الفرنسي بهذا التعديل، يكون قد واكب قانون الاستهلاك، بإعطائه الغطاء القانوني لآلية مهلة التفكير والتروي في القواعد العامة في جميع العقود وبشكل صريح، بعد أن كانت قاصرة على بعض العقود في قانون الاستهلاك وبعض القوانين الخاصة، الأمر الذي من شأنه تفعيل آليات التوعية والحماية الوقائية المقررة للحصول على رضا مستنير للمستهلك عند تكوين العقد، والاستفادة بشكل كامل من الامتيازات المقررة لحمايته، من خلال الحيلولة دون اجبار الطرف القوي (المهني) للطرف الضعيف (المستهلك) على اظهار قبوله قبل انتهاء المهلة المقررة له.

ثانيا: القبول

يعتبر القبول الإرادة الثانية التي يتم بها العقد، لذلك فإنه يلزم بشأنه جديّة الإرادة واتجاهها إلى ترتيب أثر قانوني، سواء كان صراحة، أو ضمنا²⁹، لذلك يعرف القبول بأنه "التعبير عن الإرادة الصادر ممن وجه إليه الإيجاب، وبه ينعقد العقد"³⁰.

الأصل هو حرية الموجب له في قبول، أو رفض الإيجاب الموجه له، كما له أن يدعه يسقط، متى كان الإيجاب محدد بمدة زمنية، وذلك اعمالا لقاعدة "الحرية في التعاقد"، إلا أن هذه الحرية ليست على اطلاقها في جميع الأحوال، بل ترد عليها قيودا، لا سيما ما تعلق بعدم التعسف في استعمال رخصة الرفض، خاصة إذا كان الموجب له هو من دعا الموجب للتعاقد، وكذا صدور القبول خلال الفترة التي يكون فيها الإيجاب قائما، كون القبول الصادر بعد سقوط الإيجاب، يعتبر ايجابا جديدا يحتاج بدوره إلى قبول³¹، وذلك على خلاف فكرة القبول المقيد في قانون حماية المستهلك الفرنسي، من خلال مدة موازية لمدة بقاء الموجب على

ايجابه، حيث يتمتع المستهلك عن القبول قبل انقضاء هذه المدة، ضمانا لصدور القبول من هذا الأخير بعد تفكير وتروي حقيقيين، الأمر الذي من شأنه إثارة مسألة مدى خرق فكرة القبول المقيد في قانون الاستهلاك، لأحكام القبول في النظرية العامة للعقد، كون القبول يجب أن يصدر بكل حرية ولا يوجد من الأسباب ما يمنع صدوره³².

عموما يمكن القول بأن المشرع الفرنسي بتكريسه لمهلة التفكير والتروي في القواعد العامة على غرار قانون الاستهلاك، كنتيجة لما أفرزته المعطيات الاجتماعية والاقتصادية، يكون قد أخذ بالمساواة الفعلية في العقد بدل المساواة المجردة، ومن ثم بعث المساواة في ثوب جديد، بإعطائها مفهوما يتماشى وحماية الطرف الضعيف في العقد، بغض النظر عن صفته³³.

الفرع الثاني: مهلة التفكير والتروي في قانون الاستهلاك

تكمن خصوصية مهلة التفكير والتروي في تشريعات الاستهلاك، كآلية لتوعية المستهلك في العقد من خلال فرض المشرع أدوارا على المتعاقدين، لا سيما في قانون الائتمان، فجعل المحترف المقرض في مركز الموجب والمستهلك المقترض في مركز مصدر القبول، كما فرض احترام بعض المراحل الزمنية سواء بالنسبة للإيجاب الصادر عن المحترف، أو بالنسبة للقبول الصادر من المستهلك لاتخاذ قرار التعاقد.

أولا: الإيجاب الملزم (العرض المسبق)

قننت تشريعات الاستهلاك ما يسمى بالإيجاب المسبق، وألزمت من خلاله المحترف في أحوال معينة، بالبقاء على ايجابه مدة من الزمن، من خلال الابقاء على عرضه المقدم للمستهلك مدة محددة، لا يجوز له خلالها الرجوع عن ايجابه، مما يسمح للمستهلك بالتمهل في اتخاذ قرار التعاقد³⁴.

فألزم المشرع الفرنسي مانح الائتمان في باب التمويل العقاري البقاء على ايجابه مدة 30 يوما بموجب المادة L312-8، ومدة 15 يوما في تمويل شراء المنقولات بموجب المادة L311-8 من قانون الاستهلاك الفرنسي 93-949 لسنة 1993، ومدة 07 أيام في تقديم خدمة التعليم بالمراسلة، بموجب المادة 09 من قانون التعليم بالمراسلة الفرنسي رقم 71-566 لسنة 1971، كل ذلك من أجل اتاحة الفرصة للمستهلك بقراءة الإيجاب والتفكير فيه بهدوء وتأن³⁵. في حين كرس المشرع الجزائري فكرة الإيجاب المسبق صراحة في عرض القرض الاستهلاكي، كما سبق الإشارة إليه.

ثانيا: القبول المقيد

استكمالا لتكريس مهلة التفكير والتروي كآلية لحماية رضا المستهلك، وتوعيته في العقد، ربط المشرع الفرنسي المدة التي ألزم المحترف البقاء خلالها على ايجابه، بمدة موازية لها، لا يجوز لمن وجه له الايجاب أن يبدي قبوله قبل انقضائها، ضمنا لصدور القبول من هذا الأخير بعد تفكير وتروي حقيقيين بحيث يكون كل قبول له قبل انقضاء هذه المدة عديم الأثر في تكوين العقد³⁶.

تطبيقا لذلك قرر المشرع الفرنسي في المادة 34-313L في فقرتها الثانية من قانون حماية المستهلك، عدم جواز اظهار القبول الصادر من قبل طالب الائتمان العقاري، قبل مضي مدة عشرة أيام تبدأ من تاريخ تسلم العرض، وسبعة أيام في عقود التعليم بالمراسلة³⁷.

أما المشرع الجزائري فلم ينظم مهلة التفكير والتروي بصفة صريحة، سواء في القانون المدني أو في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، إلا أنه أشار للعرض المسبق في معرض تنظيمه للقرض الاستهلاكي بموجب المرسوم 15-114، ونص على الزاميته من خلال المادة 06 منه، بنصها: " يجب أن يسبق كل عقد قرض بعرض مسبق للقرض من شأنه السماح للمقترض بتقييم طبيعة ومدى الالتزام المالي الذي يمكنه اكتتابه، وكذا شروط تنفيذ العقد"، الأمر الذي يستفاد منه ضمنا، أنه قد منح المستهلك مدة لدراسة العرض، قبل ابداء رغبته في التعاقد، رغم أنه لم يحدد ميعادا لذلك، على خلاف نظيره الفرنسي³⁸، ونفس الشيء بالنسبة للعقد الالكتروني، من خلال المادة 10 من القانون 18-05 سالت الذكر، التي أوجبت ضرورة أن تسبق المعاملة الالكترونية بعرض تجاري الكتروني، والمادة 12³⁹ من نفس القانون، التي عددت المراحل التي يجب أن تمر بها طلبية منتج، أو خدمة، قبل تأكيد الطلبية، الذي يؤدي إلى تكوين العقد، الأمر الذي يفهم منه ضمنا أيضا أن المشرع قد منح المستهلك الالكتروني مدة لدراسة العرض قبل ابداء رغبته في التعاقد.

المبحث الثاني: الآليات القانونية المعاصرة لتوعية المستهلك في العقد

أدى التطور الكبير الذي عرفته الظروف الاقتصادية والاجتماعية وما صاحبه من تحول المستهلكين من منتجات بسيطة إلى منتجات معقدة، أصبحت ضرورية لسير حياة الانسان وتوفير الرفاهية لعموم المجتمع، إلى قصور الآليات القانونية التقليدية في نظر الفقه في تحقيق الهدف المنشود من حماية وتوعية للمستهلك، الأمر الذي استوجب على المشرع البحث في آليات وأساليب معاصرة، أكثر ملائمة، من أجل تحقيق توعية أكبر للمستهلك، حتى يتمكن من التعاقد وهو على بينة من أمره، فكان ذلك من خلال آليتين، تمثلت الأولى في

جمعيات حماية المستهلكين، في حين تمثلت الثانية في اقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلك.

المطلب الأول: جمعيات حماية المستهلكين ودورها في حماية المستهلك

تعتبر جمعيات حماية المستهلكين من بين الهيئات التي تم استحداثها بموجب نصوص قانونية خاصة، وذلك بهدف حماية وتوعية المستهلك بحكم احتكاكها المباشر بفئة المستهلكين، كونها تملك قدرة وميزة لا تتوفر في باقي الهيئات الأخرى، من خلال التحسيس والتوعية والإعلام وإشراك مختلف الشرائح في المجتمع من أجل نشر الوعي لدى المستهلك.

الفرع الأول: النظام القانوني لجمعيات حماية المستهلك

عرفت الحركة الجمعوية في فرنسا تطورا كبيرا منذ صدور قانون 01 يوليو 1901 المتعلق بعقود الجمعيات، وذلك من خلال تأسيس جمعيات فرنسية من أجل الدفاع عن جميع أنواع المصالح الجماعية للمواطنين.

ومن أهم الجمعيات التي ظهرت بعد ذلك والأكثر تميزا في فرنسا، هي الاتحاد الفيدرالي للمستهلكين، الذي تأسس سنة 1951 بهدف الدفاع عن المستهلكين، إلى جانب العديد من الفيدراليات الأخرى، التي أخذت على عاتقها مهمة الدفاع عن مصالح هذه الفئة أيضا. أما المشرع الجزائري فقد اعترف بالحق في تأسيس الجمعيات بموجب أول قانون خاص بالجمعيات رقم 90-31⁴⁰ المتعلق بالجمعيات، كما نص الدستور على هذا الحق، نظرا لأهميتها ودورها في عملية التنمية، من خلال تنوع مجالات نشاطها.

أما فيما يخص حماية المستهلك، فقد اعترف المشرع الجزائري بدور الجمعيات في حماية المستهلك بموجب القانون 89-02 الصادر في 04 فيفري 1989 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، والملغى بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، حيث أفرد لها الفصل السابع بعنوان "جمعيات حماية المستهلك"، وتناول في المواد 21 و22 و23 و24 منه، مهام وتنظيم هذه الجمعيات، ضمانا لحماية مصالح المستهلكين.

الفرع الثاني: الدور الاعلامي والتحسيبي للجمعيات اتجاه المستهلك

تعمل جمعيات حماية المستهلك، كألية قانونية معاصرة، وكحركة منظمة للمواطنين والوكالات الحكومية، على حفظ وحماية حقوق المستهلك من خلال قيامها بأدوار رقابية، تمثيلية، دفاعية، اعلامية وتحسيسية، فهي تتابع مختلف ما يقدم للمستهلك من منتجات وخدمات، فإن وجدت فيها تجاوزات دافعت عنه ومثلته أمام الهيئات الرسمية كالقضاء،

بالإضافة إلى قيامها بإرشاد المستهلك وزيادة وعيه بتقديم المعلومات اللازمة حول هذه المنتجات والخدمات، وكذا مختلف الأنشطة التي تصحب عملية وصولها إليه⁴¹. كما تقوم هذه الجمعيات عادة بطبع دوريات، أو مجلات متخصصة، بهدف إعطاء المشتركين فيها من عموم المستهلكين، كافة المعلومات والبيانات الضرورية عن خصائص المنتجات المطروحة في السوق، كوسائل سلمية في توعية المستهلك⁴²، إلى جانب القيام بحملات لتوعية وإرشاد المستهلكين سواء عن طريق وسائل الاعلام المكتوبة، أو المسموعة، أو المسموعة والمرئية كالتلفزيون، وحتى مواقع التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها، أو عن طريق الندوات والأيام الدراسية⁴³، وقد جسد المشرع الجزائري هذا الدور المهم لجمعيات حماية المستهلك من خلال المادة 21 من القانون 03-09 بنصها: "...تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال اعلامه وتحسيسه وتوجيهه وتمثيله"، الأمر الذي من شأنه زرع الاطمئنان في نفس المستهلك، وجعله على بينة من أمره عند التعاقد، بتفعيل الدور الوقائي لهذه الجمعيات، تفاديا للنزاعات التي قد تثور بين المستهلكين والمهنيين⁴⁴.

المطلب الثاني: إقرار تشريعات خاصة بحماية المستهلك

جاءت فكرة سن تشريع خاص بحماية المستهلك كرد فعل لهيمنة المنتجين على النشاط التسويقي القائم على تحقيق الربح دون أي مراعاة لمصلحة وسلامة المستهلكين، وفي ظل قصور الآليات القانونية التقليدية في توعية المستهلك وحماية رضاه، فكان لزاما وجود آلية قانونية إلى جانب الحركات الجمعوية الأمر الذي أثمر سن قوانين خاصة بحماية المستهلك، فظهر قانون حماية المستهلك، في الجزائر على غرار الولايات المتحدة الأمريكية، وأوروبا.

الفرع الأول: التشريعات الخاصة بحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية

تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية السباقة في الدعوة لحماية المستهلك، الذي يمثل الحلقة الأضعف في المجموعة الاقتصادية، فكانت البداية بالرسالة التي وجهها الرئيس الأمريكي "جون كيندي" إلى الكونغرس في 15 مارس 1962، والتي حث فيها على وجوب وضع قوانين إضافية حتى تتمكن الحكومة الفيدرالية من تنفيذ التزاماتها قبل المستهلك، حيث تضمنت هذه الرسالة حقوق جديدة للمستهلك منها الحق في الأمان، والحق في الإعلام، والحق في الاختيار، والحق في اسماع صوت المستهلكين للجهات المعنية، في ظل التطور الصناعي وزيادة الانتاج وتنوعه، الذي كان له الأثر الكبير في ظهور حركات حماية المستهلك نظرا لشعورهم بالضعف أمام البائع والمنتج، هذه الحركات التي أصبحت فيما بعد اتحادا عالميا، والتي ناضلت من أجل اصدار قوانين خاصة بحماية المستهلك.

وتجدر الإشارة إلى وجود قوانين سابقة تحمي المستهلك في أمريكا، لكن بطريقة غير مباشرة حيث نجد قانون 1882م، بشأن الخداع والغش، ثم صدر قانون 1890م، المتعلق بتنظيم صناعة الأغذية المحلية ووضع المواصفات القياسية اللازمة لحماية المستهلك، وفي 1927م تم انشاء إدارة الأغذية والدواء، والتي تولت تنفيذ التشريع، حيث نجحت في عام 1930م في الاتصال بوزارة الصناعة، لوضع المعايير الخاصة بجودة المنتجات المحلية.

الفرع الثاني: التشريعات الخاصة بحماية المستهلك في أوروبا

جاء الاهتمام الأوروبي بالمستهلكين في مطلع العام 1972م، وذلك في شبه توصية صدرت في قمة باريس لزعماء دول وحكومات السوق، حيث حدد مجلس وزراء السوق سنة 1975م، برنامج لحماية المستهلكين، لتتوالى الدراسات واللجان التي تلت ذلك، حيث قامت الدول الأوروبية بعدها بإصدار تشريعات متخصصة في مقاومة التعسف ضد المستهلك، فأصدرت ألمانيا في 1976م تشريع اتحادي يتعلق بمقاومة الشروط التعسفية ضد المستهلك، الواردة ضمن الشروط العامة في العقود النموذجية "عقود الاذعان" وصدر في إنجلترا قانون خاص بالشروط المجحفة في العقد، ليليه صدور القانون الفرنسي رقم 78-23 لسنة 1978، ثم صدر في لوكسمبورغ قانون خاص بالحماية القانونية للمستهلكين في عام 1984م، وفي البرتغال، القانون رقم 85-446، لسنة 1985، والمتعلق بحماية المستهلك، ثم في بلجيكا قانون 1991 المتعلق بتنظيم ممارسة واعلام المستهلكين⁴⁵.

أما في فرنسا فقد بدأت جمعيات حماية المستهلك في الظهور بشكل ملحوظ وبضغط منها تدخل المشرع الفرنسي بإصدار قانون التوجيه التجاري والحرفي بتاريخ 1973/12/27م، والذي نص في مادته الأولى على أن: "التجارة والحرفة من أجل ترشيد وتحقيق رغبة المستهلك سواء من حيث السعر أو النوعية للخدمات والمنتجات المعروضة".

كما شهد التشريع الفرنسي في الفترة السابقة على صدور قانون الاستهلاك بعض القوانين التي تعنى بطريق غير مباشر بحماية المستهلك من المنتج أو المتدخل في عملية تداول المنتجات، كالقانون الصادر سنة 1905م، والذي فرض بموجبه عقوبات على خداع، أو غش السلعة، ثم صدر في 1978/01/10 قانون بشأن حماية واعلام المستهلك، مد فيه المشرع الفرنسي نطاق الحماية القانونية إلى المنتجات والخدمات التي تخص المستهلك، وبعد ذلك وبتاريخ 1984/12/07م، صدر مرسوم حل محل المرسوم الصادر سنة 1972م، المتعلق بتنظيم وضع البطاقات والبيانات على المنتجات الغذائية، ليليه بتاريخ 1986/12/01م، الأمر المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، الذي تضمن العديد من النصوص بشأن المستهلك، وبعده

وبتاريخ 1987/12/03م صدر القرار الذي حل محل القرار الصادر سنة 1971م والمتعلق بتنظيم كيفية إعلام المستهلكين بالأسعار، ليتوج المشرع الفرنسي كل هذه الجهود بإصدار مدونة الاستهلاك لسنة 1993م، والتي جمعت كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك، التي كانت متفرقة في عدة قوانين، ليتوالى إصدار القوانين المتممة له، آخرها، كان القانون 17-203، المؤرخ في 12 فيفري 2017، الذي أدرج الأحكام المتعلقة بالائتمان العقاري، الذي جاء به الأمر المؤرخ في 25 مارس 2016، الذي صدر بعد تعديل قانون الاستهلاك لسنة 2016.

الفرع الثالث: التشريعات الخاصة بحماية المستهلك في الجزائر

إذا كان المشتري في الجزائر في أول الثمانينات لا يعاني من مشاكل تتعلق بالنوعية والأسعار والغش والتلاعب بالأوزان، بسبب احتكار الدولة لنشاط الانتاج والتوزيع وتسييرهما بصفة إدارية، فإن التحولات الجذرية التي عرفها الاقتصاد الجزائري، والتوجه نحو اقتصاد السوق، في ظل التقدم العلمي والتكنولوجي وظهور وسائل تسويقية حديثة، وتطور شكل الأشهر التجاري، أظهر تفاوت واقعي في العلاقات التعاقدية التي تربط المشتري بالبائع⁴⁶، خلال سعي هذا الأخير للحصول على السلع والخدمات التي يحتاجها، واصطدام هذا التفاوت بقصور الشريعة العامة، وعدم قدرتها على توفير الحماية الفعالة للمستهلك، سواء في تكوين العقد أو تنفيذه، الأمر الذي دفع بالجزائر على غرار دول العالم، إلى مواكبة الحراك الذي شهده مجال حماية المستهلك، فجاء القانون 02-89، المؤرخ في 07 فيفري 1989م، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك (الملغى)⁴⁷، والذي لعب الدور الأساسي في تطوير آليات حماية المستهلك، من جهة، ومن جهة أخرى زيادته من اهتمام الدولة الجزائرية بالمستهلك، إلى جانب قوانين أخرى لا سيما القانون 31-90 (الملغى)، الذي يهدف إلى إشراك المجتمع المدني في حماية المستهلك عن طريق الجمعيات، كما سبق الإشارة إليه والقانون 02-04⁴⁸، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، من خلال تحديده قواعد ومبادئ شفافية ونزاهة الممارسات التجارية، التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين وبين هؤلاء المستهلكين، وكذا حماية المستهلك وإعلامه، بموجب المادة الأولى منه، ليعدل هذا القانون بموجب القانون 10-06⁴⁹.

ثم جاء القانون 03-09⁵⁰، المؤرخ في 25 فيفري 2009م، الذي أضفى حماية أكبر للمستهلك مواكبة منه لمختلف التغيرات، ومسايرة للحركة التشريعية الدولية، التي شهدت وتشهد حيوية خاصة في مجال حماية المستهلك، بالنظر إلى المخاطر المتزايدة، التي باتت تهدد المصالح المادية والمعنوية لهذا الأخير⁵¹.

الخاتمة:

ختاما نخلص إلى أنه في إطار السعي إلى توعية المستهلك في العقد، وخلق التوازن العقدي بين طرفيه، لم تخلو القواعد العامة من آليات شرعت لتحقيق هذا الغرض، فتجلى ذلك في الشكلية ومهلة التفكير والتروي، وما لهما من أهمية في تنوير رضا المستهلك.

لذلك فإن من النتائج المتوصل إليها ما يلي:

- بالنسبة للشكلية رغم اشتراط القواعد العامة في القانون لها كاستثناء على مبدأ الرضائية الذي تقوم عليه أغلب العقود، وكركن في بعض العقود، لأهمية هذه الأخيرة وخطورتها، ومن أجل حماية الطرف الضعيف فيها، فإن غاية هذه الشكلية في تشريعات الاستهلاك تختلف تماما عما هي عليه في القواعد العامة، حيث فرضت من أجل تنوير رضا المستهلك وإعلامه بحقوقه والتزاماته، ويتضح ذلك في اشتراط الكتابة، مع ما تتضمنه من بيانات إجبارية، فأصطلح عليها بالشكلية الإعلامية، الأمر الذي يحول دون التوفيق بين الرضائية في القواعد العامة، والنزعة الشكلية لتشريعات الاستهلاك لاتساع مجال هذه الأخيرة في عقود الاستهلاك.

- أما بالنسبة لمهلة التفكير والتروي في تشريعات الاستهلاك، فما هي إلا امتداد لما يعرف بالإيجاب الملزم في القواعد العامة، رغم وضوحها في تشريعات الاستهلاك، من خلال النص عليها صراحة، كما هو الحال في قانون الاستهلاك الفرنسي، على خلاف نظيره الجزائري، الذي خلت نصوصه منها.

- أن التطور العلمي والتكنولوجي الذي ساد المجتمعات الحديثة، أدى إلى إعادة النظر في الأساليب التي تحكم تكوين العقد وتنفيذه وتزايد اهتمام الأنظمة القانونية، سواء في الدول المتقدمة أو النامية، بتحقيق الاستقرار في المعاملات القانونية، من خلال ترسيخ العدالة الاجتماعية وحماية المستهلك في العلاقات الاقتصادية، لذلك كان لزاما، وفي ظل قصور الآليات التقليدية التي تقوم عليها القواعد العامة في تحقيق هذه الغاية، البحث في آليات معاصرة، تكون كفيلة لتحقيق الهدف، فجاءت فكرة جمعيات حماية المستهلك، وقرار تشريعات خاصة بحماية هذا الأخير، طبعاً دون اهمال للآليات التقليدية.

فكان من التوصيات المقترحة ما يلي:

- ضرورة تنظيم المشرع الجزائري لعقود استهلاك بعينها في قانون الاستهلاك وقمع الغش، لتوعية المستهلك وحمايته، بفرض بيانات الزامية فيها، خاصة في ظل الاتساع المستمر، وبصورة سريعة لمجال العقود التي تتطلب بيانات الزامية، وذلك مواكبة لنظيره الفرنسي الذي نظم بعض العقود في هذا المجال، كالبيع بالمنزل، والائتمان الاستهلاكي.

- ضرورة اقتداء المشرع الجزائري بنظيره الفرنسي، ومن ثم تكريس له مهلة التفكير والتروي في جميع العقود-كقاعدة عامة-تحقيقا للمساواة العقدية وتكريسا للوعي في عمليات التعاقد، مهما كانت صفة الطرف الضعيف في العقد، سواء كان مستهلكا، أو غيره.
- رغم تعزيز المشرع لدور الجمعيات في توعية المستهلك بترسانة قوية، من النصوص القانونية، من خلال الدور الاعلامي والتحسيبي، وتوجيه المستهلكين، إلا أن الواقع العملي لا يعكس الدور الحقيقي لهذه الجمعيات في ممارسة المهام المنوطة بها، في ظل غياب معيار موضوعي لتقييم عمل هذه الجمعيات، والحكم ما إذا كانت تحقق أهدافا أم لا، الأمر الذي لا بد معه من نشر الوعي الإعلامي لدى جمهور المتعاملين بأهمية هذه الجمعيات.

الهوامش:

- ¹ تنص المادة 59 القانون المدني الجزائري على أنه " يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان التعبير عن إرادتهما المتطابقتين دون الاخلاص بالنصوص القانونية"
- ² تنص المادة 60 القانون المدني الجزائري على أن: "التعبير عن الإرادة يكون باللفظ والكتابة أو الإشارة المتداولة عرفا كما يكون باتخاذ موقف لا يدع أي شك في دلالته على مقصود صاحبه".
- ³ عبد الرحمن بربارة، طرق التنفيذ في المسائل القانونية، منشورات بغدادية، الجزائر، 2002، ص 64.
- ⁴ نبيل ابراهيم سعد، النظرية العامة للالتزام، الجزء الأول، مصادر الالتزام، دار الجامعة الجديدة، الأزريطة، مصر، 2004، ص 46.
- ⁵ الزهرة رزايقية وعصام نجاح، الشكلية في عقود الاستهلاك، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، سبتمبر 2019، ص 98.
- ⁶ تنص المادة 33 من القانون المدني الجزائري على أنه: " في غير المواد التجارية إذا كان التصرف القانوني تزيد قيمته على 100.000 دينار جزائري أو كان غير محدد القيمة فلا يجوز الإثبات بالشهود في وجوده أو انقضائه مالم يوجد نص يقضي بغير ذلك...".
- ⁷ الأمر 07-95 المؤرخ في 1995/01/25، المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية عدد 13، المؤرخة في 08 مارس 1995، المعدل والمتمم بالقانون 04-06 المؤرخ في 20 فبراير 2006، الجريدة الرسمية عدد 15.
- ⁸ تنص المادة 07 من الأمر 07-95 على ما يلي: " يحزر عقد التأمين كتابيا، وبحروف واضحة وينبغي أن يحتوي إجباريا، زيادة على توقيع الطرفين المكتتبين، على البيانات التالية: ...".
- ⁹ تنص المادة 9 من الأمر 07-95 على ما يلي: " لا يقع أي تعديل في عقد التأمين إلا بملحق يوقعه الطرفان".
- ¹⁰ الزهرة رزايقية وعصام نجاح، المرجع السابق، ص 100.
- ¹¹ تنص المادة 1/2 من الأمر 07-95 على أن: " التأمين في مفهوم المادة 619 من القانون المدني عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه بأن يؤدي إلى المؤمن له أو الغير المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغا من المال أو أيرادا أو أي أداء مالي آخر في حالة تحقق الخطر المبين في العقد وذلك مقابل أقساط أو أية دفعات مالية أخرى"
- ¹² تنص المادة 7 من الأمر 07-95 على أنه: " يكون عقد التأمين كتابيا ومشمولا على البيانات التالية: اسم كل من الطرفين المتعاقدين وعنوانهما، الشيء أو الشخص المؤمن المؤمن عليه، طبيعة المخاطر المضمونة، تاريخ الاكتتاب، تاريخ سريان العقد ومدته، مبلغ الضمان، مبلغ قسط أو اشتراك التأمين"

¹³ الأمر رقم 03-05، المؤرخ في 19 يوليو 2003، المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجريدة الرسمية عدد 44، مؤرخة في 23 يوليو 2003.

¹⁴ تنص المادة 1/84 من الأمر 03-05 على الآتي: "يعتبر عقد نشر العقد الذي يتنازل بموجبه المؤلف للناشر عن حق استنساخ نسخ عديدة من المصنف حسب شروط متفق عليها ومقابل مكافأة للقيام بنشرها وتوزيعها على الجمهور لحساب الناشر".

¹⁵ المرسوم التنفيذي رقم 01-105، المؤرخ في 23 أبريل 2001، يحدد شروط شراء المساكن المنجزة بأموال عمومية في إطار البيع بالإيجار وكيفيات ذلك، المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية عدد 25، المؤرخة في 29 أبريل 2001.

¹⁶ القانون رقم 04-11، المؤرخ في 17 فبراير 2011، يحدد القواعد التي تنظم نشاط الترقية العقارية، الجريدة الرسمية عدد 14، المؤرخة في 06 مارس 2011.

¹⁷ المرسوم التنفيذي رقم 13-431، المؤرخ في 18 ديسمبر 2013، يحدد نموذجي عقد حفظ الحق وعقد البيع على التصاميم للأعمال العقارية وكذا حدود تسديد سعر الملك موضوع عقد البيع على التصاميم ومبلغ عقوبة التأخير وأجلها وكيفيات دفعها، الجريدة الرسمية عدد 66، المؤرخة في 25 ديسمبر 2013.

¹⁸ المرسوم التنفيذي رقم 15-114، المؤرخ في 12 مايو 2015 والمتعلق بشروط وكيفيات العروض في مجال القرض الاستهلاكي، الجريدة الرسمية عدد 24، المؤرخة في 13 مايو 2015.

¹⁹ نصت المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 15-114 سالف الذكر على البيانات الاجبارية التي يجب أن يتضمنها كل عرض للقرض الاستهلاكي والمتمثلة على وجه الخصوص في تعيين الأطراف - الموضوع والمدة والمبلغ الخام والصافي للقرض وكيفيات التسديد والأقساط وكذا نسبة الفوائد الاجمالية - الشروط المؤهلة للقرض والملف المطلوب للحصول على القرض - الضمانات المقدمة من المقرض أو البائع - حقوق وواجبات البائع والمقرض والمقترض وكذا التدابير المطبقة في حالة اخلال الأطراف.

²⁰ القانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 مايو 2018، المتعلق بالتجارة الالكترونية، الجريدة الرسمية عدد 28، المؤرخة في 16 مايو 2018.

²¹ تنص المادة 10 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر على ما يلي: "يجب أن تكون كل معاملة تجارية الكترونية مسبوقة بعرض تجاري الكتروني وأن توثق بموجب عقد الكتروني يصادق عليه المستهلك الالكتروني".

²² أنظر المادتين 11 و13 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر.

²³ تنص المادة 2/12 من القانون 05-18 سالف الذكر على ما يلي: "...وضع الشروط التعاقدية في متناول المستهلك الإلكتروني، بحيث يتم تمكينه من التعاقد بعلم ودراية تامة".

²⁴ محمد جريفي، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في القانون، تخصص قانون خاص معمم، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2017-2018، ص 56.

²⁵ عدنان ابراهيم السرحان ونوري حمد خاطر، مصادر الحقوق الشخصية، الالتزامات، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص 57.

²⁶ زكريا سرايش، الوجيز في مصادر الالتزام، العقد والارادة المنفردة، ط2، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص 45.

²⁷ فضيلة سويلم، محاضرات في القانون المدني، مصادر الالتزام، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، الجزائر، 2017-2018، ص ص 17-18.

²⁸ Article 1122 "la loi ou le contrat peuvent prévoir un délai de réflexion, qui est le délai avant l'expiration du quel le destinataire de l'offre ne peut manifester son acceptation ou un délai de rétractation, qui est le délai avant l'expiration duquel son bénéficiaire peut rétracter son consentement".

²⁹ نبيل ابراهيم سعد، المرجع السابق، ص 118

³⁰ زكريا سرايش، المرجع السابق، ص 46.

³¹ نبيل ابراهيم سعد، المرجع السابق، ص ص 120-121.

- ³² محمد جريفي، المرجع السابق، ص 58.
- ³³ شوقي بناسي، أثر تشريعات الاستهلاك على المبادئ الكلاسيكية للعقد، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الجزائر 1، 2015-2016، ص 154.
- ³⁴ شوقي بناسي، المرجع نفسه، ص 128
- ³⁵ أسامة شهاب حمد الجعفري، حق المستهلك بالتروي والتفكير، دراسة مقارنة بين القانون الوضعي والفقهاء الاسلامي، مجلة المحقق الحلي للعلوم القانونية والسياسية، العدد الثاني، السنة التاسعة، جامعة بابل، العراق، 2017، ص 631.
- ³⁶ محمد جريفي، المرجع السابق، ص 57.
- ³⁷ أسامة شهاب حمد الجعفري، المرجع السابق، ص 632.
- ³⁸ محمد جريفي، المرجع السابق، ص 58.
- ³⁹ أنظر المادة 12 من القانون 05-18 المتعلق بالتجارة الالكترونية سالف الذكر.
- ⁴⁰ القانون 31-90، المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية عدد 53، الصادرة بتاريخ 04/12/1990، الملغى بالقانون 12.06 المتعلق بالجمعيات، المؤرخ في 18 صفر عام 14 الموافق لـ 12 يناير 2012، الجريدة الرسمية عدد 02، المؤرخة في 21 صفر عام 1433 الموافق لـ 15 يناير 2012
- ⁴¹ سماعيل عيسى، دور جمعيات حماية المستهلك في اعلام وتحسيس بالممارسات الترويجية للأخلاقية، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، دراسات اقتصادية، العدد 3، 2019، ص 16.
- ⁴² زوليفة رواحة وسومية قلات، دور الجمعيات في حماية المستهلك، مجلة الحقوق والحريات، العدد الرابع، أبريل 2017، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، ص 259.
- ⁴³ نادية ظريفي وفواز لجلط، دور جمعيات حماية المستهلك في الدفاع عن حقوق المستهلكين، مجلة الاجتهاد القضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الرابع عشر، أبريل 2017، ص 185-186.
- ⁴⁴ محمد جريفي، المرجع السابق، ص 72.
- ⁴⁵ الصادق صياد، المرجع السابق، ص 24.
- ⁴⁶ أمال جليل، تأثير قانون حماية المستهلك على عقد البيع، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال المقارن، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة وهران، 2011-2012، ص 9.
- ⁴⁷ القانون رقم 02-89، المؤرخ في 07/02/1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية عدد 06، المؤرخة في 08/02/1989، الأمانة العامة للحكومة، المطبعة الرسمية، الجزائر، 1989.
- ⁴⁸ القانون 02-04، المؤرخ في 23/06/2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41، المؤرخة في 27 جوان 2004.
- ⁴⁹ القانون 06-10، المؤرخ في 15/08/2010، يعدل ويتم القانون 02-04، الجريدة الرسمية عدد 46، المؤرخة في 18 أوت 2010.
- ⁵⁰ القانون 03-09، المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية عدد 15 المؤرخة في 08/03/2009، المعدل والمتمم بالقانون 09-18، المؤرخ في 10 جوان 2018، الجريدة الرسمية عدد 35، المؤرخة في 13 جوان 2018.
- ⁵¹ الصادق صياد، المرجع السابق، ص 30.