

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة علي لونيـسي - البليدة 2-

كلية :علوم التسيير

مطبوعة جامعية بعنوان

من إعداد : الدكتور فريـوه نرجس

دروس في مقياس

قانون حماية المستهلك

لطلبة السنة الأولى ماستر تخصص (تسويق صناعي)

السنة الجامعية 2020-2021

المحاضرة الأولى: مصطلحات موجودة في قانون حماية المستهلك

1- تعريف المستهلك :

يقصد بالمستهلك لغة: "الشخص الذي يقوم بعملية الاستهلاك"، و من الناحية الاقتصادية يعرف المستهلك بأنه: "الشخص الذي يستعمل السلع و الخدمات ليفي بحاجاته و رغباته معينة، فإذا كان الاستعمال بهدف تصنيع سلع أخرى سمي بالمستهلك الوسيط (استعمال وسيطي)، أما إذا كان الاستعمال بهدف إشباع احتياجات شخصية أو عائلية إلى غاية الإتلاف و الإنهاء (استعمال نهائي) سمي بالمستهلك النهائي."

التعريف القانوني للمستهلك:

بالنسبة للتعريف القانوني فقد عرف المشرع الجزائري المستهلك في المادة 2/03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و مع الغش: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بئمن أو مجانا، سلعة أو خدمة معدين للاستعمال النهائي، من أجل تلبية حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"، كذلك عرفته المادة 3 من القانون 04/02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني."

يتضح من خلال هاذين التعريفين أن كلا التعريفان يتفقان من حيث تبنيهما للمعيار الضيق، مع العلم أن القانون رقم 09-03 قد تضمن نفس التعريف المنصوص عليه في المرسوم التنفيذي رقم 90-39. يستخلص من هذه التعاريف أنه يجب توافر 04 عناصر لإكتساب صفة المستهلك و هي:

1- أن يكون الشخص طبيعي أو معنوي.

2- أن يقتني أو يستعمل بئمن أو مجانا: إن المستهلك الذي يقوم بعملية الاقتناء يكون في الغالب هو المستهلك المباشر لما اقتناه، لكن كثيرا ما يكون المستهلك من الغير كأفراد أسرة المقتني مثلا.

3- منتوجا أو خدمة معدة للاستعمال النهائي.

4- أن يكون الهدف مجرد من الطابع المهني : أي بهدف إشباع حاجات الشخصية للمقتني أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.

2- المادة الغذائية :

كل مادة معالجة أو معالجة جزئيا أو خام موجهة لتغذية الانسان أو الحيوان بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الاغذية وتحضيرها ومعالجتها باستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ.

3- التغليف:

كل تغليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها موجهة لتوضيب وحفظ وحماية وعرض كل منتج والسماح بشحنه : وتفريغه وتخزينه ونقله وضمان اعلام المستهلك بذلك وفق قانون حماية المستهلك الجزائري.

4- الوسم:

كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلطة

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

مجموع الخصائص التقنية للمنتوج المرتبطة بصحة وسلامة المستهلك ونزاهة المبادلات : المتطلبات الخاصة -
التي يحددها التنظيم والتي يجب احترامها

5- سلامة المنتوجات

غياب كلي أو وجود في مستويات مقبولة وبدون خطر في مادة غذائية لملوثات أو مواد مغشوشة

أو سموم طبيعية أو أية مادة أخرى بإمكانها جعل المنتوج مضرًا بالصحة بصورة حادة أو مزمنة

6- عملية وضع المنتوج للاستهلاك -

مجموع مراحل الانتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة

7- الانتاج:

العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح

والمعالجة والتصنيع و التحويل والتركيب وتوضيب المنتوج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل
تسويقه الأول.

8- المنتوج:

كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً

9- منتوج سليم ونزيه وقابل للتسويق :

منتوج خال من أي نقص أو عيب خفي يضمن عدم الأضرار بصحة وسلامة :

المستهلك أو مصالحه المادية أو المعنوية

10 منتج مضمون:

كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها بما في ذلك المدة لا يشكل أي خطر أو يشكل

أخطار محدودة في أدنى مستوى تناسب مع استعمال المنتج وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص.

11- منتج خطير :

كل منتج لا يستجيب لمفهوم المنتج المضمون المحدد أعلاه

12- استرجاع المنتج :

عملية تتضمن سحب منتج من عملية العرض للاستهلاك من طرف المتدخل المعني

13- الأمن :

البحث عن التوازن الأمثل بين كل العناصر المعنية بهدف تقليل أخطار الإصابات في حدود ما يسمح به العمل

14- الخدمة :

كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة

15- المطابقة :

استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية وللمتطلبات الصحية والبيئية والسلامة والأمن الخاصة به.

16- الضمان:

التزام 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 .

17- قرض الاستهلاك :

كل عملية بيع للسلع أو الخدمات يكون فيها الدفع مقسطا أو مؤجلا أو مجزءا

18- المتدخل : كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك

19- السلعة:

كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا

المحاضرة الثانية : تعريف قانون حماية المستهلك و أهدافه

تعريف قانون حماية المستهلك و أهدافه

يعرف قانون حماية المستهلك بأنه : "مجموعة القواعد القانونية التي تنظم العلاقات بين المستهلك و المتدخل في عملية عرض السلع و الخدمات للاستهلاك في السوق، بهدف توفير حماية للمستهلك بداية من مرحلة إنتاج السلع و تقديم الخدمات ثم التوزيع إلى عرضها النهائي للاستهلاك، و اقتنائها من طرفه".

طبقا لأحكام المادة 01 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، و من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، تتمثل أهداف قانون حماية المستهلك في :

- تحديد القواعد المطبقة في مجال حماية المستهلك و قمع الغش، و التي تسري على كل متدخل في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك.

- تحديد و حماية قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية التي تطبق بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين في مجال حماية المستهلك..

تعريف المهني:

الخ فالمهني هو الشخص الذي يعمل لحاجياته المهنية ، يؤجر محل تجاري ، يشتري سلع لإعادة بيعها ،

فالهدف (العمل) هو الذي يسمح بتصنيف صاحبه إما بين المهنيين وإما بين المستهلكين . كلمة مهنة مستعملة

في قانون الاستهلاك لتعيين كل نشاط منظم لغرض إنتاج أو توزيع أو أداء خدمات . فقد يكون هذا المهني

شخصا طبيعيا أو معنويا ، الشركة المهمة تعتبر كمهني والأمر كذلك بالنسبة للتاجر .

فمفهوم المهنة يتمدد حتى إلى القطاع العام ، مثل : البريد فهو يعتبر في قانون الاستهلاك كمهني. يجب أن

نصف من بين المهنيين وليس من بين المستهلكين كل من يشتري سلع ويستعملها لأغراض مهنية وحتى ولو لم يبيعها . مثل الشركة التي تشتري آلات لمصانعها وهذا التصرف يعتبر عملا مهنيا.

فالتمييز تلك الأعمال تندمج في التطور الاقتصادي للإنتاج أو التوزيع وهذه الأعمال ليست أعمال استهلاكية بين المهني والمستهلك هو أساس القانون الاستهلاك . فوجود هذا الفرع من القانون يرجع بصفة عامة إلى هذه الملاحظة : تكون وضعية المهنيين متفوقة بالنسبة للمستهلكين ، ويعود هذا إلى خبرتهم

التقنية وإلى المعلومات التي يمتلكها وكذلك إلى قدرتهم المالية.

وهدف قانون الاستهلاك هو إقامة توازن في علاقة المستهلكين والمهنيين . ويمنح هذا القانون للمستهلكين حقوق كوزن مقابل للامتيازات التي يتمتع بها المهنيون.

أولاً: قانون الاستهلاك:

قلب قانون الاستهلاك يتكون من القواعد التي تهدف في مجملها إلى معيارين:

أ- تطبيقها ينحصر فقط في العلاقات بين المهنيين والمستهلكين.

ب- هدفها حماية المستهلكين.

وفي مفهومه الضيق يتوقف قانون الاستهلاك عند هذه القواعد السالفة الذكر . لكن من الضرورة أن يكون هناك تصور واسع لتقديم ما تجمله هذه المادة.

من جهة لكي تنتمي قاعدة ما إلى قانون الاستهلاك لابد أن تنطبق أساسيا على العلاقات بين المهنيين والمستهلكين .

علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة

يقصد بقانون المنافسة: "مجموعة القواعد القانونية التي تنظم و تضبط المنافسة بين المؤسسات أو الأعوان الاقتصاديين من أجل ضمان السير الحسن للمنافسة الحرة داخل السوق، و كذلك ضمان حقوقهم و مصالحهم الاقتصادية".

و تظهر العلاقة بين قانون حماية المستهلك و قانون المنافسة، في كون أن المستهلك يمثل الهدف النهائي الذي تسعى كل مؤسسة أو عون إقتصادي لجذبه نحو سلعه و خدماته المعروضة في السوق، من أجل تحقيق أكبر ربح ممكن، فالهدف إذن من ممارسة الأنشطة الاقتصادية (إنتاج و توزيع و استيراد المنتوجات و تقديم الخدمات) هو الاستهلاك الذي يمثل وظيفة المستهلك، لذلك فإن أي مساس بحرية المنافسة فيه مساس بطريقة غير مباشرة بسلامة المستهلك.

علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الاقتصادي

القانون الاقتصادي هو مجموعة القواعد القانونية التي تنظم إنتاج و توزيع و استهلاك السلع و الخدمات، و ذلك من خلال تجريم الأفعال التي تمثل اعتداء على السياسة الاقتصادية في الدولة (الجرائم الاقتصادية)، و التي أصبحت تهدد أمن و سلامة المستهلك و الأعوان الاقتصاديين و الاقتصاد ككل، و عليه يظهر أن هناك ارتباط وثيق بين القانون الاقتصادي و قانون حماية المستهلك حيث يهتم بتوفير حماية للمستهلك من كل أفعال من شأنها المساس بصحته و أمنه و كذا حمايته من الناحية المادية.

علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون المدني

القانون المدني هو مجموعة القواعد القانونية التي تنظم المعاملات المالية بين الأفراد دون التمييز بين صفة القائم بها، أما قانون حماية المستهلك فينظم العلاقات بين المستهلكين و المحترفين خلال عملية الإنتاج و

التوزيع و العرض، و عليه فهناك علاقة وثيقة بين القانون المدني- باعتباره الشريعة العامة لكل القوانين- و قانون حماية المستهلك، حيث استمد هذا الأخير أهم قواعده الأساسية الحمائية من القانون المدني مثل : ضمان العيوب الخفية و الالتزام بالإعلام و الالتزام بالسلامة و الشروط التعسفية...إلخ

إضافة إلى ذلك تظهر العلاقة بينهما من حيث: القواعد العامة للعقود التي يمكن تطبيقها على عقود البيع بين المتدخل و المستهلك - أحكام عقد القرض الاستهلاكي - عقد الإذعان و الشروط التعسفية - أحكام المسؤولية المدنية (عقدية و تقصيرية) عند حدوث ضرر للمستهلك، كما تتضمن أحكام خاصة بمسؤولية المنتج.

علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون التجاري

القانون التجاري هو: "مجموعة القواعد القانونية التي تنظم مهنة التجارة (النشاط التجاري) و التي تطبق على التجار و الأعمال التجارية"، و بما أن النشاط التجاري يمثل أهم الأنشطة الاقتصادية، فإن هناك علاقة وثيقة بينه و بين قانون حماية المستهلك، ذلك أن التاجر سواء كان شخص طبيعي أو معنوي يعد محترف في معاملته مع المستهلك، و بالتالي يخضع لتطبيق قانون حماية المستهلك، كما يتضمن هذا الأخير أحكام تتعلق بالتجار كالإشهار التجاري.

علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الإداري

القانون الإداري هو: "مجموعة القواعد القانونية التي تحكم تنظيم الإدارة و نشاطها"، و تظهر العلاقة بين القانون الإداري و قانون حماية المستهلك من خلال خضوع المؤسسات العمومية الاقتصادية التي تمارس نشاطات تجارية و صناعية، و تقدم خدمات بمقابل مادي لأحكام قانون حماية المستهلك، فهي تعد في علاقتها مع المنتفعين في مركز المحترف بالمستهلك، كالمستشفيات، مؤسسة الكهرباء و الغاز، البريد و المواصلات....

كما تظهر العلاقة بين القانون الإداري و قانون حماية المستهلك، من خلال دور الهيئات الإدارية في العمل على إحترام النصوص الحمائية المتعلقة بالمستهلك، كأعوان المديرية العامة للرقابة الاقتصادية وقمع الغش و أعوان مديرية التجارة و الوالي و رئيس المجلس الشعبي البلدي...

علاقة قانون حماية المستهلك بقانون العقوبات

يتصل قانون حماية المستهلك اتصالا وثيقا بقانون العقوبات، فمن جهة يتضمن قانون حماية المستهلك عقوبات جزائية توقع على كل كتدخل مخالف لأحكام هذا القانون، و التي تمس بأمن و صحة و أموال المستهلك.

كما يمتد الجزاء الجنائي إلى نطاق الممارسات التجارية (القانون 04-02) كالبيع المتلازم، رفض البيع، عدم الإعلام بأسعار و شروط البيع، عدم الفوترة ...

و من جهة أخرى هناك بعض الأحكام الجزائية خاصة بحماية المستهلك منصوص عليها في قانون العقوبات، كما هو الحال بالنسبة لجرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية (المواد من 429 إلى 435 من ق.ع) التي أحالت إليها المواد 68 و 69 و 70 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

علاوة على ذلك، فإن لكل من قانون الإجراءات الجزائية و قانون الإجراءات المدنية و الإدارية دور في تسهيل وصول المستهلك و جمعيات حماية المستهلكين إلى العدالة.

علاقة قانون حماية المستهلك بقانون حماية البيئة

قانون حماية البيئة: هو "مجموعة القواعد القانونية التي تهدف لحماية المحيط الطبيعي و الاصطناعي الذي يحيط بالإنسان وتمنع أي اعتداء عليه، كما تهدف إلى تنظيم المجالات المتعلقة بحماية البيئة".

يهدف قانون حماية البيئة إلى حماية الإنسان من المخاطر التي تمس بصحته و أمنه و بالإطار الطبيعي للحياة، أما قانون حماية المستهلك فيهتم بحماية صحة و أمن و أموال المستهلك في علاقته بالمتدخل لعرض منتجاته و خدماته، و عليه فكلا القانونين يشتركان في حماية صحة و أمن المستهلك، لاسيما من مخاطر تلوث المياه التي تعد مسألة استهلاكية و بيئية في ذات الوقت.

مجال تطبيق قانون حماية المستهلك

طبقا لنص المادة 02 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على أنه : " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا، و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك"، يمكن تحديد نطاق تطبيق هذا القانون من حيث الأشخاص الخاضعين له و كذا من حيث موضوعه.

نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث الأشخاص

يطبق قانون حماية المستهلك على أطراف العلاقات الاستهلاكية و هما : المستهلك و المتدخل.

المحاضرة الثالثة : تطور قانون حماية المستهلك

تطور قانون حماية المستهلك في الجزائر :

الجزائر كغيرها من الدول تأثرت بالحراك الذي شهده، العالم في مجال حماية، مصالح المستهلك والمتبع، لتطور

التشريعي في الجزائر يمكنه تمييز مرحلتين - مرحلة ما قبل صدور القانون حماية المستهلك

- مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك.

1- المرحلة السابقة على صدور قانون حماية المستهلك:

لقد أدى سيادة النهج الاشتراكي ، الذي تبنته الجزائر بعد الاستقلال وتبني الدولة، للاقتصاد الموجه، إلى عدم وجود حاجة لسن قوانين وتشريعات حماية للمستهلك، باستثناء البعض منها، وأستمر الوضع على ما هو عليه حتى أواخر الثمانينات.

في سنة 1962م صدر قانون صدر قانون أبقى على سريان القوانين الفرنسية باستثناء ما تعارض منها مع القوانين الوطنية.

هذه الفترة لم تسمح للمشرع الجزائري الاقتباس من القوانين الفرنسية في مجال حماية المستهلك ، نظرا لعدم بلورة حركة حماية المستهلك في فرنسا نفسها. كما ادى التعارض في النهج الليبرالي الذي انتهجته فرنسا مع النهج الاشتراكي الذي تبنته الجزائر ، هذا التعارض أمتد الى القوانين الاقتصادية، الأمر الذي لم يسمح بالاقتباس منها.

2- مرحلة ما بعد صدور قانون حماية المستهلك:

تميزت هذه المرحلة بإصدار القانون رقم 89/02 المؤرخ في 07 فيفري 1989م المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

حيث يعتبر هذا الأخير أول نص قانوني يحمي المستهلك والذي تضمنت مواد الثلاثون المبادئ الأساسية لحقوق المستهلك، والتي تمحورت حول الالتزام العام بالسلامة الصحية، وضرورة مطابقة المنتج للمقاييس والمواصفات القانونية، والزامية الضمان، والزامية الإعلام، والزامية الأمن الاقتصادي.

كما أقر للمستهلك حق التمثيل أمام القضاء من طرف جمعيات المستهلكين، وبالتالي الاعتراف بتكوين جمعيات للدفاع عن حقوق المستهلك، كما منح صلاحيات. للأجهزة المختصة لممارسة دور ر الوقاية حماية لمصالح المستهلك التي أقرها هذا القانون.

يمكن القول أن قانون 89/02 قد لعب دورا هاما وحاسما في إيجاد حماية خاصة للمستهلك في الجزائر، نر لسبب رئيسي وهو انسحاب الدولة من الحقل ، لاقتصادي الموجه وتبني نظام اقتصاد السوق الذي يكون فيه المستهلك في خطر الاقتصادي الموجه .

مصدق تجاه المخاطر التي تلحقه من تزايد حجم المنتوجات والخدمات وتنوعها، فكان المشرع في محله ،إذ يكتسي أهمية بالغة من خلال سن قوانين خاصة، والعمل،على دعم إنشاء مختلف الهيئات ،والأجهزة الوطنية والمحلية كالمجلس الوطني لحماية المستهلكين، المرصد الوطني لمراقبة الرشوة والوقاية منها، والمجلس الوطني،للوقاية الصحية والأمن، وطب العمل وكذا شبكة، مخابر التجارب وتحليل النوعية،ومديريات المنافسة والأسعار بالولاية، ومفتشية مركزية للتحقيقات الاقتصادية و قمع لغش.

وجاء بعده القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09، والمؤرخ في 25 فيفري 2009. ،
ليضيف حماية أكبر للمستهلك لمواكبة مختلف التحولات لتشريعية الدولية التي تشهد حيوية خاصة في مجال
حماية المستهلك .

فيتمثل مفهوم المستهلك وحمايته محوران هامان من محاور أحكام قانون حماية المستهلك.

لقد تبنى المشرع الجزائري المفهوم الضيق للمستهلك باعتباره معيار (الغرض الشخصي) (الغير المهني) كضابط
بصفة مستهلك كما وسع من نطاق الحماية لتشمل في الواقع كل مقتني مهما كانت صفته ما دام يقنتي سلعة
معدة في الأصل للاستهلاك، كما تتجلى سعة نطاق تطبيق قواعد قانون حماية المستهلك وقمع الغش في كونها
تسري على كل إقتناء لسلعة أو خدمة سواء كان بمقابل أو مجانا.

نجد أن هناك تعارض في تعريف المستهلك في التشريع الجزائري، فحين ألغى المشرع القانون رقم 89-02
المتعلق بالقواعد العامة بحماية المستهلك بموجب المادة 94 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع
الغش، لكنه أبقى بالمقابل على نصوص التطبيقية لقانون ملغى سارية المفعول، وهذا حسب نفس المادة 94 من
القانون الملغى. كذلك نجد في الجانب الآخر أن العديد من نصوص التنظيمية للقانون 03-09 الساري
المفعول لم تصدر بعد، وما زال العمل بالمرسوم التنفيذي رقم 39-90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش مازال
ساري المفعول.

وهو بذلك شكل تعارضا مع ما جاء به القانون الحالي لحماية المستهلك لا سيما فيما تعلق بمفهوم المستهلك.
عرف النظام القانوني لحماية المستهلك تطور كبير سواء في القانون الجزائري أو المقارن حيث تم وضع عدة
نصوص قانونية لغرض تعزيز الحماية القانونية للمستهلك من جميع المنتجات سواء كانت سلع أو خدمات
خصوصا في زمن العولمة والإفتتاح الإقتصادي الذي تطلب إيجاد آليات قانونية لحماية صفة المستهلك من
المنتجات غير مطابقة للمواصفات القانونية .

كما عمل المشرع الجزائري منذ عدة سنوات على إصدار ترسانة قانونية لحماية المستهلك ، إذ أن البداية بصور قانون 02-89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والذي تم إلغاؤه فيما بعد بقانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي نص على ضرورة تفعيل حماية المستهلك والمحافظة على سلامته وصحته حيث أوجب هذا القانون ضرورة توافر الأمن بالمنتجات المتداولة، وبذلك يكون المشرع الجزائري سار على نفس نهج المشرع الفرنسي بخصوص وضع أحكام قانونية تتسم بالوضوح والدقة في مجال حماية صحة المستهلك ولا سيما ماتعلق منها بما يلي:

- تحديد مفهوم المنتج المضمون والذي يعني منتج مطابق للمواصفات القانونية لا بصدد صحة المستهلك.

- الحرص على مطابقة المنتجات سواء كانت مصنوعة أو مستوردة للمقاييس الموضوعة لهذا الغرض، لتتماشى ورغبة المشروعة للمستهلك.

- تفعيل دور الإعلان عدة المنتجات والخدمات، بنصه صراحة على ذلك 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

- تكريس حق العدول لصالح المستهلك لما لهذا الحق من أهمية، هذا كله وقاية للمستهلك وحفاظا على سلامته وصحته. تعد الهيئات الإدارية والغير الإدارية صاحبة الدور الفعال التي من خلال تفعيل سياسة حمائية مناسبة وفعالة ويكون هناك تطبيق فعلي لما جاءت به القواعد القانونية في مختلف المجالات، بما في ذلك الرقابة على مطابقة المنتجات للمقاييس القانونية والتنظيمية المعمول بها، كما أن دور هذه الهيئات ينقل الحماية المقررة للمستهلك من النصوص القانونية إلى الواقع العملي.

المحاضرة الرابعة تقنيات البيع الممنوعة

مفهوم البيع المتلازم :

هو مشتق من الفعل لازم ، لازم الشيء أي اقترن به على صفة الدوام اي الارتباط به.

وهو أن تفرض المؤسسة البائعة على زبائنها بضاعة معينة إضافة إلى البضاعة المراد شراؤها، كان تكون المؤسسة في حاجة إلى شعير فتفرض عليها المؤسسة البائعة إضافة إلى شراء الشعير اقتناء كمية من القمح .

وعرف على انه الأسلوب التجاري الذي تلجا إليه المؤسسة الممرنة والتي تكون في مركز قوة من اجل إلزام المؤسسات التابعة لها اقتصاديا على قبول شروطها التعسفية ، والمتمثلة في بيع احد المنتوجات مرافقا لمنتج آخر ، هذا الأخير يكون من نوع مخالف بحيث تكون المؤسسات التابعة في غالب الأحيان ليست بحاجة إليه مما يسمح للمؤسسة الممونة من تحقيق عملية ممتازة

نستطيع القول إن التعريف جمع أهم العناصر التي تظهر البيع المتلازم كتعبير صريح يعبر عن نية المشرع عندما اعتبر هذه العلاقة متعسف فيها .

فبموجب البيع المتلازم :

-تكون المؤسسة التابعة ملزمة باقتناء السلعة الإضافية حفاظا على العلاقة التجارية وتواجدها في السوق ، رغم عدم رغبتها في هذه السلعة .

-ينشا التلازم بين المبيعات بالإقران بين السلع الأكثر روجا والتي يكثر عليها الطلب ، وبين السلع الكاسدة البطيئة الحركة .

المؤسسة المتبوعة وإدراكها لوضعية التبعية القائمة بينها وبين المؤسسة التابعة ، تقرن السلعة المطلوبة بأخرى تكون هذه الأخيرة في غنى عنها ومكرهة على اقتنائها .

شروط البيع المتلازم :

حتى نكون أمام بيع متلازم يجب تحقق الشروط التالية :

- إن يتم بيع المنتج الأصلي و الذي أساس العلاقة التعاقدية و المنتج الإضافي في ذات الوقت , أي

بإيجاب واحد لان الفارق الزمني بينهما يضعنا أمام عقدين مستقلين.

- يجب إن تكون السلعتان محل العقد من طبيعتين مختلفتين , و هنا يظهر التعسف اذ في الغالب يشكل

ذلك للمؤسسة التابعة عبئا بشأن كيفية التصرف فيها, وأن تكون السلعة الملازمة لا صلة لها بالمنتج المطلوب .

البيع التمييزي

تنص المادة 11 من الأمر 03/03 على انه : " يحظر على كل مؤسسة التعسف في استغلال وضعية التعبئة

لمؤسسة أخرى بصفتها زبونا أو ممونا إذا كان ذلك يخل بقواعد المنافسة .

يتمثل هذا التعسف على الخصوص في :

- رفض البيع بدون مبرر شرعي ،

- البيع المتلازم أو التمييزي .."

لقد جاء النص القانوني المتضمن لجريمة البيع التمييزي عاما مما يسمح بتفسيره تفسيراً واسعاً ، ومنه يمكن

القول إن الحظر القانوني يشمل كل عقود البيع التي تبرمها المؤسسات فيما بينها مهما كان المجال الذي تنشط

فيه ، سواء كان مجال إنتاجاً و توزيع ، وسواء تمت هذه الممارسة بصفة اعتيادية أو مؤقتة .

وإذا كان المشرع قد ربط الحظر بحالة التعسف في استغلال وضعيّة التبعيّة ، وغير ان مثل هذه الممارسة يمكن أن تكون ناتجة عن التعسف في استغلال وضعيّة الهيمنة أو عن الاتفاقات التي تكون بين المؤسسات والتي تتم بصفة صريحة أو ضمنية .

المقصود بالبيع التمييزي كجريمة يعاقب عليها القانون ، هو ذلك البيع الذي تمنح بموجبه المؤسسة الممونة لأحد زبائنها سواء كان موزعا ، تاجر جملة أو تاجر تجزئة ، والذي تربطه بها علاقة تجارية جملة من الامتيازات دون غيره من المؤسسات الأخرى بمعنى إن بعض الزبائن وليس كلهم سوف تطبق عليهم شروط خاصة او سعر خاص ، تختلف عن شروط البيع العامة .

هذه المزايا التي يحصل عليها احد العملاء دون غيره ، تجعله في وضعيّة أفضل مقارنة بباقي المؤسسات الأخرى وهذا من شأنه أن يحسن من مركزه على مستوى السوق .

والمعاملة التمييزية التي تنفرد بها إحدى المؤسسات دون البقية يكون أساسها وجود علاقة تعاقدية تربط بين المؤسسات ، بمعنى انه إذا تحققت هذه الأخيرة ، استفادت المؤسسة الزبونة من الامتياز الحصري الذي سيمنح لها وعلى العكس من ذلك ، فانه إذا زالت هذه العلاقة لأي سبب من الأسباب كالإبطال أو الفسخ مثلا ، فان هذا بطبيعة الحال من شأنه أن يؤدي إلى زوال الامتياز ولذا فان الممارسة التمييزية المحظورة بالعقد وجودا وعلما .

صور البيع التمييزي .

تنص المادة 18 من قانون 02/04 على انه : " يمنع على أي عون اقتصادي أن يمارس نفوذا على أي عون اقتصادي آخر ، أو يحصل منه على أسعار أو آجال دفع أو شروط بيع أو كفاءات بيع أو على شراء تمييزي لا يبرره مقابل حقيقي يتلاءم مع ما تقتضيه المعاملات التجارية النزيهة والشريفة " .

¹ - المادة 8 من الامر 1243/86 المتعلق بحرية الاسعار والمنافسة .

وبالتالي تظهر الممارسات التمييزية على مستوى السوق وفق أشكال متعددة ، نذكر منها على سبيل المثال وليس الحصر ما يلي .

تخفيض الأسعار .

السعر أو الثمن يعتبر عصب المعاملات التجارية ، حيث إن هذه الأخيرة تقوم أساسا على السيولة النقدية ولأن الثمن يعتبر الركن الأساسي في عقد البيع بحيث تدفعه المؤسسة الزبونة مقابل ما تحصل عليه من منتجات فإن القانون يستوجب أن يكون متماثلا بالنسبة لكل المؤسسات المتعاقدة مع نفس المؤسسة الممونة ، بحيث لا تستأثر أحداها بسعر مميز دون البقية مما يجعلها في مركز أفضل .

إلا انه وخلافا لهذه القاعدة فإن تخفيض الأسعار يعتبر من بين الممارسات الشائعة التي تقوم بها المؤسسات الممونة اتجاه زبائنها المفضلين ، هذا ما يؤدي إلى ظهور وبصورة واضحة التمييز في المعاملة بين المؤسسات الزبونة ، بحيث يتم تخفيض سعر بعض المنتجات لأحد الزبائن دون أن يكون هناك إمكانية استفادة باقي المؤسسات من هذا الامتياز ، مما ينتج عنه وجود ممارسة تمييزية يجرمها القانون ويعاقب عليها

البيع بالخسارة

حسب مقتضيات المادة 10 من الأمر رقم 06/95² المتعلق بالمنافسة يمنع كل عون اقتصادي من بيع سلعة بسعر التكلفة الحقيقي، إذا أدى أو عندما يؤدي ذلك الحد من المنافسة في السوق .

ويخص الحظر القانوني المنتجات التي يعاد بيعها بسعر اقل من سعر التكلفة الحقيقي مع الإشارة إلى أن المشرع الجزائري اعتمد بدل سعر الشراء الحقيقي ، سعر التكلفة الحقيقي مما يطرح إشكالية تحديد السعر فإذا كان الشراء يظهر من تفحص الفواتير التي يسلمها البائع ، فإن سعر التكلفة لا يمكن التحقيق من إلا بالرجوع

²-المادة 10 من الامر 06-95 المؤرخ في 1995/01/25 المتعلق بالمنافسة الجريدة الرسمية العدد 09 لسنة 1995

إلى هيكل الأسعار وتحديده الشيء الذي يريد في تعقيد عملية البحث عن الإثبات لان انجاز مثل هذه العملية ليس بالأمر الهين

إن عمليات البيع قد تأخذ أشكال مختلفة تختلف ظروف البيع فحتى أن المبيعات الموجهة للمستهلكين يمكن أن تكون تعسفية تهدف إلى تحقيق تحويل العملاء ولو بصفة غير مباشرة

مفهوم البيع بالأسعار منخفضة تعسفي (البيع بالخسارة).

إن مصطلح البيع بالخسارة هو ما يقابله باللغة الانجليزية وهو المصطلح الجاري في مجال التجارة الدولية ، وقد اشتق من فعل والذي يعني " الإغراق " وهو فعل كل عون اقتصادي سواء قام به بصفة منفردة أو مشتركة ، ينصب على عنصر السعر ، إذ يقوم العون بالتعامل بأسعار تتحد كل منافسة تجعله يتحمل هو أيضا نتائج الخسارة من خلال البيع بدون سعر التكلفة الحقيقي

فعملية البيع بالخسارة تبدو في أول وهلة أنها ممارسة تجارية غير عقلانية لو لا أنها ترمي إلى تحقيق أهداف معينة ، إذا تستعمل هذه الطريقة بجلب أكثر قدر ما يمكن من الزبائن بواسطة الأسعار المنخفضة مع الأمل في إغرائهم باقتناء منتجات أخرى ذات هوامش معتبرة ، وبالتالي فإنها تعتبر وسيلة اشهارية تؤدي إذا أحسن استعمالها إلى ارتفاع المبيعات.

وما دام الأمر كذلك فإن البيع بالخسارة لا يشكل طريقة بيع بقدر ما يشكل ممارسة مقيدة للمنافسة ، الهدف منها إزاحة المنافسين للاستيلاء على السوق والرجوع بعد ذلك الى السعر العادي أن لم يكن أكثر ارتفاعا وهو الهدف الحقيقي المقصود من هذه العملية .

وبالنسبة للمستهلك فإنه قد يدرك لأول وهلة الهدف من هذه الممارسة إذا انه يعتقد بان المنتجات التي يعاد بيعها بسعر اقل من سعر التكلفة الحقيقي قد تخدم مصالحه غير ذلك بحيث أن العون الاقتصادي أو المؤسسة المعنية التي تلجأ إلى تخفيض الأسعار إلى مادون سعر التكلفة تسعى إلى تحقيق أهداف أكثر بعدا تتمثل في

دفع المؤسسات الضعيفة المنافسة إلى الإفلاس والانسحاب من السوق لفائدة الطرف القوي والذي يقوم بعد ذلك برفع الأسعار بحسب رغباته.

التمييز بين البيع بمكافأة مجانية عن البيع الترويجي :

كون الدراسة محددة في الممارسات التجارية سوف نقنصر المقارنة على ممارسة البيع الترويجي مع الأخذ بعين الاعتبار أنها ممارسة مشروعة ، تختلف وتتشابه من الممارسات التجارية المشروطة بمكافأة في بعض النقاط نوضحها كما يلي :

أوجه التشابه بين البيع بمكافأة مجانية والبيع الترويجي :

يشترط البيع الترويجي مع البيع بالمكافأة كصورة من صور الممارسات التجارية بمكافأة مجانية في :

كلاهما يشكل ممارسة تجارية غير نزيهة بمفهوم المواد 16 من القانون 04-02 و 28 من المرسوم

التنفيذي 06-215 المؤرخ في 18 يونيو 2006 التي تعتبر كل منها يقوم به عون اقتصادي .

يمارس البيع الترويجي بشكل ممارسة تجارية غير نزيهة إذا كان الإشهار تضليليا ويعاقب عليه القانون طبقا

لأحكام المادة 38 من القانون 04-02 ، ويمكن اتخاذ إجراء الحجز ومصادرة السلع موضوع المخالفات وكذا

العتاد والتجهيزات التي استعملت لارتكابه وفي حالة العود تطبيق العقوبة المنصوص عليها في المادة 47 من

القانون 04-02 .

إعادة البيع بالخسارة

ضبط المشرع الجزائري القواعد المنظمة لشفافية الأسعار بين المؤسسات ليسود بينهم جو من المنافسة النزيهة

وحتى لا يتمكن بعضهم من إقصاء البعض بطرق ملتوية ولا تلجأ بعض المؤسسات نظرا لعجزها على الصمود

أمام منافسيها لاستعمال أساليب غير مشروعة لتتمكن من مواصلة نشاطها.

واجتنابا لذلك فقد حظر المشرع من خلال قانون 02/04 إعادة البيع بالخسارة لكن ما تجدر الإشارة إليه هذا الحظر لا يعد جديدا على مشرعنا، حيث سبق وأن جرم الممارسة في الأمر 06/95 المتعلق بالمنافسة بوصفها إحدى الممارسات المنافية للمنافسة⁽³⁾، واستمر هذا التجريم طيلة سريان هذا الأمر لكن بصدور الأمر 03 /03 المتعلق بالمنافسة تم استبعاد هذه الممارسة من مجال التجريم، مما ترتب عليه وجود فراغ قانوني استغلته المؤسسات لتحقيق مآربها- خاصة وأن نص المادة 12 من هذا الأمر الأخير والتي تتضمن البيع بالخسارة ليس كافيا لوحده ليحكم جميع المعاملات التجارية والتغيرات الاقتصادية - غير أن هذه الوضعية لم تدم سوى سنة واحدة ، حيث تدارك المشرع هذا النقص التشريعي ظهرت من جديد على مستوى النصوص القانونية جريمة إعادة البيع بالخسارة ، لكن هذه المرة ليس باعتبارها من بيت الممارسات المنافية للمنافسة وإنما بوصفها من بين الممارسات التجارية غير الشرعية .

³- المادة 10 من الأمر 06 /95 المتعلق بالمنافسة .