

نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش

أ/ محمد عماد الدين عباض
 أستاذ مساعد قسم (أ) بقسم الحقوق
 جامعة قاصدي مرباح - ورقلة (الجزائر)

ملخص :

يعالج المقال مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03، وذلك في ضوء المادة 2 منه التي تنص على أن "تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". حيث ومن خلال هذه المادة وأحكام أخرى تضمنها القانون المذكور سنحاول تسليط الضوء على نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش، و رصد أهم ما يثار في هذا الصدد من إشكالات. و في سبيل ذلك اخترنا دراسة هذا النطاق من حيث الجوانب الثلاث التالية :

الأشخاص؛ محل الاستهلاك؛ العقود.

Résumé :

Essayer à travers cet article de déterminer le champ d'application des règles de protection des consommateurs et de la répression des fraudes.

Selon l'article 2 de la loi 09-03 relative à la protection du consommateur et à la répression des fraudes, les dispositions de la présente loi s'appliquent à tout bien ou service offert à la consommation à titre onéreux ou gratuit, par tout intervenant et à tous les stades du processus de mise à la consommation.

D'après cet article nous allons essayer d'étudier ce champ d'application à travers les trois aspects suivants : les personnes, l'objet de consommation et les contrats.

مقدمة:

تكتسي مسألة تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03¹ أهمية بالغة، لاسيما وأنه قانون يستجمع الطابعين الوظيفي والجزائي. فهو ذو طابع وظيفي كونه يستهدف حماية فئة بعينها هي فئة المستهلكين تجاه فئة أخرى هي فئة المهنيين، وهاتان الفئتان هما اللتان يتحدد من خلالهما النطاق الشخصي لتطبيق قانون حماية المستهلك بما تضمنه من حقوق والتزامات. كما أنه ذو طابع جزائي، كونه يرتب عقوبات جزائية على مخالفة أحكامه، مما يجعل من تحديد نطاق تطبيق هذا القانون مقدمة لتحديد نطاق التجريم المتضمن فيه.

وتعتبر مسألة ضبط نطاق التطبيق بأبعاده المختلفة من مقتضيات الأمن القانوني المنشود، كونه يتيح للأشخاص مسبقا وعلى نحو منضبط معرفة القواعد القانونية التي تحكم علاقاتهم، وهو أمان تتعاضم الحاجة إليه إذا ما تعلق الأمر بقواعد ذات طابع جزائي.

ولقد تولت المادة الثانية من القانون رقم 09-03 تحديد نطاق تطبيقه، حيث نصت على أن أحكام هذا القانون تطبق "على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا وعلى كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". فمن خلال هذه المادة وأحكام أخرى تضمنها القانون رقم 09-03 فإن نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش يمكن رصده من خلال الجوانب التالية :

أولا- من حيث الأشخاص: تطبق لفائدة المستهلك تجاه كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك.

ثانيا- من حيث محل الاستهلاك : تطبق على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك.

ثالثا- من حيث العقود: تسري على عقود المعاوضة و كذا عقود التبرع .

وفي ما يلي، ومن خلال هذه الجوانب الثلاث، سنحاول عرض وتحليل نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، واستحضار بعض ما يثار في هذا الصدد من إشكالات، عسانا بذلك نسهم في تحديد مسألة أولية غاية في الأهمية بالنظر لما يرتبط بنطاق تطبيق هذا القانون من آثار.

أولا- نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث الأشخاص :

يعنى بأحكام القانون رقم 09-03 صنفين من الأشخاص، الأول هو المستهلك باعتباره المستهدف أساسا بالحماية في هذا القانون والمستفيد مما تضمنه من حقوق، و الثاني هو المتدخل باعتباره المعني بتطبيق أحكام هذا القانون و المسؤول عما رتبته من التزامات. فما المقصود بالمستهلك والمتدخل ضمن أحكام هذا القانون ؟

1- المستهلك :

في الأصل يرتبط مصطلح المستهلك بعلم الاقتصاد، بيد أنه أضحي مصطلحا قانونيا هاما استدعى اعتناء المشرع بتعريفه نظرا لما لذلك من أثر في تحديد النطاق الشخصي لتطبيق قواعد حماية المستهلك، و كذا إدراك فلسفة قانون الاستهلاك.

فالاستهلاك في علم الاقتصاد يمثل المرحلة الأخيرة من العملية الاقتصادية وهو يختلف عن الإنتاج و التوزيع اللذان يقعان في مراحل متقدمة تتضمن جمع الثروات و توزيعها، فالاستهلاك هو استخدام ناتج العمل لإشباع الحاجات، و عليه فالمستهلك في علم الاقتصاد هو الذي يحصل على السلع و الخدمات لإشباع حاجاته و رغباته الشخصية و ليس من أجل التصنيع، فهو بذلك يحتل المركز الأخير في العملية الاقتصادية و عنده تنتهي عملية التداول².

وإذا كان هذا هو مفهوم المستهلك عند رجال الاقتصاد، فإن مفهومه كان محل خلاف بين رجال القانون، حيث برز اتجاهان رئيسيان أحدهما موسّع يرى أن المستهلك هو الشخص الذي يقتني بغرض الاستهلاك أي بغرض استعمال أو استخدام مال أو خدمة، والآخر مضيق يرى أن المستهلك هو الشخص الذي يقتني مالا أو خدمة لغرض غير مهني أي لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية فقط³. أما القانون رقم 03-09 فقد عرّف المستهلك في المادة الثالثة منه بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني، بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به"⁴.

يتضح من هذا التعريف أن المشرع جعل معيار تحديد صفة المستهلك هو الغرض من الاقتناء، إذ أن ثبوت صفة المستهلك يقتضي أن يكون الغرض من اقتناء السلعة أو الخدمة هو سد حاجة شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به، أي أن يكون الغرض غير مهني، ما يعني بمفهوم المخالفة نفي صفة المستهلك عن يقتني سلعة أو خدمة لغرض مهني أو استثماري. ويؤكد ذلك أن المشرع نص في هذا التعريف على أن تكون السلعة أو الخدمة المقتناة موجهة للاستعمال النهائي أي للاستهلاك، ما يعني نفي صفة المستهلك عن يقتني سلعا أو خدمات موجهة للاستعمال الوسيط، كونها بهذا الوصف تستخدم لأغراض مهنية كإعادة التصنيع والإنتاج والاستثمار وليس للاستهلاك.

وبهذا يكون المشرع قد تبنى المفهوم الضيق للمستهلك، وتقادى المآخذ التي سجلت على تعريف المستهلك في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش⁵، الذي عرّف المستهلك بأنه "كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به". حيث ثار جدل فقهي حول مقصد المشرع من عبارة "الاستعمال الوسيط" بين من ذهب إلى أن المشرع قصد التوسع في نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك لتشمل حتى المحترف الذي يتصرف لأغراض مهنية استثمارية⁶، وبين من رأى

أن المشرع وقع في تناقض حين جمع بين الاستعمال الوسيط والغرض الشخصي أو العائلي من الاقتناء في تعريف واحد للمستهلك، ما يقتضي حذف عبارة "الاستعمال الوسيط" درء لهذا التناقض⁷، وهو ما استجاب له المشرع في تعريفه الأخير.

ومثال الغرض غير المهني اقتناء المواد الغذائية لتناولها أو معدات للاستعمال الشخصي، وكذا الاستفادة من رحلات سياحية أو دروس خصوصية للأبناء، أو استئجار مسكن للسكنى، أو عقد ائتمان لسد حاجات شخصية. في المقابل يعتبر من قبيل الغرض المهني النافي لصفة المستهلك شراء التاجر للسلع قصد إعادة بيعها، أو شراء المصنّع معدات لمصنعه، أو تعاقد شركة مع فنيين وخبراء لتقديم المشورة الفنية في مجال نشاطها.

هذا ولم يشترط المشرع في تعريفه للمستهلك أن يكون الغرض من الاقتناء هو سد حاجة شخصية للمقتني ذاته الذي يصطلح عليه "المستهلك المتعاقد"، بل أضفى صفة المستهلك أيضا على من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة شخص آخر ليس طرفا في عقد الاستهلاك وهو الذي يصطلح عليه "المستهلك المستفيد" كونه يعقب المستهلك المتعاقد في الاستفادة من السلعة أو الخدمة دون أن يكابد مشقة الحصول عليها⁸.

كما يعتبر مستهلكا حسب التعريف المذكور من يقتني سلعة أو خدمة لسد حاجة حيوان يتكفل به، كأن يشتري له علفا أو يتعاقد مع مدرب لتدريبه أو مع بيطري لمداواته، وهذا يعكس الأهمية التي صار يحظى بها الحيوان لاسيما حيوان الصحبة، نظرا لمنافعه الاقتصادية والبيئية وارتباطه بمصالح الأفراد، وتنامي نفوذ منظمات حماية البيئة والحيوان. ويرى البعض⁹ أن المشرع بهذه اللفتة قد خرج عن نظرتة السابقة للحيوان باعتباره شيئا من أشياء القانون المدني واعتباره شخصا "جنينيا" من أشخاص القانون، وتمهيدا لميلاد قانون داخلي للحيوان بعد إعلان منظمة اليونسكو لحقوق الحيوان لعام 1978.

وإذا كان الأصل أن يكون المستهلك شخصا طبيعيا لكون تلبية الحاجة الشخصية أو العائلية أمر يناسب الشخص الطبيعي، إلا أن القانون 03-09 صرح بجواز إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي، وهو موقف استقر عليه المشرع أيضا عند تعريفه للمستهلك في القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، بينما لم يكن المرسوم التنفيذي 39-90 يصرح بذلك. في حين لم يتبن المشرع الفرنسي موقفا موحدا بهذا الشأن، فأحيانا صرح بإقصاء الشخص المعنوي من بعض نصوص حماية المستهلك¹⁰، فيما سكت أحيانا أخرى مفسحا المجال أمام القضاء¹¹. بينما مالت التوجيهات الأوروبية لحماية المستهلك نحو إقصاء الشخص المعنوي من نطاق تطبيقها، وهو توجه أكدته محكمة العدل الأوروبية¹²، ودافع عنه جانب من الفقه¹³.

إلى أي مدى يمكن اعتبار المهني الذي يتصرف خارج نطاق تخصصه مستهلكا ؟

لقد أثار هذا التساؤل جدلا فقهيًا واسعًا، وعلّة ذلك أن المهني الذي يتصرف لأجل مهنته لكن خارج نطاق تخصصه يكون في الواقع في مركز ضعف لا يختلف عن مركز المستهلك وإن كان تصرفه ذو صلة بنشاطه المهني. مثال ذلك الفلاح الذي يبرم عقد تأمين على نشاطه أو التاجر الذي يقيم نظام إنذار لمتجره أو المحامي أو الطبيب الذي يشتري جهاز كمبيوتر لمكتبه أو عيادته. فالفلاح و التاجر والمحامي والطبيب هم حينئذ يتصرفون خارج نطاق تخصصهم لا فرق بينهم وبين المتعاقد العادي الذي لا دراية له بالسلعة أو الخدمة التي يتعاقد لأجلها. وقد يجدون أنفسهم في مواجهة متعاقد محترف فيكونون بذلك في وضع لا يختلف عن وضع المستهلك العادي، ما قد يجعلهم جديرين بأن تشملهم قواعد الحماية المقررة للمستهلك. وهو ما ذهب إليه جانب من الفقه الفرنسي وأيده القضاء في بعض أحكامه¹⁴.

في المقابل رفض جانب من الفقه والقضاء توسيع مفهوم المستهلك ليشمل هذه الطائفة، مبررا توجهه بأن المهني الذي يتعاقد خارج نطاق اختصاصه لا يكون بالضرورة في موقف ضعف كالمستهلك، ذلك أن الذي يتعاقد لحاجات مهنته يكون بوجه عام أكثر خبرة وحرصا من ذلك الذي يتعاقد لحاجاته الشخصية، وبالتالي له قدرة الدفاع عن مصالحه بشكل أفضل¹⁵.

كما أن توسيع مفهوم المستهلك على هذا النحو سيجعل نطاق قانون الاستهلاك غير محدد، لأن اعتماد عنصر الاختصاص كمعيار لتطبيق قواعد الحماية يستلزم البحث في كل حالة على حدة لمعرفة ما إذا كان هذا المهني أو ذلك يتصرف ضمن تخصصه أم لا، والنتيجة ظنية واحتمالية في الغالب. في حين أن المتعاقدين في حاجة ماسة لمعرفة القانون الذي ينطبق على علاقاتهم مسبقا. لذا فإن تضيق مفهوم المستهلك من شأنه تحقيق أمان قانوني لا يتحقق إذا ما تم توسيع نطاق هذا المفهوم. وحينئذ يمكن للمهني الذي صادفه ضعف تعاقدي أن يتمسك بالقواعد الحمائية العامة المقررة في القانون المدني وقانون العقوبات¹⁶.

وإثر انقسام موقف القضاء بهذا الشأن، تبنت محكمة النقض الفرنسية منذ 1995 موقفا وسطا إلى حد ما، قوامه مدى "الارتباط المباشر" بين النشاط المهني والعقد المبرم، حيث قررت عدم اعتباره مستهلكا ومن ثم يحرم من قواعد الحماية كل من يبرم عقدا له ارتباط مباشر بنشاطه المهني¹⁷، ما يعني بمفهوم المخالفة تطبيق قواعد حماية المستهلك متى كان للعقد المبرم ارتباط غير مباشر بالمهنة. وقد تركت محكمة النقض لقاضي الموضوع سلطة تقدير ما إذا كان الارتباط مباشرا أو غير مباشر بين العقد المبرم والمهنة¹⁸، وإن كان الاجتهاد القضائي أكثر ميولا نحو اعتبار العلاقة مباشرة في الغالب، ما يفسر لدى البعض بأنه انحياز للمعنى الضيق للمستهلك على حساب الموسع¹⁹.

و من جانبنا لا نرى مانعا من بسط نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش ليشمل المهني الذي يتصرف خارج نطاق تخصصه للمبررات التالية:

- من المتفق عليه كون الشخص مهنيا لا يحول دون اعتباره مستهلكا في الحالات التي يتصرف فيها لتلبية حاجاته الشخصية وإن تعامل في شأن يخبره بحكم مهنته إعتبارا لضعفه المفترض. بل لا يمكن لأي شخص أن يستغني عن صفته كمستهلك نظرا لانحصار النشاط المهني في حدود معينة. فما المانع أن يعترف للمهني بالضعف حين يتعامل في غير تخصصه وإن كان تعامله ذو صلة عرضية بنشاطه المهني.

- إن حرمان المهني الذي يتعامل خارج نطاق تخصصه من الحماية من شأنه أن يؤدي إلى نتيجتين متناقضتين لوضع واحد، إذ كيف يحرم طبيب مثلا من قواعد حماية المستهلك إذا ما اشترى مكيفا هوائيا لعيادته ويحظى بالحماية إذا اشترى لمنزله، رغم أن الطبيب في وضع تعاقدى مماثل في الحالتين.

- لقد اعترف المشرع للشخص المعنوي بصفة المستهلك، مع أن الشخص المعنوي محكوم بمبدأ التخصيص (le principe de la spécialité)²⁰، فهو لا يوجد إلا لتحقيق هدف أو غرض معين، لذا ينحصر نشاطه في الحدود التي يقتضيها الغرض أو الهدف الذي وجد من أجله، ومن ثم لا يكون صالحا لكسب الحقوق أو تحمل الالتزامات إلا بالقدر اللازم لتحقيق هذا الغرض أو الهدف. وهذا مبدأ عام يشمل كل أنواع الشخص المعنوي²¹. من هنا يمكن تفسير اعتراف المشرع للشخص المعنوي بصفة المستهلك أنه يخص الحالات التي يتعامل فيها الشخص المعنوي ضمن ما يخدم الغرض الذي أنشئ لأجله لكن خارج نطاق تخصصه أو نشاطه الرئيس، كالشركة التي تؤمن على نشاطها أو تشتري نظام إنذار لحماية منشأتها أو تتعاقد مع عيادة بهدف توفير الرعاية الصحية لعمالها مع أنها ليست متخصصة بهذه النشاطات.

- إن افتراض حرص المهني الذي يتعامل لأجل مهنته ولو خارج تخصصه، وكذا وجود قواعد حماية عامة يمكن أن يستند إليها لا ينفي حقه في الحماية الخاصة، إذ لا يمكننا نفي حرص المستهلك على مصالحه الاقتصادية وحقه هو الآخر في أعمال القواعد العامة. كما أن تحديد الاختصاص المهني يكشف ما إذا كان المهني يتصرف خارج تخصصه أم لا، ومن ثم اعتباره مستهلكا أم لا. وهو ما من شأنه ضمان قدر من الأمان القانوني. ومن ثم فلا نرى مانعا من اعتبار المهني الذي يتصرف خارج نطاق تخصصه مستهلكا إعتبارا للضعف الذي يعانيه واستجابة لروح قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

هذا وقد ثار جدل فقهي أيضا بشأن مدى مكنة بسط صفة المستهلك ومن ثم قواعد الحماية على من يفتني سلعة أو خدمة لغرض الاستعمال المختلط المهني وغير المهني، كالمقاول الذي يشتري سيارة بغرض استعمالها في مشاريعه وكذا تنقلاته العائلية. ففيما رأى البعض أن العبرة بالاستعمال الأساسي للسلعة أو الخدمة إعمالا لقاعدة أن الأساسي يُحمل على الثانوي (Le principal L'emport sur

(l'accessoire)، رأى آخرون نفي صفة المستهلك عمن يتصرف ولو جزئيا لأجل حاجاته المهنية تقاديا للغموض و الصعوبات العملية التي قد يثيرها تطبيق القاعدة المذكورة²².

كما ثار الجدل بشأن الشخص الذي يبرم عقدا ضروريا لمهنته المستقبلية، كمن يشتري أو يستأجر محلا تجاريا ليمارس التجارة مستقبلا²³. وفي هذا الصدد اعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن الغرض المهني للمتعاقد كاف لاستبعاد تطبيق قانون حماية المستهلك ولو لم يمارس المتعاقد المهنة بعد²⁴. وقد توسع البعض لدرجة البحث في مدى إمكانية مد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك ليشمل المدخر العادي في علاقته بالبنك، وكذا بائع السلعة أو مقدم الخدمة العرضي (غير المحترف) عندما يتعامل مع مهني مختص في مجال المعاملة كالشخص العادي الذي يبيع سيارته إلى محترف لتجارة السيارات. فالمدخر والبائع في الفرضين السابقين كلاهما غير محترف ويتعامل مع أشخاص محترفين مما يجعلهم في مركز ضعف تعاقدية لا يختلف كثيرا عن مركز المستهلك وإن كان النشاط الاقتصادي لهؤلاء يختلف عن نشاط الاستهلاك²⁵.

هذا و تجدر الإشارة إلى أن القانون رقم 03-09 وإن كان يستهدف حماية المستهلك بمعناه المذكور سلفا، فإن صياغة بعض أحكامه توحى بأنها تسري على كل مقتن للسلعة أو الخدمة مطلقا سواء حاز صفة المستهلك أم لم يحز، مثال ذلك نص المادة 13 (باستثناء الفقرة 4) المتعلقة بالضمان القانوني، وكذا المادة 15 المتعلقة بالحق في التجربة.

كما أن تعلق الكثير من أحكام القانون رقم 03-09 بالسلع والخدمات المعروضة للاستهلاك بصرف النظر عن صفة من يفتنيها كالأحكام المتعلقة بإلزامية النظافة والسلامة وأمن المنتجات، يكفل الحماية في واقع الحال لكل من يفتني سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك مستهلكا كان أو مهنيا، ما من شأنه التقليل من أهمية صفة المستهلك كضابط لتطبيق أحكام القانون رقم 03-09 من الناحية الفعلية. ولعل ذلك ما تعكسه المادة الثانية من هذا القانون حينما ركزت حال تحديدها لنطاق تطبيقه على محل الاستهلاك بدلا من شخص المستهلك.

2- المتدخل:

المتدخل هو الطرف المقابل للمستهلك في علاقة الاستهلاك ومقدماتها وفق تنظيم القانون 09-03، فإذا كان المستهلك هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك وقمع الغش فإن المتدخل هو الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك.

ولقد عرفت المادة 3 من القانون رقم 03-09 المتدخل بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك". ثم عرفت نفس المادة عملية وضع المنتج للاستهلاك بأنها " مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة". كما عرفت المنتج بأنه " كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بالمقابل أو مجانا".

وعليه، فمن خلال الجمع بين هذه التعريفات فإن المتدخل هو "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة سواء تعلق الأمر بالسلع أو خدمات".

ومن ثم فإن مصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة أو الخدمة والمستورد والمخزن والناقل والموزع لها بالجملة أو بالتجزئة. فكل ممتهن لواحد من هذه الأنشطة يعتبر متدخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه تجاريا كان أم لم يكن.

وبالنتيجة فإن تعريف المشرع للمتدخل لا يكاد يختلف عن تعريفه للمحترف (المهني) في المرسوم التنفيذي 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات² بأنه "كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك...".

إن أهم ما يميز المتدخل هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية واقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الاستهلاكية، ما برّر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن من خلال إيقال كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك بالتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الاستغلال السيئ لفارق القدرات.

والمتدخل قد يكون شخصا طبيعيا كما قد يكون شخصا معنويا كالشركات و المؤسسات، على أنه إذا كان دخول الشخص المعنوي الخاص ضمن مفهوم المتدخل أمر لا جدال فيه، فماذا عن المرفق العام، هل يمكن أن يدخل ضمن مفهوم المتدخل ليخضع بذلك لأحكام القانون رقم 03-09؟ يفرق الفقه في هذا الصدد بين المرافق العامة الاقتصادية والمرافق العامة الإدارية.

فبالنسبة للمرافق العامة الاقتصادية (ذات الطابع الصناعي والتجاري) كالمؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز أو المؤسسة الوطنية للمياه أو الاتصالات فقد صارت اليوم في ظل اقتصاد السوق في علاقة تجارية بحتة مع المنتفعين، حيث اضطرت للدخول في معترك المنافسة مع الأفراد والمجموعات الخاصة لاستقطاب الزبائن بعد أن كان توفرهم مضمونا في وقت سابق، مستعملة في ذلك أساليب التسويق الحديثة كالاشهارات وغيرها، حتى أصبح المرفق العام الاقتصادي لا يقدم أداء عاما يهدف إلى تحقيق النفع العام بقدر ما يقدم خدمة أو منتوجا أكثر فردية ويهدف أساسا إلى إرضاء المنتفع²⁶. يضاف إلى ذلك اعتبار المشرع المؤسسات العمومية الاقتصادية شركات تجارية²⁷. كل ذلك يبرر دخولها ضمن مفهوم المتدخل واعتبار المنتفعين من خدماتها مستهلكون يستفيدون من الحماية التي قررها القانون رقم 03-09.

وإذا كان الأمر يبدو محسوما بشأن المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري فهو ليس كذلك بالنسبة للمرافق العامة الإدارية. ومع ذلك يميل جانب من الفقه الفرنسي إلى التمييز بين

المرفاق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بصفة مجانية كمرفق العدالة والشرطة وبين المرفاق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بمقابل كالمستشفيات، فإذا كان الإجماع منعقد على أن الأولى لا تخضع لأحكام قانون الاستهلاك ولا يمكن اعتبار المستفيدين من خدماتها مستهلكون فإن المرفاق العامة الإدارية التي تقدم خدماتها بمقابل يمكن، حسب هؤلاء، إخضاعها لقواعد حماية المستهلك واعتبار المنتفعين من خدماتها لأغراض غير مهنية بمثابة مستهلكين لهم إثارة قواعد قانون الاستهلاك تجاهها. والواقع أن موقف الفقه بشأن التوسع في نطاق تطبيق قانون الاستهلاك ليشمل علاقة المنتفع بالمرفق العام على النحو المذكور ينسجم مع الصيغة العامة والمطلقة التي ورد بها تعريف المتدخل في القانون 03-09، كما وينسجم أيضا مع التوجه الملحوظ من قبل المشرع نحو مد نطاق تطبيق القوانين المتعلقة بالسوق لتشمل الأشخاص العمومية، وذلك على غرار القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي اهتم بتنظيم علاقة الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم وعلاقتهم بالمستهلكين، حيث عرف العون الاقتصادي في المادة 3 منه بأنه " 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"، وكذلك الأمر 03/03 المتعلق بالمنافسة²⁸ الذي أدخل صراحة بموجب المادة 2 منه نشاطات الإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات التي يقوم بها "أشخاص معنوية عمومية" ضمن نطاق تطبيقه. وهذا التوجه ترجمه المشرع الفرنسي أيضا بموجب الأمر الصادر في 01 ديسمبر 1986 المتعلق بحرية الأسعار والمنافسة، كما ترجمته بعض التوجيهات الأوروبية على غرار توجيهه 05 أبريل 1993 المتعلق بالشروط التعسفية²⁹.

هذا ويكتسي مد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش من حيث الأشخاص ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك أهمية من عدة جوانب منها:

- إن المشرع لم يجعل مسؤولية حماية المستهلك شأن المهني المتعاقد مع المستهلك فحسب، وإنما مد نطاق المسؤولية ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك ولو لم تربطه بالمستهلك علاقة تعاقدية، متجاوزا بذلك ما تضمنته المادة 140 مكرر من القانون المدني المقررة لمسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته المعيبة ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية، على اعتبار أن هذه المادة الأخيرة خصت المنتج دون غيره من المتدخلين في عرض المنتج للاستهلاك كالمستورد والناقل والمخزن والموزع بالجملة.
- إن هذه المسؤولية تفتح أمام المستهلك إمكانية الرجوع المباشر (دعوى مباشرة) على أي متدخل في عرض المنتج للاستهلاك، وهو ما يشكل خروجاً عن القواعد العامة التي تقتضي إعمالاً لمبدأ الأثر النسبي للعقد أن يرجع المستهلك على بائع المباشر للمطالبة بحقوقه المترتبة عن العقد دون باقي المتدخلين الذين لم تربطهم به علاقة تعاقدية³⁰.

ومما لا شك فيه أن هذا الحكم الذي تجاهل فيه المشرع مبدأ الأثر النسبي للعقد يوفر حماية مهمة للمستهلك، إذ يمكنه من أن يختار من بين المتدخلين في عملية عرض المنتج للاستهلاك أكثرهم ملاءة، كما يزيد من فرص المستهلك في استقاء حقوقه نظرا لتعدد المدينين تجاهه بهذه الحقوق، فضلا عن تخليص المستهلك من إجراءات وقيود الدعوى غير المباشرة التي كان عليه أن يسلكها ضد بعض المتدخلين عملا بالقواعد العامة.

- إن مد نطاق الحماية ليشمل كل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك من شأنه توسيع نطاق الحماية المستهلك من حيث الزمان، إذ يجعل نطاق الحماية تمتد من مرحلة الإنتاج وصولا لمرحلة الاستهلاك مرورا بمرحلة التوزيع وما يتخلل هذه المراحل من استيراد ونقل وتخزين، مما يجعل مسألة حماية المستهلك مرعية في جميع مراحل العملية الاقتصادية دون تمييز، وهو ما يوسع بدوره مجال رقابة الهيئات الإدارية وجمعيات حماية المستهلك على احترام قواعد حماية المستهلك وقمع الغش.

ثانيا- نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث المحل أو الموضوع :

بحسب المادة 2 من القانون رقم 09-03 فإن أحكام هذا القانون تسري على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، فما المقصود بالسلعة والخدمة كمحل للاستهلاك³¹ في هذا القانون؟

1- السلعة كمحل للاستهلاك :

عرّف القانون رقم 09-03 السلعة بأنها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا ". وبذلك فإن مفهوم الاستهلاك لا يقتصر على الأشياء التي تستهلك بأول استعمال لها كالأغذية، بل يشمل الأشياء ذات الاستعمال المتكرر كالملابس والآلات.

و لقد قصر المشرع مفهوم السلعة على الأشياء المادية، ما يعني استثناء الأموال المعنوية أن تكون محلا للاستهلاك كبراءات الاختراع والعلامات والرسوم والنماذج الصناعية، ولعل العلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة ما يجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة والتقييس التي تتطلب كيانا ماديا لتطبيقها. كما أنها مقترنة بعالم الأعمال إذ لا يتصور أن يقوم شخص بشراء براءة اختراع أو علامة تجارية أو محلا تجاريا لغرض غير مهني³². على أن ثمة من لا يرى مانعا من أن تكون بعض الأموال المعنوية باعتبارها منتوجا ذهنيا محلا للاستهلاك³³.

ويلاحظ أن المشرع في القانون رقم 09-03 لم يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئا منقولا، بخلاف ما كان عليه الأمر في ظل المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة النوعية وقمع الغش الذي عرّف السلعة بأنها " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات مادية ". وهو ما يمكن تفسيره أن لا مانع في نظر المشرع من أن يكون العقار أو المسكن محلا للاستهلاك ويخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش، وذلك ما دعا له البعض³⁴ بالنظر للأهمية التي يحتلها المسكن في حياة الناس اليوم، ولكون العمليات الواردة على العقار

من بيع وإيجار وغيرها أصبح يشرف عليها محترفون متخصصون ما يبرر حماية المستهلك في هذه المجالات.

كما أن المشرع لم يشترط عنصر الجدية في السلعة محل الاستهلاك، ومن ثم فإن السلع المستعملة مشمولة بأحكام القانون رقم 03-09 ويعتبر مستهلكا معنيا بقواعد الحماية من يقتني أشياء مستعملة تلبية لحاجاته الشخصية، وهو موقف وجيه في ظل الإقبال الواسع على هذه التجارة في السوق الجزائرية اليوم.

كما يخرج عن مفهوم السلعة الأشياء التي لا تقبل التعامل فيها إما بحكم طبيعتها أو بحكم القانون والتي لا تصلح أن تكون محلا للحقوق المالية، فمتى كان الشيء ماديا قابلا للتنازل عنه صح أن يكون محلا للاستهلاك سواء تم التنازل عنه بمقابل أو مجانا.

3- الخدمة كمحل للاستهلاك:

عرفت المادة 3 من القانون رقم 03-09 الخدمة بأنها " كل عمل يقدم، غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة " .

وعليه فإن مفهوم الخدمة يشمل كل عمل أو أداء قابلا للتقويم بالنقود، سواء كانت هذه الأداءات ذات طابع مادي كالإصلاح والتنظيف، أو ذات طابع مالي كالتأمين والائتمان، أو ذات طبيعة ذهنية أو فكرية كالعناية الطبية والاستشارات القانونية³⁵ فكل هذه الخدمات يمكن أن تكون محلا للاستهلاك طالما أن غايتها هي سد حاجة شخصه أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به كالخدمات البيطرية.

ولقد تضمنت بعض أحكام القانون رقم 03-09 فكرة "بيع الخدمة" على غرار شمول مصطلح "خدمة ما بعد البيع" للسلع والخدمات على السواء³⁶، وهي فكرة غير مألوفة في لغة القانون لأن الأداءات يقابلها "الأجر" وليس "الثمن"، فالنشاطات المتعلقة بالخدمات لا يكون موضوعها المال لذا لا تدخل في نطاق البيع بمفهومه التقليدي. إلا أن هذا المفهوم ما فتئ يجتاح لغة القانون لاسيما من بوابة القانون الاقتصادي³⁷.

وقد استثنى المشرع صراحة الالتزام بتسليم السلعة من مفهوم الخدمة، وأبقى عليه التزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع في عقد البيع طبقا للمادة 364 من القانون المدني، وذلك تحقيقا للتناسق بين التشريعات³⁸.

هذا وإن ما سبق ذكره بخصوص مدى خضوع المرفق العام لقواعد حماية المستهلك وقمع الغش يصدق على الخدمات التي تقدمها هذه المرافق، حيث يمكن بسط تطبيق أحكام القانون 03-09 على خدمات المرافق العامة الاقتصادية، وكذا الخدمات التي تقدمها المرافق العامة الإدارية بمقابل دون خدماتها المجانية حسبما يقرره جانب من الفقه. وإن كان القانون رقم 03-09 صرح بدخول كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا تحت نطاق تطبيقه ما يزيد من احتمال مكنة دخول حتى الخدمات المجانية للمرفق العام في نطاقه متى انطبق عليها مفهوم الخدمة في هذا القانون .

ثالثا: نطاق تطبيق القانون رقم 09-03 من حيث العقود :

يقصد بالعقد هنا العقد الذي تتم من خلاله عملية الاستهلاك، أي العقد الذي يقتني بموجبه المستهلك السلعة أو الخدمة من المتدخل الأخير في عملية وضع المنتج للاستهلاك وهو عادة الموزع بالتجزئة، ويصطلح الفقه على هذا العقد بـ "عقد الاستهلاك".

وإذا كان الأصل أن عقود الاستهلاك تكون من قبيل عقود المعاوضة والعقود الملزمة لجانبين وتتم بوسائل التعاقد التقليدية، فالى أي مدى يمكن أن تشمل هذه العقود العقود التبرعية و الملزمة لجانب واحد وعقود التجارة الالكترونية ؟

1- تطبيق القانون رقم 09-03 على عقود التبرع والعقود الملزمة لجانب واحد: بالرجوع إلى

المادة 2 من القانون 09-03 نجدها تنص صراحة على أن " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا..."

وهو ما أكدته المادة 3 في تعريفها للمستهلك بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة ... " وكذا تعريفها للسلعة بأنها " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا".

وعليه إذا كان الأصل أن عقد الاستهلاك هو عقد معاوضة وملزم لجانبين كونه يتم غالبا بمقابل، فإنه لا مانع أن يكون عقد تبرع و ملزم لجانب واحد متى كان العرض مجانا. ومن ثم لا يمكن استبعاد تطبيق قواعد حماية المستهلك بدعوى أن العقد يحقق مصلحة اقتصادية للمستهلك كونه متحررا من أي التزام .

على أن التقديم المجاني للسلع والخدمات من طرف المهني ليس بالضرورة من باب التبرع بل يكون الهدف منه أحيانا فائدة بعيدة المدى وهو الغالب في النشاط التجاري، وذلك حينما يستعمل كأسلوب لترويج السلع والخدمات. حيث تعتمد بعض المؤسسات والشركات إلى التوزيع المجاني لنماذج من منتجاتها في المواسم والمعارض التجارية، كما يلجأ البعض إلى أسلوب البيع بالمكافأة وذلك بإعطاء شيء مجاني مع الشيء المبيع، وأحيانا عن طريق الألعاب ومسابقات الحظ التي تنتهي بمنح جوائز للفائزين، بل إن المشرع يفرض أحيانا أن تقدم الخدمة مجانا كالخدمات التي قد يتطلبها تنفيذ الضمان القانوني المكفول للمستهلك بمقتضى المادة 13 من القانون رقم 09-03. وحينئذ يكون العقد ملزما لجانب واحد هو المتدخل المتعاقد دون أن يكون عقد تبرع لانقضاء نية التبرع لدى المتدخل. بل إن عملية الاقتناء قد يتحول تكييفها من عقد إلى تصرف بإرادة منفردة كأن تأخذ شكل وعد لجمهور المستهلكين بجائزة.

وعليه فإن الذين يحصلون على سلع أو خدمات مجانية هم مستهلكون تشملهم قواعد حماية المستهلك رغم أنهم تحصلوا عليها مجانا مادامت قد عرضت للاستهلاك، حتى وإن تم تقديمها من قبل

المهني في سياق أعمال البر والإحسان والتطوع كالتبرع للمؤسسات الخيرية أو دور الأيتام، ذلك ما يستشف من الإطلاق الذي صيغت به أحكام القانون رقم 09-03 بهذا الخصوص.

وبذلك فإن المشرع جعل مناط تطبيق قواعد الحماية هو كون السلعة أو الخدمة موجهة للاستهلاك، دون أن يعبر اهتماما لمضمون التصرف الذي يوظف عملية الاستهلاك إن كان بمقابل أو مجانا. وذلك يفيد أن المشرع يجعل مسألة حماية المستهلك مسألة مبدئية ثابتة تتجاوز الحسابات المالية للعقد، وهو موقف مبرر كون حماية أمن وسلامة المستهلك ورعاية مصالحه المادية والمعنوية المشروعة هدف أسمى من أن يكون محلا للمساومات.

وأخيرا يلاحظ أن المشرع استعمل مصطلح " المقابل " وليس " الثمن "، مما يدل من الناحية النظرية أن عقد الاستهلاك ليس بالضرورة هو عقد بيع، وإنما يجوز أن يكون المقابل الذي يلتزم به المستهلك غير النقود، ما يجوز معه تصور عقد الاستهلاك في صورة عقد مقايضة أو في صيغة وفاء بمقابل.

2- تطبيق أحكام القانون رقم 09-03 في مجال عقود التجارة الإلكترونية:

لقد فرضت التجارة الإلكترونية نفسها لتحدث ثورة جديدة في نطاق أنظمة التجارة في تاريخ البشرية، فعبر شبكة الانترنت أصبح كل شيء قابلا للشراء ببساطة بواسطة أي حاسب آلي متصلا بالشبكة في أي مكان كان، وأضحت مختلف المنتجات المحلية والعالمية تتدفق على المستهلك من ملابس وكتب وموسيقى ومنتجات غذائية وكذا خدمات البنوك والتأمين والنقل والسياحة والاشتراكات في الصحف والمجلات ... وبذلك فتحت شبكة الانترنت أفقا رحبة طليقة من القيود لا تعترف بالحدود أمام ممارسات جديدة للاستهلاك³⁹.

وأمام تقنيات ثورة الاتصالات هذه، و ما نتج عنها من بعد مكاني وجغرافي بين المتدخل والمستهلك يثور التساؤل حول كيفية حماية المستهلك في هذا النوع من التعاقد، ومدى إمكانية تطبيق قواعد حماية المستهلك و قمع الغش في هذا المجال، في وقت لم يخصص المشرع الجزائري تنظيما خاص لحماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية ؟

بالرجوع إلى المادة 2 في القانون رقم 09-03 نجدها تبسط نطاق تطبيق هذا القانون "على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك، وعلى كل متدخل، وفي جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك". فهي بهذا الإطلاق لم تحدد وسيلة محددة يتم من خلالها العرض للاستهلاك، لذا فقد يتم بوسائل العرض التقليدية أو الإلكترونية، وسواء تعلق العرض بسوق تقليدية أو الكترونية.

فالواقع أن المستهلك في مجال معاملات التجارة الإلكترونية هو نفسه المستهلك في مجال المعاملات التقليدية، كل ما هنالك أنه يتعامل عبر وسيط إلكتروني ومن خلال شبكة اتصالات عالمية، ومن ثم يحظى المستهلك الإلكتروني بنفس حقوق المستهلك العادي ويتمتع بنفس الحماية القانونية التي

يقرها له المشرع. على أن يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني وكونه من العقود التي تبرم عن بعد وعبر شبكة الكترونية⁴⁰.

وعليه فان أحكام القانون رقم 03-09 تسري على السلع والخدمات المعروضة سواء بشكل تقليدي أو الكتروني من حيث نظافتها وسلامتها وأمنها وكذا مطابقتها والالتزام بضمان صلاحيتها وخدمة ما بعد البيع المتعلقة بها. على أن تطبيق قواعد حماية المستهلك يكون أيسر حينما يقتصر دور الوسيط الإلكتروني على إبرام العقد فقط، في حين يتم تنفيذ العقد خارج الوسيط الإلكتروني من حيث تسليم السلعة أو تقديم الخدمة ودفع المقابل. وذلك حينما يتعلق العقد بسلع أو خدمات بطبيعتها لا تقبل التداول الإلكتروني كالملابس والسيارات وخدمات النقل والإيواء.

إلا أن الإسقاط قد يتعدّر بشأن السلع و الخدمات الإلكترونية التي بطبيعتها يتم تداولها عبر الوسيط الإلكتروني، فيكون العقد حينئذٍ إلكترونيًا خالصًا مادام يبرم وينفذ الكترونياً، كبيع برامج الإعلام الآلي و البرامج السمعية والبصرية من أفلام وموسيقى ومكتبات إلكترونية يتم تسليمها عبر الشبكة مباشرة عن طريق التحميل أو التمكين من التصفّح. وإن كنا نرى أنها تظل مشمولة بأحكام القانون رقم 03-09 متى عرضت للاستهلاك ولو إلكترونيًا وانطبق عليها وصف السلعة أو الخدمة وفق هذا القانون.

ومع ذلك فان هذا الإسقاط وإن بدا من الناحية النظرية أليًا بسيطًا، فيجب أن لا يحجب عنا حقيقة خصوصية العقد الإلكتروني والوسيط الذي يتم من خلاله، وكونه من العقود التي تبرم عن بعد وعبر شبكة عالمية، مما يثير إشكالات فنية وقانونية قد لا يجدي معها مجرد عملية الإسقاط. وهو ما سعت لتداركه التشريعات المقارنة التي اعتنت بحماية المستهلك في إطار المعاملات الإلكترونية.

خاتمة :

مما سبق نخلص إلى أن المشرع تبنى نطاق تطبيق واسع نسبيًا للقانون رقم 03-09. فمن حيث الأشخاص جعل مسؤولية حماية المستهلك على عاتق كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك، وهو ما استتبع بدوره توسيع نطاق تطبيق أحكامه من حيث الزمان ليشمل جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك بداية بمرحلة الإنتاج وصولاً إلى مرحلة التوزيع بالتجزئة مروراً بمراحل الاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة.

كما أن المشرع وإن تبنى المفهوم الضيق للمستهلك باعتداده معيار الغرض الشخصي كضابط لصفة المستهلك، فان بسط نطاق تطبيق أحكام القانون رقم 03-09 من حيث المحل على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك وسّع من نطاق الحماية ليشمل في الواقع كل مقنن مهما كانت صفته، ما دام يفتني سلعة معدة في الأصل للاستهلاك، وهو ما يهوّن عملياً من أهمية صفة المستهلك كضابط لنطاق الحماية من حيث الأشخاص. بل إن بعض أحكام القانون رقم 03-09 ذاتها تجعل نطاق تطبيقها يشمل كل مقنن دونما اعتبار لصفته، على غرار المادة 13 (باستثناء فقرتها الرابعة) و كذا المادة 15.

كما تتجلى سعة نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك وقمع الغش في كونها تسري على كل اقتناء لسلعة أو خدمة سواء كان بمقابل أو مجانا، ما شأنه دخول عقود التبرع بالإضافة لعقود المعاوضة ضمن طائفة عقود الاستهلاك التي قد تأخذ بدورها شكل عقود التجارة الإلكترونية.

كما يلاحظ أن المشرع لم يعد يشترط أن تكون السلعة محل الاستهلاك منقولاً ما يفيد بسط الحماية لتشمل العقار، كما يبدو أن لا مانع من تطبيق أحكام حماية المستهلك وقمع الغش على المهني الذي يتعاقد لأجل مهنته خارج نطاق تخصصه، لاسيما وأن القانون رقم 09-03 أضيف صفة المستهلك على الشخص المعنوي رغم أن نشاطه محكوم بمبدأ التخصيص.

وإذا كنا من خلال ما سبق قد سعينا لتحديد نطاق تطبيق أحكام حماية المستهلك وقمع الغش، فإننا في ذات الوقت قد حددنا بمفهوم المخالفة المعاملات التي تفلت عن نطاق تطبيق هذه الأحكام، وحينئذ تبقى القواعد العامة للتطبيق لاسيما قواعد القانون المدني و قانون العقوبات هي الملاذ لحماية أطراف هذه المعاملات.

الهوامش :

¹ - القانون رقم 09-03 مؤرخ في 29 صفر 1430هـ الموافق لـ 25 فبراير 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (جريدة رسمية : 15 / 2009).

² - د. السيد خليل هيكل، "تحو قانون إداري للاستهلاك في سبيل حماية المستهلك"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1979، ص 8.

³ - د. السيد محمد السيد عمران، "حماية المستهلك أثناء تكوين العقد"، دار الجامعة، 2003، ص 21.

⁴ - عرف المشرع المستهلك كذلك في المادة 3 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (جريدة رسمية : 41 / 2004) بأنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

⁵ - المرسوم التنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش (جريدة رسمية: 05 / 1990). وهو نص تطبيقي للقانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. ولقد نصت المادة 94 من القانون 09-03 على إلغاء القانون رقم 89-02 وبقاء نصوصه التطبيقية سارية المفعول إلى حين صدور النصوص التطبيقية لهذا القانون التي تحل محلها. وفي كل الأحوال فإن تعريف المستهلك في المرسوم 90-39 يعتبر ملغى ضمناً وقد أعاد تعريفه القانون رقم 09-03 .

⁶ M. Kahloula et G. Mekamcha, " La protection du consommateur en droit Algérien", Revue IDARA, Vol. n° 2-1995, p.15.

⁷ - أنظر: د. محمد بودالي، "حماية المستهلك في القانون المقارن"، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2008، ص 30 وما بعدها.

⁸ - أنظر: د. طرح البهور علي حسن، "عقود المستهلكين الدولية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 141 ما بعدها.

⁹ - د. محمد بودالي، المرجع السابق، ص 32.

¹⁰ - وذلك على غرار المادة (L. 121-1) من قانون الاستهلاك الفرنسي المتعلقة بالسعي التجاري (le démarchage)، و كذا المادة (L. 330) من نفس القانون المتعلقة بتراكم الديون (le surendettement).

¹¹ - "le consommateur et ses contras", collectif, Juris-classeur, 2002, p. 362.

¹² - CJCE, 22 nov.2001,RTD civ. 2002, 291, obs. Mestre et Fages.

¹³ - J. Calais - Auloy et F. Steinmetz, "Droit de la consommation". 7^e éd., Dalloz. 2006. p. 17 et s.

¹⁴ - Ibid., p.11 et s.

¹⁵ -Ibid., p.13.

¹⁶-Ibidem.

¹⁷- Civ. 1^{re} , 24 janv. 1995, D. 1995. sommaire. 229, obs. Delebecque.

¹⁸- Civ. 1^{re} , 17 juill. 1996 , JCP 1996, II, 22747, note Paisant.

¹⁹- J. Calais - Auloy et F. Steinmetz, op.cit., p.12.

20 - أنظر بشأن مبدأ التخصيص :

-Léon Michoud, "La théorie de la personnalité morale", Tome 2, 2^e éd., L.G.D.J, 1924, p. 143 et s.

²¹- د. رمضان أبو السعود و د. محمد حسين منصور، "المدخل للعلوم القانونية"، منشورات الحلبي الحقوقية، 2003، ص 354.

²² - J. Calais - Auloy et Steinmetz, op. cit., p. 10.

²³ - Ibidem.

²⁴ - Civ. 1^{re} , 10 juill. 2001, D. 2002. sommaire. 932, obs. Tournafond.

²⁵ - J. Calais - Auloy et Steinmetz, op. cit., p.14 -15.

26 - المرسوم التنفيذي رقم 90-266 مؤرخ في 51 سبتمبر 1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات (جريدة رسمية : 40 / 1990) وهو من النصوص التطبيقية للقانون 89-02 الملغى.

27- د. محمد بودالي، المرجع السابق، ص33 وما بعدها .

28- أنظر المادة 2 من الأمر رقم 01-04 المؤرخ في 20 أوت 2001 المتعلق بتنظيم المؤسسات العمومية الاقتصادية وتسييرها وخصوصيتها، (جريدة رسمية : 47 / 2001).

29 - الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم (جريدة رسمية : 43/2003)

30- J. Calais -Auloy et F. Steinmetz, op. cit., p.6 .

31- أنظر : د. جمال النكاس ، "حماية المستهلك وأثرها على النظرية العامة للعقد في القانون الكويتي"، مجلة الحقوق الكويتية، جامعة الكويت، السنة 13، عدد 2، ص 112.

32 - د. طرح البحور علي حسن، المرجع السابق، ص 154 (الهامش).

³³- C. Caron, "le consommateur en droit de l'auteur", Mélanges J.Calais Auloy, Dalloz, 2004, p.245.

34- د. محمد بودالي، المرجع السابق، ص 29.

³⁵ - J. Calais Auloy et f. Steinmetz, op. cit. p. 8 .

36 - حيث تشمل خدمة ما بعد البيع بحسب المادة 16 من القانون 09-03 كل منتج معروض في السوق، فيما يستغرق مفهوم المنتج بحسب المادة 3 من نفس القانون السلع والخدمات.

37 - أنظر بشأن فكرة "بيع الخدمة" :

- Savatier, La vente de service, D. 1971. chronique. 223.

38 - د. محمد بودالي، المرجع السابق، ص 30.

39 - د. أسامة أحمد بدر، " حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني"، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 20.

40 - د. خالد إبراهيم ممدوح، "حماية المستهلك في المعاملات الالكترونية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص 19.