

جامعة باتنة 1 – الحاج لخضر-  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المدة: ساعة ونصف

السنة ثانية ماستر: تخصص تسويق الخدمات

التاريخ: 2024/01/27

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول في مقياس قانون حماية المستهلك

السؤال الأول: (05)

1- عرف المصطلحات التالية: المستهلك، العلاقة الاستهلاكية، أطراف العلاقة الاستهلاكية في التشريع الجزائري. (03.50)

- تعريف المستهلك: عرفته المادة 1/3 من القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش على أنه: "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". (01.00ن)  
- تعريف العلاقة الاستهلاكية: هي ذلك العقد الذي يبرمه المستهلك مع أحد المتدخلين في السوق قصد الحصول على سلعة أو خدمة معينة يقدمها هذا الأخير. و يستوي أن يكون هذا العقد مكتوبا أو غير مكتوب، مسمى أو غير مسمى. (01.00ن)

- يتمثل أطراف العلاقة الاستهلاكية في الآتي: (01.50ن)

- الطرف الأول –المستهلك: يتبين من خلال تعريف المستهلك، أن المشرع الجزائري قد تبني المفهوم الفقهي الضيق في تعريفه للمستهلك، و مفاده: "أن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل أو يستعمل منتجات لأغراض غير مهنية، أي أنه الشخص الذي يستعمل أو يقتني أموالا أو خدمات لإشباع حاجته الشخصية أو حاجة غيره أو حاجة حيوان يكفله، فلا يكسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه أو حرفته".

- الطرف الثاني –المتدخل: الطرف الثاني في العلاقة الاستهلاكية فهو المتدخل، فقد عرفته المادة 03 من القانون 03-09 بأنه: "المتدخل، كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك".

حيث اعتبر هذا التعريف المتدخل بأنه الشخص الذي يتدخل لوضع المنتجات سلعا كانت أو خدمات للاستهلاك، والتي يقصد بها حسب ذات المادة: "عملية وضع المنتج للاستهلاك: مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد، التخزين، النقل و التوزيع بالجملة أو بالتجزئة".

و بالتالي تعتبر كل مرحلة من مراحل الحلقة الاقتصادية باستثناء مرحلة الاستهلاك النهائي بمثابة وضع للمنتج للاستهلاك، و منه من يقوم بأي مرحلة من هذه المراحل فهو متدخل و يخضع لأحكام قانون حماية المستهلك.

- الطرف الثالث-محل العلاقة الاستهلاكية: يقصد بمحل العلاقة الاستهلاكية الشيء الذي يضعه المتدخل للاستهلاك و يتعاقد عليه مع المستهلك قصد القيام هذا الأخير باستهلاكه استهلاكاً نهائياً و هو المنتج، حيث عرف المشرع الجزائري هذا الأخير بموجب المادة 03 من القانون 03-09 بأنه: "المنتج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً".

و عليه تنقسم المنتوجات إلى سلع و خدمات، شريطة أن تكون هذه السلع و الخدمات قابلة للتنازل بصفة مؤقتة عن طريق البيع أو الهببة مثلاً، أو بصفة نهائية عن طريق الإيجار والإعارة مثلاً.

2- هل يصنف المشتري الذي يشتري سلعة لإعادة بيعها مستهلكاً أو متدخلاً في التشريع الجزائري؟  
الإجابة مع التعليل. (01.50ن)

لا يصنف المشتري الذي يشتري سلعة لإعادة بيعها مستهلكاً و إنما يصنف متدخلاً، بأن المستهلك هو الشخص الذي يقتني السلع و الخدمات لغرض الاستهلاك النهائي غير المهني أو الاستعمال أو الاستخدام الشخصي الذي يشبع به حاجاته الخاصة أو العائلية فقط.

و هذا ما أكدته و تعريف المستهلك في القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش في مادته الثالثة، و التي يتبين من خلالها أن المشرع الجزائري قد تبنى المفهوم الفقهي الضيق في تعريفه للمستهلك، و مفاده: "أن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يحصل أو يستعمل منتجات لأغراض غير مهنية، أي أنه الشخص الذي يستعمل أو يقتني أموالاً أو خدمات لإشباع حاجته الشخصية أو حاجة غيره أو حاجة حيوان يكفله، فلا يكسب صفة المستهلك من يتعاقد لأغراض مهنته أو مشروعه أو حرفته".

فالمعيار الذي اعتمده هذا الاتجاه و الذي أخذ به المشرع الجزائري أيضاً و عبر عنه بمصطلح الاستهلاك النهائي هو معيار الغرض من التصرف، و الذي ميز بموجبه بين فئة المتدخلين و فئة المستهلكين و هو محل الحماية بموجب قانون حماية المستهلك.

السؤال الثاني: ما هي أهم المخالفات التي تمس فعالية الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك؟  
يمكن إجمال أهم المخالفات التي تمس فعالية الالتزام بالإعلام فيما يلي: (04.00ن)

1- مخالفة النظام القانوني للوسم: إذا امتنع المتدخل عن وضع الوسم أو خالف شروط الوضع كأن يكتب بلغة غير اللغة العربية أو بخط تتعذر قراءته أو فهمه، فهو بذلك قد خالف النظام القانوني للوسم وبالتالي قامت في شأنه المسؤولية الجنائية.

2- الإشهار غير المشروع: التضليل يتوقف على وجود كذب في الإعلان، أي تغيير الحقيقة فيما يتعلق بتعريف المنتج أو الخدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته. شرط أن يكون الكذب مضللاً للمستهلك المتوسط الذكاء والاحتياط، فالقانون لا يحمي المغفلين، وهذا هو الفاصل بين التضليل والمبالغة في الإعلان المباحة.

3- عدم الإعلام بالأسعار: أي سلوك سلبي صادر عن البائع و المتمثل في الامتناع عن بيان نوع و سعر السلعة أو الخدمة، أو الامتناع عامة عن القيام بالالتزامات المفروضة عليه قانوناً السابق بيانها أعلاه فإنه يتعرض للمساءلة الجنائية طبقاً لنص المادة 31 من نفس القانون، و تتحقق الجريمة سواء امتنع التاجر عن الإعلام كلية أو أعلن عنها بطريقة تخالف القانون.

و تتعلق جريمة عدم الإعلام بالأسعار بجريمة أخرى تتشابه معها ألا و هي جريمة الفاتورة المنصوص عليها في القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، و ذلك بمقتضى المواد من 10 إلى 13 من نفس القانون.

4- عدم الإعلام بشروط البيع: يتمثل في الامتناع عن إخبار المستهلك عن مميزات المنتج أو الخدمة و شروط البيع الممارس، و كذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة. و امتناعه أيضاً عن تضمين شروط البيع بين الأعوان الاقتصاديين و كفاءات الدفع و الحسوم و التخفيضات و المسترجعات.

**السؤال الثالث:** منح قانون حماية المستهلك و قمع الغش دوراً للجمعيات المدنية في حماية المستهلك و تحقيق سلامته. عرف جمعيات حماية المستهلك، مبينا أهم وظائفها. (04.00ن)  
عرف القانون رقم 03-09 في مادته 21 جمعيات حماية المستهلك على أنها : "جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه، تحسيسه، توجيهه و تمثيله، يمكن أن يعترف لجمعيات حماية المستهلك المذكورة في الفقرة أعلاه بالمنفعة العمومية ضمن الشروط و الكفاءات المنصوص عليها في التشريع و التنظيم الساري المفعول". (01.00ن)

تتمثل أهم وظائف غير الربحية التي تمارسها جمعيات حماية المستهلك في الآتي: (03.00)

1- الإعلام و التحسيس: تهدف جمعيات حماية المستهلك في إطار سعيها إلى ضمان أكبر قدر من الحماية لهذا الأخير من المتدخلين في السوق، إلى تقديم القدر الكافي من المعارف و المعلومات المتعلقة بعملية الاستهلاك من بينها الحقوق المكفولة للمستهلك قانونا و التي تمثل التزامات تقع على عاتق المتدخل، كما تستهدف أيضا تحسيس المستهلك و إشعاره بكافة الأخطار التي قد يتعرض إليها أثناء عملية الاستهلاك، على أن تمارس هاتين الوظيفتين من خلال جميع الوسائل المتاحة قانونا من بينها قيامها بتنظيم حملات تحسيسية و توعوية و كذا باستخدام وسائل الاتصال الرقمية على غرار شبكة الأنترنت و الرسائل القصيرة عبر الهاتف.

2- التوجيه: تعنى جمعيات حماية المستهلك أيضا بوظيفة توجيه المستهلك و إرشاده نحو المنتوجات الأكثر تحقيقا لرغباته الاستهلاكية المشروعة سلعا كانت أم خدمات، كما ترشده أيضا إلى إتباع سلوكيات استهلاكية سليمة تضمن له قدر كافي من الحماية و الحصول على الحقوق، كما توجهه أيضا إلى الوسائل القانونية المتاحة له للحصول على هذه الحقوق في حالة تعرضه إلى أي شكل من أشكال المساس بها من قبل المتدخلين على غرار الإجراءات القضائية التي يتبعها.

3- تمثيل المستهلك: يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تمثل المستهلكين أما القضاء في حالة وقوع نزاع بينهم و بين أحد المتدخلين، حيث نصت المادة 23 من القانون 03-09 على أن : "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

حيث أتاح المشرع الجزائري بموجب نص هذه المادة لجمعيات حماية المستهلك أن تتأسس كطرف مدني باسم المستهلك أو عدة مستهلكين تعرضوا لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل أثناء عرضه للسلع و الخدمات للاستهلاك و ذات أصل مشترك أي أن سببها هو إخلال هذا المتدخل بنفس الالتزام، على أن يكون هذا التمثيل مرتبطا بتوكيل من قبل المستهلك المتضرر أو مستهلكين اثنين على الأقل إذا ما تعلق الأمر بدعوى جماعية.

بالتوفيق للجميع