

ثانيا- نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03 /09

حددت المادة 02 من القانون 03/09 نطاق تطبيق أحكام هذا القانون: " على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجانا و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك".

و عليه يمكن تحديد نطاق تطبيق قواعد حماية المستهلك و قمع الغش من حيث الأشخاص و من حيث المحل و من حيث العقود.

أ -نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك 03/09 من حيث الأشخاص

طبقا لقانون حماية المستهلك و قمع الغش، فإن المدين بالالتزام هو المتدخل، أما الدائن الجدير بالحماية فهو المستهلك

1- المستهلك:

إن معيار تحديد صفة المستهلك حسب المادة 03 من قانون 03/09 هو: "الغرض من الإقتناء"، أي لسد حاجة شخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به أي أن يكون الغرض غير مهني. و يؤكد ذلك أن المشرع نص في هذا التعريف على أن تكون السلعة أو الخدمة المقتناة موجهة للاستعمال النهائي الاستهلاكي، و هذا ما يعني نفي صفة المستهلك عن يفتني سلعاً أو خدمات موجهة للاستعمال الوسيط، كإعادة التصنيع و الإنتاج و الإستثمار. و عليه فإن المعايير التشريعية لتحديد مفهوم المستهلك سواء كان شخص طبيعى أو شخص معنوي:

- المستهلك يكون شخصا طبيعيا أو معنويا : رغم أن الغالب هو كون المستهلك شخصا طبيعيا ، إلا أنه يمكن أن يتسع نطاق الأشخاص الداخلين في عملية الاستهلاك ليشمل الأشخاص الاعتباريين كالجمعيات ذات النشاطات غير مالية.

- يفتني بمقابل أو مجانا : لا تقتصر عقود الاستهلاك على العقود التي تكون بمقابل ، حيث أن المشرع لم يمانع في إدخال عقود التبرع التي تكون مجانية ضمن طائفة العقود التي يتوجب حماية المستهلك فيها، و غالبا لا تكون هذه السلع و الخدمات المقدمة من طرف المتدخل من باب التبرع ، و إنما لها أهداف بعيدة المدى تنحصر غالبا في الترويج للمنتج.

كما يلاحظ استعمال المشرع لمصطلح " بمقابل " بدل " الثمن " ، و هو ما يدل على عدم انصراف عقود الاستهلاك إلى عقد البيع فقط ، و إنما يمكن أن يكون المقابل غير النقود كعقد مقايضة أو صيغة وفاء بمقابل .

- **سلعة أو خدمة :** و قد جمعها المشرع تحت مصطلح المنتج ، حيث تنص المادة 03 من الفقرة 10 من القانون 03/09 " المنتج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا " .

- **الاستعمال النهائي :** وهو المعيار الحقيقي للترقة بين المستهلك و المتدخل أو المحترف ، حيث يعتبر الاستعمال النهائي للمنتج شرطاً ضرورياً لاعتبار المقتني مستهلكاً ، أي تنتهي عنده الدورة الاقتصادية للسلعة أو الخدمة و هذا واضح من العبارة: "لإشباع احتياجاته الشخصية أو العائلية " .

- **تلبية حاجيات المستهلك أو حيوان يتكفل به :** نصت الفقرة الأولى من المادة 03 في تعريفها للمستهلك على أن الاقتناء يكون لتلبية حاجيات الشخص المقتني أو شخص آخر أو حيوان يتكفل به ، و بالتالي فلا تقتصر الحماية على الطرف المتعاقد مع المحترف ، بل تشمل كل شخص تحصل على المنتج ما دام أنه يدخل ضمن طائفة المستهلكين ، و بالتالي فالعبرة هنا بالمنتج محل الالتزام أكثر منه بالطرف المستفيد منها .

وأدخل المشرع الحيوان ضمن الطائفة المعنية بالحماية لما حظي به من اهتمام على الصعيد الدولي ، خاصة بعد الإعلان عن حقوق الحيوان من قبل منظمة اليونسكو سنة 1978 ، وهنا يجب الإشارة إلى عدم دخول مربّي الحيوانات لأغراض تجارية ضمن مفهوم المستهلك .

- **مستهلك يتصرف لأغراض ليس لها ارتباط بنشاطه المهني :** و هذا ما يبرر استبعاد المهني من نطاق حماية المستهلك .

2- المتدخل

يعد المتدخل الوصف المقابل للمستهلك في قانون حماية المستهلك و قمع الغش فهو المدين في مواجهة المستهلك الذي يعتبر دائناً، و هو يشمل جميع الأشخاص الذين شاركوا في العملية الإنتاجية بدءاً من المنتج وصولاً إلى العارض النهائي لسلعة أو الخدمة.

فإذا كان المستهلك هو المستفيد من قواعد حماية المستهلك و قمع الغش فإن المتدخل هو الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للاستهلاك.

عرفه المشرع الجزائري في المادة 1 / 2 من المرسوم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات تحت مسمى المحترف بأنه " كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو موزع و على العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك " .
إلا أنه من خلال التعديل تم إلغاء النص من خلال المادة 03 من قانون 03-09 و اكتفى بتصنيفهم إلى صنفين متدخل شخص طبيعي ومتدخل شخص معنوي.

لقد عرفت المادة 03 من قانون 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 و الإستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و بالتجزئة".

و عرفت نفس المادة في الفقرة 08 و 09 الإنتاج بأنه: " العمليات التي تتمثل في تربية المواشي و جمع المحصول و الجني و الصيد البحري و الذبح و المعالجة و التصنيع و التحويل و التركيب و توضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه و هذا قبل تسويقه الأول".

و عليه فإن مصطلح المتدخل يشمل المتدخل المنتج، الوسيط ، الموزع، المستورد، التاجر بالجملة و التاجر بالتجزئة.

بالإضافة المورد الإلكتروني المنصوص عليه ضمن القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية رقم

05-18 .

- المنتج :

تعددت التعاريف المتعلقة بالمنتج ، فمنهم من يعرفه بأنه " الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يقوم بإنتاج أشياء متماثلة ، تتطلب توافر خبرات فنية تتطابق و معطيات العلم التي تكون في متناول يديه حقيقة أو ظاهريا بواسطة غيره و الذي يفترض فيه أنه قد حاز و لو بدرجات متفاوتة ثقة أقرانه في كفاءته " .

في حين يعرفه البعض الآخر بأنه " صانع السلعة الذي تتوفر لديه معلومات كافية عن حقيقة السلعة التي تقوم بإنتاجها من حيث مكوناتها و خصائصها و تركيبها الدقيقة وطريقة استعمالها و الأخطار التي تحيط بهذا الاستعمال "

والمنتج الذي يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار في هذه الحالة لترتيب مسؤوليته هو المنتج النهائي للسلعة بالحالة التي وصلت إليها للمستهلك .

- **الوسيط :** لا نجد تعريفا له في القانون الجزائري غير أنه يمكن اعتباره بمثابة السمسار، حيث يركز عمله في إرشاد من تعاقد معه إلى فرصة لعقد اتفاق ما .

- **الموزع:** و هو كل شخص ساهم في تسويق المنتج في إطار مهني.

و يعرف المرسوم التنفيذي 39-90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش التسويق بأنه: " مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة و نقلها و حيازتها و عرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا..."

- **المستورد :** هو كل من يقوم بعملية استيراد المنتجات من الخارج إلى الجزائر، و يعتبر من المتدخلين نظرا لموقعه الحساس ضمن العملية الإنتاجية و ذلك عندما يدخل إلى أرض الوطن منتجات خطيرة أو غير مطابقة للمواصفات.

و لقد نظم المشرع الجزائري السلع المستوردة بالمرسوم التنفيذي 345/96 حدد من خلاله شروط تداوله و نقله وتخزينه .

- **التاجر بالتجزئة :** و هو آخر شخص يكون المنتج في ذمته قبل انتقاله إلى المستهلك، هذا ما لم يكن تاجرا بالجملة ، وغالبا ما يكون رجوع المستهلك عليه مباشرة بما أنه هو الذي يعرفه المستهلك مباشرة..

- **المورد الإلكتروني:** عرفته المادة 06 الفقرة 4 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية على أنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية "

نستخلص في الأخير أن التمييز بين المستهلك و المتدخل يكمن في كون هذا الأخير يتصرف لتلبية حاجات مهنته أو حرفته خلاف المستهلك الذي يقدم على اقتناء أشياء لسد حاجاته الشخصية و العائلية. أي الاستعمال النهائي للمنتج أو الخدمة.

ب- نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك من حيث المحل " الموضوع ":

تمثل المنتجات التي يتم اقتناؤها من أجل الاستعمال النهائي موضوع هو محل التزام الحماية التي أقرها المشرع لصالح المستهلك بصفته دائما في مواجهة المتدخل المدين بالحماية. و

هذا ما تنص عليه المادة 02 من قانون حماية المستهلك: " تطبق أحكام هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك بمقابل أو مجاناً....".

فأحكام هذا القانون تطبق على المنتجات التي قد تكون سلعا أو خدمات معروضة للاستهلاك و هذا ما نصت عليه المادة 10/3 بقولها: " المنتج: كل سلعة أو خدمة يمكن أن تكون موضوع التنازل بمقابل أو مجاناً .

1- السلعة كمحل للاستهلاك:

عرف المشرع السلعة في المادة 17/3 من قانون 03/09: " السلعة: كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً"

يفهم من هذا النص أن المشرع حصر مفهوم السلعة في الأشياء المادية دون المعنوية (كبراءة الاختراع و العلامات و الرسوم و النماذج الصناعية)، و العلة في ذلك ترجع إلى أنه من غير الممكن أن يقتني شخص براءة الاختراع بغرض غير مهني.

كما أنه لم يشترط المشرع في قانون 03/09 أن تكون السلعة محل الاستهلاك شيئاً منقولاً، بخلاف ما كان عليه الأمر في المرسوم التنفيذي 39/90 الذي عرف السلعة بأنها: " كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات مادية"

و هو ما يمكن تفسيره أن لا مانع في نظر المشرع من أن يكون العقار محلاً للاستهلاك و يخضع بالتالي للحماية الخاصة التي يقرها قانون حماية المستهلك و قمع الغش.

إضافة إلى ذلك فإنه لا يمكن قصر مفهوم السلعة على المنقولات المادية التي تهلك فوراً، بل يجب أيضاً أن يمتد التعريف إلى المنقولات المعمرة و التي تستغرق مدة معينة كالسيارات و الأجهزة الكهرومنزلية و الآلات و التجهيزات استناداً إلى نص المادة 13 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش.

2- الخدمة كمحل للاستهلاك

و هي منتج يخضع لقانون حماية المستهلك، و يقصد بها الأنشطة الاقتصادية غير المجسدة في صورة سلعة مادية، و إنما تقدم في صورة خدمة أو نشاط مفيد لمن يطلبه مثل: الخدمات المالية من البنوك و شركات التأمين و أسواق المال و خدمات النقل البري و البحري و

الجوي....، كما قد تكون ذات طبيعة ذهنية كالعلاج الطبي و الإرشادات و الإستشارات القانونية التي يقدمها المحامي

و قد عرفت المادة 17/3 من قانون 03/09 الخدمة بأنها: " كل عمل يقدم غير تسليم السلعة، حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".
و عرفت المادة 5/2 من قانون 06/03 المتعلق بالعلامات على أنها: " كل أداء له قيمة إقتصادية".

أما المادة 5/2 من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش على أنها: " كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج و لو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

الملاحظ على هذه النصوص التشريعية و التنظيمية اتفاقها على اعتبار الخدمة هي تلك التي تشمل جميع النشاطات باستثناء عملية تسليم المنتج.

و عليه فإن الإلتزام بتسليم السلعة يخرج من مفهوم الخدمة فهو إلتزام مستقل يقع على أحد المتعاقدين و هو البائع أو المحترف في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني وذلك تحقيقا للتناسق بين التشريعات.

يجب التمييز بين نوعين من الخدمات ، خدمات مالية مثل القرض و التأمين و تقديم الاستشارات ، و خدمات مادية مثل : الخدمات الطبية و الفندقية و خدمات التنظيف ، غير أنه و من خلال التطور التكنولوجي برزت إلى السطح خدمة اجتاحت مختلف الميادين و تتمثل في خدمة الانترنت ، فهل تدخل هذه الخدمة في نطاق أحكام الإلتزام بالضمان؟.

ت - نطاق تطبيق قانون 03/09 في مجال عقود التجارة الإلكترونية

امام تقنيات ثورة الإتصالات و ما نتج عنها من بعد مكاني و جغرافي بين المتدخل و المستهلك يثور التساؤل حول كيفية حماية المستهلك في هذا النوع من التعاقد و مدى إمكانية تطبيق قواعد حماية المستهلك و قمع الغش في هذا المجال في وقت لم يخصص المشرع الجزائري تنظيما خاصا لحماية المستهلك في مجال المعاملات الإلكترونية.

بالرجوع إلى المادة 02 من قانون 03/09 فإنها تبسط نطاق تطبيق هذا القانون على كل سلعة أو خدمة معروضة للاستهلاك و على كل متدخل و في جميع مراحل عملية العرض للاستهلاك.

و عليه لم يحدد هذا النص وسيلة يتم من خلالها العرض للاستهلاك، لذا فقد يتم بوسائل العرض التقليدية أو الإلكترونية. فالمستهلك في مجال معاملات التجارة الإلكترونية هو نفسه في مجال المعاملات التقليدية، كل ما في الأمر أنه يتعامل من خلال شبكة اتصالات عالمية عبر وسيط إلكتروني.

ومن ثم يحظى المستهلك الإلكتروني بنفس حقوق المستهلك العادي و يتمتع بنفس الحماية القانونية على أن يؤخذ بعين الاعتبار خصوصية العقد الإلكتروني كونه من العقود التي تبرم عن بعد عبر شبكة إلكترونية.

و عليه فإن أحكام القانون 03/09 تسري على السلع و الخدمات سواء بشكل تقليدي أو إلكتروني، 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 و دفع المقابل، و ذلك عندما يتعلق العقد بسلع أو خدمات بطبيعتها لا تقبل التداول الإلكتروني كالملابس و السيارات و خدمات النقل و الإيواء.

على أن الإسقاط يتعذر بشأن السلع و الخدمات الإلكترونية التي بطبيعتها يتم تداولها عبر الوسيط الإلكتروني كبيع برامج الإعلام الآلي و البرامج السمعية و البصرية التي يتم تسليمها عبر الشبكة مباشرة عن طريق التحميل أو التمكين من التصفح.

عرف المشرع الجزائري المستهلك الإلكتروني في المادة 3/6 من قانون 05-18 المتعلق بالتجارة الإلكترونية: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع عن طري الاتصالات الإلكترونية من المورد الإلكتروني بغرض الإيتخدام النهائي".

كما عرف المورد الإلكتروني في المادة 4/6 من ذات القانون بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير السلع أو الخدمات عن طريق الاتصالات الإلكترونية".

نستنتج من النصين السابقين مايلي:

- يتميز المستهلك الإلكتروني عن نظيره التقليدي في الإستعانة بالإتصالات الإلكترونية من قبل شخص تتوفر فيه صفة المورد الإلكتروني، أما في غير ذلك فإن تعريفه يتطابق مع تعريف المستهلك الإلكتروني.

كما أنه تم إسقاط عبارة " من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به " و التي تفيد الغرض الشخصي من اقتناء و استعمال المنتج و الذي يضيق من مفهوم المستهلك مما يفيد توسع المشرع الجزائري في مفهوم المستهلك الإلكتروني.

- استعمل المشرع الجزائري لفظ مختلف من أجل التعبير عن المتدخل و هو المورد الإلكتروني. وسع المشرع في مفهوم المتدخل في ظل قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك، أين أضفى هذه الصفة على كل شخص يتدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك، و يستوي أن يكون منتجا أو حرفيا أو تاجرا أو مستوردا أو ناقلا.

بينما ضيق هذا المفهوم في قانون التجارة الإلكترونية و اقتصره على الشخص الذي يقوم بتسويق أو اقتراح توفير المنتجات عن طريق الإتصالات الإلكترونية و هذا كون أن المراحل السابقة على عرض و تسويق المنتج ترتبط بالعالم المادي.