



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة حمه لخضر الوادي

كلية الحقوق و العلوم السياسية



مسؤولية مقدم الخدمة في القانون الجزائري

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في ميدان الحقوق

تخصص: قانون أعمال

تحت اشراف الأستاذ :

د/محمودي بشير

إعداد الطالب:

ذهب أحمد

لجنة المناقشة :

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د/دريس كمال فتحي	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	رئيسا
د/محمودي بشير	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مشرفا ومقررا
أ/حسن بوخزنة	جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي	مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

إلى رمز الحنان إلى من تعبت في تربيّتي إلى من منحتني القوة والحياة اليك أُمي العزيزة
حفظك الله وأطال عمرك

إلى الذي علمني معنى الحياة بكده وجهده إلى أبي الغالي
إلى من تربيّت وترعرعت بينهم إخوتي وأخواتي كل واحد باسمه
إلى كل الأصدقاء والى كل من ساهم في هذا العمل من قريب أو بعيد

شكر وتقدير

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

نشكر الله الذي وهبنا القوة والبحث وسهل لنا طريق النجاح.

نتوجه بخالص الشكر والتقدير والعرفان والامتنان

إلى المشرف الدكتور " محمودي بشير " التي تابع عملنا هذا ولم يبخل علينا

بنصائحه وتوجيهاته القيمة والمفيدة

قائمة المختصرات

الاختصار	الشرح
ج ر	الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية
ص	الصفحة
ص، ص	من صفحة إلى صفحة
ق إ م	قانون إجراءات مدنية
ق م ج	قانون مدني جزائري
د س	دون سنة نشر
د ط	دون طبعة

مقدمة

مقدمة

إن نظرية المسؤولية المدنية عرفت ولا تزال تعرف تطورات ملحوظة، فرضتها معطيات إيديولوجية، اجتماعية وأخرى اقتصادية، ومما لا شك فيه أن التقدم العلمي والتكنولوجي الحاصل في المجتمعات والمنتزاد بشكل مثير للاهتمام، كان مصدرا لأنواع جديدة من الأضرار تسببت فيها المنتجات. فمع التقدم التقني وتطور الاستهلاك، وما قابله من تطور في أساليب الدعاية والإعلان عن هذه المنتجات - والذي قد يكون مضللا أحيانا، ومنطويا على مغالطات علمية أحيانا أخرى، بغرض تحقيق أقصى ربح لحساب من تخدمهم هذه الدعاية المضللة وأصبح اعتماد الناس على هذه المنتجات أمرا أساسيا، على الرغم من الأخطار التي تتهددهم ، سواء في أرواحهم أو في أموالهم الأخرى.

فكانت الأضرار التي أصابت المستهلكين من جراء هذه المنتجات المعيبة الدافع إلى البحث عن مسؤولية الأشخاص الذين هم مصدر هذه المنتجات ، والمتمثلين أساسا في الصناع والموزعين، وشيئا فشيئا ظهرت "مسؤولية المنتج" لتضاف إلى دائرة أشخاص المسؤولية المدنية في العصر الحالي .

ولحماية المستهلك في مواجهة مقدمي الخدمات، تدخلت معظم التشريعات لإقرار المسؤولية المدنية لمقدمي الخدمات هذه الأخيرة التي تمثل تطورا و توسعا عميقا في مجال المسؤولية الأم، باعتبار أن هذا النوع من المسؤولية الذي يطلق عليه مسؤولية مقدمي الخدمات يجسد فرعا جديدا وأصيلا في تلك المسؤولية الأم، لذلك فإن قواعد هذه الأخيرة تتبوأ مركزا هاما في النظام القانوني، فهي تحت ضغط الحياة الحديثة الأكثر تطورا نحو الآلية و نحو الاتساع، تحاول أن تشغل مركز القانون المدني ومن ثم مركز القانون كله إليها نرجع في كل مادة و في جميع الاتجاهات، في القانون الخاص كما في القانون العام، و في نطاق الأشخاص كما في نطاق الأموال، حتى ليحق لنا القول أنها باتت مركز الأهمية من جميع

النظم القانونية، وليس هذا فقط بالنسبة للمسؤولية التقصيرية التي توسع نطاقها إلى علاقات لم يكن يتصور فيها مجاوزتها إليها، بل حتى بالنسبة للمسؤولية العقدية التي أخذت طريقها في التوسع لاسيما في مجال القضاء، لذا يعتبر موضوع المسؤولية المدنية لمقدمي الخدمات و أثرها في حماية المستهلك من المواضيع المهمة والبارزة في وقتنا الحالي.

لقد تأثر المشرع الجزائري بجميع التحولات بعد دخوله اقتصاد السوق و المنافسة الحرة في بداية التسعينيات، حيث اهتم بحماية ضحايا حوادث الاستهلاك من خلال تنظيم دراسات وملتقيات وتهيئة كل الآليات الفعالة لتحقيق هذه الحماية، و توفير السلامة لمستعملي السلع والخدمات، وإصدار ترسانة من النصوص التشريعية و التنظيمية، حيث كانت بدايتها إصدار القانون رقم 89/02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك و الذي يعد أول لبنة في إرساء نظام قانوني يحقق هذه الحماية، بعد أن كان الأمر مقتصر على القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني سواء تلك المتعلقة بالنظرية العامة للالتزام أو تلك المتعلقة بالمسؤولية التقصيرية والتي أثبتت قصورها في هذا المجال، ثم تلتها العديد من المراسيم التنفيذية تصب كلها في مجال وضع الضمانات التي تكفل حماية المستهلك، و لم يتوقف المشرع الجزائري عند هذا الحد و إنما سعى إلى مواصلة جهوده من أجل سد الفراغ التشريعي حيث استحدث نص المادة 140 مكرر بموجب تعديله للقانون المدني في 2005م، و التي أقر فيها مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة، و مسؤولية الدولة عن تعويض الأضرار الجسمانية بفعل المنتجات في حال انعدام المسؤول، و في مرحلة أخرى تم إلغاء القانون رقم 89/02 ليستبدل بالقانون رقم 09/03 هذا الأخير الذي أحدث تطورا في مجال حماية المستهلك وقمع الغش.

أهمية الموضوع:

يستمد هذا الموضوع أهميته من غزو السوق الجزائرية وإغراقها بالخدمات وما رافقه من أضرار ومخاطر مهددة لسلامة وأمن المستهلك لعدم مطابقتها للمواصفات القانونية المطلوبة وما يستلزم من تصدي، كما تتجلى أهميته في أنه يبرجى من خلاله توفير حماية للمستهلك من زاوية جد هامة وهي زاوية مقدم الخدمة بالسعي للنظر في إمكانية تفعيل الأحكام القانونية الضابطة لنشاطه والحد من الممارسات غير المشروعة، خاصة وأن الكثير من الدراسات عنيت بحماية المستهلك من جانب المستهلك في حد ذاته بالتوعية والإرشاد كما أن هذا البحث هو موضوع المجتمع بأسره لأننا جميعا مستهلكين ونقوم بالاستهلاك بصفة روتينية يومية، الشيء الذي يجعلنا جميعا مهددين بمخاطر الخدمات والكل يهيمه كيفية دفع هذه المخاطر وجبر الأضرار إن وجدت من خلال القواعد المقررة لمساعدة مقدم الخدمة، وهو ما يعطي الموضوع بعدا واقعيا يضعه في مصف المواضيع الحيوية والجديرة بالدراسة في ظل الانفتاح الاقتصادي اللامحدود، كما أن التعديلات الحديثة التي عرفتھا النصوص المتعلقة بحماية المستهلك ومسؤولية مقدم الخدمة تستدعي تسليط الضوء عليها والوقوف على مدى نجاعتها وخصوصيتها.

صعوبات الدراسة :

لعل أهم ما وجهناه من صعوبات في موضوعنا هذا، ندرة المراجع والدراسات القانونية المتخصصة في حدود اطلاعنا في النظام القانوني للمسؤولية المدنية لمقدمي الخدمات، أو وجود بعض الدراسات التي تناولت وقع هذه الفكرة بصفة مختصرة، كالدراسات المتخصصة للبحث عن المسؤولية المدنية للمنتج، دونما تسليط الضوء بصورة واضحة كاملة المعالم على فئة مقدمي الخدمات، لهذا كان من الضروري البحث في المنظومة القانونية ووضع حدود للبحث والدراسة بالقانون الجزائري حتى يكون نطاق الدراسة محددا وواضحا.

أسباب إختيار الموضوع:

إن قلة الدراسات في هذا الموضوع كان دافعا وراء اختيارنا الوقوف على هذا النظام كموضوع لبحثنا وتخصيص الدراسة في الجانب المدني منها المتعلق بالتعويض عن الضرر الذي تسببه الخدمات المعيبة.

إشكالية الدراسة :

هذا وأمام تعدد التساؤلات التي يطرحها هذا الموضوع، فقد آثرنا طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى كفاية القوانين والتشريعات الوطنية للمسؤولية المدنية لمقدمي الخدمات في توفير الحماية اللازمة لمستهلك الخدمة من تلاعب وغش مقدمي الخدمات؟

المنهج المتبع:

اعتمدنا في موضوعنا على المنهج الوصفي التحليلي وبالاعتماد على المنهج الوصفي الذي استطعنا من خلاله المشاركة والإضافة في العديد من جوانب الموضوع؛ خصوصاً في الجوانب التالية: قيامنا بتحديد تعدد التعريفات، وعرضنا للملامح العامة لهذه التعريفات، وذكرنا تعاريف عدة لمقدم الخدمة وكذا تعريف الخدمة وإعتمدنا كذلك المنهج التحليلي من خلال عرض النصوص القانونية التي تبنت حماية المستهلك وشرحها وكذلك من خلال التعرض إلى العقوبات المقررة من خلال قوانين المستهلك.

خطة الدراسة:

لقد قمنا بتقسيم هذا الموضوع إلى فصلين على النحو التالي:

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لمقدم الخدمة.

الفصل الثاني: آثار قيام مسؤولية مقدم الخدمة .

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لمقدم الخدمة

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لمقدم الخدمة

نظرا للأهمية المتزايدة للخدمات، واكتسابها مكانة مهمة في اقتصادات الدول المتقدمة ، وهو كل نشاط أو أداء خاضع للتبادل، بحيث يكون التبادل غير ملموس، ولا ينتج عنه نقل ملكية، ويمكن ربط الخدمة بمنتج مادي.

إن المؤسسات تقدم عادةً منتجات تحتوي على عنصر الخدمة وللحصول على هذه الخدمة يجب أن يكون هناك ارتباط بين متلقي الخدمة ومنتج الخدمة، وهذا الدور يقوم به مقدم الخدمة وهو الشخص المعني بتقديم الخدمة للمستفيد ويكون له تأثير على قبوله لذلك.

حيث يسعى مقدم الخدمة إلى جعل العلاقة بين العميل ومنظمة الخدمة علاقة تبعية وولاء لهذه المنظمة من خلال الخدمة المقدمة، وتكمن أهمية مقدم الخدمة في واجباته في المنظمة وتعتبر أيضاً عنصراً أساسياً في عرض الخدمة وهي مسؤولة عن تطوير والحفاظ على علاقة طويلة الأمد مع العميل، وهي أيضاً عنصر من عناصر الاتصال المباشر وحيوي في مؤسسة الخدمة لإمكانية التأثير على رضا العملاء.

يلتزم مقدم الخدمة في القانون الجزائري، أولها الالتزام بضمان سلامة المستهلك، وقد سعى المشرع إلى البحث عن قواعد وقائية تضمن سلامة المستهلك المتضرر، خاصة مع عدم كفاية وفعالية القواعد العامة، وكان من الضروري تعزيز هذه القواعد المتعلقة بالضمان بنصوص خاصة واردة في القانون المتعلق بالمستهلك.

كما نظم المشرع الجزائري التزام مقدم الخدمة بالإبلاغ وتحديد كيفية تنفيذ هذا الالتزام المتعلق بمعلومات المستهلك.

التزام مقدم الخدمة بالإبلاغ هو إلزام المتدخل في العملية الاقتصادية، سواء كان منتجًا أو مصنعًا أو تاجرًا أو مستوردًا أو حرفيًا أو موزعًا، بتقديم البيانات والمعلومات المتعلقة بمكان عقد المستهلك في ذلك الوقت. مطلوب لتقديمها.

قد يكون التزام مقدم الخدمة بالإبلاغ التزام بممارسة الحرص، وقد يكون التزام بتحقيق نتيجة، اعتمادًا على العمل الذي يقوم به مقدم الخدمة لتنفيذ هذا الالتزام، وقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين (المبحث الأول) ماهية الخدمة و (المبحث الثاني) بعنوان إلتزامات مقدمي الخدمة.

المبحث الأول

ماهية الخدمة

أصبحت الخدمة ذات أهمية متزايدة في الوقت الحاضر، بسبب كثرة استخدام الخدمات مثل الخدمات المقدمة مثل: خدمات الهاتف، والصحة، والتأمين، والأنترنت وما إلى ذلك، وتتميز الخدمة بالميزات والتصنيفات والتحسينات.

وفي هذا المبحث سنحاول التطرق إلى مفهوم الخدمة في (المطلب الأول) وإلى مفهوم مقدم الخدمة في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم الخدمة

من خلال هذا المطلب سنحاول إعطاء تعريف للخدمة حسب تعاريف مختلفة وكذلك سنحاول التعرف على خصائص الخدمة في (الفرع الأول) وكذلك معرفة طبيعة عملية تقديم الخدمة في (الفرع الثاني).

الفرع الأول : تعريف وخصائص الخدمة

من خلال هذا الفرع سنقسمه إلى عناصر حيث سنتطرق إلى تعريف الخدمة (أولاً) ثم إلى خصائص الخدمة (ثانياً).

أولاً : تعريف الخدمة:

للخدمة عدة تعاريف ومن بينها ما يلي :

تعريف الجمعية الأمريكية للخدمة : "هي النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".¹

تعريف kotler,Armstrong : "الخدمة في أنشطة أو منافع يقله ها طرف إلى طرف الآخر وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها وتقديمها نقل الملكية الأشياء".² وتعرف الخدمة : " على أنها تلك النشاطات المعرفية ولكن غير محسوسة وتمثل الهدف الرئيسي لتحقيق رضا الزبائن، أي هي منتجات غير ملموسة تهدف أساساً إلى إشباع حاجات ورغبات الزبون وتستفيق المنافع له، وهذا ما يسمى بالخدمة الجوهرية".³

• وتعرف الخدمة أيضاً: "على أنها نشاط يرافقه عدد من العناصر غير ملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة وليس لانقلها للمالك، أي لا يترتب على تقديمها أي نوع من أنواع الملكية".⁴

¹ ربيحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، دار الصفاء للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 298.

² زكي خليل المساعد، التسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص 35.
³ فريد كورنيل، تسويقي الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 61.

⁴ محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن، 2003، ص 51.

. وتعرف الخدمة كذلك: "بأنها ذلك المنتج غير الملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للزبون كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة والخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها ماديا".¹

المفهوم القانوني للخدمة:

على مستوى علم القانون، فإن الأمر يقتضي التمييز بين ما هو وارد في القانون العام وما هو في القانون الخاص، حيث يؤسس الأول لنظرية راسخة الجذور عمل الفقه والقضاء على توطيدها ألا وهي نظرية "المرافق العامة" أو "الخدمات العامة".

وقد عرف الفقيه هوريو "Houriou" المرفق العام بأنه منظمة عامة تباشر من السلطات تكفل القيام بخدمات تشديدها للجمهور على نحو منتظم و مطرد²، كما عرفه الفقيه دوجي "Dugait" بأنه نشاط يجب أن يكفله وينظمه الحكام على اعتبار أن الاضطلاع به لا غنى عنه لتحقيق التضامن الاجتماعي وتطوره، وانه لا يمكن تحقيقه على أكمل وجه إلا عن طريق تدخل السلطة العامة.³

ثانيا : خصائص الخدمة

الخدمة بطبيعتها غير ملموسة، وهذا ما جعل هذه الخاصية هي السائدة في تعريف الخدمة من قبل المتخصصين، وبعد هذه الخاصية هناك عدة خصائص تميز الخدمة، من أهمها ما يلي:

¹ اسعاد حامد اورمان ، أبي سعد الديونجي، التسويق السياحي والفندقي ، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر ، عمان، الأردن، 2003، ص4.

² مصطفى أبو زيد فهمي، القانون الإداري، مطبعة الإسكندرية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1988، ص 63.

³ عدنان عمرو، مبادئ القانون الإداري، منشأة المعارف الإسكندرية ، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 2004، ص 128.

1. اللاملموسية : نظرا للخدمة غير ملموسة فانه من المستحيل على المستخدم خدمة الإدراك بها بالحواس، الإحساس بما من خلال لمسها أو تذوقها، أو شمها أو رؤيتها قبل شرائه لها.¹
 2. التلازمية (عدم الانفصال) : تعني تلازمية عملية الإنتاج والاستهلاك للخدمة يتم في نفس الوقت، وهي تعني أيضا لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها لان وقت إنتاج الخدمة هو نفسه وقت استهلاكها فالزبون هنا يكون في اتصال مباشر مع مقدم الخدمة.²
 3. عدم التجانس : من الصعب افتراض أن الخدمات التي تقدمها المؤسسة الخدمية إلى الزبون تتم بنفس المستوى والنوعية، لأن جودة الأداء الخدمة يعتمد بدرجة كبيرة على مقدمها، فالخدمة المقدمة من نفس الشخص تختلف أيضا من شخص لآخر أي من مقدم إلى آخر.
 4. عدم القابلية للتخزين : تعتبر الخدمة ذات طبيعة غير قابلة للتخزين، أي لا يمكن حفظ الخدمة على شكل مخزون، فالخدمة تستهلك وقت إنتاجها وبالتالي عدم إمكانية تخزينها.
 5. عدم انتقال الملكية : خاصية عدم نقل الملكية هي خاصية تميز السلعة عن الخدمة، لأن العميل يستطيع استخدام الخدمة لفترة محددة دون امتلاكها، على عكس السلعة التي يحق للعميل امتلاكها مثل: السلعة المادية.³
- أولا: تعريف عملية تقديم الخدمة

¹ محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 217.

² خالد مقابلة، التسويق الفندقي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، أريد، الأردن، 2011، ص 20.

³ عبد الجبار مندبل، أسس التسويق الحديث، دار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص ص 270-271.

تعد عملية تقديم الخدمة مكوناً أساسياً في مزيج تسويق الخدمة، وتشمل العملية جميع الإجراءات التي تضمن تقديم خدمة فعالة للعملاء. يتم تعريف العملية على أنها الطريقة التي يتم بها تقديم الخدمة للعملاء.

ويشير **Lovelock And Wirtz 2004**: إلى العمليات باعتبارها تمثل طريقة إنشاء الخدمة وتصف الطريقة وتسلسل عمليات النظام، وكيف ترتبط هذه العمليات مع بعضها لخلق الخدمة المطلوبة، والمخرجات تمثل قيمة الخدمة بالنسبة للزبون من خلال الاتصال العالي في الخدمات، مشاركة الزبون بنفسه كعنصر مكمل لإتمام العمليات أو جزء منها لذلك فإن العمليات التي تصمم بشكل جيد سوف تقود إلى تقديم الخدمات ذات جودة وقيمة عالية، والعمليات التي تصمم بشكل سيء سوف تقود إلى عدم إمكانية تقديم الخدمة بالسرعة والجودة المطلوبة وتقود إلى تقديم الخدمات ذات جودة منخفضة والتي سوف تقود إلى عدم رضا الزبون، وفي نفس الوقت تصبح عملية تنفيذ هذه العمليات صعبة على العاملين ويقود إلى التداخل والإزدواج وعدم الوضوح، وفشل الخدمة في إشباع حاجات المستفيدين إنما يميز الخدمة هو طريقة مشاركة الزبون للعاملين في خلق وتسليم الخدمة ولكن إهمال وجهة نظر الزبون في كل خطوات عملية تقديم الخدمة، وعدم إحداث التكامل والتفاعل المطلوب سوف يشكل عنصراً أساسياً في إفشال عملية تقديم الخدمة.¹

الفرع الثاني : طبيعة عملية تقديم الخدمة.

تختلف العمليات حسب ما يتم تقديمه للسوق وكيف يتم تحديدها من قبل الإدارة. بشكل عام، هناك بعض الخدمات التي تتطلب من العميل اتباع سلسلة معقدة أو واسعة أو شاملة من الأعمال لإكمال العملية النهائية للوصول إلى فائدة الخدمة ، والخدمات مع سلسلة واسعة

¹ C. Lovelock et D.Lapert, J Wirtz, (2004). Marketing des services, Edition Pearson éducation France Paris, p231-232

من العمليات تجعل العميل يبتعد عن الخدمة، بحيث تزود عملية تقديم الخدمة العميل بالأدلة سواء كانت معقدة أو بسيطة، وأن ما يحصل عليه يجب أن يكون عند الطلب .

تعتمد العمليات كأساس لحكم المستفيد على الخدمة، على سبيل المثال، شركات الطيران التي تتجح في تقديم خدماتها وتلبي طلباً كبيراً من العملاء، ولكن كل شركة تتبع عملية تقديم الخدمة بشكل مختلف تماماً، بحيث يكون الأولى تحديد الشركة الخدمات بشكل عام وتوفرها لجميع الركاب على حد سواء تقدم عملية الشركة الثانية خدمات مختلفة ومتنوعة بناءً على طلب المسافر، وعلى الرغم من الاختلاف في تقديم الخدمة في الشركات، فإنهما ناجحان في السوق ويحققان التميز فيه.¹

المطلب الثاني

مفهوم مقدم الخدمة

في هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف وأهمية مقدم الخدمة من خلال (الفرع الأول) ثم إلى أنواع ومصادر مقدم الخدمة في (الفرع الثاني) .

الفرع الأول: تعريف وأهمية مقدم الخدمة .

سنقسم الفرع إلى عناصر حيث سنتطرق إلى تعريف مقدم الخدمة (أولاً) ثم إلى أهمية مقدم الخدمة (ثانياً) و دور مقدم الخدمة (ثالثاً).

أولاً : تعريف مقدم الخدمة

يقوم مقدم الخدمة بتعيين الشخص المشترك في تقديم الخدمة للمستفيد ويكون له تأثير على قبوله لهذه الخدمة، بحيث يسعى مقدم الخدمة إلى جعل العلاقة بين العميل ومنظمة الخدمة علاقة تبعية وولاء لها هذه المنظمة من خلال الخدمة المقدمة.

¹ عبد الجبار منديل ، المرجع السابق ، ص 273.

كما أن العميل بحاجة إلى مساعدة مقدم الخدمة في كشف وتوضيح مخاطر القرار الذي يمكن أن يتخذه في قبول الخدمة، لذلك يتطلب أن توضح له نوعية ومستوى الخدمة المقدمة له قبل الإقدام على قبولها وانتاجها، وذلك لكون الخدمة أصلاً غير ملموسة وكونها غير نمطية أيضاً.¹

ثانياً: أهمية مقدم الخدمة.

تكمن أهمية مقدم الخدمة بكونه يعمل على تحقيق المزايا التالية:

- تبرز أهمية مقدم الخدمة من خلال أهميته ومهامه في المنظمة.
- يعتبر عنصر أساسي في عرض الخدمة فهو مسؤول عن تطوير وإدامة علاقة طويلة الأمد مع العميل .

- عنصر التماس المباشر والحيوي في المنظمة الخدمية لإمكانية التأثير على رضا العميل.²

- إدارة الناس مهمة في تحسين الجودة.

ثالثاً: دور مقدم الخدمة في المزيج التسويقي للخدمات.

إن دور العنصر البشري في مجال التسويق يتفرع إلى جانبين :

1/ دوره في مجال التسويق بوجه عام من خلال:

- دوره في توفير المعلومات التسويقية والقيام ببحوث التسويق.
- دوره كأحد العوامل الداخلية الهامة في البيئة التسويقية.
- دوره في وضع الإستراتيجية التسويقية.

¹ ثامر البكري، تسويق الخدمات الصحية، دار اليازوري، الأردن، 2000، ص 131.

² فريد كورتل، المرجع السابق، ص 312.

2/ دوره كعامل استراتيجي في إنتاج و بيع الخدمات خلال :

- إنتاج الخدمات وتقديمها للعملاء في أوقات مناسبة وفي أماكن ملائمة، وإعلامهم بالمنافع التي تحويها كل خدمة من الخدمات التي تتعامل فيها المنظمة.
- تطوير الخدمات القائمة، حيث يقوم العاملون بالعمل المستمر على تطوير الخدمات الخدمية المعروضة في السوق، وخاصة تلك الخدمات التي تمر بمرحلة انحدار، وذلك اعتماداً على بحوث التسويق ومتابعة سلوك العميل.
- عرض الخدمات وبيعها ضمن سياق مناسب للعميل على الصورة التي يرضى بها هذا الأخير.¹

الفرع الثاني

أنواع ومصادر مقدمي الخدمة

سننتظر من خلال هذا الفرع إلى أنواع مقدمي الخدمة في (أولاً) ثم إلى مصادر مقدمي الخدمة في (ثانياً).

أولاً : أنواع مقدمي الخدمة

لتطوير فريق المبيعات، فإنه يعتمد على أنواع مختلفة من مقدمي الخدمات لرفع مستوى كفاءة وفعالية فريق المبيعات، وتركز هذه الأنواع بشكل أساسي على الجانب الوظيفي لمزود الخدمة، والذي يمكن تصنيفه إلى ثلاثة أنواع:

1/ جانبي الطلبات

وهي تشير تحديداً إلى تلك المجموعة من مزودي الخدمة الذين يسعون إلى زيادة المبيعات من خلال إيجاد عملاء جدد، ووضعهم بين العملاء الحاليين للمؤسسة، الأمر الذي يتطلب منهم أداء العديد من المهام وتوفير المعلومات المناسبة لهم في المنظمة.

¹ عبد المهدي بواغنة، إدارة المستشفيات والخدمات الصحية - التشريع الصحي والمسؤولية الطبية -، دار الحامد للنشر، الأردن، 2003، ص 33.

أ- أي مجموعة الباعة التي تسعى للبيع إلى الزبائن الحاليين في المؤسسة ولكنهم لم يحققوا عمليات شراء منذ فترة من الزمن، أو كونهم لم يتعاملوا مع هذا النوع الجديد من الخدمات التي تقدمها المؤسسة.

ب -الخدمات الجديدة والتي لم يسبق لها التعامل مع المؤسسة وخدماتها.¹

2/ مستلمي الطلبات

وينصب إهتمام هؤلاء على تنفيذ طلبات الزبائن و التأكيد بشكل دقيق على التحقق من الكمية المطلوبة ونوعيتها ومواعيد الحصول عليها وأية شروط أخرى يكون قد طلبها المشتري ويمكن تقسيمها إلى مجموعتين:

أ_ العاملين من مقدمي الخدمة داخل المؤسسة ويتلقون الإتصالات التلفونية والبريد الالكتروني العادي والرد والاستجابة للطلبات المقدمة للمؤسسة.

ب- العاملين من مقدمي الخدمة خارج المؤسسة والذين يتصلون بشكل مباشر بالمشتريين في أماكن عملهم، ومتابعة طلباتهم مبدئياً والتأكد من سلامة وصول الطلبة وفق الشروط المتفق عليها.²

3/ الأشخاص الداعمين

تتميز هذه المجموعة من مزودي الخدمة بشكل خاص في المنظمات التي تقوم بتسويق المنتجات الصناعية لأنها تحتاج إلى العديد من خدمات الدعم وخدمات ما بعد البيع مثل التركيب والصيانة والتشغيل إلخ، ولهذه المجموعة تأثير كبير في دعم السمعة وهيبية

¹ فريد كورتل، المرجع السابق، ص 314.

² عبد الحميد عطية، الاتصال واتجاهات نصية واسعة تطبيقية في الخدمة الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، 2012، ص118.

المؤسسة، وكذلك تحسين ثقة العميل في المؤسسة، مع الخدمات الإضافية التي تقدمها، تؤثر على كل من الاهتمام بقيمة العميل واهتمام المؤسسة بمواصلة العلاقة معه في المستقبل.¹

ثانيا : مصادر الحصول على مقدمي الخدمة

يمكن الحصول على مقدمي الخدمة من خلال العديد من المصادر والتي تنقسم إلى مصادر داخلية وأخرى خارجية ويمكن تصنيفها كالتالي:

1/ المصادر الداخلية:

أ/المزايا:

وتتكون من موظفي المؤسسة نفسها ومن إداراتها المختلفة ويحقق هذا المصدر المزايا التالية:

_ يكون المرشح للوظيفة على علم بسياسة المشروع و بذلك يوفر الوقت و الجهد لتعريف مقدم الخدمة.

_ توفير النفقات العملية الاختبار؛

_ رفع الروح المعنوية للأفراد لاختيار عددهم للترقية والحصول على امتيازات جديدة.

_ العلاقات القائمة بين الموظفين لها صلة مباشرة في سهولة تنسيق وتنمية العلاقة بين الأقسام وجهاز البيع.

ب/العيوب:

- لا يفتح الطريق أمام المؤسسة لدعمها بخيرات وكفاءات جديدة.

- قد لا توفر الكفاءات بين أفراد المؤسسة لشغل الوظيفة.

¹ ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، 2009، ص 262.

2/ المصادر الخارجية:

يوجد العديد من المصادر الخارجية التي يمكن الاعتماد عليها على توفير الاحتياجات من مقدمي الخدمة منها ما يلي:

أ/مقدمي الخدمة بالمؤسسات المنافسة: يقصد بذلك مقدمي الخدمة بالمؤسسات المنافسة

التي تقدم خدمات منافسة لتلك التي تقدمها المؤسسة ويتميز هذا المصدر بما يلي:

- الإلمام الكامل بظروف السوق والأساليب التي يتبعها المنافسون.

- توفر الخبرة لدى مقدمي الخدمة نظرا لتعاملهم خدمات ثمينة لخدمات المؤسسة.

- توفير نفقات التدريب التي كان يتعين تحملها في حالة الاعتبار من إدارات أخرى

بالمؤسسة أو من مؤسسات أخرى تقدم خدمات غير مماثلة لخدمات المؤسسة .¹

من الناحية الأخرى يعاب على هذا المصدر ما يلي:

-عدم إمكانية الحصول على مقدمي الخدمة بدرجة عالية من الكفاءة خاصة أن مقدم الخدمة الكفاء لا يضحى عادة بالمشروع الذي يعمل به .

-عدم توفر الوكلاء الكامل بالمؤسسة واستعداد مقدمي الخدمة لترك العمل في حالة وجود مؤسسات منافسة شروطها أفضل.

- إثارة المشاكل والخلافات بين المشروعات مع بعضها البعض.²

ب/مقدمي الخدمات في المؤسسات غير المنافسة:

يعتمد هذا المصدر على تقديم خدمات من مؤسسات أخرى تقدم خدمات مختلفة عن تلك

التي تقدمها أي مؤسسة أخرى. يتميز هذا المصدر بتوفير الأشخاص المتميزين من ذوي

¹ بشير عباس العلاق، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار اليازوري، عمان، 2009، ص، 73-75.

² بشير عباس العلاق، المرجع السابق، ص80.

الخبرة في مجال تقديم الخدمة ولكن يجب مراعاة أن النجاح في تقديم أنواع معينة من الخدمات لا يضمن أو يعني تحقيق نفس الدرجة من النجاح تقديم خدمات طبيعة مختلفة.

ج/خريجو الجامعات والمعاهد:

تلجأ المؤسسات إلى هذا المصدر عندما تكون على استعداد لقبول الأشخاص الذين ليس لديهم خبرة سابقة في أعمال المبيعات ، ولكنهم على استعداد للتدريب واكتساب مهارات البيع في المجالات المتوافقة مع طبيعة الخدمات المقدمة. تشير الدراسات إلى أن العديد من خريجي الكليات والمدارس لا يرغبون في العمل كمقدمي خدمات ، ولن يقبلها سوى الأشخاص الذين يجدون طريقة لمواكبة رغبتهم في التواصل مع الآخرين ومساعدتهم في حل مشاكلهم.

د/ مكاتب الاستخدام:

كثيراً ما يفيد الرجوع إلى هذه المكاتب في العثور على رجال البيع الأكفاء من مقدمي الخدمة وهي لا تكلف شيئاً.

هـ/الإعلان بالصحف والمجلات:

يفيد الإعلان كثير في الحصول على مقدمي الخدمة الأكفاء إذ تعطى الفرصة أمام عدد كبير من طلبة الوظائف بالتقدم للمؤسسة .

و/رجال الأعمال المتصلين بالمؤسسة:

يقوم عدد كبير من رجال الأعمال بالاتصال بالمؤسسة، مثل أعضاء الغرف التجارية وكبار مسئولي البنوك والمنظمات التجارية وبعض المسؤولين مثل أعضاء مجلس الشعب وغيرهم ويتعامل هؤلاء الرجال مع عدد من الأشخاص المناسبين لشغل وظائف مزود الخدمة والذين يأتون إليهم لطلب مساعدتهم في العثور على عمل.

ي/المتطلبات التي تتلقاها المؤسسة:

يتقدم بعض مقدمي الخدمة بطلبات للمؤسسة عارضين خدماتهم عليها وتعتبر هذه الطلبات مصدرا أساسيا للحصول على مقدمي الخدمة، الآن أصحاب هذه الطلبات لهم رغبة حقيقية للعمل في قسم البيع بالمؤسسة والكثير منهم لديهم الخبرة المطلوبة في معظم الأحيان.¹

¹ ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج ، المرجع السابق، ص ص 277 ، 278.

المبحث الثاني

التزامات مقدمي الخدمة

يُطلب من مقدم الخدمة ضمان سلامة وإعلام المستهلك للخدمات التي يقدمها للاستهلاك في سياق علاقة المستهلك وعند تقديم خدمات المستهلك.

يحدد القانون المستويات الأخرى لتطبيق الالتزام بالسلامة وكذلك ضرورة إعلام المستهلك، يجب أن يستفيد أشخاص محددون فقط من الحماية المنصوص عليها ويتم تحديد نطاق الالتزام من حيث الأشخاص من ناحية أخرى، يتمحور موضوع الالتزام على مكان محدد ويتم تحديد نطاق الالتزام بضمن سلامة المستهلك وهذا ما سنتطرق إليه في (المطلب الأول)، وكذلك فيجب على مقدم الخدمة أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة وهذا ما سيتم التطرق إليه في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الإلتزام بضمن السلامة

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تعريف الإلتزام بضمن السلامة في (الفرع الأول) و إلى مضمون الإلتزام بضمن السلامة في (الفرع الثاني).

الفرع الأول : تعريف الإلتزام بضمن السلامة

من خلال هذا الفرع سنقوم بالتعريف الفقهي للإلتزام بضمن السلامة (أولا) مفهوم الإلتزام بضمن أمن المنتجات والخدمات (ثانيا).

أولاً : التعريف الفقهي للإلتزام بضمان السلامة

1/لغة: هو إيجاب الأمر نفسه أو تعهد بالفعل أو الأداء أي تعهد بتقديم شيء خال أو بريء من العيوب. أما السلامة في البراءة والخلو والنجاة من العيوب.

2/اصطلاحاً: هو التزم يقع على عاتق البائع المحترف وذلك بعدم إلحاق ضرر بالأشخاص وبالأموال¹ ويعرف أيضاً بكونه " الجهد الذي يبذله المدين باحترام المقاييس التي من خلالها تكون السلعة المقدمة بتحقيق نتيجة بالضرورة والنتيجة هي عدم إلحاق الضرر بصحة المستهلك".²

يعرف أيضاً بكونه: " التزم المنتج بالعلم بعيوب الشيء المبيع حق يتحقق في هذا المبيع الأمان الذي يتوقعه المشتري عند استعماله".³

من خلال التعريف نستخلص الشروط التالية في الإلتزام بالسلامة:

- وجود خطر يهدد سلامة المستهلك، حيث أنه وبفعل التقدم التكنولوجي والصناعي وظهور أجهزة حديثة تهدد سلامة المستهلك، لذا تقرر الإلتزام بالسلامة الذي ينفذ بحسن النية لمواجهة مخاطر التطور التكنولوجي، من تم كفالة تعويض المتضرر حتى ولو كان المتدخل ليس على علم بها، ولم يستظهرها العلم.

- أن يكون أمر الحفاظ على السلامة الجسدية على عاتق طرف آخر في العقد، المراد به هو الخضوع الاقتصادي ، وهو ما ينطبق على عقود الإذعان⁴، حيث يكون المالك في مركز

¹ المر سهام، التزم المنتج بالسلامة- دراسة مقارنة- مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2008/ 2009 ، ص 20.

² علاق عبد القادر، مبدأ الإلتزام بالسلامة الغذائية لحماية المستهلك دراسة تحليلية في الفقه والتشريع الجزائري، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية أ/ قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 17 ، جانفي 2017، ص 121.

³ جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة ، مجلة الحقوق الكويت، القسم الثاني، مجلس النشر العلمي، دون طبعة، 1996، ص 241.

⁴ المر سهام ، المرجع السابق ، ص 22.

قوي مما يسمح له بإملاء شروطه على الطرف الآخر الذي لا يسعه مناقشة الشروط أو التعديل منها، بسبب حاجة المستهلك للمنتج رغم وجود عيوب فيه.

- كون المدين بالالتزام بالسلامة منتجاً محترفاً، مما يسمح للمستهلك التعامل مع الشخص الكفاء بسبب خبرته يمنحه الثقة، إذ يفترض في المنتج أن يدرك كل الخصائص المتعلقة بالمنتج .

اعتبر القانون الجزائري المنتج مسؤولاً بموجب المادة 140 مكرر من القانون المدني عن جميع عيوب المنتج، والمنتج بموجب قانون حماية المستهلك ونصوصه التنفيذية له معنى كبير. بالرغم من التعداد المنصوص عليه في المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90/266¹ المشار إليه أعلاه عندما حدد معنى المحترف ، فقد جعل القائمة طويلة دن حصر مما يفيد أن المحترف هو كل متدخل في حلقة سير المنتج وهو مدلول واسع ، كما أدرج عبارة متدخل في المادة 3 من قانون 09/03 .²

ثانيا : مفهوم الالتزام بضمان سلامة المنتوجات والخدمات

فرض المشرع الجزائري عدة التزامات على مقدم الخدمات، من أجل حماية والحفاظ على سلامة المستهلك وأمنه كطرف ضعيف، ومن أهم هذه الالتزامات الالتزام بضمان سلامة المنتجات والخدمات وفقاً. مع المادتين 9 و 10 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الاحتيال، ويقصد بالالتزام بضمان أمن المنتوجات والخدمات. "التزام مقدم الخدمات بتقديم الخدمة مضمونة وآمنة يحافظ على صحة المستهلك"، وهذا ما جاء به

¹ المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90/266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 ، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر عدد 40، مؤرخة في 19 سبتمبر 1990.

² المادة 3 من قانون 03/09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر رقم 15 المؤرخة في 08 مارس 2009.

المشعر الجزائري في المادة 2 من قانون 89/02¹ والتي نصت على أن "كل منتج سواء كان شيئاً مادياً أو خدمة، مهما كانت طبيعته، يجب أن يتوفر على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك أو أمنه أو تضر بمصالح المادية". إن أهم ما يلاحظ على هذا النص الإشارة إلى فكرة العقد، الأمر الذي يؤكد أن الالتزام بالأمن لم يعد حبيس الإطار التعاقدى الذي نشأ فيه، بل هو ينشأ من متطلبات الحياة، في المجتمع وهو التزام يقع على كل متدخل يضع المنتج أو الخدمة في السوق. ولإلزام مقدمي الخدمات بضرورة السلامة في الخدمات، ربط المشعر ذلك بالمطابقة على أساس أن أساس السلامة جزء لا يتجزأ من المطابقة، حيث نص المشعر مرتين على التوالي وفي نفس المادة على أنه يجب أن تستجيب الخدمة لرغبات المستهلك المشروعة ومن خلال هذا النص نفهم أن الحق في الأمان لا يقتصر على حالة استخدام المنتج أو الخدمة بطريقة غير عادية.

لقد جاء القانون رقم 09-18 بالشروط التي يجب أن يتوافر عليها المنتج على ضمان من كل المخاطر التي تمس بأمن المستهلك و تضر بمصالحه المادية:

- توفر هذا المنتج أو الخدمة على المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية المميزة له.

- استجابة المنتج أو الخدمة للرغبات المشروعة للاستهلاك في كل ما يميز هذا المنتج .
- ضرورة إعلام المستهلك بطبيعة المنتج أو الخدمة بالنظر للخصوصيات التي تميزه .
- مطابقة المنتج أو الخدمة بالقواعد الخاصة به .

¹ المادة 2 من القانون رقم 89 / 02 المؤرخ في 7 فبراير سنة 1989 و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 15، المؤرخة في 8 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 09-18 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يعدل ويتم القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. (ج ر رقم 35 المؤرخة في 13 جوان 2018).

- إقرار ضمان صلاحية المنتج الفائدة المستهلك المقتني للسلعة.¹
- إقرار كل الضمانات الخاصة بالمنتج مع شرط تنفيذها في حالة الإخلال بهذا الضمان من طرف المحترف.²
- حق المقتني للسلعة بتجريب المنتج قبل أن يقوم باقتنائها.³
- بعد صدور قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي جاء ملغياً للقانون 02-89 الذي سبق ذكره، تناول صراحة ولأول مرة في نص المادتين 09 و 10 على الالتزام بأمن المنتجات والخدمات، ويعد المتدخل بموجب هذا الالتزام، ملزماً بتقديم منتجات مضمونة، تلبي الرغبة المشروعة للمستهلك، ولا يشكل خطر على صحته و سلامتها ويقصد بالمنتج المضمون حسب المادة 03/12 من هذا القانون بأنه "كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بما في ذلك المدة، لا يشكل خطر أو يشكل أخطار محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج، وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص".⁴
- حسب نص هذه المادة يعتبر المنتج آمناً عندما لا يشكل خطراً على صحة المستهلكين، ولا يعرض سلامتهم لمخاطر غير مألوفة أو يتجاوز مواصفات السلامة ، مع مراعاة ضرورة استخدامه للأغراض الصحية. الأغراض المقصودة وبطريقة معقولة.
- وعموماً، يتوجب على المتدخلين تقديم منتجات لا تشكل خطراً عند الاستعمال العادي أو المتوقع من طرفهم، وهو ما كان يفهم ضمناً من مضمون المادة الثانية من القانون 89-02.

¹ القانون رقم 09-18 ، مصدر سابق.

² المصدر نفسه.

³ المصدر نفسه.

⁴ المادة 03/12 من القانون 03/09 ، المصدر السابق.

إن فكرة الالتزام بسلامة المنتج حديثة ، ولهذا لا يزال مصطلح السلامة غير دقيق ، خاصة عند دراستها من وجهة نظر المشرع وسرده للنصوص المتعلقة بالفكرة لمزيد من التوضيح للتعريفات الدقيقة وشروط الالتزام الواضحة في المقام الأول ، وأحياناً يُلاحظ أن هناك تقارباً لفكرة التوافق مع السلامة أو وسائل الإعلام ، وأحياناً يكون هناك تقارب في الالتزام بالسلامة مع ضمان الجودة الاقتصادية للبيع أو ما يسمى حصول المشتري على بيع صالح للاستعمال ، أو مع استجابة المنتج لرغبة مشروعة في الاستهلاك ، أو الالتزام بضمان أو ضمانات أخرى ، وكل هذا يترتب عليه التزامات على المتدخل بضمان سلامة المنتج من أي عيب.¹

وعليه، يعرف الالتزام بضمان سلامة أو أمن المنتجات بأنه: "التزام عام ذو طبيعة خاصة يرتبط بالسلامة المكفولة للمستهلك قانوناً، وبوجود المنتج سليم من كل عيب أو أمن من كل خطر يمكن أن تسببه هذه المنتجات بعد اقتناءها، على صحة المستهلك وأمنه أو تلحق به ضرر بمصالحه المادية والمعنوية".²

والمقصود من أنه التزام عام أي تعلقه بالمنتجات عموماً سواء أكانت محلية أو أجنبية، خطرة أو غير خطرة، تم إنتاجها من مؤسسة وطنية أو أجنبية عامة أو خاصة منتجات معينة أو تحتوي على خطورة كامنة فيها بصرف النظر عن وجود أي رابطة عقدية.

أما كونه التزاماً ذا طبيعة خاصة ، فيؤدي إلى البحث عن طبيعته من حيث ما إذا كان التزاماً بتحقيق نتيجة أم أنه التزام بالاهتمام ، حيث يعتبر هذا الالتزام التزاماً ببدل رعاية. أنه لا يكفي عند حصول المستهلك على تعويض لإثبات أن الضرر نتج عن المنتج ، بل يجب عليه إثبات خطأ المتدخل المتمثل في عدم اتفاق الاحتياطات اللازمة لتجنب وجود

¹ المادة 2 من القانون 89/02 المعدل والمتمم بالقانون 09/18، مصدر سابق.

² المادة 2 من القانون 89/02 المعدل والمتمم بالقانون 09/18، المصدر نفسه .

عيب أو خطر في السلعة المباعة فيخطئ المتدخل إذا لم يتخذ هذه الاحتياطات أو علم بوجود العيب ولم يلفت انتباه المشتري إليه.¹

ولكن إذا تم اعتبار الالتزام بالسلامة من وجهة نظر أنه التزام لتحقيق نتيجة ، فإن المتدخل هنا ملزم بضمان السلامة دون أن يكون له الحق في إثبات أنه قد دفع العناية اللازمة لضمان أن الشيء المباع خالٍ من العيوب أو العيوب بفحص الشيء أو التحكم فيه في مختلف مراحل إنتاجه أو بعد ذلك ، بغض النظر عن جهل البائع بالعيب أو حتى استحالة علمه به.

إن اعتبار هذا الالتزام بأنه التزام بتحقيق نتيجة يسمح بتخفيف عبء الإثبات على المضرور الذي يستطيع الحصول على التعويض بمجرد إثبات تخلف الدقة المطلوبة، أي بمجرد إثبات حصول الضرر بفعل السلعة التي قام بشرائها، فالمستهلك يستحق التعويض عندما يقيم الدليل على وجود الضرر وعلى العلاقة السببية التي تربط السلعة.²

لذلك ينشأ الالتزام بضمان السلامة على عاتق من يلتزم بها، وهو مقدم الخدمة، ويتجاوز في عمومها وقوتها الالتزام بضمان العيوب الخفية والسيطرة عليها، وخرقها يثبت مسؤولية المدين، ما لم يتم تقديم دليل على أن هذا الخرق ناتج عن سبب خارجي ليس له سبب ونتيجة لذلك، فإن الالتزام بضمان السلامة هو التزام يتعلق بسلامة المستهلك من حيث صحته وأمواله، والإضرار بمصالحه المادية وإن كل مقد خدمة يتسبب في إلحاق شخص ما

¹ جابر محجوب علي، ضمان علامة المستهلك من الأضرار الناجمة عن العيوب المنتجات الصناعية المبيعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1995، ص 272.

² علي فتاك، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، دون بلد، 2007، ص. 220.

بالحاق ضرر بجسده وسلامته المالية يتعارض مع حقوق الإنسان المكفولة لكل فرد، وبالتالي يكون مخالفاً لأحكام هذا الالتزام.¹

الفرع الثاني: مضمون الالتزام بضمان السلامة

عندما يكون المتعاقد أو المحترف ملتزماً بالسلامة، فإنه ملزم بتوقع الحادث الذي يمكن أن يضر بسلامة المتعاقد الآخر، كما أنه ملزم بالتصرف لمنع حدوثه من الأصل أو على الأقل تجنب وقوعه وتأثيرات.

أولاً: التزام المدين بالسلامة بضرورة توقع الحادث الضار

من أجل توقع الحادث الضار يقوم المدين بالالتزام بالسلامة بتخيل الحادث المستقبلي الذي يمكن أن يرتب عليه ضرر بالمتعاقد معه و بتقدير مدى احتمالية وقوع الحادث. من أجل الوفاء بالتزامه بالسلامة كالتزام بتحقيق نتيجة يجب أن يتوقع المدين كل الحوادث التي تعترض التنفيذ العادي والصحيح للعقد، والتي يمكن أن تولد أضراراً جسدية للمتعاقد الآخر. فرفض القضاء بصفة دائمة للسبب الأجنبي كوسيلة لاستبعاد مسؤولية المدين ، وكان يمكنه توقع الحادث، ولكن لأن هذا الحادث كان محتملاً، فكون الحادث متوقعا يقدم دائماً كنتيجة منطقية لا يستطيع أن يتخلص منها المدين بإثبات السبب الأجنبي .

ثانياً: التزام المدين بالسلامة بالتصرف من أجل منع الحادث الضار أو التقليل من آثاره

توقع وقوع الحادث الضار يفرض على الشخص الذي يتعين على أكتافه الالتزام بالسلامة للتصرف في هذه المسألة ومن ثم يلتزم المدين بضمان السلامة من خلال اتخاذ جميع الاحتياطات والتدابير اللازمة لمنع وقوع الحادث الضار.

¹ علي فتاك، المرجع السابق ، ص 221.

1/ - اتخاذ الاجراءات الكفيلة بمنع وقوع الحادث الضار

في هذا الفرض توقع المدين بالالتزام بالسلامة وجود تهديد يمس أمن وسلامة المتعاقد الآخر فيفرض عليه ذلك ضرورة اتخاذ إجراء فعال لمنع هذا التهديد. ويكرس القضاء الحل المتقدم في تطبيقات متعددة فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بأن وضع كراسي مكدسة من أجل منع الدخول إلى حمام السباحة في أحد المطاعم و الذي وجد فيه طفل ميت لا يشكل إجراء فعالا وكافيا للحماية ولا يسمح بالتالي للمسؤول أن يستبعد المسؤولية على أساس القانون المدني الفرنسي.

2/ - اتخاذ الاجراءات اللازمة لتقليل الآثار الضارة للحادث

إذا لم يكن في وسع المدين تجنب وقوع الحادث الضار فعلى الأقل يجب عليه أن يتخذ من الاجراءات ما يمنع حصول الضرر، أو ما يخفف من الآثار الضارة للحادث بالنسبة للمتعاقد الآخر.

في هذا الصدد، لوحظ أن القضاء صارم في اعتبار الحدث الضار غير متوقع أو مستحيل الدفع، وبعبارة أخرى، يرفض القضاء دائماً اعتبار الحوادث الضارة بالسلامة الجسدية للطرف المتعاقد على أنها لا يمكن دفعها، وهو ما يؤكد مع القضاء أن الدين لم يف بالالتزامه بضمان سلامة المتعاقد.¹

ثالثاً: طبيعة الالتزام بضمان السلامة في قانون المستهلك

للالتزام بضمان السلامة، بشكل عام، يجب مراعاة أنه في جميع العقود التي تنطوي على أداء الخدمات، هناك التزام على مقدم الخدمة بعدم التسبب في ضرر جسدي للأشخاص المستفيدين منها والخاضعين لحمايتها.

¹ عابد فايد عبد الفتاح فايد ، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة على ضوء قواعد حماية المستهلك ، دراسة مقارنة ، دار الكتب القانونية ، جامعة حلوان، سوريا، 2010 ، ص 21 .

في المقابل لا يمكن استخلاص وجود هذا الالتزام في العقود التي لا تولد على عاتق المدين إلا التزاما باستقبال (المضروب) الدائن. في هذه الحالة يكون من المشكوك فيه وجود التزام تعاقدى بضمان السلامة يقع على عاتق المدين.

ويرتب الفقه على ذلك أن الالتزام بضمان السلامة يكون التزاما بتحقيق نتيجة في الحالة الأولى ويكون مجرد التزام ببذل عناية في الحالة الثانية.

وبناء على الدور الذي يلعبه الدائن، وهل كان إيجابيا أم لا، تختار المحاكم بين الالتزام بتحقيق نتيجة والالتزام ببذل عناية. وتطبيقا لهذا المعيار قضت محكمة النقض الفرنسية بأن الالتزام بضمان السلامة الملقى على عاتق مستغل التزام ببذل عناية في أثناء عمليات الصعود والهبوط.

بالإضافة إلى ما سبق، من الممكن أيضاً التمييز بين عدة اتجاهات داخل القضاء الفرنسي، وبعد فترة من الزمن ترك فيها القضاء الفرنسي تكييف الالتزام بضمان الأمان باعتباره التزاماً بوسيلة، ظهر هذا الوصف من جديد مرة أخرى في بعض الأحكام.¹

رابعاً : مقارنة بين الالتزام العقدي والالتزام القانوني للالتزام بضمان السلامة

يرى بعض الفقه الفرنسي أنه عند الإشارة إلى التطورات الأخيرة التي حددها الالتزام القضائي بضمان السلامة ، يجب ربط الأخير بالالتزام القانوني بالأمان المنصوص عليه في لائحة الاستهلاك، وتحديداً المادة L1/221 من التقنين الفرنسي للاستهلاك ويحدد هذا النص المبدأ القائل بأنها لا توفر بالتالي أساساً جديداً لمطالبات المسؤولية ضد المهنيين. وبدلاً من ذلك ، فإن المحاكم ملزمة باللجوء إلى الأحكام التعاقدية أو الأحكام التقصيرية من أجل تحديد نظام التعويض، كما أن النظر للالتزام بضمان السلامة يحقق ميزة ثلاثية للمضروب:

¹ محمد عمران، الالتزام بضمان السلامة تطبيقاته في بعض العقود، دار النهضة العربية، مصر، 1980، ص 198.

* أنه يتفادى النقد الموجه إلى الأساس التعاقدية للالتزام بضمان السلامة . فتغيرات الفقه عن الصفة التعاقدية للالتزام توحى بمدى ضعف الأساس التعاقدية لهذا الالتزام. فالفقه أحيانا يتحدث عن الإرادة المحتملة للمتعاقدين وأحيانا الإرادة المفترضة لهما.

* إنهاء التردد القضائي حول طبيعة الالتزام بضمان السلامة فوجود نص قانوني يقرر ضمان سلامة المستهلك (القانون المدني- قانون الاستهلاك) يحزم بالتحويل الذي حدث في طبيعة الالتزام ، في الغالب من المفروض من التزام ببذل عناية إلى التزم بتحقيق نتيجة و هذا الأمر يؤكد التحليل الفقهي الذي لا يرى في الالتزام بضمان السلامة إلا التزما بتحقيق نتيجة.¹

المطلب الثاني

الالتزام بالإعلام

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تعريف الالتزام بالإعلام في (الفرع الأول) ثم إلى التزام مقدمي الخدمات بإعلام المستهلك في القانون الجزائري في (الفرع الثاني).

الفرع الأول : تعريف الالتزام بالإعلام

أولاً: لغة: هو معرفة حقيقة الشيء.

ثانياً: اصطلاحاً: فهو عملية توصيل أفكار بواسطة وسائل سواء كانت مسموعة أو مكتوبة.²

ثالثاً : تعريف المشرع للالتزام بالإعلام

عرف المشرع الجزائري الالتزام بالإعلام بموجب المادة 17 من القانون رقم 09 - 03 على أنه: " يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي

¹ محمد عمران، المرجع السابق، ص 200.

² جرعود الياقوت، « دور الإعلام في حماية المستهلك»، مجلة البحوث و الدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق، جامعة البليدة ، العدد 02 ، جانفي 2012 ، ص 277.

يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، فيتشابه الإشهار الذي يعد نوعاً من أنواع الإعلام مع الالتزام بالإعلام، ولكن يكمن الفرق بينهما في كون الإشهار يهدف إلى ترويج وجلب الزبائن فقط، فعادة ما لا يتصف بالموضوعية كونه يركز على إبراز مزايا المنتجات فقط، بينما ما يحتاجه المستهلك هو إعلام موضوعي بعيد عن التأثير على رضائه، لأن غير ذلك قد يجعل هذا الأخير معيباً¹، فالإعلام الحسن الذي يتلقاه المستهلك يجعله يطمئن للمنتجات المعروضة في السوق فيؤدي ذلك إلى تكرار عملية الاقتناء فقد يصل إلى حد الولاء للمنتج، نظراً لتوافق هذا الإعلام مع رضاء المستهلك مما يؤدي لإشباع حاجاته.²

فهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام نوعان:

الإلتزام الأول: الإلتزام ما قبل التعاقدى بالإعلام

يعني ذلك الإلتزام الذي ينشأ في المرحلة التي تسبق إبرام العقد، وبالتالي فإن الضرر الناتج عن خرقه يستلزم تطبيق قواعد المسؤولية التقصيرية، وبالتالي فإن التدخل في مثل هذا الإلتزام ملزم بإبلاغ المستهلك بالأساسيات خصائص المنتج، وكذلك فيما يتعلق بشروط العقد، أن مقدم الخدمة ارتكب الخطأ خارج الإطار التعاقدى ومن مزايا هذا الإلتزام بالمعلومات السابقة للتعاقد أنه يتميز بالعمومية والوقائية والاستقلالية.

فيقصد بالعمومية: أنه التزم سابقاً ويطبق على جميع العقود، أما الوقائية: فبالنظر لما يهدف له من حماية العقود مستقبلاً من خطر الإبطال، فهو يؤدي إلى إنارة رضاء المستهلك قبل إبرام العقد، فيستبعد بذلك إبطال العقد للغلط أو التدليس، أما بالنسبة لخاصية الاستقلالية:

¹ ريموش فرحات، الإلتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق بن عكنون، 2012، ص 206.

² نوري منير، سلوك المستهلك المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2013، ص 314.

فتعود للهدف من تقرير مثل هذا الالتزام كالالتزام مستقل في مواجهة اختلال التوازن العقدي في المرحلة السابقة على إبرام العقد¹.

الإتجاه الثاني : الالتزام التعاقدي بالإعلام

هو ذلك الالتزام الذي يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد، فيعد تطبيقاً للمبدأ الذي يقضي بتنفيذ العقد بحسن نية²، فنتيجة مخالفته هي تطبيق أحكام المسؤولية التعاقدية، حيث يختلف هذا الالتزام وفقاً لطبيعة العقد ووفقاً لخصائص هذا الأخير، لذلك فهو خاضع للعقد وليس مستقلاً عنه، مثل الالتزام المسبق بالإبلاغ.

ولكن نظراً لصعوبة الفصل بين هذا الأخير والالتزام التعاقدي بالإعلام، فيعد الالتزام بالإعلام التزاماً مستقلاً وضرورياً لضمان توازن العقد، وهذا الموقف الذي اتبعه المشرع في المادة 17 من القانون رقم 09 - 03، بحيث ألقى الالتزام بالإعلام على عاتق طرف واحد وهو المتدخل فقط ولم يميز إن كان هذا الالتزام تعاقدية أم غير تعاقدية فجعله عاماً يقع على كل مراحل عرض المنتج للاستهلاك³.

الفرع الثاني: إلتزام مقدمي الخدمات بإعلام المستهلك في القانون الجزائري

أولاً: الإلتزامات الأساسية لمقدمي الخدمات بإعلام المستهلك

من بين الإلتزامات الأساسية والضرورية، التي تساهم في تحمل المخاطر التي قد تنطوي على المنتجات والخدمات، الإلتزام بإبلاغ المستهلكين بجميع المخاطر التي تنطوي عليها هذه الأخيرة ، وهو ما يتضح من نص المادة 10 من القانون رقم 03/09 ، ومن أجل تنفيذ جميع هذه الأحكام بشكل فعال في المرسوم 12/203، تطلب السلطات العامة من المنتجين

¹ بومدين أحمد، دور الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضاء المستهلك، مجلة العلوم القانونية ، جامعة الوادي، العدد 01 ، جوان 2010 ، ص 168.

² بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر ، 2006 ، ص ص 63 - 64.

³ بودالي محمد، مرجع سابق ، ص 65.

والمستوردين الإشارة إلى معلومات معينة على العبوة، مثل هويتهم وعناوين الاتصال بهم ورقم حصة المنتج وتاريخ التصنيع وبلد المنشأ. وكذلك إبلاغ الموزعين بكل ما يتعلق بمنتجات المتابعة وأخيرًا للاحتفاظ بسجل للشكاوى.

ويمكن الاستدلال من هذا النص على أن الشخص المشارك في عملية الاستهلاك مسؤول عن تحقيق سلامة المستهلك من خلال إبلاغه، من خلال وضع العلامات ، بكيفية استخدام المنتج واستهلاك الخدمة والاستفادة منها، من خلال الرجوع إلى التعليمات أو التعليمات، بمعنى آخر، مع كل المعلومات اللازمة التي تتيح له تقييم المخاطر التي قد يتعرض لها المنتج ، والتي تسمح له بتجنبها، خاصة إذا كان الأخير غير مرئي ، بحيث لا يستطيع المستهلك الالتفات إليها دون أن يلفت انتباهه انتباه مزود الخدمة.¹

أما بالنسبة لمقدم الخدمة الذي وضع على كاهله هذا الالتزام، يظهر أنه هو المنتج، وهو الذي يتولى إنتاج المال المعد للتسويق، سواء كان منتجاً نهائياً أو مكونات، فمن المنطق أن يتولى لفت انتباه المستهلك عن كل الأخطار التي قد تنطوي عن المنتجات التي يضعها في السوق بسبب استهلاكها، إذا تعلق الأمر بالمواد الغذائية أو الصيدلانية مثلاً، أو بسبب استعمالها كالمواد غير الغذائية وكذا الخدمات التي تقدم للمستهلك. كما يلتزم بأن يسهر على احترام أمن المنتج فيما يخص بعض الفئات التي قد تتعرض للخطر أكثر من الآخرين، كالأطفال عند استعمالهم لبعض المنتجات التي تخصهم. أما إذا كانت هذه الأخيرة مستوردة وأضاف إليه المستورد اسمه وعنوانه، فتقع عليه نفس الالتزامات التي يلتزم بها المنتج، ومنها الالتزام بالإعلام.

أخيراً ، يمكننا أن نلاحظ مما سبق أن المشرع لم يضع مثل هذا الالتزام بالسلامة على أكتاف كل من يشارك في عملية الاستهلاك ، كما هو الحال مع الالتزام بالمطابقة، حيث أن

¹ المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 203 / 12 المؤرخ في 6 مايو سنة 2012 يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المستهلك ، ج ر رقم 28 ، المؤرخة في 9 مايو 2012.

الالتزام بأمن المنتجات يقع فوق كل ذلك على أكتاف من يقوم بإنتاجه ومن يقوم باستيراده. والأفضل لهم أن يعودوا لمراعاة هذا الأمن فيه وأن يتخذوا الإجراءات اللازمة التي تتيح لجميع مستخدميها الاستفادة منه، دون الإضرار بصحته وسلامة جسده ومصالحه، لكن حماية سلامة المستهلك لا يمكن أن تتحقق لو اقتصرنا على مرحلة إنتاج واستيراد هذه المنتجات، وإنما يجب أن تمتد أيضا إلى مرحلة بعد تسويقها وتوزيعها.

إن تزايد مثل هذه الالتزامات التي تقع على عاتق مقدمي الخدمات، يعتبر تكريسا لحق سلامة المستهلكين الذي هو في تطور مستمر، كما أن الوقاية من المخاطر التي قد تمس بصحة وسلامة المستهلك، تمر حتما على اتخاذ تدابير معينة بعد وضع المنتج للاستهلاك، والتي تقع أيضا على عاتق مقدم الخدمة في عملية الاستهلاك.¹

ثانيا: إعلام المستهلك بالأخطار المهددة لسلامته من قبل مقدمي الخدمات

إن السؤال المطروح في هذا المجال، يتمثل فيما إذا كانت المعلومات والإرشادات المشار إليها في الوسم، تكفي لضمان سلامة المستهلك؟ أم أن المتدخل يلتزم بإعلام المستهلك عن أي خطر قد ينشأ عن المنتج وقت استهلاكه أو استعماله. إن حماية المستهلك من الأضرار التي قد تمس بصحته وسلامة جسده، تقتضي فعلا الإعلام المتواصل من طرف المتدخل عن كل المخاطر التي تتطوي عنه لتفادها، وذلك طوال المدة التي يمكن استعماله أو استهلاكه عادة أو المدة التي نتوقع من طرف المنتج بصفة معقولة. وهذا ما تؤكد لنا أحكام المادة 10 من المرسوم 203/ 12 حيث تشير إلى ما يلي: "...و ذلك طيلة مدة حياته العادية أو مدة حياته المتوقعة بصفة معقولة".²

¹ يومدين أحمد، المرجع السابق، ص 170.

² المادة 10 من المرسوم 203/ 12، مصدر سابق.

وفي هذا الإطار يلتزم المنتجون والمستوردون ومقدمو الخدمات باتخاذ بعض التدابير المتعلقة بمميزات المنتجات والخدمات، وتتمثل في: "جعلهم يطلعون على الأخطار التي يمكن أن تسببها سلعهم أو خدماتهم عند وضعها في السوق أو عند استعمالها». لكي يتمكنوا في مرحلة أخرى من اتخاذ الإجراءات اللازمة لتفادي هذه الأخطار، لاسيما سحب المنتجات من السوق والإنذار المناسب والفعال للمستهلكين واسترجاع المنتج الذي في حوزتهم أو تعليق الخدمة." حسب نفس المادة.

الهدف من ذلك هو إلزام أصحاب المصلحة هؤلاء باتخاذ جميع التدابير اللازمة التي من شأنها أن تسمح لهم بالتعرف على المخاطر التي قد تؤدي إليها المنتجات والخدمات بسبب استخدامها أو فائدتها، واتخاذ التدابير المناسبة، بما في ذلك سحب المنتج من السوق، وخاصة للفت انتباه المستهلكين على أنها فعالة ومناسبة لهذه المخاطر وإمكانية استدعاء مقدم الخدمة أو تعليق الخدمة.

وإضافة إلى إعلام المستهلكين بهذه الأخطار، يلتزم المنتجون والمستوردون ومقدمو الخدمات، إذا كانت لديهم معلومات، أو إذا علموا أو كان عليهم أن يعلموا، وذلك عن طريق تقييم الأخطار، أن المنتجات أو الخدمات الموضوعة في السوق تمثل خطراً على صحة المستهلك وعلى سلامته، «بإعلام مصالح الوزارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش المختصة إقليمياً فوراً بذلك.» يظهر مما سبق أن المتدخلين المعنيين لا يكتفوا بإعلام المستهلك عن الأخطار التي قد تمس بصحة وأمن المستهلك، وإنما يلتزمون، إلى جانب ذلك، بإعلام الوزارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش بذلك بصفة فورية. والدليل أن الفقرة الثالثة من المادة 10 من نفس المرسوم تشير إلى ذلك صراحة، " لا يعفي وضع

المعلومات المبيّنة أعلاه في متناول المستهلكين المنتجين والمستوردين و مقدمي الخدمات من احترام الالتزامات الأخرى".¹

كما تلتزم هذه الإدارة بدورها بإعلام المستهلكين بالأخطار التي تشكلها السلع الخطيرة الموضوعة في السوق على صحته، حسب المادة 15 من المرسوم 203/ 12 وهذا بعد أخذ رأي الهيئات والمؤسسات التقنية المعنية، كل التدابير قصد سحب كل سلعة... خصوصا عبر تبليغ المتدخلين المعنيين عن طريق إنذارات تشير إلى الأخطار التي يمكن أن تنطوي عن السلعة أو الخدمة والزامهم بإعادة مطابقتها. كما تقوم بتوجيه أوامر إليهم و ذلك بإعلامهم حول الأخطار الناشئة عنها و التي قد تضر بالأشخاص و عن الطرق الملائمة. وأخيرا تتخذ الإدارة كل التدابير بهدف منع وضع السلعة أو الخدمة تشكل خطرا على أمن المستهلك و السهر على تطبيقها.²

لكن حرص السلطات العامة الدائم على حماية المستهلك و ضمان سلامته دفعه إلى إنشاء شبكة الإنذار السريع المشار إليها أعلاه، من أجل الوصول إلى المستهلك كافة المعلومات التي تهمه بسرعة وفي الوقت المناسب. المعنى قبل تلف المنتج. على هذا الأساس، تقوم هذه الشبكة بجميع الأعمال التي ستقوم بها « ضمان البث الفوري و بدون انتظار على مستوى الوطني أو الجهوي أو المحلي، حسب طبيعة الخطر المعين لكل معلومة من شأنها أن تؤدي إلى السحب الفوري من السوق لكل منتج من شأنه الإضرار بصحة المستهلك أو أمنه». كما تتولى الشبكة «وضع المعلومات التي تحوزها و المتعلقة بالأخطار التي تشكلها المنتوجات على صحة المستهلكين و أمنهم في متناول المستهلكين». و يظهر من النصوص، أن الإدارة المركزية للوزارة و مصالحها الخارجية هي التي تتولى بث

¹ حامق ذهبية، محاضرات في حماية المستهلك، سلامة المستهلك من خلال أمن المنتوجات والخدمات، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1، ص 255.

² المواد 20، 21، 22 من المرسوم 203/ 12، مصدر سابق.

معلومات شبكة الإنذار السريع. كما تتواصل بشبكات الإنذار الجهوية أو الدولية، و تتولى أيضا تبادل المعلومات مع جمعيات حماية المستهلكين وجمعيات المهنية وجمعيات أرباب العمل .

ومما سبق، تظهر الأهمية المعطاة لإعلام المستهلك بالمخاطر التي تشكلها المنتجات التي يفتتها أو الخدمات التي يستفيد منها، من أجل أن يتفادى الأضرار التي قد تلحق به بالحد الأقصى.¹

¹ حامق ذهبية، المرجع السابق ، ص 256.

الفصل الثاني

آثار قيام مسؤولية مقدم الخدمة

الفصل الثاني

آثار قيام مسؤولية مقدم الخدمة

تتامت جرائم الغشّ والخداع التجاري في الفترة الأخيرة نموا مذهلا خاصة مع الانفتاح وحرية المعاملات التجارية وزيادة المنتوجات الصناعية ووجود طبقة تسعى إلى تحقيق الربح غير المشروع بأيّة وسيلة إضرارا بصحة الإنسان عن طريق الاتجار بالمواد الغذائية والعقاقير الطّبية الفاسدة، ممّا أدّى إلى وجود نوع من الغدر بالمستهلك، فكان لا بدّ من البحث عن حماية المستهلك، خاصة مع قصور الحماية التقليديّة المعروفة في القانون المدني، فكان لا بدّ من اهتمام المشرّع بوضع سياسة تعويضية للمستهلك في حال وقع في غش أو خداع مقدمي الخدمات للمستهلك، وكذلك فإنّ المشرع عمل على تجريم الغشّ والخداع ومكافحته لما له من آثار سلبية ضارة بصحة المستهلك، وفي تطور لافقت بعد صدور قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامّة لحماية المستهلك والملغى بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ فإنّ المشرّع الجزائري اتّخذ تدابير قانونية، وهي وقائية أكثر منها علاجية، ولقد كرس بذلك المشرع حماية أوسع وأشمل من سابقه وبما أنها قواعد أمرّة فإنها توجب بالتالي الجزاء على كل من يخالفها، إن كان المشرع الجزائري قد وضع الأطر العامة للعقوبات المقررة على ذلك في المواد من 68 إلى 85 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغشّ، إلا أن تلك المواد أحالت على مواد أخرى موجودة في قانون العقوبات من المادة 429 إلى المادة 435، وقد قسمنا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول : المسؤولية المدنية لمقدم الخدمة.

المبحث الثاني : المسؤولية الجزائية لمقدم الخدمات.

المبحث الأول

المسؤولية المدنية لمقدم الخدمة

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى دعوى التعويض في (المطلب الأول) ثم إلى التأمين في مجال الخدمات في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

دعوى التعويض

تختلف دعوى التعويض في المسؤولية المدنية عن الدعاوى الأخرى من حيث كيفية التعويض ومن المسؤول عن التعويض ووفقاً للاختلاف في الضرر. يتم تعويض الضرر للمستهلك عندما تثبت مسؤولية المنتج عن عيب الأمان بقوة القانون ، وتكون جزاءه إلزام المنتج بتعويض الضرر الذي لحق بضحايا المنتجات المعيبة.

الفرع الأول: تعريف التعويض

التعويض هو: "الجزاء المدني الذي يترتب على عاتق المسؤول، لجبر الضرر الذي أحدثه بالغير"¹، يعوض عن الأضرار الذي تصيب الإنسان أي المستهلك، وتتمثل أنواع الأضرار التي تستحق التعويض عنها في:
أولاً: الأضرار المادية: هي الضرر التي تقع على السلامة الجسدية للمضروب والمالية، حسب المادة 182 فقرة 1 ق.م.

¹ كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دراسة تحليلية وتطبيقية في ضوء أحكام القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 163.

ثانيا: الأضرار المعنوية: الأضرار المعنوية لا يوجد لها تعريف دقيق، حيث اكتفت المادة 182 مكرر ق.م بتعداد صورته والمتمثلة في المساس بحرية المضرور أو شرفه أو سمعته والأضرار المعنوية، وهي تتميز بصعوبة تقديرها.¹

الفرع الثاني: أطراف دعوى التعويض

يتمثل أطراف دعوى التعويض في المدعي والمدعى عليه.

أولا: المدعي:

المضرور هو المستهلك أو الغير، هو في الأصل صاحب الحق في طلب التعويض، مادام أهلا لرفع الدعوى عنه، فإذا لم يكن أهلا لرفع الدعوى ناب عنه النائب القانوني² من ولي أو وصي أو قيم، وللمضرور أن يوكل وكيلًا اتفاقيا يطالب بالحق في التعويض نيابة عنه، و ينوب عن الأشخاص المعنوية ممثلوهم القانونيين، وينوب عن المفلس وكيل التفلسة و للدائنين استعمال حق مدينهم المتعاس في المطالبة بالتعويض بطريق الدعوى غير المباشرة، وهذا نصت عليه المادة 189 من القانون المدني.³

يحل المؤمن محل المؤمن عليه في الحقوق والدعوى ضد الغير في حدود التعويض المدفوع، أما إذا مات المضرور على أثر الحادث الذي أصابه فلورثته الحق في مطالبة المسؤول بما كان لمورثهم من حق في التعويض.

حسب المادة 02/12 من القانون 08-02 التي نصت على أنه: "إضافة إلى ذلك فإن

جمعيات المستهلكين المنشأة قانونا لها الحق في رفع الدعاوى أمام أي محكمة مختصة.

¹ كريم بن سخرية، المرجع السابق، ص ص 190 - 192.

² على فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان المنتج، ط 1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013، ص 499.

³ المادة 244 من الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-02 مؤرخ في

6 فبراير سنة 2005، والمتضمن القانون التجاري الجزائري على أنه: "يترتب بحكم القانون على الحكم بشهر الإفلاس ومن تاريخه.... ويمارس وكيل التفليسة جميع حقوق ودعاوى المفلس المتعلقة بدمته طيلة مدة التفليسة".

وكذلك جاء في قانون 09-03 في مادتها 23 بنصها: "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، يمكن الجمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".¹

وحسب ما جاء في المادة 23 من القانون 09-03 يمكن للجمعيات حماية المستهلكين رفع دعوى المدنية باعتبارها طرف مدني إذا كان المتضرر المستهلك أو مستهلكين، لكن بشرط أن يكون نفس المتدخل وبناء على نص المادة 12 من القانون 89/02 يمكن أن يمنح لجمعيات المستهلكين الحق في رفع الدعوى المسؤولية المدنية عن عيب سلامة المنتوجات، ولكن على شرط، أن تتعلق الدعوى بالضرر الذي ألحق بالمصالح المشتركة للمستهلكين، وأن يكون قصد الدعوى هو التعويض عن الضرر المعنوي الذي ألحق بها.²

ثانيا: المدعي عليه

الأصل أن المسؤول هو الملتزم بالتعويض، والمسؤول في هذه الحالة هو المنتج، فإن كان شخصا طبيعيا رفعت عليه الدعوى ذاته، وإذا انعدمت أو قصرت أهليته فترفع حينئذ على نائبه القانوني³، أما إذا كان شخصا معنويا، فترفع الدعوى على ممثله القانوني، وإذا كان المسؤول قد أفلس، فللمضرور أن يرفع الدعوى على وكيل التفلسة وإذا تعدد المسؤولون عن

¹ المادة 23 من القانون 09-03 ، مصدر سابق .

² علي فتاك، المرجع السابق، ص ص 501 - 502 .

³ المرجع نفسه، ص 436.

المسؤولية الناشئة عن عيوب المنتجات، كانوا متضامنين في دفع التعويض¹، ويعتبرون كذلك في الحالات التالية:²

- إذا كان المنتج متكون من عدة أجزاء، وقامت المسؤولية في مواجهة أكثر من واحد منهم - إذ أخل أكثر من متدخل بالتزاماته المرتبطة بالسلامة.
 - إذا كان الإخلال بالالتزام بالسلامة يشكل سلوكا جرميا معاقب عليه جزائيا طبقا للنصوص ذات الصلة وترفع حينئذ الدعوى على أي منهم مجتمعين أو منفردين ودون مراعاة تسلسل التزاماتهم، كما أن الدعوى المرفوعة على أحدهم لا تمنع من إقامتها على غيره.
- وبخصوص المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بأمن المنتجات، فعلى أساس المادة 12 الفقرة 1 من القانون 89-02 الملغى، كان للمضرم إتباع الطرق القانونية ضد كل المتدخلين أو بعضهم، كل حسب مسؤوليته الخاصة وفي حدود فعله، وله أن يتابع المتدخل المتعاقد معه، وكل متدخل في عملية عرض المنتج للاستهلاك ولو لم يكن متعاقد معه بموجب الدعوى المباشرة وإذا مات المسؤول عن التعويض انتقل دين التعويض إلى تركته، وإن لم يحضر المتدخل في الدعوى، فإنه يقضى في الدعوى غيابيا بالنسبة له، ولكن ليس للضامن أن يقوم مقام المضمون في الدعوى إلا بناء على تصريحه، وتكون الأحكام الصادرة ضد الضامن الذي قام مقام المضمون في الدعوى، قابلة للتنفيذ ضد المضمون في حالة إعسار الضامن.

¹ المادة 126 من الأمر رقم 58/75 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 مايو 2007، ج ر عدد 31، مؤرخة في 13 مايو 2007 يتضمن القانون المدني .

² الفقرة 1 من المادة 223 من القانون المدني: "يجوز للدائن المطالبة المدنيين المتضامنين مجتمعين أو منفردين على أن يراعي في ذلك ما يلحق رابطة كل مدين من وصف"، مصدر سابق.

الفرع الثالث: طرق التعويض

لقد أورد المشرع الجزائري طرق التعويض طبقاً للأحكام العامة المنصوص عليها في التقنين المدني الجزائري، بينما خصص كذلك طرق التعويض في قانون حماية المستهلك في مجال حوادث الاستهلاك. وبناء عليه سوف نتناول (أولاً) طرق التعويض في القانون المدني، و(ثانياً) طرق التعويض في قانون حماية المستهلك.

أولاً : طرق التعويض في القانون المدني

سبق أن ذكر أن أثر المسؤولية المدنية على المنتج هو أن المتضرر يستحق التعويض عن الضرر الذي لحق به، حيث يصبح دائماً بهذا التعويض ، ويصبح المخطئ مديناً به. ومصدر الحق في التعويض هو الفعل الضار ، وينشأ عنه الالتزام من يوم وقوع الضرر.¹ ولقد منح المشرع الجزائري للقاضي سلطة في اختيار طريقة التعويض الأكثر ملائمة للطبيعة الضرر، وذلك وفقاً للظروف إذ يمكن أن يكون مقسطاً أو جملة أو في شكل إيراد مرتب، كما يمكن تقديره نقداً أو غير نقد والتعويض بمعناه الواسع يمكن أن يكون عيناً أو بمقابل و هذا الأخير قد يكون نقداً أو غير نقد.²

¹ سي يوسف زاوية حورية، الخطأ التقصيري كأساس المسؤولية المنتج، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 01 ، 2006 ، ص ص 309-310.

² تنص المادة 132 من القانون المدني الجزائري على ما يلي: "يعين القاضي طريقة التعويض تبعاً للظروف و يصح أن يكون التعويض مقسطاً كما يصح أن يكون إيراداً مرتباً و يجوز في هاتين الحالتين إلزام المدين بأن يقدر تأميناً و يقدر التعويض بالنقد على أنه يجوز للقاضي و بناءاً على طلب المضرور أن يأمر بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه أو أن يحكم و ذلك على سبيل التعويض بأداء بعض الإعانات تتصل بالفعل غير المشروع"، مصدر سابق.

1- التعويض العيني:

- تعريف التعويض العيني:

يقصد بالتعويض العيني الحكم بإعادة الحالة إلى ما كانت عليه قبل وقوع الضرر، وهذا النوع من التعويض هو الأفضل إذا كان ممكناً، لأنه يعني محو الضرر تماماً ووضع المضرور في نفس الحالة التي كان عليها قبل وقوعه.¹

وعليه لا يلتزم القاضي بالحكم بالتعويض العيني، ولكن عليه أن يجتازه إذا كان ذلك ممكناً وطالب به الدائن، ولا يلتزم الطرف المتضرر بتقديم أي من نوعي التعويض قبل الآخر، لذلك قد يبدأ في المطالبة بما يشاء وما يراه أكثر فائدة له، وكذلك قد يقدم المسؤول تعويضاً عينياً ويأمر به، ولكن في معظم الحالات يكون الضرر المعنوي مستحيلاً للتعويض العيني، لذلك من الضروري اللجوء في هذه الحالة إلى تعويض نقدي.²

ب- التعويض بمقابل (نقدي أو غير نقدي)

- تعريف التعويض بمقابل:

التنفيذ بمقابل أو عن طريق التعويض هو البديل عن تنفيذ الالتزام عيناً وهو يلجأ إليه في الحالات التالية:³

1 - إذا استحال التنفيذ العيني للالتزام بخطأ المدين كما لو كان ملتزماً بتسليم شيء معين فهلك بخطئه أما إذا استحال التنفيذ العيني بسبب أجنبي لا يد للمدين فيه كزلزال أو فيضان فإن الالتزام ينقضي ولا يكون المدين مسؤولاً عن التعويض.

¹ عدنان إبراهيم سرحان، نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، الالتزامات، مصادر الحقوق الشخصية دراسة مقارنة، ط 1، دار العلمية الدولية و دار الثقافة، الأردن، 2003م، ص 467.

² منذر الفضل، النظرية العامة للالتزامات - دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقوانين المدنية الوضعية-، ج 1، مصادر الالتزام، ط 3، مكتبة الثقافة، الأردن، 1996م، ص 426-427.

³ محمود عبد الرحمان محمد، النظرية العامة للالتزامات، ج 2، أحكام الالتزام، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999م، ص 104-105.

2 - إذا كان التنفيذ العيني ممكنا و لكن فيه إرهاقا للمدين ولو لم يكن في العدول عنه إلى التنفيذ بطريق التعويض ضرر جسيم يلحق بالدائن.

3- إذا كان التنفيذ العيني ممكنا وغير مرهقا للمدين ولكن لم يطلبه الدائن ولم يعرضه عليه المدين فحينئذ يكون استبدال التنفيذ العيني للالتزام بالتنفيذ بطريق التعويض وليد الاتفاق الضمني لطرفيه.¹

ويلاحظ أن الالتزام بمقابل لا يعد في نظر الجمهور الفقهي التزاما جديدا يحل محل الالتزام الأصلي بل يشكل طريقة لتنفيذ هذا الأخير، ومن ثم فإن كافة الضمانات التي كانت مقررة للالتزام تظل قائمة لضمان الوفاء بالتعويض، والتعويض بمقابل إما أن يكون نقديا أو غير نقدي.²

ثانيا : طرق التعويض في قانون حماية المستهلك

لقد نصت المادة 13 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: "يستفيد كل مقتن لأي منتج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة أو عتادا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات. يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج استبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته يستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه دون أعباء إضافية يعتبر باطلا كل شرط مخالف لأحكام هذه المادة".

¹ أحمد شوقي محمد عبد الرحمان، الدراسات البحثية في المسؤولية المدنية، المجلد 1، المسؤولية المدنية الشخصية، د ط، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007 م، ص 289.

² نبيلة رسلان، دروس في الأحكام العامة للالتزام في القانون المدني المصري، ط1، (دن)، 1998م، ص 36.

ويستفاد من النص المدون أعلاه، أنه يجب على المستهلك أن يقدم طلب تنفيذ الضمان بمجرد ظهور العيب بالمنتج، أو بالأحرى عليه إخطار البائع المحترف بذلك، ومن حقوق المشتري في هذه الحالة أن يقوم المحترف إما:¹

- إصلاح المنتج في الأجل المتفق عليه وعلى نفقته وكلفته وإن لم يتفق على الأجل فإنه يتحدد وفقا لما هو معمول به عادة وهو سبعة أيام تسري ابتداء من يوم الضمان.

- إصلاح المنتج أو استبداله ويستوجب على المحترف تعويض المستهلك عن الأضرار التي ألحقت به.

- استبدال المنتج في حالة كون العيب جسيما .

- رد ثمن المنتج إذا تعذر على المحترف.

1- إصلاح المنتج:

ويعد هذا الإجراء أول حق ينشئه الضمان القانوني الخاص للمستهلك، وهو حقه في إصلاح العيب بالمنتج، إذا كان قابلا للإصلاح ولم يكن العيب جسيما، وأن يتقدم المستهلك بطلب الإصلاح في أجل مطابق للأعراف المعمول بها، ويكون الإصلاح مجانيا بالنسبة للمستهلك فيتحمل المحترف جميع مصاريف الإصلاح، وعلى الأخص اليد العاملة وقطع الغيار وحتى مصاريف النقل.

ويعد الالتزام بتقديم قطع الغيار التزاما بتحقيق نتيجة، وبالتالي لا يعفى البائع منه إلا بإثبات السبب الأجنبي، وبالتالي لا يكفي ادعاؤه بعجز الصانع عن توفيرها، كما أن اعتباره التزاما بتحقيق نتيجة، يشكل مبررا لتحديد الضمان الاتفاقي من حيث الزمان، إذ لا يعقل أن يتحمل

¹ عيد الله بوتوشنت، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 12، 2008م، ص 128.

البائع أو الصانع بعد مرور وقت معين الاستمرار في صناعة قطع الغيار الملائمة لأجهزة توقف صنعها نهائياً، أما إصلاح المنتج فيبقى التزاماً ببذل عناية.¹

2- استبدال المنتج :

في حالة وجود عيب أو خلل خطير بالمنتج يؤثر على صلاحية المنتج بأكمله ويصعب إصلاحه بالشكل المطلوب، تقع على عاتق المورد مسؤولية استبداله ككل بمنتج جديد قابل للاستخدام يقوم بتسليمه للمستهلك حتى يفي بالتزام الضمان، وللمحترف الحق في رفض استبدال المنتج ، إذا كان من الممكن إصلاحه أو إعادته إلى حالته ، فهو مجاني وبدون تكاليف إضافية.²

ومعنى ذلك أنه إذا فشلت محاولة إصلاح المنتج، يحق للمستهلك أن يطالب باستبدال المنتج المعيب، بشرط أن يكون عيبه جسيماً يحول دون استعماله جزئياً أو كلياً، و بشرط أن يقدم طلب الاستبدال في أجل يطابق الأعراف المعمول بها.³

3- رد ثمن المنتج :

إذا تعذر إصلاح المنتج أو استبداله، يجب على المهني أن يرد ثمنه دون تأخر، فيرد الثمن كاملاً إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلية، و يرد جزء من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً وفضل المستهلك الاحتفاظ به.⁴

وعليه إذا وجد بالمبيع عيب يضمنه البائع و كان هذا العيب يؤثر في المبيع كله، كان للمستهلك حق رد المبيع كله للبائع و المطالبة بقيمته وقت ظهور العيب، وفي هذه الحالة

¹ كريمة بركات، حماية المستهلك من المخاطر الناجمة عن استعمال المنتجات و الخدمات دراسة مقارنة ، رسالة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2003 / 2004 م، ص126.

² المرجع نفسه ، ص127.

³ بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة دراسة مقارنة ، ط 1، دار الفجر، القاهرة، 2005 م، ص96.

⁴ علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، (دط)، دار الهدى، الجزائر، 2000م، ص 47.

نكون أمام الرد الكلي، أما إذا كان تأثير العيب جزئياً، وكان المبيع قابلاً للانقسام جاز للمشتري أن يرد الشيء أو الجزء المعيب دون الجزء الآخر، وهذا ما يسمى بالرد الجزئي. ولقد نص المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات وخاصة في المادة 9 منه على ما يلي "إذا تعذر على المحترف إصلاح المنتج أو استبداله فإنه يجب عليه أن يرد ثمنه دون تأخير حسب الشروط التالية: يرد جزء من الثمن إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال جزئياً وفضل المستهلك الاحتفاظ. يرد الثمن كاملاً إذا كان المنتج غير قابل للاستعمال كلية و في هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب".

يجوز للمستهلك المطالبة بالتعويض عن جميع الأضرار المادية أو المادية الناجمة عن الخلل في المنتج، بناءً على المادة 6 من المرسوم التنفيذي المذكور أعلاه، وهذا يشمل، على وجه الخصوص، الضرر الناجم عن عدم الاستفادة من المنتج طوال فترة الإصلاح، وأن مبدأ الاستحقاق للتعويض أو مداها يعتمد على عدة عوامل، بما في ذلك حسن النية أو سوء نية المحترف أو المنتج، ووجود ضمان اتفاقية يكون أكثر فائدة للمستهلك أم لا، ويتم تقديم الأخير بشهادة ضمان. مدة 6 أشهر أو أكثر تسري من يوم تسليم المنتج. وأخيراً قرر المشرع الجزائري مخالفة أحكام الضمان القانوني الخاص والعقوبات الجزائية المتمثلة في الحبس والغرامة لإثبات فاعلية حماية المستهلك.

المطلب الثاني

التأمين من المسؤولية في مجال الخدمات

من خلال هذا المطلب سنتطرق لتعريف التأمين (الفرع الأول) وتحديد خصائصه وكذا أهميته (الفرع الثاني) ثم إلى المبادئ الأساسية لعقد التأمين من المسؤولين (الفرع الثالث).

الفرع الأول: التعريف بآلية التأمين ومدى إلزاميته

طبقا للمادة 619 من القانون المدني الجزائري عرف المشرع التأمين بأنه "عقد يلتزم بمقتضاه المؤمن أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى الغير المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه، مبلغا من المال أو إيراد أو أي عوض مالي آخر في حالة تحقق المخاطر المبينة بالعقد وذلك مقابل قسط أو أية دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له".

كما نص ذات القانون على ضرورة تنظيم أحكام التأمين بنصوص خاصة،¹ الأمر الذي تم تجسيده فعلا بموجب القانون 80-07 المتعلق بالتأمينات والملغي بموجب الأمر 95-07 المعدل والمتمم، والذي جعل المؤمن يضمن التبعات المالية المترتبة على المسؤولية المدنية للمؤمن له بسبب الأضرار اللاحقة بالغير وذلك بصريح نص المادة 56 منه.

وهو نفس التعريف الوارد بالمادة الثانية من قانون التأمين الجزائري والتي تنص على أنه: "إن 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 إيرادا أو أي أداء مالي آخر في حالة تحقق الخطر المبين في العقد وذلك مقابل أقساط أو أية دفعات مالية أخرى".

وبطريق القياس يمكن أن نعرف عقد التأمين من المسؤولية عن فعل الخدمات بأنه: "عقد تلتزم بموجبه شركات التأمين بدفع مبلغ من المال لغير المصاب كتعويض عن الضرر الذي تكبده نتيجة استخدام خدمة معيبة ، مقابل قسط أو أي مدفوعات مالية أخرى قام بها الأخير في حالة تحقق الخطر المنصوص عليه في العقد".

ويقوم عقد التأمين الإلزامي من المسؤولية المدنية على فكرة أساسية هي التعاون بين المؤمن لهم الذين يهددهم خطر واحد ويرغبون في توقي نتائج الضارة ولذلك يعمدون

¹ المادة 620 من القانون رقم 05/07، مصدر سابق .

المساعدة كل منهم في تحمل هذا الضرر ويقوم نيابة عنهم المؤمن بإدارة هذا المبلغ وتنظيم العلاقة التعاونية بينهم حتى يساهم في توزيع الأخطار بين مجموع المؤمن لهم ويحدد المشرع مبلغ محدد القسط التأمين المفروض على المؤمن لهم.¹

على أن ثمة آراء تعارض إلزامية التأمين لما له من انعكاسات وخيمة على المنافسة في دول الإتحاد الأوربي لصعوبة وضع نظام تأمين موحد بالنظر إلى تنوع الخدمات ومقدمي الخدمات، والوضعيات الجغرافية المختلفة، والإمكانات المالية للمؤسسات.

وقد فرض المشرع هذا النوع من عقود التأمين في بعض المجالات بمقتضى نصوص قانونية كما هو الحال بالنسبة إلى تأمين مسؤولية المتدخلين في مجال البناء²، والزامية تأمين مسؤولية الأطباء والصيدلة، والمحامين، وعن المنتجات، وكذلك إلزامية التأمين على حوادث السيارات، وغيرها من التأمينات التي اعتبرها المشرع الجزائري إلزامية وأخضعها لعقوبات في حال عدم الامتثال لها.³

الأمر الذي لم تعد معه الإرادة حرة في تكوين هذا العقد أو حتى تحديد بنوده والتزامات طرفيه أو حتى آثاره بل أكثر من ذلك لم تعد هذه الإرادة حرة حتى في تعديله وانهاؤه إلى حد القول بأن هذه العلاقة التعاقدية لم تعد ثنائية كما هو الحال بالنسبة لباقي عقود التأمين، بل

¹ خالد مصطفى فهمي، عقد التأمين الإجباري المسؤولية المدنية الناشئة عن حوادث السيارات، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005، ص 30.

² مرسوم تنفيذي رقم 95-414 مؤرخ في 09 ديسمبر 1995 يتعلق بالزامية التأمين في البناء من مسؤولية المتدخلين المدنية المهنية، جريدة رسمية، عدد 76 الصادرة في 10 ديسمبر 1995 يقضي بتطبيق أحكام المادة 175 من الأمر 07-95 المعدل والمتمم بالقانون 06-04 المتعلق بالتأمينات.

³ الأمر رقم 74-15 المؤرخ في 30 يناير 1970، ج ر، عدد 15 ن المؤرخة في 19 فيفري 1974، المتعلق بإلزامية التأمين على السيارات وبنظام التعويض عن الأضرار، المعدل والمتمم بالقانون رقم 88-31 المؤرخ في 19 يوليو 1988.

أصبح وجود العقد يتوقف على إرادة مشتركة بين كل من المؤمن والمؤمن له والمشرع أيضا.¹

الفرع الثاني: أهمية التأمين في مجال المسؤولية المدنية لمقدمي الخدمات

أصبح التأمين من الدعائم الأساسية للمجتمعات الحديثة، لما له من فوائد ومزايا اقتصادية واجتماعية وقانونية مهمة تظهر مزايا التأمين في قانون المسؤولية المدنية على وجه الخصوص، وأدى ظهورها وانتشارها إلى تغيير العديد من المفاهيم والمبادئ والنظريات القانونية، واستخراجها من تطورها الفردي، وإدماجه في الصراعات الاجتماعية لأنه يشمل حماية أفراد المجتمع ورعايتهم، والوقوف إلى جانبهم في حالات الكوارث والحوادث ، ونظراً للأهمية الكبيرة لنظام التأمين فقد تدخل المشرع في معظم الدول ، وجعلها اجبارية في بعض المجالات والقضايا كما هو حال المشرع الجزائري.²

وغني عن البيان أن العلاقة القانونية بين التأمين والمسؤولية، هي علاقة تبادلية، وحسب الفقيه B.Starck يوجد بين التأمين والمسؤولية سباق حقيقي انطلق في المهد ثم ما فتئ أن تطور، فالتأمين يتبع تطور المسؤولية وفي بعض الأحيان يسبقه، ووجود تأمين يدفع المحاكم إلى قبول المسؤولية دون خطأ والتوسع في مجال الضمان.

ويعتبر تطور مسؤولية مقدم الخدمة إلى مسؤولية دون خطأ مرتبط بتطور التأمين على أساس أن لكل قاعدة مسؤولية بقوة القانون غير المخففة بواسطة التأمين تعتبر جحيما

¹ ميسوم فضيلة، الطبيعة القانونية لتأمين المسؤولية المدنية، دراسة مقارنة، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 27 جوان 2017، السنة التاسعة، مقال منشور على موقع :

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/20/9/27/23686>، تم زيارة الموقع بتاريخ: 2021/08/20 على

الساعة : 19:00.

² إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الملتزم بتعويض الضرر الناجم عن حوادث السيارات، دار السلاسل للطباعة والنشر، الكويت، 1985، ص 218.

بالنسبة لمقدمي الخدمات، وهو ما يدعم حجج القائلين بفرض تأمين إلزامي يوفر إمكانيات الحصول على التعويض.

وتجدر الإشارة إلى أن عجز فكرة المسؤولية عن القيام بالوظيفة التعويضية جعل من الضحايا وفي الكثير من الحالات لا يجدون الطرف الذي يضمن لهم الحصول على التعويضات الأمر الذي فتح المجال للتأمين بأن يحتل حيزاً هاماً في مجال الاستهلاك لتحقيق التوازن الملائم في توفير الملاءة المالية لتعويض الضحايا، ومساعدة المشروعات الخدمائية على الاستمرار في النشاط، وتوزيع عبء الأضرار بدلاً من تركيزها على مسؤول واحد فتسبب له الانهيار، وتجدر الإشارة أن التأمين وبفضل العولمة تحول من انشغال داخلي إلى اهتمام دولي.¹

تلعب شركة التأمين دوراً رئيسياً في الوقاية من الخطر طالما أن شركات التأمين يمكنها مراقبة المعدات والآلات قبل وبعد إبرام عقد التأمين. آلية التأمين مهمة أيضاً لكلا الطرفين في مجال مسؤولية مقدم الخدمة ، سواء بالنسبة للمؤمن عليه (مقدم الخدمة) أو الطرف الثالث (المصاب). بالنسبة لمقدم الخدمة ، سيساعد التأمين المشاريع الإنتاجية على مواصلة نشاطها. من خلال تقنية التأمين ، يتم توزيع عبء الأضرار بدلاً من تركيزه على مسؤول واحد أدى إلى انهياره ، خاصة مع كثرة الدعاوى القضائية أمام الجهات القضائية ومطالبة المتضررين من حوادث الخدمات المعيبة بحقهم في التعويض، أما من ناحية المضرور، فتدخل شركة التأمين للتعويض بدلاً من مقدم الخدمة من شأنه طمأنة المضرور من الحصول على التعويض باعتبار أن المؤمن يتمتع بذمة مالية موسرة، لهذا السبب أصبح ينظر لآلية التأمين كأنها ضمان للالتزام بتعويض الضحايا، فعلى رأي الأستاذ ستارك

¹ يوسف فتيحة، التأمين على تطور المسؤولية عن الأشياء غير الحية، مجلة دراسات قانونية، مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، عدد 1، 2004، ص 31.

STARCKE: " يجب النظر في التأمين في هذه الحالة، ليس كتأمين عن الضرر ولمصلحة المسؤول عنه، بل الأولى اعتباره تأميناً عن الحوادث ولمصلحة المضرور.¹

الفرع الثالث: المبادئ الأساسية لعقد التأمين من المسؤولية

برزت فكرة صناعة التأمين على أساس توزيع النتائج الضارة لحادثة واحدة أو عدة حوادث بحيث يتحملها مجموعة من الأشخاص بدلاً من يتحملها شخص واحد، وتطورت هذه الفكرة لتصبح نظاماً قائماً بذاته على أساس من التعاون لمواجهة الخسائر المالية التي يتعرض لها المؤمن لهم (مقدمي الخدمات).

ويقوم هذا النظام على أسس فنية ومبادئ موضوعية بما يفرض وجود آلية قانونية يرتد إليها ذلك النظام ليصبح مقبولاً عند شركة التأمين والمؤمن له، وتتحقق فيه النتائج التي اتجهت إرادة الطرفين إلى تحقيقها.

ونتعرض فيما يلي بإيجاز لأهم تلك المبادئ والتي يتم تطبيقها بشكل جوهري في عقود التأمين من المسؤولية.

أولاً: مبدأ منتهى حسن النية

إذا كانت جميع العقود تخضع لمبدأ حسن النية فإن عقد التأمين يخضع لمبدأ منتهى حسن النية، وبمقتضى مبدأ منتهى حسن النية يقوم المؤمن له (مقدم الخدمة) بالإفصاح والإفصاح بجميع الحقائق والأمور الجوهرية المتعلقة بالخطر المؤمن عليه إلى المؤمن. مع ملاحظة أن مبدأ منتهى حسن النية يظل مطبقاً بعد إصدار عقد التأمين وأثناء سريانه، بمعنى أنه يجب على المؤمن له أن يبلغ المؤمن في الحين بجميع البيانات والمعلومات التي

¹ خميس سناء، المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015، ص 159.

تطراً على الخطر أثناء مدة التأمين، ويترتب على مخالفة هذا المبدأ أن يصبح عقد التأمين قابلاً للبطلان.

ويعرف هذا المبدأ في قانون التأمين الجزائري بواجب التصريح، حيث قضت به المادة 15 منه بقولها: "يلزم المؤمن له: بالتصريح عند اكتتاب العقد بجميع البيانات والظروف المعروفة لديه ضمن استمارة أسئلة تسمح للمؤمن بتقدير الأخطار التي يتكفل بها".

ثانياً: المبدأ التعويضي

يقصد بالمبدأ التعويضي أن عقد التأمين يعرض المؤمن له (مقدم الخدمة) عن خسارته المالية التي أصابته نتيجة تحقق حادث مغطى تأمينياً - وبحيث لا يزيد التعويض عن الخسارة الحقيقية وذلك لا يثري المؤمن له (مقدم الخدمة) على حساب المؤمن. فالغرض الأساسي من تطبيق المبدأ التعويضي هو إعادة المؤمن له بعد الخسارة التي تلحقه بعد الحكم عليه بمبلغ التعويض المستحق للمستهلك المضروب إلى نفس المركز المالي الذي كان عليه قبل تحققها.

تمت الإشارة إلى هذا المبدأ بموجب المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 48 /96 الذي يحدد شروط وطرق التأمين في مجال المسؤولية المدنية عن المنتجات، والتي اختلفت التشريعات في تحديد العقوبة الناتجة عن انتهاك واجب الالتزام بأقصى درجات حسن النية ومتطلباته.¹

أما المشرع الجزائري فأقر عدة جزاءات منها الفسخ مع إعادة للمؤمن له جزء من القسط عن المدة التي لا يسري فيها عقد التأمين، أو الإبطال، أو تخفيض التعويض في حدود الضرر الفعلي.²

¹ بهاء بهيج شكري، التأمين من المسؤولية في النظرية والتطبيق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 128.

² المواد 19-21-22 من الأمر 95-07 المتعلق بالتأمينات، مصدر سابق.

تنص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 48 /96 على أنه: "يضمن التأمين المسمى "المسؤولية المدنية عن المنتجات" طبقاً للتشريع المعمول به، المستهلكين والمستعملين وغيرهم من الآثار المالية المترتبة على مسؤولية المؤمن له المدنية المهنية بسبب الأضرار الجسمانية المادية والمالية التي تتسبب فيها المنتجات".

ثالثاً: مبدأ المصلحة التأمينية

المصلحة التأمينية تعني أن الشخص الذي يتلقى منفعة وثيقة التأمين يجب أن يكون هو الذي وقعت له الخسارة وقت تعرض موضوع التأمين للخسارة أو الضرر.

ويشترط أن تكون هناك علاقة قانونية يمكن التأكد منها بين المؤمن له وبين موضوع التأمين، وهذا يعني أن يتحمل الفرد خسارة أو مسؤولية قانونية نتيجة حدوث الضرر أو خسارة موضوع التأمين وأن ينتفع مادياً نتيجة بقاءه على ما هو عليه، فإذا انعدمت هذه المصلحة وقع عقد التأمين باطلاً، مع الإشارة إلى أن المصلحة التأمينية في عقود التأمين من المسؤولية هي مصلحة ذات طابع اقتصادي باعتباره تأمين من الأضرار.¹

وقد جعل المشرع الجزائري المبدأ في محل التأمين أن يكون مصلحة اقتصادية مشروعة لا تتعارض مع النظام العام والآداب.²

رابعاً: مبدأ الحلول

يترتب مبدأ الحلول في الحقوق كنتيجة لتطبيق المبدأ التعويضي، ويقصد بمبدأ الحلول في الحقوق أن يحل المؤمن محل المؤمن له (مقدم الخدمة) في كافة حقوقه قبل الغير بعد قيامه بسداد قيمة التعويض، وقد جرت العادة أن تتضمن عقود التأمين التي تخضع لمبدأ الحلول في الحقوق شرطاً يعطي للمؤمن الحق في أن يحل محل المؤمن له في كافة حقوقه قبل

¹ بهاء بهيج شكري، المرجع السابق، ص 128.

² تنص المادة 621 من القانون المدني الجزائري على أنه: "تكون محلاً للتأمين كل مصلحة اقتصادية مشروعة تعود على الشخص من دون وقوع خطر معين".

الغير وذلك بمجرد حدوث وظهور مسؤولية الغير عنه حتى ولو كان ذلك قبل سداد قيمة التعويض، ويطلق على هذا الشرط شرط الحلول.¹

غير أن هذا المبدأ لا يطبق على إطلاقه في عقود التأمين من المسؤولية، لأن الغالب فيه أن يكون المؤمن له هو المتسبب في قيام مسؤوليته تجاه الشخص الثالث، فلا يتصور أن يكون للمؤمن حق الرجوع عليه الاسترداد ما دفعه له من تعويض.²

المبحث الثاني

المسؤولية الجزائية لمقدم الخدمات

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى جرائم مخالفة الإلتزامات لمقدم الخدمات المسة بالمستهلك في (المطلب الأول) ثم نتطرق إلى العقوبات المقررة لعدم إلتزام مقدم الخدمة بالقوانين في (المطلب الثاني).

المطلب الأول

جرائم مخالفة الإلتزامات لمقدم الخدمات المسة بالمستهلك

يعتبر تجريم الافعال المسة بسلامة المستهلك ترجمة فعلية للحماية الجنائية للمستهلك فهذا النوع من الجرائم لم يختص بها تقنين واحد فمنها ما هو متضمن في قانون العقوبات و منها ما هو مدرج في قانون حماية المستهلك، لذلك وجب البحث في الاحكام الموضوعية للافعال المجرمة التي تمس بصفة مباشرة أو غير مباشرة بسلامة المستهلك ومن خلال هذا

¹ بهاء بهيج شكري، المرجع السابق، ص 131

² خميس سناء، المرجع السابق، 172.

المطلب سنتطرق إلى جريمة الخداع و ذلك في (الفرع الأول) و جريمة الغش في (الفرع الثاني).

الفرع الأول: جريمة الخداع

سنتطرق (أولا) إلى تعريف جريمة الخداع ثم إلى نطاق جريمة الخداع (ثانيا) ثم إلى أركان جنحة الخداع (ثالثا).

أولا : تعريف جريمة الخداع

إن إظهار الشيء المعروض للمستهلك أو المنتج بمظهر يخالف الحقيقة والواقع يؤدي إلى إيقاع المستهلك في الغلط حول طبيعة المنتج مما يشكل جريمة الخداع من قبل الأعوان الاقتصاديون.

لم يعرف المشرع الجزائري، على غرار المشرع الفرنسي ، جريمة الخداع ، بل أشار فقط إلى نطاقها وعقوبتها، وتدخل الفقه من خلال اجتهاده لسد هذا الفراغ التشريعي وإعطاء مفهوم الخداع على النحو التالي: الخداع" هو كل فعل يتسبب في ارتكاب المستهلك لخطأ بشأن السلع أو الخدمة".¹

كما يعرف أنه: "القيام بأعمال و أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته و يعني ذلك أن جوهر الخداع هو الكذب وبالتالي فإن موضع الكذب يترتب عليه الإضطراب في عقيدة وتفكير الشخص، والكذب هو الإخبار عن الشيء بخلاف ما هو عليه في الواقع أي بذكر بيانات غير حقيقية وغير مطابقة للحقيقة كليا أو جزئيا .

ويعرف أيضا بأنه القيام بالحيل البسيطة التي من شأنها إخفاء عيب المنتج و إظهاره بشكل مغاير للحقيقة و يوقع المستهلك في الغلط كأن يكون المنتج عبارة عن مواد غذائية فاسدة

¹ محمد بودالي ، شرح جرائم الغش في البيع السلع و التدليس في المواد الغذائية والطبية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2006 ، ص 09.

أو دواء منتهي الصلاحية ، أو منتج مقلد ، أو أنه لا يحتوي على الخصائص و المميزات المتفق من أجلها أو به عيب خفي مع العلم به و لا يقوم بالدور الذي أعد من أجله .¹

ثانيا: نطاق جريمة الخداع

إن تحديد معالم جنحة الخداع بإعتبارها واحدة من أخطر الجرائم الماسة بالمستهلك و بأمنه وسلامته يتطلب التطرق إلى نطاقها من حيث الأشخاص ومن حيث الموضوع و كذا من حيث الوسائل.

1- نطاق جنحة الخداع من حيث الأشخاص :

لقد نصت المادة 429 من قانون العقوبات على : " يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد... " فعليه فإن نص المادة يسري على جميع من يشملهم العقد ومن هذا المنطلق يتميز تطبيق الخداع من حيث الأشخاص بنطاق واسع يضم كل من الوكيل أو النائب أو المتعاقد ، ولكن من منظور آخر وتحديدًا المادة 68 من القانون 09/03 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش فقد نصت على: " يعاقب كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك " .²

أي أن ضحية جريمة الخداع هو المستهلك فقط وليس أي شخصا آخر ويستطيع رفع دعوى الخداع على هذا الأساس من القانون 09/03 وإن نطاق المادة 429 أوسع من نطاق المادة 68 من منطلق إن الإرادة التشريعية قد تبنت المفهوم الضيق للمستهلك إلا أنه إنتقد مصطلح المستهلك في المادة 68 وحيد لو تم تغييره بمصطلح متعاقد وقد إعتبر الفقه ذلك

¹ ولد عمر طيب ، النظام القانوني لتعويض الإضرار الماسة بأمن وسلامة المستهلك ، دراسة مقارنة أطروحة الدكتوراه في القانون الخاص بكلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، غير منشورة 2009/2010 ، ص 113.

² كموش نوال حماية المستهلك ، إطار قانوني الممارسات التجارية منكراة تخرج لنيل الخاص الحقوق ، بن يوسف بن خدة ، جامعة الجزائر ، 2010-2011 ص 69.

نقطة محسوبة كما عبروا عنها، إلا أن مصطلح المستهلك جاء منسجماً مع المعيار الضيق الذي تبناه المشرع لتوفير حماية شاملة لجمهور المستهلكين متخلياً عن المعيار الواسع الذي يدخل المهني والمتدخل ضمن فئة المستهلكين وعلى هذا الأساس فإن كل عون إقتصادي أو متدخل أو وسيط تعاقد بغرض الإستهلاك سواء الإستهلاكات الشخصية أو المهنية يمكنه الإحتماء تحت ظل المادة 429 من قانون العقوبات بصفته متعاقد دون الإستناد إلى المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش كونها تحمي المستهلك فقط كما أن المادة 429 والمادة 68 تتميزان بالإتساع والشمول من حيث صفة الجاني بعبارة: " كل من " معناه يكفي الخداع أو محاولة الخداع بغض النظر عن صفة الجاني.

2- نطاق جنحة الخداع من حيث الموضوع :

بالرجوع إلى نص المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري سألغة الذكر نجد أن المشرع إستعمل لفظ سلعة لكن في نص المادة 68 قانون حماية المستهلك وقمع الغش إستعمل لفظ منتج فإذا كان المشرع قد ضيق نطاق التجريم من حيث الأشخاص في قانون الإستهلاك وفي قانون العقوبات كما رأينا سابق فإن الصورة إنعكست فيما يخص نطاق تجريم من حيث الموضوع بحيث وسع المشرع من محل الحماية في قانون الإستهلاك بإعتماده مصطلح منتج أو الذي يشمل كل من السلعة والخدمة في حين حصره في قانون العقوبات في السلع والتي تتدرج تحت لواء المنتج دون الخدمة مع الإشارة وإن لفظ السلع في نظافة الماء والغاز والكهرباء بدليل أن القضاء الفرنسي قد إستقر في أحكامه على أن لفظ السلع يشمل كل شيء مادي سواء كان صلباً أو سائلاً أو غازي ومثال الخداع في الكهرباء أو الغاز أو الماء قيام المشترك عمداً بتعطيل سريان العداد لجعله بطيئاً في تسجيل أو لإيقاف سيره نهائياً أو حتى إدخال إبرة في جهاز ليسجل أقل مما إستهلك فعلاً.¹

¹ محمد بودالي، شرح جرائم الغش، والتليس في المواد الغذائية، والطبية، المرجع السابق، ص 13.

وما تجدر الإشارة إليه أن هذه الأفعال أثارت جدلاً وإشكالا قانونيا يتعلق بصعوبة تكييفها هل تكيف من قبل الخداع أم الغش أم السرقة؟

لو أن الأنسب هو أن تكيف هذه الجريمة من قبل سرقة الأموال العامة بإعتبار أن الهدف الذي يصبو إليه المشرع من تجريم الغش والخداع هو حماية المستهلك بمفهومه الضيق والواسع باعتباره ضحية دون سواه في حين أنه عند القيام بمناورات بهدف تسجيل العداد أقل مما يستهلك فإن مرتكب هذه الجريمة هو مستهلك الماء أو الغاز أو الكهرباء .

3- نطاق جنحة الخداع من حيث الوسائل :

كقاعدة عامة إعتبر المشرع أن جنحة الخداع قائمة بغض النظر عن الوسائل المستعملة في الخداع أن جرائم الخداع من الجرائم المتطورة التي تكشف في كل يوم عن وجه جديد مختلف عن سابقه غير أنه بإستقرار المادتين 429 من قانون العقوبات و 68 من قانون الاستهلاك سابقتي الذكر فإن المشرع من خلال نص المادة 429 استعمل عبارة : يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد... في حين أن في المادة 68 إستعمل عبارة : " يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت

وبناء على ذلك أضاف المشرع عبارة بأي وسيلة أو وسيلة تشير إلى أن نص المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الاحتيال متداول ومرجح ليشمل في نطاقه الواسع أساليب الخداع التقليدية أو الإلكترونية وعدم الاجابة على سؤال المستهلك يعود لصعوبة حصر أشكال الخداع في نطاق موحد يعرف المشرع أن المخادع لديه ألف طريقة لخداع المستهلك أو المفاوض. ولكن كاستثناء من القاعدة جاء المشرع بوسائل معينة تجعل من الخداع جنحة

جسيمة من خلال نص المادة 69 من قانون الاستهلاك والمتمثل في الخداع بالخداع أو الغش في المنشأة..¹

ثالثا: أركان جنحة الخداع

تقوم جريمة خداع المستهلك عموما بتوافر ركن شرعي يجرم فعل الخداع والنصب على السلع أو المنتج عموما ومن خلال إثبات بعض السلوكيات المادية النابعة عن إرادته هدفها هو خداع المستهلك وزرع الثقة والائتمان الذي يأمل المستهلك وجودها في المعاملات التجارية .

1- الركن الشرعي:

طبقا لمبدأ الشرعية المنصوص عليه في المادة الأولى من قانون العقوبات و التي نصت على أن: " لا جريمة ولا عقوبة ولا تدبير أمن بغير نص " وباعتبار أن الركن الشرعي هو نص التجريم الواجب التطبيق على العمل يمكن القول أن النص المادة 429 من قانون العقوبات هو الركن الشرعي لجريمة الخداع بالإضافة الى المادة 430 من نفس القانون، ومن خلال القانون رقم 09/03 سالف الذكر قد كرس المشرع حماية جنائية للمستهلك ما ترتب عنه ميلاد فرع جديد يسمى بالقانون الجنائي للاستهلاك يمكن اعتبار المادتين 68-69 الركن الشرعي لجنحة خداع المستهلك.²

2- الركن المادي:

جرم المشرع الخداع كما جرم مجرد الشروع فيه وهو ما عبر عنه بعبارة " حاول ... " و تعود المحكمة في تجريم الفعل التحضري وتشديد العقوبة الى الوقاية من ارتكاب الجرائم و باعتبار أن جريمة الخداع ذات طابع جنحي و هو ما يستتق من خلال العقوبة المحددة له ،

¹ زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية

المعنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2011، ص249.

² المرجع نفسه، ص 250 .

وبالإطلاع على نص المادة 30 من قانون العقوبات التي اشترطت العقاب على الشروع في الجناية أو الجنحة بنص صريح ، ويمكن القول أنه مجرد الشروع في الخداع تحقق الجريمة وكأنها جريمة تامة .

ولقيام جريمة الخداع يجب أن يكون الخداع فما يلي:

أ/ الخداع في كمية المنتوجات المسلمة :

يقع الخداع في هذه الحالة أما على العدد أو المقدار أو المعيار أو القياس أو الكيل و يقصد بعدد البضاعة لإحصاء الرقمي لها (مئة ألف) أما مقدار البضاعة، فهو الحساب الكمي لها بحيث تقدر بأساس الوحدة الوحدات كالمحصول الناتج عن هكتار من الشعير .

ويقصد بالقياس تغير البضاعة ذاتها كما ومقدار استعمال المقياس كالمتر والكيلومتر و هو يختلف عن المعيار الذي يقاس به بضاعة أخرى كالذهب مثلا و يرى البعض أن كل هذه المخططات تدور حول معنى واحد وهو مقدار Quantite وغالبا ما تحقق هذه الضرورة بالاستعمال موازين او مكاييل زائفة أو معطلة مما يعتبر ظرف شديد¹.

ب/ الخداع في هوية المنتوجات : نص المشرع الجزائري في هذا النوع من الخداع في الفقرة 04 من المادة 429 من قانون العقوبات و المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تجرم تسليم منتوجات غير المنتوجات المتفق عليها ويتحقق الخداع في هوية الأشياء بتسليم منتج بالتسليم الفعلي أو التحكيمي بحيث يتحقق التسليم الفعلي بوضع المبيع تحت تصرف المشتري ويأخذ صورتين صورة التسليم المادي حيث يتولى المستهلك على المبيع، أي يتم التسليم يد بيد، بحيث يتمكن من الانتفاع به، والصورة الثانية التسليم الرمزي وهو التسليم القانوني كأن يعهد اليه بمفتاح المخزن الذي توجد فيه المنتوجات محل الخداع

¹ احمد محمد محمود علي ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي والشريعة الإسلامية در استعمارية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 227.

اما التسليم الكمي فيتم عن طريق الاتفاق على تغيير صفة الحائز للشيء المبوع غير المتفق عليه ولكن دون تغيير في الحياة الفعلية.¹

ج/ الخداع في الطبيعة او التركيب : (قابلية الاستعمال) :

الخداع في طبيعة الشيء هو إعطاء صورة مغايرة عن حقائق المنتج بحيث يعمل المتدخل على خداع المتعاقد وايهامه بوجود عناصر معينة أو مقومات اللازمة في المنتج ولكنها في الحقيقة عكس ذلك تماما أما ليست موجودة او موجود بنسب اقل ما حددته النصوص التنظيمية واللوائح أو عادة ما يكون ذلك بوجود بيانات خاطئة وكاذبة في دليل السلعة أو المنتج، وبالتالي فإن حصول المستهلك على منتج لا يحتوي ما اتفق عليه ، وما يعتقد وجوده يشكل خطرا على صحته وبالتالي يشكل جريمة خداع قائمة.²

د/ الخداع في النوع والمصدر :

نظرا لتشابه السلع فيما بينها من حيث الشكل والمظهر واختلافها من حيث النوع أو المصدر يترتب عليه تغيير قيمتها في نظر المستهلك او المتعاقد ، سعى المشرع لتوفير حماية جنائية للمتعاقد من ثم خداعه في نوع او مصدر او اصل السلعة أو حتى مصدر الخدعة .

غير إن الإشكال الذي يطرح في هذه الصورة من صور الخداع هو أن المشرع قد نظم هذه الصورة في التشريع العقابي دون قانون الاستهلاك و هذا اذا كان المشرع قد حصر حماية المتعاقد في السلع فما الحكم إذا تم الخداع في نوع أو مصدر الخدمة ؟
لاشك أنه باعتماد مصطلح منتج عوض سلعة لا تحرم مستهلك الخدمة من حماية المقررة قانونا و يجدر أنه لا يشترط أن يكون المصدر والنوع سببا للتعاقد حتى تكون بصدد حماية جنائية لأن غرض المشرع من حماية المستهلك من الخداع هو حماية الثقة والنزاهة في

¹ احمد محمد محمود علي، المرجع السابق ، ص 278.

² خالد محمد السباتين ، الحماية القانونية للمستهلك ، سلسلة مشروع تطوير القوانين ع 15 ، رام الله ، 2002 ، ص 40.

المعاملات هذا و يتحدد نوع السلعة بالمزايا و السمات التي توجد فيها أو تميزها عن منتجات من نفس الجنس ومثال ذلك بيع زيت بذرة القطن باعتبارها زيت الزيتون .

وبالتالي يتم الخداع في اصل السلعة ومصدرها متى كان للشيء المبيع مصدرا آخر غير المتفق عليه ومثال ذلك بيع فرس انجليزي على انه فرس عربي اصيل غير أن بعض الفقه اعتبر أن الخداع في مصدر السلعة هو في نفس الوقت خداع في النوع.¹

ه/ الخداع في الصفات الجوهرية:

يقصد بالصفات الجوهرية تلك الصفات الرئيسية التي يتضمنها الشيء موضوع العقد التي تقوم عليها القيمة الحقيقية للمنتج من وجهة نظرا المستهلك هذا الأخير ما كان التعاقد عند تخلفها، ومنع اشتراط أن يكون السبب للتعاقد قد حتى تكون بصدد جنحة الخداع .

وإن المشرع قد نظم هذه الجريمة في المادة 429 من قانون العقوبات دون المادة 68 من القانون رقم 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الاشارة اليه ويبقى نطاق الحماية ضيق كونه يمتد للسلعة دون الخدمة .

وتجدر الاشارة أن الخداع في الصفات الثانوية لا يعد محل تجريم آلات التشريع الجنائي لا يعاقب إلا على الوقائع الجسيمة التي تسبب اضرار، هو مالا يتحقق في الخداع في الصفات الثانوية للبضاعة أو السلعة .

و/الخداع في صلاحية المنتج:

هي الصورة الأكثر انتشارا في ساحة القضاء من خلال الخداع إما في تاريخ الادني أو الأقصى للاستهلاك وعلى هذا الأساس من تحدد صلاحيته المنتج بالتاريخ الذي يكون فيه المنتج غير صالح للاستهلاك متى تخطاه .

¹ أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 230.

ويكون الخداع في هذه الحالة بتأخير التاريخ الأدنى أو الأقصى للإستهلاك أو الاستعمال أو الخداع في تاريخ الإنتاج أو تاريخ التوضيب وباعتبار أن جرائم الاستهلاك كأصل هي من الجرائم الخطرة ونظرا لكون المشرع لم يشترط وقوع الضرر فإنه لا يمكن التوصل من المسؤولية الجنائية بحجة عدم وقوع الضرر مع ضرورة التفرقة بين تاريخ الصلاحية وصلاحية المنتج بالتاريخ الذي يكون فيه المنتج غير صالح للإستهلاك متى تخطاه .

ويكون الخداع في هذه الحالة بتأخير التاريخ الأدنى أو الأقصى للإستهلاك أو الاستعمال أو الخداع في تاريخ الانتاج أو تاريخ التوضيب .

ي- الخداع في النتائج المنتظرة من المنتج :

قد تعني بالنتائج المنتظرة من المنتج درجة الأمن التي يطمح المستهلك لجودتها في المنتج وقد عبر عنها البعض بدرجة امن المنتج باعتبار أن المنتج الأمن هو المنتج الذي يحقق مستوى مفعول من الأمن ولا يحدث آثار جانبية إلا بصورة محدودة .

فهي معادلة ثنائية الطرف فمن جهة يجب أن يكون هنا مستوى معقول من الأمن و الفعالية بدرجة جدا وفي المقابل حجم ومستوى الأعراض الجانبية بدرجة اقل فالمبلغ إذن ملزم بتسليم منتج خال من العيوب الظاهرة والباطنة وقابل للاستعمال الذي أعد لأجله و بالتالي بتحقيق الخداع في هذه الصورة بمجرد تسليم منتج ينطوي على عيب يحد من استعماله. : والتكريس حق المستهلك في الحصول على النتائج المرجوة من المنتج فقد ألزم المشرع أن يكون كل جهاز يتم اقتناؤه مضمونا بقيود القانون وذلك بموجب المادة 13 من القانون 09/03 سالف الإشارة إليه وأمام هذا الالتزام حدد الجزاء المترتب عن مخالفة قواعد الضمان والخدمة ما بعد البيع.

ن/الخداع في طرق استعمال المنتج:

يقع على عاتق مقدم الخدمة إعلام المستهلك بالحد الأدنى من المعلومات حول طريقة الاستعمال وطرق الوقاية من الأخطار المترتبة عن الاستعمال وفي هذا الصدد نعرض مثلاً عن القضاء الأمريكي في إحدى القضايا والتي تلخص وقائعها في شؤون حريق اثر انفجار علبه primer roof قيام أحد عمال المؤسسة بتسخينها مما تسبب في احداث خسائر مادية جسيمة وبعد الاطلاع على كتيبات التعليمات الخاص بالمنتج وجد انه يحتوي عبارة لا تقدم بشحن أو تسخين فإذا حدث منهما فإن نوعية الجودة سوف تتلف.¹

3- الركن المعنوي :

لم يشترط المشرع الجزائري توافر القصد الجنائي في جنحة الخداع سواء في القانون أو حماية المستهلك وقمع الغش أو التشريع التأديبي ، ولكن رغم ذلك تظل جنحة الخداع جريمة مع سبق الإصرار ، معتبراً أنها جريمة. من مكونات التشريع الجنائي أن الجرائم متعمدة ما لم ينص المشرع صراحة على أنها جرائم غير مقصودة بناء على خطأ جزائي. وبالتالي يجب أن يعلم الجاني أن إستعمال إحدى الصور المنصوص عليها في المادتين 429 من القانون العقوبات و 68 من القانون 09/03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سوف يؤدي الى خداع المستهلك باعتبار أن الإهمال يعد من إحدى صور الخطأ الجزائي كما أن الجهل والغلط الذي يقع فيه البائع او المتدخل اتجاه المستهلك أو المتعاقد لا يرقى الدرجة وصفه بالخداع ، مع الإشارة أن الغلط الذي من شأنه نفي وجود القصد الجنائي هو الغلط الوقائع لا القانون.²

كما لا يمكن للجاني التذرع بكثرة التشريعات والمراسيم المتعلقة بالإستهلاك وكثرة التنظيمات والتشريعات في إطار قانون الإستهلاك للتوصل من المسؤولية الجنائية.

¹ احمد محمد محمود علي خلف ، المرجع السابق ، ص 232.

² عامر أحمد القيس، الحماية القانونية للمستهلك، دار الكتب العربية، عمان، 2000 ، ص 124-125.

وانطلاقاً من كل ما سبق فإن جريمة الخداع تقوم بمجرد توافر القصد الجنائي بعنصرية العلم والإدارة وقت ارتكاب فعل الخداع أي وقت إبرام العقدا متى كانت الجريمة تامة أو متى تم تقديم السلعة أو عرضها للبيع متى كانت الجريمة موقوفة عند مرحلة المشروع.¹

الفرع الثاني: جريمة الغش

أولاً : تجريم الغش في المنتج

إن فكرة حماية المستهلك من جريمة الغش في المنتجات لم تكن وليدة الآونة الأخيرة ولم تكن نتاج النصوص القانونية الحديثة، وإنما ترجع جذورها إلى نصوص الشريعة الإسلامية التي وضحت ذلك في آياتها الكريمة وأحاديثها الشريفة.

قال الله تعالى: "ويل للمطففين * الذين إذا اكتالوا على الناس يستوفون * وإذا كالوهم أو وزنوهم يخسرون". صدق الله العظيم.²

1- المقصود بالغش :

فمعظم التشريعات العربية لم تعط تعريفاً محدداً للغش، إنما اهتم بتعريفه الفقهاء، فهناك من يعرفه بأنه: « فعل عمدي إيجابي ينصب على سلعة مما يعنيه القانون ويكون مخالفاً للقواعد المقررة له في التشريع أو في أصول الصناعة متى كان من شأنه أن ينال من خواصها أو فائدتها أو ثمنها وبشرط عدم علم المتعاقد الآخر به ».³

وعرفه البعض الآخر بأنه «كل تغيير أو تعديل أو تشويه يقع على الجوهر أو التكوين الطبيعي لمادة أو سلعة معدة للبيع ويكون من شأن ذلك النيل من خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو إعطائها شكلاً أو مظهراً سلعة أخرى تختلف عنها في الحقيقة، وذلك بقصد

¹ عبد الفتاح مراد، شرح تشريعات الغش، دار الكتب والوثائق المصرية، مصر، 1996، ص 66.

² سورة المطففين ، الآية 01 .

³ عبد الفتاح مراد، المرجع السابق، ص 66.

الاستفادة من الخواص المسلوّبة أو الانتفاع بالفوائد المستخلصة والحصول على فارق الثمن».¹

فالغش يقع على صنف المبيع أو المبيع المعد للبيع وهذا يعبر عنه بالفرنسية بلفظ falsification. وهذا التصرف لا يكفي فيه مجرد الكذب الذي يقع بشأنه الخداع الذي يوجه للمتعاقد وإنما يتحقق بطرق تقع على الشيء نفسه فتغير من طبيعته لا من نفسية المتعاقد وفكره. فالمنتج يجري في الشيء المبيع أو المعد للبيع أعمال مادية ليظهره بمظهر آخر كاذب ولكنه مغريا حتى يلقي قبولا لدى المشتري أيا كان لهذا فإنه لا يلزم على المستهلك أن يثبت أنه ما كان ليبرم العقد لو علم بحقيقة الشيء محل الغش، بل العبرة أن يكون الغش هو أحد الأسباب الدافعة إلى إبرام العقد ولا يلزم أن يكون هو السبب الأساسي.²

بما أن الغش يشكل جريمة خطيرة معاقب عليها، فما هو المحل الذي تقع عليه؟

2- محل جريمة الغش:

يجب أن يرد الغش على محل يحميه القانون جنائيا، وهذا ما بينه المشرع الجزائري في المادة 431 من ت.ع التي تنص: « يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات وبغرامة من 20.000 إلى 100.000 دج كل من:

1- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

2 - يعرض أو يضع البيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

¹ احمد محمد محمود علي خلف ، المرجع السابق ، ص 196.

² عبد الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي في ظل القانون 281 سنة 1994 (دراسة تطبيقية على ضوء قضاء النقض)، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1996، ص 44.

3 - يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة التغذية للإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت .

إن مجال حماية المستهلك واسع، إذ لا ينحصر من خلال نص المادة، نستخلص في منتج معين بل يشمل:

- **المواد الغذائية¹**: والتي يلزم المشرع بشأنها المنتج عند تحضيرها وعرضها للاستهلاك احترام المواصفات والمقاييس القانونية والاستجابة للشروط التي تجعلها صالحة للاستهلاك ومباحة شرعا وقانونا، وأن تكون المواد الداخلة فيها بصفة إجبارية أو اختيارية والمواد المضافة لها الملوثة منها والحافطة غير مضرّة بالصحة.

- **المواد الطبية**: والتي يقصد بها كل مادة أو مستحضر تكون له خصائص علاجية أو وقائية من المرض للإنسان أو الحيوان ، وهي تشمل العقاقير والنباتات الطبية والأدوية، فهي تتسم بالخطورة كونها مرتبطة بحياة الإنسان وسلامته.²

- **المنتجات الفلاحية أو الطبيعية المخصصة للاستهلاك**: يقصد بالمنتجات الفلاحية كل ما تنتجه الأرض نتيجة عمل المزارع، ويدخل فيها ما يعتبر من المواد الغذائية كالحبوب والألبان والفاكهة، ومنها ما ينتج عن الحيوانات كاللحوم ويشمل أيضا ما يدخل في الصناعة كالقطن والحرير...

- **المنتجات الطبيعية والصناعية**: فالمنتجات الطبيعية، هي كل ما تمنحه الطبيعة للإنسان سواء كانت غازية أو مادية ، سواء استخرجت من الأرض أو البحر كالرخام والإسفننج والبتروول والفحم والنباتات وغيرها، أما المنتجات الصناعية فهي التي تنتج عن عمليات

¹ أحمد محمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص 192

² المرجع نفسه، ص 193 .

معينة سواء باستحداث المادة أو بإدخال تعديلات على الشيء فيأخذ شكلا جديدا ، وتشمل الصناعات التحويلية لتحويل الحديد والصلب إلى آلات أو ماكينات أو صناعات التعبئة، كمصانع مستحضرات التجميل و الأدوية وغيرها.

وتجدر الإشارة إلى أن حتى المواد الغذائية الخاصة بالحيوان شملها المشرع بالحماية، وهذه الحماية تخص الحيوانات التي يحوزها الإنسان أي الحيوانات المستأنسة والموجودة في حديقة الحيوانات، أما الحيوانات المتوحشة فلا تخضع لذلك.

لقد جرم المشرع الغش في المنقولات باعتبارها محلا للمعاملات التجارية، القابلة للتداول من يد لأخرى بطريقة سريعة، حيث يكون ضررها أوسع وأشمل ليلحق بعدد كبير من الأفراد سواء كان الضرر يمس جسدهم أو أموالهم، ولا يشترط القانون أن يقع الغش على السلعة المتعاقد عليها بذاتها، وإنما يستوي في ذلك أن يقع على عنصر من عناصرها أو مكوناتها، كالألوان التي تضاف للمواد الغذائية والمواد اللازمة لصنعها أو حفظها والتي تدخل في تركيبها¹.

ثانيا : أركان جريمة الغش

إن جريمة الغش كغيرها من الجرائم، يشترط لقيامها وجود ركن مادي كأن يقوم الجاني بأعمال مادية يتجسد من خلالها الفعل المجرم وإلى ضرورة توافر نية إجرامية تتمثل في الركن المعنوي للجريمة.²

1- الركن المادي:

حتى تتحقق الجريمة لا بد - طبقا للقواعد العامة - أن تتوفر أركانها وباعتبار أن جرائم الغش لا تمس فقط أمن المستهلك وصحته، إنما تضر أيضا بدعائم الاقتصاد الوطني، حيث

¹ عبد الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، مرجع سابق، ص 31.

² علي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات (نظرية الجريمة القسم العام، المسؤولية الجنائية)، الجزء الثاني دار الجامعة للطباعة والنشر، بيروت، 2000، ص 307 و 308.

تزرع الثقة التي تقوم عليها المعاملات التجارية، فإنها تتجسد عندما يرتكب الجاني أعمال مادية إيجابية قوامها التدليس.

الملاحظ أن قانون العقوبات العام لا يجرم مجرد التفكير في الجريمة ولا يعاقب على الدوافع والنزاعات النفسية والنوايا الخالصة مهما كانت سيئة ما لم تظهر إلى الوجود الخارجي بفعل أو عمل¹، أي حتى تستلزم المعاقبة على هذه النوايا لابد أن تظهر في صورة واقعة مادية كون أن النية الإجرامية التي لا يرافقها فعل مادي لا تنتج الأثر الذي يبرر التجريم ماديا كان بإحداثها تغييرا في الأوضاع الخارجية أم قانونيا بأن تصيب الحق أو المصلحة التي يحميها قانون العقوبات من عدوان أو تعريضها للخطر.²

القصد من أفعال الجاني هو جعل المشتري يعتقد ، على عكس الحقيقة ، ماهية الشيء ونوعه وصفاته أو مصدره ، وأن الهدف من هذه الإجراءات هو طرحه في الحالة التي يكون فيها. وهو يختلف عن الحقيقة ، أي أن الجاني يجب أن يقوم بنشاط متعمد إيجابي لتحقيق نيته الإجرامية. لذلك لا تحدث الجريمة إذا كان الاحتيال للاستهلاك الشخصي ، أو إذا كان المشتري يعلم حقيقة السلعة ويقبل شرائها مقابل سعر أقل.

يتحقق الاحتيال عن طريق تغيير تكوين الصنف، وهو مساوٍ للتغيير في طبيعة الصنف أو صفاته.

فالتغيير نوعين: التغيير بفعل الزمن والتغيير بفعل الإنسان. فالتغيير بفعل الزمن، هو التعفن الذي يفسد ويغير تركيب المأكولات والمشروبات. والتعفن لا عقاب عليه ولو تم بإهمال من صاحب الأشياء في حفظها لكن إذا أقدم المالك على عرض أو بيع السلع المذكورة، فإنه يغش المشتري ببيعه له ما يعلم أنه فاسد على اعتبار أنه جيد لذلك نصت

¹ أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2002. 2 - أيت مولود سامية، مرجع سابق، ص 71.

² عبد الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، مرجع سابق، ص 54.

المادة 431-2 من قانون العقوبات الجزائري على معاقبة كل من يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات ... يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة¹.

أما التغيير بفعل الإنسان، يشترط أن يقوم به الجاني سواء كان بائعا أو محترفا، ويتحقق بمجرد حيازة السلعة أو عرضها للبيع، حتى وإن لم يقدم شخصا لاقتنائها. وهذا الغش كما سبق أن أشرنا إليه يقع على جنس السلعة أو مكوناتها أو عددها، لكن ما هي الأعمال التي يكرس فيها الجاني جريمته؟ بمعنى آخر متى نكون بصدد سلعة مغشوشة يعاقب عليها صاحبها جزائيا؟

بتفحص المادة 11 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سالف الذكر فنجدها تنص على أنه: «يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك. الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفته ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله. كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه والمميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وشروط حفظه والاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه». من هذا النص يتبين لنا أن جريمة الغش تتم في حالة مخالفة هذه القواعد عن طريق اللجوء إلى بعض الوسائل المنافية للقانون والمتمثلة في إحداث تغيير في السلعة. فالتغيير إما أن يكون بالإضافة وينتج من خلط الصنف بمادة من نوع آخر خلطا من شأنه إفساد هذا الصنف إضرارا بالمشتري مثاله إضافة الماء إلى اللبن وبيعه أو عرضه للبيع على هذه الحالة.

¹ المادة 431-2 من قانون 05/07 ، مصدر سابق.

ويعد من قبيل الغش إضافة الماء إلى اللحم وعرضه للبيع و هو على هذه الحالة الزيادة وزنه، فهذا التصرف يجعل الوزن غير صحيح بالإضافة إلى ما يترتب عن ذلك من تقليل خواص اللحم وإضعاف قوة العناصر المغذية فيه.¹

كذلك قد يتحقق الغش بالخلط أو بالإضافة بمادة مغايرة لطبيعة البضاعة أو من الطبيعة نفسها ولكنها من صنف أقل جودة بقصد الإيهام بأن هذا الخليط لا شائبة فيه أو بقصد إخفاء رداءة البضاعة وإظهارها في صورة أجود مما عليه في الحقيقة، والغش أو التزييف بالخلط لا يتطلب أيهما حتما أن يكون الشيء المدخل في البضاعة من طبيعة أخرى تغيّر طبيعتها، بل قد يكون من ذات الطبيعة لكن يختلف عنها في مجرد الجودة، على أنه لا يشترط في القانون أن تتغير طبيعة البضاعة بعد الحذف أو الإضافة بل يكفي أن تكون قد زينت، والتزييف يستفاد من كل خلط ينطوي على الغش بقصد الإضرار بالمشتري.

أما التغيير بالانتزاع يتحقق بنزع جزء من العناصر الحقيقية المكونة للصنف مع احتفاظه بالتسمية نفسها وبيعه بالثمن نفسه على أنه الإنتاج الحقيقي أو إظهاره في صورة أجود، مما هو عليه في الحقيقة، مثال ذلك نزع الدسم من اللبن وبيعه أو عرضه للبيع على اعتبار أنه لين لا يزال على حالته الطبيعية.²

نشير إلى أن هناك من التغييرات أي الخلط ما هو مرخص به بمقتضى العرف التجاري أو المهني أو النصوص ولا يشكل القيام به غشا عن طريق التزييف إذا مورس بشروط.³ فالخلط قصد حفظ الأشياء أو تحسينها، هي مشروعة، إذ هناك من صناعات قائمة على خلط بعض الأغذية ببعضها الآخر لإعطائها مذاقا خاصا ولا ينطبق وصف الغش كذلك

¹ عبد الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، مرجع سابق، ص ص 46، 47.

² أحمد محمد محمود علي خلف، مرجع سابق، ص 196.

³ كالم حبيبة، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005، ص 107.

على تقليد بعض الأصناف بطريق المزج أو الخلط فقد توصلوا مثلا إلى صنع صنف مماثل للزبدة أطلقوا عليه تسمية المارجرين.

يشترط إذن للعقاب على الغش في المأكولات والمشروبات أن تكون معدة للبيع ويثبت هذا الشرط غالبا من عرض البضاعة في مكان مفتوح للتجارة، والقانون لا ينتظر أن تستعمل البضاعة المغشوشة، إنما يعاقب على العمل التحضيري لهذا الاستعمال أي على الغش نفسه.

ويستفاد الإعداد للبيع من القصد الذي يرمي إليه مرتكب الغش ومن الظروف التي وقع فيها الغش، حيث إذا كان مرتكب الغش صانعا لا شك من عقابه، أما إذا كان شخصا لا يتاجر في البضاعة، فهذا يشكل قرينة على أن هذه البضاعة غير معدة إلا للاستعمال الشخصي ولا عقاب على الغش الذي يقع عليها. فالمسألة مسألة قصد متعلقة بالوقائع، للقاضي مطلق الحرية في تقديرها.¹

لا يشترط في فعل الغش أن يؤدي إلى الإضرار بالصحة: إذا كان الهدف الأول من قانون قمع الغش هو حماية صحة الإنسان والحيوان من المنتجات المغشوشة، فإن ذلك ليس هو الهدف الوحيد، ومن ثم فلا يلزم لقيام جريمة الغش أن يكون من شأنه الإضرار بصحة أيهما، لذا قضى بأن جريمة غش الكاكاو متوافرة من وجود زخانة وارتفاع في الحموضة به، مما يجعله فاسد مع علم المتهم به، حتى ولو لم يترتب على الفساد أي ضرر بالصحة.² أما إذا أتى الغش إلى الإضرار بالصحة، كإحداث مرض أو عجزا عن العمل، يعاقب مرتكب الغش وكذا الذي عرض أو وضع للبيع أو باع تلك المادة وهو يعلم .

¹ الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي، مرجع سابق، ص 49.

² مجدي محب حافظ، موسوعة تشريعات الغش والتدليس في ضوء الفقه و أحكام النقض و الإدارية العليا والدستورية العليا، ط 2، د.د.ن، 1998، ص 74.

2/ الركن المعنوي لجريمة الغش :

إن جرائم الغش وملحقاتها من الجرائم العمدية التي يتطلب فيها وجود الركن المعنوي (سوء النية) أي أن تتصرف إرادة الجاني إلى تحقيق الواقعة الجنائية مع العلم بتوافر أركانها في الواقع وأنها معاقب عليها، لكن كون إقامة الدليل على توافر النية الجرمية في جرائم الغش أمرا عسيراً، وخشية أن تتعطل مفاعيل القانون بالنظر لتعذر إقامة الدليل على هذه النية، عمدت محكمة التمييز الفرنسية إلى التذكير بأنه يعود لقضاة الموضوع (الأساس) استخراج النية الجرمية على أساس أي نوع من الظروف لا سيما على أساس أن المهني لم يراقب منتوجه، والتأكد من صحته قبل عرضه للبيع، إلا أن القضاء جعل من الغش والتزوير جرائم يمكن أن ترتكب عن طريق الإهمال وعدم الحيطة. واعتبرت محكمة التمييز أن مسؤولية رئيس المؤسسة عن جرم الغش تقوم إذا لم يقم باتخاذ التدابير اللازمة لمنع. وهكذا نشأت من الإهمال قرينة على القصد الجرمي ونجد في القرارات الصادرة عن محكمة التمييز، معظم حالات الإدانة الحاصلة بالاستناد للنية الجرمية المستخلصة من إهمال الصانع المنتج من التأكد من صحة بضاعته وتوافقها مع المواصفات¹.

تعد جرائم الغش أيضاً من الجرائم الوقتية التي تقع بمجرد ارتكاب فعل الغش أو استعمال المواد في الغش، وبالتالي ينبغي أن يتوافر القصد الجنائي في وقت معاصر الوقوع الفعل. أما جرائم الطرح أو العرض للبيع، فهي من الجرائم المستمرة، وبالتالي ينبغي أن يتوافر القصد الجنائي في أي وقت طالما كانت حالة الاستمرار قائمة. فإذا كان الجاني يجهل الغش أو الفساد وقت بدايته أي من الأفعال السابقة ثم علم بأمرها ، فإن القصد الجنائي يتوافر في حقه منذ ذلك الوقت.

¹ مصطفى العوجي، المسؤولية الجنائية في المؤسسة الاقتصادية، ط1، مؤسسة نوفل بيروت - لبنان، 1982، ص ص

وتوافر العلم بغش البضاعة محل الجريمة أو فسادها أو عدم توافره، هو مسألة واقعية تخضع للسلطة التقديرية لقاضي الموضوع، وعلى المحكمة أن تبين في حكمها توافر القصد الجنائي وتورد الدليل الذي استخلصت منه ثبوت هذا القصد، وإلا كان حكمها قاصرا متعينا نقضيه.¹

المطلب الثاني

العقوبات المقررة لعدم إلتزام مقدمي الخدمات بالقوانين

نص قانون حماية المستهلك وقمع الغش على مجموعة من الجرائم ضد المستهلك وهي الجرائم ضد صحة المستهلك وسلامته وأمنه وبعض الجرائم المخالفة للالتزامات التي يفرضها المشرع على مقدم الخدمة. وكذلك العقوبات المقررة لهم، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

الفرع الأول : العقوبات المقررة على الجرائم الماسة بصحة وسلامة المستهلك

قرر المشرع الجزائري مجموعة من الجزاءات، على الجرائم التي تمس بصحة وسلامة المستهلك في قانون حماية المستهلك وقمع الغش 09-03 حيث أحال بعض من هذه الجزاءات الى قانون العقوبات، وهذا ما سنقوم بدراسته تفصيلا في هذا الفرع، عقوبة جريمة الاخلال بواجب نظافة المواد الغذائية وسلامتها (أولا) وعقوبة جريمة الاخلال بحق المستهلك في منتج آمن (ثانيا).

أولا: عقوبة جريمة الإخلال بواجب نظافة المواد الغذائية وسلامتها

تلقي المادتين 6 و7 من قانون حماية المستهلك التزام بتحقيق النظافة والنظافة الصحية، كل من يخرق هاتين المادتين يسلط عليه جزاء يتمثل في غرامة من خمسين الف دينار

¹ عبد الله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش الصناعي والتجاري (دراسة مقارنة بين دول الإمارات العربية المتحدة والدول الأجنبية، ط 2، دار النهضة العربية، القاهرة 2002، ص 11.

(50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) نجد المادة 72 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ينص على ما يلي: «يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية النظافة والنظافة الصحية المنصوص عليها في المادتين 6 و7 من هذا القانون»¹ أما جريمة الإخلال بإلزامية سلامة المادة الغذائية المنصوص عليها في المادتين 4 و5 من قانون رقم 09-03 بنص المادة 71 من نفس القانون حيث تعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار (200.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).²

إلى جانب هذه العقوبة الأصلية هنا عقوبة تكميلية التي هي المصادرة وقد نص المشرع الجزائري على المصادرة في المادة 82 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والتي تنص على أنه: «ضافة إلى العقوبات المنصوص عليها في المواد 68 و69 و70 و71 و78 أعلاه تصادر المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون»³.

ثانيا: عقوبة جريمة الإخلال بحق المستهلك في منتج آمن:

نص المشرع على جريمة الإخلال بحق المستهلك في منتج آمن في المادة 10 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش وعاقب عليها بمقتضى المادة 73 من نفس القانون حيث تنص على أنه: «يعاقب بغرامة مالية من مائتي ألف دينار (200.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) كل من يخالف إلزامية أمن المنتج»⁴.

¹ المادة 72 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

² المادة 71 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق ..

³ المادة 82 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

⁴ المادة 73 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

بالإضافة إلى العقوبة المنصوص عليها في المادة 82 من نفس القانون والمتمثلة في مصادرة الوسائل التي تمت بها الجريمة.

الفرع الثاني: العقوبات المقررة على المخالفات المتعلقة بالتزامات مقدمي الخدمات

يعتبر المتدخل طرفا مهما في العلاقة الاستهلاكية لذلك تقع عليه التزامات، فبمجرد الإخلال بها تقع عليه عقوبات وهذا ما سنقوم بدراسته تفصيلا في هذا الفرع، عقوبة جريمة الإخلال بالزامية ضمان المنتج، وتجربته، والخدمة ما بعد البيع (أولا) وعقوبة جريمة الإخلال بمطابقة المنتج (ثانيا) وعقوبة جريمة الإخلال بحق المستهلك في الاعلام (ثالثا).

أولا: عقوبة جريمة الإخلال بالزامية ضمان المنتج، وتجربته والخدمة ما بعد البيع:

نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك على إلزامية ضمان المنتوجات، وهو التزام قانوني يفرضه القانون على كل متدخل يعرض منتوجات تجهيزية للاستهلاك، ونظرا الأهمية هذا الالتزام في وقتنا لذا يكثر فيه هذا النوع من المنتوجات التي غالبا ما تتسم بالتعقيد، حرس المشرع على ضمان تطبيقه من خلال إقرار عقوبة على مخالفته، حيث نصت المادة 75 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على معاقبة المتدخل بغرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج).¹

اما اذا خالف إلزامية تجربة المنتج، فيعاقب المتدخل بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج إلى مائة ألف دينار (100.000 دج).²

اذا أخل المتدخل بواجبه في تقديم خدمة ما بعد البيع المقررة في المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فيعاقب حسب المادة 77 من قانون حماية المستهلك بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج).¹

¹ المادة 75 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، مصدر سابق .

² المادة 76 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، مصدر سابق .

إذا أخل المتدخل بواجبه في تقديم خدمة ما بعد البيع المقررة في المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فيعاقب حسب المادة 77 من قانون حماية المستهلك بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج).²

ثانياً: عقوبة جريمة الإخلال بمطابقة المنتج

يجب على كل متدخل أن يعرض منتوجاته لرقابة المطابقة، حتى يضمن عرض منتوجات سليمة للاستهلاك³، غير أن العديد من المتدخلين يتجاوزون هذا الالتزام بعرض منتوجات غير مطابقتها للمواصفات القياسية التي يفرضها القانون واللوائح الفنية، لذا نصت المادة 74 من قانون حماية المستهلك على معاقبته بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج)⁴ وفي حالة الإجراءات التحفظية التي يقوم بها أعوان قمع الغش والمصالح المكلفة بحماية المستهلك من تشميع المنتوجات أو ايداعها لضبط المطابقة أو سحبها مؤقتاً من عملية عرض الاستهلاك، فإنه إذا قام المتدخل ببيع هذه المنتوجات أو خالف اجراءات التوقيف المؤقت للنشاط فإنه يتعرض لعقوبة الحبس من ستة (6) اشهر الى ثلاث (3) سنوات وبغرامة مالية من خمس مائة ألف دينار (500.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج).⁵

ويدفع مبلغ بيع المنتوجات موضوع هذه المخالفات للخزينة العمومية، ويقوم على أساس سعر البيع المطبق من طرف المخالف أو على أساس سعر السوق.⁶

¹ المادة 77 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، معدل ومتمم، مصدر سابق .

² المادة 12 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

³ المادة 74 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

⁴ المادة 79 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

⁵ المادة 80 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

⁶ المادتين 16 و 17 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل والمتمم، مصدر سابق .

ثالثا: عقوبة جريمة الإخلال بحق المستهلك في الإعلام:

يكتسي الالتزام بالإعلام أهمية بالغة في ضمان سلامة المستهلك، لذلك ألزم المشرع المتدخل بأن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم أو بأي وسيلة أخرى مناسبة وفي حالة عدم تنفيذ المتدخل لهذا الالتزام، يعاقب طبقا للمادة 7 من قانون حماية المستهلك رقم 18-09 بغرامة مالية من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج).¹

ونجد المادة 76 تنص على ما يلي: يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية إعلام المستهلك المنصوص عليها في المادتين 17 و18 من هذا القانون» بالإضافة الى العقوبة المنصوص عليها في المادة 82 من نفس القانون المتمثلة في مصادرة الوسائل التي تمت بها الجريمة.

¹ المادة 07 من قانون 18-09 المعدل والمتمم لقانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بحيث نصت المادة 78 من قانون 09-03 على معاقبة المتدخل بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مليون دينار (1.000.000 دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج.

خاتمة

خاتمة

يعتبر التفاعل بين مقدم الخدمة والمستهلك الركيزة الأساسية لبناء علاقة قوية ودائمة بين المنظمة والمستهلك، لأنه يعطي ميول واعتمادية كبيرة للعميل باتجاه المنظمة وخدماتها، بالقدر الذي يجعل هذا المستهلك يشعر وكأن المنظمة هي الأمل الوحيد الذي يمكنه من تحقيق رغباته ويستجيب لطموحاته بأكثر فعالية ومصداقية.

وإن تقديم خدمة جيدة للمستهلكين يؤدي بالمنظمة إلى تحقيق الجودة في أداء الخدمة، حيث لا بد من وجود لغة مشتركة وتفهم وعمل جماعي لتحقيق الجودة في خدمة المستهلك وهذا يعني أن يكون مناخ العمل في المنظمة يمكن من تحقيق الجودة في أداء الخدمة، أي أن القيم التي يتبناها الأفراد والممارسات اليومية التي يتعودون إراديا عليها، والعنصر البشري هو القدوة التي تمكن من تحقيق التفوق في مجال العمل الخدمي.

يعتبر الالتزام بالسلامة من أهم الالتزامات المفروضة على مقدم الخدمة، حيث يعتبر هذا الأخير مسؤولاً عن خدماته المقدمة التي تنطوي على عنصر الخطر المهدد للسلامة وأمن المستهلك حتى ولو لم يلحقه أي ضرر، ويبقى هذا الالتزام قائماً في حق مقدم الخدمة حتى ولو كانت الخدمة خالية من العيوب وبغض النظر عن العلم بالعيوب من عدمه وسواء التزم المستهلك بتوجيهات الاستعمال أو لم يلتزم، فهناك قدر من السلامة لا بد أن يتحقق في كل الأحوال، غير أن هذه الالتزامات لن يكون لها جدوى إذا لم يتم تفعيل آليات الرقابة التي تعمل على تنفيذها.

تتوافر الأركان التي تلحق أضرار بالأشخاص في أجسامهم دون الأضرار التي تلحق المنتج ذاته، الذي يعتبر من الأضرار التجارية المتعلقة بعقد البيع الناجم عن عدم الاستفادة من المبيع أو المنتج وما يتبع ذلك من فسخ العقد والتعويض عن المصاريف الناشئة عنه

فتقوم المسؤولية الموضوعية لمقدم الخدمة، وترتب بذلك آثار على كل من الطرفين وحتى شركات التأمين التي تعتبر بمثابة ضامن للمسؤول إذ هي صاحبة الجيب الممتلئ تضمن دفع مبلغ التعويض لضحايا حوادث المنتجات المعيبة، خاصة بجعل هذا النظام إلزامي بالنسبة للمشرع الجزائري دون المشرع الفرنسي بفرض إبرام المؤسسات الإنتاجية عقود التأمين من مسؤوليتها المدنية .

وبقيام المسؤولية الموضوعية يسعى مقدم الخدمة للتخلص منها لتجنب دفع مبلغ التعويض عن طريق إثبات أحد الطرق نفي المسؤولية، أو بالإتفاق مع الضحية بإعفائه من المسؤولية والملفت للانتباه أن المشرع الفرنسي نص على الطرق العامة، وأخرى خاصة لنفي المنتج مسؤوليته، ومنها نجد الدفع بمخاطر التطور العلمي والتكنولوجي في القانون المدني عكس المشرع الجزائري الذي لم ينص على هذه الطرق الخاصة في قانون المدني بل نجد البعض منها في النصوص التنظيمية الخاصة .

كما أن التشريعات التي تبنت نظام المسؤولية الموضوعية لمقدم الخدمة لم تكتفي بتقرير هذه الآلية والتشديد فيها، بل تم تدعيمها بنظام التأمين الإلزامي من المسؤولية المدنية عن فعل المنتجات بتدخل شركات التأمين للتعويض وليس باعتبارها مسؤولة عن إحداث الضرر بل كضامنة للذمة المالية للمنتج.

كما أن تدخل شركات التأمين لضمان مسؤولية المنتج الموضوعية لا يكون بصورة مطلقة، إذ في حالة قيام هذه الأخيرة تعوض شركات التأمين على بعض الأضرار دون الأضرار الأخرى وفقا لقواعد القانونية المنظمة لنشاط التأمين، وكذا للعقد المبرم بين المؤمن والمؤمن له كالأضرار الناتجة عن إرتكاب المنتج للخطأ العمدي أو الناتج عن عيب ذاتي في المنتج، و بخصوص مخاطر التطور العلمي فبالرغم من عدم التعاطي مع فكرة بموجب

قانون التأمين في الجزائر، وإستبعادها من التغطية وفقا للقانون الفرنسي، إلا أن التأشيرة الخاصة بالشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين أقرت بإمكانية التأمين عنها بموجب عقد.

الإقتراحات:

- من ناحية المتابعة القضائية سجلنا قصور الأحكام الإجرائية في تحقيق الأمن القضائي لمستهلك الخدمة، فعدم التكافؤ الملحوظ في علاقة المستهلك بمقدم الخدمة انعكس بصورته السلبية على مستوى إجراءات التقاضي في المنازعة الاستهلاكية من حيث تباين مراكز أطرافها وغياب اجراءات مبسطة لقيود الدعوى وخلوها من الضمانات الكافية لجعلها سهلة وبسيطة.

- يظهر التأثير الواضح لآلية التأمين من المسؤولية في استحداث قاعدة إسناد موضوعية للمساءلة والمتمثلة في معيار القدرة التأمينية والتي نتج عنها مضاعفة حركة المسؤوليات الموضوعية على عاتق مقدمي الخدمات بفضل الإمكانيات التأمينية التي تتمتع بها هذه الفئات.

- استحداث أنظمة تعويضية جماعية مباشرة وغير مباشرة، تسهل من مهمة أداء وظيفة التعويض لفائدة المضرورين من الخدمات المعيبة، من تأمين من المسؤولية وتأمين مباشر، وصناديق الضمان.

- إن الأضرار التي تسببها المنتجات ذات طبيعة مختلفة سواء من حيث مصدرها، فهي أضرار ناجمة عن المنتج بحد ذاته أو لطبيعته الخطرة.

- وضع عقوبات صارمة للمخالفات المتعلقة بالتزامات مقدمي الخدمات.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع

أولا : المراجع باللغة العربية

01-النصوص القانونية

- المرسوم التنفيذي رقم 90/266 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 ، يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر عدد 40، مؤرخة في 19 سبتمبر 1990.
- المرسوم التنفيذي رقم 95-414 مؤرخ في 09 ديسمبر 1995 يتعلق بالزامية التأمين في البناء من مسؤولية المتدخلين المدنية المهنية، جريدة رسمية ،عدد 76 الصادرة في 10 ديسمبر 1995 يقضي بتطبيق أحكام المادة 175 من الأمر 07-95 المعدل والمتمم بالقانون 06-04 المتعلق بالتأمينات.
- المرسوم التنفيذي رقم 203 / 12 المؤرخ في 6 مايو سنة 2012 يتعلق بالقواعد المطبقة في مجال أمن المستهلك ، ج ر رقم 28 ، المؤرخة في 9 مايو 2012.
- القانون 03/09 مؤرخ في 25 فبراير سنة 2009 ، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر رقم 15 المؤرخة في 08 مارس 2009.
- القانون رقم 89 / 02 المؤرخ في 7 فبراير سنة 1989 و المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر عدد 15، المؤرخة في 8 مارس 2009 المعدل والمتمم بالقانون رقم 18-09 مؤرخ في 25 رمضان عام 1439 الموافق 10 يونيو سنة 2018، يعدل ويتمم القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 و المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. (ج ر رقم 35 المؤرخة في 13 جوان 2018).
- الأمر رقم 58/75 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 مايو 2007 ، ج ر عدد 31 ، مؤرخة في 13 مايو 2007 يتضمن القانون المدني .
- الأمر رقم 74-15 المؤرخ في 30 يناير 1970 ، ج ر ، عدد 15 ن المؤرخة في 19 فيفري 1974، المتعلق بالزامية التأمين على السيارات وبنظام التعويض عن الأضرار ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 88-31 المؤرخ في 19 يوليو 1988.

- الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر سنة 1975 المعدل و المتمم بالقانون رقم 05-02 مؤرخ في 6 فبراير سنة 2005، والمتضمن القانون التجاري الجزائري.

ثانيا : الكتب

01- إبراهيم الدسوقي أبو الليل، الملتزم بتعويض الضرر الناجم عن حوادث السيارات، دار السلاسل للطباعة والنشر، الكويت، 1985.

02- أحسن بوسقيعة، الوجيز في القانون الجزائري العام، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2002.

03- أحمد شوقي محمد عبد الرحمان، الدراسات البحثية في المسؤولية المدنية، المجلد 1، المسؤولية المدنية الشخصية، د ط، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2007 م.

04- أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.

05- احمد محمد محمود علي ، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي والشريعة الإسلامية در استعمارية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.

06- اسعاد حامد اورمان ، أبي سعد الديونجي، التسويق السياحي والفندقي ، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر ، عمان، الأردن، 2003.

07- بشير عباس العلاق، تسويق الخدمات، الطبعة الاولى، دار اليازوري، عمان، 2009.

08- بهاء بهيج شكري، التأمين من المسؤولية في النظرية والتطبيق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

09- بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، الجزائر ، 2006.

قائمة المصادر والمراجع

- 10- بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة دراسة مقارنة ، ط 1، دار الفجر، القاهرة، 2005 .
- 11- ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، 2009.
- 12- جابر محجوب علي، ضمان علامة المستهلك من الأضرار الناجمة عن العيوب المنتجات الصناعية المبيعة، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 1995.
- 13- خالد محمد السباتين ، الحماية القانونية للمستهلك ، سلسلة مشروع تطوير القوانين ع 15 ، رام الله ، 2002 .
- 14- خالد مصطفى فهمي، عقد التأمين الإجباري المسؤولية المدنية الناشئة عن حوادث السيارات، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2005.
- 15- خالد مقابلة، التسويق الفندقي، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، أريد، الأردن، 2011.
- 16- ربيحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، دار الصفاء للنشر، عمان، الأردن، 2009 .
- 17- زكي خليل المساعد، التسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
- 18- عابد فايد عبد الفتاح فايد ، الالتزام بضمان السلامة في عقود السياحة على ضوء قواعد حماية المستهلك ، دراسة مقارنة ، دار الكتب القانونية ، جامعة حلوان، سوريا، 2010 .
- 19- عامر أحمد القيس، الحماية القانونية للمستهلك، دار الكتب العربية، عمان، 2000 .
- 20- عبد الجبار منديل، أسس التسويق الحديث، دار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2002.

- 21- عبد الحكم فودة، جرائم الغش التجاري والصناعي في ظل القانون 281 سنة 1994 (دراسة تطبيقية على ضوء قضاء النقض)، منشأة المعارف بالإسكندرية، 1996.
- 22- عبد الحميد عطية، الاتصال واتجاهات نصية واسعة تطبيقية في الخدمة الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، 2012.
- 23- عبد الفتاح مراد، شرح تشريعات الغش، دار الكتب والوثائق المصرية، مصر، 1996.
- 24- عبد الله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش الصناعي والتجاري (دراسة مقارنة بين دول الإمارات العربية المتحدة والدول الأجنبية، ط 2، دار النهضة العربية، القاهرة 2002.
- 25- عبد المهدي بواغنة، إدارة المستشفيات والخدمات الصحية - التشريع الصحي والمسؤولية الطبية -، دار الحامد للنشر، الأردن، 2003.
- 26- عدنان إبراهيم سرحان ، نوري حمد خاطر، شرح القانون المدني، الالتزامات، مصادر الحقوق الشخصية دراسة مقارنة ، ط 1، دار العلمية الدولية ودار الثقافة، الأردن، 2003.
- 27- عدنان عمرو، مبادئ القانون الإداري، منشأة المعارف الإسكندرية ، الطبعة الثانية، القاهرة، مصر، 2004.
- 28- علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان المنتج، ط 1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013.
- 29- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، (دط)، دار الهدى، الجزائر، 2000م.
- 30- علي عبد القادر القهوجي، قانون العقوبات (نظرية الجريمة القسم العام، المسؤولية الجنائية)، الجزء الثاني دار الجامعة للطباعة والنشر، بيروت، 2000.

قائمة المصادر والمراجع

- 31- علي فتاك، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2007.
- 32- فريد كورتل، تسويقي الخدمات ، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 33- كريم بن سخرية، المسؤولية المدنية للمنتج وآليات تعويض المتضرر، دراسة تحليلية وتطبيقية في ضوء أحكام القانون المدني وقانون حماية المستهلك وقمع الغش، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009.
- 34- مجدي محب حافظ، موسوعة تشريعات الغش والتدليس في ضوء الفقه و أحكام النقض و الإدارية العليا والدستورية العليا، ط 2، د.د.ن، 1998.
- 35- محمد بودالي ، شرح جرائم الغش في البيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2006 .
- 36- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، دار الثقافية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
- 37- محمد عمران، الالتزام بضمان السلامة تطبيقاته في بعض العقود، دار النهضة العربية، مصر، 1980.
- 38- محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر، عمان، الأردن، 2003.
- 39- محمود عبد الرحمان محمد، النظرية العامة للالتزامات، ج2، أحكام الالتزام، ط1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999م.
- 40- مصطفى أبو زيد فهمي، القانون الإداري، مطبعة الإسكندرية، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1988.
- 41- مصطفى العوجي، المسؤولية الجنائية في المؤسسة الاقتصادية، ط1، مؤسسة نوفل بيروت - لبنان، 1982.

- 42- منذر الفضل، النظرية العامة للالتزامات - دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والقوانين المدنية الوضعية-، ج1، مصادر الالتزام، ط3، مكتبة الثقافة، الأردن، 1996م.
- 43- نبيلة رسلان، دروس في الأحكام العامة للالتزام في القانون المدني المصري، ط1، (دن)، 1998م.
- 44- نوري منير، سلوك المستهلك المعاصر ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2013 .
- 02-المذكرات والرسائل الجامعية :**
- 45- ريموش فرحات، الالتزام بالإعلام، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في القانون، كلية الحقوق بن عكنون، 2012 .
- 46- ولد عمر طيب ، النظام القانوني لتعويض الإضرار الماسة بأمن وسلامة المستهلك ، دراسة مقارنة أطروحة الدكتوراه في القانون الخاص بكلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان، غير منشورة 2009/2010 .
- 47- المر سهام، التزام المنتج بالسلامة- دراسة مقارنة- مذكرة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، 2008 / 2009 .
- 48- كريمة بركات، حماية المستهلك من المخاطر الناجمة عن استعمال المنتجات و الخدمات دراسة مقارنة ، رسالة الماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2003 / 2004 .
- 49- خميس سناء، المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة ، دراسة مقارنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2015.
- 50- كموش نوال حماية المستهلك ، إطار قانوني الممارسات التجارية منكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير الحقوق ، بن يوسف بن خدة ، جامعة الجزائر ، 2010-2011 .
- 51- كالم حبيبية، حماية المستهلك، بحث لنيل شهادة الماجستير ، فرع العقود و المسؤولية، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005.

52- زوبير ارزقي، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع المسؤولية المعنية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2011.

03-المجلات والملتقيات :

53- علاق عبد القادر، مبدأ الالتزام بالسلامة الغذائية لحماية المستهلك دراسة تحليلية في الفقه والتشريع الجزائري، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية أ/ قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 17 ، جانفي 2017.

54- جابر محجوب علي، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة ، مجلة الحقوق الكويت، القسم الثاني، مجلس النشر العلمي، دون طبعة، 1996.

55- جرعود الياقوت، « دور الإعلام في حماية المستهلك»، مجلة البحوث و الدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق، جامعة البليدة ، العدد 02 ، جانفي 2012 ، ص 277.

56- بومدين أحمد، دور الالتزام بالإعلام قبل التعاقد في حماية رضاء المستهلك، مجلة العلوم القانونية ، جامعة الوادي، العدد 01 ، جوان 2010 .

57- سي يوسف زاهية حورية، الخطأ التصيري كأساس المسؤولية المنتج، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد 01 ، 2006 .

58- عبد الله بوتوشنت، دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، جامعة باجي مختار، عنابة، العدد 12، 2008م.

59- يوسف فتيحة، التأمين على تطور المسؤولية عن الأشياء غير الحية، مجلة دراسات قانونية، مخبر القانون الخاص الأساسي، كلية الحقوق، جامعة تلمسان، عدد 1، 2004.

60- حامق ذهبية، محاضرات في حماية المستهلك، سلامة المستهلك من خلال أمن المنتجات والخدمات، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 1.

04-المواقع الإلكترونية :

61-ميسوم فضيلة، الطبيعة القانونية لتأمين المسؤولية المدنية، دراسة مقارنة، مجلة دراسات وأبحاث، المجلة العربية في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 27 جوان 2017، السنة التاسعة، مقال منشور على موقع :

62- <https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/20/9/27/23686>، تم زيارة

الموقع بتاريخ: 20/08/2021 على الساعة : 19:00.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

63- C. Lovelock et D.Lapert, J Wirtz, (2004). Marketing des services, Edition Pearson éducation France Paris

الفهرس

أ	مقدمة.....
5	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لمقدم الخدمة.....
7	المبحث الأول: ماهية الخدمة.....
7	المطلب الأول: مفهوم الخدمة.....
8	الفرع الأول : تعريف وخصائص الخدمة.....
11	الفرع الثاني : طبيعة عملية تقديم الخدمة.....
12	المطلب الثاني: مفهوم مقدم الخدمة.....
12	الفرع الأول: تعريف وأهمية مقدم الخدمة
14	الفرع الثاني: أنواع ومصادر مقدمي الخدمة.....
20	المبحث الثاني: إلتزامات مقدمي الخدمة.....
20	المطلب الأول: الإلتزام بضمان السلامة.....
20	الفرع الأول : تعريف الإلتزام بضمان السلامة.....
27	الفرع الثاني: مضمون الإلتزام بضمان السلامة.....
30	المطلب الثاني : الإلتزام بالإعلام.....
30	الفرع الأول : تعريف الإلتزام بالإعلام.....
32	الفرع الثاني: إلتزام مقدمي الخدمات بإعلام المستهلك في القانون الجزائري
38	الفصل الثاني: آثار قيام مسؤولية مقدم الخدمة.....
40	المبحث الأول: المسؤولية المدنية لمقدم الخدمة.....
40	المطلب الأول: دعوى التعويض.....
40	الفرع الأول: تعريف التعويض.....
41	الفرع الثاني: أطراف دعوى التعويض.....

44	الفرع الثالث: طرق التعويض.....
49	المطلب الثاني: التأمين من المسؤولية في مجال الخدمات
50	الفرع الأول: التعريف بآلية التأمين ومدى إلزاميته.....
52	الفرع الثاني: أهمية التأمين في مجال المسؤولية المدنية لمقدمي الخدمات
54	الفرع الثالث: المبادئ الأساسية لعقد التأمين من المسؤولية
57	المبحث الثاني: المسؤولية الجزائية لمقدم الخدمات.....
57	المطلب الأول: جرائم مخالفة الإلتزامات لمقدم الخدمات الماسة بالمستهلك.....
58	الفرع الأول: جريمة الخداع.....
68	الفرع الثاني: جريمة الغش.....
77	المطلب الثاني: العقوبات المقررة لعدم إلتزام مقدمي الخدمات بالقوانين.....
77	الفرع الأول : العقوبات المقررة على الجرائم الماسة بصحة وسلامة المستهلك
79	الفرع الثاني: العقوبات المقررة على المخالفات المتعلقة بالتزامات مقدمي الخدمات.....
83	الخاتمة.....
87	قائمة المصادر والمراجع.....
96	الفهرس.....

ملخص

يعتبر التفاعل بين مقدم الخدمة والمستهلك الركيزة الأساسية لبناء علاقة قوية ودائمة بين المنظمة والمستهلك، لأنه يعطي ميول واعتمادية كبيرة للعميل باتجاه المنظمة وخدماتها، بالقدر الذي يجعل هذا المستهلك يشعر وكأن المنظمة هي الأمل الوحيد الذي يمكنه من تحقيق رغباته ويستجيب لطموحاته بأكثر فعالية ومصداقية.

وإن تقديم خدمة جيدة للمستهلكين يؤدي بالمنظمة إلى تحقيق الجودة في أداء الخدمة، حيث لا بد من وجود لغة مشتركة وتفهم وعمل جماعي لتحقيق الجودة في خدمة المستهلك وهذا يعني أن يكون مناخ العمل في المنظمة يمكن من تحقيق الجودة في أداء الخدمة، أي أن القيم التي يتبناها الأفراد والممارسات اليومية التي يتعودون إراديا عليها، والعنصر البشري هو القدوة التي تمكن من تحقيق التفوق في مجال العمل الخدمي.

Summary:

The interaction between the service provider and the consumer is the basic foundation for building a strong and lasting relationship between the organization and the consumer, because it gives great tendencies and reliability to the customer towards the organization and its services, to the extent that this consumer feels as if the organization is the only hope that enables him to achieve his desires and respond to his ambitions more effectively and credibly.

Providing good service to consumers leads the organization to achieve quality in service performance, as there must be a common language, understanding and teamwork to achieve quality in consumer service. This means that the work environment in the organization enables quality in service performance, meaning that the values it adopts Individuals and daily practices that they are voluntarily accustomed to, and the human element is the role model that enables achieving excellence in the field of service work.