

جامعة وهران 2 محمد بن احمد
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص

مادة قانون العقود المعمق

دروس عبر الخط

للأستاذة : غالي كحلة

لطلبة السنة الأولى ماستر
تخصص: القانون الخاص

السداسي الأول

السنة الجامعية: 2021/2020

المبحث الثاني: عقود الاستهلاك

أدى تطور الظروف الاقتصادية والاجتماعية إلى زيادة الاهتمام بالمستهلك، خاصة بعد الانفتاح الاقتصادي وتحرير التجارة، خاصة مع ظهور فئة المنتجين والمستوردين التي تهدف إلى تحقيق الربح السريع مستثمرة كافة التسهيلات التي تقدمها الدولة لتشجيع الاستثمار والمستثمر، فأدت إلى إغراق الأسواق بالعديد من السلع المغشوشة وغير المطابقة للمواصفات القياسية الدولية (ISO).

استغلت هذه الفئة ثغرات القوانين والنظم المعمول بها ودخلت في مجالات استثمارية صناعية وتجارية غاية في الخطورة، نظرا لمساسها بأمن وصحة المستهلك والاقتصاد القومي، نتيجة لذلك تدخلت الدولة بتشريعاتها في كافة مراحل الإنتاج وتوزيع وتداول واستهلاك السلع والخدمات من أجل حماية المستهلك، حيث فرضت أحكام تشريعية وتنظيمية متعددة لتضمن للمستهلك سلامة رضاه وحرية إرادته واختياره، وحمايته من كل أنواع الغش والتحايل والتضليل.

ويعتبر النداء الذي أطلقه الرئيس الأمريكي المعروف بلانحة حقوق المستهلك في خطابه أمام الكونغرس الأمريكي سنة 1962 من أول المبادرات التي دعت المجتمعات إلى ضرورة حماية المستهلك. والذي تضمن مجموعة من الحقوق، منها: حق المستهلك في الحماية الصحية، الحق في الحصول على المعلومات، الحق في الاختيار، الحق في الاستماع إلى المستهلك، الحق في التعويض، حق المطالبة بالمحافظة على المصادر الطبيعية.

فشهدت سنوات السبعينيات والثمانينات من القرن العشرين بداية منظمات الدفاع عن المستهلكين وصدرت أولى تشريعات حماية المستهلكين خاصة في أوروبا فكانت ألمانيا السبّاقة، حيث أصدرت بتاريخ 1976/12/09 القانون المتعلق بالشروط العامة للعقود، ثم المشرع الإنجليزي الذي أصدر قانونا مئثلا سنة 1977، وفي فرنسا بموجب قانون 10 جانفي 1978 المتعلق بحماية وإعلام المستهلك، وهو ما أدى إلى ميلاد فرع جديد هو قانون حماية المستهلك أو ما يسمى بقانون الاستهلاك، وبذلك انتشرت فكرة حماية المستهلك في الدول الأوروبية وبعدها في الدول النامية ودول العالم الثالث.

أولا-علاقة قانون الاستهلاك بباقي فروع القانون الأخرى:

- 1) يتصل قانون الاستهلاك اتصالا وثيقا بالقانون المدني والذي استمد ونقل منه الكثير من قواعده الأساسية، كضمان العيوب الخفية، الالتزام بالسلامة، الالتزام العام بالإعلام والحماية من الشروط التعسفية ولهذا اعتبر البعض أن قانون حماية المستهلك هو القانون الجديد للالتزام وهو ما يجد مبرره في الأزمة التي يعيشها العقد وعجز مبدأ سلطان الإرادة عن ضمان الحماية الكافية للمستهلك وضرورة توسع سلطان القانون في النطاق.
- 2) علاقة قانون حماية المستهلك بقانون المنافسة لكونه يمنع احتكار السلع وتعسف الأطراف المهيمنة على السوق، فجاء بعدة أحكام منها تحديد الأسعار، تنظيم المنافسة، اعلام المستهلك حتى يستطيع ممارسة حقه في الاختيار...
- 3) علاقته بالقانون التجاري، كون المتعامل الاقتصادي يتخذ إحدى أشكال الشركات التجارية...
- 4) علاقته بالقانون الإداري (مثل مديرية التجارة التي تمنح الترخيصات وتقوم بقمع الغش وتراقب الأسعار ومدى مطابقة المنتج للمواصفات الدولية القياسية...).
- 5) علاقة قانون الاستهلاك بقانون العقوبات (معاينة التجار والمتعاملين الاقتصاديين لارتكابهم مخالفات والجرائم المتعلقة بعدم احترام القوانين والأنظمة، كجرائم الغش والخداع والتضليل...إجراء الغلق المؤقت أو الكلي للمحلات).

(6) علاقة قانون حماية المستهلك بالقانون الاقتصادي: من حيث مسألة التصدير والاستيراد.

ثانيا- مفهوم عقد الاستهلاك وأطرافه:

يعتبر عقد الاستهلاك من العقود غير المسماة التي لم يرد لها تعريف في القانون المدني ولا في إطار تشريع حماية المستهلك، فهو عقد من نوع خاص، يخضع لقواعد استثنائية يعرفه البعض: "بأنه عقد يلتزم بمقتضاه شخص يسمى المحترف (المنتج) بتقديم منتج (سلعة أو خدمة) لشخص آخر يسمى المستهلك سواء بمقابل أجر أو بدونه".

إن العقود تختلف طبيعتها باختلاف صفة أطرافها وتصبح عقود استهلاك كلما اكتسب أحد طرفيها صفة المستهلك واكتسب الطرف الآخر صفة المهني أو المحترف أو العون الاقتصادي. فالأطراف في عقد الاستهلاك هي التي تضيف عليه هذه الصفة وتعطيه خاصيته التي تميزه عن غيره من العقود، مع العلم أن عقد الاستهلاك يتميز بعدم التوازن العقدي. حيث عادة ما يسلم الطرف الضعيف وهو المستهلك بما ورد فيه من شروط مجبراً على تلبية حاجاته الشخصية وحاجات غيره الاستهلاكية، وهذا ما ذهب إليه المشرع الجزائري في أحكام المادة 3 و4 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004، الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي تنص على أنه: "يقصد في مفهوم هذا القانون ما يأتي: عقد كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تادية خدمة حرر مسبقاً من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر، بحيث لا يمكن هذا إحداث تغيير حقيقي فيه".

ومن جهة أخرى فقد وضع المشرع بموجب هذا القانون مجموعة من الضمانات الأساسية التي تهدف إلى إعادة التوازن العقدي من خلال تصحيح رضا المستهلك وذلك بضمان إعلامه وحمايته من الشروط التعسفية وضمان سلامة المستهلك وأمنه من المخاطر التي قد تلحقه من استعمال المنتوجات الواجب مطابقتها للمواصفات الدولية القانونية والقياسية المعمول بها. وفي حالة عدم المطابقة أو وجود عيب في المنتوج يطلب المستهلك إما إصلاحه أو استبداله أو إرجاع ثمنه تنفيذاً للضمان.

المستهلك: قد عرّفت المادة الثالثة، الفقرة الأولى من القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المستهلك بأنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".

أما المتدخل: فهو كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك (المادة 3 و7) من القانون 03-09، المتدخل قد يتخذ عدة أشكال (المنتج، البائع، المصدر). وتدخل ضمن عملية عرض المنتوجات للاستهلاك مجموع مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين بالجملة والتجزئة وفقاً للمادة 8/03 من قانون 03-09.

المنتوج: هو كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجاناً.

السلعة: هي كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجاناً.

أما الخدمة: "فهي كل عمل مقدّم غير تسليم سلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة". وهكذا يكون المشرع قد استثنى تسليم السلعة من مفهوم الخدمة وأبقى عليه التزاما مستقلا يقع على أحد المتعاقدين (البائع أو المنتج)، ويخضع للمادة 364 من القانون المدني الجزائري.

ثالثا- التزام المتدخل بالإعلام وحماية المستهلك من الشروط التعسفية:

من بين الالتزامات المستحدثة في ظل قانون حماية المستهلك، هناك الالتزام بالإعلام، وحماية المستهلك من الشروط التعسفية بالإضافة إلى الالتزام بضمان سلامة المنتوج، والالتزام بالمطابقة.

1. الالتزام بالإعلام:

يهدف الالتزام بالإعلام إلى نقل المعلومات ونقل البيانات الخاصة للسلع والخدمات إلى المستهلكين، والإعلام يختلف عن الإشهار التجاري الذي يساهم بدوره في إعلام المستهلك وتوعية الجمهور، فالهدف الأساسي للإشهار هو جلب المستهلك وحثه على اقتناء المنتج، على عكس الإعلام الذي يجب أن يكون موضوعي، فالإعلام هو حلقة وصل بين المنتج أو المبيي والمستهلك.

فالالتزام بالإعلام نصت عليه المادة 17 من القانون رقم 03-09 التي نصت على مبدأ العلم الكافي بالمبيي، أي الالتزام بالإعلام وهو التزام سابق وضروري يسمح للمستهلك باقتناء المنتج حسب متطلباته ورغباته المشروعة والمبنية على رضا حرّ وسليم، وذلك يتم بواسطة "الوسم" ووضع العلامات وبأية وسيلة أخرى كانت مناسبة وبهذا المقام صدر المرسوم التنفيذي رقم 13-378، المؤرخ في 09 نوفمبر 2013، الذي يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك تطبيقاً للمادة 17 السالفة الذكر، وتطبيقاً لأحكام المادة 12 مطلة 14 من هذا المرسوم، فقد صدر القرار الوزاري المؤرخ في 14 جوان 2016 يحدد شروط وكيفيات وضع بيان "حلال" للمواد الغذائية المعنية.

وطبقاً للمادة 18 من القانون 03-09 التي ألزمت المنتج بأن يحرر بيانات الوسم وطريقة الاستخدام ودليل الاستعمال وشروط ضمان المنتج باللغة العربية، مع إمكانية كتابتها كذلك بلغة أخرى، وبالتالي فالوسم هو وسيلة إعلام إجبارية خاص بالمنتجات المنزلية غير الغذائية أو المنتجات الغذائية، أما الإشهار فهو وسيلة اختيارية.

أنواع الالتزام بالإعلام:

هناك نوعان من الالتزام بالإعلام، الالتزام العام بالإعلام والالتزام الخاص بالإعلام.

أ-الالتزام العام بالإعلام:

هو مرتبط أساساً بفكرة النظام العام، فلا يجوز للأطراف الاتفاق على استبعاده، فهو التزام يقع على عاتق كل محترف أو منتج أو مبيي بغض النظر عن طبيعة المنتج سواء كان سلعة أو خدمة مقدمة للمستهلك.

1-1-الالتزام بالإعلام قبل التعاقد:

وهو التزام ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد ويهدف إلى تكوين رضا حر وسليم للمستهلك، حتى تكون له الحرية الكاملة بعد إمامه بكل المعلومات حول محلّ العقد، فإنما يُقدّم على إبرام العقد أو يرفض التعاقد.

فهذه المرحلة هي أهم مرحلة بالنسبة للمستهلك من خلال إعلامه وتعريفه وتنويره بكل ظروف التعاقد، وبصفة عامة فإنّ هذا الالتزام يؤثر على نفسية المتعاقد من أجل دفعه على التعاقد، فعدم تقديم إحدى المعلومات الواجب معرفتها من قبل الطرف الآخر قد تؤدي إلى تغيير التصرف إنّما بالتخلي عن إبرام العقد أو إعادة النظر في شروط التعاقد كما هو الحال بالنسبة للسكوت العمدي عن واقعة أو ملابسة (المادة 1/86 من القانون المدني الجزائري).

والالتزام بالإعلام قبل إبرام العقد هو التزام قانوني يقوم على مبدأ حسن النية قبل وأثناء التعاقد ويتميّز بعدة خصائص:

✓ التزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام عام: (يتصف بالعمومية) بمعنى أن يطبق على كافة العقود التي يبرمها المستهلك مهما كان محله.

✓ التزام مستقل عن غيره من الالتزامات الأخرى، لأنّ الفقه حاول ربطه بنظرية عيوب الرضا، كما اعتبره البعض تابعا لنظرية ضمان العيوب الخفية، أو نظرية التسليم...فهو مستقل عنها.

✓ هو التزام ذو طبيعة وقائية: إعلام الطرف الآخر حتى يكون لديه رضا سليم خالٍ من أي عيب من عيوب الإرادة حتى نتفادي الحكم بإبطال العقد، وهذا يؤكد أنّ الالتزام بالإعلام قبل التعاقد أوسع نطاقاً وتطبيقاً من نص المادة 352 من القانون المدني التي يقتصر تطبيقها على عقد البيع فقط.

1. 2. الالتزام بالإعلام بعد التعاقد:

ينشأ هذا الالتزام أثناء مرحلة تنفيذ العقد، ففي عقد البيع مثلا قد أوجب القضاء الفرنسي على البائع ضرورة إعلام المشتري بكل البيانات الضرورية لاسيما طريقة الاستعمال للشيء المباع وهو ما يعرف بالالتزام بالتصحيح، وكذا الاحتياطات الواجب اتخاذها، أي تنبيه المستهلك بخطورة المنتج وهو ما يعرف بالالتزام بالتحذير، وفي حالة عدم تنفيذه التزامه فإنه يعتبر مسؤولا عن الأضرار التي تلحق بالمشتري بسبب جهله، وفي حالة كون البائع ليس هو المنتج أو صانع الشيء المباع، فإن القضاء الفرنسي وضع على عاتق المنتج "الالتزام بالإعلام"، فيلتزم بإرفاق المنتج بجميع البيانات الضرورية المتعلقة به وإلا اعتبر مسؤولا اتجاه المستهلك النهائي.

أما فيما يخص عقود الخدمات فإنه يتوجب على مقدم الخدمة ضرورة إعلام زبائنه فيما يخص عقد البيع بكل ما يتعلق بالخدمة محل العقد، كأن يتوجب على الطبيب إعلام المريض بكل المخاطر المترتبة على العلاج المقترح ومدّة العلاج وغيرها.

فإعلام المستهلك بعد التعاقد يعتبر من مستلزمات العقد طبقا للمادة 107 من القانون المدني الجزائري. ويقع عبء الإثبات على عاتق (المستهلك) الدائن بهذا الالتزام عبء إثبات عدم إخباره ونصحه وإعلامه وهنا يجب رفع دعوى بشكل فردي يتطلب ضرر جد جسيم لطلب التعويض.

2. الالتزام الخاص بالإعلام:

تدخل المشرع في بعض الحالات لتحديد البيانات الواجب تقديمها من طرف المنتج إلى المستهلك، بحيث أصبح الالتزام العام بالإعلام مكملا لالتزامات خاصة محدّدة بموجب نصوص قانونية وتنظيمية، تتضمن بيانات إجبارية يلتزم المنتج بتقديمه للمستهلك، وذلك تحت طائلة التعرض للإدانة الجزائية في حالة الإخلال بها إذ تعتبر مخالفة تسمح لأعوان مراقبة الجودة وقمع الغش مهمة البحث عنها ومعاينتها، وتتمثل هذه البيانات الإجبارية فيما يلي:

أ. الالتزام بالإعلام عن خصائص ومميزات السلع والخدمات: "عن طريق الوسم والتغليف"

(1) الوسم: يقصد به جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصّور والشّواهد أو الرّموز المتعلقة بمنتج ما، والتي توجد على تغليف أو وثيقة أو كتابة، أو وسم أو خاتم أو طوق يرافق منتج ما أو خدمة أو يرتبط بهما وهو عدّة أنواع:

- وسم المنتوجات الغذائية (المرسوم التنفيذي رقم 90-367، جريدة رسمية رقم 50 لسنة 1990)

- وسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية (مرسوم تنفيذي رقم 90-366، جريدة رسمية رقم 50 لسنة 1990).

- وسم مواد التّجميل والتّظيف (المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14/10/1997).

- وسم اللّعب (المرسوم التنفيذي رقم 97-497).

(2) التغليف: هو إجراء ضروري لحماية المنتج من كل الأضرار، فهو وسيلة لحماية المستهلك وفقا للمادة 03 من القانون 03-09، فكل منتج يغلف حسب طبيعته وتركيبه، مثلا بالنسبة لتغليف المنتوجات الغذائية "يجب أن تكون أنواع الحليب الجاف الموجهة للمستهلك النهائي موضوعة في أوعية مانعة ذات سعة 500غ، 1كغ، 10 كغ مغلقة وذات صلابة كافية".

(3) الالتزام بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع:

يجب إشهار الأسعار توعوية للمستهلك حتى يكون في مأمن عن أي مفاجأة في مبلغ الإنفاق، وقد نص عليه المشرع الجزائري بموجب المادة 53 من الأمر 08-12 المتعلق بالمنافسة، وهذا لفرض الشفافية في الممارسات التجارية داخل السوق والسّماح بتطوير المنافسة، ويتوقف السّعر المعلن عنه على المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك والتي يدخل

ضمنها مصاريف النقل والتغليف والرّسوم، فيجب إعلام المستهلك بجميع العناصر المكوّنة للأسعار والتّعريفات الواجب دفعها، وعند الاقتضاء كل الاقتطاعات أو التّخفيضات والرّسوم المطبقة، واستثناءً قد تتدخل الدولة في تحديد الأسعار لبعض المنتجات والخدمات الواسعة الاستهلاك أو ذات الطّابع الإستراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس المنافسة (المادة 05 من قانون 08-12).

أما بالنّسبة لشروط البيع: فمثلا شرط التّسليم في المنزل الذي نص عليه المشرع في المادتين 04 و08 من قانون 02-04 الذي يحدّد القواعد المطبقة على المنافسات التّجارية.

ثانيا: حماية المستهلك من الشروط التعسفية

نظرا لكون أن بعض عقود الاستهلاك قد يكتسبها طابع الإذعان، مما يضع المستهلك هدفا سهلا لتعسف المتدخل، صدرت عدّة تشريعات تهدف إلى حماية المستهلك من الشروط التعسفية، ومن بين هذه القوانين نجد القانون المدني الذي خوّل للقاضي عدّة سلطات (مثلا تعديل العقد أو إبطاله في حالة الغبن وفقا للمادة 90 من القانون المدني، أو لثبوت سوء نية المتدخل الذي أدرج شروطا تعسفية طبقا للمادة 107 من القانون المدني، إضافة لسّلطة في إلغاء أو تعديل هذه الشروط الواردة في عقد الإذعان طبقا للمادة 110 من القانون المدني، وفي مواجهة الشرط الجزائي طبقا للمادة 184 و185 من القانون المدني)، وكذلك أحكام القانون رقم 02-04 والمرسوم التّنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10/09/2006 المعدل بموجب المرسوم التّشريعي رقم 08-44 وغيره من القوانين.

1. مفهوم الشروط التعسفية:

التّعسف قانونا هو الاستخدام الفاحش لميزة قانونية، ويعرّف بعض الفقه الشرط التّعسفي بأنّه: "الشرط المحرّر مسبقا من قبل الطرف الأكثر قوة، بحيث يخلق "لا توازن" ويمنح ميزة فاحشة على حساب الطرف الآخر"، أمّا المشرع الجزائري فقد عرّفها من خلال المادة 5/3 من القانون رقم 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية بأنّها: "ملى بند أو شرط بمفرده مشتركا مع واحد أو عدّة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتّوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"، ومن هذا التعريف يتبيّن لنا شروط البند التّعسفي وهي:

✓ وجود عقد إذعان محله تأدية خدمة أو بيع سلعة.

✓ أن يكون الشرط الوارد في العقد سببا في الإخلال الظاهر بالتّوازن بين حقوق والتزامات الطرفين.

2. معايير الشروط التعسفية:

كان المشرع الفرنسي يتبنى سابقا معيارين وهما معيار: التّعسف في استعمال القوة الاقتصادية ومعيار الميزة الفاحشة، لكن استبدلها بموجب قانون 1993 بمعيار حديث وهو "معيار الإخلال الظاهر بالتّوازن بين حقوق والتزامات طرفي العقد" وهو نفس المعيار الذي تبناه المشرع الجزائري بموجب المادة 5/3 سالفه الذكر.

3. الرقابة على الشروط التعسفية:

لقد فرض المشرع رقابة صارمة على الشروط التعسفية وهي متعدّدة منها:

أ. الحظر التّشريعي:

أورد المشرع الجزائري تعددا للشروط التعسفية المدرجة في عقود الاستهلاك ضمن المادة 29 من القانون 02-04، وكذلك المادة 05 من المرسوم التّنفيذي رقم 06-306 الذي يحدّد العناصر الأساسية الواجب ذكرها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي والمستهلك والمتعلقة بالإعلام المسبق للمستهلك، نزاهة وشفافية العمليات التّجارية، وأمن ومطابقة السّلع والخدمات، الضمان والخدمة بعد البيع. لذلك يجب كتابة العقد حتى نستطيع التأكد من وجود هذه العناصر.

ب. الرقابة القضائية: أمّا بالنسبة للشروط غير المتضمنة في المادتين السالفه الذكر، يتدخل القاضي لتطبيق القواعد العامة المنصوص عليها في المادة 5/03 من القانون رقم 02-04.
ج. الرقابة الإدارية:

تطبيقاً لأحكام المادة 06 من المرسوم التنفيذي 306-06 المعدل، تنشأ لجنة ذات طابع استشاري لدى الوزير المكلف بالتجارة تسمى "لجنة الشروط التعسفية" تتكفل بالبحث في كل العقود المطبقة من طرف الأعوان الاقتصاديين على المستهلكين والبنود ذات الطابع التعسفي، لها أن تصيغ توصيات تبلغ إلى الوزير المكلف بالتجارة أو الوزارات المعنية، كما تقوم بدراسة أو خبرة متعلقة بكيفيات تطبيق العقود اتجاه المستهلكين، ويمكن إخطارها من طرف وزير التجارة أو كل إدارة أو جمعية مهنية، أو جمعية حماية المستهلكين طبقاً لأحكام المادة 11 من المرسوم 306-06 السالف الذكر.