غش الأغذية و حماية المستهلك

أ.العرباوي نبيل صالح– جامعة بشار

إن حاجة الأشخاص إلى السلع و الخدمات تدفعهم إلى التعاقد مع محترفين يمتهنون بيع هذه السلع، و تقديم هذه الخدمات سواء أكانوا منتجين أم موزعين أم بائعيين مهنيين، وتلك حاجة وجدت مع وجود الإنسان الذي أصبحت حمايته بوصفه مستهلكا من أهم الواجبات الأساسية للدول.

كما أن ظاهرة تزايد الغش في مجال المواد الغذائية أصبحت تمثل خطرا كبيرا على الإنسان، و تعد ظاهرة الغش من المشاكل التي اهتمت بها كل التشريعات. ولعل السبب في إزدياد هذه الظاهرة هو بروز السمة المادية في نفوس التجار، والتوسع التكنولوجي في وسائل و طرق الغش. حيث أصبح حاليا بإمكان التجار إيجاد أماكن حفظ المواد الغذائية لإطالة مدة الصلاحية و المحافظة على الشكل الطبيعي للمنتوج.

إضافة إلى حاجة الدول للمواد الغذائية و الطبية خاصة الفقيرة منها، مما يجعلها عرضة للإعلانات المضللة و الخادعة دون مراعاة إلى محاولة الكشف في هذه المنتجات[1].

ويحتاج المستهلك إلى الحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي تنتهجه الدولة، ولكن تتعاظم أهميتها بصفة خاصة في نظام اقتصاد السوق الذي يعتمد على القطاع الخاص. و نتيجة للتطور العلمي الهائل الذي أدى إلى ظهور العديد من الابتكارات و الاختراعات في شتى المجالات، نتج عن ذلك تقديم العديد من السلع و الخدمات المتنوعة. و أصبح المستهلك في موقف حرج يصعب عليه معرفة ما هو الأصلح و الأنفع له من بين السلع المقدمة إليه.

إضافة إلى ما ذكر، فإن ظهور الانترنت و ما و فرته من خدمات متنوعة و سريعة وجدت أليات و وسائل جديدة للتفاوض على عقود الاستهلاك الإلكترونية عبر شبكة الانترنت و إبرامها.

[1] أنظر أكثر تفصيلا د أمانج رحيم أحمد: حماية المستهلك في نطاق العقد، الطبعة الأولى، 2010، ص 20.

ونظرا لخصوصية التعاقد الإلكتروني فإنه كان من الضروري حماية المستهلكين الذين يتعاقدون من خلال هذا الطريق الذي لا يجمع البائع و المستهلك في مكان واحد بل غائبان جسديا[1].

وتحاول التشريعات سواء الوطنية أو الدولية حماية الإنسان من الغش بقوانين تجرم الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية. فالمشرع الجزائري وضع سياسات و قوانين من أجل حماية الجمهور من المستهلكين، لأن مجال توزيع المنتجات المغشوشة يتعلق غالبا بالطبقات الوسطى من المجتمع من حيث الملكات الذهنية، أو الحد الأدنى من الثقافة العامة أو المتعلق بمجال غش الأغذية و المواد الطبية.

وسنحاول في هذه المقالة إلى التعرض إلى موقف المشرع الجزائري من غش الأغذية و المواد الطبية و تجريمها (المبحث الأول) و وسائل حماية المستهلك (المبحث الثاني).

المبحث الأول: غش الأغذية و المواد الطبية

إن الغش التجاري له أثر مباشر على المستهلك و يسبب له أضرارا يتعذر تداركها، فكان لزاما البحث عن حماية فعالة للمستهلك، و نشر الوعي في نفوس الجمهور بالطرق العلمية. و إعلام المستهلك يعد من الأمور التي فرضت نفسها في مجال العلاقات بين المستهلكين من ناحية و المنتجين و الموزعين من ناحية أخرى.

فالمستهلك يخضع لسيطرة المنتجين و الموزعين، و يضطر بسبب حاجته إلى المواد الإستهلاكية و الخدمات، على الرغم من عدم توافر المعلومات الكافية لديه عن السلعة. على أن الدخول في علاقات تعاقدية قد تشكل اختلالا يعكس خضوع المستهلك لسيطرة المنتج[2].

و تدخل المشرع الجزائري عن طريق إصدار تشريعات منظمة لحماية المستهلك و قمع الغش[3]، و تحديد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية[4]، و شروط ممارسة الأنشطة التجارية[5].

---

[1] أنظر أكثر تفصيلا د فريد منعم صيور: حماية المستهلك عبر الأنترنت و مكافحة الجزائر الإلكترونية دراسة مقارنة ، الطبعة الأولى 2010، ص 7.

[2] أنظر أكثر تفصيلا د عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك " دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، 2007، ص 140.

[3] قانون رقم 09-03 الصادر بتاريخ 25 فبراير سنة 2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، الجريدة الرسمية العدد رقم 15.

[4] قانون رقم 04-02 الصادر بتاريخ 23 يونيو سنة 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، العدد41.

[5] قانون رقم 04-08 الصادر بتاريخ 14 أوت سنة 2004، يتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية العدد52.

كما أن التصدي للغش يقتضي عن طريق حماية المستهلك لنفسه عن طريق جمعية حماية المستهلكين، و متابعة أساليب الغش و كشفه للجمهور، و تدخل المراكز العلمية و الجامعات لمراقبة مواصفات الأغذية و المواد الطبية و اكتشاف مدى صلاحيتها و أثرها على صحة الإنسان.

أولا: تعريف الغش:

يعرف الغش على أنه كل تعديل أو تغيير عمدي من شأنه إيجاد فروق في الأوزان بالزيادة أو النقصان يستفيد منه الحائز لأدوات القياس، و يقع ضررا على المستهلك[1]. ويعرف كذلك على أنه تغيير يقع على جوهر السلعة أو تكوينها الطبيعي و تكون هذه السلعة معدة للبيع بحيث يترتب على هذا التغيير التأثير على خواصها الأساسية أو إخفاء عيوبها أو اعطائها مظهرا أخر يختلف عنه في الحقيقة، وذلك من أجل الاستفادة من الخواص المسلوبة للحصول على كسب مادي عن طريق الفرق في الثمن[2].

وقد يقع الكذب و التضليل في الإعلان التجاري على عنصر أو أكثر من عناصر السلعة أو الخدمة، مما قد يدفع المستهلك إلى الإقبال على المنتوج ما كان ليقبل عليها أصلا. وقد حرص المشرع الجزائري على ضرورة إلزام إعلام المستهلك و ذلك في المادة 17 من قانون حماية المستهلك، فيجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه الاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة.

وقد نص قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على إنشاء جمعية حماية المستهلكين، وكذا مخابر قمع الغش، و تؤهل هذه المخابر للقيام بالتحاليل و الاختبارات و التجارب قصد حماية المستهلك و قمع الغش، وتستعمل هذه المخابر في إطار مهامها المناهج المحترف بها على المستوى الدولي.

[1] د عبد المنعم موسى إبراهيم: مرجع سابق، **165**.

[2] أحمد الرفاعي: الخماية المدنية للمستهلك، دار النهضة العربية،**1994**،ص**140**.

و الغش قد يكون بفعل الإنسان كما في حالة الإضافة أو الخلط، كما قد يكون الغش بأسباب خارجة عن إرادة الإنسان و يكون هذا راجع إلى فساد السلعة نتيجة لطبيعتها كما في حالة اللحوم و الجبن.

ثانيا: موقف المشرع الجزائري من الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية و الطبية

من أجل حماية المستهلك اهتم المشرع الجزائري بتجريم أفعال الغش خاصة تلك المتعلقة بالمواد الغذائية و الطبية و ذلك حفاظا على سلامة الأفراد، فأصدر المشرع القانون رقم 06-23 المعدل لقانون العقوبات[1]، وتضمن هذا القانون تجريم عدد كثير من أفعال الغش.

و بالإضافة على العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات، فالقانون رقم 09-03 إهتم بصفة خاصة بمجالات الغش المتعلقة بخداع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتجات المسلمة، أو تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا، أو قابلية استعمال المنتوج، أو تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج، أو النتائج المنتظرة من المنتوج، أو طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لإستعمال المنتوج[2].

ثالثا: أساليب الغش في مجال المواد الغذائية و الطبية و مدى تجريمها:

لقد أصبح الإنسان في وقتنا الحالي مقبل على المنتجات المصنوعة، و أصبحت هذه المنتجات أمرا أساسيا في حياته، و يكشف استمرار التطور عن التزايد المستمر في الإعتماد على هذه المنتجات، حتى أن ما ينظر إليه اليوم على أنه من الكماليات يصبح غدا من الضروريات.

فالمستهلك يسعى للحصول على السلع و الخدمات التي يرغب في إقتنائها بأفضل المواصفات، وهذا يتطلب التأكد من أن السلع و المواد الغذائية و المواد الأخرى مطابقة لمواصفاتها القياسية المعتمدة، فصور الغش و أساليبه بلغت من التنوع و الحيل مالا حصر له، ولعل أهم هذه الوسائل هو أسلوب الإعلان الكاذب أو الخادع.

---

[1] **القانون رقم 06-23 الصادر بتاريخ 20 ديسمبر 2006 المعدل لقانون العقوبات الجريدة الرسمية العدد رقم 84.**

[2] **أنظر المادة 68 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك.**

1- المقصود بالإعلان:

يلعب الإعلان التجاري دورا كبيرا في إعلام المستهلكين بالمعلومات و البيانات الجوهرية الخاصة بالسلع و الخدمات المعروضة في السوق، ويتحقق هذا الإعلان عن طريق بيانات توضع على أغلفة المنتجات. و تنص المادة 17 من قانون 09-03 على أنه " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

2- الإعلان الخادع:

يعرف الإعلان الخادع أو الكاذب بأنه الإعلان الذي يتضمن بيانات غير حقيقية بشكل يعرض المستهلكين إلى الخداع[1]. وقد عرفه قانون التوجيه الأوروبي رقم 450 الصادر بتاريخ 10 ديسمبر 1984 في المادة الثانية على أن الإعلان المضلل "الخادع" بأنه "أي إعلان بأية طريقة كانت يتضمن في عرضه تضليلا أو من الممكن أن يؤدي إلى تضليل المخاطبين أو المنافسين بشكل قد يلحق بهم ضررا"[2].

فالإعلان الخادع أو المضلل يتضمن معلومات تدفع المستهلك إلى الوقوع في خداع فيما يتعلق بعناصر أو أوصاف جوهرية للمنتج. ومن الأمثلة العملية في إتباع طرق الإعلان المضلل خاصة في مجال الأغذية هو اتباع أسلوب استخدام المشاهير كالممثلين و المطربين، و نجوم المجتمع للإعلان عن استعمالهم و استخدامهم لمنتجات معينة و تجربتهم للمنتوج محل الإعلان ثم يتضح عدم صحة ذلك[3].

ومن الوسائل المستعملة في الغش و التضليل في الإعلان التجاري هو قيام المعلن بأي فعل أو تصرف يقوم به و يؤدي إلى أن يولد الغلط أو اللبس في ذهن المستهلك، فتخفي الحقيقية عنه حول ذاتية السلعة أو الخدمة أو صفاتها الجوهرية أو نوعها أو أصلها[4].

---

[1] أنظر أكثر تفصيلا د أبو العلا علي أبو العلا النمر: المشكلات العملية و القانونية في التجارة الإلكترونية، ص **209**.

[2] د أمانج رحيم أحمد: مرجع شابق، ص **175**.

[3] د حسني أحمد الجندي: قوانين قمع التدليس و الغش، الحماية الجنائية للمستهلك، دار النهضة العربية، **1986**،ص**46**.

[4] د عمرمحمد عبد الباقي :الحماية العقدية للمستهلك، دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون، الإسكندرية، الطبعة الأولى، **2004**،ص**127**.

وهنا تظهر لنا أهمية الإعلان في حياتنا المعاصرة، فالإعلان التجاري لا يكتفي بوصف سلعته أو خدمته محل الإعلان و ابراز خصائصهما و مميزاتها، بل يقوم بإبراز ما تعتريه السلع و المواد و الخدمات المنافسة من عيوب و نواقص.

والحقيقة أنه لا يمكن اغفال الإعلان و أهميته في تشجيع التجارة الداخلية و المنافسة، فالإعلان يؤدي لدفع المستهلك لشراء سلع لا يكون في حاجة إليها[1].

والحل الذي اعتمده المشرع الجزائري هو إنشائه لجمعيات حماية المستهلكين بمقتضى قانون 09-03 حيث طبقا للمادة 21 منه فإن هذه الجمعية تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه و توجيه و تمثيله.

وعندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل و ذات أصل مشترك، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني[2].

وظهرت في الوقت الحالي وسائل جديدة للغش، مثال ذلك فيما يتعلق بالمواد الصيدلانية، حيث نجد أن كمية المواد العلاجية داخل العلبات تقل عن الكمية المعلنة على البطاقة الخارجية[3].

وكذلك في مجال المنتجات ظهرت حالات غش البنزين وذلك بخلطه بالماء لأنها أقل تكلفة، وكذا الغش في قطع غيار السيارات و الأجهزة الكهربائية. وهناك الطرق التقليدية المعروفة في الغش مثل تقليد العلامات التجارية لشركات عالمية معروفة، و التقليد و الاعتداء على حقوق الملكية الصناعية.

رابعا: تجريم أفعال الغش

لقد تضمن المشرع الجزائري نصوصا تضع جزاءات جزائية على صور و أساليب الغش نذكر منها المادة 429 من قانون العقوبات التي تنص على أنه "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث

---

[1] و إلزام الصحف و التلفزيون بالتحري عن صدف الإعلان و مكونات السلعة المعلن عنها وتقدير مسؤولية هذه الجهات هي من الأمور التي يصعب تطبيقها.

[2] أنظر المادة **23** من قانون **09-03** المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

[3] كما توجد وسائل أخرى للغش يلجأ إليها المنتجون خاصة في مجال الأدوية، حيث تضع أقراص للدواء خالية من أية مادة علاجية، فهي أقراص فارغة، وهذه الطريقة تلجأ إليها الشركات بعد إنتهاء مدة صلاحية الأدوية، و يستخدمها الصيادلة عند رفض الشركة البائعة أخذ الكميات التي لم توزع.

سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل من يخدع أو يحاول او خدع المتعاقد:

– سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية أو في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع.

– سواء في نوعها أو مصدرها".

– سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق.

وفي ما يتعلق بحيازة مواد مغشوشة بقصد التداول تقضي المادة 430 من قانون العقوبات على أنه "يعاقب بالحبس من سنتين إلى خمس سنوات و بغرامة من 20.000 إلى 100.000دج كل من يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحيه أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتوجات فلاحيه أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد خاصة تستعمل لغش سواء صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتوجات فلاحيه أو طبيعية أو يحث على استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت".

ومن أجل حماية المستهلك من غش الأغذية شدد المشرع في العقوبة في المادة 432 من قانون العقوبات، فإذا ألحقت المواد الغذائية أو الطبية أو الفاسدة بالشخص الذي تناولها مرضا أو عجزا عن العمل، يعاقب مرتكب الغش و بائع تلك المواد وهو يعلم أنها مغشوشة أو مسمومة بالحبس من 5 سنوات إلى عشر سنوات و بغرامة من 500.000دج على 1000.00دج.

وإذا تسببت المواد المغشوشة في مرض غير قابل للشفاء أو في عاهة مستديمة أو فقد استعمال عضو، يعاقب الجناة بالسجن من عشر10 سنوات إلى عشرين 20 سنة بغرامة من

1000.00 إلى 2000.000دج، ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد، إذا تسببت تلك المادة في موت إنسان.

كما تضمن قانون 09-03 المتعلق بقمع الغش و حماية المستهلك في الفصل الثاني عنه بعض المخالفات و العقوبات، ومن الأمثلة على ذلك ما تنص به المادة 71 منه على أنه كل من يخالف إلزامية سلامة المواد الغذائية يعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار 200.000دج إلى خمسمائة ألف دينار 500.000دج.

وأضاف المشرع مادة جديدة في التعديل الجديد لقانون العقوبات سنة 2006 وهي المادة 435 مكرر في شأن مسؤولية الشخص المعنوي، حيث قرر أنه يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المنصوص عليها في هذا الباب، وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر.

وبالرجوع على نص المادة 51 مكرر من قانون العقوبات، فإنه يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك.

والمسؤولية الجزائية للشخص المعنوي لا تمنع مساءلة الشخص الطبيعي كفاعل أصلي أو شريك في نفس الأعمال. و تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة المنصوص عليها في المادة 18 مكرر و 18 مكرر 2. ويعاقب الشخص المعنوي بالغرامة التي تساوي من مدة 01 على خمس 05 مرات الحد الأقصى للغرامة المقررة للشخص الطبيعي.

ويمكن للمحكمة أن تقضي بحل الشخص المعنوي، أو غلق المؤسسة أو فرع من فروعها لمدة لا تتجاوز خمس 05 سنوات، أو الإقصاء من الصفقات العمومية لمدة لا تتجاوز خمس 05 سنوات، و المنع من مزاولة نشاط أو عدة أنشطة نهائيا أو لمدة لا تتجاوز خمس 05 سنوات.

-المصادرة و نشر الحكم:

المادة 18 مكرر من قانون العقوبات تتضمن في الفقرتين 8-9 أن العقوبات التي تطبق على الشخص المعنوي قد تكون مصادرة الشيء الذي استعمل في ارتكاب الجريمة أو نتج عنها، وفي حالة الإدانة ينشر و يعلق حكم الإدانة.

المبحث الثاني: حماية المستهلك

أصبح الغش يشكل آفة للمجتمعات المعاصرة و أصبح ينتشر في مختلف المجالات و الميادين و الأنشطة، لذلك استدعى تدخل المشرع للحد من اتساع نطاق ظاهرة الغش و التقليل من أثاره السلبية.

وفي منتصف السبعينات أعلن المجلس الاقتصادي و الاجتماعي للأمم المتحدة بأن حماية المستهلك لها علاقة بالتنمية الاقتصادية و الاجتماعية. و تم تقديم مشروع وتم اعتماده سنة 1985م، ومن أهداف هذه المبادئ مساعدة الدول على تحقيق الحماية الكافية للسكان على اعتبار أنهم مستهلكين[1].

كما توجب هذه المبادئ على الدول وضع سياسات و قوانين تحمي المستهلك وتقيد جميع المؤسسات بالقوانين و الأنظمة الموجودة في بلدانها، والتقييد بالمعايير الدولية لحماية المستهلك و التي وافقت عليه الدول[2]. بالإضافة إلى اعتماد تدابير قانونية و أنظمة سلامة و مقاييس وطنية أو دولية، والعمل على إنتاج سلع آمنة.

أما التعاون الدولي في مجال حماية المستهلكين لم يشهد لها نجاحا كبيرا، وكانت هناك بعض الاتفاقيات منها اتفاقية فينا لعام 1964، و اتفاقية لاهاي لعام 1985م. إلا أن هذه الجهود لم ترقى إلى مستوى التعامل و التبادل الدوليين، و أصبحت الدول النامية تلعب دور المستهلك في مواجهة الدول الصناعية التي تسيطر على العمليات التجارية.

وفي المجال الوحيد لحماية المستهلكين لحماية حقوقهم في إطار العقود التي يبرمونها مع التجار و الموزعين، إنما يتمثل في اللجوء إلى قواعد القانون المدني، و تتم الحماية عن طريق

---

[1] د أحلام بيضون : حقوق المستهلك في التشريعات العربية، **2003**، ص**31**.

[2] أنظر اكثر تفصيلا د عبد المنعم موسى ابراهيم: مرجع سابق، ص **44**.

النصوص التي تنظم العقد .و سندرس في هذا المبحث مظاهر حماية المستهلك سواء في مرحلة تكوين العقد (أولا) أو في مرحلة تنفيذ العقد (ثانيا)أو في مرحلة ما بعد التعاقد (ثالثا).

أولا : مرحلة حماية المستهلك ما قبل التعاقد

سنجد أن المشرع كرس حماية للمستهلك سواء في مرحلة الإعلان عن التعاقد أو في مرحلة إبرام العقد أو في مرحلة تحديد مضمون العقد.

-الإعلان عن التعاقد:

وضع المشرع قواعد ملزمة للمعلن الذي يمارس دعاية و ألزمه بتضمينها بيانات إلزامية، و الغاية الأساسية من هذا التنظيم هي تزويد المستهلك بالمعلومات الكاملة عن السلع و المواد الغذائية.

و حددت المادة 17 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك على أنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه الاستهلاك بواسطة الرسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

فيجب التأكد من صحة الإعلانات عن المنتج أيا كانت وسيلة الإعلان لأن أصحاب المنتجات يلجأون لكافة وسائل الغش و الأساليب، ذلك أن بعض الإعلانات تكتب بصيغة علمية و كأنها صادرة من جهات مسؤولة بالدولة[1].

ويستوجب الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد أن يقدم المحترف هذه المعلومات إلى المستهلك لتنوير رضائه قبل اتخاذ قراره بالتعاقد مع حرمه، فعلى المحترف أن يبصر المستهلك بجميع العناصر التي تكون له مصلحة في الإلمام بها[2].

ثانيا: حماية المستهلك في مرحلة التعاقد:

---

[1] انظر أكثر تفصيلا د نبيل إبراهيم سعد: ملامح حماية المستهلك في مجال الإئتمان " في القانون الفرنسي"، 2008، ص20.

[2] د حسن عبد الباسط جميعي:حماية المستهلك، الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الإستهلاك، دار النهضة العربية،الطبعة الأولى، 1996،ص21.

-مقومات الشروط التعسفية لحماية رضا المستهلك

إن التغيرات الاقتصادية و العلمية و التكنولوجية التي ميزت العلاقات التعاقدية في أغلبها بعدم التوازن بسبب ما يمكنه أحد طرفيها من قوة و خبرة و معرفة في مواجهة الطرف الآخر. و التفاوت بين طرفي العلاقة التعاقدية أتاح الفرصة أمام المحترفين بأن ينفردوا بصياغة العقد و وضع شروطه على أي شكل من أشكال الرقابة.

ومن أجل حماية المستهلكين، أصبح كل من التشريع و القضاء و الفقه يواجه الشروط التعسفية التي تضمنتها العلاقات التعاقدية المعاصرة و خاصة في مجال عقود المستهلكين، وذلك من أجل حماية الطرف الضعيف و محاولة لإعادة التوازن الحقيقي بين أطراف العقد[1].

فالشرط التعسفي هو الشرط الذي يفرض على غير المهني أو على المستهلك من قبل المهني نتيجة التعسف في إستعمال الغير لسلطته الاقتصادية بغرض الحصول على ميزة مجحفة[2].

و على صعيد الاتحاد الأوروبي، فقد عرف التوجيه التشريعي الأوروبي رقم 13 الصادر في 15 أبريل 1993م بشأن الشروط التعسفية في العقود المبرمة مع المستهلكين في الفقرة الأولى من المادة 3 منه الشرط التعسفي بأنه "الشرط الذي يرد في العقد، و ينطوي على تفاوت جلي خلافا لما يقضي به حسن النية و ضد مصلحة المستهلك بين حقوق طرفيه و التزاماتهما على حساب المستهلك"[3].

وتذهب بعض التشريعات على غرار القانون المدني الفرنسي، أن الشرط التعسفي يتحقق في العقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين من خلال معيارين، أهمها معيار اقتصادي وهو استخدام المهني لنفوذه الاقتصادي، وثانيهما معيار قانوني يتعلق بالأثر الفاحش الذي يتحصل عليه المهني[4].

---

[1] أنظر أكثر تفصيلا د أمانج رحيم أحمد: مرجع سابق، ص **203**.

[2] د السيد محمد السيد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، ص **49**.

[3] د أمانج رحيم احمد: مرجع سابق، ص **207**.

[4] أنظر أكثر تفصيلا د أحمد محمد محمد الرفاعي: الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، **1994**، **216**.

و بالنسبة للمعيار الأول فالعقود المبرمة بين المهنيين و المستهلكين، ينفرد بها المهني بوضع شروط العقد، وهو يمارس سلطة الواقع و بالتالي فإن الشروط التعسفية تعتبر تطبيق من تطبيقات نظرية التعسف في استعمال الحق[1].

فالمهني في تعاقده مع المستهلك يعرف مؤشرات الشروط و المخاطر المتكررة و لديه الخبرة في التصرفات التي تدخل في مجال اختصاصه، و كذلك عدم إمكانية المستهلك مناقشة العناصر الأساسية للعقد، فصلا عن التفوق التقني للمهني[2].

أما المعيار الثاني الميزة الفاحشة تكون نتيجة أعمال الشروط التعسفية و هي تؤدي إلى الإخلال بالتوازن العقدي في مجال حقوق التزامات طرفية و بهذا يقترب من الغبن[3]. لكن على الإختلاف يظهر بينهما في المحل الذي يقع عليه التعسف، حيث يقع الغبن على الثمن بينما يقع في الشروط التعسفية على شروط العقد.

ويتم تقدير الميزة الفاحشة بالنظر إلى مجموع العملية التعاقدية و شروطها، و لإضفاء الصفة التعسفية على شرط ما فمن الضرورة أن يؤخذ بنظر الإعتبار تاريخ التعاقد.

-معالجة الشروط التعسفية:

يتضمن القانون المدني قواعد عامة يمكن أن نستنبط منها قواعد لمعالجة الشروط التعسفية في العقود التي تبرم بين المستهلكين و المحترفين، حينما يكون المستهلك في المركز الذي تحدده هذه القواعد لغرض الاستفادة من الحماية العامة التي توفرها.

وفي القانون المدني نجد قاعدتين في هذا المجال، أولاهما قاعدة الشك يفسر لصالح المدين، و ثانيهما قاعدة حسن النية في إبرام العقد.

---

[1] د أحمد محمد محمد الرفاعي :المرجع السابق، ص **217**.

[2] انظر د محمد بودالي: مكافحة الشروط التعسفية في العقود، دراسة مقارنة، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، الطبعة الولى، **2007**، ص **128**.

[3] نفس المرجع، ص **130**.

وبالنسبة القاعدة الأولى فإذا تضمن العقد شروطا تعسفية جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المذعن منها و ذلك وفق لما تقضي به العدالة[1].

وإذا كانت عبارة العقد واضحة و معبرة بدقة عن الإرادة المشتركة للمتعاقدين، فلا يجوز للقاضي الإنحراف عنها من أجل تفسيرها، ولكنه قد يلجأ إلى التفسير في حالة وجود الشك. فيجب البحث عن النية المشتركة للمتعاقدين دون الوقوف عند المعنى الحرفي للألفاظ[2]. فالشك يفسر لمصلحة المدين لأن الأصل في الشخص هو براءة الذمة، و عندما يقوم شك حول مدى إلتزام المدين، فإنه يجب تفسير هذا الشك بالطريقة التي يجعل الإلتزام في أضيق الحدود، كما تؤكد هذه القاعدة القواعد العامة في الإثبات.

ففي العقود المعروضة على المستهلك قد يتعمد المحترفين صياغة العبارات بصورة غامضة من خلال وضع شروط قد تتحمل أكثر من معنى. فالمستهلك يكون دائما هو المدين، فإذا كانت العبارات الغامضة محل التفسير تخص شرطا يعفي المحترف من إلتزام يقع عليه بموجب القواعد العامة، فإن الشك يفسر لمصلحة الشخص الذي يضار من هذا الشرط وهو المستهلك.

أما بالنسبة للقاعدة الثانية فيعد حسن النية من القواعد الأساسية في كل العقود، حيث تفرض على طرفي العلاقة التعاقدية توجيه إرادتهما بطريقة تتفق مع ما توجبه هذه القاعدة. فتطبيق هذه القاعدة يؤدي إلى علم المتعاقد و تنويره في تكوين إرادته التعاقدية و بالتالي تحقيق المساواة الفعلية.

فقاعدة حسن النية هي إلتزام قانوني يحفظ المصالح الخاصة للمتعاقد عند إبرامه للعقد و يجنبه الوقوع في الأضرار[3]، و هذا يؤكد لنا أن الإلتزام بالإعلام يعد تطبيقا من تطبيقات قاعدة حسن النية في إبرام العقود.

تطبيق هذه القاعدة في العقود المبرمة بين المحترف و المستهلك، تكون مطلوبة من جانب المحترف أكثر من المستهلك. لأن المستهلك يكون في مركز الطرف الضعيف أمام المحترف،

---

[1] المادة **110** من القانون المدني الجزائري.

[2] المادة **111** من القانون المدني الجزائري تنص الفقرة الأولى على أنه" إذا اكتنت عبارة العقد واضحة فلا يجوز الإنحراف عنها عن طريق تأويلها للتعرف على إرادة المتعاقدين".

[3] أنظر أكثر تفصيلا د عبد المنعم موسى إبراهيم: حسن النية في العقود، دراسة مقارنة، منشورات زين الحقوقية، بيروت، لبنان، **2006**، ص**7**.

وتوجب هذه القاعدة إلتزام المتعاقد بعدم إيراد شروط تعسفية بحق المتعاقد الآخر، وهذا راجع إلى مبدأ حسن النية في مرحلة إبرام العقد.

والقانون المدني الجزائري لم يأت بنظرية عامة لقاعدة حسن النية في جميع مراحل العقد، ولكنه نص في الفقرة الأولى من المادة 107 على أنه " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه بحسن نية". لكن بالرجوع إلى القواعد المتعلقة بصحة التراضي نجد أن المشرع قد أخذ بهذه القاعدة، ففي مجال عيب الغلط اشترط المشرع أن يكون الغلط جوهريا وقت إبرام العقد مع مراعاة شروط العقد و حسن النية[1]، وليس لمن وقع في غلط أن يتمسك به على وجه يتعارض مع ما يقتضي به حسن النية[2].

ثالثا: حماية المستهلك في مرحلة ما بعد التعاقد:

إن إقدام المستهلك على إبرام عقد يشتري بموجبه مواد غذائية أو سلعة معنية أو يحصل على خدمة معينة ينطوي إلى حاجة المستهلك لهذه المواد أو السلعة أو الخدمة، و هذا لا يتم إلى بحصوله على سلعة خالية من العيوب.

فالمستهلك يستطيع أن يستخدم و سائل قانونية مستمدة من صفته كمشتري و من هذه الوسائل الضمان القانون" ضمان العيوب الخفية". ويعد ضمان العيوب الخفية وسيلة جيدة في يد المستهلك لإلزام البائع بتسليم المبيع مطابق للمواصفات التي تم الإتفاق عليها و التي تستلزمها الأعراف و طبيعة التعامل[3].

ولكي يلزم البائع بضمان العيب الذي يظهر في المواد الغدائية و الطبية لابد أن يكون العيب مؤثرا. و يكون العيب مؤثرا بموجب القانون المدني الجزائري إذا كان من شأنه أن ينقض من قيمته أو من الإنتفاع به وحسب الغاية المقصود منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو إستعماله. فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها[4].

---

[1] أنظر المادة **82** من القانون المدني الجزائري.

[2] أنظر المادة **85** من القانون المدني الجزائري.

[3] أنظر المواد**352** إلى **368** من القانون المدني الجزائري.

[4] أنظر المادة **379** من القانون المدني الجزائري.

فالمادة 11/ 1 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك تنص على أنه "يجب أن يلبي كل منتوج معروض للاستهلاك الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصفه و منشئه و مميزاته الأساسية و تركيبته و نسبة مقوماته اللازمة وهويته و كمياته و قابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن استعماله".

كما وضع المشرع شرط خدمة مابعد البيع و ضمان صلاحية المبيع للعمل لمدة معلومة[1]، حيث يتدخل البائع المهني لإصلاح كل خلل يظهر في المبيع، ويحدد نطاق هذا الإلتزام لأحكام العقد، فهو ضمان إضافي لا ينشأ إلا بالنص عليه صراحة.

وتنص المادة 13 الفقرة الأولى على أنه" يستفيد كل مقتن لأي منتوج سواء كان جهازا أو أداة أو آلة او عتادا أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون".

وأضافت الفقرة الثالثة من نفس المادة على أنه" يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة، في حالة ظهور عيب بالمنتوج، استبداله أو إرجاع ثمنه، أو تصليح المنتوج أو تعديل الخدمة على نفقته".

وما يبرر وجود الخدمة ما بعد البيع هو التطور العلمي و التكنولوجي الحديث، و ما صاحبه من التغير السريع و المستمر في أنظمة الإنتاج و التوزيع مما أدى إلى ظهور سلع و منتجات في غاية الدقة، قد يصعب على المستهلك العادي التعرف على عيوبها إلا بعد استعمالها لفترة مناسبة.

والخدمة ما بعد البيع تحقق مصلحة المستهلك، ففي حالة وجود عيب في المبيع فإن استبداله أو تصليح المنتوج يكون أحسن من رد البيع و استرجاع الثمن الذي قد يرفضه البائع عادة، في حين قد يقبل بإصلاح العيب أو حتى استبداله[2].

وفي ضوء ما تقدم يمكن أن نخلص إلى بعض التوصيات يمكن تلخيصها فيما يأتي:

- تحديث القواعد العامة الواردة في القانون المدني، وذلك حتى يتماشى مع التطورات الإقتصادية و التكنولوجية، و بالتالي يسهل معه إيجاد الحلول القانونية في الوقت المناسب.

[1] د حسن الباسط جميعي: مرجع سابق، ص **62،63**.

[2] د أمانج رحيم احمد، مرجع سابق، ص **287**.

– ومن الطرق الفعالة لقمع الغش هو فرض الغرامات التهديدية لمنع المواد المغشوشة أو وقف النشاط كلية أو المصادرة.

– تفعيل دور جمعيات حماية المستهلكين.

– تشديد الرقابة الحكومية على منافذ التصدير و الإستيراد، وانتشار الرقابة عبركل مناطق الوطن.

– تفعيل مخابر قمع الغش في حماية المستهلك وقمع الغش، و تبصير الشأن لما وصلت إليه من خلال الكشوفات أو التقارير أو التجارب التي قامت بها.