

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -  
كلية الحقوق والعلوم السياسية  
قسم الحقوق



عنوان المذكرة

خدمة ما بعد البيع في ضوء أحكام  
المرسوم التنفيذي رقم 244-21

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في القانون الخاص  
تخصص: قانون أعمال

إشراف الأستاذة:

- بشاطة زهية

إعداد الطالبين:

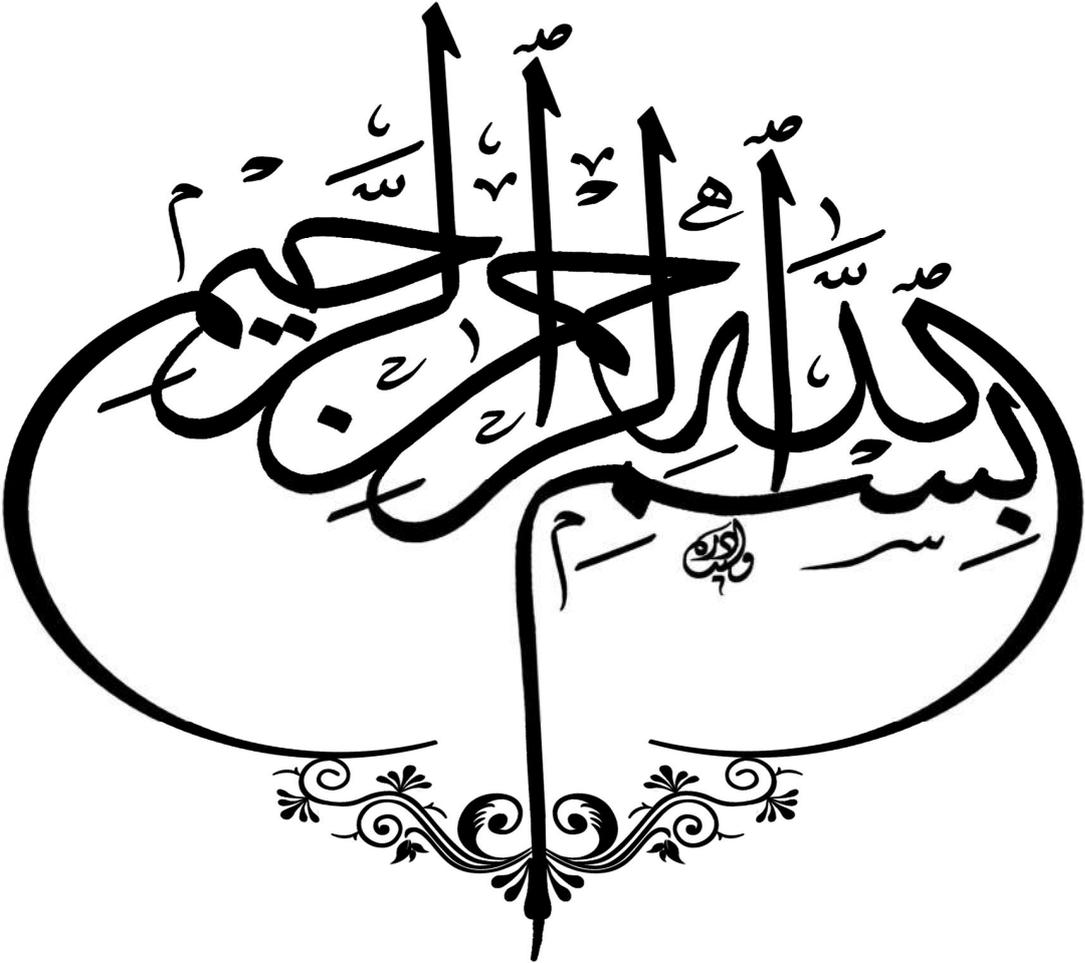
- نغوش بشير

- خديم الله سعدان

لجنة المناقشة:

| اللقب والاسم      | الرتبة               | الجامعة | الصفة        |
|-------------------|----------------------|---------|--------------|
| أ/ سمار نصر الدين | أستاذ التعليم العالي | جيجل    | رئيسا        |
| أ/ بشاطة زهية     | أستاذة محاضرة "أ"    | جيجل    | مشرفا ومقررا |
| أ/ بولكور رفيقة   | أستاذة محاضرة "أ"    | جيجل    | مناقشا       |

السنة الجامعية: 2022/2021



## شكر و تقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

" من صنع إليكم معروفا فكافئوه فإن لم تجدوا بما تكافئوه فادعوا له حتى تروا

أنكم قد كافأتموه"، حديث نبوي شريف

فأول كلمة أقولها الحمد والشكر لله تعالى الذي ألهمنا و أعاننا على إتمام بحثنا

هذا والذي أمل أن نكون قد حقق الغاية المرجوة منه.

اقتداء بمن سبق وإيماناً بما نطق أتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة المشرفة:

" بشاطة زهية"

عرفانا منا بما قدمت له من نصح وإرشاد طيلة إشرافها على هذه المذكرة وتأطيرها

لنا، جزاها الله عنا جزاء العاملين الصالحين.

ولا يفوتني بهذه المناسبة أن أتقدم بالشكر والتقدير للجنة المناقشة المكونة من

خيرة الأساتذة لقراءة هذا العمل ومراجعته، و على الملاحظات القيمة والتوجيهات

السديدة التي سيتحفون بها مذكرتي.

إلى كل عمال كلية الحقوق والعلوم السياسية والقائمين عليها.

# قائمة المختصرات

## قائمة المختصرات

- ج . ر ج ج : الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية

- ج: الجزء

- د.ب.ن: دون بلد النشر

- د.س.ن: دون سنة النشر

- د . ط : دون طبعة

- ص ص: من الصفحة إلى الصفحة.

- ص: الصفحة

- ط : الطبعة



لم تعد الضمانات المقررة في الأحكام العامة للقانون المدني قادرة على توفير حماية أكبر للمستهلكين وهذا الأمر يعود بالدرجة الأولى إلى عدم قدرة هاته الأحكام على المواكبة السريعة و المستمرة للتطورات الحاصلة في ميدان تطور التقنيات الحديثة.

إلى جانب ذلك فقد تأثر الجانب الصناعي بالتطور التقني وأصبح الميزة الغالبة على المنتجات مما تمخض عنه ظهور بعض المنتجات عالية الدقة وعلى قدر كبير من التعقيد في تركيبها، بحيث لم يعد في مقدور المستهلك أن يميز العيوب التي قد تشوب هاته المنتجات الاستهلاكية مما أدى بالتشريعات في الغالب إلى تغيير نظرتهم اتجاه الضمانات المقررة في الأحكام التقليدية والاتجاه إلى وضع أحكام أكثر تخصصا لتتلاءم مع التطور التقني، ولضمان أكبر حماية ممكنة للمستهلك مما أدى بهم في بعض الأحيان إلى التضحية ببعض المبادئ التي تُعدُّ من المقدرات في القواعد العامة للقانون المدني وحلت محلها بعض القواعد الخاصة لاسيما القانون رقم 09-03<sup>1</sup> في الجزائر المتضمن قانون الاستهلاك وقمع الغش المعدل والمتمم والذي تضمن أحكاما حمائية بالإضافة إلى تلك المقررة في القواعد العامة والتي لا يمكن الاتفاق على إلغائها أو الإنقاص منها.

ومن ضمن هاته الضمانات خدمة ما بعد البيع المقررة بموجب المادة 16<sup>2</sup> من القانون المشار إليه سلفا والتي يتلخص مضمونها في وجوب قيام المنتج أو المستورد أو أي شخص يوكلونه للقيام بهاته المهمة أن يقوم بتصليح المنتج أو صيانتة، إلا أن المشرع ربط ضرورة القيام بهاته الخدمة شرطين أساسيين وهما انقضاء فترة الضمان المقررة في التنظيم أو في

<sup>1</sup> - القانون رقم 09-03 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، سنة 2009.

<sup>2</sup> - المادة 16، المرجع نفسه.

الحالات التي لا يمكن للضمان أن يؤدي دوره حتى ولو تعلق الأمر في هاته الأخيرة بعدم انقضاء فترة الضمان.

على الرغم من أن المشرع قد أحال في المادة 16 تنظيم أحكام خدمة ما بعد البيع إلى التنظيم بموجب تعديل من خلال القانون 18-06<sup>1</sup> لسنة 2018 غير أنه تأخر إلى غاية 2021 أين تم تنظيمها في المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>2</sup> المؤرخ في 2021/05/31 الذي يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع للسلع.

وتظهر أهمية البحث في هذا الموضوع من خلال حادثة مثل هذه التنظيمات في النظام القانوني الجزائري وإن كان قد تم التطرق إليه والعمل به في الواقع قبل صدور هذا المرسوم لاسيما في المرسوم التنفيذي 15-58 المؤرخ في 2015/04/08، إلا أن هذا الأخير لم يفرد له أحكام تنظيمية خاصة وإنما ورد في سياق الأحكام المتعلقة بتحديد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة من جهة.

من جهة أخرى فإن أهمية هذا الموضوع تتجلى أيضا من خلال الأهمية التي تتميز بها هاته الخدمة في حد ذاتها حيث تشكل التزاما قانونيا يضاف إلى التزامات المستورد أو المنتج وضمانا مقررا لفائدة المستهلك في قانون الاستهلاك لإضفاء نوع من الأريحية على العملية الاستهلاكية.

وقد دفعني إلى الخوض في هذا الموضوع الفضول لمعرفة أحكام هذه الخدمة باعتباري قبل أن أكون دارسا فأنا مستهلكا وتنوير المجتمع سواء بصفة مباشرة أو عن طريق الجمعيات التي تنشط في هذا المجال بأحكام هذه الخدمة، وحق المستهلك في اللجوء إليها

<sup>1</sup> - القانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 حويلية 2018، ج.ر.ج. عدد 35، سنة 2018.

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المؤرخ في 31 ماي 2021، يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع، ج.ر. رقم 45، في 09 جوان 2021.

باعتبارها التزاما وليست ميزة كما هو متداول في المجتمع، بالإضافة إلى أطراف أخرى متمثلة في المنتج، المستهلك و مقدم خدمة ما بعد البيع باعتبارهم من أطراف المعادلة الإستهلاكية.

الدافع الثاني ويتجلى في إثراء المكتبة بهذه الدراسة على اعتبار أن أحكام خدمة ما بعد البيع للسلع أحكاما جديدة قد تساعد الطلبة مستقبلا سواء عند إعداد مذكراتهم أو في البحوث التي تقدم خلال الحصص التطبيقية.

لذلك وعلى ضوء ما سبق الإشارة إليه يتضح لنا أن الإشكالية تتمحور حول تحديد الضوابط التي وضعها المشرع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي رقم 21-244 لتنظيم خدمة ما بعد البيع للسلع.

وللإجابة على هذه الإشكالية ارتأينا استخدام المنهج التحليلي وهو المنهج الأنسب لمعالجة مثل هذه الإشكالية، إذ يستوجب تحليل مضمون النصوص القانونية التي جاء بها المشرع على حدوثها والمتعلقة بكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع للسلع على ضوء الأفكار النظرية التي جاء بها شراح القانون للوقوف على نقاط القوة والضعف وكذا الإشكالات التي من الممكن تصورها حتى ولو كان ذلك من الجانب النظري دون الإخلال بمنهجية الإجابة على الإشكالية المطروحة.

ولأجل دراسة هذا الموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة تم إتباع خطة ثنائية الفصول والمباحث حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار المفاهيمي لخدمة ما بعد البيع والذي تضمن مبحثين تناولنا في الأول تعريفها وتمييزها على باقي المفاهيم المشابهة وكذا شروط تطبيقها، أما في المبحث الثاني من الفصل الأول فتم التطرق فيه لنطاق تطبيق أحكام خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص ومن حيث الموضوع .

أما الفصل الثاني فقد تم تخصيصه للجانب العملي لخدمة ما بعد البيع للسلع حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى كفاءات تطبيق هذه الأحكام وهذا من خلال العناصر المشار إليها في صلب المذكرة و المتمثلة في

- آليات تطبيق أحكام خدمة ما بعد البيع للسلع.

- الآثار المترتبة على تطبيق أحكامها.

- الجزاءات المقررة عند مخالفة أحكامها.

ولم يفوتنا بهذا الخصوص في كل مناسبة من الإشارة إلى النقائص أو الإشكالات التي يمكن تصور حدوثها في الواقع العملي عند الشروع في تطبيق أحكام هذا المرسوم.

## الفصل الأول:

### الإطار المفاهيمي لخدمة ما بعد البيع

لقد عرف العصر الحالي على غرار العصور السابقة ثورة اقتصادية وصناعية وتكنولوجية، وإن كانت درجاتها تختلف من عصر لآخر، حيث شهدت المرحلة اللاحقة لما بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، وخصوصا في ظل الاستقرار السياسي الذي عرفته الكثير من الدول لاسيما الأوروبية وأمريكا الشمالية، ممّا أدّى إلى ظهور قوى اقتصادية وصناعية عظيمة وقيامها بإدخال التكنولوجيات الحديثة في المجال الصناعي، الشيء الذي أفرز ظهور منتجات تتسم بالتعقيد كنتيجة حتمية لاستعمال التقنيات الحديثة في الإنتاج، ولم يعد بمقدور المقتنين لهاته المنتجات معرفة خصائصها ومكوناتها وحتى في بعض الأحيان كيفية استعمالها.

بالرغم من وجود قواعد قانونية حمائية للمستهلك قبل ظهور هاته الثورات والموجات المتسارعة من الاكتشافات التقنية العالية الدقة، إلا أنها حالت دون مسايرة الأحكام التشريعية التقليدية لحماية المستهلكين وعجزها عن التصدي لهذه الحالات بأحكام حمائية، ممّا جعل العديد من التشريعات تتصدّى لمواجهه التطورات الاقتصادية والصناعية بأحكام قانونية خاصة تضمن حماية المستهلك من جهة، ويمكنها من جهة أخرى مواكبة أي تطور قد يحدث حيث تكون لها قدرة تكييفية عالية.

أما في الجزائر فبعد الاستقلال تبنت الدولة النهج الاشتراكي، إذ لم تعد في حاجة إلى وضع قوانين لحماية المستهلك طالما أن العملية الإنتاجية تقوم بها الدولة، إلا أنه وبعد دخول الجزائر اقتصاد السوق وتخليها عن النهج الاشتراكي وفتح المجال أمام الاستيراد، وما صاحبه من انتعاش اقتصادي وتشجيع القطاع الخاص، استلزم على الدولة وضع قواعد حمائية لحماية المستهلك، وذلك بسن القانون رقم 89-02<sup>1</sup> المؤرخ في 27 جانفي 1989،

<sup>1</sup> - القانون رقم 89-02 المؤرخ في 01 جويلية 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج. عدد 06، سنة 1989، ملغى بموجب القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك إذ كان يُعتبر الركيزة الأساسية واللبنة الأولى في إقرار الحماية للمستهلك، ونظرا لعدم قدرة هذه الأحكام على ضمان الحماية القانونية الكافية للمستهلك بسبب حداثة تجربة التشريع في هذا المجال، فقد كُـلِّـلَ بإلغائه وتعويضه بالقانون 03-09<sup>1</sup> المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المُعدَّل والمُتمم بقوانين لاحقة حسبما تقتضيه الظروف الوطنية والدولية، وكذا النصوص التنظيمية المفسرة له، سعيا من المشرع ضمان حماية المستهلك حماية قانونية واقتصادية.

وعلى إثر هذه التطورات التي مست الجانب العلمي والتكنولوجي ظهرت خدمات حديثة لم تكن مألوفة في القانون الجزائري ونخص بالتحديد خدمة ما بعد البيع الذي كلل قانون حماية المستهلك بإضافتها إلى أحكامه كضمانة أخرى للمستهلك والتزام للمتدخل بمفهومه الواسع أو بمفهومه الضيق حسبما تقتضيه إرادة كل مشرع في الدولة.

لذلك وعلى ضوء ما سبق ارتأينا أن نُقسِّم هذا الفصل إلى مبحثين، حيث تناولنا في المبحث الأول مفاهيم عامة حول خدمة ما بعد البيع، وكذا في إطار المرسوم التنفيذي رقم 21-244، بينما تطرقنا في المبحث الثاني إلى نطاق تطبيق خدمة ما بعد البيع للسلع سواء من حيث الأشخاص أو من حيث الموضوع.

---

<sup>1</sup> - القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج. عدد 15، سنة 2009، المعدل و المتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جويلية 2018، ج.ر.ج. عدد 35، سنة 2018.

## المبحث الأول:

## مفاهيم عامة حول خدمة ما بعد البيع

يعتبر عقد البيع من أقدم وأهم العقود المسماة وأكثرها تطوراً، حيث تُنظَّم العلاقات التعاقدية بواسطته لتحديد حقوق والتزامات الطرفين المتعاقدين<sup>1</sup>، إذ لا يقتصر عقد البيع في جوهره على مجرد النقل المادي للمبيع بل لا بد من إرفاقه بخدمات ما بعد البيع والتي تعدُّ من بين أحد العوامل المفسرة لنجاح وتفوق المؤسسات، وذلك في تحضير المستهلك لتقييم السلعة، واستعمالها ومن ثمَّ التحضير للشراء القادم، إذ أن العديد من السلع تتأثر بشكل مباشر بأداء خدمة ما بعد البيع، فالسيارات أو أجهزة الإعلام الآلي إذا قُدِّمت بدون هذه الخدمات فإنها تفقد بسرعة منافعها وتصبح بدون فائدة وينقص الطلب عليها، ومعناه أن خدمة ما بعد البيع متمثلة في الأنشطة التي يبذلها المنتج وتمكِّن المستهلك من الشراء وتأمين أفضل استفادة من السلع من خلال منافع إضافية بحيث تُحقِّق أكبر إشباع ممكن لحاجاته ورغباته من أجل كسب ثقته ورضاه<sup>2</sup>.

ولأجل دراسة هذا الجانب من جوانب الموضوع المتعلق بخدمة ما بعد البيع ارتأينا تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين حيث تمت الإشارة في المطلب الأول إلى مفهوم الالتزام بخدمة ما بعد البيع بينما خصص المطلب الثاني لنطاق تطبيقها من الأشخاص والموضوع.

<sup>1</sup> - زاهية سي يوسف حورية، الوجيز في عقد البيع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، الجزائر، 2008، ص 6.

<sup>2</sup> - ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية كوندور، مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، العدد 11/2014، ص 176.

## المطلب الأول:

### مفهوم الالتزام بخدمة ما بعد البيع

الالتزام في معناه العام هو ذلك الواجب الناتج عن وجود الحق الشخصي، أو تلك العلاقة القانونية بين شخصين، حيث أن هذا الحق لا يقوم إلا بين شخصين أحدهما دائن والآخر يكون بالضرورة مدين، ومن ثم فإن الحق الشخصي يقابله دائما التزاما محددًا يقع على عاتق مدين معين.

ففي ظل القانون 03-09 المعدل والمتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أعطى المشرع حماية إضافية وأكثر فعالية للمستهلك خصوصا بعد انتهاء فترة الضمان، وهو الالتزام بخدمة ما بعد البيع حيث نص في المادة 16 منه على " في إطار خدمة ما بعد البيع وبعد انقضاء فترة الضمان المحدد عن طريق التنظيم، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل ضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"<sup>1</sup>.

ونظرا لعدم التوازن بين المهني والمستهلك في العلاقة التعاقدية الأمر الذي استلزم على المشرع إعادة النظر في النصوص القانونية والتنظيمية لغرض حماية الطرف الضعيف في العقد، من خلال سن نصوص قانونية صريحة، تحد من تعسف المتدخلين، بإلزامية ما يعرف بخدمات ما بعد البيع، حيث جعله من النظام العام، والتي تساهم بشكل مباشر في تحقيق المنفعة المتوخاة من طرف المستهلك بعد اقتنائه للمنتج خصوصا في حالة العطب.

وقد تم في هذا المطلب تناول تعريف خدمة ما بعد البيع بصفة عامة (فرع أول) بينما خصص الفرع الثاني منه لشروط الالتزام بتقديمها (فرع ثاني).

<sup>1</sup> - المادة 16 من القانون 03-09، مرجع سابق.

## الفرع الأول:

### تعريف خدمة ما بعد البيع

تعتبر خدمتي ما بعد البيع والضمان من أهم الحقوق المعترف بها قانونا للمستهلك، ومن جهة أخرى التزامات تقع على عاتق المتدخل، وتكمن الأهمية في كونها يهدفان في الأساس الأول إلى تمكين المستهلك من منتج مطابق لما تم الاتفاق عليه في العقد والنصوص التنظيمية المعمول بها، وكذا خلوه من العيوب التي قد تحرمه من الانتفاع به مستقبلا على النحو المخصص له، ومن جهة أخرى يهدفان إلى حماية المصالح المادية والاقتصادية للمستهلك، لأن هذا الأخير وبمجرد اقتنائه للسلعة واختيار أجودها ينتظر من المنتج خدمة الضمان على الأعطاب في حالة وقوعها بسبب خارج عن سيطرته أو لسبب مصدره سوء التصنيع، فالمشرع الجزائري اعترف بهذه الخدمة وعمل على تدعيمها بآلية أخرى تأتي مباشرة بعد انتهاء فترة الضمان و هو ما يعرف بخدمة ما بعد البيع.

### أولا - تعريف خدمة ما بعد البيع قبل صدور المرسوم التنفيذي رقم 244/21:

بالرجوع إلى القانون 09-03 المعدّل والمُتمّم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد إلى جانب حق المستهلك في الضمان حقه أيضا في خدمة ما بعد البيع، إذ تعرف هذه الأخيرة لدى فقهاء الاقتصاد على أنها: " كل الأنشطة التي يبذلها المنتج، والتي من شأنها تمكين المستهلك من تأمين أفضل استفادة يحصل عليها من السلع، من خلال زيادة المنافع الإضافية، بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجياته ورغباته"<sup>1</sup>، وفي المعنى الواسع تعرف خدمة ما بعد البيع، بأنها الخدمة التي تتعلق بكل أنواع الخدمات التي تعرض بعد

<sup>1</sup> - ماتن زينب، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل إستراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية دراسة حالة مجمع صوفاك للسيارات، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2010/2011، ص 113.

إبرام عقد البيع، والتي تتعلق بالسلع مهما كانت طريقة عملها، كالتسليم في محل سكني أو التركيب أو الصيانة، وبهذا المعنى يكون الضمان القانوني أو الإتفاقي جزء من هذه الخدمة، أو هي كل الأنشطة التي يبذلها المنتج والتي من شأنها أن تُمكن المشتري الصناعي من تأمين أفضل استفادة يحصل عليها من السلع من خلال زيادة المنافع الإضافية، بحيث تحقق أكبر إشباع ممكن لحاجاته و رغباته<sup>1</sup>.

أما في معناها الضيق " فيدخل في هذه الخدمة الأداءات التي تكون مقابل دفع تكاليف إضافية لا يشملها ثمن الشيء المبوع، بحيث يقوم البائع بكل عمليات الإصلاح والصيانة للمبوع المسلم لكن يجب على المشتري دفع تكاليف إضافية<sup>2</sup>، أو هي سلسلة الخدمات اللازمة لدعم المنتج عند الاستخدام وذلك بفرض حماية العملاء من المنتجات المعيبة، ومساعدتهم على استمرار أداء السلعة بطريقة سليمة، وعدم توقفها عن الإنتاج أو الأداء وذلك عن طريق توفير قطع الغيار والإصلاح والصيانة<sup>3</sup>.

وبعد تعديل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بالقانون رقم 09-18 أضيفت للمادة 16 فقرة 2 التي تنص على " **تحدد شروط وكيفيات خدمة ما بعد البيع عن طريق التنظيم**"<sup>4</sup>، وهو ما يفسر أن المشرع لم يعط تعريفا واضحا يتعلق بخدمة ما بعد البيع، بحيث اعتبره التزاما يقع على عاتق المتدخل.

<sup>1</sup> - جريفي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه جامعة أحمد دراية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، أدرار، الجزائر، 2018/2017، ص 279.

<sup>2</sup> - جريفي محمد، مرجع سابق، ص 279.

<sup>3</sup> - عيسى محمد علي، " أثر خدمات ما بعد البيع في تعزيز القدرة التنافسية بين الشركات "، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2011، ص 6.

<sup>4</sup> - المادة 16 فقرة 02 من القانون 09-18 المؤرخ في 10 جوان 2018 يعدل و يتم القانون 09-03، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

ولتجنب الخلط في المفاهيم المتشابهة فقد تصدى المشرع الجزائري إلى وضع تعريف مفصل لهذه الخدمة في المرسوم اللاحق لتفسير المادة 16 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بما يتضمنه هذا الأخير من عناصر لمعرفة محتواها وخصائصها من خلال المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>1</sup> حيث تم معالجتها ودراستها من جانبيين وهذا من خلال:

### ثانيا - التعريف بخدمة ما بعد البيع بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 21/244:

تجدر الإشارة في هذا المجال إلى مدلول خدمة ما بعد البيع كما جاء به المشرع في المرسوم التنفيذي السالف ذكره واستخلاص خصائصها حتى يتسنى لنا تمييزها بدقة عن بقية الضمانات والخدمات لرفع اللبس عن ماهيتها خلال المراحل اللاحقة لتطبيق النصوص في الواقع العملي وقد قسمنا المطلب إلى فرعين:

- تناولنا في المقام الأول تعريف خدمة ما بعد البيع، أما الفرع الثاني وإن لم ترد الخصائص مستقلة إلا أنه تم استخلاصها من مضمون النصوص.

### 01- من حيث المدلول وتميزها عن الالتزام بالضمان:

#### أ - من حيث المدلول:

ليس من عادة المشرع في الغالب أن يهتم بالتعريفات، إذ يهتم بتنظيم المسائل المطروحة أمامه ويترك أمر التعاريف للفقهاء وشراح القانون بيد أنه في هذا المرسوم قد قام بتعريف خدمة ما بعد البيع لغلق الباب أمام أي محاولة للتفاسير الخاطئة للنصوص إذا ما أثير أي نزاع يتعلق بجوهرها خصوصا وأن هذا المرسوم يتضمن

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم : 21/244 مؤرخ في 31 ماي 2021 يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع ، ج ر

45، في 09 جوان 2021.

أحكاما ذات الأهمية على اعتبار أنها حمائية من خلال الضمانات التي قرررها لفائدة المستهلك وتمييزها عن باقي الضمانات الأخرى.

ولقد تعرض المشرع الجزائري في المادة 03 الفقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 إلى تحديد مدلول خدمة ما بعد البيع حيث عرفها كما يلي: "مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك بمقابل أو مجانا مثل خدمات التصليح المؤقت والتصليح والصيانة والتركيب والمراقبة التقنية والنقل وكذا توفير الغيار"<sup>1</sup>.

وتجدر الإشارة إلى أن نص المادة 16 من القانون 09-03 المعدل والمتمم بالقانون 18-06 لم يتعرض إلى تعريف هذا النوع من الخدمات وإنما اكتفى بالإشارة إلى التوقيت التي تدخل فيه خدمة ما بعد البيع حيز التنفيذ كما أشار بصورة مقتضبة إلى نطاق تطبيقها من حيث المحل واكتفى بضمان الصيانة والتصليح مما يوحي أنه ترك أمر تفصيل هذه المسألة إلى التنظيم وهو ما تفسره الفقرة الأخيرة لذات النص<sup>2</sup>، والملاحظ من خلال مقارنة النصين نستخلص بأن نص المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 جاءت موسعة بالمقارنة مع المادة 16 من قانون الاستهلاك وقمع الغش من حيث المسائل المشار إليها وكذلك من حيث محل خدمة ما بعد البيع إذ أشار المرسوم التنفيذي إلى الخدمات التي تشملها خدمة ما بعد البيع على سبيل المثال وليس الحصر ويتجلى من خلال لفظ (مثل).

<sup>1</sup> - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - أضاف المشرع عبارة ( تحدد شروط وكيفيات تطبيق أحكام هذه المادة عن طريق التنظيم ) بموجب القانون 18-09 المؤرخ في : 10/07/2018 المتمم للقانون 09-03 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

ب - تمييز خدمة ما بعد البيع عن الالتزام بالضمان:

بالإضافة إلى إلزامية الضمان، فقد أوجد المشرع آلية أخرى تُمكن المستهلك من ضمان تلبية رغباته من المنتج خارج مدة الضمان، وذلك من خلال إلزامية خدمة ما بعد البيع بنصه في المادة 16 من القانون 03-09 المعدل والمُتمم " في إطار خدمة ما بعد البيع، وبعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم، أو في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق"<sup>1</sup>.

نستنتج من نص المادة أن المشرع فرق ضمناً بين خدمة ما بعد البيع والالتزام بالضمان، فجعل خدمة ما بعد البيع تدخل حيز التنفيذ بنهاية مدة الضمان، أو في الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره، وعليه يمكن القول بأن الضمان يتحول إلى خدمة ما بعد البيع بانتهاء الفترة القانونية أو الإتفاقية، خاصة أن كليهما يهدفان إلى تصليح المنتج، غير أن خدمة ما بعد البيع تكون بمقابل عكس الإلتزام بالضمان الذي يكون بالمجان<sup>2</sup>.

هذا ما يعني أن الحماية لا تتوقف بمجرد انتهاء فترة الضمان، بل تتعداه لتحقيق أكبر إستفادة ممكنة من المنتج، لهذا بعد انتهاء فترة الضمان القانوني والإتفاقي يأتي الدور على خدمة ما بعد البيع كالتزام مكمل لالتزام الضمان، وعلى هذا الأساس فإن خدمة ما بعد البيع تعتبر من الآليات الإضافية المقررة لحماية المستهلك التي تُجسد أكثر فعالية لفائدة المستهلك، من خلال ضمان الانتفاع بالمنتج حتى بعد انتهاء فترة الضمان، ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تعزيز وسائل العناية بالمنتج التي نجد من صورها إمكانية تدخل بعض العمال

<sup>1</sup> - المادة 16 من القانون 03-09، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - مسعودي فاروق، فعالية الإلتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، بن يوسف بن خدة، 2016/2015، ص 22.

المؤهلين ذو خبرة في إصلاح الضرر الذي قد يلحق بالمنتج الذي تم اقتناؤه، كتوفير قطع غيار موجهة للمنتجات المعنية<sup>1</sup>.

وعلى هذا الأساس نجد أن إلزامية خدمة ما بعد البيع تنفرد عن إلزامية الضمان فكل ما ورد عليه إلزامية الضمان من سلع يكون تنظيم خدمة ما بعد البيع بشأنه ملزماً على المتدخل، فتتشابه إلزامية الضمان مع إلزامية خدمة ما بعد البيع في الغرض المنشود لهما والمتمثل في الاستفادة من المنتج لأطول وقت ممكن، أما بالنسبة للفرق بينهما، ففي مجال خدمة ما بعد البيع الأمر يختلف عما هو في الضمان، إذ أن البائع عرض جملة من الخدمات في شكل عقد ما بين المحترف والمستهلك موضوعه ضمان الصيانة خلال مدة الضمان دون الإستغناء عن الضمان القانوني<sup>2</sup>.

حيث و من خلال نص المادة 13 من القانون 09-03 المعدل والمتمم يتضح أن الإلتزام بالضمان مستقل عن الإلتزام بخدمة ما بعد البيع، وأن الاستفادة من خدمة ما بعد البيع لا يعني إلغاء الضمان حتى في الآجال القانونية والإتفاقية، ولذلك على المستهلك أن يعي بحقه في خدمة ما بعد البيع فضلاً عن حقه في الضمان، فإلزامية الضمان تختلف عن إلزامية خدمة ما بعد البيع في كون المقابل في إلزامية الضمان يقع على عاتق المنتج عكس ما هو عليه الحال بالنسبة لخدمة ما بعد البيع حيث تكون الأعباء المالية على نفقة المستهلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - فدوى قهوجي، عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، القاهرة، 2008، ص 15.

<sup>2</sup> - بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2012/2013، ص 80.

<sup>3</sup> - المادة 13 من القانون 09-03، مرجع سابق.

كما تقتصر إلزامية الضمان على العيب الخفي الذي لا يد للمستهلك فيه، ويكون نتيجة خلل صناعي فيلزم المتدخل بضمان إصلاح هذا العيب، بينما تشمل إلزامية خدمة ما بعد البيع كل خلل يصيب المنتج سواء كان الخلل ناجما عن سوء استعمال المنتج كما نصت على ذلك المادة 379 من القانون المدني بحديثها عن ضمان العيب الخفي الذي يشوب المنتجات<sup>1</sup>، وتختلف في المدة الزمنية لكل التزام، فالمدة التي يستفيد فيها المستهلك من إلزامية الضمان محددة حسب القائمة الوزارية، وهي تتراوح ما بين 06 أشهر و18 أشهر حسب طبيعة كل سلعة<sup>2</sup>، حيث لا تقل مدة الضمان عن 06 أشهر بالنسبة للسلع التجهيزية التي لم يصدر تنظيم بشأنها<sup>3</sup>.

وإذا نظرنا إلى المعنى الواسع لخدمة ما بعد البيع والتي تشمل في معناها جميع الأداءات المقترحة بعد إبرام عقد البيع والمتعلقة بالشيء المباع، نجد أن خدمة ما بعد البيع تعتبر جزءا لا يتجزأ من الضمان القانوني أو الإتفاقي، أما إذا أخذنا بالمعنى الضيق لخدمة ما بعد البيع فإنه ينصرف إلى الأداءات التي تكون بمقابل، وهو جوهر الاختلاف مع الضمان الإتفاقي<sup>4</sup>.

ولم يخرج المشرع الجزائري في المرسوم 21-244 عن هذا الإطار في محتوى

المادة 02 منه بما يوحي بأن المشرع ومن خلال هذه النصوص قد أقر بأن لخدمة ما

<sup>1</sup> - المادة 379 من الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج. ر.ج. ج عدد 78، سنة 1975، المُعدل والمُتمم بالقانون 05-10، ج. ر.ج. ج عدد 44، سنة 2005.

<sup>2</sup> - القرار الوزاري المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، يُحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، ج. ر.ج. ج، العدد 03، سنة 2015.

<sup>3</sup> - المادة 16 من المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع و الخدمات حيز التنفيذ، ج. ر.ج. ج، عدد 49، سنة 2013.

<sup>4</sup> - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، 2006، ص 386.

بعد البيع كيانا قانونيا مستقلا عن الضمان القانوني<sup>1</sup>، المشار إليه في مضمون المواد 13 و15 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم ومجموع النصوص التنظيمية التي تم الإشارة إليها سلفا<sup>2</sup>.

وبمقارنة النصوص يمكن أن نستخلص ما يلي:

- الالتزام بالضمان تابع لعقد البيع فهو التزاما أصليا وأثرا من آثاره وهو مجاني وعلى عاتق المنتج أو المستورد شخصيا.

أما خدمة ما بعد البيع فلا تكون إلا بعد انتهاء فترة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق أحكام الضمان كما يمكن أن تكون مجانا أو بمقابل ويمكن أن تكون من طرف المتدخل شخصيا أو عن طريق شخص آخر يقوم مقام هذا الأخير.

### الفرع الثاني:

#### من حيث الخصائص

من خلال التعريف التشريعي المشار إليه سابقا وكذا نصوص المرسوم التنفيذي محل الدراسة يمكن أن نستنتج جملة من الخصائص تتعلق بخدمة ما بعد البيع فهي خدمة إلزامية ومستقلة بكيانها عن الإلتزام بالضمان بالإضافة أنها تقع على عاتق المنتج أو المستورد غير أنه لا يشترط عليه أن يقدم هذه الخدمة بنفسه، وفي الأخير فإن خدمة ما بعد البيع غير محددة المدة وغير مجانية.

<sup>1</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المواد 13 و 15 من القانون 03/09، مرجع سابق.

أولا - الإلزامية:

بالنظر إلى مضمون المادة 03 من المرسوم السالف الذكر فإن خدمة ما بعد البيع ملزمة للمنتج أو المستورد وتتضح هذه الإلزامية من خلال العبارة التي وردت في تعريف خدمة ما بعد البيع " هي مجموع الخدمات التي يجب على المتدخل تقديمها عندما تعرض السلعة للاستهلاك " لذلك فإن صياغة النص بلفظ " يجب " فذلك يدل صراحة وبما لا يدع مجالا للشك بأن خدمة ما بعد البيع للسلع المعروضة للاستهلاك هي خدمة إلزامية وليست ميزة إضافية تمنح حسب رغبة المتدخل<sup>1</sup>.

وعليه واستنادا إلى ما سلف الإشارة إليه فإن خدمة ما بعد البيع هي التزام إضافي على المتدخل أقرها المشرع الجزائري لتدعيم الضمانات الممنوحة للمستهلك في إطار قانون حماية المستهلك وقمع الغش هذا من جهة.

من جهة أخرى فإن إقرار عقوبات جزائية بمقتضى نصوص القانون 09-03 لا يدع مجالا للشك لكون هذه الخدمة هي خدمة ملزمة يترتب على الإخلال بأحكامها ترتيب المسؤولية الجزائية.

ثانيا - خدمة ما بعد البيع التزام مستقل عن الضمان:

لم يتوان المشرع الجزائري منذ الوهلة الأولى في جعل خدمة ما بعد البيع كيانا مستقلا عن الضمان منذ صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم لاسيما في مادته 16 وجعلها خدمة إضافية تدعم المستهلك وضمان آخر إضافي بقوة القانون<sup>2</sup>، لمنحه المزيد من الأريحية في استعمال مختلف

<sup>1</sup> - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 16 من القانون 09-03، مرجع سابق.

السلع والمنتجات والخدمات التي أصبحت تتسم في أغلبها بالتعقيد نظرا للتطور العلمي التي عرفته التكنولوجيا الحديثة، وقد أكد المشرع أيضا على هذه الاستقلالية من خلال المادة 02 من المرسوم التنفيذي 21-244 بعبارة " تطبق أحكام هذا المرسوم على السلع الموجهة للاستهلاك بعد انتهاء فترة الضمان أو في الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان<sup>1</sup>، مما يدل يقينا على أن المجال الزمني لخدمة ما بعد البيع لا يسري أثرها إلا بعد انتهاء فترة الضمان الذي يحددها التنظيم كما هو الحال في القرار الوزاري المشترك الذي يحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، أما الحالة الثانية فهي الحالة التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان.

والخلاصة أن هذه الإستقلالية تتجلى في مظهرين يتمثل المظهر الأول من حيث المجال الزمني حيث يأتي لاحقا بعد انتهاء فترة الضمان والمظهر الثاني في الحالات التي لا تكون السلعة أصلا مشمولة بالضمان المقرر في قانون الاستهلاك.

### ثالثا- التزام يقع على عاتق المنتج أو المستورد فقط:

تشير المادة 16 من القانون 09-03<sup>2</sup> على أن خدمة ما بعد البيع تقع على عاتق المتدخل وبالرجوع إلى نص المادة 03 من نفس القانون في الفقرة 07<sup>3</sup> نجد أن المتدخل هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عرض المنتجات للاستهلاك " إذا وبالنظر إلى مفهوم المتدخل في ظل هذه المادة نجد أنه يتضمن المنتج، المستورد، البائع، الموزع والبائع بالجملة والتجزئة وهو مفهوم موسع للمتدخل.

<sup>1</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 16 من القانون 09-03، مرجع سابق.

<sup>3</sup> - المادة 03 فقرة 07، المرجع نفسه.

غير أن المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي 21-244 تراجع عن فكرة المفهوم الموسع للمتدخل وحصره في فئتين فقط وهما المنتج والمستورد حيث أشار في المادة 04 منه<sup>1</sup>، على ما يلي " يجب على المنتج أو المستورد توفير خدمة ما بعد البيع للسلع المعروضة في السوق بطريقة تغطي شبكة توزيعها بأكملها " حيث نص على المنتج والمستورد واستبعد باقي الفئات الأخرى وتجدر الإشارة في المادة 04 من ذات المرسوم أن المشرع قد استعمل في الفقرة 01 من المادة المشار إليها أعلاه لفظ ( المنتج و/أو المستورد ) في بداية الفقرة وفي نهايتها استعمل لفظي ( المصنع و/ أو المستورد ) بينما استعمل في الفقرة 02 لفظ (المصنع و/ أو المستورد ) على سبيل التناوب " يجب على المصنع و/ أو المستورد ضمان توفر قطع الغيار لمدة 5 سنوات على الأقل في حالة التوقف عن إنتاج أو استيراد سلعة معينة ... الخ " مما يوحي حسب صياغة النص بأنهما يؤديان إلى نفس المعنى<sup>2</sup>.

ما تدعو الإشارة إليه فقط هو أن المشرع الجزائري قد ألزم المتدخل بوجوب القيام بخدمة ما بعد البيع إلا أنه لم يلزمه بأن يقوم بذلك بنفسه مباشرة حيث منحهم المشرع الجزائري من خلال المرسوم 21-244 إمكانية اللجوء إلى القيام بالتزام خدمة ما بعد البيع عن طريق الوكلاء طبقا لما جاء في المادة 04 من نفس المرسوم بأن: " يمكن أن يتم ضمان خدمة ما بعد البيع من طرف شخص آخر طبيعي أو معنوي يوكل إليه المصنع أو المستورد القيام بخدمة ما بعد البيع"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 04 من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - قديري عبد الحق ، خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 21-244، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة بن خلدون تيارت ، المجلد 06 ، العدد 04، في 01/12/2021، الجزائر، ص1087.

<sup>3</sup> - المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

والذي عرّفه في الفقرة الأخيرة من المادة 03 من المرسوم 21-244 على أنه:  
" كل عون اقتصادي أو شخص آخر طبيعي أو معنوي يوكل إليه عرض خدمات ما بعد البيع للمستهلك"<sup>1</sup>.

### رابعا - خدمة ما بعد البيع غير محددة المدة وغير مجانية:

يبدأ سريان خدمة ما بعد البيع استنادا إلى النصوص المشار إليها سلفا بعد انقضاء فترة الضمان أو الحالات التي يكون فيها الضمان غير ممكنا لسبب من الأسباب.

والمتأمل في نصوص المرسوم يلاحظ أن المشرع الجزائري اقتصر في تحديد الإطار الزمني لتنفيذ إلتزام خدمة ما بعد البيع على بداية سريانها فقط، ولم يوضح الفترة التي قد تستمر هذه الخدمة أو تبقى ملزمة للمنتج أو المستورد وهذا يوحي بأنها خدمة غير محددة المدة ودائمة، والدليل الآخر على أنها خدمة دائمة أن المشرع في الفقرة 02 من المادة 204<sup>2</sup> الذي ألزم فيه المستورد أو المنتج بتوفير قطع الغيار قد تم تحديدها بـ 05 سنوات على الأقل في حالة التوقف عن الإنتاج أو الاستيراد للسلع المعروضة للإستهلاك.

الأمر الثاني وهو أن خدمة ما بعد البيع كما أشرنا سابقا أنها خدمة مستقلة عن الضمان مما يجعلها غالبا تكون في شكل مقابلة بين المستهلك ومقدم خدمة ما بعد البيع فيلتزم المستهلك بتقديم مقابل التصليح أو قطع الغيار أو غيرها من الخدمات.

<sup>1</sup> - المادة 03، المرجع نفسه.

<sup>2</sup> - المادة 04 فقرة 02 من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

ومع ذلك فلا يوجد ما يمنع من أن تكون الخدمة مجانية سواء كان ذلك بواسطة شرط مقرر في العقد لفائدة المستهلك أو بجعلها مجانية من طرف مقدم الخدمة أو المستورد أو المنتج لتشجيع الزبائن على اقتناء منتجاتهم.

### المطلب الثاني:

#### شروط الالتزام بخدمة ما بعد البيع

إضافة إلى الحق في الضمان، يعتبر الالتزام بخدمة ما بعد البيع من بين الحقوق المكفولة قانونا لفائدة المستهلك، هذا الأخير الذي يجهل خبايا العقود وحتى يستطيع مطالبة المتدخل بإصلاح المبيع وصيانته وإرغامه على تنفيذ التزاماته المتعلقة بخدمات ما بعد البيع كان لا بد من توفر مجموعة من الشروط لتحديد التزامات ومسؤولية كل طرف في العقد.

لم ينص المشرع الجزائري على شروط سريان خدمة ما بعد البيع صراحة في قانون حماية المستهلك في المادة 16 منه ولا في المرسوم التنفيذي صراحة إلا أنه وباستقراء النصوص القانونية لاسيما المادة<sup>1</sup> 02 من هذا الأخير نستخلص أن النصوص القانونية المشار إليها متفقة ضمنا على الإشارة إلى شروط بداية سريان خدمة ما بعد البيع للسلع إذ اشترط المشرع لبداية سريان هذه الخدمة توافر شرطين أساسيين وهما:

- انتهاء فترة الضمان.

- الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان.

<sup>1</sup> - المادة 02، من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

ويمكن أن نضيف شرط ثالث وهو أن تكون هذه السلعة بمفهوم هذا المرسوم موجهة للمستهلك كما أشير إلى هذا الأمر في المادة<sup>1</sup> 03 من القانون 03-09 المتضمن حماية المستهلك وقمع الغش.

الملاحظ في هذا الشأن أن المشرع في المادة<sup>2</sup> 01 قد أشار إلى أن أحكام المرسوم 21-244 المتضمن أهداف إصداره قد أشار صراحة إلى أنه يتضمن شروط تقديمها وهذا ما يوحي يقينا بوجودها ضمن الأحكام ويمكن استخلاصها من سياق المضمون.

### الفرع الأول:

#### حالات سريان خدمة ما بعد البيع

لكل خدمة إطار زمني محدد تدخل فيه حيز التنفيذ والمشرع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي 21-244 قد حدد بدقة الحالات التي تدخل فيها هذه الخدمة حيز التنفيذ الشيء الذي سمح أكثر بالتمييز بين حالة بداية سريان خدمة ما بعد البيع ومدة الضمان وتتلخص فيما يأتي:

#### أولاً- حالة انتهاء فترة الضمان:

الضمان لا يقتصر على ذلك الذي نص عليه المشرع في النصوص المفسرة لقانون الاستهلاك لاسيما المرسوم التنفيذي رقم 13-327 وكذا القرارات الوزارية المشتركة وإنما يمتد أيضا إلى الضمانات المقررة كذلك في القواعد العامة للقانون المدني لعقد البيع لاسيما ضمان العيوب الخفية وضمان صلاحية المبيع لفترة معينة

<sup>1</sup> - المادة 03 من القانون رقم 03-09، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 01 من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

وهذا لعلق المجال أمام المنتج أو المستورد للتهرب من تنفيذ الأحكام الخاصة بخدمة ما بعد البيع.

**ثانيا - الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان:**

ألزم المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي 244/21 لاسيما في المادة 2 منه المنتج أو المتدخل بتقديم خدمة ما بعد البيع للسلع حتى ولو لم تكن مشمولة بغطاء الضمان أو تلك التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان كما هو الحال في العيب الناتج بخطأ من المستهلك مما يجعل الضمان عديم الفائدة حتى ولو كان لا يزال ساري المفعول على المنتج ومع ذلك فإن مقدم الخدمة يبقى ملزم بتقديمها<sup>1</sup>.

**الفرع الثاني:**

**ضمان خدمة ما بعد البيع للعناصر اللازمة**

ذكر المشرع الجزائري جملة من الخدمات الأساسية التي يستوجب على مقدم خدمة ما بعد البيع القيام بها وتتضمن التصليح الصيانة، المراقبة التقنية وتوفير قطع الغيار وغيرها من الخدمات التي يتطلبها المنتج.

وبما أن المنتجات تختلف من منتج لآخر من حيث التركيبة وطريقة عملها فإن المشرع جاء بهذه العناصر على سبيل المثال ويبقى مقدم الخدمة ملزم بتقديم عناصر الخدمة اللازمة حسب ما تقتضيه طبيعة المنتج.

<sup>1</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي ، مرجع سابق.

الفرع الثالث:

أن تكون هذه السلعة المشمولة بخدمة ما بعد البيع موجهة للمستهلك

لقد عبر المشرع صراحة في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>1</sup> عن طبيعة السلع المشمولة بخدمة ما بعد البيع أي تلك التي تكون موجهة للمستهلك بمفهوم الفقرة 01 من المادة 03 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي نصت على: " وهو كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني بمقابل أو مجاناً سلعة أو خدمة موجهة للاستهلاك النهائي..."<sup>2</sup>، وكذا مضمون الفقرة 01 من المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>3</sup>، ليضع بذلك الحد لكل نزاع بشأن وجهة المنتج المعني بخدمة ما بعد البيع.

<sup>1</sup> - المادة 02 من المرسوم التنفيذي 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 03 فقرة 01، من القانون 09-03، مرجع سابق.

<sup>3</sup> - المادة 03 فقرة 01 من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

## المبحث الثاني:

## نطاق خدمة ما بعد البيع للسلع

إن خدمة ما بعد البيع لها نطاق واسع يتضمن النطاق الشخصي والموضوعي، بحيث يشمل النطاق الشخصي المستهلك والمتدخل إذ يمكن أن تُكرّس في إطار تعاقدية وهذا هو الأصل وقد تركز في إطار غير تعاقدية، أي لا توجد علاقة مباشرة بين المستهلك المطالب بالخدمة والمتدخل الذي يقوم بتوفيرها له، كما أن خدمة ما بعد البيع تمارس في نطاقها الموضوعي على السلع المادية (آلات، أجهزة، وغيرها)، أو كما سماها المشرع في المادة 13 من القانون 03-09 المعدّل و المُتمّم بمصطلح "المنتوج"، فهذا المصطلح يتضمن كل أنواع السلع المادية والمعنوية.<sup>1</sup>

ولغرض إضفاء نوع من الوضوح نطاق خدمة ما بعد البيع للسلع تطرقنا في البداية إلى النطاق الشخصي حيث تناولنا في الفرع الأول مختلف الاتجاهات التي أسست لمفهوم المستهلك لاسيما الاتجاهات الذي تأثر به المشرع الجزائري عند تحديد مفهوم المستهلك في مختلف التشريعات السارية المفعول وكذا نطاق خدمة ما بعد البيع للسلع من حيث الموضوع وذلك من خلال الإشارة إلى مختلف المنتوجات المعنية بهذه الخدمة في عقد الاستهلاك.

<sup>1</sup> - دليّة معزوز، واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، 2021، ص 66.

## المطلب الأول:

### نطاق خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص

لم يترك المشرع الجزائري أي فراغ في تحديد الأشخاص المكلفين بتقديم خدمة ما بعد البيع في الأحكام المتعلقة بتنظيم هاته الخدمة لسد الأبواب على كل من يقع عليه التزام تقديم هاته الخدمة المستحدثة أن يتصل من مسؤولياته ويتعلق الأمر بالأشخاص المكلفين بتقديم الخدمة (فرع أول) و بالأشخاص المستفيدون من هذه الخدمة (فرع ثان).

## الفرع الأول:

### الشخص المكلف بخدمة ما بعد البيع

لم يلزم المشرع الجزائري في قانون الاستهلاك وقمع الغش المعدل والمتمم المنتج أو المستورد فقط بتقديم هذه الخدمة أو بتنفيذ هذا الإلتزام، ففي القانون رقم 09-03 استعمل لفظ المتدخل وألزمه بضمان صيانة وتصليح المنتج المعروض في السوق حيث وبالرجوع إلى الفقرة 07 من المادة 103<sup>1</sup> منه والتي تعرف لنا المتدخل على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك" لتشمل المصنع، المستورد، البائع بالجملة والتجزئة وكل شخص يتدخل في عرض المنتجات للاستهلاك.

أما في المرسوم التنفيذي رقم 21-244 لاسيما المادة 04 منه فميز المشرع الجزائري بين أمرين:

<sup>1</sup> - المادة 03 فقرة 07 من القانون 09-03، مرجع سابق.

- الأصل وهو وجوب قيام المنتج أو المستورد بنفسه بخدمة ما بعد البيع للسلع المعروضة في السوق بطريقة تغطي شبكة توزيعه بأكملها<sup>1</sup>.

- أما الاستثناء فهو إتاحة إمكانية توفير هذه الخدمة من طرف أشخاص آخرين غير المستورد و/ أو المنتج لتنفيذ هذا الإلتزام وهو المعمول به في الغالب في الواقع العملي ونستطيع أن نقول أن توكيل خدمة ما بعد البيع لغير المنتج والمستورد أمر يفرضه أحيانا الواقع لعدم القدرة أو الاستحالة على تلبية هذه الخدمة بدون اللجوء إلى الغير.

وعليه وبناء على ما سبق فإنه يبقى على المستورد أو المنتج الإلتزام بتغطية شبكة التوزيع بخدمة ما بعد البيع من اختصاصه وحده أما توكيل هذه الخدمات فهي ممكنة لغيره<sup>2</sup>.

### الفرع الثاني:

#### المستفيد من خدمة ما بعد البيع في ظل المرسوم التنفيذي رقم 21-244

ما لا يختلف فيه اثنان أن لكل خدمة مقررة بموجب القانون أشخاص يستفيدون منها وهذا هو الغرض المرجو منها لإشباع الحاجات للمجتمع، وخدمة ما بعد البيع تعد من الخدمات التي تهتم كل مقتن لأي منتج حتى يتسنى له إشباع حاجته على الوجه الأكمل الذي أعدد له هذا الأخير ومن الأشخاص المستفيدة بموجب هذه الخدمة نجد المستهلك على وجه الخصوص وخلفه العام أو الخاص.

<sup>1</sup> - المادة 04 من المرسوم التنفيذي 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - أشار المشرع الجزائري بخصوص هذه المسألة في المرسوم التنفيذي 20-227 المشار إليه سلفا بالإضافة إلى ذلك فقد ألزم المتدخل في الملحق الأول المتضمن دفتر الشروط بإضافة بعض الخدمات الأخرى وكذا تحديد مساحات ورشات مصلحة ما بعد البيع والورشات المتنقلة للإصلاح .... الخ.

أولا - المستهلك:

تناول المشرع الجزائري في القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش مجموعة من الأحكام تتضمن الحماية القانونية للمستهلك وكذا المراسيم التنظيمية المفسرة له وهذا يعود أساسا إلى ضعف مركزه في مواجهة اللوبيات الاقتصادية التي تمتلك القدرة الاقتصادية والخبرات الفنية.

ولكون مصطلح المستهلك نشأ أساسا في البداية كمصطلح اقتصادي ولم يلق اهتمامه من طرف فقهاء القانون حتى النصف الثاني من القرن العشرين لأجل ذلك اقتضت الضرورة قبل الخوض في أطراف العقد الاستهلاكي تحديد المصطلحات تحديدا دقيقا لأمرين:

- الأمر الأول: تحديد مركز كل شخص في عقود الاستهلاك لتحديد التزاماته وحقوقه بدقة.

- الأمر الثاني: ضمان الفعالية للجانب الحمائي للأطراف الضعيفة في عقد الاستهلاك.

وبما أن قانون حماية المستهلك وقمع الغش قد جاء خصيصا لضمان حماية الطرف الضعيف في عقد الاستهلاك بوجه خاص وهو المستهلك فإنه يتوجب علينا تحديد مصطلح المستهلك بدقة حتى يتسنى ضمان الحماية المقرر له وتجنب تداخل المراكز في العلاقة الاستهلاكية بين أطراف عقد الاستهلاك<sup>1</sup>.

ولأجل هذا الغرض فقد تمت الإشارة في معرض الدراسة إلى تبيان مفهوم المستهلك من خلال التطرق إلى المفهوم الفقهي والتشريعي دون أن نخفل الرأي التي تأثر به المشرع الجزائري عند وضع قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>1</sup> - علي أحمد صالح، مفهوم المستهلك و المهني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، المجلد 56 ، العدد 01 ، ص 182.

### 1- المفهوم الفقهي للمستهلك:

ظهر اتجاهان فقهيان لوضع مفهوم للمستهلك حيث ذهب أنصار المذهب الأول إلى توسيع دائرة المستهلك بينما خالف أنصار المذهب الثاني هذا الرأي بالتضييق من نطاق الحماية القانونية للمستهلك وجعلوها مقتصرة على فئة معينة من الأشخاص.

#### أ- الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك:

ذهب فريق من الفقهاء إلى اعتبار أن للمستهلك مفهوما موسعا حيث يشمل هذا المصطلح كل شخص يبرم تصرفا قانونيا لغرض استخدام المال أو الخدمة بغض النظر إذا كان هذا التصرف موجه لخدمة الأغراض الشخصية أو المهنية.

وقد استدلوا على ذلك بان المهني كذلك إذا تعامل خارج اختصاصه فإنه يفتقد إلى الخبرة اللازمة التي تؤهله لفحص المنتج فحصا مهنيا دقيقا وعليه ومن هذا المنطلق فإنه يجد نفسه حلقة ضعيفة في مواجهة المهني المحترف المنتج للسلعة.

وقد أدى بهذا الفريق إلى تبني المفهوم الموسع للمستهلك إلى توسيع نطاق الحماية القانونية إلى المهني الذي يحصل على منتجات لخدمة مهنته إذا كان يتصرف خارج مؤهلاته المهنية.

انطلاقا مما سبق يتضح لنا أن أنصار هذا الاتجاه اعتمدوا على معيار الخبرة والتخصص الذي يفتقدها المهني عند التصرف خارج مجال اختصاصه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - علي أحمد صالح ، مرجع سابق ، ص 182.

ب- الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك:

وهو الاتجاه الذي تبناه وأيده غالبية الفقه حيث في نظرهم يستفيد من الأحكام المقررة في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك كل شخص يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع الحاجات الشخصية والعائلية ويكونوا بذلك قد استبعدوا فكرة استفادة المهني من الضمانات القانونية الممنوحة للمستهلك.

واستنادا إلى ما سبق فقد رفع أنصار المفهوم الضيق على المستهلك كل شخص يقوم بإبرام أي تصرف لفائدة نشاطه المهني أو لأي هدف مهني كان.

وقد استدلووا على ذلك باعتبار المهني لديه ما يؤهله بحكم خبراته المهنية لمواجهة باقي المهنيين الآخرين معتبرين أنهم متساوون من حيث مركزهم القانوني أي أن لكل مهني بحكم اختصاصه اكتساب خبرة ودراية تجعله قادرا على مواجهة باقي المهنيين الآخرين على قدم المساواة.

في هذا الصدد تجدر الإشارة ووفقا لهذا الرأي أنه:

- إذا تم اقتناء أي سلعة للاستعمال الشخصي فإن هذا الأمر لا يطرح أي إشكال.

- أما إذا تم اقتناء سلعة للاستعمال المزدوج كأن يقتني تاجر سيارة للاستعمال الشخصي والمهني في آن واحد أي لغرض مهني وآخر غير مهني ففي هذه الحالة لا يمكن اعتبار هذا الشخص مهنيا<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - - علي أحمد صالح ، مرجع سابق، ص 182.

ج - موقف المشرع الجزائري:

أخذ المشرع الجزائري بالمفهوم الضيق للمستهلك ويتجلى ذلك الأمر من خلال جملة من النصوص القانونية حيث جاء في المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتضمن رقابة الجودة وقمع الغش لا سيما الفقرة 09 ما يلي : ( المستهلك كل شخص يقتني بئمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به )<sup>1</sup>، وهو نفس الاتجاه الذي تبناه في التشريعات اللاحقة لهذا المرسوم لاسيما القانون رقم 02/04 المعدل و المتمم المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 فقرة 02<sup>2</sup>، الذي استبعد فيه المهني بوضوح من خلال عبارة (مجردة من كل طابع مهني) وكذلك في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل و المتمم في مادته 03 الفقرة 01<sup>3</sup>.

2 - مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري:

غالبا ما ترغب التشريعات عن الاهتمام بوضع التعاريف خلال العملية التشريعية تاركين هذا الأمر للفقهاء إلا أن المشرع الجزائري حاد عن القاعدة عندما تعلق الأمر بالقواعد الحمائية الموجهة للمستهلك بوضع تعريف له في أكثر من نص قانوني وقد معالجة هذا الأمر في عنصرين حيث تم التطرق في العنصر الأول إلى التعريف بالمستهلك استنادا إلى النصوص القانونية الواردة في التشريع الجزائري الساري المفعول وخصصنا العنصر

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المؤرخ في 30 جانفي 1990 ، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 1990 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 315/01 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 ، ج ر عدد 61 الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2001 .

<sup>2</sup> - القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر 41 لسنة 2004 المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-06 في 15 أوت 2010 ج ر س 46 لسنة 2010.

<sup>3</sup> - المادة 03 من القانون 03/09 ، مرجع سابق.

الثاني لتشريح التعريف إلى مجموعة من العناصر التي يقوم عليها لإضفاء على التعريف نوع من الوضوح.

### أ - تعريف المستهلك:

عرف المشرع الجزائري المستهلك في أكثر من نص قانوني فنجده قد عرفه في القانون رقم 02/04 المعدل والمتمم المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية في المادة 03 فقرة 02 على أنه: ( كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أن يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني)<sup>1</sup>.

كما عرفه في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المعدل و المتمم في مادته 03 الفقرة 01 على أنه ( كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة موجهة للاستهلاك النهائي من أجل تلبية حاجته أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به)<sup>2</sup>.

### ب - عناصر التعريف التشريعي الجزائري:

من خلال النصوص السابقة يمكن استخلاص العناصر التي يجب أن تتوفر في الشخص حتى يصدق عليه مفهوم المستهلك وهي كالاتي:

### - أن يكون من الأشخاص الطبيعية أو المعنوية:

على الرغم من أن المرسوم التنفيذي رقم 39/90 قد أشار في تعريفه للمستهلك بأنه كل (شخص) وهي كلمة تنصرف إلى الأشخاص الطبيعية والمعنوية على حد سواء إلا أن كلمة (حاجته الشخصية) جعلت المعنى ينصرف إلى الشخص الطبيعي دون المعنوي لكون

<sup>1</sup> - المادة 03 فقرة 02 من القانون 02/04 ، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 03 فقرة 01 من القانون 03/09 ، مرجع سابق.

الغرض من الاستهلاك هو تلبية الحاجيات الشخصية والتي هي في الأصل حاجيات الشخص الطبيعي ليقصي المشرع الجزائري الشخص المعنوي من وصف المستهلك.

لكن ومن خلال التعاريف التي وردت في القانون 02/04 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية أو القانون 03/09 المتضمن القانون 03/09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش يتضح لنا أن المشرع الجزائري قد اعتبر أن الشخص المعنوي كذلك مستهلك بمفهوم النصوص القانونية السابقة وقد عبر عن ذلك صراحة في عبارة ( كل شخص طبيعي أو معنوي )<sup>1</sup>.

نستخلص مما سبق أن:

- المشرع الجزائري وفي التشريعات اللاحقة أضاف ( الشخص المعنوي صراحة في صلب النص ) وحذف كلمة (الشخصية ) التي وردت في المرسوم التنفيذي 39/90 وهذا ما يدعم اعتقادنا في أن إرادة المشرع في تعريفه للمستهلك في المرسوم التنفيذي المشار إليه سلفا قد اتجهت إلى الشخص الطبيعي دون المعنوي.

- إدخال الشخص المعنوي في دائرة المستهلك لتشملهم الحماية المقررة لوصف المستهلك تعد خطوة محمودة من طرف المشرع على اعتبار أن الأشخاص المعنوية ليست في كل الحالات تمتلك الخبرة والدراية لتكون ندا للوبيات الاقتصادية ونخص بالذكر كالجمعيات ذات الأهداف المدنية والنقابات وغيرها من الأشخاص المماثلة.

<sup>1</sup> - علي أحمد صالح، مرجع سابق، ص188.

- المنتج محل الاستهلاك:

وهو العنصر الثاني الذي يركز عليه المشرع في تعريف المستهلك ولكون هذه النقطة لها مجال آخر في معرض الكلام عن النطاق الموضوعي لخدمة ما بعد البيع لهذا الغرض نؤجل الكلام في هذا العنصر إلى حينه.

- الغرض من الاستهلاك:

وهي المسألة الفصل في التمييز بين المستهلك والمهني وقد أشار إليها المشرع في مضمون الفقرة 01 من المادة 03 من القانون 03/09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش (موجهة للاستهلاك النهائي من أجل تلبية حاجته أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به) أي موجهة للاستهلاك النهائي بغض النظر عن طابع الاستعمالان كان شخصي أو اجتماعي أو لفائدة حيوان متكفل به<sup>1</sup>.

ثانيا - الخلف العام والخلف الخاص:

من البديهي أن المستفيد من خدمة ما بعد البيع هو المستهلك الذي يقتني سلعة بمفهوم المادة 03 الفقرة 01 من القانون رقم 03-09<sup>2</sup>، ولكن بالرجوع إلى القواعد العامة لأحكام العقد فإن استفادة الخلف العام والخاص من الضمان المقرر للمستهلك في عقد الاستهلاك أمر مفترض.

وعلى الرغم من عدم وجود أي إشارة في قانون الاستهلاك والنصوص التنظيمية المفسرة له إلى انتقال الضمان فإن هذا الأمر من الناحية العملية لا يثير أي إشكال طالما أن شهادة الضمان قد قدمت للمستهلك إضافة إلى أنه في الغالب تنصب خدمة ما بعد

<sup>1</sup> - علي أحمد صالح، مرجع سابق ، ص188.

<sup>2</sup> - المادة 03 فقرة 01 من القانون 03-09، مرجع سابق.

البيع على المنتج وليس على الشخص المقتني للسلعة إذ يختفي الاعتبار الشخصي في مثل هاته الحالات.

### المطلب الثاني:

#### نطاق خدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع

لا يمكن أن نتصور أن تقع أي خدمة مقررة سواء في القوانين أو في العقد على لاشيء أو في إطار مطلق لاسيما خدمة ما بعد البيع للسلع إذ غالبا ما تكون محصورة في نطاق معين.

والملاحظ من خلال الأحكام القانونية لا سيما المرسوم التنفيذي رقم 244/21 أنها جاءت محددة تحديدا نافيا للجهالة من ناحية أن هذه الخدمة مقتصرة على السلع فقط.

من جانب آخر فإن المشرع الجزائري قد حدد مضمون الخدمات التي يجب أن تقدم للمستهلك في إطار خدمة ما بعد البيع على سبيل الحصر في المادة 01 من المرسوم التنفيذي المشار إليه سلفا وهذا راجع لاتساع دائرة الخدمات وتنوعها بحيث يصعب معها التحديد الدقيق لنوعية الخدمات التي يجب تقديمها من طرف المنتج أو المستهلك على سبيل التحديد والحصر.

ولغرض توضيح نطاق الخدمة في إطار خدمة ما بعد البيع تم تقسيم هذا المطلب حيث تم التطرق إلى السلع المعنية بخدمة ما بعد البيع (فرع أول) وكذا مضمون الخدمة التي يجب على المتدخل تقديمها (فرع ثان).

## الفرع الأول:

### السلع المعنية بخدمة ما بعد البيع

إنه من الصعب ضبط مفهوم مُوحّد للمنتوج، فالمشرع الجزائري لم يضع تعريف واحد، حيث وفي بعض النصوص القانونية قصرَ المنتوج على السلعة المادية فقط، لكنه في نصوص أخرى أضاف الخدمة للسلعة المادية وأطلق عليهما مصطلح المنتوج<sup>1</sup>.

بالرجوع إلى المادة 03 من القانون رقم 03/09 المعدل والمتمم فقد أشار إلى تعريف المنتوج في الفقرة 10 على أنه: ( كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا ).

- بينما عرف السلعة في الفقرة 17 بأنها: ( كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا)، وعرف الإنتاج في الفقرة 09 بأنه ( العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتوج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول)

ما يؤخذ على نص المادة 13 من القانون 03/09 ما يلي:

- جاء في الفقرة 01 ما يلي: ( يستفيد كل مقتني لأي منتج سواء جهاز أو أداة أو آلة أو عتاد أو مركبة أو أي مادة تجهيزية ... الخ).

ما يلاحظ على هذه الفقرة أن المشرع الجزائري وقع في نوع من الخلط حيث ذكر المنتوج وعدد مجموعة من أنواع السلع ولم يتم الإشارة في معرض الكلام عن أي نوع من الخدمات مطلقا إذ كان عليه عندما ذكر لفظ المنتوج أن يضيف إلى نفس القائمة مجموعة

<sup>1</sup> - صايد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 01، قسنطينة، الجزائر، 2013/2014، ص 48.

الخدمات على أساس أن المنتج يتكون من السلع والخدمات أو يستبدل لفظ المنتج بلفظ السلعة .

- المسألة الثانية وتتعلق بالفقرة الثانية ( ويمتد الضمان أيضا إلى الخدمات) والخدمات هنا لاشك في أنه يقصد ( كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة).

وتشمل كل الخدمات ما عدا خدمة ما بعد البيع لان هذه الخدمة هي التزام مستقل عن الضمان تأتي بعده وتعتبر في حد ذاتها ضمانا إضافيا، لذلك فان إعادة التأكيد على امتداد الضمان إلى الخدمات لا مبرر له.

المسألة الثالثة والتي تستدعي طرح الكثير من التساؤل حول الفصل في ما بين المنتج والإنتاج بتعريفين مختلفين ومنفصلين فقد جاء في معجم المعاني الجامع ( الإنتاج مصدر للفعل أنتج والمنتج أو منتجات اسم مفعول للفعل نفسه والمنتج اسم فاعل لذات الفعل) وهو ما ينتجه المجتمع من سلع وخدمات خلال مدة معينة.

وانطلاقا من هذا المفهوم فإن المشرع كذلك أسقط جملة العمليات التي وردت في سياق التعريف لمصطلح الإنتاج من الالتزام بالضمان لذلك فرأيي الشخصي لا مبرر للمشرع في هذا الفصل بين المصطلحات التي تشكل في الأصل عائلة واحدة وإسقاط الضمان على العمليات المشار إليها في الفقرة 09 من المادة 03 من القانون 03/09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

في المرسوم التنفيذي رقم 244/21 كان المشرع الجزائري واضحا ومنذ البداية في تحديد ما يمكن أن يكون محلا لخدمة ما بعد البيع وانطلاقا من موضوع المرسوم التنفيذي ( يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع للسلع )، وكذلك عندما

أشار إلى نطاق تطبيق أحكام المرسوم التنفيذي في المادة 02 ( تطبيق أحكام هذا المرسوم على السلع الموجهة للمستهلك)، والمتمغن في لأحكام المرسوم التنفيذي يلاحظ أن المشرع لم يستخدم غير كلمة السلع دون غيرها مما لا يدع مجالاً للشك بعدم امتداد خدمات ما بعد البيع إلى الخدمات.

### الفرع الثاني:

#### مضمون خدمة ما بعد البيع

وهنا يمكن أن نميز بين أمرين: الأمر الأول وهو أنه في القانون 09-03 اكتفى المشرع الجزائري في المادة 16<sup>1</sup> من اقتصار خدمة ما بعد البيع على ضمان الصيانة والتصليح ولا تمتد هذه الخدمة إلى خدمات أخرى.

أما في المرسوم التنفيذي رقم 21-244 لا سيما في مادته 03 فقرة 01<sup>2</sup>، فقد وسع المشرع من خدمة ما بعد البيع لتشمل إلى جانب الصيانة والتصليح خدمات أخرى مثل التصليح المؤقت والتركيب والمراقبة التقنية والنقل وتوفير قطع الغيار.

والمتمأمل في صياغة النص القانوني من طرف المشرع يلاحظ أنه استعمل لفظ (مثل) عند قيامه بتعداد أنواع الخدمات وهذا للدلالة على إمكانية وجود خدمات أخرى خارج تلك التي أوردتها في صلب النص والتي من شأنها أن تدعم حظوظ المستهلك في تغطية خدمة أمثل للمستهلك في توفير خدمة موسعة لما بعد بيع المنتج وهذا أمر فرضته وتيرة التطورات التكنولوجية المتسارعة للسلع وتنوعها واختلافها مما يستحيل معها على التشريعات تحديد بدقة مضمون الخدمة على اعتبار أن هناك بعض السلع

<sup>1</sup> - المادة 16 من القانون 09-03، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 03 فقرة 01، من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

لا يمكن نقلها للتصليح كالتى يتم تركيبها وفق شبكة وهناك سلع أخرى تحتاج إلى أخصائي للتركيب والصيانة الدورية ومجال الخدمات واسع لا يمكن حصره في هذا المقام.

فقط تجدر الإشارة إلى أن الخدمات التي ورد ذكرها في سياق النص القانوني السابق ذكره هي ذات أهمية بمكان لذلك كان على المشرع أن يوضح بعض المفاهيم كما فعل مع بعضها، خصوصا في ظل وجود التشابه بين بعض المصطلحات كما هو الحال بين التصليح والإصلاح الذي لم يتم بذكره عندما عدد نطاق الخدمات بينما ورد ذكره في نصوص لاحقة.

### خلاصة الفصل:

تم التطرق في هذا الفصل إلى الأحكام والتصورات العامة التي جاء بها شراح القانون لخدمة ما بعد البيع بصفة عامة وفي القانون الجزائري بصفة خاصة تضمنت جملة من الأحكام والمعلومات تتعلق على وجه التحديد بالإطار المفاهيمي النظري لهذه الخدمة وشروط تقديمها للزبون والمظاهر التي تميزها عن غيرها من المفاهيم والمصطلحات المتشابهة.

وفي مرحلة لاحقة تم التطرق لنطاق خدمة ما بعد البيع والذي تضمن النطاق الشخصي أي كل العناصر المعنية بها سواء بصفتهم ملزمين بتقديمها أو مستفيدين من خدماتها مع التركيز على تبيان المفاهيم في إطار النطاق الشخصي للخدمة حتى يتعرف كل طرف في المعادلة الاستهلاكية التزاماته وحقوقه بدقة.

أما من حيث النطاق الموضوعي فقد تمت الإشارة إلى نطاق تطبيق خدمة ما بعد البيع للسلع من حيث المحل التي تنصب عليه أو من حيث جملة الخدمات التي يجب على مقدم هذه الخدمة الالتزام بتقديمها.

الفصل الثاني:  
الإطار العملي لخدمة ما بعد البيع

إذا كانت المفاهيم تشكل في النصوص القانونية المرجعية التي يعود إليها شرح القانون والقضاة وكل من هو مكلف بتطبيقها أو بالدفاع عن حقوق المعنيين بها سواء ملتزمين بأحكامها أو أصحاب حقوق على اعتبار أن هذه المفاهيم والتصورات هي التي تمثل في الأخير ارادة المشرع في تنظيم مسألة من المسائل على النحو الذي يحقق النظام في المجتمع ولا لأحد غيره ان يتعدها بالتأويل سواء بالزيادة أو النقصان.

الحقيقة أن كل القوانين قد وجدت لتجد لها تطبيقا على أرض الواقع والا كانت عديمة الجدوى، لذلك ومن هذا المنطلق فانه تجدر الاشارة بخصوص المرسوم التنفيذي رقم 244/21 الذي جاء لينظم خدمة ما بعد البيع للسلع أن تحلل مضامينه وإسقاطها على أرض الواقع وهذا بالنظر إلى:

من خلال دراسة الكيفيات التي يتم بها تطبيقه على أرض الواقع ولا يتم هذا الامر الا بالموازنة بين عدة عناصر تتلخص في مدى ملاءمة تطبيقها في الواقع العملي ووالظروف الاقتصادية والاجتماعية وحتى من حيث الوعي لدى الافراد ناهيك عن الاختلالات التي من ممكن حدوثها عند الشروع في تطبيق هذه الخدمات وكيفيات مواجهتها.

لهذا الغرض فقد تم تقسيم المبحث الى مطلبين ويتعلق الامر بكيفيات تطبيق أحكام خدمة ما بعد البيع وما يترتب على ذلك من حقوق والتزامات وجزاء الاخلال بالتزاماتها (مطلب أول) بينما تناولنا في المبحث الثاني نموذج عملي واقعي يتعلق بتطبيق أحكام خدمة ما بعد البيع للسيارات للوقوف على مدى الجاهزية في مجالات أخرى (مطلب ثان).

## المبحث الأول:

### الآثار المترتبة على خدمة ما بعد البيع و جزاء الإخلال بها في ظل

#### المرسوم التنفيذي 21-244

إن إقرار هذه الخدمة من طرف المشرع الجزائري وترتيب جزاءات على الإخلال بالأحكام المتضمنة كجديات تقديمها يؤدي إلى التسليم بأن الأحكام المنظمة لهاته الخدمة قد رتبت حقوقا والتزامات لأطراف العلاقة في عقد الاستهلاك، وقد ارتأينا في هذا المجال تقسيم هذا المبحث إلى إلى مطلبين، تناولنا في المطلب الأول الآثار المترتبة على خدمة ما بعد البيع وفي المطلب الثاني الجزاءات المقررة في حالة الإخلال بتنفيذ هذا الإلتزام.

### المطلب الأول:

#### الآثار المترتبة على الإلتزام بخدمة ما بعد البيع

يقع إلتزام خدمة ما بعد البيع على عاتق المتدخل سواء قدم هذه الخدمة بنفسه أو عن طريق أشخاص آخرين وهي كما تم الإشارة إليها سابقا بأنها مجموعة من الإلتزامات المقررة لفائدة المستهلك، إلا أن هذا الأمر لا يعفي المستهلك هو الآخر من تحمل بعض الإلتزامات الأخرى لأن طبيعة هذه الخدمة ليست مجانية مطلقا.

والمشرع لم يشر إلى هذا الإلتزام في سياق النصوص المنظمة لهاته الخدمة إلا أنه يمكن استخلاصها من تحليل نص الفقرة 01 من المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>1</sup> حين اعتبر أن خدمة ما بعد البيع قد تكون بمقابل، وهذا ما يرتب

<sup>1</sup> - المادة 03 فقرة 01 من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

على المستهلك التزام دفع مقابل القيام بهذه الخدمة لتكون بذلك الإلتزامات متبادلة بين المستهلك والقائم بهاته الخدمة.

### الفرع الأول:

#### إلتزامات المستورد أو المنتج

ألزم المشرع الجزائري في المادة 04 من المرسوم التنفيذي 21-244<sup>1</sup> على المنتج أو المستورد بالإضافة إلى الإلتزام الأصلي والمتمثل في توفير خدمة ما بعد البيع للسلع المعروضة في السوق إلتزامين إضافيين يتعلقان بهاته الخدمة، يتمثل الإلتزام الأول في ضمان تغطية شبكة توزيعه بأكملها الخاصة بهذه الخدمة بينما الإلتزام الثاني يتضمن حالة توقف المنتج عن إنتاج السلعة المعروضة في السوق أو توقف المستورد عن استيراد هاته السلع، ففي هاته الحالة يجب على المنتج أو المستورد من ضمان توفر قطع الغيار لمدة خمس (05) سنوات على الأقل أو في الحالات التي يحدد فيها القانون مدة أخرى مغايرة.

الملاحظ بخصوص هاته الأخيرة أن المشرع قد تدارك النقص بخصوص هاته الخدمة من خلال المادة 22 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58<sup>2</sup> الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط المركبات الجديدة حيث أشار إلى وجوب توفر مخزون كاف من قطع الغيار واللوازم الأصلية لضمان التكفل بفترة الضمان وخدمة ما بعد البيع في حالة النشاط وأغفل حالة التوقف عن الإنتاج أو الاستيراد ليحسم بذلك مسألة توفر قطع الغيار والتي تمثل هاجس المستهلك وإن كنت أرى شخصيا بأن هذه المدة قليلة

<sup>1</sup> - المادة 04 من المرسوم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 22 من المرسوم التنفيذي 15-58، مرجع سابق.

جدا ولا يمكن أن تدفع هاجس المستهلك نظرا لأهمية قطع الغيار على الإستعمال الأمثل للمنتج<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني:

#### الإلتزامات الملقة على عاتق البائع

رتب المشرع الجزائري على عاتق البائع جملة من الإلتزامات تستوجب عليه إعلام المستهلك بها وتتضمن حسب ما جاء في محتوى المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>2</sup> كل المعلومات اللازمة وأشار إلى المعلومات المتعلقة بهوية مقدم خدمة ما بعد البيع وتوفر قطع الغيار.

ما يؤخذ على مضمون هاته المادة أن مجموع الخدمات التي ورد ذكرها في سياق النص جاءت على سبيل الحصر ونستدل على ذلك من خلال كلمة (لاسيما) التي توحى بالتبعيض.

حيث أشار إلى الخدمات ذات الأهمية وترك الباقي لتحديدتها من طرف الجهات المتخصصة حسب ما تقتضيه طبيعة المنتج، هذا ما يتعلق بالمنتج .

---

<sup>1</sup> - أضاف المشرع في المادة 29 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227 المعدل والمتمم بالإضافة إلى حالة التوقف عن النشاط حالة فسخ العقد واعتبرها هي الأخرى لا يمكن أن تكون حجة للمتدخل في التنصل من التزام تأدية خدمة ما بعد البيع فيما يتعلق بوجوب توفير قطع الغيار بالمواصفات المذكورة في محتوى النص بعد التوقف عن النشاط إلا أنها غيرت من مدة الإلتزام الدنيا لتكون في حدود 36 شهرا وإن كان هذا الأمر لا يعد مخالفا للمادة 04 من المرسوم التنفيذي المتضمن الشريعة العامة لخدمة ما بعد البيع وإنما يعد استثناء لما جاء في نفس المادة الفقرة 02 ( ما لم ينص نص خاص على مدة أخرى).

<sup>2</sup> - المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

الأمر الثاني ويتعلق بالكيفيات والوسائل التي يتم من خلالها إيصال هاته المعلومات إلى المستهلك والتي أوردها في الفقرة 01 من المادة 05<sup>1</sup> من المرسوم التنفيذي رقم 21-244 المشار إليه أعلاه، والتي تضمنت حرية اختيار الوسيلة الأنجع التي تفي بالغرض المطلوب لأن العبرة في هذا المجال هي تنوير وإعلام المستهلك بكل ما يتعلق بالمنتج.

### الفرع الثالث:

#### إلتزامات مقدم خدمة ما بعد البيع

لم يلزم المشرع الجزئري كما أشرنا إلى ذلك في العناصر السابقة أن يتولى المنتج أو المستورد القيام بخدمة البيع بنفسه بل يمكن أن تكون من طرف أشخاص آخرين غير الذي سلف ذكرهم.

المشرع ومن خلال أحكام المرسوم 21-244 قد أفرد الإلتزامات مختلفة ومستقلة عن بعضها البعض ولا يهيم القائم بها سواء كان المنتج و/أو المستورد بنفسه فتضاف إلى الإلتزامات رفقة تلك المقررة على المنتج أو المستورد بصفة مستقلة أو قام بها الوكلاء ومن هذه الإلتزامات:

#### أولا - الإلتزام بالإعلام:

يتضمن هذا الإلتزام جملة من المعلومات تستوجب على مقدم هاته الخدمة تنوير المستهلك بها قبل الشروع في الإصلاح وتتضمن ما يلي<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> - المادة 05 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 05 فقرة 02، المرجع نفسه.

- بيان أصل العطب بالتفصيل.
- الإشارة إلى القطع الواجب استبدالها إذا كان طبيعة الإصلاح تتطلب ذلك.
- طبيعة العمل الذي يقوم به من أجل إصلاح المنتج.
- تحديد نسبة النجاح المحتملة عند القيام بعملية الإصلاح والأخطار المتوقعة الممكن حدوثها عند القيام بعملية تصليح المنتج<sup>1</sup>.
- مما يؤخذ على طبيعة هاته الخدمات هي الأخرى أنها جاءت على سبيل المثال ويستدل على ذلك من خلال عبارة " أي معلومة أخرى ضرورية " يستوجب إعلام المستهلك طالب الخدمة بها.
- بالإضافة إلى ذلك يستوجب على مقدم الخدمة تبليغ وإعلام المستهلك بإمكانية الإحتفاظ بالقطع والعناصر التي تم استبدالها عند تصليح المنتج.
- هذا ولم يكتف المشرع الجزائري خلال هذه العملية بتحديد نوعية الخدمات المقدمة من طرف مقدم الخدمة وإنما ألزمه بتقديمها في شكل مكتوب مفصل في قسيمة المقايسة أو في قسيمة الإيداع أو في أي وثيقة أخرى مماثلة وهذا لتسهيل عملية الإثبات على المستهلك عند نشوب نزاع سواء تعلق بإيداع المنتج إذا تم تضييعه أو إتلافه من طرف مقدم الخدمة أو ماتعلق بطريقة تقديم هاته الخدمة.

<sup>1</sup> - المادة 05 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي 21-244، مرجع سابق.

ثانيا- إثبات عمليات الإيداع والدفع:

يتعلق هذا الإلتزام بوسائل الإثبات تتعلق الأولى بإثبات أن المنتج قد وضع تحت تصرف مقدم الخدمة لإصلاحه والثانية وسائل تضمن الشفافية في المعاملات التجارية وهي كالآتي:

1- قسيمة المقايسة:

تتضمن هذه الوثيقة كما أشير إليها في المرسوم رقم 21-244 وجوبا جملة من البيانات وهي:

- العناصر الأساسية لعقد خدمة ما بعد البيع وتتلخص في التكاليف التي تترتب على القيام بهاته الخدمة.

- البيان التفصيلي بالكمية والسعر المقابل لتقديم الخدمة أي يجب الإشارة إلى عدد القطع أو العناصر التي تم استبدالها وثمان كل قطعة على حدى وليس ذكر المقابل المالي جملة واحدة لتدعيم شفافية المعاملات بين مقدم الخدمة والمستهلك.

- إعلام المستهلك إن كانت المقايسة بمقابل أو مجانا إذ لم يوجب المشرع على مقدم الخدمة تقديم وثيقة المقايسة للمستهلك وإنما ترك هذا الأمر لرغبته فقط حيث تم إلزامه بإعلامه بكونها مجانية أو بمقابل حتى تكون له الدراية الكافية بطريقة تقديمها ليتسنى له طلبها أو العدول عن ذلك وطلب التصليح مباشرة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 07 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

## 2- قسيمة الإيداع:

تقدم هاته الوثيقة وجوبا من طرف مقدم الخدمة للدلالة على أن المستهلك قد قام بإيداع منتج معين لدى مقدم الخدمة لإصلاحه أو صيانتته...الخ، وبالمقابل تتضمن إشهاد مقدم الخدمة باستلامه لهذا المنتج وفق الضوابط والشروط التي تتطلبها إصدار مثل هذا النوع من الوثائق لدفع أي خلاف قد يثور بين المستهلك ومقدم الخدمة خلال مدة التصليح أو إثبات مسؤوليته التقصيرية في حالة تعرض هذا المنتج للتلف أو الضياع من طرف مقدم الخدمة.

ومن أجل ذلك ارتأى المشرع الجزائري تحديد جملة من البيانات تتضمنها هاته القسيمة حيث تتناول في مجملها ثلاثة أصناف من البيانات:

### \* بيانات تتعلق بمقدم خدمة ما بعد البيع:

- رقم القسيمة وتاريخ ايداع السلعة.
- إسم مقدم الخدمة أو عنوانه التجاري.
- العنوان وعند الاقتضاء العنوان الإلكتروني لمقدم الخدمة.

### \* بيانات تتعلق بالمنتج:

- إسم الزبون.
- طبيعة السلعة.
- وعند الاقتضاء نوعها ورقمها التسلسلي.

\* بيانات تتعلق بكيفيات تقديم الخدمة وتكاليفها:

- نوع الخدمة الواجب تقديمها.
- تكلفة الخدمة.
- التحفظات المحتملة التي يبديها مقدم الخدمة عن حالة السلعة.
- مبلغ تعويض السلعة الموكلة للتصليح عندما تكون قيمة التصليح تزيد عن الحد الأقصى للمبلغ المحدد في جدول التعويضات.
- المدة التي يستغرقها إصلاح المنتج وتاريخ استرجاعها.
- الشروط الخاصة بخدمة ما بعد البيع عند الإقتضاء.
- إدراج في قسيمة الإيداع بيان حالة السلع المتخلى عنها لمدة سنة المشار إليه في المادة 11 من هذا المرسوم<sup>1</sup>.

3- الفاتورة:

لم يعرف المشرع الجزائري الفاتورة سواء في الأمر المتضمن قانون المنافسة رقم 95-06 الصادر في 25 جانفي 1995<sup>2</sup> (ملغى) وكذا النصوص المفسرة له وقد سار على هذا النهج في القانون 04-02<sup>3</sup> المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والنصوص التنظيمية المفسرة له لا سيما المرسوم التنفيذي رقم 05-468

<sup>1</sup> - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج. ج. عدد رقم 09 صادرة في 22 فيفري 1995 (ملغى).

<sup>3</sup> - القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، مرجع سابق.

الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك مع أنه تعرض إلى تعريف بعض المصطلحات في المادة 06 من هذا الأخير<sup>1</sup>.

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي 21-244 نجد أن المشرع الجزائري في نص المادة 10<sup>2</sup> قد ألزم مقدم الخدمة على تقديم الفاتورة للمستهلك دون توضيحات أخرى، إلا أنه وباستقراء نص المادة 02 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 نجد أنه ألزم البائع في علاقاته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه الزبون فقط ونفس الشيء يسري على الخدمة استنادا إلى الفقرة 02 من ذات المادة<sup>3</sup>.

والملاحظ أن الفاتورة في الواقع العملي تعد أصدق من قسيمة الإيداع في تقدير التكاليف على أساس أنه في قسيمة الإيداع تحدد التكاليف قبل البدء في التصليح مما قد لا يمكن من تقدير تكاليف الخدمة لأسباب طارئة قد تقع خلال عملية الإصلاح أما الفاتورة فهي تحدد التكاليف الحقيقية التي تدفع عند استرجاع المنتج بعد الإصلاح بكافة التكاليف.

ما يؤخذ على المشرع في هذا المجال:

- أنه عندما ذكر الأحكام المتعلقة بوسائل إثبات عمليات الدفع و الإيداع استعمل لفظ (الإصلاح) بدل التصليح وكذلك في نصوص لاحقة والتي لم يرد ذكره في

<sup>1</sup> - المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005 يحدد شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الإستلام والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج.ر رقم 80، صادر في 08 فيفري 2015.

<sup>2</sup> - المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>3</sup> - المادة 02 فقرة 01 و02 من المرسوم التنفيذي 05-468، مرجع سابق.

المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244<sup>1</sup>، التي عدد فيها مجموع الخدمات المتعلقة بخدمة ما بعد البيع حيث ذكر التصليح وإن كان من الناحية الواقعية لا يثير إشكالا على أساس ما هو متعارف عليه أن الإصلاح والتصليح مصطلحان يؤديان نفس المعنى والمتأمل في اللافتات التي تعلق على المحلات المتخصصة في إصلاح الأجهزة تلاحظ تداول المصطلحين بما يؤدي إلى نفس المعنى وإن كان مصطلح (الإصلاح) هو الغالب حتى في الواقع العملي.

إلا أنه ومن الناحية النظرية فالمصطلحان مختلفان نوعا ما من حيث اتساع المعنى ومن حيث الإستعمال الشائع.

من ناحية أخرى قد يذهب البعض إلى القول بخصوص المسألة السابقة بأن ذكر المشرع لمصطلح الإصلاح بدل التصليح يعد تجسيدا لآلية المرونة التي صاغ بها نص المادة المذكورة أعلاه وهنا تجدر الإشارة أن ننوّه بأن الإصلاح والتصليح ليس أنواعا مختلفة من الخدمات وإنما تتعلق بنوع واحد من الخدمات فقط.

إن المشرع الجزائري لم يقدّم بذكر البيانات الخاصة بالفاتورة في معرض الإشارة في المرسوم التنفيذي رقم 21-244 وإنما اكتفى بالإشارة إلى وجوب تقديمها للزبون وأحال شروط وكيفيات تحريرها ضمنا على المرسوم التنفيذي الذي أشرنا إليه في معرض الكلام على الفاتورة.

### ثالثا - الإلتزام بتصليح المنتج و تجربته بعد إصلاحه:

يقع على عاتق مقدم خدمة ما بعد البيع أن يقوم بتصليح المنتج بحسب ما تقتضيه طبيعة المنتج وكيفيات الإصلاح ولم يمنح لمقدم الخدمة حرية اختيار

<sup>1</sup> - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

استعمال قطع الغيار المستعملة خلال هاته العملية وإنما منحه إمكانية اقتراح هذا الأمر على الزبون وترك لهذا الأخير حرية القبول أو الرفض.

إلا أن المشرع لم يغفل شروط استعمال القطع القديمة عند القيام بخدمة ما بعد البيع، إذ اشترط أن تكون هاته القطع المستعملة في حالة جيدة وتخضع لمعايير السلامة والأمن مع أنه لم يحدد كفاءات تحديد هذه الشروط بين مقدم الخدمة والمستهلك إلا أنه على العموم من الناحية يمكن تمييزها سواء من طرف المستهلك أو بتدخل بعض من أصحاب المهن المتخصصين ولا نُخفِ أحيانا الحالة المالية للمستهلك تفرض عليه قبول باستعمال هاته القطع القديمة.

في نهاية النص خلص المشرع إلى إلزام مقدم الخدمة بشرط تجربة المنتج بعد إصلاحه وبحضور المستهلك وهذا لمنع أي تصادم قد يحدث بين المستهلك ومقدم الخدمة.

ما يؤخذ على المشرع الجزائري في هذا النص أنه أشار إلى كفاءات تقديم هاته الخدمة في حالة تصليح المنتج باستبدال قطع الغيار وهي حالة واحدة من الحالات التي ورد ذكرها في المادة<sup>1</sup>03 من المرسوم السالف الذكر، وأهمل شروط وكفاءات تقديم هاته الخدمة في باقي الحالات الأخرى على الرغم من الإختلاف البين في طبيعة كل خدمة وكفاءات تقديمها مما يتعين على المشرع تدارك هذا الأمر في نصوص تنظيمية لاحقة.

<sup>1</sup> - المادة 03 المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

### الفرع الرابع:

#### الإلتزامات الملقاة على عاتق المستهلك

حتى وإن كانت جملة هاته الخدمات مقررة لمصلحة المستهلك من طرف المشرع بمنحه مجموعة من الضمانات في مواجهة الأعوان الإقتصاديين إلا أنه ألزم المستهلك في المقابل بالتزام مقابل في المرسوم التنفيذي 21-244 ما يعني أن عملية القيام بخدمة ما بعد البيع تتم من طرف مقدم الخدمة ليست مجانية في جميع الحالات فإنه يتعين على المستهلك تقديم المقابل المالي نظير تقديم هاته الخدمة.

ما يؤخذ في هذا الجانب على المشرع أنه لم يحدد العناصر التي تدخل ضمن تكاليف القيام بهاته الخدمة وكذا سعرها لتجنب أي تصادم محتمل بين الزبائن ومقدم الخدمة وهو ما نرجو تداركه من طرف خصوصا الوزارات المعنية ضمن قرارات منفردة أو في إطار قرارات وزارية مشتركة وكيفيات مراقبة هاته الخدمة لقطع الطريق أمام أي تصرف تدليسي من طرف مقدمي الخدمة.

#### المطلب الثاني:

#### جزاء الاخلال بقواعد خدمة ما بعد البيع في ظل المرسوم 21-244

أشار المشرع الجزائري في هذا المرسوم المتضمن شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع والتي يمكن أن نجملها فيما يلي:

## الفرع الأول:

## المسؤولية المدنية

جاء في المادة 12 من هذا المرسوم التنفيذي رقم 21-244 في الفقرة 01: "في حالة ما إذا لحق ضرر مادي بالزبون فإنه يمكنه تقديم طلب كتابي أو بأية وسيلة مناسبة لمقدم خدمة ما بعد البيع لتعويضه"<sup>1</sup>.

من خلال ما سبق نستخلص أن المشرع قد أجاز للمستهلك الذي لحقه ضرر نتيجة تقديم خدمة ما بعد البيع أن يتقدم إلى مقدم خدمة ما بعد البيع بطلب مكتوب أو أي وسيلة ممكنة وهذا لطلب التعويض عن الضرر الذي أصابه.

في الفقرة 02 انتقل إلى ذكر جملة من الإجراءات التي تلي طلب التعويض تتلخص في ما إذا لم يتم تقديم الخدمة بالإستجابة للزبون بتعويض الضرر خلال 15 يوما من تاريخ إرسال الطلب فإنه يتعين على الزبون إعداره برسالة موصى عليها مع إشعار بالإستلام<sup>2</sup>.

الملاحظ بخصوص هاته المسألة أن المشرع الجزائري عند تقديم طلب التعويض ترك للمستهلك حرية اختيار الوسيلة المناسبة بينما عند الإعدار حدد الوسيلة الأكثر ضمانا للإثبات بالنسبة للطرفين في حالة تقاعس مقدم الخدمة عن تعويض المستهلك المتضرر أو في حالة إدعاء الزبون بتقديم الإعدار.

الأمر الآخر وهو تحديد وحساب بدقة الآجال من خلال التاريخ الوارد على الإشعار بالإستلام لتعويض الضرر الذي لحق بالزبون والمحدد بـ 15 يوما.

<sup>1</sup> - المادة 12 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 12 فقرة 02، مرجع نفسه.

الأجل المقرر للتعويض عن الضرر كما أشير إليه في المرسوم التنفيذي يبدأ سريانه ابتداء من تاريخ التوقيع على الإشعار بالإستلام وليس من تاريخ إيداع الرسالة بمصالح البريد لقطع الطريق أمام مقدمي الخدمة للاحتجاج على المدة التي يستغرقها وصول الإعداز من قبل مصالح البريد.

من خلال ما سبق نستخلص أن المشرع الجزائري في المادة 12 من المرسوم التنفيذي 21-244<sup>1</sup> بفقرتها قد أجاز للمضروور طلب التعويض عن الضرر الذي يتكبده من خلال تقديم خدمة ما بعد البيع حيث ألزم مقدم الخدمة بالتعويض عن الضرر الذي يلحق الزبون الناجم عن الخطأ الذي يصدر منه عند تصليح المنتج ضمن التدابير المنصوص عليها في الفقرة 02، إلا أن المشرع لم يشر إلى الإجراءات المتخذة في حالة امتناع مقدم الخدمة عن تعويض الضرر وكيفيات تقديره.

حتى وإن كان المشرع قد أغفل ذكر الإجراءات التي يمكن أن يتخذها المستهلك في سبيل إلزام مقدم الخدمة على التعويض عن الضرر فإن هاته المسألة من الناحية القانونية لا تثيرا أي إشكال سواء من حيث الإجراءات اللاحقة أو كيفيات تقدير الضرر طالما أن إمكانية اللجوء إلى الأحكام العامة للقانون المدني والقواعد الإجرائية المقررة في قانون الإجراءات المدنية والإدارية ممكنة لرفع دعوى التعويض ويتعين على القاضي تقدير التعويض في هاته الحالة بعنصريه ما لحق المستهلك من ضرر وما فاته من كسب.

<sup>1</sup> - المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

الفرع الثاني:

المسؤولية الجزائية

لم يفرد المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي 21-244 أحكاما جزائية خاصة وإنما أحال هذا الأمر في مضمون المادة 14<sup>1</sup> إلى الأحكام التشريعية المعمول بها لاسيما القانون 09-03 المعدل والمتمم والأحكام التشريعية الجزائية ذات الصلة السارية المفعول.

وبالرجوع إلى النصوص الجزائية التي تناولت جزاء الإخلال بأحكام خدمة ما بعد البيع في القانون 09-03 المعدل والمتمم نجد أن:

\* المادة 25 الذي تحدد الجهات والأشخاص المخول لهم مهمة إثبات المخالفة ورفع الدعوى.

\* المادة 77 التي تحدد عقوبة الإخلال بهاته الخدمة بغرامة مالية من 500000 د ج إلى 1000000 د ج وأحكام أخرى ذات الصلة.

لكن ما يؤخذ على هاته الأحكام التي تفرض على مقدم الخدمة في حالة الإخلال بقواعدها أنها في حالة قبول العون الإقتصادي غرامة الصلح التي حددتها المادة 88 من نفس القانون نلاحظ عليها أنها حددت قيمة غرامة الصلح بـ 10% من قيمة المنتج قبل تعديل القانون 09-03<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 21-244، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المواد 25، 77، 88 من القانون رقم 09-03، مرجع سابق.

أما بعد تعديله بموجب الأمر رقم 01-15 المتضمن قانون المالية التكميلي الصادر في 2015/07/23 فقد جاء تحديد غرامة الصلح في المادة 75 منه في البند السابع كما يلي: "رفض تنفيذ خدمة ما بعد البيع المعاقب عليه بموجب المادة 77 من هذا القانون 10%"<sup>1</sup>.

ليهدف المشرع عبارة ( قيمة المنتج ) بحيث أصبح معه تحديد قيمة غرامة المصالحة غير ممكنا لانعدام الآلية التي نستند إليها عند تحديد قيمة غرامة الصلح بحيث يتعين على المشرع الجزائري إستدراك هذا الاختلال.

- اقتصار الجزاءات التي تفرض على مقدمي خدمة ما بعد البيع على تلك التي تصدرها السلطة التشريعية في الدولة والمتمثلة في البرلمان بغرفتيه وهذا استنادا إلى نص المادة 14 من هذا المرسوم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 75 من الأمر رقم 01-15 الصادر في 2015/ 07/23 المتضمن قانون المالية التكميلي، ج ر 40 صادرة في 2015/07/23.

<sup>2</sup> - المادة 14 من المرسوم التنفيذي 21-244، مرجع سابق.

## المبحث الثاني:

## خدمة ما بعد البيع (السيارات نموذجاً)

يشهد مجال صناعة السيارات تنوعاً كبيراً في العلامات التجارية، الأمر الذي خلق منافسة شديدة فيما بين الشركات لاحتلال الأسواق، وكسب العديد من العملاء من خلال بيع أكبر قدر من السيارات التي تتميز بالجودة و القوة أو النوعية، و إتباعها بخدمات مرافقة لها مغرية بالنسبة للزبون لضمان إعادة الشراء، إذ أن جل الشركات تسعى جاهدة إلى إرضاء الزبائن من حيث جودة المنتج أو الخدمات المرافقة وكسب ثقتهم والمحافظة على العلاقة التعاقدية معهم.

هذا وإن المؤسسات عموماً والشركات المسوقة للسيارات خاصة تسعى دائماً إلى تحسين العلاقة مع الزبون بتوفير له الخدمات إنطلاقاً من جودة المنتج، ثم الضمان على الأعطاب التي قد تصيب المنتج لتليه جودة خدمات ما بعد البيع من خلال خدمات الصيانة وتوفير قطع الغيار... إلخ والتي تمثل الجانب الأساسي في رضا الزبون على المنتجات المقتناة.

فقد سعت الجزائر لتحرير المبادلات التجارية الدولية بشتى مجالاتها من خلال توقيعها على العديد من الإتفاقيات الدولية، إذ عملت على تشجيع الأعوان الاقتصاديين على القيام بنشاطات إستثمارية في مجالي الاستيراد والتصدير، ولهذا قامت بإصدار الأمر 03-04 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها المعدل والمتمم<sup>1</sup>، ومن النشاطات الاقتصادية التي لاقت إهتماماً من قبل الحكومات المتعاقبة نشاط إستيراد

<sup>1</sup> - الأمر رقم 03-04 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، ج. ر عدد 43 صادر في 20 جويلية 2003، معدل و متمم بموجب القانون رقم 15-15 مؤرخ في 15 جويلية 2015، ج. ر عدد 41، صادر في 29 جويلية 2015.

وتسويق المركبات الجديدة نتيجة حاجة السوق إليها بفعل غياب التصنيع لها في الجزائر، إذ صدر على إثر ذلك المرسوم التنفيذي رقم 21-175 الذي يُعدّل المرسوم التنفيذي رقم 20-227، المُحدّد لشروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء السيارات الجديدة<sup>1</sup>.

من هذا المنطلق وباعتبار الزبون الحلقة الأضعف في العملية التعاقدية نظرا لخبرة الوكلاء في عملية استيراد وتسويق المركبات فإن المشرع الجزائري خصّ المستهلك بحماية خاصة بضرورة إلزامية خدمة ما بعد البيع في أغلب المنتجات ومنها السيارات، من خلال القانون 09-03 المعدل والمُتمم المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فالمادة 13 منه تنص على " يستفيد كل مقتن لأي منتج ... أو مركبة ... من الضمان بقوة القانون، ويمتد هذا الضمان إلى الخدمات"<sup>2</sup>.

### المطلب الأول:

#### إلتزام نشاط الوكيل بخدمة ما بعد البيع

إن نشاط الوكيل يقوم في الأساس الأول على استيراد مركبات جديدة من أجل بيعها على أساس عقد امتياز يربط الوكيل بالصانع<sup>3</sup>، شرط أن يكون هذا العقد مطابقا لأحكام القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة المعدل والمُتمم بالقانون 10-05، مع الحصول على الإعتماد لممارسة نشاط تسويق المركبات الجديدة مشروط بالإكتتاب في دفتر الشروط المحدد بقرار من الوزير المكلف بالصناعة، وذلك حسب المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم

<sup>1</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 21-175 مؤرخ في 03 ماي 2021، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 20-227 مؤرخ في 19 أوت 2020 الذي يحدد شروط و كيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.

<sup>2</sup> - المادة 16 من القانون 09-03، مرجع سابق.

<sup>3</sup> - المادة 02 فقرة 02 من القرار المؤرخ في 23 مارس سنة 2015، المعدل بالقرار المؤرخ في 12 ماي 2015، يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط و كيفيات ممارسة نشاط الوكلاء.

20-227 التي تشترط " الحصول على الاعتماد النهائي لممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة مشروط بالاكتمال في دفتر الشروط المرفق بهذا المرسوم"<sup>1</sup>.

فمعظم العملاء باقتنائهم للمنتج تركز جل اهتماماتهم عن دور المؤسسة المعنية في كيفية توفير قطع الغيار والصيانة وأسعار هذه الخدمات ولا يتحقق الضمان أو الإلتزام بخدمة ما بعد البيع إلا بتوفر ورشات الإصلاح والصيانة، فيجب أن تتوفر على أيادي عاملة فنية متخصصة في تركيب وصيانة وتوفير قطع غيار المنتج، كما يجب أن تتوافر على المواد وقطع الغيار اللازمة لإصلاح المنتجات، ذلك لكي يتمكن المستهلك من الإنتفاع بالمنتج على النحو المتفق عليه<sup>2</sup>.

كما يجب أن تكون لدى طالب ممارسة نشاط الوكيل المنشآت الملائمة للعرض وخدمة ما بعد البيع و قطع الغيار والتخزين، حيث تُحدّد مساحتها الدنيا في دفتر الشروط، أو اللجوء إلى توثيق علاقات تعاقدية مع موزعين ومعيدي البيع في شبكته تحت طائلة المساءلة أمام الزبون عن أي إخلال بالبنود المنصوص عليها في دفتر الشروط.

### الفرع الأول:

#### شروط توفير قطع الغيار

يعتبر توفير قطع الغيار بالعدد الكافي والأصناف المطلوبة بالسرعة اللازمة المحرك الرئيسي لمصلحة خدمات ما بعد البيع، إذ تُشكل قطع الغيار مصدر مهم لفائدة الزبون، ويجب التطرق لهذا النشاط كمركز للفائدة وحركة تسويقية، وهذا حسب المبادئ التالية:

- دراسة وتحليل إحتياجات الزبائن وتوقعاتهم ومدى رضاهم عن خدمة قطع الغيار.

<sup>1</sup> - المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227 المؤرخ في 29 أوت 2020، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.

<sup>2</sup> - بوهنتالة أمال، قداش سلوى، مرجع سابق، ص 213.

- تقسيم سوق قطع الغيار .

- وضع سعر مُحدد ويكون ذلك حسب تقسيم السوق.

- تنظيم وتطوير نشاط قطع الغيار ووضع سياسة خاصة بالتنسيق مع مصالح أخرى لخدمات ما بعد البيع<sup>1</sup>.

وإذا قام المتدخل ببيع منتجات مستوردة فإنه ملزم بتوفير قطع الغيار الخاصة بها ولا يجوز له أن يمتنع عن القيام بالتزامه بالضمان أو خدمة ما بعد البيع بحجة عدم توفرها، كأن يتمسك بوقف إنتاجها أو ارتفاع أسعارها أو أن هذه المنتجات المستوردة ليست لها نقاط بيع معتمدة في الجزائر، وعليه لا ترفع مسؤولية المتدخل إلا إذا قام بإثبات أن عدم التنفيذ بسبب قوة قاهرة، أو سبب أجنبي<sup>2</sup>.

هذا من جهة ومن جهة أخرى فقد فرض المشرع غرامة على كل من يخالف إلزامية خدمة ما بعد البيع بنصه في المادة 77 من القانون 03-09 المعدل والمتمم على " يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار إلى مليون دينار كل من يخالف إلزامية تنفيذ خدمة ما بعد البيع المنصوص عليها في المادة 16 من هذا القانون"<sup>3</sup>، لكن في الحقيقة نجد المتدخل يتحايل على المستهلك بعدم الإلتزام بخدمة ما بعد البيع بحجة عدم توفر قطع الغيار لأسباب عدة منها ارتفاع أسعارها بشكل مفاجئ أو توقف إنتاجها ... إلخ.

<sup>1</sup> فرحات عباس، دور خدمات ما بعد البيع في تعزيز المركز السوقي للمؤسسة الصناعية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير و العلوم التجارية، جامعة مسيلة، العدد 11، 2014، ص 71.

<sup>2</sup> محمد حسنين منصور، أحكام البيع التقليدية و الإلكترونية و حماية المستهلك، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2004، ص 347.

<sup>3</sup> - المادة 77 من القانون 03-09، مرجع سابق.

هكذا يكون المستهلك أمام خدمة مجهولة المصدر، وما يعطي دريعة للبائع للإفلات من الإلتزام بخدمة ما بعد البيع وبالتالي رفض تقديمها، رغم اعتقاد المستهلك أنها من حقه<sup>1</sup>.

### أولاً - ضرورة وجود مخزن كاف من قطع الغيار:

تعتبر خدمة توفير قطع الغيار من خدمات ما بعد البيع الأساسية للمؤسسة الإنتاجية، حيث تعتبر ملحقات أو لوازم تدخل في تركيب السلعة وتضمن لها الأداء الطبيعي بعد إصلاحها، كما يمكن اعتبارها ليست فقط كملحقات بل سلعة في حد ذاتها موجهة للبيع في سوق السلع الثانوية، كما أن لقطع الغيار دوراً أساسياً بالنسبة للسلع، فهي تساهم في ضمان صلاحيتها لمدة أطول<sup>2</sup>، حيث تنص المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227 الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة " يجب أن يتوفر لدى الوكيل مخزون كاف من قطع الغيار واللوازم الأصلية أو ذات نوعية مصادق عليها من طرف الصانع المانح، للتكفل بالضمان وبخدمة ما بعد البيع للمركبات"<sup>3</sup>.

كما يلتزم المتدخل بأن يقوم بتوفير قطع الغيار الجديدة للمستهلك في حالة تلف القطع المستخدمة، لا يستطيع البائع الهروب من التزاماته لعدم توفر قطع الغيار اللازمة لتوقف إنتاجها أو لارتفاع سعرها، بل يجب عليه أن يثبت أنه قام ببذل الجهد اللازم لتوفير قطع الغيار أو أن هذا يتجاوز مقدرته<sup>4</sup>، ولا يتحلل البائع من مسؤوليته إلا إذا أثبت أن عدم التنفيذ

<sup>1</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 300.

<sup>2</sup> - حمودي نصر الدين، دهيمي مصطفى، مساهمة خدمات ما بعد البيع في تحقيق ولاء المستهلك، دراسة حالة مجمع MAIDAT بتيجلابين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق، 2014/2015، ص 25.

<sup>3</sup> - المادة 24 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227، مرجع سابق.

<sup>4</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 50.

يرجع إلى سبب أجنبي أو قوة قاهرة لا يد له فيها، ويعتبر من قبيل السبب الأجنبي حظر إستيراد قطع غيار الجهاز إثر إعلان حالة الحرب مع الدولة المصنعة<sup>1</sup>.

### ثانيا - إنشاء نشاط يتعلق بقطاع السيارات:

يُعدُّ قطاع تسويق السيارات قطاعا حيويا من قبيل النشاطات التجارية المقننة، إذ لا يكفي فيها إجراء القيد في السجل التجاري فقط، بل لابد من الحصول على رخصة لممارسة هذا النشاط، هذه الأخيرة تُمنح من طرف الوزارة الوصية، ووكيل بيع السيارات الجديدة ينبغي أن يكون شخص معنوي في شكل شركة تجارية، سواء شركات الأشخاص أو شركات الأموال أو حتى شركات مختلطة نظرا لخصوصية هذا النشاط الذي يتطلب إمكانيات مادية وبشرية تفوق قدرة التاجر الطبيعي.

فقد فرض المشرع الجزائري على الوكلاء لقبول ممارستهم لنشاط إستيراد وتسويق المركبات الجديدة حتمية إتخاذ شكل شركة تجارية<sup>2</sup>، ومن ثمَّ يستوي أن يتخذ الوكيل أي شكل من الأشكال المنصوص عليها في القانون التجاري<sup>3</sup>، ومن جهة أخرى وطبقا للمادة 52 من قانون المالية لسنة 2014، يجب على وكلاء السيارات إنشاء نشاط صناعي و/أو شبه صناعي أو أنشطة أخرى لها علاقة مباشرة بقطاع صناعة السيارات<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - أمازوز لطيفة، إلزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2010/2011، ص 138.

<sup>2</sup> - المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227 مرجع سابق.

<sup>3</sup> - المواد 544، 551، 563 مكرر، 564، 592 من الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، ج.ر عدد 101، صادر في 19 ديسمبر 1975.

<sup>4</sup> - المادة 24 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 15-58 مرجع سابق والمادة 09 من القرار المؤرخ في 23 مارس سنة 2015، المُعدّل يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط الوكلاء.

ومن أجل تحفيز الإستثمار في مجال صناعة السيارات أو على الأقل تركيبها في الجزائر، كان لابد من فتح مصانع ذات صلة بهذا النشاط كمصانع تتعلق بالمحركات وقطع الغيار أو اللواحق المُكمّلة لها، وبذلك يكون التحول من قطاع التجارة إلى قطاع الصناعة بشكل تلقائي.

### الفرع الثاني:

#### إلتزام الوكيل بتوفير اليد الفنية والخدمات النوعية

يُلزم الوكيل بضمان خدمة ما بعد البيع للمركبات المباعة، بواسطة مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة، كما يلتزم كذلك بأن يكون له مستخدمون يتمتعون بالمؤهلات المطلوبة و/ أو بخبرة مهنية كافية في المجال<sup>1</sup>، ويضمن تكويننا لمستخدمي مصلحة ما بعد البيع، أين يشتمل هذا التكوين على:

- تكوين منتظم للمنتوج الجديد فيما يخص الميكانيك والهيكل.

- تكوين متواصل في التكنولوجيا المتعلقة بالمركبات.

من بين الإلتزامات التي تقع على عاتق الوكيل ضمان تكوين المستخدمين التابعين لشبكة توزيعه وتجديد معارفهم وتحسين مستواهم سنويا، إبتداء من تاريخ بداية النشاط، وذلك من أجل تقديم أحسن الخدمات للمستهلك<sup>2</sup>.

#### أولا - الشروط الواجب توفرها في الأشخاص القائمين بخدمة ما بعد البيع:

التدريب والتكوين شرطين لنجاح خدمة ما بعد البيع، فالتدريب هو نموذج خاص وعملي من التعليم يؤدي إلى إعداد العمال لأداء أعمالهم بصورة جيدة وهو نشاط يؤدي إلى

<sup>1</sup> - المادة 11 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227، الملحق الأول، الفصل الأول، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 12 ، المرجع نفسه.

زيادة إنتاجية العاملين، وإلى رفع روحهم المعنوية وزيادة ثقتهم في أنفسهم<sup>1</sup>، هذا ويساهم التدريب في تحسين الجودة التي يمكن تحقيقها من خلال البرامج التدريبية وتحسين الجودة سيجنب المؤسسة العديد من التكاليف<sup>2</sup>، أما التكوين هو العملية التي تهدف إلى تحسين مهارة الفرد وإلى إعداده للعمل في مهنة معينة، حيث تتضمن تعليمات نظرية وعملية لفترة معينة يعقبه تدريب على العمل ذاته داخل المصانع<sup>3</sup>، فعلى الوكيل أن يضمن التكوين لمستخدمي مصلحة ما بعد البيع إذ يشتمل هذا التكوين على:

- تكوين منظم للمنتوج الجديد فيما يخص الميكانيك والهيكل.

- تكوين متواصل في التكنولوجيا المتعلقة بالمركبة.

كما يُلزم بضمان أعمال تكوين المستخدمين التابعين لشبكة توزيعه وتجديد معارفهم وتحسين مستواهم<sup>4</sup>.

وقد نصت المادة 18 فقرة 01 و02 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227 على: "يلزم الوكيل بأن يكون له مستخدمون يتمتعون بالمؤهلات المطلوبة و/أو الخبرة المهنية التي لا تقل عن خمس (5) سنوات في مجال التسويق والميكانيك، المؤكدة بالوثائق التي تبررها،

<sup>1</sup>- يوسف بن محمد القتلان، أسس التدريب الإداري مع تطبيقاته، دار عالم الكتب السعودية، الطبعة 2، المملكة السعودية، 1996، ص10.

<sup>2</sup>- عبد الرحمان توفيق، تقييم التدريب المرود والعائد على الاستثمار، مركز الخبرات المهنية للإدارة، مصر، 1996، ص452.

<sup>3</sup>- مهدي حسن زويلف، إدارة الأفراد، مدخل كمي، دار مجدلاوي، الطبعة 03، 2003، ص173.

<sup>4</sup>- المادة 12 من القرار المؤرخ في 23 مارس 2015، يحدد دفاقر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، المعدل و المتمم، مرجع سابق.

ويلزم الوكيل بضمان أعمال تكوين المستخدمين التابعين لشبكة توزيعه وتجديد معارفهم وتحسين مستواهم سنويا، ابتداء من بداية النشاط<sup>1</sup>.

### ثانيا- الخدمات الواجب الالتزام بها في إطار الخدمة ما بعد البيع:

تنص المادة 38 من المرسوم التنفيذي 20-227 والمادة 06 فقرة 02 من القرار المؤرخ في 23 مارس سنة 2015، المعدّل الذي يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط الوكلاء على " يلزم الوكيل بضمان تأدية خدمة ما بعد البيع للمركبات المباعة، وذلك عن طريق مستخدمين يتمتعون بالمؤهلات التقنية والمهنية المطلوبة.

يجب أن تتضمن خدمة ما بعد البيع على الخصوص الخدمات التالية:

-المراجعات الدورية التي يغطيها الضمان.

-العناية والصيانة والتصليح.

-بيع قطع الغيار واللوازم الأصلية أو ذات نوعية مصادق عليها من قبل المصنع<sup>2</sup>.

### ثالثا - التصريح بمنشآت خدمة ما بعد البيع و قطع الغيار في نقاط البيع:

من بين الشروط الواجب توفرها لمنح الاعتماد لممارسة نشاط تصنيع المركبات حسب المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 20-226 المعدل والمتمم الفصل الأول الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط تصنيع المركبات الوثائق التي تثبت وجود المنشآت الأساسية

<sup>1</sup> - المادة 18 فقرة 01 و 02 من القرار المؤرخ في 23 مارس 2015، يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، المعدل والمتمم، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 38 من المرسوم التنفيذي 20-227 مرجع سابق، والمادة 06 فقرة 02 من القرار المؤرخ في 23 مارس سنة 2015، المعدّل يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط الوكلاء.

والتجهيزات الضرورية لصناعة المركبات كما تم التصريح به في طلب الرخصة المؤقتة<sup>1</sup>، كما تنص المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 21-175 المعدل والمُتمم على " يجب أن يكون لدى طالب ممارسة نشاط الوكيل المنشآت الأساسية للعرض وخدمة ما بعد البيع وقطع الغيار والتخزين"<sup>2</sup>.

وتكون هذه المنشآت والمساحات المتعلقة بها ملائمة للنشاط المقرر وتتطابق مع الممارسات الجديدة المعمول بها في المهنة، فحسب المادة 49 من المرسوم التنفيذي 20-227 تنص على: " يلزم وكلاء المركبات الجديدة بالتصريح لدى المصالح المعنية بالوزارة المكلفة بالصناعة، بعنوان كل شبكة جديدة للتوزيع يتم وضعها، بمنشآت التخزين ومصلحة ما بعد البيع وقطع الغيار وكذا نقاط العرض والبيع"<sup>3</sup>.

ولا يتحقق الإلتزام بالضمان أو الإلتزام بخدمة ما بعد البيع إلا بتوفير ورشات الإصلاح والصيانة<sup>4</sup>، ومن بين الشروط الواجب توفرها لمنح الإعتماد لممارسة نشاط وكلاء السيارات الوثائق التي تثبت وجود منشآت للتخزين وخدمة ما بعد البيع وقطع الغيار وكذا أماكن العرض والبيع وعقود الملكية أو عقود توثيق الإيجار للمنشآت باسم الشركة، لمدة خمس (05) سنوات، وأن تتوفر لدى المكتب لممارسة نشاط وكيل المركبات الجديدة منشآت ملائمة للعرض وخدمة ما بعد البيع وقطع الغيار والتخزين<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المادة 08 من المرسوم التنفيذي رقم 20-226 المعدل و المُتمم الفصل الأول الذي يحدد شروط وكيفية ممارسة نشاط تصنيع المركبات.

<sup>2</sup> - المادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 21-175، مرجع سابق.

<sup>3</sup> - المادة 49 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227، مرجع سابق.

<sup>4</sup> - بوهنتالة أمال، قداش سلوى، مرجع سابق، ص 213.

<sup>5</sup> - المادة 02 من الملحق الأول الفصل الأول من المرسوم التنفيذي رقم 20-227 الذي يحدد شروط وكيفية ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.

لذلك وجب أن تتوفر لدى المكتب لممارسة نشاط وكيل المركبات الجديدة منشآت ملائمة للعرض وخدمة ما بعد البيع وقطع الغيار والتخزين وتُحدّد مساحتها الدنيا في الجدول المرفق في القرار<sup>1</sup>، ويُلزم الوكيل فيما يخص شبكة توزيعه بأن تكون له منشآته الخاصة و/ أو اللجوء إلى موزعين ومعيدي البيع التي تبين مساحتها في الجدول المرفق في القرار<sup>2</sup>، ويتعهد الوكيل بضمان توفر كل مرجعيات قطع الغيار واللوازم الأصلية أو ذات نوعية مصادق عليها من طرف الصانع، على مستوى مخزنه، حتى في حالة التوقف عن النشاط أو فسخ العقد يُلزم الوكيل بأن يضمن، عبر شبكة توزيعه، توفير قطع الغيار واللوازم الأصلية، أو ذات نوعية مصادق عليها من طرف الصانع لمدة أداها ستة و ثلاثون شهرا<sup>3</sup>.

### المطلب الثاني:

#### الإشكالات التي تحول دون تطبيق خدمة ما بعد البيع و جزاء الإخلال بها

تُعتبر خدمات ما بعد البيع من أهم الحقوق المعترف بها قانونا لفائدة المستهلك، حيث اهتم بها المشرع كثيرا بسن قوانين عدة في هذا المجال لحماية الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية، منها القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المُعدل والمُتمم، لكن هناك عراقيل و صعوبات تحول دون تطبيق هاته النصوص القانونية الأمر الذي يؤدي إلى حرمان المستهلك من حقوقه، في المقابل ومن أجل مصلحة هذا الأخير فقد وضع المشرع مجموعة من الجزاءات جراء الإخلال بالتزامات هاته الخدمة.

<sup>1</sup> - المادة 04 من القرار المؤرخ في 23 مارس سنة 2015، يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 02 فقرة 02، المرجع نفسه.

<sup>3</sup> - المادة 29 فقرة 01 و 02، المرجع نفسه.

### الفرع الأول:

#### الإشكالات التي تحول دون تطبيق خدمة ما بعد البيع

تعددت الصعوبات الواقعية في تطبيق خدمة ما بعد البيع إلى درجة أن أصبح المستهلك لا يطلبها، بالرغم من أنها من حقوقه المشروعة في قانون الإستهلاك، فما على المتدخل إلا الاستجابة لتنفيذها باعتبارها التزام على عاتقه لحماية المستهلك<sup>1</sup>.

هذا والواقع العملي أثبت وجود مشاكل و صعوبات تعترض المتدخل والتي تحول دون تطبيق خدمات ما بعد البيع منها ما يتمثل في عدم توفير قطع الغيار وورشات الإصلاح، مع صعوبة تحديد مقابل لهاته الخدمة، أو جهل الزبون لحقوقه وتحايل المؤسسات عن تقديم خدمة ما بعد البيع، إذ أن المشرع لم يترك المستهلك لحاله في حالة العطب حيث تقع على عاتق الوكيل جزاءات في حالة الإخلال بالتزاماته منها ما يتمثل في إعداره ومنها ما يتمثل في سحب الإعتماد.

#### أولاً- عدم توفير قطع الغيار وورشات الإصلاح:

تعتمد عملية إصلاح العيب في المنتج على ضرورة توفير قطع الغيار الأصلية والمناسبة للمنتج من قبل المتدخل، وهذا طبقاً لما نص عليه المرسوم التنفيذي رقم 15-58(ملغى)<sup>2</sup>، ولا يستطيع المتدخل إبعاد هذه المسؤولية إلا إذا قام بإثبات السبب الأجنبي في عدم توفير قطع غيار السيارات<sup>3</sup>، كما قد يكون مشكل عدم توفير ورشات الإصلاح سبباً هاماً في تدني أو انعدام توفير خدمة ما بعد البيع لأن هذه الورشات تحتاج إلى تقنيين ومختصين في تركيب وإصلاح ذلك المنتج، لكن أغلبية مؤسسات الجزائر العامة أو

<sup>1</sup> - دليلة معزوز، مرجع سابق، ص 69.

<sup>2</sup> - المرسوم التنفيذي رقم 15-58، مرجع سابق.

<sup>3</sup> - بوهنتالة آمال، مرجع سابق، ص 213، أنظر كذلك لدى: محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص 347.

الخاصة المهمة بتداول وبيع المنتجات غير مزودة بهذه الورشات حتى تحقق ربحاً دون خسارة، ولذا يجب تفعيل دور فرق الرقابة للقيام بالتحريات والتبليغ عن هذه المخالفات القانونية التي يرتكبها هؤلاء ضد المستهلك<sup>1</sup>.

وهكذا يكون المستهلك أمام خدمة مجهولة المصدر، وهذا ما يمكن أن يعطي ذريعة للبائع للإفلات من الإلتزام بالخدمة وبالتالي رفض تقديمها، رغم اعتقاد المستهلك أنها من حقه<sup>2</sup>.

وعليه لا ترفع مسؤولية المتدخل إلا إذا قام بإثبات أن عدم التنفيذ بسبب عدم إمكانية توفير قطع الغيار يرجع لسبب أجنبي، ولا يتحقق الإلتزام بالضمان أو الإلتزام بخدمة ما بعد البيع إلا بتوفير ورشات الإصلاح وخدمة ما بعد البيع والتي يجب أن تتوفر على أيدي عاملة فنية متخصصة في تركيب وصيانة قطع غيار المنتج، كما يجب أن تتوفر على المواد و قطع الغيار اللازمة لإصلاح المنتجات، وذلك لكي يتمكن المستهلك من الإنتفاع بالمنتج على النحو المتفق عليه في العقد<sup>3</sup>.

#### ثانياً- صعوبة تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع:

تكون تكاليف الصيانة والتصليح في خدمة ما بعد البيع بمقابل، أي أن تكاليف هذه الخدمة يتحملها المستهلك، وبذلك يطرح إشكال تحديد مقابل الخدمة التي يوفرها المتدخل، فالأمر يعود إليه لتحديد أي مقابل يراه مناسباً في خدمة ما بعد البيع، ولا يملك المستهلك أي حق في مناقشة الثمن خاصة مع غياب المنافسة وتمركز الخدمة وقطع الغيار في يد

<sup>1</sup> - دليلة معزوز، مرجع سابق، ص 70.

<sup>2</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 300.

<sup>3</sup> - بوهنتالة أمال، قداش سلوى، مرجع سابق، ص 213.

المتدخل الذي يحتكر السوق عن طريق عقد الإمتياز حتى تكون له السلطة على إبرام العقد وتحديد مقابل الخدمة والتكاليف الإضافية<sup>1</sup>.

إذ تتطلب خدمة ما بعد البيع أن يدفع المستهلك مقابل إصلاح أو صيانة المنتج، وقد يثبت أن مبلغ التصليحات يُحدد جزافاً، وبالتالي قد يتضرر الزبون من مبلغ الإصلاح خاصة إن لم يقبل المتدخل مناقشته، ولذا يجب على الزبون أن يشترط قبل القيام بأي إصلاحات على المنتج الحصول على تقرير مفصل يحدد نوعية الإصلاح، ومعلومات مفصلة عن السعر، وكذا تاريخ وأجال إنجاز خدمة ما بعد البيع بالإضافة إلى ضمان مُحدّد متعلق بالقطعة التي تم تغييرها<sup>2</sup>.

### ثالثاً- جهل الزبون لحقوقه و تحايل المؤسسات عن تقديم خدمة ما بعد البيع:

يعد جهل الزبون للقانون من إحدى الأسباب التي تجعل خدمة ما بعد البيع العادي أو الإلكتروني غير مطلوبة من طرفهم على الرغم من وجود نصوصاً قانونية تلزم المتدخل وكذا جمعية حماية المستهلكين للقيام بإعلامهم حول أهمية خدمة ما بعد البيع والتبليغ عن أي تجاوز لهذا الإلتزام<sup>3</sup>، وقد يتسبب جهل المستهلك لخدمة ما بعد البيع وعدم المطالبة بها يؤدي إلى بروز فرص التحايل العمدي للكثير من المتدخلين والمؤسسات بعدم تقديم خدمة لهم وعدم منحهم الحق فيها خاصة أثناء فترة الضمان فمثلاً قد يتحايل في تأخير موعد

<sup>1</sup> - بن عمارة محمد، مرجع سابق، ص 303.

<sup>2</sup> - سفيان بوعياض محمد الفاتح خوي، خدمات ما بعد البيع، طريقة أخرى للتحايل على الجزائريين، مقال منشور في جريدة الخبر - جزايرس في 2011/12/11.

<sup>3</sup> - دليلة معزز، واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، 2021، ص 71.

إجراء التصليحات على منتوجه، ثم يجبره على دفع مقابل خدمة ما بعد البيع، ونجد أن قطاع السيارات أكثر القطاعات التي يحدث فيه العقبات المتعلقة بخدمة ما بعد البيع<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني:

#### جزاء الإخلال بالتزام خدمة ما بعد البيع

حرص المشرع الجزائري على ضمان حماية المستهلك خصوصا من خلال القانون 03-09 المعدل و المتمم للحفاظ على حقوقه، و ذلك بفرض إلتزامات على عاتق المتدخل من خلال الضمان على المنتج و كذا خدمات ما بعد البيع من صيانة و تصليح المنتج في حالة إصابته بالعطب وخدمات أخرى، كما وضع المشرع في هذا القانون جزاءات تُتبع في حالة الإخلال بهاته الإلتزامات و هو ما يعرف بالإعذار أو سحب الإعتماد النهائي.

#### أولا- الإعذار:

في حالة تقصير المهني وعدم استجابته لتنفيذ التزامه بخدمة ما بعد البيع فقد نصت المادة 45 من المرسوم التنفيذي 20-227 على: " كل إخلال بأحكام هذا المرسوم والالتزامات الواردة في دفتر الشروط، يترتب عليه إعداد تقرير من مصالح المراقبة المؤهلة، يؤمر بموجبه المخالف بتسوية وضعيته في أجل تسعين (90) يوما، ابتداء من تاريخ تبليغ الإعذار للمعني"<sup>2</sup>.

#### ثانيا- سحب الإعتماد:

تقع على عاتق وكلاء السيارات عدة شروط والالتزامات اتجاه المستهلك تحت طائلة سحب الإعتماد بممارسة النشاط، ناهيك عن إمكانية المتابعة الإدارية من طرف وزارتي

<sup>1</sup> - سفيان بوعياذ محمد الفاتح خوخي، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 45 من المرسوم التنفيذي رقم 20-227، مرجع سابق.

الصناعة والتجارة، وتتم المساءلة المدنية والجزائية بناء على شكوى من طرف الشخص المتضرر (المستهلك) أو من طرف جمعية المستهلكين.

وقد تجسدت هذه الإلتزامات بموجب المرسوم التنفيذي 20-227 الذي يُحدّد شروط وكيفيات ممارسة وكلاء المركبات الجديدة بنص المادة 46 على "إذا لم يسو المخالف وضعيته بعد انقضاء الفترة المنصوص عليها في المادة 45 أعلاه، يصدر قرار سحب الإعتماد النهائي من طرف المصالح المعنية بالوزارة المكلفة بالصناعة، التي تطلب من الوزارة المكلفة بالتجارة مباشرة إجراءات سحب السجل التجاري"<sup>1</sup>، ويلزم الوكيل باحترام كل مراجعات الشروط التنظيمية المرتبطة بممارسة نشاط الوكيل وإلا سُحب منه الإعتماد<sup>2</sup>، هذا ما يعني أن نشاط وكلاء السيارات يخضع لرقابة عدة وزارات منها:

- وزارة التجارة : (القيد في السجل التجاري كشرط لممارسة النشاط).

- وزارة الصناعة : (منح الرخصة المؤقتة والإعتماد النهائي)

- وزارة المالية : (دفع الرسوم الجمركية على مستوى مديرية الجمارك، ودفع الرسوم

الجبائية على مستوى مديرية الضرائب)

- وزارة الداخلية: (ترقيم السيارات في مصلحة البطاقة الرمادية بالولاية و الدائرة).

وتبعا لدفتر الشروط الخاص بتسويق المركبات الجديدة فإنه يجب أن يكون لدى طالب ممارسة نشاط الوكيل الإمكانيات المادية والمنشآت الملائمة للعرض وخدمات ما بعد البيع وقطع الغيار والتخزين.

<sup>1</sup> - المادة 46 من المرسوم التنفيذي رقم 20-226، مرجع سابق.

<sup>2</sup> - المادة 31 من القرار المؤرخ في 23 مارس 2015، يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط و كيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، مرجع سابق.

إذ يجب أن ينجز الإستثمار في أجل أقصاه ثلاث (3) سنوات من تاريخ منح الإعتماد تحت طائلة سحب الإعتماد النهائي عند عدم الشروع في الإنتاج عند انقضاء هذا الأجل<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> - المادة 04 فقرة 01 و 02 من القرار المؤرخ في 23 مارس 2015، يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط و كفاءات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، مرجع سابق.

خلاصة الفصل:

تمت الإشارة في هذا الفصل الى الأحكام الخاصة بكيفيات تطبيق مضمون خدمة ما بعد البيع في اطار المرسوم التنفيذي رقم 244/21 وقد تم دراسة هذا الامر من خلال مجموعة من العناصر تتلخص في :

- آليات تطبيق أحكام خدمة ما بعد البيع للسلع

- الآثار المترتبة على تطبيق أحكامها

- الجزاءات المقررة عند مخالفة أحكامها

- أما في المبحث الثاني فقد قمنا بتسليط الضوء على جانب من جوانب التطبيق العملي لهذه الخدمة في الجزائر من خلال المرسوم 21-227 الذي تطرق إلى وضع أحكام تطبيق خدمة ما بعد البيع في الجانب المتعلق ببيع السيارات.

الخاتمة:

---

الخاتمة

تطرقنا من خلال هاته المذكرة إلى موضوع جديد ومهم من المواضيع التي فرضها التطور التكنولوجي للسلع على ضوء الضوابط التي حددها المشرع الجزائري في المرسوم التنفيذي رقم 21-244 الذي يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع للسلع وقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- وجود اختلاف جوهري بين مضمون الضمان كأثر من آثار عقد الاستهلاك وخدمة ما بعد البيع للسلع.

- تعد خدمة ما بعد البيع للسلع خدمة إلزامية بقوة القانون للمكلف بالقيام بها وهذا بالنظر إلى الطابع الحمائي إلي يميزها لذلك لا يجوز لأي كان إلغائها أو التقليل منها.

- يقوم المستهلك بتقديم المقابل المالي للمكلف بالقيام بهاته الخدمة لكونها غير مجانية عند اللجوء إليها لطلب خدماتها ولا يهم إذا كان من يقدمها هو المنتج أو المستورد أو أي شخص آخر لان العبرة بطبيعة وجودة الخدمات وليست بالاعتبار الشخصي.

- يتعلق مضمون خدمة ما بعد البيع للسلع بالخدمات الأساسية الواجب تقديمها للزبون بحسب ما تقتضيه طبيعة المنتج.

- ما يؤخذ على المشرع الجزائري أنه لم يفصل في بعض الجوانب المتعلقة بتقديم خدمة ما بعد البيع للسلع لا سيما الإجراءات اللاحقة للإعذار عند المطالبة بالتعويض وكذا الأساس الذي يتم من خلاله تحديد قيمة غرامة الصلح المقررة بموجب المادة 88 من القانون 03-09 المتضمن قانون الاستهلاك وقمع الغش.

- على الرغم من وجود بعض النقائص في تنظيم أحكام الخدمة في ظل هذا المرسوم إلا أن طبيعة صياغة الأحكام المرنة قد تغطي هذا الأمر من خلال معالجتها بقرارات وزارية

## الخاتمة:

منفردة او مشتركة حسب الحالة ما عدا الاختلالات المتعلقة بالأحكام التشريعية فإنه لا يدخل ضمن اختصاص التنظيم استنادا إلى مبدأ توازي الأشكال.

وعليه وبناء على ما سبق ذكره ولتجاوز بعض النقائص الواردة في نصوص هذا المرسوم المنظم لخدمة ما بعد البيع لذلك نقترح ما يلي:

- الإسراع في تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع وتكاليف النقل ويستحب أن تكون من طرف الوزارات المعنية لضمان حماية اكبر للمستهلك وتخليصه من قبضة مقدمي هاته الخدمة وكذلك في النقاط المشار إليها من خلال دراستنا السابقة.

- تفعيل دور مديريات التجارة وكذا جمعيات حماية المستهلك لإعلام المستهلكين بخصوص أحكام هاته الخدمة وأهميتها وتوعية الجمهور بكون أن هاته الخدمة تعد حقا من حقوقه لان الغالب الأعم لا يزال يعتقد بأنها ميزة يقوم بها مقدم الخدمة لفائدة الزبائن.

- ضرورة المراقبة الدائمة والمستمرة من طرف المصالح المختصة للتصدي لأي اختلال من طرف مقدمي الخدمة.

قائمة  
المصادر والمراجع

**قائمة المصادر والمراجع****أولا - الكتب:**

1. بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الكتاب الحديث، مصر، 2006.
2. زاهية سي يوسف حورية، الوجيز في عقد البيع، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، تيزي وزو، الجزائر، 2008.
3. عبد الرحمان توفيق، تقييم التدريب المردود والعائد على الاستثمار، مركز الخبرات المهنية للإدارة، مصر، 1996.
4. فدوى قهوجي، عيوب المبيع فقها وقضاء، دار الكتب القانونية، مصر، 2008.
5. محمد حسنين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية وحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004.
6. مهدي حسن زويلف، إدارة الأفراد، مدخل كمي، دار مجدلاوي، الطبعة 03، 2003.
7. يوسف بن محمد القتلان، أسس التدريب الإداري مع تطبيقاته، دار عالم الكتب السعودية، الطبعة 2، المملكة العربية السعودية، 1996.

**ثانيا - الرسائل والمذكرات الجامعية:****أ/ رسائل الدكتوراه:**

8. جريفلي محمد، حماية المستهلك في نطاق العقد (دراسة مقارنة)، رسالة دكتوراه جامعة أحمد دراية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، أدرار، الجزائر، 2018/2017.

9. بن عمارة محمد، خدمة ما بعد البيع في المنقولات الجديدة في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة وهران، الجزائر، 2013/2012.
10. أمازوز لطيفة، إلتزام البائع بتسليم المبيع في القانون الجزائري، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011/2010.

### ب/ مذكرات الماجستير:

11. مسعودي فاروق، فعالية الإلتزام بالضمان في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، بن يوسف بن خدة، 2016/2015.
12. عيسى محمد علي، " أثر خدمات ما بعد البيع في تعزيز القدرة التنافسية بين الشركات "، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2011.
13. ماتن زينب، جودة خدمة ما بعد البيع كمدخل إستراتيجي لتحقيق التفوق التنافسي للمؤسسة الإنتاجية دراسة حالة مجمع صوفاك للسيارات، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم التجارية والعلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2011/2010.
14. صايد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 01، قسنطينة، الجزائر، 2014/2013.

ج/ مذكرات الماستر:

15. حمودي نصر الدين، دهيمي مصطفى، مساهمة خدمات ما بعد البيع في تحقيق ولاء المستهلك، دراسة حالة مجمع MAIDAT بتيجلابين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق، 2015/2014.

ثالثا - المقالات العلمية:

16. دليلة معزوز، واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، 2021، ص ص

17. دليلة معزوز، واقع خدمة ما بعد البيع في القانون الجزائري، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة البويرة، الجزائر، المجلد 16، العدد 01، 2021، ص 71.

18. علي أحمد صالح، مفهوم المستهلك و المهني في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، المجلد 56 ، العدد 01 ، ص 182.

19. فرحات عباس، دور خدمات ما بعد البيع في تعزيز المركز السوقي للمؤسسة الصناعية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير و العلوم التجارية، جامعة مسيلة، العدد 11، 2014، ص 71.

20. قديري عبد الحق ، خدمة ما بعد البيع على ضوء المرسوم التنفيذي رقم 21-244، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة بن خلدون تيارت ، المجلد 06 ، العدد 04، في 2021/12/01، الجزائر، ص1087.

21. ملوك جهيدة، رميدي عبد الوهاب، أثر خدمات ما بعد البيع على ولاء المستهلك للعلامة التجارية كوندور، مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، العدد 2014/11، ص 176.

#### رابعاً - النصوص القانونية:

##### أ/ النصوص التشريعية:

22. الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني، ج. ر.ج. ج عدد 78، سنة 1975، المعدل والمتمم بالقانون 05-10، ج. ر.ج. ج عدد 44، سنة 2005.

23. الأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون التجاري، المعدل والمتمم، ج.ر.ج عدد 101، صادر في 19 ديسمبر 1975.

24. القانون رقم 89-02 المؤرخ في 01 جويلية 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر.ج.ج عدد 06، سنة 1989، ملغى بموجب القانون رقم 09-03، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش (ملغى).

25. الأمر 95-06 المؤرخ في 25 جانفي 1995، المتعلق بالمنافسة، ج.ر.ج.ج عدد 09 صادرة في 22 فيفري 1995 (ملغى).

26. الأمر رقم 03-04 مؤرخ في 19 جويلية 2003، يتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد البضائع وتصديرها، ج. ر عدد 43 صادر في 20 جويلية 2003، معدل و متمم بموجب القانون رقم 15-15 مؤرخ في 15 جويلية 2015، ج. ر عدد 41، صادر في 29 جويلية 2015.

27. القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر 41 لسنة 2004 المعدل و المتمم بالقانون رقم 10-06 في 15 أوت 2010 ج ر س 46 لسنة 2010.
28. القانون رقم 03-09 المؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج.ج عدد 15، سنة 2009، المعدل و المتمم بالقانون رقم 18-09 المؤرخ في 10 جويلية 2018، ج.ر.ج.ج عدد 35، سنة 2018.
29. الأمر رقم 01-15 الصادر في 07/23 / 2015 المتضمن قانون المالية التكميلي، ج ر 40 صادرة في 2015/07/23.
30. القانون 09-18 المؤرخ في 10 جوان 2018 يعدل ويتمم القانون 03-09، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

### ب/ النصوص التنظيمية:

31. المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش المؤرخ في 30 جانفي 1990، الصادرة بتاريخ 31 جانفي 1990 المعدل و المتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 315/01 المؤرخ في 16 أكتوبر 2001 ، ج ر عدد 61 الصادرة بتاريخ 21 أكتوبر 2001 .
32. المرسوم التنفيذي رقم 05-468 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005 يحدد شروط شروط تحرير الفاتورة وسند التحويل ووصل الاستلام والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، ج.ر.ج.ج رقم 80، صادر في 08 فيفري 2015.
33. المرسوم التنفيذي رقم 13-327 المؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ، ج.ر.ج.ج، عدد 49، سنة 2013.

34. المرسوم التنفيذي رقم 15-58 المؤرخ في 08 فبراير 2015، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة، ج.ر.ج. عدد 05، لسنة 2005 (ملغى).
35. المرسوم التنفيذي رقم 20-227 المؤرخ في 29 أوت 2020، يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة المعدل والمتمم.
36. المرسوم التنفيذي رقم 21-175 مؤرخ في 03 ماي 2021، يعدل و يتم المرسوم التنفيذي رقم 20-227 مؤرخ في 19 أوت 2020 الذي يحدد شروط وكيفيات ممارسة نشاط وكلاء المركبات الجديدة.
37. المرسوم التنفيذي رقم: 21-244 مؤرخ في 31 ماي 2021 يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع ، ج ر 45، في 09 جوان 2021.

### ج/ القرارات:

38. القرار المؤرخ في 23 مارس سنة 2015، المُعدّل بالقرار المؤرخ في 12 ماي 2015، يحدد دفاتر الشروط المتعلقة بشروط وكيفيات ممارسة نشاط الوكلاء.
39. القرار الوزاري المؤرخ في 14 ديسمبر 2014، يُحدد مدة الضمان حسب طبيعة السلعة، ج.ر.ج.ج، العدد 03، سنة 2015.

### خامسا - الجرائد:

40. سفيان بوعبياد محمد الفاتح خوخي، خدمات ما بعد البيع، طريقة أخرى للتحويل على الجزائريين، مقال منشور في جريدة الخبر - جزايرس في 2011/12/11.

فهرس الموضوعات

## فهرس المحتويات

| الصفحة  | الموضوع   |
|---|---|
|   | الشكر والعرفان  |
|   | قائمة المختصرات   |
| 2   | مقدمة   |
| <b>الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لخدمة ما بعد البيع</b> |   |
| 9   | المبحث الأول: مفاهيم عامة حول خدمة ما بعد البيع                         |
| 10  | المطلب الأول: مفهوم الالتزام بخدمة ما بعد البيع                         |
| 11  | الفرع الأول: تعريف خدمة ما بعد البيع                                    |
| 11  | أولا - تعريف خدمة ما بعد البيع قبل صدور المرسوم التنفيذي رقم 244/21     |
| 13  | ثانيا - التعريف بخدمة ما بعد البيع بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 244/21 |
| 13  | 01- من حيث المدلول وتميزها عن الالتزام بالضمان                          |
| 13  | أ - من حيث المدلول  |
| 15  | ب - تمييز خدمة ما بعد البيع عن الالتزام بالضمان                         |

|    |   |
|----|---|
| 18 | الفرع الثاني: من حيث الخصائص  |
| 19 | أولاً- الإلزامية  |
| 19 | ثانيا - خدمة ما بعد البيع التزام مستقل عن الضمان                            |
| 20 | ثالثاً- إلتزام يقع على عاتق المنتج أو المستورد فقط                          |
| 22 | رابعا - خدمة ما بعد البيع غير محددة المدة وغير مجانية                       |
| 23 | المطلب الثاني: شروط الإلتزام بخدمة ما بعد البيع                             |
| 24 | الفرع الأول: حالات سريان خدمة ما بعد البيع                                  |
| 24 | أولاً- حالة انتهاء فترة الضمان  |
| 25 | ثانيا - الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان                              |
| 25 | الفرع الثاني- ضمان خدمة ما بعد البيع للعناصر اللازمة                        |
| 26 | الفرع الثالث- أن تكون هذه السلعة المشمولة بخدمة ما بعد البيع موجهة للمستهلك |
| 27 | المبحث الثاني: نطاق خدمة ما بعد البيع للسلع                                 |
| 28 | المطلب الأول: نطاق خدمة ما بعد البيع من حيث الأشخاص                         |
| 28 | الفرع الأول: الشخص المكلف بخدمة ما بعد البيع                                |
| 29 | الفرع الثاني: المستفيد من خدمة ما بعد البيع في ظل المرسوم التنفيذي رقم      |

|   |  |
|---|--|
|   | 244-21   |
| 30  | أولا - المستهلك                                      |
| 31  | 1- المفهوم الفقهي للمستهلك                           |
| 31  | أ- الاتجاه الموسع لمفهوم المستهلك                    |
| 32  | ب- الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك                    |
| 33  | ج - موقف المشرع الجزائري                             |
| 33  | 2 - مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري               |
| 34  | أ - تعريف المستهلك                                   |
| 34  | ب - عناصر التعريف التشريعي الجزائري                  |
| 36  | ثانيا - الخلف العام والخلف الخاص                     |
| 37  | المطلب الثاني: نطاق خدمة ما بعد البيع من حيث الموضوع |
| 38  | الفرع الأول: السلع المعنية بخدمة ما بعد البيع        |
| 40  | الفرع الثاني: مضمون خدمة ما بعد البيع                |
| 42  | خلاصة الفصل  |
| <b>الفصل الثاني: الإطار العملي لخدمة ما بعد البيع</b> |  |

|    |  |
|----|--|
| 45 | المبحث الأول: الآثار المترتبة على خدمة ما بعد البيع وجزاء الإخلال بها<br>في ظل المرسوم التنفيذي 21-244 |
| 45 | المطلب الأول: الآثار المترتبة على الإلتزام بخدمة ما بعد البيع  |
| 46 | الفرع الأول: إلتزامات المستورد أو المنتج   |
| 47 | الفرع الثاني: الإلتزامات الملقاة على عاتق البائع   |
| 48 | الفرع الثالث: إلتزامات مقدم خدمة ما بعد البيع  |
| 48 | ثانيا- إثبات عمليات الإيداع والدفع   |
| 50 | 1- قسيمة المقايسة  |
| 51 | 2- قسيمة الايداع   |
| 52 | 3- الفاتورة  |
| 54 | ثالثا - الإلتزام بتصليح المنتج و تجربته بعد إصلاحه   |
| 56 | الفرع الرابع: الإلتزامات الملقاة على عاتق المستهلك   |
| 56 | المطلب الثاني: جزاء الإخلال بقواعد خدمة ما بعد البيع في ظل المرسوم<br>21-244                           |
| 57 | الفرع الأول: المسؤولية المدنية   |
| 59 | الفرع الثاني: المسؤولية الجزائية   |

|    |   |
|----|---|
| 61 | المبحث الثاني: خدمة ما بعد البيع (السيارات نموذجا)                                |
| 62 | المطلب الأول: إلتزام نشاط الوكيل بخدمة ما بعد البيع                               |
| 63 | الفرع الأول: شروط توفير قطع الغيار  |
| 65 | أولا - ضرورة وجود مخزن كاف من قطع الغيار  |
| 66 | ثانيا - إنشاء نشاط يتعلق بقطاع السيارات   |
| 67 | الفرع الثاني: إلتزام الوكيل بتوفير اليد الفنية والخدمات النوعية                   |
| 67 | أولا - الشروط الواجب توفرها في الأشخاص القائمين بخدمة ما بعد البيع                |
| 69 | ثانيا- الخدمات الواجب الإلتزام بها في إطار الخدمة ما بعد البيع                    |
| 69 | ثالثا - التصريح بمنشآت خدمة ما بعد البيع و قطع الغيار في نقاط البيع               |
| 71 | المطلب الثاني: الإشكالات التي تحول دون تطبيق خدمة ما بعد البيع و جزاء الإخلال بها |
| 72 | الفرع الأول: الإشكالات التي تحول دون تطبيق خدمة ما بعد البيع                      |
| 72 | أولا- عدم توفير قطع الغيار وورشات الإصلاح   |
| 73 | ثانيا- صعوبة تحديد مقابل خدمة ما بعد البيع  |
| 74 | ثالثا- جهل الزبون لحقوقه و تحايل المؤسسات عن تقديم خدمة ما بعد البيع              |
| 75 | الفرع الثاني: جزاء الإخلال باللتزام خدمة ما بعد البيع                             |

|    |                        |
|----|------------------------|
| 75 | أولاً- الإعدار         |
| 75 | ثانياً- سحب الإعتماد   |
| 78 | خلاصة الفصل            |
| 80 | الخاتمة                |
| 83 | قائمة المصادر والمراجع |
| 90 | فهرس المحتويات         |
|    | الملخص                 |

# ملخص الدراسة

## ملخص:

عدم المشرع الجزائري من خلال المرسوم التنفيذي رقم 244/21 الصادر في 31 ماي 2021 الذي يحدد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد البيع للسلع إلى تفسير محتوى المادة 16 من القانون 03/09 المتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش المعدل والمتمم حيث تناول فيه أحكام خدمة ما بعد بيع السلع تتضمن كما أشير إليه في المرسوم لا سيما في مادته الثانية تحديد شروط وكيفيات تقديم خدمة ما بعد بيع السلع.

تتلخص شروط خدمة ما بعد بيع السلع كما جاءت في المرسوم في الحالات التي تنتهي فيها مدة الضمان المقررة في القانون أو الحالات التي لا يمكن فيها تطبيق الضمان.

كما بين من خلال هاته الأحكام كيفيات تقديمها للزبون والأشخاص المكلفون بتقديمها والشروط الواجب توفرها في مقدم هاته الخدمة.

وخلص في الأخير إلى تحديد الجزاءات والتدابير الواجب اتخاذها من طرف الزبون في حالات الإخلال بأحكام خدمة ما بعد البيع للسلع حيث لخص هاته الجزاءات في الجزاء المدني والمتمثل في التعويض وأحال الجزاءات العقابية على الأحكام التشريعية المعمول بها في هذا المجال.

## Résume:

Le législateur algérien par le décret n° 21/244 qui comprend le service après vente des marchandises , a interprété le contenu de l' article 16 de la loi n° 09/03 qui comprend la loi modifié et complété sur la consommation et la répression du fraude ou – il traite des dispositions du service après vente de marchandises , qui comprenait comme indiqué dans le décret , notamment dans son article deuxième définit les conditions et modalités de fourniture d' un service –après vente de marchandises .

les conditions de service après vente de biens destinés aux consommateurs telle qu' énoncées dans le décret , sont résumées dans les cas où la période de garantie prend fin ou la garantie ne peut pas être appliquée .

Il a également précisé à travers les dispositions qui prévoit sa livraison , les modalités de sa présentation au client et les personnes qui lui sont affectées et les conditions qui doivent être remplit par le fournisseur de se service .

Enfin il a conclu en définissant les sanctions qui doivent être prise en cas de manquement au dispositions de fourniture de ce service, qui sont les sanctions civiles représentées en indemnisation et le transfert des sanctions punitives au dispositions législatives en vigueur en la matière.