

حماية المستهلك من البيع بالمنزل- دراسة مقارنة-**الدكتورة: غالي كحلة، أستاذة محاضرة قسم أ¹**

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران 2 محمد بن احمد-الجزائر

kahlagali@yahoo.fr عضو بمخبر حقوق الطفل

الدكتورة: سليمان صبرينة، أستاذة محاضرة قسم أ¹

كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة وهران 02 محمد بن احمد-الجزائر

slimani.s@outlook.com:عضو بمخبر حقوق الطفل البريد الالكتروني

مستخلص البحث:

فرضت تقنية البيع بالمنزل نفسها كوسيلة جديدة للبيع والتوزيع نظرا لتمييزها بالعديد من الخصوصيات لاسيما إمكانية الحصول على السلعة أو الخدمة دون عناء أو مشقة التنقل والبحث. لكن بالمقابل مفاجأة المستهلك في المنزل أو في مكان عمله دون استعداد، تجعله يُقدم على اقتناء المنتج دون تفكير كافٍ، لأنه قد يتسرع في اتخاذ قراره تحت ضغط وإلحاح البائع، وهذا ما يمس بمبدأ الرضائية ونظرية العلم الكافي بالشئ المبيع، مما يستوجب ضرورة حمايته. وتكمن أهمية هذا الموضوع، في خلو التشريع الجزائري من أحكام خاصة بالبيع بالمنزل على الرغم من انتشارها الواسع النطاق عملياً، على عكس العديد من التشريعات التي نظمت بموجب نصوص خاصة، منها الفرنسي والمغربي. لذلك جاء هذا البحث لمناقشة هذا النوع من البيوع من خلال بيان ماهيته، قواعد تنظيمه وجزاء مخالفته.

الكلمات المفتاحية: البيع بالمنزل، حماية المستهلك، الرضا، حق العدول، الجزاءات.**مقدمة:**

يتميز البيع بالمنزل عن غيره من البيوع، في مكان إبرام عقد البيع، حيث يتم في المنازل وما في حكمها، على خلاف البيوع الأخرى التي تجري في الأسواق والمراكز التجارية التقليدية، أو باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تتم عن طريق الإنترنت، وسماه البعض بالبيع المتجول أو المتنقل لكون أن البائع ليس له مقر تجارة ثابت.

إذا كانت فكرة حماية المستهلك من خداع البائع قديمة، فإن وجود قانون موجه بشكل خاص نحو حمايته لاسيما من البيع بالمنزل حديثة نوعا ما، وأصبح البيع بالمنزل ثالث أكبر طريقة للبيع بأوروبا وفرنسا على وجه الخصوص، وظهر لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال الستينيات. كان المشرع الفرنسي من المشرعين السابقين الذين وضعوا له قواعد قانونية خاصة منذ بداية القرن الماضي، بموجب القانون الصادر في 16 جويلية 1912، الذي نظم البيوع بالمنازل، التي كانت تهتم بشراء المنتجات المنزلية، ثم أدخلت عليه عدة تعديلات منها القانون الصادر عام 1969، قانون عام 1972، قانون عام 1989، ثم القانون الصادر في 14 جوان 1993 الذي يعتبر بمثابة قمة الحماية القانونية

للمستهلك الفرنسي، الذي سائر تطور عمليات التداول داخل المنازل¹، ومنه استمدت العديد من التشريعات أحكامها.

- أهمية البحث:

وتكمن أهمية دراسة الموضوع بتعلقه بحياة الأفراد اليومية، حيث يتعرض المستهلك يوميا إلى خرق لحياته الخاصة وتقييد لحريته في اختيار السلع والخدمات التي يحتاج إليها واقتنائها من المحلات التجارية المخصصة لها، وذلك بطرق بابه وممارسة مختلف الضغوطات من أجل الشراء والتأثير السلبي على إرادته، وذلك رغم تمكنه من الحصول على السلعة أو الخدمة دون مشقة الانتقال أو هدره للوقت.

- أهداف البحث:

انتشرت ظاهرة البيع بالمنزل في الجزائر بشكل واسع في المدن والأرياف على حد سواء، حيث كان ينتقل البائع إلى المنازل، يطرق أبوابهم ويعرض سلعه عليهم، إلا أن المشرع لم يصدر بشأنها نصوصا قانونية خاصة تنظم هذا النوع من البيوع وتضبط أحكامه، بل ترك المسألة خاضعة للقواعد العامة التي تحكمها النظرية العامة للالتزام (نظرية العقد). وقد زاد انتشار البيع بالمنزل خاصة في المدن الكبرى من طرف المروجين للسلع، مع ما تحمله من مخاطر على المستهلك نتيجة الإطراء المبالغ فيه والثناء على المنتج أو الخدمة بآراء ذاتية للبائع تكون في غالب الأحيان غير موضوعية، إضافة إلى إثارة الرغبات وخلق الحاجات الوهمية التي تجذب المشتري وتدفعه إلى التعاقد دون علم ولا تبصير. لذلك تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تجارب الدول والتشريعات المقارنة المنظمة لمثل هذه البيوع والعقود، وجمع مختلف الآراء الفقهية حول الموضوع للاسترشاد بها وسد الفراغ التشريعي لحماية المستهلك من تعسف البائع بالمنزل، وإعمال حقه في الرجوع أو العدول عن الشراء في حالة عدم رغبته في تنفيذ العقد واسترجاع ما دفعه.

- إشكالية البحث:

ومما تقدم جاءت الإشكالية للبحث عن الأحكام القانونية المنظمة لعقود البيع بالمنزل وبيان خصوصياتها ومدى كفايتها في إعلام وحماية المستهلك من تعسف البائع؟

- المنهج المتبع:

للإجابة على هذه الإشكالية اتبعنا المنهج المقارن، من أجل المقارنة بين التشريعات المختلفة المنظمة لعقود البيع بالمنزل، سيما المشرع الفرنسي والمشرع المغربي، في غياب أحكام قانونية جزائية خاصة، رغم الانتشار الواسع لمثل هذه البيوع في الجزائر.

- خطة البحث:

تحقيقا لأهداف البحث، ارتأينا تقسيم هذا البحث إلى مبحثين، نتناول مفهوم البيع بالمنزل ببيان تعريفه وخصائصه ونطاق تطبيقه (المبحث الأول)، ومن ثم قواعد تنظيمه وجزاء الإخلال بها (المبحث الثاني).

¹ هيثم محمد عادل محمد القرش، البيع بالمنزل، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين الشمس، مصر،

المبحث الأول: مفهوم البيع بالمنزل

للقوف على مفهوم البيع بالمنزل من الضروري تعريفه (المطلب الأول) وبيان خصوصياته ونطاق تطبيق قواعده (المطلب الثاني).

المطلب الأول: تعريف البيع بالمنزل

اختلف الفقهاء في تعريف البيع بالمنزل باختلاف التسميات التي أطلقت عليه، لاسيما بين الفقه الاقتصادي (الفرع الأول) والفقه القانوني (الفرع الثاني)، وبالرغم من اختلاف التسميات إلا أن التعريفات التشريعية جاءت متوافقة إلى حد كبير (الفرع الثالث).

الفرع الأول: تعريف فقهاء الاقتصاد للبيع بالمنزل

يعرف البيع بالمنزل عند الاقتصاديين بالبيع الشخصي وقد اختلفوا في تعريفه، فمنهم من اعتبره "عملية البحث عن عملاء لهم حاجات أو رغبات محددة ومساعدتهم في إشباع تلك الحاجات، وإقناعهم لاتخاذ القرار المناسب لشراء السلعة التي تتفق مع أذواقهم الشرائية"²، ومنهم من اعتبره "العملية المتعلقة بإمداد المستهلك بالمعلومات وإغرائه أو إقناعه بشراء السلعة أو الخدمة من خلال الاتصال الشخصي في موقف تبادلي"³.

كما تم تعريفه على أنه: "اتصال مباشر مع مستهلكين مستهدفين بعناية غالباً في شكل فردي، وعلى أساس تفاعلي"⁴، وأيضاً: "عملية البحث عن عملاء لهم حاجات معينة ومساعدتهم في إدراك تلك الحاجات وإقناعهم لاتخاذ قرار شراء حول تلك السلع والخدمات"⁵، في حين عرفته جمعية التسويق المباشر الأمريكية على أنه: "نظام تسويقي تفاعلي يستعمل إحدى أو عدة وسائل إعلامية للحصول على استجابة قابلة للقياس مرغوبة فيها تصل حد الشراء"⁶. من خلال هذه التعاريف نرى أن البيع بالمنزل حسب الاقتصاديين عبارة عن أحد عناصر المزيج الترويجي، فهي قناة من قنوات التسويق والتوزيع ومكملاً للإعلان وتنشيط المبيعات.

الفرع الثاني: تعريف فقهاء القانون للبيع بالمنزل

لم يتطرق فقهاء القانون إلى البيع بالمنزل إلا قليلاً منهم، من خلال دراسة مكان تنفيذ عقد البيع، ومنه تم تعريفه على أنه: "تقنية تجارية تقتضي سعي المهني إلى محل إقامة المستهلك أو مقر عمله، أو بصفة أعم إلى أي مكان آخر غير مخصص بطبيعته لممارسة التجارة، ليعرض عليه اكتساب"⁷. كما عرفه آخرون على أنه: "ذلك الذي يتوجه فيه البائع

² محمد عبيدات إبراهيم، هاني الضمور شفيق حداد، إدارة المبيعات والبيع الشخصي، دار الموسوعة للنشر والتوزيع، الإمارات العربية السعودية، 2016، ط 2، ص 79.

³ علاق بشير عباس، أساسيات وتطبيقات الترويج الالكتروني والتقليدي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 44.

⁴ خليل وليد، دور التسويق المباشر في تحقيق ولاء الزبون -دراسة حالة مؤسسة موبيليس-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2016-2017، ص 65.

⁵ محمد عبيدات إبراهيم، مبادئ التسويق، مدخل سلوكي، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 1999، ص 77.

⁶ هيثم محمد عادل محمد القرش، المرجع السابق، ص 14.

⁷ عبد العزيز حضري، "الآليات القانونية لتدعيم رضا المستهلك في التشريع المغربي"، مقال متوفر على الموقع www.maroclaw.com، تم الاطلاع عليه بتاريخ 15-10-2020.

أو التاجر أو من يمثله أو يمثل المنتج إلى مكان سكن المستهلك أو مقر عمله، بدون إخطار أو إشعار مسبق، لكي يعرض عليه سلع معينة أو تقديم خدمات"⁸، في حين عرفه بعض الفقه الفرنسي على أنه :

« La vente à domicile est une technique de vente qui consiste à solliciter le consommateur en dehors d'un établissement commercial, c'est-à-dire soit à son domicile, à son travail, dans un espace public, ou encore dans un espace privé non habituel pour le commerce »⁹.

إذن، ومن خلال مختلف التعريفات المقدمة يمكن لنا القول أن، البيع بالمنزل من أقدم وسائل البيع وأعظمها شأنًا والأكثر شيوعًا للبيع المباشر، فهو قائم كلما كان في منزل الشخص أو في محل إقامته أو في مكان عمله حتى بناء على طلبه، أو في أي مكان غير مخصص للتسويق لاسيما أثناء الاجتماعات والرحلات.

الفرع الثالث: التعريف التشريعي للبيع بالمنزل

كما هو متعارف عليه فإن المشرع ليس من وظيفته إعطاء تعريف لأي موضوع محل التنظيم، لكن يمكن لنا استشرافه من المادة 1-135 L من القانون التجاري الفرنسي الذي عرف البائع بالمنزل المستقل بأنه: " هو الذي يبيع المنتجات أو الخدمات وفقا للشروط المنصوص عليها في القسم الثالث من الفصل الأول من الكتاب الأول من قانون الاستهلاك، مع استبعاد البيع عن طريق الهاتف أو أي وسيلة تقنية مماثلة، في إطار اتفاق مكتوب من وكيل أو وكيل بالعمولة أو بائع أو وسيط مرتبط بالشركة التي تعهد لها ببيع منتجاتها أو خدماتها"¹⁰. كما عرفه المشرع القطري بموجب القانون المتعلق بالباعة المتجولين¹¹ على أنه: " كل من يتجول من مكان إلى آخر أو يذهب إلى المنازل ليبيع سلعاً أو بضائع أو يعرضها للبيع أو يمارس حرفة أو صناعة بالتجول". وإن كان البعض يميز بين البيع بالتجوال والبيع بالمنزل، فحسب المشرع القطري فإن البيع بالمنزل هو أحد صور البيع بالتجوال، وهذا ما تؤكدته المادة الأولى من القانون السالف الذكر التي تنص على أنه: " يعد بائعاً متجولاً:

- 1- كل من يبيع سلعاً أو بضائع أو يعرضها للبيع أو يمارس حرفة أو صناعة في أي طريق أو مكان عام دون أن يكون له محل ثابت.
- 2- كل من يتجول من مكان إلى آخر أو يذهب إلى المنازل ليبيع سلعاً أو بضائع أو يعرضها للبيع أو يمارس حرفة أو صناعة بالتجول".

⁸ عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، القاهرة، ط1، 2007، ص311.

⁹ MARIE André, Démarchage à domicile ou les contrats hors établissement, Paris, 2016, p1.

¹⁰ عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص309.

¹¹ مرسوم لقانون رقم 9 لسنة 1969، المؤرخ في 15-05-1969، بشأن الباعة المتجولين، الجريدة الرسمية العدد 04، ص823، الملغى.

إلا أن هذا القانون تم إلغاؤه بموجب القانون رقم (5) لسنة 2015 بشأن المحال التجارية والصناعية والعامة المماثلة والباعة المتجولين¹²، الذي نص في مادته الأولى أنه: " في تطبيق أحكام هذا القانون، تكون للكلمات والعبارات التالية، المعاني الموضحة قرين كل منها، ما لم يقتض السياق معنى آخر:

البائع المتجول: كل من يتجول من مكان إلى آخر، أو في أي طريق أو مكان عام، لبيع سلعاً أو بضائع، أو يعرضها للبيع أو الإيجار، أو يمارس حرفة أو صناعة أو يقدم خدمة للجمهور مقابل أجر. ولا يعد بائعاً متجولاً من يبيع منتجاته الزراعية".

وهكذا نجد أن المشرع القطري تراجع عن اعترافه بالبائع بالمنزل وجرّده من صفة البائع المتجول، لأن هذا الأخير يعتبر ضمن الأعمال المحظورة على البائع المتجول ومن شأنه أن يكون مصدر قلق وإزعاج للمشتري، وهذا ما يستشف من نص المادة 24 من هذا القانون، والتي تنص على أنه: " يحظر على البائع المتجول ما يلي:

1. ملاحقة الجمهور لعرض سلعته، أو بضاعته، أو ممارسة نشاطه، أو تقديم خدمته.
2. مزاوله نشاطه بالقرب من المدارس أو المراكز التعليمية أو المستشفيات أو المراكز الصحية وفقاً لما تحدده الإدارة المختصة، أو في الأماكن غير المرخص له بالتجول فيها، أو التي يمنع الوزير أو قوة الشرطة وقوفه فيها، أو بجوار المحال التي تزاوّل نشاطاً مماثلاً للنشاط المرخص به، أو داخل وسائل النقل.
3. بيع أو عرض الألعاب النارية، وغيرها من الألعاب التي يحظر القانون بيعها.
4. مزاوله أي من الأنشطة المرخص بها خلال الوقت المشار إليه في المادة (13/1) فقرة ثانية) من هذا القانون.

5. الإعلان عن نشاطه بالمناداة أو باستعمال الأجراس أو أبواق تكبير الصوت، أو أي وسيلة أخرى مقلقة للراحة، أو ممارسة نشاطه في غير الأوقات المحددة لذلك".

أما المشرع المغربي فقد عرفه من خلال المادة 45 من القانون رقم 31-08 القاضي بتحديد تدابير حماية المستهلك المغربي، حيث جاء فيها ما يلي "...كل من يمارس أو يعمل على ممارسة البيع خارج المحال التجارية في موطن شخص طبيعي أو في محل إقامته أو في مقر عمله، ولو بطلب منه لأجل أن يقترح عليه شراء منتجات أو سلع أو بيعها أو إيجارها، أو إيجارها المفضي إلى البيع أو إيجارها مع خيار الشراء أو تقديم خدمات، تنظيم اجتماعات أو رحلات من قبل المورد أو لفائده قصد انجاز العمليات المحددة سابقاً"¹³.

¹² القانون رقم (5) لسنة 2015، المؤرخ في 14-04-2015، بشأن المحال التجارية والصناعية والعامة المماثلة والباعة المتجولين، الجريدة الرسمية العدد 09، المؤرخة في 03-05-2015، ص 3، المعدل والمتمم.

¹³ القانون رقم 31-08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية للمملكة المغربية، العدد 5932 الصادرة بتاريخ 7 أبريل 2011؛ وعرفه التوجه الأوروبي المتعلق بحقوق المستهلك الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 2011 من خلال المادة 2 البند 8.

المطلب الثاني: خصوصيات البيع بالمنزل ونطاق تطبيق قواعده

يمتاز البيع بالمنزل بالعديد من الخصوصيات (الفرع الأول) لذلك تم تحديد نطاق تطبيق قواعده (الفرع الثاني) على النحو الآتي.

الفرع الأول: خصوصيات البيع بالمنزل

من خلال التعاريف السابقة يمكن لنا القول أن من أهم خصوصيات البيع بالمنزل مكان إبرام عقد البيع (أولا) وتقديم خدمات راقية جدا للمستهلك (ثانيا).

أولا- مكان البيع:

يختلف البيع بالمنزل عن غيره من البيوع التي تتم بالمحلات والمراكز التجارية أين تعرض العديد من المنتجات، ويكون للمستهلك مجال أوسع للمفاضلة من كل الجوانب، سواء من حيث السعر، النوع، الجودة، وكل الامتيازات التابعة لذلك.

ثانيا- تقديم خدمات راقية جدا للمستهلك:

ويكون ذلك مباشرة من خلال الاهتمام بالمستهلك وباحتياجاته الشخصية، وتزويدهم بالمشورة والمعلومات اللازمة حول السلعة أو الخدمة محل العقد، كما أن الاطلاع على المبيع بمعاينته واتخاذ الوقت اللازم لذلك يولد الثقة في نفس المستهلك.

الفرع الثاني: نطاق تطبيق قواعد البيع بالمنزل

الحرية التعاقدية ليست هدفا في حد ذاتها ولا غاية، بل هي وسيلة وتقنية قانونية يكرسها المشرع متى شاء ويحد منها متى شاء، من أجل إعطاء ضمانات قانونية لمبدأ الحرية التعاقدية¹⁴، لذلك لجأت التشريعات المقارنة إلى تحديد نطاق تطبيق قواعد البيع بالمنزل، وذلك باستثناءها لبعض العقود نذكر منها في التشريع المغربي¹⁵:

- الأنشطة المنظمة بنص تشريعي خاص.
- المنتجات الاستهلاكية العادية التي يقوم المورد أو مأموره ببيعها خلال جولات متواترة أو دورية داخل المجموعة العمرانية التي توجد بها مؤسساتهم أو بجوارها.
- بيع المنتجات المتأتية بصفة حصرية من صنع أو إنتاج شخصي للمورد خارج المحل التجاري أو لعائلته وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بمثل هذا البيع والمنجزة على الفور من لدنهم.

أما عن التشريع الفرنسي فنجده يضيف عقودا أخرى منها¹⁶:

- بيع السيارات الجديدة لكون صناعتها جزء مهم جدا من الحياة الاقتصادية للدولة.
- الخدمة ما بعد البيع لارتباطها باستخدام الأشياء الأصلية فهي ضرورية لحفظ أشياء سبق بيعها. كما يستثنى من تطبيق قواعد البيع بالمنزل كل البيوع والإيجارات والإيجارات التي تؤدي إلى تملك البضائع أو الأشياء، أداء الخدمة عندما تعرض لحاجات الاستغلال الزراعي، التجاري، والمهني.

¹⁴ جبران حسناء، "حماية المستهلك في العقود المبرمة خارج المحلات التجارية"، مقال متوفر على الموقع الإلكتروني: www.droitentreprise.com، تم الاطلاع عليه بتاريخ 8-10-2020 على الساعة 40:

16، ص 21.

¹⁵ انظر المادة 46 من القانون رقم 31-08، من المرجع السابق.

¹⁶ السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد -دراسة مقارنة، منشأة المعارف، القاهرة،

ب.س.ن، ص 98.

المبحث الثاني: قواعد البيع بالمنزل وجزاء الإخلال بها

عادة ما يبدأ البيع بالمنزل بالحث والتحفيز وإقناع المستهلك بالشراء وتكون نهايته بيع أكبر قدر ممكن من السلعة أو البضاعة¹⁷، حيث يتم دفع المستهلك للتعاقد دون قصد تحت ضغط البائع، فالشراء في هذه الحالة غير مخطط له¹⁸، ما يجعل من أمر حماية المستهلك أكثر من ضروري. باستقراءنا للتشريعات الخاصة بحماية المستهلك لاسيما المنظمة للبيع بالمنزل منها التشريع الفرنسي والمغربي تظهر لنا خصوصية قواعد الحماية المقررة منها الخاصة بإبرام العقد (الفرع الأول) وبتنفيذه (الفرع الثاني).

الفرع الأول: القواعد الخاصة بإبرام عقد البيع بالمنزل

إصلاحا لاختلال التوازن في البيع بالمنزل وحماية للطرف الضعيف، عملت التشريعات المقارنة على اشتراط الشكلية في العقد (أولا) وعلى التحديد المسبق لمحتواه وبياناته بواسطة نصوص أمرة (ثانيا).

أولا- أن يكون العقد كتابي:

أخضعت جل التشريعات المنظمة للبيع بالمنزل لشكلية خاصة، مخالفة بذلك أهم مبدأ من مبادئ القانون المدني وهو مبدأ الرضائية، والشكلية شرط لانعقاد العقد ما يرتب بطلانه بطلانا مطلقا حالة تخلفه¹⁹. وهو ما أقره المشرع الفرنسي من خلال المادة L221-18 من قانون الاستهلاك، وكذا المشرع المغربي من خلال المادة 9 من القانون رقم 08-31 السالف الذكر.

ثانيا- الالتزام بتقديم المعلومات:

يعتبر الالتزام بالإعلام الملقى على عاتق البائع من أهم الوسائل المقررة لحماية المستهلك، وذلك من أجل تنوير إرادته، وهي فكرة قديمة جدا نجدها في الشريعة الإسلامية تحت تسمية "خيار الرؤية"، وفي نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري، وبصفة خاصة من خلال المادتين 18 و19 من القانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك. وبالعودة لكل من المشرع الفرنسي والمغربي، نجد أنهما حددا مجموعة من البيانات الأساسية التي من الضروري إعلام المستهلك بها في البيع بالمنزل، وهي²⁰:

- المميزات والخصائص الأساسية للمنتوج أو الخدمة المقدمة.
- ثمن البيع أو الخدمة، وشروط أدائه.
- تاريخ الاستلام.

- هوية المورد وعنوانه، إضافة إلى اسم البائع.

- تاريخ ومكان إبرام العقد للتأكد من أن العقد ناتج عن البيع بالمنزل.

وبالتالي فإيراد مختلف هذه المعلومات والبيانات كتابة في العقد وتحديد الدقيق حسب ما سبق بيانه، يتيح للمستهلك إمكانية فحص العقد وقراءته جيدا قبل اتخاذ القرار النهائي للشراء²¹.

¹⁷ سعيد وردة، دور المزيج التسويقي الدولي في تحسين الداء التصديري للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسات الصناعات الغذائية المصدرة بالجزائر)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2017-2018، ص137.

¹⁸ MARIE André, op.cit, p2.

¹⁹ السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص92.

²⁰ Ibid, p3.

الفرع الثاني: وسائل الحماية المقررة للمستهلك بعد إبرام عقد البيع بالمنزل أولاً- التسليم الإجمالي للعقد:

بغض النظر عن نوع العقد المعروض على المستهلك، يجب على البائع تسليم هذا الأخير عقداً مكتوباً إما على الورق أو على أي دعامة إلكترونية يمكن تنزيل العقد منه والاحتفاظ به. يتضمن العقد تحت طائلة البطلان كل المعلومات التي صرح بها البائع قبل التعاقد بطريقة واضحة، مرئية ومقروءة²²، وفي حالة الشك حول مدلول أحد الشروط يفسر ذلك لمصلحة المستهلك²³. هذا، بالإضافة إلى وثيقة العدول الموقعة من الطرفين والتي يجب أن تكون قابلة للاقتطاع من العقد، وتتضمن حسب القانون المغربي البيانات التالية:

- في الظاهر العنوان الصحيح والكامل الذي يجب أن ترسل إليه في حالة العدول.
- أما على وجه الوثيقة عنوان "إلغاء الطلبية" مع الإحالة إلى المواد من 47 إلى 50 من القانون 08-31، وبعدها تاريخ الطلبية طبيعة السلع أو الخدمة اسم الزبون وعنوانه وتوقيعه.

ثانياً- ضمان حق العدول:

أمام المخاطر العديدة التي يتعرض لها المستهلك من خلال البيع بالمنزل لجأت التشريعات إلى حمايته حماية خاصة، وذلك بمنحه فرصة إعادة التفكير في ما هو مقبل عليه وإمكانية العدول عن تنفيذ العقد واسترجاع ما دفعه وذلك خلال مدة أربعة عشر يوماً (14) استناداً للمادة L121-21، من قانون الاستهلاك الفرنسي، بعدما كانت سبعة (7) أيام فقط سابقاً، مع رفعها إلى 12 شهر في حالة عدم وفاء المورد بالتزامه بالإعلام خلال مدة الأربعة عشر يوماً. في حين حددها المشرع المغربي بسبعة (7) أيام فقط²⁴، وهي مواعيد كاملة لا تسري إلا في اليوم الموالي للبيع، وإذا صادف آخر يوم عطلة، امتد الأجل إلى أول يوم عمل²⁵. تتم ممارسة حق العدول بدون أي تبرير، فما على المستهلك إلا إرجاع وثيقة العدول أو إقرار منه، يبين فيه رغبته في العدول في رسالة موصى عليها بعلم الوصول. ومع ذلك هناك أنواع عديدة من العقود التي لا يمكن العدول عنها، نذكر منها²⁶:

- السلع والبضائع السهلة التلف.
- السلع والبضائع التي لا يمكن ردّها لأسباب تتعلق بالنظافة والصحة العمومية.
- السلع أو البضائع المصنوعة حسب مواصفات المستهلك أو خصيصاً له.
يقع عبء إثبات العدول على المستهلك، لذلك من الضروري الاحتفاظ بكل الوثائق والأدلة التي من شأنها حماية حقوقه في حالة النزاع.

²¹ جيران حسناء، المرجع السابق، ص 11.

²² MARIE André, op.cit, p2.

²³ المادة 9 من القانون رقم 08-31، من المرجع السابق.

²⁴ حيث تنص المادة 49 من القانون رقم 08-31 على ما يلي "يجوز للمستهلك التراجع داخل أجل أقصاه 7 أيام من تاريخ الطلبية أو الالتزام بالشراء"، من المرجع السابق.

²⁵ انظر المادة 202 من القانون رقم 08-31، و المادة L221-21 من قانون الاستهلاك الفرنسي.

²⁶ Article L121-21-8 du Code de consommateur, www.legifrance.gouv.fr.

ثالثاً- حظر استلام أي مقابل خلال 7 أيام من البيع:

للمستهلك أجل للعدول عن إتمام عملية الشراء، ولا يجوز لأي كان قبل انتهاء أجل العدول، أن يطالب المستهلك أو يحصل منه على أي مقابل أو أداء، مهما كانت طبيعته وإن حدث ذلك، وجب إرجاعها خلال مدة خمسة عشر يوماً الموالية لعدوله.

وقد أقر القضاء الفرنسي، بأن تقديم الشيك حتى ولو عن طريق البريد ودون استخلاص قيمته، إلا بعد انتهاء المهلة القانونية المحددة، يعتبر بمثابة مقابل يمنع استحقاقه، لما لذلك من تأثير على حرية المستهلك في ممارسة حقه في العدول²⁷.

المطلب الثاني: جزاء الإخلال بقواعد البيع بالمنزل

يترتب الجزاء على مخالفة القواعد والأحكام التشريعية التي ألزمها المشرع لتنظيم العلاقات بين الأفراد لاسيما المالية منها، وقد تضمنت التشريعات المقارنة نوعين من الجزاء لمخالفة قواعد البيع بالمنزل منها المدنية (الفرع الأول) والجزائية (الفرع الثاني).

الفرع الأول: الجزاءات المدنية المقررة لمخالفة قواعد البيع بالمنزل

تهدف قواعد وأحكام قانون الاستهلاك إلى حماية الطرف الضعيف تحقيقاً للعدالة، فهو بذلك من النظام العام الاقتصادي الحمائي²⁸. وقواعده أمرة لا يجوز الاتفاق على مخالفتها، لذلك فجزاءها البطلان (أولاً) مع إمكانية التعويض عن الأضرار اللاحقة (ثانياً).

أولاً- بطلان العقد الناشئ عن مخالفة قواعد البيع بالمنزل:

نصت المادة 54 من القانون رقم 31-08 المغربي على أنه: "يقع باطلا بقوة القانون كل التزام نشأ بفعل استغلال ضعف أو جهل المستهلك مع حفظ حقه في استرجاع المبالغ المؤداة من طرفه وتعويضه عن الأضرار اللاحقة"، وهو نفس الحكم الذي أقره المشرع الفرنسي، بالتالي فهو بطلان قانوني يقع بقوة القانون.

ثانياً- التعويض عن الأضرار اللاحقة:

لا تخرج أحكام المسؤولية المدنية في عقد البيع بالمنزل عن الأحكام العامة الواردة في القانون المدني، بالرغم من التنصيص عليها صراحة ضمن القواعد الخاصة بالبيع من المنزل، فهي تستوجب نسبة الخطأ إلى البائع، وأن يترتب عنه ضرر للمستهلك مع ضرورة إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر، وهو ما أكدته المشرع المغربي من خلال المادة 59 من القانون رقم 31-08 السالف الذكر.

الفرع الثاني: العقوبات الجزائية المقررة لمخالفة قواعد البيع بالمنزل

جاء المشرع الفرنسي بما سماه الفقه القانوني بجريمة إساءة استعمال الضعف أو الجهل²⁹، منذ قانون 22 ديسمبر 1972، وهو نفس ما أورده المشرع المغربي من خلال نص المادة 184 من القانون السالف الذكر، وتم تقرير نوعين من العقوبات وهما الحبس (أولاً) والغرامة المالية (ثانياً) أو بإحدى العقوبتين فقط.

أولاً- الحبس:

اعتبر المشرع الفرنسي الإخلال بقواعد البيع بالمنزل جنحة عاقب عليها بالحبس لمدة ثلاث سنوات استناداً إلى نص المادة 8-122 من قانون الاستهلاك، بعدما كان

²⁷ جيران حسناء، المرجع السابق، ص 18.

²⁸ صاري نوال، "المساس بالمنافسة سبب جديد لبطلان العقد"، مجلة دراسات قانونية، العدد 6، 2009، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، ص 96.

²⁹ السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 98.

يعاقب عليها من ستة أشهر إلى سنة، أما المشرع المغربي فقد حدد مدة الحبس من شهر إلى خمس سنوات حسب نص المادة 184 السالفة الذكر.

ثانيا- الغرامة المالية:

ميزت التشريعات المقارنة بين الغرامة المحددة للشخص الطبيعي، والتي حددها المشرع الفرنسي بـ 375 000 أورو، أما المغربي فمن 12000 إلى 50000 درهم، أما الشخص المعنوي فيعاقبه المشرع المغربي بغرامة تتراوح ما بين 50.000 و1.000.000 درهم، في حين جعلها المشرع الفرنسي نسبية مع الأرباح المحققة.

يتبين لنا، أن المشرع الفرنسي اخذ بالغرامة المحددة على عكس المغربي، الذي اعتمد على الغرامة النسبية، وقد أحسن في ذلك باعتبار هذه الأخيرة تتناسب مع جسامة الضرر والربح المحقق. إضافة إلى العقوبات الأصلية، يمكن الحكم على الشخص الطبيعي المخالف لقواعد البيع بالمنزل بالعقوبات التكميلية الواردة في نص المادة 131 فقرة 27 و28 من قانون العقوبات، والواردة في المادة 131 فقرة 29 من نفس القانون بالنسبة للشخص المعنوي لمدة لا تتجاوز الخمس سنوات.

الخاتمة:

تبين لنا من خلال هذه الدراسة مدى تميز وخطورة البيوع المنزلية التي تطورت كثيرا، ما دفع التشريعات المقارنة إلى تنظيم أحكامها بقواعد قانونية آمرة لا يجوز مخالفتها حماية للمستهلك الذي لا يتسنى له في مثل هذه العقود دراسة شروطه دراسة كافية ووافية، فكتيرا ما يجد نفسه مُقَدَّم على الشراء تحت إلحاح وإغراء البائع. وقد توصلنا إلى عدة نتائج نلخصها فيما يلي:

1. نظرا لخطورة البيع بالمنزل لكونه مصدر قلق وإزعاج للمشتري، ويمثل مساس بالحياة الخاصة للأشخاص، نجد أن بعض المشرعين تراجع عن اعترافه بالبائع بالمنزل وجردّه من صفة البائع المتجول، واعتبره ضمن الأعمال المحظورة على البائع المتجول، كما هو الحال بالنسبة للمشرع القطري.

2. -نظم كل من المشرعين الفرنسي والمغربي البيع بالمنزل وأوردا له أحكاما خاصة بموجب قانون الاستهلاك، على عكس المشرع الجزائري الذي لم ينظم هذه الأنواع من العقود رغم رواجها في المجتمع الجزائري.

3. أخضعت جل التشريعات المنظمة للبيع بالمنزل لشكالية خاصة، وضرورة كتابة العقد سواء عن طريق دعامة ورقية أو إلكترونية، مع تحديد البيانات الضرورية، وإلا اعتبر العقد باطلا بطلانا مطلقا.

4. منح المستهلك إعمال حقه في العدول عن تنفيذ العقد واسترجاع ما دفعه وذلك خلال مدة زمنية محددة.

5. يمكن تحميل البائع بالمنزل المسؤولية المدنية الناتجة عن إضراره بالمستهلك بالمنزل، وهي تستوجب نسبة الخطأ إلى البائع، مع ضرورة إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر.

6. اعتبر المشرع الفرنسي الإخلال بقواعد البيع بالمنزل جنحة عاقب عليها بالحبس لمدة ثلاث سنوات استنادا إلى نص المادة L122-8 من قانون الاستهلاك، أما المشرع المغربي فقد حدد مدة الحبس من شهر إلى خمس سنوات.

7. ميّزت التشريعات السابقة بين عقوبة الغرامة كعقوبة أصلية المحددة للشخص الطبيعي، والغرامة المحددة للشخص المعنوي. كما يمكن الحكم على الشخص الطبيعي المخالف لقواعد البيع بالمنزل بالعقوبات التكميلية.

في ضوء النتائج السابقة للبحث، نرى أنه من المفيد تقديم الاقتراحات التالية:

1. استرشاد المشرع الجزائري بالقوانين المقارنة المنظمة لعقد البيع بالمنزل، وضرورة تعديله لقانون حماية المستهلك الذي تم تعديله عدة مرات إلا أنه لم ينظم هذا النوع من العقود، وإدراج أحكام خاصة بذلك.

2. لابد من التأكيد على كتابة عقد البيع بالمنزل حماية للمستهلك، وتحديد البيانات الضرورية لذلك، خاصة عند رغبة هذا الأخير في الرجوع عن العقد أو استبدال السلعة أو ردها واسترجاع المبالغ المدفوعة.

3. تحميل البائع بالمنزل المسؤولية المدنية في حالة وقوع ضرر للمستهلك نتيجة استخدامه للسلعة أو المنتج المعيب، وفرض عقوبات جزائية في حالة الإخلال بقواعد البيع بالمنزل.

قائمة المراجع:

أولاً: باللغة العربية

I- الكتب:

- السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد - دراسة مقارنة، منشأة المعارف، القاهرة، ب.س.ن.

- علاق بشير عباس، أساسيات وتطبيقات الترويج الإلكتروني والتقليدي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، القاهرة، 2007، الطبعة الأولى، ص 311.

- محمد عبيدات إبراهيم، هاني الضمور شفيق حداد، إدارة المبيعات والبيع الشخصي، دار الموسوعة للنشر والتوزيع، الإمارات العربية السعودية، 2016، ب.ط.

- محمد عبيدات إبراهيم، مبادئ التسويق، مدخل سلوكي، دار المستقبل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 2، 1999.

II- المقالات:

- عبد العزيز حضري، "الآليات القانونية لتدعيم رضا المستهلك في التشريع المغربي"، مقال متوفر على الموقع www.maroclaw.com، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020-10-15.

- جيران حسناء، "حماية المستهلك في العقود المبرمة خارج المحالات التجارية"، مقال متوفرة على الموقع www.droitentreprise.com، تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020-10-8.

- صاري نوال، "المساس بالمنافسة سبب جديد لبطلان العقد"، مجلة دراسات قانونية، العدد 6، 2009، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان.

III- الرسائل والمذكرات الجامعية:

- خليل وليد، دور التسويق المباشر في تحقيق ولاء الزبون - دراسة حالة مؤسسة موبيليس-، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2016-2017.

-سعيد واردة، دور المزيج التسويقي الدولي في تحسين الداء التصديري للمؤسسة الاقتصادية (دراسة حالة مؤسسات الصناعات الغذائية المصدرة بالجزائر)، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر – بسكرة، 2017-2018.

- هيثم محمد عادل محمد القرش، البيع بالمنزل، أطروحة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة عين الشمس، مصر، 2018.

VI النصوص القانونية:

- الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني، ج.ر. عدد 78 صادرة بتاريخ 30 أكتوبر 1975 المعدل والمتمم.

- القانون رقم 09-03، المؤرخ في 25 فيفري 2009، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، جريدة رسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15، صادرة بتاريخ 8 مارس 2009، المعدل والمتمم.

- مرسوم لقانون رقم 9 لسنة 1969، المؤرخ في 15-05-1969، بشأن الباعة المتجولين، الجريدة الرسمية لدولة قطر العدد 04، ص 823، الملغى.

- القانون رقم (5) لسنة 2015، المؤرخ في 14-04-2015، بشأن المحال التجارية والصناعية والعامة المماثلة والباعة المتجولين، الجريدة الرسمية لدولة قطر العدد 09، المؤرخة في 03-05-2015، ص 3، المعدل والمتمم.

- القانون رقم 31-08 القاضي بتحديد تدابير لحماية المستهلك، جريدة رسمية للمملكة المغربية، عدد 5932 صادرة بتاريخ 7 ابريل 2011.

- التوجه الأوروبي المتعلق بحقوق المستهلك الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 2011.

ثانيا- باللغة الفرنسية:

I-Ouvrages :

1. MARIE André, Démarchage à domicile ou les contrats hors .Paris, 2016 établissement,

II- Les site internets :

1. www.legifrance.gouv.fr

Consumer protection from door to door sales Comparative study

Abstract:

Door to door sales technique has imposed itself as a new means of sale and distribution, given that it has many peculiarities, especially the possibility of obtaining the good or service Effortlessly or difficulty of moving and searching. But on the other hand, surprising the consumer at home or at work without being ready, makes him buy the product without sufficient thinking, because he may rush to make his decision under the pressure and insistence of the seller, and this affects the principle of consent and the theory of sufficient knowledge of the thing sold, which necessitates the protection of the buyer.

The importance of this issue lies in the devoid of provisions in Algerian legislation related to door to door sales despite their prevalence in practice.

In contrast to the much legislation that regulated it according to special texts, including the French and Moroccan legislation. Therefore, this research came to discuss this type of sale by clarifying its concept, the rules that regulate it, and the penalty for violating them.

Keywords: Door to door sales, consumer protection, consent, the right to retraction, the penalty.