

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة -
كلية الحقوق

الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص

تخصص: عقود ومسؤولية

إشراف الأستاذ الدكتور:

بوعناقة السعيد

إعدادا الطالبة :

لرقت فريدة

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة الأصلية	الرتبة	اسم ولقب
رئيسا	جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. زعموش محمد
مقررا ومشرفا	جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. بوعناقة السعيد
عضوا	جامعة الإخوة منتوري - قسنطينة	أستاذة محاضرة أ	د. لعباني وفاء

السنة الجامعية 2017/2016

الإهداء

إلى من رعاني بحبه وحنانه وعطفه وتعب معي في مشواري الدراسي
"أبي".

إلى نبع الحنان والطمأنينة ومنبع ابتساماتي إلى "أمي".

إلى أخي العزيز محمد وزوجته لبنى وأبناءه شهاب، وائل، جمانة والمدللة
ميّار.

إلى أختي الغالية سعيدة وزوجها مختار وأبنائها فادي، هيثم، محمد وسيم،
رائد.

إلى أخي الغالي والمميز رمزي وزوجته فاتن متمنية لهما حياة زوجية سعيدة.

إلى أختي وصديقتي صليحة وزوجها طارق والمدلل محمد إياد.

إلى أخي العزيز إبراهيم وزوجته زينب متمنية لهما حياة زوجية سعيدة.

إلى أخي الغالي أحمد وفقه الله وسدد خطاه.

إلى جميع الزملاء والأصدقاء.

إلى كل من أساعدني في حياتي.

أقدم لهم هذا العمل المتواضع.

لرقت فريدة

شكر وتقدير و عرفان بالجميل

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى إنجاز هذا العمل.

أتوجه بجزيل الشكر وخالص إمتناني إلى الأستاذ الفاضل الدكتور بو عناقبة السعيد لقبوله الإشراف على هذه المذكرة دون تردد.

كما أتقدم بخاص الشكر والامتنان إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا بمناقشة هذه المذكرة

الأستاذ الدكتور الفاضل زعموش محمد والدكتورة لعباني وفاء.

كما أشكر أسرة كلية الحقوق على كل المساعدات التي قدموها لي في إعداد رسالة الماجستير وأخص بالذكر عبد اللوش نسمة وبوخميس ليلى .

إلى صديقاتي وأحبائي : أسماء، أسيا ، صبرينة ، رتيبة .

كما أتقدم بجزيل الشكر والإمتنان للأستاذ بو عون زكرياء على كل ماقدمه لي في إعداد هذه المذكرة .

وأشكر كل من ساعد أو نصح أو قوم أو شجع من قريب أو بعيد وأسأل الله تعالى أن يجزيهم عني خير جزاء ويعنما جميعا بعنايته ويشملنا بفيض جوده وكرمه إنه سميع مجيب الدعاء

قائمة المختصرات

- ج رالجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
- د.ب.ندون بلد النشر
- دس ندون سنة النشر
- صصفحة
- ص صمن الصفحة إلى الصفحة
- ق إ ج قانون الإجراءات الجزائية
- ق عقانون العقوبات
- ق م ج القانون المدني الجزائري
- ق م فالقانون المدني الفرنسي

Principales abréviations

Bull civ..... Bulletin des arrêts de la cour de cassation (chambres civiles

Bull crim .. Bulletin des arrêts des chambres criminelles de la cour de cassation

C Acour d'appel

Cass civarret de la chambre civil de la cour de cassation

Cass crim Arret de la criminelle de la cour de cassation

Ch.....chambre

Chron.....chronique

D.....Recueil Dalloz

DC.....Recueil critique Dalloz

Caz.....cazette du palais

I Rinformation rapides

L.G.P.JLibrairie générale de droit et de juris prudence

N°..... numéro

Op.cit.....ouvrage précite

Ppage

Reqrecueil

المقدمة

إذا كان المستهلك في حاجة إلى الحماية منذ القدم ، فإن حاجته إليها في الوقت الحديث تعاضمت وأصبحت أكثر إلحاحا نتيجة للتطور الهائل الذي يشهده العالم المعاصر في مجال الابتكار والإختراع ، حيث تطورت أساليب الإنتاج وتتنوع طرق التوزيع مما أدى إلى إزدحام الأسواق بأشكال مختلفة من المنتجات التي لم تكن معهودة من ذي قبل، وتطورت السلع من سلع إستهلاكية بسيطة إلى سلع معقدة في تركيبها الفنية والتي تحتاج إلى خبرة في كيفية إستعمالها والإستفادة منها ، ولم يقف العلم عند هذا الحد بل لازال يقدم كل يوم العديد من الإبتكارات ومع كل مايققه هذا التطور من فوائد بالنسبة لجمهور المستهلكين من تحقيق للرفاهية وسهولة الحياة ، إلا أنه من ناحية أخرى يشكل خطورة على صحة وأمن المستهلك .

ونظرا لتدفق الهائل للمنتجات أدى إلى عجز المستهلك بالإلمام بخصائصها وكيفية إستعمالها ، ومن تم التبصر بحقيقة مايقدم على شرائه إضافة إلى عدم قدرته على مواكبة المعلومات والبيانات المتدفقة على السلع والخدمات خاصة في ظل الإنعدام المعرفي المسبق مما أدى إلى خلق عدم التوازن المعرفي بين طرفي العلاقة الإستهلاكية.

فوجد المهنيون أنفسهم في مركز قوة إتجاه المستهلكين ، بإعتبار أن المهني رجل محترف لديه كل المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة المراد عرضها أمام جمهور المستهلكين بغية بيعها ، وفي المقابل يجد المستهلك نفسه في مركز ضعف بحكم الواقع والحاجة التي أحالته لهذه الهيئة ، بالرغم من أنه المحرك الأساسي في أي منظومة وذلك نظرا للدارية الكبيرة التي يتمتع بها المهني ، مما يمكن هذا الأخير من التحايل عليه أثناء العرض أو التعاقد بإخفاء المعلومات الهامة واللازمة التي تمكنه من الوقوف على حقيقة السلعة أو الخدمة .

وقد حدا ببعض الفقه إلى القول بأن الإدعان قد إتخذ شكلا جديدا إختلف به عن صورته التقليدية ، تمثل ذلك في خضوع الطرف قليل الخبرة والدراية لهيمنة الطرف الآخر ذو المعرفة الواسعة ، فيقبل على إبرام العقد وهو جاهل إلى حد كبير بالجوانب الهامة المتصلة به والتي لو علم بها لما أقدم على التعاقد .

وقد أضحت حماية المستهلك بؤرة إهتمام مختلف التشريعات نظرا لتزايد حجم المخاطر التي تحيط بالمستهلك بسبب عدم توفر المعلومات لديه عن السلعة أو الخدمة التي يريد التعاقد بشأنها، وتقتضي العدالة العقدية أن يقوم المحترف بإعلام المستهلك وإخباره عن خصائص المنتجات ومايحيط بها من مخاطر خاصة وأنه يملك كل الإمكانيات للوفاء بهذا الإلتزام .

وقد نادى الفقه والقضاء بضرورة تقرير إلتزام على عاتق المحترف بأن يدلي قبل إبرام العقد بكافة أنواع البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد والتي من شأنها أن تساهم في إيجاد رضا حر كامل وسليم ومتنور بكافة تفاصيل هذا العقد ، ليس هذا في مرحلة إنعقاد العقد فقط إنما في مرحلة تنفيذه أيضا طبقا لما إشتمل عليه وبطريقة تتفق مع حسن النية وقواعد العرف والعدالة وهذا ما يطلق عليه "الإلتزام بالإعلام".

وقد كان الميلاد الحقيقي لحماية المستهلك في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1962، بعد الخطاب الذي ألقاه الرئيس الأمريكي "جون كنيدي" أمام مجلس الشيوخ بتاريخ 15 مارس 1962 حيث صرح قائلا " إن كلمة مستهلك تشمنا كنا ولذلك فهي تشكل أكبر مجموعة إقتصادية تؤثر وتتأثر بكل القرارات الإقتصادية العامة والخاصة وبالرغم من هذا الثقل الكبير للمستهلك إلا أن صوته لازال غير مسموع " ، وإعترف للمستهلك بأربعة حقوق أساسية وهي : الحق في الأمن ، الحق في السلامة ، الحق في الإعلام ، الحق في الإختيار.

ولقد أصدر المشرع الفرنسي أول تقنين يتمثل في مدونة المستهلك لسنة 1993 التي جمعت كل القواعد الخاصة بحماية المستهلك المتفرقة في عدة قوانين¹.

أما الجزائر فقد كانت تهتم بالجانب الكمي للإنتاج من أجل تأمين الإحتياجات المتزايدة للسكان وتحسين الدخل الفردي ، وكانت جودة المنتجات تحتل الدرجة الثانية في إنشغالاتها، مما أدى إلى إفلات بعض هذه المنتجات من الرقابة لتطرح في السوق وهي مشوبة بالعديد من العيوب التي تسبب للمستهلك أخطار جمة .

ولكن سرعان ما واكبت الجزائر التطور التشريعي الحاصل في فرنسا ، فإنتهجت سياسية إقتصاد السوق مع نهاية ثمانيات القرن الماضي ، وذلك بعد أن كانت السياسة الإقتصادية المنتهجة قائمة على الإحتكار الكلي للدولة في المجال الإقتصادي ، مع إرتقاء الإصلاحات الإقتصادية لبلادنا والمتميزة بفتح السوق وتحرير الأنشطة الإقتصادية ، وتكريس المنافسة الحرة ، فأصبح تأهيل وسائل ضبط ومراقبة السوق موضع إهتمام وعناية الدولة ويمثل إحدى إنشغالاتها الأساسية ، لذلك فقد أصدر المشرع الجزائري تشريعا خاصا بحماية المستهلك بموجب القانون رقم 02/89 المؤرخ في 7 فبراير 1989 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وقد كرس هذا القانون حق المستهلك في الإعلام ولكن بصورة ضمنية .

وقد تم إلغاؤه بموجب القانون رقم 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي نص على الإلتزام بالإعلام وأفرد له فصل خاص تحت عنوان "الإلزامية إعلام المستهلك " ، ثم أصدر المشرع الجزائري تجسيدها للقانون المذكور أعلاه جملة من النصوص التشريعية بموجبها نظم هذا الإلتزام .

كما كرس الحق في الإعلام بالقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ولم يكتف المشرع الجزائري بالنص عليها في القوانين التي تم ذكرها

¹ Loi n° 93 -949 du 26/ 07/ 93 relative au code de la consommation, Journal Officiel n°171 du 27/ 07/ 1993 voir sur: [www. Legifrance. gov. fr](http://www.Legifrance. gov. fr).

بل في قوانين أخرى والتي لها علاقة غير مباشرة بحماية المستهلك ، وجملة هذه النصوص القانونية التي تعتبر الإطار التشريعي لحق المستهلك في الإعلام ، ومن خلال هذه النصوص التشريعية أقر المشرع الجزائري للمستهلك حماية عن طريق جملة من الآليات القانونية التي رصدت لحماية حق المستهلك في الإعلام سواء على مستوى الإدارات المكلفة ، أو على مستوى الهيئات القضائية المختصة والتي تعتبر كحماية تطبيقية لحق المستهلك في الإعلام .

ويعتبر موضوع الإلتزام بالإعلام من الموضوعات الحديثة ومحل إهتمام من طرف الهيئات الدولية والوطنية مما تبرز الحاجة للبحث فيه نظرا لما له من أهمية ، وبالتالي فالإشكال الذي يطرح هو:

مدى مساهمة الإلتزام بالإعلام في مجابهة التكافؤ المعرفي المفقود بين طرفي عقد الإستهلاك؟ ومدى نجاعة الآليات القانونية التي أقرها المشرع الجزائري لحماية المستهلك .؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة إرتأينا أن نتعرض إلى ذاتية الإلتزام بالإعلام (الفصل الأول) ، ثم الجزء المترتب على الإخلال به (الفصل الثاني).

وقد إتبعنا المنهج الوصفي الذي يعتمد على الحقائق والمعلومات والعمل على إستخلاص أهم القواعد والأحكام للإحاطة بكل جوانب الموضوع ، كما إستعملنا المنهج التحليلي لتحليل مختلف النصوص القانونية التي سنت في هذا المجال بهدف توضيح الفكرة وإزالة الغموض .

الفصل الأول

ذاتية الإلتزام بالإعلام

الفصل الأول

ذاتية الإلتزام بالإعلام

في ضوء التقدم العلمي والتكنولوجي الذي يشهده العالم اليوم وما صاحبه من تطور المعارف التكنولوجية في مجال السلع والخدمات وإنتاجها التي يستخدمها المستهلك في تلبية إحتياجاته الضرورية وتحقيق رفاهيته، فإن أهم ما يطمح له المستهلك هو التتوير المعلوماتي ، أي إمداده بالمعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة التي يرمي الحصول عليها والإنتفاع بها ، فالمستهلك يفتقر إلى المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات مما يجعله ضعيفا من الناحية المعرفية في مواجهة المحترف الذي يملك كل مقومات العلم الكافي بالمعلومات الجوهرية والضرورية المتصلة بالعقد المزمع إبرامه ، ومن أجل تحقيق التوازن العقدي بين الطرفين من حيث مستوى العلم والدراية بشأن السلع والخدمات التي يتم التعاقد بشأنها، فقد فرض القضاء الفرنسي الإلتزام بالإعلام .

والإلتزام بالإعلام من الإلتزامات الحديثة النشأة التي إرتبطت بالتطور التقني في إنتاج السلع والخدمات وتصنيعها، وقد تطور هذا الإلتزام تطورا كبيرا بحيث أصبحت له ذاتيته المميزة التي تميزه عن غيره من الإلتزامات .

والإعتراف بوجود إلتزام بالإعلام يقتضي منا التطرق إلى البحث عن ماهيته (المبحث الأول)، للوصول إلى نطاقه ووسائل تنفيذه (المبحث الثاني).

المبحث الأول

ماهية الإلتزام بالإعلام

يعتبر الإلتزام بالإعلام من أهم الإلتزامات الملقاة على عاتق المتدخل ، حيث يضمن هذا الإلتزام للمستهلك الحق في الحصول على معلومات صادقة وحقيقية حول العقد المراد إبرامه، وقد أقر هذا الإلتزام بموجب النصوص القانونية التي نصت صراحة عليه.

ولدراسة الإلتزام بالإعلام ينبغي التطرق إلى مفهومه وتبيان شروطه (المطلب الأول)، كما أن التسليم بمدى نجاعة هذا الإلتزام يقتضي منا التطرق إلى الأساس الذي يبني عليه وتحديد طبيعته القانونية (المطلب الثاني).

المطلب الأول

مفهوم الإلتزام بالإعلام

يعتبر الإلتزام بالإعلام-كالإلتزام قائم بذاته - من أهم الوسائل الحديثة لحماية المستهلك ، والتي تهدف إلى ترسيخ الأخلاق داخل المجتمع ، من خلال إلزام المتدخل بالإدلاء بجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بالعملية التعاقدية للمستهلك، ولو على حساب مصالحه الخاصة، ولقد أكد المشرع الجزائري هذا الإلتزام في المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش¹ التي تنص على أنه: "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل

¹ القانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر، العدد 15 ، الصادرة بتاريخ 08/03/2009.

المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

لذا تقتضي الدراسة منا التطرق إلى تعريف الإلتزام بالإعلام ومبررات فرضه (الفرع الأول)، وتبيان شروط الواجب توافرها لنشوءه (الفرع الثاني).

الفرع الأول

تعريف الإلتزام بالإعلام ومبررات فرضه

لتعريف الإلتزام بالإعلام وجب علينا التطرق إلى تحديد معناه لغة وإصطلاحاً ، كما أن الإلتزام بالإعلام قد يتشابه مع غيره من المفاهيم المشابهة له مما قد يؤدي إلى خلق نوع من الإلتباس، لذا وجب التمييز بينه وبين باقي المصطلحات المشابهة له (الفقرة الأولى)، تم التطرق إلى المبررات المادية والقانونية التي دعت الضرورة لوجوده (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى : تعريف الإلتزام بالإعلام وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة له

لقد أدركت مختلف التشريعات أهمية الإلتزام بالإعلام بإعتباره أهم وسيلة لإعادة التوازن المعرفي بين طرفي العلاقة التعاقدية ، مما يقتضي تعريفه (أولاً)، كما أنه قد يقع لبس بينه وبين مختلف المفاهيم المشابهة له لذا وجب التمييز بينهم (ثانياً).

أولا : تعريف الإلتزام بالإعلام

إن من أبرز حقوق المستهلك التي يجب ضمانها حقه في الحصول على معلومات حقيقة وموضوعية حول المنتوجات التي يرغب في الحصول عليها ، ونظرا لما لهذا الإلتزام من أهمية وجب تعريفه لغة (1) وإصطلاحا (2).

1- تعريف الإلتزام بالإعلام لغة :

الإلتزام لغة : الإرتباط أو التعلق بالشيء من غير إنفكاك عنه ويعرف بأنه الإيجاب عن النفس ، وقولهم إلتزم حكم الله أي أوجب على نفسه الأخذ بأحكام الإسلام ، والإيجاب على النفس بالقيام بعمل أو الإقلاع عن العمل¹ .

والإعلام لغة : عبارة عن "بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا بشأن واقعة أو قضية ما"².

والإعلام بصفة عامة هو نشر الحقائق والمعلومات والإخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة بين الأفراد وتنمية الوعي السياسي، والإجتماعي³.

2- تعريف الإلتزام بالإعلام إصطلاحا:

لم يعرف المشرع الجزائري الإلتزام بالإعلام على غرار المشرع الفرنسي وترك المجال للفقهاء لوضع التعريف المناسب الذي يتلاءم مع تطور عقود الإستهلاك ووسائل إبرامها .

¹ محمد راوس قليعي وحامد صادق قيتي ، معجم لغة الفقهاء ، دار النفائس ، بيروت، 1985 ، ص 86.

² بوعبيد عباسي ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، الطبعة الأولى ، المطبعة والوراقة الوطنية ، المغرب، 2008، ص34.

³ الزقرد أحمد السعيد ، الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة،

الإسكندرية، 2007، ص31.

وتجدر الإشارة إلى أن الفقه يطلق على هذا الإلتزام عدة تسميات ،فالبعض يرى أنه إلتزام عام بالإعلام أو الإلتزام بالتبصير ، والبعض الآخر يرى أنه إلتزام بالإفشاء بالبيانات والمعلومات ، بينما يرى آخرون أنه إلتزام بالإخبار، ولكن رغم تعدد هذه التسميات إلا أنها تشير إلى المضمون نفسه¹.

وفيما يتعلق بتعريف هذا الإلتزام بغض النظر عن التسمية التي تطلق عليه ، فإن الفقه منقسم في هذا الشأن ، وإن كان ينطلق من أرضية مشتركة وهي أن هذا الإلتزام يمثل إلتزاما عاما في عقود الإستهلاك يتوافر بصفة أساسية في المرحلة السابقة على التعاقد بهدف تنوير إرادة المستهلك كما توجد في مرحلة إبرام وتنفيذ العقد أيضا².

وعرفه الدكتور نزيه محمد الصادق المهدي بأنه : " إلتزام سابق على التعاقد يتعلق بإلزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد البيانات اللازمة لإيجاد رضا سليم كامل متطور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد ، وذلك بسبب ظروف وإعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه أو طبيعة محله، أو أي إعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة أو يحتم عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر الذي يلتزم بناءا على جميع هذه الإعتبارات بالإلتزام بالإدلاء بالبيانات" ³.

ويعرفه الدكتور خالد جمال أحمد حسن بأنه: " إلتزام قانوني عام سابق على التعاقد، يلتزم فيه المدين، بإعلام الدائن إعلاما صحيحا وصادقا بكافة المعلومات

¹ Alkhasawneh Ala'eldin ,L'obligation d'information dans les contrats informatique ,thèse pour obtenir le grade de doctorat en droit privé , université de Remis champagne – Ardenne 2008,p5.

² أبو عمرو مصطفى أحمد ، موجز أحكام قانون حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت-لبنان ، 2011، ص 48.

³ نزيه محمد الصادق المهدي ،الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود (دراسة فقهية، قضائية مقارنة)، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1982، ص 15.

الجوهريّة المتصلة بالعقد المراد إبرامه ، والتي يعجز عن الإحاطة بها بوسائله الخاصة ليبيّن رضاه بالعقد"¹.

وعرفه الدكتور سهير منتصر بأنه: "تنبيه أو إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الضوء على واقعة ما أو عنصر من عناصر التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينة من أمره ، بحيث يتخذ القرار الذي يراه مناسباً في ضوء حاجته وهدفه من إبرام العقد"².

وما يلاحظ على التعاريف السابقة هو إقتصارها في تعريف الإلتزام بالإعلام على المرحلة السابقة وهو ما يطلق على تسميته "الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام" والغاية منه تزويد المستهلك بالمعلومات الضرورية التي تثير رضاه ، في حين أن الإلتزام بالإعلام يجب أن لا يقتصر على إلزام المتدخل بالإدلاء ببعض البيانات التي تثير رضاه المستهلك ، بل يجب أن يمتد إلى بيان كيفية إستعمالها ولفت إنتباه إلى المخاطر الناجمة عنها.

ويعرف جانب من الفقه الإلتزام بالإعلام بأنه: " إلتزام أحد الطرفين بتقديم كافة البيانات والمعلومات اللازمة لمساعدة الطرف الآخر على إبرام العقد أو تنفيذه بل تحذيره ولفت نظره إذا إستدعى الأمر ذلك"³.

ويعرف أيضاً على أنه: "الإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه أو عن الإستمرار في إستخدام السلعة الإستفاد

¹ خالد جمال أحمد حسن ، " الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، (د.س.ن) ، ص 82.

² منتصر سهير ، الإلتزام بالتبصير ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 41 ،، أنظر أيضاً أبو عمرو مصطفى أحمد ، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك ، دار الجامعة الجديدة ، الأزاريطة ، 2010 ، ص 34.

³ محمد المرسي زهرة ، الحماية المدنية للتجارة الالكترونية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2008 ، ص 172.

بالخدمة¹

وإستنادا على التعاريف السابقة يمكن تعريف الإلتزام بالإعلام بأنه إلتزام عام وجد لحماية الطرف الضعيف في عقود الإستهلاك فرضه المشرع على المتدخل الذي يحوز المعلومات المتعلقة بالمنتجات المزمع التعاقد عليها وجوب الإدلاء بها للمستهلك، وبيان كيفية إستعمالها والتحذير من كافة المخاطر المحتملة الناجمة عنها عند تنفيذ العقد.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن إستخلاص النتائج التالية:

- إن الإلتزام بالإعلام يجد أساسه في الإلتزام الأساسي في مرحلة تكوين العقد ألا وهو التعامل بحسن النية ، إذ أن هذا الأخير يفرض على كل طرف من طرفي التعاقد من اللحظة الأولى لبدء المرحلة ما قبل التعاقدية أن يتخذ موقفا إيجابيا إتجاه الطرف الأخر ، فيطلع على كافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه ، لاسيما في ظل عدم التعادل البين في المعلومات التي يحوزها الطرفان والذي أسفر عنه التعقيد الفني المتزايد في العقود الحديثة التي يتم إبرامها غالبا من شخص محترف وأخر غير محترف².

- أنه إلتزام يشمل جميع العقود وليس خاصا بعقد معين ، إلا أن التطبيق العملي أفرز أهمية وجوده في بعض العقود ، أكثر من بعضها ومثلها تلك التي محلها أشياء معقدة فنيا ، أو التي ينطوي إستعمالها على خطورة ما عملا على تحقيق الفائدة المرجوة منها، وحفاظا على أمن وسلامة المستهلكين³.

¹ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومة ، الجزائر ، 2009، ص139.

² عبد الجبار ناجي ، مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود ، رسالة ماجستير مقدمة كلية القانون ، جامعة بغداد ، سنة 1973 ، ص307.

³ نزيه محمد الصادق المهدي ، المرجع السابق ، ص 10.

- أنه إلتزام ذو طبيعة واقعية حيث أن النشأة القضائية لهذا الإلتزام تحمل في طياتها الأهداف المرجوة من تقريره ، وهي العمل على حماية العقود في المستقبل من مقومات الإنهيار ودواعي الإبطال ، وذلك في ضوء ما تكشف لهذا القضاء من عوامل باتت تهدد هذه العقود في سلامتها وإستقرارها ، وهو ما يعكس الدور الوقائي لهذا الإلتزام في مجال العقود، إذ أن أداء المدين للإلتزام بالإعلام قبل التعاقد يؤدي إلى تنوير رضا الطرف الآخر ، الأمر الذي يؤدي إلى تقادي الحكم ببطلان العقد¹، كما يهدف الإلتزام بالإعلام التعاقدية إلى نفي مسؤولية المتدخل عن المخاطر الناجمة عن سوء الإستعمال .

- أنه إلتزام مستقل كان الهدف من تقريره من قبل القضاء الفرنسي مواجهة إختلال التوازن القائم بين المنتج والمستهلك وهذا ما أكده الفقه في أن الإلتزام بالإعلام إلتزام مستقل يقع على عاتق شخص ينوي التعاقد(المتدخل) مع غيره ، وهو يقوم على حماية الطرف الآخر(المستهلك)، وذلك لتحقيق التكافؤ بين الطرفين ، إعمالا لمقومات العدالة العقدية².

ثانيا: تمييز الإلتزام بالإعلام عن غيره من المفاهيم المشابهة له

قد يتشابه مصطلح الإلتزام بالإعلام مع غيره من المصطلحات المشابهة كالإلتزام بالإستعلام والإلتزام بتقديم إستشارات قانونية، والإلتزام بالتحذير ، مما يقتضي التمييز بين الإلتزام محل الدراسة والإلتزامات المذكورة .

¹ عبد الباقي عمر محمد ، الحماية العقدية للمستهلك ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 2004، ص 197.

² دسوقي محمد إبراهيم ، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار إيهاب للنشر ، أسبوط ، 1985، ص 42.

1- الإلتزام بالإعلام والإلتزم بالإستعلام

يقصد بالإلتزام بالإستعلام من أجل الإعلام " إلتزام القصد منه أن يلتزم المدين - مهنيا كان أو غير مهني- بالتحري والبحث عما يجهله من معلومات يتعين عليه تقديمها إلى الدائن بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ".ومما يجدر بيانه، أن هذا الإلتزام يجد مجاله للتطبيق في عقود الإستهلاك عند إستلزام المعلومات الجوهرية الخاصة بمحل العقد أو عندما يكون المدين بالإلتزام بالإعلام هو الطرف الأقوى أي المهني أو المحترف .

ومفاد ذلك أن جهل المدين بالمعلومات أو البيانات لايعفيه بالضرورة من الإلتزام بالإعلام ، وبيان ذلك أن على المهني أو المدين بهذا الإلتزام أن يعلم بالبيانات المتعلقة بمحل العقد أو يستعلم عنها كلما كان ذلك ممكنا، وذلك حتى يتسنى له تنوير إرادة الدائن .

ويقصد بالمعلومات أو البيانات التي يفترض علم المدين بها ، تلك التي تتسم بالجوهرية والتي يهتم المستهلك أو الدائن العلم بها وفهمها والإستفادة منها¹،وعلى ذلك فإن المدين يلتزم بأن يعلم أو يستعلم عن البيانات الثانوية أو الفنية الدقيقة والمعقدة إذ يصعب على الدائن إستيعابها والإستفادة من العلم بها سواء في قرار التعاقد أو في مرحلة تنفيذ العقد.

وبعبارة أخرى فإن الحماية المتكاملة للمستهلك أسفرت عن نشوء إلتزام جديد على عاتق المهني وهذا الإلتزام بالإستعلام من أجل الإعلام ، مضمون هذا الإلتزام حرص المدين على البحث عن المعلومات والبيانات محل العقد بغية تنوير إرادة المستهلك أو الدائن ، ولاشك أن هذا الإلتزام يتميز عن واجب الإستعلام الذي يفرض على كل

¹ خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق ، ص ص282-283.

طرف أن يبحث بنفسه عن المعلومات والبيانات التي يبني عليها قراره بشأن الإقدام على التعاقد أو قبول بنود العقد¹.

2- الإلتزام بالإعلام والإلتزام بتقديم الإستشارات الفنية :

يعرف الفقه الإلتزام التعاقدي بتقديم الإستشارة الفنية بأنه: "تعهد متعلق بتنفيذ عقد معين نشأ صحيحاً بين طرفيه ، يلتزم فيه أحدهما بتقديم معلومات وبيانات معينة في مجال قانوني ، أو فني متخصص مقابل أجر وهو لا ينشأ إلا في مرحلة تالية لإبرام العقد"².

قد يثور الخلط بين أحكام الإلتزام بالإعلام ونخص هنا الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام والإلتزام بتقديم الإستشارة الفنية ، وذلك لأن كل منهما يسعى إلى تقديم معلومات وبيانات معينة في سبيل مساعدة الدائن على إتخاذ قرار معين³، إلا أنه في الحقيقة يوجد العديد من أوجه الإختلاف الجوهرية، نوجزها فيما يلي :

أ- من حيث المدين بالإلتزام بالإعلام:

يقع الإلتزام بالإعلام عادة على عاتق المهني أو المحترف وإن كان يقع في بعض الأحيان على عاتق المستهلك ذاته نظراً لطبيعة العقد وما يلزم من بيانات ومعلومات ، وبعبارة أخرى فإن شخصية المدين بالإلتزام بالإعلام قد لا تكون محل إعتبار في التعاقد بذات القدر الذي يكون في حالة عقد المشورة أو بتقديم النصيحة أو المساعدة الفنية، فالمدين في هذه الإلتزامات دائماً يكون مهنياً أو ذا خبرة في مجال ما كالطب أو الهندسة أو القانون، وعلى ذلك فإن الخبرة المهنية أو المعرفة الفنية تمثل

¹ أبو عمرو مصطفى ، موجز أحكام قانون الإستهلاك ، المرجع السابق ، ص ص 66-69.

² أبو عمرو مصطفى ، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك ، المرجع السابق، ص 44.

³ البراوي حسين حسين ، عقد تقديم المشورة (دراسة قانونية لعقد تقديم الإستشارة الفنية)، دار النهضة العربية ،

القاهرة ، 1998، ص 34.

الدافع للتعاقد في مجال هذه العقود، وخلافاً لذلك فإن معيار تحديد المدين بالإلتزام بالإعلام يتمثل فيما يحوزه من بيانات أو معلومات ضرورية للتعاقد وأن الطرف الآخر لا يمكنه الوصول إليها بوسائله الخاصة¹.

ب- من حيث الطبيعة والمصدر:

يعتبر الإلتزام بالإعلام إلتزاماً عام سابق على التعاقد ، يجد مجاله في المرحلة قبل التعاقدية ويستمد وجوده من مبادئ القانون وأحكامه ، لذلك فهو إلتزام غير عقدي ، كما أنه ليس بمقابل، بينما الإلتزام التعاقدي بتقديم المشورة أو النصيحة أو المساعدة الفنية عبارة عن تعهد متعلق بتنفيذ عقد معين ، نشأ صحيحاً بين طرفيه يلتزم فيه أحدهما بتقديم معلومات وبيانات معينة في مجال قانوني أو في تخصص ما مقابل أجر وهو لا ينشأ إلا في المرحلة اللاحقة لإبرام العقد وبالتالي فهو إلتزام عقدي يكون تنفيذ المحل إلتزام أصلي في العقد².

ب- من حيث المحل والهدف :

يتمثل محل الإلتزام بالإعلام في قيام المدين بإخطار الدائن بكافة البيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه وتفصيلاته ، والتي من شأنها التأثير على رضائه بينما يتمثل محل الإلتزام التعاقدي بتقديم المشورة أو النصيحة أو المساعدة الفنية في تقديم معلومات محددة في العقد ولأجل عملية معينة يحددها المتعاقدان سلفاً في مجالات متخصصة ، منها على سبيل المثال مجالات نقل التكنولوجيا ، مجالات الهندسة المعمارية وأعمال البنوك³.

¹ أبو عمرو مصطفى ، موجز أحكام قانون حماية المستهلك، المرجع السابق ، ص63.

² سعيد عبد السلام ، الإلتزام بالإفصاح في العقود، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2000 ، ص45.

³ Savatier , Les contrats de conseils professionnels en droit privé, Dalloz 1972, Chron 23, p137.

مشار إليه حسن عبد الباسط جميعي ، حماية المستهلك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1996 ، ص15.

-أما من حيث الهدف فإن الهدف من تقرير الإلتزام بالإعلام هو إحاطة المقبل على التعاقد بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد المزمع إبرامه ، عملا على إيجاد رضا حر سليم منتج لإرادة خالية من العيوب ، بينما في الإلتزام التعاقدى بتقديم المشورة أو النصيحة أو المساعدة الهدف منه هو توجيه الدائن ومعاونته في إتخاذ قرار نهائي بصدد مسألة موضوع الإستشارة¹.

3- الإلتزام بالإعلام والالتزام بالتحذير

ترتب على تعقد إنتاج السلع والخدمات وخطورة التعامل معها نشوء الإلتزام بالتحذير الذي يقع على عاتق المنتج أو الموزع ، ويعرف الإلتزام بالتحذير بأنه "إلتزام تبعي يقع على عاتق أحد الطرفين بأن يحذر الطرف الآخر أو يثير إنتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة ، بأن يحيطه علما بما يكتنف هذا العقد ، أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية"².

فلا يكفي أن يقوم البائع بإخبار المستهلك بطريقة الإستعمال التي تكفل الإنتفاع بالمبيع على أكمل وجه ، أو بوجوب تقديم ضمانات كافية ، وإنما يتعين بالإضافة إلى هذا أن يحذر المستهلك من المخاطر التي يمكن أن تنجم عن إستعمال الشيء أو حيازته ، أو عن تأخيره في الوفاء بالإلتزامه ، وأن يبين له بكل دقة جميع الإحتياجات اللازمة لتفادي تلك المخاطر ، ولهذا يضع أنصار التقسيم التقليدي للإلتزام بالتحذير في منطقة وسطى بين الإلتزام بالإعلام وبين الإلتزام بالمشورة ، فهو إلتزام أقوى من الإعلام ولكنه لا يصل لدرجة المشورة³.

¹ نزيه محمد الصادق المهدي ، المرجع السابق ، ص 9.

² أبو عمرو مصطفى أحمد ، موجز أحكام قانون الإستهلاك ، المرجع السابق ، ص 57.

³ العروصي محمد ، الإلتزام بالإعلام خلال مرحلة تكوين عقد البيع ، الطبعة الثانية ، مطبعة وراقعة سجلماسة ، (د.ب.ن)، 2012، ص 52.

ويهدف هذا الإلتزام إلى حماية المستهلك أو وقايته من المخاطر التي يمكن أن تلحقه بسبب إستعمال أو حيازة بعض المنتجات أو الإنتفاع ببعض الخدمات¹، ومفاد ذلك أن الإلتزام بالتحذير يتمثل في إعلام المستهلك بمصادر خطورة المنتجات وكيفية التعامل معها إستعمالاً وحفظاً، وذلك على النحو الذي يقيه من المخاطر التي يمكن أن تنجم عنها في حال عدم إتباع التحذيرات اللازمة ، والواقع أن المنتج والموزع لم يجدا في هذا الإلتزام عبئاً بقدر ما وجدوا فيه وسيلة لبث الطمأنينة والثقة في نفس المستهلك بما يؤدي لضمان الإقبال على ما يعرضونه من سلع وخدمات².

ولاشك أنه رغم الإرتباط الوثيق والتشابه الواضح بين الإلتزام بالإعلام ونظيره الإلتزام بالتحذير فإنهما يضلان متميزان ، وتتجلى أوجه التمييز بينهما من خلال توقيت تنفيذ هذا الإلتزام ونطاق وغاياه كل منهما ، وسنتطرق إلى أوجه التشابه (أ)، ثم أوجه الإختلاف (ب).

أ- **أوجه التشابه:** يتفق كلا الإلتزامين من حيث المحل ، وهو واجب القيام بالإدلاء للمستهلك بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالصفة الخطرة في الشيء محل التعاقد، سواء تعلق هذا الإدلاء بخصائصه أو بكيفية إستعماله .ويهدف هذا الإلتزام لضمان الإستخدام الآمن للمنتجات سواء من حيث إستعمالها أو حفظها أو التخلص من بقاياها بطريقة تجنب الدائن بالإلتزام بالتحذير مخاطر تلك المنتجات³.

ب- **أوجه الاختلاف بين الإلتزامين :** يتميز الإلتزام بالإعلام عن نظيره بالتحذير من جوانب عدة أهمها توقيت وأساس ونطاق كلا منهما وهو ما سنتعرض إليه فيما يلي :

¹ عبد العال ربيع ميرفت ، الإلتزام بالتحذير في مجال عقد البيع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004 ، ص ص 15-16.

² أبو عمرو مصطفى أحمد ، موجز أحكام قانون الإستهلاك ، المرجع السابق، ص 58.

³ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 221.

ج- من حيث وقت تنفيذ الإلتزام: لقد أجمع الفقه ووافقه القضاء على أن الوفاء بالإلتزام بالإعلام يكون خلال المرحلة قبل التعاقدية ، بينما نلاحظ ثمة إختلاف في الرأي حول الوقت المعتمد في القيام بالتحذير ، فذهب إتجاه إلى أنه إلتزام سابق على التعاقد شأنه شأن الإلتزام بالإعلام والذي يعد صورة من صوره تأسيساً على أن الإحاطة بهذه المعلومات من شأنها التأثير في رضا الطرف الآخر في العقد المزمع إبرامه ، والتي يتحدد بمقتضاها مدى إقباله على التعاقد ، إلا أن غايتها التعاون على تنفيذ العقد وتمكين المستهلك من الإنتفاع بالشيء محل التعاقد على أكمل وجه¹.

بينما يذهب رأي آخر إلى أن الإلتزام بالتحذير هو إلتزام عقدي لأنه تابع ومكمل للإلتزام الأصلي ، حيث يقتصر الإدلاء فيه على نوع محدد من المعلومات ، وهي التي تكشف هذا العقد وما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية².

- من حيث النطاق: لاشك في أن نطاق البيانات والمعلومات في حالة الإلتزام بالإعلام أوسع مدى منه فيما يخص الإلتزام بالتحذير ، حيث يستع ليشمل كل ما من شأنه التأثير على رضا الدائن وهو بصدد إبرام العقد، بينما يتحدد نطاق الإلتزام بالتحذير في الإدلاء بالمعلومات والبيانات التي تتناول الصفة الخطرة في الشيء محل التعاقد ، سواء تعلق بحيازته أو إستعماله³.

- من حيث الأساس القانوني: يختلف الإلتزام بالتحذير عن الإلتزام بالإعلام من حيث الأساس القانوني لكل منهما ، فإذا كان الفقه منقسم بشأن أساس الإلتزام الثاني

¹ شكري سرور محمد ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1983 ، ص 29.

² سعيد عبد السلام ، المرجع السابق ، ص 60.

³ علي سيد حسن ، الإلتزام بالسلامة في عقد البيع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 86.

(الإلتزام بالإعلام) بين من يرى أن أساس ذلك يكمن في مبدأ حسن النية¹، ومن يعتقد أن الأساس الدقيق لهذا الإلتزام يتمثل في الأساس المشترك والذي يجمع بين الإعتبارات القانونية والإقتصادية والإجتماعية والأخلاقية².

في حين يجد الإلتزام بالتحذير أساسه في فكرة الإلتزام بضمان السلامة وذلك في ضوء أن الهدف المنشود من تقريره هو حماية المستهلكين من أضرار المنتجات الخطرة³.

الفقرة الثانية: مبررات فرض الإلتزام بالإعلام

إن مبررات نشوء أي إلتزام جديد في ظل أي نظام قانوني، إنما يجب أن يستند إلى واقع عملي يكون قد شهد تفاعلا بين النصوص القانونية المعمول بها في مجال معين، وبين معاملات الأفراد الدائرة في هذا المجال بصورة أسفرت عن وجود ملامح لقصور تطبيقها إلى حد ينبغي معه القيام لمعالجة⁴. وبناء على ذلك يمكن تقسيم هذه المبررات إلى نوعين هما: المبررات المادية (أولا)، والمبررات القانونية (ثانيا).

أولا: المبررات المادية

لقد أدى التطور العلمي والتقدم التكنولوجي إلى إختراع العديد من الآلات والأجهزة التي ساعدت على وجود كم هائل من السلع والخدمات المعقدة فنيا فأصبح المستهلك في مواجهة العديد من المنتجات ذات التقنية العالية والحديثة، مما أدى ذلك بالنتيجة إلى وجود تزايد في درجة التفاوت في المعرفة بشكل ملحوظ بين منتجي هذه السلع

¹نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص ص58- 59.

²خاد جمال أحمد حسن، المرجع السابق، ص ص 340- 341.

³سعيد عبد السلام، المرجع السابق، ص 61.

⁴عبد الباقي عمر محمد، المرجع السابق، ص 191.

ومستهلكيها ، حتى أصبح في حكم المستحيل على أي متعاقد أن يدعي علمه بكافة التفاصيل والدقائق الفنية في مثل هذه العقود، لذا كان إهتمام القضاء بالبحث عن وسيلة يعيد بها هذا التوازن المفقود في العلم بين المتعاقدين ، خاصة في المرحلة قبل التعاقدية لأهمية ذلك في حماية المستهلك ، لدى إقباله على التعاقد¹ .

إن الاعتراف بهذا الإلتزام ضرورة عملية تقتضيها ظروف التعامل بين الأفراد وذلك للحد من إختلال التوازن في مستوى المعرفة بين الأفراد، فقد كان للتطور العلمي الذي أصاب الحياة أثر بليغ في إيجاد تفاوت كبيرة بين أطراف العملية التعاقدية في مستوى العلم والدراية بشأن مايتعاملون عليه من سلع ومنتجات يصعب على غير المتخصصين العلم بدقائقها وأسرارها والإحاطة بطرق إستعمالها وكيفية تجنب المخاطر الناجمة عنها² ، مما أدى إلى ظهور صورة مختلفة للإذعان مبنية على التفاوت في العلم بين الراغبين بالتعاقد بمشتملات العقد المزمع إبرامه، حيث ذهب رأي في الفقه المصري إلى القول : "إن الإذعان إتخذ صورة جديدة تتمثل في إذعان الطرف الضعيف من حيث الدراية والعلم للطرف الأخر صاحب الخبرة والمعرفة ، فيبرم معه العقد وهو على جهالة كاملة أو جزيئة بالجوانب الهامة المتصلة بالعقد والتي لو علم بها لكان له موقف مغاير إتجاه العقد، في ذات الوقت الذي يحوز فيه الطرف الأخر المعلومات التي يمكن أن تبصره بجوانب العقد"³ .

وقد سعى المشرع الجزائري إلى معالجة الإختلال الناشيء بين طرفي العقد من الناحية الإقتصادية عن طريق منح القاضي سلطة تعديل وإلغاء ماقد يرد في العقد من شروط تعسفية نظرا لأن الطرف الضعيف فيها معرض دائما لإستغلال الطرف القوي وقد نصت المادة 110 ق م ج على أنه : "إذا تم العقد بطريقة الإذعان ، وكان قد

¹ عبد الباقي عمر محمد المرجع السابق، ص 192.

² خالد جمال أحمد حسن ، المرجع السابق ، ص 128.

³ المرجع نفسه، ص 122.

تضمن شروطا تعسفية ، جاز للقاضي أن يعدل هذه الشروط أو أن يعفي الطرف المدعن منها ، وذلك وفقا لما تقضي به العدالة ويقع باطلا كل إتفاق على خلاف ذلك¹.

وقد أكد رأي في الفقه الفرنسي على ظهور هذه الصورة الجديدة للإدعان في محيط التعامل إذ جاء فيه : "إن العصر الحديث يكاد لايعرف الآن الطرف الضعيف أو المدعن من الناحية الإقتصادية بقدر مايعرفه الطرف الضعيف من حيث العلم والدراية لما سوف يقدم على التعامل عليه، ولهذا فقد سادت في هذا العصر الحديث ظاهرة إقبال الأفراد إلى التعاقد على أشياء ومواضيع هم على جهالة بها، وبما قد يتصل بها من معلومات هامة وضرورية في الوقت الذي يكتمها عنهم الطرف الآخر رغم علمه بحاجتهم إليها، ثم يذهب إلى نتيجة مؤداها إن عدم التكافؤ في المعلومات أكثر خطورة من عدم التكافؤ الإقتصادي وأن التكافؤ في العلم يؤدي إلى الحد من أهمية عدم التكافؤ الإقتصادي².

إن عدم التكافؤ المعرفي بين طرفي العقد يؤدي إلى عدم إستقرار المعاملات ، لذا كان من شأن فرض الإلتزام بالإعلام مواجهة هذا الإختلال وذلك بغية تحقيق العدالة العقدية من خلال إلزام الطرف الذي يحوز المعلومات الإدلاء بها للطرف الآخر، خاصة في حالة التي يتعذر فيها الحصول على المعلومات من غير الطرف الآخر.

¹ الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26/09/1975 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم بالقانون 10/05 المؤرخ في 2005/06/20 الصادر بالجريدة الرسمية عدد 44 الصادر بتاريخ 2005/06/26.

² علي حسين علي ، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ، مذكرة مقدمة إستكمال للحصول على درجة ماجستير، تخصص قانون تجاري ،جامعة البيروموك ، الأردن ، 2001 ، ص 40.

ثانيا :المبررات القانونية

لقد إجتهد الفقه والقضاء في البحث عن وسيلة قانونية جديدة بعد أن عجزت القواعد التقليدية والمتمثلة بنظرية عيوب الرضا في تحقيق الحماية الموضوعية للمستهلك خاصة في المرحلة قبل التعاقدية،حيث ذهب البعض إلى أن تقرير الإلتزام بالإعلام من شأنه أن يؤدي إلى معالجة بعض أوجه القصور التي تعتري نظرية عيوب الإرادة ، خاصة فيما يتعلق بإمكانية رجوع المتعاقد الدائن بهذه المعلومات بالتعويض على المتعاقد الآخر لدى إخلاله بالإلتزام بتقديم المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد المراد إبرامه ، وذلك وفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية¹.

لقد أصبح الإلتزام بالإعلام ضرورة أخلاقية لا بد من ترسيخها في التعامل بين الأفراد نظرا لما له من أثار مهمة ، فهو يؤدي إلى شيوع الأخلاق بين المتعاقدين وتخليهم عن الأنانية ، ولعل مايؤكد صدق ذلك السعي الدؤوب لفكرة إحلال العديد من الإلتزامات الأخلاقية في مجال التعامل وإقرارها والإعتراف بها كإلتزامات قانونية من جانب غالبية القوانين والتشريعات الحديثة في كثير من الدول للتوفيق بين المصالح المتعارضة².

وقد تنامي هذا الإلتزام في ظل أحكام القضاء الفرنسي ، قبل أن يتم تشريعه بنصوص صريحة ، خاصة تلك التي أقرت بمسؤولية المنتج أو البائع عن تعويض الأضرار الحادثة عن بيع السلع ذات الطبيعة الخطرة إستنادا إلى إخلالهما بالإلتزام بإعلام المستهلك عن المخاطر المتعلقة بالمنتج المسلم إليه وذلك في ضوء عدم كفاية الوسائل التقليدية لحماية الرضا في هذه الأحوال ، لما تتطلبه من شروط يصعب إثباتها في كثير من الحالات ومنها ماقضت به الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض

¹ خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق ، ص 134.

² منتصر سهير ، المرجع السابق ، ص 118.

الفرنسية من مسؤولية بائع لمنتج يستخدم في تطهير الأماكن التي تستخدم في تربية الطيور من الجراثيم عن الأضرار التي لحقت مربي هذه الطيور بسبب نشوب حريق في هذا المكان لعدم توضيحه للمشتري خطورة هذه المادة وقابليتها للإشتعال بالرغم من أن بطاقة بيانات هذه المادة التي وضعها الصانع لم تشر إلى قابلية هذه المادة للإشتعال¹.

وذلك ما قضت به أيضا محكمة النقض الفرنسية من مسؤولية شركة قامت ببيع منضدة طعام أوتوماتيكية لمطعم للخدمات الحرة عن إصابة طفل عمره ثلاث سنوات بسبب سقوط هذه المنضدة لعدم قيام هذه الشركة بلفت إنتباه المشتري إلى قابلية هذه المنضدة للسقوط وعدم كفاية نظام الأمان فيها حتى يبعدها عن تناول الأطفال بالرغم من علمها بتخصيص هذه المنضدة لمطعم يرتاده الكبار وصغار السن².

وفي الأخير يمكن القول أن أحكام هذا القضاء رأت في هذا الإلتزام الجديد وسيلة مناسبة لحماية رضا المتعاقد ، وذلك إعمالا لمبدأ الوقاية خير من العلاج الذي يعتبر الإلتزام بالإعلام خير تطبيق له .

الفرع الثاني

شروط الإلتزام بالإعلام.

إن عدم التكافؤ بالعلم بعناصر العقد المزمع إبرامه من أهم مبررات نشوء وقيام الإلتزام بالإعلام ، ولا يمكن القول بوجود مثل هذا الإلتزام دون وجود نص قانوني ، فلا توجد قاعدة عامة توجب على المتعاقد أن يبصر المتعاقد الآخر بكل ملابسات العقد وما يتصل به ، ولكن تتفاوت ظروف التعاقد ما بين الإلتزام بالإعلام وواجب الإستعلام، أي تكون المراكز والقوى العقدية غير متساوية ، ويتأتى ذلك عندما يكون أحد

¹ Cass civ. 1^{er}, ch 4 avril 1991. Bull .civ. I.1991, no 131, R .Tr .dr .com 1992.p220 .

² cass.civ.1^{er}ch civ.10 juin1980, Bull ,civ. I, n°179 ,p146.

المتعاقدين محترفاً أو مهنياً لديه المعلومات الكافية لإتمام العقد والطرف الآخر ضعيف وعديم الخبرة¹.

لذلك يشترط لقيام الإلتزام بالإعلام أن يكون أحد أطراف العقد المزمع إبرامه حائزاً لمعلومات جوهرية تتعلق بموضوع التعاقد ، ويكون الطرف الآخر جاهلاً لها جهلاً مشروعاً ولايستطيع الإستعلام عنها بوسائله الخاصة ،وعليه فإن الإلتزام يقوم على شرطين أساسيين هما :

علم المدين بالمعلومات والبيانات اللازمة لإبرام العقد وبمدى أهميتها بالنسبة للدائن (الفقرة الأولى) وجهل الدائن بهذه المعلومات (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى : علم المدين بالبيانات العقدية وبمدى أهميتها بالنسبة للدائن.

يشترط لنشوء الإلتزام بالإعلام أن يكون المدين (المتدخل) على علم بالبيانات العقدية (أولاً)، كما يشترط أيضاً أن يكون على علم بمدى أهميتها بالنسبة للدائن المستهلك (ثانياً).

أولاً: علم المدين بالبيانات العقدية

يشترط لإلزام المدين بإعلام دائنه بمعلومات معينة، ضرورة علم المدين بهذه المعلومات ومعرفته إياها ، كما ينبغي أن يكون على علم أيضاً بالأهمية التي تحتلها هذه المعلومات بالنسبة للدائن ، فمن غير المعقول أن نلزم أحد الراغبين في التعاقد بإعلام الطرف الآخر بمعلومات هو يجهلها بالأصل².

ولقد أكدت محكمة النقض الفرنسية على ضرورة توافر شرط العلم والمعرفة لدى المدين بالمعلومات كشرط لازم وضروري لوجود الإلتزام بالإعلام حيث أعلنت في

¹ سعيد عبد السلام ، المرجع السابق، ص 8.

² السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني ، ج 7، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1990، ص1254.

حكم لها: " إن الإلتزام بالإعلام الواجب على مختبرات أو معامل الأدوية فيما يتعلق بموانع الإستعمال والآثار الجانبية الخاصة بالأدوية لا يمكن أن يوجد إلا فيما يتعلق بما هو معروف فعلا لديها من هذه المعلومات لحظة دخول هذه الأدوية بالأسواق ، فمنذ هذا التاريخ تكون مختبرات ومعامل الأدوية مسؤولة عن الإخلال الواقع منها بخصوص أدائها لدورها الإعلامي عن هذه المعلومة¹.

وليس للمدين المتدخل أن يحتج بجهله للمعلومات لأن توافر صفة الإحتراف تعد قرينة يفترض معها الإلمام بالبيانات الجوهرية اللازمة لإبرام العقد ، وقد أكدت محكمة النقض الفرنسية هذا المبدأ عندما قضت في أحد الأحكام بأنه: "ليس لبائع القرמיד أن يدعي جهله وعدم معرفته بأن القراميد غير قادرة على تحمل الجليد ومقاومته، خاصة أن المشتري قد كشف له عن قصده في إستعمالها في الجبل الذي هو عرضة للجليد عادة"².

إن مقتضى تقرير الإلتزام بالإعلام أن يتم إلقاء واجب الإعلام على عاتق مقدم السلعة أو الخدمة بوصفه حائزا لها ، حيث تحقق له العديد من سبل العلم والمعرفة ما يؤدي إلى توافر قدر كبير من المعلومات والبيانات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه والتي ينبغي الإدلاء بها للطرف الأخر الذي يجهل مثل هذه المعلومات³.

ويقع على عاتق المدين إلتزام بالإستعلام من أجل الإعلام والذي يتضمن حرص المدين على البحث والتحري عما يجهله من بيانات حول العقد المراد إبرامه وذلك من

¹ CASS. CIV . Iera 8 avril 1986 :Bull .CIV -1-no 82 .

² المرسي حمود عبد العزيز ، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع ، (د.د.ن)،(د.ب.ن)، 2005، ص 103.

³ الأهواني حسام الدين ، عقد البيع في القانون الكويتي دراسة مقارنة ، (د.ب.ن)، 1989، ص 473.

أجل تقديمها للمستهلك ليكون على علم بها فيتخذ قراره عن رضا صحيح وإرادة مستتيرة¹.

ولاشك أن هذا الإلتزام يختلف عن واجب الإستعلام الذي يفرض على عاتق المستهلك ، لأن إستعلام المتدخل لا يكون بغرض إستفادته هو شخصيا من المعلومات المتحصل عليها وإنما من أجل الإفضاء بها إلى الطرف الأخر بهدف المساهمة في تبصيره وتتوير إرادته لدى الإقبال على التعاقد ، في حين يهدف المستهلك من إستعلامه إلى الإستفادة شخصيا من هذه المعلومات².

إن تقدير مدى جوهرية المعلومات التي ينبغي على المتدخل الإستعلام عنها هي من الأمور التي تخضع لتقدير قاضي الموضوع الذي يتعين عليه أن يمزج بين المعيار الموضوعي الذي يتمثل في ظروف التعاقد والمعيار الذاتي الذي يتمثل في مراعاة قصد المستهلك من الرغبة في التعاقد والذي عادة ما يكشف عنه للمتدخل أو تشير إليه الظروف والأحوال لحظة إبرام العقد³.

ثانيا: علم المدين بأهمية المعلومات بالنسبة للدائن

لايكف إلتزام المدين بالإعلام أن يكون على علم ودراية بالمعلومات المتعلقة بالعقد المراد إبرامه ، بل لابد أن يكون عالما أيضا بمدى أهمية هذه المعلومات بالنسبة لدائنه وبمدى تأثيرها في تكوين رضائه بالعقد، فلا يعقل إلتزام المدين بتقديم جميع المعلومات التي يملكها ويعلم بها عن موضوع التعاقد بغض النظر عن حاجة الدائن

¹سرحان عدنان ، إلتزام المحترف بتزويد المستهلك بالمعلومات (دراسة في القانونين الفرنسي والإماراتي)، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والإقتصادية ، العدد 2 ، كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، 2007، ص340 .

² أمانج رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد، الطبعة الأولى ،شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، لبنان 2010، ص ص201-202 .

³ Stéphane Piedelièvre ,Droit de la consommation Economico, paris ,p47.

لهذه المعلومات من عدمها ، لذلك فإن العدالة تقتضي أن يكون المدين عالماً بأهمية المعلومات التي يملكها بالنسبة لدائنه ومدى تأثيرها في تكوين رضائه ليتحدد بذلك نطاق المعلومات التي يلتزم المدين بالإفصاح عنها إلى دائنه ، ولانرهقه بتقديم كل ما يملكه من معلومات الأمر الذي يعد مجانباً للعدالة ، فنحمل المدين أكثر من طاقته وفي المقابل نعفي الدائن بالإلتزام بالإعلام من بذل الجهد المعقول في السعي والإستعلام عما يمكنه الحصول عليه من معلومات الأمر الذي يدفعه إلى التقاعس عن القيام بواجبه بالإستعلام¹.

ونتيجة لذلك فقد إستقر الفقه في كل من فرنسا ومصر على ضرورة علم المدين بأهمية المعلومات بالنسبة للدائن إلى جانب علمه بهذه المعلومات كشرط لازم من شروط إلتزامه بالإعلام إتجاه دائنه².

وتجدر الإشارة إلى أنه لا يكفي لقيام الإلتزام بالإعلام معرفة المدين (المتدخل) بالمعلومات التي من شأنها أن تؤثر على رضا الدائن (المستهلك) بالإعلام ومدى أهميتها بالنسبة له ، وإنما يشترط أن يكون هذا الأخير يجهل هذه المعلومات جهلاً مشروعاً.

الفقرة الثانية: جهل الدائن بالإلتزام بالإعلام بالمعلومات المتصلة بالعقد

إن الهدف من فرض الإلتزام بالإعلام علاج عدم التوازن في المراكز العقدية الناشئة عن الإختلال في مستوى العلم والدراية بين الراغبين في التعاقد بشأن المعلومات المتصلة بموضوع التعاقد ، ولذلك ينبغي لقيام هذا الإلتزام أن يملك أحدهما معلومات هامة تتعلق بموضوع التعاقد ويجهلها آخر ، أي يكون أحدهما على قدر

¹ خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق ، ص 290.

² GHESTIN Jacques: Traité de droit civil les obligations le contrat, N° 493 édition , 1980,

L.G.D.J, P 400.

من الخبرة والدراية بالمعلومات الجوهرية المتصلة بموضوع التعاقد ويكون الآخر في مستوى متدني من العلم والمعرفة بحيث يجهل هذه المعلومات ويعجز عن الإستعلام عنها ، وبالتالي إذا إنتفى هذا التفاوت في مستوى العلم وتوافرت لدى الطرفين معا وسائل المعرفة بالمعلومات المتصلة بالعقد فعندئذ تنتفي الحاجة ويزول المبرر لفرض مثل هذا الإلتزام بالإعلام¹.

وتجدر الإشارة إلى أن جهل الدائن بالإلتزام بالإعلام لا بد أن يكون جهلا مشروعاً والمشروعية تأتي من عدم قدرة الراغب في التعاقد على معرفة المعلومات التي تهمه بوسائله الخاصة ، لأن الأصل أن يسعى كل طرف في العقد المزمع إبرامه إلى تحصيل المعلومات التي يحتاجها بشأن العقد ولانكلف أحدهما بسبب علمه بهذه المعلومات بإعلام الآخر الذي يعرفها أو يملك وسائل الإستعلام عنها².

وقد قضت محكمة النقض الفرنسية برفض إبطال العقد للكتمان التديليسي إستناداً إلى أن المتعاقد كان يتحتم عليه الإستعلام بنفسه عن البيانات المطلوبة³.

وهكذا فإن المستهلك لا يستطيع أن يدعي مشروعية جهله بالمعلومات والبيانات الضرورية إلا إذا أثبت عدم إمكانية الإستعلام عنها ، وقد صاغ الفقهاء الفرنسيون هذه الفكرة في مبدأ يقضي بوجود إلتزام بإعلام المتعاقد الذي لا يمكنه الإستعلام⁴.

وقد أرجع هذا الفقه الجهل المشروع إلى إعتبارين:

¹ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 239.

² سعيد عبد السلام ، المرجع السابق ، ص 23.

³ Cass.civ ,24 oct 1972 ,Bull,civ n° 543:p396.

نقلا عن عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 249.

⁴ أمانج رحيم أحمد ، المرجع السابق ، ص 104.

-الجهل المستند إلى إستحالة العلم .

- الجهل المستند إلى إعتبرات الثقة المشروعة .

أولاً:الجهل المستند إلى إستحالة العلم

تتنوع أسباب إستحالة علم الطرف الراغب في التعاقد بالمعلومات المرتبطة بموضوع العقد المزمع إبرامه إلى أسباب مرتبطة بالشئ محل التعاقد وهو ما يطلق عليه بالإستحالة الموضوعية للإستعلام ، وأسباب تتعلق بشخص الدائن بالإلتزام بالإعلام ويطلق عليه الإستحالة الشخصية للإستعلام .

1-الإستحالة الموضوعية للإستعلام: ويقصد بها إستحالة العلم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالشئ محل العقد المزمع إبرامه سواء كانت هذه المعلومات والبيانات تتعلق بالوضع القانوني أو المادي أو بطريقة الإستخدام للشئ محل التعاقد¹.

ومن أهم أسباب إستحالة الإستعلام حيازة البائع للمبيع بصورة لايمكن للمشتري من معرفة خصائصه وأوصافه الأساسية على نحو يعينه عن إتخاذ قراره، فغالبا ما يتم فحص محل العقد بصورة تتسم بالسطحية ، وبالتالي يتحقق الإخلال بمبدأ المساواة في العلم والمعرفة بين طرفي العقد المزمع إبرامه² .

2-الإستحالة الشخصية: يقصد بها إستحالة العلم للوصول إلى المعلومات والبيانات المتعلقة بالشئ موضوع التعاقد والتي تمثل محلا للإلتزام بالإعلام لأسباب تتعلق بشخص الدائن بالإلتزام الذي ينشأ له حينئذ حق يقابله إلتزام الطرف الآخر بإعلامه بتلك المعلومات قبل إبرام العقد .

¹ سعيد عبد السلام، المرجع السابق ، ص 24.

² خالد جمال أحمد حسن ، المرجع السابق ، ص 301.

فالإستحالة الشخصية تتحقق عندما يكون المقبل على التعاقد عديم الدراية أو قليل الخبرة بموضوع المعاملة إلى الحد الذي لايمكنه من الإحاطة بهذه المعلومات أو إستيعاب مضمونها بمفرده ، حيث ينطبق عليه حينئذ وصف غير المهني أو غير المحترف فيما يتعلق بمجال المعاملة وهو مايتطابق مع ظروف المستهلك¹ .

ويرى البعض بحق أنه حرصا على إستقرار المعاملات من جانب وتحقيقا لحماية المستهلكين من جانب آخر ضرورة الأخذ بمعيار مزدوج يجمع بين الذاتية والموضوعية ، وذلك من خلال الإعتداد بكفاءة ودراية هذا المتعاقد في ضوء كافة الظروف والملابسات المحيطة بموضوع المعاملة مع العمل على تغليب المعيار الذاتي وذلك في ضوء التقدم التكنولوجي الذي يصاحب إنتاج العديد من السلع أو تقديم الخدمات والتي أصبحت ذات طبيعة فنية معقدة ، خاصة أنه غالبا مايصاحب حيازتها أو إستعمالها قدر من الخطورة ، وبطبيعة الحال فإن هذه الأمور يتعذر على غير المحترفين والمستهلكين في هذا المجال الإلمام بها أو الوقوف على أبعادها² .

ثانيا: الجهل المستند إلى إعتبرات الثقة المشروعة

قد توجد لدى الشخص المقبل على التعاقد إعتبرات خاصة تصرفه عن القيام بواجب الإستعلام عن المعلومات والبيانات المتصلة بموضوع التعاقد ، وإن لم يستحل عليه القيام بواجب الإستعلام ويكون ذلك بسبب ماتولد لديه من ثقة في شخص الطرف الآخر الذي يتولى التعاقد معه ، مقتضى هذه الثقة قيام المتعاقد الآخر من

¹ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 241.

² المرجع نفسه ، ص 244 .

تلقاء نفسه بأداء إلتزامه بالإعلام ، وقد أطلق على هذه الإعتبارات "إعتبارات الثقة المشروعة"¹ .

ويذهب رأي في الفقه إلى أن المقصود بالثقة المشروعة التي تحدث هذا الأثر ليس مجرد واجب حسن النية في صورته البسيطة ، وإنما هي ثقة خاصة تقود صاحبها إلى عدم الشك في سلامة موقف قرينه² .

وتقوم إعتبارات الثقة المشروعة ، إما بسبب طبيعة العقد ، أو بسبب توافر صفة معينة في الأطراف المقبلة على التعاقد ، أو بسبب المعلومات غير الصحيحة المقدمة من الطرف الآخر للتعاقد التي تجعل المستهلك يطمئن إلى صحتها.

1 - الثقة المستندة على طبيعة العقد

قد توجد إعتبارات خاصة لدى الشخص المقبل على التعاقد تصرفه عن القيام بواجب الإستعلام على المعلومات والبيانات العقدية اللازم توافرها لديه قبل أو أثناء إبرام العقد ، ويكون ذلك بسبب ماتولد لديه من ثقة في شخص الطرف الآخر ، مقتضاها قيام الأخير من تلقاء نفسه بأداء إلتزامه بالإعلام أداء كاملا وواضحا .

ومقتضى الثقة المشروعة في هذه العقود قيام كل طرف من تلقاء نفسه بالإدلاء للطرف الآخر بكل أمانة بالمعلومات الجوهرية اللازمة لإبرام العقد ، فالشخص عندما يلجأ إلى شخص آخر لتمثيله بمقتضى عقد النيابة فإنه لا يضع ثقته فيه فقط وإنما يحل محل إرادته ، ومن ثم فليس من المقبول في الفروض التي يخون فيها النائب هذه الثقة أن يعود ويدعي أن الموكل هو الذي قصر في رعاية شؤونه في الإستعلام

¹ أبو منذر مصطفى موسى ، دور العلم بالبيانات عند تكوين العقد ، رسالة دكتوراة ، جامعة القاهرة ، 2000 ، ص

² المرجع نفسه ، ص 131.

والتحري عن مصالحه¹، ومن العقود الأخرى التي تستلزم ثقة خاصة بين المتعاقدين توجد عقد التأمين الذي يلتزم بمقتضاه المؤمن له بالإدلاء للمؤمن بالمعلومات المتعلقة بالخطر المؤمن منه بكل صراحة وصدق، وأن يخبره بما يقع من حوادث أثناء سريان العقد وأن يبذل كل مافي وسعه للتخفيف من الضرر المؤمن منه إذا وقع، وكذلك عقد الشركة حيث يجب أن يسود التعاون بين الشركاء في تنفيذ العقد².

2- الثقة المشروعة المستندة إلى صفة الأطراف :

ويقصد بالثقة المشروعة المستندة إلى صفة الأطراف أن يودع أحد طرفي العقد ثقته في الطرف الآخر مراعاة لصفة خاصة به قد تتمثل في صلة القرابة التي تربط بين الراغبين في التعاقد أو تتولد الثقة المشروعة بين الراغبين في التعاقد نتيجة للسلوك الذي يبادر فيه أحد أطراف التعاقد إلى الإفشاء بالمعلومات المتصلة بموضوع التعاقد إلى الطرف الآخر³ على النحو التالي :

أ- الثقة المشروعة في التعامل بين ذوي القرابة :

الأصل أن العلاقات الأسرية ينبغي أن تسودها الثقة المتبادلة مراعاة لأواصر القرابة وروابط المحبة التي ينبغي أن تشيع بين أفرادها .

ولعل من موجبات القرابة ومقتضيات الثقة المتبادلة بين الأقارب أن يلزم كل طرف عند الدخول في علاقة عقدية مع قريبه مراعاة جانب الصدق والأمانة، وأن يفضي كل طرف إلى الآخر بجميع المعلومات الجوهرية المتصلة بالعقد التي يحوزها، لذلك

¹ خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق، ص ص 325-326.

² بوعبيد عباسي، المرجع السابق، ص 236.

³ علي حسين علي، المرجع السابق، ص 86.

من الطبيعي أن يودع كل منهما ثقته في الطرف الآخر في أن يعلمه بكل ما يريد به بشأن العقد من معلومات من تلقاء نفسه¹.

ب- الثقة المشروعة المستندة على المعلومات المقدمة من الطرف الآخر

إن المتعاقد قليل الخبرة والدراية لا يملك إزاء جهله وعجزه من العلم بالمعلومات المتصلة بموضوع التعاقد أو الإستعلام عنها بوسائله الخاصة إلا الركون إلى الثقة في المتعاقد الآخر الذي تتوافر فيه صفة المهنية والإحتراف وأن ينتظر منه أقصى درجات الأمانة والتعاون في أدائه لإلتزامه بالإعلام وتعريفه بكافة المعلومات المتصلة بالتعاقد لتتوير وسلامة رضائه دون أن يكون من حق المحترف الإحتجاج عليه بأنه قادر على الإستعلام عن تلك المعلومات بوسائله الخاصة².

وتلعب هذه الثقة دوراً مزدوجاً في إعفاء الشخص غير المحترف أو المستهلك من واجبه بالإستعلام في الوقت الذي يلقى فيه على عاتق الشخص المهني إلتزاماً بالإعلام³.

المطلب الثاني

أساس الإلتزام بالإعلام وطبيعته القانونية.

لقد إحتدم الخلاف في الفقه وتضاربت أحكام القضاء حول الأساس القانوني للإلتزام بالإعلام وطبيعته القانونية، لذا سنتعرض إلى أساس قيام هذا الإلتزام (الفرع الأول)، وإلى طبيعته القانونية (الفرع الثاني).

¹ خالد جمال أحمد حسن ، المرجع السابق ، ص 329.

² أبو مندور مصطفى موسى ، المرجع السابق ، ص 138.

³ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 249.

الفرع الأول

أساس قيام الإلتزام بالإعلام

لقد أحتدم الخلاف في الفقه حول الأساس القانوني لإلتزام المتدخل بإعلام المستهلك ، فذهب بعض الفقه إلى ان هذا الإلتزام يجد أساسه في غيره من الإلتزامات (الفقرة الأولى)، في حين ذهب البعض الآخر إلى أن هذا الإلتزام هو إلتزام يتمتع بذاتية مستقلة (الفقرة الثانية) .

الفقرة الأولى: تعدد الأسس الفقهية للإلتزام بالإعلام

إنقسم أنصار هذا الإتجاه بين من يرى أن أساس الإلتزام بالإعلام هو الإلتزام بالضمان (أولا) وبين من يرى أنه يجد أساسه في الإلتزام بالتسليم(ثانيا) ، في حين يذهب رأي آخر أنه يجد أساسه في الإلتزام بضمان السلامة (ثالثا).

أولا : الإلتزام بالضمان أساس الإلتزام بالإعلام

ذهب جانب من الفقه إلى أن الإلتزام بالإعلام يجد أساسه في الإلتزام بالضمان القانوني بالمعنى الواسع لهذا الأخير والذي لا يجب أن يقتصر على ضمان العيوب الخفية والإستحقاق فقط، بل يمتد ليشمل كافة الإلتزامات التي من شأنها تنفيذ العقد تنفيذا صحيحا والذي يعتبر الإلتزام بالإعلام واحد منها، فيكون بذلك جزءا لا يتجزأ من الإلتزام بالضمان ومن الخطأ فصلهما عن بعضهما.¹

¹ Bernard Gross, la notion de l'obligation de garantie dans le droit des contrats, thèse Nancy, L G D j 1963, n :218,p.208.

يكون البائع حسب المادة 1641 ق م ف تقابلها المادة 379 ق م ج ملزم بضمان خلو المبيع وملحقاته من العيوب الخفية التي تنقص من قيمته أو من الإنتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه . تبدأ أولى خطوات تنفيذ الإلتزام بالضمان بقيام البائع بإعلام المشتري ، ولا يضمن البائع العيب الخفي المعروف لدى المشتري ولا العيب الظاهر، ومن هنا تم إستتباط أن حدود ضمان العيوب الخفية تظهر متطابقة مع حدود الإلتزام بالإعلام .

لقد أنشأ القضاء الفرنسي إلتزاما بالإعلام على أساس نظرية عيوب الخفية ، وتمنح هذه النظرية للمستهلك إمكانية طلب إما إبطال العقد وإما الإبقاء على العقد مع إنقاص الثمن بسبب نقص فائدة أو منفعة المبيع وإثارة المسؤولية العقدية للبائع على أساس التكتّم بهدف الحصول على التعويضات، ورغم الأثر الإيجابي لنظرية ضمان العيوب الخفية ودورها في حماية المستهلك إلا أن هذا الرأي تعرض إلى النقد من عدة وجوده هي:

- إختلاف الإلتزام بالإعلام عن العيب الخفي : حيث أدى التطور الصناعي إلى ظهور منتجات معقدة التركيب صعبة الإستعمال مما يتطلب دراسة خاصة وإحتياجات ضرورية عند إستعمالها وإلا نتج عنها أضرار جسيمة وحوادث خطيرة بسبب عدم تقديم أو الإهمال في إتباع البيانات اللازمة، بالرغم من خلوها من أي عيب خفي وكما يعتبر بعض الشراح أنه من الصعب اعتبار منتجا قابلا للإلتفجار مشوبا بعيب خفي إذا انفجر عند قربه من مصدر لهب.¹

- إن التزم البائع المهني بالإعلام يختلف عن التزمه بضمان العيوب الخفية سواء من حيث مصدره أو من حيث نطاقه أو من حيث طبيعته.

¹ الأهواني حسام الدين ، المرجع السابق، ص 361.

- من حيث المصدر: يجد الإلتزام بالضمان مصدره في نصوص تشريعية صريحة تقرر ضمان العيوب الخفية وقد ورد النص عليه في المادة 1641 إلى 1649 ق م ف وتقابلها المادة 379 إلى المادة 386 ق م ج ، أما الإلتزام بالإعلام فقد إكتشفه القضاء عن طريق تفسيره لإرادة الأطراف المتعاقدة ووفقا للقواعد العامة في المسؤولية المدنية

- من حيث النطاق: إن الإلتزام بالإعلام أوسع نطاقا من الإلتزام بالضمان ، فمن حيث الأشياء فهذا الأخير يقتصر على الحالات التي يكون فيها المبيع مشوبا بأحد العيوب الخفية فقط ، بينما يمتد نطاق الإلتزام بالإعلام إلى كافة الحالات التي يتسم فيها المبيع ببعض الخطورة سواء كان خطرا بطبيعته أم بسبب جديته وحدثه ، أو بسبب كونه دقيقا في تركيبه وصعبا في إستعماله.¹

- من حيث الطبيعة: إن الإلتزام بالضمان إلتزام بتحقيق نتيجة حيث أن البائع يلتزم بضمان التعرض وتعويض المشتري تعويضا كاملا في حالة إستحقاق المبيع وفقا للقواعد المقررة في القانون المدني، أما الإلتزام بالإعلام فإنه إلتزام ببذل عناية وفقا لما يذهب إليه الرأي الغالب في الفقه.²

- نطاق التطبيق من حيث الأشخاص: إن الإلتزام بضمان العيب الخفي يقع على عاتق البائع إستنادا إلى ما تقرره المادة 379 ق م ج التي تنص: "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به..."³، أما

¹ منتصر سهير ، المرجع السابق ، ص 70 . وعلي سيد حسين ، المرجع السابق ، ص 101.

² نزيه محمد الصادق المهدي ، المرجع السابق، ص 15.

³ إن القضاء الجزائري لا يزال يعتبر عدم المطابقة في المواصفات عيبا خفيا وذلك في العديد من قرارات المحكمة العليا

ندكر منها =:

بالنسبة للإلتزام بالإعلام فإنه يتعين التفرقة بين البائع من ناحية والمنتج أو الصانع من ناحية أخرى، فالإلتزام البائع بالتحذير يتحدد بمخاطر الشيء التي يكون المنتج قد أحاطه علما بها ، أما المخاطر التي لم يزود المنتج بأية معلومات عنها فإنه لا يسأل عن عدم الإفصاح عنها للمشتري، وإنما تقوم المسؤولية على عاتق المنتج بالنظر إلى حجم ما يوجد لديه من معلومات عن المنتج الذي يتولى بيعه.¹ ومن هنا يبدو نطاق تطبيق الإلتزام بالإعلام من حيث الأشخاص أوسع من نطاق تطبيق الإلتزام بضمان العيب الخفي.

ويضاف إلى تلك الإنتقادات ما يتطلبه الإلتزام بالإعلام من إدلاء للمشتري ببيانات ومعلومات هي غالبا ما تكون قبل عقديّة من بيان لأوصاف المبيع وكيفية إستعماله في حين أن الإلتزام بالضمان يوجد على عاتق البائع بعد إبرام العقد مما يستبعد إعتباره أساسا للإلتزام بالإعلام كما أن محكمة النقض الفرنسية درجت على هذا الرأي من خلال تقريرها لعدم إعتبار الإلتزام بالضمان أساسا للإلتزام بالإعلام.²

ثانيا : الإلتزام بالتسليم كأساس للإلتزام بالإعلام:

يرى جانب من الفقه أن إلتزام البائع بتسليم المبيع يعتبر أساسا لإلتزامه بالإعلام ومن ثم فهو يجد أساسه في القواعد التي تحكم الإلتزام بالتسليم والواردة في المادة 1165 ق م ف المقابلة للمادة 364 ق م ج التي تنص على أنه: "يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كانا عليها وقت البيع"، حيث يجب على البائع

= قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 1991/1/27 ملف رقم 75204 حيث إعتبرت أن المنتج الذي لايشتمل على صفة المطلوبة بالنسبة للمواصفات المنصوص عليها في العقد بأنه يشتمل على عيب خفي.

- قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 1994/06/08 ملف رقم 112116 حين إعتبر عطل في صلاحية محرك السفينة بمثابة العيب الخفي ،ينظر المجلة القضائية لسنة 1992 ، العدد 02، ص 98.

¹ عبد العال ربيع ميرفت ، المرجع السابق، ص ص 110-111.

² V. Christianos, conseil, mode d'emploi et mise en grade en matière de vente de meubles corporels .contribution à l'étude de l'obligation d'informer, thèse paris II , 1985, p.350.

عند تسليمه للشيء المبيع أن يقدم للمشتري كافة البيانات المتعلقة بحسن إستعماله وتجنب مخاطره، ومن ثم حتى يكتمل الإلتزام بالتسليم يجب أن يبين البائع للمشتري طريقة إستخدام الشيء المبيع وما قد ينجم عنه من أضرار وكيفية تجنبها حتى يتمكن المشتري من الإستفادة بالمبيع والإنتفاع به على الوجه الأكمل¹.

وهذا ما قضت به الدائرة التجارية لمحكمة النقض الفرنسية من أن البائع يلتزم بتسليم الشيء المبيع في حالة يصلح معها للإستعمال من قبل المشتري، ولذا يجب عليه تزويد المشتري بكافة البيانات اللازمة لإستعمال هذا الشيء، وخاصة إذا كان إستعماله يمثل خطورة معينة².

وتباينت آراء أصحاب هذا الإتجاه حول الأساس العقدي لهذا الإلتزام، حيث ذهب البعض إلى القول بأن هذا الإلتزام يعتبر تابعا للإلتزام بالتسليم بإعتبار أنه يجب على البائع عند تسليمه للشيء المبيع إلى المشتري أن يسلمه أيضا البيانات المتعلقة بإستعمال هذا الشيء والتحذير من مخاطر إن كانت هذه البيانات مكتوبة في نشرة مستقلة أو عبارة عن رسومات توضيحية لهذا الشيء³.

وقد تعرض هذا الرأي إلى انتقادات عدة أهمها:

أ- إن القول بأن الإلتزام بالإعلام من الإلتزامات التابعة والمكملة للإلتزام بالتسليم من شأنه الحط من الدور الهام لهذا الإلتزام حيث أن البائع المهني لا يقتصر دوره على

¹ الأهواني حسام الدين ، المرجع السابق، ص 10.

² Cass. Com. 25 Juin 1980, J.C.P.1980 -1- 9103page

³ الأهواني حسام الدين، المرجع السابق، ص 468.

تسليم منتج مطابق لما ورد في العقد فقط ،ولكنه أصبح مسؤولاً أيضاً عن ملائمة هذا المنتج لحاجات المشتري وهو ما يجاوز حدود الإلتزام بالتسليم.¹

ب- الإلتزام بالتسليم لا يتضمن كافة أوجه الإلتزام بالإعلام حيث أن هذا الأخير لا يقتصر على تسليم نشرة إستخدام المنتج، فهناك بيانات يدلي بها البائع قبل التعاقد تتعلق بخصائص المنتج ومكوناته وثمانه ،يضاف إلى ذلك أن تنفيذ المهني لإلتزامه يتطلب أحيانا تدريب المستخدم تدريباً عملياً على الطريقة المثلى لإستعمال الشيء كما هو الشأن في الآلات الإلكترونية وهو ما يسميه المتخصصون "الإلتزام بالدعم".²

ج- إن الإلتزام بالإعلام ينشأ بموجب القانون في حين أن الإلتزام بالتسليم ينشأ عن العقد.³

ثالثاً: الإلتزام بضمان السلامة أساس للإلتزام بالإعلام

يرى أيضاً هذا الاتجاه بأن الإلتزام بالإعلام هو إلتزام تابع للإلتزام بالسلامة في عقد البيع وذلك لأن الإدلاء بالبيانات محل هذا الإلتزام والمتمثلة في كيفية إستخدام الشيء وإحتياجاته والتحذير من مخاطره من شأنها ضمان سلامة المستعمل مما قد يسببه هذا الشيء من أضرار.⁴ ويرى أنصار هذا الرأي أن إلتزام البائع المهني بإعلام المشتري يوجب على البائع ليس فقط تسليم مبيع خال من العيوب وإنما يوجب عليه أيضاً إحاطته علماً لما ينطوي عليه المبيع من مخاطر وإفادات نظره إلى الإحتياجات الواجب إتخاذها لتجنبها.

¹ حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع ، المكتب الفني للإصدارات القانونية ، (د،ب،ن)،1999،ص 87.

² عزة محمود خليل ، مشكلات المسؤولية في مواجهة فيروس الحاسب الألي ، دار النهضة العربية ، القاهرة ،1994، ص 139.

³ ماني عبد الحق ، حق المستهلك في الإعلام (دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري)،مذكرة ماجستير تخصص قانون الأعمال ، جامعة بسكرة 2009، ص 39.

⁴ علي سيد حسن، المرجع السابق، ص 102.

ومن الأحكام القضائية التي تساند هذا الرأي ما قررته محكمة استئناف Douai في أحد أحكامها حيث جاء فيه: "أن الجهاز الكهربائي المتنازع عليه لم يكن مشوبا بعيب خفي يجعله غير صالح للإستعمال المخصص له وفقا للمادة 1641 من التقنين المدني الفرنسي وحيث أن شركة "centrvente" أغفلت تحديد الطريقة المثلى لإستعمال الجهاز وبيان أهمية ربط الوعاء الزجاجي على دعامة اللولبية لسلامة المستعملين، وما يجب إتخاذه من احتياطات عند إنحراف هذا الوعاء فإنها تكون بذلك قد أخلت بإلتزام السلامة المستمدة من العقد ويكون خطؤها هو السبب المباشر والحاسم في وقوع الحادث، حتى ولو كان المضرور الذي لم يتم تبصيره بصورة كافية قد وضع يده بلا حذر على هذا الوعاء دون أن ينتبه إلى ضرورة فصل التيار الكهربائي.

فقضت بمسؤولية الصانع على الرغم من خلو المبيع من العيوب التي تجعله غير صالح للإستعمال إستنادا إلى إخلاله بالإلتزام بالسلامة.¹

إلا أن هذا الرأي إنتقد للأسباب التالية:

- يقتصر إلتزام المدين بضمان السلامة على تسليم منتجات خالية من العيوب في مكوناتها أو خلل في صناعتها، مما قد يسبب ضرر للأشخاص أو الأموال أي أنه التزم بعدي يتعلق بتنفيذ العقد فلا يمتد إلى الفترة السابقة التعاقد ولا يتضمن كذلك التحذير من المخاطر التي يكشف عنها التطور العلمي مما هو ليس معروفا الآن وهو ما يسمى بمخاطر التطور أو المخاطر الاقتصادية بصفة عامة فلا يوجد إلتزام بالسلامة من هذه المخاطر.²

¹ C. d'appel de Douai, 4 juin 1954, D. 1954, p. 708.

⁴ حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 94.

- يختلف الإلتزام بالسلامة عن الإلتزام بالإعلام من حيث طبيعة كل منهما حيث يتجه الرأي السائد لدى شراح القانون المدني إلى أن الإلتزام بضمان السلامة إلتزام بتحقيق نتيجة. أما الإلتزام بالإعلام فيتجه الرأي السائد إلى أنه إلتزام ببذل عناية.

- أما فيما يخص حكم محكمة Douai والتي استندت في حكمها إلى نص 1135 ق م ف فإنها اعتمدت أساسين لإقامة مسؤولية البائع حيث ذكرت أن هذا الأخير يكون ملزماً بإعلام المتعاقد معه على أساس المادة 1135 وإذا لم يقبل هذا الأساس فإن التزامه بالإعلام يكون مشتقاً من إلتزام آخر هو الإلتزام بالسلامة وهذا كله لصيانة حكمها من النقص.¹

الفقرة الثانية: إستقلالية الإلتزام بالإعلام

لقد أدت الإنتقادات الموجهة إلى الأساس الأول إلى عدم نجاعة الأسس المقترحة كأساس للإلتزام بالإعلام، وهذا ما يعني أن الإلتزام بالإعلام يتمتع بذاتية مستقلة مصدرها النصوص القانونية العامة سواء تلك التي تضمنت أحكام هذا الإلتزام كمبدأ حسن النية في العقود (أولاً)، أو إعتبره من مستلزمات العقد (ثانياً)، أو ماتضمنته أحكام العلم الكافي بالمبيع طبقاً للمادة 352 ق م ج (ثالثاً).

أولاً: مبدأ حسن النية في العقود

إعتبر جانب من الفقه أن الإلتزام بالإعلام يستند إلى مبدأ حسن النية والذي يعتبر مبدأً أساسياً في تنفيذ العقود بمقتضى المادة 1134 / 3 ق م فرنسي والمقابلة للمادة 1 / 107 من القانون المدني الجزائري والتي تنص "يجب تنفيذ العقد طبقاً لما اشتمل عليه وبحسن النية".

¹ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق، ص 95 .

ويرى أنصار هذا الفريق أن مبدأ حسن النية يفرض على البائع إلتزاماً بإعلام ونصيحة المشتري "غير المهني" بما ينير رضاه ويعرفه بوقائع العقد، وكذا إعلامه بمدى ملائمة الشيء الذي يقدم على شراءه لحاجاته، وأن هذا المبدأ يوجب على البائع المهني أيضاً الإدلاء للمشتري بكافة البيانات المتعلقة بإستعمال الشيء المبيع والتحذير من مخاطره¹، أو بمعنى آخر فإن هذا المبدأ يفرض تلقائياً الإلتزام بالإعلام يقع عاتق البائع المهني في كل مرة يرغب فيها أن يجنب نفسه تبعة المسؤولية².

وقد ذهب القضاء الفرنسي في أحد القضايا إلى أنه إعمالاً لمبدأ حسن النية يلتزم البائع بأن يقضي إلى المشتري بكافة البيانات والمعلومات التي تعتبر عناصر تقدير يتوقف عليها رضاه بالعقد، وقد أشار الفقيه الفرنسي GHESTIN إلى أنه نظراً لوجود الإلتزام بحسن النية في العقود فإن ذلك يقتضي حتماً مواجهة عدم التكافؤ بين طرفي العقد، من حيث العلم بظروف العقد وذلك بفرض الإلتزام بالإعلام على الأقل في الظروف التي يستحيل فيها أحدهما أن يعلم بهذه الظروف من غير الطرف الآخر الذي يعلم فعلاً³.

ونرى أن المشرع الجزائري قد حرص على حماية مبدأ حسن النية وجعل من التعسف في استعمال الحق مبدأ عاماً لحماية المركز الضعيف عندما تختل المراكز العقدية، لذلك فإن وجود إلتزام في مرحلة المفاوضات العقدية بتقديم معلومات في ظل

¹ عزة محمود خليل، المرجع السابق، ص 123.

² عليان عدة، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2008-2009، ص 42.

³ GHESTIN. Traite de droit civil. La formation du contrat n° : 255. 4è éd., L.G.D.J, 1996 p : 231.213

هذا القانون ينسجم وحرص المشرع على حماية مبدأ حسن النية والحفاظ على توازن العقد.¹

ولا يقتصر مبدأ حسن النية على مرحلة تنفيذ العقد بل وحسب ما ذهب بعض الفقهاء المعاصرين بإستلزام إدماج القاعدة الخلقية في الإلتزامات القانونية، يمتد ليشمل مرحلة ما قبل التعاقد وهو ما إصطلح على تسمية مبدأ حسن النية قبل التعاقد ومن ثم فإن هذا المبدأ يلقي على البائع المهني إلتزاما بإعلام ونصيحة المشتري غير المهني بكافة المواصفات والبيانات الضرورية عن المبيع، وأن لا يكتم عنه أي معلومات يكون لها تأثير على قراره بإبرام العقد أو العدول عنه.²

ثانيا : الإلتزام بالإعلام من مستلزمات العقد

ذهب جانب من الفقه إلى القول بأن الإلتزام بالإعلام يستند إلى عقد البيع بإعتباره من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة وذلك بمقتضى المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 2/107 من القانون المدني الجزائري والتي تنص على أنه "لا يقتصر العقد على إلتزام المتعاقد بما ورد فيه ولكن يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الإلتزام".³

وقد أسس جانب من الفقه الإلتزام بالإعلام على مبدأ حسن النية ، إستنادا إلى أنه يقتضي من المتعاقد القيام بكل ما من شأنه تمكين المتعاقد الآخر من جلب أقصى منفعة ممكنة من التصرف القانوني المبرم والحصول على تنفيذ جيد للعقد ، ولن يتسنى ذلك إلا إذا قام طرف العقد الأكثر خبرة وتفوقا من الناحية المعرفية بوضع كافة

¹ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق، ص 203.

² الرفاعي أحمد محمد ، الحماية المدنية للمستهلك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر ، 1994، ص 158.

³ تقابلها المادة 2 /148 من القانون المدني المصري.أنظر

المعلومات والبيانات المتصلة بالعقد ومحلّه تحت تصرف الطرف الآخر الذي لايسلم رضاؤه إلا بالإلمام بها .

فقد كان لمبدأ حسن النية أكبر الأثر في تكريس الإلتزام بالإعلام وتوسيع نطاق تطبيقه ، بحيث أصبحت المحاكم الفرنسية تطبقه بشكل طبيعي بإعتبار أن خرق هذا المبدأ يعد بمثابة إخلال واضح بذلك الإلتزام¹

ويدعم هذا الرأي ما قضت به محكمة النقض الفرنسية في العديد من أحكامها ومنها ما قضت به الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض في حكمها الصادر في 14 ديسمبر 1982 "مسؤولية صانع مادة مقاومة الطفيليات عن إصابة مزارع عند إستعماله لهذه المادة بعجز دائم في عينيه من جراء تطاير ذرات من هذه المادة ،حيث قررت المحكمة عدم كفاية التحذيرات التي قام بها الصانع من خطورة هذه المادة، والذي كان قد اكتفى بالتوصية بعدم ملامستها للجلد ولم يوضح خطورتها على العينين" وقد إستتدت المحكمة إلى نص المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي لتأسيس مسؤولية الصانع.²

كما أكدت ذلك نفس الدائرة في حكم لها بتاريخ 07 جوان 1989 أشارت فيه صراحة إلى ما تقضي به المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي من أن الإتفاقات لا تقتصر على إلزام المتعاقد بما ورد فيها، ولكنها تتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للعدالة والعرف والقانون وحسب طبيعة الإلتزام ذاته، فإن الصانع المنتج يجب عليه أن يدلي بكافة البيانات الضرورية المتعلقة بإستعماله وخاصة البيانات المتعلقة بالتحذير من خطورته.³

¹ أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق،ص 81.

² Cass. Civ. 1^{re}, 14 décembre, 1982, RTD civ. 1983 n° : 09, p 545.

³ حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 112.

ثالثا: العلم الكافي بالمبيع

نصت المادة 352 ق م ج على أنه: "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالم بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع".

يتضح من هذا النص أن المشرع الجزائري لم يكتف بما تقضي به القواعد العامة في القانون المدني بخصوص عقد البيع من وجوب تعيين المبيع أو قابليته للتعيين وقت العقد وإلا كان العقد باطلا بطلانا مطلقا¹، وإنما تطلب لصحة البيع كذلك علم المشتري بالمبيع علما كافيا عن طريق إشتمال العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية وقرر البطلان النسبي كجزاء للإخلال بذلك، ومن ثم فإن العلم بالمبيع بعد أكثر شمولا من مجرد المعرفة التي تتحقق بالتعيين وفقا للقواعد العامة.

وقد تباينت الآراء فيما يخص مدلول شرط العلم الكافي حيث ذهب جانب من الفقه لا سيما المصري إلى أن هذا الشرط يرتبط بنظرية سلامة الإرادة مما قد يسودها من عيوب، فهو يحسس رضا المشتري عن طريق تبصيره بالصفات الجوهرية للمبيع. وذهب فريق آخر إلى أن شرط العلم الكافي يهدف إلى معرفة المشتري الحقيقية بذات المبيع وبأوصافه الأساسية التي يتضح له منها مدى ملائمته للغرض الذي يتعاقد من أجله.²

¹ أنظر نص المادة 94 من القانون المدني الجزائري.

² السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع المقايضة، الجزء الرابع، دار النهضة العربية، طبعة 1999 ، ص 125.

الفرع الثاني

الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام

إن دراسة الإلتزام بالإعلام تقتضي تحديد طبيعة هذا الإلتزام ، وذلك أنه يتوقف هذا التحديد على أمرين يتعلق أولهما ببيان حدود هذا الإلتزام أي مدى إرتباط الوفاء به بالعقد وهل هو سابق عن هذا الأخير ومستقل عنه ، أم أنه ملازم ومرتبط به ، والثاني ينصب على معرفة مصدر هذا الإلتزام ، أي فيما إذا كان هذا الإلتزام ذو طبيعة عقدية أو ذو طبيعة غير عقدية والثالث معرفة مداه أي فيما إذا كان إلتزام ببذل عناية أم تحقيق نتيجة ، وعليه سنقسم دراستنا إلى طبيعة الإلتزام بالإعلام من حيث الوفاء به (الفقرة الأولى) ، وطبيعة من حيث مصدره (الفقرة الثانية)، وطبيعته من حيث الهدف (الفقرة الثالثة) .

الفقرة الأولى: طبيعة الإلتزام بالإعلام بالنظر إلى زمن الوفاء به

سبق أن عرفنا الإلتزام بالإعلام بصفة عامة بأنه إلتزام قانوني يفرض على أحد طرفي عقد الإستهلاك بالإدلاء بالبيانات الجوهرية المرتبطة بالعقد للطرف الآخر الذي يجهلها ، وتحذيره من المخاطر الناجمة عن سوء الإستعمال وذلك في الوقت المناسب بإستخدام في ذلك اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد ومحلّه.

ويبدو من هذا التعريف أن النطاق الزمني للإلتزام بالإعلام بصفة عامة يشمل صورتين:

الصورة الأولى وهي الأسبق زمنيا وهي تخص الفترة السابقة على التعاقد ويمكن تعريف الإلتزام بالإعلام في هذه المرحلة بأنه "إلتزام يفرض على أحد طرفي عقد الإستهلاك إعلام الطرف الآخر قبل التعاقد بما يجهله من بيانات جوهرية مرتبطة

بالتعاقد وذلك بإستخدام اللغة والوسيلة الملائمة لطبيعة العقد محله¹، ويطلق الفقه على هذا الإلتزام في هذه المرحلة بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.

أما الصورة الثانية وهي اللاحقة لإبرام عقد الإستهلاك ويمكن تعريف الإلتزام بالإعلام في هذه المرحلة بأنه " الإدلاء بالبيانات والمعلومات اللازمة لتنفيذ العقد ولتجنب المستهلك الأضرار الناجمة عن تنفيذه"².

وسوف نتعرض إلى أوجه الإتفاق وأوجه الإختلاف بين هذين الإلتزامين.

أولا: أوجه التشابه بين الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام والإلتزام التعاقدى بالإعلام

تتمثل أوجه الإتفاق بين الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد والإلتزام بالإعلام التعاقدى في الهدف الذي يسعى كلا منهما لتحقيقه ، والمتمثل في السعي لتتوير إرادة المستهلك وتبصيره على ما هو مقدم عليه سواء في المرحلة السابقة على التعاقد ، من حيث أوصاف المنتجات وخصائصها وبنود العقد ، أو من حيث كيفية التعامل مع المنتجات محل التعاقد في مرحلة تنفيذ العقد بقصد الإستفادة القصوى منها وتلافي كافة الأضرار التي يمكن أن تنشأ عن إستعمالها أو حفظها أو التخلص منها.

ثانيا :أوجه الإختلاف بين الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام والإلتزام التعاقدى بالإعلام

يرى جانب من الفقه وجود صعوبة في وضع حدود فاصلة بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام والإلتزام التعاقدى بالإعلام ، بل وإستحالة ذلك أحيانا ، فقد قال

¹ أبو عمرو مصطفى ، موجز أحكام قانون الإستهلاك، المرجع السابق ، ص 102.

² عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة) ، حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي

الحقوقية ، لبنان ، 2007 ، ص 102 ، أنظر أيضا سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع

السابق، ص 139.

غستان : " إن الحدود الفاصلة بين هذين الإلتزامين لا يمكن رسمها بوضوح ، إن لم يكن هذا التحديد مستحيلاً"¹ .

إلا أن هذا الرد مردود عليه ذلك أن الإلتزام بالإعلام التعاقدية يختلف عن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدية سواء من حيث المصدر ، ووقت نشوء الإلتزام ، ومضمون كلا الإلتزامين وجزاء الإخلال بهما .

1- من حيث مصدر كلاهما ووقت نشوئه:

يرى بعض الفقه أن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدية يجد أساسه في المبادئ العامة للقانون وعلى رأسها مبدأ حسن النية فضلا عن النصوص التي تقره صراحة لاسيما في الدول التي سنت تشريعات خاصة بحماية المستهلك، وبمعنى آخر فإن الإلتزام قبل التعاقدية هو إلتزام عام يطبق بشأن كافة عقود الإستهلاك²، بينما يجد الإلتزام التعاقدية بالإعلام أساسه ومصدره في العقد الذي يتضمن إلتزام أحد طرفي العقد بإعلام الطرف الآخر بالمعلومات الهامة والجوهرية أثناء تنفيذ العقد³.

أما من حيث وقت نشوء كلا الإلتزامين يعتقد البعض أن وقت نشوء الإلتزام يشكل معيارا فاصلا ، فبينما ينشأ الإلتزام قبل التعاقدية بالإعلام في المرحلة السابقة على

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 380.

² عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 224.

³ وجدير بالملاحظة أن الإلتزام التعاقدية بالإعلام قد يمثل الإلتزام الأصيل في العقد فيكون محل الإلتزام وموضوعه قيام أحد طرفي العقد بتزويد الطرف الآخر بما يحتاج إليه من معلومات وبيانات في مجال معين من المجالات التي يتعلق بها العقد ، ومثال ذلك ماتبرمه مكاتب ووكالات الإستعلام التجارية من عقود تلتزم بمقتضاها بتزويد التجار بالمعلومات المتعلقة بالأشخاص الذين يرغبون في التعامل معهم ، وقد يكون الإلتزام التعاقدية بالإعلام في حالات أخرى إلتزاما ثانويا أوفرعيا يتفرع وينتج عن جملة من الإلتزامات الرئيسية التي يقوم عليها العقد ويقتضيها ، وعند ذلك يمثل الإلتزام التعاقدية بالإعلام أحد مظاهر واجب التعاون الذي تجب مراعاته بين المتعاقدين أثناء تنفيذ العقد ، فنجد على سبيل المثال أن القانون يفرض على الوكيل إلتزاما بإعلام الموكل بالمعلومات الهامة والضرورية عما وصل إليه في تنفيذ الوكالة .أنظر خالد جمال أحمد ، المرجع السابق، ص ص 103-106.

نشوء العقد وقبل إبرامه نجد أن الإلتزام التعاقدي بالإعلام ينشأ بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه¹.

2- من حيث المضمون

يقصد بمضمون الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام البيانات الواجب الإدلاء بها للمستهلك والمتعلقة بكيفية إستخدام المبيع وتحديد شروط البيع والإعلام بالأسعار .

أما الإعلام الواجب توافره بعد إبرام العقد فيكون حول مستجدات هذا العقد وكيفية حفظ المنتج وطريقة وإحتياطات إستعماله والتحذير من الأخطار التي قد تنشأ نتيجة هذا الإستخدام².

3 - من حيث جزاء الإخلال بهما

يترتب على الإخلال بالإلتزام بالإعلام قبل التعاقدي سواء إتخذ ذلك الإخلال بشكل الإمتناع عن الإدلاء بالبيانات أو الإدلاء الجزئي أو المغلوط و تثار في هذه الحالات المسؤولية التقصيرية للمتدخل .

أما في حالة الإخلال بالإلتزام التعاقدي بالإعلام فإن الأمر يتعلق بإثارة المسؤولية العقدية على أساس الخطأ العقدي المتمثل في عدم الإدلاء بالبيانات المطلوبة أو الإدلاء الجزئي أو المغلوط بها ، ويستطيع المستهلك في هذه المرحلة أن يطالب

¹ المحامية دينا محمود حبال ، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد مقال منشور على الموقع تاريخ الإطلاع 2015/07/10.

<http://www.damascusbar.org/AIMUntada/showthread.php?t=6093> .

² Alain Bénabet, (Droit civil les contrats spéciaux civils et commerciaux) , 8^{ème} édition LGDJ-Montchrestien paris,2008, p134.

بالتنفيذ العيني بالإلتزام متى توافرت شروطه ، كما يجوز للمستهلك أن يطالب بالفسخ أو يتمسك بالدفع بعد التنفيذ متى توافرت شروطه ¹.

الفقرة الثانية: طبيعة الإلتزام بالإعلام من حيث مصدره.

إن الإلتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد لا يطرح أي إشكال من حيث طبيعة العقد، فالإلتزام في هذه المرحلة ذو طبيعة عقدية محضة والإشكال الذي يطرح بالنسبة للإلتزام بالإعلام في مرحلة قبل التعاقد.

وقد اختلف الفقه حول طبيعة هذا الإلتزام من حيث كونه ذو طبيعة عقدية أو غير عقدية ، ويرجع هذا الإختلاف إلى الخلاف حول المصدر الذي نشأ عنه هذا الإلتزام .

فمن رأى أن الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد يستند في وجوده إلى العقد اللاحق عليه ينظر إلى هذا الإلتزام كإلتزام عقدي ، أما من رأى أن هذا الإلتزام يستند في وجوده إلى المبادئ العامة في القانون أو في نصوص القانون نفسه ، فينظر إليه بوصفه إلتزام قانوني لا يمكن نسبته إلى العقد .

أولا :الإلتزام بالإعلام ذو طبيعة عقدية

يرى أنصار هذه النظرية أن الإلتزام بالإعلام إلتزام عقدي يستمد وجوده من العقد ذاته ، فيوجد هذا الإلتزام قبل إبرام العقد ويستمر حتى تنفيذه ، بحيث يهدف إلى تنوير إرادة المستهلك حول مدى ملائمة الشيء محل العقد، ذلك أن البائع عندما يعلم المستهلك بالمبيع وقت إبرام العقد إنما يعلمه بصفته متعاقدا لأن عدم تنفيذ البائع لإلتزامه بالإعلام لا يكتشف إلا بعد إبرام العقد وأثناء تنفيذه .

¹ أبو عمرو مصطفى أحمد، موجز أحكام قانون الإستهلاك، المرجع السابق ، ص 107.

ويستند أنصار هذا الرأي إلى أن إلتزام المتدخل بالإعلام يجد أساسه في الإلتزام بضمان العيوب الخفية والإلتزام بضمان الإستحقاق والإلتزام بالتسليم وهي إلتزامات بلا شك من طبيعة عقدية¹.

كما يستند أصحاب هذا الرأي أيضا إلى نظرية الخطأ في تكوين العقد التي تعتبر أن الإلتزامات السابقة على التعاقد ومنها الإلتزام بالإعلام قبل التعاقدية إلتزامات عقدية كما تعتبر الأخطاء التي تقع بمناسبة إبرام العقد سواء تلك التي حالت دون إنعقاده أم تلك التي أدت إلى عدم إبرامه أخطاء عقدية يترتب عليها قيام المسؤولية العقدية بإفتراض وجود عقد سابق على العقد الأصلي عبارة عن عقد ضمان مفترض لكل متعاقد يعد مصدرا لهذا الإلتزام وهو مأخذ به القانون السويسري حتى الآن².

ونجد أنه من الناحية العملية لتحقيق حماية أكبر للمستهلك ينبغي أن تغلب الطبيعة العقدية للإلتزام قبل التعاقدية بالإعلام لما يؤدي ذلك من إمكانية الإستفادة بقواعد الإثبات المعمول بها في المسؤولية العقدية ، إذ أنه يكفي حينئذ حتى تتقرر مسؤولية المدين بهذا الإلتزام قيام الدائن بإثبات أمر عدم تنفيذه.

كما أنه من الناحية الواقعية ينبغي في مجال الإلتزام بالإعلام إهمال التفرقة بين الإلتزام العقدي والإلتزام غير العقدي والتي لاتستند إلى أساس من الواقع إذ من الأفضل بسط الطبيعة العقدية على كل منهما³.

¹ ممدوح محمود مبروك ، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة ، وفقا للقانون المدني والفرنسي والفقهاء الإسلامي وأحكامه القضاء ، المكتب الفني للإصدارات القانونية القاهرة ، مصر ، 1999 ، ص 202، أنظر أيضا المرسي حمود عبد العزيز ، المرجع السابق ، ص 53.

² نزيه محمد الصادق المهدي ، المرجع السابق ، ص 302. أنظر أيضا جميعي عبد الباسط ، المرجع السابق ، ص 23.

³ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص ص ، 204-205.

ثانيا :الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية

يذهب أنصار هذا الرأي إلى التأكيد على الطبيعة غير العقدية للإلتزام بالإعلام قبل التعاقد وذلك على أساس أنه إلتزام يفرض في المرحلة السابقة على العقد ويوجد أساسه في المبادئ العامة للقانون ، ومنه فهو إلتزام قانوني يستمد قوته من القانون الذي ينص مباشرة على هذا الإلتزام الذي يوجب على المتدخل إعلام المستهلك .

وقد علق رأي في الفقه على الرأي السابق القائل بالطبيعة العقدية للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام مبينا عدم صحته ودقته بالقول " فمن غير المقبول تحليل الإلتزامات السابقة على العقد ومنها الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد على أنه إلتزام عقدي بالرغم من نشأته في مرحلة سابقة على نشأة العقد فليس بمعقول أن ينشأ الفرع قبل نشوء الأصل أو ينشأ إلتزام قبل نشوء مصدره ، لذلك إن التحليل الصحيح يملينا الإعتراف بالطابع غير العقدي لمثل هذا الإلتزام ولا ينبغي أن نلصق بالعقد وهو ليس منه لمجرد أنه إلتزام يفرض بمناسبة إبرام العقد وتكوينه"¹.

وبالنسبة لما أثير حول نظرية الخطأ في تكوين العقد حسب رأيهم أن الخطأ السابق على التعاقد ينفصل عن العقد ولا يمكن توقيع جزاء بشأنه إلا من خلال أحكام المسؤولية التقصيرية وليس أحكام المسؤولية العقدية².

على الرغم من الميزة التي تطغى على إعتبار الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ذي طبيعة عقدية والتي تتمثل في تحقيق حماية للمستهلك والإستفادة من قواعد المسؤولية العقدية في الإثبات، إلا أنه ومن وجهة نظرنا نرى أن الإلتزام بالإعلام ذو طبيعة غير

¹ موفق حمادة عبده ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى. منشورات زين الحقوقية ،(د.ب.ن)، 2011، ص 123، أنظر أيضا خالد جمال أحمد حسن، المرجع السابق ، ص 335.

² عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص ص 205-206.

عقدية ذلك أنه من غير المعقول نشوء الإلتزام قبل نشوء مصدره وهو العقد وتطبيق قواعد أحكام المسؤولية العقدية على إلتزام نشأ قبل نشوء العلاقة العقدية .

الفقرة الثالثة : طبيعة الإلتزام بالإعلام من حيث الهدف

تظهر أهمية هذا التمييز في مجال إثبات المسؤولية ، فإذا كان هذا الإلتزام إلتزام ببذل عناية فإنه يجب على المدين أن يثبت أنه بذل العناية التي يبذلها الشخص المحترف إذا وجد في نفس ظروفه ، أما إذا عد إلتزام بتحقيق نتيجة فهنا يتسوجب الأمر أن يثبت وجود السبب الأجنبي أو خطأ الغير حتى يتحلل من المسؤولية¹.

أولا: الإلتزام بالإعلام إلتزام بتحقيق نتيجة

يذهب بعض الفقه إلى أن إلتزام المتدخل خاصة في مجال العقود التي ترد على الأشياء الخطرة هو إلتزام بتحقيق نتيجة، ويؤسس هذا الإتجاه رأيه على أن هذه الطبيعة هي التي تتناسب مع الإلتزام بالإعلام وتضمن تحقيقه للهدف المنشود من وجوده، وبعبارة أخرى فإن جدوى هذا الإلتزام لن تتحقق إلا من خلال إعتبره تطبيقا للإلتزام المحدد أي الإلتزام بتحقيق نتيجة².

ومن ثم يكفي لقيام مسؤولية المتدخل أن يثبت المستهلك ما أصابه من ضرر ، وليس أمام المتدخل سوى إثبات السبب الأجنبي الذي حال دون تحقيق النتيجة ،والقول أن الإلتزام بالإعلام هو إلتزام بتحقيق نتيجة يؤدي إلى تخفيف عبء إثبات المستهلك في طلب التعويض بمجرد إثبات تخلف النتيجة المطلوبة أي بمجرد حصول الضرر³.

¹ أمانج رحيم أحمد ، المرجع السابق، ص 73.

² عبد العال ربيع ميرفت ، المرجع السابق ، ص ص 143-144 .

³ بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، دار الحديث ، الجزائر،

2006، ص 75.

وقد قضت محكمة النقض الفرنسية من مسؤولية منتج المادة المقاومة للطفيليات لعدم كفاية التحذيرات، وعدم توضيحه مدى خطورتها على العينين وأنه لا يستطيع التحلل من المسؤولية لوجوب قيامه بالتحذير على أكمل وجه حتى يمكنه الإغفاء من المسؤولية¹.

ثانيا : الإلتزام بالإعلام إلتزام ببذل عناية

يلتزم المدين بموجب الإلتزام بالإعلام أن يبذل ما في وسعه من وسائل للوصول إلى أكبر قدر من الهدف المنشود وهو غير ملزم بتحقيق النتيجة أي أنه غير ملزم عن تخلف النتيجة ، وعلى المدعى إثبات عدم بذل العناية في تنفيذ الإلتزام بالإعلام ، أو أن يثبت تقصيره في تنفيذ الإلتزام بالإعلام²، كما أنه لا يضمن إهتمام الدائن بهذه المعلومات وإستفادته الفعلية منها ، وبالتالي لا يستطيع إجبار الدائن على العمل بهذه المعلومات وإستفادته الفعلية منها في تكوين رايه وتحديد قراره بشأن إبرام العقد و أنه قد يتسرع غير عابيء بما أفضى به المدين من بيانات وما أدلى به من معلومات كان من شأنها تنوير إرادة الدائن الحريص على سلامته³.

وقد إستند أصحاب هذا الرأي في تأكيدهم لهذا المعنى على العديد من الأحكام القضائية الصادرة عن محكمة النقض الفرنسية ومن أشهرها الحكم الصادر بتاريخ 23 أفريل 1985 والذي قررت فيه المحكمة صراحة من أن الإلتزام بالإفضاء الذي يقع على عاتق الصانع لا يهدف إلى تحميله النتيجة المطلوبة⁴.

¹ Cass .civ , 1^{er} 14 décembre .1982,précité.

مشار إليه حمدي أحمد سعد ،المرجع السابق ، ص230.

² حمدي عبد الرحمان،الوسيط في النظرية العامة للإلتزامات الكتاب الأول المصادر الإرادية للإلتزام العقد والإرادة المنفردة ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1999 ، ص 39.

³ أبو عمرو مصطفى أحمد ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، المرجع السابق ، ص 75.

⁴ Cass civ 1^{re}, 23 avril 1985 ,Bull .civ 1985 n° 125.D.1985, j ,558 note Dion .

مشار إليه أبو عمرو مصطفى ، موجز أحكام قانون الإستهلاك ،المرجع السابق ، ص 97.

وكذلك ما قضت به محكمة إستئناف Rouen بصدد إلتزام الصيدلي المنتج بالإفشاء ، حيث قررت أنه لا يطالب من الصيدلي المنتج الإفشاء بصدد الإلتزام بالإفشاء عن الأضرار المحتملة للمستحضر الذي يقوم بإنتاجه إلا أن يكون مجرد مهني متيقظ وحذر ولا يكون ملتزما بنتيجة¹.

ثالثا: الإلتزام بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة

على الرغم من أن أغلبية الفقه ذهب إعتبار الإلتزام بالإعلام مجرد إلتزام ببذل عناية إلا أن هناك من يرى وبحق أن هذا الإلتزام أقوى من الإلتزام ببذل عناية حيث هناك أمور يجب على المدين القيام بها ، وأنه أقل من الإلتزام بتحقيق نتيجة حيث هناك أمور لا تدخل تحت سيطرة المدين بالإعلام بل يترك الأمر فيها للمستهلك ، ولذلك فهم يصفونه بأنه إلتزام بتحقيق نتيجة مخففة².

وينطلق أصحاب هذا الرأي في تحديدهم لطبيعة هذا الإلتزام إلى النظر إلى ماهو المطلوب تحديدا من المدين بهذا الإلتزام فهل هو ملزم بنقل بيانات معينة الى المستهلك ، وهل عليه إلتزام بفهم المستهلك لهذه البيانات ، وأخيرا هل يلتزم المدين بأن يستعمل المستهلك هذه البيانات إستعمالا صحيحا.

إذ وبالنسبة إلى مدى إلتزام المدين بنقل بيانات معينة إلى الدائن ، فإن المدين الذي يعلم أو كان من المفروض أن يعلم ببيانات عن الشيء محل التعاقد وأهميتها

¹ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، 168.

² جابر محجوب علي ، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة، دراسة في القانون الكويتي والقانونين المصري والفرنسي ، القسم الثاني ، مجلة الحقوق ، كلية الآداب ، الشويخ الكويت ، السنة 20، العدد 1-4 ، 1996، ص 278.

للمتعاقد معه يجب أن يدلي بها إلى الدائن ، فهو إلتزام مادي بنقل معلومات ومن ثم فهو إلتزام بتحقيق نتيجة¹.

أما فيما يتعلق بالإلتزام المدين بفهم الدائن لما يدلي له به من معلومات وتحصيله لها وإختيار من الوسائل ما هو ملائم لتنفيذ هذا الإلتزام فإن هذا الأخير يكون ملزم ببذل عناية ويستطيع الدائن إثبات خطأ المدين في هذه الحالة بإثبات إختيار المدين لوسيلة لم يستطع بها فهم ماأعلنه من بيانات ، وكإثبات عدم كفاية التحذير المقدم أو عدم وضوحه... الخ.²

المبحث الثاني

مضمون الإلتزام بالإعلام

لقد أُلزمت النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك المتدخل بإعتباره الطرف الذي يحوز المعلومات المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات تزويد المستهلك بها ، لذا تقتضي دراسة الإلتزام بالإعلام التطرق إلى مضمون الإلتزام بالإعلام من حيث تحديد نطاقه (المطلب الأول) ، والوسائل المستعملة لتنفيذه (المطلب الثاني).

¹ Le Tourneau (PH) , droit de la responsabilité et des contrats Dalloz action2000-2001 , n°2819 p .639.

² حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 180.

المطلب الأول

نطاق الإلتزام بالإعلام

نتطرق في هذا المطلب إلى تحديد أطراف العلاقة الإستهلاكية (الفرع الأول)، كما أن لهذا الإلتزام بإعتباره -الإلتزام قائم بذاته- قد قرر لمصلحة الطرف الضعيف محلا يجب دراسته (الفرع الثاني).

الفرع الأول

نطاق الإلتزام بالإعلام من حيث الأشخاص

إن تحديد مفهوم أطراف العلاقة الإستهلاكية لها درجة كبيرة من الأهمية وذلك لتحديد المستفيد من الإلتزام بالإعلام والذي قررت مختلف التشريعات حماية قانونية له نظرا لضعف مركزه الإقتصادي والمعرفي بالمنتوج من جهة (الفقرة الأولى)، وكذا معرفة الشخص المسؤول الذي فرض عليه هذا الإلتزام من جهة أخرى (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى: الدائن بالإلتزام بالإعلام

إن تحديد مفهوم المستهلك يكتسي أهمية كبيرة وذلك لعدة إعتبارات، فهو كمعيار لتحديد الشخص المقصود بالحماية القانونية، كما أن تحديد مفهوم المستهلك يساعد على فهم قواعد وقوانين حماية المستهلك¹.

ولقد إرتبط مفهوم المستهلك في بداية الأمر بعلم الإقتصاد حيث عرفه فقهاء الإقتصاد بأنه: " الشخص الذي يقوم بعملية الإستهلاك، ونعني بالإستهلاك آخر

¹ بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون، كلية

الحقوق جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، 2002-2003، ص 09.

العمليات الإقتصادية لإشباع الحاجات¹، وعرف أيضا أنه "كل فرد يشتري سلعا أو خدمات لإستعماله الشخصي وليس من أجل التصنيع"².

أما تعريف المستهلك من الناحية القانونية فإنه لم يلقى الإهتمام إلا في أواخر القرن الماضي بعد ظهور مصطلح المستهلك في علم الإقتصاد ومنه إتجه الفقه والقضاء إلى تعريف المستهلك ولهذا ظهرت عدة تعاريف للمستهلك نركز على البعض منها :

عرف المستهلك بأنه : " الشخص الذي يشتري أو الذي له القدرة على شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع بهدف إشباع الحاجات والرغبات الشخصية أو العائلية"³.

وعرف أيضا بأنه : " الشخص الطبيعي أو المعنوي من أشخاص القانون الخاص الذي يحصل أو يستعمل المنتجات والسلع والخدمات للإستعمال الشخصي"⁴.

وإذا كان تحديد مفهوم المستهلك لم يثر أي إشكال عند علماء الإقتصاد إلا أن الأمر معاكس تماما عند فقهاء القانون حيث ثار خلاف واسع حول تحديد مفهوم المستهلك .

وسنتعرض لموقف الفقه من مفهوم الدائن بالإلتزام بالإعلام (أولا) ثم نتعرض لموقف القضاء الفرنسي منه (ثانيا) وموقف المشرع الجزائري (ثالثا).

¹ قندوزي خديجة ، " حماية المستهلك من الإشهارات التجارية " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير .تخصص قانون

الأعمال ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزائر ، 2001،ص2.

² عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص 18.

³ عنابي بن عيسى ، سلوك المستهلك ، عوامل التأثير البيئية ، الجزء الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003، ص 16 .

⁴ Jean calais- Auloy et Frank Steinmetz, Droit de la consommation .Daloz,6^{ème} édition 2003 p

أولاً : مفهوم الفقه للدائن بالإلتزام بالإعلام

إن إلتزام المتدخل بالإعلام يقابله حق المستهلك بالإعلام وهو الطرف الجدير بالحماية القانونية ، إلا أنه ثار خلاف وجدل كبير بين رجال الفقه حيث ظهر إلتجاهين الأول يأخذ بالمفهوم الضيق للمستهلك والثاني يأخذ بالمفهوم الواسع .

1- مفهوم المستهلك عند أنصار الإلتجاه الضيق :

إن دعاء هذا الإلتجاه ويمثلون أغلبية الفقه يتجه إلى تبنى المفهوم الضيق ويكون فيه مستهلكا كل من يقوم بالتصرفات القانونية اللازمة لإشباع حاجاته الشخصية والعائلية ، ويخرج من ذلك كل من يبرم التصرفات لأغراض المهنة أو الحرفة¹.

وهناك من عرفه على أنه : "الشخص الطبيعي أو الإعتباري للقانون الخاص والذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني أي إشباع حاجاته الشخصية أو العائلية"².

فالمستهلك حسب المفهوم الضيق هو كل شخص يقتني منتوجا بغية تحقيقه لأهداف شخصية أو عائلية دون أن يكون الغرض منه تحقيق الربح، فيخرج من وصف المستهلك كل من يبرم تصرفات قانونية موجهة لأغراض المهنة أو الحرفة كون هذه التصرفات تأهله لمواجهة من يكون في مركزه³.

¹ السيد عمران محمد ، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد ، الطبعة الأولى ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1986، ص06.

² زعيبي عمار ، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد لخضر بسكرة ، 2012-2013، ص10.

³ شعباني نوال " إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش " ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة تيزي وزو ، 2012، ص 23.

ومن أنصار التعريف الضيق للمستهلك أيضا الفقيه " Ives Guyon " إيف قيون القائل بأن: "المستهلك هو ذلك المشتري أو الزبون الذي نستطيع إفتراض أنه ذكي عاقل قادر على أن يكسب أو يحمي حقوقه في مواجهة البائع الذي يقابله " .

لكن هذا التعريف للمستهلك منتقد لأن فكرة المستهلكين تقتصر على القادرين على الكسب فقط ، ولا يضم الذين يعتمدون على ذويهم كالأطفال والأبناء غير العاملين والعجزة ، كما قد تشمل كلمة المستهلك الذين يحصلون على دخولهم النقدية عن طريق المدفوعات التحويلية ، كالإعلانات والهبات والمعاشات والتعويضات.

ويعرف الأستاذ الفرنسي جان كاليه أولو Jean calais -Auloy بقوله "إن المستهلك هو الشخص الذي يحصل أو يستعمل السلع أو الأموال أو الخدمات للإستعمال غير المهني" وهذا هو التعريف الذي تبنته لجنة التتقيح وصياغة تقنين الإستهلاك الفرنسي¹.

ويؤخذ على التعريفات المعروضة أعلاه أنها ضيقت كثيرا من مفهوم المستهلك ، حيث نجد معظمها تحصر هذا الأخير في طائفة الأشخاص الطبيعية فقط دون الأشخاص المعنوية ، كما أن أغلب التعريفات تصور المستهلك مجرد شخص لاهم له سوى إشباع حاجاته الشخصية وحاجات أسرته من مأكّل ومشرب وملبس ، وهذه الأشياء ليست الإهتمام الوحيد للمستهلك ، فهناك مثلا عقد الإيجار وعقد النقل وعقد القرض... الخ .

2- الإتجاه الواسع لمفهوم المستهلك

ساد هذا الإتجاه مع بداية ظهور الدعوة إلى حماية المستهلك ، وتجسد في نداء الرئيس الأمريكي الأسبق كندي "إننا كنا مستهلكون " التي جاءت في الكلمة التي

¹ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 32.

وجهها للكونجرس لسنة 1962¹ ، في محاولة إعطاء تصور واسع لمفهوم المستهلك بهدف إستقادات أكبر عدد ممكن من الأشخاص من الحماية القانونية .

فعرفوا المستهلك على أنه: " كل شخص يتعاقد بقصد الإستهلاك ، وذلك كأن يقوم بإستعمال أو إستخدام مال أو خدمة" .

وبالتالي يعتبر مستهلكا وفقا لهذا الإتجاه كل شخص يتعاقد بغرض الإستهلاك ، أي بغرض إقتناء أو إستعمال منتج أو خدمة ، فمثلا من يقتني سيارة لإستعماله الشخصي ، ومن يقتنيها لإستعماله المهني ، يأخذان حكم المستهلك ، لأن السيارة في الحالتين تستهلك عن طريق إستعمالها من كليهما² كما أن كلمة شخص تشمل الأشخاص الطبيعية والاشخاص المعنوية مما يعني توسع في فكرة المستهلك.

كذلك يدخل في مفهوم المستهلك المتعاقد المهني الذي يتعاقد من أجل شراء منتج متعلق بإحتياجاته المهنية ولكنه لايرتبط تخصصه الفني بكفاءته المهنية³ مثل شراء الطبيب للمعدات اللازمة لعيادته ، والمحامي الذي يشتري جهاز الإعلام الآلي لمكتبه.

وقد أيدت محكمة النقض الفرنسية الإتجاه الواسع لتحديد مفهوم المستهلك في بعض قراراتها ، حيث قضت الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية بأن منتج المواد التي تستخدم في الرسم مسؤول عما أصاب المشتري - وهو رسام - من ضرر بسبب تشقق لوحاته التي إستخدم فيها هذه المواد ، وقررت المحكمة أن موهبة الرسام

¹ عبد المنعم إبراهيم موسى ، المرجع السابق ، ص19.

² بودالي محمد ، مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك ، مجلة الإدارة ، عدد 24، سنة 2005 ، ص 36.

³ قونان كهينة ، ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطرة في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2010 ، ص 52.

وتخصصه الفني لايعني بالضرورة معرفته بخصائص ومكونات المنتوجات المستخدمة في الرسم¹.

ومايمكن إستخلاصه من التعاريف السابقة أن الإتجاه بدأ يتسع ليشمل الشخص المعنوي في تعريف المستهلك ، وكذلك المهني طالما أن المنتج ليس في مجال تخصصه والعبرة في إضفاء صفة المستهلك على الشخص المعنوي تكمن في كون هذا الأخير يمكن أن يتواجد في مركز ضعف سواء إقتصاديا أو فنيا.

فالشخص المعنوي قد لايمارس نشاطا مهنيا يحصل منه على موارده المالية ، ومن ثم فهو يشبه المستهلك الذي يتعاقد للحصول على المنتجات لإشباع حاجاته الشخصية ، وبذلك يتواجد في مركز ضعف من الناحية الإقتصادية كما يمكن أن يكون من الناحية الفنية لايتمتع بالقدرة الفنية للحكم على مايسعى لإقتنائه والحصول عليه من منتجات شأنه في ذلك شأن المستهلك العادي .

أما العبرة في إضفاء صفة المستهلك على المهني الذي يتعامل في غير تخصصه فتكمن في أن الغاية من التصرف هو الإستعمال وليس إعادة البيع².

ويؤخذ على هذا الإتجاه مايلي :

1- التوسع في مفهوم المستهلك بهذا الشكل سوف يهدم الخطوط الفاصلة بين المستهلك والمنتج ، ومن الأفضل أن يتمايزا كلية ، ولابأس أن تمتد إجراءات الحماية لتشمل المنتج الذي يتعاقد خارج مهنته ، لأن عقده لاينصب على نشاطه .

¹ Cass civ ,22 avril 1985 Bull civ ,125-8-115 , p 558.

نقلا عن أقصاصي عبد القادر ، الإلتزام بضمان سلامة العقود ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2010 ، ص 152.

² عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص51.

2- صعوبة معرفة ما إذا كان المنتج يعمل في إطار تخصصه أم لا ، حتى نستطيع تحديد القانون الواجب التطبيق.

3- إذا كان المنتجون يتصرفون خارج نطاق تخصصهم في وضعية ضعف فإنهم لن يحتاجوا لقواعد حماية المستهلك ، مادامت توجد قواعد خاصة تحميهم ، وبالتالي إسنادهم إلى هذه القواعد في غير محله¹.

ثانيا :موقف القضاء الفرنسي من مفهوم المستهلك

لقد تباينت مواقف الفقه والقضاء في تحديد مفهوم المستهلك ويعود السبب بالدرجة الأولى في ذلك إلى التطور الإقتصادي الذي يستهدف مفهوم هذا الأخير ، وكذلك تضارب المواقف بشأن النصوص القانونية المتخذة في هذا الصدد ، الأمر الذي جعل من القضاء خاصة يختلف موقفه من حكم لأخر ، ولا يخفى علينا صعوبة ذلك أمام ظهور فئتين ، فئة تتادي بضرورة تبني مفهوم موسع لنظرية المستهلك وفئة تتادي بضرورة إعتداد مفهوم ضيق جد محكم في تحديد مفهوم المستهلك الذي من شأنه الإستفادة من أحكام قانون حماية المستهلك ، مع التأكيد أن تحديد مفهوم محدد للمستهلك بطبيعة الحال سيؤدي إلى وضع الإطار الذي سيطبق فيه قانون الإستهلاك².

وقد إتجهت محكمة النقض الفرنسية في البداية إلى تبني المفهوم الضيق على أساس أن الشخص الذي يبرم عقد إستهلاك من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية ، يجوز له وحده أن يستفيد من الحماية القانونية التي يبقى نطاقها محدودا ولم يكد يمر عام واحد على هذا القرار حين ذهبت محكمة النقض بموجبه إلى حرمان

¹ زعبي عمار ، المرجع السابق ، ص 23.

² أرزقي زويبر ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون. "فرع المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، 2013 ، ص 39.

وكيل عقاري من الحماية المقررة للمستهلكين بحجة أنه منتج وليس مستهلك ، حتى عدلت عن موقفها المذكور سنة 1987 وأفادت وكيلها عقاريا لا يختلف عن سابقه من قواعد الحماية المخصصة للمستهلكين بمجرد أنه قام بشراء جهاز للإنذار لحماية الأماكن التي يؤجرها وفقا لنشاطه التأجيري المهني¹.

وبهذا القرار نجد أن القضاء الفرنسي قد وضع المستهلك والمنتج الذي يتصرف خارج إختصاصاته المهنية أثناء ممارسته مهنته في كفة واحدة ، على أساس أن هذا الأخير في نفس حالة الجهل التي يتصف بها أي مستهلك عادي .

لكن مع بداية سنة 1995 أصبحت محكمة النقض الفرنسية تستعمل صيغة جديدة "لايعتبر مستهلكا ولا يستفيد من القواعد الحمائية الشخص الذي يبرم عقد له علاقة مباشرة مع نشاط المهني"².

وعليه يعتبر هذا القرار بمثابة عودة محكمة النقض إلى الأصل الذي يقرر الحماية للشخص الذي يبرم عقد إستهلاك خارج نشاطه المهني وليس له أي علاقة بذلك، مما يعني إتجاه القضاء الفرنسي إلى إعتماد المفهوم الضيق للمستهلك .

لكن يبقى حسب البعض أن مفهوم المستهلك متغير بتغير نصوص الحماية مما يؤدي إلى تذبذب القضاء³.

¹ بودالي محمد ، خضوع المرافق العامة ومرتفعيها لقانون حماية المستهلك ، مجلة الإدارة ، عدد 24 ، سنة 2005 ، ص 41.

² خالد سعيد عدنان كوثر ، حماية المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2012، ص 46.

³ أرزقي زوبير ، المرجع السابق ، ص 40.

ثالثا: مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري

عرف المشرع الجزائري المستهلك لأول مرة في المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش¹ الذي نصت عليه المادة 02 فقرة 9 على أن: "المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للإستعمال الوسيطى والنهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

كذلك جاء القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية محددًا مفهوم المستهلك في المادة 2/3 على أنه: "كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".

فالمشرع هنا نص صراحة على أن المستهلك قد يكون شخص طبيعي أو شخص معنوي، بشرط أن يكون الإقتناء للخدمات والسلع بعيدا عن النشاط المهني له، بمعنى خارج نطاق تجارته وإنما للإستعمال النهائي الشخصي .

بينما عرفت المادة 03 الفقرة 2 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي، يقتني بمقابل أو مجانا ،سلعة أو خدمة موجهة للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

فالظاهر من التعريفات السابقة أن المتدخل إذا كان يتعامل لأغراضه المهنية فلا يشمل هذا التعريف ، ويقتصر هذا التعريف على من يقتني منتوجات لتلبية حاجاته

¹ المرسوم التنفيذي 90/39 المؤرخ في 30 جانفي 1990 ،المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش ، الجريدة الرسمية عدد 05 المؤرخة في 1990/01/31 الأمانة العامة للحكومة ، المطبعة الرسمية ، الجزائر ، سنة 1990.

الشخصية أو حاجات شخص آخر من أفراد عائلته أو حاجات خاصة بحيوان يتكفل به، وإضافة صفة المستهلك يجب توافر جملة من المواصفات تتمثل فيما يلي :

1- أن يكون شخصا طبيعيا أو معنويا :

إن المشرع الجزائري لم يميز بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي بخصوص إكتساب صفة المستهلك ، وبالتالي فقواعد حماية المستهلك تمتد لتشمل الأشخاص الطبيعية والمعنوية العامة والخاصة على حد سواء ، رغم أن الأشخاص المعنوية عادة ماتبدو قادرة على حماية نفسها ، لكن قد تعثرها مايعتري الشخص الطبيعي من ضعف ، وذلك عندما تتعاقد مع منتجين محترفين لهم من القدرة والدراية والعلم مالميس لغيرهم ، ولهذا السبب جاء النص على إمكانية إستفادة الشخص المعنوي من الحماية المقررة للمستهلك ¹.

2- فعل الإقتناء

يلاحظ على التعاريف التي قيلت بشأن المستهلك أنها إستعملت كلها مصطلح "يقتني" أما المستعمل فلا يمكنه الإستفادة من الحماية على الرغم من أن من يقتني سلعة هو من يستعملها لكن قد يمتد هذا الإستعمال إلى أفراد أسرة المقتني ، مما يستدعي تدارك هذا النقص ليشمل التعريف المقتني والمستعمل فيكون فعل الإقتناء بمقابل لما يدفع لهذا الإقتناء ، أما عن المجانية فتكون عندما يعطي المنتج للمستهلك كهدية مثلا ².

¹ذهب القضاء الفرنسي إلى حد إضافة صفة المستهلك على الشركات التجارية والأحزاب السياسية .. أنظر زغبي

عمار ، المرجع السابق ، ص 26

²بودالي محمد ، مدى خضوع المرافق العامة ...، المرجع السابق ، ص 44.

3- أن يستهلك المنتج بصفة نهائية

يرى البعض أن المشرع الجزائري قصد من عبارة " معدين للإستعمال الوسيطى أو النهائى " أن يشمل مفهوم المستهلك ليس فقط المستهلك الأخير الذى ينصرف لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية ، وإنما يشمل أيضا المستهلك الوسيط ، وهو المنتج الذى يتصرف لأغراض مهنية تتمثل فى حاجاته الإستثمارية ، تمييزا له عن المنتج الذى يستعمل منتجات تدخل فى تصنيع منتجات أخرى ، ليصبح الأمر متعلقا بإستعمال منتج لإعادة التصنيع والإنتاج وليس إستعمال منتج للإستهلاك¹.

4- أن يلبي حاجاته أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به

يشمل المشرع فى تعريفه للمستهلك الشخص الذى يلبي حاجاته الشخصية أو حاجات عائلته دون حاجاته المهنية ، ويكون ذلك لما يشتري المستهلك غذاءه أو أجهزة منزلية لبيته أو يعالج أو يكتب تأمين أو يسافر مثلا² ، فيحقق بذلك الغرض الشخصى والعائلى من الإقتناء ومن ثمة يكون المستهلك بعيدا عن الطابع المهني عند تلبية حاجاته الشخصية أو العائلية³. ويشمل تعريف المستهلك كذلك الأشخاص الذين هم تحت كفالة المتدخل ، كما يشمل التعريف أيضا الحيوان ويرجع ذلك إلى الأهمية المتزايدة التى أصبح يحظى بها حيوان الصحبة فى وقتنا الحاضر⁴.

¹ Mohamed Kahloula et G.Mekamche « La protection du consommateur en droit algérien , IDARA Algérie» n° 02, 1996 p16.

² Calais – Aujoy Jean et Steinmetz Frank, OP, CIT, P 09.

³ Bernd Stauder et Hidegard « La protection des consommateurs a chateurs à distance volume 06, band 06, éditions BRUYLANT, janvier1999, P 103.

⁴ بودالى محمد ، مدى خضوع المرافق العامة ...، المرجع السابق ، ص 50.

ويمكن إستخلاص أهداف المشرع الجزائري من خلال تعريفه للمستهلك أنه أراد تحقيق نوع من الشمولية لهذا المفهوم الضيق للمستهلك كونه أضاف طائفة الأشخاص المعنوية ، فانصرفت إرادته إلى حماية المستهلكين غير المهنيين نظرا لمركز ضعفهم مقارنة بالمتدخل ، لكن يعاب عليه أنه لم يشمل تعريفه المستهلك المستعمل للمنتج بل إقتصر على المقتني فقط¹.

لكن بالرجوع إلى نص المادة 140 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري التي تنص : "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية "

و من خلال دراسة هذه المادة نجد أن المشرع الجزائري وفر حماية قانونية أكبر ، ذلك أنها شملت كافة المضرورين من المنتوجات ولم تشترط المستهلك العادي الذي جاء به قانون حماية المستهلك وقمع الغش ، ذلك أن أغلب حوادث المنتوجات المعيبة تصيب الأشخاص غير المتعاقدين مع المنتج كغداء فاسد تتاوله أفراد العائلة وتضرروا منه ، بالرغم من أن المتعاقد مع المنتج كان رب العائلة ، والواقع يثبت أن هذه الفئة هي أكثر نسبة تضررا من الأشخاص المتعاقدين لذا فمن الأنسب لهم قانونا الرجوع على أساس المسؤولية التقصيرية القائمة على الخطأ الشخصي أو الخطأ المفترض (الحراسة) ، وهو ما يتسم بالصعوبة في إثبات نوعي الخطأ .

كما جاءت المادة 140 مكرر قانون المدني الجزائري لتوحيد بين نظامي المسؤولية وتوفير حماية أكبر سواء كانت الضحية متعاقدة مع المنتج أو مع الغير ، وتيسر عليهم سبل الحصول على التعويض مع تحقيق العدالة بينهم بإخضاعهم لنظام

¹ قونان كهينة ، " الإفضاء بالصفة الخطرة للمنتج " ، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق جامعة البليدة ، العدد 02، جانفي 2012، ص ص 225 - 226.

قانوني واحد خاصة إذا علمنا أنهم قد يكونون ضحية نفس الأضرار ، ولم يقف الأمر عند هذا الحد فلم يميز المشرع الجزائري بين المستهلكين والمهنيين بل جعلهم في كفة واحدة ، بحيث يمكن لكل مهني أصابه ضرر من جراء منتج معيب أن يطالب بالتعويض من منتجه¹.

الفقرة الثانية :المدين بالإلتزام بالإعلام

المهني أو المحترف هو الطرف المقابل للمستهلك في عقد الإستهلاك² ، و أهم ما يميز المحترف هو وجوده في مركز قوة مقارنة بالمستهلك بالنظر لما يملكه من قدرات فنية وإقتصادية تجعله يهيمن على واقع العلاقة الإستهلاكية ، ما برر تدخل المشرع من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش ليحفظ لهذه العلاقة قدرا من التوازن من خلال إئثار كاهل كل متدخل في عملية وضع المنتج للإستهلاك بإلتزامات تستهدف حماية المستهلك من خطر الإستهلال السيء من طرف المتدخل³.

يقتضي تعريف المتدخل الوقوف عند توجيه الفقه الذي إعتد مصطلح المهني والمحترف (أولا) قبل التطرق إلى تعريف المشرع الجزائري الذي جاء بمصطلح جديد وهو المتدخل (ثانيا).

¹خميس سناء ، المسؤولية الموضوعية للمنتج كألية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة ، . دراسة مقارنة ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون ، فرع قانون العقود، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، سنة 2015 ، ص 92 .

² يعرف عقد الإستهلاك بأنه "كل عقد يبرمه المستهلك مع المهني ، بموجبه يتلقى الأول من الثاني منتوجا غير مهني مقابل ثمن معلوم "أنظر بختة موالك الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر ، الجزء 42 رقم 02 ، سنة 2000 ، ص 29.

³ عياض محمد عماد الدين ، حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2006 ، ص 07.

أولا : إعتقاد الفقه على مصطلحي المهني والمحترف

يدل تعبير المهنة على كل نشاط منظم هدفه الإنتاج أو التوزيع أو تقديم الخدمات ، والتجارة هي من أول أشكال هذه الأنشطة المنظمة ، لذلك كانت أهم المهن ، وكان أصحاب هذه المهن من أهم المهنيين ، غير أنه مع تطور الحياة وإزدياد متطلباتها ، ظهر الكثير من أصحاب المهن الحرة إلى جانب هؤلاء المنتجين أو الصناعيين كالأطباء والمحامين وغيرهم .

لذلك يمكن تعريف المهني بأنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي خاص أو عام يظهر في العقد كمهني يعمل من أجل حاجات نشاطه المهني أيا كانت طبيعة هذا النشاط ¹ .

وعرف أيضا : "ذلك الشخص الذي يتمتع بعناصر في الأفضلية أو التفوق ، وهي المقدرة التقنية ، بحيث يكون على دراية تامة بما يقدمه من منتجات وخدمات ، والمقدرة الإقتصادية و القانونية بالتفوق على المستهلك " ² .

وعرف أيضا : "الشخص الذي يعلم دقائق السلعة أو الخدمة التي يتعاقد بشأنها مع المستهلك الذي يجهل خصائص تلك السلعة أو الخدمة ومكوناتها ، والمحترف هو

¹ خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2008 ، ص31.

² عبد الله ليندة ، المستهلك والمهني مفهومان متبنيان ، مداخلة علمية ضمن مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول لحماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي المنظم من طرف معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي أيام 13 و 14 أبريل 2008 ، مطبعة مزوار الوادي ، الجزائر ، أبريل 2008 ، ص31.

صاحب مركز القوة -غالبا- من الناحية الإقتصادية أو من ناحية ماتتوفر عليه من معلومات وهو المدين بالإلتزام بإعلام المستهلك لتتوير رضائه بما سيتعاقد عليه ¹.

وعرف أيضا بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي خاص أوعام ، والذي يظهر في العقد كمهني محترف ، فهو الشخص الذي يعمل من أجل تلبية حاجات نشاطه المهني ، سواء كان هذا النشاط تجاري أم صناعي أم زراعي ، فيملك مكانا أو محلا تجاريا بقصد ممارسة نشاطه ، أو يشتري البضائع بقصد إعادة بيعها " ².

وعرفه الأستاذ علي أحمد صالح على أنه " كل شخص طبيعي أو معنوي يتصرف في إطار نشاط معتاد ومنظم ، بحيث يقوم من خلال هذا النشاط بالإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات " ³.

ويمكن أن نستنتج من خلال هذه التعاريف أنها تتفق كلها على إجماع عنصرين لتعريف المحترف يتمثل الأول في ممارسة النشاط بصفة إعتيادية ، ويتمثل الثاني في عرض المنتجات أو الخدمات ⁴.

¹ عبد الله عبد الكريم عبد الله، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع وأليات التطبيق التي ينظمها المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية ، مجلس الوزراء العدل العرب ، جامعة الدول العربية ، بيروت ، لبنان 2-4 جوان 2014 ، ص 11.

² أبو عمرو مصطفى أحمد ، موجز أحكام قانون حماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص 41.

³ Chendeb Rabih, :Le régime juridique du contrat de consommation étude comparative," édition L.G.D et ALPHA ,Paris, 2010, p 17.

⁴ حامق ذهبية ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 2008-2009 ، ص 152.

ثانيا - إعتاد المشرع الجزائري مصطلح المتدخل

لقد كان المشرع الجزائري يعبر عن المدين في مواجهة المستهلك بصفته دائنا بلفظ "المحترف" ، كما هو الشأن في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات¹ وغيرها من المراسيم ، حتى جاء القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش حيث إعتد المشرع على مصطلح المتدخل وهو مصطلح جديد إستخدمه المشرع لم يكن من قبل ، فإذا كان المستهلك هو الطرف الضعيف في العلاقة الإستهلاكية والجدير بالحماية القانونية وهو المستفيد من قواعد حماية المستهلك وقمع الغش فإن المتدخل هو الطرف القوي إقتصاديا وفنيا وهو الملتزم بتطبيق هذه القواعد طوال عملية وضع المنتج للإستهلاك .

ولقد عرفت المادة الثالثة (03) من القانون 03/09 المتدخل بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للإستهلاك " ، وقد عرفت نفس المادة في الفقرة 08 عملية وضع المنتج للإستهلاك بأنها: " مجموع مراحل الإنتاج والإستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة " ، وعرفت نفس المادة في الفقرة 09 الإنتاج بأنه: " العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول والجني والصيد البحري والذبح والمعالجة والتصنيع والتحويل والتركييب وتوضيب المنتج بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه وهذا قبل تسويقه الأول". ، ومن ثم فإن مصطلح المتدخل يشمل المنتج للسلعة والمستورد والمخزن والناقل والموزع لها بالجملة أو بالتجزئة فكل ممتن لأحد هاته الأنشطة يعتبر متدخلا بغض النظر عن طبيعة نشاطه.

وبالنتيجة فإن تعريف المشرع للمتدخل لا يكاد يختلف عن تعريفه للمحترف (المهني) في المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات

¹ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/10/1990 والمتعلق بضمان المنتجات والخدمات ، ج ر عدد 40 الصادرة بتاريخ 19/10/1990

في مادته الثانية بأنه " : كل منتج أو صانع، أو وسيط، أو حرفي، أو تاجر، أو مستورد، أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المنتج أو الخدمة للإستهلاك".

فيشترط لإكتساب صفة المتدخل أن يمارس هذا الأخير مهنته على سبيل الإعتياد من أجل إنتاج أو توزيع، أو عرض خدمات يكون ذلك في إطار منظم قانونا، فتستبعد من هذا المفهوم المتدخل العرضي الذي يتمتع بقدر من المهارة والدراية الكافية بالإستناد إلى المعلومات التي يملكها مقارنة بالمستهلك¹، وعليه يعتبر مصطلح المتدخل الوارد في قانون حماية المستهلك مصطلح عام يدخل غطاءه كل من قام بدور في العلاقة الإنتاجية من مرحلتها الأولى إلى غاية وضع المنتج للإستهلاك، وبذلك يطلق لفظ متدخل على كل من :

1-المنتج

لقد قدم الفقه تعريفات متعددة للمنتج ومن بينها: المنتج هو ذلك الذي يعرض السلعة في السوق ويحرص على وجود إسمه أو علامته، أو اية علامة أخرى عليها دون سواها وحتى ولو لم يكن هو المنتج الحقيقي لها، أو هو الذي يتولى الشيء حتى يؤول إنتاجه أو المنفعة المطلوبة منه.

فهنا يسهل على المضرور إثبات الخطأ، لكن في حالة تعدد المنتجين لسلعة واحدة، أي حالة مرور إنتاج السلعة بمراحل معينة، حيث يقوم كل منتج بعملية معينة من مراحل الإنتاج، فيصعب على المضرور إثبات الخطأ. فمثلا في صناعة السيارات، يعهد إلى أحد المنتجين في منشأة أو مؤسسة بإنتاج إطارات، ويعهد إلى منتج آخر بصنع الزجاج وإلى الثالث بوضع الهيكل ويعهد إلى الرابع

¹ Calais –Auloy jean et Steinmetz.op. cit , p 40.

بصنع المحرك أو القطع المكونة له ثم يقوم مشروع آخر بجمع هذه القطع وتركيبها حتى يتم إستخراج السيارة بصورة نهائية .

ويعرف بعض الفقهاء المنتج ، بأنه المنتج النهائي للسلعة في حالتها التي طرحت بها للإستعمال أو الإستهلاك ، حتى ولو لم يكن قد صنع كل أجهزتها ، فسيارة نصر في مصر مثلا هي في الواقع من إنتاج مصانع فيات (FIAT) الإيطالية ، ولكنها تعتبر من إنتاج الشركات المصرية لأنها تحمل العلامة التجارية الخاصة بها¹.

وعرف المنتج أيضا بأنه : " هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بصنع أو إنتاج وإنشاء أو تركيب منقولات مهما كانت طبيعتها ، وتكون هذه المنقولات معدة للإستعمال من طرف الغير حيث يقوم بتحويل هذه المنقولات ، أو بإدخالها في منتجاته ، فيكون المنتج صانعا لمواد معدة للإستهلاك مباشرة ، أو صانعا لقطع تدخل في صناعة منتوجات أخرى².

ويمكن تعريف المنتج بأنه كل ممتن للتعامل في المواد التي تقتضي منه جهدا وإهتماما خاصيين فيكون له دور في تهيئتها وتنشئتها أو صنعها وتوظيفها في أثناء أول صنعها وقبل أول تسويق لها.

¹ سي يوسف زاوية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 23.

² براج منير ، حق المستهلك في ضمان المنتوجات المعيبة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر -1-، 2014، ص 47.

2-الصانع

الصانع هو كل من يقوم بتحويل المادة الأولية بغرض الحصول على منتوجات جاهزة أو نصف جاهزة للإستهلاك¹.

3-المستورد

يمكن تعريف المستورد بأنه كل شخص يتولى عملية جلب المنتوجات من خارج القطر على سبيل الإحتراف².

4-الوسيط

الوسيط هو كل من يباشر على سبيل الإحتراف التوسط في تصريف منتوجات غيره إما على سبيل الوكالة أو على سبيل السمسرة وعلى سبيل التمثيل وما إلى ذلك³.

5-الموزع

الموزع هو كل شخص يباشر على سبيل الإحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول إلى يد الباعة بالجملة أو نصف الجملة⁴.

6-التاجر

لقد عرفت المادة الأولى من القانون التجاري الجزائري التاجر بأنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملا تجاريا ويتخذ مهنة معتادة له مالم يقضي القانون

¹ فتاك علي، تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج ، الطبعة الأولى ،دار الفكر العربي ، 2013، ص ص 363-364.

² براج منير، المرجع السابق ، ص 48.

³ عرفت المحكمة العليا السمسار بأنه : " كل شخص طبيعي أو إعتباري يحصل أو يحاول الحصول بصورة مباشرة على مكافأة أو ميزة من أي نوع كانت عند تحضير أو تفاوض أو إبرام أو تنفيذ صفقة ".أنظر قرار المحكمة العليا المؤرخ في 1990/12/30 المجلة القضائية الصادرة عن وزارة العدل الجزائرية ، العدد 1، سنة 1992، ص 75.

⁴ فتاك علي، تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج ،المرجع السابق ، ص 368.

بخلاف ذلك¹.

ثالثا -مدى إعتبار المرافق العامة من المتدخلين

إن أهم تقسيم للمرافق العامة هو ذلك الذي يميز بين المرافق العامة الإدارية والمرافق العامة ذات الطابع التجاري والصناعي أي المرافق الإقتصادية ، رغم ذلك يقر الفقه بصعوبة وضع معيار دقيق يمكن من تحديد طبيعة هذه المرافق نظرا لتعدد وتنوع مظاهر النشاط الإداري ، لذلك يعمد إلى إستعمال أسلوب سلبي بأن المرفق العام هو المرفق الذي ليس له طابع صناعي وتجاري ، ولم يتم العثور على معيار إيجابي يميز بينهما².

وتتميز المرافق العامة الإقتصادية بمزاوتها لنشاط شبيه لنشاط الأفراد والذي كثيرا ما يؤدي إلى إستعارة المنافسة بينها ، بما يحقق صالح الأفراد ومن أمثلتها ، مرافق النقل بالسكك الحديدية ، ومرافق توريد الماء والغاز والكهرباء .

وقد دأب مجلس الدولة في فرنسا على تحرير هذه المرافق من قيود وسائل القانون العام على الأقل فيما بينها فيما يتعلق بالجوانب المالية وكذا طرق الإدارة³.

وقد إتجه مجلس الدولة الفرنسي إلى إخضاع هذه المرافق في علاقتها مع المنتفعين لقواعد القانون الخاص لإختصاص القضاء العادي .

¹ الأمر رقم 59/75 الموافق 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم بالقانون رقم 15-20 المؤرخ في 30 ديسمبر 2015 المتضمن القانون التجاري ، ج ر عدد 71.

² LACHAUME Jean François Boileau Claudie , PAULAIS HELENE, droit des services publics 3^{eme} édition .DALLOZ ARMAND COLIN, Paris, 2004 ,p 55.

³ بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، المرجع السابق ، ص 34.

أما بالنسبة للمرافق العامة الإدارية فيجمع فقهاء القانون الإداري على أن المنتفعين بها لا يمكن إعتبارهم مستهلكين غير أنه يوجد إعتقاد في فرنسا يميل إلى إعتبار بعض أنواع هذه المرافق وخاصة تلك التي تقدم خدماتها بمقابل كالمستشفيات مثلا من المحترفين ، ويرى بأن المنتفعين بها هم من قبيل المستهلكين الذين يجوز لهم التمسك بقواعد الحماية الخاصة التي يضمنها قانون حماية المستهلك بشرط أن يكونوا غير محترفين¹.

ويبقى جانب جزائي من قانون حماية المستهلك تسري قواعده حتى ولو تعلق الأمر بمرفق إداري ، كما هو الحال في الغش في بيع السلع والمواد الغذائية².

رابعا: مدى إعتبار المستهلك مدينا بالإلتزام بالإعلام

القاعدة أن من يملك المعلومات المرتبطة بالعقد يلتزم بأن يفضي بها إلى الطرف الاخر خاصة إذا كانت هذه المعلومات لازمة لتتوير إرادته ، وإذا كان الفرض الغالب هو إلزام المحترف أو المتدخل بالإعلام بإعتباره الطرف القوي من كافة النواحي وخاصة المعرفة ببيانات العقد ومحلّه إلا أن هذا لا يمنع من فرض الإلتزام بالإعلام في حالات معينة على عاتق المستهلك ويتحقق ذلك في حالة كونه يعلم ببعض البيانات أو المعلومات التي يجهلها المهني والتي تؤثر في قرار هذا الأخير بشأن التعاقد³.

¹ بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، المرجع السابق ، ص36.

² شعيباني حنين نوال ، المرجع السابق، ص 21.

³ أبو عمرو مصطفى أحمد ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، المرجع السابق ، ص ص 95-96.

الفرع الثاني

محل الإلتزام بالإعلام.

أوجب المشرع الجزائري على الملتزم بالإعلام أن يعلم المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتجات محل التعاقد ،وبذلك فإن محل هذا الإلتزام بالإعلام يتمثل في مختلف المنتجات التي يجب تقديم المعلومات بشأنها ، ويقتضي دراسة محل الإلتزام بالإعلام التطرق إلى محل الإلتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل التعاقد (الفقرة الأولى) ، ثم محله في مرحلة التعاقد (الفقرة الثانية) .

الفقرة الأولى :محل الإلتزام بالإعلام في المرحلة ما قبل التعاقد

يتمثل محل الإلتزام بالإعلام في المرحلة ما قبل التعاقدية في جميع المعلومات الصادقة والكافية حول مختلف السلع والخدمات مما يقتضي تعريف السلع (أولا)، وتعريف الخدمات (ثانيا) .

أولا: تعرف المنتج (السلع)

لقد قام المشرع الجزائري بتحديد مفهوم المنتج في مواقع مختلفة من قوانين حماية المستهلك وفي القانون المدني الجزائري.

1-في قوانين حماية المستهلك

لم يكن المشرع الجزائري إلى غاية 07 فبراير 1989 يستعمل مصطلح منتج فكان يستعمل مصطلح الأشياء باعتبارها محلا للحقوق المالية ، إلا أنه لم يعط لها تعريفا ، كما إستعمل لفظ الشيء في المادة 138 من ق م ج وقصد به كل شيء مادي غير حي بغض النظر عن صفته أو نوعه سواء كان عقارا أو منقولا ، جامدا أو سائلا ، غازيا ، صغيرا أو كبيرا ، ساكنا أو متحركا ذاتيا أو بفعل الإنسان به عيب أو خال

منه خطر أو غير ذلك، إلى أن صدر قانون 02/89¹ الذي بين أن لفظ المنتج في مادته الثانية التي نصت "كل منتج سواء كان شيء ماديا أو خدمة مهما كانت طبيعته وقد أحالت المادة 13 منه تعريف المنتج والخدمات إلى التنظيمات ولهذا الغرض صدر المرسوم التنفيذي رقم 39/ 90 وعرفت المادة 1/02 منه على أن: "المنتج كل شيء منقول مادي يمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية"².

ويستخلص من نص هذه المادة بأنه يعد منتوجا كل منقول، والمنقول وفق أحكام القانون المدني هو كل شيء يمكن نقله من مكانه دون تلف، كالكراسي، الآلات المنزلية، السيارات.

كما حصر المنتج الذي يعد منتجا في المنقول المادي مستبعدا بذلك المنقول المعنوي، كالمحلات التجارية، ويشترط كذلك أن يكون المنقول المادي قابلا للتعامل التجاري أي لا يكون قد حذر التعامل فيه بسبب طبيعته، أو بحكم القانون، أو أساس بالنظام العام والآداب العامة³.

¹ القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 المتعلق بحماية المستهلك ج ر عدد 06 المؤرخ في

08/02/1989 الأمانة العامة للحكومة المطبوعة الرسمية الجزائر سنة 1989.

² المادة 2 / 1 من المرسوم التنفيذي رقم 39/ 90 المؤرخ في 30/01/1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش

³ تكون الأشياء غير قابلة للتعامل فيها بحكم طبيعتها كالأشياء التي لا يستطيع أحد أن يستأثر بحيارتها كالهواء،

والشمس أما بالنسبة للأشياء التي تخرج من دائرة التعامل بحكم القانون فيرجع سبب إخراجها من دائرة التعامل إلى

تخصيصها للمنفعة العامة، والتعامل فيها يتنافى مع هذا التخصيص، كالأشياء العامة فلا يجوز التصرف فيها أو

الحجز عليها أو تملكها بالتقادم، وهذا حسب نص المادة 689 ق م ج "لا يجوز التصرف في أموال الدولة، أو

حجزها أو تملكها بالتقادم..."، ويشترط أن يكون الشيء مملوكا للدولة أو لأحد الأشخاص الاعتبارية العامة.

وقد يكون الخروج عن دائرة التعامل راجع لإعتبارات تتعلق بالنظام العام والآداب العامة، ولقد نصت المادة 93 ق م ج

"إذا كان محل الإلتزام مستحيل في ذاته أو مخالفا للنظام العام والآداب العامة كان العقد باطلا بطلانا مطلقا"

، فالتعامل في المواد المخدرة غير جائز لمخالفة النظام العام والآداب العامة.

كما عرفته المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات الصادر في 15/9/1990 الملغى تعريف المنتج على أنه " هو كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة"¹.

أما القانون 04/04 المتعلق بالتقييس ، فقد عرف المنتجات في مادته الثانية بأنه : "كل مادة أو مواد بناء أو مركب أو جهاز أو نظام أو إجراء وظيفة أو طريقة"².

يستخلص من قراءة هذه المادة أن تعريفها للمنتجات جاء غامضا وغير شامل، لأنه لا يمكن أن يأخذ كمفهوم عام وهو أقرب لأن يكون أصلح لمفهوم المنتجات في الميدان الصناعي دون المنتوجات الزراعية.

وبالرجوع إلى قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نجد أن المشرع قد وضع كل من الخدمة والسلعة في مصطلح واحد حيث نصت المادة 03 الفقرة 10 على أن: "المنتوج : كل سلعة أو خدمة يمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا".

ويستخلص من نص هذه المادة أن المشرع الجزائري قد قسم المنتوجات إلى سلع وخدمات ، وعرف بعض الفقه السلع بالمعنى التجاري بأنها كل ما يمكن أن يباع ويشترى وبذلك فكل ما يخرج عن دائرة التعامل التجاري لا يعتبر سلعة ، في حين يرى البعض الآخر بأن السلعة تشمل كل شيء قابل للنقل والحيازة سواء كان ذا طبيعة تجارية أم لا.³ وعرفت المادة (03) فقرة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش

¹ المادة 2/2 من المرسوم التنفيذي المؤرخ في 15/09/1990 ، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات ، الملغى بموجب المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المؤرخ في 26 سبتمبر 2012 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ ، ج ر ، العدد 49، الصادر بتاريخ 02/10/2013.

² المادة 11/2 من القانون 04/04 المؤرخ في 27/06/2004 المتعلق بالتقييس ، ج ر ، سنة 2004 ، العدد 41.

³ بودالي محمد ، الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، الطبعة الأولى ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2005 ، ص12.

السلعة بأنها: " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا" ، ويمكن إعتبار السلع هي الأموال المنقولة¹ كالسيارات والآلات الكهربائية... الخ .

وقد قصر المشرع الجزائري مفهوم السلعة على الأشياء المادية مايعني إستثناء الأموال المعنوية أن تكون محلا للإستهلاك كبراءات الإختراع والرسوم والنماذج الصناعية ، والعلة في ذلك ترجع لطبيعة هذه الأموال كونها ذات طبيعة معنوية غير محسوسة مايجعلها غير ملائمة لأساليب الرقابة والمطابقة والتفتيش التي تتطلب وجودا ماديا لتطبيقها ، بالإضافة إلى إقترانها بعالم الأعمال إذ لايتصور مثلا أن يقوم شخص بشراء براءة إختراع أو محل تجاري أو علامة تجارية لغرض غير مهني².

2- في القانون المدني الجزائري

لم يتضمن القانون المدني الجزائري الصادر بموجب الأمر 58-75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 مفهوم المنتج وإنما إستعمل لفظ فعل الشيء في المادة 138 منه وهذا في القسم الثالث تحت عنوان المسؤولية الناشئة عن الأشياء ، حيث يرى الأستاذ علي علي سليمان أن اللفظ جاء شاملا للمنقول والعقار بما في ذلك الجامد والمتحرك، ليشمل حتى التيار الكهربائي، تيار الغاز ، والضجة التي تحدثها الطائرة³.

ولكن بصدور قانون 05-10 الذي أورد تعريفا خاصا للمنتج في المادة 140 مكرر فقرة 2 بأنه: " يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما

¹ نصت المادة 1/683 ق م ج المعدل والمتمم على أنه "بعد مالا منقولاً كل شيء غير مستقر في حيزه وغير ثابت فيه ويمكن نقله دون تلف".

² طرح البحور علي حسين ، عقود المستهلكين الدولية مابين قضاء التحكيم والقضاء الدولي ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر 2007، ص 154.

³ علي علي سليمان ، دراسات المسؤولية المدنية في القانون المدني الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1986، ص 101.

المنتوج الزراعي والمنتوج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية ."

من إستقراء هذه المادة يتبين أن المقصود بالمنتوج هو السلع دون الخدمات ، وقد وردت على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر وذلك نظرا لما تشهده المنتوجات من تطور بشكل سريع في وقتنا الحالي .

وتتنوع أنواع السلع المذكورة في هذه المادة فيما يلي :

- المنتج الزراعي

المنتوج الزراعي هو كل المنقولات المتأتية مباشرة من مصدر زراعي كالقمح والشعير والأرز واللبن والشاي والعدس وخلافه ، ويوجه عام كل شيء من البقوليات و أو الفواكه وغيرها من المنتوجات التي يكون مصدرها الأرض¹.

- المنتج الصناعي

يعتبر منتوجا صناعيا كل المنقولات التي تكون محلا للإنتاج الصناعي ، وأهم ما يميز المنتوجات الصناعية خطورتها على سلامة القائمين على إستعمالها ، كالأجهزة الكهربائية على تنوعها والمنظفات الكيميائية الصناعية والمبيدات².

¹ تجدر الإشارة إلى أن المشرع الفرنسي قد نص صراحة على إدخال المنتوج الزراعي ضمن قائمة المنتوجات وذلك نتيجة للأضرار التي سببها للمستهلك خاصة بعد حادثة جنون البقر التي تسبب فيها منتج العلف الصناعي المقدم للأبقار. ينظر إلى سي يوسف زاهية حورية ، تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ، العدد 02 ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2010 ، ص 70.

² فتاك علي ، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج ، المرجع السابق، ص 404.

- تربية الحيوانات

ويقصد بها تربية كل الحيوانات القابلة للتربية كالأبقار والأغنام والدجاج وغيرها من الحيوانات التي يمكن إستهلاكها أو إستعمالها أو إستعمال جزء منها ، بالإضافة إلى المنتجات المستخلصة من هذه الحيوانات ، والتي يمكن إستهلاكها أو إستعمالها كالبويض والجلود والزيوت المستخرجة من الحيوانات¹.

- الصناعة الغذائية

وهي صناعة المواد والسلع الغذائية ، ويقصد بالمادة الغذائية كل مادة معالجة أو معالجة جزئياً أو خام ، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان ، بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ، بإستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ².

- الصيد البري

يتمثل منتج الصيد البري في الحيوانات التي تعيش في البر والتي تم الترخيص بصيدها كالطيور مثلاً ، ويجب أن تستجيب هذه المنتجات لمعايير السلامة من الأمراض وذلك لإستفادة المستهلك منها .

- الصيد البحري

عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 158/99 المحدد لتدابير حفظ الصحة والنظافة المطبقة عند عملية عرض منتجات الصيد البحري للإستهلاك منتج الصيد

¹ فتاك علي ، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج ،المرجع السابق، ص 405.

² المادة 03 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

بأنه : " كل الحيوانات أو أجزاء الحيوانات التي تعيش في البحار أو المياه العذبة بما فيها بيوضها وغدها الذكرية بإستثناء الثدييات المائية " .¹

- الطاقة الكهربائية :

بالرجوع إلى المادة 140 مكرر ق م ج نجد أن الطاقة الكهربائية تدخل في طائفة السلع ، وهو ما إستقر عليه في المادة 3/ 1386 من القانون المدني الفرنسي ، حيث يتمثل لفظ السلعة أو البضاعة وفقا للقضاء الفرنسي كل شيء مادي سواء كان سائلا أو صلبا أو غازيا ، ويلاحظ أن المشرع الجزائري أغفل إلحاق الغاز والماء بالكهرباء ليأخذا حكم المنتج ، فالغاز قد يكون في شكل طبيعي أو في شكل غاز مميع ، وهو مانتشير المادة 02 من القانون رقم 01/02 المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة القنوات² .

كما أن المياه قد تكون محل تنازل ويمكن تداولها فتستهلك للشرب وللإستعمال المنزلي ، كما تستعمل في صنع المشروبات الغازية والمثلجات و كل أنواع المواد الغذائية وتوضيبيها وحفظها³.

3- الإستثناءات الواردة على نطاق تعريف المنتجات

بعد أن بينا تعريف المنتجات في قانون حماية المستهلك، والقانون المدني الجزائري ، نستطيع أن نحدد ما يمكن أن يكون من قبيل المنتجات ، ولكن مع ذلك قد توجد

¹ المرسوم التنفيذي رقم 158/99 المؤرخ في 20 جويلية 1999 المحدد لتدابير حفظ الصحة والنظافة المطبقة عند عملية عرض منتجات الصيد البحري للإستهلاك ، ج. ر. العدد 49، الصادر بتاريخ 1999/7/25.

² القانون رقم 01/02 المؤرخ في 05 فبراير 2002 المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة قنوات ، ج. ر. العدد 08، الصادر بتاريخ 2002/02/06.

³ وهو مانصت عليه المادة 111 من القانون رقم 12/05 المؤرخ في 04 أوت المتضمن قانون المياه ، ج. ر. ، العدد 60 ، الصادر بتاريخ 2005/09/04.

بعض الأشياء أو المنقولات التي جعلنا نقف عندها ، وتثير إشكال في مدى إعتبارها تدخل ضمن مدلول المنتجات من عدمه كالفضلات ، أعضاء ومستخلصات جسم الإنسان ، والعقار .

أ- الفضلات

مع صحة الإصطلاح اللفظي لها المنتجات إلا أن ذلك مرهون بمآل هذه الفضلات، فإن كان هناك تعامل فيها بأن تباع وتستخدم لاحقا لإنتاج منتجات جديدة ، فإن تعريف المنتجات في هذه الحالة ينطبق عليها إنطباق تام .

أما إذا كانت هذه الفضلات متروكة أي مهمة ومرمية خارج المنشأة الإقتصادية مثلا، فإن خضعت للمسؤولية ليس على أساس كونها منتجات ، وإنما كمخلفات ضارة بالإنسان والبيئة أين تخضع لأحكام خاصة¹.

ب- أعضاء ومستخلصات جسم الإنسان

تنص المادة 169 من الأمر 07/95 المتعلق بالتأمينات "يجب على المؤسسات التي تقوم بنزع و/أو تغيير الدم البشري من أجل الإستعمال الطبي أن تكتتب تأميننا ضد العواقب المضرة التي قد يتعرض لها المتبرعون بالدم والمتلقون له"².

نستنتج من نص هذه المادة أنه لايمكن إعتبار مستخلصات جسم الإنسان منتجا بالمفهوم القانوني ، إلا إذا أسندت معالجتها والتعامل فيها إلى جهة أو مؤسسة أو منظمة ، ذلك أن هذه الجهات بما لها من تقنيات وأيادي فنية متخصصة أعرف بما يمكن أن يشوب هذه العناصر والمستخلصات من عيوب ، وفي الوقت الحالي عرفت

¹ عميرات عادل ، نطاق مسؤولية المنتج ،مجلة العلوم القانونية والسياسية ، العدد السادس ،كلية الحقوق ، جامعة الوادي -الجزائر ، 2013، ص 219.

² المادة 169 من الأمر 07/95 المؤرخ في 25/01/1995 المتعلق بالتأمينات ، ج ر عدد 13 بتاريخ 08/03/1995 المعدل والمتمم بالقانون 04/06 المؤرخ في 20/02/2006، ج. ر، العدد 13 الصادر بتاريخ 12/03/2006.

مثل هذه الجهات تطور وتعدد كبنوك نقل الدم ، ونقل النطف ، وزرع الأعضاء... الخ ، لأننا بهذا الصدد نريد تحديد المنتجات التي ترتب المسؤولية وهذه المنتجات لا تكون محل مسؤولية إلا بالتعامل فيه بواسطة مؤسسة معينة¹.

3 - العقار

لاتخضع عملية بيع وشراء العقارات لعمية مراقبة الجودة وقمع الغش ، من تم لاتخضع العقارات لقانون حماية المستهلك ، ذلك أن العقار له نظامه القانوني الخاص، فلا يمكن إخضاعه مثلا لأحكام الضمان أو الرقابة التي يلتزم بها المتدخل في سبيل تحقيق حماية المستهلك بالإضافة إلى النصوص التي تنظمه كثيرة كالأحكام المتعلقة بالشهر العقاري وقواعد مطابقة البيانات ، حيث نصت المادة 07 من القانون رقم 15-08 المحدد لقواعد مطابقة البناءات وإتمام إنجازها على أن يضمن كل متدخل إتمام أشغال إنجاز أي بناية مشيدة وتحقيق مطابقتها².

ثانيا : الخدمات

الخدمات هي الجزء الثاني من المنتج ، ويستعمل هذا المصطلح عندما يكون محل عقد الإستهلاك أو موضوعه أداءات يمكن أن تقوم نقدا خارج نطاق المال المادي ، والخدمة قد تتخذ شكلا ماديا كخدمات تصليح العطل والتنظيف وخدمات الإتصال كما يمكن أن تكون الخدمات ذات طابع مالي مثل الإئتمان والتأمين ، كما يمكن أن تكون الخدمات ذهنية كالخدمة التي يقدمها الطبيب أو المحامي³.

¹ عميرات عادل ، نطاق مسؤولية المنتج ، المرجع السابق ، ص 218.

² القانون رقم 15-08 يحدد قواعد مطابقة البناءات وإتمام إنجازها المؤرخ في 20-07-2008 ، ج ر عدد 44 ، الصادرة في 03-08-2008.

³ طرح البجور علي حسن ، المرجع السابق ، ص 155.

وعرف بعض الإقتصاديين الخدمة على أنها: " أداء أو عمل نشاط معين من جهة إلى أخرى على الرغم من أن عملية أداء الخدمة قد تشمل بعض الجوانب المادية الملموسة كارتباطها بمنتوج مادي معين ، إلا أن أداء الخدمات بشكل أساسي غير ملموس ولا ينتج عنه إمتلاك أي شيء مادي ملموس أو أي شيء من عوامل إنتاج أو تقديم هذه الخدمة".

كما عرفت المادة 03 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الخدمة على أنها "كل عمل مقدم غير تسليم السلعة حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة".

في حين عرفت المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الملغى بأنه : أنها " كل مجهود يقدم ماعدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له".

وقد إستثنى المشرع صراحة الإلتزام بتسليم سلعة من مفهوم الخدمة وأبقى عليه إلتزاما مستقلا يقع على عاتق أحد المتعاقدين وهو البائع المحترف في عقد البيع بموجب المادة 364 من القانون المدني ، تحقيقا للتناسق بين التشريعات¹.

ويقصد بالخدمة كل ما يعرض على المستهلك من أجل مساعدته للوصول إلى إشباع حاجاته بسهولة ويسر ، ويدخل في إطارها جميع الأنشطة المادية أو الفكرية التي تتم بشكل مستقل ولا يكون الهدف منها تقويت مال معين .

إن الخدمات تعرض بشكل يومي ومستمر على المستهلك لأنها ترتبط بنمط عيشته المعتاد ، وهي تختلف حسب تنوع الوقائع وتغييرها ، لذا من الصعب الإحاطة بجميع الجوانب التقنية لهذا القطاع ، فالعلاج الذي يقدمه الطبيب مثلا والإستشارات

¹ بودالي محمد ، تطور حركة المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ، عدد خاص ، جامعة جلاي اليابس ، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع ، سيدي بلعباس، الجزائر ، 2005، ص 30.

القانونية التي يعرضها المحامي ، وإصلاح الأجهزة المنزلية المقترحة من طرف مقابلة صناعية ، وتنظيم المهرجانات ، وخدمات النقل وتسلم وتوزيع البضائع ، وعمليات حفظ الأمن التي تقوم بها الشرطة ... الخ كلها أنشطة تتميز بخصوصيات معينة وذلك حسب طبيعة العلامة التي تربط المستهلك بالمهني ، وهو الأمر الذي يجعل من الصعب وضع تعريف موحد للخدمات لأنه ليس من السهل حصرها، والجدير بالذكر أن قانون 03-09 ليس له طابع عام وهو لا يطبق على المنتجات والخدمات التي تخضع للتنظيمات التشريعية الخاصة وهي الأسلحة ، المتفجرات ، المواد السامة ، المخدرات ، السيارات.¹

وتتميز الخدمات عن المنتج فيما يلي²:

أ - اللاملموسية : فالخدمة نشاط غير ملموس وغير مرئي ولا يمكن الإحساس بها أو تذوقها أو شمها.

ب- عدم إمكانية تملكها عكس المنتج وعدم تطبيق الحجز عليها

ج- عدم إمكانية تخزينها أو تجريبها .

د- عدم إمكانية تغليفها .

هـ - عدم إمكانية قياس جودتها .

و- عدم خضوعها للتفتيش.

¹ كالم حبيبة ، حماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق والعلوم الإدارية بن عكنون ، جامعة الجزائر ، 2005، ص 19.

² بن خالد فاتح ، حماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة سطيف 02 ، 2014-2015، ص 35.

الفقرة الثانية: محل الإلتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد

من موجبات تقرير الإلتزام بالإعلام قيام أحد الطرفين المقبلين على التعاقد بتقديم معلومات وبيانات حول مضمون وتفصيلات العقد المزمع إبرامه إلى الطرف الآخر ليكون على بينة من أمره، وبناء على ذلك يكون محل الإلتزام بالإعلام هذه المعلومات والبيانات التي يقدمها أحد طرفي العقد إلى الآخر ويقاس مدى وفاء المدين بهذا الإلتزام بمدى كفاية المعلومات المقدمة للدائن واللازمة لتتوير رضائه، أو بمعنى آخر عندما يكون لدى الدائن قدر من المعرفة بعناصر التفاوض على نحو يتيح له إمكانية الإختيار عند التعاقد والعدول عن التعاقد في حالة عدم ملائمة شروط التعاقد¹.

وسنتطرق لدراسة محل الإلتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد دراسة الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية و الحالة المادية للشيء محل التعاقد (أولاً)، الإلتزام بالإعلام عن إستخدام الشيء (ثانياً)، والإعلام عن الأسعار (ثالثاً).

أولاً : الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية والمادية للشيء محل التعاقد

1- الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية للشيء محل التعاقد

لاشك أن من يرغب في التعاقد يهمله أن يتعرف على الحالة القانونية للشيء محل التعاقد ليقف على ما عليه وتكاليف ما قد يتعرض له من صور التعرض وأنواعه الأمر الذي يعوق حيازة محل العقد حيازة هادئة وبلوغ الغاية المرجوة من التعاقد، وبالتطبيق على سبيل المثال فإن البائع يضمن ذلك في ضوء تنظيم القانون لضمان التعرض والإستحقاق لدى المنازعة، وحيث أن التعرض غالباً ما يتم بعد التعاقد بحيث لو علم به الدائن بالإلتزام بالإعلام لما أقدم على إبرام العقد عندئذ تتوافر صفة

¹ الرفاعي أحمد محمد ، الحماية المدنية للمستهلك ،دار النهضة العربية ، القاهرة 1994، ص 113.

الجوهريّة لمثل هذا النوع من المعلومات وتدخل ضمن نطاق الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونيّة للشيء محل التعاقد

فالمدين بالإلتزام بالإعلام ملتزم بإعلام الدائن بالوضع القانوني للشيء محل العقد المزمع إبرامه ، وما إذا كان خاليا من أية حقوق عينية أو شخصية للغير أو محملا بها وطبيعة هذه الحقوق إن وجدت¹.

ولقد أشار رأي في الفقه الفرنسي إلى أن المشرع الفرنسي في إطار تنظيمه لضمان الإستحقاق قد أوجب على عاتق الضامن إلتزاما بالإعلام أثناء إبرام العقد يلتزم بمقتضاه بتحذير الطرف الآخر من كل سبب إحتمالي يكون من شأنه إحداث إضطراب أو تعكير يؤدي إلى النيل من حقه في الإنتفاع بالشيء محل التعاقد ، وأشار إلى أن هذا الإلتزام القانوني إلتزام قديم يرجع إلى مرسوم هنري الصادر في عام 1553 الذي يلزم البائعين بالإعلان عن كل سبب للإستحقاق في المادتين 1626 ، 1638 من القانون المدني الفرنسي². والبائع في عقد البيع لا يضمن التعرض الناشئ عن وجود حق إرتفاق ظاهر³ ولكنه يضمن التعرض الناشئ عن وجود حق إرتفاق خفي⁴ ، ويكون ملزما بإعلام المشتري به وإلا كان مسؤولا ، ولهذا فرضت محكمة

¹ خالد جمال أحمد حسن ، المرجع السابق ، ص 304.

² Boyer .yves, l'obligation de renseignement dans la formation du contrat Aix .Marseille .p 257.

³ يقصد بحق الإرتفاق الظاهر تلك التي توجد بها علامة خارجية تدل عليها وهذه العلامة قد توجد في العقار المرتفق به ، كما هو الحال بالنسبة لحق المرور إذا كان الطريق مخططا ، أو حق الإرتفاق بالمسيل أو حق المجرى إذا كانت هناك قناة محفورة أو أنابيب موضوعة على سطح الأرض أو توجد العلامة في العقار المرتفق نفسه ففي حق الإرتفاق بالمطل توجد فتحة بحائط العقار المرتفق به تدل على هذا الحق فالإلتزام بالإعلام لايمتد إلى الحق والإرتفاقات الظاهرة والتي يعلمها المشتري .أنظر لبيب شنب ، شرح أحكام عقد البيع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1981، ص 184.

⁴ وهو ما لا تدل عليه أي علامة مادية ظاهرة كالإرتفاق بعدم البناء على سبيل المثال فإن البائع يضمن التعرض سواء أكان يعلم بوجود هذا الحق أم لا . أنظر لبيب شنب ، المرجع السابق ، ص 185.

النقض الفرنسية على عاتق البائع إلتزاما بإعلام المشتري قبل التعاقد عن الإرتفاقات المستترة على أساس المادة 1638 من القانون المدني الفرنسي التي تقرر أنه : "على البائع إعلام المشتري عن وجود إرتفاقات مستترة وليس على المشتري الإستعلام عنها في هذا الصدد"¹.

وقد أكد القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه على الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية للشيء محل العقد وحكم بمسؤولية البائع عن تعويض المشتري عن الضرر الذي لحق به بسبب عدم قيام البائع بإعلامه لدى التعاقد أن ترخيص البناء المستخرج بشأن الأرض المباعة لايسمح له بالبناء على كل المساحة المباعة وهو ما دعا المشتري إلى القيام بتصحيح هذا الترخيص حتى يلاءم المساحة الفعلية ، وقد أدى ذلك إلى تعطيل مشروع البناء وقد ترتب على ذلك بعض الأضرار².

وقد توسع القضاء الفرنسي في تحديد نطاق الإلتزام بالإعلام حيث أدخل في مضمونه وجوب إعلام البائع للمشتري بالصعوبات التي ستواجهه في إنتفاعه بالشيء المبيع حيث قضت محكمة النقض الفرنسية لمسؤولية بائع المحل التجاري لعدم إعلامه للمشتري بالصعوبات التي يمكن أن تواجهه لدى تجديده لعقد الإيجار³.

¹ علي حسن علي ، المرجع السابق ، ص 137.

² Cass.civ ,24 mai 1972, Bull, civ ,1972 no:324,p 33.

مشار إليه عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص 231.

³ Cass com ,8 Juillet 1974, D, 1974 ,I ,R,P.221,

مشار إليه عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق ، ص 231.

2- إعلام المستهلك بالجوانب المادية المتصلة بالمنتوج .

تمثل الحالة المادية للشيء محل العقد المزمع إبرامه غالباً الدافع الباعث على إبرام العقد لذلك ينبغي على المدين بالإلتزام بالإعلام تقديم المعلومات اللازمة لبيان الأوصاف المادية للشيء محل التعاقد حتى يتسنى للراغب في التعاقد الوقوف على مزايا العقد وخصائصه ومدى ملائمته لحاجاته التي يرمي إلى تحقيقها مما يساعده على إتخاذ قراره بصدد التعاقد وهو على بينة من أمره¹.

وعلم المستهلك بالخصائص الأساسية للمنتوج توجبه المادة 1/352 ق م ج التي تنص على أنه: " يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً ويعتبر العلم كافياً إذا إشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه"، و نصت المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على مايلي: " يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

وتختلف المعلومات المتعلقة بإستعمال الشيء الذي يجب على المتدخل إعلامه بها للمستهلك بحسب ما إذا كان الشيء المبيع من الأشياء المعدة للإستعمال من الأشياء قصيرة الإستعمال ، أو من الأشياء دائمة الإستعمال .

أ - كون أشياء المبيع من الأشياء قصيرة الإستعمال

ويقصد بها المواد الغذائية والمواد السامة والمبيدات والأعشاب والأدوية والمستحضرات الصيدلانية و مواد الدهان وغيرها ، فيجب على المتدخل أن يبين للمستهلك كيفية إستخدام هذه الأشياء ووقت إستخدامها ، والمقادير أو الجرعات التي يستخدمها أو يتناولها وكذا تاريخ صلاحية هذه المواد للإستخدام والإحتياطات التي

¹ علي حسين علي، المرجع السابق ، ص 140.

يجب أخذها عند الإستخدام ، فإذا كان هناك تقصير أو تهاون بطريقة مقتضبة كان عليه أن يتحمل تقصيره ويلتزم بتعويض المشتري عما لحقه من أضرار بسبب ذلك¹.

وتزداد أهمية الإدلاء بالبيانات والمعلومات المتعلقة بإستعمال الشيء المبيع إذا كان هذا الشيء من الأدوية الطبية ، نظرا لخطورة هذه المنتجات لما تحتويه من السموم ، ومن ثم فإن أي خطأ في تناولها سواء بالإسراف فيه، أو الإقلال منه قد يؤدي إلى أضرار جسيمة فضلا عن تقويت فرصة العلاج².

ب - كون أشياء المبيع من الأشياء دائمة الإستعمال

إذا كان الشيء المبيع من الأشياء التي تطول فترة إستعمالها كالألات الميكانيكية والأجهزة الكهربائية مثلا فإنه يجب أن يقدم للمستهلك كافة البيانات المتعلقة بكيفية إستخدامها والإحتياجات التي يجب أخذها أثناء تشغيلها ، إضافة إلى نشرة أو كتيب يتضمن مكوناتها وخصائصها وهو ما يعرف بالكتالوج حتى يتسنى للمشتري الرجوع إليه عند الإقتضاء.

وتطبيقا لذلك قضت محكمة باريس أن بائع السيارة ملتزم بتوضيح وإظهار جميع العناصر التي من شأنها أن تسمح للطرف الآخر بإجراء تقدير جاد وحقيقي لدرجة إستعمال السيارة³.

وقد إشتطرت بعض القوانين أن يتم توفير المعلومات المتعلقة بالخصائص والسمات الأساسية للسلعة محل التعاقد للراغب في التعاقد بطريقة إلكترونية للإطلاع عليها في كافة مراحل التعامل ، وهو ما يعني أن يتم توفير هذه المعلومات للراغب في التعاقد

¹ حمدي أحمد سعيد ، المرجع السابق ، ص 38.

² محمد وحيد محمد ، المسؤولية المدنية للصيدلي ، رسالة دكتوراة عين شمس 1993 ، ص 120.

³ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 287.

عبر شبكة الإنترنت وفي جميع مراحل التعاقد أي بدءا من مرحلة الإعلان ومرورا بمرحلة التفاوض وإبرام العقد وإنهاء بمرحلة تنفيذ العقد¹.

كما قضت محكمة إستئناف باريس بإبطال عقد بيع قطعة أثاث تأسيسا على إخلال البائع لإلتزامه بالإعلام ومخالفته نص المادة 1/111 من قانون الإستهلاك التي تلزم البائع المهني بإعلام المستهلك بكافة الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة محل التعاقد وتتلخص وقائع القضية في قيام سيدة بشراء مكتبة مصنوعة من الخشب من شركة متخصصة لبيع الأثاث ظنا منها أنها مصنوعة من خشب شجرة الكرز وذلك في ضوء المعلومات المدرجة بقسيمة توريد البضائع التي تحمل علامة شجرة كرز سميقة ، إلا أن الخبير أثبت أن الخامات الأساسية المستخدمة في صناعة المكتبة كانت مكونة من شجرة الكرز وذلك بالنسبة للواجهات والأجزاء المرتبة من الخارج فقط، أما الأرفق والقواعد والفراغات بداخل وخارج الأدراج فكانت مصنوعة من خشب الزان خاصة أن ممثل الشركة المذكورة لم يثبت أنه أحاط المشتري علما بمعلومات من هذا النوع ، ولأسيما أن توصيات الإتحاد الوطني لتجارة الأثاث تلزم تزويد المشتري بالمعلومات التقنية عن الشيء المباع خاصة حال طلبها².

ولا يختلف الأمر بالنسبة لمجال الخدمات ففي المطاعم مثلا يلتزم صاحب المطعم بتقديم قائمة الطعام والإشارة إلى الأطعمة التي لا تقدم إلا في ساعات معينة

¹ Oliver iteanu internet et Le Droit aspects juridiques du commerce Electronique, paris , Edition 2000, p :57.

مشار إليه خالد إبراهيم ممدوح ، المرجع السابق، ص90.

² عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 233.

من اليوم ، كما يلتزم صاحب الفندق بإعلام الزبون عن رقم الغرفة وشكلها الداخلي ومساحتها ونوع الإطلالة الموجودة فيها¹.

ثانيا : الإلتزام بالإعلام عن كيفية إستخدام الشيء

إن التطور العلمي والتكنولوجي الذي صاحب إنتاج السلع وتقديم الخدمات أدى إلى ظهور العديد من السلع والخدمات ذات مواصفات فنية معقدة يتعذر على المستهلك العادي الإحاطة بها بمفرده بالإعتماد على قدراته الذاتية بما يعرضه لمخاطر إستعمال هذه المنتجات بشكل خاطيء حتى ولو لم تكن هذه المنتجات خطيرة بطبيعتها وبما يفوت عليها الإستفادة من هذه المنتجات على النحو الأمثل خاصة عندما تكون هذه المنتجات جديدة ومبتكرة².

وهنا يبرز دور الإلتزام بالإعلام في توعية وتبصير الراغب في التعاقد وتحذيره من المخاطر التي تنجم عن الإستخدم الخاطيء لهذه المنتجات أو ما يطلق عليه ضمان السلامة للمستهلك، وكذلك مايمثله علم المشتري بهذه المخاطر من أثر على رضائه بإبرام العقد بمعنى أنه لو علم الراغب في التعاقد بهذه المعلومات المتعلقة بالمخاطر الناجمة عن الإستمعال الخاطيء للشيء محل التعاقد قبل إبرام العقد لما أقدم على إبرامه³.

وتطبيقا لذلك فقد قضى في فرنسا بمسؤولية منتج أحد المواد الكيميائية الخاصة بمقاومة الطفيليات النباتية لتقصيره في بيان أنواع الشتلات التي لايناسبها هذا النوع

¹ حامق ذهبية ، المرجع السابق ، ص244.

² شكري محمد سرور ، المرجع السابق ، ص 22.

³ الحاج محمد عبد القادر علي ، مسؤولية المنتج والموزع دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990 ، ص 76.

من المواد الكيماوية على نحو دقيق، حيث أفسد المبيع بعض الشتلات غير تلك الشتلات التي تم شراء المبيد لقتل الطفيليات الموجودة بها¹.

إن الإلتزام بالإعلام عن طريق إستعمال الشيء ومدى ملاءمته للغرض الذي خصص من أجله يجد أساسه في الشريعة الإسلامية حيث جاء في الحديث الشريف عن رسول الله صلى الله عليه وسلم وماروي على أبي السباع (رضي الله عنه) ، أنه قال إشتريت ناقلة من دار واثلة بن الأسقع ، فلما خرجت بها أدركني عقبة بن نافع فقال لي هل بين لك مافيها ، قلت وما فيها إنها لسمينة ظاهرة الصحة ، فقال عقبة : وهل أردت بها سفرا أم لحما فقلت له أردت بها الحج ، فقال لي عقبة : إن بخفها نقبا فقال له صاحبها واثلة بن الأصقع أصلحك الله أتريد أن تفسد علي ، فأجابه عقبة قائلا : لقد سمعت رسول الله يقول "لايحل لأحد أن يبيع شيئا إلا بين مافيه ولايحل لأحد يعلم ذلك إلا بينه".

ثالثا: الإعلام عن الأسعار

عنى المشرع الجزائري بتنظيم أحكام العامة للثمن من خلال القواعد العامة للقانون المدني الجزائري وذلك بإعتباره إلتزام يقع على عاتق المشتري² وقد نصت المادة 356 على أن : "يجوز أن يقتصر تقدير ثمن البيع على بيان الأسس التي يحدد بمقتضاها فيما بعد".

¹ Cass civ 22 novembre 1978 ., D 1979-1- R- P:120.

مشار إليه علي حسين علي ، المرجع السابق ، ص 146.

² أحيانا يضع المشرع تسعير جبري لبعض السلع والخدمات والهدف من ذلك هو حماية المستهلك ، ومن الطبيعي أن يكون تعامل المستهلك مع تاجر التجزئة ، الأمر الذي يوجب أن يكون الإلتزام بالإعلام عن أسعار السلع واقع على تاجر التجزئة. أنظر عميرات عادل ، إلتزام العون الإقتصادي بالإعلام ، مجلة العلوم القانونية والسياسية ، منشورات جامعة الشهيد لخضر بالوادي ، الجزائر ، العدد 13 ، جوان 2016 ، ص 241.

وإذا وقع الإتفاق على أن الثمن هو سعر السوق وجب عند الشك الرجوع إلى سعر السوق الذي يقع فيه تسليم المبيع للمشتري في الزمان والمكان فإذا لم يكن مكان التسليم سوقا وجب الرجوع إلى سعر السوق في المكان الذي يقضي العرف أن تكون أسعاره هي السارية"، كما نصت المادة 357 ق م ج على أن: "إذا لم يحدد المتعاقدان ثمن البيع فلا يترتب على ذلك بطلان البيع متى تبين من أن المتعاقدين قد نويا الإعتماد على السعر المتداول في التجارة ، أو السعر الذي جرى التعامل بينها ."

ويعد السعر عنصرا أساسيا في عقد الإستهلاك لأنه من العناصر التي يركز عليها المستهلك عند رغبته في الإقتناء وبساعده في إتخاذ قرار الشراء ، فالمستهلك يبقى قراره في الإقدام على شراء السلع والخدمات أو الإحجام عنها بناء على إمكانياته المادية مع الحرص على أن لا يدفع في السلعة أكثر من قيمتها الحقيقية.

وقد أوجب المشرع الجزائري إشهار الأسعار من خلال الأمر 37/75 المتعلق بالأسعار وقمع المخالفات الخاصة بتنظيم الأسعار ، وذلك من خلال المادة 10 منه التي ألزمت المتدخل بإعلان الأسعار للمستهلك ، بوضع بطاقة الأسعار أو بأية طريقة وإعتبرها مخالفة بنص المادة 10 من هذا الأمر¹ ، كما أكد على ضرورة إعلان الأسعار بموجب المادة 29 من القانون 12/89 المتعلق بالأسعار

ويجد إلتزام المتدخل بإعلام المستهلك عن الأسعار أساسه في المادة 04 و 05 و06 من القانون 02/04 المحدد لقواعد المطبقة على الممارسات التجارية² عندما نصت المادة 04 على مايلي : "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات ويشروط البيع ."

¹ الأمر 37/75 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار ، ج ر ، العدد 38 الصادر بتاريخ 13 /05 /1975.

² القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، ج ر عدد 41 الصادر بتاريخ 27 جويلية 2004.

ووجد هذا الأساس تدعيماً له من خلال ما جاء في نص المادتين 5 و6 من المرسوم التنفيذي رقم 65/09 المؤرخ في 2009/02/07 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات¹.

كما منح للسلطة الإدارية المختصة سبل مراقبة مدى تطبيق القواعد المتعلقة بالمنافسة والأسعار وضمان شفافية السوق وتطوير المنافسة ويتم الإعلان عن الأسعار لفائدة المستهلكين من خلال وضع علامات² أو وسم ملصقات³ أو معلقات⁴ أو بأية وسيلة أخرى مناسبة تحقق إعلام المستهلك بالسعر ويجب أن تبين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة .

ويجب أن يتم الإعلام عن السعر بالعملة الوطنية وهي "الدينار" ، ويرمز له ب"د ج" أو بأجزائه السنتميم ويرمز له ب"س ج"⁵.

¹ تنص المادة 05 من المرسوم 65/09 المذكور أعلاه أنه : " يجب على العون الإقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار والتعريفات المطبقة أن يطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة على الخصوص على طبيعة السلع والخدمات ومجموع العناصر المكونة للأسعار والتعريفات الواجب دفعها وكيفية الدفع وكذا عند الإقتضاء كل الإقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات الممنوحة والرسوم المطبقة " ، كما نصت المادة 6 على أنه : "يتعين على العون الإقتصادي في مجال تقديم الخدمات تسليم كشف للمستهلك قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل على الخصوص طبيعة الخدمات والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفية الدفع " . ينظر المرسوم التنفيذي رقم 65/09 المؤرخ في 7 فيفري 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة ، ج ر عدد 10 الصادر بتاريخ 11 فيفري 2009

² Marquage أي تبيان على لوحة موحدة قائمة بالمنتجات المعروضة للبيع أو الخدمات المقدمة مع السعر المطلوب عن كل واحدة منها.

³ étiquetage وهو تبيان سعر البيع على وسم يعلق على المنتج.

⁴ Affichage وهو وضع بجانب السلعة لافتة تبين بشكل واضح سعر البيع .

⁵ المادة الأولى من الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض المؤرخ في 26 أوت 2003 ، ج ر عدد 52 الصادرة بتاريخ 27 أوت 2003.

وقد فرض المشرع الجزائري على إلتزام المتدخل بإعلام المستهلك بأسعار الخدمات التي يؤديها ، وهذا بإختلاف نوع الخدمة¹ ، وقد تولت محكمة النقض الفرنسية بالحكم على أن المحامي يكون ملزما قبل التعاقد بإعلام الزبون عن أجرة الخدمة التي يلتزم بتقديمها، ووضع الإلتزام نفسه على عيادة متخصصة في الجراحة التجميلية ، حيث يلتزم الطبيب بإعلام المريض بالسعر الذي يلتزم بدفعه قبل إبرام العقد لاسيما وأن سعر مثل هذه العمليات قد يكون مرتفعا جدا².

¹ الأحكام التنظيمية المقننة لأسعار السلع والخدمات كثيرة منها:

- المرسوم التنفيذي 96-39 المؤرخ في 15/1/1996 المتضمن نقل الركاب برا ، ج ر عدد 04.
 - المرسوم التنفيذي 96-132 المؤرخ في 13/04/1996 المتضمن تحديد اسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع ، ج ر عدد 23.
 - المرسوم التنفيذي 98-269 المؤرخ في 29/08/1998 المتضمن تحديد تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية ، ج ر عدد 65.
 - المرسوم التنفيذي 2000-46 المؤرخ في 01/03/2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ، ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات إستغلالها ، ج ر ، عدد 10 الصادر بتاريخ 05/03/2000 الذي يوجب إعلان أسعار الغرف في لافتات عند مدخل المؤسسة الفندقية ، وفي مكاتب الإستقبال وهذا بنص المادة 31.
 - المرسوم التنفيذي 01-50 المؤرخ في 12/02/2001 المتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في أكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج ر عدد 11.
 - المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 17/12/2002 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة طاكسي ، ج ر عدد 85.
 - المرسوم التنفيذي 05-313 المؤرخ في 10/09/2005 الذي يحدد حد الربح عند التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي المضغوط كوقود ج ر . عدد 62.
 - المرسوم التنفيذي 07-402 المؤرخ في 25/12/2007 الذي يحدد أسعار القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه ، ج ر عدد 80.
 - المرسوم التنفيذي رقم 08-243 مؤرخ في 03/08/2008 يحدد أتعاب الموثق الصادر بتاريخ 06/08/2008، ج ر عدد 45، إذ يلزم الموثق بوضع جدول الأتعاب في مكان بارز في المكتب.
- ² حامق ذهبية ، المرجع السابق ، ص 249.

وتبدو أهمية الإعلام عن أسعار السلع المقدمة للجمهور في أنها تحقق عدة أهداف ، فهو يهدف إلى تأمين المستهلك من أي مفاجأة حول المبلغ المدفوع لإقتناء المنتج ، لأن المستهلك من حقه من الوهلة الأولى أن يطلع على الثمن الإجمالي الذي سوف يدفعه، وأن عدم ذكره سيدفع المستهلك إلى طلب سعر كل منتج على حدى وهو مايسبب له نوعا من الإحراج حيث أن الكثير من الناس يجدون حرجا كبيرا في التراجع عن قرار الشراء عند إطلاعهم على السعر بعد أن يكونوا قد خاضوا في التفاصيل الأخرى وأبدو إعجابهم بالسلعة.

المطلب الثاني

وسائل تنفيذ الإلتزم بالإعلام.

تعتبر حماية المستهلك من أولى إهتمامات التشريعات الوطنية والدولية ، فالمستهلك يسعى دوما إلى تلبية إحتياجاته والإنتفاع بكل ما هو متاح من أجل زيادة مساحة رفاهيته التي تعد نقطة ضعف يرتكز عليها آخرون يحتكرون ويسيطرون على هذه المنافع ، ولحماية هذه الطائف من المستهلكين ألزم المشرع الجزائري على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم الذي يعد وسيلة إعلام إجبارية (الفرع الأول).

كما يمكن للمتدخل أن يلجأ إلى وسائل أخرى إختيارية لإعلام المستهلك عن طريق الإشهار التجاري (الفرع الثاني).

الفرع الأول

الوسم

وجد الوسم منذ المجتمعات القديمة بحيث إعتبر من التوابع النافعة لنقل السلع وبيعها، ولكن لم يكن منظماً بنصوص قانونية، مما أدى إلى ظهور بيانات كاذبة لترويج جودة المنتجات المعروضة للبيع، فمع تطور المجتمعات وضع بشأنه تنظيم قانوني يهدف إلى أخلاقية العلاقات التجارية فيما يتعلق بعرض هذه المنتجات وبيعها¹، وتطور هذا التنظيم مع تطور أشكال التوزيع وظهور المساحات التجارية الكبرى التي لا يمكن للمستهلك فيها أن يجد من يرشده ويدلي له بالمعلومات الضرورية لذلك أوجب القانون على المنتج والموزع إلحاق المنتج بوسم ينير المستهلك ويعطيه صورة واضحة عن مكوناته وكيفية استعماله².

وبإعتبار الوسم وسيلة إعلام إجبارية تقع على عاتق المتدخل، فيجب وضع تعريف له وبيان أهميته وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة له (الفقرة الأولى)، وتبين مجاله (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى: تعريف الوسم وأهميته وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة

يقع على عاتق المدين بالإلتزام بالإعلام وسم منتوجاته وذلك نظراً للدور الذي يلعبه الوسم في التأثير على إرادة المستهلك ودفعه للتعاقد مما يقتضي تعريفه وبيان أهميته (أولاً)، وقد يختلط مفهوم الوسم مع غيره من المفاهيم المشابهة مما يقتضي وضع حدود هذا التمييز (ثانياً).

¹ حامق ذهبية، المرجع السابق، ص 271.

² بختة موالك، المرجع السابق، ص 36.

أولا : تعريف الوسم وأهميته

سوف نتطرق إلى تعريف الوسم من الناحية الإقتصادية ومن الناحية القانونية (1)، ثم نبين أهميته (2).

1 - تعريف الوسم

أ-تعريف الوسم عند الفقه الإقتصادي

يجب الإشارة بداية إلى أن مصطلح الوسم يعتبر مصطلحا قانونيا أكثر منه إقتصاديا ، وذلك لأن الفقه يستعمل مصطلح "التبين" وهذا الأخير الذي يعرفه على أنه " مجموعة من البيانات والمعلومات الإلزامية والإجبارية أو الإختيارية التي تظهر على غلاف المنتج وتسمح للمستهلك بالتعرف على إسم المصنع أو المؤسسة ، محتويات المنتج ، الخصائص التقنية ، السعر ، أصل المنتج ، تاريخ إنتاجه ، ومدة صلاحيته وشروط حفظه وإستعماله"¹.

ب-تعريف الوسم من الناحية القانونية

إن أول تعريف وضع للوسم كان بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في مادته الأولى التي تنص على أنه : " جميع العلامات والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما".

¹ ضيف الله فاطمة ، الإلتزام بالوسم ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة جامعة الجزائر 1 ، 2016، ص 10.

ولقد ورد الإلتزام بالإعلام عن طريق الوسم في المادة 17 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة"، وقد عرفت المادة 03 من القانون 03/09 السالف الذكر على أنه: " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة المنتج مهما كان شكلها أو سنداها بغض النظر عن طريقة وضعها".

فالوسم إذن هو تلك البيانات الموضوعية على غلاف المنتج التي تعرف به وتعتبر ضرورية لإعلام المستهلك بحيث يكون قادرا على قراءة هذه المعلومات بكل حرية وقادرا على إتباع الإرشادات المقدمة له لتمكينه من الإستعمال الصحيح للمنتج ، دون حاجة لأن يعود للمتدخل في كل مرة ، كما أن للوسم دور وصفي فيقدم للمستهلك وثيقة تحتوي على كل المعلومات بصفة واضحة وسهلة الفهم والإستيعاب كونه عديم الخبرة.

2- أهمية الوسم

يعتبر الوسم آلية قانونية لضمان سلامة المستهلكين وذلك نظرا لدوره الإعلامي والأمني والإشهاري.

أ-الدور الإعلامي: لاشك أن الدور الكبير الذي يلعبه الإلتزام بالوسم من الناحية الإعلامية أنه يطلع المستهلك على المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة الموجهة للمستهلك ليتمكن من الإختيار الحر والسليم ، فالوسم له دور وصفي حيث يقدم للمستهلك وثيقة بها معلومات واضحة وسهلة الفهم والإستيعاب إما عن طريق

القراءة إذا تمكن من ذلك أو عن طريق الرؤية إذا كانت الرسوم بيانية بالنسبة للأمين أو لناقص الرؤية¹.

ب- الدور الأمني: يعد الإلتزام بالوسم الإلتزام إيجابيا حيث يعتبر الوسيلة التي يستعملها المهني للفت إنتباه المستهلك للخطر الناجم من إستعمال المنتج والذي عادة ما يتميز في مثل هذه الحالات بشكله الواضح وبكتابته بلون يختلف عن كتابة ولون الوسم الإعلامي .

كما يستعمل فيه عبارات ورموز تؤدي المعنى المقصود مثل : مضر بالصحة ، سام خطر الموت ..الخ ، ونجد عادة هذه العبارات في المنتجات والمواد الخطرة أو السامة أو الأدوية الخطيرة، أو مواد التجميل والتنظيف البدني .

ويعتبر الوسم الأمني إلتزاما بنتيجة متعلق بعقد البيع وتنفيذه ، إذ أن المستهلك يجب أن تتوفر به إمكانية الإنتفاع به دون عائق وأن يستجيب للطلبات المشروعة له².

ج- الدور الإشهاري للإلتزام بالوسم : إن كثرة السلع في السوق وتشابه مكوناتها تزيد من صعوبة التفرقة بينها ، لذا فإن للإلتزام بالوسم دور مساعد في تحديد المنتج بدقة ، فهو بمثابة هوية للمنتج وعليه يكون للإلتزام بالوسم دور مزدوج من حيث أنه يتضمن من جهة المعلومات المتعلقة بالمنتج والتي تهم المستهلك بالدرجة الأولى ،

¹ حامق ذهبية ، المرجع السابق ، ص 275.

² قرواش رضوان ، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق ، فرع القانون الخاص قانون الأعمال،كلية الحقوق يوسف بن خدة ،جامعة الجزائر -1-، 2012- 2013، ص 293.

ومن جهة أخرى فهو وسيلة تمكين المتدخل من عرض منتوجه بطريقة مختلفة عن باقي المنتوجات الموجودة في السوق بإستعمال رسومات ورموزات مختلفة¹.

ثانيا :تمييز الوسم عن بعض المفاهيم المشابهة له

قد يختلط الوسم بغيره من المفاهيم المشابهة له مما يقتضي التطرق إلى تمييزه عن غيره.

1- تمييز الوسم عن غيره من المفاهيم المشابهة

يشابه الوسم مع غيره من المفاهيم مثل الإلتزام بالمطابقة ، والإشهار التجاري .

أ- الوسم بالإلتزام بالمطابقة

تعني المطابقة في عقد البيع قابلية الشيء المبيع لتحقيق الغرض المقصود منه في العقد ومطابقة المنتج بمعنى أن يكون موافقا للرغبة المشروعة ، وليكون كذلك يجب أن يتوفر على المقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية والتنظيمية التي تهمة وتميزه ، والتي تتعلق بطبيعته وصفه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته ، كما ينبغي أن يستجيب المنتج وفق مقاييس تغليفه وأن يذكر مصدره ، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لإستهلاكه وكيفيات إستعماله ، والإحتياجات الواجب إتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه² .

ويختلف الإلتزام بالمطابقة عن الإلتزام بالوسم في أن عدم مطابقة المنتج المستعمل الذي أعد له يمس المصالح الإقتصادية ، أما تخلف الوسم فيهدد المستهلك في صحته وأمواله وهو أثر خطير إذا ما قورن بذلك الذي يترتب على عدم المطابقة،

¹ Hélène Claret ,code de concurrence–consommation Etiquetage, Editions ,Juris –classeur

France 2007, Fasc .980 ,p 2.

² بركات كريمة ، حماية أمن المستهلك في ظل إقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون ، جامعة مولود معمري – تيزي وزو ، 2014 ، ص 45.

وهذا ما يقتضي وضع قواعد أكثر صرامة بصدد مخالفة الإلتزام بالوسم ، إضافة إلى أن المشاكل الأخرى المرتبطة بالمطابقة يمكن حلها عن طريق مبدأ المنافسة ، وبالمقابل فإن المشاكل المرتبطة بالوسم لا يمكن تركها لمبدأ حرية المنافسة ، لهذا فالمشرع أوجب قواعد زاجرة لحماية الإلتزام بالوسم لأن سلامة الأشخاص تتعلق بالمصالح العليا للمجتمع ، كما أن تطبيق القاعدة ذاتها على مسألتي المطابقة والوسم يؤدي إلى عدم الأهمية ذاتها لمشكلتين متفاوتتين في درجة الخطورة ، فعدم المطابقة لا يمس إلا بالمصالح الإقتصادية أما غياب الوسم في المنتج فإنه يؤدي إلى المساس بالسلامة البدنية للأشخاص والفرق كبير بين هاتين المصلحتين ، لذلك فإن إستعمال القواعد التي وضعت أصلا لضمان المطابقة في تعويض الأضرار الناجمة عن المساس بالسلامة لن يسمح للقضاء بتوفير حماية فعالة لمن لحقت به أضرار جسيمة بسبب منتجات معينة¹.

ب- الوسم والإشهار التجاري

يعد كل من الوسم والإشهار التجاري من طرق تنفيذ الإلتزام بالإعلام الذي يقع على عاتق المتدخل لكن الفرق واضح بينهما لأن الأول يعد وسيلة إعلام إجبارية تقع على عاتق المتدخل محلها بيانات محددة قانونا ، فرضها المشرع لغرض إعلام المستهلك بخصائص المنتوجات ، أما الثاني فهو وسيلة إعلام إختيارية يتخذها المتدخل بصفة إرادية للتعريف بسلعه وخدماته ، معتمدا في ذلك على البيانات التي يراها مناسبة² فهو لا يتميز بالموضوعية التي يتميز بها الوسم إذ أن المشهر يمزج المعلومة المقدمة للمستهلك بجملة من المؤثرات النفسية التي تدفعه لإتخاذ القرار

¹ ضيف الله فاطمة ، المرجع السابق، ص 16.

² بن قرين سفيان ، حدود مشروعية الإشهار التجاري ، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية ، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009 ، ص 5.

بالشراء¹، بمعنى آخر الوسم يقدم معلومات صادقة وحقيقية حول المنتج ، في حين أن الإشهار التجاري يقدم المنتج مع التركيز على الجوانب الإيجابية و إستخدام أساليب الجذب للإقدام على إقتناء المنتج .

الفقرة الثانية: مجال الوسم

للوسم مجالات عديدة نركز على أهمها :

أولاً-وسم المنتجات الغذائية والمنتجات الغذائية غير المنزلية

1 -وسم المنتجات الغذائية

نصت المادة 3 فقرة 2 من قانون 03/09 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على مايلي : " كل مادة معالجة ، أو معالجة جزئياً أو خام ، موجهة لتغذية الإنسان أو الحيوان ، بما في ذلك المشروبات وعلك المضغ ، وكل المواد المستعملة في تصنيع الأغذية وتحضيرها ومعالجتها بإستثناء المواد المستخدمة فقط في شكل أدوية أو مواد التجميل أو مواد التبغ "، وعرف المرسوم التنفيذي 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المادة الغذائية بأنه " كل مادة خامة معالجة كلياً أو جزئياً معدة للتغذية البشرية أو الحيوانية ومنها المشروبات وصمغ المصنع وكل مادة تستعمل في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ، ماعدا المواد التي تستعمل في شكل أدوية ومواد تجميلية فقط"، وقد عرف المادة 3 فقرة 15 من المرسوم التنفيذي 13-378 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك² على أنه : " وصف لخصائص التغذية لمادة غذائية قصد إعلام المستهلك ، وقد بينت المادة 12 من نفس المرسوم التنفيذي

¹ بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن ، المرجع السابق ، ص 77.

² المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 /11/ 2013 المحدد لشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك ، جريدة رسمية رقم 58 ، المؤرخة في 18/11/2013 ، طبقاً للمادة 63 جاء يلغي أحكام المرسوم التنفيذي رقم 90-366 والمرسوم التنفيذي رقم 90-367 .

البيانات الإلزامية للوسم والتمثلة في تسمية البيع للمادة الغذائية ، قائمة المكونات ، الكمية الصافية المعبر عنها حسب النظام المتري الدولي ، التاريخ الأدنى للصلاحية أو التاريخ الأقصى للإستهلاك ، الشروط الخاصة بالحفظ و/ أو الإستعمال ، الإسم أو التسمية التجارية والعلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد إذا كانت المادة مستوردة، بلد المنشأ و/أو بلد المصدر إذا كانت المادة مستوردة ، طريقة الإستعمال وإحتياجات الإستعمال في حالة ما إذا كان لايسمح بإستعمال مناسب للمادة الغذائية ، بيان حصة الصنع و/أو تاريخ الصنع أو التوضيب، تاريخ التجميد أو التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المعنية ، المكونات والمواد المبينة في المادة 27 من هذا المرسوم ومشتقاته التي تسبب حساسيات أو حساسيات مفرطة والتي إستعملت في صنع أو تجهيز المادة الغذائية ومازالت موجودة في المنتج النهائي ولو بشكل مغاير ، ، الوسم الغذائي ، بيان "نسبة حجم الكحول المكتسب " بالنسبة للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1,2 % من الكحول حسب حجم مصطلح "حلال " للمواد الغذائية المعنية ،إشارة إلى رمز إشعاع الأغذية المحدد في الملحق الثالث من هذا المرسوم مصحوبا بأحد البيانات الآتية : "مؤين أو مشع " عندما تكون المادة الغذائية معالجة بالأشعة الأيونية ويجب أن يبين مباشرة بالقرب من إسم الغداء ، تحدد شروط وكيفيات وضع بيان "حلال " بقرار مشترك بين الوزراء المكلفين بحماية المستهلك وقمع الغش والصناعة والفلاحة والصحة والشؤون الدينية".

وهو ماجاء في القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 14 جوان 2016 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع بيان "حلال" للمواد الغذائية المعنية¹ وقد نصت المادة 02 على أن : "بيان "حلال" هو علامة جماعية تحدد ميزاتها وكذا شروط منحها من طرف

¹ القرار الوزاري مشترك المؤرخ في 14 جوان 2016 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع بيان حلال للمواد الغذائية المعنية ج ر ، العدد 70 الصادرة بتاريخ 3 /12/ 2016.

الهيئة الوطنية المكلفة بالتقييس ، طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما ، بعد أخذ رأي اللجنة المنصوص عليها في المادة 07أدناه".

ويجب أن يثبت وضع حلال بشهادة مطابقة "حلال" صادرة عن الهيئة الوطنية المكلفة بالتقييس ، أما بالنسبة للمواد الغذائية المستوردة صادرة من طرف هيئات مؤهلة في بلدان منشئها ومعترف بها من طرف اللجنة المنصوص عليها في المادة 7 أدناه.

لقد أعطت السلطات العمومية أولوية كبيرة للمواد الغذائية بكل أنواعها وذلك رغبة لضمان حصول المستهلك على إعلام موضوعي ودقيق يتماشى مع رغباته المشروعة وكذا الحفاظ على صحته وأمنه¹، ونظرا لأهمية هذه المادة التي لها تأثير على صحة المستهلك وجب أن تكون بياناتها صادقة ، وخاصة تلك المتعلقة بتاريخ الصنع ومدة الصلاحية ، والمواد الداخلة في تركيبة المنتج وخاصة بالنسبة للمستهلكين المصابين بحساسية من بعض المواد أو المصابين بأمراض مزمنة ، وينصب كل هذا تحت إطار حماية وصحة المستهلك² .

2-وسم المنتجات المنزلية غير الغذائية.

المنتجات المنزلية غير الغذائية هي جميع المنتجات المستعملة في صيانة المحلات ورفاهيتها بإستثناء الأدوية والسلع الغذائية³

¹ حامق ذهبية ، المرجع السابق ، ص 216.

² شلبي نبيل ، إلتزامات المهني إتجاه المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2009، ص71.

³ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلقة بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها ، ج ر ، العدد 50 الصادر بتاريخ 21 /11 /1990.

حددت المادة 37 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المتعلق بتحديد الشروط وكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك المنتوجات غير الغذائية على أنها : " ... سواء كانت أداة أو وسيلة أو جهاز أو آلة أو مادة موجهة للمستهلك لإستعماله الخاص أو المنزلي " .

ويشمل وسم هذه المنتوجات على البيانات الإجبارية التالية :

- التسمية الخاصة بالبيع والتي يجب أن تكون مغايرة لعلامة تجارية أو المصنع أو مغايرة للتسمية الخيالية وينبغي أن تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتج الحقيقية .

- الكمية الصافية المعبر عنها بوحدات النظام الدولية .

- الإسم أو إسم الشركة أو العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة المنتج أو توضيحه أو إستيراده أو توزيعه .

- طريقة إستعمال المنتج أو شروط الإستعمال الخاصة إن وجدت .

- جميع البيانات الإجبارية الأخرى المنصوص عليها في نص خاص¹ .

وقد منع المشرع بموجب المادة 40 من المرسوم التنفيذي رقم 13-378 إستعمال أية علامة أو إشارة أو تسمية خيالية من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك خاصة إذا تعلق الأمر بطبيعة المنتج ، فهذا يعد تأكيدا من المشرع على تجنيب التخليط وإحداث خلط في ذهن المستهلك الذي يجعل رضا هذا الأخير غير مبصر² .

¹ المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 السابق الذكر .

² بوعزة ديدين ، الإلتزام بالإعلام في عقد البيع ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية،

كلية الحقوق بن عكنون ، الجزء 41 ، العدد 01 ، 2004 ، ص 120 - 121 .

ومن بين القرارات الوزارية التي تنظم وسم المنتجات المنزلية غير الغذائية نذكر القرار الوزاري المشترك المتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الإستهلاك¹ وقد إشتربت المادة 05 منه أن يشمل وسمه على مايلي :

- عدد درجات الكلورومتريّة المسجلة في شكل xchl

-إشارة "يحفظ في مكان بارد ، بعيدا عن الضوء والشمس .

-إشارة "يوضع في مكان بعيد عن تناول الأطفال ."

-إشارة "مادة خطيرة ."

ثانيا -وسم مواد التجميل والتنظيف البدني ووسم اللعب ووسم الأجهزة الإلكترونية

1- وسم مواد التجميل والتنظيف البدني

نظرا لخطورة منتجات التجميل ومواد النظافة البدنية، وبعد فضيحة MORHANGE الذي خلف إستعماله موت الأطفال الرضع، لم يتردد المشرع في وضع مجموعة من التنظيمات المتعلقة بوسم منتجات التجميل ومواد النظافة البدنية² .

وعرف المشرع الجزائري مواد التجميل والتنظيف البدني بنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14 جانفي 1997 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها وإستردادها في السوق الوطنية³ ، التي تنص على : "...منتجات التجميل ومنتجات المنظف البدني كل مستحضر أو مادة

¹ القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24 مارس 1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الإستهلاك وشروطها وكيفياتها ، ج ر العدد 34 ، الصادر بتاريخ 1997/05/27.

² Arret du 28 décembre 1977 .JO du 25 janvier 1978 p 498.

³ المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14/1/1997 المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها وإستردادها وتسويقها في السوق الوطنية ، ج ر رقم 26 الصادرة بتاريخ 21 أبريل 2010.

باستثناء الدواء معد للإستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان كال البشرة والشعر والأظافر والشفاه والأجفان والأسنان والأغشية بهدف تنظيفها أو المحافظة على سلامتها ، أو تعديل هيئتها أو تعطيرها أو تصحيح رائحتها ...". أما البيانات الواجب توافرها على الوسم المتعلق ب مواد التجميل والتنظيف البدني فقد حددتها بنص المادة 10 التي تنص على مايلي :

- تسمية المنتج ، مصحوبة على نحو مباشر بتعيينه ، مالم تتضمنه التسمية نفسها إستنادا إلى المادة 03 من هذا المرسوم .

- الإسم أو العنوان التجاري والعنوان أو المقر الإجتماعي للمنتج ، أو الموضب أو المستورد وكذا بيان البلد المصدر عندما تكون هذه المواد مستوردة .

-الكمية الإسمية وقت التوضيب، معبرا عنها بوحدة قياس قانونية ملائمة .

-تاريخ إنتهاء مدة صلاحية المنتج والظروف الخاصة بالحفظ و/ أو الخزن ويعد تحديد هذه المدة إجباريا بالنسبة لمواد التجميل والتنظيف البدني التي لا تتجاوز مدة صلاحيتها على الأقل (30) شهر.

- تاريخ صنعه أو المرجع الذي يسمح بالتعرف على ذلك .

- إذا ذكر عنصر مكون يدخل في التسمية التجارية للمنتج، يجب ذكر النسبة المستعملة منه.

- التركيب والشروط الخاصة بالإستعمال ومخاطر الإستعمال الموجودة

-إذا إستحال وضع الملصقات على المنتج ، يجب أن تكتب هذه الإشارات على الغلاف الخارجي للمنتج أو على دليل إستعمال مرفق ،وفي هذه الحالة يشار بإختصار إلى وجود الدليل داخل المغلف .

2- وسم اللعب

لقد عرف المشرع الجزائري اللعب بموجب المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 494-97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من المخاطر الناجمة عن استعمال اللعب¹ حيث نصت المادة الثانية على مايلي: " كل منتج مصمم أو موجه صراحة لغرض لعب أطفال في سن أقل من 14 سنة ويستثنى من ذلك في الملحق الأول بهذا المرسوم أي تلك المصممة لغرض اللعب من طرف الأطفال يقل سنهم عن 14 سنة "، فذكرت المادة 06 من نفس المرسوم البيانات الواجب توافرها في وسم اللعب وهي تعد إجبارية كتسمية البيع والإسم أو العنوان التجاري ، طريقة الإستعمال والتحذيرات وبيانات إحتياط الإستعمال ، مع ضرورة تحرير بيانات وسم مثل هذه المنتجات باللغة العربية وبلغة أخرى مكملتها طبقا للمادة 7 منه .

3- وسم الأجهزة الإلكترونية:

يقصد بها الثلجات والمكيفات الهوائية وأجهزة الهاتف وآلات التصوير ، وبصفة عامة الأجهزة الإلكترونية ذات الإستعمال المنزلي.

وحدد البيانات الواجب توافرها في الوسم بموجب القرارات الوزارية فمثلا القرار الوزاري المؤرخ في 21 فيفري 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للثلجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الإستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمستعملة بالطاقة الكهربائية² .

¹ المرسوم التنفيذي رقم 494/97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن إستعمال اللعب ، ج ر ، العدد 85 ، الصادر بتاريخ 1997/12/24

² القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للثلجات والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الإستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية المستعملة بالطاقة الكهربائية .، ج ر العدد 22 المؤرخ في 15 أبريل 2009، الأمانة العامة للحكومة ، المطبعة الرسمية ، الجزائر ، سنة 2009

أما البيانات الواجب توافرها في بطاقة الثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة في الإستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتعلة بالطاقة الكهربائية هي :

-إسم المورد وعنوانه.

-علامة الجهاز.

-وصف عام للمنتج بما يسمح بتعريفه.

-المعلومات ، وعند الإقتضاء على شكل رسوم المتعلقة بالمواصفات الأساسية لتصميم المنتج لاسيما العناصر التي تؤثر تأثيرا بالغا في إستهلاكه للطاقة 5 % من تقارير التجارب والقياسات المنجزة على نموذج واحد طبقا للإجراءات المحددة بموجب الأنظمة التقنية المعمول بها .

وهذه المعلومات هي نفسها المتعلقة بوسم المكيفات الهوائية التي تنص عليها المادة 6 من القرار الوزاري المؤرخ في 21 فيفري 2009 المتعلق بالوسم الطاقوي لمكيفات الهواء ذات الإستعمال المنزلي¹.

ثالثا: وسم الخدمات

أتى المرسوم التنفيذي رقم 13-378 بضمانة هامة متمثلة في تنبيهه لكيفية وسم الخدمات فلم يسبق أن نصت المراسيم الملغاة على ذلك ، فكان المستهلك عرضة للتضرر في هذا المجال ، فأكدت المادة 52 من هذا المرسوم على أنه يقع وجوبا على مقدم الخدمة إعلام المستهلك عن طريق الإشهار أو الإعلان أو بأية طريقة مناسبة بالخدمة المقدمة والتعريفات وحدود المسؤولية التعاقدية والشروط الخاصة بتقديم

¹القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي لمكيفات الهواء ذات الإستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية والمشتعلة بالطاقة الكهربائية ، ج ر ، العدد 22 المؤرخة في 15 أبريل 2009 .

الخدمة ، كما يقع على عاتقه الإدلاء بالبيانات المحددة في هذا المرسوم سواء جمعه بالمستهلك عقد مكتوب فيكون هذا الإعلام قبل إبرام العقد أما في الحالة العكسية فيتم الإعلام قبل بداية تنفيذ الخدمة وبالنسبة للبيانات الإلزامية فهي محددة في المادة 55 من هذا المرسوم على أنها : " إسم مقدم الخدمة ومعلوماته الخاصة وعنوانه أو عنوان شركته ومقرها وعنوان المؤسسة المسؤولة عن الخدمة إذا كان مقدم الخدمة شخص آخر ، رقم القيد في السجل التجاري أو في سجل الصناعة التقليدية ، والحرف ، المعلومات المتعلقة بالرخصة وبالسلطة التي سلمت هذه الرخصة وتكاليف تقديم الخدمة ، مدة صلاحية العرض وسعره ، المدة الدنيا للعقد المتضمن تزويدا مستمرا أو دوريا للخدمة البنود المتعلقة بالضمان شروط فسخ العقد ، كما منعت المادة 56 من هذا المرسوم إعطاء المتدخل معلومات أو إشهار كاذب من شأنه إحداث لبس في ذهن المستهلك.

الفرع الثاني

الإشهار أو الإعلان التجاري.

إن إعلام المستهلك وإمداده بالمعلومات والبيانات اللازمة عن السلع والخدمات المطروحة في السوق بأية وسيلة من وسائل الإتصال يعد أحد المكونات الرئيسية لتدعيم حماية نظم حماية المستهلكين وتنقيفهم والدفاع عن حقوقهم ،وتعد الإعلانات أو الإشهارات التجارية من أهم الوسائل لما تتميز به الإعلانات من فاعلية في الإنتشار في جميع الأوقات والأماكن¹ .

وفي إطار العمل على حماية إرادة المستهلك في المرحلة السابقة على التعاقد ، لابد من تحديد مفهوم الإشهار التجاري (الفقرة الأولى)، وتبيين قيمته وطبيعته القانونية

¹ يرجع أصل الإشهار إلى آلاف السنوات حيث يعود أول إشهار إلى 3000 سنة حيث ظهر على ورقة كتب فيها هروب أحد العبيد كما وجدت أنواع مختلفة من الإشهار على اسوار المدينة القديمة بابل ينظر بركات كريمة ،المرجع السابق ، ص111.

(الفقرة الثانية) ، ثم تحديد مدى مساهمته في تحقيق إعلام صادق للمستهلك (الفقرة الثالثة).

الفقرة الأولى : مفهوم الإعلان أو الإشهار التجاري

يعد الإعلان التجاري من أهم الوسائل التي يلجأ إليها المتدخل للتعريف بمنتجاته والترويج لها ، فهو لا يقتصر على عرض وترويج السلع كالسيارات والعطور والملابس ، بل يتعدى إلى ترويج الخدمات كالخدمات الفندقية والخدمات المصرفية¹، والإشهار التجاري بإعتباره وسيلة إعلام إختيارية وجب تعريفه وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة (أولاً)، وتحديد أطراف عقد الإشهار (ثانياً).

أولاً- تعريف الإشهار التجاري وتمييزه عن بعض المفاهيم المشابهة.

من الصعوبة وضع تعريف جامع لكلمة إشهار فهي كلمة ذات معان متعددة تتباين بحسب تداولها في المجالات العلمية والعملية المختلفة من صحافة وإعلام وقانون وغير ذلك ، إنما مايجب التأكيد عليه أن المقصود بالإشهار التجاري في هذا الوضع من الدراسة هو ذلك الإعلان الموجه إلى المستهلك بإعتباره طريقة من طرق التعريف بالسلع والخدمات.

1 - تعريف الإعلان "الإشهار" التجاري

الإعلان في اللغة من علن يعلن علوانا ويعلن علنا وعلانية فيما إذا شاع وظهر ، وأعلنه أظهره وجهر به². والإشهار يعني إظهار والإيضاح وهو قد يحمل معنى إيجابي إذا ما أظهر محاسن الشيء ومنافعه ، أو معنى سلبي إذا ما أظهر مساوئ الشيء

¹ شيرزاد عزيز سليمان ، عقد الإعلان في القانون ، الطبعة الأولى، دار دجلة ، الأردن ، 2008 ، ص ، 47.

² إين منظور ، لسان العرب ، المجلد الرابع ، القاهرة ، دار الكتاب المصري ، مطبعة المعارف ، (د.س.ن)، ص

ومضاره ، فيقال " شهرت الحديث شهرة أي أفشيته فإشتهر " ، وشهر به تشهيرا بمعنى فضحه وبين سلبياته ¹.

أما القاموس الفرنسي "La rouse" فيعرفه بأنه "مجموعة من الوسائل والإمكانيات المستخدمة في التعريف لمشروع صناعي أو تجاري لمدح منتج ما".

« Ensemble des moyens employés pour faire connaitre une entreprise industrielle ou commerciale pour venter un produit »².

ويعرفه "Le Robert" بأنه "ممارسة تأثير نفسي على الجمهور بغية تحقيق أهداف تجارية".

« Le fait d'exercer une action psychologique sur le public a des fins commerciales »³.

أما إصطلاحاً فعرف بأنه " فن له تأثير نفسي على الجمهور تحقيقاً لغايات تجارية، أو أنه فن إغراء الأفراد لإتخاذ سلوك معين "، ومنه إنصرفت كل التشريعات المستحدثة إلى اعتبار الإشهار وسيلة تحريضية أكثر مما هي إخبارية، وتهدف إلى الحث على التعاقد من أجل الربح ، وعرفه محمد العليان على أنه : "عملية الإتصال غير الشخصي من خلال وسائل الإتصال العامة بواسطة معلنين يدفعون ثمناً معيناً لإيصال معلومات على فئات معينة من المستهلكين ، بحيث يفصح المعلن عن شخصيته ⁴.

¹ الفيومي أحمد بن عمر المقمري ، المصباح المنير ، دار الكتب بيروت ، (د، س، ن)، ص 326.

² Le petit Larousse, Larousse –Bordas, paris France, 1997, p 836.

³ Paule Robert, le petit Robert, Société du nouveau Littré 1978.

⁴ محمد جودت ناصر ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، 2008، ص103.

كما عرفه محمد منير حجاب بأنه: "النشاط الذي يقدم الرسائل الإشهارية المرئية أو المسموعة إلى الجمهور لإغرائه لشراء سلعة أو خدمة مقابل أجر مدفوع".¹

وعرف أيضا بأنه: "عملية إتصالية تستهدف أثر محدد يتمثل في إقناع الجمهور المستهدف من قبل المعلن ودفعه إلى سلوك يقدم فيه على الشراء أو التعامل مع الخدمة المعلن عنها".²

وعرفه البعض أيضا على أنه "النشاط أم الفن الذي يشهد إحداث تأثير نفسي على الجمهور وذلك لأهداف تجارية، أو أنه مجموعة الوسائل المستخدمة بقصد التعريف بمشروع صناعي أو تجاري لتسويق وترويج منتج ما³، فهو يستهدف الإستحواذ على المستهلك وإيجاد أكبر قدر ممكن من التأثير النفسي عليه بقصد حث المستهلك وتحريضه على الإستهلاك لتحقيق أهداف وغايات تجارية عديدة ومتنوعة أهمها تنشيط الطلب على المنتجات والخدمات لذلك لا يعد إعلانا الخطاب المرسل من التاجر إلى الشخص بعينه يطلب منه تقديم معلومات وإيضاحات لأنها صورة تخلو من فكرة حث الجمهور إيجابا على الإستهلاك ولا تتجاوز حدود العلاقة الفردية".⁴

أما الفقه الفرنسي فقد عرفه الأستاذ Jean Calaise Auloy بأنه "كل إخبار يتولاه شخص محترف بقصد التعريف بمنتوج أو خدمة معينة وذلك بإبراز مزايا ومدح

=ينظر أيضا الإشهار تحديد المفهوم ومعايير التصنيف

www.wahab1081.maktooblog.com date de lecture le 28/12/2015.

¹ حجاب محمد منير ، الإعلان السياحي ، دار الفجر ، القاهرة ، 2002 ، ص 342.

² مصطفى عبد القادر ، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة) المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، 2003، ص 17.

³ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج، ص ص 140-141.

⁴ Guinchard Serge .publicité commerciale et protection des consommateur .Juris-Classeur commercial ,Fascicule 11 (1989)p11.

محاسنها ، بغرض ترك إنطباع مقبول لدى جمهور المخاطبين بما يؤدي إلى إقباله على المنتجات والخدمات محل الإشهار¹.

وذهب الفقه الفرنسي إلى أن الإعلان التجاري هو كل وسيلة يوجهها صاحب مهنة للجمهور بهدف حثه على طلب أموال أو خدمات، منها على سبيل المثال المصق في الشارع أو صفحة في مجلة مصورة أو إعلان في التلفزيون ، كما عرفه التوجيه الأوربي الصادر في 10 سبتمبر 1984 بأنه : "كل صيغة إتصال تتم في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو عمل حر بقصد ترويج السلع والخدمات"².

ويمكن تعريف الإشهار بأنه كل الوسائل المعتمدة من طرف أصحاب المهن لجذب المستهلك ودفعهم إلى شراء منتجاتهم .

ولقد أورد المشرع الجزائري تعريفات كثيرة للإشهار وكان أول تعريف للإشهار بموجب المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش في المادة الثانية (02) منها الإشهار " جميع الإقتراحات أو الدعايات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة أسانيد بصرية أو سمعية بصرية"³.

وقد حاول المشرع الجزائري تعريف الإشهار مرة أخرى من خلال مشروع قانون الإشهار لسنة 1992 في نص المادة الثانية منه " يمثل الإشهار -حسب هذا المرسوم التشريعي -كل معلومة ذات هدف تجاري محضرة ومقدمة حسب الأشكال التي يحددها المرسوم التشريعي الحالي والداعية إلى تعريف ودعم منتج أو خدمة إعلامية مهما كانت الوسيلة المستعملة"، وأعاد المشرع الجزائري محاولة تعريف الإشهار في

¹ Jean Clais-Aluloy et Frank Steinmetz DROIT, de la consommation, 6^{ème} édition précis Dalloz, paris ,2003 p 123.

² عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 94.

³ المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المؤرخ في 30/01/1990، السابق ذكره.

مشروع القانون سنة 1999 بموجب المادة الثانية منه " يقصد بالإشهار كل أسلوب إتصالي الذي يعد ويقدم في الأشكال المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة ، قصد تعريف وترقيته أي منتج أو خدمة أو علامة تجارية أو سمعة أي شخص طبيعي أو معنوي" ¹.

ويلاحظ البعض على هذه المادة أن الإشهار المقصود هنا لا يتعلق بالمستهلك النهائي فحسب، بل يدخل في نطاق تطبيقها تلك الإشهارات الموجهة إلى المحترف ².

ولقد عرف المشرع الإشهار في القانون 02/04 بموجب المادة الثالثة منه التي نصت على أن "الإشهار كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة".

2- تمييز الإشهار عن بعض المفاهيم المشابهة

أ-الإعلان والدعاية

الدعاية هي أحد أنواع الإتصالات التي تهدف إلى التأثير في سلوك القارئ المستمع من خلال وسائل الإتصال العامة ، ولكنها تختلف عن الإعلان من ناحيتين هامتين ، الأولى كونها مجانية لاتهدف إلى تحقيق كسب مادي ، والثانية أن شخصية المعلن لن تكون ظاهرة في الرسالة أو مضمون الدعاية ، إضافة إلى ذلك المعلن في إعلانه يفصح عن شخصيته ويدعو القارئ المستمع إلى إتباع سلوك محدد ، وبالتالي يرتبط إسمه في ذهن القارئ لمضمون الرسالة الإعلامية ، أما في الدعاية فإن متلقي الرسالة لا يستطيع تحديد مصدر المعلومة المرسله إليه وهنا قد تتأثر فعالية الدعاية

¹ مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 ، الجريدة الرسمية لمداولات مجلس الأمة ، 29 أوت 1999.

² قندوزي خديجة ، حماية المستهلك من الإشهاريات التجارية على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 مذكرة ماجستير في قانون الاعمال ، جامعة الجزائر ، كلية الحقوق ، 2001، ص 14.

إلى حد كبير، حتى يثور الشك في ذهن المستهلك حول مدى حرية وصحة تلك المعلومات نظرا لأن مصدرها مجهول¹.

ب-الإعلان والإعلام

يعني الإعلام بنشر المعلومات والحقائق والأخبار بين أفراد المجتمع وهو شكل من أشكال الإتصال لتقديم المعلومات بقصد تنمية الوعي وملكات الإدراك في مختلف المجالات السياسية والإقتصادية والإجتماعية فهو يتميز بالموضوعية من الناحية النظرية خلافا للإعلان الذي يعتمد على الإغراء والمبالغة والتهويل ، والمبالغة في الإعلان التجاري أمر مقبول ما لم تصل إلى حد الكذب والتزييف.

وما يميز الإعلان التجاري كذلك عن الإعلام هو أن الإعلان يهدف إلى ترويج المنتجات أو الخدمات بقصد تحقيق الربح إذ أن الإعلان مدفوع الأجر عادة، في حين أن الإعلام لا يستهدف تحقيق الربح لأنه لا يهدف إلى ترويج المنتجات والخدمات وإنما يهدف إلى إشاعة المعلومة أو الخبر في الوسط المتلقي بها².

-الإشهار والترويج

يشترك كل من الترويج والإشهار التجاري في الرغبة في تحسين صورة السلعة أو الخدمة وإظهار مزاياهما للمستهلك بجاذبية وإثارة ، إلا أن الترويج يمنح المخاطبين شيئا ملموسا، مثل تخفيض السعر وتقديم العينات المجانية والهدايا فهو ممارسة واقعية وليست مجرد أقاويل³.

¹ حسان دواجي سعاد ، النصب في الإعلان ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن كلية الحقوق ، جامعة وهران 2012-2013، ص13.

² موفق عماد عبد، الحماية المدنية للمستهلك في عقود التجارة الإلكترونية (دراسة مقترنة)، الطبعة الأولى، مكتبة السنهوري منشورات زين الحقوقية،(د.ب.ن) ، 2011، 46.

³ Didier Ferrier ,La Protection des consommateur,Dalloz,paris,1996,p43.

ثانيا :أطراف عقد الإشهار التجاري

أصبح الإشهار مهنة تغطي قطاعا واسعا من قطاعات الأعمال لذا يشغل في هذا المجال عدد كبير من الأشخاص الطبيعية والمعنوية ولكل واحد منهم دور ووظيفة. غير أن الإشهار يتطلب وجود ثلاثة أطراف رئيسية وهي : المعلن ، المنفذ ووكالات الإشهار.

يتمثل الطرف الأول في المعلن أو المشهر وهو الشخص الذي يتوجه برسالته الإشهارية إلى الجمهور قصد التعريف بسلعه وخدماته¹ ، وقد يكون المعلن تاجرا أو هيئة أو مصلحة أو جمعية أو أي أشخاص آخرين يرغبون في التعريف بمنتج أو خدمة².

وقد عرفه المشرع الجزائري في المادة 6 من مشروع قانون الإشهار سنة 1999 التي تنص على أن " كل شخص طبيعي أو معنوي يدرج إعلانا إشهاريا أو يوكل الغير بإدراجه وهو كل محترف يستخدم الإشهار في سبيل التعريف بمنتج أو خدمة بهدف جلب العملاء ".

ويعد المنفذ هو الطرف الثاني في عقد الإشهار التجاري ويسمى المنفذ لأنه ينفذ ما طلب منه أي يجسد في الواقع العملي عملية الإشهار فهو الذي يتعامل مع المستهلك، وتعدد صور المستهلك بتعدد وسائل الإعلام (إذاعة ، تلفزة ، صحف مكتوبة ... الخ) المستعملة كدعائم للإشهار.

ويقصد بالدعائم الإشهارية كل وسائل إيصال الإعلان الإشهاري إلى الجمهور، وهنا يسأل المنفذ مدنيا عن الأضرار التي يحدثها بإشهاره للمستهلك وجنائيا عن

¹ قندوزي خديجة، حماية المستهلك ، المرجع سابق ، ص 15.

² بوراس محمد ، النظام القانوني للإشهار عن المنتجات والخدمات ، دار الجامعة الجديدة ،الإسكندرية، 2013ص 125.

الإشهارات غير القانونية التي يبثها من دون موافقة المعلن ومن جهة أخرى يكون المعلن مسؤولاً بصفة شخصية عن الإشهار الذي أعد لصالحه في حالة موافقته على النص قبل بثه أو نشره¹.

أما الطرف الثالث في عقد الإشهار فيتمثل في الوكالات الإشهارية التي تقوم بدور الإشراف العام والشامل على الرسالة الإشهارية للمعلن من جهة والتقريب بين المعلن وأداة الإشهار من جهة أخرى²، وفي بعض الأحيان يقتصر دور الوكالة الإشهارية على تقريب وجهات نظر الطرفين (المعلن والمنفذ) دون المشاركة في العملية الإشهارية من تخطيط وتنفيذ وتعتبر الوكالة حينئذ مجرد سمسار³، وأحيانا أخرى تبرم الوكالة عقد الإشهار مع المنفذ بإسم ولحساب المعلن ففي هذه الحالة تعتبر وكيلة، ولكن في أغلب الحالات تلعب الوكالة دورها الحقيقي وتقوم بجميع المهام التي يتطلبها إنجاز الإعلان التجاري.

الفقرة الثانية: قيمة الإشهار التجاري وطبيعته القانونية

أولا : قيمة الإعلان التجاري من الناحية القانونية

يتمتع الإعلان التجاري الصادر عن وسائل الإعلام المتنوعة وفقا لضوابط قانونية معينة بقدر من الثقة والإطمئنان عند المستهلك للحد الذي يشجعه على الإقدام على السلعة أو الخدمة المطروحة.

إلا أن الإعلان ربما لا يفي بما أعلن عنه لأسباب عديدة منها على سبيل المثال : نفاذ السلعة المعلن عنها ، أو توافرها جزئيا دون ملحقاتها ، أو وجودها بسعر أعلى

¹ بوراس محمد، المرجع السابق ، ص125.

² واعر جبالي ، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام(الوسم والإشهار)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ، عدد2 ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2006 ، ص 32 .

³ السمسار هو من يسعى إلى تقريب وجهات النظر إلى التعاقد دون أن يكون طرفا في العقد.

من المعلن عنه، أو بمواصفات أقل مما جاء بالإعلان ، فهل يحق للمستهلك الراغب في إقتناء هذه السلعة مطالبة المعلن بتوفير سلعة مطابقة لما جاء بالإعلان وتعويضه متى إقتضى الأمر ذلك¹ .؟

لقد إختلف الفقه بين من يرى ضرورة الإعتراف بالقيمة القانونية للإعلان التجاري وبين من ينكرها عليه، حيث يرى جانب من الفقه ضرورة الإعتراف بالقيمة القانونية للإعلان التجاري لما له تأثير على رضا وإختيار المخاطب بإعتباره مصدر المعلومات الذي يعطي إنطبعا ومؤشرا عن ماهية السلعة أو الخدمة المطروحة ، وهذا مايعني جواز رفع المستهلك دعوى التنفيذ العيني ليطالب المعلن بتسليم شيء من ذات صفات الشيء المعلن عنه بالإعلان التجاري ، علاوة على قيام المسؤولية التعاقدية عن الإخلال بعدم التطابق بين الإعلان والشيء المعلن عنه² .

في حين يرى جانب آخر من الفقه عدم الإعتراف للإعلان التجاري بأي قيمة قانونية لما يحمله في طياته من مبالغات يجيزها القانون وتسمح بها أعراف التجارة ، مما يعني عدم إلتزام المعلن عن السلعة أو الخدمة بتسليم شيء من ذات الصفات المعلن عنه ، علاوة على عدم جواز قيام المستهلك برفع دعوى التنفيذ العيني حال الإخلال بالتنفيذ المطابق.

ويرجح جانب آخر من الفقه والذي نؤيده بدورنا إلى الإعتراف بالقيمة القانونية للإعلان التجاري لما له من أثر في الحث على التعاقد أو التفاوض على الأقل ، حيث أن مثل هذه النوعية من الدعاية ترتبط بذهن المستهلك وتمده بقدر من المعلومات التي تعطيه رؤية وشبه قرار في التعاقد على السلعة أو الخدمة المطروحة ، وأن المبالغات في الإعلانات التجارية يجب أن تكون مقصورة على أسلوب العرض

¹ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 108.

² الزقرد أحمد السعيد ، المرجع السابق ، ص 183.

ووسائل الإثارة والتسويق وعبارات الحث على التعاقد دون أن تتال من صدق وحقيقة المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات كأسعاره وإستخداماتها وغير ذلك من المعلومات الجوهرية ، لأن هذه البيانات والمعلومات هي المكون الرئيسي لرضا المستهلك بالتعاقد، وبغير ذلك تكون الإعلانات التجارية فحا للمستهلك ، أضف إلى ذلك إعتراف الفقه للكتيبات الدعائية بقيمة قانونية ، رغم كونها الأقل من ناحية الوضوح والشمول والدقة عن الإعلانات والدعاية التجارية في قدرتها على التأثير والخداع والغش¹، كما أن الإعتراف بالقيمة القانونية للإعلان التجاري يحقق حماية أكثر للمستهلك.

ثانيا الطبيعة القانونية للإشهار التجاري

إن هدف الإشهار التجاري تنويري للمستهلك ، يعرفه بالسلعة أو الخدمة المطروحة بكل جوانبها وتحفيزه على الإقدام على التمتع بها وتثير تحديد الطبيعة القانونية للإشهار التجاري مسألة هامة تتمثل في مدى إعتبار الرسالة الإشهارية إيجابا من المعلن يترتب عليه إنعقاد العقد بإقتزانه بقبول المتلقي له (المستهلك) ، أم أنه مجرد دعوة إلى التعاقد يجب أن ينتج عنها إيجاب من المستهلك يحتاج لقبول من المعلن حتى ينعقد ،وقد تباينت آراء الفقه والقضاء حول تحديد الطبيعة القانونية للإشهار التجاري .

وقد ذهب بعض الفقه إلى إعتبار الإشهار مجرد دعوة إلى التعاقد فطالما أن النشر والإشهار يأتي خاليا من تبيان الثمن والعناصر الجوهرية الأخرى للعقد فلا يعتبر إيجابا باتا، بل مجرد دعوة إلى التعاقد قد يتبعها إيجاب ثم قبول².

¹ الهيثم عمر سليم ، حماية المستهلك من الممارسات الإحتكارية المؤدية إلى الإدعان "دراسة مقارنة"، كلية الحقوق جامعة البحرين ، مجلة الحقوق، المجلد 10، العدد 2 ، ص 202.

² بلحاج العربي ، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري "دراسة مقارنة" ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2010، ص ص 18-19.

وقد قضت محكمة النقض الفرنسية في حكم مشهور لها مؤرخ في 1973/12/27 جاء فيه " إن مجرد النشر والإعلان وحتى بيان الأسعار لا يكون إيجاباً وإنما دعوة إلى التعاقد"¹. وهو الإتجاه الذي إستقر عليه القضاء الفرنسي ولفترة طويلة من الزمن².

في حين يذهب جانب من الفقه إلى إعتبار الإشهار التجاري إيجاباً بكل معنى الإيجاب فهو يرقى لتكون له قيمة تعاقدية ، فالرسائل الإشهارية تتضمن في غالبيتها صفات الإيجاب الأساسية من كونها محددة وجازمة وأن الإيجاب موجه للجمهور ومتى إقترن به قبول كان العقد قائماً³.

وقد تواترت أحكام القضاء في فرنسا على تقرير هذا الأمر ، فقد قضت محكمة النقض الفرنسية في حكم قديم لها على أن الإشهار ينشأ تقريباً عقداً مع الجمهور المتلقي له ويلتزم المعلن بذلك ، ولما كان الرأي قد إستقر على أن الإشهار إيجاب مما ينجم عنه من إمكانية مساءلة المعلن عن عدم تنفيذ ماورد في إشهاره خصوصاً إذا كان كاذباً أو مضللاً أو خادعاً ، فقد أصبح المعلنون يدرجون في إشهاراتهم مايفيد أن الإشهار ذو قيمة إرشادية فقط وليس له قيمة عقدية.

هذا ويتلائم إعتبار الإشهار التجاري إيجاباً مع متطلبات حماية المستهلك في المرحلة التي تسبق إبرام العقد ، ذلك أن إلزام المشهر بما ورد في الرسالة الإشهارية سوف يدفعه إلى توخي الحيطة والحذر قبل نشر الإعلان ، وسوف يؤدي ذلك على المدى البعيد إلى صدق وموضوعية الإعلان ، وهو ما يسمو فوق أية إعتبارات أخرى⁴.

¹ بلحاج العربي ، المرجع السابق ، ص 19.

² Stéphane Piedelievre, op cite p 78.

³ Stéphane piedelivre ,op cite p 79.

⁴ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص ص 113 - 114.

ورغم أننا نميل إلى إعتبار الإشهار التجاري إيجابا ، فإن الواقع العملي والنصوص القانونية المتاحة حاليا تحتم علينا التمييز بين حالتين :

الحالة الأولى : وهي عدم ذكر الشروط الأساسية الجوهرية للمنتجات أو الخدمات المعلن عنها وفي هذه الحالة يكون الإشهار مجرد دعوة إلى التعاقد.

الحالة الثانية : وهي تحديد الرسالة الإشهارية للعناصر والشروط الأساسية كما هو الغالب فيجب في هذه الحالة إعتبار الإشهار إيجابا .

ومن هنا يتطلب الأمر تدخل المشرع وترقية النصوص القانونية لحسم المسألة .

الفقرة الثالثة: مدى مساهمة الإشهار التجاري في إعلام المستهلك

إختلف الفقه في تقييم دور الإشهار التجاري في تحقيق حماية المستهلك ، فمنهم من يؤكد على الدور الإيجابي في تلك الحماية ، ومنهم من ينكر عليه هذا الدور .

مما يستدعي ذلك التعرض إلى الآثار الإيجابية للإعلان التجاري (أولا)، ثم مناقشة الإنتقادات الموجهة إليه وتقديرها (ثانيا).

أولا :الآثار الإيجابية للإشهار التجاري.

يتيح الإعلان التجاري للمستهلكين معرفة أفضل وأدق بأنواع السلع والخدمات المطروحة في الأسواق ، وكيفية الحصول عليها بأقل جهد وفي أقصر وقت وبأقل النفقات ، وإرشادهم إلى كيفية إشباع حاجاتهم خاصة من خلال المنتجات التي لا يعرفون حقائق كافية عنها أو لا يعرفون كيفية إشباعها لحاجاتهم بطريقة إقتصادية ، بما يسمح لهم بالمفاضلة والتمييز بين الأنواع المختلفة من المنتجات المطروحة في الأسواق ، ومن ثم إتخاذ قراراتهم الشرائية على نحو أكثر دقة ¹.

¹ أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق، ص 141.

ويعتبر الإشهار هو الوسيلة الفعالة والمثلى لتلبية حاجات المستهلك من خلال التعرف على خصائص وطرق وكيفية الحصول على المنتج أو الخدمة كما أن الإشهار يساهم في رفع ذوق المستهلك وزيادة وعيه¹، ويساهم الإشهار التجاري من خلال خلقه لجو من المنافسة بين المنتجات والخدمات في تطويرها وتحسينها مما ينعكس إيجابا على المستهلك في صورة تحسين الشروط التعاقدية ويظهر ذلك في أمرين : أولهما خفض أسعار المنتجات ، والثاني تحسين جودتها².

و يعد الإعلان التجاري أيضا عاملا من عوامل تسويق السلع والخدمات من خلال دوره البارز في العمل على ترويجها مما يؤدي إلى وجود إتصال وتفاعل دائم ومستمر بين المنتجين والمستهلكين حيث يثير المنافسة التي تساهم في خفض الأسعار وتحسين نوعية المنتج فتتحقق حماية المستهلك في هذه الصورة من خلال وجود منتج جيد وبسعر ملائم³.

ثانيا : الإنتقادات الموجهة لدور الإعلان التجاري

لقد واجه الإعلان التجاري منذ بداية ظهوره إنتقادات لاذعة ، وكان أهم ماوجه إليه من نقد مايلي:

- إن الإعلان التجاري يتسم بعدم الدقة والموضوعية فالتاجر المعلن يمتدح سلعه وخدماته بإظهار محاسنها والمبالغة في ذلك دون ذكر سلبياتها ومخاطرها وهو ماقد يحمل المستهلك مشقة إعادة الإستفسار والدراسة قبل الإقدام على التعاقد ، فرغم أن المبالغة في الإعلان التجاري من الأمور المقبولة والطبيعية في التعامل التجاري إلا أنها يجب أن تستند في الأساس إلى معلومات دقيقة⁴.

¹ بوراس محمد ، المرجع السابق ، ص 102.

² أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق ، ص 143.

³ موفق حماد عبده ، المرجع السابق، ص 53.

⁴ المرجع نفسه، ص ص53-54.

- إن الإعلان التجاري يخاطب النواحي العاطفية لدى المستهلك ونقاط ضعفه متجاهلا ظروفه الإقتصادية ، مما يدفعه إلى التصرفات الإستهلاكية غير الرشيدة ، إذ تنشأ لديه الرغبة في التعاقد ولكنها رغبة غير حقيقية يقبل -على أثرها -على شراء منتجات ليس في حاجة فعلية إليها أو تتجاوز قدراته المالية ، فضلا عن أن النفقات الباهظة التي يتحملها المعلن في سبيل الإعلان عن منتجاته من شأنها أن تؤدي إلى زيادة تكاليف الإنتاج ، ومن ثم إرتفاع أسعار السلع والخدمات المعلن عنها ، بما يمثل عبئا إضافيا يتقل كاهل المستهلكين المحتملين لها ¹.

-إن الإعلان التجاري يحد من حرية الفرد في تحديد إحتياجاتهم وإختياراتهم بل أنه أصبح يتدخل في أسلوب حياة الأفراد ومعيشتهم ، وينعكس ذلك بوضوح على الأطفال والشباب في سنوات المراهقة بشكل قد ينشر القيم السلبية في المجتمعات كالتكاسل والإسراف ².

من ناحية أخرى قد يشجع الإعلان التجاري على زيادة إستهلاك منتجات معينة لا ينبغي زيادة إستهلاكها لما تملثه من خطورة على الصحة العامة للإنسان ، كالخمور والسجائر ³.

ثالثا-تقدير الإنتقادات الموجهة للإعلان التجاري

إن إبراز الجوانب الإيجابية للسلعة أو الخدمة محل الإعلان دون الجوانب السلبية يعد أمرا طبيعيا لأن الهدف من الإعلان هو حث المستهلكين على التعاقد تحقيقا للربح ، أما إذا كانت الجوانب السلبية قد تؤدي إلى إلحاق الضرر بالمستهلكين فإن المعلن قد يذكرها في صورة إحتياطات إستعمال حتى يتجنب المسؤولية الناشئة عنها .

¹ أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق ، ص 146.

² الزقرد أحمد السعيد ، المرجع السابق ، ص 37.

³ أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق ، ص 147.

كذلك الأمر بالنسبة للمبالغة والتهويل في الإعلان ، فلا شك أن المبالغة هي صورة من صور الخروج عن المؤلف المسموح به قياسا على ما يسميه الفقه الفرنسي بالتدليس الحسن الذي لا يؤثر على رضا المتعاقد والقول بغير ذلك يعني قتل روح الإبداع والإبتكار التي يقوم عليها كيان الدعاية التجارية ، والتي تعتبر أساسا لترويج السلع والخدمات¹.

ويرى بعض الفقه الفرنسي أن اللجوء إلى المبالغة في الإشهار التجاري بهدف التأثير على إرادة المستهلك ومن تم دفعه إلى التعاقد هو سلوك محتمل ومسموح به طالما أنها لم تخدمه ، ولذلك فإنه يعتبر إشهارا صحيحا الإشهار عن شراب يتكون من مواد كيميائية على أنه شراب ذو طعم عصير الفواكه ، ولكنه يصير خادعا إذا ما صاحبتة صورة لفواكه ناضجة ، لأنه بذلك يدعو المستهلكين إلى الاعتقاد بأن الشراب مصنوع من عصير الفواكه فعلا².

وبالنسبة للرأي الذي يقول بأن الإعلان يؤدي إلى زيادة تكاليف الإنتاج ومن ثم زيادة الأسعار التي يتحملها في النهاية المستهلك ، فإن هناك رأي معاكسا يذهب إلى أن الإعلان التجاري يؤدي إلى زيادة التوزيع ومن ثم زيادة الإنتاج ، والإنتاج الكبير يعني تخفيض تكاليف كل وحدة الأمر الذي يؤدي إلى إنخفاض الأسعار في النهاية وليس زيادتها.

¹ الزقرد أحمد السعيد ، المرجع السابق ، ص 69.

² ومن الإشهارات التي تتضمن مبالغة ، مايبثه التلفزيون في فرنسا من إشهار عن نوع معين من البطاريات يصور فيها قائد المركبة وهو يديرها في الصباح الباكر فتتعلق محلقة به في الهواء كدليل على قوة البطارية ، أو ذلك الإشهار عن نوع من البطاطس "بودرة" التي يتناولها القرد فيتحول إلى أمير تتجذب إليه الفتيات دلالة على المذاق الجميل ، وكذا الإشهار عن نوع من الحقائب من ماركة سمسونات "التي يستند إليها حائط المنزل وبمجرد أن يرفعها صاحبها ينهار المبنى كله كرمز لمثانة الحقيقة ، أنظر أحمد السعيد الزقرد ، المرجع السابق ، ص 113.

كما أن الإعلان إذا كان أداة للمنافسة فلا ضرر من ذلك متى لم يخرج عن قواعد المنافسة المشروعة التي تصب في النهاية في خدمة المستهلكين¹.

وأخيرا فإن الإعلان التجاري أصبح وسيلة وعلما وفنا يفرض نفسه على المجال الإقتصادي والإجتماعي بإعتباره وسيلة هامة من وسائل إعلام المستهلك لذلك بدلا من مهاجمة الإعلان التجاري من الأحسن معالجة عيوبه وتوجيهه لصالح المستهلكين وتنظيمه بنصوص قانونية من قبل المشرع وذلك لما يحظى به من الأهمية .

¹ موفق حماد عبده ، المرجع السابق ، ص 56.

الفصل الثاني

جزاء الإخلال

بالإلتزام بالإعلام

الفصل الثاني

جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام.

إتضح مما سبق بيانه في الفصل الأول أن الإلتزام بالإعلام من صنع القضاء ، فقد أدى التطور التكنولوجي والصناعي إلى بروز العديد من السلع المعقدة تقنيا وفنيا والتي قد تؤدي في كثير من الأحيان إلى تهديد أمن وسلامة المستهلكين ، نظرا لما تحمله في طياتها من خطورة من جهة ،ومن جهة أخرى عدم إتخاذ التدابير الكافية لحسن إستعمالها وتفاذي أضرارها ، وذلك في ظل تزايد الفجوة المعرفية بين المحترفين والمستهلكين ، وإنصراف المحترفين إلى تحقيق الربح السريع متجاهلين بذلك عدم التزويد المعرفي الكافي واللازم لتفاذي هذه الأضرار. حيث نشهد يوميا ميلاد الكثير من الضحايا.

لقد كان من شأن تقرير الإلتزام بالإعلام توفير حماية للمستهلاك ، وأن عدم تنفيذ هذا الإلتزام يؤدي إلى المساس بمصالح المستهلك مسببا له أضرار كثيرة ، لذا كان لزاما توقيع الجزاء على المتدخل لإخلاله بالإلتزامه بالإعلام ، فنقوم نتيجة لذلك كل من المسؤولية المدنية (المبحث الأول)، وكذا المسؤولية الجنائية (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

إستشعر الفقه والقضاء الفرنسيين عظم دورهما بل ومسؤوليتهما عن تحقيق أسباب تكامل هذا الإلتزام الجديد، فبعد أن إستكملا له مبررات تقريره ووضعوا له شروطه

وحددا محله ذهباً يبحثان من بين العديد من النصوص القانونية، وعدد من القواعد العامة عن الجزاء المناسب لمخالفته، وذلك لما تراءى إليهما من تنامي الأضرار الواقعة على الدائن (المستهلك) بهذا الإلتزام، والمترتبة عن أخطاء المدين (المتدخل) إلى درجة أصبح معها توقيع الجزاء أمراً واجبا¹.

ويترتب على إخلال المتدخل بهذا الإلتزام قيام المسؤولية المدنية، ويقصد بالمسؤولية تحمل الشخص نتائج وعواقب التقصير الصادرة عنه أو عن من يتولى رقابته والإشراف عليه، أما بخصوص المعنى الدقيق لمصطلح المسؤولية في إطار الميدان المدني فهي تعني المؤاخظة عن الأخطاء التي تضر بالغير، وذلك بإلزام المخطئ بأداء تعويض للطرف المضرور ووفقا للطريقة والحجم اللذين يحددهما القانون².

وتتقسم المسؤولية المدنية إلى مسؤولية عقدية ومسؤولية تقصيرية، وسنتناول في هذا المبحث المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام (المطلب الأول)، والمسؤولية التقصيرية المترتبة عن الإخلال به (المطلب الثاني).

المطلب الأول

المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.

يقصد بالمسؤولية العقدية ذلك الجزاء المترتب عن الإخلال بالالتزامات التعاقدية فلما كان العقد شريعة المتعاقدين فإنه كان لزاما إحترام مضمون هذه العلاقة وأي

¹ عبد الباقي عمر محمد، المرجع السابق، ص 267.

² العرعاري عبد القادر، الكتاب الثاني المسؤولية المدنية، الطبعة الثالثة، مطبعة الكرامة، الرباط، 2001، ص 07.

إخلال بها يستوجب تحمل المسؤولية للطرف الذي تسبب في حصول هذا الإخلال¹، وتقوم المسؤولية العقدية سواء بالإخلال بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد (الفرع الأول)، وكذا الإخلال بالالتزام بالإعلام في المرحلة التعاقدية (الفرع الثاني).

الفرع الأول

جزاء الإخلال بالالتزام في المرحلة ما قبل التعاقد

نظرا لعدم وجود نص قانوني يبين أحكام الالتزام بالإعلام ويقضي صراحة بقابلية العقد للإبطال في حالة الإخلال بهذا الالتزام، يمكننا الرجوع إلى نظرية عيوب الرضا وخاصة عيبي الغلط والتدليس لإرتباطهما الوثيق بالالتزام بالإعلام فكما تصلح نظرية عيوب الرضاء كأساس للاعتراف بالالتزام بالإعلام، فإنها تسمح كذلك بإبطال العقد في حالة خرق هذا الالتزام².

وتجدر الإشارة إلى أن البطلان الذي يلحق العقد بسبب الإخلال بالالتزام قبل التعاقد بالإعلام هو بطلان نسبي وليس بطلان مطلق لأنه مبني على أساس نظرية عيوب الإرادة³، وذلك نتيجة وقوع المستهلك في غلط (الفقرة الأولى)، أو لوقوعه ضحية تدليس المتعاقد الآخر (الفقرة الثانية).

¹ العرعاري عبد القادر، المرجع السابق، ص 14.

² بوعبيد عباسي، المرجع السابق، ص 354.

³ يترتب على مخالفة أركان العقد والمتمثلة في الرضا، المحل، السبب، والشكلية في العقود التي تتطلب شكلية معينة بطلان العقد بطلانا مطلقا، أما البطلان النسبي فهو جزء تخلف شرط من شروط الصحة التي يقرها القانون حماية لأحد المتعاقدين وتتمثل في شرط الأهلية وسلامة الرضا من العيوب والمتمثلة في الغلط والتدليس والإكراه والإستغلال.

الفقرة الأولى: المطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك للغلط

يمكن للمستهلك الذي يقع في الغلط بسبب زيف المعلومات وكذلك البيانات المتعلقة بمحل العقد أن يطلب إبطال العقد إستنادا إلى عيب الغلط¹ ، لذلك لا بد من تعريف الغلط وفقا للقواعد العامة (أولا) ، ثم تبين العلاقة بين مخالفة الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام وإبطال العقد للغلط (ثانيا) .

أولا: تعريف الغلط وأساسه القانوني

باعتبار الغلط عيب من عيوب الإدارة يتوجب تعريفه (1) ثم بيان أساسه القانوني(2).

1- تعريف الغلط

يعرف بعض الفقه الغلط بأنه: "الإظهار الكاذب أو غير الصحيح للحقيقة ويتولد عنه الإعتقاد بصحة شيء كاذب أو كذب شيء صحيح² ، أو هو وهم و إعتقاد خاطئ يقوم في ذهن المستهلك ويصور له الأشياء على غير حقيقتها فيدفعه إلى التعاقد ولولا هذا الوهم أو الإعتقاد خاطئ لما أقدم على التعاقد³ .

¹Dalila Zennaki les frontières entre droit de la consommation et droit commun à travers l'obligation de garanties, séminaire nationale sur la protection en matière de consommation faculté de droit, université d' oran ,14 et 15 mai 2000 .P 27.

² فيلاي علي ، الإلتزامات النظرية العامة للعقد ،موفم للنشر ، الجزائر 2010، ص 157.

³ المرجع نفسه ، ص 157.

2- الأساس القانوني للغلط.

أخذ المشرع الجزائري بنظرية الغلط في المادة 81 ق م ج التي تنص على مايلي: "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله".

إن الغلط المعيب للإرادة هو الغلط الجوهري وأوضحته المادة 82 ق م ج معيار الغلط الجوهري وهو عدم إقدام المستهلك على التعاقد لو لم يقع في هذا الغلط وقد نصت على ما يلي: "يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة ، بحيث يتمتع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط .

ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقدان جوهرية أو يجب إعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية.

إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفو من صفاته ، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد".

ونجد أن الفقه والقضاء الفرنسيان قد توسعا في مفهوم الغلط فيما يتعلق بالصفة الجوهرية للشيء المعلن عنه حتى يستطيع المستهلك المطالبة بإبطال العقد حول هذه الصفة ، فذهب إلى أنه يجوز للمستهلك طلب إبطال العقد إذا لم يحصل على ماكان ينتظره من إبرامه.¹

كما يجد الغلط أساسه القانوني في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وذلك من خلال حظر المشرع الجزائري على العون الإقتصادي كل مايدخل لبس في ذهن المستهلك عن طريق الإشهار أو عن طريق أي وسيلة أخرى وقد نصت المادة 36 من المرسوم التنفيذي 378/13 يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك

¹ حامق ذهبية ، المرجع السابق ، ص 294.

على أن: " يجب أن لا يوصف أو يقدم أي غذاء بطريقة خاطئة أو مضللة أو كاذبة أو من المحتمل أن يثير إنطباعات خاطئة بخصوص نوعه بطريقة تؤدي إلى تغليب المستهلك ."

ويجوز للمستهلك الذي يقع في غلط جوهري طبقا لنص المادة 81 ق م ج ، أن يطلب إبطال العقد ، لأن إرادته قد وقعت في غلط وهي بصدد إحداث أثر قانوني ، فهي تعد في حكم الإرادة المعيبة لأنها لم تصدر وفق إرادة حرة ومستتيرة ، فيتقرر قانونا عدم صلاحيتها لترتيب الآثار التي قصدتها ، لأنها بنيت على وقائع زائفة كاذبة ومضللة .

ويمكن للمستهلك أن يتحلل من هذا التصرف القانوني حيث جعل طلب إبطال العقد للغلط أمرا جوازيا ، أي حق مقرر للمستهلك ، إلا أنه ضيق من دائرة الطعن بالبطلان بسبب الغلط من خلال وضع شروط محددة يستلزم توافرها لقيامه، من أجل خلق توازن بين الحماية للإرادة المعيبة وبين المحافظة على إستقرار المعاملات¹، ومن بين هذه الشروط أن يكون الغلط جوهريا ، وأن يتصل بالمتعاقد الآخر (المتدخل).

كما قضت المادة 85 من ق م ج بأنه لا يجوز التمسك بالغلط على وجه يخالف حسن النية، فالمتعاقد الذي وقع في الغلط يبقى ملزما بالعقد قصد إبرامه إذا أظهر الطرف الآخر إستعداده لتنفيذ هذا العقد ،"فإذا إشتري المستهلك قطعة أثاث معتقدا أنها أثرية لأن البائع لم يعلمه بحقيقتها قبل إبرام العقد فإنه لا يجوز له التمسك بالغلط إذا كان البائع على إستعداد تام بأن يعطيه القطعة الأثرية التي يريدها ."

¹ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 271.

ثانيا:العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام وإبطال العقد للغلط

لدراسة أسس العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام وبين بطلان العقد ، يجب إلقاء الضوء على أثر تنفيذ الإلتزام على تجنب البطلان العقد للغلط (1) ،وأثر الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام على مجال الطعن بالبطلان للغلط (2).

1-أثر تنفيذ الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام على تجنب بطلان العقد للغلط

إن من شأن قيام المدين بالإلتزام بالإعلام بأداء واجبه أداء صحيحا وكاملا ، أن يؤثر ذلك إيجابا على صحة رضا العاقد بالعقد ، لما لذلك من جل الأثر في تنوير إرادته وتبصيره بالأمر الجوهري به، فيكون قراره بالتعاقد صادرا عن رضا حر واع متبصر ، وبالتالي إرادة حرة خالية من العيوب المبطله لها وهو مايمثل الدور الوقائي للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ، ولذلك فإن احتمال وقوع المتعاقد في عيب الغلط يتناسب عكسا مع أداء المدين لهذا الإلتزام أداء كاملا وموضوعيا¹.

2- أثر الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام على مجال الطعن بالبطلان للغلط

يعمد المشرع دائما إلى إيجاد قدر من التوازن بين المصالح المتعارضة لأطراف العلاقة التعاقدية وذلك إعمالا لقواعد العدالة وعملا على إستقرار المعاملات .

وقد نهج المشرع ذلك أيضا فيما يتعلق بنظرية الغلط حيث عمد إلى تضيق دائرة الطعن بالبطلان بسبب الغلط من خلال وضع شروط محددة يستلزم توافرها لقيامه عملا على إيجاد قدر من التوازن بين حماية الإرادة المعيبة وبين المحافظة على مبدأ إستقرار المعاملات .

¹ عبد الباقي عمر محمد، المرجع السابق، ص ص270-271.

ولذلك يجب على المستهلك المتعاقد لكي يتسنى له طلب إبطال العقد أن يثبت جوهرية المعلومات التي وقع الغلط بشأنها ، إضافة إلى إثبات إتصال الغلط بالمتعاقد الآخر ، وقد أدى هذا المسلك بصورة مباشرة إلى تحقيق هدف المشرع في تضيق دائرة الطعن بالبطلان بسبب الغلط، وهو النهج الذي إعتبره البعض وسيلة محدودة لتحقيق الحماية للمستهلك بالنظر إلى الشروط والقيود التي تحكم تمسك المستهلك بإبطال العقد في هذه الفروض .

وهنا يتأتى دور الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في سد الفجوة الناشئة فيما يتعلق بحماية المستهلك من الغلط ، إذ يكفي في هذه الحالات إثبات قيام شروط هذا الإلتزام حتى يتسنى له طلب إبطال العقد ، وذلك على النحو التالي :

- بالنسبة لشروط جوهرية الغلط ، فقد سبق الإشارة إلى أن محل الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو المعلومات والبيانات المتعلقة بخصائص وأوصاف وشروط العقد المراد إبرامه واللازم قيام المتدخل بالإفشاء بها للمستهلك ، عملا على تنوير بصيرته وتصحيح رضائه لدى التعاقد ، والتي يترتب على عدم العلم أو الإلمام بها إلى الحيلولة دون إبرام العقد كلية ، الأمر الذي يدل على جوهرية هذا الغلط في إعتبار المتعاقدين¹ ، وهذا ما قضت به المحكمة العليا بأنه: "يقع على عاتق البنك (الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط) قبل توقيع إتفاقية القرض إلتزام بإعلام وتوجيه المقترض بإمكانية حصوله على دعم مالي من الصندوق الوطني للسكن ويؤدي إخلال البنك بهذا الإلتزام إلى إيقاع المقترض في غلط جوهري يبرر مطالبته بإلغاء إتفاقية القرض"².

¹ عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، 382.

² قرار المحكمة العليا الصادر عن مجلة المحكمة العليا الغرفة المدنية ، ملف رقم 581228 الصادر بتاريخ 2010/07/22 ، سنة 2010 ، العدد 2 ، ص 161 .

-وبالنسبة لشرط إتصال الغلط بالمتعاقدين الآخر ، فإن من شروط قيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، علم المتدخل بالمعلومات اللازمة لإبرام العقد، طالما قام المستهلك بإثبات ذلك على النحو السابق إيضاحه تفصيلا ، فذلك يعد من جانب آخر إتصالا للمدين بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام بهذا الغلط محققا الشرط الثاني بطلب إبطال العقد للخلط¹.

وهكذا يساهم الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في تحقيق حماية المستهلك عن طريق التيسير في إثبات الغلط الجوهرى ، وإثبات إتصال الغلط بالمتعاقدين الآخر .

الفقرة الثانية: إبطال العقد للتدليس

يعتبر التدليس عيب من عيوب الإرادة وقد أجاز المشرع الجزائري للطرف الواقع ضحية تدليس المطالبة بإبطال العقد، لذا سوف نتعرض لتعريف التدليس وأساسه القانوني (أولا)، ثم نين العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام وبطلان العقد للتدليس (ثانيا).

أولا: تعريف التدليس وأساسه القانوني

قبل التطرق إلى تبيان العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام وبطلان العقد للتدليس وجب تعريف التدليس (1) وأساسه القانوني(2) .

1-تعريف التدليس :

يقصد بالتدليس "إيهام الشخص بغير الحقيقة بالإلتجاء إلى الحيلة والخداع لحمله على التعاقد أو أنه وهم بفعل شخص آخر ولهذا يسمى التخليط"²، وعرف أيضا على

¹ حسن عبد الباسط جمعي، المرجع السابق، ص 31.

² سعدي الصبري محمد ، الواضح في شرح القانون المدني ، دار الهدى، الجزائر، 2012، ص 176 .

أنه: "إيهام الشخص بأمر مخالف للحقيقة بقصد دفعه إلى الارتباط بالتعاقد"¹.

ويختلف التدليس المدني عن الغش ، ذلك أن التدليس يكون أثناء إبرام العقد أما الغش فهو عمل يعمد إليه الشخص بقصد الإضرار بحقوق شخص آخر بعد تكوين العقد ،ومثاله أن يلجأ المدين إلى تبديد مافي ذمته حتى لايجد الدائن مالا يوقع عليه الحجز² .

2-الأساس القانوني للتدليس :

لقد وضع المشرع الجزائري أحكام التدليس في القانون المدني في المادة 86 والمادة 87 منه وتنص المادة 86 من ق م ج على أنه: " يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.

ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا أثبت أن المدلس عليه ماكان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة "

أما المادة 87 ق م ج فنصت على أنه: " إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين ، فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد ، مالم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم ، أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس "

فالتدليس هو إستعمال طرق إحتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد ، وإستعمال الطرق الإحتيالية تتطوي على عنصرين ، عنصر مادي وهو الطرق المادية التي تستعمل للتأثير على إرادة الغير ، وجانب معنوي (النفسي) وهو نية التضليل للوصول إلى غرض غير مشروع ، فلا بد من وجود نية التضليل لدى

¹ الزقرد أحمد السعيد ،المرجع السابق، ص 155.

²المرجع نفسه ، ص 156.

المدلس لأن التدليس خطأ عمدي ، فإذا قام شخص بعمل ما إنخدع به آخر دون قصد محدث للعمل إلى خداعه لم تكن بصدد تدليس¹.

ولاتعد الطرق الإحتيالية تدليسا إلا إذا كانت بهدف الوصول إلى غرض غير مشروع فلو تبين المودع أن المودع عنده غير أمين فإستعمل طرقا إحتيالية لكي يحصل من المودع عنده على إقرار بالدين فلا يعد ذلك تدليسا ، ولكن يعد تدليسا إستعمال الطرق الإحتيالية بقصد تضليل شخص لإبتزاز أمواله.

ثانيا : العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام ويطلان العقد للتدليس

الواقع أن الإخلال بالإلتزام بالإعلام قد يكون بإتخاذ المدين موقفا إيجابيا وذلك بتقديم بيانات خاطئة وهو الكذب(1) ، أو بإتخاذ موقف سلبي بسكوته عن تقديم بعض البيانات الهامة للدائن وهو الكتمان (2) .

1- مدى إعتبار الإخلال الإيجابي بالإلتزام بالإعلام تدليسا

إن مجرد الكذب لا يكفي لإعتباره طريقا إحتياليا ، فالتاجر الذي يباليغ في مدح بضاعته لايعتبر كذبا مادام ذلك مألوفا في التعامل ، أما إذا تخطى الكذب مرحلة إمتداح الشيء والثناء عليه إلى مرحلة تضليل الشخص الذي يقدم على التعاقد بإخفاء حقيقة هذا الشيء ، فإنه يعتبر في هذه الحالة وسيلة من وسائل التدليس² ، ومن الأمثلة التي تضرب في هذا الصدد وضع بيانات على منتج معين تخالف حقيقة المنتج أو إضافة مواد حافظة للمنتج الغدائي لها أثار سلبية على صحة دون ذكر ذلك

¹ سعدي صبري محمد ، المرجع السابق ، ص 179.

² السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني ، ج 7 القاهرة دار النهضة العربية 1990، ص 1245.

في بيانات المنتج، أو الإمتناع عن ذكر الآثار السلبية عند تناول الدواء، أو عرض سلعة للبيع رغم إنتهاء مدة الصلاحية أو تزوير تاريخ الصلاحية.¹

ويعتبر الكذب في هذه البيانات أو حتى مجرد السكوت عنها إخلالا بواجب الصدق والمصارحة الذي يفرضه القانون أو الإتفاق أو طبيعة المعاملة إخلالا بالثقة التي يوليها هذا الشخص للمتعاقد معه، لما يتوافر فيه من صفات معينة ككونه مهنيا مثلا².

هذا إذا إقتصر الإخلال الإيجابي بالالتزام بالإعلام على مجرد تقديم بيانات كاذبة أما إذا إقترنت هذه البيانات ببعض الأعمال المادية والمظاهر الخارجية لتدعيمها ومثالها تقديم وثائق مزورة عن خضوع هذه المنتجات للمراقبة المسبقة، أو إصاق عليها علامات تجارية مزورة أو مقلدة، أو عرض الوجه الحسن للسلع داخل المحلات التجارية وإخفاء الوجه الفاسد منها، أو طلاء عمارة قديمة وتزيينها مما تظهرها على أنها حديثة البناء، فكل هذه الوسائل المتمثلة في الشهادة المزورة، أو العلامة التجارية المقلدة، أو عملية عرض الوجه الحسن، أو طلاء واجهة العمارة تعتبر وسائل تضليلية، لأن عن طريق هذه الوسائل يتم تضليل المستهلك وبالتالي وقوعه في الغلط ومنه تعاب إرادته فيحق له طلب إبطال العقد للتدليس الواقع عليه من طرف المهني الذي زيف الحقيقة من أجل دفعه للتعاقد، ولولا هذا التضليل لما أقدم على التعاقد³.

2 - مدى إعتبار الإخلال السلبي بالالتزام بالإعلام تدليسا

يتمثل الإخلال السلبي بالالتزام بالإعلام بصفة عامة في إحجام المتدخل عن الإفصاح عن المعلومات المتعلقة بالعقد وهو ما يعرف بالسكوت التدليسي وهو نوع

¹ البهيجي عصام أحمد، الإلتزام بالشفافية والإفصاح في عقود الإستثمار والإستهلاك والعلاج الطبي، دار الكتب والوثائق القومية، المكتب الجامعي الجديد، (د.ب.ن)، 2014، ص 200.

² حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص 346.

³ ماني عبد الحق، المرجع السابق، ص 134.

من الكذب الذي يوصف بالكذب السلبي¹، ويستلزم في الإلتزام بالإعلام عدم الكتمان ، ويقصد بالكتمان عدم الإفصاح عن أمور تتعلق بالأشياء محل التعامل مما يترتب عليه تشويه للحقيقة.

فهنالك إتجاه قانوني يعتبر أن الكتمان التدليسي أحد حالات الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، ففي مرحلة تكوين العقد تقتضي النية الحسنة أن يتصرف المتعاقد إتجاه المتعاقد معه بإخلاص بمعنى أن يتمتع عن كل تدليس وغش

ويتفق الفقه في فرنسا ومصر على أن الإخلال بالإلتزام بالإدلاء بالمعلومات والبيانات هو أحد حالات الكتمان التدليسي المكونة للعنصر المادي في التدليس المؤدي لبطلان العقد²، وقد كان موقف القضاء الفرنسي واضحا حينما إستند إلى التدليس بطريق الكتمان كأساس لتقرير البطلان كجزء الإخلال بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.

وقد قضت محكمة النقض الفرنسية في شأن الكفالة لدين مستحق لبنك بإبطال عقد الكفالة لمخالفة هذا البنك لإلتزامه قبل التعاقد بالإعلام تأسيسا على الكتمان التدليسي ، والمتمثل في عدم قيام البنك بإعلام الكفيل بالوضع المالي الحقيقي للمدين، وذهبت إلى أن البنك الذي يعلم بأن الوضع المالي لمدينه مشكوك فيه أو على الأقل مثقل بالديون ، ويغفل عن وضع هذا الإعلام في علم الضامن، عامدا عدم إحاطته بالمعلومات التي من شأنها الحيلولة بينه وبين التعاقد ، فإنه يتصرف بما يتعارض ومقتضيات حسن النية ويقترب تدليسا عن طريق الكتمان ولذلك إنتهت إلى بطلان الكفالة لعدم الإعلام³.

¹ ماني عبد الحق ، المرجع السابق، ص 136.

² حامق ذهبية ، المرجع السابق ، ص 19.

³ عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 275.

وقضت أيضا في حكم لها "أن سكوت البائع لمحل تجاري عن الإفشاء للمشتري بضرورة الحصول على ترخيص من الجهات الإدارية لإستغلال المحل لكونه أجنبيا ، يعتبر عملا تدليسيا ، يؤدي إلى تعيب رضا المشتري ويؤدي إلى بطلان العقد.¹

ولقيام حالة الغلط الناشيء عن التدليس يجب أن يتوافر عنصران ، أحدهما مادي يتمثل في الطرق الإحتيالية وثانيهما معنوي يتمثل في نية التضليل ، وما من شك أن إثبات الشروط اللازمة لقيام حالة التدليس هو أمر تعزيره بعض الصعوبات ، خاصة أن المتعاقد المدلس عليه ملزم بإثبات أن التدليس كان هو الدافع إلى التعاقد .

وهنا يأتي دور الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام في سد الفجوة الناشئة في صدد حماية المستهلك في مواجهة طرق التدليس ، وذلك من خلال تيسير طرق إثبات توافر عنصره حتى يتسنى المطالبة بإبطال العقد ، حيث أن إثبات شروط هذا الإلتزام والإخلال به يتخذان مظهرا ماديا يسهل فيه الإثبات ويعوض ضيق نظرية عيوب الإرادة ، إذ يكفي قيام المستهلك بإثبات شروط قيام الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام وأن المتعاقد الآخر لم يحم بتنفيذ هذا الإلتزام تنفيذا صحيحا وكاملا مع إفتراض علم المدين بهذا الإلتزام بالبيانات المطلوبة وبتأثير كتمانها على تعيب رضا الطرف الآخر، وهو الأمر الذي يغني عن إثبات توافر عنصرا التدليس .

إضافة إلى ذلك لم يعد البحث عن العنصر المعنوي المتمثل في نية التضليل هو الفيصل في تقرير التدليس بل أصبح المعيار الحاسم هو مدى إلتزام المتعاقد قبل التعاقدي بالإعلام عند إبرام العقد، ذلك الإلتزام الذي يتخذ فيه كل شروطه ، والإخلال به مظهرا ماديا يسهل فيه الإثبات ، ويعوض ضيق نظرية عيوب الإرادة ، وماتستلزمه من ضرورة إثبات مسائل نفسية بحتة ، والتي من بينها العنصر المعنوي لدى الطرف

¹ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 353.

الآخر ، والمتمثل في نية التضليل ، الأمر الذي يغني عنه إثبات قيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام وإخلال المدين به.

ويؤيد ذلك أن القضاء لم يعد يشترط إثبات نية التضليل كعنصر معنوي لقيام التدليس، بل يكفي مجرد الكتمان ، ولذلك ذهبت محكمة فرنساي¹ إلى أن الكتمان لايمكن إعتباره تضليلا مؤديا إلى تطبيق نص المادة 1116قانون مدني فرنسي ، إلا إذا تمثل في مخالفة ذلك الإلتزام بالإعلام المفروض على البائع² .

ويعتبر الدكتور عبد الباسط جميعي والذي نؤيده بدورنا أن إستقلالية الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام تقتضي أن يتبنى المشرع حق المستهلك في المطالبة بإبطال عقد الإستهلاك لمجرد الإخلال بالإلتزام بالإعلام وبدون حاجة إلى الإستناد إلى النظريات التقليدية في الغلط والتدليس اللتان تقيدان حق المستهلك في طلب الإبطال³ .

الفرع الثاني

جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد

إن جزاء البطلان المترتب على الإستناد إلى نظريتي الغلط والتدليس لايتناسب مع رغبات المستهلك وإحتياجاته فالمستهلك يرغب في الحصول على السلعة أو الخدمة تشبع إحتياجاته وليس بطلان العقد هو أحد أهم هذه الإحتياجات لهذا يلجأ المستهلك إلى التسليم بتكوين العقد تكويننا صحيحا ، ولكنه يدعي بأن الطرف الآخر لم يف بالالتزامه بتسليم السلعة أو الخدمة للمواصفات المعروضة المتفق عليها⁴ فإذا مانجح في

¹ Versailles.13 avril.1983.,Gaz-pal.1984 -1-somm.,P66.

² عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص 277.

³ حسن عبد الباسط جميعي ،المرجع السابق،ص 32.

⁴ المرجع نفسه ، ص 50.

ذلك فإنه يمكنه المطالبة بالضمان وسوف نتطرق إلى ضمان العيوب الخفية في القانون المدني (الفقرة الأولى)، وضمان العيوب الخفية في قانون حماية المستهلك (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى: ضمان العيوب الخفية في القانون المدني

تعد ضمان العيوب الخفية وسيلة وحيدة في يد المشتري (المستهلك) لإلزام البائع بتسليم مبيع مطابق للمواصفات التي تم الإتفاق عليها والتي تستلزمها الأعراف وطبيعة التعامل ، وينشأ إلتزام البائع بضمان العيوب الخفية في حالة وجود عيب خفي بالشيء المبيع يؤدي إلى عدم صلاحية المبيع للأغراض التي أعد من أجلها أو المتفق عليها أو إلى انقاص قيمة المبيع

أولاً: تعريف العيب الخفي

لم يشر المشرع الجزائري في المادة 140 مكرر من القانون المدني تحديد مفهوم العيب الخفي مكتفياً فقط بطرح المبدأ العام لمسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتوجاته المعيبة، وقد ألحق المشرع الجزائري العيب الخفي بنص المادة 379 من القانون المدني التي تنص على أن: "البائع ملزم بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته..."

ويستخلص من نص هذه المادة أن العيب الخفي هو ذلك العيب الذي ينقص من قيمة الإنتفاع بالشيء المبيع نتيجة لتخلف صفة أو صفات تعهد البائع بوجودها.

وقد حدد قانون التجارة المصري الصادر سنة 1999 الذي حدد معايير تعيب المنتج في المادة 67 منه التي تنص على أن "المنتج يكون معيباً على وجه الخصوص إذا لم يراع في تصميمه ، أو صنعه ، أو تركيبه أو إعداده للإستهلاك أو

حفظه أو تعبئته أو طريقة عرضه أو طريقة إستعماله الحيطة الكافية لمنع وقوع الضرر أو للتنبيه إلى إحتمال وقوعه¹.

ومن التعريفات التي قدمها القضاء للعيب الخفي نجد التعريف الصادر عن المحكمة العليا في القرار المؤرخ في 1993/11/24 ملف رقم 103404 وهو قرار غير منشور حيث عرف العيب الخفي بأنه: "العيب الخفي هو العيب الذي لا يستطيع الشخص العادي إكتشافه -يضمنه البائع - مسألة قيام الضمان تخضع لسلطة قضاة الموضوع التقديرية"².

وإعتبرت المحكمة العليا بأن الإختلاف في الرقم التسلسلي لشاحنة مع الرقم الحالي يعتبر بمثابة عيب خفي³.

وعرفت محكمة النقض المصرية العيب الخفي بأنه " الأفة الطارئة البيت تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع"⁴.

وعرفه الأستاذ محمد شكري سرور بأنه: " هو شائبة أو نقيصة لاتوجد عادة في مثل المبيع ولكنها وجدت بالمصادفة فيما إشتراه المشتري."⁵

¹ www.ipo.int/wipolex/ar/details.jsp?id=13558

² بن سعيد عمر ، الإجتهاد القضائي وفقا لاحكام القانون المدني ، مطبوعات الديوان الوطني للأشغال العمومية بانتة الجزائر ، 2001،ص 131.

³ قرار المحكمة العليا في 6 أكتوبر 1993 ملف رقم 103934 منشور في المجلة القضائية للمحكمة العليا ، العدد الثاني ، 1994، ص 15.

⁴ نقض مصري 08-04-1948 ج 5 رقم 296 ص 587 مجموعة القواعد القانونية حيث جاء في إن العيب الذي تترتب عليه دعوى ضمان العيوب الخفية وفقا للمادة 313 من القانون المدني (السابق) هو الأفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع ، فإذا كان مايشكو منه المشتري هو أن المبيع وجد مصنوعا من مادة غير المادة المتفق عليها فذلك لايعتبر عيبا خفيا موجبا لزمانه". ينظر حساني علي، الإطار القانوني للإلتزام بالضمنان في المنتجات دراسة مقارنة ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ، 2001-2012، ص 108.

⁵ المرجع نفسه ، ص 108.

وعلى العموم فإن الفقه القانوني الحديث يعرف العيب الموجب للضمان من نواحي متعددة ، مادية ووظيفية وعقدية ، فمن الناحية المادية يقصد بالعيب الأفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع " ، أما من الناحية الوظيفية فيقصد بالعيب " عدم صلاحية المبيع لأداء الغرض المقصود منه " ومن الجانب العقدي "العيب هو تخلف صفة في المبيع كفل البائع للمستهلك وجودها فيه".

ثانياً: شروط العيب الخفي

من الشروط التي يستوجبها المشرع للرجوع على البائع بدعوى الضمان أن يكون العيب قديماً، مؤثراً ، وأن يكون خفياً .

1- أن يكون العيب قديماً : أي يجب أن يكون موجوداً في الشيء المبيع وقت التسليم ، أما إذا نشأ العيب بعد التسليم فإن البائع لا يكون ضامناً له ، على أنه إذا ظهر العيب بعد التسليم ولكن تبين أن نقطة بدايته كانت موجودة في المبيع قبل التسليم فإن البائع يعد ضامناً له إذ يكفي ذلك لإعتبار العيب قديماً موجوداً وقت العقد وقبل التسليم¹.

ويعتبر العيب قديماً ولو كان في أول مراحل وقت التسليم بحيث تعذر على المشتري إكتشافه ثم تطور وظهر العيب في يد المشتري وهو ما يحصل بالنسبة لمادة معينة التي تصيبها آفة معينة لكن لاكتشف إلا بعد مدة معينة وتظهر بعد التسليم والمبيع في حياة المشتري . مثال ذلك مانجده بالنسبة للأدوية التي تحتوي على عيوب خطيرة لا تظهر آثارها إلا بعد مدة من تناولها من طرف المريض، فتسبب له داء من جراء إحتوائها على عيب خفي لم يظهر أثناء اقتناء هذا الدواء².

¹ بركات كريمة ، المرجع السابق ، ص 298.

² حساني علي ، المرجع السابق، ص 119.

2- أن يكون العيب مؤثرا: العيب المؤثر هو الذي ينقص من القيمة أو المنفعة المادية للشيء المبيع وقد نصت المادة 1/379 من ق م ج على أن: "يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الإنتفاع به حسب الغاية المقصودة من حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو إستعماله".

وقد ينقص العيب من قيمة الشيء دون نفعه ومثال ذلك إذا كان المبيع سيارة صالحة لجميع الأغراض المعدة لها ولكن بها عيب في المقاعد أو في الغطاء فهذا العيب لا يؤثر في صلاحيتها للسير والوفاء بجميع الأغراض المقصودة منها و هذا العيب يضمنه البائع ، وقد يكون العيب مؤثرا في منفعة المبيع دون قيمته كما إذا كان المبيع آلة ميكانيكية ولكن بها عيب يؤثر على منافعها التي قصدتها المشتري دون أن يكون لهذا العيب تأثير على قيمة الآلة .

كما تجدر الإشارة إلى أن قيمة المبيع تختلف عن ثمن المبيع حيث أن قيمة المبيع تقدر وفقا لقاعدة العرض والطلب في السوق ولا شأن للإعتبارات الشخصية في تقديرها في حين أن الثمن المتفق عليه المتعاقدان المتفق عليه المتعاقدان ليكون مقابلا للمبيع أي تتدخل في تحديده عوامل شخصية¹.

3- أن يكون العيب خفيا : لا يضمن البائع العيب الظاهر² ويكون العيب خفيا حسب نص المادة 2/379 من ق م ج إذا لم يكن في إستطاعة المشتري أن يستبينه وقت

¹ أمازوز لطيفة، إلتزام البائع بتسليم المبيع ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراة في العلوم ، تخصص قانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تيزي وزو ، 2011. ، ص 371.

² ويقصد بالعيب الظاهر ذلك العيب الذي بإمكان المشتري إكتشافه لو أنه فحص المبيع بعناية الشخص العادي وبما يتفق مع طبيعته فإذا كان العيب الذي سبب الخطر في السلعة ظاهرا فلا يستطيع المستهلك أن يستند في رجوعه على المنتج بالتعويض على هذا الضرر على أساس قواعد ضمان العيوب في عقد البيع ولا يضمن البائع العيوب الظاهرة.=

البيع ، إذا فحص المبيع بعناية الرجل العادي أو أكد له المنتج خلو المبيع منها أو أخفاها غشا منه وفي الحالتين لا يمكن للمنتج أن يتخلص من الضمان .

وحتى يستفيد المشتري من الضمان يجب عليه أن يبادر إلى فحص المبيع ومعاينته بعد تسليمه إما بنفسه أو بواسطة خبير فإذا اكتشف العيب وجب عليه أن يخطر البائع في أجل معقول حسب المألوف في التعامل ، فإذا لم يتم بإخطار¹ إعتبر المشتري قابلاً بالشئ المبيع بعيبه ويجوز أن يكون الإخطار شفاهة أو برسالة مضمونة الوصول ويقع على المشتري عبء الإثبات.

وقد نصت المادة 383 من ق م ج على وجوب رفع دعوى الضمان خلال سنة من وقت التسليم الحقيقي للمبيع ، وهي مدة قصيرة فقد تنقضي سنة دون أن يكتشف المشتري العيب وبالتالي يفقد صلاحية رفع الدعوى ضمن هذا الأجل .

ثالثاً : تقدير مدى كفاية ضمان العيوب الخفية في تحقيق الحماية للمستهلك

لم تعد أحكام الضمان الموجودة في القواعد العامة وخاصة تلك المتعلقة بضمان العيوب الخفية قادرة على مسايرة التطورات الحاصلة في العلاقات العقدية خاصة بعد التطور الصناعي والتكنولوجي الذي أثر بشكل كبير وواضح في صعوبة تركيب السلع والذي أدى بدوره إلى إتصاف هذه المنتجات بالتعقيد في الإستعمال وتتجلى أوجه القصور فيما يلي:

=أما العيب الخفي فهو العيب الذي لا يظهر ولا يستطيع أن نقف على حقيقته بالمشاهدة والعيان بشكل مباشر ، دون اللجوء إلى الخبراء والعيوب الخفي أو الباطن نوعان ،أ- نوع يعرف بأثار قائمة كوجود شروخ عرضية دقيقة عميقة تظهر على جدران البيت ، فذلك يدل على وجود أحيانا على هبوط في المباني وربما يكون سببها المياه الجوفية وغيرها .
ب- نوع لا يعرف بأثار قائمة المشاهدة ، كالحالة الإنشائية للمبنى والأمثلة على ذلك كثيرة من أهمها :الأساسات والأسقف والأعمدة وأبرز ماتكون في البيوت القديمة ، وإن الوقوف على عيوبها يحتاج إلى التقنيين والمعامل لتحديد العمر الافتراضي ومدى صلاحية المبنى للسكن من عدمه ...الخ ينظر بركات كريمة ،المرجع السابق ، ص 292.
¹ الإخطار عمل إجرائي ينقل إلى البائع تضرر المشتري من كون المبيع يحتوي على عيب يجعله غير مطابق للمنفعة المرجوة منه ، وغالبا ما يكون مقدمة لدعوى قضائية ، والغاية منه تحاشي تفسير المشتري بأنه قبول ضمني للمبيع بما فيه من عيوب .

1- قصور قواعد العيب الخفي من ناحية المدة

يجب على المشتري التقيد بهذه المدة الزمنية القصيرة وإلا فقد حقه في الرجوع ، وبالتالي عليه أن يتفحص المبيع من أجل إكتشاف مابه من عيب ، حتى يتمكن من رفع دعوى الضمان في الأجل المحدد من يوم تسليم المبيع .

والواقع يؤكد أن شرط هذه المدة يقلل إلى حد كبير من فاعلية الحماية التي توفرها هذه الدعوى في مجال المنتجات الصناعية ، فإكتشاف العيب الموجود في المنتج ليس بالأمر السهل أمام المشتري أو المستهلك الذي لا يعلم بمكونات السلعة وأسرارها التي تمتاز بالتقنية المعقدة ، لذا قد يلجأ المستهلك للبحث عن الحل الودي بالتفاوض مع البائع وتجنب القضاء الذي غالبا لا يجني له فائدة ولا يصب في مصلحته مما يستتبع ذلك من مضيعة للوقت والجهد والنفقات وقد يستغرق المفاوضات مدة أطول من مدة التقادم، بل في كثير من الأحيان يجد البائع ضالته في إبداء رغبته في التفاوض والإستفادة من قصر هذه المدة ، كإستعداده للموافقة على إصلاح العيب أو تعويض المشتري عن الأضرار التي أصابته ثم يماطل بعد ذلك في إجراء هذا الإصلاح أو في قبول التعويض الذي يطلبه المشتري حتى يفوت على هذا الأخير بلوغ المدة القصيرة للتقادم التي يجب أن ترفع الدعوى خلالها¹ .

2- قصور قواعد ضمان العيوب الخفية من ناحية الإثبات

وفقا لنصوص القانون المدني الجزائري فإن على المشتري أن يثبت وجود العيب في المبيع فضلا عن وجوب إخبار البائع بالعيب في أجل معقول وإلا إعتبر راضيا بالمبيع، ولم يحدد المشرع المدة التي يتم فيها إخبار البائع بالعيب بل لا بد أن يتم ذلك في وقت ملائم ، كما أن عدم تحديد مدة الإحتجاج بالعيب لدى البائع تصب في

¹ جابر محجوب علي، المرجع السابق ، ص 92.

مصلحة المشتري الذي يجد صعوبة كبيرة في الوصول إلى تبيان العيب وإكتشافه نظرا لتعدد المنتجات الصناعية وبساطة المشتري فيما يتميز به من دراية وعلم بأصول هذه المنتجات وتركيباتها التقنية والتكنولوجية .

فضلا عن صعوبة إكتشاف المشتري للعيب فإنه لابد أن يثبت توافر شروطه كالقدم والخفاء عند إنعقاد البيع أو عند التسليم ، وقد لا يكون مثل هذا الإثبات ميسور للمشتري في جميع الأحوال ، فالطابع الفني المعقد لأغلب المنتجات الصناعية وماتتطلبه من دقة في الإستعمال يجعل من الصعب الجزم عند حصول حادث تحديد سببها ما إذا كان يرجع إلى عيب فيها ، أو إلى سوء إستخدام أو إلى إهمال في الصيانة يسأل عنه المشتري¹ .

3- قصور مفهوم العيب الخفي

عرفت محكمة النقض المصرية العيب الموجب للضمان بأنه : "الأفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للشيء المبيع ..."

والعيب الخفي بالمعنى المتقدم يلائم بصفة أساسية المنتجات الطبيعية كالأخشاب والتمار والحبوب وغير ذلك ، بالنظر إلى أن هذه المنتجات وحدها هي التي يمكن القول بشأنها وجود فطرة سليمة كانت توجد عليها عند بدء خلقها ، في حين لا يصدق هذا المعنى بخصوص المنتجات الصناعية التي لاتتناسب طبيعتها والقول بوجود فطرة سليمة كانت عليها ، ويرجع ذلك إلى أن تقدير صلاحية تلك المنتجات يتم وفق قواعد الفن الصناعي ، فضلا عن تنوع هذه المنتجات وتنوع الأضرار التي تلحق بمستعملها .

ويقع الضرر الناجم عن الإخلال بالالتزام بالإعلام - في أغلب الأحوال - نتيجة إنعدام أو نقص المعلومات المتعلقة بالمنتجات الصناعية ، فيما يتعلق بطريقة

¹ حساني علي ، المرجع السابق ، ص 225.

إستعمالها أو الإحتياطات اللازمة لتوقي مخاطرها ، فضلا على أن العيب بالمفهوم المتقدم يستبعد الخدمات من نطاق ضمانه ، في حين أن إلتزام المهني بالإعلام يشمل السلع والخدمات على السواء¹ .

ونظرا لعجز أحكام الضمان عن تحقيق حماية فعالية للمستهلك إزاء مخاطر المنتجات إتجه القضاء الفرنسي إلى مواجهة الأضرار الناجمة عن خطورة المنتجات خارج أحكام هذا الضمان بفرض إلتزام على عاتق البائع بضمان سلامة المستهلكين .

وسرعان ماتبلورت فكرة السلامة لتصبح محلا لإلتزام قائم بذاته ومستقل عن الإلتزامات الأخرى التي تثقل كاهل البائع ، وعلى وجه الخصوص الإلتزام بضمان العيوب الخفية .

ففي دعوى تتلخص وقائعها في إنفجار طلقة من طلقات بندقية تستخدم في الصيد توفي على أثره شخص ، طالب ورثته بالتعويض و عرض النزاع على محكمة الإستئناف فرفضت الدعوى إستنادا إلى إنقضائها بمضي المهلة القصيرة المقررة وفقا للنصوص المنظمة لضمان العيوب الخفية .

إلا أن محكمة النقض قضت بنقض الحكم الإستئنافي مستندة إلى أن أساس التعويض هنا ليس ضمان العيب الخفي ، وإنما الإلتزام بضمان السلامة الذي لا يخضع للمهلة المقررة في ضمان العيب، والذي بموجبه يلتزم كل من المنتج والبائع بتسليم منتج خال من العيوب التي من شأنها تعريض الأشخاص والأموال للخطر² .

ولكن قد تتسبب المنتجات المعيبة أحيانا في إلحاق الضرر بأطراف أخرى خارج الدائرة العقدية ، وبالتالي فإعتبار الإلتزام بضمان السلامة ذا طبيعة تعاقدية لم يعد ملائما لمواجهة تلك الحالات التي يقع فيها الضرر جراء منتجات غالبا ماتتسم

¹ أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق، ص ص 268-269.

² Cass civ . 27 janv . 1993 ,bull .civ n°44 p29.

بالإنتشار ، بحيث لاتصيب الشخص المتعاقد ، بل تمتد خارج حدود التعاقد لتطول أعدادا ممن يحيطون به أو يتعاملون معه.

مما أدى بالقضاء الفرنسي إلى قبول دعاوى المضرورين من غير المتعاقدين في مواجهة المحترفين إستنادا إلى الإخلال بالالتزام بضمان السلامة ومن ذلك ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من أن الإلتزام بضمان السلامة هو إلتزام مقرر لكل شخص يلحقه ضرر ناجم عن المنتجات المطروحة في التداول وإن لم يكن مكتسبا لأي حق من الحقوق التعاقدية.¹

الفقرة الثانية : ضمان العيوب الخفية على ضوء قانون حماية المستهلك

يجد الجزاء المتعلق بتنفيذ العقد أساسه في نصوص متعددة وقد نصت المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش بأنه : " يجب على المتدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتج إستبداله أو إرجاع ثمنه أو تصليح المنتج أو تعديل الخدمة على نفقته، كما نصت المادة 5 من المرسوم 266/90 بتنفيذ الإلزامية الضمان بأحد الوجوه الآتية إصلاح المنتج ، إستبداله ، رد ثمنه .

ونصت المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المتعلق بشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ² بأنه : " يجب أن يتم تنفيذ وجوب الضمان طبقا للمادة 13 من القانون 03/09 المذكور أعلاه دون تحميل المستهلك مصاريف إضافية إما بإصلاح السلعة ، أو إعادة مطابقة الخدمة أو بإستبدالها.

ونلاحظ الإختلاف بين نص المادة 13 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والمادة 5 من المرسوم 266/90 حيث أن الصياغة التي جاءت بها نص المادة 13 من

¹ أبو بكر الصديق منى ، المرجع السابق ، ص 288.

² المرسوم التنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ ، ج ر عدد 49، الصادر بتاريخ 2 أكتوبر 2013

حيث إستعمال حرف العطف أو توحى بحق المستهلك في الخيار بين الأوجه المذكورة بينما رتبت المادة 5 من المرسوم التنفيذي 266/90 الأوجه المتعلقة بالضمان دون إعطاء حق المستهلك الخيار.

وتتمثل أوجه التنفيذ العيني في إصلاح المنتج ، إستبداله ، ورد الثمن.

أولا :الحق في الإصلاح

الأصل أن تنفيذ الإلتزام يقع على عاتق المدين به وطبقا لهذا فإن المتدخل هو من يلتزم بإصلاح المنتج المعيب على إعتبار أنه المدين الأصلي بتسليم منتج مضمون وخال من العيوب وهو مانصت عليه المادة 13 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش وهو المبدأ الذي تؤكدته المادة 13 من المرسوم التنفيذي 327/13 المحدد بكيفية وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ والتي تنص على مايلي : " إذا لم يتم المتدخل بإصلاح العيب في الأجل المتعارف عليها مهنيا"مما يؤكد أن مسؤولية إصلاح المنتج تقع إبتداء على عاتق المتدخل .

إلا أنه في بعض الأحيان قد يرفض المتدخل القيام بإصلاح المنتج أو يتماطل في ذلك ففي هذه الحالة يمكن للمستهلك اللجوء إلى متدخل آخر من أجل إصلاح العيب الموجود في المنتج وهذا كي لا يحرم المستهلك من إستعماله¹.

كما يمكن للمستهلك إجبار المتدخل على إصلاح المنتج المعيب عن طريق الحصول على حكم بفرض غرامة إجبارية عملا بنص المادة 174 من القانون المدني التي تنص على أن : " إذا كان تنفيذ الإلتزام عينا غير ممكن أو غير ملائم ، إلا إذا قام به المدين نفسه ، جاز للدائن أن يحصل على حكم بإلزام المدين بهذا التنفيذ ويدفع غرامة إجبارية إذا إمتنع عن ذلك . " أي أنه إذا كان المنتج محل إحتكار إنتاج

¹ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 126.

المتدخل فلا يكون الإصلاح ممكناً إلا به ، فيمكن للمستهلك إستعمال الغرامة الإلجبارية بحكم قضائي تجبر المتدخل على تنفيذ إلتزامه .

وقد منح المشرع للمستهلك في ظل القواعد الخاصة بحماية المستهلك وقمع الغش الحق في إصلاح المنتج بشكل تلقائي دون أن يقيد بشرط الحصول على الترخيص القضائي ،دليل على ماأشارت إليه المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المتعلق بشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ التي نصت على أن : "إذا لم يتم المتدخل بإصلاح العيب في الأجل المتعارف عليها مهنيا ، حسب طبيعة السلعة فإنه يمكن للمستهلك القيام بهذا الإصلاح إذا أمكن ذلك عن طريق مهني مؤهل من إختياره وعلى حساب المتدخل".

وهو ما يحقق ميزة أفضل للمستهلك ،كما يستفيد المستهلك من إصلاح المنتج مجاناً دون عوض أو مصاريف إضافية ، حيث نصت المادة 3/13 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن : "يستفيد المستهلك من الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية"، كما أشارت المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المتعلق بشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ إلى مايلي : " يتحمل المتدخل المصاريف المتعلقة بخدمات التسليم والنقل والإرجاع والتركيب الضرورية لإصلاح السلعة أو إستبدالها ، إذا كانت السلعة المعيبة قد سلمت في مسكن المستهلك أو في أي مكان آخر تم تعيينه من طرف هذا الأخير".

مما يعني أن نفقات التصليح تقع على عاتق المتدخل الملتزم بتنفيذ الضمان لاسيما مصاريف اليد العاملة والنقل ويقع باطلا كل إتفاق يقضي بتحمل المستهلك هذه المصاريف بسبب تعلق أحكام تنفيذ الضمان بإصلاح المنتج بالنظام العام .

إلا أن المتدخل يمكن أن يتحرر من تحمل نفقات الإصلاح في حالة ما إذا قام المستهلك بالإصلاح ، بالرغم من قبول وإمكانية أن ينفذه المتدخل ، ويمكن الإستعانة بخبير لتقدير قيمة التكاليف في حالة قيام نزاع حول ذلك ¹.

من خلال ماسبق نستنتج أن المتدخل هو الذي يتحمل مصاريف إصلاح المنتج ويكون ذلك في جميع الحالات أي سواء قام هو بإصلاح المنتج أو في الحالة التي يتم فيها الإصلاح من قبل متدخل آخر محترف ومتخصص في هذا المجال ، أما في حالة ما إذا إستحال الإصلاح يكون المتدخل ملزم بإستبدال المنتج .

ثانيا :إستبدال المنتج

يمثل الإلتزام بالإستبدال حقا يستفيد منه المستهلك بقوة القانون سواء طلبه هذا الأخير ، أو قضى به المتدخل من تلقاء نفسه إذا ماتضمنت الشكوى طلب غير الإستبدال ، فالمتدخل ينفذ الضمان بإستبدال المنتج المعيب بمنتج سليم في حالة إذا لم يتمكن من تصليحه نتيجة جسامه العيب الذي أثار في صلاحية المنتج بأكمله بحيث يصعب إعادة إصلاحه على النحو السابق، أو أن الإصلاح من شأنه أن يغير من طبيعة المنتج الذي لايمكن أن يقبله بهذه الحالة².

إن الإلتزام بالإستبدال هو إلتزام بإعطاء شيء ، لايمكن للمستهلك أن يقوم به على نفقة المتدخل ، وإنما عليه أن يحرص على المطالبة به قبل فوات مدة الضمان وكل شرط أو إتفاق يقضي بحرمان المستهلك منه أو يقضي بتحملة بمصاريفه يقع باطلا بحسب مانصت عليه المادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 327/13 المحدد لشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ بأن يلتزم المتدخل بتنفيذ إلتزاميه

¹ بن زايد نسرين ، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالضمان ،مذكرة ماجستير في القانون الخاص تخصص عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1 ، 2014-2015 ، ص 51.

²المرجع نفسه ، ص 52.

الضمان بإستبدال السلعة في حالة تعذر الإصلاح في أجل 30 يوما من تاريخ التصريح بالعيب .

ثالثا: رد الثمن

إذا تبين إستحالة الإصلاح والإستبدال نظرا لطبيعة العيب الموجود في المنتج وجب على المتدخل في هذه الحالة رد ثمنه¹، وقد نصت المادة 2/13 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أن: " يجب على كل متدخل خلال فترة الضمان المحددة في حالة ظهور عيب بالمنتجإرجاع ثمنه ". كما تبنت هذا الحق بموجب المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 13 / 327 المتعلق بشروط وكيفيات وضع ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ.

ويكون إستردا الثمن إما جزئيا أو كليا .

1-الإسترداد الجزئي

حتى يثبت حق المستهلك في الإسترداد الجزئي للمستهلك لا بد من توافر شروط ، إذ يجب أن يكون المنتج المعيب شيئا أو أشياء متعددة بحيث يمكن تجزئتها دون ضرر أو مساس بالغرض الذي وجد من أجله المنتج ، والأشياء المتعددة يمكن أن تكون كلها أصلية كما يمكن أن يكون بعضها أصليا والبعض الآخر من الملحقات .

وإذا تناول المبيع عدة أشياء مختلفة منفصلة ومستقلة بعضها عن بعض بحيث يمكن الإنتفاع بكل منها مستقلا عن الآخر ، وكان العيب في بعضها أو في إحداها دون الباقي ، كان للمشتري (المستهلك) رد المعيب منها فقط ويحتفظ بالسليم .

¹ بولحية علي بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ، دار الهدى ، عين مليلة ، الجزائر ، 2000، ص 46.

وبلاحظ أيضا أن العقد قد يتناول أشياء بعضها أصلي والآخر تبعي فهنا نكون بصدد حالتين :

الحالة الأولى : إذا كان العيب في الأصلي دون الفرعي ففي هذه الحالة لا يتمتع المشتري بالرد الجزئي ، وإنما يكون له الرد الكلي أو إستبقاء المبيع كله مع التعويض له فقط ، ذلك أن الرد هنا لا يقتصر على الأصل وإنما يمتد إلى الفرع أي إلى كل أجزاء المبيع .

الحالة الثانية : إذا كان العيب في الفرع والملحقات دون الأصل ففي هذه الحالة لا يلتزم برد كل المبيع، ولا يجبر البائع على أخذ كل المبيع وإنما يقتصر الرد على الجزء المبيع فقط أي على الفرع دون الأصل مادام هذا لا يلحق ضرر بالمتعاقدين¹.

2- الرد الكلي لثمن المنتج

نصت المادة 3/9 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات على ما يلي : "يرد الثمن كاملا ، إذا كان المنتج غير قابل للإستعمال كلية، وفي هذه الحالة يرد له المستهلك المنتج المعيب".

وحتى يقوم المتدخل بتنفيذ إلتزامه بالضمان عن طريق رد الثمن كاملا يجب على المستهلك أن يرد المنتج المعيب مع ثماره ، وأن يرد المنتج المعيب ذاته دون تغيير في حالته وبأجزائه كاملة مع توابعه التي كانت معه عند البيع وهذا بشرط أن يجعل العيب من المنتج منتوجا غير صالح للإستعمال المعد له مع توابعه بحيث لو علم به المستهلك لما أقدم على الإقتناء².

¹ براهيم منير ، المرجع السابق ، ص 112.

² بن زايد نسرين ، المرجع السابق، ص 57.

المطلب الثاني

المسؤولية التقصيرية

المسؤولية التقصيرية هي التي يربتها القانون على الإخلال بالالتزام قانوني مقتضاه ألا يضر الإنسان غيره بخطأ أو تقصير منه¹، وبعبارة أخرى تقوم المسؤولية التقصيرية إذا كان الإلتزام الذي أخل به مصدره العمل غير المشروع أي مخالفة إلتزام أقره القانون².

وتقوم المسؤولية التقصيرية للمتدخل في حالة تسبب المنتج بضرر للغير لا تربطه معه علاقة تعاقدية ، وبما أن الإلتزام بالإعلام هو حق للمستهلك على المتدخل وهو إلتزام قانوني ، فإن الإخلال هذا الأخير في تنفيذه يترتب على عاتقه المسؤولية التقصيرية .

وسنتناول في هذا المطلب دراسة أركان المسؤولية التقصيرية ووسائل دفعها (الفرع الأول)، ثم نتناول التعويض كأثر للمسؤولية التقصيرية (الفرع الثاني).

¹ علي علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام (مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري)، الطبعة الثامنة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008، ص 113.

² اللصاصمة عبد العزيز ، نظرية الإلتزامات في ضوء القانون المدني المقارن (المسؤولية التقصيرية. الفعل الضار ، أساسها وشروطها)، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة والنشر والتوزيع ، الأردن ، 2002، ص 08.

الفرع الأول

قيام المسؤولية التقصيرية.

حتى تقوم المسؤولية التقصيرية على عاتق المتدخل لابد من توافر أركانها ، لذا وجب التطرق إلى أركان المسؤولية التقصيرية (الفقرة الأولى)، ثم نتطرق إلى ووسائل دفعها (الفقرة الثانية) .

الفقرة الأولى: أركان المسؤولية التقصيرية

تجد المسؤولية التقصيرية أساسها في المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تنص على مايلي : "كل عمل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ، وسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض " ، وكذا المادة 65 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، و المادة 19 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أنه: "يجب أن لاتمس الخدمة المقدمة للمستهلك بمصلحته المادية ، وأن لاتسبب له ضررا معنويا " .

وكان من المستحسن لو أن المشرع الجزائري أضاف مصطلح السلع مع الخدمة وذلك لتوفير حماية أكبر للمستهلك .

وتقوم المسؤولية التقصيرية على ثلاث أركان وهي : الخطأ ،الضرر ، العلاقة السببية .

أولا :الخطأ

يعد الخطأ اللبنة الأولى والركيزة الأساسية لقيام المسؤولية المدنية في جانب المسؤول ، حيث لامتسؤولية بلا خطأ ، ولم يقم المشرع الجزائري على غرار المشرع الفرنسي بتعريف الخطأ ، وترك ذلك لإجتهدات الفقه ، فعرفه الأستاذ بلانيول بأنه:

"الإخلال بالالتزام سابق¹، وعرفه البعض الآخر بأنه: "الإخلال بواجب قانوني مقترن بإدراك المخل به"².

ولعل أهم التعريفات التي قدمت للخطأ هو ما قضت به محكمة النقض المصرية بقولها "إن الخطأ الموجب للمسؤولية ، طبقاً للمادة 163 من القانون المدني المصري، تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أن الخطأ "هو الإخلال بالالتزام قانوني يفرض على الفرد أن يلتزم في سلوكه بما يلتزم به الأفراد العاديون من اليقظة والتبصر حتى لا يضررون بالغير ، فإذا انحرف عن هذا السلوك الذي يتوقعه الآخرون ويقيمون تصرفاتهم على أساس عدم مراعاته يكون قد أخطأ"³.

ويتمثل الخطأ إذن في خرق الإلتزام بالإعلام من قبل المتدخل ويتجلى ذلك في الإنحراف عن سلوك فرضه المشرع لتوفير الحماية للمستهلك ، ذلك أن عدم الإدلاء بالمعلومات الواضحة والكافية عن المنتجات محل العقد يعد خطأ يترتب المسؤولية.

1- صور الخطأ

إن الإخلال بالالتزام بالإعلام كخطأ يرتكبه المدين له قد يكون إيجابياً أو سلبياً ، وهو في كلتا الحالتين قد يكون إخلالاً كلياً أو جزئياً .

¹ السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني (الإلتزام بوجه عام مصادر الإلتزام)، المجلد الثاني ، الطبعة الثالثة الجديدة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2000، ص 880.

² مرقس سليمان ، النظرية العامة للإلتزام ، الجزء الأول ، الطبعة الخامسة ، ديوان المطبوعات الجامعية (د.ب.ن)، 1992، ص 192.

³ العمروسي أنور ، المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية في القانون المدني ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي، مصر 2004 ، ص ص 322 - 323.

أ- الطابع الإيجابي لخطأ المتدخل

المظهر الإيجابي لخطأ المدين بالالتزام بالإعلام يتمثل في تقديم بيانات خاطئة عن الشيء المبيع ومخالفة للحقيقة والواقع ، مما قد ينجم عنه أضرار بالغة تلحق بالدائن ، وذلك كتأكيد وجود صفات معينة فيه بالرغم من خلوه منها¹ ، ويمكن أن يتخذ الكذب الذي يشكل إخلالا بالالتزام بالإعلام شكل النفي كفي أمور معينة في الشيء محل العقد على الرغم من وجودها فيه² .

وتطبيقا لذلك قضت به محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر في 13 ماي 1986 من مسؤولية صانع المادة التي يفترض أنها عازلة للحرارة عن كافة الأضرار التي لحقت بالمشتري والمتمثلة في إنهيار المصنع الذي إستخدم هذه المادة في إنشائه، بسبب حريق نشب فيه حيث ساعدت هذه المادة على إنتشاره بسبب قابليتها الشديدة للإشتعال وهو ما لم يشر إليه الصانع في نشرة الإستخدام المرفقة مع هذه المادة ، بل عكس من ذلك ، أنها عازل جيد للحرارة وقابلة للإنطفاء تلقائيا³ .

وإذا كان مجرد إعطاء بيانات كاذبة للمشتري يعطي لخطأ المتدخل مظهرا إيجابيا ، فإن ذلك المظهر يتحقق من باب أولى وبشكل واضح إذا كان هذا الكذب مصحوبا بوسائل إحتيالية تدخل الخديعة على المستهلك بهدف حمله على التعاقد⁴ .

وتطبيقا لذلك قضت محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية تاجر سيارات عن تلاعبه بعداد سرعة السيارة بسوء النية قصد إيقاع المشتري الذي كان له نفس مهنة البائع في الغلط ، على أساس أن مثل هذا التصرف من البائع سيء النية يجعل جهل المشتري

¹ حمدي أحمد سعد ،، المرجع السابق ، ص 455.

² بوعبيد عباسي ، المرجع السابق ، ص 346.

³ CASS.CIV.L^{er}ch.13 mai.1 986.bull ,civ 1986, N° 128,P128.

⁴ قادة شهيدة ، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007، ص 160.

بالمعلومات المتعلقة بعدد الكيلومترات التي قطعها السيارة جهلا مشروعا حتى وإن كان مهنيا ، وبالتالي فإن تصرف البائع من شأنه أو يوجب المسؤولية على عاتقه .¹

ب- الطابع السلبي لخطأ المتدخل (فكرة الخطأ بطريق الإمتناع)

ويتخذ إخلال المتدخل بالتزامه بإعلام المستهلك طابعا سلبيا ، ويتحقق ذلك في سكوت هذا المدين عن تقديم بعض البيانات الهامة عن الشيء المبيع سواء تعلقت هذه البيانات بإختيار الشيء الملائم لحاجات المشتري أو بكيفية إستخدامه أو التحذير من مخاطره أو بتقديم بيانات مقتضبة أو موجزة في هذا الشأن مما لا يكفل الحماية اللازمة للمشتري .²

وقد قضت محكمة إستئناف Versailles في حكمها الصادر في 7 ديسمبر 1990 مسؤولية بائع الأجهزة المعلوماتية لتقاعسه عن إسداء النصح اللازم للمشتري قليل الخبرة في هذه الأجهزة بإختيار جهاز أكثر إشباعا لحاجاته ، مما حدا بالمشتري إلى إختيار جهاز أقل كفاءة وغير قادر على القيام بالعمليات المعلوماتية اللازمة في الوقت المناسب مما ألحق به أضرارا بالغة، واعتبرت المحكمة أن تقاعس البائع في هذا الصدد خطأ يقيم مسؤولية عن هذه الأضرار .³

2- إثبات الخطأ

لايكفي لإقامة مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام أن يثبت الدائن وجود إلتزام بالإعلام على عاتق المدين ، بل يجب أيضا أن يكون هناك إخلال من المدين بهذا الإلتزام سواء كان إخلالا إيجابيا أو سلبيا على النحو الذي سبق ذكره.

¹ CASS.CIV ,24 novembre 1976, BULL. civ, 1976, n° 310, p291

² حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 456.

³ C: d' Appel du Versailles 7 dec.1990 R.J.D.A fev.1991.N° 103.P.107.

والواقع أن إثبات الدائن بهذا الإخلال يكون سهلا عندما يوجد نص قانوني -أو لائحة تشريعية- يوجب على المنتج أو البائع أن يلحق منتجاته ببيانات معينة ، حيث يعتبر عدم وجود بيان من هذه البيانات إخلالا بالتزامه بالإعلام .

كما سهل على الدائن أيضا إثبات وجود إخلال المدين بالالتزام بالإعلام الذي يقع على عاتقه في حالة عدم قيام هذا الأخير بتنفيذ التزامه كليا ، سواء شفاهة أو كتابة ، كأن يبيع شيئا دون الإفضاء للمشتري بصفاته وخصائصه ، أو دون أن يرفق معه نشرة تتضمن كافة بياناته ، كطريقة إستخدامه ، ومكوناته ، والتحذير من مخاطره ، حيث يعتبر سكوت المنتج أو البائع عن الإفضاء للمشتري ببيانات الشيء المبيع أو عدم إرفاقه به نشرة أو بطاقة تتضمن هذه البيانات إخلالا منه بهذا الإلتزام¹ .

وهذا ما قرره محكمة إستئناف ROUEN في حكمها الصادر في 22 جانفي 1922 من أنه "يعتبر مخلا بالتزامه بالتسليم والإفضاء البائع المهني لجهاز التدفئة المستعمل لعدم تسليمه للمشتري نشرة تبين كيفية إستخدامه"² .

إلا أن الصعوبات التي قد تواجه المستهلك في إثباته لإخلال المتدخل بالالتزام بالإعلام تظهر عندما يقوم المتدخل بتنفيذ التزامه ، ولكن المستهلك يشتكي من عدم كفاية ماقدمة من بيانات أو تحذيرات ، حيث يجب على المستهلك في هذه الحالة إثبات وجود نقص فيما قدمه المتدخل من بيانات أو تحذيرات وأنها السبب فيما أصابه من ضرر ، مما يجعل أمر الإثبات لا يخلو من بعض الصعوبات نظرا للتطور العلمي والتكنولوجي المستمر في صناعة السلع وتقديم الخدمات .

بالإضافة إلى أن هناك بعض المنتجات التي تنتهي بمجرد أول إستعمال لها كالمنتجات الغذائية، وبالتالي يصعب إثبات وجود نقص في البيانات المدونة عليها ،

¹ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 470.

² COUR D'APPEL DE ROUEN 22 JANV 1992.r.j.dJuin .1992.,n° 570. p. 450.

إلا إذا إفترضنا أن المستهلك قد إحتفظ بغلاف هذا المنتج أو عبوته الفارغة بعد إستهلاكه وهو أمر نادر جدا ، كما أن هناك بعض المنتجات ذات التقنية العالية التي لا يستطيع المستهلك أن يتبين فيها وجود نقص في البيانات المقدمة، إذ لا يستطيع الإثبات بمن يوجد من الزبائن أو أن يسجل مايقوله هذا المدين من بيانات .

لذلك يجب أن يراعي القضاء هذه الأمور ويتساهل في إثبات خطأ المتدخل في هذه الحالة، أو أن يتحمل المتدخل عبء إثبات تقديمه للبيانات اللازمة عن المنتج بشكل كافي لإعلام المستهلك وتحذيره من مخاطر السلعة أو الخدمة المقدمة¹.

ثانيا: الضرر

إن قيام المسؤولية المدنية مرتبط أساس بوجود ضرر ، لذلك فإن إنتقاه يحول دون قبول دعوى المسؤولية ، وذلك طبقا لقاعدة " لادعوى بدون مصلحة " ، والضرر ليس ركن في المسؤولية فقط ، بل هو مقياس تقدير التعويض الذي تستحقه الضحية ، كما أن التطورات التي طرأت على المسؤولية المدنية زادت من أهمية الضرر ، حيث أصبحت هذه المسؤولية تقوم على أساس الضرر والضرر فقط.

وعرف الضرر بأنه " المساس بحق أو مصلحة مشروعة للشخص ، مساسا يترتب عليه جعل مركزه أسوأ مما كان قبل ذلك إنتقاصا من المزايا أو السلطات التي يخولها ذلك الحق أو تلك المصلحة لصاحبه"².

وعرف أيضا بأنه: " الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه أو بمصلحة مشروعة له سواء تعلق ذلك الحق أو تلك المصلحة بسلامة جسمه أو عاطفته أو بماله أو حريته أو شرفه أو غير ذلك"³.

¹ حمدي أحمد سعد، المرجع السابق ، 472.

² فيلاللي علي ، المرجع السابق ، ص 283.

³ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 494.

ويثير عنصر الضرر كأحد عناصر المسؤولية التقصيرية صعوبة كبيرة في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام ، لأن المستهلك قد يتخذ الضرر وسيلة ظاهرية لتعويض النقص في المصلحة المادية التي عادت عليه من وراء عقد الإستهلاك ، رغم أن رضاه كان حراً مستتيراً ، لذلك يقع على المستهلك عبء إثبات الضرر الذي أصابه ، وإثبات أن هذا الضرر يعود إلى إخلال المتدخل بالتزامه قبل التعاقد بالإعلام¹.

1- الأضرار الناجمة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

إن الضرر الذي ينجم من الإخلال بالالتزام بالإعلام قد يكون مادياً إذا أنصب على المساس بحق أو مصلحة مالية للمضروب ، وقد يكون معنوياً إذا كان لا يصيب الشخص في ماله وإنما ينصب على المساس بشعور الإنسان أو عاطفته أو كرامته .

أ- الأضرار المادية

الضرر المادي هو الذي يصيب الشخص في جسمه أو ماله أو إنتقاص حقوقه المالية أو تفويت مصلحة مشروعة له ذات قيمة مالية².

وعليه فإن الضرر المادي الناشئ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ، إما أن يكون ضرراً جسدياً يصيب المضروب في جسمه نتيجة نقص التحذير أو عدم كفايته ، كإصابته بحروق أو جروح أو تشوهات أو عجز في أحد الأعضاء وقد يؤدي إلى الوفاة في بعض الحالات ، وقد يمتد ليشمل مئات بل آلاف من الأشخاص الذين يستخدمون هذه المنتجات الخطرة ، والتي لم يتم تحذيرهم من مخاطرها ، ومثال ذلك

¹ المرسي حمود عبد العزيز ، المرجع السابق، ص 158-159.

² مقدم السعيد ، التعويض عن الضرر المعنوي في المسؤولية المدنية (دراسة مقارنة) ، دار الحداثة ، لبنان، 1985 ص 26.

ماسببه المستحضر الصيدلي thalidomide¹ من أضرار جسيمة تمثلت في ولادة مايقارب من عشرة آلاف طفل في ألمانيا مصابين بتشوهات أطلق عليها اسم فوكوميليا phocomelai ووفاة كثير منهم بسبب تناول الأمهات لهذا المستحضر على الحمل وخاصة في الفترات الأولى منه ، وإمتدت أثار هذا المستحضر إلى العديد من الدول الأخرى منها سويسرا ، البرازيل ، كندا ، لبنان ، مصر² .

وإما أن يكون الضرر المادي ماليا يتمثل الأضرار التي تصيب الشخص في أمواله وتنقص من ذمته المالية³، وتتمثل الأضرار المالية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام في كون المنتج المعروض للإستهلاك لا يتناسب مع الغرض الذي خصص له أو تفتقد فيه المواصفات المقررة قانونا والمنتظر توافرها فيه ، وفي هذه الحالة فإن المستهلك يتعرض لخسارة هي عبارة عن نقص القيمة الإقتصادية للمنتج بالمقارنة مع الثمن المدفوع⁴ .

ب- الأضرار المعنوية (الأدبية)

لم يتولى المشرع الجزائري تعريف الضرر المعنوي ، بل قام بتعدد صورته والتي حددتها المادة 182 مكرر من ق م ج التي نصت على أنه : " يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحرية والشرف والسمعة " .

¹ La thalidomide دواء إستعمل خلال فترة 1950 إلى 1960 يوصف للتقليل من الرغبة في القىء يوصف للنساء الحوامل وبعد إستعماله لفترة إكتشف أثاره السلبية على الأجنة والتي لم تكتشف عند طرح المنتج الدوائي
WWW .em -consulte .com .consulté le 2/10/2015.

² حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 500.

³ عامر قاسم أحمد القيسي ، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني والمقارن)، الطبعة الأولى ، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن، 2002، ص 74.

⁴ شعيباني حنين نوال ، المرجع السابق ، ص 162.

وعليه فالضرر المعنوي أو الأدبي هو ذلك الضرر الذي يصيب الإنسان في شعوره أو عاطفته أو كرامته أو شرفه أو عقيدته¹.

ويمكن تصور الأضرار المعنوية التي قد تصيب المضرور من جراء نقص التحذيرات أو عدم كفايتها أو الخطأ في تقديمها في تلك الآلام الحسية التي يعانيتها من جراء الإصابات والجروح الجسمية والآلام المعنوية أو النفسية لما أصابه من تشوهات أو عاهات ، والتي تلحق به بسبب الحوادث، إضافة إلى ما يشعر به من قلق على مصيره أو مصير عائلته².

ويكفي أن نصرب مثلا عن الضرر في العقيدة ، حيث أن بعض المنتوجات مصنوعة من لحم الخنزير ، وغياب الإعلام حول هذه المعلومة الجوهرية في المجتمعات الإسلامية يسبب ضررا معنويا للمستهلك في عقيدته³.

2- شروط الضرر الواجب التعويض

يشترط في التعويض الواجب التعويض وفقا للقواعد العامة أن يكون محققا و مباشرا.

أ - وجوب أن يكون الضرر محققا:

لا يمكن للمضرور من جراء الإخلال بالالتزام بالإعلام أن يطالب بالتعويض إلا إذا كان الضرر الذي يدعيه محققا ، ويكون كذلك إذا كان قد وقع فعلا وتجددت آثاره على الواقع ، غير أن الضرر المحقق لا يقتصر على ذلك الذي وقع فقط ، بل يشمل

¹ حسن عبد الباسط جميعي ، المرجع السابق ، ص 206.

² عليان عدة ، المرجع السابق ، ص 128.

³ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق، ص 304.

كذلك الضرر المستقبلي ويقصد بالضرر المستقبلي ذلك الضرر قامت أسبابه ، غير أن كل نتائجه أو بعضها قد تراخت إلى المستقبل¹.

وفي مجال الإخلال بالالتزام بالإعلام ، قد يؤدي نقص البيانات المتعلقة بإستعمال الشيء والتحذير من مخاطره ، إلى إصابة المستعمل في يده أو رجله ويؤدي إلى بترها وهذه الأضرار حالة وقد تحققت فعلا ، إلا أنه قد ينتج عنه كذلك أضرار مستقبلية كعجزه عن القيام بالعمل زمن ثم يقل دخله ، مما يتسبب في أعباء مالية لعائلته².

ب - وجوب أن يكون الضرر مباشرا

الضرر المباشر هو الذي ينشأ عن فعل المنتوج أو نتيجة خطأ المتدخل بحيث أن وقوع هذا الفعل يؤدي حتما إلى ترتيب هذا الضرر ويكون كافيا لحدوثه ، فالضرر المباشر متى تحققت العلاقة السببية بين الضرر والخطأ أو الفعل الضار أو عيب المنتوج .

ومعيار الضرر المباشر يستشف من أحكام نص المادة 182 ق م ج التي نصت على ما يلي "إذا لم يكن التعويض مقدرًا في العقد أو في القانون فالقاضي هو الذي يقدره ، ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب ، بشرط أن يكون نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو للتأخير في الوفاء به ، ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن في إستطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول ...".

¹ فيلالي علي ، المرجع السابق ، ص 294.

² حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص 504.

ثالثا: العلاقة السببية

علاقة السببية هي الركن الثالث من أركان المسؤولية المدنية ، حيث لا يكفي لقيام المسؤولية وقوع ضرر أصاب المستهلك وخطأ صدر من المتدخل ، بل يجب أن توجد علاقة سببية بينهما بمعنى أن يكون هذا الضرر نتيجة للخطأ الذي ارتكبه المتدخل.

وبناء على ذلك فإنه لا يكفي لقيام مسؤولية المدين بالالتزام بالإعلام أن يوجد خطأ منه متمثل في تقديم بيانات ناقصة أو غامضة ، وأن يكون هناك ضرر لحق بالدائن ، بل يجب أن يكون هذا الضرر ناتجا عن ذلك الخطأ ، بحيث يمكن القول بأن هذا الضرر يرجع بصفة أساسية إلى ما قدمه المدين من بيانات ناقصة أو غامضة أو لكتمان بعض البيانات عن الدائن، الذي كان بإمكانه تجنب ما لحقه من ضرر لو علم بالبيانات الناقصة أو فهم البيانات أو التحذيرات الغامضة¹.

الفقرة الثانية: دفع المسؤولية

لم ينص المشرع الجزائري في متن النصوص القانونية ذات الصلة بالمسؤولية المدنية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام بدفع هذه المسؤولية مما يعني رجوعنا القواعد العامة² والتي تتمثل في الأسباب العامة لدفع مسؤولية المتدخل (أولا) كما أن هناك أسباب خاصة لدفع المسؤولية (ثانيا).

أولا: الأسباب العامة لنفي المسؤولية

تتمثل الأسباب العامة حسب نص المادة 127 من ق م ج التي تنص على أن: "إذا أثبت شخص أن ضرر قد نشأ عن سبب لا يد له فيه كحادث فجائي أو قوة قاهرة

¹ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق ، ص ص 524 - 525.

² فتاك علي ، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على المنتج ، المرجع السابق ، ص 397.

أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ صدر من الغير ، كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر ما لم يوجد نص قانوني يخالف ذلك ."

وقد نصت المادة 138 ق م ج على ما يلي : " يعفي من هذه المسؤولية الحارس للشيء إذا أثبت أن ذلك الضرر حدث بسبب لم يكن يتوقعه مثل عمل الضحية ، أو عمل الغير ، أو الحالة الطارئة ، أو القوة القاهرة ."

وهذا ما أكدته المحكمة العليا بالجزائر بقولها : " حارس الشيء مسؤول مسؤولية مفترضة ولا يعفى منها إلا إذا أثبت أن الضرر كان بسبب الضحية أو الغير أو حصل نتيجة لحالة طارئة أو قوة قاهرة ، حتى ولو حكم ببراءته جزائيا عملا بالمادة 138 تقنين مدني جزائري"¹ .

وتتمثل الأسباب العامة لنفي المسؤولية في الحادث الطارئ أو القوة القاهرة ، خطأ الضحية وخطأ الغير.

1- القوة القاهرة أو الحادث الفجائي

القوة القاهرة أو الحادث الفجائي مصطلحان مترادفان ولأجل التمييز بينهما² ومن ثم فالمقصود بهما أمر واحد هو الواقعة التي تنتفي بها رابطة السببية بين الخطأ والضرر ويؤدي إلى إعفاء المدين من المسؤولية .

¹ قرار المحكمة العليا بالجزائر ، رقم 21286 مؤرخ في 20/01/1982، المجلة القضائية، العدد 2 لسنة 1989، ص 15 .

² لقد حاول بعض الفقهاء التمييز بين القوة القاهرة والحادث الفجائي ، كون أن الأول أمرا خارجيا عن المدعي عليه وعن الشيء المتسبب في الضرر ، بينما الحادث الفجائي هو أمر داخلي للشيء الذي تسبب في الضرر وهناك من يرى أن القوة القاهرة يستحيل دفعها على الإطلاق ، في حين تكون إستحالة دفع الحادث الفجائي إستحالة نسبية فقط ، والحقيقة أن الحادث الفجائي بإعتباره سببا أجنبيا لا يختلف عن القوة القاهرة لآمن حيث شروطه ولا من حيث الآثار المترتبة عنه.أنظر فيلالي علي،المرجع السابق ، ص 332.

ويقصد بالقوة القاهرة أو الحادث الفجائي أمر خارجي مستقل عن إرادة المدين ليس بالإمكان توقعه ولا بالوسع دفعه أو مقاومته¹.

ويستند في تقدير عدم إمكان التوقع وإستحالة التوقع بمعيار موضوعي لايراعى فيه شخص المدين بالذات بل ينظر إلى الشخص المعتاد².

فإذا توافر في أمر ما كونه لايمكن توقعه وإستحالة دفعه وليس للمدين دخل فيه إضافة إلى صلته المباشرة بالضرر فإنه يعتبر من قبيل القوة القاهرة أو الحادث الفجائي الذي تنتفي به رابطة السببية بين الخطأ والضرر ويدفع المسؤولية عن المدين.

وفي ذلك تقول محكمة النقض المصرية : القوة القاهرة بالمعنى الوارد في المادة 165 من القانون المدني تكون حرباً أو زلزالاً ، أو حريقاً ، كما قد تكون أمراً إدارياً واجب التنفيذ ، بشرط أن تتوافر فيها إستحالة التوقع وإستحالة الدفع وينقضي بها إلتزام المدين في المسؤولية العقدية ، وتنتفي بها رابطة السببية بين الخطأ والضرر في المسؤولية التقصيرية ، فلا يكون هناك محل للتعويض في الحالتين³.

ومن أمثلة القوة القاهرة أن يصاب المستهلك بأضرار نتيجة إنفجار الجهاز الكهربائي على إثر إرتفاع ضغط التيار، أو نشوب حريق أو وقوع زلزال ، وفي هذه الحالات لايستطيع المستهلك الرجوع على المتدخل بالتعويض⁴ لأن أثر القوة القاهرة يتمثل في نفي المسؤولية كلية عن المدعي عليه في دعوى التعويض ، بشرط أن تكون هي السبب الوحيد في وقوع الضرر.

¹ حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق، ص540.

² فتاك علي ، المرجع السابق ، ص 399.

³ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 346.

⁴ إلا أنه يلاحظ أنه إذا كان إرتفاع ضغط التيار راجع إلى خطأ شركة الكهرباء أو كان الحريق قد نتج عن خطأ الغير فإن المشتري المضرور يستطيع الرجوع على أي منهما بحسب الأحوال.

أما إذا إشتكرت القوة القاهرة أو الحادث الفجائي مع خطأ المتدخل في وقوع الضرر فلا محل هنا لتوزيع المسؤولية لأن القوة القاهرة لا يمكن نسبتها إلى شخص آخر إشتراك مع المدعى عليه في تحمل المسؤولية وبناء عليه يتحمل المتدخل المسؤولية كلها¹.

2- خطأ المستهلك المضرور

بإقتراف المستهلك المضرور خطأ يكون سببا فيما لحق به من ضرر ، حيث يستطيع المدين بالالتزام بالإعلام الإستناد إلى هذا الخطأ لدفع المسؤولية عن نفسه تماما أو تخفيفها ، لأن القاعدة العامة تقضي بأنه: " لايجوز أن يستفيد المخطئ من خطئه" ، وهذا إستنادا إلى نص المادة 177 ق م ج التي جاء فيها ما يلي : "يجوز للقاضي أن ينقص مقدار التعويض أو لا يحكم بالتعويض إذا كان الدائن بخطئه قد إشتراك في إحداث الضرر أو زاد فيه".

وفي هذه الحالة يحق للمتدخل نفي المسؤولية إذا أثبت أن وقوع الضرر كان بخطأ المستهلك، وهذا الخطأ يجب أن يكون فادحا وجسيما ولا يعذر ، كما لو تناول المريض أدوية إنتهى تاريخ صلاحيتها دون أن يراعي التحذيرات التي قدمها له الصيدلي أو مادون عليها من بيانات ، فيتسبب المريض بخطئه في إحداث الضرر ، كما يعتبر المستهلك مخطئا إذا إستعمل دواء مضاد للإستعمال مع دواء آخر يتناوله بالرغم من قيام الطبيب بإعلامه بذلك أو أعطى الدواء المخصص للكبار لأحد الأطفال أو قام بترك أحد الأجهزة الكهرومنزلية تعمل بشكل متواصل فترة طويلة مخالفا للتحذير الواضح في هذا الشأن من قبل المنتج، الأمر الذي يترتب عليه إنفجار الجهاز وحدوث الضرر².

¹ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 349.

² شكري محمد سرور ، المرجع السابق ، ص 85 .

3 - خطأ الغير

يستطيع المتدخل أن يتحمل من المسؤولية إذا أثبت أن الضرر الذي أصاب المستهلك يرجع إلى خطأ الغير ، وإذا ساهم خطأ الغير إلى جانب خطأ المتدخل في إحداث الضرر ، يوزع التعويض عليهما بالتساوي ، إلا إذا أمكن تحديد جسامته ، ويستطيع المستهلك المضرور أن يطالب كل من ساهم في إحداث الضرر بالتعويض ، وهو ما أكدته المادة 126 ق م ج بقولها: "إذا تعدد المسؤولون عن فعل ضار كانوا متضامنين في التزامهم بتعويض الضرر وتقسم المسؤولية فيما بينهم بالتساوي إلا إذا عين القاضي نصيب كل واحد منهم في الإلتزام بالتعويض"¹.

ثانيا : الأسباب الخاصة لنفي المسؤولية

لقد وردت في المادة 7 من التوجيه الأوروبي حول مسؤولية المنتج عن المنتجات المعيبة أو الفاسدة أهم الدفوع التي يمكن للمنتج الإستناد إليها للتصل من المسؤولية ، وقد جاء فيما يلي : " إن المنتج لا يكون مسؤولا

-إذا أثبت أنه لم يضع المنتج في التداول .

-إذا أثبت أن العيب الذي أحدث الضرر الذي لم يكن موجودا وقت البيع وإنما نشأ لاحقا .

-إذا أثبت أن المنتج لم يعد للبيع ولا لأي نشاط مهني .

1- الدفع بعدم طرح المنتجات للتداول

يعرف الطرح للتداول بأنه فقدان السيطرة على المنتج بتسليمه إلى شخص آخر ، ومن الأفضل أن نعتبر أن المنتج لا يمكن طرحه للتداول إلا مرة واحدة ، ويرجع ذلك

¹ زعبي عمار ، المرجع السابق ، ص ص 221 - 222.

إلى بعض الصعوبات المتعلقة بصفة خاصة بتقدير العيب ومدة سقوط دعوى المسؤولية¹.

ويعتبر أفضل تعريف لفكرة طرح المنتج للتداول هو الذي أورده المادة 05/1386 من ق م ف حيث نص على أن : " المنتج يكون مطروحا للتداول عندما يخرج من سيطرة الصانع أو المستورد ومن حكمها إراديا " .

ويتضح أن فكرة طرح المنتج للتداول تتحقق عندما يتخلى المنتج عن حيازة المنتج ، وذلك بتسليمه لشخص آخر وهو ما يفيد أن هذه الفكرة لا تتحقق إلا عن طريق المنتج نفسه ، فإذا لم تكن مبادرة طرح المنتج للتداول في السوق من قبله أو من قبل شخص آخر يوكله بذلك ، أو كان لا يعلم بها فإنه لا يمكن تحميل المنتج مسؤولية الإضرار بالمستهلك.

ويعتبر المنتج متخليا بإرادته عن المنتج عندما يقوم بتسليم ما أنتجه إلى تاجر جملة أو تجزئة أو إلى الناقل أو إلى وكيل معين ، والأمر الذي يؤخذ بعين الاعتبار في هذه الحالة ليس نقل ملكية الشيء المنتج ، وإنما نقل حيازته إراديا وبالتالي لا يشترط الانتقال المادي للشيء المنتج حتى تتحقق مسؤولية المنتج ، وإنما يكفي إنتقال الشيء المنتج من المنتج أو من في حكمه إلى الغير بحيث تكون له سلطات الإستعمال والإرادة والرقابة عندها تتحقق مسؤولية المنتج .

2 - الدفع بعدم طرح المنتوجات للتداول قصد الربح

لكي يتصل المنتج من المسؤولية عليه أن يثبت أنه لم يطرح المنتج للتداول بقصد الربح أو لممارسة نشاطه المهني بل طرحه لغرض إجراء التجارب أو قام بالإنتاج لأغراض شخصية، وفي هذه الحالة لا يعد مسؤولا وفقا لنظام المسؤولية

¹ عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراة علوم في القانون ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2015-2016، ص442.

الموضوعية ولكن يمكن مساءلته على أساس الخطأ الشخصي وفقا للأحكام العامة للمسؤولية¹. وفي هذا الصدد نصت المادة 1386 -11 من ق م ف والتي تنص: " يعفى المنتج من المسؤولية إذا أثبت أن السلعة لم تكن مخصصة للبيع أو أية صورة من صور التوزيع ".

3 -الدفع لعدم تعيب المنتوجات قبل طرحها للتداول

يستطيع المنتج أن يدفع عن نفسه القرينة التي تقوم بها علاقة السببية بين العيب والضرر بأن يثبت خلو السلعة من العيب وقت إطلاقها للتداول ، أو أن يتبين أن العيب لحقها بعدما طرحت في السوق².

4 -مخاطر التطور العلمي

يقصد بمخاطر التطور العلمي بأنه " المعارفة العلمية والتقنية ، المتوفرة لدى المنتج أو الشخص الشبيه به وقت صنع المنتج للتداول لم تسعفه أو تمكنه من إكتشاف أو تفادي وقوع العيب في المنتج"³.

أو هي تلك المخاطر التي لايمكن إكتشافها إلا بعد طرح المنتج للتداول والسبب هو سرعة التطور العلمي في أساليب وطرق مراقبة المنتجات أو طرق معالجتها بحيث لايمكن التنبؤ بمخاطرها إلا في وقت لاحق .

¹ زعبي عمار ، المرجع السابق ، ص 226.

² سي يوسف زاوية حورية ،المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 356.

³ Olive .BERG.La notion de risque de développement en matière de responsabilité au défaut des produits défectueux .JC P.EDG.N° 27/1996/p 271 « le défaut d'un produit que le producteur ou bien celui qui lui est assimilé n'a pas découvrir ni éviter pour la raison que l'état des connaissances scientifiques et techniques objectivement accessibles à sa connaissance lors du moment de la mise en circulation du produit ne le lui permettait pas » .

وترجع هذه المخاطر التي لا يمكن إكتشافها إلا بعد إطلاق المنتجات في التداول إلى سرعة التطور العلمي في إستحداث المنتجات و طرق معالجتها والتي لم يكن في وسع العلم إدراك أثارها الضارة في وقت لاحق ولأبأس من إعطاء بعض الأمثلة عن ذلك ومن أهمها إكتشاف ظاهرة جنون البقر في الدول الأوروبية بعد مدة من إستخدام الأعلاف التي إستخدمت في إنتاجها تكنولوجيا العلف بمخلفات الحيوانات المذبوحة ، وذلك بإستعمال بقايا الحيوانات والأسماك كمنتجات غذائية لحيوانات أخرى¹ .

ولقد ثار خلاف حول تحديد المقصود بالمعرفة العلمية والتكنولوجية وإذا ماكانت متعلقة بالنطاق الجغرافي لإحدى الدول الأوروبية أم أنها معرفة عالمية، ولقد فصلت محكمة العدل الأوروبية في هذا الخلاف حيث وصفها ب:"المعرفة العلمية والتكنولوجية على مستوى العالم وليس على مستوى دولة معينة أو بصدد قطاع صناعي أو إنتاجي معين "، ولقد فسر هذا الحكم بهذه العبارة بأنه لايجوز لأي منتج دولة أن يتصل من المسؤولية وإنما تبقى المسؤولية قائمة ويلتزم بالتعويض حتى في الحالات التي يتبث فيها أنه إستخدم آخر ماوصلت إليه المعرفة العلمية طالما أنه كان بإمكانه التعرف على هذه العيوب بالسعي نحو الحصول على المعلومات والمعرفة التي تتعلق بالعيوب في أي قطاع إنتاجي أو صناعي آخر في الدولة ذاته أو في أي دولة أخرى².

وقد ثار خلاف حول إعتبار مخاطر التطور العلمي سببا من أسباب الإعفاء من المسؤولية إذ ذهب جانب من الفقه ومن بعده التشريع الفرنسي إلى ضرورة الإعتداد بهذه المخاطر لتخليص المنتج من عبء المسؤولية وإستندوا في ذلك إلى القول بأن عدم الأخذ بهذه المخاطر يؤدي إلى عرقلة التطور والتقدم وهو ما يؤدي بدوره إلى

¹ KHALFAT (CH) l'inquiétude du consommateur face aux nouveaux produits alimentaires proposer, revue semestrielle éditée par le laboratoire de droit privé fondamental faculté de droit Tlemcen n°1 décembre 2004.p15 .

² سي يوسف زاهية حورية ،المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 335.

عرقلة الصناعة والإضرار بالإقتصاد نتيجة التكاليف المرتفعة التي تنجم عن التعويض ولقد دعم هذا الموقف بما جاء في الفقرة 03 من المادة 1386 ت م ف أن: "السلعة لاتعد معيبة بمجرد ظهور سلعة أكثر تطورا منها في التداول".

أما الجانب الآخر فيعتبرون أن القبول بمخاطر التقدم كسبب من أسباب الإعفاء يعتبر عدولا عن تبني المسؤولية الموضوعية وعودة بطريقة غير مباشرة إلى المسؤولية القائمة على أساس الخطأ ، أي أن جعل المنتج يتمسك بالدفع القائم على عدم تمكنه من العلم بعيوب المنتجات يعني في الواقع إعتبار المسؤولية قائمة على خطأ مفترض يمكن إثبات عكسه من خلال إثبات المنتج قيامه ببذل الجهد الكافي للتعرف على المنتج وعجزه عن عدم إمكان علمه بهذه العيوب.

ورغم ذلك فإن المشرع الفرنسي لم يأخذ بالإعفاء من مخاطر التطور على إطلاقه بل إعتبره سببا نسبيا للإعفاء ويتجلى ذلك من الأخذ به في حالتين :

الحالة الأولى : لايجوز للمنتج التمسك بالإعفاء من مخاطر النمو إذا كان الضرر نجم عن عناصر أو مستخلصات الجسم الإنساني وقد أخذ المشرع الفرنسي بهذا الإستثناء نتيجة لما خلفته قضية الدم الملوث بفيروس السيدا من أثر سيء على الرأي العام، الذي لم يقبل بإعفاء مركز نقل الدم من المسؤولية فضلا على أن محكمة النقض الفرنسية سبق لها وأن ذهبت إلى أن العيب الداخلي في الدم حتى ولو كان غير قابل للكشف فإنه لايشكل سببا معفيا للمسؤولية.

الحالة الثانية : لايجوز للمنتج التمسك بالإعفاء من مخاطر التطور إذا كان وبعد أن ظهر العيب في ظرف عشر سنوات لم يتم بإتخاذ الإجراءات المناسبة من أجل الوقاية من أثاره الضارة وهكذا وضع المشرع الفرنسي على عاتق المنتج إلتزاما

بالمتابعة والذي يعتبر مظهرا من مظاهر مبدأ الحيطة الذي أصبح يضع بصماته في القانون الحديث¹.

الفرع الثاني

التعويض كجزاء خلال بالالتزام بالإعلام

إذا أثبت المستهلك توافر أركان المسؤولية التقصيرية والمتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية ينشأ لهذا الأخير الحق في المطالبة بالتعويض نتيجة الضرر الذي أصابه مما يقتضي تعريف التعويض وتحديد نطاقه (الفقرة الأولى)، وتبيان العناصر الواجب توافرها عند تقديره وكيفية تقديره (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى: تعريف التعويض ونطاقه

باعتبار التعويض وسيلة لجبر الضرر الذي أصاب المستهلك نتيجة وجب تعريفه (أولا) وتحديد نطاقه (ثانيا).

أولا: تعريف التعويض

التعويض لغة: " يعني الخلف والبدل "²، بمعنى العوض، والجمع أعواض، وعاضه بكذا عوضا: أعطاه إياه بدل ماذهب منه، فهو عأض، وإعتاض منه: أخذ العوض وإعتاض فلانا سأله العوض³.

¹ بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 2005، ص ص 47-48.

² الفيروز أبادي، القاموس المحيط الجزء الثاني، مطبعة مصطفى البابي، مصر 1952، ص 352.

³ النشار محمد فتح الله، حق التعويض المدني بين الفقه الإسلامي والقانون المدني، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2002، ص 25.

وكمثال آخر للشرح : يقال أخذت الكتاب عوضا عن مالي ، أي بدلا منه وأعاضه وعوضه تعويضا ، وعلوضة أي أعطاه العوض أي البديل ، فأعاضه فلان من كذا أي أعطاه عوضا أي بدلا وخلفا وإعتاضني فلان إذا جاء طالبا للعوض .¹

إصطلاحا :

عرف بعض الفقه التعويض على أنه : "وسيلة القضاء لمحو الضرر أو تخفيف وطأته ، إذا لم يكن محوه ممكنا ، والغالب أن يكون مبلغ من المال يحكم به للمضرور على من أحدث الضرر

ولكنه قد يكون شيئا آخر غير المال، كالنشر في الصحف أو التتويه بحق المدعي في الحكم"².

وهناك من عرفه أنه : " جبر للضرر الذي لحق المصاب"، عرفه أيضا بأنه: " وسيلة لإصلاح الضرر ،على وجه التحديد يقصد به الإصلاح وليس المحو التام والفعلي للضرر الذي وقع"³.

وقد نص المشرع الجزائري على التعويض بموجب المادة 124 ق م ج التي تنص على أن : "كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير ، يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض "

نستنتج من خلال إستقراء هذه المادة مايلي :

¹ دهمي أشواق، أحكام التعويض عن الضرر في المسؤولية العقدية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، تخصص عقود ومسؤولية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، الجزائر ، 2013-2014 ، ص 08.

² الفضل منذر ، النظرية العامة للإلتزامات ، مصادر الإلتزام ، الجزء الأول، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان، طبعة 1996، ص426.

³ قنديل سعيد السيد ، أليات تعويض الأضرار البيئية دراسة في ضوء الأنظمة القانونية والإتفاقيات الدولية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2004، ص15.

- إن التعويض يستهدف جبر الضرر الذي أصاب المستهلك .

- يكون التعويض عن مختلف الأضرار التي أصابت المستهلك المادية منها والمعنوية.

تجدر الإشارة إلى أن الفقهاء لم يقدموا تعريفاً موحداً للتعويض ولكنهم يلجؤون في العادة إلى الحديث عن طريقة تقديره ومختلف أنواعه ومدى نطاقه ، وذلك لإعتقادهم أن التعويض بمعناه الواسع لا يحتاج إلى تبيين مفهومه ولا يشكل هذا المفهوم صعوبة في تناوله ، كما أنه لا يثير إختلافات كبيرة، حتى يكون موضع نقاش واسع من الفقه ، فهو يعني عندهم ما يلتزم به المسؤول في المسؤولية المدنية إتجاه من أصابه الضرر فهو جزاء المسؤولية¹.

ويمكن تعريف التعويض بأنه حق للشخص الذي أصابه الضرر باللجوء إلى القضاء والمطالبة بإصلاح الضرر من الشخص الذي تسبب فيه.

ثانياً: نطاق التعويض

يلتزم المتدخل بضمان سلامة المستهلك من المنتجات التي يطرحها في الأسواق ، ومن ثم إذا أصاب المستهلك ضرر نتيجة إستعمال هذه المنتجات فينشأ لهذا الأخير حق التعويض على قدر الضرر الذي أصاب المستهلك ولا يصح أن يتجاوز حدود الضرر .

لم تحدد المادة 140 مكرر ق م ج نوع الأضرار التي يلتزم المتدخل بالتعويض عنها ، وهو ما ذهبت إليه المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 الملغى التي تنص: "يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للإستعمال المخصص له و/ أو من أي خطر ينطوي عليه ،

¹ سي يوسف زاوية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق، ص 297.

ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسلم المنتج "،وقد نصت المادة 06 من نفس المرسوم "يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص أو الأماكن بسبب العيب وفق ما يقتضيه مفهوم المادة 3 أعلاه"،و يمارس المستهلك المضرور هذا الحق عن طريق رفع دعوى المسؤولية على المتدخل بصفته الملتزم بتعويض الذي سببته منتجاته المعيبة وذلك أمام القاضي المختص بنظر الدعوى¹.

ويثار التساؤل عن الأضرار التي يجب على المتدخل التعويض عنها؟.

1-التعويض عن الأضرار المادية :

الضرر المادي هو ما يصيب الشخص من ضرر يتمثل في المساس بجسده أو ماله أو بإنقاص حقوقه المالية أو تفويت مصلحة فائدتها مالية².

ويتضح من هذا التعريف أن للضرر وجهان أولهما يصيب الإنسان في سلامة جسده وحياته ويعرف بالضرر الجسدي،والثاني يمس بحقوق أو مصالح مالية للشخص فيكون له انعكاس على ذمته المالية ويعرف بالضرر المادي ، فالضرر

¹ تجدر الإشارة إلى أن المتدخل لايسأل في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام فقط وإنما يكون مسؤولاً عن كل ضرر سببه للمستهلك ، فمثلا يلتزم المنتج بالتعويض إذا تسببت منتجاته المعيبة في إحداث ضرر للمستهلك فترفع الدعوى أمام القاضي المختص وذلك قبل مرور عشر (10) سنوات من تاريخ وضع المنتج للتداول في السوق ، لأنه بعد مرور هذه المدة تنقضي مسؤولية المنتج .

Marie Guilpain « directive responsabilité du fait des produits défectueux »: www.entreprise-europe-normandie-picardie.fr date de lecture (20/10/2015).

² حسن عامر ، عبد الرحيم عامر ، المسؤولية المدنية التقصيرية والعقدية ، توزيع دار الكتاب الحديث ، الطبعة الثانية، لسنة 1979، ص 333.

الجسدي هو الذي يمس حياة الإنسان أو سلامته ، ويصيبه بضرر قد يتمثل في جرح في الجسد او إحداث عاهة ، أو التسبب بعجز دائم أو جزئي .

وقد عمل المشرع الجزائري على تعويض هذا النوع من الأضرار نتيجة تزايد حوادث الإستهلاك، والتي نسمع عنها يوميا¹ ، كإفجار مدفأة مقلدة ، أو حدوث تسممات جراء تناول مواد غذائية غير سليمة وإذا كان من اليسير ملاحظة الأضرار الجسدية المباشرة كتلك الناشئة عن إفجار زجاجة عصير متخمرة في وجه المستهلك ، فإن تحديد الأضرار الجسدية الواجبة التعويض يثير صعوبة إذا تعلق الأمر بأضرار الأغذية الفاسدة أو الملوثة حيث أنها غالبا ماتنتج أثارها في الخفاء وخلال فترة من الزمن .

أما الضرر الذي يمس بحقوق أو مصالح مالية فهو الذي يصيب الشخص في كيانه المالي فيمس مصالح له ذات صفة مالية أو إقتصادية كخسارة تحصل أو مصاريف تنفق أو تقويت فرصة أو ضياع كسب² .

وتنتج هذه الأضرار عن كون المنتج المعروض للإستهلاك غير صالح للإستعمال المخصص له ، أو يفنقد فيه المواصفات المقررة قانونا والمنتظر توافرها فيه ، وفي

¹ من بين الحوادث المروعة ماحصل بثانوية سطيف وإصابة 72 تلميذ الذين كانوا ضحية التسمم الغذائي الناتج عن تناول الحلويات ، وتم الحكم على إثنان من بائعي الحلويات والمتهمين الرسميين بشهرين حبس مع وقف التنفيذ وبغرامة تقدر ب 5,000 د ج .جريدة الوطن بتاريخ 28/2/2001 ص 23.

ومن أكبر الحوادث أيضا حادثة حصلت في الجزائر ماشهدناه خلال شهر جويلية 1998 من جراء إستهلاك مادة الكاشير الفاسد والذي تسبب في وفاة 42 شخص عبر خمس ولايات القطر الجزائري (سطيف 12 حالة وفاة) ، قسنطينة (24 حالة وفاة) ، ميلة (حادثة واحدة) باتنة (حالتين) ، أم البواقي (ثلاث حالات) ، وإستادا إلى أرقام وزارة الصحة بالجزائر فقد أحصت 5000 حالة تسمم غذائي خلال عام 2009 بالجزائر عبر 40 ولاية ، 90 % منها خلال فصل الصيف وقد كشف رئيس الهيئة الوطنية لمراقبة الصحة أن عدد من المواد الغذائية والمنتجات لا تؤدي فقط تسممات خطيرة ، بل أنها تحمل مواد سرطانية قاتلة وأضاف أن كلا من مادة الكاشير والياغورت تتربع على رأس قائمة المواد المسببة للتسمم متبوعة بالمصبرات التي تحتوي على مواد حافظة ، (جريدة الشروق اليومي بتاريخ 16/07/2010).

² نقيب عاطف ، النظرية العامة للمسؤولية الناشئة عن الفعل الشخصي الخطأ والضرر ، منشورات عويدات (البيروت - باريس) ، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.س. ن.) ، ص 259، 258، 266.

هذه الحالة فإن المشتري يتعرض لخسارة هي عبارة عن نقص القيمة الاقتصادية بالمقارنة مع الثمن المدفوع، أو تلك المتمثلة في المصاريف التي يدفعها لإصلاح المنتج¹.

ويأخذ حكم التعويض عن الضرر الجسدي التعويض عن مصروفات العلاج بكافة أنواعه، مثل نفقات الأطباء والفحوصات الطبية والإقامة في المستشفيات والأدوية ونفقات إعادة التأهيل وغيرها من المصروفات الطبية، كما يعتبر التعويض عن العجز الكلي أو الجزئي والتعويض عن عدم القدرة على الكسب من قبيل التعويض عن الضرر الجسدي بالإضافة إلى تعويض أقارب المتوفي ممن تلزمه نفقتهم قانوناً عن فقدهم مصدر إعالتهم².

2- التعويض عن الأضرار المعنوية (الأدبية):

يتميز الضرر المعنوي (الأدبي) بكونه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بشخصية الإنسان، ويشمل كل مساس بالشعور، والأحاسيس الإنسانية والعرض والإعتبار الشخصي كالقذف والسب، وكذا كل ما يصيب العاطفة من حزن وألم³.

فإذا قام المستهلك بإقتناء منتج قابل للإنفجار عند تعرضه لأشعة الشمس وهو لا يعلم ذلك لأن المتدخل لم يعلمه قبل التعاقد عن الأخطار الكامنة في المنتج فعندئذ ينشأ حق هذا الأخير في التعويض عن الضرر الجسدي الذي يمكن أن يحدث له

¹ قادة شهيدة، المرجع السابق، ص 89.

² الجندي عامر محمد، المسؤولية المدنية عن أضرار المنتجات الصناعية المعيبة "دراسة مقارنة"، رسالة ماجستير كلية الحقوق والإدارة العامة، جامعة بيرزيت، سنة 2010، ص 156.

³ ناصيف إلياس، موسوعة العقود المدنية والتجارية، الجزء الرابع تنفيذ العقد، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة الرابعة، طرابلس لبنان، 2004، ص 65.

جراء تعريض المنتوج لأشعة الشمس ، كما يحق له التعويض عن الضرر المعنوي الذي يلحقه لو أصابه تشوه خلقي¹.

ويمكن تصور الأضرار المعنوية التي قد تصيب المضرور من جراء نقص التحذيرات أو عدم كفايتها أو الخطأ في تقديمها في تلك الآلام التي يعانيتها من جراء الإصابات والجروح الجسمانية ، والآلام المعنوية أو النفسية لما أصابه من تشوهات أو عاهات ، والتي تلحق به بسبب الحوادث ، إضافة إلى ما يشعر به من قلق على مصيره ومصير عائلته².

وذهب فريق من الفقه إلى التمييز بين الضرر الأدبي الذي يجوز التعويض عنه والضرر الأدبي الذي لايجوز التعويض عنه ، فرأى البعض أن التعويض يقتصر على الضرر الأدبي الذي يترتب عليه جريمة جنائية ، ورأى البعض الآخر أن التعويض يجوز عن الضرر الأدبي الذي يصيب الشرف والإعتبار لأنه يؤدي إلى ضرر مادي، ولايجوز عن الضرر الأدبي الذي يصيب العاطفة والشعور لأنه يكون ضرراً أدبياً محضاً لا يختلط به ضرر مادي ، كما أن القضاء بادئ الأمر كان متردداً في الحكم بالتعويض عن الضرر الأدبي، لكن الفقه والقضاء يجمع في ظل القانون المدني الحالي الذي ينص صراحة على التعويض عن الضرر الأدبي.

واعتادت المحاكم الفرنسية التعويض على النتائج النفسية والعصبية للإصابات التي تحدث للمستهلك المضرور ، وهذا الإجراء المعمول به من طرف المحاكم جاء إعمالاً لنص المادة 1386 الفقرة (02) من ق م ف وأدرجت هذه المادة الآلام والأضرار

¹ سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 304.

² محمد عبد القادر الحاج ، مسؤولية المنتج والموزع ، دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي ، دار النهضة العربية ، الطبعة الثالثة ، القاهرة ، 2004 ، ص 240.

الأدبية المختلفة ضمن قائمة الأضرار التي يغطيها هذا النوع من المسؤولية ، وبالتالي من الضروري التعويض عنها¹.

وقد نص المشرع الجزائري صراحة على التعويض عن الضرر المعنوي وهذا ماجاءت به المادة (03) الفقرة (03) ق إج² بقولها : "تقبل دعوى المسؤولية المدنية عن أوجه الضرر سواء كانت مادية أو جسمانية أو أدبية مادامت ناجمة عن الوقائع موضوع الدعوى الجزائية".

كما نصت المادة 182 مكرر ق م ج بوضوح على التعويض عن الضرر المعنوي بقولها: "يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس بالحريّة أو بالشرف أو بالسمعة".

ويخضع تقدير التعويض للسلطة التقديرية لقضاة الموضوع ولا رقابة عليه من طرف المحكمة العليا وهذا ماجاء في قرار المحكمة العليا ملف رقم 828422 قرار بتاريخ 2012/07/19 قضية (ج.ف) و (د.ي) ضد (د.م) الذي جاء فيه مايلي : "يخضع تقدير التعويض عن الضرر المعنوي للسلطة التقديرية لقضاة الموضوع فلا معقب عليهم من طرف المحكمة العليا"³. وما جاء أيضا في ملف رقم 505072 قرار بتاريخ 2009/12/17 قضية (ب ي) ضد (ب م) الذي جاء فيه " لا يستوجب التعويض عن الضرر المعنوي ذكر عناصر التقدير"⁴.

¹ زعبي عمار ، المرجع السابق ، ص 263.

² الأمر رقم 02-15 مؤرخ في 23 جويلية 2015 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جويلية 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، ج ر عدد 40 الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2015 .

³ قرار صادر عن الغرفة المدنية للمحكمة العليا ، ملف رقم 828422 بتاريخ 2012/07/19 ، مجلة المحكمة العليا العدد الثاني ، سنة 2013، ص 145.

⁴ قرار صادر عن الغرفة المدنية للمحكمة العليا ملف رقم 505072 بتاريخ 2009/12/17 مجلة المحكمة العليا العدد الأول ، سنة 2010 ، ص 135.

الفقرة الثانية: العناصر الداخلة في التعويض والمسؤول عن التعويض وكيفية

تقديره

إن الهدف من التعويض هو جبر الضرر الذي أصاب المستهلك نتيجة عدم إمداده بالمعلومات الكافية وسوف نبين العناصر الداخلة في التعويض (أولاً) ، وكيفية تقديره (ثانياً) .

أولاً: - العناصر الداخلة في التعويض

يقوم القاضي بتقدير التعويض بناء على مالحق المستهلك من خسارة ومافاته من كسب ، غير أنه لتعيين مقدار التعويض المستحق يجب أن يأخذ بعين الاعتبار مجموعة من العناصر الأساسية تتمثل هذه العناصر في الظروف الملايسة ، الضرر المتغير قياساً على الوقت الذي تقدره والنفقة المؤقتة، وهو ما أكدته المحكمة العليا في قرارها الذي جاء فيه مايلي : " من المبادئ العامة في القانون أن التعويضات المدنية يجب أن تكون مناسبة للضرر الحاصل ، وعلى القضاة أن يبينوا في أحكامهم الوسائل المعتمدة لتقرير تلك التعويضات ومن ثم فإن القضاء بخلاف ذلك يعد خرقاً للقانون"¹.

1 -الظروف الملايسة

إن الظروف الملايسة هي تلك الظروف التي تلابس شخص المضرور كوضعه الثقافي أو مركزه الإجتماعي ، أو حالته الصحية أو جنسه ، أو سنه ، أو مهنته، أو

¹ قرار المحكمة العليا رقم 109568 المؤرخ في 1994/05/24 ،المجلة القضائية الصادرة عن وزارة العدل الجزائرية ، العدد 01 ، لسنة 1994، ص 123.

ظروفه العائلية فمثلا العجز عن العمل الذي يصيب رب الأسرة يفوق كثيرا العجز لشخص لايعول إلا نفسه¹.

وقد نصت المادة 131 ق م ج على أن: "يقدر القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي لحق المصاب طبقا لأحكام المادتين 182 و 182 مكرر مع مراعاة الظروف الملايئة".

وتقدر الظروف الملايئة على أساس ذاتي لا على أساس موضوعي مجرد، فننظر إلى المستهلك المضروب نظرة شخصية لأن التعويض يهدف إلى جبر الضرر الذي أصاب المستهلك بالذات دون غيره ، لهذا كان من الطبيعي أن ندخل في الظروف الشخصية حالة المستهلك الجسمية والصحية ، فالأعور الذي أصيبت عينه السليمة كان الضرر الذي يصيبه أقدر من الضرر الذي يلحق شخصا أصيبت عينيه السليمتين ، والرسام الذي يصاب في أصابعه التي يرسم بها وينتقوت منها يكون ضرره أكبر من غير الرسام²، أما الظروف الشخصية للمسؤول كظروفه المالية أو جسامته الخاطا الذي ينسب إليه ، فيتعين عدم الأخذ بها عند تقدير التعويض من طرف القاضي³، وهو ما قضى به المجلس الأعلى في قراره الصادر في 1985/05/08 حيث جاء فيه: " إذا كان مؤدى نص المادة 130، 182، 132 من القانون المدني أن التعويض يخضع في تقديره لسلطة القاضي ، فإن عدم الإشارة من طرف قضاة

¹ سي يوسف زاوية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 323.

² تقدير التعويض في المسؤولية المدنية ، دون كاتب مقال إلكتروني منشور بتاريخ 2009/5/5 تاريخ الإطلاع 2016/09/09 على الموقع الإلكتروني

WWW.echorouk online .com

³ معاشو أحمد ، المسؤولية عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة (دراسة مقارنة)،، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص عقود ومسؤولية ، جامعة الجزائر -1، ص130.

الموضوع إلى مراعاتهم الظروف الملائمة للضحية، وقيامهم بتحديد الخسارة، يجعل قرارهم غير سليم ويعرضه للنقض...¹.

2- الضرر المتغير قياساً على الوقت الذي يقدر فيه

يقصد بالضرر المتغير ما يتردد بين التناقص والنقصان بغير استقرار في اتجاه بذاته، وقد يحدث تبعاً لظرف طارئ بين فترة ارتكاب الخطأ وحصول الضرر.

أما الوقت الذي يقدر فيه فهو وقت صدور الحكم فالتعويض يجب أن يتم على أساس الحالة التي وصل إليها المستهلك المضرور يوم الحكم، سواء إشتد الضرر أو خف لأنه قد يحدث أن يتغير الضرر من يوم حدوثه إلى يوم صدور الحكم²، مثاله شخص صدمته سيارة بسبب عيب في تصميم فراملها فأصيب بكسر، وعند طلب التعويض كان الكسر قد إشتد وأصبح أكثر خطورة، وعند صدور الحكم تحول الكسر إلى عاهة مستديمة فالقاضي مجبر في هذه الحالة على تقدير تطور وتغير الضرر الذي أصاب المستهلك، فيحكم بالتعويض الذي يناسب تحول الضرر من كسر عادي إلى عاهة مستديمة.

نفس الحكم يطبق على الحالة العكسية، فلو تحول الضرر شديد الخطورة إلى ضرر بسيط، وتحسنت وضعية المستهلك المضرور، فإن القاضي يراعي حالة التغير في الضرر الذي أصاب المستهلك ويصدر حكماً يناسب هذا الوضع³، فالعبرة إذن في تقدير التعويض بيوم صدور الحكم إشتد الضرر أو خف.

¹ قرار المجلس الأعلى للقضاء صادر بتاريخ 1985/05/08، رقم 39694، منشور بالمجلة القضائية، لسنة 1989، العدد الثالث، ص 34.

² سي يوسف زاهية حورية، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص 326.

³ زعيبي عمار، المرجع السابق، ص 289.

3- النفقة المؤقتة

قد يحدث أثناء نظر دعوى المسؤولية أن تقضي محكمة الموضوع بنفقة مؤقتة ريثما تحكم بالتعويض بصفة نهائية ، وذلك إسعافا للمستهلك المضروب حتى لا يتفاقم ضرره أو حتى يستطيع دفع مصاريف علاجه ، أو حتى يعيل نفسه أو عائلته .

ويجب أن لا تتجاوز هذه النفقة التعويض الذي سيحكم به القاضي بصفة نهائية ، وهو المعمول به في الممارسة القضائية الجزائرية ويسمى هذا النوع "تعويض جزئي مسبق يقرره القاضي في حالة إستغراق الإجراءات وقتا طويلا ، لاسيما عند تعيين خبير لتقدير التعويض المستحق، ويتعين على القاضي قبل الحكم بهذه النفقة مراعاة الإعتبارات التالية:

- أن يكون ثمة فعل ضار مسند إلى المدعي عليه (المتدخل) .
- أن تكون عناصر تقدير التعويض لاتزال في حاجة لمدة طويلة لإعداده .
- أن تكون هناك ضرورة ملحة للحكم بهذه النفقة .
- أن يكون مبلغ هذه النفقة أقل من مبلغ التعويض الذي ينتظر أن يقدر به الضرر¹ .

ثانيا :المسؤول عن التعويض

1-المنتج

يعتبر المنتج كما سبق بيانه المدين بالتعويض في حالة حصول ضرر من جراء منتج معيب طرحه للتداول، فيكون المنتج النهائي ومنتج المادة الأولية مسؤولين أمام المتضرر وإذا حصل الضرر من جراء منتج مركب في منتج آخر يكون كل من

¹ مقدم السعيد ، المرجع السابق،ص 252.

المنتج النهائي ومنتج المادة المركبة مدينين بالتضامن حسب ما نصت عليه المادة 1386-9 من القانون المدني الفرنسي .

أما إذا لم يمكن التعرف على هوية المنتج فيكون موزع المنتج المعيب مسؤولاً إتجاه الضحية إلا إذا عرف هوية المنتج خلال 3 أشهر من تاريخ رفع الدعوى عليه ، ويكون لهذا الأخير الرجوع على المنتج النهائي من أجل سنة من تاريخ رفع الدعوى عليه حسب المادة 1386-7 من القانون المدني الفرنسي .

أما بالنسبة للقانون الجزائري ، فإنه لم يعرف المنتج عند وضعه للمادة 140 مكرر من ق م ج ، ولكن بإستقراءنا لمختلف النصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك والتي عرفته بأنه كل من يتدخل في عملية وضع المنتج للإستهلاك وبهذا المفهوم يكون كل من منتج المادة الأولية ومنتج المادة النهائية والموزع والبائع النهائي مسؤولين أمام الضحية سواء كان منتجا خاصا أو عاما ، وللشخص الذي تحمل التعويض دون أن يكون سببا في العيب الرجوع على الشخص الذي وقع العيب في مرحلته¹.

2 - الدولة

تنص المادة 41 من الدستور الجزائري " يعاقب القانون على المخالفات المرتكبة ضد الحقوق والحريات وكل ما يمس سلامة الإنسان البدنية والمعنوية"².

إن حق كل إنسان في سلامته البدنية والمعنوية هو حق دستوري ولا يجوز لأي شخص الإعتداء عليه ، فإذا ما أصاب المستهلك ضرر بدني أو معنوي نتيجة

¹ معاشو أحمد ، المرجع السابق ، ص 95.

² قانون رقم 16-01 مؤرخ في 6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري ، ج ر العدد 14 الصادر بتاريخ 7 مارس 2016 .

المنتجات المعيبة المطروحة في السوق تقوم مسؤولية المنتج ويعاقب قانونا بإلزامه بدفع التعويض.

إلا أنه في بعض الحالات لايجد المتضرر شخص يمكن الرجوع إليه ، سواء لعدم معرفة المسؤول أو لعدم معرفة مصدر الضرر ، وتكريسا لمبدأ التضامن والتكافل الإجتماعي في تعويض الأضرار، أقر المشرع الجزائري مسؤولية الدولة بالتعويض عن الأضرار الجسدية التي تصيب الأشخاص إذا لم يتمكن الضحية من الحصول على التعويض¹، وتكليف الدولة بهذا الواجب ينبع من كونها ممثلة للأفراد بالتضامن الإجتماعي وإسعاف المتضررين ، بل أن القضاء الإداري الفرنسي لم يتردد في تأسيس واجب الدولة بتوفير التعويض المناسب في هذه الحالات على أساس قاعدة مساواة المواطنين أمام تحمل الأعباء العامة².

وقد إشتراط المشرع الجزائري لتدخل الدولة بالتعويض أن يكون الضرر جسمانيا ، وأن لا يكون للمتضرر يد في حدوث الضرر ، كما إشتراط أيضا إنعدام المسؤول عن التعويض.

أ- أن يكون الضرر جسمانيا

إشتترطت المادة 141 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري : أن يكون الضرر الذي تعوضه الدولة جسمانيا ، اي متعلق بالسلامة الجسدية للمضرور كإصابته بعاهة مستديمة أو بجروح من جراء المنتج ، وتجدر الإشارة إلى إقصاء الأضرار التجارية والمعنوية من التعويض.

¹ معاشو أحمد ، المرجع السابق ، ص 95.

² قادة شهيدة ، المرجع السابق ، ص 387.

-أن لا يكون للمتضرر يد في حدوث الضرر

بمعنى أن عيب المنتج يكون قد لعب دورا إيجابيا في إحداث الضرر ، أما إذا لعب دورا سلبيا مثل الحالة التي يكون فيها الضرر ناتجا عن سوء إستعمال أو إستهلاك المنتج وليس لعيب فيه ، كأن يكون خاليا من أي عيب لكنه خطر ، ولا يتخذ المتضرر الإحتياطات اللازمة عند إستعماله أو إستهلاكه فتصيبه أضرار جسمانية نتيجة لذلك ، فلا تتكفل الدولة بالتعويض لأن المتضرر في هذه الحالة يكون قد ساهم بفعله في حدوث الضرر¹.

ب-إنعدام المسؤول عن التعويض

ينعدم المسؤول في حالتين :

الحالة الأولى : إذا ما كان المسؤول مجهولا كأن يتضرر شخص من منتج عذائي ولم يتم تحديد إسم المنتج في غلاف المنتج ، فهنا يجهل الشخص المتسبب للضرر وبالتالي تتدخل الدولة للتعويض مع العلم أن المشرع الفرنسي في هذه الحالة وضع حكما بالمادة 1386 مكرر 07 ق م ف المعدلة بالمادة الثانية من القانون الصادر في 05 أبريل 2006 ، حيث تقوم مسؤولية البائع أو الموزع عن المنتج المعيب ، ومايسببه من أضرار إلا إذا ما بين إسم المنتج المسؤول خلال مدة ثلاث أشهر من تاريخ المطالبة القضائية من الضحية .

الحالة الثانية : إذا كان المنتج معلوم لكن ثبت عدم مسؤوليته فهنا أيضا تتدخل الدولة للتعويض عن الضرر الجسماني الذي أصاب الضحية² .

¹ خميس سناء ، المرجع السابق ، 199.

² المرجع نفسه، ص 199.

ثالثا: كيفية تقدير التعويض

تنقسم اشكال تقدير التعويض إلى ثلاث أنواع ، فهناك تقدير يتفق عليه طرفا العلاقة التعاقدية وتتضمنه بنود العقد وهو مايسمى بالتقدير الإتفاقي للتعويض ، وهناك تقدير نص عليه القانون وضبط مقداره وهو مايسمى بالتقدير القانوني للتعويض ، وهناك تقدير يحكم به القضاء لصالح المستهلك وهو مايسمى بالتقدير القضائي للتعويض.

1-التقدير الإتفاقي

يعرف التقدير الإتفاقي على أنه : "التعويض الذي يحدده الطرفان في العقد أو في إتفاق لاحق عليه ، سواء عن عدم التنفيذ أو عن التأخير فيه"¹.

وقد نص المشرع الجزائري على حق طرفي العلاقة التعاقدية في تعيين شكل التعويض ، وقيمته المناسبة في حال إخلال أحد الطرفين بالتزاماته ، وهذا ما نصت عليه المادة 183 ق م ج على أنه : " يجوز للمتعاقدين أن يحددا مقدما قيمة التعويض بالنص عليه في العقد أو في إتفاق لاحق وتطبق في هذه الحالة أحكام المواد من 176 إلى 181."

ويفهم من هذه المادة أن المتعاقدين يستطيعان أن يتفقا مقدما على تحديد مقدار التعويض الذي يستحقه أحدهما إذا لم يقم الطرف الثاني بتنفيذ إلتزامه أو التأخر في تنفيذه أو أخل به ، وهذا هو الشرط الجزائي ، ويجرى عادة إدراج مثل هذا الشرط عند إبرام العقد ، أو أن يتفقا عليه في إتفاق لاحق بشرط أن يقع قبل إخلال أحدهما بتنفيذ

¹سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 321.

إلتزامه ، أما إذا حصل الإتفاق على تحديد مقدار التعويض بعد وقوع الإخلال ، فإن هذا الإتفاق لا يسمى شرطا جزائيا بل صلحا أو تجديدا للدين ¹.

وغالبا ما يكون الشرط الجزائي في نطاق المسؤولية العقدية ، كأن يتفق صاحب المصنع مع المستهلك في العقد على تحديد المبلغ الذي يدفعه عند حدوث الضرر نتيجة إقتنائه لمنتج معين ، غير أنه قد يدخل في نطاق المسؤولية التقصيرية ، كأن يتفق صاحب المصنع مع جيرانه على مقدار التعويض عن الضرر الذي يصيبهم مستقلا نتيجة إنتشار الدخان أو أصوات الآلات.

وتجدر الإشارة إلى أن الإلتزام بالشرط الجزائي هو إلتزام تبعي يقوم دائما إلى جانب الإلتزام الأصلي ، وهذا يعني أن الشرط الجزائي لايجوز الإتفاق عليه مستقلا عن الإلتزام الأصلي ².

وقد يكون شرط مخفف لمسؤولية المنتج أو معفى منها ، وهذا إذا كان أقل بشكل ملحوظ من الضرر الفعلي ، وبالتالي يمثل وسيلة للخروج من المسؤولية بأقل الخسائر ، وقد يؤدي دور التهديد المالي أو وسيلة ضغط على المنتج إذا كان أكبر

¹ يجب عدم الخلط بين الشرط الجزائي والتهديد المالي ذلك أن :

-إن التهديد المالي يحكم به القاضي ، أما الشرط الجزائي فيتفق عليه المتعاقدين
-أن التهديد المالي لايقاس بمقدار الضرر ، وإنما يقصد به التغلب على عناد المدين فينظر إلى موارده المالية وقدرته على مقاومة الضعف ، أما الشرط الجزائي فالأصل فيه يقاس بمقياس الضرر .
-التهديد المالي يعتبر وسيلة غير مباشرة للتنفيذ العيني أما الشرط الجزائي فهو عكس ذلك يتصل بالتعويض لابلتنفيذ العيني .

-التهديد المالي يقدر عن كل وحدة من الزمن أو عن كل مرة يخل المدين فيها بإلتزامه ، أما الشرط الجزائي فالأصل أنه لايقدر على هذا النحو إلا إذا كان التعويض ينصب عن تأخر المدين في تنفيذ إلتزامه ، أما إذا كان التعويض عن عدم التنفيذ فيقدر عادة بمبلغ مقطوع ينظر إلى : د/ عبد الرزاق السنهوري ، الوسيط في القانون المدني نظرية الإلتزام بوجه عام الإثبات ، أثار الإلتزام ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان ، سنة 1970 ص 866.

² السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط ، نظرية الإلتزام ، المرجع السابق ، ص 854.

بشكل ملحوظ من الضرر الفعلي، وقد يقوم بدور التقدير الجزافي للتعويض إذا كان معادلا للضرر الفعلي بقدر الإمكان بحيث يعلم المنتج مقدما مقدار ماسيدفعه عند تسبب منتج بضرر للمستهلك.¹

إن التعويض الإتفاقي لا يكون مستحقا إذا أثبت المدين أن الدائن لم يلحقه أي ضرر وهذا مانصت عليه المادة 1/184 ق م ج على أن : " لا يكون التعويض المحدد في الإتفاق مستحقا إذا أثبت المدين أن الدائن لم يلحقه أي ضرر ."

إن التعويض مقرر أصلا لحماية المستهلك في حالة ما إذا أصابه ضرر فعلا من المنتجات نتيجة نقص المعلومات المقدمة له ومن الطبيعي إذا لم يصب الدائن أي ضرر فلا يستحق التعويض.

2-التقدير القانوني

تعتمد بعض التشريعات الوضعية إلى تضمين نصوصها أحكاما تقضي بتقدير التعويض تقديرا إحتاليا كما في حالة التأخير عن تنفيذ الإلتزام²، وهذا مايسمى بالفوائد التأخيرية ، فوجد المشرع المصري ينص في المادة 226 قانون المدني على نسب قانوني محددة ، في المجال المدني تقدر 4 % ، أما في المجال التجاري فتقدر ب5 %.

وكذلك نص المشرع الفرنسي على مثل هذه الفوائد في المادة 1115 ق م ف وإن اختلف هذا الأخير عن نظيره المصري في مسألة إستحقاق الفوائد ، فالمشرع الفرنسي يرى أنها مستحقة من يوم الإعدار ، أما المشرع المصري فيرى أنها تسري من يوم المطالبة القضائية .

¹ زعبي عمار ، المرجع السابق ، ص 279.

² تنص المادة 186 ق م ج "إذا كان محل الإلتزام بين أفراد مبلغا من النقود عين مقداره وقت رفع الدعوى وتأخر المدين في الوفاء به فيجب عليه أن يعوض الدائن الضرر اللاحق من هذا التأخير".

أما المشرع الجزائري فلم يأخذ بمثل هذه الفوائد لأنه إعتبرها نوعا من الربا حيث نصت المادة 454 ق م ج على أن : " القرض بين الأفراد يكون دائما بدون أجر ، ويقع باطلا كل إتفاق يخالف ذلك " ¹.

ولايجوز التعويض الإتفاقي في المسؤولية التقصيرية لإعتبرات معينة لكون مصدر هذه المسؤولية هو القانون ، ولكون المسؤول غريبا عن المضرور قبل وقوع الحادث ².

3-التقدير القضائي

في حالة غياب نص أو إتفاق ، يتولى القاضي مهمة تقدير التعويض مراعيًا في ذلك بعض العناصر التي حددها المشرع، كونها تؤدي إلى التعويض الكامل الذي يصلح كل ضرر لحق بالمضرور وقد نصت المادة 182 ق م ج على أنه : "إذا لم يكن التعويض مقدرًا في العقد أو في القانون فإن القاضي هو الذي يقدره " .

وتعد مسألة تقدير التعويض من مسائل الواقع التي يستقل بها قاضي الموضوع ويجوز للمحكمة الحكم بتعويض إجمالي عن كافة عناصر الأضرار ، دون تحديد كل عنصر على حدة بيد أن تعقب عناصر الضرر التي تدخل في حساب التعويض هو من مسائل القانون التي تخضع لرقابة المحكمة العليا ، ولهذا وجب على القاضي أن يبين عناصر الضرر التي كانت أساس التعويض ، وإلا كان حكمه مشوبا بالقصور المفضي للبطلان ³ ، وهذا ماذهبت إليه المحكمة العليا في قرارها الصادر بتاريخ

¹ أما إذا كان القرض بين المؤسسة المالية والأفراد ، فالقانون يجيز لهذه المؤسسة أن تأخذ أجرا على ذلك والدليل على ذلك ما جاء في نص المادة 456 ق م ج بمقتضى القانون رقم 84-02 المؤرخ في 1984/12/24 المتضمن قانون المالية سنة 1985 التي تنص على مايلي : " يجوز للمؤسسات التي تمنح قروضا قصد تشجيع النشاط الإقتصادي أن تأخذ فائدة يحددها قدرها بموجب قرار من الوزير المكلف بالمالية أنظر سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، المرجع السابق ، ص 320.

² المرجع نفسه ، ص 322.

³ زعبي عمار المرجع السابق، ص 283.

1980 /07/13 والذي يقضي بأن: "تقدير التعويض من إختصاص قضاة الموضوع، إلا أنه يتعين عليهم ذكر مختلف العناصر التي تشكل أساس تقريرهم له وذلك لإتاحة الفرصة للمجلس الأعلى لممارسة الرقابة المعهودة له في هذا المجال".¹

وقد نص المشرع الجزائري في المادة 131 ق م ج على أن: " يقدر القاضي مدى التعويض عن الضرر الذي لحق المصاب طبقا لأحكام المادة 182 و 182 مكرر مع مراعاة الظروف الملابسة ، فإن لم يتيسر له وقت الحكم أن يقدر مدى التعويض بصفة نهائية ، فله أن يحتفظ للمضروب بالحق في أن يطالب خلال مدة معينة بالنظر من جديد في التقدير ."

ومن خلال هذه المادة نستنتج أنه إذا لم يتيسر للقاضي وقت الحكم أن يحدد مدى التعويض تعيينا نهائيا ، فله أن يحتفظ للمستهلك المضروب بالحق في المطالبة خلال مدة معينة بإعادة النظر في التقدير ، وإذا كان الضرر متغيرا فإن على القاضي أن ينظر فيه لا كما كان عندما وقع، بل كما صار إليه عند الحكم ، مراعيًا بالطبع التغيير الذي حدث في الضرر ذاته من زيادة بسبب خطأ المنتج المسؤول أو لأي سبب آخر.²

المبحث الثاني

المسؤولية الجزائية

إلى جانب المسؤولية المدنية في حالة إخلال المتدخل بحق المستهلك في الإعلام توجد أيضا مسؤولية جزائية وتتمثل في إلتزام شخص بتحمل نتائج فعله الإجرامي ، وهذا من أجل تحقيق الحماية الجنائية ، ولتحقق هذه الغاية يجب أن يكون

¹ قرار مؤرخ في 1980/07/13 ملف رقم 21176 ، نشرة القضاء، سنة 1980.

² زعبي عمار ، المرجع السابق ، ص 284.

الشخص الملاحق قد ارتكب فعلا مخالف للقانون أو الإمتناع عن فعل يفرضه القانون سواء بمخالفة النصوص القانونية التي يحتويها قانون العقوبات أو النصوص المتعلقة بحماية المستهلك مما يشكل جريمة تمس بحق المستهلك بالإعلام.

وقد فرض المشرع الجزائري حماية المستهلك من الأضرار التي تلحق به من جراء هذه الأفعال المحظورة وتوقيع الجزاء على مرتكبها، لذا وجب التعرض إلى الجرائم المتعلقة بإخلال المدين بالالتزام بالإعلام (المطلب الأول)، ثم قمع هذه الجرائم (المطلب الثاني).

المطلب الأول

الجرائم المتعلقة بحق المستهلك بالإعلام

لقد فرض المشرع الجزائري على المتدخل إلتزام بالإعلام والذي يتمثل في تزويد المستهلك بمعلومات موضوعية وصادقة عن العقد المراد إبرامه بإعتباره الطرف الضعيف في العلاقة الإستهلاكية هذا من جهة ، وتجنب وسائل الخداع والمبالغة في عرض مزايا المنتجات بقصد تضليل المستهلك من جهة أخرى ، لهذا جرم المشرع الجزائري كلا من جرائم الإمتناع عن إعلام المستهلك (الفرع الأول) ، وكذا جرائم خداع وتضليل المستهلك (الفرع الثاني).

الفرع الأول

جرائم الإمتناع عن إعلام المستهلك

الإمتناع هو إحجام شخص عن إتيان فعل إيجابي معين كان المشرع ينتظره منه في ظروف معينة ، وبذلك فإن الإمتناع يستمد أهميته القانونية من الأهمية التي

يسبغها القانون على هذا الفعل الإيجابي ، وهو يصدر عن المتهم إبتغاء تحقيق غاية معينة¹.

هذا النوع من الجرائم إما أن يمتنع العون الإقتصادي عن الإعلام كلياً أو جزئياً ، أو أن إعلامه يكون مخالف للنظام القانوني الذي ألزمه المشرع دون نية خداعه أو تضليله سواء بالإمتناع عن الإعلام عن أسعاره أو الإمتناع عن وسم المنتجات .

لذا سوف نتناول جريمة عدم الإعلام بالأسعار (الفقرة الأولى) ، وجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم (الفقرة الثانية) ، وجريمة عدم الإعلام بشروط البيع (الفقرة الثالثة).

الفقرة الأولى : جريمة عدم الإعلام عن الأسعار

أوجب المشرع الجزائري على العون الإقتصادي إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات بموجب المادة 04 والمادة 05 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تحت طائلة الجزاء الجنائي في حالة المخالفة طبقاً لنص المادة 31 من القانون المذكور .

إن جريمة الإمتناع عن الإعلام بأسعار وتعريفات السلع والخدمات المعروضة تعتبر جريمة معاقب عليها قانوناً ، وتقوم جريمة عدم الإعلام عن الأسعار بتوافر الأركان الثلاثة وهي الركن الشرعي والركن المادي والركن المعنوي.

ويقصد بالركن الشرعي النص القانوني الذي يحدد الأفعال غير المشروعة ويضع لها عقاباً ولا تسمى الجريمة جريمة دون نص تشريعي² ويشترط توافر الركن الشرعي في جميع الجرائم .

¹ محمود نجيب ، جرائم الإمتناع والمسؤولية الجنائية عن الإمتناع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1986، ص 05.

² تنص المادة الأولى من قانون العقوبات الجزائري : " لاجرمية ولا عقوبة أو تدابير أمن بغير قانون". أنظر قانون رقم =

وستقتصر دراستنا على الركن المادي والركن المعنوي دون الركن الشرعي وذلك لتفادي التكرار.

أولاً: الركن المادي :

يقصد بالركن المادي للجريمة المظهر الخارجي لنشاط الجاني والمتمثل في السلوك الإجرامي الذي يجعله القانون محلاً للعقاب .

وتعد جريمة الإمتناع عن الإعلام بالأسعار والتعريفات من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك ، حيث يمنع الجاني عن القيام بعمل إستوجبه القانون وبإستطاعته القيام به ، كما تعد أيضا من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتمامها تحقيق نتيجة معينة¹.

ولايتحقق التجريم فقط عند الإمتناع الكلي عن الإعلام بالأسعار بل يتحقق كذلك عندما لاتوافق الأسعار أو التعريفات المعلن عنها المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة ، وهذا تطبيق لنص المادة 31 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي إعتبرت التجريم مرتبط بمخالفة المواد 4 و6 و7 منه.

كما أن التجريم يتحقق سواء كان عدم الإعلام بالأسعار كاملا أو جزئيا كأن يعلن عن سعر الجملة دون مفرق².

إن المشرع الجزائري جرم عدم الإعلام بالأسعار سواء كان الشيء المادي المعروض أمام المستهلك مقنن السعر أم حر ، ففي الأمر رقم 95-06 المتعلق

= 15 - 19 مؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يعدل ويتم الأمر رقم 66-156 الموافق ل 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات ، ج ر عدد 71.

¹ أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، المنصورة، مصر، 2007، ص 132.

² طحطاح علال ، إلتزامات العون الإقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في الحقوق فرع القانون الخاص، جامعة الجزائر 1، 2013-2014، ص 84.

بالمنافسة ، حيث أوجب في المادة 53 من الأمر وجوب إشهار الأسعار من أجل إعلام المستهلك أو العون الإقتصادي بالسعر المطبق على السلعة أو الخدمة والتي أدرجها في القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، فنص في المادة 04 منه على إلزام البائعين بإعلام الزبائن ، ولفظ الزبائن عام مما يفهم أن الإعلام حول الأسعار هو حق للعون الإقتصادي وللمستهلك على حد سواء .

وميز المشرع الجزائري بين الحالة التي يكون فيها الزبون مستهلكا والحالة التي يكون فيها عونا إقتصاديا .

1- حالة الزبون مستهلكا : إذا كان الزبون مستهلكا يكون حقه في معرفة الأسعار أمرا وجوبيا يخضع له البائع حتى وإن لم يطلب منه المستهلك ذلك ، وفي حالة عدم الإفصاح عن الأسعار يكون البائع مخرلا بالالتزام بالإعلام وبالتالي يعد مرتكبا لجريمة عدم الإعلام بالأسعار في الحالات التالية :

- إذا لم يتم بالإعلام عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى .

- إذا لم تبيّن الأسعار بصفة مرئية ومقروءة .

- إذا لم توافق الأسعار المعلنة المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل إقتناء السلعة أو الحصول على الخدمة .

فإشهار الأسعار يلعب دورا هاما في التأثير على قرار الشراء لدى المستهلك نظرا لتأثير هذا الأخير بالمركز المالي الذي يتمتع به ، وعدم إظهارها قد يزيد من فرص إحتيال البائع على المستهلك ولايؤدي إلى ضمان شفافية السوق وكذا حرية المنافسة¹.

¹ BIOLAY Jean – Jacques et pratiques relatives aux prix, Fasc .286 n° 11 L'exsis ,2005, p 08.

2- حالة الزبون عون إقتصادي: إذا كان الزبون عون إقتصادي فإن الإعلام بالأسعار يكون إلزامياً إذا طلبه العون الإقتصادي وقد نصت المادة 7 فقرة 2 من قانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على الطريقة التي يمارس بها إعلان الأسعار¹.

ويعود سبب التطرق للحالة التي يكون فيها الزبون عون إقتصادي لعدة أسباب أهمها :

- حماية هذا الزبون من التلاعب بالأسعار حتى لا يلجأ هذا الأخير بدوره إلى رفع الأسعار عند تعامله مع المستهلك.

- في بعض الأحيان التعامل الذي يبرمه العون الإقتصادي مع غيره من الأعوان خارج نشاطه الإعتيادي أو يتصرف لغايات شخصية يجعله مستهلكاً في مواجهة البائع وبالتالي يتمتع بالحماية المقررة في قانون حماية المستهلك².

كذلك في مجال الخدمات أوجب المشرع الجزائري الإعلان عن الأسعار المقابلة للخدمة ، ففي المرسوم التنفيذي رقم 200-46 المؤرخ في 1 مارس 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها ، فقد أوجب بالمادة 31 منه إظهار أسعار إيجار الغرف وإستهلاك المأكولات والمشروبات في لافتات توضع عند مدخل المؤسسات الفندقية ، وفي مكاتب الإستقبال والدفع في الغرف .

أما في المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17-12-2002 المعدل والمرسوم التنفيذي رقم 96-40 المؤرخ في 15/01/1996 المتعلق بالتعريفات

¹ المادة 7 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية تنص على مايلي : يلتزم البائع في العلاقات بين الأعوان الإقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار والتعريفات عند طلبها ويكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة .

² نيب محمد ، أثر الممارسات المخالفة للتجارة على فاعلية حماية المستهلك ، مجلة الفقه والقانون ، العدد الخامس عشر، جانفي 2014، ص284.

القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي" بنص المادة 07 منه وذلك عن طريق تعليق التعريفات التي تطبق على الخدمات التي يقدمها سائقي سيارات الأجرة الفردية والجماعية بشكل واضح داخل السيارة¹.

ثانياً: الركن المعنوي

لا يكفي لقيام الجريمة إرتكاب عمل مادي ينص ويعاقب عليه القانون الجنائي ، بل لابد أن يصدر هذا العمل المادي عن إرادة الجاني وتشكل هذه العلاقة التي تربط العمل المادي بالفاعل ما يسمى بالركن المعنوي².

ويتمثل الركن المعنوي في نية داخلية يضمورها الجاني في نفسه وقد يتمثل أحيانا في الخطأ أو الإهمال وعدم الإحتياط ، ومن ثم يتخذ الركن المعنوي للجريمة صورة الخطأ العمد أي الجنائي، وصورة الخطأ غير العمد أي الإهمال وعدم الإحتياط..

ومن إستقراء المادة 4 من القانون 04-02 فإن المشرع الجزائري لا يشترط لقيام جريمة عدم الإعلان عن الأسعار توافر القصد في مرتكب جريمة عدم الإشهار عن الأسعار والخدمات المعروضة للبيع ، وإنما إكتفى بالقصد الجنائي العام بعنصره العلم والإرادة³.

ومنه فإن جريمة عدم الإعلام بالأسعار هي من الجرائم المادية التي يكتفي لقيامها الركن المادي ، فعدم الإعلام بالأسعار يشكل جريمة حتى ولو لم تتجه نية العون الإقتصادي عند الإخلال بالتزامه للإضرار بالمستهلك ، ومن بين هذه الإلتزامات

¹ المرسوم التنفيذي 448-02 المؤرخ في 17-12-2002 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة "طاكسي" ، الجريدة الرسمية 85 المؤرخة في 2002/12/22 ، الأمانة العامة للحكومة ، المطبعة الرسمية الجزائر ، سنة 2002.

² بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي العام ، الطبعة الثامنة ، دار هوسة (بوزريعة) ، الجزائر ، 2009 ، ص 105.

³ أحمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الإحتكار ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، مصر، 2008 ، ص 120.

إلتزامه بإعلام المستهلك بالأسعار ، وبالتالي لايمكنه الإستفادة من البراءة إلا بإثبات وجود قوة قاهرة خارجة عن إرادته ، وإفتراض المسؤولية هو نوع من حماية المستهلك .

الفقرة الثانية : جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

ألزم المشرع الجزائري كل عون إقتصادي بضرورة وسم المنتوجات لما لذلك من أهمية تتمثل في كون الوسم يشكل وسيلة من وسائل إعلام المستهلك نظرا لما يقدمه من معلومات حول الخصائص المميزة لهذا المنتج أو الخدمة ، وطريقة إستعماله والمخاطر التي قد تنجم عنه ، بطريقة واضحة ، سهلة وباللغة الوطنية على سبيل الإلزام .

وعدم قيام العون الإقتصادي بمراعاة هذه الشروط يعد مرتكبا لجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم ، ولقيام هذه الجريمة لابد من توافر أركانها المتمثلة في الركن المادي والركن المعنوي .

أولا : الركن المادي

يتحقق الركن المادي لجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم بنشاط إجرامي يصدر من العون الإقتصادي يخالف فيه النصوص التشريعية ، وعليه يعد مرتكبا للجريمة كل عون إقتصادي قام بإحدى التصرفات التالية :

- عدم تحرير بيانات الوسم باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلك .

- عدم كتابة المعلومات الواردة في الوسم بطريقة مرئية ومقروءة ومتعذر محوها .

- عدم ذكر كافة البيانات المنصوص عليها في النصوص القانونية أو عدم مطابقتها للأحكام المحددة .

- إستعمال إشارات أو تسميات خيالية تدخل لبسا في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة السلعة وتركيبها ونوعها الأساسي ومقدار العناصر الضرورية وطريقة تناولها ، وكذا تاريخ صنعها والأجل الأقصى لصلاحية إستهلاكها ومقدارها .

- إدراج بيانات في بطاقة الوسم بهدف إلى التمييز بشكل تعسفي بين سلعة معينة ومنتجات مماثلة.

ويلاحظ في هذا الشأن أنه قد تتولد عن هذه الجريمة ، جريمة خداع المستهلك ، إذا كانت بيانات الوسم تخالف الحقيقة ، أو جريمة الإشهار الخادع أو المضلل لبيانات المنتج المركب أو المصنع، وذلك عن طريق الوسائل الجذابة التي يعتمدها المعلن كإضافة رسوم¹.

وبالرجوع إلى نص المادة 12 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش فإنه يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للإستهلاك طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول .وحسنا ما فعل المشرع وذلك لتحقيق حماية أكبر للمستهلك مما يعني أن المسؤولية تقوم على جميع الأشخاص بداية من المنتج إلى البائع.

ثانيا: الركن المعنوي

بالرجوع إلى نص المادة 78 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص : " يعاقب ... كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليه في المادتين 17 و 18 من هذا القانون" .

فالجريمة تقوم بمجرد مخالفة القانون بغض النظر عن إتجاه إرادة الجاني إلى ارتكاب الجريمة.

¹ ماني عبد الحق ، المرجع السابق ، ص 195.

وإذا كانت هذه الجريمة تتحقق بمجرد الخروج عن الإلتزامات التي فرضتها التشريعات بشأن تداول وتعبئة وعرض المنتوجات ، حتى ولو لم يترتب عليها ضرر يكون قد تحقق بالفعل ، فإن ذلك يجعل منها جريمة خطر وليست جريمة ضرر ، وهذا ما يكشف عن الطبيعة الوقائية التي يتصف بها النص الجنائي العام القائم على توافر العلم بإرتكاب المخالفة لهذا الإلتزام التي يتحقق بها

النشاط المادي الإجرامي لهذا الإلتزام المفروض في النصوص التشريعية ، لأنها جريمة خطر وليست جريمة ضرر¹.

الفقرة الثالثة : جريمة عدم الإعلام بشروط البيع

بالرجوع إلى القواعد العامة فإنه إذا تم العقد دون بيان شروط البيع فإنه يكون قابل للإبطال لوجود عيب من عيوب الرضا على أساس عدم العلم بشروط البيع أو عدم علمه بالمبيع علما كافيا ، وتعد جريمة عدم الإعلام بشروط البيع من الجرائم التي تؤدي إلى عدم إعلام المستهلك حول المنتوجات والخدمات وبشترط لقيامها توافر الركن المادي والركن المعنوي .

أولا :الركن المادي

تنص المادة 08 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي: " يلزم البائع قبل إختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة " .

¹ علي محمود علي حمود ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة ، دار النهضة العربية ، (د.ب.ن.) ، 2003،ص 185 .

نجد أن المشرع الجزائري يلزم البائع أن يخبر المستهلك بشروط البيع الممارس قبل إختتام عملية البيع ويبطل كل شرط يقبل المستهلك بتحملة متى كان مخالفا للقانون .

وقد نص المشرع على جملة من الشروط التي يجب على العون الإقتصادي أن يبادر بها إتجاه المستهلك قبل التعاقد في المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بلين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية¹.

ولم يشترط المشرع الجزائري طريقة معينة يعتمد عليها البائع لإعلام المستهلك بشروط البيع، سواء كانت الوسيلة مكتوبة أو شفاهة ، إلا أنه وضع معيارا لتلك الطريقة من نص المادة 8 من القانون 02/04 "...بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج..." ومنه يشترط في هذه الطريقة أن تتلاءم وطبيعة المنتج .

كما أن المشرع بنص المادة 08 من القانون 02-04 المذكور أعلاه ألقى الإلتزام على البائع دون بقية الأعوان الإقتصاديين ، ولم يحدد هل بائع التجزئة أم بائع الجملة، إلا أنه من إستقراء النص يتبين أن كل بائع في علاقة تعاقدية مباشرة مع المستهلك يقع عليه هذا الإلتزام ، كما يقع على كل مقدم خدمة في علاقة عقدية مع المستهلك.

ونجد كثيرا مايلجأ بعض الأعوان الإقتصاديين في علاقتهم مع المستهلك إلى وضع بعض الشروط التعسفية والتي تخفى عليه نظرا لعدم إعلامه بشروط البيع. وتعرف الشروط التعسفية طبقا للمادة 03 فقرة 05 من القانون 02-04 المذكور أعلاه على أنها: " كل بند أو شرط بمفرد أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنها الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد".

¹ المرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق ل 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ، ج.ر عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 معدل ومتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 88/44 ج.ر ، عدد 07 الصادر في 10 فبراير 2008.

ويوجد معياران لتحديد الشرط التعسفي ، أحدهما إقتصادي وهو تعسف النفوذ الإقتصادي ، ومعيار آخر قانوني وهو الميزة الفاحشة ، وكليهما يستند إلى مفهوم عدم التوازن بين الحقوق والالتزامات، وقد أورد المشرع بعض الشروط التعسفية على سبيل المثال لأول مرة في المادة 29 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية كما نصت المادة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 على عدة بنود تعتبر تعسفية .

ولحماية لرضا المستهلك من كل عيب ، لابد على العون الإقتصادي أن يضع في علم المستهلك كافة شروط البيع ، وأن تكون إرادة حرة خالية من كل عيب ، وتكون بمنأى عن الممارسات التعسفية العدوانية الصادرة عن المتعاقد الآخر ، التي تحول دون مناقشة بنود العقد أو التفاوض معه بشأن شروطه¹.

ثانيا: الركن المعنوي

لقد نص المشرع الجزائري في نص المادة 32 من القانون 04-02 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي : "يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع ، مخالفة لأحكام المادتين 8 و 9 من هذا القانون...".

يتبين من إستقراء هذه المادة أن المشرع الجزائري لم ينص على النية ، والسكوت عن القصد الجنائي الخاص يعتبر كدليل على إعتبار هذه الجريمة من الجرائم المادية التي لا تتطلب لإثبات وقوعها إثبات القصد الجنائي الخاص ، فالجريمة تقوم بمجرد الخروج عن القوانين التي تفرض هذا الإلتزام والقصد الجنائي مفترض يكفي توافر القصد الجنائي العلم لتحقق الركن المعنوي للجريمة ، والإدراك الحر في الإلتجاء إلى ذلك السلوك عن وعي دون إكراه².

¹ ذيب محمد، المرجع السابق، ص 285.

² ماني عبد الحق ، المرجع السابق ، ص 198.

الفرع الثاني

جريمة خداع وتضليل المستهلك

قد لا يكتفي العون الإقتصادي بالإمتناع عن إعلام المستهلك بل يتجاوز ذلك إلى استخدام طرق وأساليب تهدف إلى خداعه وتضليله ، ومنه تقوم مسؤولية العون الإقتصادي ، إما عن طريق خداع المستهلك أثناء التعاقد ، أو عن طريق الرسائل الإشهارية وماتطوي عليه من غش وتضليل.

ولقد ورد في الباب الرابع من الكتاب الثالث من قانون العقوبات الجزائي تحت عنوان "الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية" من المادة 429 إلى 435 مكرر ، وتناول هذا الباب جريمة خداع المتعاقد في المادة 429 ق ع ، وجريمة الغش التجاري المادة 431 ق ع ومابعدا ، وسنحاول دراسة كل جريمة على حدى لكون لكل جريمة خصوصياتها ومكوناتها .

الفقرة الأولى : جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك

لم يتطرق مشرعنا لتعريف الخداع ، وإنما أورد أهم الطرق التي يتحقق بها ، بينما تكفل الفقه بوضع تعريف له ، وعرف الخداع على أنه: "القيام بأعمال أو أكاذيب من شأنها إظهار الشيء على غير حقيقته ، كما أنه إلباس أمر من الأمور مظهر يخالف حقيقة ماهو عليه"¹. وعرف أيضا بأنه: "تشويه للحقيقة في شأن واقعة يترتب عليها الوقوع في الغلط أو إلباس أمر من الأمور مظهرا يخالف حقيقة ماهو عليه" ، ومن ثمة لا يكفي فيه الكتمان بل ينبغي أن يؤدي إلى التأثير على المستهلك وإيقاعه في غلط حول طبيعة المنتج فيوهم هذا الأخير بأن المنتج يتوفر على بعض المزايا والصفات وهو في حقيقة الأمر على عكس ذلك ، كأن يكون مقلدا أو به عيب ذو

¹ قندوزي خديجة ، المرجع السابق ، ص145.

خطورة على أمن وصحة وسلامة المستهلك¹، ويهدف المتدخل من وراء ذلك للحصول على فائدة مالية بإستبداله للمنتوج الذي يتوافق مع الرغبات المشروعية للمستهلك بمنتوج أقل قيمة من المنتوج الأول².

وقد يختلط مفهوم الخداع مع بعض المفاهيم المشابهة له مما يقتضي منا التمييز بينه وبينها.

أ- التمييز بين الخداع والتدليس المدني :

رغم هدفهما المشترك والمتمثل في إيقاع المستهلك في الغلط إلا أنه يمكن التمييز بينهما من خلال أهم الفروق التالية :

-يترتب على التدليس في القانون المدني قيام المسؤولية المدنية في جانب المتعاقد الذي قام بالتدليس ، وتنشأ عنه قابلية العقد للإبطال حماية للمصلحة الخاصة للمتعاقد المتضرر ، أما الخداع فيترتب عنه جريمة جزائية تهدف إلى حماية المصلحة العامة للأفراد من جرائم الغش والتدليس الواقعة عليهم³.

-التدليس هو عيب يصيب الإرادة عند تكوين العقد والذي ينصرف إلى الشخص المتعاقد ، أما الخداع فهو تضليل أو خدعة تحدث ليس فقط عند تكوين العقد بل أثناء

¹ خالدي فتيحة "الحماية الجزائية للمستهلك دراسة في ضوء القانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مجلة معارف ، العدد 08 جوان 2010 ، المركز الجامعي البويرة ، الجزائر ، ص 53.

² ولد عمر الطيب ، الجزاءات العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن وسلامة المستهلك ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع العدد 6 فيفري 2010 ، ص112.

³ موالك بختة ، المرجع السابق ، ص 39 .

تنفيذه ، وإذا كان الضرر في التدليس يصيب المتعاقد فقط فإنه في الخداع يصيب العامة¹.

- يلزم في التدليس المدني درجة من الجسامة لإبطال العقد ، حيث نصت المادة 86 من ق م ج على أنه : "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد"، في حين يكفي لقيام جريمة الخداع وجود تضليل بسيط أو كذب مس أحد العناصر وإنخدع المتعاقد به .²

- يشترط لإبطال العقد للتدليس أن تكون الحيل التي يستعملها المتعاقد على درجة معينة من الجسامة تدفع إلى التعاقد في حين لا يشترط ذلك في الخداع ، ولذلك فالخداع أوسع نطاقا من التدليس المدني ، وهذا ما يبرر عدم تطبيق أحكام القانون المدني بل والإهتمام بأحكام القانون الجنائي ، والهدف من التجريم الخداع هو كفالة وسلامة رضا المستهلكين في إختيار البضائع التي يريدون الحصول عليها .

ب- الخداع والغش

الغش هو الفعل المعاقب عليه قانونا نتيجة لجوء مرتكبه إلى عدة مواصفات في بضاعة معدة للبيع غير متوفرة فيها تلك المواصفات أصلا ، وهو على علم مسبق بذلك قاصدا الربح أو المنافسة غير المشروعة³.

¹ سي يوسف زاهية حورية ، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك ، المجلة النقدية للقانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، 2007، ص 30.

² عبدلي حمزة ، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية ، تخصص قانون جنائي ، كلية الحقوق ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2011-2012، ص 18.

³ غسان رباح ، قانون العقوبات الإقتصادي ، دراسة مقارنة حول جرائم رجال الأعمال والمؤسسات التجارية (المخالفات المصرفية والضريبية والجمركية وجميع جرائم التجار) ، الطبعة الثانية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2004 ، ص 271.

وتتميز جريمة الغش عن جريمة الخداع في أن الغش يكون محله أغذية الإنسان أو الحيوان أو الأدوية الطبية أو الحاصلات الزراعية والطبيعية والمنتجات الصناعية ، أما الخداع فيرد على كل سلعة أيا كانت وبغير تخصيص¹.

ج - الخداع والنصب

كل من الخداع والنصب يقوم على فكرة الإيهام الذي يستلزم القيام بفعل إيجابي مما يترتب عليه التأثير في إرادة المستهلك فيؤدي ذلك إلى تعيب إرادته ، ولكن يختلفان في كون الهدف من النصب هو الإستيلاء على كل أو بعض مال المجني عليه سواء كان ذلك بمقابل ، في حين يهدف الخداع إلى تحقيق ربح غير مشروع².

إن الوسائل الإحتيالية في جريمة النصب غير مطلوبة في جريمة الخداع ، فقد حدد المشرع الجزائري وسائل الإحتيال في جريمة النصب بثلاث وسائل على سبيل الحصر في المادة 372 من ق ع ج وهي الطرق الإحتيالية أو التصرف في مال ثابت أو منقول ليس ملكا للجاني وليس له حق التصرف فيه أو إتخاذ إسم كاذب أو صفة غير صحيحة³.

¹ أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المرجع السابق ، 190.

² المرجع نفسه ، ص 167 .

³ نصت المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري : "كل من توصل إلى إستلام أو تلقي أموال أو منقولات أو سندات أو تصرفات أو أوراق مالية أو وعود أو مخالصات أو إبراء من الإلتزامات أو إلى الحصول على أي منها ، أو شرع في ذلك وكان ذلك بالإحتيال لسلب كل ثروة الغير أو بعضها أو الشروع فيه ، إما بإستعمال أسماء أو صفات كاذبة أو سلطة خيالية أو إعتقاد مالي خيالي أو بإحداث الأمل في الفوز بأي شيء أو في وقوع حادث أو أية واقعة أخرى وهمية أو الخشية من وقوع شيء منها ، يعاقب بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وبغرامة من 500 إلى 20.000 دينار.

وإذا وقعت الجنحة من شخص لجأ إلى الجمهور بقصد إصدار أسهم أو سندات أو أنونات أو حصص أو أية سندات مالية سواء لشركات أو مشروعات تجارية ، أو صناعية فيجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشر سنوات والغرامة على 200.000 دينار.

وفي جميع الحالات يجوز أن يحكم علاوة على ذلك على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 أو من بعضها وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر ."

لم يهتم المشرع بتحديد الوسائل التي إستخدمها الجاني في خداع المتعاقد معه في المادة 68 من القانون 03/09 ، فهو لم يحصر الوسائل إلا إستثناء في المادة 69 من القانون نفسه وجعلها ظرفا مشددا للعقاب .

كما أنهما يختلفان من حيث درجة التدليس إذ يكفي لقيام جريمة الخداع مجرد الكذب ولو مرة واحدة بينما لا يكفي مجرد الكذب لقيام جريمة النصب بل يجب أن يقترن بأفعال مادية أو وقائع خارجية أو بنوع من الحبك المسرحي يحمل على الإعتقاد في صحته¹.

بعد تمييز الخداع عن المفاهيم المشابهة له يمكن تعريف جريمة الخداع بأنها: " تلك الجريمة التي يعمل فيها الجاني على خداع المتعاقد معه سواء في طبيعة المنتج أو في صفاته الجوهرية أو في تركيبه أو في نسبة المقومات اللازمة له أو في نوعه أو مصدره أو كمية الأشياء المسلمة أو في هويته"².

من خلال هذا التعريف يتضح بأن جريمة الخداع قد تقوم إما بسلوك إيجابي ، وذلك عن طريق كذب المتعاقد (البائع) مع المستهلك بشأن السلعة أو الخدمة التي يقدمها له، كما يمكن أن تقوم بسلوك سلبي والمتمثل في كتمان بعض العيوب الموجودة في المنتج محل العقد سواء كان سلعة أو خدمة .

أولا :الركن المادي لجريمة الخداع

يقصد بالركن المادي للجريمة ترجمة الجاني للفكرة الإجرامية في صورة سلوك مادي ملموس، أي النشاط أو السلوك الإيجابي أو السلبي الذي تبرز به الجريمة إلى العالم الخارجي ، فتكون بذلك قد إعتدت على الحقوق والمصالح والقيم التي يحرص

¹بودالي محمد ، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، الطبعة الأولى ، دار الفجر ، القاهرة ، 2005، ص 10.

² مقال منشور على شبكة الأنترنت بعنوان "القمع الجنائي في قانون حماية المستهلك " .

المشرع على صيانتها وحمايتها ، ويقوم الركن المادي على ثلاث عناصر أساسية وهي السلوك الإجرامي والنتيجة والعلاقة السببية.

والسلوك الإجرامي هو الفعل أو إمتناع يأتيه الجاني والنتيجة الإجرامية هي الإعتداء على المصلحة التي يحميها القانون سواء أدى هذا الإعتداء إلى الإضرار بالمصلحة المعتدى عليها أو تهديها بالخطر ، ولا بد لإكتمال البناء القانوني للجريمة أن يكون الفعل المرتكب من قبل الجاني هو سبب حدوث النتيجة سواء كان فعلا إيجابيا أو سلبيا وهو ما إتفق الفقه على تسميته بعلاقة أو رابطة السببية بين سلوك المجرم والنتيجة الضارة¹.

وتذهب محكمة النقض الفرنسية إلى أن مجرد بيع سلعة بسعر أعلى من قيمتها التجارية لا يمكن إعتباره خداعا² ، وعلى العكس يجوز إعتباره خداعا إذا كانت المبالغة بالسعر إتخذت وسيلة للخداع بما يؤدي إليه السعر المرتفع من الإعتقاد بإنعدام العيب في المنتج أو الخدمة³.

وقبل تحديد النطاق الذي ينصب عليه فعل الخداع في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نأتي إلى ذكر النطاق الذي ينصب عليه فعل الخداع في قانون العقوبات قبل صدور القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

1- نطاق جريمة الخداع في قانون العقوبات

حددت المادة 429 ق ع ج نطاق جريمة الخداع الذي ينصب على :

¹ لطروش أمينة ، جريمتي الخداع والغش في المواد الإستهلاكية ، مجلة منازعات الأعمال ، العدد الثاني ، أوت 2014 ، ص35.

² Crim ;25 octobre 1900 ;Bull crim n°358-p.211.

³ Crim 14 janvie ;1985 ;D1986.I.R.P .p132.

-**الخداع في طبيعة البضاعة** : ويتم الخداع في طبيعة المنتج بتقديم شيء مغاير تماما لما تم الإتفاق عليه بحيث يفقد طبيعته الحقيقية ، كأن يبيع شخص تحفة أثرية على أساس أنها من القرون القديمة ولكنها مصنوعة حديثا، وتقدير الوقائع المكونة لجريمة الخداع في طبيعة الشيء هو من المسائل الموضوعية التي يختص بها قاضي الموضوع ولا تخضع لرقابة محكمة العليا أما تكييف الوقائع فهو خاضع لرقابتها¹.

- **الخداع في الصفات الجوهرية**: هي مجموع المميزات التي يتضمنها المنتج موضوع العقد التي لو علم المتعاقد بغيابها لما أبرم العقد ، فتعتبر الدافع إلى التعاقد ، كأن يشتري المتعاقد هاتف نقال على أنه جديد لكنه في الحقيقة تم إستعماله قبل شرائه، وكأن يقوم تاجر ببيع معطف على أساس أنه جلد ثم يكتشف أنه غير ذلك²، ويتم الإستناد في تقدير الخداع إلى المراسيم التنفيذية والقرارات الوزارية التي تحدد خصائص المنتجات والتي تدخل تحت تسمية معينة والتي تسهل من مهمة المحاكم³.

ولا يلزم أن تكون هذه الصفة هي السبب الأساسي للتعاقد ، ولكن يجب أن تكون أحد الأسباب الدافعة للتعاقد، كما أن الصفات الجوهرية للشيء المبيع هي مسألة إعتبارية تختلف باختلاف الأشخاص والعقود والأغراض التي دفعت التعاقد⁴.

-**الخداع في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة** :وهو شكل جديد من الخداع التجاري ناتج عن الصناعة سواء في المنتجات بصفة عامة والمنتجات الغذائية بصفة خاصة ، فالمنتج يتركب من مزيج من عناصر مختلفة بنسب محددة ومعينة⁵

¹ أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المرجع السابق ، ص 175.

² عبد الله ذيب عبد الله محمد ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة)، أطروحة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين ، 2009، ص 58.

³ بودالي محمد ،حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ، صص312- 313.

⁴ أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المرجع السابق ، ص 175.

⁵ كالم حبيبة ، المرجع سابق ، ص 103

،ويتحقق الخداع هنا في تكوين الشيء فتدرج عناصر على أساس أنها من مكوناته ولكن في الحقيقة غير ذلك ، كمن يبيع خاتما من ذهب ويتبين أنه من معدن آخر ، أو كمن يكذب في كمية المواد التي تدخل في تركيب البضاعة التي يبيعها ، ويقصد بالكمية الوزن أو الكيل أو الحجم أو العدد.

ويتحقق الخداع في كمية الخدمات كما في طلاء عمارة بطلاء بعدد من الطبقات أقل من العدد المبين في المقايضة¹ ، ويمكن تحديد هذه العناصر عن طريق القرارات الوزارية واللوائح التي تحدد المواصفات القياسية ، ومنه تتحقق الجريمة بمجرد أن يكون الشيء المعروض أو المسلم تحت إسم معين مختلف في تركيبه أو مواصفاته عن تلك المنصوص عليها قانونا².

- **الخداع المنصب على نوع ومصدر البضاعة:** النوع هو الذي عن طريقه يمكن تمييز بضاعة عن مثليها ، فالزيوت مثلا أنواع متعددة ، زيت الذرة ، زيت الزيتون ، زيت النخيل وغير ذلك فيعتبر خداعا بيع زيت الذرة بإعتبارها زيت الزيتون³.

ويكتسي الخداع في نوع المنتج خطورة بالغة ، إذ أن المستهلك يعير إهتماما خاصا بالنوع بإعتبار أن المنتجات قد تتماثل في المظهر والشكل ولكنها تختلف في النوع والصنف مما يترتب عليه تغيير في قيمتها الغذائية والصحية كبيع دقيق من الدرجة الثانية على أساس أنه من الدرجة الأولى⁴ .

ويحدد المصدر جغرافيا إما بمكان الإنتاج أو بمكان الإستخراج إذا تعلق الأمر بمنتجات طبيعية أو صناعية ويتحقق الخداع هنا وقت التعاقد لاسيما إذا كان نوع

¹بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن ،المرجع السابق ، ص 314.

²أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ،المرجع السابق ، ص 176.

³ سي يوسف زاهية حورية ، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك ، المرجع السابق ،ص31.

⁴عمارة عمار ، (الحماية الجزائية للمستهلك - الغش والتدليس في المواد الغذائية والطبية)، الملتقى الوطني حول القانون الإقتصادي الجزائري ، جامعة ابن خلدون تيارت ، 2007-2008، ص 75.

المنتوج أو مصدره هو السبب الرئيسي في الشراء كأن يبيع تاجر للمتعاقد معه قطع غيار سيارة ألمانية الصنع في حين أنها صناعة صينية .

-**الخداع المنصب على الكمية المسلمة** :سواء في الوزن أو الكيل أو العدد ، ومهما كانت وسيلة الخداع المستعملة في تعديل هذه العناصر، وفي هذه الحالة يمكن تصور وقوع الخداع إما بفعل من يقوم بتسليم السلعة بكل وسيلة منه ترمي إلى رفع الوزن أو الكيل ، وذلك بإضافة أو خلط مادة جامدة مع أخرى.

وإما بفعل من يتلقى السلعة أو المنتج ، كتاجر يشتري من فلاح منتجاته الزراعية ، ويتعمد إرتكاب خطأ في الوزن أو كمستهلك يزور عدادا ما ، ويتحقق الشروع في الجريمة بمجرد قيام البائع بعرض سلع للبيع تحتوي على بيانات للوزن أو الكيل غير صحيحة ، كوجود إختلاف بين الوزن الحقيقي للمنتوج والوزن المبين على الغلاف ، وكعرض خباز لخبز بوزن أقل عما كان يجب أن يكون عليه وفقا لعادات المكان ¹.

-**الخداع في هوية الأشياء** : ويتم الخداع في هذه الصورة بتسليم المتعاقد السلعة محل العقد تختلف عما تم التعاقد عليه ومثال ذلك كأن يبيع مشروب ما يحمل علامة مشهورة ثم يتضح أنه مشروب عادي ².

2- نطاق الخداع في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

حددت المادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش السابق الذكر النطاق الذي ينصب عليه السلوك الإجرامي لجريمة الخداع وهي :

-**كمية المنتوجات المسلمة أو تسليم منتوجات غير تلك المعينة مسبقا**: تتحقق جريمة الخداع في هذه الحالي في وزن وكيل وعدد قياس السلعة محل التعاقد بأي

¹ بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن ،المرجع السابق ، ص 314.

² مقال منشور على شبكة الإنترنت بعنوان حماية المستهلك وقمع الغش

طريقة مثل إستعمال المتدخل الموازين والمكاييل الخاطئة أو غير المطابقة ، ويكون الخداع كذلك في حالة تسليم المستهلك بضاعة غير تلك التي تعاقد عليها عند الشراء ووقع إختياره عليها.

- **قابلية إستعمال المنتج** : ويقصد به أن المتدخل يقوم بخداع المستهلك حول قابلية إستعمال المنتج ، كأن يوهمه أن هذا المنتج قابل للإستعمال في غرض ما في حين أنه لايتعلق أصلا بهذا الغرض .

- **تاريخ أو مدة صلاحية المنتج** : يجب أن يتوافر في المنتج ، سواء كان سلعة أو خدمة صلاحية الإستهلاك أو الإستعمال لمدة زمنية معينة ، وتختلف هذه المدة من منتج إلى آخر حسب سماته وخصائصه من خلال تحديد تاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لإستهلاكه أو إستعماله ، وعليه فتتحقق هذه الجريمة في حالة وجود إختلاف بين التاريخ الأقصى الحقيقي للإستهلاك والتاريخ المبين على الغلاف أو الوسم .

- **النتائج المنتظرة من المنتج** : وحالة الخداع هنا كأن يدعي أن المنتج هذا له فائدة معينة، نظرا للخصائص الجوهرية أو المكونات التي تدخل في تركيب السلعة وهذا الإدعاء يكون بنية الخداع لأنه غير مطابق لحقيقة السلعة ومثال هذه الحالة الخداع الذي يكون محله القيمة الغذائية من سلعة في الحقيقة أن قيمتها أقل بكثير¹.

- **طرق الإستعمال أو الإحتياطات اللازمة لإستعمال المنتج** : بالرجوع إلى المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أن : "...يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامة أو أية وسيلة أخرى مناسبة".

ونصت المادة 18 من نفس القانون على أنه : "يجب أن تحرر بيانات الوسم ، وطريقة الإستخدام ودليل الإستعمال وشروط ضمان المنتج وكل معلومة أخرى

¹ الزقرد أحمد السعيد ، المرجع السابق ، ص 114.

منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا وعلى سبيل الإضافة يمكن إستعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين ، وبطريقة مرئية ومقروءة ، ومتعذر محوها".

من خلال تحليل هاتين المادتين نجد أن المشرع ألزم المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج وبيان كيفية الإستعمال تفاديا للأخطار¹، والأعراض الجانبية الناجمة عن سوء وضعه في الخدمة بطريقة غير صحيحة ، بالإضافة إلى تنبيهه إلى الإحتياطات الواجب إتخاذها عند الإستعمال لتجنب وقوع أضرار ، خاصة مايشهده العصر الحالي من إنتشار واسع للمنتجات والآلات التكنولوجية المختلفة وما يرافقها من تعقيد إلكتروني في طريقة إستعمالها قد يعجز المستهلك من ورائه عن إستعماله بطريقة تضمن أمنه وسلامته.²

ثانيا-الركن المعنوي

جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لتوافر أركانها القصد الجنائي لدى المتهم بعنصريه العلم والإرادة فيجب أن يعلم الجاني أن إستعمال الطرق المنصوص عليها في المادة السابقة ستؤدي إلى خداع المتعاقد وأن نتجه إرادته إلى ذلك وأن القانون يعاقب عليها³. وبذلك يتمثل الركن المعنوي لجريمة الخداع في سوء النية وإنصراف إرادة الجاني إلى إرتكاب جريمة الخداع مع العلم بتوافر أركانها ، وعليه يستلزم إثبات أن إرادة الجاني قد إنصرفت إلى الخداع أو الشرع فيه ، وأن يكون على علم بغش أو فساد مايعرضه للبيع أو يبيعه وأنه مما يدخل في عداد أغذية الإنسان أو الحيوان ، ويشترط توفر هذا القصد وقت التعاقد أما إذا لم يعلم التاجر بأن

¹ نصت المادة 9 من القانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أن: " يجب أن تكون المنتجات الموضوعة للإستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الإستعمال المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضرر بصحة المستهلك وأمنه ومصالحه".

² لطروش أمينة، المرجع السابق ، ص 39.

³ أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المرجع السابق ، ص212.

المواد مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة ، فلا يتحقق الركن المعنوي وتنتفي المسؤولية الجنائية¹، ويمكن الوصول إلى سوء النية بإحدى الطريقتين :

- إهمال أو تهاون الجاني أو عدم مراقبة البضاعة إذ يمكن لهذه الظروف أن تمكن القاضي من إستخلاص سوء النية لأن الخطأ الإحتمالي يشبه الخطأ في حد ذاته مما يؤدي تقريبا إلى التسليم بقريئة سوء النية .

-تطبيق قريئة الواقعية حسب طبيعة الوظيفة التي يشغلها العون الإقتصادي محل المتابعة بالخصوص بالنسبة للمحترفين .

هذا وقد يكون الفاعل في جريمة الخداع تاجر جملة أو تاجر تجزئة أو منتجا ، كما قد تقع الجريمة من جاني واحد أو جناة متعددون وقد يلعب كل واحد منهم دورا رئيسيا فيها فيعد كل واحد منهم فاعلا أصليا².

الفقرة الثانية: جريمة الإشهار غير المشروع

الإشهار غير المشروع هو كل إعلان يمارس ضغطا قويا على إرادة المستهلك وتحجب عنه حقيقة وجوهر السلعة والخدمة بهدف الربح المادي ولو على حساب رضاه وسلامته الصحية ، الأمر الذي أدى بالمشرع برسم حدود مشروعية الإشهار التجاري.

لهذا جرم المشرع الجزائري الإشهار غير المشروع بنص المادة 28 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مما يقتضي دراسة الأركان التي تقوم عليها جريمة الإشهار غير المشروع .

¹ قرواش رضوان ، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك، أطروحة دكتوراه في الحقوق ، فرع القانون الخاص -قانون الأعمال ، 2012 -2013.ص 106.

² بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي الخاص ، دار هومة ، الجزائر ، 2007، ص 417.

أولا: الركن المادي

يتمثل الركن المادي لهذه الجريمة في أي سلوك من شأنه خداع المستهلك وتضليله، ويتحقق هذا الخداع أو التضليل كأثر لقيام المشهر بفعل إيجابي يظهر إلى حيز الوجود ، أو كأثر لسكوته وتحفظه متخذاً بذلك موقفاً سلبياً يمنع فيه عن ذكر بيان جوهرى عن السلعة أو الخدمة محل الإشهار ، ويكون لهذا البيان بعداً مؤثراً في إتخاذ قرار التعاقد¹.

ويعد الكذب في الرسالة الإعلانية أحد أهم صور هذه الأفعال بالنظر إلى جوهره وماينطوي عليه من أخبار عن السلعة أو الخدمة محل الإعلان بخلاف ماهي عليه في الحقيقة ويؤدي خداع المستهلك خاصة إذا اقترن ذلك بقصد دفعه إلى الحركة في اتجاه التعاقد².

لذلك إعتبر نص المادة 28 من القانون 04-02 إشهار غير مشروع كل إشهار تضليلي يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاتة ، ويقصد بذلك كل ما هو مكتوب أو مقروء أو مصور أو مسموع أيا كان الشكل الذي يتخذه الإشهار ولا يشترط أن يكون التضليل قد وقع فعلا ، بل يجرم الإشهار إذا كان ماورد فيه من شأنه مستقبلا أن يوقع المتلقى في الغلط في المستقبل فالنظر إلى الرسالة الإشهارية يشمل الحاضر والمستقبل معا³، وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري في نص المادة 28 من

¹ خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، الدار الجامعية الجديدة ،الإسكندرية ،2007، ص93.

² عبد الباقي عمر محمد ، المرجع السابق ، ص158.

³ الزقرد أحمد السعيد ، المرجع السابق ، ص ص 60 - 61.

القانون 04-02 المذكور سابقا حيث أورد المصطلح في الفقرتين الثانية والثالثة من نفس المادة "...يمكن أن يؤدي إلى التضليل..."، يمكن أن يؤدي إلى الإلتباس...".

ثانيا :الركن المعنوي

لقد اختلفت وجهات نظر الفقهاء بفرنسا حول ضرورة توفر سوء النية في الإشهارات التجارية الكاذبة ، وقد تذبذبت أحكام المحاكم في إعتبارها جريمة عمدية تارة ، أو جريمة غير عمدية تارة أخرى¹ ،

إلى أن صدر قانون الإشهار لسنة 1973 الذي لم يعد يشترط سوء النية أي القصد الجنائي الخاص لقيامها ، بل أكثر من ذلك فلم تعد محكمة النقض الفرنسية تشترط في توفر خطأ غير عمدي أي الإهمال وعدم التبصر ، فتكتفي لإعتبار الجريمة قائمة بمجرد إمتناع الحرفي عن تنفيذ إلتزاماته كما هي محددة في الرسالة الإشهارية ولايقبل منه نفي المسؤولية عن نفسه ولو بإثبات السبب الأجنبي².

ونجد أن المشرع الجزائري على غرار المشرع الفرنسي لم يشترط لقيام جريمة الإشهار الكاذب أو المضلل توفر القصد الجنائي ، وسكوت المشرع الجزائري على القصد الجنائي الخاص يعتبر كدليل على نيته في إعتبارها جريمة مادية ، فمتى صدر من العون الإقتصادي سلوك مخالف للنصوص القانونية المتعلقة بحماية المستهلك فيعاقب عن هذا السلوك ، ومنه فإن الإشهار إذا كان ينطوي على تضليل أو كذب فقد خالف به نص المادة 28 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية مما يشكل جريمة قائمة يستوجب تطبيق الجزاء الجنائي ، حتى وإن لم تتجه

¹قندوزي خديجة ، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية ، المرجع السابق ، ص 69.

² جبالى واعمر ، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)،المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، عدد2 ، كلية الحقوق جامعة مولود معمري تيزي وزو ، 2006، ص45.

نية العون الإقتصادي إلى إيقاع المستهلك في الغلط أو التضليل مما يشكل فعالية أكثر في حماية المستهلك¹.

كما لم يشترط المشرع الجزائري وقوع الجريمة ، فإحتمال وقوع النتيجة يؤدي إلى قيام الجريمة في ذمة الجاني ، ومنه تعتبر جريمة الإشهار غير مشروع من الجرائم الشكلية فهي جرائم السلوك المجرد ويتميز بخلوها من النتيجة الإجرامية ، ويتكون الركن المادي فيها من السلوك الإجرامي فقط ، ويطلق عليها جرائم الخطر لأن السلوك الإجرامي يعرض مصلحة المحمية للخطر دون أن يضر بها ، وحسن فعل المشرع الجزائري بتكليف هذه الجريمة من الجرائم الشكلية ، لكي يمكن من وقاية المستهلك من الإشهار التضليلي².

وفي حالة توافر أركان الجريمة من الجرائم السابقة تقوم المسؤولية الجنائية على مرتكبها ، مما يحقق تطبيق الجزاء الجنائي ، وسوف نبين الجزاء المقرر لكل جريمة على حدا في المطلب الثاني من هذا المبحث .

المطلب الثاني

قمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام

بعد معرفة أنواع الجرائم التي يمكن أن يرتكبها العون الإقتصادي إخلالا بالالتزام بالإعلام وإضراراً بمصلحة المستهلك ، وجب معرفة كيفية معاينة هذه الجريمة ومتابعتها (الفرع الأول)، والجزاء المطبق عليها (الفرع الثاني).

¹ماني عبد الحق ، المرجع السابق ، ص 221.

²أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المرجع السابق ، ص 280 .

الفرع الاول

إثبات الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام ومتابعتها

حتى يمكن قمع الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام لابد من إثبات هذه الجرائم وذلك عن طريق أعوان مؤهلين لهذا الغرض الذي منح لهم المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش سلطة الضبط وكذا القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية عن طريق المعاينة والمتابعة ، وعند ثبوت الجريمة فإنه تتم متابعة هذا المخالف وفقا للطرق التي حددها القانون.

لهذا سنتعرض إلى إثبات الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام (الفقرة الأولى) ، ثم متابعة الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى : إثبات الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام

إن إثبات الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام يتم من طرف أعوان مؤهلين الذين لهم الإختصاص بالتحري عن الجرائم الماسة بسلامة المستهلك ، وفي حالة إكتشاف الجريمة يحرر محضر التي يثبت المخالفة .

وعلى هذا الأساس لابد من دراسة معاينة الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام (أولا) وتحضير محضر (ثانيا).

أولا :معاينة الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام

نص المشرع الجزائري في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، والقانون 02-04 المحدد للقواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية على الأعوان المؤهلون لمعاينة الجرائم ، وعليه وجب تحديد الأعوان المؤهلون للتحري

عن الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام في كلا من القانونين المذكورين أعلاه (1)،
وتحديد سلطاتهم (2).

1- الأشخاص المؤهلون لمعاينة الجرائم

لقد حددت المادة 49 من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات
التجارية والمادة 25 القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
الأشخاص المؤهلون لمعاينة الجرائم.

أ - الأشخاص المؤهلون لمعاينة الجرائم وفقا لقانون 04-02

منحت المادة 49 من القانون 04/02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات
التجارية صلاحية القيام بالتحقيقات ومعاينة المخالفة للموظفين الآتي ذكرهم :

- ضباط وأعوان الشرطة القضائية المنصوص عليهم في قانون الإجراءات الجزائية¹
- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون لإدارة المكلفة
بالتجارة .

- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجنائية .

- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا
الغرض .

ويجب أن يؤدي الموظفون التابعون لإدارة المكلفة بالتجارة والإدارة المكلفة بالمالية
اليمين وأن يفوضوا بالعمل طبقا للإجراءات التشريعية والتنظيمية المعمول بها .

¹ يسمى ضباط الشرطة القضائية في بعض الأنظمة التشريعية مأمور الضبط القضائي ، وهو نفس المصطلح الذي
كان يستعمله المشرع الجزائري ، ويسمى أعوان الشرطة القضائية أو أعوان الضبط القضائي أنظر إلى أوهابية عبد الله
، شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري (التحري والتحقيق)، الطبعة الخامسة ، دار هومة ، الجزائر ،
2014، 2013، ص 201.

كما يجب عليهم خلال القيام بمهامهم وتطبيقا للقانون أن يبينوا وظيفتهم وأن يقدموا تفويضهم بالعمل .

ب- الأعدان المؤهلون لمعاينة الجرائم وفقا للقانون 03/09

حددت المادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الأعدان المؤهلون لإثبات المخالفات بالإضافة إلى ضباط الشرطة القضائية والأعدان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة ، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون ، أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك .

ويجب على أعوان قمع الغش أن يقوموا بالعمل طبقا للأحكام التشريعية والتنظيمية السارية المفعول أن يؤدوا أمام محكمة إقامتهم الإدارية اليمين الآتية :

"أقسم بالله العلي العظيم أن أقوم بأعمال وظيفتي بأمانة وصدق وأحافظ على السر المهني وأراعي في كل الأحوال الواجبات المفروضة علي ."

ويمكن للأعدان المذكورين في المادة 25 أعلاه في إطار ممارسة وظائفهم وعند الحاجة طلب تدخل أعوان القوة العمومية الذين يتعين عليهم مد يد المساعدة عند أول طلب ، وعند الضرورة يمكن اللجوء إلى السلطة القضائية المختصة إقليميا طبقا للإجراءات السارية المفعول¹ .

2- سلطات الأعدان المؤهلون

يتمتع الأعدان المؤهلون لإثبات المخالفات بحق الإطلاع على الوثائق وحجز السلع وتفتيش المحلات المهنية مع إمكانية إقتطاع العينات لإجراء خبرة عليها .

¹ المادة 28 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

أ- الإطلاع على الوثائق

يمكن للأعوان المؤهلين بقمع الغش في إطار أداء مهامهم ودون أن يحتج إتجاههم بالسر المهني ، فحص كل وثيقة تقنية أو إدارية أو تجارية أو مالية أو محاسبية ، وكذا أية وسيلة مغناطيسية أو معلوماتية ، ويمكنهم طلب الإطلاع على هذه الوثائق في أي يد وجدت والقيام بحجزها .

وتضاف المستندات والوسائل المحجوزة إلى محضر الحجز أو ترجع في نهاية التحقيق، وتحرر حسب الحالة إما محاضر الجرد أو محاضر إعادة المستندات المحجوزة وتسلم نسخة من المحاضر إلى مرتكب المخالفة.¹

ب-تفتيش المحلات المهنية :

تجيز المادة 34 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش للأعوان المؤهلين حرية الدخول ليلا أو نهارا بما في ذلك أيام العطل إلى المحلات التجارية والمكاتب والملحقات وأماكن الشحن والتخزين ، وبصفة عامة إلى أي مكان بإستثناء المحلات السكنية التي يتم الدخول إليها طبقا لأحكام قانون الإجراءات الجزائية أي بترخيص من وكيل الجمهورية وفي حضور ضابط الشرطة القضائية ، وبحضور صاحب المسكن نهارا أي قبل الساعة الثامنة ليلا وبعد الخامسة صباحا .

ويمارس هؤلاء الأعوان كذلك أعمالهم خلال نقل البضائع كما يمكنهم عند القيام بمهامهم فتح أي طرد أو متاع بحضور المرسل أو المرسل إليه أو الناقل.²

¹المادة 50من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

² المادة 52 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

ج- حجز السلع

أجازت المادة 39 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية حجز البضائع عند الإمتناع عن إعلام المستهلك بالأسعار وشروط البيع أو ممارسة شروط البيع أو ممارسة إشهار تضليلي وذلك أيا كان مكان وجود هذه البضائع ، كما انه سمحت بحجز العتاد والتجهيزات التي إستعملت في إرتكاب هذه الجرائم ولكن مع مراعاة الغير حسن النية ، والحجز نوعان حجز عيني وحجز إعتباري.

يقصد بالحجز العيني كل حجز مادي للسلع يقوم به أعوان الرقابة على جميع الممتلكات التي تكون محل المخالفات وذلك بتحديد قيمة المواد المحجوزة على أساس البيع المطبق من صاحب المخالفة ، أو بالرجوع إلى السعر الحقيقي في السوق ، ويكلف صاحب المخالفة بحراسة المواد المحجوزة بعد أن تشتمع بالشمع الأحمر ، ويمكن أن تحول المواد المحجوزة إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم بتخزين هذه المواد إلى غاية صدور حكم أو قرار بشأنها من العدالة وتكون التكاليف على حساب المخالف، وقد تحكم العدالة برد المواد المحجوزة إلى أصحابها أو بصادرتها جزئيا أو كليا، أما الحجز الإعتباري فيقصد به كل حجز يتعلق بسلع لا يمكن لمرتكب المخالفة أن يقدمها بسبب ما ، فتقوم الإدارة بجرد وصفي وكمي لهوية السلع وقيمتها الحقيقية ، ويعتمد في ذلك على قاعدة سعر البيع الذي يطبقه المخالف حسب الفاتورة الأخيرة أو السعر الحقيقي في السوق¹.

وفي الحالتين عند الحجز العيني والحجز الإعتباري عندما يصدر القاضي حكمه بالمصادرة تصبح المواد المحجوزة مكتسبة للخزينة العمومية².

¹ عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي ، المرجع السابق ، ص 417.

² المادة 44 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

وفي حالة صدور قرار القاضي برفع اليد عن الحجز تعاد المواد المحجوزة إلى صاحبها وتحمل الدولة تكاليف التخزين ، أما إذا صدر قرار برفع اليد عن حجز مواد تم بيعها على أساس سعر البيع المطبق في السوق من طرف صاحبها أثناء الحجز فلصاحبها الحق في طلب التعويض عن الضرر الذي لحقه من جراء الحجز¹.

د - إقتطاع العينات

إقتطاع العينات هو أخذ جزء من المنتج المعروض في السوق بطريقة عشوائية ، وتحدد الكمية التي تأخذ كعينة بالنظر للكمية المضبوطة ونوع العبوات التي تحتوي السلع ، يترك تقديرها للعون المختص الذي يتمتع بدراية فنية².

وأجاز المشرع الجزائري في إطار البحث ومعاينة المخالفات لضباط الشرطة القضائية وأعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم القيام بإقتطاع العينات قصد إجراء التحاليل أو الإختبارات أو التجارب، وألزمهم بتحضير محضر فور إقتطاع العينات .

ولإجراء هذه التحاليل أو الإختبارات أو التجارب تقتطع ثلاث عينات متجانسة وممثلة للحصة موضوع الرقابة وتشمع ، وبعد ذلك يتم إرسال العينة الأولى إلى المخبر المؤهل بموجب القانون لإجراء التحاليل أو الإختبارات أو التجارب ، أما العينتان الثانية والثالثة فهما يشكلان عينتين شاهديتين واحدة تحتفظ بها مصالح الرقابة التي قامت بالإقتطاع والأخرى يحتفظ بها المتدخل المعني ، ويجب أن تحفظ هاتين العينتين ضمن شروط الحفظ الخاصة .

¹ المادة 45 من القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

² الشادلي فتوح ، الحماية الإجرائية من الغش التجاري في النظام السعودي، معهد الإدارة العامة للبحوث ، الرياض ، السعودية ، 1999،ص 101 .

ثانيا: تحرير المحاضر

يقوم الأعوان عند التحري ومعاينة المخالفات بتحرير محاضر تبين فيها الوقائع والمخالفات المسجلة والعقوبات المقررة لها ، بالإضافة إلى هوية وصفة الأعوان القائمين بها¹، حيث يجب أن تكون هذه المحاضر مدون عليها تواريخ وأماكن الرقابة المنجزة زيادة على إحتوائها على إسم الشخص الذي قام بالمخالفة وكافة المعلومات المتعلقة به مع إمضاء المتدخل المخالف والأعوان القائمين بالرقابة²، وتتمتع هذه المحاضر بالحجية حتى يثبت العكس³. وقد نصت المادة 55 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي : "...تختتم التحقيقات المنجزة بتقارير تحقيق يحدد شكلها عن طريق التنظيم.

تثبت المخالفات للقواعد المنصوص عليها في هذا القانون في محاضر تبلغ إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا مع مراعاة الأحكام الواردة في المادة 60 من هذا القانون ."

1 -الشروط الواجب توافرها في المحاضر

يجب أن تتوفر في المحاضر التي يحررها الموظفون المذكورين في المادة 49 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الشروط المبينة في المادتين 56 و 57 من نفس القانون .

- تحرير المحاضر من دون شطب أو إضافة أو قيد في الهوامش .

- أن تتضمن تواريخ وأماكن التحقيقات المنجزة والمعاينات المسجلة .

¹ المادة 31 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

² المادة 06 من المرسوم التنفيذي 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش .

³ المادة 31 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

- أن تتضمن هوية وصفة الموظفين الذين قاموا بالتحقيقات .
- أن تبين هوية مرتكب المخالفة أو الأشخاص المعنيين بالتحقيقات ونشاطهم وعناوينهم .
- تصنيف المخالفة حسب أحكام قانون 02/04 ، وعند الإقتضاء إلى النصوص التنظيمية المعمول بها .
- توضيح العقوبات المقترحة من طرف الموظفين الذين حرروا المحضر عندها يمكن أن يعاقب على المخالفة بغرامة المصالحة .
- في حالة الحجز تبين المحاضر ذلك وترفق بها وثائق جرد المنتوجات المحجوزة.
- يجب أن تحرر المحاضر في ظرف 8 أيام إبتداء من نهاية التحقيق.
- توقيع الموظفين الذين عاينوا المخالفات للمحاضر تحت طائلة البطلان .
- يجب الإشارة في المحضر بأن مرتكب المخالفة قد تم إعلامه بتاريخ ومكان تحريره.
- يجب أن توقع المحاضر من قبل المخالفين الذين حررت في حضورهم ،أما إذا حررت في غيابهم أو في حالة حضورهم ورفضهم التوقيع أو معارضتهم غرامة الصلح المقترحة يقيد ذلك في محضر .

2- حجية المحاضر

نعني بالحجية القوة الثبوتية للمحاضر الإستدلالية المثبتة للمخالفات المتعلقة بقواعد حماية المستهلك والتي قسمتها المادة 58 من قانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية إلى ثلاث درجات.

أ- محاضر إستدلالية :

هي محاضر يدون فيها عضو الشرطة القضائية الأعمال التي يجريها بنفسه أو بواسطة عون له ، فهي تتضمن مجرد معلومات لأن عمل هذا الجهاز لا يتولد عنه كقاعدة دليل قانوني، وإنما هي مجرد معلومات وإستدلالات وقد نصت المادة 215 قانون الإجراءات الجزائية "لاتعتبر المحاضر والتقارير المثبتة للجنايات أو الجرح إلا مجرد إستدلالات مالم ينص القانون على خلاف ذلك ."

ومنه يمكن القول أن المحاضر العادية للشرطة القضائية والمثبتة للمخالفات المتعلقة بقواعد حماية المستهلك وطبقا لنص المادة 215 من قانون الإجراءات الجزائية تأخذ على سبيل الإستدلال .

ب- محاضر لها حجية لحين ثبوت عكس ماورد فيها

يعترف المشرع إستثناء لبعض المحاضر بقوة ثبوتية معينة إلى حين قيام الدليل العكسي على ما جاء بها أي قيام دليل ينفي محتواها ويرتبط هذا النوع من المحاضر عادة بالمخالفات حيث يعتبر المحاضر دليل على ما جاء فيه إلى حين ثبوت عكس ذلك .

وهو مانصت عليه المادة 2/400 من قانون الإجراءات الجزائية على أنه : "ويؤخذ بالمحاضر والتقارير المحددة بمعرفة ضباط أو أعوان الشرطة القضائية والضباط المنوط بهم مهام معينة للضبط القضائي الذين خول لهم القانون سلطة إثبات المخالفات كدليل إثبات إلى أن يقوم الدليل العكسي على ماتضمنته ، وذلك عدا الحالات التي ينص فيها القانون على خلاف ذلك ، ولايجوز أن يقوم الدليل العكسي إلا بالكتابة وشهادة الشهود" .

ج- محاضر لها حجة لحين ثبوت تزويرها :

هذا النوع من المحاضر لا تكون إلا بصريح نص في القانون ولا يجوز إثبات عكس ماورد فيها إلا عن طريق الطعن فيها بالتزوير وقيام الدليل على غير ذلك بصور حكم قضائي وهي ملزمة للقاضي ، وعليه فإن المحاضر والتقارير المثبتة للمخالفات المتعلقة بقواعد حماية المستهلك حسب نص المادة 58 من قانون 02/04 تكون لها حجية قانونية حتى يطعن فيها بالتزوير إذا حررت وفقا للإجراءات والأشكال المنصوص عليها في المادتين 56 و57 من نفس القانون وهذا النوع من المحاضر يعتبر أقواها حجة .

الفقرة الثانية : متابعة الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام

نصت المادة 55 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أن المحاضر المثبتة للمخالفات ترسل إلى المدير الولائي المكلف بالتجارة الذي يرسلها بدوره إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا .مع مراعاة الأحكام الواردة في المادة 60 التي تجيز للمدير الولائي والوزير المكلف بالتجارة إقتراح غرامة على مرتكب المخالفة¹.

¹ تنص المادة 60 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على مايلي: "تخضع مخالفات أحكام هذا القانون لإختصاص الجهات القضائية . غير لأنه يمكن المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الإقتصاديين المخالفين بمصالحة ، إذا كانت المخالفة المعايينة في حدود غرامة تقل أو تساوي مليون (1.000.000 دج) إستنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين .

وفي حالة ما إذا كانت المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق مليون دينار (1.000.000 د ج) وتقل عن ثلاثة ملايين (3.000.000 د ج)، يمكن الوزير المكلف بالتجارة أن يقبل من الأعوان الإقتصاديين المخالفين بمصالحة ، إستنادا إلى المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين والمرسل من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة. عندما تكون المخالفة المسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار (3.000.000 د ج) ، فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية".

ويستشف من أحكام هاتين المادتين أن هناك طريقان لمتابعة الجرائم الماسة بحق المستهلك في الإعلام وهي :

الطريق الأول : الطريق الودي.

الطريق الثاني : الطريق القضائي.

أولا : الطريق الودي

المصالحة طريق استثنائي يخضع لشروط مقيدة محددة في القانون ، وذلك إعتبارا لما يترتب عليها من آثار على الدعوى العمومية ، ويقصد بها تنازل الهيئة الإجتماعية عن حقها في الدعوى الجزائية ووقف تنفيذها مقابل المبلغ الذي يتم عليه الصلح ، أوهي الصلح مع المتهم مقابل التنازل عن سلطة العقاب¹ .

ويقوم الصلح الجزائي في التشريعات ذات الطابع الإقتصادي والتجاري على تغليب فكرة المصلحة المالية للدولة والحفاظ على أمنها الإقتصادي على فكرة إيقاع العقاب على المجرم ، وبذلك تتم التضحية بحق المجتمع في إنزال العقاب على المتهم مقابل قيام هذا الأخير بدفع المال المساوي للضرر المادي الذي ألحق بالمجتمع على أساس أن الحفاظ على إقتصاد الدولة هو الأجدر بالرعاية² .

وفي نفس الفلسفة فإن الصلح الجزائي في ميدان حماية السوق من الممارسات التجارية غير الشفافة وغير النزيهة ، يقوم على فكرة تشجيع المخالف على دفع غرامة الصلح في مقابل إنهاء المتابعات القضائية يحقق الفائدة للطرفين ، فمن جهة تحقق الدولة إيرادا ماليا لفائدة الخزينة العمومية ، ومن جهة أخرى يتفادى العون الإقتصادي

¹ المساعدة أنور محمد صدقي ، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الإقتصادية ، دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية وغيرها ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2006 ، ص 288.

² المساعدة أنور محمد صدقي ، الصلح الجزائي في التشريعات الإقتصادية القطرية ، دراسة مقارنة ، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية ، المجلد 24 - العدد الثاني ، 2008 ، ص 98 .

المخالف إمكانية الحكم عليه جزائيا ويتفادى أيضا دفع المصاريف التي يمكن تكبدها بمناسبة المحاكمة فضلا عن إضاعة الوقت الذي هو بالنسبة للعون الإقتصادي جزءا من نشاطة الإقتصادي¹.

الأصل أن من إرتكب جرما لا بد أن يسأل عليه ويطبق الجزاء ، إلا أن بعض التشريعات خرجت عن الأصل العام ونصت على جواز تصالح الإدارة ، وهذا راجع لأسباب منها أنه يمكن الوصول إلى الغاية المقصودة من رفع الدعوى الجزائية بدون إحتياج لرفعها ، وكذا الحد من إطالة التقاضي ، وقد يكون الصلح بعد تحريك الدعوى العمومية ، وقد نص على المصالحة كطريق ودي في القانون 03/09 والقانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

1- المصالحة وفقا للقانون 02/04

حدد المشرع الجزائري في القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية الشروط الواجب توافرها لكي تتم المصالحة بنص المادة 60 والتي يمكن تقسيمها إلى شروط موضوعية ، وشروط شكلية .

أ-الشروط الموضوعية لإجراء المصالحة

هناك شروط يجب توافرها في مرتكب المخالفة وأخرى في الإدارة المكلفة بمنح المصالحة فبالنسبة لمرتكب المخالفة يشترط أن :

- أن لا يكون مرتكب المخالفة في حالة عود².

¹ خديجي أحمد ، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة علوم في القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر ، باتنة 2016، ص 291.

² تنص المادة 2/47 من القانون 02-04 المعدلة بموجب القانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي تنص على أنه :'يعتبر في حالة عود في مفهوم هذا القانون ، كل عون إقتصادي يقوم بمخالفة أخرى =

كما يشترط أن تكون العقوبة المقررة قانونا للمخالفة أقل من ثلاث ملايين دينار ، وفي هذا الإطار نصت المادة 60 الفقرة الأخيرة على أنه : " عندما تكون المخالفة مسجلة في حدود غرامة تفوق ثلاثة ملايين دينار ، فإن المحضر المعد من طرف الموظفين المؤهلين يرسل مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية ."

ونلاحظ أن المشرع لم يتطرق إلى الحالة التي تكون فيها الغرامة تساوي ثلاثة ملايين إذا كانت تجوز فيها المصالحة أم لا ، وأمام هذا الوضع يرى الأستاذ أحسن بوسقيعة أنه عملا بقاعدة التفسير الأصلح للمتعم يجب أن لا يضر هذا الإغفال بالمتعم ، ومن ثم طالما أن المشرع أبعد المصالحة صراحة في حالة ما إذا كانت العقوبة المقررة للمخالفة أكثر من ثلاث ملايين دينار ، فليس ثمة ما يمنع إجراء المصالحة إذا كانت المخالفة تساوي هذا المبلغ .

وهنا تثار مسألة إختصاص التصالح علما أن القانون وزع الإختصاص بين المدير الولائي المكلف بالتجارة وبين الوزير المكلف بالتجارة دون الإشارة إلى الحالة التي تكون فيها العقوبة تساوي ثلاث ملايين دينار¹.

- أما بالنسبة للإدارة فلا بد من أن يكون ممثل الإدارة مختص لإجرائها وقد وزعت المادة 60 إختصاص إجراء المصالحة بين المدير الولائي المكلف بالتجارة والوزير المكلف بالتجارة على النحو التالي :

- يختص المدير الولائي المكلف بالتجارة بقبول المصالحة من الأعوان الإقتصاديين المخالفين إذا كانت المخالفة المعايينة معاقب عليها قانونا بغرامة تقل أو تساوي مليون

= لها علاقة بنشاط خلال سنتين التي تلي إنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط ، فإذا كان المخالف عائدا بمفهوم المادة 47 فقرة 2 فإنه لا يستفيد من المصالحة بل يرسل المحضر مباشرة من طرف المدير الولائي المكلف بالتجارة إلى وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعة الجزائية ."

¹ بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي الخاص ...، المرجع السابق ، ص 249.

دينار وذلك بالإستناد على المحضر المعد من طرف الأعوان المؤهلين ، وبالنظر إلى العقوبات المقررة يختص المدير الولائي بإجراء المصالحة في الجرائم التالية¹:

- عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات المعاقب عليها بالمادة 31 ، بإعتبار أن الغرامة المقررة لها تتراوح بين خمسة آلاف دينار ومائة ألف دينار .

- عدم الإعلام بشروط البيع المعاقب عليها بالمادة 32 بإعتبار أن الغرامة المقررة لها تتراوح بين عشرة آلاف دينار ومائة ألف دينار .

- الفاتورة غير المطابقة معاقب عليها بنص المادة 34 بغرامة تتراوح من عشرة آلاف دينار إلى خمسين ألف دينار .

- ممارسة أسعار غير شرعية المعاقب عليها طبقا للمادة 36 بغرامة من عشرين ألف دينار إلى مائتي ألف دينار كما يختص الوزير المكلف بالتجارة طبقا لنص المادة 60 فقرة 3 بقبول المصالحة من الأعوان الإقتصاديين المخالفين إذا كانت المخالفة معاقب عليها بغرامة تفوق المليون دينار وتقل عن ثلاث ملايين دينار².

ب- الشروط الشكلية

لقد أجازت المادة 61 للأعوان الإقتصاديين المخالفين الطعن في غرامة المصادرة المقترحة عليهم أمام المدير الولائي المكلف بالتجارة أو الوزير المكلف بالتجارة ، وحددت أجال الطعن بثمانية أيام (08) إبتداء من تاريخ تسليم المحضر لصاحب المخالفة.

وقد أجازت المادة 61 ذاتها في فقرتها الثالثة للوزير المكلف بالتجارة وكذا المدير الولائي المكلف بالتجارة تعديل مبلغ غرامة المصالحة المقترحة من طرف الموظفين

¹ بوسقيعة أحسن ، ، الوجيز في القانون الجنائي الخاص ، ص 249.

² المادة 60 فقرة 3 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

المؤهلين الذين حرروا المحضر في حدود العقوبات المالية المنصوص عليها في القانون ويكون قرار السلطة المختصة إما بالموافقة على المصالحة وإما برفضها .

وتجدر الإشارة هنا إلى أن المصالحة في مجال مخالفات القواعد المطبقة على الممارسات التجارية مثلها مثل المصالحة في المجال الجمركي ومجال الصرف ليست حقا لمرتكب المخالفة، ولا هي إجراء إلزامي بالنسبة للإدارة ، إنما هي مكنة جعلها المشرع في متناولهما إذ يجوز لمرتكب المخالفة أن يطلبها والإدارة ليست ملزمة بقبولها ولا حتى الرد عليها .

وإذا لم تدفع المصالحة في أجل 45 يوم ابتداء من تاريخ الموافقة على المصالحة يحال الملف على وكيل الجمهورية المختص إقليميا قصد المتابعات القضائية¹.

2 - المصالحة وفقا لقانون 09-03:

يجب توافر الشروط الموضوعية والشكلية

أ-الشروط الموضوعية :

يمكن لضباط الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم وأعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك أن يفرضوا غرامة صلح على كل من يخالف أحكام هذا القانون .

غير أنه لايمكن فرض غرامة الصلح إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية ، وإما تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك ، كما أنه لايمكن فرض غرامة الصلح في حالة العود ، أو في حالة تعدد المخالفات التي لايطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح² .

¹ المادة 61 من القانون 04-02 السالف الذكر .

² المادتين 86 و87 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

وقد حددت المادة 88 من هذا القانون مبلغ غرامة الصلح حسب كل مخالفة ، فعند غياب بيانات وسم المنتج يجب تسديد مائتا ألف دينار (200,000دج)، ولكن إذا سجلت عدة مخالفات على نفس المحضر يجب على المخالف أن يدفع مبلغا إجماليا لكل غرامات الصلح المستحقة .

ب-الشروط الشكلية :

طبقا للمادة 90 من القانون 09-03 تبلغ المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش المخالف في أجل لايتعدى سبعة (7 أيام) إبتداء من تاريخ تحرير المحضر إنذار برسالة موصى عليها مع إشعار بالإستلام يبين فيه محل إقامته ،ومكان وتاريخ وسبب المخالفة ،ومراجع النصوص المطبقة ومبلغ الغرامة المفروضة عليه وكذلك أجال وكيفيات التسديد .

وقد صرحت المادة 91 من نفس القانون بأنه لايقبل الطعن في القرار الذي يحدد مبلغ غرامة الصلح .

أما أجال كيفيات تسديد مبلغ غرامة الصلح فقد حددتها المادة 92 من نفس القانون التي أوجبت على المخالف أن يدفع المبلغ مرة واحدة لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف أو مكان المخالفة ، وذلك في أجل ثلاثين يوما التي تلي تاريخ الإنذار .

فإذا قام المخالف بدفع المبلغ يقوم قابض الضرائب بإعلام المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش المعنية بحصول الدفع ، وذلك في أجل عشرة أيام من تاريخ دفع الغرامة.

وفي حالة عدم إستلام الإشعار في أجل خمسة وأربعين يوما إبتداء من تاريخ وصول الإنذار للمخالف ترسل المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليميا .

ويرسل جدول مجمل إشعارات الدفع المستلمة من طرف قابض الضرائب في الشهر السابق في الأسبوع الأول من كل شهر إلى المصالح المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش .

وعليه إذا سدد المخالف مبلغ غرامة الصلح في الأجل والشروط المحددة تنقضي الدعوى العمومية¹، أما إذا لم يتم بالتسديد في الأجل المحددة يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة ، وفي هذه الحالة ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى² .

ثانيا : الطريق القضائي

وهو الطريق الأصلي كما يتبين ذلك من حكم المادة 60 من القانون 04-02 السابق الذكر التي نصت على أن المخالفات تخضع لإختصاص الهيئات القضائية ، وتكون المبادرة بالمتابعة لوكيل الجمهورية الذي يتلقى المحاضر المثبتة للمخالفات من المدير الولائي المكلف بالتجارة ، ويقرر التتبع الذي يخصه لها، وتبقى للنيابة العامة ملائمة المتابعة ، فهي صاحبة الدعوى العمومية تحركها وتباشرها دون سواها ، فلا يعترف القانون للإدارة المكلفة بالتجارة بأي دور في المتابعة القضائية ، كما لاتخضع المتابعة لأي قيد أو إجراء مسبق ، غير أن المادة 63 من القانون 04-02 السابق الذكر تجيز لممثل الوزير المكلف بالتجارة المؤهل قانونا حتى ولو كانت الإدارة المكلفة بالتجارة ليست طرفا في الدعوى ، أن يقدم أمام الجهات القضائية المعنية طلبات كتابية أو شفوية في إطار المتابعات القضائية الناشئة عن مخالفة تطبيق لأحكام القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

ومن جهة أخرى ودون المساس بأحكام المادة 02 من قانون الإجراءات الجزائية تجيز المادة 65 من القانون 04-02 لجمعيات حماية المستهلك والجمعيات المهنية التي أنشئت طبقا للقانون وكذلك لكل شخص طبيعي أو معنوي ذي مصلحة رفع دعوى قضائية ضد كل عون

¹ المادة 93 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² المادة 86 من القانون 03/09. السابق الذكر.

إقتصادي بمخالفة أحكام هذا القانون ، كما يمكنهم التأسيس كطرف مدني في الدعاوى للحصول على تعويض الضرر الذي لحقهم¹ ، وهو منعت عليه المادة 23 من القانون 03-09 المتعلق بالحماية المستهلك وقمع الغش ، وقد جاء فيها مايلي : "عندما يتعرض المستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني".

وطبقا للمادة 329 ق إج يختص بالفصل في الجرائم المتعلقة بالالتزام بالإعلام فسم الجرح على مستوى المحكمة التي يقع بدائرة إختصاصها محل وقوع الجريمة ، أو محل إقامة أحد المتهمين أو محل القبض عليهم ولو كان هذا القبض قد وقع لسبب آخر.

وتختص المحكمة المطروح عليها النزاع بالفصل في جميع الدعاوى التي يبيدها المتهم دفاعا عن نفسه ، ولها مناقشة أدلة الإثبات ، هذه الأخيرة التي تعتبر على سبيل الإستدلال ، إلا أنه في الجرائم المتعلقة بالالتزام العون الإقتصادي بالإعلام والتي حرر فيها محضر بالشروط والأشكال القانونية تعتبر ملزمة للقاضي ، حتى وإن خالفت قناعته إلى غاية أن يقيم الدليل على عكسها ، أو يطعن فيها بالتزوير²

والحكم إما أن يكون بالبراءة إذا كانت الواقعة غير ثابتة أو القانون لايعاقب عليها ، أو بالإدانة وتطبيق العقوبات الجزائية المقررة إذا تبث للمحكمة توافر أركان الجريمة عن طريق أدلة الإثبات ، كما يلزم بالمصاريف القضائية ، وللمدان الحق في الإستئناف أمام الجهات القضائية المختصة.³

¹ بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي الخاص ، المرجع السابق ، ص ص 246- 247 .

² المادة 58 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

³ ماني عبد الحق ، المرجع السابق ، ص 167.

الفرع الثاني

الجزاء المطبق على الجرائم المخلة بالالتزام بالإعلام

الجزاء هو الأثر المترتب على مخالفة القاعدة القانونية ، وتتميز النصوص القانونية واللائحية المقررة لحماية المستهلك بإزدواجية الجزاء جزاء إداري و جزاء جنائي .

فالجزاء الإداري هو الجزاء الصادر عن الجهات الإدارية المختصة ، ويعتبر من التدابير التحفظية، أما الجزاء الجنائي فهو الجزاء الصادر عن الجهات القضائية المختصة بالنظر في الجريمة ، وستعرض إلى الجزاء الإداري (الفقرة الأولى) والجزاء الجنائي (الفقرة الثانية).

الفقرة الأولى :الجزاء الإداري

خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية المختصة تطبيق بعض التدابير الإدارية لقمع الجرائم المخلة بالالتزام بالإعلام ، وذلك بموجب القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

والجزاء الإداري¹ يطبق على كل الجرائم الماسة بالالتزام بالإعلام إلا جريمة الخداع التي تخضع العقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات .

¹ يجب التفرقة بين الجزاء الإداري والعقوبات الجنائية والتميز بينهما لا يرجع إلى السلطة التي تصدر عن كل منهما ، فالقاعدة أن العقوبة لا توقع إلا بمقتضى حكم صادر عن محكمة مختصة بذلك ،ولكن يجيز القانون لسلطة إدارية إصدار بعض العقوبات وكذلك لاتخول المحاكم توقيع جزاءات تأديبية أو إدارية ، ولكن يجيز القانون ذلك على سبيل الاستثناء ، أما المرجع في التفرقة بين نوعي الجزاء فهو طبيعة الجزاء نفسه فالجزاءات الإدارية هي الإجراءات التي تتخذها السلطات الإدارية من تدابير لتوخي وقوع الجريمة والمحافظة على النظام والطمأنينة العامة وحماية الجمهور =

أولاً: الجزاء الإداري المتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

خول المشرع الجزائري للأعوان المكلفين المذكورين بنص المادة 25 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إتخاذ كافة التدابير التحفظية حماية لصحة المستهلك وكذا مصالحه الإقتصادية في حالة ما إذا كانت المنتوجات مخالفة للنظام القانوني للوسم ، وتتمثل هذه التدابير فيما يلي :

1- رفض دخول المنتج المستورد إذا كان مخالفا للنظام القانوني للوسم :

يمكن للأعوان المؤهلين القيام برفض الدخول المؤقت أو النهائي للمنتوجات المستوردة عند الحدود ، والرفض المؤقت لدخول المنتج المستورد يكون في حالة الشك في عدم مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم ، وهذا لغرض إجراء تحريات مدققة أو لضبط مطابقته .

أما الرفض النهائي لدخول المنتج المستورد فيصريح به في حالة إثبات عدم مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم بالمعاينة المباشرة أو بعد إجراء التحريات المدققة .

2 - إيداع المنتج المخالف للنظام القانوني للوسم

يتمثل إيداع في وقف المنتج المعروض للإستهلاك ثبت بعد المعاينة المباشرة¹ أنه غير مطابق للنظام القانوني للوسم ، وذلك بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش ، ويتقرر الإيداع قصد ضبط مطابقة المنتج المشتبه فيه من طرف المتدخل المعني، وفي حالة ضبط المطابقة يرفع الإيداع من طرف الإدارة

=ومنع الإضطراب ينظر أحمد محمد محمود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة...، المرجع السابق ، ص 483.

¹ يقصد بالمعاينة المباشرة تلك التي يمكن معاينتها وإثباتها بالعين المجردة عند الفحص الأولي للمنتج من خلال فحص الوثائق وسماع المتدخلين المسؤولين .

المكافئة بحماية المستهلك وقمع الغش بعد معاينة ضبط مطابقة المنتج للنظام القانوني للوسم¹.

3 - حجز المنتجات غير المطابقة للنظام القانوني للوسم

طبقا للمادة 57 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش رخص المشرع الجزائري للأعوان المنصوص عليهم طبقا للمادة 25 من هذا القانون القيام بحجز المنتج غير المطابق للنظام القانوني للوسم ، وذلك إذا ثبت عدم إمكانية ضبط المطابقة أو في حالة رفض المتدخل المعني بالعمل على جعل المنتج مطابقا ، ويتم الحجز بغرض تغيير إتجاه المنتج أو إعادة توجيهه أو إتلافه . بشرط إعلام وكيل الجمهورية فورا بإجراء الحجز وكذا تحرير محاضر الحجز ، وتشميع المنتجات المحجوزة وتوضع تحت حراسة المتدخل المعني².

4- التوقيف المؤقت لنشاط المؤسسة في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

نصت المادة 64 من القانون 03-09 على أنه يمكن توقيف نشاط المؤسسة التي يثبت عدم مراعاتها لهذا القانون مؤقتا إلى غاية إزالة أسباب إتخاذ هذا التدبير وذلك طبقا للتشريع المعمول به والمتمثل في القوانين والتنظيمات الخاصة بممارسة النشاطات التجارية .

5- السحب المؤقت للمنتج المخالف للنظام القانوني للوسم

يعد هذا الإجراء من التعديلات الجديدة التي جاء بها القانون 03-09 بحيث يقوم أعوان الرقابة بسحب المنتج بمجرد الإشتباه بعدم مطابقته وقد نصت المادة 59 من هذا القانون على أنه: يسحب المنتج بمجرد الإشتباه بعدم مطابقته وذلك إلى غاية ظهور نتائج التحريات المعمقة وإذا لم تجر هذه التحريات خلال (7) أيام عمل ، أو

¹ المادة 54 و 55 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

² المادة 61 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

إذا لم يثبت عدم مطابقة المنتج يرفع فوراً تدبير السحب المؤقت ، أما إذا أثبت عدم مطابقته فيعلن عن حجزه طبقاً للمادة 60 من القانون 03/09 وتسدّد المصاريف الناتجة عن عملية الرقابة والتحليل من طرف المتدخل المقصر وإذا لم يثبت عدم مطابقته تعوض العينة للمتدخل على أساس القيمة المسجلة في محضر الإقتطاع¹.

5 -السحب النهائي للمنتوج المخالف للنظام القانوني للوسم

نصت المادة 62 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على تنفيذ الأعوان المكلفون بالرقابة بالسحب النهائي للمنتوجات دون رخصة مسبقة من السلطات القضائية في الحالات الآتية :

- المنتوجات التي تثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي إنتهت مدة صلاحياتها .
- المنتوجات التي تثبت عدم صلاحياتها للإستهلاك .
- حيازة المنتوجات دون سبب شرعي والتي يمكن إستعمالها في التزوير .
- المنتوجات المقلدة.
- الأشياء أو الأجهزة التي تستعمل في التزوير .

إن الهدف من سحب المنتج إما يجعل البضاعة مطابقة أو قصد تغيير إتجاهها أو إرسالها إلى هيئة ، وذلك على نفقة المتدخل المقصر وعلى مسؤوليته دون الإخلال بالمتابعة القضائية والجنائية ،ويقصد بجعل المنتج مطابقاً وفقاً لنص المادة 25 من المرسوم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش ، بإنذار صاحب المنتج ومطالبته بإزالة سبب عدم المطابقة بإدخال تعديل عليها ويتمثل هذا التعديل بإضافة تغيير

¹ سحب منتج الجبن الطري المكون من القطع الحامل للعلامة التجارية "البقرة الضاحكة " la vache quirir " وذلك نظراً لأنه منتج غير مطابق لإحتوائه على عفينات ضارة بصحة المستهلك .ينظر جريدة النهار يوم 1 أكتوبر 2016.

معين كوسم المنتج إذا كان لا يحمل وسما أو بوضع البيانات الناقصة والتي يجب أن يتوفر عليها الوسم بجعله مطابقا لمميزات ومكونات المنتج.

وتشير المادة 26 من المرسوم التنفيذي 39/90 السابق الذكر على إرسال المنتجات المسحوبة على نفقة المتدخل المقصر وتحت مسؤوليته إلى المؤسسة المسؤولة عن توظيفها أو إنتاجها أو إستيرداها وذلك بإستعمالها لغرض شرعي إما مباشرة أو بعد تحويلها .

وقد نصت المادة 63 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أنه في حالة إذا كان المنتج قابلا للإستهلاك يوجه مجانا إلى مركز ذي منفعة عامة كالجامعات والمستشفيات ، ويوجه للإتلاف إذا كان مقلدا أو غير صالح لذلك مع إعلام وكيل الجمهورية بذلك فورا ، وتعلم مصالح حماية المستهلكين بكافة الوسائل عن طريق الإخطار التي يشكلها كل منتج مسحوب من العرض للإستهلاك .

ويظهر الفرق بين إيداع المنتج وسحبه في أن الأول يتم حين الكشف عن المخالفة بالمعاينة المباشرة ، أما الثاني فيتم بعد التحريات المعمقة حول مطابقة المنتج.¹

ثانيا: الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بالأسعار وشرط البيع وممارسة الإشهار التضليلي

خول المشرع الجزائي بموجب القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية للهيئات الإدارية المختصة تطبيق بعض التدابير الإدارية لقمع الجرائم المخلة بالالتزام بالإعلام، وتتمثل هذه التدابير في حجز المنتج وغلق المحلات التجارية ، ونشر قرار الغلق.²

¹ضيف الله فاطمة ، المرجع السابق ، ص 79.، ينظر أيضا شعباني حنين نوال ، المرجع السابق ، ص 124.
² لم يشر القانون 03-09 إلى الجزاءات الإدارية المطبقة في حالة مخالفة النصوص المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش.

وسنكتفي بالحديث عن غلق المحلات التجارية ونشر قرار الغلق بما أن الدراسة قد أشارت إلى إجراءات حجز المنتج عند تحديد سلطات الأعوان المؤهلين بمعاينة الجرائم.

1- غلق المحلات التجارية

يقصد بالغلق منع مرتكب الفعل من ممارسة النشاط الذي كان يمارسه قبل إغلاق محله¹، فالغلق إجراء وقائي يفرض على الأشخاص الذين أثبتوا ممارستهم لحرفة أو نشاط إقتصادي أو تجاري عدم قدرتهم على الإلتزام بالقواعد التي نظم بها المشرع هذا النشاط .

قد يكون الغلق نهائيا أو مؤقت وفي الحالة الأخيرة عادة ماينتهي بتمام المدة أو بزوال الأسباب التي أدت إلى إتخاذ إجراء الغلق²، ويتخذ الغلق صورتين هما: الغلق القضائي والغلق الإداري.

أ- الغلق القضائي

يجوز للقاضي الحكم بالغلق كعقوبة تكميلية ، بناء على أمر قضائي صادر من المحكمة يترتب عليه منع العون الإقتصادي المحكوم عليه من ممارسة نشاطه نهائيا بموجب القانون، وتجدر الإشارة إلى أنه قد وجهت إنتقادات حول جعل الغلق نهائيا على أساس أنه تدبير خطير يؤدي إلى تضرر العمال وفق أدوات الإنتاج .

ب - الغلق الإداري

في حالة إرتكاب العون الإقتصادي لإحدى الجرائم المنصوص عليها في المادة 46 من القانون 02/04 المعدلة بموجب المادة 10 من القانون 06/10 المحدد للقواعد

¹ أحمد محمد محود علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المرجع السابق ، ص 464.

² عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي ، المرجع السابق ، ص 422.

المطبقة على الممارسات التجارية كعدم الإعلام بالأسعار وشروط البيع واللجوء إلى الإشهارات المضللة لترويج المنتوجات ، يمكن للوالي المختص إقليميا بناء على إقتراح من المدير الولائي المكلف بالتجارة أن يتخذ بموجب قرار إجراءات غلق إدارية للمحلات التجارية لمدة لا تتجاوز 60 يوما¹.

وإذا كان المخالف في حالة عود فإن المادة 47 من القانون 04-02 المعدلة بموجب المادة 11 من القانون 10-06 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فإنه تتخذ إجراءات الغلق الإدارية لكل مخالف لأحكام هذا القانون.

ويعد في حالة عود ، قيام العون الإقتصادي بمخالفة أخرى لها علاقة بنشاطه خلال السنتين التي إنقضاء العقوبة السابقة المتعلقة بنفس النشاط .

ويكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام القضاء ، وإذا نتج عن هذا الطعن حصول العون الإقتصادي على الحق في إلغاء قرار الغلق ، يكون بإمكانه المطالبة بالتعويض أمام الجهة القضائية المختصة لجبر الضرر الذي لحقه به ، ويرفع الطلب في هذه الحالة إلى المحكمة الإدارية الذي يقع في دائرة إختصاصها الولاية التي صدر عنها قرار الغلق².

2- نشر قرار الغلق

يمكن للوالي طبقا للمادة 48 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية أن يأمر وعلى نفقة المخالف بنشر قرار الغلق مثلا أو ملخص منه في الصحافة الوطنية أو لصقه بأحرف بارزة في الأماكن التي يحددها الوالي في قراره.

¹ لقد كانت المادة 46 من القانون 02/04 قبل التعديل تحدد المدة القصوى ب 30يوم ، وحددت مجموعة من

المخالفات لتوقيع الغلق الإداري وبعد التعديل وسعت من عدد المخالفات التي يمكن توقيع الجزاء الإداري عليها .

² المادة 46 من القانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

لكن هذه المادة لم تحدد المدة التي يستغرقها نشر القرار والمصاريف المتعلقة به ، كما أنه لا يمكن تطبيق نص المادة 18 من قانون العقوبات التي تحدد المدة القصوى للتعليق بشهر واحد على ألا تتجاوز مصاريف النشر المبلغ الذي حدده القاضي في حكمه ، وذلك لأن هذه المادة تتعلق بنشر حكم الإدانة كعقوبة تكميلية أما قرار الوالي في هذه الحالة فيتعلق بنشر قرار غلق المحلات التجارية والذي يعتبر جزءا إداريا .

وبالتالي فالمشرع الجزائري خول للأعوان في مديرية التجارة المذكورين بنص المادة 25 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، وكذا الوالي والإدارة المكلفة بحماية المستهلك تطبيق جزاءات إدارية على مرتكب جريمة من الجرائم المتعلقة بالإعلام مما يحقق ردعا لإقتراف جرم يمس بحق المستهلك في الإعلام .

الفقرة الثانية :الجزاء الجنائي

يعد الجزاء الجنائي النتيجة القانونية المترتبة عن مخالفة نصوص التجريم الواردة في قانون العقوبات والقوانين المكملة له ،وتعد العقوبة جزاء يقرره المشرع ويوقعه القاضي على من تثبت مسؤوليته في ارتكاب الجريمة .

وللعقوبات وظائف تتمثل في تحقيق الردع وإرضاء شعور العدالة ،فتحقق العقوبة الردع العام الذي يقصد به تحذير باقي أفراد المجتمع الذين تراودهم فكرة ارتكاب الجريمة من أنهم سينالون نفس العقوبة التي توقع على المجرم الذي ارتكبها فعلا¹ .

كما يحقق الردع الخاص والذي يقصد به إيلاء الجاني بالقدر اللازم الذي يمنع من التفكير في العودة إلى ارتكاب الجريمة ،كما أن للعقوبة وظيفة إرضاء شعور

¹بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجزائري العام ...، المرجع السابق ،ص 218.

الناس بالعدالة ولا تكون كذلك إلا إذا كانت تطبق على كل من يرتكب الجريمة التي تقرر جزاء لها¹.

وقد قرر القانون عقوبات أصلية يجب على القاضي الحكم بها إذا ما تبثت التهمة في حق المتهم ، كما قرر إلى جانبها عقوبات تكميلية .

أولاً- العقوبات الأصلية :

تختلف العقوبات المقررة على الجرائم المخلة بالالتزام بالإعلام باختلاف الجريمة ، وذلك على النحو التالي:

1-العقوبات المقررة على جرائم الإمتناع عن إعلام المستهلك :

أ-بالنسبة لجريمة عدم الإعلام بشروط البيع :

عاقب المشرع الجزائري على جنحة عدم الإعلام بشروط البيع بنص المادة 32من قانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وعقوبتها هي الغرامة من عشرة الاف (10,000دج)الى مئة الف (100,000 دج).

إلا أن المادة 05 من قانون العقوبات نصت على أن الغرامة في مواد الجنح تتجاوز 20,000دج أي الحد الأدنى 20,000 دج في حين الحد الأدنى في جريمة عدم الإعلام بشروط البيع هو 10,000 د ج.

وفي حالة العود تطبق أحكام المادة 47 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية من حيث العقوبة المقررة على العون الإقتصادي المخالف وهو في حالة العود ، حيث تضاعف الغرامة المطبقة على الجريمة ، بالإضافة إلى عقوبة الحبس من ثلاث(3) أشهر إلى سنة (1)واحدة ، وهي إختيارية

¹ بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجزائري العام ...، المرجع السابق ، ص 218.

للقاضي إن شاء حكم بالغرامة فقط ، أو حكم بهما معا ، وهنا السلطة تقديرية للقاضي طبقا للمادة 47 من قانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

ب- بالنسبة لجريمة عدم إعلام المستهلك بالأسعار :

حددت المادة 31 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية العقوبة المقررة على جريمة عدم الإعلام بالأسعار وهي الغرامة من خمسة آلاف (5,000دج) إلى مئة ألف (100,000دج).

وماتجب الإشارة إليه أن القانون 06/95 المتعلق بالمنافسة كان يعاقب على هذه الجريمة بغرامة خمسمئة ألف (500,000دج) وذلك بموجب المادة 61 منه ، وبعد إلغائه بموجب القانون 03/03¹ لم يورد هذا الأخير نص يحدد العقوبة المقررة على هذه الجريمة ، ومن ثمة فإن النص المطبق حاليا هو نص المادة 31 من القانون 02/04.

ج- بالنسبة جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم

يعاقب على جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم بموجب المادة 78 من القانون 03-09 المتعلقة بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أن: "يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100,000دج) إلى مليون دينار (1,000,000دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون".²

¹ الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 ، ج ر 46 ، الصادر بتاريخ 2010/8/18.

² الشيء الملاحظ ان المشرع تراجع عن العقوبة السالبة للحرية والتي كانت العقوبة فيها حسب نص المادة 28 فقرة 2 من القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك والملغى بالقانون 03/09 ويعاقب بالحبس من 10 أيام إلى شهر ، وبغرامة من 100 دج إلى 1000دج ، أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من خالف أحكام المادة 3 فقرة 1 و 3 ، والمواد 4،5،6،9 من هذا القانون .

ونجد أن المشرع الجزائري لم ينص على عقوبة العود في القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، إلا أنه تدارك هذا في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ونص على حالة العود وشدد من العقوبة في حالة أن مرتكب جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم كان في حالة العود بنص المادة 85 من القانون المذكور أعلاه وضاعف من الغرامة .

والملاحظ أن كل من هذه الجرائم الثلاثة تشكل جنحة ، ويعاقب عليها بعقوبة الغرامة دون الحبس¹ ، ذلك أن العقوبات المالية هي أهم العقوبات بالنسبة إلى جرائم الإضرار بالمستهلك خاصة الإقتصادية منها ، ويرجع ذلك إلى أن غالبية هذه الجرائم ترتكب بدافع الطمع والريخ غير المشروع.

وبالتالي يكون من المناسب أن تكون الغلبة لعقوبة تصيب الجاني في ذمته المالية، وهذا مايفسر إتجاه المشرع في بعض الأحوال إلى فرض عقوبات مالية شديدة لردع الجناة وبما يكفل الإحترام اللازم لقوانين حماية المستهلك .

2- العقوبات المقررة على جرائم خداع وتضليل المستهلك

نصت المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على مايلي : " يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات ، كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتوجات المسلمة ، تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا ، قابلية إستعمال المنتوج ، تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج ، النتائج المنتظرة من المنتوج ، طرق إستعمال أو الإحتياجات اللازمة لإستعمال المنتوج " .

¹ الحبس هو سلب حرية المحكوم عليه الذي يلتزم أحيانا بالعمل أو يعفى في أحيان أخرى من هذا الإلتزام وذلك خلال المدة التي يحددها الحكم وبمقتضاها يوضع المحكوم عليه في أحد مؤسسات إعادة التربية (السجون) ، ويعتبر الحبس الصورة الفعلية لسلب حرية المحكوم عليه ، وهي عقوبة مؤقتة حددها الأقصى خمس سنوات أنظر عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي ، المرجع السابق ، ص 427.

وبما أن هذه المادة أحالتنا إلى المادة 429 من قانون العقوبات فإن العقوبات المقررة على خداع أو محاولة خداع المستهلك هي الحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات ، وبغرامة من 2000 إلى 20,000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط .

أما إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكبت بإحدى الطرق المنصوص عليها في المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإن العقوبة المنصوص عليها أعلاه ترفع وتشدد إلى خمس سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمئة ألف دينار (500,000 دج) وهو مانصت عليه المادة 430 من قانون العقوبات.، أما في حالة العود المنصوص عليها بالمادة 85 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ، فتضاعف الغرامة ويمكن للجهة القضائية المختصة إعلان شطب السجل التجاري للمخالف¹

وقد عاقب المشرع الفرنسي على الجريمة أيضا في المادة الأولى من القانون 1905 على أنها جنحة ، وقرر لها عقوبة الحبس لمدة عامين وغرامة مقدارها 25,000 فرنك أو بإحدى هاتين العقوبتين إلى جانب عقوبتي النشر والمصادرة².

3- العقوبات المقررة على جريمة الإشهار التجاري المضلل:

أدخل المشرع الجزائري الإشهار المضلل في طائفة الممارسات التجارية غير النزيهة ، وقرر له عقوبة الغرامة من خمسين الف دينار جزائري (50,000 دج) إلى خمسة ملايين دينار جزائري (5,000,000 دج).

¹ قبل صدور قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نص المشرع الجزائري على عقوبة الشخص المعنوي في جريمة الخداع ، حيث نصت المادة 435 مكرر من قانون العقوبات الجزائري "يكون الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم المعرفة في هذا الباب وذلك طبقا للشروط المنصوص عليها في المادة 51 مكرر من هذا القانون تطبق على الشخص المعنوي عقوبة الغرامة حسب الكيفيات".، إلا أن المشرع الجزائري بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم ينص على عقوبة الشخص المعنوي.

² سي يوسف زاهية حورية ، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك ، المرجع السابق ، ص ص 34-35.

وتضاعف العقوبة في حالة العود ويمكن للقاضي أن يمنع العون الإقتصادي المحكوم عليه من ممارسة أي نشاط مذكور في المادة 02 من القانون 04-02 بصفة مؤقتة وهذا لمدة لا تزيد عن عشر سنوات ، وتضاف لهذه العقوبة زيادة على ذلك عقوبة الحبس من ثلاث (03) أشهر إلى خمس (05) سنوات¹.

ثانيا - العقوبات التكميلية

العقوبات التكميلية هي عقوبات تضاف إلى العقوبة الأصلية²، وقد نص القانون 02/04 على عقوبتين تكميليتين هما المصادرة ، ونشر الحكم ، أما قانون 03/09 فنص على عقوبتين تكميليتين هما المصادرة والشطب من السجل التجاري .

1- المصادرة

المصادرة هي نزع ملكية مال من صاحبه جبرا عنه وإضافته إلى ملك الدولة دون مقابل ، وبذلك فهي عقوبة مالية عينية تنصب على مال معين³.

ويعرف الفقه المصادرة بأنها إضافة مال الجاني إلى ملك الدولة قهرا عنه وبدون مقابل⁴، وقد عرفها المشرع الجزائري بنص المادة 15 من قانون العقوبات الجزائري على النحو التالي: "المصادرة هي الأيلولة النهائية إلى الدولة لمال أو مجموعة أموال معينة..."، والمصادرة التي توقع كعقوبة لا تكون إلا بحكم قضائي ، ومن ثم فإنها لا تكون بقرار إداري ، وإنما تكون بحكم قضائي صادر عن جهة قضائية مختصة⁵، والمصادرة نوعان هما المصادرة العامة والمصادرة الخاصة.

¹المادة 47 من القانون 02/04 المتعلق بالممارسات التجارية

²بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي الخاص ، المرجع السابق ، ص 241.

³مأمون محمد سلامة ، قانون العقوبات ، القسم العام ، الطبعة الثالثة ، دار النهضة العربية ، (د.ب.ن)، 2001، ص681.

⁴ كالم حبيبة ، حماية المستهلك ...، المرجع السابق ، ص 115

⁵ماني عبد الحق ، المرجع السابق ، ص 250.

أ- المصادرة العامة :

ويقصد بالمصادرة العامة وضع يد الدولة على الذمة المالية للمحكوم عليه وتشمل أمواه الحاضرة والمستقبلية سواء كانت عقارية أو منقولة ،ومحلها ذمة المحكوم عليه بكاملها بنزع الملكية جبرا عليه وهذا النوع من المصادرة من شأنه أن تتعدى المحكوم عليه لتشمل جميع أفراد عائلته ،ومثل هذا النوع إذا كان يمكن معرفته في بعض الجرائم العامة فإنه نادر في جرائم الإضرار بالمستهلك التي تسعى لخلق نوع من التوازن في العقاب حتى تضمن بقاء العون الإقتصادي مستمر في النشاط الاقتصادي ولا يمتد الضرر لكل الإقتصاد الوطني.

ب- المصادرة الخاصة

ويقصد بها إضافة أموال معينة إلى ملكية الدولة هذه الأموال التي يكون لها إرتباط بالجريمة، وهي عقوبة جزائية كما تعتبر تدبير من تدابير الأمن الإحترازية ، فقد ترد المصادرة على أشياء حيازتها مشروعة ولكن هذه الأموال لها صلة بالجريمة ،كما قد ترد كتدبير أمن وهنا محل المصادرة أشياء غير مشروعة¹ .

وقد نص القانون 02/04 في مادته 44 على جرائم معينة يمكن الحكم معها بالمصادرة ، ومنها الإشهار غير المشروع .

إلا أنه بصدور القانون رقم 06-10 مؤرخ في 2010/8/15² الذي يعدل ويتمم القانون 02/04 والمحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، فنص في المادة 09 منه على مايلي : " تعدل أحكام المادة 44 من القانون 02/04 المؤرخ في 5

¹ عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي ، المرجع السابق ،ص412.

² المادة 44 من القانون 02-04 المعدلة بموجب المادة 09 من القانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

جمادى الأولى لعام 1425 الموافق ل 22 يوليو سنة 2004 والمذكور أعلاه وتحرر كمايلي :

المادة 44 : " زيادة على العقوبات المالية المنصوص عليها في هذا القانون ، يمكن للقاضي أن يحكم بمصادرة السلع المحجوزة " .

وبذلك فإن المصادرة أمر جوازي يمكن للقاضي أن يحكم به أو أن يستبعده، وبالتالي يمكن الحكم بالمصادرة في أي مخالفة للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، وإذا كانت المصادرة تتعلق بسلع كانت موضوع حجز عيني ، تسلم هذه المواد إلى إدارة أملاك الدولة التي تقوم ببيعها وفق الشروط المنصوص عليها في التشريع والتنظيم المعمول بهما¹ .

وفي حالة الحجز الإعتباري تكون المصادرة على قيمة المواد المحجوزة بكاملها أو على جزء منها، بحيث يصبح مبلغ بيع السلع المحجوزة مكتسبا للخزينة العامة² .

ويشكل الحكم النهائي بالمصادرة سند ملكية الدولة ، لأنه بعد صدور هذا الحكم تنتقل الأشياء موضوع المصادرة إلى ملكية الدولة دون حاجة إلى أية إجراءات تنفيذية، وحينها تقوم أجهزة الدولة بإعدامها إذا كانت ضارة أو بيعها وإدخال ثمنها في الخزينة العامة أو التصرف فيها بأي وجه من أوجه المنفعة لأجهزتها المختلفة ، وكل ذلك مالم ينص القانون على توجيه الأموال المصادرة إلى وجه محدد من الوجوه.

وإذا كان القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية جعل الحكم بالمصادرة عقوبة تخضع للسلطة التقديرية للقاضي إلا أن القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش نص على إلزامية الحكم بالمصادرة ، وهذا من

¹المادة 2/44 من القانون 02/04 المعدلة بموجب المادة 09 من القانون 06-10 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

²الفقرة 3و4 من المادة 44 من القانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

خلال المادة 82 التي نصت على أنه: "إضافة إلى العقوبات المنصوص عليها أعلاه ، تصدر المنتجات والأدوات وكل وسيلة أخرى إستعملت لإرتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون ."

ومنه فإن المخالفات المنصوص عليها في القانون 04-02 السابق الذكر فيما يتعلق بالالتزام بالإعلام فإن المصادرة تخضع للسلطة التقديرية للقاضي ، أما المخالفات المتعلقة بقانون حماية المستهلك وقمع الغش المتمثلة في جريمة الخداع ومخالفة النظام القانوني للوسم فإن مصادرة السلع إجباري فيها¹.

ب - نشر الحكم الصادر بالإدانة

يعد نشر الحكم الصادر بالإدانة جزءا مكملا للجزاء الأصلي ، ونادرا ما ينص عليه القانون العام إلا أنه يغلب النص عليه في قوانين حماية المستهلك لما له من أثر فعال في مكافحة جرائم الإضرار بالمستهلك².

ويشكل نشر الحكم الصادر بالإدانة تهديدا فعليا للمحكوم عليه ، لأنه يصيب مرتكب الجريمة في شرفه وإعتباره ويمس بمكانته ويفقد الثقة فيه لدى الجمهور ، ويؤثر على نشاطه مستقبلا ، كما أنه يحدث إنزعاجا في أوساط التجار والمحترفين ،

¹ يجدر الإشارة إلى أن المصادرة لاتسقط بالعمو العام ، لأن العمو لا يغير من طبيعة السلعة من سلعة فاسدة إلى سلعة سليمة صالحة للإستهلاك ، فالأشياء تظل تمثل خطرا على المجتمع ومصادرتها تبقى الطريقة المثلى لدرء الخطر ، كما أن التقادم أو مرور الزمن لا يؤثر عليها ، ذلك أن مرور الوقت لا يعني زوال الخطر كما أنه لا يدل على تنازل السلطات العامة عن حقها في المصادرة ، وبما أن المصادرة تنصب على الشيء في حد ذاته بصرف النظر عن صاحبه فإنها لاتخضع إذن للظروف المخففة ، لأن هذه الأخيرة تتصل بالأشخاص وتطبق عليهم دون إستثناء . أنظر رفاوي شاهيناز ، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام كلية الحقوق جامعة سطيف مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال كلية الحقوق ، جامعة سطيف 02 ، ص 224.

² أحمد محمد علي خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة ، المرجع السابق ، ص 474.

لأن صداه يصل إلى الرأي العام فينبه جمهور المستهلكين إلى الجرائم التي يجهلون وقوعها¹.

وتجيز المادة 48 من القانون 04-02 السابق الذكر للقاضي وفي جميع مخالفات قواعد الشفافية منها جريمة عدم الإعلام بالأسعار ، وعدم الإعلام بشروط البيع ، والإشهار غير المشروع، الحكم على نفقة المحكوم عليه بنشر الحكم كاملا أو مستخرج منه جريدة أو أكثر يعينها أو بتعليقه في الأماكن التي يبينها².

ولإشارة فإن المادة 09-03 لم تنص على إمكانية نشر الحكم بالنسبة لمخالفة قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

وبعد التشريع الفرنسي من أكثر التشريعات المقارنة إستخداما لهذا الجزاء حيث نص في مدونة الإستهلاك على أنه يجوز للمحكمة في جميع الحالات أن تأمر بنشر حكم الإدانة كاملا أو ملخصا منه في الجرائد التي تحددها لذلك، وأن تلصق في الأماكن التي يحددها وبصفة خاصة على واجهة المحلات والمصانع وأماكن التشغيل الخاصة بالمحكوم عليه ، على أن لا تتجاوز تكلفة النشر الحد الأقصى للغرامة المحكوم بها ، ويجب في هذه الحالة أن تحدد المحكمة المدة التي يظل فيها اللصق على أن لا تتجاوز سبعة أيام³.

وتعد هذه العقوبة جد فعالة لأنها تمس ليس فقط مركزه التجاري ، وإنما تزعزع سمعته التجارية في السوق مما ينعكس سلبا على ثقة الجمهور ، وبهذا الشكل سيمس

¹بودالي محمد، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، المرجع السابق، ص 73.

² طبقا للمادة 18 من قانون العقوبات الجزائري فإن مصاريف النشر لايجوز أن تتجاوز المبلغ الذي يحدده القاضي في حكمه لهذا الغرض ، كما يجب ألا تتجاوز مدة التعليق أو النشر شهرا واحدا ، وأمام سكوت المادة 48 أعلاه بالنسبة لمصاريف النشر أو التعليق وكذا المدة فإننا نطبق المبدأ المقرر في المادة 18 من قانون العقوبات ينظر قانون رقم 15-19 مؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يعدل ويتم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات ، ج ر عدد 71 الصادر بتاريخ 30 ديسمبر 2015.

³أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة، المرجع السابق ، ص 475.

هذا الحكم القضائي المنشور بأحد أهم عناصر المحل التجاري ألا وهو عنصر العملاء وليس هذا فحسب، بل تعد هذه العقوبة بمثابة رسالة موجهة إلى المخالفين الآخرين ، وتحذرهـم بعدم اللجوء إلى مخالفة القانون وإلا لقوا نفس المصير¹.

2- الشطب من السجل التجاري

العقوبات التكميلية التي أدرجها المشرع الجزائري في القانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك في حالة ارتكاب مخالفة النظام القانوني للوسم هي سحب الرخص والسندات والوثائق الأخرى ، وعند الإقتضاء الشطب من السجل التجاري أو بطاقة الحرفي ، إلا أنه بعد صدور القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أسقط جميع هذه العقوبات التكميلية إلا عقوبة الشطب من السجل التجاري في حالة أن مرتكب المخالفة كان في حالة العود وهذا مانصت عليه المادة 85 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

¹قندوزي خديجة ، المرجع السابق ، ص 197.

خاتمة

يعتبر الإلتزام بالإعلام بإعتباره إلتزام قائم بذاته من أهم الإلتزامات الملقاة على عاتق المتدخل بإعتباره الطرف القوي في العلاقة التعاقدية وذلك للحد من التفاوت المعرفي الموجود بينه وبين المستهلك الضعيف من الناحية المعرفية .

ويشترط لقيام الإلتزام بالإعلام أن يكون أحد أطراف العقد حائزا لمعلومات جوهرية تتعلق بموضوع التعاقد ويكون الطرف الآخر جاهلا بها جهلا مشروعاً ولايستطيع الإستهلام عنها بوسائله الخاصة .

وقد فرض المشرع الجزائري إلتزام بإعلام المستهلك عن طريق الوسم والذي يعتبر وسيلة إعلام إجبارية بموجب المادة 17 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش التي تنص على أن : " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للإستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة." .

وقد يلجأ المتدخل إلى الإشهار التجاري بهدف إعلام المستهلك والذي يعتبر وسيلة إعلام إختيارية وقد إشتراط المشرع أن يكون بالوسائل المشروعة بعيداً عن التضليل واللبس وذلك لحماية المستهلك.

وإذا أخل المتدخل بإلتزامه بالإعلام فإن ذلك يرتب مسؤولية سواء المدنية أو الجزائية .
فعلى مستوى المسؤولية المدنية يحق للمستهلك المطالبة بإبطال العقد كما يحق له المطالبة بالضمان.

أما على مستوى المسؤولية التصهيرية فيحق للمستهلك المطالبة بالتعويض على أساس الضرر الحاصل له نتيجة إخلال المتدخل بإلتزامه بإعلام المستهلك مما يسبب له ضرراً.

وإلى جانب المسؤولية المدنية تقوم المسؤولية الجزائية التي تهدف إلى معاقبة المتدخل عن إتيان أي سلوك جرمه القانون ، وتكون مخالفة للقوانين المنظمة لهذا الإلتزام ، إما في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك مباشرة أو في القوانين المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية ، أوفي قانون العقوبات الذي جرم كل الأفعال التي من شأنها أن تخدع المستهلك في حالة التعاقد .

والجرائم التي أدرجها المشرع الجزائي في هذه القوانين ، جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم وكان من الأفضل لو أن المشرع نص على إلزامية إدراج السعر على الوسم في حالة المواد المعبأة أو الجاهزة للتعبئة مع نصوص القانون المتعلقة بالوسم وتطبيق نفس العقوبة ، وذلك لتفادي كثرة النصوص والتمييز بينها في العقوبة .

كما أن المشرع الجزائي قد تدارك الفراغ القانوني فيما يتعلق بتنظيم الإشهار التجاري ونص على تجريم الإشهار المضلل أو الكاذب بالمادة 28 من القانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

كما جرم الخداع الواقع على المتعاقد بنص المادة 429 من قانون العقوبات والمادة 68 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش .

وعند ثبوت الجريمة على المتدخل فإن هناك نوعين من الجزاء يطبق عليه الجزاء الإداري والجزاء الجنائي .

فعلى مستوى الجزاء الإداري خول المشرع الجزائري للهيئات الإدارية سواء المذكورة في القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش أو في 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية غلق المحلات التجارية ونشر قرار الغلق.

كما أجاز لمديرية التجارة المصالحة مع مرتكب المخالفة في جريمتي عدم الإعلام بالأسعار وعدم الإعلام بشروط البيع وفرض غرامة الصلح في جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم والتي جاء بها القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

أما على المستوى الجزاء الجنائي نجد أن المشرع الجزائري طبق جزاءات متنوعة بين العقوبات السالبة للحرية والعقوبات المالية ، ففي جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم رفع من قيمة الغرامة مقارنة مع القانون القديم .

وبالنسبة للجرائم المتعلقة بالإلتزام بالإعلام والمنصوص عليها في القانون 02/04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية فقد طبق العقوبات المالية والمتمثلة في الغرامة المحددة بحديها ، وإن كانت مناسبة لنوع الجريمة إلا أن قيمتها غير كافية للردع خاصة بالنسبة للمراكز التجارية الكبرى ، ومن الأفضل لو أن المشرع أخذ بالغرامة النسبية التي تتناسب وحجم رأس المال للمتدخل مما يحقق ردعا كافيا وفعالا في نفس الوقت .

أما بالنسبة لجريمة الخداع ، فقد جرمها بنصوص القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك ، وأحال عقوبتها إلى المادة 429 من قانون العقوبات ، كما أُلزم مرتكب المخالفة بإعادة الأرباح التي حصل عليها بدون وجه حق .

إن المستهلك يمثل أهم طائفة في المجتمع فهو يعتبر مؤشر تطوره أو تخلفه ، لذا وجب على الدولة في ضوء تحقيق الحماية الفعالة أن لاكتفي بالحماية القانونية للمستهلك فقط بل يجب أن تلجأ إلى تفعيل آليات أخرى مثل تسخير وسائل الإعلام عن طريق تخصيص وثائق تتعلق بالسلوكيات الإستهلاكية من خلالها تبين حقوق المستهلك والآليات التي أقرت لحماية حقه في الإعلام ، وذلك مع ضرورة الوصول إلى جميع المستهلكين ومخاطبة جميع الفئات ، كما يتعين أيضا إحترام حقوق فئة الصم والبكم بإعتماد لغة الإشارة في البرامج المقدمة ضمنا لحصولهم على إعلام كاملا وتعميم ذلك على كل مجالات الخدمات التي تخص المستهلك.

ونلاحظ من الناحية العملية ونظرا لإجراءات التقاضي العسيرة والتكاليف الباهظة ، أصبح المستهلك يعزف عن اللجوء إلى القضاء فأصبح هدفا لكل متدخل يقوم بإغرائه

وخداعه ،لذا نقترح محاكم متخصصة تعنى بدراسة قضايا المستهلكين تتميز بالسرعة في الفصل وإلغاء مصاريف التقاضي وبسط إجراءاتها .

ومن جهة أخرى ضرورة تكوين قضاة متخصصين في قانون الإستهلاك يتخذون تكويننا متكاملًا في المدرسة العليا للقضاء ، وذلك نظرا لعجز قضاة اليوم على تسبيب أحكامهم إلا على القانون المدني متجاهلين قانون الإستهلاك والمراسيم التنفيذية المتعلقة به.

كما يجب تفعيل دور الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك ، وذلك بنشر ثقافة الإستهلاك وتوعية المستهلك بحقوقه ومنها حقه في الإعلام المسبق بخصائص السلع والخدمات ، كما يجب القيام بدراسات علمية ونشرها بطريقة تمكن المستهلك من الوقوف في وجه المتدخل .

ضرورة إصدار نصوص تشريعية تنظم الإشهار التجاري وذلك لما له من أهمية من الناحية الإقتصادية ودوره الفعال في إعلام المستهلك.

ضرورة إنشاء مراكز متخصصة لحماية المستهلك تتكون من لجان تعمل على فض النزاعات بين المستهلك والمتدخل .

ضرورة سعي الدولة الجزائرية إلى الإستفادة من خبرة الدولة المتقدمة في مجال مكافحة جرائم الإستهلاك .

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

أ- الكتب العامة

- 1- السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في القانون المدني نظرية الإلتزام بوجه عام الإثبات ، أثار الإلتزام ، دار إحياء التراث العربي ، بيروت ، لبنان ، سنة 1970.
- 2- السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني (الإلتزام بوجه عام مصادر الإلتزام) ، المجلد الثاني ، الطبعة الثالثة الجديدة ، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، لبنان ، 2000 .
- 3- السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني ، ج 7، القاهرة ، دار النهضة العربية ، 1990.
- 4- السنهوري عبد الرزاق ، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع المقايضة، الجزء الرابع، دار النهضة العربية، طبعة 1999.
- 5- الفضل منذر ، النظرية العامة للإلتزامات ، مصادر الإلتزام ، الجزء الأول، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 1996.
- 6- القيسي عامر قاسم أحمد ، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني والمقارن) ، الطبعة الأولى ، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن، 2002 .
- 7- المساعدة أنور محمد صدقي ، المسؤولية الجزائية عن الجرائم الإقتصادية ، دراسة تحليلية تأصيلية مقارنة في التشريعات الأردنية والسورية واللبنانية والمصرية والفرنسية وغيرها ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان 2006 .

- 8-النشار محمد فتح الله ، حق التعويض المدني بين الفقه الإسلامي والقانون المدني ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ، 2002.
- 9-أنور العمروسي ، المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية في القانون المدني ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر 2004 .
- 10-الأهواني حسام الدين ، عقد البيع في القانون الكويتي دراسة مقارنة ، دون بلد النشر، 1989.
- 11-أوهايبة عبد الله ، شرح قانون الإجراءات الجزائية الجزائري (التحري والتحقيق)، الطبعة الخامسة، دار هومة ، الجزائر ، 2013-2014.
- 12-بلحاج العربي ، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري "دراسة مقارنة ، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، 2010.
- 13-بن سعيد عمر ، الإجتهد القضائي وفقا لاحكام القانون المدني ، مطبوعات الديوان الوطني للأشغال العمومية ، باتنة ، الجزائر 2001.
- 14-بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي الخاص ، دار هومة ، الجزائر ، 2007.
- 15-بوسقيعة أحسن ، الوجيز في القانون الجنائي العام ، الطبعة الثامنة ، دار هوسنة (بوزريعة)،الجزائر ، 2009.
- 16-حسن عامر ، عبد الرحيم عامر ، المسؤولية المدنية التقصيرية والعقدية ، توزيع دار الكتاب الحديث ، الطبعة الثانية ، لسنة 1979 .
- 18-حمدي عبد الرحمان،الوسيط في النظرية العامة للإلتزامات الكتاب الأول المصادر الإرادية للإلتزام العقد والإرادة المنفردة ، الطبعة الأولى ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1999 .

- 19- خالد كوثر سعيد عدنان ، حماية المستهلك الإلكتروني ، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، 2012.
- 20- خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، الدار الجامعية الإسكندرية، 2007.
- 21- صبري السعدي محمد ، الواضح في شرح القانون المدني ، دار الهدى، الجزائر، 2012.
- 22- عاطف نقيب ، النظرية العامة للمسؤولية الناشئة عن الفعل الشخصي الخطأ والضرر ، منشورات عويدات (البيروت - باريس)، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دون سنة النشر.
- 23- العرعاري عبد القادر ، الكتاب الثاني المسؤولية المدنية ، الطبعة الثالثة ، مطبعة الكرامة ، الرباط ، 20011.
- 24- عزة محمود خليل ، مشكلات المسؤولية في مواجهة فيروس الحاسب الآلي ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1994.
- 25- علي علي سليمان ، دراسات المسؤولية المدنية في القانون المدني الجزائري ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 1986.
- 26- علي علي سليمان، النظرية العامة للإلتزام (مصادر الإلتزام في القانون المدني الجزائري)، الطبعة الثامنة ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008.
- 27- علي محمود علي حمود ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة ، دار النهضة العربية ، بدون بلد نشر، 2003.

- 28- عنابي بن عيسى ، سلوك المستهلك ، عوامل التأثير البيئية ، الجزء الأول ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2003،
- 29- فيلالي علي ، الإلتزامات النظرية العامة للعقد ،موفم للنشر ، الجزائر 2010
- 30-قنديل سعيد السيد ، أليات تعويض الأضرار البيئية دراسة في ضوء الأنظمة القانونية والإتفاقيات الدولية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ،2004،
- 31-ليبب شنب ، شرح أحكام عقد البيع ، دار النهضة العربية ،القاهرة ، 1981.
- 32-الاصامة عبد العزيز ، نظرية الإلتزامات في ضوء القانون المدني المقارن (المسؤولية التقصيرية. الفعل الضار ، أساسها وشروطها)، الطبعة الأولى، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة والنشر والتوزيع ، الأردن ، 2002.
- 33-محمود نجيب ، جرائم الإمتناع والمسؤولية الجنائية عن الإمتناع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1986.
- 34-مرقس سليمان ، النظرية العامة للإلتزام ، الجزء الأول ، الطبعة الخامسة ، ديوان المطبوعات الجامعية ،بدون بلد نشر، 1992.
- 35-مقدم السعيد ، التعويض عن الضرر المعنوي في المسؤولية المدنية (دراسة مقارنة)، دار الحداثة ، لبنان، 1985 .
- 36-ممدوح محمود مبروك ، أحكام العلم بالمبيع وتطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة ، وفقا للقانون المدني والفرنسي والفقہ الإسلامي وأحكامه القضاء ، المكتب الفني للإصدارات القانونية القاهرة ، مصر ، 1999 .
- 37-ناصر إلیاس ، موسوعة العقود المدنية والتجارية ، الجزء الرابع تنفيذ العقد ،المؤسسة الحديثة للكتاب ، الطبعة الرابعة ، طرابلس لبنان ، 2004.

ب-الكتب المتخصصة

- 1-أبو بكر الصديق منى ، الإلتزام بإعلام المستهلك عن المنتجات ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الإسكندرية ،2013.
- 2-أبو عمرو مصطفى ، الإلتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك ، دار الجامعة الجديدة ، الأزاريطة، ،2010
- 3-أبو عمرو مصطفى أحمد ، موجز أحكام قانون حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ،منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت -لبنان ، 2011.
- 4-أقصاصي عبد القادر ، الإلتزام بضمان سلامة العقود ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2010.
- 5-البراوي حسين حسين ، عقد تقديم المشورة (دراسة قانونية لعقد تقديم الإستشارة الفنية)، دار النهضة العربية ، 1998.
- 6-البهيجي عصام أحمد،الإلتزام بالشفافية والإفصاح في عقود الإستثمار والإستهلاك والعلاج الطبي ، دار الكتب والوثائق القومية ، المكتب الجامعي الجديد ، دون بلد النشر ،2014.
- 7-الحاج محمد عبد القادر ، مسؤولية المنتج والموزع ، دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي ، دار النهضة العربية ،الطبعة الثالثة ، القاهرة ، 2004.
- 8-الحاج محمد عبد القادر علي ، مسؤولية المنتج والموزع دراسة في قانون التجارة الدولية مع المقارنة بالفقه الإسلامي، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1990.
- 9-الرفاعي أحمد محمد ، الحماية المدنية للمستهلك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، مصر،1994.

- 10- الزقرد أحمد السعيد ،الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية،2007.
- 11- السيد محمد عمران ، حماية المستهلك اثناء تكوين العقد ، الطبعة الأولى ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 1986 .
- 12- العروصي محمد ، الإلتزام بالإعلام خلال مرحلة تكوين عقد البيع ،الطبعة الثانية ، مطبعة وراقة سجلماسة ، (د.ب.ن)،2012.
- 13- القيسي أحمد عامر قاسم ، الحماية القانونية للمستهلك (دراسة في القانون المدني والمقارن)، الطبعة الأولى ، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان الأردن،2002.
- 14- المرسي محمد زهرة ،الحماية المدنية للتجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة ، 2008 .
- 15- المرسي حمود عبد العزيز ، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام في عقد البيع ، دون دون دار النشر ،دون بلد النشر، 2005.
- 16- أمانج رحيم أحمد ، حماية المستهلك في نطاق العقد، الطبعة الأولى ،شركة المطبوعات للتوزيع والنشر ، لبنان، 2010.
- 17- بودالي محمد ، حماية المستهلك في القانون المقارن (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)،دار الحديث ، الجزائر، 2006.
- 18- بودالي محمد ،مسؤولية المنتج عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة مصر، 2005.
- 19- بودلي محمد ، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية ، الطبعة الأولى ، دار الفجر ، القاهرة ، 2005.

- 20-بوعبيد عباسي ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، الطبعة الأولى ، المطبعة والوراقة الوطنية ، المغرب، 2008.
- 21-حجاب محمد منير ، الإعلان السياحي ، دار الفجر ، القاهرة ، 2002.
- 22-حسن عبد الباسط جميعي ، حماية المستهلك ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1996.
- 23-حسين حسين البراوي ، عقد تقديم المشورة (دراسة قانونية لعقد تقديم الإستشارة الفنية)، دار النهضة العربية ، القاهرة 1998.
- 24- حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع ، المكتب الفني للإصدارات القانونية، 1999.
- 25-خالد إبراهيم ممدوح ، حماية المستهلك في العقد الإلكتروني ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2008.
- 26-خالد جمال أحمد حسن ، " الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار النهضة العربية ، القاهرة ،دون سنة النشر.
- 27-خالد ممدوح إبراهيم ، حماية المستهلك في المعاملات الإلكترونية ، الدار الجامعية الإسكندرية 2007.
- 28-خلف أحمد محمد محمود خلف ، الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة (دراسة مقارنة) ، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، المنصورة، مصر، 2007.
- 29-خلف أحمد محمود علي خلف ،الحماية الجنائية للمستهلك في مجال عدم الإخلال بالأسعار وحماية المنافسة ومنع الإحتكار ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية ، مصر ، 2008.
- 30-دسوقي محمد إبراهيم ، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار إيهاب للنشر ، أسبوط ، 1985.

- 31- سعيد عبد السلام ،الإلتزام بالإفصاح في العقود، الطبعة الأولى ،دار النهضة العربية ، القاهرة، 2000.
- 32- سليمان شيرزاد عزيز ، عقد الإعلان في القانون ، الطبعة الأولى، دار دجلة ، الأردن ، 2008 .
- 33- سهير منتصر ، الإلتزام بالتبصير ، دار النهضة العربية، القاهرة، 1990.
- 34- سي يوسف زاهية حورية ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار هومة ، الجزائر، 2009.
- 35- شكري سرور محمد ، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة الطبعة الأولى ، دارالفكر العربي ، القاهرة ن مصر ، 1983.
- 36- طرح البحور علي حسين ، عقود المستهلكين الدولية مابين قضاء التحكيم والقضاء الدولي ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، مصر 2007.
- 37- عبد الباقي عمر محمد ، الحماية العقدية للمستهلك ، منشأة المعارف ، الإسكندرية ، 2004
- 38- عبد العال ربيع ميرفت ، الإلتزام بالتحذير في مجال عقد البيع ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 2004.
- 39- عبد المنعم موسى إبراهيم ، حماية المستهلك (دراسة مقارنة)، حماية المستهلك ، الطبعة الأولى ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان ،. 2007
- 40- علي سيد حسن ، الإلتزام بالسلامة في عقد البيع ، دار النهضة العربية ، القاهرة، 1990.
- 41- علي محمود علي حمود ، الحماية الجنائية للتصنيع الغذائي في ضوء التشريعات المطبقة ، دار النهضة العربية ، دون بلد النشر، 2003.

- 42- غسان رباح ، قانون العقوبات الإقتصادي ، دراسة مقارنة حول جرائم رجال الأعمال والمؤسسات التجارية (المخالفات المصرفية والضريبية والجمركية وجميع جرائم التجار)، الطبعة الثانية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان ، 2004.
- 43- فتاك علي ، تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج ، الطبعة الأولى ، دار الفكر العربي ، 2013 .
- 44- فتاك علي ، تأثير المنافسة على الإلتزام بضمان سلامة المنتج ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، 2007 .
- 45- قادة شهيدة ، المسؤولية المدنية للمنتج (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية ، 2007
- 46- محمد إبراهيم دسوقي ، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ، دار إيهاب للنشر ، أسيوط ، 1985،
- 47- محمد جودت ناصر ، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، 2008.
- 48- مصطفى عبد القادر ، دور الإعلان في التسويق السياحي (دراسة مقارنة)المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع ، بيروت ، لبنان ، 2003.
- 49- موفق حمادة عبده ، الحماية المدنية للمستهلك في التجارة الإلكترونية (دراسة مقارنة)، الطبعة الأولى. منشورات زين الحقوقية ، دون بلد النشر ، 2011.
- 50- نزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود (دراسة فقهية، قضائية مقارنة)، دار النهضة العربية ، القاهرة ، 1982 .

2- الرسائل الجامعية

أ- أطروحات الدكتوراة

- 1- أبو منذر مصطفى موسى ، دور العلم بالبيانات عند تكوين العقد ، رسالة دكتوراة ، جامعة القاهرة، 2000 .
- 2- أمازوز لطيفة، إلتزام البائع بتسليم المبيع ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراة في العلوم ، تخصص قانون ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة تيزي وزو ، 2011.
- 3- بركات كريمة ، حماية أمن المستهلك في ظل إقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم، تخصص قانون ، جامعة مولود معمري - تيزي وزو ، 2014.
- 4- بودالي محمد، الحماية القانونية للمستهلك في التشريع الجزائري ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في القانون ، كلية الحقوق جامعة سيدي بلعباس ، الجزائر ، 2002-2003.
- 5- حامق ذهبية ، الإلتزام بالإعلام في العقود ، أطروحة على شهادة دكتوراه دولة في القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر 2008-2009.
- 6- حساني علي ، الإطار القانوني للإلتزام بالضمان في المنتوجات دراسة مقارنة ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراة في القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان ، 2011-2012.
- 7- خديجي أحمد ، قواعد الممارسات التجارية في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراة علوم في القانون الخاص ، كلية الحقوق جامعة الحاج لخضر باتنة ، 2016.

8-زعبي عمار ، حماية المستهلك من الأضرار الناتجة عن المنتجات المعيبة ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في الحقوق تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد لخضر بسكرة ، 2012-2013.

9-طحطاح علال ، التزامات العون الإقتصادي في ظل قانون الممارسات التجارية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق فرع القانون الخاص ، جامعة الجزائر 1 ، 2013-2014.

10-عميرات عادل ، المسؤولية القانونية للعون الإقتصادي ، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه علوم في القانون ، تخصص قانون خاص ، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد ، تلمسان ، 2015-2016.

11-قرواش رضوان ، الضمانات القانونية لحماية أمن وسلامة المستهلك ، أطروحة دكتوراه في الحقوق ، فرع القانون الخاص -قانون الأعمال ، 2012 -2013.

12- محمد وحيد محمد ، المسؤولية المدنية للصيدلي ، رسالة دكتوراه عين شمس 1993.

ب-رسائل الماجستير

1-أرزقي زوبير ، حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون. "فرع المسؤولية المهنية"، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة مولود معمري، 2013.

2-برابح منير ، حق المستهلك في ضمان المنتجات المعيبة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة ، كلية الحقوق جامعة الجزائر 1 ، 2004 .

3-بن خالد فاتح ، حماية المستهلك من الإشهار التجاري الكاذب أو المضلل ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السياسية،جامعة سطيف02 ، 2014-2015.

- 4-بن زايد نسرين ، حماية المستهلك من خلال الإلتزام بالضمان ،مذكرة ماجستير في القانون الخاص تخصص عقود ومسؤولية، كلية الحقوق جامعة الجزائر-1-، 2014-2015.
- 5-حسان دواجي سعاد ، النصب في الإعلان ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال المقارن كلية الحقوق ، جامعة وهران 2012-2013.
- 6-خميس سناء ، المسؤولية الموضوعية للمنتج كآلية تعويضية لضحايا حوادث المنتجات المعيبة، دراسة مقارنة ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون ،فرع قانون العقود،كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري ، تيزي وزو، سنة 2015.
- 7-دهيمي أشواق ،أحكام التعويض عن الضرر في المسؤولية العقدية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية ، تخصص عقود ومسؤولية ، جامعة الحاج لخضر باتنة ، الجزائر، 2013-2014.
- 8-رفاوي شاهيناز ، الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام في عقود الإستهلاك ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق والعلوم السايسية ، جامعة سطيف ، 2016.
- 9-شعباني نوال " إلتزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء حماية المستهلك وقمع الغش ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، كلية الحقوق والعلوم السايسية جامعة تيزي وزو ،2012.
- 10-شلبي نبيل ، إلتزامات المهني إتجاه المستهلك ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، كلية الحقوق بن عكنون، الجزائر، 2009.
- 11-ضيف الله فاطمة ، الإلتزام بالوسم ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في القانون الخاص فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة جامعة الجزائر - 1 - ، 2016.
- 12-عامر محمد الجنيدي ، المسؤولية المدنية عن أضرار المنتجات الصناعية المعيبة "دراسة مقارنة "رسالة ماجستير كلية الحقوق والإدارة العامة ، جامعة بيرزيت ، سنة 2010.

- 13- عبد الجبار ناجي ، مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود ، رسالة ماجستير مقدمة كلية القانون ، جامعة بغداد ، سنة 1973.
- 14- عبد الله ذيب عبد الله محمد ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني (دراسة مقارنة) ، أطروحة مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير في القانون الخاص ، كلية الدراسات العليا ، جامعة النجاح الوطنية ، نابلس ، فلسطين ، 2009.
- 15- عبدلي حمزة ، الحماية الجزائية للمستهلك في التشريع الجزائري على ضوء قانون العقوبات وقانون حماية المستهلك ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية والإدارية ، تخصص قانون جنائي ، كلية الحقوق ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2011-2012.
- 16- علي حسين علي ، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ، مذكرة مقدمة لإستكمال للحصول على درجة ماجستير ، تخصص قانون تجاري ، جامعة اليورموك ، الأردن ، 2011 .
- 17- عليان عدة ، الإلتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق تخصص عقود ومسؤولية ، كلية الحقوق بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2008-2009.
- 18- عياض محمد عماد الدين ، حماية المدنية للمستهلك من خلال قواعد الممارسات التجارية ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير تخصص القانون الخاص ، كلية الحقوق والعلوم الإقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2006 .
- 19- قندوزي خديجة ، "حماية المستهلك من الإشهارات التجارية " ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون الأعمال ، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزائر ، 2001.
- 20- كالم حبيبة ، حماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع العقود والمسؤولية ، كلية الحقوق والعلوم الإدارية بن عكنون ، جامعة الجزائر ، 2005.

- 21-كهينة قونان ، ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطرة في القانون الجزائري ، دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، فرع المسؤولية المهنية ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2010 .
- 22-ماني عبد الحق ، حق المستهلك في الإعلام (دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والمصري)،مذكرة ماجستير تخصص قانون الأعمال ، جامعة بسكرة 2009.
- 23-معاشو أحمد ، المسؤولية عن الأضرار الناجمة عن المنتجات المعيبة (دراسة مقارنة)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص تخصص عقود ومسؤولية ، جامعة الجزائر 1، 2012-2013.

3-المقالات

- 1- المساعدة أنور محمد صدقي ، الصلح الجزائري في التشريعات الإقتصادية القطرية ، دراسة مقارنة ،مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية ، المجلد 24 - العدد الثاني ، 2008.
- 2- بودالي محمد ، مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك ، مجلة الإدارة ، عدد 24، سنة 2005 .
- 3-بخته موالك الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر ، الجزء 42 رقم 02 ، سنة 2000.
- 4-بودالي محمد، تطور حركة المستهلك ، مجلة العلوم القانونية والإدارية ،عدد خاص ، جامعة جلاي اليابس ، مكتبة الرشد للطباعة والنشر والتوزيع ، سيدي بلعباس، الجزائر ، 2005.
- 5-بوعزة ديدين ، الإلتزام بالإعلام في عقد البيع ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والإقتصادية والسياسية، كلية الحقوق بن عكنون ، الجزء 41 ، العدد 01، 2004.

- 6- جابر محجوب علي ، ضمان سلامة المستهلك من الأضرار الناشئة عن عيوب المنتجات الصناعية المعيبة، دراسة في القانون الكويتي والقانونين المصري والفرنسي ، القسم الثاني ، مجلة الحقوق ، كلية الآداب ، الشويخ الكويت ، السنة 20، العدد 1-4 ، 1996.
- 7- جبالي واعر ، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ، عدد 2 ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2006.
- 8- خالدي فتيحة "الحماية الجزائية للمستهلك دراسة في ضوء القانون 09-03 المؤرخ في 25/02/2009 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،مجلة معارف ، العدد 08 جوان 2010، المركز الجامعي البويرة ، الجزائر .
- 9- ذيب محمد ، أثر الممارسات المخالفة للتجارة على فاعلية حماية المستهلك ، مجلة الفقه والقانون ، العدد الخامس عشر، جانفي 2014.
- 10- سي يوسف زاهية حورية ، تعليق على نص المادة 140 مكرر تقنين مدني جزائري ، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية ، العدد 02 ، كلية الحقوق ، جامعة مولود معمري ، تيزي وزو ، 2010.
- 11- سي يوسف زاهية حورية، تجريم الغش والخداع كوسيلة لحماية المستهلك ، المجلة النقدية للقانون، جامعة مولود معمري، تيزي وزو ، 2007.
- 12- عبد الله عبد الكريم عبد الله، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع وأليات التطبيق التي ينظمها المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية ، مجلس الوزراء العدل العرب ، جامعة الدول العربية ، بيروت ، لبنان 2-4 جوان 2014.
- 13- عدنان سرحان ، إلتزام المحترف بتزويد المستهلك بالمعلومات (دراسة في القانونين الفرنسي والإماراتي)، مجلة الحقوق للبحوث القانونية والإقتصادية ، العدد 2 ، كلية الحقوق ، جامعة الإسكندرية ، 2007.

- 14- عميرات عادل ، التزام العون الإقتصادي بالإعلام ، مجلة العلوم القانونية والسياسية ، منشورات جامعة الشهيد لخضر بالوادي ، الجزائر ، العدد 13 ، جوان 2016.
- 15- قونان كهينة، " الإفضاء بالصفة الخطرة للمنتوج " ، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية ، كلية الحقوق جامعة البليدة ، العدد 02، جانفي 2012.
- 16- لطروش أمينة ، جرمي الخداع والغش في المواد الإستهلاكية ، مجلة منازعات الأعمال ، العدد الثاني ، أوت 2014.
- 17- ولد عمر الطيب ، الجزاءات العقابية المترتبة عن الأضرار الماسة بأمن وسلامة المستهلك ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع العدد 6، فيفري 2010.

4- الملتقيات

- 1- بن قرين سفيان ، حدود مشروعية الإشهار التجاري ، الملتقى الوطني حول المنافسة وحماية المستهلك كلية الحقوق ، جامعة عبد الرحمن ميرة ، بجاية ، يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.
- 2- عبد الله ليندة ، المستهلك والمهني مفهومان متبينان ، مداخلة علمية ضمن مجموعة أعمال الملتقى الوطني الأول حماية المستهلك في ظل الإنفتاح الإقتصادي المنظم من طرف معهد العلوم القانونية والإدارية بالمركز الجامعي بالوادي أيام 13 و 14 أبريل 2008، مطبعة مزوار الوادي ، الجزائر ، أبريل 2008 .
- 3- عبد الله عبد الكريم عبد الله، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع وأليات التطبيق التي ينظمها المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية ، مجلس الوزراء العدل العرب ، جامعة الدول العربية ، بيروت ، لبنان 2-4 جوان 2014 .
- 4- عمارة عمار ، (الحماية الجزائرية للمستهلك - الغش والتدليس في المواد الغذائية والطبية)، الملتقى الوطني حول القانون الإقتصادي الجزائري ، جامعة ابن خلدون تيارت ، 2007-2008.

5 الأوامر والقوانين

- 1-الأمر 37/75 المؤرخ في 29 أبريل 1975 المتعلق بالأسعار ومخالفة تنظيم الأسعار ،
الجريدة الرسمية ،العدد 38 الصادر بتاريخ 13 /05 /1975.
- 2-القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/02/1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك
الصادر بالجريدة الرسمية عدد 6 الصادر بتاريخ 08/02/1989.
- 3-القانون 12/89 المؤرخ في 5 جويلية 1989 المتعلق بالأسعار ، الجريدة الرسمية ،العدد
29 الصادر بتاريخ 19/07/1989.
- 4-القانون رقم 01/02 المؤرخ في 05 فبراير 2002 المتعلق بالكهرباء وتوزيع الغاز بواسطة قنوات
، الجريدة الرسمية ، العدد 08 ، الصادر بتاريخ 06/02/2002.
- 5-الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض المؤرخ في 26 أوت 2003 ، الجريدة الرسمية عدد
52 الصادرة بتاريخ 27 أوت 2003.
- 6-القانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 جوان 2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات
التجارية، الجريدة الرسمية عدد 41 الصادر بتاريخ 27 جويلية 2004.
- 7-القانون رقم 04/04 المؤرخ في 23/06/2004 يتعلق بالتقييس الصادر بالجريدة الرسمية عدد
41 الصادر بتاريخ 27/06/2004.
- 8-القانون 10/05 المؤرخ في 20/06/2005 يعدل ويتمم الأمر رقم 58/75 المؤرخ في
1975/09/26 المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم الصادر بالجريدة الرسمية عدد 44
الصادر بتاريخ 26/06/2005.
- 9-القانون رقم 12/05 المؤرخ في 04 أوت المتضمن قانون المياه ، الجريدة الرسمية ، العدد
60 ، الصادر بتاريخ 04/09/2005.

- 10-الأمر 07/95 المؤرخ في 25/01/1995 المتعلق بالتأمينات ، ج ر عدد 13 الصادر بتاريخ 08/03/1995 المعدل والمتمم بالقانون 04/06 المؤرخ في 20/02/2006 ، الجريدة الرسمية، العدد 13 الصادر بتاريخ 12/03/2006.
- 11-القانون رقم 08-15 يحدد قواعد مطابقة البناءات وإتمام إنجازها مؤرخ في 20-07-2008 ، الجريدة الرسمية عدد 44 ، صادرة في 03-08-2008.
- 12-القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25/02/2009 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الصادر بالجريدة الرسمية عدد 15 الصادر بتاريخ 08/03/2009.
- 13-الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالمنافسة ، المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 ، الجريدة الرسمية عدد 46، الصادر بتاريخ 2010/8/18
- 14-القانون رقم 06/10 المؤرخ في 15/08/2010 يعدل ويتمم القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23/06/2004 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الصادر بالجريدة الرسمية عدد 46 الصادر بتاريخ 18/08/2010.
- 15-الأمر رقم 02-15 مؤرخ في 23 جويلية 2015 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جويلية 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، الجريدة الرسمية عدد 40 الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2015.
- 16-الأمر رقم 02-15 مؤرخ في 23 جويلية 2015 يعدل ويتمم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 8 جويلية 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية ، الجريدة الرسمية عدد 40 الصادرة بتاريخ 23 جويلية 2015 .

17-القانون رقم 15-19 مؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يعدل ويتم الأمر رقم 66-156 المؤرخ في 8 جوان 1966 والمتضمن قانون العقوبات ، الجريدة الرسمية عدد 71 الصادر بتاريخ 30 ديسمبر 2015.

18-القانون رقم 15-20 مؤرخ في 30 ديسمبر 2015 يعدل ويتم الأمر رقم 75-59 الموافق ل 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون التجاري ، الجريدة الرسمية عدد 71.

19-القانون رقم 16-01 مؤرخ في 6 مارس 2016 يتضمن التعديل الدستوري ، الجريدة الرسمية العدد 14 الصادر بتاريخ 7 مارس 2016.

6-المراسيم التنفيذية

1-المرسوم التنفيذي رقم 90/39 المؤرخ في 30/01/1990 ، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية، عدد 05 .

2-المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15/10/1990 والمتعلق بضمان المنتوجات والخدمات ، الجريدة الرسمية عدد 40 الصادر بتاريخ 19/10/1990.

3-المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلقة بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها ، الجريدة الرسمية العدد 50 الصادر بتاريخ 21 /11 /1990

4-المرسوم التنفيذي 96-39 المؤرخ في 15/1/1996 المتضمن نقل الركاب برا ، ج ر عدد 04

5-المرسوم التنفيذي 96-132 المؤرخ في 13/04/1996 المتضمن تحديد اسعار الدقيق - والخبز في مختلف مراحل التوزيع ، الجريدة الرسمية عدد 23.

6-المرسوم التنفيذي رقم 97/494 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن إستعمال اللعب ، الجريدة الرسمية العدد 85 ، الصادر بتاريخ 24/12/1997 .

- 7- المرسوم التنفيذي 98-269 المؤرخ في 29/08/1998 المتضمن تحديد تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية ، الجريدة الرسمية عدد 65.
- 8-المرسوم التنفيذي رقم 158/99 المؤرخ في 20 جويلية 1999 المحدد لتدابير حفظ الصحة والنظافة المطبقة عند عملية عرض منتوجات الصيد البحري للإستهلاك ، الجريدة الرسمية العدد 49، الصادر بتاريخ 25/7/1999.
- 9-المرسوم التنفيذي 2000 -46 المؤرخ في 01/03/2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ، ويحدد تنظيمها وسيرها وكيفيات إستغلالها ، الجريدة الرسمية عدد 10 الصادر بتاريخ 05/03/2000.
- 10-المرسوم التنفيذي 01-50 المؤرخ في 12/02/2001 المتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر والموضب في أكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، عدد 11.
- 11-المرسوم التنفيذي 02-448 المؤرخ في 17/12/2002 المتعلق بالتعريفات القصوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة طاكسي ، الجريدة الرسمية عدد 85
- 12-المرسوم التنفيذي 05-313 المؤرخ في 10/9/2005 الذي يحدد حد الربح عند التوزيع - بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي المضغوط كوقود. الجريدة الرسمية عدد 62 .
- 13- المرسوم التنفيذي 07-402 المؤرخ في 25/12/2007 الذي يحدد أسعار القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحل توزيعه ، الجريدة الرسمية عدد 80.
- 14-المرسوم التنفيذي رقم 08- 243 مؤرخ في 03/08/2008 يحدد أتعاب الموتق الصادر بتاريخ 2008/8/6، الجريدة الرسمية عدد 45.
- 15-المرسوم التنفيذي رقم 06-306 مؤرخ في 17 شعبان 1427 الموافق ل 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية ، الجريدة

- الرسمية عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 معدل ومتم بالمرسوم التنفيذي رقم 44 /88
الجريدة الرسمية ، عدد 07 الصادر في 10 فبراير 2008.
- 16-المرسوم التنفيذي رقم 65/09 المؤرخ في 7 فيفري 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة
بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعنية ،
الجريدة الرسمية عدد 10 الصادر بتاريخ 11 فيفري 2009.
- 17-المرسوم التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات
صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها وإستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية ، الجريدة
الرسمية رقم 26.
- 18-المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14/1/1997 المعدل والمتم بموجب المرسوم
التنفيذي رقم 10-114 المؤرخ في 18 أبريل 2010 المتعلق بتحديد شروط وكيفيات صناعة مواد
التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها وإستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية ر الجريدة الرسمية قم
26الصادرة بتاريخ 21 أبريل 2010.
- 19-المرسوم التنفيذي رقم 13-327 مؤرخ في 26 سبتمبر 2013 يحدد شروط وكيفيات وضع
ضمان السلع والخدمات حيز التنفيذ ، الجريدة الرسمية عدد 49، الصادرة بتاريخ 2 أكتوبر
2013.
- 20-المرسوم التنفيذي رقم 13-378 المؤرخ في 09 /11/2013 المحدد لشروط والكيفيات
المتعلقة بإعلام المستهلك ، الجريدة الرسمية رقم 58 ، المؤرخة في 18/11/2013.

7-القرارات الوزارية

- 1-القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24 مارس 1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لوضع
مستخلصات ماء جافيل رهن الإستهلاك وشروط وكيفياتها ، ج ر العدد 34 الصادر بتاريخ
1997 /05/27.

2-القرار الوزاري المؤرخ في 21 فبراير 2009 المتعلق بوسم الطاقوي للثلاجات والمجمدات والأجهزة المشتركة والمجمدات والأجهزة المشتركة ذات الإستعمال المنزلي الخاضعة للقواعد الخاصة بالفعالية الطاقوية المستعملة بالطاقة الكهربائية ، ج ر العدد 22 المؤرخ في 15 أبريل 2009 ، الأمانة العامة للحكومة ، المطبعة الرسمية ، الجزائر ، سنة 2009.

3-القرار الوزاري مشترك المؤرخ في 14 جوان 2016 الذي يحدد شروط وكيفيات وضع بيان حلال للمواد الغذائية المعنية ج ر ، العدد 70 الصادرة بتاريخ 3 /12/ 2016.

8-قرارات المحكمة العليا

1-قرار مؤرخ في 13/07/1980 ملف رقم 21176 ، نشرة القضاء، سنة 1980.

2-قرار المجلس الأعلى للقضاء صادر بتاريخ 08/05/1985 ، رقم 39694 ، منشور بالمجلة القضائية ، العدد الثالث لسنة 1989 ،

3-قرار المحكمة العليا بالجزائر ، رقم 21286 مؤرخ في 20/01/1982، المجلة القضائية ،العدد 2 لسنة 1989.

4- قرار المحكمة العليا المؤرخ في 30/12/1990 المجلة القضائية الصادرة عن وزارة العدل الجزائرية ، العدد 1، سنة 1992.

5-قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 27/1/1991 ملف رقم 75204 ، المجلة القضائية العدد 02، لسنة 1992.

6- قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 08/06/1994 ملف رقم 112116 ، المجلة القضائية ، العدد 02، لسنة 1992.

7-قرار المحكمة العليا في 6 أكتوبر 1993 ملف رقم 103934 ، المجلة القضائية للمحكمة العليا العدد 2، لسنة 1994.

8- قرار المحكمة العليا رقم 109568 المؤرخ في 1994/05/24، المجلة القضائية الصادرة عن وزارة العدل الجزائرية ، العدد 01 ، لسنة 1994.

9-قرار المحكمة العليا الصادر عن مجلة المحكمة العليا ، الغرفة المدنية ملف رقم 505072 بتاريخ 2009/12/17 مجلة المحكمة العليا ، العدد الأول ، سنة 2010.

10-قرار المحكمة العليا الصادر عن مجلة المحكمة العليا الغرفة المدنية ، ملف رقم 581228 الصادر بتاريخ 2010/07/22 ، ، العدد 2 ، سنة 2010.

11-قرار صادر عن الغرفة المدنية للمحكمة العليا ، ملف رقم 828422 بتاريخ 2012/07/19 ، مجلة المحكمة العليا ، العدد الثاني ، سنة 2013 .

9- المعجم والقواميس

1-إبن منظور ، لسان العرب ، المجلد الرابع ، القاهرة ، دار الكتاب المصري ، مطبعة المعارف ، (د.س.ن).

2-الفيروز أبادي ، القاموس المحيط الجزء الثاني ، مطبعة مصطفى البابي ، مصر 1952

3-محمد راوس قليعي وحامد صادق قيتي ، معجم لغة الفقهاء ، دار النفائس ، بيروت، 1985 ،

10-المواقع الإلكترونية

-مقال منشور على شبكة الأنترنت بعنوان "القمع الجنائي في قانون حماية المستهلك " .

.htt:// www.startimes.com/f.aspx?t=16377011

-المحامية دينا محمود حبال ، حماية المستهلك المتعاقد عن بعد مقال منشور على الموقع

<http://www.damascusbar.org/AlMUntada/showthread.php?t=6093>

-مقال منشور على شبكة الإنترنت بعنوان حماية المستهلك وقمع الغش

[.http://www.startimes.com/f.aspx?t=26917434](http://www.startimes.com/f.aspx?t=26917434)

-الإشهار تحديد المفهوم ومعايير التصنيف

www.wahab1081.maktooblog.com date de lecture le 28/12/2015

-الموقع الإلكتروني تقدير التعويض في المسؤولية المدنية ، دون كاتب مقال إلكتروني منشور

بتاريخ 2015/5/5

WWW.echoroukonline.com

-WWW.em-consulte.com .consulté le 2/10/2015.

-www.entreprise-europe-normandie-picardie.fr.

-www.ipo.int/wipolex/ar/details.jsp?id=13558.

-WWW.em-consulte.com .consulté le 2/10/2015

-القانون المدني المصري

www.eastlaws.com/Ta3refat/al-kanoun-el-madanl

10-الجرائد الوطنية

- جريدة الوطن بتاريخ 2001/2/28 .

-جريدة الشروق اليومي بتاريخ 16/07/2010.

-جريدة النهار يوم 1 أكتوبر 2016.

ثانيا : المراجع باللغة الفرنسية

1- Les ouvrages

- Généreaux

1 Alain Bénabet, (Droit civil les contrats spéciaux civils et commerciaux) ,
8^{ème} édition LGDJ- Montchrestien paris,2008.

Boyer .yves, l'obligation de renseignement dans la formation du contrat
Aix .Marseille

Calais –Auloy jean et Steinmetz Frank « Droit de la consommation 6 ème
éditions Dalloz ,paris. 2003.

2 –GHESTIN. Traite de droit civil. La formation du contrat 4è éd.,
L.G.D.J, 1996

3–GHESTIN Jacques: Traité de droit civil les obligation le contrat, édition
, 1980, L.G.D.J,

4–LETOURNEAU Philippe: droit de la responsabilité et des contrats
Dalloz action, 2000– 2001.

5–Oliver iteanu internet et Le Droit aspects juridiques du commerce Electronique, paris ,Edition 2000.

–Spéciaux

1– Bernd Stauder et Hidegard « La protection des consommateurs a chateues à distance volume 06, band 06, éditions BRUYLANT, 1999

2– BIOLAY Jean – Jacques et pratiques relatives aux prix, Fasc .286 n° 11 L'esxis ,2005,

3– Chendeb Rabih, :Le régime Huridique du contrat de consommation étude compative", édition L.G.J et ALPHA ,Paris, 2010

4– Didier Ferrier ,La Protection des consommateur,Dalloz,paris,1996

5– Hélène Claret ,code de concurrence–consommation Etiquetage, Editions ,Juris –classeur France 2007, Fasc .980

6– Guinchard Serge .publicité commerciale et protection des consommateur .Juris–Classeur commercial ,Fascicule 11 (1989) .

7– Jean Clais–Aluloy et Frank Steinmetz DROIT, de la consommation, 6 éme édition précis D alloz, paris ,2003.

8 LACHAUME Jean Francois Boiteau Claudie , PAULAIS HELENE, droit des services publics 3 ed .DALLOZ ARMAND COLIN, Paris, 2004.

9-Olive .BERG.La notion de risque de développement en matière de responsabilité au défaut des produits défectueux .JC P.EDG.N° 27/1996

11- Savatier , Les contrats de conseils professionnels en droit privé,Dalloz 1972,Chron 23 .

12- Stéphane Piedelievre,Droit de la consommation ,Economica ,paris, France .

2-Thèses et mémoires

1- Alkhasawneh Ala'eldin ,Lobligation d'information dans les contrats informatique ,thèse pour obtenir le grade de doctorat en droit privé , université de Remis champagne – Ardenne 2008

2-Bernard Gross, la notion de l'obligation de garantie dans le droit des contrats, thèse Nancy, L GDj 1963, n :218

3-Dalila Zennaki les frontières entre droit de la consommation et droit commun à travers l'obligation de garanties, s'iminaires nationale sur la protection en matière de consommation faculté de droit, université d' oran ,14 et 15 mai 2000

4- V. Christianos, conseil, mode d'emploi et mise en grade en matière de vente de meubles corporels .contribution à l'étude de l'obligation d'informer, thèse paris II , 1985,

3-Article

1- Mohmed Kahloula et G.Mekamche « La protection du consommateur en droit algérien , IDARA Algérie» n° 02, 1995

2-KHALFAT (CH) l'inquiétude du consommateur face aux nouveaux produits alimentaires propos revue semestrielle éditée par le laboratoire de droit privé fondamental faculté de droit Tlemcen n°1 décembre2004.

4-Séminaires

Dalila Zennaki les frontières entre droit de la consommation et droit commun à travers l'obligation de garanties, séminaire nationale sur la protection en matière de consommation faculté de droit, université d' oran ,14 et 15 mai 2000.

5- Loi

Loi n° 93 -949 du 26/ 07/ 93 relative au code de la consommation, Journal Officiel n°171 du 27/ 07/ 1993

6-Jurisprudence

-Cass .civ

Cass.civ ,24 mai 1972, Bull, civ ,1972 N°324.

CASS.CIV ,24 novembre 1976, BULL. civ, 1976, n° 310

. Cass civ 22 novembre 1978 ., D 1979-1- R .

cass.civ.1erch civ.10juin1980, Bull ,civ. I, n°179.

Cass .civ , 1er 14 décembre .1982,précité.

Cass. Civ. 1re, 14 décembre, 1982, RTD civ. 1983 n° : 09.

Cass civ ,22 avril 1985 Bull civ ,125-8-115 .

Cass civ 1 re, 23 avril 1985 ,Bull .civ 1985 n° 125.D.1985, j ,558 note
Dion

CASS. CIV . lera 8 avril 1986 :Bull .CIV -1-n° 82

CASS.CIV.Lerch.13 mai1 986.bull ,civ 1986, N° 128,

Cass civ. 1er ,ch 4avril 1991.Bull .civ. l.1991, no 131, R .Tr .dr .com
1992p220 .obs.B.Bouloc

. Cass civ . 27 janv . 1993 ,bull .civ n°44.

-CASS COM

Cass com ,8 Juillet 1974, D, 1974 ,I ,R,P,221

Cass. Com. 25 Juin 1980, J.C.P.1980 -1- 9103.

-Cour d'appel

C. d'appel de Douai, 4 juin 1954, D. 1954 II, p. 708.

COUR D'APPEL DE ROUEN 22 JANV 1992.r.j.dJuin .1992,.n° 570.

C: d' Appel du Versailles 7 dec.1990 R.J.D.A fev.1991.N° 103.

-versailles

Versailles.13 avril.1983,.Gaz-pal.1984 -1-somm.,

arrêt.

Arrêt du 28 décembre 1977 JO du 25 janvier 1978 .

7–Les dictionnaires

–Le petit Larousse, Larousse –Bordas, paris France, 1997.

– Paule Robert, le petit Robert, Société du nouveau Littré 1978.

أ	المقدمة
1	الفصل الأول : ذاتية الإلتزام بالإعلام
2	المبحث الأول : ماهية الإلتزام بالإعلام
2	المطلب الأول : مفهوم الإلتزام بالإعلام
3	الفرع الأول :تعريف الإلتزم بالإعلام ومبررات فرضه
3	الفقرة الأولى :تعريف الإلتزام بالإعلام وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة
4	أولا : تعريف الإلتزام بالإعلام
8	ثانيا : تمييز الإلتزام بالإعلام عن غيره من المفاهيم المشابهة
15	الفقرة الثانية مبررات فرض الإلتزام بالإعلام
15	أولا : المبررات المادية
16	ثانيا : المبررات القانونية
19	الفرع الثاني : شروط الإلتزام بالإعلام
20	الفقرة الأولى : علم المدين بالبيانات العقدية وبمدى أهميتها بالنسبة للدائن
20	أولا : علم المدين بالبيانات العقدية
22	ثانيا:علم المدين بأهمية المعلومات بالنسبة للدائن
23	الفقرة الثانية :جهل الدائن بالإلتزام بالإعلام بالمعلومات المتصلة بالعقد
25	أولا : أولا:الجهل المستند إلى إستحالة العلم
26	ثانيا:الجهل المستند إلى إعتبرات الثقة المشروعة
29	المطلب الثاني : أساس الإلتزام بالإعلام وطبيعته القانونية
30	الفرع الأول : أسس قيام الإلتزام بالإعلام
30	الفقرة الأولى : تعدد الأسس الفقهية للإلتزام بالإعلام

الفهرس

30	أولا :الإلتزام بالضمان أساس الإلتزام بالإعلام
33	ثانيا : الإلتزام بالتسليم اساس الإلتزام بالإعلام
35	ثالثا : الإلتزام بضمان السلامة أساس الإلتزام بالإعلام
37	الفقرة الثانية : إستقلالية الإلتزام بالإعلام
37	أولا : مبدأ حسن النية في العقود
39	ثانيا: الإلتزام بالإعلام من مستلزمات العقد
41	ثالثا : العلم الكافي بالمبيع
42	الفرع الثاني : الطبيعة القانونية للإلتزام بالإعلام
42	الفقرة الأولى :طبيعة الإلتزام بالإعلام بالنظر إلى زمن الوفاء به
43	أولا : أوجه التشابه بين الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام والإلتزام التعاقدي بالإعلام
44	ثانيا : أوجه الإختلاف بين الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام والإلتزام التعاقدي بالإعلام
46	الفقرة الثانية : طبيعة الإلتزام بالإعلام من حيث مصدره
46	أولا : الإلتزام بالإعلام ذو طبيعة عقدية
48	ثانيا الإلتزام بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية
49	الفقرة الثالثة : طبيعة الإلتزام بالإعلام من حيث الهدف
49	أولا : الإلتزام بالإعلام إلتزام بتحقيق نتيجة
50	ثانيا : الإلتزام بالإعلام إلتزام ببذل عناية
51	ثالثا : الإلتزام بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة
52	المبحث الثاني : مضمون الإلتزام بالإعلام
53	المطلب الأول :نطاق الإلتزام بالإعلام
53	الفرع الأول : نطاق الإلتزام بالإعلام من حيث الاشخاص
53	الفقرة الأولى :الدائن بالإلتزام بالإعلام
55	أولا : مفهوم الفقه للدائن بالإلتزام بالإعلام
59	ثانيا : موقف القضاء الفرنسي من مفهوم المستهلك

الفهرس

61	ثالثا : مفهوم المستهلك في التشريع الجزائري
65	الفقرة الثانية : المدين بالالتزام بالإعلام
66	أولا:إعتماد الفقه على مصطلحي المهني والمحترف
68	ثانيا: إعتماد المشرع الجزائري مصطلح المتدخل
72	ثالثا : مدى إعتبار المرافق العامة من المتدخلين
73	رابعا : مدى إعتبار المستهلك مدينا بالالتزام بالإعلام
74	الفرع الثاني : محل الإلتزام بالإعلام
74	الفقرة الأولى : محل الإلتزام بالإعلام في المرحلة ما قبل التعاقد
74	أولا : المنتج
82	ثانيا الخدمات
85	الفقرة الثانية : محل الإلتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد
85	أولا : الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية للشيء محل التعاقد
91	ثانيا : الإلتزام بالإعلام عن كيفية إستخدام الشيء محل التعاقد
92	ثالثا : الإعلام عن الأسعار
96	المطلب الثاني :وسائل تنفيذ الإلتزام بالإعلام
97	الفرع الأول : الوسم
97	الفقرة الأولى : تعريف السوم وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة
98	أولا : تعريف الوسم وأهميته
101	ثانيا : تمييز الوسم عن غيره من المفاهيم المشابهة
103	الفقرة الثانية :مجال الوسم
103	أولا : وسم المنتوجات الغذائية والمنتوجات الغذائية غير المنزلية
107	ثانيا : وسم مواد التجميل والتنظيف البدني ووسم اللعب ووسم الأجهزة الإلكترونية
111	ثالثا : وسم الخدمات
111	الفرع الثاني : الإشهار أو الإعلان التجاري
112	الفقرة الأولى : مفهوم الإعلان أو الإشهار التجاري
112	أولا :تعريف الإشهار التجاري وتمييزه عن غيره من المفاهيم المشابهة

الفهرس

118	ثانيا : أطراف عقد الإشهار
119	الفقرة الثانية : قيمة الإشهار التجاري وطبيعته القانونية
119	أولا : قيمة الإشهار التجاري من الناحية القانونية
121	ثانيا : الطبيعة القانونية للإشهار التجاري
123	الفقرة الثالثة : مدى مساهمة الإشهار التجاري في إعلام المستهلك
123	أولا : الآثار الإيجابية للإشهار التجاري
124	ثانيا : الإنتقادات الموجهة لدور الإعلان التجاري
125	ثالثا : تقدير الإنتقادات الموجهة للإعلان التجاري
128	الفصل الثاني : جزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام
128	المبحث الأول : الجزاء المدني المترتب عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام
129	المطلب الأول : المسؤولية العقدية المترتبة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام
130	الفرع الاول : جزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام في المرحلة ما قبل التعاقدية
131	الفقرة الأولى : الطالبة بإبطال العقد لوقوع المستهلك للغلط
131	أولا : تعريف الغلط وأساسه القانوني
134	ثانيا : العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام وإبطال العقد
136	الفقرة الثانية : إبطال العقد للتدليس
136	أولا : تعريف التدليس وأساسه القانوني
138	ثانيا : العلاقة بين مخالفة الإلتزام بالإعلام وبطلان العقد للتدليس
142	الفرع الثاني : جزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام في مرحلة التعاقد
143	الفقرة الأولى : ضمان العيوب الخفية في القانون المدني
143	أولا : تعريف العيب الخفي
145	ثانيا : شروط العيب الخفي
147	ثالثا : تقدير مدى كفاية ضمان العيوب الخفية في تحقيق حماية

الفهرس

	المستهلك
151	الفقرة الثانية : ضمان العيوب الخفية على ضوء قانون حماية المستهلك
152	أولاً : الحق في الإصلاح
154	ثانياً : إستبدال المنتج
155	ثالثاً : رد الثمن
157	المطلب الثاني : المسؤولية التقصيرية
158	الفرع الأول : قيام المسؤولية التقصيرية
158	الفقرة الأولى : أركان المسؤولية التقصيرية
158	أولاً : الخطأ
163	ثانياً : الضرر
168	ثالثاً : العلاقة السببية
168	الفقرة الثانية : دفع المسؤولية
168	أولاً : الأسباب العامة لنفي المسؤولية
172	ثانياً : الأسباب الخاصة لنفي المسؤولية
177	الفرع الثاني التعويض كجزاء الإخلال بالإلتزام بالإعلام
177	الفقرة الأولى : تعريف التعويض ونطاقه
177	أولاً : تعريف التعويض
179	ثانياً : نطاق التعويض
185	الفقرة الثانية : العناصر الداخلة في التعويض والمسؤول عن التعويض وكيفية تقديره
185	أولاً: العناصر الداخلة في التعويض
188	ثانياً : المسؤول عن التعويض
192	ثالثاً : كيفية تقدير التعويض
196	المبحث الثاني : المسؤولية الجزائية
197	المطلب الأول : الجرائم المتعلقة بحق المستهلك بالإعلام

الفهرس

197	الفرع الأول : جرائم الإمتناع عن إعلام المستهلك
198	الفقرة الأولى : جريمة عدم الإعلام عن الأسعار
199	أولا : الركن المادي
202	ثانيا : الركن المعنوي
203	الفقرة الثانية : جريمة مخالفة النظام القانوني للوسم
203	أولا : الركن المادي
204	ثانيا : الركن المعنوي
205	الفقرة الثالثة : جريمة عدم الإعلام بشروط البيع
205	أولا : الركن المادي
207	ثانيا : الركن المعنوي
208	الفرع الثاني : جريمة خداع وتضليل المستهلك
208	الفقرة الأولى : جريمة خداع أو محاولة خداع المستهلك
212	أولا : الركن المادي
218	ثانيا : الركن المعنوي
219	الفقرة الثانية : جريمة الإشهار غير المشروع
220	أولا : الركن المادي
221	ثانيا : الركن المعنوي
222	المطلب الثاني : قمع الجرائم المتعلقة بالحق في الإعلام
223	الفرع الأول : إثبات الجرائم المتعلقة بالإلتزام بالإعلام ومتابعتها
223	الفقرة الأولى : إثبات الجرائم المتعلقة بالإلتزام بالإعلام
223	أولا : معاينة الجرائم المتعلقة بالإلتزام بالإعلام
229	ثانيا : تحرير المحاضر
232	الفقرة الثانية : متابعة الجرائم المتعلقة بالإلتزام بالإعلام
233	أولا : الطريق الودي
239	ثانيا : الطريق القضائي
241	الفرع الثاني : الجزاء المطبق على الجرائم المخلة بالإلتزام بالإعلام
241	الفقرة الأولى : الجزاء الإداري

الفهرس

242	أولا : الجزاء الإداري المتعلق بجريمة مخالفة النظام القانوني للوسم
245	ثانيا : الجزاء الإداري المتعلق بجريمة عدم الإعلام بالأسعار وممارسة الإشهار التضليلي
248	الفقرة الثانية : الجزاء الجنائي
249	أولا : العقوبات الأصلية
253	ثانيا : العقوبات التكميلية
260	الخاتمة
264	قائمة المراجع
294	الفهرس

ملخص المذكرة

أدى التطور التكنولوجي إلى بروز العديد من المنتجات والسلع المعقدة التي تتطلب دراية وخبرة في طريقة إستعمالها الأمر الذي دفع بمختلف التشريعات على غرار التشريع الجزائري إلى فرض مجموعة من الإلتزامات على عاتق المتدخل حماية للمستهلك من بينها الإلتزام بالإعلام .

ويعتبر الإلتزام بالإعلام واجبا قانونيا يفرضه المشرع على منتج السلعة أو على من تربطهم صلة وتيقنة بها بأن يقدمو للمستهلك كافة المعلومات والبيانات التي تمكنه من إستخدام المنتج في الوجهة الصحيحة وتجنبه مخاطر وأضرار سوء إستخدامه.

وقد أقر المشرع الجزائري قيام المسؤولية المدنية والمسؤولية الجزائية كجزاء لإخلال المهني بالإلتزامه بالإعلام.

فعلى مستوى المسؤولية المدنية يحق للمستهلك في المرحلة قبل التعاقدية المطالبة بإبطال العقد والمطالبة بالضمان في المرحلة التعاقدية ، كما يحق له المطالبة بالتعويض وفق أحكام المسؤولية التقصيرية إذا سبب هذا الإخلال ضررا للمستهلك.

أما على مستوى المسؤولية الجزائية فقد جرم الإخلال بالإلتزام بالإعلام وخول للهيئات الإدارية سلطة مراقبة المهنيين أثناء ممارسة أنشطتهم التجارية.

وعند ثبوت الجريمة يطبق على المهني الجزاء سواء جزاء إداري أو جزاء جنائي.

الكلمات المفتاحية:

الإلتزام بالإعلام ،المستهلك ، الوسم ، الإشهار ، التعويض ،المسؤولية المدنية ، المسؤولية الجزائية.

Résumé

Le développement technologique a conduit à l'apparition de nombreux produits et marchandises complexes nécessitant des compétences et de l'expérience pour les utiliser. Ce qui a poussé les diverses législations à l'instar de la législation algérienne à imposer plusieurs obligations pour l'intervenant dans le but de protéger le consommateur, parmi les elles l'obligation d'informer.

Celle-ci se définit comme un devoir juridique imposé par le législateur pour les producteurs de produits et marchandises ou pour tout intervenant à donner toutes les informations et les mentions qui permettent aux consommateurs une utilisation adéquate de ces produits et d'éviter les risques et les dommages de leur mauvaise utilisation.

Le législateur algérien a reconnu la responsabilité civile et pénale, à titre de sanction de violation de l'obligation d'informer.

En ce qui concerne la responsabilité civile; le consommateur peut dans la phase précontractuelle demander l'annulation du contrat, comme il peut demander la garantie dans la phase contractuelle. Il a le droit aussi de demander une indemnisation conformément aux dispositions de la responsabilité délictuelle si la violation de cette obligation a causé des dommages pour le consommateur.

En ce qui concerne la responsabilité pénale; la violation de l'obligation de l'information constitue une infraction. Les organes administratifs ont conjeteurs autorité pour contrôler les professionnels dans l'exercice de leurs activités commerciales.

Lorsque l'infraction est prouvée, et les professionnels encourent des sanctions quelles que soient administratives ou pénales.

Mots clés:

obligation de l'information, étiquetage, consommateur, publicité, indemnisation, responsabilité civile, responsabilité pénale.