

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي

مدرسة الدكتوراه "دراسات قانونية"



كلية الحقوق و العلوم السياسية

قطب : جامعة 08 ماي 1945 - قالمة

قسم الحقوق

## الإلتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

مذكرة مقدمة لنيل شهادة (الماجستير تخصص: قانون العقود المرئية

إشراف الأستاذة الدكتورة

إعداد الطالبة:

فضيلة سعري

أسيا يلس

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأطلية	الصفة
د. الصادق فريوي	أستاذ محاضر "أ"	جامعة باجي مختار عنابة	رئيسا
أ.د فضيلة سعري	أستاذة التعليم العالي	جامعة باجي مختار عنابة	مشرفنا و مقررا
د. محمد مرامية	أستاذ محاضر "أ"	جامعة 20 أوت 55 سكيكدة	عضوا مناقشا
د. مختار بوعبد الله	أستاذ محاضر "أ"	جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2011-2012

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" يا أيها الذين آمنوا لا تأكلوا أموالكم بينكم بالباطل إلا أن تكون تجارة  
عن تراضٍ منكم و لا تقتلوا أنفسكم إن الله كان بكم رحيماً "

\*الآية 29 من سورة النساء\*

# شكر

أُتقِرَم بِجَزِيل الشُّكْرِ وَالتَّقْرِيرِ

إِلَى أُسْتَاذَتِي الْفَاضِلَةِ: الْأُسْتَاذَةِ الرَّكْتُورَةِ "سَحْرِي فَضِيلَةَ"، لِمَا أَوْلَتْهُ مِنْ  
لَهْتِمَامٍ وَمَا قَرَمَتْهُ مِنْ نَصَائِحٍ فِي سَبِيلِ انْجَازِ هَذِهِ الْمُنْذَرَةِ عَلَيَّ الرَّخْمِ مِنْ  
كَثْرَةِ التَّزَلُّمَاتِهَا. □

□

إِلَى الْأُسَاتِزَةِ الْكِرَامِ: الرَّكْتُورِ "فَرِيوِي الصَّاقِقِ" وَالرَّكْتُورِ "مِرَامِيَّةِ سَمَّةِ" مِنْ  
□ وَوَنَ إِذْ أَنْسَى أُسْتَاذِي: الرَّكْتُورِ "بُوَعْبِرَاللَّهِ مَخْتَارِ".

يعد عقد البيع الأداة القانونية التي تُمكن كل شخص من الحصول على مختلف المنتجات الاستهلاكية، إذ يتم إبرامه بصفة تلقائية ومتكررة لذلك فإنه يكتسي أهمية كبيرة في الحياة اليومية للمستهلك.

وقد تكفل القانون المدني بتنظيمه - على اعتبار أنه القانون الذي يحكم كل العقود- بموجب عدة نصوص قانونية، تفقد قوتها الملزمة بمجرد اتفاق المتعاقدين على ما يخالفها من أحكام- إلا ما تعلق بالنظام العام - استنادا إلى مبدأ سلطان الإرادة: فالعقد شريعة المتعاقدين.

فهذا الطرح يفترض تكافؤا في المراكز القانونية لأطراف العقد، بحيث يملك كل واحد المقدرة على الأخذ والعطاء مع الطرف الآخر بهدف تحديد الالتزامات والحقوق المترتبة على العقد دون أن يستأثر بذلك شخص واحد فقط.

إلا أن التطور الحاصل على المستوى العلمي و التكنولوجي والصناعي في بيئة منفتحة على السوق الخارجية، أمام تصاعد عمليات الإشهار والترويج لمختلف السلع والخدمات، أدى إلى زيادة تدفقها بكميات هائلة وأنواع مختلفة ذات مستوى تقني عالي ليجد المستهلك نفسه مدفوعا إلى التعاقد على الرغم من عدم درايته بشكل كافي بالمنتج.

وهو ما زاد في تعميق الهوة بين المتدخلين في العملية الإنتاجية والمستهلكين بحيث أصبح ظاهرا للعيان وجود اختلال صارخ في المراكز القانونية للطرفين وبخاصة من حيث العلم بموضوع العملية التعاقدية، نظرا للتفوق المعرفي للمتدخل بخصوص المنتجات محل الاستهلاك، وتجرّد المستهلك من الأدوات القانونية التي تمكّنه من تحصيل معرفة صحيحة وكاملة.

لذا فقد أدت البيئة الجديدة التي يُجرى فيها التعاقد، إلى -دق ناقوس الخطر الذي يحيط بكل مستهلك، بسبب دخوله في علاقات قانونية محسومة منذ البداية لصالح الطرف الآخر، وما يترتب على ذلك من نتائج تمس سلامة إرادته، فعدم معرفته

الكاملة بمحل العقد ستوقعه في إحدى عيوب الإرادة، التي يُمكن أن تنقيد أيضا بسبب ما يمليه المتدخلون من شروط تعسفية لو علم بها المستهلك مسبقا، لما أقدم على إبرام العقد من البداية ولا يقتصر الأمر على هذا الحد، بل يتعداه إلى المساس بسلامته الجسدية بسبب الخطورة التي تتطوي عليها مختلف المنتوجات المعروضة، في مقابل جهله لكيفية استعمالها استعمالا آمنا.

إن الوضع الذي يعيشه المستهلك اليوم، حثم على الدولة ان تتدخل بآلياتها القانونية لحماية اقتصادها الوطني، إذ ألزمت كل متدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات الصادقة التي تخص المنتج لإعادة كفة التوازن المفقود ترجمته قوانين حماية المستهلك إلا ان هذا الحل القانوني - أي الالتزام بالإعلام - غريب نوعا ما عما هو معروف في القواعد العامة، إذ أن العقد عادة ما يجمع أطرافا تعمل على تحقيق مصالح متضاربة على اعتبار أن مقدم السلعة يسعى دائما إلى تحقيق أكبر قدر ممكن من الربح.

ومن ثمة يصعب تصور إعلام المتعاقد الطرف الآخر بكل ما يعرفه من معلومات على حسابه الخاص الأم — الذي يدفعنا إلى ضرورة تسليط الضوء على القوانين المستحدثة في مجال حماية المستهلك انطلاقا من القواعد العامة للقانون المدني، قصد البحث في تكريس المشرع الجزائري لذاتية خاصة للالتزام بالإعلام في إطار عقد البيع الاستهلاكي.

ومن جملة القوانين التي عُيّنت بحماية المستهلك: القانون رقم 102/89<sup>1</sup> الملغى بموجب القانون الجديد رقم: 03/09<sup>2</sup> الذي جاء لتدارك الغموض والنقائص التي كانت تكتنف القانون القديم، مع صدور عدة قوانين جديدة مرتبطة به، تنصب كلها في نقطة واحدة وهي حماية المستهلك من خلال ضمان حقه في الإعلام.

<sup>1</sup> - المؤرخ: في 1989/02/7 والمتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، الجريدة الرسمية رقم 6 لسنة 1989.

<sup>2</sup> - المؤرخ في المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 15 الصادرة في 8 مارس 2009.

إلا انه وعلى الرغم من ذلك، فإن الواقع المعيش يقول عكس ذلك بسبب كثرة التجاوزات التي يعاني منها المستهلك الجزائري بشكل يومي حتى أضحي أمرا عاديا وهو ما يدفعنا للتساؤل عن فعالية الأحكام التي نظمت الالتزام بإعلام ومقدرتها على تحقيق حماية كافية للمستهلك.

وبناء على ذلك فإن موضوع البحث يطرح الإشكالية الآتية:

هل كرس المشرع الجزائري ذاتية خاصة للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي على ضوء القواعد العامة والخاصة؟ وهل أن الأحكام التي عنيت بتنظيمه فعالة في حماية للمستهلك؟

إن طرح هذه الإشكالية نابع من الأهمية التي يكتسيها موضوع البحث، إذ يعد الالتزام بالإعلام آلية قانونية كفيلة لإعادة التوازن المفقود في العلاقة القانونية المتدخل والمستهلك في ظل قصور القواعد العامة عن تحقيق تلك الغاية وبالتالي تحصينه من كل اعتداء قد يطل سلامة إرادته والحيلولة من وقوعه في أي لبس، مما يجعله قادرا على اتخاذ القرار المناسب له واختيار المنتج الذي يتلاءم و رغباته المشروعة، مما يقلل من المنازعات في هذا الشأن ومن ثم تحقيق استقرار في المعاملات المالية.

بالإضافة إلى ضمان أمن المستهلك من خلال الاستعمال السليم للمنتج بإتباع النصائح التي يقدمها المتدخل.

ويعد أيضا موضوع الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي من المواضيع المستحدثة التي عنيت بحماية المستهلك، لكونه طرفا ضعيفا في العقد، إذ أنه يضم مختلف القوانين دون الاقتصار على القانون المدني كالقانون الجنائي والتجاري و قوانين حماية المستهلك.

ومن هنا تتضح أسباب اختيار موضوع البحث: فحماية المستهلك من المواضيع

الأقرب إلى القوانين التجارية والاقتصادية، إلا أنه من خلال الإطلاع على فحواها

يتضح وجود ارتباط وثيق بينها وبين القانون المدني، وعلى الرغم من ذلك فإن بعض المهنيين يجهلون هذا الارتباط ويظهر ذلك جليا من خلال الأحكام القضائية في المجال المدني و الاجتهادات القضائية المنشورة في المجالات القضائية التي تُؤسس في معظمها على أحكام القانون المدني فقط.

وهو ما يفسر اختيار مصطلح " البيع الاستهلاكي " ، إذ لم يكن ذلك بمحض الصدفة بقدر ما هو رغبة في ترسيخ فكرة العقود الاستهلاكية وما تشمله من مفاهيم خاصة تختلف عن مفهوم عقد البيع الكلاسيكي، على اعتبار انه يكاد يكون كل بيع عقدا استهلاكيا، ومن ثم لا نجد أي مسوغ للاكتفاء بتطبيق القواعد العامة بمنأى عن القواعد الخاصة، ولا سيما بعد صدور القانون الجديد 03/09: المؤرخ في: 25 فيفري 2009 و ما حمله في طياته من جديد متعلق بموضوع البحث.

وتتلخص الأهداف المرجوة من انجاز هذا البحث فيما يأتي:

- محاولة ربط القواعد العامة لنظرية الالتزامات بقوانين حماية المستهلك، بحيث تُتوج هذه العملية بنشوء قواعد خاصة تخرج تماما عما هو معروف ومن ثم إضفاء نفس جديد على النظرية العامة للعقود و بخاصة عقد البيع.

- ضبط الإطار القانوني للالتزام بالإعلام على ضوء القواعد العامة والخاصة.

- تحديد مواطن القصور في كل من القواعد العامة و الخاصة في حماية المستهلك واقتراح ما يمكن إجراءه من تعديل في هذا الشأن.

- الإشارة إلى تطور مفهوم الالتزام بالإعلام، من التزام مدني يعكس فكرة القانون الخاص إلى التزام يجمع بين الطابع العام والخاص، على أساس تدخل الدولة في عملية حماية المستهلك بقواعدها الأمره حفاظا على النظام العام الاقتصادي.

- البحث عن الأسباب الحقيقية وراء تنامي ظاهرة الاعتداء على حقوق المستهلك على الرغم من وجود ترسانة قانونية لحمايته.

لذا سنعتمد طوال عملية البحث و بصفة أساسية على المنهج التحليلي، كوسيلة لتحليل مختلف النصوص القانونية التي يزخر بها موضوع البحث وبعض الأحكام القضائية المتحصل عليها مع الاستعانة بالمنهج الوصفي لضبط مختلف المفاهيم القانونية المتعلقة بالموضوع.

ان الإجابة على الإشكالية المطروحة تفرض تقسيم موضوع البحث إلى فصلين:  
يُعنى الفصل الأول بالإحاطة بماهية الالتزام بالإعلام في إطار عقد البيع الاستهلاكي خاصة بعد صدور القانون 03/09، من خلال ضبط مفهومه في المبحث الأول بالتركيز على تعريفه وتمييزه عما يشابهه والتعرض إلى أهميته ثم البحث في خصوصيته التي تجعله التزاما كائنا بذاته و لا يتأتى ذلك إلا بالتركيز على الأسس التي يقوم عليها وطبيعته القانونية في المبحث الثاني.  
في حين يتناول الفصل الثاني الأحكام التي تنظمه على ضوء القواعد العامة والخاصة بتحديد كيفية تنفيذه في المبحث الأول والجزاءات الناجمة عن الإخلال بتنفيذه في المبحث الثاني.

# الفصل 01

إن واقع العلاقات القانونية بين أصحاب المنتوجات و المستهلكين، فرض إلقاء الضوء على مختلف النصوص القانونية التي تنظم العقود المبرمة بينهم، أي نصوص القانون المدني على اعتبارها القاعدة الأساسية التي عُنيت بتنظيم كل العقود وبخاصة عقد البيع موضوع البحث.

فالمستهلك الجزائري يعاني نقصا كبيرا في العلم بالمنتوجات محل الاستهلاك، في ظل غزارتها واختلافها كمّا ونوعا، و ما تحمل ه من خطورة على سلامته الجسدية، الأمر الذي حثم إيجاد أداة قانونية تُوفر له حد أدنى من العلم بكل ما يخص العقد المزمع إبرامه وذلك بإلزام صاحب السلعة بإعلام المقتني بمعلومات محددة، على الرغم من أغراضه التجارية التي تهدف دائما إلى تحقيق الربح.

الأمر الذي يدفعنا لدراسة ماهية الالتزام بالإعلام، بهدف البحث عن ذاتية هذا الالتزام على ضوء القواعد العامة والخاصة، وهو ما اقتضى تقسيم الفصل الأول إلى مبحثين يُخصص المبحث الأول لتحديد مفهوم الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، أما المبحث الثاني فيُعنى بمبحث خصوصيته.

## المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي.

إن اختلال التوازن في المراكز القانونية لأطراف عقد البيع الاستهلاكي، هو المسوّغ الرئيسي لبروز الالتزام بالإعلام لما له من دور في إعادة التوازن المفقود في العلم<sup>1</sup>، لذا لا يمكننا الولوج في دراسة أحكام هذا الالتزام من دون تحديد مفهومه في مطلبين: يخص الأول لتعريفه و تمييزه مما يشبهه أما الثاني فيعنى بشرح أهميته.

### المطلب الأول: تعريف الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي وتمييزه مما يشبهه.

اخترت بحث موضوع "الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي"، ومما لا يخفى أن نجاح كل دراسة تتوقف على مدى التحكم في المصطلحات الرئيسة في البحث، وهو لا يتأتى إلا بتعريف الالتزام بالإعلام ثم تحديد المجال الذي يُدرس فيه وهو عقد البيع الاستهلاكي — لاكي في (الفرع الأول) ثم نميّر الالتزام بالإعلام مما يتداخل معه من مصطلحات في (الفرع الثاني).

- <sup>1</sup> وهو ما ذهب إليه أغلب فقهاء القانون ، أنظر :
- د. حمدي أحمد سعد : الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع "دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقہ الإسلامي"، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999، ص 53.
  - د. ممدوح محمد مبروك : أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة "دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقہ الإسلامي، المكتب الفني للإصدارات القانونية، الإسكندرية، 1999، ص 2 .
  - د . عمر محمد عبد الباقي : الحماية العقدية للمستهلك "دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون"، منشأة المعارف الإسكندرية، 2004، ص 192.
  - د. أشرف محمد مصطفى أبو الحسين :التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة، منشأة المعارف الإسكندرية، 2009، ص 91.
  - د.احمد محمد محمد الرفاعي :الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة 1999، ص 191 .
  - أ . لحسن بن الشيخ آث ملويا :المنتقى في عقد البيع، ط 3، دار هومة، الجزائر، 2003، ص 304 .
  - د.السيد محمد عمران : حماية المستهلك أثناء تكوين العقد "دراسة مقارنة " منشأة المعارف، الإسكندرية، 1999 ص 5.
  - د . أسامة أحمد بدر : ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني ، مجلة الشريعة و القانون، أكتوبر 2009 عدد 40 ، ص 433 .

-RABIH CHENDEB: le régime juridique du contrat de consommation, « étude comparative », édition alpha ,L.G.D.J, paris, 2010, p 155.

- STEPHANE PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS: droit de la consommation, economica, Paris, 2008, p 30.

- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ: droit de la consommation, 5édition Dalloz, Paris, 2000, p 49.

الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي.

نعرف الالتزام بالإعلام ثم عقد البيع الاستهلاكي .

أولاً : تعريف الالتزام بالإعلام .

ينبغي تعريف الالتزام بالإعلام من الناحية الفقهية ثم القانونية<sup>1</sup> .

### 1- التعريف الفقهي<sup>2</sup>:

لم يتفق فقهاء القانون على لفظ واحد للتعبير عن التزام الشخص بتقديم معلومات لشخص آخر فتعددت المصطلحات: التزام بالإعلام<sup>3</sup>، إخبار<sup>4</sup>، إدلاء ببيانات<sup>5</sup>، إفشاء<sup>6</sup>، نصيحة<sup>7</sup> .

و يقابلها باللغة بالفرنسية: <sup>1</sup> conseil , <sup>9</sup> renseignement , <sup>8</sup> Information

- <sup>1</sup> - عادة ما يترك القانون مهمة وضع التعاريف للفقهاء القانوني ، باعتباره صاحب الاختصاص في هذا الشأن ، إلا انه قد يتولى هذه المهمة، لما لها من اثر على الأحكام المتصلة بها كنص المادة 03 من القانون 03/09 المؤرخ : في 15 فيفري 2009 التي عرفت المستهلك ،المادة الغذائية ،التغليف ،الوسم، المتدخل.
- <sup>2</sup> - أول من كتب في الالتزام بالإعلام هو الفقيه: " JUGLART" في مقال له عام 1940
- د. احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق، ص 104.
- <sup>3</sup> - استعمله أغلب الفقهاء ومن بينهم :
- د . عمر محمد الباقي: المرجع السابق، ص 186، أ . عبد المنعم موسى ابراهيم : حماية المستهلك "دراسة مقارنة" ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 360، د . السيد محمد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد "دراسة مقارنة" ، منشأة المعارف، الإسكندرية، 1999، ص 77، د . أحمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص 103 ، د .قادة شهيدة : المسؤولية المدنية للمنتج " دراسة مقارنة" ، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 111.
- <sup>4</sup> - د . محمد شكري سرور: مسؤولية المنتج عن الأخطار التي تسببها منتجاته الخطرة، طبعة 2 دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 22.
- <sup>5</sup> - أ . شير زاد عزيز سليمان: حسن النية في إبرام العقد، دار الدجلة، عمان، 2008، ص 373.
- <sup>6</sup> - د . حمدي أحمد سعد : المرجع السابق ، ص 37 .
- <sup>7</sup> - د . بودالي محمد: الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات "دراسة مقارنة" ، مكتبة الرشاد للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص 5 .

<sup>8</sup> - STEPHNE PIEDELIVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit, p 37 ALKHASANE ALA'ELDIN: l'obligation d'information dans les contrats informatiques, thèse pour obtenir le grade de doctorat en droit, université de Reims CHARPAGNE ARDENNE, 21 janvier 2008, p 1.

<sup>9</sup> - DANIEL MAINGUY : contrat spéciaux, 3 éditions, Dalloz, Paris, 2002, p 123.

إذ يستند كل فقيه إلى حجج معنية، إلا أنه لا نجد أية فائدة ترجى من الخوض في تفاصيل التمييز بين كل تلك المصطلحات، لأنها لا تؤدي إلى آثار قانونية محددة، بل تحقق هدف واحد هو تنوير إرادة المستهلك قصد اختيار المنتج الذي يتلاءم و رغباته الشخصية<sup>2</sup>.

أما المشرع الجزائري فلم يتبن هذا التعدد المصطلحاتي، بل استعمل مصطلح واحد في مختلف القوانين المتعلقة بحماية المستهلك وهو الالتزام بالإعلام خاصة في المادة 17 من القانون 03/09 في الفصل الخامس تحت عنوان "إلزامية الإعلام"، وهو المصطلح الذي سنستعمله في كل أجزاء البحث .

لقد أدى تعدد المصطلحات المستعملة إلى اختلاف تعريفها من فقيه إلى آخر، حيث عرّف أحد الفقهاء الالتزام بالإعلام بأنه: " عبارة عن بيان أو إشارة أو تعليمات يمكن أن تقدم توضيحا حول واقعة أو قضية ما "<sup>3</sup>، إلا أن هذا التعريف عام لا يشخص بدقة هذا الالتزام. و عرفه بعضهم بأنه: " تعريف السلعة و التحذير من إخطارها "<sup>4</sup>.

ضيق هذا التعريف من نطاق الالتزام بالإعلام و قصره على السلع فقط دون الخدمة و اعتبره آخر : " واجب قانوني يقع على عاتق منتجي و بائعي المنتجات الصناعية الخطرة بالإدلاء للمشتري أو المستهلك بكافة بياناتها وخاصة المتعلقة بكيفية استخدامها أو التحذير مما قد ينجم عنها من أضرار أثناء استعمالها أو الاحتفاظ بها " <sup>5</sup>، يتسم هذا التعريف بالدقة و إن كان ينصب على المنتجات الخطرة فقط.

## 2- التعريف القانوني:

نورد فيما يلي أهم النصوص القانونية المتعلقة بالالتزام بالإعلام:

<sup>1</sup> - AGNES DUPONT : le devoir de conseil en matière de garantie, DEA de droit des affaires, université robert Schuman, 2002, p 2.

<sup>2</sup> - د . ممدوح محمد مبروك : المرجع السابق، ص 51 .

<sup>3</sup> - د. احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص 110 .

<sup>4</sup> - د. زهية حورية سي يوسف : المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، 2009، ص 145 .

<sup>5</sup> - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 51.

نصت المادة 352 من الأمر رقم 75-158<sup>1</sup> على العلم الكافي بالمبيع: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

وإذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالما بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال العقد بدعوى عدم العلم به، إلا إذا أثبت غش البائع".

لقد حددت المادة 352 أطراف الالتزام و مضمونه :

فأما أطرافه فهما البائع بصفته مدينا والمشتري بصفته دائنا بالالتزام، الذي ينصب على بيان المبيع وأوصافه الأساسية بحيث يُمكن التعرف عليه، حتى ولو لم يره المشتري، لكن ما يلاحظ على نص المادة 352: أنها قصرت أطراف عقد البيع على البائع والمشتري فقط، مما يدفعنا إلى التساؤل عن دور المنتج أو المستورد؟ ومن جهة أخرى فإن مضمون هذا الالتزام جاء في صيغة عامة، إذ لم يحدد عناصره بدقة، لذا لا يمكن الاعتماد على هذا النص في تعريف الالتزام بالإعلام.

\* كانت المادة 24<sup>2</sup> من القانون 89/02<sup>3</sup> تنص على وجوب إعلام المستهلك بخصوصيات المنتج حسب طبيعته وما يلاحظ في هذا الصدد، عدم وضوح هذا النص الذي يحيل في تحديد العناصر التي يجب ان يعلم بها المستهلك إلى نص المادة 3 منه الذي تضمن عدة التزامات دون الاقتصار على الالتزام بالإعلام، إلا أن المادة 94 من القانون 09/03<sup>4</sup> ألغت أحكام القانون السابق و أبقّت العمل بنصوصه التنظيمية إلى حين صدور نصوص جديدة<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - المؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق لـ 26 سبتمبر سنة 1975، المتضمن القانون المدني المعدل والمتمم، الجريدة الرسمية رقم 78 لسنة 1975.

<sup>2</sup> - تنص المادة 4 على انه: "تكيف العناصر المنصوص عليها في المادة 3 من هذا القانون حسب طبيعة وصنف المنتج و/ أو الخدمة بالنظر إلى الخصائص التي تميزه والتي يجب ان يعلم بها المستهلك حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية".

<sup>3</sup> - المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>4</sup> - المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>5</sup> - لم يصدر إلى حين هذا اليوم أي نص تنظيمي للقانون 09/03 بالتالي بقاء سريان النصوص التنظيمية القديمة أي صدور قانون دون آليات تطبيقه على الميدان ولعل ما يبرر ذلك، العدد الهائل للمراسيم التنفيذية المتعلقة بحماية المستهلك، الأمر الذي يُصعّب عملية إصدارها دفعة واحدة .

وبالرجوع للقانون 03/09، نجد أنه خص ص فصلا كاملا تحت عنوان:  
"إلزامية إعلام المستهلك" لذا فقد أعلن المشرع الجزائري بصورة مباشرة تبنيه للالتزام بالإعلام كالتزام قانوني.

و نصت المادة 17 من ق 03/09 على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة".

لذا يستخلص من النص السابق عناصر أساسية تتمثل في:

- \* أطراف الالتزام: المتدخل والمستهلك.
- \* محل الالتزام: كل المعلومات المتعلقة بالمنتج.
- \* وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام: الوسم، أو العلامات أو أية وسيلة تصلح لتنفيذ الالتزام بالإعلام.

حيث لم تفرض المادة 17 هذا الالتزام على شخص واحد معين مسبقا، بل على كل متدخل موسعا من دائرة الأشخاص المسؤولين عن تنفيذ هذا الالتزام، على عكس المادة 351 من التقنين المدني التي قصرته على البائع فقط، و يستعمل المتدخل في سبيل إعلام المستهلك الوسم أو العلامات أو أية وسيلة أخرى.

يمكن القول أن المشرع الجزائري قد وقق في تعريف الالتزام بالإعلام استنادا إلى نص المادة 17 من ق 03/09<sup>1</sup>، إذ حدد أهم العناصر المكونة لهذا الالتزام سواء أعلق بأطرافه أم مضمونه أم وسائل تنفيذه، إلا أن ما يؤخذ عليه مسألة حصر مضمونه على المعلومات المتعلقة بالمنتج كمحل لعقد البيع، دون أن يعممه على العملية العقدية المزمع إبرامها الأمر الذي يدفعنا إلى البحث على نصوص أخرى أكثر شمولاً.

استنادا إلى القانون 202/04<sup>2</sup> نصت المادتان 4 و 38 على ما يلي:

<sup>1</sup> - المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.  
<sup>2</sup> - المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل والمتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 41 الصادرة في 27 يونيو 2004.  
<sup>3</sup> - إن المادتين 4، 8 لم يمسهما أي تعديل.

تنص المادة 4 على أنه: " يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع "، أما المادة 8 فتتص على أنه : " يتولى البائع وجوبا قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت و حسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة " .

لقد وسع نص المادتين 4 ، 8 من مضمون الالتزام بالإعلام، لكنه قصره على البائع فقط<sup>1</sup> بحيث يشمل: الإعلام بالأسعار، شروط البيع، الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو تأدية الخدمة وهو ما يتوافق مع نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06<sup>2</sup> التي تنص على انه: " يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/ أو تأدية الخدمات".

أما المرسوم التنفيذي رقم 286/92<sup>3</sup> فقد عرف الالتزام بالإعلام عن المنتجات الصيدلانية في المادة الأولى منه بأنه:

"الإعلام الطبي و العلمي حول المنتجات الصيدلانية هو مجموع المعلومات المتعلقة بتركيبها وآثارها العلاجية والبيانات الخاصة بمنافعها ومضارها والاحتياجات الواجب مراعاتها و كفاءات استعمالها و نتائج الدراسات الطبية المدققة المتعلقة بنجاحاتها و سميتها العاجلة أو الآجلة، تلك المعلومات التي تقدم إلى الأطباء والصيدالدة وأعوان الصحة والمستعملين للأدوية بغية ضمان الاستعمال السليم للمنتجات الصيدلانية.

وينبغي ألا تشمل على أقوال غشاشة أو غير قابلة للتمحيص ولا على إغفال قد ينجر عنه استهلاك دواء لا مبرر له طبيا ولا أن يعرض المرضى بها لمخاطر لا موجب له".

<sup>1</sup> - كان من الأجدر أن يستعمل مصطلح " العون الاقتصادي " هو ما ذكره في نص المادة (3) من القانون ذاته الذي عرفه بأنه:

(العون الاقتصادي هو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفتها القانونية) .

<sup>2</sup> - المؤرخ: في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعد تعسفية، الجريدة الرسمية رقم 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006.

<sup>3</sup> - المؤرخ في 6 يوليو 1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، الجريدة الرسمية رقم 53 لسنة 1992.

ما يلاحظ على هذه المادة أنها فصلت في مضمون الالتزام بالإعلام عن المنتجات الصيدلانية بسبب خطورتها على صحة المستهلك .

بناء على النصوص التي تم إيرادها<sup>1</sup>، يمكن القول أن الالتزام بالإعلام هو التزام المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات التي تخص العملية العقدية بصفة عامة والمنتج بصفة خاصة، بواسطة الوسم أو بأية وسيلة مناسبة.

من خلال مناقشة مختلف التعاريف التي أوردها كل من الفقه والقانون، يعرف الالتزام بالإعلام بأنه التزام قانوني يفرض على كل متدخل إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالعملية العقدية ككل، والمنتج بصفة خاصة بالوسيلة الملائمة وإلا تعرض لجزاءات قانونية معينة.

ثانيا : المقصود بعقد البيع الاستهلاكي .

لا يمكننا الوصول إلى تحديد المقصود بعقد البيع الاستهلاكي إلا بعد تعريف كل من عقد البيع و عقد الاستهلاك.

### 1 - المقصود بعقد البيع:

عرف عميد القانون المدني الأستاذ عبد الرزاق السنهوري عقد البيع بأنه:

" عقد ملزم لجانبين، إذ هو يلزم البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حقا ماليا آخر ويلزم المشتري أن يدفع للبائع مقابل لذلك ثمنا نقديا"<sup>2</sup>.

إن التعريف السالف الذكر يشبه التعريف القانوني المنصوص عليه في المادة 351 من التقنين المدني بقولها: " البيع عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حق ماليا آخر في مقابل ثمن نقدي"، إلا أن المشرع عرّف البيع بأثاره مع أن جوهر العقد هو التراضي

<sup>1</sup> - المادة 352 من التقنين المدني و المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 4 8 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية و المادة 4 من المرسوم التنفيذي 306/06 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعد تعسفية و المادة 1 من المرسوم التنفيذي 286/92 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

<sup>2</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "العقود التي ترد على الملكية: البيع و المقايضة"، الجزء 4، الطبعة 3، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005، ص 21.

على ترتيب هذه الآثار وتعريف العقد إنما يكون ببيان عناصره لا آثاره " <sup>1</sup> على العموم يمكن استخلاص خاصيتين من نص المادة 351 :

- إن البائع و المشتري هما طرفا عقد البيع.

- يرتب عقد البيع آثارا بإلزام البائع بنقل الملكية في مقابل ثمن نقدي بالتالي يقع محل عقد البيع <sup>2</sup> على نقل ملكية المبيع في مقابل ثمن نقدي .

## 2- المقصود بعقد الاستهلاك:

لا يمكن عدّ البيع عقدا استهلاكيا إلا إذا توفر على أركان معينة، يمكن استخلاصها من التعريف الآتي:

### أ - تعريف عقد الاستهلاك:

هو العقد الذي يجسد عملية الاستهلاك، إذ يُعرّف الاستهلاك اصطلاحا: " استعمال السلع والخدمات بقصد الإشباع المباشر لحاجات الإنسان " <sup>3</sup>.

لذا فالعملية الاستهلاكية <sup>4</sup> هي " تلك العملية الاقتصادية من: ( شراء، استئجار الحصول على خدمة طبية) التي يرمي الفرد من خلالها إلى إشباع حاجاته اليومية دون توفر نية تحقيق الربح" <sup>5</sup>.

إذن فعقد الاستهلاك هو العقد المبرم بين المتدخل و المستهلك للحصول على منتج ما قصد استعماله استعمالا نهائيا لإشباع حاجاته الشخصية أو حاجات غيره، وهو ما ينطبق مع مختلف النصوص القانونية بعد الموازنة أو الربط بينها، كنص المادة ( 1 ) من المرسوم التنفيذي

<sup>1</sup> - أ . محمد حسنين: عقد البيع في القانون المدني الجزائري، الطبعة 5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006، ص 9.

<sup>2</sup> - لقد جرت العادة على تجاوز عبارة "محل الالتزام الناشئ عن عقد البيع" إلى محل العقد، اختصارا للعبارة السالفة الذكر فمحل الالتزام هو مجموعة الاداءات التي يلتزم المدين بأدائها لمصلحة الدائن، لمزيد من التفصيل انظر:

- أ . علي فيلاللي: الالتزامات النظرية العامة للعقد"، الطبعة 2، دار موفم للنشر و التوزيع، الجزائر، 2005، ص 165 .

<sup>3</sup> - عبد العزيز محمد الحمد: الاستهلاك في الإسلام، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1987، ص 2.

<sup>4</sup> - GUY CHARON, LAURENT HERMEL : la vente « la nouvelle donnée des forces de vente, economica , Paris , 2002 , p 202 .

<sup>5</sup> - أ . عبد المنعم موسى إبراهيم : حماية المستهلك " دراسة مقارنة " ، المرجع السابق ، ص 22، د.جمال النكاس : حماية المستهلك و أثرها على النظرية العامة للعقد ، مجلة الحقوق ، 1997، عدد 1، ص 48 وائل نافد سفرجلاني : الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع رسالة ماجستير، جامعة بيروت العربية ، 2001 ، ص 5.

رقم: 06 / 306<sup>1</sup> التي تنص: " يهدف هذا المرسوم إلى تحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية" وعرفت المادة (3) من القانون 03/09 المستهلك بأنه " : كل شخص طبيعي أو معنوي يقنتي بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".

\* إن عقد الاستهلاك ليس مثل العقود الأخرى، إذ لا يندرج ضمن طائفة محددة من العقود التي نظمها القانون المدني<sup>2</sup> كعقد البيع أو الإيجار أو القرض فهو يضم كل هذه العقود لأنه لا يهتم بموضوعها، بقدر اهتمامه بحماية الطرف الضعيف فيها بآليات مكرسة في قانون حماية المستهلك<sup>3</sup>.

من خلال ما سبق يمكن استنباط الأركان الواجب توافرها في عقد الاستهلاك.

(ب) - أركان عقد الاستهلاك :

يرتكز عقد الاستهلاك على أركان محددة هي:

ب1 - الركن الشخصي: - طرفا العقد -

إن العقد المبرم بين المستهلك و المتدخل هو بالضرورة عقد استهلاكي<sup>4</sup> أي أن مستهلك + متدخل = عقد استهلاك فهذا العقد يجسد علاقة قانونية غير متكافئة نظرا لتفوق طرف على آخر من الناحيتين الاقتصادية و المعرفية، الأمر الذي فرض تدخل القانون لحماية الطرف الضعيف<sup>5</sup> " المستهلك" في مواجهة الطرف القوي "المتدخل"، بمعنى المخالفة لا يمكن تصور

<sup>1</sup> - المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية

<sup>2</sup> - د. محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2006، ص 279، د. خالد عبد الفتاح محمد خليل: حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009، ص 20 .

- MICHELE VANWIJCK, ALEXANDRE, PATRICK WERY: le processus de formation du contrat, lancier, Bruxelles, 2004, p 336.

<sup>3</sup> - بسبب عدم فعالية نصوص القانون المدني التي تفترض المساواة بين أطراف العقد وهو ما يتعارض مع الواقع.

<sup>4</sup> - RABIH CHENDEB : op.Cit, p 16, YVES PICOD et HELENE DAVO : droit de la consommation, Armand colin, paris, 2005, p 90 .

<sup>5</sup> - فالطرف الضعيف هو الطرف الذي تتقصه القوة، أو القوة الجسمية أو المعنوية ويرجع هذا الضعف إلى عدة أسباب منها:

وجود عقد استهلاكي في العلاقة بين المستهلكين أو بين المتدخلين أنفسهم<sup>1</sup>، إذ يطبق على المجموعة الأولى القانون المدني، في حين يسري قانون المهنة على المجموعة الثانية<sup>2</sup>.

لذا نظرا لأهمية هذين المصطلحين في تحديد نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك<sup>3</sup> بصفة عامة و تحديد نطاق عقد البيع الاستهلاكي، خاصة عند الحديث عن أطراف الالتزام بالإعلام فإننا سنعرف كلا من المستهلك والمتدخل.

### ب1-1: المستهلك:

عرفته المادة (3) من القانون 03/09 بأنه : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به) والمادة (3) من القانون 02/04<sup>4</sup>: "بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني).

- ضعف المؤهلات الجسمية و النفسية و التقنية.  
- غياب التوازن العقدي بين الطرفين بحكم الظروف الاقتصادية و الاجتماعية.  
لمزيد من التفصيل أنظر: محمد الهيني: الحماية القانونية للطرف الضعيف في عقد التأمين البحري، رسالة لنيل دبلوم دراسات معمقة في القانون الخاص، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، 2005-2006 ص 4.

<sup>1</sup> - د . خالد عبد الفتاح محمد خليل: المرجع السابق، ص 22.  
<sup>2</sup> - \* تجدر الإشارة أن القانون 02/04 في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 عني أيضا بحماية العون الاقتصادي، إذ نصت المادة الأولى منه : " يهدف هذا القانون إلى تحديد قواعد ومبادئ الشفافية ونزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين و بين هؤلاء والمستهلكين و كذا حمايته وإعلامه"، خاصة في المواد 7، 9 التي تتعلق بالزامية إعلام العون للعون الاقتصادي المتعامل معه، حتى انه سوى بينه و بين المستهلك في الجزاءات المترتبة عن الإخلال به، ويفسر ذلك برغبته في حماية العون الاقتصادي الضعيف في مواجهة العون الأقوى منه ضمانا لشفافية و نزاهة الممارسات التجارية .

<sup>3</sup> - من أهم خصائصه:الصياغة الفنية الخاصة و الطبيعة الأمرة لقواعده باعتباره قانون جزائي، أ. علي بولحية بن بوخميس: القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر 2000، ص 17 .

<sup>4</sup> - في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

على ضوء النصين السابقين<sup>1</sup> يُمكن استخلاص العناصر الأساسية المكونة لمفهوم المستهلك وهي: كل شخص طبيعي أو معنوي، اقتناء سلع أو خدمات بمقابل أو مجاناً الاستعمال النهائي للمنتوجات سواء أكان الاستعمال شخصياً أو غير شخصي.

### \* المستهلك شخص طبيعي أو معنوي:

إن اعتبار الشخص الطبيعي مستهلكاً أمر بديهي فهو الذي يستعمل المنتوجات حتى أن الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل تتناسب مع طبيعته الإنسانية كإلزامية النظافة والنظافة الصحية للمواد الغذائية و سلامتها<sup>2</sup> ومراعاة المصالح المعنوية للمستهلك<sup>3</sup>، إلا أن المشرع الجزائري البس الشخص المعنوي ثوب المستهلك حاسماً بذلك الجدل الفقهي الذي كان قائماً على عكس القانون الفرنسي الذي فتح باب النقاش بين الفقه والقضاء<sup>4</sup>.

لكن مما هو معروف أن الشخص المعنوي محكوم "بمبدأ التخصيص" بمعنى ممارسة نشاطه في نطاق الغرض الذي أنشئ من أجله ومن ثم لا يمكن عدّه مستهلكاً متى مارس نشاطه الرئيسي لكن يطرح التساؤل بالنسبة للأعمال التابعة لنشاطه التي تخرج عن تخصصه، سنجيب عن هذا الإشكال في النقطة المتعلقة بالاستعمال النهائي.

### \* اقتناء السلع أو الخدمات بمقابل أو مجاناً:

استعملت المادة 3 من القانون 03/09 لفظ "اقتناء السلع أو الخدمات" يقابله النص

الفرنسي:

Consommateur : « toute personne physique ou morale **qui acquiert** à titre onéreux ou gratuit. »

<sup>1</sup> - المادة 3 من القانون 03/09 و المادة 3 من القانون 02/04.

<sup>2</sup> - الفصل (1) من القانون 03/09 : م 4 - 8 .

<sup>3</sup> - الفصل (6): م 19 - 20.

<sup>4</sup> - voir : PHILIPPE MALINVAUD : la protection des consommateurs, chronique-VIII recueil Dalloz Sirey, 1981, p 49, YVES PICOD et HELENE DAVO : op.cit, p 20.

بمعنى: الاكتساب و الحصول<sup>1</sup>، إذ أن النص الفرنسي أدق من العربي وأوسع منه لان الاقتناء يحمل معنى الشراء<sup>2</sup>، إلا أن عقد الاستهلاك لا يقتصر على عقد البيع، لذا يستحسن استبداله بمصطلح "الحصول".

ويلاحظ أيضا على المادة 3 أنها قصرت لفظ المستهلك على المتعاقد (المقنتي) رغم إمكانية امتداده للمستفيد أو المستعمل هو ما يؤكد النص الفرنسي للمادة (3) من القانون 02/04<sup>3</sup> الذي ينص على أنه:

le consommateur : «Toute personne physique ou morale ***qui acquiert*** ou ***utilise***, à des fins excluant tout caractère professionnel, des bien ou des services mis en vente ou offerts»<sup>4</sup>.

لذا فالمستهلك نوعان: المتعاقد و مستعمل المنتج<sup>5</sup> على الرغم من انه ليس طرفا في العقد وهو خروج عن القواعد العامة المتعلقة بمبدأ نسبية العقد<sup>6</sup>.

و يمكن أن يكون عقد الاستهلاك معاوضة أو مجانا، إلا أن التقديم المجاني ليس من باب التبرع المحض، بل تحقيقا للربح على المدى الطويل على انه أسلوب للترويج أو البيع بالمكافأة بإعطاء شيء مجاني مع المبيع أو مسابقات الحظ المتوجة بجوائز<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - LYNN .S MATAR : langue des agens de robe « dictionnaire trilingue juridique et économique détaillé », 1ere édition , mâchurât al halle bi alhoukoukia , 2004 p 66 .

<sup>2</sup> - د . سهيل إدريس وأ. جبور عبد النور : المنهل ، الطبعة 1، دار الآداب ودار العلم للملايين، بيروت 1999، ص16.

<sup>3</sup> - الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

<sup>4</sup> - إن النص العربي لهذه المادة ، جاء مختلا ، إذ لا يؤدي المعنى المقصود منه والأصح : " المستهلك : هو كل شخص طبيعي أو معنوي يحصل أو يستعمل سلعاً أو خدمات عرضت للبيع أو بالمجان لأغراض مجردة من كل طابع مهني " .

<sup>5</sup> - GUY CHARON, LAURENT HERMEL : op.cit, p 202.

<sup>6</sup> - قندوزي خديجة : حماية المستهلك من الإشهارات التجارية "على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999" مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر- بن عكنون، 2000-2001، ص 3، جردود الياقوت : عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة الجزائر - بن عكنون، 2001 - 2002 ص 21 .

**\* الاستعمال النهائي للمنتوجات لحاجاته الشخصية أو حاجات غيره:**

نصت المادة 3 من القانون 03/09 على انه :

" المستهلك : كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا ، سلعة أو خدمة

موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر

أو حيوان يتكفل به".

لذا يقصد بالاستعمال النهائي هو استعمال المنتج للغرض المخصّص له، كإقتناء

المواد الغذائية لتناولها، شراء سيارة قصد التنقل، الاستفادة من العلاج أو استشارة قانونية بمعنى المخالفة يخرج عن مفهوم المستهلك كل من يستخدم المنتوجات لأغراض غير نهائية كالإنتاج أو الاستثمار إعادة التصنيع كمن يشتري مواد لإعادة بيعها أو تصنيعها<sup>2</sup>، بدليل أن المشرع حذف عبارة " الاستعمال الوسيط " <sup>3</sup> التي نص عليها في المادة (1) من المرسوم التنفيذي 439/90 وأبقى على الاستعمال النهائي، بعد أن تعرض لنقد شديد من قبل الفقهاء<sup>5</sup>.

فهل يعني ذلك أن المشرع الجزائري تبنى الاتجاه المضيق لمفهوم المستهلك ؟؟

لأول وهلة يظهر أنه تبنى هذا الاتجاه الذي يتلخص في أن المستهلك هو: كل من يتعاقد

لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية المجردة من أي طابع مهني<sup>6</sup> وهو ما يتوافق

<sup>1</sup> - أ . محمد عماد الدين عياض : نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09، الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون 03/09، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، غير منشور، ص 7 .

<sup>2</sup> - تعد أعمال تجارية بحسب الموضوع طبقا للمادة 2 من الأمر 75-59 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم و المتضمن القانون التجاري .

<sup>3</sup> - نصت المادة الأولى على أنه:

" المستهلك : كل شخص يقتني بثمن أو مجانا ، منتوجا أو خدمة ، معدين للاستعمال الوسيط أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به.

<sup>4</sup> - مؤرخ في : 30 يناير 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، الجريدة الرسمية رقم 5 لسنة 1990.

<sup>5</sup> - إن المادة الأولى جاءت متناقضة حين جمع المشرع بين الاستعمال الوسيط و الغرض الشخصي أو العائلي من الإقتناء وأن من شأن المساواة بين النقيضين أن يفقد قانون حماية المستهلك فلسفته التي قام عليها وهي تحقيق المساواة في العلاقة بين أطراف العقد الاستهلاكي، د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" ، المرجع السابق، ص 31 .

<sup>6</sup> - د . السيد محمد السيد عمران، المرجع السابق، ص 8، د. خالد عبد الفتاح محمد خليل: المرجع السابق ص 18، د. زهية سي يوسف : المرجع السابق، ص 35، د . محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" ، المرجع السابق، ص 23، د . دنيا مباركة : الحماية القانونية لرضا

مع المادة 3 من القانون 02/04<sup>1</sup> التي تنص على أنه: "المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني "، إلا أن المادة 3 من القانون 03/09 أوردت نقطتين، من شأنهما تغيير هذا الموقف:

\* اشترطت المادة 3 أن يكون الاستعمال نهائيا للمنتوج أي مجرد استعماله فقط كسواء سيارة للاستعمال الشخصي أو المهني بغض النظر عن صفة الأشخاص سواء أكان شخص عاديا أو مهنيا لكن يخرج عن مفهوم المستهلك متى كان لأغراض مهنية بحثة كسواء سيارة لإعادة بيعها أو شراء مواد لإعادة تصنيعها .

\* يكتسب الشخص المعنوي صفة المستهلك إلى جانب الشخص الطبيعي إلا أنه مقيد - كما قلنا سابقا - " بمبدأ التخصيص " أي ممارسة نشاطه في حدود الغرض الذي أنشئ من أجله سواء أكان شركة أم جمعية، لذا وجب التمييز بين أمرين :

- لا يمكن عده مستهلكا متى مارس نشاطه الرئيسي المتعلق بتوفير سلع أو تقديم خدمات.

- إن الأعمال التابعة لنشاطه التي تخرج عن تخصصه، كإبرام شركة لعقد تأمين على نشاطها، أو تأمينها خدمات استشفائية لعمالها أو توفير الغذاء لهم، أعمال ذات طبيعة استهلاكية " فهي لا تدخل ضمن النشاط المهني الذي يحصل منه على موارده المالية<sup>2</sup>.

\* إلا أننا نتحفظ على إضفاء المشرع الجزائري صفة المستهلك على الشخص المعنوي لأن الأعمال المرتبطة بنشاطه التي تخرج عن اختصاصه، تعد في منظور التقنين التجاري أعمالا تجارية بالتبعية طبقا للمادة (4) منه التي تنص:

" يعد عملا تجاريا بالتبعية :

- الأعمال التي يقوم بها التاجر والمتعلقة بممارسة تجارته أو لحاجات متجره" ومن ثم يسري عليها، القانون التجاري و القوانين المتعلقة به: كالقانون 02-04 ، الذي ينظم طبقا

مستهلكي السلع و الخدمات، المجلة المغربية للاقتصاد و القانون، وجدة، يونيو 2001، عدد 3، ص 46  
د. حامق ذهبية: الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة دكتوراه مقدمة بجامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2009 ص 184 .

- PHILIPPE MATINVAUD : article précité, p 49.

<sup>1</sup> - المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - د . عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 25.

للمادة الأولى منه العلاقة بين الأعوان الاقتصاديين من جهة و بين العون الاقتصادي و المستهلك، إذ يحظى العون بحماية خاصة تضاهي الحماية التي خصّها المشرع للمستهلك على الأقل فيما يخص الالتزام بالإعلام - محل الدراسة - في المادتين 7، 9، لذا لا حاجة لتطبيق القانون المتعلق بحماية المستهلك عليه.

## ب 1 - 2: المتدخل

هو الطرف الثاني لعقد الاستهلاك، يملك قوة اقتصادية ومعرفية، تجعله يتفوق على الطرف الثاني "المستهلك" لهذا كان هدف قانون حماية المستهلك هو إعادة وضع الطرفين على قدم المساواة بتحميل المتدخل عدة التزامات قانونية<sup>1</sup>.

و لم تستقر القوانين السابقة على مصطلح واحد، إذ استعملت لفظ متدخل<sup>2</sup> ثم محترف<sup>3</sup> و مهني<sup>4</sup> وصولاً إلى عون اقتصادي، ليتبنى المشرع الجزائري مصطلحا واحد هو: المتدخل بموجب القانون الجديد رقم 03/09 حيث عرفه نص المادة 3 فقرة 7 بأنه: " كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتجات للاستهلاك " .

لتحدد الفقرة 8 من المادة ذاتها المقصود من عملية وضع المنتج للاستهلاك بأنها: " مجموع مراحل الإنتاج و الاستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و بالتجزئة " .

- كما نصت المادة 3 فقرة 1 من القانون 02/04 على أن: " عون اقتصادي هو كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من أجلها".

بقراءة النصوص السابقة الذكر نلاحظ أن المادة 3 من القانون 03/09 وسّعت من مجموعة المتدخلين لتشمل الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين كالشركات التجارية أو المدنية التي تنتمي إلى القطاع الخاص أو حتى العام وبخاصة فيما يتعلق بالمرافق العمومية ذات الطابع الاقتصادي

<sup>1</sup> - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 33

<sup>2</sup> - المادة 1 من القانون 02/89 مؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

<sup>3</sup> - المادة 2 من القانون 266/90 مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات، الجريدة الرسمية رقم 40 لسنة 1990، التي تنص " المحترف : هو منتج أو صانع ، وسيط ، أو حرفي ، أو تاجر أو مستورد ، أو موزع وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته، في عملية عرض المنتج أو الخدمة للاستهلاك "

<sup>4</sup> - في القرار الصادر في 10 ماي 1994 المطبق للقانون 266/90 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات.

لأنها تعتبر تاجرة في نظر القانون وتخضع لذات التزامات التجار<sup>1</sup>، أما بالنسبة إلى المرافق العمومية ذات الطابع الإداري فلا مجال للبحث فيها، لاقتصار موضوع البحث على عقد البيع في حين ينصب نشاط تلك المرافق على تقديم خدمات مقابل رسوم رمزية<sup>2</sup>.

إذ تتدخل أولئك الأشخاص في عملية وضع المنتج للاستهلاك وقد استعمل المشرع مصطلح العرض في المادة 2 والمادة 7/3 من ق: 03/09 على رغم أن لفظ الوضع طبقا للنص الفرنسي هو الأصح « le processus de la mise à la consommation » لأنها تشمل كل مراحل الإنتاج والتوزيع وصولا إلى عملية عرضها في السوق<sup>3</sup>.

وحددت المادة 8/3 من القانون 03/09، مفهوم عملية وضع المنتج للاستهلاك بأنها تشمل كل مراحل الإنتاج والاستيراد والتخزين والنقل والتوزيع بالجملة وبالتجزئة وإن كان هذا التعريف قد حدد صفة المتدخل بناء على النشاط الذي يمارسه، إلا أنه حصره في نطاق السلع فقط دون الخدمات، لذا نجد نص المادة 1/3 من القانون 02/04 قد وسّع من نطاق الأشخاص المتدخلين حيث تشمل التاجر، الحرفي و مقدم الخدمات مهما كانت صفته القانونية، أثناء تأدية مهنتهم المعتادة كالتجار وأصحاب المهن الحرة أو بهدف تحقيق الغرض الذي أنشئوا من أجله كالشركات.

على ضوء ما سبق يمكن تعريف المتدخل بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي مهما كانت صفته القانونية، يتدخل في أية مرحلة من مراحل وضع السلع أو الخدمات للاستهلاك.

لذا فقد وفق المشرع الجزائري بتبنيه مصطلح "المتدخل"، إذ من شأنه توسيع دائرة المسؤولين اتجاه المستهلك في حالة إخلالهم بالتزاماتهم القانونية على سبيل التضامن ولو لم يربطه

<sup>1</sup> - فعلى سبيل المثال تخضع هذه الأشخاص إلى الإفلاس أو التسوية القضائية طبقا للمادة 217 من التقنين التجاري.

<sup>2</sup> - أ . ناصر لباد : القانون الإداري " النشاط الإداري "، الجزء 2، الطبعة 1، مطبعة sarp، الجزائر، 2004 ص 118.

<sup>3</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة، الملحق، هامش 1، ص 2 . ويرى البعض أن فعل العرض يتحقق بوضع البضاعة تحت نظر المشتريين في مكان مفتوح للجمهور لرؤيتها أو فحصها أو شراءها، كأن توضع داخل واجهة أو مكان عام أو خاص، أ . محمد شرايرية: الحماية الجنائية للمستهلك، الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون 03/09، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، غير منشور، ص 3 .

بالمستهلك أية علاقة عقدية<sup>1</sup>، ومن ثم إمكانية رجوعه مباشرة على أي واحد منهم خروجاً عن نظرية الأثر النسبي للعقد طبقاً للقواعد العامة<sup>2</sup>.

## ب 2 - الركن الموضوعي - محل عقد الاستهلاك :-

ينصب عقد الاستهلاك المبرم بين المتدخل و المستهلك على منتج ما ، إذ يلتزم الأول بتوفيره لحساب الثاني الذي يستعمله لحاجاته الخاصة، لذا سنتعرض إلى نقطتين :

ب2-1 : مفهوم المنتج .

ب2-2 : إمكانية عد الخدمة محلاً لعقد البيع الاستهلاكي

### ب2-1 : مفهوم المنتج :

سيتم تعريف المنتج ثم تحديد الشروط الواجب توافرها فيه.

#### \* تعريف المنتج :

بالنسبة إلى القواعد العامة فقد عرف التقنين المدني المنتج في المادة 140 مكرر بأنه: " يعتبر منتوجاً كل مال منقول وكان متصلاً بعقار، لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية ".<sup>3</sup>

نلاحظ أن هذه المادة عدت المنتج منقولاً ولو كان متصلاً بعقار دون العقارات وذكرت عدة أنواع من المنتوجات على سبيل المثال .

أما فيما يخص القواعد الخاصة فأول ما يلاحظ على القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، أنه وحد المصطلحات المتعلقة به كمصطلح "المنتج" ليُزيل كل الغموض والتناقضات التي اكتنفت القوانين السابقة<sup>3</sup>.

1 - أ . محمد عماد الدين عياض : المقالة السابقة، ص 5 .

2 - د . جمال النكاس : المقالة السابقة، ص 110 .

3 - إذ كان لفظ المنتج يُعبّر في نصوص على السلعة دون الخدمة كالمادة 3 من القانون 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وفي مواد أخرى عليهما معاً كالمادة 2 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات لمزيد من التفصيل أنظر: د.حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 209 - 212، يغلي مريم: الالتزام بالإعلام في بيع المنتجات الخطرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار عنابة، 2007-2008، ص 15.

وعرفت المادة 3 / 10 المنتج بأنه: " كل سلعة أو خدمة يُمكن أن يكون موضوع تنازل بمقابل أو مجانا " .

فلفظ المنتج شمل السلعة و الخدمة معا، رغبة من المشرع في توسيع تطبيق أحكام قانون حماية المستهلك ليشمل الخدمات أيضا، نظرا لتنوعها وزيادة أهميتها في حياتنا اليومية.

#### \* السلعة:

بالرجوع إلى النص الفرنسي نجد لفظ " le bien " أي المال، هو أوسع من لفظ السلعة التي تقتصر على المنقولات بالدرجة الأولى، لعل ذلك يرجع إلى أن لفظ السلعة ذو طابع اقتصادي<sup>1</sup> أكثر من قانوني، وطبقا للمادة 17/3 فالسلعة هي: " كل شيء مادي قابل للتنازل عنه بمقابل أو مجانا " .

من خلال هذا النص يستخلص ما يلي:

- تشمل السلعة كلا من المنقول والعقار لان المادة 17/3 استعملت لفظ "الشيء" الذي ينصرف إليهما معا طبقا للمادة 683 من القانون المدني التي تنص على أنه: " كل شيء مستقر بحيزه و ثابت فيه و لا يمكن نقله منه دون تلف فهو عقار، وكل ما عدا ذلك من شيء فهو منقول " .

- قصرت المادة 17/3 السلعة على الأشياء المادية دون المعنوية كبراءة الاختراع و العلامات لأنها غير ملائمة لأساليب الرقابة و المطابقة التي تتطلب الوجود المادي<sup>2</sup>.

- يجب أن تكون السلعة قابلة للتنازل عنها بالمقابل أو بالمجان بغض النظر عن طبيعة المعاملة<sup>3</sup> بمعنى المخالفة، لا يمكن عدّها كذلك إذا كانت أشياء غير القابلة للتعامل فيها بحكم طبيعتها أو بحكم القانون<sup>4</sup> طبقا للمادة 682 من التقنين المدني .

<sup>1</sup> - تعد السلع و الخدمات في الفكر الرأسمالي سلعا، أما في الفكر الاشتراكي فيقتصر على السلع دون الخدمة عبد العزيز محمد الحمد: الرسالة السابقة، ص 3.

<sup>2</sup> - أ . محمد عماد الدين عياض : المقالة السابقة، ص 6 .

<sup>3</sup> - على عكس المادة 1/2 من القانون 39/90 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش التي اشترطت ان تكون محل معاملة تجارية .

<sup>4</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "العقود التي ترد على الملكية: البيع و المقايضة " المرجع السابق، ص 261 .

و تتنوع السلع كتلك التي تُهْلِك بأول استعمال كالمنتجات الغذائية<sup>1</sup>، المنتجات الصيدلانية<sup>2</sup> و التجميلية<sup>3</sup> أو ذات الاستعمال طويل كالمنتجات المنزلية غير الغذائية<sup>4</sup>.

### \* الخدمة :

طبقا للمادة 16/3 فالخدمة هي: " كل عمل مقدم غير تسليم السلعة، حتى ولو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة."

لذا فالخدمة عبارة عن أداء قابل للتقدير نقدا<sup>5</sup> ومجرد من كل عملية تسليم سلعة حتى ولو كان هذا التسليم مرافقا للخدمة المقدمة، الأمر الذي يدل على اختلاف طبيعة كل من الخدمة و السلعة، إذ يبقى الالتزام بالتسليم تابعا لعقد البيع دون الخدمة<sup>6</sup>.

و يمكن أن تكون الخدمة ذات طبيعة مادية كإصلاح الأعطاب وخدمات الغسيل والتنظيف أو مالية كالتأمين أو ذهنية كالعمل الطبي أو الاستشارات القانونية سواء لسد حاجة شخصية أو حاجة الغير أو حيوان يتكفل به<sup>7</sup>.

### \* الشروط الواجب توافرها في المنتج :

اشتترطت المادة ( 3 ) من القانون 03/09 في المنتج أن يكون صالحا للاستعمال أي خال من أي نقص أو عيب خفي طبقا للمادة 11/ 3، ويضمن سلامة المستهلك<sup>1</sup> الجسدية

1 - مرسوم تنفيذي رقم 484 /05 مؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل و يتم المرسوم التنفيذي 367/90 والمتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها، الجريدة الرسمية رقم 83، الصادرة بتاريخ 25 ديسمبر 2005.

2 - مرسوم تنفيذي 286/ 92 مؤرخ في 6 يوليو 1992، يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري .

3- مرسوم تنفيذي 37/97 مؤرخ في 14 يناير 1997، يحدد شروط و كفاءات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توظيفها و استردادها في السوق الوطنية، الجريدة الرسمية رقم 4 لسنة 1997.

4 - مرسوم تنفيذي 366/90 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية، الجريدة الرسمية رقم 50، لسنة 1990.

5 - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 29 .

6 - نفس المرجع، ص 30 .

7 - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit , p 8 .

د. فراس يوسف الكساسبة و مؤيد محمد القضاة: فعالية مشروع حماية المستهلك الأردني "دراسة تحليلية نقدية لنطاق مشروع القانون ووسائل تنفيذه"، مجلة الشريعة و القانون، يونيو 2010، عدد 43، ص 148  
د . محمد بودالي: الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات "دراسة مقارنة"، طبعة 1، مكتبة الرشاد للطباعة و النشر و التوزيع الجزائر، 2005، ص 6 .

الجسدية ومصالحه المادية والمعنوية إذا استعمل المنتج استعمالا عاديا أو استعمله استعمالا غير عادي في الشروط الممكن توقعها من قبل المتدخل طبقا للمادة 11/3، 12 من القانون ذاته.

### ب2-2: مدى إمكانية عد الخدمة محلا لعقد البيع الاستهلاكي

عرفت المادة 351 من القانون المدني عقد البيع على أنه: "عقد يلتزم بمقتضاه البائع أن ينقل للمشتري ملكية شيء أو حق مالي آخر في مقابل ثمن نقدي".

و لما كان عقد الاستهلاك ينصب على منتج ما سواء أكان سلعة أم خدمة فنتساءل عن إمكانية وقوع عقد البيع الاستهلاكي على خدمة، مع التسليم مسبقا بأنه من البديهي أن ينصب على سلعة، ومن ثم لا يثير أي إشكال في هذه النقطة .

يمكن أن يقع عقد البيع على خدمة في رأي بعض فقهاء القانون وعلى رأسهم العميد "SAVATIER"<sup>2</sup> في إطار ما يسمى: "بيع الخدمات"<sup>3</sup> على اعتبار "أن الخدمة هي كل أداء يمكن تقويمه نقدا و إن كان مصطلح "المال" لا يقتصر على الأشياء بل الحقوق أيضا حيث يتناول كل ما يمكن تقويمه كسبب منشئ للمال، ذلك أن الأشياء والخدمات لا يؤبه لها في ذاتها إلا باعتبارها أسباب منشئة للأموال"<sup>4</sup>، بمعنى أن الفقيه عدّ الخدمة حقا ماليا بالتالي يمكن أن تكون محلا لعقد البيع .

إلا أن هذا الرأي غير مقبول من الناحيتين المنطقية و القانونية ويرد عليه بما يأتي:

لا يمكن تناسي اختلاف الطبيعة القانونية لكل من السلعة و الخدمة ، إذ تتمثل الأولى في أشياء مادية ملموسة في حين أن الثانية هي عبارة على أداء أو عمل و التي لا يمكن أن تكون

<sup>1</sup> - وسعت المادة 12/3 في حق السلامة ليشمل كل الأشخاص وليس المستهلك فقط وما ذلك إلا تكريس للمادة 35 من الدستور المعدل بالقانون 09/08 مؤرخ في 16/11/2008 التي تنص على انه: " يعاقب القانون على المخالفات المرتكبة ضد الحقوق و الحريات وعلى كل ما يمس سلامة الإنسان البدنية و المعنوية " .

<sup>2</sup> - DANIEL MAINGUY : op.Cit, p 31.

<sup>3</sup> - إذ جاء في مقال له: "إن التدبر في نصوص القانون المدني الفرنسي ، يوجد مجالا لتصور " فكرة عامة للبيع " بحيث يمكن أن تضم الخدمات رغم دقة اللغة القانونية التي تستعصي توظيف هذه الكلمة في البيع، غير أن هذا على المستوى اللفظي و تبنته بعض القوانين كقانون 13 جويلية 1992 المتعلق ببيع الرحلات"، د . أسامة أحمد بدر ضمانات المشتري في عقد البيع الإلكتروني، المقالة السابقة، ص 426.

<sup>4</sup> نفس المقالة، ص 426 .

في أقصى الأحوال إلا محلا لعقد الخدمة<sup>1</sup> كعقد الفندقية، عقد النقل، عقد طبي و ليس عقد البيع<sup>2</sup>.

إن عدّ الخدمة حقا ماليا طبقا للمادة 351 من القانون المدني، أمر غير صحيح لان المقصود بالحق المالي: هو الحق العيني كحق الانتفاع والارتفاق أو حق شخصي كحوالة الحق وحقوق الملكية الأدبية<sup>3</sup>، لذا لا يمكن إدراج الخدمة ضمن احد هذه الحقوق لأنها عبارة عن عمل.

- و حدّ قانون حماية المستهلك : 03/09<sup>4</sup> النظام القانوني المطبق على كل من السلع و الخدمات تحت مسمى المنتج : كالالتزام بالإعلام، الالتزام بالضمان إلزامية امن المنتج قصد ضمان حماية كافية للمستهلك، بسبب اتساع نطاق عقود الخدمات و تفوقها من حيث الكم والقيمة على السلع<sup>5</sup> فهذا التوحيد شكلي دون أن يطال طبيعة كل منهما<sup>6</sup>.

- يمكن الاستناد على عدة نصوص قانونية لإثبات صحة طرحنا:  
\* نصت المادة 1/ 3 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه:  
" المستهلك هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا سلعة أو خدمة"، بعد أن كانت في المادة 9/2 من القانون القديم 02/89<sup>7</sup> " المستهلك كل شخص يقتني بثمن أو مجانا"، لقد استبدل المشرع لفظ الثمن بالمقابل وليس هذا بمحض الصدفة، بل حتى يستوعب هذا اللفظ مصطلحي السلعة و الخدمة، إذ لا يتصور أن تكون الخدمة بثمن ومن ثم فالخدمة ليست محلا لعقد البيع.

\* نصّت المادة 16/3 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: " الخدمة كل عمل مقدم، غير تسليم السلعة، حتى و لو كان هذا التسليم تابعا أو مدعما للخدمة المقدمة " نلاحظ أن المشرع فصل التسليم عن الخدمة فصلا تاما، حتى ولو كان التسليم تابعا

<sup>1</sup> - ورد هذا المصطلح في المادة 37 من المرسوم رقم 12/85 مؤرخ في 26 يناير 1985 يحدد الأعمال الفندقية و السياحية و ينظمها، إذ تنص على انه: " يمكن لأصحاب مؤسسات السياحة فسخ عقد الخدمة في حالة تصرف الحريف تصرفا غير لائق".

<sup>2</sup> - د . قادة شهيدة : المرجع السابق، ص 19.

<sup>3</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "العقود التي ترد على الملكية: البيع و المقايضة"، المرجع السابق، ص 21 .

<sup>4</sup> - المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>5</sup> - د . محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 393 .

<sup>6</sup> - DANIEL MAINGUY: op .cit, p 31.

<sup>7</sup> - المتضمن بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

للأصل أي الخدمة<sup>1</sup> كعقد بيع بطاقات " سيم " المسبقة الدفع الخاصة بخدمة الاتصالات أي شراء خط هاتفي مسبقا تحت اسم " خدمة الدفع المسبق " فيعتبر طبقا للمادة أعلاه عقد بيع منفصلا عن عقد تقديم خدمة الاتصال، ومن ثم تبعية التسليم لعقد البيع وهكذا يؤكد المشرع مرة أخرى أن الخدمة ليست محلا لعقد البيع.

\* نصت المادة 3 / 4 من القانون 04-02<sup>2</sup> على أنه: " العقد: كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، فلم يقل بيع سلعة أو خدمة.

\* تضمن المرسوم التنفيذي رقم 06 / 215<sup>3</sup> عدة أنواع من البيوع التجارية، بتصريح المواد التي نظمتها، نجدها في مجملها تنصب على السلع دون الخدمة كأمثلة: المادة 2 التي تنص على أنه " يُشكل البيع بالتخفيض البيع بالتجزئة المسبوق لذي يهدف عن طريق التخفيض في الأسعار إلى بيع السلع المودعة في المخزن بصفة سريعة "، و المادة 7 التي تنص: " تشكل بيعا ترويجيا كل تقنية بيع سلع مهما كان شكلها " هذا بالإضافة إلى نصوص أخرى.

في ضوء ما سبق نستنتج أن عقد البيع الاستهلاكي لا يُمكن أن ينصب على خدمة أي أنها ليست محلا للتملك، إلا أنه يرد على ما يسمى بـ: " خدمة ما بعد البيع".

#### - خدمة ما بعد البيع<sup>4</sup>:

لقد نصت المادة 16 من القانون 03/09 على إلزامية خدمة ما بعد البيع، إذ جاءت في الفصل الرابع تحت عنوان: إلزامية الضمان والخدمة ما بعد البيع، مما يدفعنا إلى التساؤل عن مدى وجود اختلاف بين المصطلحين، أم أن لهما المعنى ذاته؟

#### - المقصود بخدمة ما بعد البيع:

تشمل جميع الأداءات المقترحة بعد إبرام العقد و المتعلقة بالمبيع كتركيب شيء أو صيانته أو إصلاحه<sup>1</sup>، إلا أن هذا التعريف يؤدي إلى الاعتقاد بأن هذه الخدمة هي جزء من الضمان

1 - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 30، أ . محمد عماد الدين عياض: المقالة السابقة، ص 6.

2 - الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

3 - مؤرخ في 18 يونيو 2006 الذي يُحدد شروط و كفاءات ممارسة البيع بالتخفيض والبيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل، الجريدة الرسمية رقم 41، الصادرة بتاريخ 21 يونيو 2006.

4 - اعتبره نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي 06/306 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعد تعسفية، حقا جوهريا للمستهلك الذي يجب أن يعلم به.

الضمان وهو أمر غير صحيح طبقاً لفحوى نص المادة 16 التي تنص على أنه: " في إطار خدمة ما بعد البيع و بعد انقضاء فترة الضمان المحددة عن طريق التنظيم ، أو في كل الحالات التي لا يمكن للضمان أن يلعب دوره يتعين على المتدخل المعني بضمان صيانة و تصليح المنتج المعروض في السوق " .

لذا يتبين من المادة 16 اختلاف خدمة ما بعد البيع عن الضمان المنصوص عليه في المادتين 13 و 14 بحيث أنها تتم بعد انتهاء فترة الضمان المحددة قانوناً و التي لا تقل عن 6 أشهر طبقاً للمادة 16 من المرسوم التنفيذي 266/90 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات .

وما يؤكد هذا الطرح تخصيص المشرع لجزء خاص بمخالفة الالتزام بضمان خدمة ما بعد البيع في المادة 77 من القانون 03/09، لذا فخدمة ما بعد البيع: هي تلك الأداءات التي تكون بمقابل تنشأ عن عقد البيع بموجب القانون بهدف المحافظة على الشيء لمدة أطول بعد انتهاء فترة الضمان ، إذ يلزم المتدخل بتوفير الوسائل المادية المواتية و يضمن تدخل عمال تقنيين مؤهلين و توفير قطع غيار للمنتجات المعيبة طبقاً لنص المادة 7<sup>2</sup> .

و حسب رأي السيد: "عيساوي جمال"<sup>3</sup> فالخدمة ما بعد البيع تتعلق بكل الخدمات التي يقدمها المنتج عن طريق عملائه المعتمدين في السوق و المتعلقة بالمنتج المقتنى بعد انتهاء المدة القانونية للضمان " 6 أشهر "، مثال: كصيانة الأجهزة المنزلية و الالكترونية " L.G " أو تنظيفها فلا يعقل أن يستعين المستهلك بخدمات شخص آخر غير المنتج أو المورد الذي قدّم له المنتج الذي يحتاج لصيانة طيلة فترة استعماله.

### ب3- الشكلية:

إذا كانت القواعد العامة تشترط في عقد البيع، شكلية معينة لانعقاده أو لإثباته فنتساءل عن وجود مثل هذه القواعد في عقد البيع الاستهلاكي ؟

<sup>1</sup> - د . محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 386.

<sup>2</sup> - من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994، الذي يتضمن كليات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 266/90 و المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات.

<sup>3</sup> - مقابلة مع السيد : جمال عيساوي، رئيس قسم المنازعات لمديرية التجارة ، يوم: الأربعاء 16 /02/ 2011 بمقر مديرية التجارة بقالمة.

إن عقد البيع الاستهلاكي محكوم بقانون حماية المستهلك و قمع الغش و القوانين المرتبطة به بالرجوع إلى القانون 02/04<sup>1</sup>، نجد أن المادة 4/3 عرفت العقد بأنه:

" كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حُرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه.

يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع لشروط البيع العامة المقررة سلفا " .

كما نصت المادة 10 من ذات القانون المعدلة بموجب المادة 3 من لقانون 06/10<sup>2</sup> على أنه:

" يجب أن يكون بيع السلع أو تأدية الخدمة للمستهلك محل وصل صندوق أو سند يبرر هذه المعاملة، غير أن الفاتورة أو الوثيقة التي تقوم مقامها، يجب أن تسل إذا طلبها الزبون".

و نصت المادة 2 من المرسوم التنفيذي 468/05<sup>3</sup> على أنه: " يجب على البائع في علاقته مع المستهلك تسليم الفاتورة إذا طلبها منه".

من خلال النصوص التي تم إيرادها نستنتج أن عقد الاستهلاك بصفة عامة وعقد البيع الاستهلاكي بصفة خاصة، لا يشترط شكلية لانعقاده مع بقاءه خاضعا للقواعد العامة المتعلقة بالنظام العام كأن يقع على عقار، إلا أنها تشترط الكتابة لإثبات المعاملة بين المستهلك والمتدخل بأية وثيقة كانت كوصل، سند ضمان أو فاتورة، قصد حماية المستهلك إذا ما قصر المتدخل في أداء التزاماته كالضمان مثلا، إذ أضفت عليه المادتين 10<sup>4</sup> و 2<sup>5</sup> صفة الوجوب، إلا فيما يخص الفاتورة ليست ملزمة إلا إذا طلبها المستهلك.

1 - الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

2 - المؤرخ في 15 غشت 2010.

3 - مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كفيات ذلك، الجريدة الرسمية رقم 80 الصادرة بتاريخ: 11 ديسمبر 2005.

4 - من القانون 02/04 المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

5- من المرسوم التنفيذي 468/05 مؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل و وصل التسليم و الفاتورة الإجمالية و كفيات ذلك.

يبدو أن القانون يقف في صف المستهلك ويضمن له الحماية الكافية من خلال إلزامية الكتابة و إلا تعرض لعقوبات ذات طابع مالي<sup>1</sup>، إلا انه من الناحية الواقعية نجد أن المتدخل عادة ما يحرم المستهلك من منحه سندا ما حتى لا يتمكن من إثبات العلاقة بينهما ، إذا ما اخل بالتزاماته القانونية و حتى يفلت من الرقابة الضريبية.

في ضوء ما سبق يتبين أن عقد البيع الاستهلاكي هو عقد مبرم بين كل من المستهلك و المتدخل قصد الحصول على منتج ما (سلعة) واستعماله استعمالا نهائيا لإشباع حاجاته الشخصية أو حاجات الغير، مع تحميل المتدخل التزامات قانونية معينة قصد حماية للمستهلك. من أهم مميزات هذا العقد:

- انه عقد يجمع بين الطابع المدني و الاقتصادي و بالتالي يخضع للقانون المدني وقوانين حماية المستهلك، لذا يُكَيَّف على أنه عقد اقتصادي، لأنه يضم أهم الفاعلين في العملية الاقتصادية مما يُعَلِّل تدخل الدولة بموجب القانون لتكريس سياستها الاقتصادية والحفاظ على النظام العام الاقتصادي بحماية الطرف الضعيف في هذه المعادلة ضمانا لعدم اختلال التوازن الاقتصادي.
- يعكس هذا العقد اختلالا في التوازن التعاقدية بين أطرافه، مما أدى إلى انفراده بقواعد خاصة تخرج عن القواعد العامة، كقاعدة نسبية العقد و عدم اقتصار آثاره على طرفيه كالمستهلك فهو يشمل: المتعاقد، المستفيد و المتدخل الذي يضم كل من: المنتج والمورد و البائع وما له انعكاس على الالتزام بالإعلام موضوع البحث، على عكس عقد البيع في القواعد العامة الذي يقتصر على البائع و المشتري طبقا للمادة 351 من القانون المدني.

- انه عقد إذعان<sup>2</sup>، حيث يُدْعَن المستهلك للشروط التعسفية التي يضعها المتدخل بإرادته المنفردة وهو ما تؤكد المادة 4/3 من القانون 02/04 " كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 33 من القانون 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010: " دون المساس بالعقوبات المنصوص عليها في التشريع الجبائي، تعتبر عدم الفوترة مخالفة للمواد 10 و 11 و 13 و يعاقب عليها بغرامة بنسبة 80 بالمائة من المبلغ الذي كان يجب فوترته مهما كان مبلغه ."  
<sup>2</sup> - انظر : د . لعشب محفوظ بن حامد: عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري و المقارن، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990 ص9، و ما بعدها، د. محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق، ص 258، عزيزي جميلة : حماية المستهلك من الشروط التعسفية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العقود و المسؤولية ، جامعة الجزائر ، 2002-2003، ص3.

-JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit, p 186, PHILIPPE MALINVAUD : article précité, p 55, RABIH CHENDEB : op.cit, p 193, STEPHANE

أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه" و عرّفت المادة 5/3 الشروط التعسفية بأنها: " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق و واجبات أطراف العقد ."

قد يلتبس " الالتزام بالإعلام" مع مفاهيم أخرى، مما يتعين علينا تحديدها و تمييزها عنه.

### الفرع الثاني: تمييز الالتزام بالإعلام عن المصطلحات المشابهة له.

قد يختلط مصطلح "الالتزام بالإعلام" مع مصطلحات أخرى كالالتزام بالاستعلام والإشهار لذا سنحددها بدقة.

#### أولا : الالتزام بالإعلام و الاستعلام .

هل الالتزام بالإعلام و الاستعلام لفظان لمعنى واحد ؟

سبق أن عرفنا الالتزام بالإعلام بأنه: " التزام قانوني يفرض على كل متدخل، أن يُعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالعملية العقدية ككل و المنتج بصفة خاصة بالوسيلة الملائمة و إلا تعرّض لجزاءات قانونية معينة" .

إذ يقع الالتزام بالإعلام طبقا للمادة 17 من القانون 03/09 على المدين أي " المتدخل" في عقد البيع الاستهلاكي، قصد إعادة التوازن بين طرفي العقد، نتيجة لتفوق المتدخل من الناحيتين الاقتصادية والمعرفية على المستهلك الذي يعدّ الطرف الدوني في تلك العلاقة القانونية<sup>1</sup> .

أما الالتزام بالاستعلام: فهو قيام أطراف العقد بجمع المعلومات المتعلقة بالعقد لأهداف معينة تختلف حسب صفة كل طرف فالمدين يستعلم قصد إعلام الدائن، في حين أن الدائن يتقضى عن تلك المعلومات لتتوير رضائه.

PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit ، p 342 ,FADILA SAHRI : la protection juridique du consommateur contre les clause abusives la loi: 04/02 du 04/02/2004 et le décret exécutif :06/306 du 10/09/2006, revu des sciences juridique, faculté de droit université BADI MOKHTAR ANNABA juin 2008, N°12, p 223.

<sup>1</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 149 .

\* لذا فالالتزام بالإعلام يقع دائماً على المتدخل المدين في حين أن الالتزام بالاستعلام محل اختلاف، إذ ثار إشكال قانوني على المستوى الفقهي حول تحديد الطرف المدين بهذا الالتزام، فهل يقع دائماً على المدين بالالتزام بالإعلام أم انه يمتد إلى الدائن أيضاً؟

وضع فقهاء القانون شروطاً خاصة، توزّع عبء الاستعلام بين أطراف العقد بناء على مبدأ قانوني هو: الالتزام بالتعاون بين أطراف العقد<sup>1</sup> الذي تم استخلاصه من القواعد العامة<sup>2</sup> إلا أنه من خلال قراءة النصوص القانونية الخاصة نستخلص وجود طرف واحد ملزم بالاستعلام لحساب طرف آخر .

### 1- الالتزام بالتعاون أساس للالتزام بالاستعلام بين الطرفين :

يقع الالتزام بالاستعلام على المدين بالالتزام بالإعلام، متى كان عالماً بالمعلومات المتعلقة بالعقد و كان الدائن بالالتزام بالإعلام جاهلاً أياًها جهلاً مشروعاً، أما إذا كان المدين جاهلاً لها في ظل الجهل غير المشروع للدائن فيقع على هذا الأخير واجب الاستعلام.

#### أ - التزام المدين بالاستعلام لأجل إعلام الدائن :

يُلزم المتدخل بالاستعلام عن كل المعلومات المتعلقة بالعقد لضمان إعلام المستهلك الذي يجهلها جهلاً مشروعاً، لذا يشترط توافر شرطين:

#### أ1 - معرفة المدين بمضمون المعلومات و بأهميتها بالنسبة إلى الدائن :

<sup>1</sup> - د . جاك غستان ، ترجمة منصور القاضي : المطول في القانون المدني " تكوين العقد "، المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، دمشق، 2008 ، ص 719 ، أ . عبد المنعم موسى إبراهيم : حسن النية في العقود " دراسة مقارنة "، منشورات الزين الحقوقية و الأدبية ش.م.م، بيروت، 2006، ص 23.

د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 19، د . محمد حسام محمود لطفي : المسؤولية المدنية في مرحلة التفاوض القاهرة، (دون دار نشر)، 1995، ص 28، د . عبد الحليم عبد اللطيف القوي : حسن النية و أثره في التصرفات في الفقه الإسلامي و القانون المدني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية ، 2004 ، ص 381 ، د. أحمد محمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص 111، د . بوعزة ديدن : المقالة السابقة ، ص 129، وائل نافد سفرجلاني: الرسالة السابقة، ص 37 .

- DANIEL MAINGUY: op. cit, p 124.

<sup>2</sup> - إن الالتزام بالتعاون هو: " التزام المتعاقد بالمساعدة و الحوار و النصيحة و المعاملة بالمثل مع المتعاقد معه بحيث يجعل من العلاقة العقدية علاقة إنسانية كونه يوجه المتعاقدين إلى المشاركة و التعاون و المساعدة المتبادلة التي تعني أن يقوم الشخص بمساعدة الغير دون أن يبحث عن تحقيق مصلحة لنفسه." ، د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ص 21 .

إذا كان المدين عالماً بالمعلومات المتعلقة بمحل العقد، وقع عليه واجب إعلام الدائن بالبيانات الصحيحة<sup>1</sup>، أما إذا كان غير عالم بها فلا يكون ملزماً بالاستعلام عنها، إلا في حالتين<sup>2</sup> :

**أ1-1-** عندما يكون المدين مهنيًا<sup>3</sup> فلا يحق له التذرع بجهلها، بل عليه التحري عنها خاصة تلك المعلومات التي تدخل في اختصاصه لأنه يفترض علمه بها<sup>4</sup> مثال : بيع السيارات القديمة أو المستعملة، إذ عادة ما يقوم الباعه بإخفاء عيوبها عن المشتري بسبب عدم خبرته وهو ما قضت به الغرفة المدنية على مستوى المحكمة العليا في قضية متعلقة ببيع السيارات القديمة بقولها: " إن البائع ملزم بضمان العيوب الخفية عندما يتعذر على المشتري نفسه اكتشاف هذا العيب " و إلا كان ضامناً لها<sup>5</sup> إذ كرس هذا القرار نص المادة 379 من التقنين المدني التي نصت على أنه : " فيكون البائع ضامناً لهذه العيوب و لو لم يكن عالماً بوجودها " بمعنى أن البائع كان عليه الاستعلام عن تلك العيوب مسبقاً.

**أ2-1:** يقع عليه التزام بالاستعلام في حالة وقوع الدائن في عيب الغلط في الصفات الجوهرية للشيء التي يفترض علم المدين بها بالتالي ثبوت حق إبطال العقد على أساس إخلال البائع بواجب الاستعلام عن الصفات الجوهرية للشيء طبقاً للمادة 82 من التقنين المدني التي تنص على أنه : " و يعتبر الغلط جوهرياً على الأخص، إذا وقع في صفة للشيء يراها المتعاقدان جوهرية، أو يجب اعتبارها كذلك نظراً لشروط العقد و لحسن النية".

## أ2 - جهل الدائن بالمعلومات جهلاً مشروعاً :

قد يستحيل على الدائن العلم بالمعلومات المتعلقة بالعقد لأسباب معينة كالاستحالة الرجعة إلى الحيازة المادية للشيء محل العقد<sup>6</sup> أو عدم كفاءته الشخصية<sup>7</sup> أو نتيجة للثقة المشروعة لدى الدائن<sup>8</sup>، إذ يصبح جهله مشروعاً بالتالي يتحرر من الالتزام بالاستعلام وتقوم قرينة بسببته بجهله.

<sup>1</sup> - د. خالد ممدوح إبراهيم : أمن المستهلك الإلكتروني ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2008 ، ص 78 محمد الهيني: الرسالة السابقة ص 42 .

<sup>2</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة، ص 77.

<sup>3</sup> - AGNES DUPONT : thèse précité, p 15.

<sup>4</sup> - د . شير زاد عزيز سليمان : حسن النية في إبرام العقود ، دار الدجلة، عمان، 2008، ص 385 .

<sup>5</sup> - القرار الصادر في 21 / 07 / 1999، قضية رقم 204940، منشور في المجلة القضائية 2000، عدد 2 ص 88

<sup>6</sup> - د . عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 240 و ما بعدها.

<sup>7</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 308.

<sup>8</sup> - د . جاك غستان ، ترجمة منصور القاضي : المرجع السابق، ص 715.

## ب - التزام الدائن بالاستعلام:

لا يقع الالتزام بالاستعلام على عاتق المدين فقط، بل أن الدائن ملزم هو أيضا بان يستعلم عن كل المعلومات التي تهمه في العقد، لأنه إنسان مسؤول عن تصرفاته ولا يجوز له أن يتخذ موقفا سلبيا، إنما عليه أن يدقق في المبيع و يفتح الغلاف و يجرب الشيء<sup>1</sup>، لذا وجد مبدأ فقهي مفاده: "التزام بإعلام من لا يستطيع الاستعلام"<sup>2</sup>، بمعنى أن المدين ليس ملزما بإعلام الدائن إلا إذا بذل عناية الرجل العادي في السعي في الاستعلام و لم يتمكن من ذلك.

إن أساس وجود الالتزام بالاستعلام هو فكرة الغلط غير المغتفر<sup>3</sup> الذي كان يمكن للمتعاقد تفاديه لو استعمل بعض الوسائل البسيطة التي تساعد على الاستعلام عن المعلومات المطلوبة لذا يتحمل المتعاقد مسؤولية إهماله و طيشه<sup>4</sup>، فكلما وجد التزام بالاستعلام على الدائن، سقطت تلك القرينة البسيطة بجهله و أصبح جهله غير مشروع<sup>5</sup>، لذا قضت محكمة النقض الفرنسية برفض طلب المتعاقد الذي وقع في غلط بإبطال العقد لأنه كان على عاتقه التزاما بالاستعلام<sup>6</sup>.

وهو ما كرسته عدة نصوص من القانون المدني منها :

المادة 85 التي تنص على أنه: " ليس لمن وقع في غلط أن يتمسك به على وجه يتعارض مع ما يقضي به حسن النية " .

المادة 379 التي تنص على أنه: " غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع ، أو كان باستطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي إذ يلزم المشتري بالاستعلام عن العيوب الخفية للشيء وإلا سقط حقه في مطالبة البائع بضمان العيوب الخفية".

## 2- التزام المتدخل بالاستعلام قصد إعلام المستهلك كوسيلة لإعادة التوازن العقدي :

<sup>1</sup> - د . بوعزة ديدن : المقالة السابقة ، ص 126 .

<sup>2</sup> - د . جاك غستان ، ترجمة منصور القاضي : المرجع السابق، ص 705 .

<sup>3</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 104 .

<sup>4</sup> - د . مصطفى العوجي : القانون المدني " العقد مع مقدمة في الموجبات المدنية "، الجزء 1، الطبعة 4 ، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007، ص 189 .

<sup>5</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة، ص 104 .

<sup>6</sup> - Cass, civ, 3 e, 27 Novembre 1979, bull, civ, III, N° 215, p 167 .

إن الغاية من وضع قانون لحماية المستهلك بصفة عامة و فرض التزام بإعلام المستهلك على عاتق المتدخل بصفة خاصة هو محاولة لإعادة التوازن المفقود بين أطراف العقد نتيجة لتفوق طرف على آخر.

إذ نصت المادة 17 من القانون 03/09<sup>1</sup> على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية طريقة أخرى مناسبة"، إذ إن المشرع فرض الالتزام بالإعلام على المتدخل بصفة منفردة دون تقييده بأية شروط تعفيه أو تخفف من التزامه<sup>2</sup> لأنه يعامل أطراف العقد على أساس صفاتهم حيث إن صفة المتدخل تعكس تفوقه البيّن على الضعف الذي يتسم به المستهلك، لذا ألقى قانون حماية المستهلك على عاتق المتدخل قرينة موضوعية قاطعة بعلمه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج و جهل المستهلك لها.

#### أ - قرينة علم المتدخل بالمعلومات :

وضعت المادة 17 السابقة الذكر قرينة موضوعية قاطعة بعلم المتدخل بكل المعلومات التي تخص المنتج ومن ثم عدم إمكانية تحججه بعدم العلم لأنه ملزم بالاستعلام لما يحوزه من إمكانيات اقتصادية كبيرة، تمكنه من الحصول على أي معلومة متعلقة بالمنتج .

إذن فالالتزام بالاستعلام هو تقنية قانونية تسمح بضمان إعلام المستهلك<sup>3</sup> فإذا كانت المادة 17 من القانون 03/09، تحمل المتدخل إلزامية إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج فإنه من غير المنطقي أن تعفيه من الاستعلام لأجل الإعلام .

#### ب - قرينة جهل المستهلك بالمعلومات :

إن اتصاف المستهلك بالدونية مقارنة مع المتدخل يمنحه قرينة موضوعية قاطعة بجهله للمعلومات المتعلقة بالمنتج ومن ثم إعفاءه من الالتزام بالاستعلام<sup>4</sup>، إذ يفترض جهله بغض النظر عن الظروف التي يوجد فيها، لان قانون حماية المستهلك يعذره بجهله لتلك المعلومات.

<sup>1</sup> - مؤرخ في 25 فيفري 2009، المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

<sup>2</sup> - على عكس القواعد العامة التي تشترط أن يكون المدين عالما بالمعلومات في ظل جهل الدائن لها جهلا مشروعا بمعنى المخالفة إذا كان جهله غير مشروع فيعفى المدين من الالتزام بالإعلام.

<sup>3</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 174 .

<sup>4</sup> - نفس الرسالة ، ص 195 .

مما سبق يتبين أن القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، فصل في الجدل الفقهي المطروح بمدى إمكانية إعفاء المتدخل المدين من الالتزام بالاستعلام حيث فرض عليه قرينة قانونية قاطعة بعلمه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج ومن ثم التزامه بالاستعلام كوسيلة لتنفيذ التزامه بإعلام المستهلك.

### ثانيا : الالتزام بالإعلام و الإشهار

قد يخلط بعضهم بين مصطلحي الإعلام و الإشهار، إذ يبدو من أول وهلة أنهما يشتركان في هدف واحد وهو إعلام المستهلك وتزويده بالمعلومات المتعلقة بالمنتوج، إلا أنه وبالرجوع إلى قوانين حماية المستهلك و مختلف الآراء الفقهية، نلاحظ وجود اختلاف بينهما من ناحية المبدئية.

#### 1- تمييز الالتزام بالإعلام عن الإشهار:

##### أ - تعريف الالتزام بالإعلام و الإشهار

1 - عرفت المادة 17 من القانون: 03/09 الالتزام بالإعلام بأنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة" أما المادة 8 من القانون 04-02<sup>1</sup>، التي نصت: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت و حسب طبيعة المنتوج، بالمعلومات النزيهة و الصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة "

يستخلص من هذه المادة أن الالتزام بالإعلام واحد من الالتزامات القانونية التي فرضها القانون على كل متدخل وإلا تعرض لجزاءات جزائية ردية، إذ يشترط المشرع فيه أن يكون صادقا و نزيها .

#### أ2 - الإشهار:

لقد تنوعت التعاريف الفقهية المتعلقة بالإشهار:

<sup>1</sup> - الذي يحدد القواعد الذي تطبق على الممارسات التجارية.

فقد عرفه أحد الفقهاء بأنه: " كل رسالة موجهة من المحترف إلى الجمهور بهدف إثارة رغباته للسلع و الخدمات " <sup>1</sup>.

في حين عرفه بعضهم بأنه: " إخبار يتولاه شخص محترف بقصد التعريف بمنتج أو خدمة معينة وذلك بإبراز مزاياها و محاسنها، تفرض ترك انطباع مقبول عنها لدى جمهور المخاطبين مما يؤدي إلى إقباله على المنتجات والخدمات محل الإعلان " <sup>2</sup>.

و يرى آخرون أنه: " كل فعل أو تصرف يهدف إلى التأثير النفسي على الجمهور أيا كانت أداة هذا التأثير تحقيقا لغايات تجارية " <sup>3</sup>.

و على الرغم من تنوع التعريفات الأنفة الذكر إلا أنها تشترك في عنصرين :

\***العنصر المادي** : استخدام أحد أدوات التعبير التي تدرك بالحواس في توصيل المعلومات المتعلقة بالمنتج <sup>4</sup> كاستخدام وسائل الإعلام السمعية، البصرية، المكتوبة <sup>5</sup> أو الإعلانات الثابتة كالمصقات واللوحات الإعلانية <sup>6</sup>.

\***العنصر المعنوي** : تحقيق الربح من خلال دفع الجمهور إلى الإقبال على السلع والخدمات محل الإعلان <sup>1</sup>، وهو ما ترجمته المادة 3/3 من القانون 04-02، إذ عرّفت

<sup>1</sup> - « la publicité: tout message adressé par un professionnel au public dans le but de stimuler la demande de biens ou de service », JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit, p 123.

<sup>2</sup> - د . محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة م-ع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 166.

<sup>3</sup> - د. أحمد السعيد الزقرد: الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة والمضللة، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2007، ص 13، د . أبو العلا علي أبو النمر: نحو تعزيز حماية المستهلك في مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق، الإعلام والقانون يومي 14، 15 مارس 1991، جامعة حلوان، ص 630، د. زهية سي يوسف : المرجع السابق، ص 140، د . خالد ممدوح إبراهيم: المرجع السابق، ص 107.

<sup>4</sup> - أ . علي بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص 51، د . محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق، ص 166، د . أبو العلا علي أبو النمر: المقالة السابقة، ص 631، د. خالد ممدوح إبراهيم: المرجع السابق، ص 109.

<sup>5</sup> - د . شريف لطفي : حماية المستهلكين في اقتصاد السوق ، الطبعة 2، دار الشروق، القاهرة، 1993 ص 19.

<sup>6</sup> - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. Cit, p123.

الإشهار بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو خدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".

لذا فالمعلن يهدف من خلال الإشهار إلى ترويج منتوجاته وجعلها تباع على مدى واسع إلا أن ذلك لا يتحقق إلا بتقديم كل المعلومات اللازمة للمستهلك حول خصائصها حتى يتمكن من إبرام العقد عن دراية و قناعة<sup>2</sup>، واختيار ما هو مناسب له أمام غزارة المنتوجات المعروضة في السوق<sup>3</sup>.

### ب - ما يُميز الالتزام بالإعلام عن الإشهار:

يكاد يجمع فقهاء القانون على وجود اختلاف بين الإشهار والإعلام حتى إن تضمّن في فحواه إعلاما للمستهلك<sup>4</sup>، لأنه يغلب عليه الطابع الترويجي أكثر من الطابع الإعلامي<sup>5</sup>، إذ يعد وسيلة للإغراء لا تخلو من المبالغة في ذكر مزايا المنتج وطمس سلبياته<sup>6</sup>، على عكس الإعلام الذي يهدف إلى توصيل كل المعلومات الصحيحة والصادقة المتعلقة بالمنتج<sup>7</sup> طبقا للمادة 17

<sup>1</sup> - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق، ص 166، د . أبو العلا علي أبو النمر: المقالة السابقة، ص 631، د. خالد ممدوح إبراهيم : المرجع السابق، ص 109 .

<sup>2</sup> - قندوزي خديجة : الرسالة السابقة، ص 25.

<sup>3</sup> - محمد الهيني : الرسالة السابقة ، ص 114 .

<sup>4</sup> - د. صفوت محمد العالم : تقييم سياسة إعلام المستهلكين وإعلانهم في إطار نظام حماية المستهلك المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق الإعلام و القانون، يومي 14، 15 مارس 1991، جامعة حلوان، ص 147، محمد الهيني : الرسالة السابقة ، ص 114، أ - رشيد ساسان : الطبيعة القانونية للإشهار التجاري و آثاره على إرادة المستهلك الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03/09، يومي 8 ، 9 نوفمبر 2010 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، غير منشور، ص 4.

-JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. Cit, p 124.

<sup>5</sup> - حتى أن بعض الفقهاء قال: "En publicité, il trompe qui peut"

12 - YVES GUYON : droit des affaires tome1, droit commercial général et sociétés édition, economica, delta, 2003, p 988.

<sup>6</sup> - د . دنيا مباركة: المقالة السابقة، ص 56 .

<sup>7</sup> - أ . علي بولحية بن بوخميس : المرجع السابق ، ص 50 ، قندوزي خديجة : الرسالة السابقة، ص 30 أ . شمس ضيات خلفاوي: ملاحظات حول واقع الإعلام الاقتصادي في الجزائر، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، عدد 9، 2009، ص 22 .

من القانون: 03/09 والمادة 8 من القانون 02-04، لذا فهو أكثر موضوعية من الإشهار الذي يسعى بالدرجة الأولى إلى جذب المستهلكين للحصول على السلع و الخدمات<sup>1</sup>. هذا بالإضافة إلى إن الالتزام بالإعلام واحد من الالتزامات التي فرضها القانون على كل متدخل عند وضع منتجاته للاستهلاك، إذ قيده ببيانات إلزامية<sup>2</sup> يترتب على الإخلال بها جزاءات قانونية معينة، على عكس الإشهار الذي يعد اختياريا يتخذه المهني بصفة إرادية للتوسيع من دائرة التعريف بالسلعة<sup>3</sup>.

على ضوء ما سبق نتساءل عن مدى إمكانية عدّ الإشهار وسيلة لتنفيذ الالتزام بالإعلام؟

## 2- الإشهار وسيلة للإعلام :

لا يمكن التسليم مبدئياً بأن الإشهار وسيلة لإعلام المستهلك للأسباب الآنف ذكرها، إلا أنه بقرائة عدة نصوص قانونية يتبين إمكانية ورود هذا الاحتمال.

إذ نصت المادة 17 السابق ذكرها على انه : " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و ووضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة " ونصت المادة 5 من القانون 02-04: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة".

طبقاً للمادتين 17 و 5، يمكن عدّ الإشهار وسيلة لإعلام المستهلك متى تضمن كل المعلومات و البيانات المتعلقة بالمنتج كإبراز خصائصه و كيفية استخدامه بالطبع دون أن يفقد

<sup>1</sup> - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. Cit, p49, RABIH CHENDEB : op.cit, p58, STEPHNE PIEDELIVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op .cit, p 35.

- د. أحمد السعيد الزقرد : المرجع السابق، ص 32، قندوزي خديجة : الرسالة السابق ، ص 30، د . أبو العلا علي أبو النمر: المقالة السابقة، ص 629.

<sup>2</sup> - يتعلق الأمر ببيانات الوسم المحددة حسب نوعية المنتج، كالمرسوم التنفيذي رقم 90 -366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها، المرسوم التنفيذي رقم: 05-484 مؤرخ في 10 نوفمبر 2005 و المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها .

<sup>3</sup> - قندوزي خديجة : الرسالة السابقة، ص 28 .

طابعه الترويجي وما يؤكد ذلك استعمال المشرع لأكثر من مرة مصطلح الإشهار للدلالة على الإعلام، من ذلك :

نص المادة 13 وما يليها من المرسوم التنفيذي رقم 286/92<sup>1</sup> التي جاءت تحت عنوان : الإعلام و الترويج لدى الجمهور، إذ حددت شروط الإشهار و البيانات الواجب توافرها فيه لما لهذه المنتوجات من خطورة، سنفصلها في النقطة المتعلقة بوسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام .

لا يكتمل الحديث عن مفهوم الالتزام بالإعلام إلا بالتطرق لأهميته وهو ما سنتناوله في المطلب الموالي.

### المطلب الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

إن للالتزام بالإعلام أهمية بالغة<sup>2</sup>، لا ينحصر في نطاق حماية رضاء المستهلك فقط بل يطال جوانب قانونية مهمة، إذ يعالج قصور القواعد العامة لنظرية الالتزامات ويساعد على تنفيذ بعض الالتزامات الملقاة على عاتق المتدخل كالالتزام بضمان السلامة الجسدية والمادية للمستهلك و ضمان ملاءمة المنتوجات للطلبات المشروعة للمستهلك وهو ما دفعنا إلى تخصيص مطلب كامل لدراسة هذه الأهمية .

### الفرع الأول: أهمية الالتزام بالإعلام من الناحية العقدية

يعمل الالتزام بالإعلام على حماية رضاء المستهلك من كل أشكال عيوب الإرادة<sup>3</sup> والشروط التعسفية، مما يجعله رضاء مستثيرا و حرا، يتوج بنجاح العملية العقدية.

### أولا - حماية رضاء المستهلك من عيوب الإرادة<sup>1</sup> :

<sup>1</sup> - المؤرخ في 6 يوليو 1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتوجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

<sup>2</sup> - A ce propos l'un des auteurs dit: « Le droit à l'information est devenu, à juste titre l'un des thèmes majeurs de toute politique de défense des consommateurs » ، JEAN CALAIS – AULOY et FRANK STEINMETZ : op.cit p 49.

<sup>3</sup> - لمزيد من التفصيل، أنظر :

- د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، الجزء 1، الطبعة 3، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005، ص 309، د . علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام " مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، الطبعة 6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2005، ص 56، أ. علي فيلاي: المرجع السابق، ص 108، د . بلحاج العربي: النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري " التصرف القانوني"، الجزء 1، الطبعة 3 ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص 96.

- REMY CABRILLAC : droit des obligations ,6 édition, Dalloz, Paris, 2004, p 40.

يجمع عقد البيع الاستهلاكي بين أطراف غير متكافئة من الناحيتين الاقتصادية والمعرفية إذ يستحوذ المتدخل على وسائل الإنتاج و المعارف المتعلقة بالمنتجات المعروضة للاستهلاك. لذا ألقت القوانين الخاصة على الطرف المتفوق التزاما بإعلام الطرف الضعيف بكل المعلومات المتعلقة بالعملية العقدية المزمع إبرامها ك شروط البيع وكل ما يتعلق بالمنتج عن طريق الوسم أو وسائل أخرى بهدف تمكين المستهلك من الإطلاع عليها وإبرام العقد عن دراية و تبصر<sup>2</sup> ومن ثم يكون بمنأى من الوقوع في أحد عيوب الإرادة كالغلط أو التدليس<sup>3</sup>، تجسيدا لمبدأ: الوقاية خير من العلاج<sup>4</sup> بمعنى أن الالتزام بالإعلام و قاية من كل عيب من عيوب الإرادة<sup>5</sup>.

## ثانيا - حماية رضاء المستهلك في عقود الإذعان :

### 1 - تطور مفهوم عقد الإذعان من مفهوم تقليدي إلى مفهوم حديث:

يكاد يكون كل عقد استهلاكي عقد إذعان<sup>6</sup>، نظرا لأنه يجمع طرفين غير متكافئين في القوة الاقتصادية بسبب تحكم المتدخل في وسائل الإنتاج ومختلف الأدوات المروجة للمنتجات وهو ما اصطلح على تسميته بالإذعان الاقتصادي، فهذا المركز يمكنه من تحديد شروط التعاقد بالإرادة المنفردة التي لا يملك حيالها المستهلك سوى قبولها أو رفضها دون أن يتمكن من مناقشتها، وهو ما يتطابق مع بعض النصوص القانونية :

<sup>1</sup> - لقد جرى العمل على تسمية عيوب الإرادة بعيوب الرضاء إلا أن هذه التسمية غير دقيقة لعدة أسباب:

- لأنه يفهم من ذلك أنه يشترط أن يشوب العيب الإرادتين معا .  
- يمكن أن يوقع السامع في لبس بأنها عيوب تلحق الإرادة التعاقدية فقط، إلا أنها تشمل التصرفات التي تتم بالإرادة المنفردة طبقا للمادة 123 مكرر من القانون المدني، د. محمد سعيد جعفرور : نظرية عيوب الإرادة في القانون المدني الجزائري و الفقه الإسلامي، دار هومه، الجزائر، 2009، ص 7.

<sup>2</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 88 .

<sup>3</sup>- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ: op.cit, p47, RABIH CHENDEB : op.cit, p 155.

<sup>4</sup> - د . أحمد محمد محمد الرفاعي: المرجع السابق، ص 105 .

- YVES PICOD , HELENE DOVO : op .cit , p 91 .

<sup>5</sup> - د . جاك غستان، ترجمة منصور القاضي: المرجع السابق، ص 661 .

<sup>6</sup> - « Le contrat de consommation est presque un contrat d'adhésion », YVES PICOD HELENE DOVO: op .cit, p 90.

إذ نصت المادة 70 من التقنين المدني على أنه: " يحصل القبول في عقد الإذعان بمجرد التسليم لشروط مقررة، يضعها الموجب و لا يقبل مناقشتها " .

أما في النصوص الخاصة فقد عرفت المادة 4/3<sup>1</sup> من القانون 04-02، العقد بأنه: " كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه" ومن ثم فإن هذا النص يؤكد فعلا أن كل عقد استهلاكي هو عقد إذعان لأن المادة أوردت مصطلح "عقد" وهو مصطلح عام يستوعب كل أنواع العقود.

لذا لا يقوم عقد الإذعان إلا على ثلاثة عناصر:

- أن ينصب التعاقد على سلعة ضرورية للجمهور بحيث لا يمكن التخلي عنها كالكهرباء و الغاز و الماء.

- احتكار الموجب للسلعة احتكارا قانونيا أو ماديا.

- أن يعرض الموجب السلعة على الجمهور وفقا لشروط مقررة مسبقا<sup>2</sup>.

إلا أنه قد تطور مفهوم عقد الإذعان من مجرد إذعان اقتصادي إلى إذعان معرفي<sup>3</sup> بسبب تنوع وتعدد المنتجات التي أفرزها التطور العلمي و التكنولوجي مع زيادة الحملات الترويجية<sup>4</sup> إذ أن هذه العوامل خلقت اختلالا في التوازن العقدي بحيث جعلت المستهلك يُقبل على إبرام عقد وهو جاهل لكل تفاصيله، أي دون رضاه حر و واعي<sup>5</sup>.

لذا- قصد حماية هذا الرضاء الذي يعد ركنا رئيسا في كل عقد-، فرض القانون

على الطرف القوي " المتدخل" إعلام المستهلك الذي يرغب في اقتناء منتج ما بكل المعلومات المتعلقة به و بالعملية العقدية.

<sup>1</sup> - يتطابق هذا التعريف مع نص المادة الأولى من المرسوم التنفيذي 306/06 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقد المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية.

<sup>2</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام" المرجع السابق، ص 245 .

<sup>3</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 55، د. أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 115 د. عامر قاسم أحمد القيسي : الحماية القانونية للمستهلك " دراسة في القانون المدني و المقارن "، الطبعة 1، الدار العلمية و الدولية و دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص 98 .

<sup>4</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 89، أ. عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 370، عزيزي جميلة: الرسالة السابقة، ص 3.

<sup>5</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 55، أ. عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 374.

2- الالتزام بالإعلام بصفته وسيلة قانونية لحماية رضاء المستهلك في عقود الإذعان:

ألزمت المادة 17 من القانون 03/09 المتدخل في العملية الاستهلاكية بالإدلاء بكل

البيانات المتعلقة بالمنتوج حتى يكون رضاؤه سليما و حرا و غير مقيد بأي شرط تعسفي<sup>1</sup> فعندما يُعلمه بكل ما يخص العملية العقدية من شروط، يكون له الخيار بين اقتناء ذلك المنتج أو اختيار غيره من السلع أو الخدمات<sup>2</sup>.

لذا فالالتزام بالإعلام أداة قانونية لحماية رضاء المستهلك من الشروط التعسفية التي ينفرد المتدخل بوضعها التي عرفتها المادة 5/3 من القانون 02-04<sup>3</sup> بأنها: " كل بند أو شرط بمفرده أو مشتركا مع بند واحد أو عدة بنود أو شروط أخرى من شأنه الإخلال الظاهر بالتوازن بين حقوق وواجبات أطراف العقد"، و الدليل على ذلك صدور المرسوم التنفيذي رقم 06/306<sup>4</sup>.

إذ نصت المادة 4 منه على أنه: " يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة و الخاصة لبيع السلع و/ أو تأدية الخدمات و منحهم مدة كافية لفحص العقد و إبرامه". بل أن المشرع ذهب إلى أكثر من ذلك، إذ اعتبر بندا تعسفيا، كل بند يفرضه المتدخل الذي لم يكن المستهلك على علم به قبل إبرام العقد، طبقا لنص المادة 5 من القانون ذاته، فهو إذن ربط بين عدم علم المستهلك بنود العقد و الشروط التعسفية.

يتضح مما سبق أن المشرع قد اهتم بحماية رضاء المستهلك من مختلف الشروط التعسفية إذ انتهج منهجا وقائيا بمعنى حمايته من تلك الشروط، قبل إبرام العقد على عكس القواعد العامة التي تحاول معالجة حالة وجود تلك الشروط بمنح القاضي سلطة تقديرية<sup>5</sup> في تفسير العقد أو تعديل شروطه.

### الفرع الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام من الناحية القانونية

1 - كالم حبيبة : الرسالة السابقة، ص 5 .

2 - قد يعتمد بعض المتدخلين إلى تضمين العقد عبارة: أن المستهلك عالم بالمنتوج علما كافيا و حقيقيا و يلزمه بالإمضاء عليه دون أن ينتبه إلى ذلك، بل أن المستهلك قد يعلم بالمعلومات الضرورية دون أن يتمكن من فهمها لعدم كفاءته الفنية، بالتالي عدم جدوى الإعلام، لمزيد من التفصيل انظر :

د . عامر قاسم أحمد القيسي : المرجع السابق ، ص 98، جميلة عزيزي: الرسالة السابقة، ص 10.

3 - المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية .

4 - الذي حدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الإقتصاديين و المستهلكين.

5 - طبقا للمادتين: 110 التي تتعلق بتعديل الشروط التعسفية أو إلغائها و المادة 112 التي تتحدث عن سلطة القاضي في تفسير العقد.

يعمل الالتزام بالإعلام على تحقيق نقاط قانونية مهمة كمعالجة قصور نظرية عيوب الإرادة و ضمان تحقيق الالتزام بالسلامة و مطابقة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك.

### أولا - تكملة قصور نظرية عيوب الإرادة :

#### 1-سبب ظهور قصور في نظرية عيوب الإرادة :

إن السبب الرئيسي في قصور النظرية التقليدية هو مبدأ "سلطان الإرادة" <sup>1</sup> الذي قامت عليه فلسفة نظرية الالتزامات ككل <sup>2</sup>، إذ يفترض وجود تكافؤ في العلاقة العقدية بين البائع والمشتري لذا فإن القانون المدني يحمي أحد أطراف العقد، سواء أكان بائعا أم مشتريا متى تصادف وجوده في أحد مراكز الحماية العامة في القانون المدني <sup>3</sup>، إلا أن هذا الطرح لا يتلاءم مع الواقع الذي نعيشه اليوم بسبب ظهور ما يسمى بعقود الاستهلاك التي تمثل المرآة العاكسة لاختلال التوازن بين أطرافه من الناحية الاقتصادية و المعرفية، الأمر الذي أدى إلى تصدع مبدأ سلطان الإرادة<sup>4</sup>.

لقد تقدم القانون على حساب مبدأ سلطان الإرادة <sup>5</sup>، حيث أصبح وسيلة لتدخل الدولة في الحياة الاقتصادية قصد حماية الطرف الضعيف "المستهلك"، لأنه يمثل أحد حلقات السلسلة الاقتصادية<sup>6</sup>، إذ فرض على المتدخل التزامات قانونية أمره كالالتزام بالإعلام.

#### 2-كيفية معالجة الالتزام بالإعلام لقصور نظرية عيوب الإرادة :

##### أ - من حيث صعوبة إثبات شروط طلب إبطال العقد للوقوع في غلط أو تدليس:

تشتت النصوص القانونية <sup>7</sup> المتعلقة بالغلط، أن يكون جوهريا بمعنى أنه الدافع الحقيقي وراء إبرام المتعاقد للعقد، مما يصعب من عملية الإثبات لأنه ينصب على أمور نفسية محضة<sup>8</sup> وهو

<sup>1</sup> - كرسنه المادة 106 من القانون المدني: "العقد شريعة المتعاقدين، فلا يجوز نقضه، و لا تعديله إلا باتفاق الطرفين، أو للأسباب التي يقرها القانون".

<sup>2</sup> - د . عامر قاسم أحمد القيسي: المرجع السابق، ص 101 .

<sup>3</sup> - د . أسامة أحمد بدر: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني " دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 91.

<sup>4</sup> - د . السيد محمد السيد عمران: المرجع السابق، ص 30.

<sup>5</sup> - أصبحت الدولة تسعى إلى تنظيم العقود المدنية المبرمة بين الأشخاص بحيث لا تترك للأطراف خيارا كبيرا في تحديد مضمونها كعقود التأمين و الإيجار وهو ما يظهر التراجع الدراميكى لمبدأ سلطان الإرادة، د.جمال النكاس المقالة السابقة، ص 97 .

<sup>6</sup> - إن الهدف من تأمين حماية للمستهلك لم يأتي اعتبارا، إنما لحفظ النظام العام الاقتصادي داخل الدولة .

<sup>7</sup> - المواد : 81، 82.

<sup>8</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 92

وهو الحال أيضا بالنسبة إلى التدليس الذي يشترط لإبطال العقد، أن يكون باستعمال طرق احتيالية بنية التضليل بحيث يكون الدافع إلى التعاقد و أن يصدر من المتعاقد أو على الأقل على أن يكون على علم به طبقا للمادتين 86 و 87 من التقنين المدني.

وإذا كان من الصعب إثبات شروط الغلط و التدليس<sup>1</sup> طبقا للقواعد العامة، فإنه في الالتزام بالإعلام، يكفي أن يدعي المستهلك بعدم علمه للتمكن من إبطال العقد<sup>2</sup>.

### ب - من حيث الجزاءات :

إن القواعد العامة تهدف إلى إبطال العقد متى توفرت شروطه، مما يؤدي إلى حرمان الطرف الضعيف " المستهلك " من أهداف التعاقد<sup>3</sup>، على عكس الالتزام بالإعلام فله دور وقائي إذ يهدف إلى استقرار المراكز القانونية و يحفظ العقد من الإبطال<sup>4</sup> بسبب تأمين إعلام كاف للمتعاقد ثم لا يُتصور بعد ذلك مطالبته بإبطال العقد لوقوعه في احد عيوب الإرادة، وفي حالة الإخلال بهذا الالتزام فيمكنه التأسس بصفته طرفا مدنيا للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه، إذا حركت الدعوى الجزائية دون المساس بالعقد.

### ثانيا : الالتزام بالإعلام وسيلة لضمان سلامة المستهلك

إن للالتزام بالإعلام دورا مهما في تكريس مبدأ سلامة المستهلك<sup>5</sup> الذي نصّ عليه أسمى نص قانوني في الدولة هو نص المادة 35 من الدستور الذي ينص على انه: " يعاقب القانون

<sup>1</sup> - د . أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 117.

<sup>2</sup> - د . حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 113.

<sup>3</sup> - د . عامر قاسم أحمد القيسي: المرجع السابق، ص 97، جعود الياقوت: الرسالة السابقة، ص 5.

<sup>4</sup> - د . أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 117.

<sup>5</sup> - DALILA ZENNAKI : les aspects controverses du droit Algérien de la consommation par rapport au droit civil, revue des sciences juridique et administratives, faculté des droit université DJILALI LIABESS, Avril 2005, p 13.

على المخالفات المرتكبة ضد الحقوق و الحريات، و على كل ما يمس سلامة الإنسان البدنية و المعنوية.<sup>1</sup>

### 1-الإطار القانوني لمبدأ سلامة المستهلك<sup>1</sup> :

كان للاجتهاد القضائي الفرنسي دور ريادي في اكتشاف الالتزام بضمان السلامة<sup>2</sup> منذ 1911 تاريخ صدور قرار محكمة النقض الفرنسية في قضية ( زيبيدي حميدة بن محمود) بخصوص عقد نقل الأشخاص حيث قضت أن تنفيذ هذا العقد يستوجب على الناقل إيصال المسافر سالما إلى الوجهة المقصودة، ليُعمّم تطبيق هذا الالتزام على بقية العقود بما فيها عقد البيع.<sup>3</sup>

أما في الجزائر فقد نصت المادة 62 من التقنين التجاري على هذا الالتزام بخصوص نقل الأشخاص التي تنص: " يجب على ناقل الأشخاص، أن يضمن أثناء مدة النقل سلامة المسافرين و أن يوصله إلى الوجهة المقصودة في حدود الوقت المعين بالعقد".

ليضع قانون حماية المستهلك الجديد<sup>4</sup> مبدأ قانونيا عاما بضمان السلامة في فصل كامل تحت عنوان: "إلزامية أمن المنتوجات" في مادتين: 9 و 10، حيث يُطبّق على كل العقود، بل أنه يتجاوز الإطار التعاقدية الذي نشأ فيه<sup>5</sup> ليشمل مرحلة ما قبل إبرام العقد، نظرا لدوره الوقائي في حماية المستهلك.

<sup>1</sup> - لمزيد من التفصيل أنظر: د . عبد القادر أقصاصي : الالتزام بضمان السلامة في العقود " نحو نظرية عامة" رسالة دكتوراة، مقدمة بجامعة الإسكندرية، 2008، ص 1 و ما بعدها .

<sup>2</sup> - DENNOUNE HADJIRA : la sécurité des produits, revue semestrielle, université ABOU BAKR BELKAID, TLEMCEN, n ° 3, 2006, p 45.

- أ . محمد حاج بن علي : مسؤولية المحترف عن أضرار ومخاطر تطور منتوجاته المعيبة، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الشلف، عدد 22، 2009، ص 42 .

<sup>3</sup> - أ . لحسن بن الشيخ آت ملوية: المرجع السابق، ص 316 .

- DENNOUNE HADJIRA : article précité, p 45.

<sup>4</sup> - لقد نص القانون القديم 02/89 مؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على الالتزام بضمان السلامة في المادة 2 منه: " كل منتج سواء أكان شيئا ماديا أو خدمة مهما كان طبيعته، يجب أن يتوفر على ضمانات ضد كل مخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك و / أو أمنه أو تضرر بمصالحه المادية"، ما يلاحظ أن القانون الجديد لم يغير كثيرا من مفهوم هذا الالتزام لكن أعاد تنظيمه بأكثر منهجية مع بعض الشرح لكيفية تنفيذه من قبل المتدخل في المادة 10 منه.

<sup>5</sup> - أ . محمد حاج بن علي: المقالة السابقة، ص 42.

وتولت المادة 3 منه تحديد المقصود ببعض المفاهيم، إذ عرفت المنتج بأنه مفهوم يكرس الحق في السلامة<sup>1</sup> فهو يتميز بأنه منتج سليم و نزيه و قابل للتسويق ومنتج مضمون .

أ - منتج سليم و نزيه و قابل للتسويق : "أي أنه منتج خال من أي نقص أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة و سلامة المستهلك و / أو مصالحه المادية و المعنوية".

ب - منتج مضمون : " هو كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بما في ذلك المدة، لا يشكل خطرا أو يشكل أخطارا محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج وتعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص"، لذا فإنه من الأهداف الأساسية للقانون 03/09 هو حماية سلامة المستهلك، الأمر الذي يدفعنا للتساؤل عن كيفية تأمين الالتزام بالإعلام لهذا الحق .

## 2-كيفية ضمان الالتزام بالإعلام لسلامة المستهلك :

يفرض الالتزام بالإعلام على كل متدخل إخبار المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بكل المنتجات دون تمييز طبقا للمادة 17 من القانون 03/09، إلا أن بعضها ينضوي على مخاطر بسبب خواصها أو المواد المصنوعة منها أو عدم استعمالها استعمالا صحيحا<sup>2</sup> التي قد تهدد جسم الإنسان أو ماله<sup>3</sup> فالأدوية الطبية مثلا تعتبر سماً في الوقت الذي تعدّ فيه دواء.

وتفاديا للوصول إلى تلك النتيجة، ألزم القانون 03/09 كل متدخل بإعلام المستهلك بكل البيانات التي تمكنه من حماية نفسه بموجب المادتين 9 و 10 عن طريق الوسم والتي يترتب على مخالفتها ، جزاءات قانونية معينة.

### أ- الدور الأمني للوسم :

1 - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، الملحق ، ص 9 .  
 2 - إن بعض الفقهاء يحصر الالتزام بالإعلام على المنتجات الخطرة فقط بقوله: " إن القضاء الفرنسي لم يفرض الالتزام بالإعلام على عائق البائع المهني إلا للحيلولة دون وصول الخطر الكامن في منتوجاته إلى شخص المشتري أو أمواله ، لذلك يجب قصر هذا الالتزام على الغاية التي وجد من أجلها وهي ضمان سلامة المشتري فإذا كان المنتج لا يهدد عادة بهذه السلامة فلا مبرر لوجود الالتزام بالإعلام." ، د .عبد القادر أقصاصي: الرسالة السابقة، ص 151 لا نوافقه في هذا الطرح لان نص المادة 17 جاء صريحا فلا اجتهاد مع صراحة النص، لان إلزامية إعلام المستهلك تشمل كل المنتجات دون تفرقة .  
 3 - د . ممدوح محمد مبروك : المرجع السابق، ص 89.

يؤدي الوسم دورين رئيسين: دورا إعلاميا بهدف حماية رضاء المستهلك و تنويره<sup>1</sup> و دور أممي بهدف حماية جسمه وماله<sup>2</sup>، إذ تنص المادة 10 من القانون 03/09 التي تنص على أنه: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية أمن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص :

مميزاته و تركيبه وتغليفه وشروط تجميعه و صيانتة .

تأثير المنتج على المنتجات الأخرى عند توقع استعماله مع هذه المنتجات .

عرض المنتج ووسمه والتعليمات المحتملة الخاصة باستعماله و إتلافه وكذا كل

الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج .

- فئات المستهلكين المعرضين لخطر جسيم نتيجة استعمال المنتج، خاصة الأطفال" من خلال المادة أعلاه، يتبين أن كل هذه البيانات إنما يتم إيصالها إلى علم المستهلك بواسطة الوسم الذي يعدّ وسيلة لإعلام المستهلك ضمانا لسلامته .

**ثالثا - الالتزام بالإعلام يضمن ملائمة المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك:**

مما هو معلوم أن الهدف من اقتناء المنتج هو تلبية حاجات المستهلك الشخصية وحاجات غيره لذا كان لزاما على المتدخل أن يضمن ملائمة المنتج المقتنى مع رغباته وهو ما تؤكد نص المادة 11 من القانون 03/09 التي جاءت تحت عنوان: " إلزامية مطابقة المنتجات" إذ تنص على أنه :

" يجب أن يلبي كل منتج معروض للاستهلاك ، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته و صنفه و منشؤه و مميزاته الأساسية و تركيبه و نسبة مقاومته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال والأخطار الناجمة عن استعماله .

كما يجب أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره و النتائج المرجوة منه و المميزات التنظيمية من ناحية تغليفه وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه و كيفية استعماله و شروط حفظه و الاحتياطات المتعلقة بذلك والرقابة التي أجريت عليه<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - أنظر : كالم حبيبة : الرسالة السابقة ، ص 32، جرعود الياقوت : المقالة السابقة ، ص 45 .

<sup>2</sup> - JEROME HUET sous la direction de JACQUES GHESTIN : traité de droit civil « les principaux contrats spéciaux , 2 ° édition , L.G.D.J, PARIS, 2001, p 239.

- وائل نافذ سفرجلاني : الرسالة السابقة ، ص 18 .

لذا فإن المتمتع في نص المادة 11 يستخلص بان الوسيلة القانونية لتحقيق هذا الالتزام هو إعلام المستهلك بكل المعلومات التي تساعد في اتخاذ القرار الصحيح بخصوص المنتج المناسب لرغباته.

ويتم ذلك بواسطة الوسم الموضوع على كل منتج، حيث يُسهّل على المستهلك عملية الإطلاع عليه و مقارنته مع بقية المنتجات الأخرى<sup>2</sup> من حيث مميزاته و تركيبه و قابليته للاستعمال و كفاءته و الأخطار الناجمة عنه طبقا المادة 11، لكن من غير المنطقي أن يعلم المتدخل برغبات المستهلك دون أن يسأله عنها، وهنا اعني بالقول التزامه بالاستعلام.

لذا لا يمكن أن يُنفذ المتدخل التزامه بمطابقة المنتج لرغبات المستهلك المشروعة، إن لم يستعلم بنفسه عن الصفات والخصائص التي يبحث عنها المستهلك وعن غرضه من اقتنائه<sup>3</sup> لذا فالالتزام بالاستعلام وسيلة تمكن المتدخل من معرفة رغبات المستهلك ومن ثم إعلامه إعلاما مفيدا وهو ما تم تبنته من قبل الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية بموجب قرار 5 ديسمبر 1995، إذ قضت: " بأن الالتزام بالإعـلام يفرض على البائع أن يستعلم عن حاجات زبونه"<sup>4</sup>.

كما حكمت محكمة استئناف باريس أن البائع المهني بسبب تخصصه، كان عليه الاستعلام من المشتري عن حاجاته و إعلامه بخصائص الكمبيوتر و شروطه<sup>5</sup>.

## المبحث الثاني: خصوصية الالتزام بالإعلام في عقد البيع

### الاستهلاكي

تطرقنا في المبحث السابق إلى مفهوم الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي بتعريفه وتمييزه من بعض المفاهيم المشابهة له وهو ما يدل على انفراده بمفهومه الخاص، الأمر الذي يدفعنا إلى التوسع في بحث عناصر هذه الخصوصية، انطلاقا من الأساس الذي يقوم عليه ووصولاً إلى تحديد طبيعته القانونية ويتم هذا في مطلبين.

<sup>1</sup> - نص المادة 11 هو ذاته النص القديم للمادة 3 من القانون 02/89 وإنما أعاد المشرع فقط تبويبه في فصل مستقل.

<sup>2</sup> - أ . علي بولحية بن بوخميس : المرجع السابق ، ص 56 .

<sup>3</sup> - د . بوعزة ديدن : المقالة السابقة ، ص 128 .

<sup>4</sup> - ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: thèse précitée, p 45.

<sup>5</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 60.

يُخصّص المطلب الأول لدراسة أساس الالتزام بالإعلام في حين يُعنى الثاني بتحديد طبيعته القانونية على ضوء القانون الجديد 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

### المطلب الأول: أساس الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

لكل بناء قانوني أساس يقوم عليه<sup>1</sup>، واستنادا إلى القانون المدني، نجد أنه حدد مصادر الالتزام في: القانون و العقد و الإرادة المنفردة و العمل غير المستحق وشبه العقد، لذلك فإنه لا يمكن حصر أساس الالتزام بالإعلام إلا في مصدرين فقط هما: العقد والقانون دون تصوره في بقية المصادر الأخرى<sup>2</sup>.

وأمام تباين الآراء حول الأساس الذي يقوم عليه الالتزام بالإعلام، نفضّل حصرها في أساسين هما:

الأساس العقدي للالتزام بالإعلام و الأساس القانوني<sup>3</sup>، إذ يعكس الأساس الأول فكرة تبعية هذا الالتزام لبعض الالتزامات الناشئة عن عقد البيع، في حين يكرس الثاني استقلالية الالتزام بالإعلام.

### الفرع الأول: الأساس العقدي للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

بنى بعض الفقهاء الالتزام بالإعلام على أساس عقدي، إذ عدّه بعضهم التزاما ناتجا عن تطبيق نظرية عيوب الإرادة في العقد في حين أسّسه آخرون على أنه التزام ناجم عن الالتزامات الناشئة عن عقد البيع كالالتزام بالتسليم و الضمان و السلامة و كل هذه الآراء تشترك في عدّه التزاما تابعا لا مستقلا بذاته.

1 - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 266.

2 - إذ لا يتصور وجود التزام بالإعلام في العمل غير المستحق مثلا أو شبه العقد أو الإرادة المنفردة، خاصة و نحن بصدد دراسة الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي.

3 - في حين يؤسسه بعض الفقهاء على أساس أخلاقي، يقول الفقيه ريبير في هذا الصدد " إن الالتزام بالإعلام هو من مظاهر حماية قواعد الأخلاق في نطاق العقد، قبل أن يكون الإرادة من التدليس و الغلط، لان الصراع بين الإرادتين الذي يهدف إلى تحقيق أكبر قدر من المصالح " لمزيد من التفصيل، أنظر: أ . الحسين بلحساني: أساس الالتزام بتبصير المستهلك و مظاهره، المجلة المغربية للاقتصاد والقانون، 2001، عدد 4، ص 11.

## أولا - الالتزام بالإعلام تطبيق لنظرية عيوب الإرادة:

إن هذا الطرح هو من صنع الاجتهاد القضائي الفرنسي محاولة منه إيجاد أساس بُني عليه مختلف الأحكام القضائية لحماية رضاء المتعاقد<sup>1</sup> في ظل غياب نص قانوني يقرر الالتزام بالإعلام.

## 1 - الغلط و التدليس:

## أ - الغلط:

يُعرف الغلط بأنه: " وهم يقوم في ذهن المتعاقد، يصور له أمرا على غير حقيقته"<sup>2</sup> وقد نص عليه التقنين المدني في عدة مواد : 81، 82، 83، 84، 85، إذ يُشترط لتحققه<sup>3</sup> أن يكون الغلط جوهريا و جسيما يستدعي تدخل القانون لحماية المتعاقد و أن يكون مؤثرا أي أنه هو الدافع إلى إبرام العقد.

إن إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالعقد هو نوع من الوقاية من الوقوع في الغلط<sup>4</sup> فعدم تنفيذ الالتزام بالإعلام ، يؤدي إلى تعيب إرادة المتعاقد فالغلط هو المظهر السلبي لهذا الالتزام وهو ما يعلل تأسيسه على نظرية الغلط.

## ب - التدليس:

التدليس هو: " استعمال الحيلة بقصد إيقاع المتعاقد في غلط يحمله على التعاقد"<sup>5</sup> حتى سمّاه البعض " بالغلط المدبر"<sup>6</sup>، ويشترط لقيام التدليس طبقا لمادة 86 توافر عنصرين:

<sup>1</sup> - RABIH CHENDEB: op.cit, p 157.

<sup>2</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، المرجع السابق، ص 211، أ. علي فيلالي: المرجع السابق، ص 108، د .محمد سعيد جعفرور: نظرية عيوب الإرادة في القانون المدني الجزائري و الفقه الإسلامي المرجع السابق، ص 13، د . بلحاج العربي: المرجع السابق، ص 100، أ . عادل عميرات :حماية رضاء المستهلك أثناء العقد، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، يومي 13 و14 أفريل 2008، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، منشور، ص 174.

<sup>3</sup> - بهدف ضمان استقرار المعاملات الاجتماعية.

<sup>4</sup> - د . جاك غستان ، ترجمة منصور القاضي : المرجع السابق، ص 661 .

<sup>5</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام "، المرجع السابق، ص 346 .

<sup>6</sup> - أ . علي فيلالي: المرجع السابق، ص 124.

• عنصر مادي: الوسائل المعتمدة قصد تضليل المتعاقد و دفعه إلى إبرام العقد كالكذب والسكوت العمدي و استعمال الحيل.

• عنصر المعنوي: نية التضليل و الخداع.

ويجب أن يكون مؤثرا بمعنى أن الغلط الذي وقع فيه بفعل المدلس هو الدافع إلى التعاقد لذا فالتدليس بصفة عامة والكتمان التدليسي<sup>1</sup> بصفة خاصة هو الوجه السلبي للالتزام بالإعلام فسكوت المتدخل عن الإدلاء بالبيانات الجوهرية في العقد، يؤدي إلى وقوع المستهلك في التدليس<sup>2</sup> والتأثير على إرادته<sup>3</sup>، وهو ما أقرّه الاجتهاد القضائي الفرنسي بقوله: " يمكن أن يكون الخداع من صمت أحد المتعاقدين الذي يخفي عن شريكه في التعاقد واقعة، لو كان على علم بها ستمنعه من التعاقد" فهو إذن اعتراف غير مباشر بالالتزام بالإعلام<sup>4</sup>.

## 2 - نقد الأساس :

إذا كان كل من الالتزام بالإعلام و نظرية عيوب الإرادة، يشتركان في هدف واحد و هو حماية رضاء المستهلك فإنه لا يمكن تأسيس الالتزام بالإعلام على هذه النظرية، بسبب النفاص التي تشوبها وهي:

### أ - من حيث المضمون:

إن الالتزام بالإعلام أكثر إيجابية من نظرية عيوب الإرادة لأنه يلزم المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات التي تهمة، قصد تنوير إرادته، إذ يكتسي الطابع الوقائي على عكس الغلط أو التدليس فيغلب عليهما الطابع السلبي لان قواعده لا تظهر إلا بعد الوقوع في عيب من عيوب الإرادة.

<sup>1</sup> - يقصد بالكتمان التدليسي طبقا للمادة 2/86 من التقنين المدني، سكوت المدلس عن واقعة حاسمة في العقد بحيث لو علم بها المتعاقد لما أبرم العقد، لذا من شروط تحققه :

- أن يتعلق بواقعة مؤثرة .

- علم المدلس بهذه الواقعة .

- جهل المتعاقد بهذه الواقعة، لمزيد من التفصيل، أنظر: أ. علي فيلاي، المرجع السابق، ص 129 .

<sup>2</sup> - د . عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 200، أ. الحسين بلحساني : المقالة السابقة ، ص 14.

<sup>3</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 277.

<sup>4</sup> - د . جاك غستان ، ترجمة منصور القاضي : المرجع السابق ، ص 683 .

**ب - من حيث الإثبات :**

يصعب إثبات الشروط التي يقوم عليها كل من الغلط و التدليس بأن يكون جوهريا ومؤثرا لأنه أمر نفسي و داخلي يُستعصى إثباته من الناحية العملية<sup>1</sup>.

**ج - من حيث الجزاءات:**

إذا نجح المستهلك في إثبات تعيب إرادته بخلط أو تدليس فإنه لن يجني أية فائدة من إبطال العقد، لأن ذلك سيحرمه من الاستفادة من غايات إبرامه للعقد<sup>2</sup>، وسيصعب عليه إيجاد بديل آخر لتشابه المنتوجات في المضمون والأوصاف<sup>3</sup>، لذا نستبعد أن تكون نظرية عيوب الرضاء لوحدها أساسا للالتزام بالإعلام .

**ثانيا- الالتزام بالإعلام تابع للالتزامات الناشئة عن عقد البيع الاستهلاكي:**

إن الالتزام بالإعلام ما هو إلا التزام تابع لأحد الالتزامات التي يفرزها عقد البيع كالالتزام بالضمان أو التسليم أو السلامة.

**1 -الالتزام بالضمان أساس للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:**

إن الالتزام بإعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالعقد كالعيوب التي تكتنفه أو المخاطر التي تنجم عن استعماله نابع من التزام البائع بالضمان بمختلف صورته سواء أكان ضمان

<sup>1</sup> - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 64 .

<sup>2</sup> - د . عامر قاسم أحمد القيسي : المرجع السابق، ص 97، لياقوت جرعود : الرسالة السابقة، ص 5.

<sup>3</sup> - أ. الحسين بلحساني: المقالة السابقة، ص 174 .

للعيوب الخفية أم ضمان التعرض و الاستحقاق، بل إنه التزام يشمل كل ما يضمن تنفيذ العقد تنفيذاً صحيحاً<sup>1</sup> بما في ذلك الالتزام بالإعلام .

وإذا أبى البائع إخبار المشتري بعيوب المبيع أو المخاطر التي قد تنجم عنه و سبب له ضرراً قام التزامه بضمان العيوب الخفية<sup>2</sup>، أو في حالة عدم إعلامه بالحالة المادية أو القانونية للمبيع كوجود ارتفاقات عليه<sup>3</sup>، و صدر تعرض من الغير فينشأ التزامه بضمان التعرض أو الاستحقاق<sup>4</sup> فعدم تنفيذ الالتزام بالإعلام، أدى إلى نشوء الالتزام بالضمان .

- تعرض هذا الطرح إلى عدة انتقادات، التي تؤكد استقلالية الالتزام بالإعلام عن الضمان :

أ - من حيث المضمون : يجب عدم الخلط بين المخاطر الكامنة في المبيع و العيب فالشيء الخطر ليس بالضرورة شيئاً معيباً<sup>5</sup> ، فالخطورة ناجمة عن طبيعة في الشيء بسبب التطور التكنولوجي و العلمي، لأنه في الأصل منتج سليم .

1 - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 81 ، د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 271 .  
د . أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 128 ، يغلى مريم: الرسالة السابقة، ص 33 .  
د . عبد القادر أقصاصي: الرسالة السابقة، ص 167 .

2 - نصت عليها المادة 379 من التقنين المدني، و يكون البائع ملزماً بالضمان :  
- إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم .  
- إذا اشتمل المبيع على عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع منه .  
وهو ما بينته المحكمة العليا في قضية ( ن.ع) ضد ( ب.م): حيث من المقرر قانوناً أن البائع ملزم 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 حسب الغاية المقصود منه و حسب ما هو مذكور في عقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله، يكون البائع ضامناً لهذه العيوب ولو لم يكن عالماً بوجودها، ولما كان ثابتاً من قضية الحال أن المستأنف - أي الطاعن الحالي - لا ينكر التشويه أو التزوير الملحق بالشاحنة المباعة في اختلاف رقمها التسلسلي الأصلي مع الرقم الحالي، وأن قضاة الموضوع عندما أسسوا قرارهم على أن البائع ملزم بضمان العيوب الخفية التي لا يمكن للمشتري التعرف عليها ولو فحص المبيع بعناية الرجل العادي، فإنهم عللوا قرارهم بما فيه كفاية وبتعيين رفض الطعن، القرار الصادر في 6 / 10 / 1993، قضية رقم 103934، منشور في المجلة القضائية 1994، عدد 2 ص 15 .

3 - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 271 .

4 - نصت عليه المادة 371 من التقنين المدني .

5 - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 82 .

و تزول تلك الخطورة بإتباع المستهلك للتعليمات التي تم إعلامه بها، فالدواء مادة علاجية و خطيرة في آن واحد و لا دخل لأي عيب في ذلك، فإذا اتبع المريض الإرشادات المبينة له، كان أمنا من كل خطر.

ب - من حيث الأساس القانوني: إن أساس التزام البائع بالضمان هو نص المادة 379 من التقنين المدني و المتعلقة بالعيوب الخفية و المادة 371 التي تخص ضمان التعرض والاستحقاق أما الالتزام بالإعلام فله نصوصه الخاصة<sup>1</sup>.

ج - من حيث النطاق: إن الالتزام بالإعلام أوسع من الالتزام بالضمان، لان البائع ملزم بالإفشاء عن كل المعلومات التي تخص المبيع و لو كان الشيء خاليا من أي عيب<sup>2</sup> فالدعوى الناشئة عن الالتزام بالضمان عاجزة عن استيعاب الدعوى الناجمة عن الالتزام بالإعلام.

لذا لا يمكن تبني الالتزام بالضمان كأساس للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي.

## 2 - الالتزام بالتسليم أساس للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

نصت المادة 367 من التقنين المدني على أنه : " يتم التسليم بوضع المبيع تحت تصرف المشتري بحيث يتمكن من حيازته و الانتفاع به دون عائق".

لذا لا يعدّ البائع قد نفذّ التزامه بتسليم المبيع<sup>3</sup> إلا إذا تمكّن المشتري من حيازته و الانتفاع به لتحقيق الغاية من إبرام العقد<sup>4</sup> و لا يتأتى ذلك إلا بإعلام المشتري بطريقة استعمال السلعة و الاحتياطات الواجب اتخاذها<sup>5</sup> في شكل نشرات خاصة وكتيبات<sup>6</sup> يتسلمها المشتري مع

<sup>1</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 272، د. أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق ص 128، د. عبد القادر أقصاصي : الرسالة السابقة، ص 168.

<sup>2</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 83.

<sup>3</sup> - يعرف الالتزام بالتسليم : بأنه " ترك المبيع تحت تصرف المشتري حتى يتسلمه"، أ . لحسن بن الشيخ آث ملويا : المرجع السابق ، ص 324 .

<sup>4</sup> - وهو ما ذهب إليه المحكمة العليا في احد قراراتها: حيث سلّمت الطاعنة بالنقض (م. ط. ت . ج. ف) إلى المطعون ضده (ك. ح) بضاعة فاسدة و هو ما منعه من الانتفاع منها و تحقيق الغرض من شراءها ، مما أدى إلى ثبوت مسؤوليتها العقدية مما يستبعد معه أن قضاة الموضوع لم يرتكبوا أية مخالفة، أو إغفال قاعدة جوهرية في الإجراءات، مما يتعين رفض الطعن، القرار الصادر في 16 / 02 / 2000، قضية رقم 213691، منشور في المجلة القضائية 2000، عدد 1، ص 122.

<sup>5</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 86.

<sup>6</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 274.

المبيع فالالتزام بالإعلام يعمل على حسن تنفيذ الالتزام بالتسليم وبالتالي استحق الثاني أن يكون أساساً للأول إلا أن هذا الأساس لم يسلم هو الآخر من النقد، نورد فيما يأتي أهم أوجهه:

أ - الالتزام بالتسليم لا يكرس المضمون الجوهرى للالتزام بالإعلام فهو لا يقتصر على مجرد تسليم نشرات خاصة و كتيبات تشرح كيفية استخدامه و التحذير من مخاطره <sup>1</sup> وإنما يتعلق أساساً بتقديم المعلومات الأساسية المتعلقة بالمبيع، التي من شأنها أن توجه المشتري لاتخاذ القرار المناسب له.

ب - إن القول بتبعية الالتزام بالإعلام للالتزام بالتسليم من شأنه أن يضيق من نطاقه بحبسه في نطاق عقد البيع دون غيره من العقود <sup>2</sup>، وهو أمر غير سديد هذا من جهة ومن جهة أخرى يحصره في مرحلة تنفيذ العقد، على الرغم من الدور الوقائي الذي يؤديه في تنوير إرادة المشتري قبل إبرام العقد.

### 3 - الالتزام بضمان السلامة أساس للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

يقع على البائع التزام جوهرى بتأمين سلامة المشتري من أي خطر ينجم عن المبيع ولا سبيل للوصول إلى هذه الغاية إلا بإعلامه بكل المعلومات التي تساعد على تفادي ذلك الخطر المحتمل كطريقة استعمال المبيع و خصائصه ولفت انتباهه إلى الاحتياطات الواجب اتخاذها <sup>3</sup>. لذا فالالتزام بالإعلام وسيلة فعالة لتنفيذ الالتزام بضمان سلامة المشتري <sup>4</sup> وهو ما استند عليه القضاء الفرنسي في عدة أحكام قضائية <sup>5</sup>.

1 - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 88.

2 - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 275 .

3 - يغلى مريم : الرسالة السابقة، ص 36 .

4 - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 275، د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 91

د. أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 130.

5 - قررت محكمة الاستئناف "DOUAI" في أحد أحكامها: " أن الجهاز الكهربائي المتنازع عليه لم يكن مشوباً بعيب خفي يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له طبقاً للمادة 1641 من التقنين المدني، حيث أن شركة "CONTRAVENTE" أغفلت تحديد الطريقة المثلى لاستعمال الجهاز، وبيان أهمية ربط الوعاء الزجاجي على دعامة اللولبية لسلامة المستعملين وما يجب اتخاذه من احتياطات عند انحراف هذا الوعاء فإنها تكون قد أخلت بالالتزام بالسلامة المستمدة من العقد و يكون خطئها هو السبب المباشر و الحاسم في وقوع الحادث، حتى ولو كان المضرور الذي لم يتم تبصيره بصورة كافية قد وضع يده بلا حذر على الوعاء دون أن ينتبه إلى ضرورة فصل التيار الكهربائي " د . عبد القادر أقصاصي : الرسالة السابقة ، ص 169 .

بالرغم من منطوقية هذا الطرح، إلا أنه لا يمكن تبنيه كأساس وحيد للالتزام بالإعلام لأنه يضيق دوره و يحصره في ضمان سلامة المشتري الجسدية و المالية أي في مرحلة تنفيذ العقد فقط رغم دوره الأساسي في ضمان سلامة رضاء المشتري قبل إبرام العقد<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

فشل الأساس العقدي في تبرير وجود الالتزام بالإعلام، لذا وُجد أساس آخر، يعتبر القانون السبب المباشر لنشوء هذا الالتزام سواء في قواعده العامة أو الخاصة.

#### أولاً - الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القواعد العامة :

لقد نص التقنين المدني على أساس الالتزام بالإعلام في المادة 352 منه و المتعلقة بالعلم الكافي بالمبيع و المادة 107 المتضمنة لمبدأ حسن النية .

#### 1 - العلم الكافي بالمبيع<sup>2</sup> أساس للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

لا يُلزم القانون المتعاقدين بتعيين موضوع العقد فقط، بل يفرض على البائع إخبار المشتري بالمواصفات الأساسية للمبيع، بحيث يصوره له كأنه رآه حقيقة و هو ما يسمى العلم الكافي بالمبيع التي نصت عليه المادة 352 من التقنين المدني بقولها: " يجب أن يكون المشتري عالماً بالمبيع علماً كافياً و يعتبر العلم كافياً، إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه" .

ينبغي علينا قبل مناقشة هذا الأساس التعرض إلى مفهومه بتعريفه و تحديد طبيعته بسبب عزوف المادة 352 عن القيام بذلك.

#### أ - المقصود بالعلم الكافي :

انقسم الفقهاء في تحديد العلم الكافي بالمبيع إلى اتجاهين:

<sup>1</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 276.

<sup>2</sup> - لم يرد هذا المفهوم في القانون المدني الفرنسي، لمزيد من التفصيل، أنظر:

## أ1- الاتجاه الأول:

هو علم المشتري بالصفات الأساسية للمبيع بشكل يَمكّنه من إصدار رضا سليما إذ يكرّس هذا المفهوم نظرية سلامة الإرادة<sup>1</sup> فهو إذن شرط لسلامتها<sup>2</sup>.

لذا فالعلم الكافي بالمبيع يختلف عن تعيين المبيع المكرس في القواعد العامة في عدة نقاط :

## أ1-1: من حيث المضمون:

تعيين المبيع ينصب على بيان أوصافه بشكل ينفي عنه الجهالة ويميزه عن غيره<sup>3</sup> أما العلم الكافي فهو أدق في مضمونه من تعيينه، فالعلم بالمبيع يتضمن بالضرورة تعيينه لكن العكس غير صحيح<sup>4</sup> فمثلا يقتضي تعيين سيارة ذكر ماركتها و تاريخ الصنع ، أما العلم الكافي فيكون بذكر حالتها جديدة أو قديمة، محتوياتها ودرجة سرعتها والحوادث التي تعرضت لها إذا كانت قديمة<sup>5</sup>.

## أ1-2: من حيث التوقيت:

لما كان التعيين متعلقا بأحد أركان العقد "المحل" فيجب أن يكون وقت إبرام العقد ، أما العلم الكافي فيتم وقت إبرام العقد و أثناء تنفيذه<sup>6</sup>.

## أ1-3: من حيث نطاق التطبيق:

تطبق أحكام التعيين على كل العقود بيعا و إيجارا لأنها من القواعد العامة في حين يقتصر العلم الكافي على عقد البيع فقط.

## أ1-4: من حيث جزاء تخلف كل منهما:

<sup>1</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 98 .

<sup>2</sup> - سليمان مرقش : الوافي في شرح القانون المدني " في العقود المسماة: عقد البيع والمقايضة"، الطبعة

4 دار المنشورات الحقوقية، بيروت، 1987، ص 300 .

<sup>3</sup> - د. محمد حسنين : المرجع السابق ، ص 55 ، د.احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص 133 .

<sup>4</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص123.

<sup>5</sup> - نفس المرجع ، ص 123 .

<sup>6</sup> - د . محمد حسنين : المرجع السابق ، ص 55

يترتب على عدم تعيين المبيع، بطلان العقد بطلانا مطلقا، في حين إبطال العقد بطلانا نسبيا في حالة عدم العلم الكافي.

## 2- الاتجاه الثاني:

إن العلم الكافي بالمبيع هو " معرفة المشتري بأوصاف المبيع الأساسية التي تبين ما إذا كان ملائما للغرض المطلوب منه، أو عدم ملائمته " <sup>1</sup> .

استنادا إلى هذين الاتجاهين يمكن تعريف العلم الكافي بالمبيع: " حق المشتري في معرفة حقيقة المبيع و كافة البيانات الضرورية و اللازمة لحسن الانتفاع به على الوجه الذي يناسبه، بحيث يكون هذا العلم أساسا للرضا الذي يصدر منه " <sup>2</sup>.

من خلال هذا التعريف نستخلص خصائص العلم الكافي :

- إن العلم الكافي بالمبيع حق للمشتري فقط دون البائع فإذا كان لا يعلم بالمبيع كأن ورثه ثم باعه دون أن يراه فلا يكون له الحق في إبطال العقد لعدم العلم <sup>3</sup>.
- يتم رضاء المشتري فيبرم العقد على بينة من أمره <sup>4</sup>.

## ب - طبيعة العلم الكافي بالمبيع :

اختلف الفقهاء في تحديد طبيعة العلم الكافي حيث انقسموا إلى ثلاث اتجاهات:

### ب1- الاتجاه الأول:

إن العلم الكافي ما هو إلا تطبيق لنظرية الغلط <sup>5</sup> فالمادة 352 لم تأت بأي جديد يُميزها من القواعد العامة <sup>6</sup> فكلاهما يتحدان في غاية و جزاء واحد :

<sup>1</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 99.

<sup>2</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 89 .

<sup>3</sup> - د. محمد حسنين: المرجع السابق، ص 56.

<sup>4</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 76.

<sup>5</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 100.

<sup>6</sup> - د. احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص 138 .

## ب1-1: من حيث الغاية

إن هدف كل من الغلط و العلم الكافي هو تنوير إرادة المشتري.

## ب1-2: من حيث الجزاء يترتب على عدم العلم الكافي إمكانية إبطال العقد وكذا الحال

في حالة وقوع المتعاقد في غلط طبقاً للمادة 81 من التقنين المدني.

أما بالنسبة للاختلاف المتعلق بشروط بطلان كل منهما، الذي يقوم على اشتراط أن يكون الغلط جوهرياً ومؤثراً طبقاً للمادة 81 في حين أن عدم العلم الكافي يثبت بمجرد الادعاء، فيفسر بأنه شكل جديد للغلط في صورة "غلط مفترض"<sup>1</sup> بموجب نص خاص (المادة 352)، إذ يكتفي المشتري الذي لم يعلم علماً كافياً بادعائه بعدم علمه فقط فيتمكن من إبطال العقد بسهولة.

إلا أنه إذا كان لا يمكن إنكار التشابه القائم بينها من حيث الغاية والجزاء، إلا أنه في الوقت ذاته لا يمكن أن تُغفل الاختلاف الصارخ بينها من حيث شروط الإبطال، فشتان بين أن يثبت المتعاقد وقوعه في غلط جوهرى، إن تمكن من ذلك<sup>2</sup> وبين أن يثبت عدم علمه الكافي فينجح في ذلك بمجرد الادعاء فقط<sup>3</sup> لأن المبيع في حيازة البائع ومن المفترض علمه به في ظل جهل المشتري ولو كان العلم الكافي هو ذاته الغلط فلماذا إذن يُتعب المشرع نفسه بوضع نص خاص في عقد البيع بالخصوص دون بقية العقود وهو ما يثبت استقلال العلم الكافي عن الغلط.

## ب2- الاتجاه الثاني:

إن العلم الكافي بالمبيع ليس سوى خيار الرؤية المكرس في الشريعة الإسلامية<sup>4</sup> فالخيار رخصة في يد المشتري له الحق في الإبقاء على العقد أو فسخه<sup>5</sup>، لذا فالعلم الكافي يستقل بذاته عن نظرية الغلط .

<sup>1</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "العقود التي ترد على الملكية: البيع و المقايضة " ، المرجع السابق ، ص 125 .

<sup>2</sup> - نظراً لصعوبة إثبات وقوعه في غلط جوهرى لأنه أمر ذاتي داخلي غير ملموس.

<sup>3</sup> - ALKHASAUNEH ALA 'ELDIN: op. cit, p 204.

<sup>4</sup> - د . عبد الحميد الشواربي : التعليق الموضوعي على القانون المدني " أحكام عقد البيع و العقود التي ترد على الملكية، الجزء 4، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2001 ، ص 78 .

<sup>5</sup> - لمزيد من التفصيل أنظر :

إلا أنه يوجد اختلاف بين العلم الكافي و خيار الرؤية في أن المشتري يبقى محتفظا بخيار الرؤية حتى لو ذكر في العقد أنه قد علم بالمبيع متى أثبت عدم رؤيته له، في حين يسقط هذا الحق في القانون الوضعي، إذا تم إعلامه بالصفات الأساسية للمبيع أو أقر بعلمه بالمبيع في العقد<sup>1</sup>، إلا في حالة إثباته غش البائع طبقا للمادة 2/352: "و إذا ذكر في عقد البيع أن المشتري عالما بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلا إذا أثبت غش البائع".

### ب3- الاتجاه الثالث:

إن العلم الكافي بالمبيع هو أساس الالتزام بالإعلام، لتفردّه بأحكامه الخاصة التي تميزه عن نظرية الغلط فهو الوسيلة الوحيدة لتأمين المعرفة الكاملة للمشتري وتتوير إرادته وقت إبرام العقد<sup>2</sup>، إذ يتم بطريقتين: إما بوصف المبيع أو إقرار المشتري بعلمه به<sup>3</sup>.  
لذا يمكن الاستناد إلى قاعدة العلم الكافي بالمبيع بصفته أساسا للالتزام بالإعلام لأنها تلزم البائع بإعلام المشتري بالأوصاف الأساسية للمبيع مع منحه الحق في إبطال العقد في حالة الإخلال بتنفيذ هذا الالتزام، إلا أنه توجد عدة نقاط تجعلنا نسحب هذا القول:

- 
- محمد أمين بن عمر عابدين: ردُّ المحتار على الدُّرِّ المختار شرح تتوير الأبصار، الجزء 7، دار عالم الكتب للطباعة والنشر و التوزيع، الرياض 2003، ص 152.
- الإمام الفقيه . عبد الله بن المحمود الموصلي: الاختيار لتعليل المختار، الجزء 2، الطبعة 2، دار الرسالة العالمية دمشق، سوريا، 2009، ص 36.
- أ. محمد سعيد جعفرور: الخيارات العقدية في الفقه الإسلامي كمصدر للقانون المدني الجزائري، دار هومه الجزائر، 1998، ص 75.
- د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 80.
- د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 102.
- د. أشرف مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 103.
- <sup>1</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "العقود التي ترد على الملكية: البيع و المقايضة"، المرجع السابق، ص 123، د.احمد محمد محمد الرفاعي: المرجع السابق، ص 133 .
- <sup>2</sup> - د. حمدي أحمد سعد :المرجع السابق، ص 103، د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق، ص 64، د.احمد محمد محمد الرفاعي: المرجع السابق ص 133 .
- <sup>3</sup> - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 66 .

## \* من الناحية القانونية:

يقنصر تطبيق المادة 352 على عقد البيع فقط<sup>1</sup>، في حين أن الالتزام بالإعلام جاء لحماية المستهلك في كل العقود دون استثناء.

لبن صياغة المادة 352 جاءت عامة، إذ لا تحدد بدقة مضمون العلم الكافي، فكيف يمكن الاستناد عليها أساساً للالتزام بالإعلام الذي يتسع ليشمل كل المعلومات المتعلقة بالمبيع بل بالعملية العقدية ككل؟؟

حددت المادة أطراف هذا الالتزام في المشتري والبائع فقط لنتساءل عن مركز أطراف أخرى لا تقل أهمية عنها كمستعمل المبيع و المنتج الذي يعلم أكثر من غيره بالمنتج الذي أنتجه.

## \* من الناحية الواقعية:

أن هذه القاعدة أصبحت تقليدية ولا تواكب الواقع المعيش، فالتطور العلمي والتكنولوجي أفرز منتجات معقدة و ذات مستوى تقني عال يستعصي معه على المشتري معرفة كل المعلومات المتعلقة بها حتى ولو رآها بأب عينه<sup>2</sup> ومن ثم عدم فعالية المادة 352، مما يحتم ضرورة توافر وسائل أخرى أكثر فعالية في إيصال المعلومات للمستهلك .

لذا فالعلم الكافي بالمبيع لا يكفي وحده أساساً للالتزام بالإعلام.

## 2 - مبدأ حسن النية أساس للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

أدى ضعف الأسس السالفة الذكر إلى البحث على أساس قانوني آخر لتبرير وجود الالتزام بالإعلام، إذ تبنى الفقه<sup>3</sup> و حتى القضاء الفرنسي في بعض اجتهاداته القضائية مبدأ حسن النية أساساً للالتزام بالإعلام .

<sup>1</sup> - د.احمد محمد محمد الرفاعي: المرجع السابق ، ص140 .

<sup>2</sup> - أ . عادل عميرات : المقالة السابقة ، ص 176 .

<sup>3</sup> - د . عبد الحليم عبد اللطيف القوفي : المرجع السابق، ص 344 ، د شيرزاد عزيز سليمان : المرجع السابق ص 373 ، أ . عبد المـنعم موسى إبراهيم : حسن النية في العقود "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 7 د . محمد حسام محمود لـطفي: المرجع السابق، ص 16، أ. عبد الجبار ناجي الملا صالح : مبدأ حسن النية في

لذا يتوجب علينا التعرف على المقصود بحسن النية ثم التطرق إلى دراسته بصفته أساسا للالتزام بالإعلام.

### أ - المقصود بحسن النية:

نصت المادة 107 من التقنين المدني على حسن النية بقولها: " يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه و بحسن نية. " <sup>1</sup>، إلا أنها لم تحدد معناه وهو ما تصدى له الفقه القانوني وتتكون هذه العبارة من كلمتين: حسن، النية، فالنية <sup>2</sup> هي: " العزم على أمر معين و هي القوة المحركة للإرادة نحو الغرض المباشر للشخص " <sup>3</sup>، أما مصطلح الحسن فهو من الأحكام الاجتماعية المرتبطة بالقيم الاجتماعية السائدة في وقت معين <sup>4</sup>.

وعلى كل فحسن النية <sup>5</sup> بصفة عامة يحمل معنى الاستقامة و النزاهة والإخلاص والصدق في تنفيذ ما التزم به <sup>6</sup>، وتجر الإشارة إلى أن القانون 02/04 نصّ على هذه

---

تنفيذ العقود الطبعة 1، دار الرسالة للطباعة، بغداد، 1970، ص 307، د . بوعزة ديدن : المقالة السابقة، ص 125  
د . جمال النكاس: المقالة السابقة، ص 98.

- PATRICK MISTERETTA : l'obligation d'information dans la théorie contractuelle petite affiches, N°67, 5 JUIN, 1998, p 1.

- DENIS TALLON : le concept de bonne fois en droit français du contrat, SAGGI CONFERENZE SEMINRI, ROMA, 1994, p 8.

- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op.cit, p 53.

- DANIEL MAINGUY: op.cit, p 123.

<sup>1</sup> - يمكن عنونة المادة 107 ب: تنفيذ العقد بحسن نية، إلا أن المشرع أضاف الفقرة الثالثة التي تعد دخيلة تماما على هذا الموضوع و تتعلق بـ " نظرية الظروف الطارئة " وكان من الأجدر أن يُضمنها في المادة 106 كاستثناء على القوة الملزمة للعقد.

<sup>2</sup> - يجب عدم الخلط بين النية و الإرادة ، فالنية ذات طبيعة ذاتية فهي حبيسة النفس ، أما الإرادة فتظهر إلى العالم الخارجي و ترتب أثارا قانونية ، لمزيد من التفصيل أنظر: د شيرزاد عزيز سليمان : المرجع السابق، ص 135 .

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 135 .

<sup>4</sup> - أ . عبد المنعم موسى إبراهيم: حسن النية في العقود "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 2.

<sup>5</sup> - فصل بعض الفقهاء في تحديد مفهوم حسن النية بالاعتماد على معيارين : ذاتي و موضوعي، لمزيد من التفصيل أنظر: د . عبد الحليم عبد اللطيف القوفي: المرجع السابق، ص 294، أ. عبد الجبار ناجي الملا صالح : المرجع السابق ، ص 27.

<sup>6</sup> - أ . عبد المنعم موسى إبراهيم: حسن النية في العقود "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 3، د . محمد حسام محمود لطفلي: المرجع السابق ص 16، محمد الهيني: الرسالة السابقة، ص 38.

- PATRICK MISTERETTA : Article précité, p 1.

المعاني: "شفافية الممارسات التجارية" في الباب الثاني و "نزاهة الممارسات التجارية" في الباب الثالث منه.

### ب - مبدأ حسن النية بصفته أساسا للالتزام بالإعلام :

يقوم مبدأ حسن النية - كأساس للالتزام بالإعلام- على شقين:

**ب1- الشق السلبي :** هو التزام المتعاقد بالنزاهة و الإخلاص بحيث يتمتع معه كل غش يجعل تنفيذ التزامه بالإعلام عسيرا<sup>2</sup> وهو ما نصت عليه المادة 361 من التقنين المدني: " يلتزم البائع أن يقوم بما هو لازم لنقل الحق المبيع إلى المشتري وان يتمتع عن كل عمل من شأنه أن يجعل نقل الحق عسيرا أو مستحيلا ."

**ب2- الشق الإيجابي:** القيام بكل عمل مفاده إطلاع المشتري بكل المعلومات التي تهمه في العقد بما ينير رضاه و يعلمه بمدى ملاءمة الشيء وكل البيانات المتعلقة باستعمال المبيع والتحذير من مخاطره<sup>3</sup>، أما إذا امتنع عن القيام بذلك عدّ سيئ النية و بخاصة إذا كان يعلم أن لها تأثير على قرار المشتري في إبرام العقد أو الإحجام عنه<sup>4</sup>.

و عدت محكمة النقض الفرنسية في قرار لها: " أن البائع بامتناعه عن إعلام المشتري بالأخطاء التي ارتكبها المهندس بغلقه لنوافذ في العمارة، يعد خرقا للالتزام بالإعلام و مبدأ التعاقد بحسن نية<sup>5</sup>.

إلا أن مبدأ حسن النية وإن كان يحمل معاني سامية ومرتبطة بالأخلاق إلا انه لا يصلح لان يؤسس عليه الالتزام بالإعلام لعدة أسباب منها:

- غموض هذا المبدأ<sup>1</sup> و اتسامه بطابع فلسفي أكثر منه قانونيا، إذ أن نص المادة

107 لم يصف شيئا، مما يعيق في كثير من الحالات تصريح المبدأ إلى التزامات قانونية محددة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - أ . علي فيلالي: المرجع السابق ، ص 295، د. حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 20.

<sup>3</sup> - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 109.

<sup>4</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 279.

<sup>5</sup> - RABIH CHENDEB: op.cit, p 168.

- اقتصار مبدأ حسن النية على مرحلة تنفيذ العقد دون إبرامه، على عكس الالتزام بالإعلام الذي يؤدي دورا وقائيا فكيف يمكن إذن أن يكون هذا المبدأ أساسا له.

### ثانيا: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القواعد الخاصة

إن سبب تعدد أسس الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي - السابق ذكرها - هو عدم وجود نص قانوني صريح يُبنى عليه، إلا أن المشرع الجزائري بموجب القوانين التي عُنت بحماية المستهلك، وضعت نصوصا تفرض على المتدخل الإفضاء بكل المعلومات الخاصة بالمنتج لصالح المستهلك .

#### 1 - القوانين:

##### أ - القانون 03/09<sup>3</sup>:

جاء هذا القانون بتغييرات جوهرية خاصة فيما يخص موضوع البحث المتمثل في "الالتزام بالإعلام"، إذ نص عليه صراحة في الفصل الخامس منه، تحت عنوان: "إلزامية إعلام المستهلك" في المادتين 17 و18، فاصلا بذلك أي جدال يخص مصدر هذا الالتزام الذي يلزم المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج، بحيث أضفى عليها الطابع الإلزامي بوصفها قاعدة أمر متعلقة بالنظام العام، يترتب على خرقها متابعات جزائية، تُتوج بغرامات ذات قيمة مالية معتبرة جدا.

فبعد تاريخ 25 فيفري 2009 ، أصبح نص المادة 17 مصدرا مباشرا للالتزام بالإعلام أي أنّ هذه المادة تفرض **الالتزاما قانونيا بالإعلام** دون أن يكون العقد مصدرا له ومن ثم يسري على هذا الالتزام القانون 03/09 و القوانين الأخرى المرتبطة به طبقا لنص المادة 53 من التقنين المدني التي تنص على أنه: "تسري على الالتزامات الناجمة مباشرة عن القانون دون غيرها النصوص القانونية التي قررتها" .

<sup>1</sup> - DENIS TALLON : Article précité, p 13.

<sup>2</sup> - أ . الحسين بلحساني : المقالة السابقة ، ص 14 .

<sup>3</sup> - المؤرخ في 25 فيفري 2009 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش:

## ب - القانون 102/04:

نص هذا القانون <sup>2</sup> على إلزامية الإعلام بالأسعار وشروط البيع في الفصل الأول من الباب الثاني، الذي جاء تحت عنوان: "شفافية الممارسات التجارية".

إذ فرضت المادة 5 إلزامية إعلام المستهلك بالأسعار وتعريفات السلع والخدمات أما المادة 8 فتعلقت بإلزامية الإعلام عن شروط العقد والمسؤولية التعاقدية المتوقعة.

وما يلاحظ أن المادتين 5 و 8 تكملان النقص الوارد في النص الجديد " المادة 17 من القانون 03/09 " التي تفرض الإعلام بكل ما يخص المنتج دون العناصر الأخرى المتعلقة بالعقد خاصة شروطه التي تعد الميدان الخصب لانتشار الشروط التعسفية.

## 2- المراسيم التنفيذية:

أ- المرسوم التنفيذي رقم 306/06 <sup>3</sup>:

نصت المادة 2 منه على أن الالتزام بالإعلام، حق جوهري للمستهلك ، لتحديد المادة 3 منه العناصر الأساسية للعقود التي يجب أن يعلم بها المستهلك طبقا للمادة 4 منه بقولها : " يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلك بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و /أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه".

حتى أن المشرع عدّ شرطا تعسفيا كل شرط فرض ولم يكن المستهلك على علم به قبل إبرام العقد طبقا للمادة 5.

ب- المرسوم التنفيذي 05-484 <sup>1</sup> :

<sup>1</sup> - الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية:

<sup>2</sup> - شمل هذا القانون كل من المستهلك و الأعوان الاقتصاديين في العلاقات بينهم بذات الحماية في ما يخص الالتزام بالإعلام وهو ما تؤكد نص المادة الأولى منه .

<sup>3</sup> - المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية .

إذ حددت تلك المراسيم كفيات الوسم في منتوجات معينة و البيانات الواجب توافرها فيه بوصفها أهم وسيلة للإعلام .

على ضوء ما سبق يتبين أن القوانين الاقتصادية، عُنيت بالتأطير القانوني للالتزام بالإعلام لذا فأساس الالتزام بالإعلام هو أساس قانوني بموجب المادة 17 من القانون 03/09، لكن ما يلاحظ على هذا القانون، أنه جاء خالياً من أي نص متعلق بالجزاءات ذات الطابع المدني، أي المتعلقة بالعقد لاقتصارها على الجزاءات الجزائية فقط .

لذا لا بد من التكامل بين مختلف الأسس التي تم عرضها، أي نعتمد على النصوص الخاصة فيما يخص تحديد مضمون الالتزام بالإعلام وعلى النصوص العامة في توقيع الجزاءات المدنية المتعلقة بالعقد كإبطاله على أساس عيوب الإرادة أو العلم الكافي بالمبيع أو على قواعد المسؤولية المدنية.

إذا كانت القوانين المتعلقة بحماية المستهلك قد تكفلت بتحديد أساس الالتزام بالإعلام فهل عُنيت أيضاً بتحديد طبيعته القانونية ؟

### المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

يلتزم المتدخل طبقاً للمادة 17 من القانون 03/09 بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج المعروض للاستهلاك ويترتب على مخالفة ذلك، آثار قانونية معينة واستناداً إلى هذه النقطة تبرز أهمية التطرق إلى الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام، إذ يتحدد بناء عليها طبيعة الجزاء المترتب على مخالفة أحكام هذا الالتزام و الشخص المكلف بإثباته ، لذا سنحدد طبيعته من حيث إنه التزام تعاقدي أو قبل تعاقدي (الفرع الأول) وأنه التزام ببذل عناية أو تحقيق نتيجة (الفرع الثاني) مع التطرق إلى موقف المشرع الجزائري في هذا الشأن.

#### الفرع الأول: الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي أو قبل تعاقدي في عقد البيع الاستهلاكي

إن التمكن من تحديد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام عقدياً كان أو قبل عقدي، يعني النجاح في ضبط نوع الجزاء المترتب على الإخلال بتنفيذ هذا الالتزام، وانقسم الفقهاء في سبيل

<sup>1</sup> - والمتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها و المرسوم التنفيذي 90-366 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم السلع غير الغذائية و عرضها و مراسيم أخرى.

تحقيق هذه الغاية إلى عدة اتجاهات، تتنازع في فكرة الطابع العقدي للالتزام وقبل العقدي لنحدد موقف مشرعنا منها وهو ما سنتناوله فيما يلي :

### أولاً: من الناحية الفقهية

#### 1- الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي

إن الالتزام بالإعلام ناشئ عن أحد الالتزامات التي يُرتبها عقد البيع كالالتزام بالضمان أو التسليم أو ضمان السلامة<sup>1</sup> بحيث يقدم البائع للمشتري مند إبرام العقد - وحتى قبل ذلك - معلومات تضمن الانتفاع بالمبيع وتحقيق الغاية من إبرام العقد<sup>2</sup> وتساعد على تنفيذه<sup>3</sup> من خلال إعلامه بطريقة استعمال المبيع والتحذير من مخاطره والاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنب الأخطار المحتملة أثناء الانتفاع من المبيع<sup>4</sup>، لذا يترتب ع لى مخالفة هذا الالتزام المسؤولية العقدية<sup>5</sup> ويمكن الاستناد إلى الحجج الآتية:

أ - ينتظر المشتري من البائع الإدلاء بالبيانات اللازمة عن المبيع و مدى ملاءمتها لرغباته الشخصية و تندمج كل هذه المعلومات في المرحلة العقدية<sup>6</sup>.

ب - إن كل المعلومات المدلى بها ذات طبيعة عقدية ولا يمكن فصلها عن العقد فالمعلومات المتعلقة بكيفية استعمال الشيء وإن كان يدلى بها قبل إبرام العقد إلا أن لها أثراً عند تنفيذه<sup>7</sup>، أي إن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل إبرام العقد يظهر بعد إبرامه أي في مرحلة التنفيذ<sup>8</sup>.

<sup>1</sup> - د . محمد شكري سرور : المرجع السابق ، ص 24 .

- JEROME HUET : op. Cit, p 145, PHILIPPE LE TOURNEAU : op.cit, p 90.

<sup>2</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 201.

- ALKHAUSAINEH ALA'ELDIN: op. cit, p302.

<sup>3</sup> - د. احمد محمد محمد الرفاعي: المرجع السابق، ص 161 .

<sup>4</sup> - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op.cit, p 52.

<sup>5</sup> - ALKHAUSAINEH ALA'ELDIN: op. cit, p302.

<sup>6</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 127.

<sup>7</sup> - نفس المرجع، ص 145 .

<sup>8</sup> - DANIEL MAINGUY : op.cit, p126.

وهو ما أكده القضاء الفرنسي بصدد المسؤولية العقدية لبائع الأجهزة المعلوماتية شركة " DANTONEL " المتخصصة في بيع الأجهزة المعلوماتية والتزامه بالتعويض بسبب ما ألحقته من أضرار بسبب إخلالها بالالتزام بالإعلام الذي كان يتوجب عليها تحديد حاجات المشتري واختيار الجهاز المناسب<sup>1</sup> .

وفي قرار آخر عن الغرفة التجارية لمحكمة النقض في 25 أكتوبر 1994 حيث قررت أن البائع المحترف للمنتجات المعلوماتية المعقدة والمتطورة، يقع عليه التزام تعاقدى بالإعلام و النصيحة<sup>2</sup>، إلا أنه ما يؤخذ على هذا الاتجاه أنه ألغى الدور الإيجابي للالتزام بالإعلام في مرحلة ما قبل إبرام العقد وهو ما ركّز عليه أنصار الاتجاه الثاني .

## 2-الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي

إن الالتزام بالإعلام التزام مستقل عن عقد البيع، إذ ينشأ في مرحلة ما قبل إبرام العقد<sup>3</sup> التي تبدأ من إبداء المتعاقد لرغبته في التعاقد و تنتهي بإبرام العقد<sup>4</sup>، إذ ينصب على التزام البائع بإخبار المتعاقد المحتمل بكل المعلومات التي من شأنها

<sup>1</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 129.

<sup>2</sup> - ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: op. cit, p303.

<sup>3</sup> - د . عبد الحليم عبد اللطيف القوفي : المرجع السابق، ص 344 ، د شيرزاد عزيز سليمان : المرجع السابق ص 373 ، أ . عبد المـنعم موسى إبراهيم : حسن النية في العقود "دراسة مقارنة"، المرجع السابق ، ص 7 د . محمد حسام محمود لطفى: المرجع السابق، ص 16، د. أشرف محمد مصطفى أبو حسين: المرجع السابق، ص 108 د. عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 182.

- ELIE ALFANDARI : op.cit, p 410.

<sup>4</sup> - ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: op. cit, p 300.

أن تُكوّن له رضاء مستنيرا وسليما من كل عيب من عيوب الإرادة<sup>1</sup> فيصدر اختياره عن معرفة تامة<sup>2</sup> و يترتب على مخالفته نشوء المسؤولية التقصيرية<sup>3</sup>.

ومن الحجج التي أوردها أصحاب هذا الاتجاه:

أ - إن أول ما يقوم به المنتج عند طرح منتوجاته في السوق هو وضع وسم عليها يتضمن معلومات مهمة ليعلم المستهلكين المحتملين بمكوناتها ومخاطرها دون أن يربطهم بهم أي عقد<sup>4</sup> إن الهدف الرئيس للالتزام بالإعلام هو ضمان رضاء مستنير قبل إبرام العقد لتجنب الوقوع في عيوب الإرادة<sup>5</sup>.

ب - ينصب الالتزام بالإعلام على إخبار المشتري المحتمل بكل المعلومات التي تكفل له صنع القرار المناسب لاختيار المنتج الأكثر ملاءمة مع حاجاته ولا يكون ذلك إلا في مرحلة ما قبل إبرام العقد<sup>6</sup>.

وهو ما كرسته الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية في قرار لها في: 1 مارس 2005 حيث جاء فيه: " من المفروض على البائع -بصفته محترفا- أن يعلم المشتري بوصفه غير محترف، بالخصائص اللازمة للجهاز قبل إبرام عقد البيع"<sup>7</sup>.

لذا فالالتزام بالإعلام التزم قبل تعاقدي، يتميز بالخصائص الآتية:

- التزم عام : إذ يشمل كل أنواع العقود دون استثناء<sup>8</sup> و ما يؤكد نص المادة 17 من القانون 03/09 التي يعدّ قاعدة عامة تطبق على كل العقود.

<sup>1</sup> - Ibid. p 301.

- د. احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص 113 .

<sup>2</sup> - PHILIPPE LE TOURNEAU : op.cit, p 123.

<sup>3</sup> - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op.cit, p 50.

<sup>4</sup> - د . محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 15 ، د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص137.

<sup>5</sup> - أ . عادل عميرات : المقالة السابقة ، ص 188 .

<sup>6</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 128 .

<sup>7</sup> - ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: op. cit, p 301.

<sup>8</sup> - د .شيرزاد عزيز سليمان : المرجع السابق ، ص 382

- التزام وقائي: يعمل هذا الالتزام على حماية رضاء المشتري و ضمان سلامة العقد، إذ إن تنفيذ هذا الالتزام على أكمل وجه، يحمي إرادة المشتري من أن يشوبها أي عيب من عيوب الإرادة .

-الالتزام مستقل : إذ يستقل هذا الالتزام بقواعده الخاصة التي تخرج عن القواعد العامة كنظرية عيوب الرضاء بقيام المسؤولية على الرغم من عدم تعيب الإرادة، ويختلف عن نظرية عقود الإذعان التي ليس لها تطبيق في مرحلة ما قبل إبرام العقد<sup>1</sup> .

### 3- الالتزام بالإعلام التزم تعاقدي وقبل تعاقدي

إن الالتزام بالإعلام التزم ذو طبيعة مزدوجة، إذ يجمع بين الطابع التعاقدي وقبل تعاقدي و المعيار الفاصل بينهما، معيار وظيفي<sup>2</sup> أي حسب وظيفة المعلومات التي يُدلي بها فالمعلومات التي لها تأثير مباشر على الرضاء بحيث تهدف إلى تنوير رضاء المستهلك قبل إبرام العقد، يضاف عليها الطابع ما قبل التعاقدي<sup>3</sup>، أما المعلومات التي لا تؤثر على الرضاء وتعمل على تسهيل تنفيذ العقد فهي ذات طبيعة تعاقدية<sup>4</sup> .

أمام تباين هذه الآراء نتساءل عن موقف مشرعنا الجزائري ، أي من هذه الاتجاهات التي تبناها؟

### ثانيا: من الناحية القانونية

إستنادا إلى القانون 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية: نجد المادة 8 منه تنص على أنه: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج، بالمعلومات النزيهة الصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا المسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة "

1 - د . عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 199 .

2 - إن هذا المعيار من وضع السيدة: « FABRE MAGNAM » في كتابها الالتزام بالإعلام في العقود، لمزيد من التفصيل أنظر:

- ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: op. cit, p306.

<sup>3</sup> -Ibid, p 307.

- DANIEL MAINGUY: op.cit, p126.

<sup>4</sup> - ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: op. cit, p 309.

- د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص149.

و يقابله النص الفرنسي الذي ينص على أنه :

"Le vendeur est tenu, avant la conclusion de la vente "

يتبين من خلال هذا النص أن الالتزام بالإعلام ذو طبيعة قبل تعاقدية فإذا كان النص العربي غير واضح لأنه لا يفهم المقصود منه هل يتعلق بفترة ما قبل إبرام العقد أو عند إبرامه وقبل اختتام تنفيذه؟<sup>1</sup>، إلا أن النص الفرنسي جاء واضحاً "avant la conclusion de la vente" أي يلزم المتدخل بالإعلام عن البيانات المحددة قبل إبرام عقد البيع.

وما يثبت ذلك نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06<sup>2</sup> بحيث تنص: "تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي و المستهلك، العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك و التي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك".

ليؤكد نص المادة 4 ذلك بقولها: "يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة و الخاصة لبيع السلع و/أو الخدمات و منحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه".

وما يدل على أن الالتزام بالإعلام التزم قبل تعاقد في نص المادة 4 عبارة: "منحهم مدة كافية لفحص العقد و إبرامه" فالعون الاقتصادي يُعلم المستهلك ويمنحه فرصة للتفكير قبل إبرامه للعقد.

ليُحسم هذا الإشكال بموجب المادة 5 من المرسوم التنفيذي 09-365<sup>3</sup>، التي تنص:

"يجب على العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار و التعريفات المطبقة أن يُطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة" أي يلزم بإعلامه بمعلومات محددة قبل إبرام العقد.

<sup>1</sup> - يغلى مريم : الرسالة السابقة، ص 65 .

<sup>2</sup> - المؤرخ: في 10 سبتمبر 2006 ، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية.

<sup>3</sup> - مؤرخ في 7 فيفري 2009 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة على طرق إشهار الأسعار، الجريدة الرسمية رقم 10 الصادرة في 2009/02/11.

مما سبق يمكن القول بأن المشرع الجزائري جعل من الالتزام بالإعلام التزاما ما قبل تعاقد استنادا إلى عدة نصوص: المادة 8 من القانون 02/04 والمادة 2 و 4 من المرسوم التنفيذي 306/06 و المادة 5 من المرسوم التنفيذي 09-65.

أما المادة 17 من القانون 03/09 التي تمثل القاعدة العامة للالتزام بالإعلام فلم تحدد طبيعته إلا انه يكفي وجودها كنص قانوني لانقضاء الطبيعة التعاقدية عنه خاصة و أن القانون 03/09 كرّس الأثر الوقائي للالتزام بالإعلام في عدة نصوص منها المادة 10 منه التي تتعلق بضمان أمن المستهلك.

إذ ألزمت المتدخل بتقديم كل البيانات التي تضمن سلامة المستهلك والمادة 11 من القانون ذاته التي تتعلق بمطابقة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك والذي لا يتأتى ذلك إلا بعد استعلام المتدخل عن حاجاته ثم إعلامه بالبيانات التي تحقق هذا الغرض قبل إبرام العقد.

إن إضفاء المشرع الجزائري الطبيعة ما قبل التعاقدية للالتزام بالإعلام يؤدي إلى نتائج جد مهمة على مستوى تحديد طبيعة المسؤولية المترتبة على عدم تنفيذه، وهي المسؤولية التقصيرية.

إلا أن الإشكال الذي يُطرح هو أي من المسؤوليتين المدنيتين تقوم نتيجة الإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام مع العلم أن اكتشاف هذا الإخلال يكون عادة في مرحلة تنفيذ العقد، أي في ظل وجود كيان عقدي قائم بذاته وهو عقد البيع الاستهلاكي، فهل تقوم إذن المسؤولية العقدية أم التقصيرية؟

لذا سنجيب عن هذا الإشكال في الفصل الثاني من هذا البحث .

بعد تحديد الطابع ما قبل التعاقد للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، ننتقل إلى النقطة الثانية المتعلقة بكونه التزاما ببذل عناية أو تحقيق نتيجة في الفرع الموالي.

**الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية أو تحقيق نتيجة في عقد البيع الاستهلاكي:**

ينقسم الالتزام إلى التزام بتحقيق نتيجة والالتزام ببذل عناية ويقصد بالالتزام الأول أن يكون موضوع الأداء هو ذاته الغاية التي أراد البائع تحقيقها كالالتزام بنقل ملكية المبيع في عقد البيع في حين يكون محل الأداء في الالتزام الثاني وسيلة لتحقيقه فقط<sup>1</sup>.

و يترتب على هذا التمييز نتائج قانونية مهمة خاصة من ناحية الإثبات فعدم تحقيق النتيجة المرجوة في الالتزام بنتيجة هو خطأ مفترض، يقع على المدين عبء نفيه بوجود سبب أجنبي ، لذا لا يمكنه أن يثبت انه قد بذل كل ما في وسعه لنقل ملكية المبيع إلى المشتري لكنه لم يستطع<sup>2</sup> طبقا للمادة 176 من التقنين المدني التي تنص على أنه: " إذ استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا ،حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب لا يد له فيه " ، أما في الالتزام ببذل عناية فيقع عبء إثبات عدم تنفيذه على الدائن حيث يثبت إهمال المدين و تقصيره وليس إثبات عدم تحقق النتيجة.

في ضوء ما سبق نتساءل عن طبيعة الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، هل يعد التزاما ببذل عناية أو تحقيق نتيجة لما لذلك من أهمية في تحديد الشخص الذي يقع عليه عبء إثبات عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام.

اختلف فقهاء القانون في تحديد هذه الطبيعة، بسبب غياب نص قانوني فاصل في ذلك بحيث انقسموا إلى عدة اتجاهات، نوردها فيما يلي:

#### أولا: الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية

يلتزم المتدخل عند تنفيذ التزامه بالإعلام ببذل عناية أو وسيلة دون أن يضمن تحقيق نتيجة معينة<sup>3</sup> كضمان عدم تضرر المستهلك من أية مخاطر أو مطابقة المبيع لحاجاته، فهو يتخذ فقط الوسائل المناسبة التي تمكنه من إعلام المستهلك بطريقة استعمال المبيع وتبنيه من مخاطر هذا الاستعمال<sup>4</sup> من طريق تقديم وثائق و نشرات تشرح له ذلك.

1 - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام"، المرجع السابق ، ص 732.

- أ. علي فيلالي: المرجع السابق، ص 22 .

2 - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، المرجع السابق، ص 741، عبد الجبار ناجي الملا صالح: المرجع السابق ، ص 205.

3 - وهو ما ذهب إليه أغلب فقهاء القانون :

- DANIEL MAINGUY: op.cit, p127, JEROME HUET: op.cit, p 241.

4 - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 203.

يرجع اعتباره التزاما يبذل عناية إلى عدة أسباب:

- 1 - إن النتائج المرجوة من الالتزام بالإعلام بوصفه ضمانا عدم تعرض المستهلك لأي خطر أمر احتمالي، لذا فاعتبارات العدالة تأبى تحميل المتدخل بنتيجة لا يمكنه السيطرة عليها<sup>1</sup>.
  - 2 - يؤدي الدائن بالالتزام بالإعلام دورا ايجابيا في بلوغ هذا الالتزام لغايته بإتباعه للإرشادات التي يُعلمه بها المتدخل فهو لا يتحمل تقصيره في ذلك<sup>2</sup>، إذ لا يستطيع إجباره على إتباعها<sup>3</sup>.
  - 3 - يقف حدود التزام المتدخل بإعلام المشتري بالمعلومات الضرورية والموضوعية المتعلقة بالمبيع ومن ثم من غير المعقول أن يحل المدين محل الدائن في اتخاذ القرار المناسب بمدى ملاءمته لحاجاته<sup>4</sup> لذا يقع على الدائن، إثبات عدم تنفيذ المدين لالتزامه بالإعلام أو عدم كفاية المعلومات المقدمة له<sup>5</sup>.
- وهو ما أكدته الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية في قرار لها بأن عبارة "سهل الاشتعال" غير كافية لتفادي الحريق الذي نشب بسبب العبوة مما أدى إلى موت طفل و جرح عدة أشخاص<sup>6</sup>.

ما يُؤخذ على هذا الاتجاه انه لا يتواءم مع الواقع المعيش لان أغلب العقود اليوم هي عقود استهلاكية تعكس اختلال التوازن بين أطرافه فالقاء عبئ الإثبات على عاتق المشتري الطرف الضعيف في هذه العلاقة أمر صعب إن لم نقل مستحيل .

### ثانيا: الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة

إن التزام المتدخل بإعلام المستهلك هو التزام بتحقيق نتيجة<sup>7</sup> وهو ما فرضه الوضع المزري الذي يعاني منه المستهلك اليوم، إذ يضطر للتعامل مع أشخاص متفوقين عليه اقتصاديا و معرفيا في ظل الكم الهائل من المنتجات المعقدة والخطيرة في آن واحد، الأمر الذي يصعب

1 - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 163.

2 - نفس المرجع، ص 163 .

3 - د . محمد بودالي : الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات " دراسة مقارنة " ، المرجع السابق ، ص 30 .

4 - د . احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص 189.

5 - JEROME HUET: op.cit, p 241.

6 - Ibid. p 242.

7 - أ . محمد حاج بن علي : المقالة السابقة ، ص 42.

عليه عملية إثبات تقصير المتدخل في تنفيذ التزامه<sup>1</sup>، لذا تقوم مسؤولية هذا الأخير بمجرد إثبات المستهلك للضرر الذي أصابه وليس عليه أن يثبت إهمالا معينا<sup>2</sup>.

\* إن كل اتجاه من الاتجاهات السابقة، ينطوي على جانب من الصّحة، إلا أن الأخذ بالاتجاه القائل بان الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية، سيُصعب على المستهلك مهمة إثبات تقصير المتدخل في تنفيذ التزامه.

أما الاتجاه الذي يعتبره التزاما بتحقيق نتيجة و إن كان يعمل على تأمين حماية للمستهلك فإنه يجافي حقيقة أن المتدخل مهما نجح في نقل المعلومات الخاصة بالمنتوج فإنه لا يضمن فهم المستهلك للمعلومات المقدمة له .

لذا فالرأي الراجح هو أن نميز بين نقطتين:

#### - إثبات وجود الالتزام بالإعلام :

طبقا للقواعد العامة في المادة 323 من القانون المدني فإنه: " على الدائن إثبات الالتزام وعلى المدين إثبات التخلص منه " ، فحسب هذا النص فإنه يقع على الدائن "المستهلك" إثبات وجود الالتزام بالإعلام على عاتق المتدخل وذلك بإثبات توافر شرطين:

- معرفة المدين ببيانات المنتج و أهميتها بالنسبة للدائن و جهل الدائن بالبيانات جهلا مشروعا<sup>3</sup>.

إلا أن المادة 17 من القانون 03/09، قيدت هذا النص العام بإعفاءه من عبء إثبات وجود هذا الالتزام لأنه موجود بقوة القانون، إذ جاءت المادة 17 بصيغة أمره بقولها: " **يجب** على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم " ولا سبيل للمتدخل للتخلص من هذا الالتزام، حماية للمستهلك و ضمانا لحقه في الإعلام.

<sup>1</sup> - د . احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق ، ص193.

- د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 205.

<sup>2</sup> - نفس المرجع، ص 205.

<sup>3</sup> - يغلى مريم : الرسالة السابقة ، ص 131 .

## - إثبات تنفيذ الالتزام بالإعلام:

إن تحميل الدائن لعبء إثبات عدم قيام المدين بإعلامه هو تكليفه بإثبات موقف سلبي وهو أمر

جد صعب<sup>1</sup>، لذا فالالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة، أي أن مجرد حدوث ضرر للدائن، يقيم المسؤولية على عاتق المدين<sup>2</sup>، الذي لا يتخلص منها إلا بإثبات خطأ المستهلك نفسه كالاستعمال الخاطئ للمنتوج وقد صدر قرار عن محكمة النقض الفرنسية في 29 أبريل 1997، يلزم المحامي بصفته مدينا بالالتزام بإعلام موكله بأن يثبت تنفيذه لهذا الالتزام<sup>3</sup>.

على ضوء ما سبق يتبين أن الالتزام بالإعلام له نظامه القانوني الخاص به، وقد لقي اهتماما مقبولا في القانون الجديد 03/09 المتعلق بحماية المستهلك - وان كان يشوبه بعض النقائص، إذ خصه بقواعد من شأنها أن تضمن حماية المستهلك وهو ما سنتناوله في الفصل الثاني.

<sup>1</sup> - د. حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 114 .

- PATRICK MISTERETTA: article précité, p 2.

<sup>2</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 178.

<sup>3</sup> - PATRICK MISTERETTA: article précité, p 3.

# الفصل الثاني

عُنيت قوانين حماية المستهلك بالتأطير القانوني للالتزام بالإعلام، بموجب عدة قوانين مستحدثة على الساحة التشريعية، وبخاصة القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش بعد إلغاءه للقانون السابق 02/89 وما شابه من غموض وتناقضات، إذ نصّ صراحة على هذا الالتزام بموجب عدة نصوص قانونية، وهذا من دون إغفال القواعد العامة الواردة في القانون المدني.

إذ يُفترض في تلك النصوص تأمين حماية كافية للمستهلك، سواء أعلق الأمر بسلامة إرادته أو جسمه، والتقليص من الانتهاكات التي يُعاني منها يوميا وكذا التقليل من حوادث الاستهلاك التي يزيد عددها بشكل ملفت للنظر.

الأمر الذي دفعنا إلى دراسة مختلف الأحكام المنظمة للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي في الفصل الثاني الذي قسّم إلى مبحثين، حُصص المبحث الأول لدراسة تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي، في حين يتناول المبحث الثاني مختلف الجزاءات المترتبة من عدم تنفيذه.

## المبحث الأول: تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

إن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني مفروض على شخص لحساب شخص آخر بهدف حماية رضائهم و سلامة جسمه وماله و ضمان تلبيةه لحاجاته التي دفعته إلى إبرام عقد البيع الاستهلاكي بحيث يلتزم بتقديم معلومات محددة قانونا التي من شأنها أن تعيد كفة التوازن المعرفي بين أطراف هذا العقد ولا يتأتى ذلك إلا باستعمال وسائل قانونية معينة ، لذا سنقسم هذا المبحث إلى مطلبين، نخصص الأول لدراسة كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي في حين يعنى الثاني بتحديد وسائل تنفيذ هذا الالتزام.

### المطلب الأول: كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

يقع عبء تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي على أشخاص، لصالح شخص ما بحيث يتقيدون بمضمون محدد من المعلومات المتعلقة بمحل التعاقد، لذا سنحدد كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص في الفرع الأول ومن حيث المضمون في الفرع الثاني.

### الفرع الأول: تنفيذ الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص

لم يعد عقد البيع الذي ينظمه القانون المدني، مقتصرًا على أطرافه الكلاسيكيين "البائع و المشتري" ليشمل أشخاصا آخرين بمسميات جديدة، بحيث يؤدي كل شخص دورا في تحقيق الالتزام بالإعلام مع وجود أجهزة أخرى منشأة خصيصا لذلك .

### أولا : المنفذ للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

الزم القانون أشخاصا محددة بتنفيذ الالتزام بالإعلام تحت طائلة تحمل جزاءات قانونية إلا أنهم لا يستأثرون وحدهم بذلك بل تشاركهم فيه أجهزة معينة - ولو بصفة غير ملزمة-.

#### 1-المدین بتنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي "المتدخل"<sup>1</sup>:

نصت المادة 17 من القانون 03/09<sup>2</sup> على أنه:

<sup>1</sup> - تكتسي عملية تحديد المدین بالالتزام بالإعلام أهمية كبرى ، خاصة و أن نصوص القانون 03/09 و منها المادة 17 هي نصوص ذات طبيعة جزائية يترتب على مخالفتها عقوبات جزائية بالتالي تحديد الأشخاص المتهمين بارتكاب مخالفة عدم مطابقة الوسم المحددة في المادة 78.

<sup>2</sup> - المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

" يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسوم ".<sup>1</sup>

لذا فهذه المادة ألقت بعبء هذا الالتزام على كل متدخل، الذي يعد أحد طرفي عقد البيع الاستهلاكي ومن ثمة فهو الطرف المدين بتنفيذ هذا الالتزام وإلا تعرض لجزاءات قانونية .

و سبق أن عرفنا المتدخل في الفصل الأول بأنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي مهما كانت صفته القانونية، يتدخل في أية مرحلة من مراحل وضع المنتج للاستهلاك ".<sup>2</sup>

و استنادا إلى المادة 8/3 من القانون ذاته نجد أنها تعرف عملية وضع المنتج للاستهلاك بأنه: " مجموع مراحل الإنتاج و الإستيراد و التخزين والنقل و التوزيع بالجملة والتجزئة ".<sup>3</sup>

ونصت المادة 2 من القانون 02/04<sup>1</sup> على أنه: " بغض النظر عن الأحكام الأخرى المخالفة يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج، بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي وعلى نشاطات التوزيع ومنها التي يقوم بها مستوردو السلع لإعادة بيعها على حالها والوكلاء ووسطاء بيع المواشي، و بائعو اللحوم بالجملة و كذا على نشاطات الخدمات والصناعة التقليدية و الصيد البحري التي يمارسها أي عون اقتصادي ، مهما كانت صفته القانونية".<sup>2</sup>

وعلى أساس ذلك فالأشخاص الذين يتدخلون في عملية تهيئة السلعة لعرضها في السوق ووصولاً إلى المستهلك، بالتالي يلزمون بإعلام المستهلك بكل المعلومات التي تخص تلك السلعة هم:<sup>2</sup>

أ - المنتج .

ب - المستورد.

ج - الموزع .

أ - المنتج:

أ1 - المقصود بالمنتج:

<sup>1</sup> - المعدل بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد الممارسات التجارية.

<sup>2</sup> - تجدر الإشارة إن مقدم الخدمات لا يدخل ضمن مجموعة المتدخلين المكلفين بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي لأنه لا ينصب على خدمة وإنما على السلعة فقط، كما بيّناه في الفصل الأول.

ويستعمل بعضهم مصطلح الصانع للدلالة على المعنى ذاته، إلا أنه يُفضل استعمال لفظ "المنتج" لشموليته لكل النشاطات على عكس لفظ "الصانع" الذي يحرص في طائفة الأشخاص القائمين بعملية التحويل الصناعي للمادة الأولية، في حين أن لفظ "المنتج" يشمل منتجي المواد الأولية كالمواد الزراعية و الصيد<sup>1</sup>، وهو ما يتوافق مع نص المادة 9/3 من القانون 03/09 التي حدّدت مفهوم الإنتاج أي موضوع نشاط المنتج بقولها: "الإنتاج: العمليات التي تتمثل في تربية المواشي و جمع المحصول و الجني و الصيد البحري والذبح والمعالجة و التصنيع والتحويل والتركيب وتوضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه و هذا قبل التسويق الأول" وهو اللفظ الذي استعمله المشرع الجزائري في العديد من النصوص العامة والخاصة، من ذلك :

• المادة 140 مكرر من التقنين المدني التي تنص على أنه: " يكون المنتج مسؤولا عن الضرر".

• المادة 1/3 من القانون 02-04 الذي يحدد القواعد الممارسات التجارية:

العون اقتصادي هو: " كل منتج أو تاجر أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية".

فالمنتج هو كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بالأعمال المذكورة في المادة 9/3 من القانون 03/09 السالف الذكر والمتعلقة بالنشاط الزراعي والصناعي والتحويلي والتركيب والتخزين أثناء مرحلة التصنيع، وهو ما يتوافق مع نص المادة 2 المعدل بالقانون 06/10<sup>2</sup> التي تنص على أنه: " بغض النظر عن الأحكام الأخرى المخالفة ، يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية وتربية المواشي والصناعة التقليدية والصيد البحري".

## 2 - المنتج مدين بالالتزام بالإعلام:

يلتزم المنتج بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج<sup>3</sup> ويعود ذلك إلى عدة أسباب:

<sup>1</sup> - د. قـادة شهيدة: المرجع السابق، ص 44.

<sup>2</sup> - المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد الممارسات التجارية.

<sup>3</sup> - STEPHANE PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit, p 42.

• حجم المعلومات المتوفرة لديه عن السلع محل الإنتاج، فهو إذن يعرف أفضل من غيره كل صغيرة وكبيرة في منتوجه<sup>1</sup> كمكوناته وخصائصه و كيفية استعماله والمخاطر التي تواجهه<sup>2</sup>.

• يملك الوسائل التي تمكنه من إعلام المستهلك بكتابة البيانات على المنتج ذاته أو على الغلاف أو عن طريق نشرة مرفقة مع المنتج<sup>3</sup> عن طريق الوسم فمنتج الأدوية مثلا ملزم بإعلام المستهلك " المريض" و حتى الطبيب، بمحتوى الدواء عن طريق وضع بطاقة تلتصق على كل دواء مبينا فيها، اسم المنتج و طريقة الاستعمال و موانعه و النشرة الداخلية فيه<sup>4</sup>.

وقد أكدّ القضاء الفرنسي على ضرورة التزام المنتج بالإعلام في مجال الدواء وفي واقعة المضاد الحيوي الذي أضر بالأطفال وبالأُم الحامل في الشهور الأخيرة وما نتج عن ذلك من عيوب في الأسنان و الاصفرار الذي حدث نتيجة نقص المعلومات المقدمة وكان عليه أخذ الاحتياطات الضرورية فيما يتعلق بأثار الدواء<sup>5</sup>.

وهو ما ينطبق مع النصوص القانونية، التي تؤكد التزام المنتج بإعلام المستهلك من ذلك نص المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 286/92<sup>6</sup> الذي ينص على أنه: " يتولى الإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية، الجهات الآتية:

- صانعو المنتجات الصيدلانية، في إطار ترويج المنتجات التي يحصلون مسبقا على تسجيلها".

## ب - المستورد:

<sup>1</sup> - كطنجرة المخصصة للطبخ التي تمثل خطرا كبيرا على سلامة الأشخاص، إذ يجب على المنتج أن يُنبه المستهلك بعدم طبخ المواد الجافة فيها وما يترتب على ذلك من انسدادها وهو ما يؤدي إلى انفجارها وقد حدثت الكثير من الحوادث التي أودت حياة الأشخاص .

<sup>2</sup> - د . عامر قاسم أحمد القيسي : المرجع السابق، ص 122.

- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit, p 52, STEPHANE PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit, p 40.

<sup>3</sup> - د. زهية سي يوسف : المرجع السابق، ص 150، د. أقصاصي عبد القادر: الرسالة السابقة، ص 156

د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 223.

<sup>4</sup> - د. زهية سي يوسف : المرجع السابق، ص 150 .

<sup>5</sup> - د . شحاته غريب شلقامي : خصوصية المسؤولية المدنية في مجال الدواء " دراسة مقارنة"، دار الجامعة الجديدة مصر 2008، ص 13 .

<sup>6</sup> - المؤرخ في 6 يوليو 1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

إن المستورد<sup>1</sup> واحد من المتدخلين الذين ألزمهم القانون إعلام المستهلك بموجب المادة 17 من القانون 03/09، إذ يتوجب عليه أن يجعل المنتج المستورد مطابقاً للقوانين الوطنية المتعلقة بالوسم خاصة<sup>2</sup> دون أن يتصل من ذلك لأن المنتج عادة ما يكون مقيماً في الخارج<sup>3</sup>.

## ج - الموزّع:

### ج1 - المقصود بالموزّع :

لم يحدد المشرع الجزائري المقصود بالموزّع وإن كان قد ذكره في بعض النصوص كالمادة 8/3 من القانون 03/09 التي عرّفت عملية وضع المنتج للاستهلاك بـ: "مجموع مراحل الإنتاج و الإستيراد و التخزين و النقل و التوزيع بالجملة و التجزئة" و المادة 2 من القانون 02/04 التي تنص: "بغض النظر عن الأحكام الأخرى المخالفة يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج بما فيها النشاطات الفلاحية و تربية المواشي و على نشاطات التوزيع" و المادة 2 من المرسوم التنفيذي 266/90<sup>4</sup>: "المحترف هو كل منتج أو صانع أو موزع".

فالموزع لا يقوم بإنتاج السلعة بل يشتريها لإعادة بيعها للمشتري<sup>5</sup>، لذا فهو يتعامل مباشرة مع المستهلك<sup>6</sup> فهو إذن وسيط بين المنتج و المستهلك.

### ج2- الموزّع مدين بالالتزام بالإعلام :

#### ج2-1: الفقه القانوني

اختلف الفقهاء في مدى تحميل الموزّع للالتزام بإعلام المستهلك و انقسموا إلى اتجاهين:

#### • الاتجاه الأول:

<sup>1</sup> - إن المستورد واحد من الأطراف التي ألفت عليهم المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 286/92 المؤرخ في 6 يوليو 1992 المتعلق بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، الالتزام بالإعلام الطبي و العلمي الخاص بالمنتجات.

<sup>2</sup> - يخضع المنتج المستورد للمرسوم التنفيذي 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود و كفاءات ذلك، الجريدة الرسمية رقم 80 الصادرة في 11 ديسمبر 2005، حيث تفرض المادة 7 منه إلزامية مراقبته من حيث مطابقته من حيث الوسم.

<sup>3</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 358 .

<sup>4</sup> - المؤرخ في 15-09-1990 المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات

<sup>5</sup> - د . ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 223.

<sup>6</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 265.

الأصل أن البائع يشتري السلعة لإعادة بيعها بحالتها للمستهلك بحيث يتسلمها مغلقة بما تحمله من بيانات و تعليمات على غلافها، فأى تقصير في الإعلام، يتحملة المنتج وحده<sup>1</sup>.

### • الاتجاه الثاني:

يتحمل البائع الموزع الالتزام بالإعلام إلا أنه يختلف ذلك حسب ما إذا كان متخصصاً أو غير متخصص.

\***البائع المتخصص**: أي يتخصص ببيع منتجات دون غيرها، فإنه في هذه الحالة عليه أن يؤدي دوراً إيجابياً في إعلام المستهلك بعلاج أي تقصير صادر من المنتج<sup>2</sup> فالصيدي مثلاً يرقى التزامه إلى مستوى التزام المنتج لأن تأهيله المهني يسمح له بذلك<sup>3</sup>.

\***البائع غير المتخصص**: هو من يبيع سلعة مختلفة فالالتزام بالإعلام يقتصر على توفير الكتيبات و النشرات المرفقة بالمنتج دون أن يلتزم ببيان المخاطر التي لا يعلمها<sup>4</sup>.

### ج2-2: القانون

لقد فرض القانون على كل متدخل الالتزام بالإعلام بما فيه الموزع طبقاً للمادة 17 من القانون 03/09 فلا يهم برأينا تخصصه أو عدم تخصصه وهذا يرجع إلى عدة أسباب:

- يجب عليه سواء أكان بائع جملة أو تجزئة، التأكد على الأقل من مطابقة المنتج من ناحية الوسم، كالتأكد من تاريخ صلاحيته أو أن تكون بيانات الوسم تتماشى مع خصائص السلعة أو كميتها وهو ما أكدته المادة 12 من القانون 03/09 التي نصت على أنه: " يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتج قبل عرضه للاستهلاك طبقاً للأحكام التشريعية و التنظيمية السارية المفعول".

إلا أنه لا يمكنه التأكد من بعض البيانات كتركيبية المنتج و مكوناته ومدى مطابقتها مع الوسم، لذا فإنه من الناحية التطبيقية<sup>1</sup> ملزم بمطالبة المنتج بشهادة المطابقة التي يقدمها الجهاز

1 - د . عامر قاسم أحمد القيسي: المرجع السابق، ص 122.

- د . ممدوح محمد مبروك : المرجع السابق، ص 224.

2 - د . عامر قاسم أحمد القيسي : المرجع السابق، ص 123 .

3 - د . زهية سي يوسف : المرجع السابق، ص 152 .

4 - د . عامر قاسم أحمد القيسي : المرجع السابق ، ص 123.

المكلف بمراقبة التقنية، إذا كان الأمر يتعلق بالمنتجات الاستهلاكية غير المباشرة كالألات و المعدات أو مخابر التحاليل ومراقبة النوعية بالنسبة للمنتجات ذات الاستهلاك المباشر كالمواد الغذائية<sup>2</sup>.

- إن البائع الموزع يحمل صفة التاجر و من المعلوم انه يُشترط لاكتسابه هذه الصفة أن يحترف العمل التجاري طبقاً للمادة 1 من التقنين التجاري<sup>3</sup> ومن ثم ألا يُمكنه احترافه من الإحاطة بكل المعلومات التي تخص المنتج؟

وصدر قرار عن محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 4 افريل 1991 بأن الالتزام بالإعلام يقع على عاتق الموزع للمنتج و يكون مسؤولاً عن عدم إعلام المستهلك ولو تذرّع بأن الصانع لم يذكر على البطاقة الموضوعية على المنتج أية بيانات<sup>4</sup>.

إلا أنه يثور إشكال بالنسبة للبائع العرضي فهل يحمل هو أيضاً صفة المتدخل؟

إن البائع العرضي هو كل من يُقدم على بيع منتج بصفة عرضية دون اتخاذه مهنة لذا فهو يلزم بإعلام المستهلك على الأقل بما يعرفه من معلومات ولا يسأل عما لا يعرفه<sup>5</sup> إلا أن ذلك لا يُفهم على أنه معفى من أي التزام، كأن يعلم بوجود دعوى متعلقة بالأرض المجاورة التي من شأنها أن تجعل قطعة الأرض المباعة غير قابلة للبناء<sup>6</sup>، لكن لا يعد مديناً بالالتزام بالإعلام وفقاً للمادة 17 من القانون 03/09، لأنه لا يدخل في مفهوم "المتدخل" وفقاً لقوانين حماية المستهلك<sup>7</sup>.

1 - مقابلة مع السيد: جمال عيساوي، رئيس قسم المنازعات لمديرية التجارة، يوم: الخميس

2011/04/05 بمقر مديرية التجارة بالمجمع الإداري طريق الجامعة، قـالـمـة.

2 - تكمن الفائدة من هذه الشهادة إثبات عدم قيام مسؤولية الموزع التي يتحملها المنتج وحده.

3 - تنص المادة 1 منه: " يعد تاجراً كل شخص طبيعي أو معنوي يباشر عملاً تجارياً و يتخذ مهنة معتادة له ما لم يقضي القانون بخلاف ذلك " .

4 - د . زهية سي يوسف : المرجع السابق ، ص 152 .

5 - د . ممدوح محمد مبروك : المرجع السابق، ص 225.

6 - أ . لحسن بن الشيخ آث ملوبا : المرجع السابق، ص 308.

7 - مثلاً المادة 1/3 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06 /10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد الممارسات التجارية، حددت مفهوم العون الاقتصادي بأنه: " كل

لذا فالمنتج و الموزع و المستورد مدينين على سبيل التضامن بموجب المادة 17 من القانون 03/09 بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج، فإذا ما أصابه ضرر أمكنه الرجوع عليهم جميعا أو على أي واحد منهم وهو خروج عن القواعد العامة المتعلقة بمبدأ نسبية العقد<sup>1</sup> و اقتصاره على أطرافه، بقصد حماية المستهلك في مواجهة المتدخلين.

## 2- الأجهزة المعنية بإعلام المستهلك - بصفة غير ملزمة :

إن عقد البيع الاستهلاكي يجمع أطرافا غير متوازنة من الناحية المعرفية، لذا ألزمت المادة 17 من القانون 03/09 كل متدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات الخاصة بالمنتجات التي يضعها للاستهلاك، وفي حالة عدم وفائه لالتزامه يتحمل جزاءات قانونية محددة، إلا أنه و قصد تفعيل عملية إعلام المستهلك فان القانون قد اسند هذه المهمة أيضا إلى الجمعيات والمجلس الوطني لحماية المستهلك، حيث تشارك المتدخل في إعلام المستهلك لكن بصفة غير ملزمة لأنها لا تعد طرفا في العقد وبالتالي فهي لا تحمل صفة المدين بمعنى أنها لا تتحمل أي إلزام قانوني اتجاه المستهلك.

## أ دور جمعيات حماية المستهلك في الإعلام:

يُنشأ هذا النوع من الجمعيات خصيصا لحماية المستهلك من خلال إعلامه وتمثيله و الدفاع عنه أمام القضاء<sup>2</sup>، إذ أصبح وجودها ضروريا في حياة المستهلك بسبب كثرة المنتجات- خاصة المستوردة منها - والتي لا تتوافر على المواصفات القانونية، ونكول المتدخل عن أداء التزاماته القانونية وما يرتكبه من تجاوزات في هذا الصدد.

إذ لا يمكن للدولة وحدها التصدي لها<sup>3</sup> الأمر الذي يُبرِّز دورها في إعلام المستهلك و حمايته وهو ما كرسه القانون الجديد 03/09 في مادته 21: " جمعية حماية المستهلك هي كل جمعية منشأة طبقا للقانون تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و توجيهه وتمثيله".

---

منتج أو تاجر أو مقدم خدمة أيا كانت صفته القانونية يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق التي تأسس من أجلها" فالبايع العرضي لا يعد تاجرا أو حرفي.

<sup>1</sup> - د. جمال النكاس: المقالة السابقة، ص 110، أ. محمد عماد الدين عياض: المقالة السابقة، ص 5 .

<sup>2</sup> - YVES PICOD et HELENE DAVO :op.cit, 27.

<sup>3</sup> - د. عبد النور بوتوشنت : دور الجمعيات في ضمان أمن المستهلك، مجلة العلوم القانونية، كلية الحقوق جامعة باجي مختار - عنابة، جوان 2008، العدد 12، ص 120.

وتعتمد جمعيات حماية المستهلك على وسائل معينة<sup>1</sup> قصد إعلامه، رغم أن واقع العمل الجمعي في الجزائر يقول عكس ذلك.

### أ1- الوسائل المعتمدة في إعلام المستهلك :

تهدف جمعيات حماية المستهلك من خلال نشاطها إلى توعية المستهلك عن المخاطر الناتجة عن استهلاك المنتجات التي لا تتطابق و المواصفات القانونية<sup>2</sup> وتحسيسه باجتئاب المواد التي لا تحمل وسما<sup>3</sup> والمقلدة، وتبصيره بمختلف التشريعات والنصوص القانونية التي تضمن حقوقه<sup>4</sup> المكفولة قانونا بقواعد أمره متعلقة بالنظام العام كحقه في النظافة وأمن المنتجات ومطابقتها وحقه في الإعلام وحقه في الضمان<sup>5</sup> ومطالبة البائع بشهادة الضمان التي تمكنه من الإطلاع على مختلف شروط الضمان إذ تستعمل في سبيل ذلك عدة وسائل منها:

#### أ1-1: وسائل الإعلام

تستعمل جمعيات حماية المستهلك وسائل الإعلام بمختلف أنواعها لإيصال صوتها إلى أكبر عدد من المستهلكين وذلك من خلال المشاركة في مختلف البرامج التي تبثها منها: الوسائل السمعية كالإذاعة، حيث بُرِجت على مستوى كل الإذاعات الجهوية حصة على الأقل، تعنى بشؤون المستهلك وعلى مستوى وسائل الإعلام ذات الوزن الثقيل أي التلفزيون أين تبث القناة الأرضية حصة أسبوعية باسم " المستهلك"<sup>6</sup>، إلا أن كل تلك البرامج ثبتت في أوقات غير مناسبة.

#### أ1-2: النشريات المتخصصة

1 - \* تختلف عن الوسائل التي يستعملها المتدخل بصفته مدينا بالالتزام بالإعلام والتي سنفصلها في المطلب الثاني من هذا المبحث.

2 - أ . علي بولحية بن بوخميس : المرجع السابق، ص 66.

3 - د.عبد النور بوتوشنت : المقالة السابقة، ص 122.

4- د.عناي بن عيسى : جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك الجزائري، الملتقى الوطني حول حماية

المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي يومي 13، 14 أفريل 2008، منشور، ص 245.

5 - رغم أن القاعدة الدستورية في المادة 60 من الدستور، تقضي بأنه: " لا يعذر أحد بجهل القانون "، إلا أن معظم المستهلكين يجهلون مثل هذه النصوص.

6 - مبرمجة كل يوم أربعاء.

يُمكن لجمعيات حماية المستهلك وفي إطار تحقيق مسعاها في إعلام المستهلك وتوعيته وتوجيهه، إصدار نشرات متخصصة في مجال الاستهلاك<sup>1</sup> فعلى سبيل المثال على مستوى ولاية قالمة، تنشر الجمعية الولائية لحماية المستهلك صحة و أمان<sup>2</sup> نشرية باسم " المستهلك" وهي مبادرة حسنة لخلق نوع من الوعي والثقافة الاستهلاكية لدى المستهلكين.

إلا أن الإشكال يكمن في عدم قراءتها من قبلهم لأنهم لا يبذلون عناء اقتناءها رغم سعرها الزهيد " 10 دج"، مما يؤدي إلى وجود هوة بين هذه الجمعيات والمستهلكين فمعظمهم يجهلون وجودها ودورها.

### 11-3: التجارب المقارنة<sup>3</sup>

هي تجارب ودراسات تقوم بها هيئات مختصة على مجموعة من المنتجات تتشابه من حيث الاستعمال، ويتم ترتيبها تنازليا بناء على عاملي الجودة والسعر وتنتشر هذه النتائج في المنشورات التي تصدرها<sup>4</sup>.

إذ يتميز هذا الإعلام بطابعه الموضوعي<sup>5</sup>، إذ يحدد خصائص المنتج و عيوبه مما يُمكن المستهلك من اتخاذ القرار الصحيح<sup>6</sup> على عكس الإعلام الذي يقدمه المتدخل، إذ يكون دائما مشبوبا مشبوبا بنقص لأن من مصلحته عدم إظهار عيوب منتجاته المطروحة في السوق.

يبدو أن هذا النوع من الوسائل فعال في إعلام المستهلك فهل تملك الجمعيات في الجزائر مثل الوسائل؟

1 - فهيمة ناصري: جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة الجزائر- بن يوسف خدة، كلية الحقوق 2003-2004، ص 72.

2 - أسست يوم الثامن من شهر جوان 2009 هدفها الرئيسي هو الحماية والدفاع عن المستهلك برئاسة السيدة " زرقين نجبية".

3 - يسمى أيضا بحق النقد أو الإشهار المعاكس ، فهيمة ناصري : الرسالة السابقة ،ص 75.

4 - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. Cit, p 73.

د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" ، المرجع السابق ص 102، فهيمة ناصري : الرسالة السابقة ،ص 76.

5 - وجه نقد لهذه الوسيلة بأنها أن تحمل في طياتها إشهار لبعض المنتجات على حساب بعضهم، لمزيد من التفصيل أنظر:

- STEPHANE PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit, p72.

6 - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. Cit, p 73.

- فهيمة ناصري: الرسالة السابقة ،ص 76.

سمح القانون 02/89<sup>1</sup> لجمعيات حماية المستهلك بإمكانية القيام بهذا النوع من التجارب لكن على نفقتها ومسؤوليتها في المادة 23<sup>2</sup>، إلا أنه وبالرجوع إلى القانون 03/09، نجده قد ألغى هذا النص بحيث جاءت المادة 21 منه عامة التي تنص على أنه: " جمعية حماية المستهلكين هي كل جمعية منشأة طبقاً للقانون، تهدف إلى ضمان حماية المستهلك من خلال إعلامه و تحسيسه و توجيهه

و تمثيله" فهل نفهم من ذلك أن المشرع قد حرمها من تلك الوسيلة بموجب النص الجديد أم أنه يمكن إدخالها ضمن نشاطاتها المتعلقة بإعلام و تحسيس و توجيه المستهلك وفقاً للصياغة العامة للمادة 21؟

إن طبيعة هذه الوسيلة "التجارب المقارنة" تكتسي نوعاً من الجراءة خاصة وأنها تُعنى بنقد المنتجات وهذا الأمر يحتاج إلى أساس قانوني يُبرره، وبخاصة وان المادة 23 من القانون القديم هو النص الوحيد الذي منحها هذا الحق<sup>3</sup>، لذا فالمادة 21 أعلاه غير كافية ولماذا إذن لم يُعد المشرع صياغتها مرة أخرى؟

#### أ1-4- الدعوة إلى المقاطعة :

هي أقوى الوسائل التي تستعملها جمعيات حماية المستهلك، إذ تدع المستهلكين إلى عدم اقتناء منتج ما، لكن يشترط أن تكون بناء على أسباب جدية من وجود عيب في المنتج من شأنه أن يشكل خطورة على سلامة المستهلكين أو ارتفاع في أسعار سلعة ما<sup>4</sup> لكن من النادر أن تستعمل جمعيات حماية المستهلك في الجزائر هذه الوسيلة حتى أنها لم تُحرك ساكناً عقب ارتفاع المفرط لأسعار بعض المنتجات الأساسية شهر جانفي الفارط.

#### أ2- واقع جمعيات حماية المستهلك :

إن جمعيات حماية المستهلك لا تؤدي دوراً فعالاً في إعلام المستهلك وهذا يرجع إلى عدة عوامل:

1 - المؤرخ في 7 فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.  
 2 - نصت المادة 23: " يمكن جمعيات حماية المستهلك أن تقوم بدراسات و إجراء خبرات مرتبطة بالاستهلاك على نفقتها و تحت مسؤوليتها و بإمكانها أن تنشر ذلك حسب نفس الشروط."  
 3 - فيقية الوسائل تجد أساسها في قوانين أخرى كالقانون الذي يحكم الجمعيات و قانون الإعلام.  
 4 - فهيمة نصري : الرسالة السابقة، ص 78.

إن السبب الحقيقي الذي يعيق نشاطها هو افتقارها للإمكانات المالية ، إذ تعتمد على اشتراكات أعضائها وبعض تبرعات المحسنين، حتى أن بعض الجمعيات التي تقل أهمية عنها تستفيد أكثر منها من الدعم المالي<sup>1</sup> .

-انعدام حلقة التواصل بين هذه الجمعيات و المستهلكين، لفقدان الوعي والثقافة الاستهلاكية لدى عامة الشعب<sup>2</sup>.

تباطئ وزارة الداخلية و الجماعات المحلية في منح اعتماد لبعض الجمعيات.

#### ب دور المجلس الوطني لحماية المستهلك في الإعلام:

وهو عبارة عن هيئة استشارية مهمتها الرئيسة إبداء الآراء و اقتراح التدابير التي تساهم في تطوير وترقية سياسات حماية المستهلك، طبقا للمادة 24 من القانون 03/09 التي أحالت تحديد تشكيلته و اختصاصاته إلى التنظيم، إلا انه لم يصدر إلى حد اليوم لذا سنرجع إلى المرسوم التنفيذي رقم 272/92<sup>3</sup>.

ويتكون المجلس من تشكيلة متنوعة<sup>4</sup> تضم ممثلين عن مختلف الوزارات و ممثلين لجمعيات مهنية و عن جمعيات حماية المستهلك وخبراء مؤهلين، إذ تسمح له هذه التشكيلة من ممارسة اختصاصاته المنوط به وبخاصة المتعلقة بأعمال إعلام المستهلكين و توعيتهم و حمايتهم<sup>5</sup> بالإضافة إلى اختصاصات أخرى يمارسها في لجنيتين :

<sup>1</sup> - B.FILALI, A.BOUCEMDA : protection juridique du consommateur en Algérie , revue des sciences juridique et administrative, faculté des droit université DDJILALI LIABESS Avril 2005, p 18.

<sup>2</sup> - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 110.

<sup>3</sup> - المؤرخ في 6 يوليو 1992 الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين و اختصاصاته، الجريدة الرسمية لرقم 52 لسنة 1992.

<sup>4</sup> - طبقا للمادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 272/92 المؤرخ في 6 يوليو 1992 الذي يحدد تكوين المجلس الوطني لحماية المستهلكين و اختصاصاته.

<sup>5</sup> - طبقا للمادة 3 المرسوم التنفيذي رقم 272/92.

- لجنة نوعية المنتوجات و سلامتها.

- لجنة إعلام المستهلك و الرزم و القياسة .

و يجتمع في دورات عادية مرة كل 3 أشهر التي تخرج بآراء تسجل في سجل خاص أو تنشر في النشرة الرسمية للإعلانات القانونية أو في أي مطبوع آخر<sup>1</sup> وعلى الرغم من التشكيلة الغنية و المتنوعة، إلا إن دوره يقتصر على مجرد تقديم آراء، إذ انه لا يملك الوسائل لمتابعة تنفيذ قراراته التي خرج بها<sup>2</sup>، فهو إذن مجرد حبر على ورق فـمتى يتم تفعيل دوره للنهوض بسياسة حماية المستهلك باعتباره احد الفاعلين في الاقتصاد الوطني؟

**ثانيا: المستفيد من الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي " المستهلك "**

إن المستهلك هو الطرف الثاني لعقد البيع الاستهلاكي ويتميز بضعفه بالمقارنة مع الطرف الآخر للعقد " المتدخل " خاصة على المستوى المعرفي، لذا فمن المنطقي أن يكون هو الدائن بالالتزام بالإعلام كوسيلة لإعادة التوازن في العلاقة القانونية التي تجمعها مع إعفاءه من الالتزام بالاستعلام - كما فصلناه في الفصل الأول - .

وسبق أن عرفنا المستهلك<sup>3</sup> بأنه : " كل شخص طبيعي أو معنوي يحصل على منتج بمقابل أو بالمجان و بصفة نهائية ، لتلبية حاجاته الشخصية أو حاجات غيره".

وإذا كان الهدف من إبرام عقد البيع الاستهلاكي هو حصول على المنتج لتلبية حاجات نهائية فان ذلك يدفعنا إلى طرح التساؤل التالي:

هل أن كل مشتري متعاقد هو بالضرورة مستهلك وبالتالي يستفيد وحده من الالتزام بالإعلام ؟

لذا تقتضي الإجابة على هذا التساؤل التعرض إلى نقطتين: المستهلك المتعاقد والمستهلك المستعمل.

**1 - المستهلك المتعاقد:**

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 15 من ذات القانون.

<sup>2</sup> - B.FILALI,A.BOUCEMDA: article précité, p 19.

<sup>3</sup> - عد إلى الصفحة 18 من الفصل الأول.

إن المستهلك المتعاقد هو "المشتري" في عقد البيع الاستهلاكي، فهل تثبت له صفة الدائن مهما كان مستواه المعرفي بعبارة أخرى، هل المشتري العادي و المهني يستفيدان معا من الحق في الإعلام ؟

### أ من الناحية الفقهية :

يميز الفقه بين أمرين:

#### 1أ- المشتري العادي والمشتري المهني غير المتخصص:

هو الشخص الذي يقتني سلعة ما من أجل الاستعمال النهائي قصد سد حاجات الشخصية و كذا المهني، متى كانت حرفته لا تمكنه من الإلمام بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج<sup>1</sup>، استنادا إلى الحجج التالية:

• إن الصفة المهنية للمشتري لا تعني إلمامه بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج فقد يخفى عليه بعض المخاطر التي قد تلحق به أضرارا تمس جسمه وماله<sup>2</sup>.

• إن المنتج عندما يدون البيانات اللازمة على المنتج و المنصوص عليها قانونا، إنما تكون موجهة دون أي تمييز لكل مشتري مهما كانت صفته مهني أو غير مهني<sup>3</sup>.

• إن عدّ الشخص مهنيا لا يحول دون اعتباره مستهلكا في الحالات التي يتصرف فيها لحاجاته الشخصية، لذا فما المانع في أن يعترف للمهني بالضعف عندما يتصرف خارج تخصصه<sup>4</sup>.

• ان حرمان المهني الذي يتعامل خارج نطاق تخصصه من الحماية، يؤدي إلى نتيجتين متناقضتين لوضع واحد فكيف يحرم الطبيب من الحماية إذا ما اشترى مكيفا لعيادته ويحظى بها إذا اشتراه لمنزله<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - د . بودالي محمد: المرجع السابق، ص 71 ، د . عامر قاسم أحمد القيسي: المرجع السابق، ص 121 ، د . بوعزة ديدن ، المقالة السابقة ، ص 116 ، د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 216.

- YVES PICOD et HELENE DAVO : op.cit, p 22.

<sup>2</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 254.

<sup>3</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 255، يغلى مريم : الرسالة السابقة ، ص 86 .

<sup>4</sup> - أ . محمد عماد الدين عياض : المقالة السابقة ، ص 3.

<sup>5</sup> - نفس المقالة، ص 3.

وهو" ما أكدته محكمة النقض الفرنسية التي أيدت حكم محكمة الاستئناف الذي بيّن أن موهبة الرسام و تخصصه في فن الرسم لا يعني بالضرورة انه صاحب اختصاص في تكوين المنتجات المستعملة في الرسم ، لذا كان على البائع إعلامه بالاحتياطات التي يجب مراعاتها عند الاستخدام"<sup>1</sup> .

## أ2- المشتري المهني المتخصص:

إذا كان المشتري المهني في ذات تخصص البائع فان تخصصه هذا يضيق من نطاق التزام البائع<sup>2</sup> وهذا يرجع إلى عدة أسباب:

• إن تخصص المهني يمكن أن يعوض النقص في المعلومات التي يعاني منها المشتري العادي و التي من شأنها أن تبصره عند إبرام العقد<sup>3</sup>.

• إن تخصصه يجب أن يثير فيه حب الاستطلاع<sup>4</sup> وتمكنه من الاستعلام عما يجهله من معلومات وفي حالة تقصيره يتحمل المسؤولية وحده.

• إن عدّ المهني المتخصص مستهلكا من شأنه أن يجعل حدود قانون حماية المستهلك غير واضحا<sup>5</sup>، ومن ثم تنتفي الغاية من وجوده.

و هو ما قضت به الغرفة الأولى لمحكمة النقض الفرنسية "من عدم مسؤولية البائع لآلة ميكانيكية لصق بطاقات البيانات على زجاجات المشروبات عن الضرر الذي لحق المستعمل حيث ثبت انه بسبب خطأ المضروب، الذي كان عليه بسبب صفته المهنية - متخصص في زراعة الكروم و إنتاج المشروبات - أن يُدرك خطورة الآلة أثناء دورانها و عدم إدخال يده فيها بسبب أنها تعمل آليا و لا تحتاج إلى التدخل اليدوي"<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> - د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 217.

<sup>2</sup> - نفس المرجع ، ص 217، د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 258.

- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit , p 12.

<sup>3</sup> - د . عامر قاسم أحمد القيسي: المرجع السابق، ص 121 ، د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 217.

<sup>4</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 259، د . عامر قاسم أحمد القيسي: المرجع السابق، ص 122 . د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 217.

<sup>5</sup> - YVES PICOD et HELENE DAVO : op.cit, p 23.

<sup>6</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 260.

ب - من الناحية القانونية:

أضفى المشرع الجزائري صفة المستهلك على الشخص المعنوي طبقا للمادة 1/3 ومن المعلوم أنه محكوم بمبدأ التخصيص، أي ممارسة نشاطه في إطار الغرض الذي أنشئ من أجله، لذا فالأعمال التي يبرمها خارج تخصصه والتابع لنشاطه هي أعمال استهلاكية وبالتالي يسري عليه قانون حماية المستهلك، قياسا على ذلك فإنه يُضفى على المهني - كشخص طبيعي - صفة المستهلك متى تصرف خارج اختصاصه المهني بسبب وجوده في " حالة جهل " التي يوجد فيها المستهلك العادي مما يستوجب حمايته من قوة الطرف الآخر<sup>1</sup>.

2 - المستهلك المستعمل:

لا يقتصر الحق في الإعلام على المشتري المتعاقد فقط<sup>2</sup>، بل يمتد إلى شخص آخر استثناء على مبدأ نسبية العقد المكرس في التقنين المدني<sup>3</sup>، حيث يكتفي المشتري باقتناء المنتج ويتولى استعماله غيره رغم عدم تعاقد مع المتدخل<sup>4</sup>، ويدخل ذلك ضمن سياسة المشرع في حماية الأشخاص غير المتعاقدين<sup>5</sup> ويمكن تصور ذلك بسهولة وبخاصة وان الوسم هو الوسيلة المتداولة للإعلام و من ثمة يمكن لكل من يحمل المنتج أن يطلع على المعلومات التي تهمه.

الفرع الثاني: تنفيذ الالتزام بالإعلام من حيث المضمون

إذا كانت المادة 352 من التقنين المدني قد عجزت عن تحديد مضمون الالتزام تحديدا دقيقا نجد النص الخاص بالالتزام بالإعلام في المادة 17 من القانون 03/09 نصّ على أنه: " يجب على كل متدخل أن يُعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك "

1 - د . بوعزة ديدن : المقالة السابقة ، ص 116 .

2 - رغم أن بعض الفقهاء لا يعترفون بصفة المستهلك للمستفيد من المنتج، مثل الدكتور حمدي أحمد سعد المرجع السابق، ص 262 .

3 - طبقا للمادة 108 منه.

4 - وخير مثال على ذلك لعب الأطفال التي يقتنيها المربي و يستعملها بطبيعة الحال الطفل، أنظر : المرسوم التنفيذي 97-494 مؤرخ في 21 ديسمبر 1997 متعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمالها.

5 - مثلا المادة 3 / 12 التي اشترطت في المنتج أن يكون مضمونا إذ تنص : و تعتبر مقبولة بتوفير مستوى حماية عالية لصحة وسلامة الأشخاص ."

لذا فإن هذه المادة، ألزمت كل متدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج دون أن تبين مضمونه وأحالت ذلك إلى المراسيم التنظيمية وهذا أمر منطقي لأنها عبارة عن قاعدة عامة ولا مجال فيها للتفصيل .

واشترطت المادة 17 لقيام التزام المتدخل بالإعلام أن يكون المنتج قد وُضع للاستهلاك و يتحقق ذلك من يوم الشروع في تسويقه فيصبح محلا للتداول بين الناس<sup>1</sup> .

و ما يلاحظ أيضا على المادة 17 أنها قصرت الالتزام بالإعلام على كل ما يخص المنتج دون أن يشمل العملية العقدية المزمع إبرامها، لذا قصد تدارك هذا النقص نستعين بنصوص أخرى كنص المادة 5 و 8 من القانون 02/04 الذي يحدد القواعد الممارسات التجارية التي شملت الإعلام بالأسعار وشروط البيع و حدود المسؤولية التعاقدية .

لذا سنتصب دراستنا لمضمون الالتزام بالإعلام على شقين :

- المعلومات المتعلقة بالمنتج.

- المعلومات المتعلقة بالعملية التعاقدية.

أولا - المعلومات المتعلقة بالمنتج:

تتنوع السلع المعروضة في السوق و على العموم وقصد الإحاطة بمضمون الالتزام بالإعلام المتعلق بهذه المنتجات، يمكن تصنيفها إلى صنفين:منتجات غذائية و منتجات صناعية

### 1 - المنتجات الغذائية:

تكتسي المنتجات الغذائية أهمية كبيرة لتأثيرها مباشرة على صحة المستهلك فمن منا لا يستهلكها يوميا، خاصة في حالة عدم مراعاة المعلومات التي يعلمه بها المنتج بواسطة الوسم<sup>2</sup> لذا وضع المشرع الجزائري قانونا خاصا يتولى تحديد البيانات الواجب توافرها في كل سلعة غذائية معروضة للاستهلاك وهو المرسوم التنفيذي 367/90<sup>3</sup>، إذ يعدّ قفزة نوعية، حيث

1 - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة، ص 209 .

2 - سنتولى تحديد مفهومه في المطلب الثاني المتعلق بوسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام.

3 - المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 الذي عدل بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 و المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها

أعاد تنظيم الوسم بشكل يتطابق والقواعد المقبولة على المستوى الدولي ومتطلبات السوق الحر<sup>1</sup>،  
وعليه يُمكن تبيان أهم التعديلات التي شملها المرسوم 484/05 الذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من  
26 جوان 2005 وهي :

• من حيث نطاق التطبيق:

يطبق هذا المرسوم على المواد الغذائية المعبأة مسبقا وغير المعبأة مسبقا المعروضة  
على حالها على المستهلك و مواد الغذائية الموجهة للجماعات كمطاعم المستشفيات والمطاعم  
الجماعية<sup>2</sup> طبقا للمادة 2 من المرسوم الجديد.

• ضبط المفاهيم المستعملة في هذا المرسوم كالوسم والبطاقة والمادة الغذائية وتحديد  
تواريخ الصلاحية بدقة كالتاريخ الأقصى للاستهلاك والبيع وتاريخ الصلاحية الدنيا  
أو من المستحسن استهلاكه.

• توسيع البيانات الإلزامية من 6 إلى 11 بيان في المادة 6 منه.

• تحديد الحالات التي يمكن أن تكون محل ترخيصات استثنائية كالمادة 11 منه والأغذية  
الموضبة مسبقا وغير موضبة مسبقا بناء على طلب المستهلك<sup>3</sup>.

لذا سنتناول فيما يلي تحديد المقصود بالمنتجات الغذائية و العناصر الواجب توافرها

فيها :

أ - المقصود بالمنتوج الغذائي:

عرفت المادة 3/3 من المرسوم التنفيذي 484/05، المادة الغذائية بأنها: " كل مادة  
معالجة أو معالجة جزئيا أو في شكلها الخام معدة لتغذية الإنسان وتشمل المشروبات وعلك المضغ  
وكذا جميع المواد المستعملة في صناعة المادة الغذائية أو تحضيرها أو معالجتها باستثناء

<sup>1</sup> - حمزاوي جمال: قواعد حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 " الوسم ،الالتزام بالإعلام"، الملتقى  
الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 يومي 8 ، 9 نوفمبر 2010، جامعة 20 أوت  
1955 سكيكدة غير منشور، ص 7 .

<sup>2</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 216 .

- حمزاوي جمال : المقالة السابقة ، ص 7 .

<sup>3</sup> - نفس المقالة ، ص 8 .

<sup>4</sup> - التي عدلت المادة 2 من المرسوم التنفيذي السابق 367/90.

مستحضرات التجميل أو التبغ أو المواد المستخدمة في شكل أدوية فقط"، نقل المشرع هذا التعريف إلى نص المادة 2/3 من القانون 03/09، مع إضافة مصطلح "الحيوان" الذي شمله بالحماية هو الآخر طبقاً للمادة 1/3 ويمكن تصنيف السلع الغذائية وفقاً للمادة إلى صنفين:

أ1- الأغذية المعبئة مسبقاً: وهي طبقاً للمادة 7/3 من المرسوم التنفيذي 484/05: كل مادة مثبتة مسبقاً في تعبئة أو وعاء<sup>1</sup> لتقديمها للمستهلك أو المطاعم الجماعية كالحليب، الطماطم المصبرة، الياغورت، العصير.

أ2- الأغذية غير المعبئة مسبقاً: هي تلك المواد التي تعرض للبيع مباشرة للمستهلك كالمواد التي توزن أو تكال كالمواد الجافة مثل العدس، الفاصوليا، اللوز، اللحم.

و تكمن الغاية من تصنيفها إلى نوعين هو اختلاف طريقة تنفيذ الالتزام بالإعلام في كل منهما.

#### ب - العناصر الواجب توافرها في المنتج:

نصت المادة 4 من المرسوم التنفيذي 484/05 التي عدلت المادة 4 من المرسوم السابق على: " يجب أن تحمل المواد الغذائية المعبأة مسبقاً وسماً مطابقاً للأحكام المحددة في هذا المرسوم، أما بالنسبة للمواد غير المعبأة مسبقاً والمعروضة للبيع على المستهلك." ومن خلال هذا النص فإنه تختلف كيفية نقل المعلومات المتعلقة بالمنتجات المعبئة وغير المعبئة وهو ما سنتناوله فيما يلي:

#### ب1 - السلع المعبئة مسبقاً:

يجب أن تحمل هذه السلع وسماً يشتمل على 11 بيانا بصفة إجبارية طبقاً للمادة 7<sup>1</sup> وإلا ترتب على ذلك جزاءات قانونية معينة وهي على التوالي:

<sup>1</sup> - عرفت المادة 3 التي عدلت المادة 2 الوعاء: " كل تعبئة مادة غذائية موجهة للتوزيع كوحدة منفردة، سواء كانت هذه التعبئة تغطيها كلياً أو جزئياً ويشمل هذا التعريف الأوراق المستعملة للتعبئة، يمكن الوعاء أن يحتوي على عدة وحدات أو أصناف التعبئة عند تقديمها للمستهلك".

ب1-1- تسمية البيع:

يجب أن تُبين تسمية البيع بدقة و أن تتجرّد من العمومية مثلا : " سعيدة ماء معدني طبيعي غير غازي " و في حالة عدم توفر تسمية، يجب استعمال تسمية شائعة أو عبارة وصفية لا يمكن أن تخلق لبس في ذهن المستهلك عند قراءتها وفي حالة إذا ما حدد التنظيم اسم أو عدة تسميات لهذه المادة، في حالة عدم وجودها تستعمل التسميات التي نص عليها المقاييس الدولية.

ب1-2- الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا:

و يعبر عن تحديد الكمية الصافية حسب النظام المتري الدولي:

- وحدات الحجم بالنسبة للمواد السائلة .
- وحدات الوزن بالنسبة للمواد الصلبة .
- الوزن أو الحجم بالنسبة للمواد العجينية أو اللزجة .
- عدد الوحدات بالنسبة للمواد الغذائية التي تباع بالقطعة.
- عندما تعرض مادة غذائية صلبة داخل وسط سائل للحفظ ، يسجل الوزن الصافي المقطر على الوسم ، طبقا للمادة 11 من المرسوم التنفيذي 484/05.

إلا أنه يمكن الاستغناء على هذا البيان في المواد الغذائية:

- القابلة لفقدان كبير في أحجامها أو كتلتها التي تباع بالقطعة أو توزن أمام المشتري، تحدد قائمة المواد الغذائية الخاضعة لفقدان كبير في أحجامها او في كتلتها بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش .
- التي تقل كميتها الصافية عن خمس غرامات و خمس ميليلترات ما عدا التوابل و النباتات العطرية، إلا أنه يمكن أن تحدد كمية تفوق تلك الكميات بموجب قرار من الوزير المختص وهو ما نصت عليه المادة 11 من المرسوم التنفيذي 484/05 .

<sup>1</sup> - التي عدلت المادة 6 من المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 و المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها.

و يجب أن تجمع البيانات المتعلقة بتسمية البيع و بالكمية الصافية في نفس المجال النظري طبقا للمادة 8 من المرسوم التنفيذي ذاته.

ب 1-3- اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة و عنوان المنتج أو الموضب أو الموزع و المستورد ، إذا كانت المادة مستوردة :

وتكمن الفائدة من ذكر هذه البيانات لتمكين المستهلك من معرفة مصدر السلعة و رفع دعوى ضده في حالة تعرضه لضرر<sup>1</sup>.

ب 1-4- البلد الأصلي أو بلد المنشأ : إذا كان مستوردا .

ب 1-5- تحديد حصة الصنع .

ب 1-6 - تحديد طريقة الاستعمال و احتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان ضروريا لاستعمال مناسب للمادة الغذائية :

يكتسي تحديد هذا البيان أهمية كبيرة، إذ يُمكن المستهلك من استعمال السلعة استعمالا يتناسب والغرض من الشراء كطريقة طبخ العجائن بغليها أو تفويرها.

وأما بالنسبة لاحتياطات الاستعمال فهي جدّ مهمة لان عدم تبيانها، قد يؤدي إلى المساس بصحة المستهلك، خاصة المواد الغذائية المجمدة أو المجمدة تجميدا مكثفا، فيجب التنبيه إلى عدم إعادة تجميدها مرة ثانية بعد أن يزيل التجميد طبقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي 484/05.

ب 1-7- الإشارة إلى تاريخ الصنع أو التوضيب و تاريخ الصلاحية الدنيا ، و في حالة المواد الغذائية السريعة التلف مكروبيولوجيا ، تحديد التاريخ الأقصى للاستهلاك:

- تاريخ الصنع و التوضيب : يُمثل يوم الصنع أو التوضيب ويوم التجميد بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة .

- التاريخ الأقصى للاستهلاك :

<sup>1</sup> - د. محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي " ، المرجع السابق ص 78 .

هو التاريخ المقدر لنهاية الأجل الذي تصبح فيه المادة من بعده وفي ظروف التخزين خاصة بها، لا تتوفر على الأرجح على الجودة التي للمستهلك حق انتظارها ، ويجب اعتبارها بعد هذا التاريخ غير قابلة للبيع، أي منتهية الصلاحية كالياغورت و الاجبان، ويُعبر عنها بعبارة: " يستهلك قبل " .

إلا أنه لا يلتزم بذكر بيان تاريخ الصلاحية الدنيا و التاريخ الأقصى للاستهلاك بالنسبة للمواد التالية:

- الفواكه والخضر الطازجة التي لم تقشر أو تقطع أو لم تتعرض لمعالجة أخرى .
  - الخمور و المشروبات الكحولية و الخمور المذبدة و الخمور المعطرة ومواد مماثلة محصل عليها من فواكه أخرى غير العنب و المشروبات المصنعة من العنب أو عصير العنب.
  - المشروبات المحتوية على نسبة 10 بالمائة أو أكثر من الكحول في حجمها.
  - منتوجات المخابز أو الحلويات التي تستهلك عادة بحكم طبيعتها في حدود 24 ساعة من تاريخ تحضيرها.
  - الخل.
  - الملح ذو النوعية الغذائية.
  - السكر من نوع الصلب.
  - المنتوجات السكرية المركبة من السمر المعطر و / أو الملون .
  - علك المضغ و المنتوجات المماثلة للمضغ ، طبقا للمادة 13<sup>1</sup> .
- ب1-8 - ذكر قائمة المكونات :

عرفت المادة 3<sup>2</sup> من المرسوم التنفيذي 484/05، المكون بأنه: " كل مادة بما فيها المادة المضافة الغذائية المستعملة في صناعة مادة غذائية أو تحضيرها والتي هي باقية ضمن المنتج النهائي و ربما في شكل معدّل "، وقد استبدل مصطلح المكوّن، اللفظ الذي كان مستعملا في المادة

<sup>1</sup> - التي عدلت المادة 11 من المرسوم التنفيذي 367/90.

<sup>2</sup> - التي عدلت المادة 2 من المرسوم ذاته.

6 من المرسوم 367/90: " التوابل " الذي هو من المواد الغذائية المستعملة في تحضير الطعام وقد أحسن المشرع في ذلك<sup>1</sup> .

فذكر هذا البيان له أهمية، خاصة في حالة حساسية المستهلك من أحد المكونات كالكاكاو مثلا أو أن يكون مصابا بأحد الأمراض التي تعيقه من تناول أحد المكونات كالسكر.

ويجب ذكر لفظ مكونات متبوعا بقائمة المكونات بترتيب تنازلي بحسب نسبة دمجها عند صناعة هذه المادة طبقا للمادة 12 من المرسوم التنفيذي 484/05<sup>2</sup> .

إلا أنه طبقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي 484/05 تُعفى المواد الغذائية التالية من ذكر مكوناتها وهي:

- الفواكه و الخضر الطازجة، التي لم تقشر أو تقطع أو تخضع لمعالجة أخرى مماثلة.
- المياه الغازية التي تظهر في تسميتها الخاصة.
- خل التخمير المحصل عليه فقط من منتج أساسي واحد و لم يدخل عليه أي مكون آخر.
- الأجبان و الزبدة و الحليب و القشيدات المزبدة، في الحالة التي تطرأ على هذه المواد أي إضافة غير المنتوجات الحليبية وإنزيمات وتربية الجسيمات المجهرية الضرورية لصنعها أو الملح الضروري لصنع الأجبان غير تلك الطازجة.
- المواد الغذائية التي تحتوي فقط على مكون واحد شرط أن تكون تسمية المبيع مماثلة لاسم المكون أو يمكن أن تسمح بتحديد طبيعة المكون دون أي لبس.

#### ب1-9- الشروط الخاصة بالحفظ :

خاصة في المنتوجات التي تعتمد بقاء مدة صلاحيتها على حفظها كالياغورت و الحليب و مشتقاته، وهو ما نصت عليه المادة 12 مكرر من المرسوم التنفيذي 484/05 بأنه: " يجب أن يظهر على الوسم كل الشروط الخاصة بتخزين المادة الغذائية، إذا كانت صلاحية التاريخ مرتبطة بها.

<sup>1</sup> - د. حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 218 .

<sup>2</sup> - التي عدلت المادة 9 المرسوم التنفيذي 367/90.

ب1-10- بيان "نسبة حجم الكحول المكتسب" للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1.2 بالمائة من الكحول حسب الحجم .

ب1-11- إذا اقتضى الحال بيان " معالجة " بالأشعة الأيونية أو معالجة بواسطة الأيونات" أو رمز الإشعاع العالمي بقرب اسم الغذاء مباشرة.

ويتم وضع تلك البيانات على " بطاقة " طبقاً للمادة 5 مكرر، التي يجب أن تثبت بطريقة لا يمكن إزالتها أو يتم وضعها على التغليف مباشرة.

\*إذا كانت كل المنتجات الغذائية تشترك في العناصر التي تم ذكرها، فهذا لم يمنع من صدور قرارات وزارية تحدد البيانات الخاصة في بعض المنتجات، نظراً لأهميتها واستهلاكها على مدى واسع، من ذلك:

القرار الوزاري المشترك<sup>1</sup> الذي حدد البيانات الواجب توافرها في وسم الدواجن المذبوحة<sup>2</sup> في المادة 13 منه:

- تسمية الفصيلة الحيوانية.
- رقم اعتماد المذبوح، تسلمه المصالح البيطرية الرسمية .
- تاريخ الذبح.
- درجة حرارة الحفظ.
- تاريخ نهاية الاستهلاك، يُعبر عنه ببيان " يستهلك قبل".
- أما وسم الدواجن المجمدة أو المجمدة تجميداً مكثفاً بالإضافة إلى البيانات السابقة:
- عبارة " مجمدة " أو "مجمدة تجميداً مكثفاً".
- تاريخ التجميد أو التجميد المكثف.

<sup>1</sup> - المؤرخ في 26 ماي 2001 والمتعلق بوضع الدواجن المذبوحة رهن الاستهلاك، الجريدة الرسمية رقم 32 الصادرة في 10 يونيو 2001.

<sup>2</sup> - موضوع الدواجن من المسائل الشائكة في ولاية قالمة، نظراً لانتشار ظاهرة الذبح السري وغير المشروع ، الذي لا يتم في أطر قانونية و تحت رقابة بيطرية، حيث تدبج الدواجن في العراء دون مراعاة أدنى شروط النظافة و يحتفظ بها للبيع لمدة طويلة، تفوق المدة القانونية للاستهلاك، في مقابلة مع رئيسة جمعية حماية المستهلك لولاية قالمة، يوم 30 جانفي 2011، بمقر الجمعية الكائن ب: دار الشباب العلمية " المجاهد صالح بوبنيدر " سوق الفلاح سابقاً، الكرمات.

## ب2 - السلع غير معبئة مسبقاً:

نصت المادة 4 من المرسوم التنفيذي 1484/05<sup>1</sup> على أن المواد الغذائية غير المعبئة مسبقاً والمعروضة للبيع على المستهلك معرفة على الأقل بواسطة تسمية البيع و مدونة على لافتة أو أية وسيلة أخرى لا يدع موقعها أي مجال للشك بالنسبة للمادة المعنية.

و استناداً إلى المادة 5 من القانون 04-20<sup>2</sup> نجدها تشترط عدّ تلك المواد أو وزنها أو كيلها أمام أعين المشتري.

## 2 - المنتجات الصناعية :

هي التي يتم تحويلها من مواد أولية إلى مواد مصنعة و يستعملها الإنسان في حياته اليومية فهي لا تقل إذن أهمية عن المنتجات الغذائية، بل يمكن في كثير من الأحيان أن تتضمن أخطاراً قد تهدد أمنه و سلامته، إذا لم يتم استعمالها استعمالاً صحيحاً، لذا صدرت عدة مراسيم تنفيذية تحدد البيانات الواجب توافرها فيها، التي يمكن تصنيفها إلى صنفين :

- معلومات ذات طبيعة إعلامية .

- معلومات ذات طبيعة أمنية .

أ - المعلومات ذات طبيعة إعلامية:

تتنوع المنتجات الصناعية<sup>3</sup> وتشمل :

- المنتجات المنزلية غير الغذائية.

- مواد التجميل و التنظيف البدني.

- اللعب.

1 - التي عدلت المادة 4 من المرسوم التنفيذي 367/90 .

2 - الذي يحدد القواعد الممارسات التجارية.

3 - بالإضافة إلى منتجات أخرى :

- الاسمنت: نظمه القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 4 جويلية 2003 المتضمن المواصفات التقنية و القواعد المطبقة على الاسمنت، الجريدة الرسمية رقم 40 الصادرة في 2 يونيو 2003.

- المزلقات " الزيوت الصناعية": نظمه القرار الوزاري المؤرخ في 26 جوان 2000 المحدد للحد الأدنى المطلوب للمستويات الفعالية للمزلقات الكاملة وكذلك كفاءات و شروط عرضها للاستهلاك، الجريدة الرسمية رقم 54 لسنة 2000.

لذا تختلف هذه البيانات باختلاف نوع المنتج، وعلى العموم فهي تساعد المستهلك على تعريفه بالمنتج و تمييزه عن غيره من المنتجات المشابهة وبالتالي مساعدته على اتخاذ القرار الصحيح:

#### أ1- بالنسبة للمنتجات المنزلية غير الغذائية<sup>1</sup> :

\* يُطبق هذا المرسوم<sup>2</sup> على جميع المنتجات المستعملة في صيانة المحال ورفاهيتها باستثناء الأدوية و السلع الغذائية، كمواد التنظيف و المبيدات.

#### \* البيانات الإجبارية<sup>3</sup> :

- التسمية الخاصة بالمبيع التي يجب أن تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتج.
- الكمية الصافية معبر عنها بوحدات النظام الدولي.
- اسم و عنوان المسؤول عن صناعة المنتج أو توضيحه أو توزيعه و اسم المستورد بالنسبة للمنتجات المستوردة.
- طريقة استعمال المنتج أو شروط الاستعمال الخاصة، إن وجدت.
- جميع البيانات الإجبارية الأخرى المنصوص عليها في نص خاص "كماء الجافيل" و تطبع البيانات السابقة على التغليف مباشرة .

#### أ2- مواد التجميل و التنظيف البدني<sup>4</sup> :

#### \* المقصود بمواد التجميل و التنظيف البدني :

تشمل كل مستحضر أو مادة باستثناء الدواء، معد للاستعمال في مختلف الأجزاء السطحية لجسم الإنسان مثل البشرة و الشعر و الأظافر بهدف تنظيفها أو المحافظة على سلامتها أو تعديل هيئتها أو تصحيح رائحتها<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> - نظمه المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها.

<sup>2</sup> - طبقا للمادة 2 منه.

<sup>3</sup> - طبقا للمادة 5 منه.

<sup>4</sup> - نظمه المرسوم التنفيذي رقم 37/97 المؤرخ في 14 يناير 1997، الذي يحدد شروط و كفاءات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيحيها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية .

<sup>5</sup> - طبقا للمادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 37/97.

\* البيانات الإجبارية<sup>1</sup> :

- تسمية المنتج مصحوبة مباشرة بتعيينه، ما لم تتضمنه التسمية نفسها.
- الاسم والعنوان التجاري والعنوان أو المقر الاجتماعي للمنتج أو الموضب أو المستورد أو بيان البلد المصدّر، إذا كان مستورداً .
- تاريخ انتهاء مدة الصلاحية والظروف الخاصة بالحفظ و/أو الخزن ، ويعد تحديد هذه المدة إجبارياً بالنسبة لمواد التجميل والتنظيف البدني التي لا تتجاوز مدة صلاحيتها على الأقل 30 شهراً.
- تاريخ صنعه أو المرجع أو المرجع الذي يسمح بالتعرف على ذلك.
- إذا ذكر عنصر مكوّن، يدخل في التسمية التجارية للمنتج، يجب ذكر النسبة المستعملة فيه التركيب والشروط الخاصة بالاستعمال ومخاطره .
- يتم وضع هذه البيانات على المنتج ذاته وفي حالة استحالة ذلك توضع على الغلاف الخارجي للمنتج أو على دليل استعمال مرفق وفي هذه الحالة يشار باختصار إلى وجود الدليل داخل المغلف.

أ3- اللعب<sup>2</sup> :

\* المقصود باللعبة :

كل منتج مصمم أو موجه صراحة لغرض لعب الأطفال في سن أقل من 14 سنة .

\* البيانات الإجبارية<sup>3</sup> :

- تسمية البيع.
- الاسم أو العنوان التجاري أو العلامة وعنوان الصانع واسم المستورد وعنوانه التجاري.
- طريقة الاستعمال.

<sup>1</sup> - طبقاً للمادة 10 منه .

<sup>2</sup> - نظمه المرسوم التنفيذي رقم 494 /97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، الجريدة الرسمية رقم 4 لسنة 1997.

<sup>3</sup> - طبقاً للمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 494 /97 .

- التحذيرات وبيانات احتياط الاستعمال وفقا للملحق الثالث .

إن التزام المنتج أو المستورد بالبيانات المحددة في تلك النصوص الخاصة من شأنه أن يضمن للمستهلك إعلاما مفيدا، يُمكنه من إبرام عقد البيع الاستهلاكي على بينة من أمره و بالتالي تلبيةه لحاجاته التعاقدية، و ما يلاحظ على كل النصوص السابقة الذكر، أنها تشترك في البيانات التي تكتسي الصيغة الأمرة، بحيث يترتب على مخالفتها فرض عقوبات جزائية.

#### ب - المعلومات ذات الطبيعة الأمنية :

تتميز المنتجات الصناعية باحتوائها على مخاطر محتملة الوقوع إذا لم يتم استعمالها استعمالا صحيحا ولم تراعى الاحتياطات اللازمة، لذا يقع على المتدخل إعلام المستهلك بطريقة استعمال المنتج و تحذيره من مخاطره، قصد حماية جسمه و مصالحه المادية.

#### ب1- الإعلام عن طريقة استعمال المنتج :

إذ يُعلمه بالبيانات التي تمكّنه من فهم كيفية استعماله استعمالا صحيحا وفق للغرض المخصّص له، في هذا الصدد قضت محكمة النقض الفرنسية : "بمسؤولية المنتج بالتضامن مع البائع في مواجهة المشتري بسبب الأضرار التي تسببت فيها طاولة الطعام المتحركة على قرص دوار أوتوماتيكي عن إصابة احد الأطفال لأنه لم يعلم المشتري بنظام التشغيل" <sup>1</sup> ويتم عادة الإعلام على طريقة الاستعمال بواسطة ورقة منفصلة توضع داخل الغلاف مع المنتج <sup>2</sup> أو على المنتج مباشرة<sup>3</sup>.

#### ب2- التحذير من مخاطر المنتج :

1 - د . عبد القادر أقصاصي : الرسالة السابقة، ص 158 .

2 - أ . علي بولحية بن بوخميس : المرجع السابق، ص 56 .

3 - وهو ما أشارت اليه المادة 8/10 من نظمه المرسوم التنفيذي رقم 37/97 المؤرخ في 14 يناير 1997 الذي يحدد شروط و كفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيبها و استيرادها وتسويقها في السوق الوطنية .

لا يكفي المنتج أو المستورد بذكر طريقة الاستعمال ، بل يجب أن ينوه بالاحتياطات الواجب اتخاذها وبالمخاطر الناجمة عن عدم اتخاذها <sup>1</sup> ويستخدم في سبيل ذلك الوسم الأمني الذي يشترط فيه أوصاف معينة.

ومن الأمثلة على ذلك:

- أن يورد عبارة : مضر بالصحة، طبقاً للمادة 66 من القانون رقم 85 / 05<sup>2</sup> :  
" انه يخضع بيع التبغ لاثبات لصيقة على العلبة تحمل عبارة " التدخين مضر بالصحة " .

المادة 5 من القرار الوزاري المشترك <sup>3</sup> نجد التحذير من خطورة هذه المادة تأخذ عبارة : " لا يجب تركه في متناول الأطفال " .

- الملحق الثالث من المرسوم التنفيذي 97-494<sup>4</sup> الذي جاء تحت عنوان:

" تحذيرات و إشارات احتياطية للاستعمال " .

• بالنسبة للعب غير الموجهة للأطفال الأقل من 36 شهرا<sup>5</sup>:

إذ تحمل هذه اللعب - التي قد تكون خطرا على الأقل من 3 سنوات- بيانا من نوع " لا تلائم الأطفال الأقل من 3 سنوات " .

• الأراجيح المعلقة و الحلقات و أراجيح التريض و الحبال و اللعب المماثلة المنصوبة على رواق<sup>6</sup> :

يجب أن تتضمن وصفة استعمال تلفت الانتباه إلى ضرورة الصيانة والمراقبة الدورية للأجزاء الأكثر أهمية ( التعلق ، الربط ، التثبيت على الأرض ) والتحذير بأن هذه اللعبة في حالة

1 - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص64، د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 23، د. عامر قاسم أحمد القيسي : المرجع السابق، ص 126 ، د . عبد القادر أقصاصي : الرسالة السابقة ، ص 158، يغلي مريم : الرسالة السابقة، ص 98 ، أ . محمد حاج بن علي: المقالة السابقة، ص 42.

- JEROME HUET sous la direction de JACQUES GHESTIN : op.cit, p 239.

2 - المؤرخ في 16 فيفري 1985 المعدل والمتمم بالأمر رقم 07 /06 المؤرخ في 15 يوليو 2006 المتعلقة بحماية الصحة و ترقيتها.

3 - مؤرخ في 1997/03/24 المتعلقة بالمواصفات التقنية لوضع مستحضرات ماء الجافيل رهن الاستهلاك وشروطها و كفاءتها.

4 - مؤرخ في 21 ديسمبر 1997 متعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب.

5 - الفقرة الأولى من الملحق الثالث.

6 - الفقرة الثانية من الملحق الثالث.

إهمال الرقابة، تتسبب في أضرار السقوط، بالإضافة إلى تعليمات خاصة بطريقة تجميعها و الأضرار التي تنجم عن التجميع غير الصحيح.

• اللعب المتحركة<sup>1</sup> :

يجب أن يحمل هذا النوع من اللعب<sup>2</sup> أو تغليفها البيان الآتي : " حذار يجب أن تستعمل تحت رقابة شخص بالغ "، وان تكون مرفقة بوصفة استعمال تشير إلى تعليمات تشغيلها و الاحتياطات الواجب إتباعها من قبل المستعمل.

الإشارة إلى انه في حالة إهمال تلك الاحتياطات، يتعرض الطفل إلى الأضرار الخاصة بالآلة التي تكون هذه اللعبة نموذجا مصغرا له، مع تحديد الأضرار.

- الإشارة إلى وجوب إبعاد اللعبة عن تناول الأطفال صغار السن.

اللعب التي تحتوي في حد ذاتها على مواد أو مستحضرات خطيرة " اللعب الكيماوية"<sup>3</sup>.

- يجب أن تحتوي هذه اللعب في وصفة الاستعمال، إشارة الطابع الخطير لهذه اللعب والاحتياطات الواجب اتخاذها من طرف المستعملين لتجنب الأضرار المتصلة بها.

يجب زيادة على ما سبق، بيان الإسعافات الأولية التي يجب أن تقدم في حالة وقوع حادث بسبب استعمال هذا النوع من اللعب.

- يجب أن تحمل هذه اللعب الكيماوية على التغليف البيان الآتي: " حذار، خاص

بالأطفال الذين يفوق سنهم سنة "، "يستعمل تحت رقابة شخص بالغ".

إذا التزم المتدخل بهذه البيانات و طبقها المستهلك تطبيقا حرفيا، استطاع ضمان سلامته

من أي خطر قد ينطوي عليها المنتج .

تجدر الإشارة انه توجد عدة منتجات صناعية أخرى، في ظل غياب نصوص قانونية محددة لبيانات وسمها، لذا تولت وزارة التجارة تحديد تلك البيانات الإلزامية بواسطة تعليمة وزارية وهي:

- تسمية المنتج .

- العلامة التجارية .

1 - الفقرة الثالثة من الملحق الثالث.

2 - اللعب المتحركة هي تلك التي لها نفس دور الآلات الموجهة للبالغين و التي تمثل نموذجا مصغرا.

3 - الفقرة الرابعة من الملحق الثالث.

- بلد المنشأ أو المصدر.

- اسم أو التسمية الاجتماعية للمنتج أو المستورد.

إن ما يلاحظ في هذا الشأن نقص هذه المعلومات للتعريف بالمنتج وتبيان طريقة استعماله و الاحتياطات الواجب اتخاذها ، لذا يجدر إعادة النظر في هذه البيانات وتحديدتها بصفة دقيقة و كافية.

### ثانيا : المعلومات المتعلقة بالعملية التعاقدية

لا يكفي إلزام المتدخل بإعلام المتدخل بالعناصر الخاصة بكل المنتج ، بل يجب أن تمتد إلى المعلومات المتعلقة بالعملية العقدية المزمع إبرامها ، التي لم تشملها المادة 17 بهدف ضمان سلامة إرادته وتتعلق هذه المعلومات ب :

- الإعلام بالأسعار .

- الإعلام بشروط البيع و الحدود المتوقعة للمسؤولية.

### 1-الإعلام بالأسعار:

يفرض نظام اقتصاد السوق مبدأ حرية المنافسة، وبخاصة من خلال نظام الأسعار الحرة التي تختلف حسب قانون العرض و الطلب<sup>1</sup>، وهو ما كرسته المادة 24<sup>2</sup> التي تنص على أنه : " تحدد أسعار السلع والخدمات بصفة حرة وفقا لقواعد المنافسة الحرة و النزاهة ".

إلا أنه توجد استثناءات على هذه القاعدة و تتعلق أساسا بتدخل الدولة لتحديد هوامش الربح والأسعار<sup>1</sup> وفقا لأسباب معينة كتثبيت استقرار مستويات أسعار السلع والخدمات الضرورية

<sup>1</sup> - باستثناء أسعار بعض السلع والخدمات كالحليب والخبز والسميد والفريضة والزيوت الغذائية والسكر، الاسمنت والكهرباء والغاز والماء.

<sup>2</sup> - من القانون 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 و المتعلق بالمنافسة الجريدة الرسمية رقم 43، الصادرة في 20 يوليو 2003.

أو ذات الاستعمال الواسع في حالة اضطراب ملموس للسوق ومكافحة المضاربة بكل أشكالها والحفاظ على القدرة الشرائية للمستهلك<sup>2</sup>.

وفي الإطار ذاته وقصد حماية المستهلك ألزم القانون المتدخل بإعلام بالأسعار سواء أكانت محددة من قبل الدولة أو غير محددة طبقاً للمادة 5 من القانون 02/04 التي تنص على أنه :

" يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات عن طريق وضع العلامات أو الوسم أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبين الأسعار و التعريفات بصفة مرئية و مقروءة " .

إذ يتحقق التزامه بالإعلام عن الأسعار، متى أمكن المستهلك التعرف على أسعار المنتجات من دون العودة إلى البائع<sup>3</sup>، مما يجعله حراً في التعاقد من عدمه، وذلك باستخدام مختلف الوسائل كالوسم أو المعلقات أو أية وسيلة أخرى.

بل أن التزامه لا يقف عند هذا الحد، إذ يجب أن توافقت تلك الأسعار أو التعريفات المعلنة المبلغ الإجمالي الذي سيدفعه طبقاً للمادة 6 من ذات القانون ويرجع سبب فرض الإعلام عن الأسعار إلى عدة اعتبارات:

- إن الالتزام بالإعلام يضمن تحقيق الشفافية في السوق وما لذلك من اثر على السير العادي للمنافسة الحرة و النزاهة<sup>4</sup>.

- يُمكن السلطة الإدارية المختصة من بسط رقابتها والتأكد من مدى تطبيق القواعد العامة للمنافسة وشفافية الممارسات التجارية<sup>5</sup>.

1 - يجب على الدولة وقصد حماية المستهلك تقنين أسعار المواد واسعة الاستهلاك لتوحيد الأسعار بين كل المستهلكين.

2 - طبقاً للمادة 5 من القانون 03-03 المتعلق بالمنافسة.

3 - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" ، المرجع السابق ص 84 .

4 - YVES GUYON: op.cit, p 994 ,YVES PICOD : op .cit, p110 ,STEPHANE PIEDELIEVRE : op .cit, p 5, JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit, p 57.

- د . دنيا مبارك : المقالة السابقة، ص 53 .

5 - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" ، المرجع السابق ص 84 .

- تبصير إرادة المستهلك و تمكينه من اتخاذ القرار المناسب له من إبرام عقد البيع أو الإحجام عن ذلك بعد إطلاعه على السعر<sup>1</sup>.

- عدم مفاجأة المستهلك بالسعر عند إبرامه لعقد البيع، إذ يعمد التجار إلى استقطاب المشتري وعند موافقته يفاجئه بالسعر فيصاب المشتري بحرج فيضطر إلى دفع الثمن رغما عنه<sup>2</sup>.

ويجب على المتدخل أن يقدم سندا أو وصلا أو فاتورة، يدون عليه أسعار المنتوجات المقتناة حتى يتمكن المستهلك من إعادة مراجعة الحسابات طبقا للمادة 2/10 من القانون 02/04 و يترتب على عدم الإعلام عن الأسعار تحمل المتدخل لجزاءات قانونية فصلها في المبحث الثاني.

## 2-الإعلام بشروط البيع و الحدود المتوقعة للمسؤولية :

نصت المادة 8 من القانون 02/04 :

" يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع ، بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت بشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية".

### أ - الإعلام بشروط البيع :

مما هو معلوم أن عقود الاستهلاك هي عقود إذعان، حيث يُدّعى المستهلك للشروط التي يفرضها المتدخل بإرادته المنفردة ومن دون علمه بها، لذا قصد حماية رضاء المستهلك وإعادة التوازن المعرفي المفقود، فرضت المادة 8 أعلاه على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل شروط البيع فبإطلاعه عليها يكون مخيرا بين إبرام العقد من عدمه، وبخاصة وأن شروط البيع هي الميدان الخصب التي يدسّ فيها البائع شروطه التعسفية .

لذا صدر المرسوم التنفيذي 306/06<sup>3</sup>، التي يجب أن يعلم بها المستهلك في المادة 3

منه وهي:

- كفيات الدفع .

<sup>1</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة، ص 247 .

<sup>2</sup> - RABIH CHENDEB: op. cit, p 181.

<sup>3</sup> - المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي حدّد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين.

- شروط التسليم و آجاله.
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم.
- كفاءات الضمان و مطابقة السلع و/أو المنتجات .
- شروط تعديل البنود التعاقدية.
- شروط تسوية المنازعات.
- إجراءات فسخ العقد.

فكل هذه الشروط يجب أن يعلم بها المستهلك بأية طريقة كانت<sup>1</sup>، فقد يشترط المتدخل دفع الثمن دفعة واحدة أو على شكل أقساط، أو يشترط عليه أن يكون التسليم على نفقته وعند إبرام البيع أو بعده، وقد يفرض عقوبات التأخير عن الدفع أو التسليم بشكل لا يناسب المستهلك، أو يضع شروط صعبة لتعديل العقد، أو يفرض طريقة معينة لحل النزاع الذي قد يثور بينهما كاللجوء إلى الطرق البديلة لحل النزاعات، لذا قد يتضمن العقد شروطا لا يقبلها المستهلك وبعلامه بها، يكون على بينة من أمره في اتخاذ القرار الصحيح.

بل أن المشرع ذهب إلى أبعد من ذلك، إذ اعتبر شرطا تعسفيا، فرض بند لم يكن المستهلك على علم به طبقا للمادة 5 منه، مما يدل على ضرورة إعلام المستهلك بكل شروط العقد.

#### ب - الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية :

ألزمت المادة 8 من القانون 02/04 المتدخل بأن يُعلم المستهلك بالحدود التي يتوقعها للمسؤولية التعاقدية، بمعنى إعلامه بإرادته في تقليص مسؤوليته أو إعفاء نفسه منها<sup>2</sup>، لكن ألا يتناقض هذا مع المادة 5 المرسوم التنفيذي 306/06<sup>3</sup> الذي جاء مطبقا للمادة 29 من

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 4 المرسوم التنفيذي 306/06.

<sup>2</sup> - إذ يُستبعد مبدئيا أن يعمل المتدخل على التشديد من مسؤوليته، لأنه يسعى دائما وراء تحقيق مصالحه بالدرجة الأولى.

<sup>3</sup> - المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية.

القانون 02/04 بموجب المادة 30<sup>1</sup> منه، إذ تنص المادة 4/5 : " تعتبر شروط تعسفية، البنود التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بـ:

- التخلي عن مسؤوليته بصفة منفردة بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته .

فهل يفهم من ذلك إمكانية وضع مثل هذا الشرط في العقد بشرط إعلام المستهلك بها<sup>2</sup> ؟

إن مثل هذا النص يؤدي إلى عدم التناسق بين النصوص القانونية (المادة 38<sup>3</sup> و 45<sup>4</sup>) وإحداث تناقض قانوني بين هذين النصين<sup>5</sup>، لذا نقترح حذف هذه العبارة لأنها لا تضيف شيئاً للمستهلك أكثر مما تضره، بفتح المجال أمام المتدخلين بإيراد هذه البنود التعسفية في العقد.

لن يتمكن المتدخل من تنفيذ التزامه بإعلام المستهلك، إلا إذا اعتمد على وسائل معينة وهو ما سنتناوله في المطلب الموالي.

### المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

لن يتمكن المتدخل من تنفيذ التزامه بإعلام المستهلك، إلا باستعماله لوسائل قانونية معينة بحيث تضمن نقل كل المعلومات المتعلقة بالمنتج و العملية العقدية المزمع إبرامها بشرط استيفاء تلك المعلومات لأوصاف محددة، مما يؤدي إلى تحقيق الغايات المرجوة من هذا الالتزام من ضمان سلامة إرادة المستهلك و جسمه وماله .

لذا سنتناول هذا المطلب في فرعين: يخصص الأول لتحديد وسائل تنفيذ الالتزام

بالإعلام في حين يعنى الثاني بضبط أوصاف الإعلام الذي تنقله تلك الوسائل.

### الفرع الأول: تعدد وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

<sup>1</sup> - تنص المادة 30 من القانون 02/04: " بهدف حماية مصالح المستهلك وحقوقه، يمكن تحديد العناصر الأساسية للعقود عن طريق التنظيم وكذا منع العمل في مختلف أنواع العقود ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية".

<sup>2</sup> - د . حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 251 .

<sup>3</sup> - من القانون 02/04 .

<sup>4</sup> - من المرسوم التنفيذي 306/06 .

<sup>5</sup> - نفس الرسالة ، ص 252 .

إذا كانت نص المادة 17 من القانون 03/09 قد وضع مبدأ قانوني عام للالتزام بالإعلام فإنها حددت أيضا الوسائل التي يستعملها المتدخل في إيصال كل المعلومات التي فرضها القانون عليه، حيث نصت على أنه: " يجب على كل متدخل أن يُعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو أية وسيلة أخرى مناسبة " .

فمن خلال قراءة هذه المادة يتبين أن المشرع عدّد في الوسائل المعتمدة لإعلام المستهلك فلم يقصُرْها على الوسم فقط، لتشمل أية وسيلة كفيلة بتحقيق الغرض من الإعلام وفي الحقيقة أن هذا النص ليس بجديد، إذ نص على ذلك القانون 02/04 في المواد 5 و 8 منه، إذ تنص المادة 5 على أنه: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو أية وسيلة أخرى مناسبة " ، و نصت المادة 8 منه على أنه : " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت و حسب طبيعة المنتج " .

لذا سنقسم هذه الوسائل إلى قسمين: الوسم كوسيلة معتمدة وشائعة في الوقت الحاضر، ووسائل اختيارية أخرى .

### أولاً: الوسم

سننتولى تعريف الوسم ثم تحديد مضمونه وكيفية وضعه.

#### 1 - تعريف الوسم :

عرفت المادة 4/3 من القانون 03/09 الوسم :

" 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 منتج مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها " .

إلا أنه ما يلاحظ استعمال المشرع في المادة 4/3 أعلاه مصطلح " المرتبطة بالسلعة"، ولا نفهم السبب في ذلك لان الوسم<sup>1</sup> يشمل كل من السلعة أو الخدمة على حد سواء والأفضل أن يستعمل لفظ المنتج لأنه أكثر شمولية .

## 2 - مضمون الوسم<sup>2</sup> :

يشمل الوسم كل البيانات و الكتابات التي تحدد العناصر التي تتعلق بسلعة ما وحتى الصور والرموز التي تنبه المستهلك بالأخطار المحتملة خاصة الأممي، مما يُمكنه من معرفة خصائص المنتج من دون أن يسأل البائع، فالوسم يؤدي إذن دور البائع الساكت<sup>3</sup> وهو أيضا يسهل عليه عملية البحث والمقارنة بين مختلف الماركات المنافسة والمفاضلة بينها لاتخاذ القرار السليم<sup>4</sup>، مما يؤدي إلى ترقية البيع طبقا للمادة 2 من المرسوم التنفيذي 367/90<sup>5</sup>.

## 3 - كيفية وضع الوسم :

يتم وضع الوسم بعدة طرق :

أ - يطبع الوسم على بطاقة التي تُثبت على التغليف وهو ما نصت عليه المادة 5 مكرر من المرسوم 367/90<sup>6</sup> بقولها: " عندما تكون بيانات الوسم موضوعة على بطاقة يجب أن تثبت هذه الأخيرة بطريقة لا يمكن إزالتها من التعبئة " .

ب - يُطبع الوسم مباشرة على التغليف وهو ما نصت عليه المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 التي نصت على أنه: " يمكن أن تطبع البيانات المذكورة في المادة 5 أعلاه مباشرة على التغليف " .

وهو ما تؤكد المادة 3/3 من القانون 03/09 التي عرفت التغليف بأنه : " كل تغليب مكون من مواد أيا كانت طبيعتها، و ضمان إعلام المستهلك بذلك " .

<sup>1</sup> - إن المشكل يكمن في عدم وجود نصوص قانونية تتولى تنظيم الوسم في مجال الخدمات لاقتصارها في مجملها على السلع فقط، رغم زيادة أهمية الخدمات في حياتنا اليومية.

<sup>2</sup> - ينفرد المنتج أو المستورد وحده بوضع الوسم .

<sup>3</sup> - د .حامق ذهبية : الرسالة السابقة ، ص 272 .

<sup>4</sup> - د . صفوت محمد العالم : المقالة السابقة، ص 146، د . بوعزة ديدن : المقالة السابقة، ص 118.

<sup>5</sup> - المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر

2005 و المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها .

<sup>6</sup> - المتعلق بوسم السلع الغذائية.

إلا أن السؤال الذي يطرح : هل أن المتدخل ملزم بطريقة معينة لوضع الوسم؟

لقد منحت المادة 3 / 4 من القانون 03/09 المتدخل الحرية الكاملة في اختيار الطريقة التي يضع بها الوسم بقولها : "تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة مهما كان شكلها أو سندها بغض النظر عن طريقة وضعها"، بقصد تمكين المتدخل من اختيار الطريقة الملائمة حسب طبيعة كل منتج، إلا أنه من الناحية الواقعية كثيرا.

ما نلاحظ انفصال البطاقة عن التغليف بسبب سوء لصقها خاصة في المواد الخطيرة<sup>1</sup> كقارورة ماء جافيل، لذا كان على المشرع أن يفرض طبع المعلومات الخاصة بالوسم على التغليف أو المنتج مباشرة لضمان سلامة المستهلك.

يؤدي الوسم دورا كبيرا في إعلام المستهلك وتمكينه من اتخاذ القرار الملائم له وضمان سلامته سواء أكان متعاقدا أو مستعملا خاصة من خلال دوره الأمني، والمتمثل في التحذير و التنبيه من مختلف الأخطار المحتملة بواسطة الرسومات والرموز، حتى أصبح اليوم الوسيلة المتداولة، بل الإلزامية و يظهر ذلك من خلال مختلف القوانين التي فرضت إلزامية الوسم في السلع الغذائية و الصناعية وترتيب جزاء رده على مخالفة الوسم.

إلا أنه وعلى الرغم من ذلك قد يتضمن بيانات ذات طبيعة تقنية أو علمية يتعذر على المستهلك فهمها<sup>2</sup>، بل أن الشخص الأمي لا يمكنه قراءتها، لذا وجب شرحها شفويا أي تدعيم الوسم بوسيلة شفوية للإعلام، خاصة وأنها سهلة تتم بطرح الأسئلة و التحوار بين البائع والمشتري إذ يبين له كيفية الاستعمال و تحذيره من مخاطره وتمكينه من فهم كل الأمور التفصيلية وبخاصة في حالات الاستعجال كالمنتجات الصيدلانية<sup>3</sup> ، فضلا أنها تسمح بتصحيح الأخطاء التي تصدر من المنتج التي يتضمنها الوسم<sup>4</sup>.

لذا فإن الوسم لا يمكنه لوحده أن يضمن إعلام المستهلك بكافة البيانات المتعلقة بالعملية

العقدية ، فهل من الممكن مثلا تصور أن يتضمن الوسم شروط البيع مثلا؟

1 - يغلى مريم : الرسالة السابقة، ص 110 .

2 - د. صفوت محمد العالم : المقالة السابقة، ص 148.

3 - د. ممدوح محمد مبروك: المراجع السابق، ص 326.

4 - د. حمدي أحمد سعد: المراجع السابق، ص 295.

إن هذا السؤال يجرنا إلى ضرورة التطرق إلى وسائل أخرى كفيلة بإعلام المستهلك.

### ثانياً: وسائل أخرى لإعلام المستهلك

توجد وسائل أخرى إلى جانب الوسم من شأنها إعلام المستهلك كالمعلقات والإشهار و الشكلية الإعلامية .

#### 1 - المعلقات:

نصت عليها المادة 17 من القانون 03/09 : " يجب على المتدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج بواسطة الوسم و وضع العلامات <sup>1</sup> " بالإضافة إلى نص المادة 5 من القانون 02/04، إلا أن هذه القوانين لم تحدد المقصود بالمعلقات على عكس الوسم وعلى العموم نجد أن هذه الوسيلة تستعمل للإعلام بالأسعار بوضع لافتة في واجهة المحل التجاري، تتضمن قائمة من السلع بحيث يُدوّن فيها سعر كل سلعة على حداً<sup>2</sup> بطريقة واضحة و سهلة الفهم<sup>3</sup>، لكن عادة ما نلاحظ استعمال هذه الوسيلة في الإعلام بأسعار الخدمات أكثر من السلع، خاصة في محلات تقديم الوجبات السريعة.

#### 2 - الإشهار:

إن الإشهار وان كان وسيلة لترويج المنتوجات بهدف زيادة المبيعات و تحقيق الربح<sup>4</sup> فان ذلك لا يمنع من اتخاذه كوسيلة لإعلام المستهلك<sup>1</sup>، وبخاصة أمام تطور وسائل الاتصال

<sup>1</sup> - أضاف النص العربي حرف " و" إلا أنه لا وجود له في النص الفرنسي:

( Par voie d'étiquetage, de marquage . )

<sup>2</sup> - د .حامق ذهبية :الرسالة السابقة ، ص 277.

<sup>3</sup> - YVES GUYON: op.cit , p 994.

<sup>4</sup> - وهو ما نصت المادة 3/ 3 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010، إذ عرّفت الإشهار بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع السلع أو خدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة."

ومختلف التكنولوجيات الحديثة، التي تُمكن المستهلك من الإلمام بخصائص المنتجات و كيفية استعمالها<sup>2</sup> بواسطة كل أداة اتصال تدرك بأحد الحواس سواء المرئية أو المكتوبة أو المسموعة أو اللوحات و الملصقات<sup>3</sup>، فعلى مستوى الجرائد مثلا يتم عادة الإشهار عن مختلف المنتجات كالسيارات أو أجهزة الإعلام الآلي النقال، الهواتف النقالة في الصفحات الخاصة بالإعلانات حيث تتضمن أهم الخصائص التي تميزها عن غيرها من المنتجات و أسعارها .

و تبنى المشرع الإشهار كوسيلة للإعلام في عدة نصوص قانونية خاصة:

أ- المرسوم التنفيذي 09-65<sup>4</sup> الذي جاء مطبقا لنص المادة 4/5 من القانون 02/04<sup>5</sup> .

ويقصد بالكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار طبقا للمادة 1/2 : طرق الإشهار حول الأسعار والتعريفات المتعلقة بالسلع و الخدمات التي تعتمد على استعمال وسائل إعلامية لاسيما الدعائم التقنية و التكنولوجية للإشهار و الاتصال ، لذا فالإشهار وفقا للنص السابق، يعتمد بطبيعة الحال على وسائل إعلام معينة<sup>6</sup>، حددتها المادة 3 على سبيل المثال، كدعائم الإعلام الآلي ( تيليماتيك) والوسائل السمعية البصرية والهاتفية واللوحات الالكترونية والدلائل والنشرات البيانية أو أية طريقة أخرى .

إذ تستعمل تلك الوسائل في بعض قطاعات النشاط و السلع و الخدمات التي تتطلب أسعارها كيفيات خاصة بالإعلام<sup>7</sup>، إلا أنها لم تحدد بموجب هذا المرسوم في انتظار صدور قرار وزاري من الوزير المختص طبقا للمادة 4 منه، مما يجعل هذا المرسوم عقيما نظرا لعدم إمكانية تطبيقه.

1 - وهو ما أشارت إليه عدة نصوص قانونية كالمادة 17 من القانون 03/09 و المادة 5 و 8 من القانون 02/04 التي نصت في مجملها على حرية اختيار الوسيلة الملائمة لتنفيذ الالتزام بالإعلام.

2 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 297.

3 - د. محمد بـودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 167 .

4 - مؤرخ في 7 فيفري 2009 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع و الخدمات المعنية.

5 - تنص المادة 4/5 : " تحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع و الخدمات المعنية عن طريق التنظيم".

6 - فالإشهار يقوم على ركنين: مادي و معنوي فالركن المادي يعتمد على استخدام أحد الأدوات أو الوسائل الإعلامية التي تدرك بالحواس.

7 - طبقا للمادة 2/2 من المرسوم التنفيذي 09-65.

وعلى العموم فإن المشرع جعل من الإشهار وسيلة للإعلام عن أسعار بعض المنتجات بحيث يتولى المتدخل إعلام المستهلك بطبيعة السلعة وكل العناصر المكونة للأسعار و التعريفات بصفة دقيقة ومفصلة كالاقتطاعات أو التخفيضات أو الانقاصات التي يستفيد منها والرسوم المطبقة<sup>1</sup>، قبل إبرام عقد البيع الاستهلاكي وهو ما يكفل تنوير إرادة المستهلك من خلال التعرف على السعر — دون أن يسأل البائع بالتالي يتجنب التعرض عند إبرام العقد إلى أي مفاجأة أو ضغط من البائع.

أ - المرسوم التنفيذي رقم 286/92<sup>2</sup> الذي تولى عملية تنظيم الإشهار لبعض المنتجات الصيدلانية<sup>3</sup> قصد الإعلام الطبي والعلمي الموجه لفتتين هما: عامة الناس أو للفئة المتخصصة من صيادلة و أطباء وكل موظفي قطاع الصحة .

و ما يُهمنا في هذا الصدد هو الإشهار الموجه للجمهور أي عامة المستهلكين، إذ حددت المادة 6 وما يليها الشروط الواجب توافرها في هذا النوع من الإشهار بسبب خطورته لتعلقه بالأدوية التي تمس مباشرة بصحة الإنسان.

ومن جملة هذه الشروط :

إلزامية الحصول على تأشيرة الإشهار، يقدمها الوزير المختص بعد استشارة لجنة مراقبة الإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية<sup>4</sup>، التي تتولى مراقبة مضمون الرسالة الإشهارية ومدى توافرها على الشروط المطلوبة قانونا.

من حيث مضمون الرسالة الإشهارية :

يجب أن تشمل الرسالة الإشهارية على البيانات التالية<sup>5</sup> :

- 1 - طبقا للمادة 5 من ذات المرسوم .
- 2 - المؤرخ في 6 يوليو 1992 المتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.
- 3 - لقد حظرت المادة 13 من المرسوم التنفيذي رقم 286/92 أعلاه الإشهار في بعض المنتجات الصيدلانية :
  - المنتجات التي لا يمكن الحصول عليها إلا بوصفة طبية.
  - تلك التي تحتوي على المخدرات أو مواد تؤثر على الحالة النفسية.
  - تلك المخصصة لمعالجة التالية : السلطان و السل و الأمراض الجنسية والأمراض المعدية الخطيرة، داء السكري العجز الجنسي والعقم و العمى.
- 4 - طبقا للمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 286/92 أعلاه .
- 5 - طبقا للمادة 15 من ذات المرسوم .

\* اسم المنتج متبوعاً بالتسمية المشتركة الدولية وفقاً لتوصيات المنظمة العالمية للصحة و في حالة عدم وجود تسمية تذكر التسمية المألوفة أو العلمية .

\* الإرشادات الطبية و الاحتياطات الواجب اتخاذها لحسن استعمال المنتج.

ويلاحظ في هذا الصدد تقييد المشرع عملية إشهار المنتجات الصيدلانية ببيانات إلزامية مثله مثل الوسم بسبب حساسية الإعلام في هذا النوع من المنتجات .

- يشترط في كل رسالة إشهارية ما يلي:

\* صياغتها بطريقة واضحة تعكس الطابع الترويجي لتلك الرسالة .

\* أن لا تخلق وهما في ذهن المستهلك بأنه دواء فعال قادر على الشفاء من دون وصفة طبية.

- من حيث الوسائل المستعملة للإشهار:

يتم الإشهار عن المنتجات الصيدلانية باستعمال الملصقات والمطويات والمعروضات المنصوبة في الصيدليات، حتى يتم الإشهار تحت إشراف الصيدلي وتقديم نصائح للمستهلك عند طلبها منه، لذلك يُحظر استعمال الوسائل التالية<sup>1</sup> :

\* قنوات الإذاعة و التلفزة إلا ما تعلق بالبرامج الوطنية للصحة العمومية .

\* بواسطة السفن و الطائرات .

\* الملصقات أو إشارات ضوئية في الأماكن العمومية.

\* في الدوريات المخصصة للأطفال .

\* تنظيم مناظرات اشهارية .

لذا حدد هذا القانون الوسائل المعتمدة في الإشهار نظراً لخصوصية هذا النوع من المنتجات و ما قد ينجم عن فتح باب الحرية في اختيار الوسائل المعتمدة في الإشهار من أضرار قد تمس صحة المستهلك .

إن الإشهار وسيلة قانونية لها إيجابياتها في إعلام جمهور المستهلكين على نطاق واسع إلا أنه لا ينبغي التوسع في اعتماده كطريقة للإعلام بكـ ل المعلومات المتعلقة بالمنتج

<sup>1</sup> - طبقاً للمادة 17 من المرسوم التنفيذي رقم 286/92 أعلاه.

و العملية العقدية، لذا يجب حصرها في الإعلام بالأسعار لأنه من البيانات الواضحة التي تصل إلى علم المستهلك بمجرد إظهارها، على عكس المعلومات الخاصة بالمنتج التي يمكن أن يغلب عليها الطابع الترويجي ومن ثمة يمكن التماهي في تبيان إيجابياته وطمس المخاطر التي تكتنفها خوفاً من إحجام المستهلك عنها<sup>1</sup> مع مراعاة الإشهار في بعض السلع، كالمنتجات الصيدلانية التي تكفل القانون بتحديد كيفية الإشهار فيها ووضع شروطا تضمن حماية سلامة المستهلك من الخطورة التي تشكلها حرية الإشهار في هذا النوع من المنتجات.

### 3 - الشكلية الإعلامية :

فرض القانون عند إبرام العقود الاستهلاكية شكليات معينة، تضمن إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالعقد المزمع إبرامه، سواء أكان في شكل عقود نموذجية أو بإيراد بيانات إلزامية<sup>2</sup> مع منحه فرصة للتفكير لاتخاذ القرار المناسب.

#### أ - الشكلية:

كرس القانون مبدأ الكتابة في العقود<sup>3</sup> خروجاً عن قاعدة الرضائية المعروفة في القانون المدني<sup>4</sup>، بهدف حماية إرادة المستهلك من خلال قراءة العقد المكتوب وما يحتويه من بنود ثم اتخاذ القرار المناسب بقبول إبرامه أو الانصراف عن ذلك<sup>5</sup>.

و تظهر الشكلية في صورتين:

#### 1أ - العقود النموذجية:

إن قراءة القوانين المتعلقة بحماية المستهلك، توضح تبني المشرع لمبدأ كتابة العقود الاستهلاكية<sup>6</sup> في شكل نماذج معينة، اصطلاحاً على تسميتها بالعقود النموذجية<sup>7</sup> وتدخّله في تحديد بياناتها الإلزامية لعدم ثقته في المتدخل الذي يُشكل الطرف الثاني من العقد<sup>1</sup>.

1 - د . حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 302.

2 - د. السيد محمد عمران: المرجع السابق، ص 84، د . حاسق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 282 .

3 - على سبيل المثال: اشترطت المادة 20 من القانون 03/09 أن يكون عقد القرض الاستهلاكي مكتوباً.

4 - MICHELE VANWIJCK, ALEXANDRE, PATRICK WERY: op.cit, p 352.

5 - JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit, p59.

6 - إن لهذه الشكلية وظيفتين تنصب في نقطة واحدة وهي حماية المستهلك وتتمثل في:  
\* شكلية للإثبات: أي لإثبات المعاملة بين المتدخل والمستهلك وإمكانية رجوع الثاني على الأول في حالة عدم تنفيذ التزاماته.  
\* شكلية للإعلام: أي إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالعملية العقدية.

7 - لمزيد من التفصيل أنظر: د . أحمد عبد الرحمان الملحم : نماذج العقود ووسائل مواجهة الشروط المحجفة فيها مجلة الحقوق ، يونيو 1992، عدد 1 و2 ، ص 240 .

وتولت المادة 4/3 من القانون 02/04 تعريف العقد بأنه: " كل اتفاق أو اتفاقية تهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه.

يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع لشروط البيع العامة المقررة سلفا "

فالعقد النموذجي طبقا للمادة 4/3 هو عقد موجه لعامة الناس في شكل مطبوعة معدة مسبقا من قبل المتدخل بطبيعة الحال<sup>2</sup> وبصفة منفردة بحيث يتعين على المستهلك قبوله أو رفضه<sup>3</sup>.

لذا يجد المستهلك نفسه لا محالة مُدعنا للبند المنصوص عليها والموضوعة بالإرادة المنفردة للطرف الثاني، لذا وقصد حمايته من الشروط التعسفية، أوجبت المادة 3 من المرسوم التنفيذي 306/06<sup>4</sup>، تضمين هذه العقود بمجموعة من البيانات الجوهرية التي يجب أن يعلمها المستهلك وهي :

- خصوصيات السلع و/ أو الخدمات و طبيعتها.
- الأسعار والتعريفات.
- كفاءات الدفع .
- شروط التسليم و آجاله.
- عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم.
- كفاءات الضمان ومطابقة السلع و/ أو المنتوجات .
- شروط تعديل البنود التعاقدية.
- شروط تسوية المنازعات.

<sup>1</sup> - STEPHANE PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit, p57 .

<sup>2</sup> - إذ لا يتصور أن يتم تحريره من قبل المستهلك لأنه لا يملك لا القوة الاقتصادية ولا المعرفية التي تمكنه من ذلك.

<sup>3</sup> - د . أحمد عبد الرحمان الملحم : المقالة السابقة ، ص 246.

<sup>4</sup> - المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية.

- إجراءات فسخ العقد.

إلا أن هذه النصوص تظل غير فعّالة بسبب عدم وجود جزاءات قانونية<sup>1</sup>، تحدد مصير تلك البنود التعسفية التي لا يعلم بها المستهلك بسبب تقصير المتدخل في التزامه بالإعلام، الأمر الذي يجبرنا على العودة إلى القواعد العامة بالتالي فهذه القواعد الخاصة جاءت مفرغة من محتواها.

لكن بقراءة بعض النصوص القانونية الخاصة و المرتبطة بموضوع حماية المستهلك: كالمادة 10<sup>2</sup> من المرسوم التنفيذي 266/90<sup>3</sup> والمادة 13 من القانون 03/09 التي تنص على إمكانية إبطال كل شرط بعدم الضمان فهل يمكن تعميم هذا الجزاء على مخالفة أحكام المرسوم تنفيذي رقم: 306/06 أم نتقيّد بقاعدة: " لا بطلان إلا بنص " ؟

لذا وجب على المشرع الجزائري أن يُرتب جزاء قانوني على وجود مثل تلك الشروط التعسفية في العقد بإبطالها بقوة القانون بموجب نص خاص، ضمنا لفعالية نصوص المرسوم التنفيذي 306 /06 السالف الذكر في حماية المستهلك.

## أ2 - البيانات الإلزامية:

أصبح المشرع يتدخل في العلاقات العقدية التي تربط المستهلك بالمتدخل قصد توفير حماية كافية له، بتحديد البيانات التي يجب توافرها في العقد، وإلا ترتب على ذلك جزاءات قانونية صارمة<sup>4</sup> إذ تمكنه من معرفة كل العناصر التي تحدد بدقة الالتزامات المتبادلة بين أطراف العقد الأمر الذي يساعده على حسم موقفه بين التعاقد أو الإحجام على ذلك .

<sup>1</sup> - لا نتحدث عن الجزاءات الجزائية الرادعية، بل تلك المتعلقة بالعملية العقدية في الشق المدني .

<sup>2</sup> - نصت المادة 10: " يبطل كل شرط بعدم الضمان و يبطل مفعوله .

والمراد بشرط عدم الضمان هو كل شرط يحد من التزامات المحترف القانونية أو يستبعدا .

<sup>3</sup> - مؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات.

<sup>4</sup> - STEPHANE PIEDELIEVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : op.cit, p 58  
PHILIPPE MALINVAUD : article précité , p54.

والأمثلة على ذلك :

- البيانات المتعلقة بشهادة الضمان:

يجب على البائع أن يقدم للمستهلك شهادة ضمان إجباريا في بعض المنتجات<sup>1</sup> طبقا للمادة 14 من المرسوم التنفيذي رقم 266/90<sup>2</sup> والتي يجب أن تتضمن المعلومات الآتية:

- اسم الضامن و عنوانه.

- رقم الفاتورة أو تذكرة الصندوق وتاريخهما.

- نوع المنتج المضمون، لا سيما نمطه و صنفه ورقمه التسلسلي .

- سعر المنتج المضمون .

- مدة الضمان.

- المتنازل له بالضمان عند الاقتضاء.

- العبارة الآتية: " يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال".

و حددت المادة<sup>3</sup> 5 بيانات أخرى كالبيانات التي تُعرّف بكل من البائع و المشتري وشروط الضمان<sup>4</sup>.

لذا فإن هذه الشهادة تُمكن المستهلك من العلم بكل التفاصيل التي تخص حقه في الضمان

ومن ثم يسهل عليه الرجوع على المتدخل في حالة ظهور عيب في المنتج، إلا انه ما يلاحظ غياب أي جزاء قانوني على عدم تقديم هذه الوثيقة للمستهلك وهو ما يحدث في حياتنا اليومية، مما يصعب عليه إثبات أية علاقة قانونية تربطه بالمتدخل.

<sup>1</sup> - حدد القرار المؤرخ في 10 ماي 1994 التي يتضمن كفاءات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 266/90 قائمة المنتجات التي يجب ترفق بشهادة و مدة الضمان في الملحق الأول منه وعددها 24 كأجهزة الطبخ و التبريد و التجميد و التسخين و التكييف الهوائي و تسجيل الصوت و نقله و آلات الخياطة و الغزل.

<sup>2</sup> - المتعلق بضمان المنتجات و الخدمات.

<sup>3</sup> - من القرار المؤرخ في 10 ماي 1994 التي يتضمن كفاءات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم 266/90.

<sup>4</sup> - حدد الملحق الثاني من القرار السابق نموذجا من شهادة الضمان التي تتكون من وجه و ظهر يتضمن بيانات إلزامية.

ب - استفادة المستهلك من فرصة للتفكير:

لقد تظنّ المشرع الجزائري إلى وجود ممارسات تتعمّد استقطاب المستهلك لإبرام العقد بسرعة دون أن يتفطن لما يتضمنه من بنود، لو علم بها مسبقا لما وافق على الدخول في تلك العلاقة التعاقدية<sup>1</sup>.

لذا وقصد حمايته من الوقوع في هذه المواقف منحه الحق في الاستفادة من مهلة للتفكير و فحص العقد، حتى يتمكن من إبرامه عن دراية و تبصر<sup>2</sup> وهو ما نصت المادة 4 المرسوم التنفيذي 306/06<sup>3</sup> : " يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة و الخاصة لبيع السلع و/ أو تأدية الخدمات و منحهم مدة كافية لفحص العقد و إبرامه"، إلا أن هذا النص لم يحدد هذه المدة، لذا سيتولى أمر تحديدها المتدخل بطبيعة الحال.

فللشكالية الإعلامية تضمن من الناحية النظرية إمكانية التعاقد عن دراية لما تتضمنه من بيانات مكتوبة خاصة العقود المحررة من قبل الموثق، إذ يُمكن للمستهلك الرجوع إليه و استفساره عن كل غموض قد يثور في ذهنه باعتباره شخصا محايدا عن أطراف العقد.

إلا أن الإشكال يثور بالنسبة للعقود التي يستفرد المتدخل بتحريرها، إذ يعتمد صياغتها بطريقة معقدة، مما يؤدي إلى عدم فهمها من قبل المستهلك وهو ما يولد لديهم شعورا بعدم جدوى قراءتها<sup>4</sup>، لذا فنماذج العقود حقيقة لا تقرأ و إن قرأت لا تفهم<sup>5</sup>، وهذا راجع إلى طريقة الصياغة التي تستعمل نصوص قانونية التي يستعصي على أهل الاختصاص فهمها<sup>6</sup> أو وضع البنود الجوهرية في مكان ثانوي لا ينتبه له المستهلك، فيمضي على العقد دون أن يعلم بوجودها<sup>7</sup>.

1 - أ . الحسين بلحساني :المقالة السابقة، ص 17.

2 - عزيزي جميلة : الرسالة السابقة، ص 91.

3 - المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية.

4 - د . أحمد عبد الرحمان الملحم : المقالة السابقة، ص 263.

5 - نفس المقالة، ص 251 .

- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ : op. cit, p 59.

6 - د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي " :المرجع السابق ص 88.

7 - د . أحمد عبد الرحمان الملحم : المقالة السابقة ، ص 263.

وحتى و إن تمكن من فهمها فانه لن يتمكن من فعل أي شيء، لأنه لا يملك الأدوات القانونية التي تمكنه من إبطال تلك الشروط لانتهاء أي جزء قانوني على وجود شرط تعسفي في العقد.

تؤدي كل وسيلة من الوسائل القانونية التي سلف ذكرها: الوسم و المعلقات و الإشهار و الشكلية الإعلامية دورا ايجابيا في تنفيذ الالتزام بالإعلام، إلا أنه لا يمكن الاعتماد على وسيلة واحدة فقط، لعدم إمكانها تغطية كل عناصر الالتزام بالإعلام، لذا يمكن استعمال الوسم كوسيلة للإعلام عن المعلومات المتعلقة بالمنتوج، أما المعلقات و الإشهار فيستحسن استخدامها للإخبار عن الأسعار في حين تستعمل الشكلية الإعلامية للإعلام عن شروط العقد المزمع إبرامه .

### الفرع الثاني: أوصاف الالتزام بالإعلام

اشتترطت قوانين حماية المستهلك في الإعلام الذي تنقله مختلف الوسائل التي يستعملها المتدخل، أوصاف قانونية معينة تضمن إيصال إعلام موضوعي يؤمن سلامة إرادة المستهلك و سلامته جسمه و ماله و تحقيق رغباته المشروعة.

وتكفل القانون 03/09<sup>1</sup>، تحديد تلك الأوصاف في نص المادة 18 التي تنص على أنه: " يجب أن تحرر بيانات الوسم و طريقة الاستخدام و دليل الاستعمال و شروط ضمان المنتج و كل معلومة أخرى منصوص عليها في التنظيم الساري المفعول باللغة العربية أساسا و على سبيل الإضافة، يُمكن استعمال لغة أو عدة لغات أخرى سهلة الفهم من المستهلكين و بطريقة مرئية و مقروءة و متعذر محوها " .

بالإضافة إلى نصوص تنظيمية أخرى، إلا أنه ما يلاحظ على المادة 18 أنها وضعت الأوصاف الواجب توافرها في المعلومات التي ينقلها الوسم دون بقية الوسائل الأخرى وكان من الأجدر أن تشمل كل تلك الوسائل مادام أن المادة 17، قد تبنت مبدأ التعدد في وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام.

و على العموم يجب أن يكون الإعلام مكتوبا باللغة العربية وبلغه أخرى، مرئيا و مقروءا و متعذر محوه و أن يكون كاملا و كافيا.

<sup>1</sup> - المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش.

أولاً: أن يكون الإعلام مكتوباً باللغة العربية و بلغة أخرى

لا يمكن للمستهلك أن يفهم المعلومات التي تنقلها إحدى وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام إلا إذا كانت مكتوبة باللغة التي يفهمها المستهلك الجزائري وهي اللغة العربية، لأنها اللغة الوطنية والرسمية في الدولة الجزائرية، طبقاً للمادة 3 مكرر من الدستور<sup>1</sup> التي تنص: " اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية".

فاستعمال اللغة العربية يسمح للمستهلك فهم مختلف البيانات المتعلقة بالمنتج والعملية العقدية ككل، الأمر الذي يُمكنه من اختيار المنتج الذي يتواءم وحاجاته ورغباته والاستفادة منه وهو يعلم بكل صفاتها الأساسية وطريقة استعمالها والإحتياجات الواجب اتخاذها وحماية نفسه من كل الأخطار محتملة الوقوع في حالة عدم الاستعمال السليم لها، و يضمن أيضاً حماية لغتنا العربية من غزو المصطلحات الأجنبية<sup>2</sup>.

وينطبق الأمر ذاته على السلع المستوردة من الخارج، إذ يلتزم المستورد بوضع بطاقة على المنتج تتضمن بيانات معينة مترجمة باللغة العربية وهو ما نصت عليه المادة 22 من القانون رقم 05/91<sup>3</sup> التي تنص على أنه: " تكتب باللغة العربية الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات و جميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة والمسوقة في الجزائر".

ويمكن استعمال إلى جانب اللغة العربية لغة أجنبية أخرى سهلة الفهم للمستهلك وهي عادة اللغة الفرنسية، ثم اللغة الانجليزية وان كانت قليلة الاستعمال.

**ثانياً: أن يكون الإعلام مرئياً و مقروءاً و متعذر محوه.**

لابد من أن تكون البيانات التي تنقلها إحدى وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام ظاهرة وسهلة القراءة و متعذرة المحو طبقاً للمادة 18 من القانون 03/09: " يجب أن تحرر بيانات الوسم و طريقة الاستخدام و دليل الاستعمال و شروط ضمان المنتج بطرقة مرئية و مقروءة و متعذر محوها".

<sup>1</sup> - المعدل و المتمم بموجب القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008 .

<sup>2</sup> - د. محمد بودالي: حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي": المرجع السابق ص 82، د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 266 .

<sup>3</sup> - المؤرخ في 16 جانفي 1991 و المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية رقم 03، الصادرة في 16 جانفي 1991.

وهو ما نصت عليه المادة 5 من المرسوم التنفيذي رقم 1484/05<sup>1</sup> : " يجب أن بيانات الوسم باللغة العربية وتسجل في مكان ظاهر وبطريقة تجعلها مرئية وواضحة القراءة ومتعدراً محوها في الشروط العادية للبيع "

و المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90<sup>2</sup>: " يجب أن تكون بيانات الوسم مرئية وسهلة القراءة و متعدراً محوها " .

لذا يجب أن تكون البيانات محل الإعلام ظاهرة، أي يمكن للمستهلك الإطلاع عليها بمجرد النظر إليها<sup>3</sup> ولا يتأتى ذلك إلا إذا بكتابتها بحروف ظاهرة و بحجم مناسب<sup>4</sup>، ووضعها في مكان يُمكن المستهلك من قراءته<sup>5</sup>، بطباعتها على المنتج مباشرة أو التغليف أو على بطاقة تلصق بإحكام على المنتج أو التغليف ويمنع كتابة كلمة فوق أخرى أو إضافة على الوسم<sup>6</sup>.

أما بالنسبة للبيانات المتعلقة بالتحذير فيجب كتابتها بخط و لون يختلف عن كتابة ولون البيانات الأخرى كالمكونات وطريقة الاستعمال<sup>7</sup>، و عبارات واضحة وخالية من أي تعقيد أو لبس<sup>8</sup>.

- 1 - المؤرخ: في 22 ديسمبر 2005، يعدل ويتم المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 والمتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها.
- 2 - المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها .
- 3 - د. محمد شكري سرور : المرجع السابق، ص 28 .
- 4 - لا يتعلق الأمر فقط بالبيانات المتعلقة بالوسم بل بالمعلقات أو الإشهار بالأسعار أو الشروط التعاقدية التي تتضمنها العقود النموذجية الموقعة من قبل المستهلك .
- 5 - يستعمل بعض التجار حيلة معينة قصد تغليب المستهلك و عدم إعلامه بالأسعار بكتابتها بطريقة غير واضحة وتعليقها في مكان غير ظاهر داخل المنتج مثلاً.
- 6 - طبقاً للمادة 5 مكرر من المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها.
- 7 - د . حامق ذهبية: الرسالة السابقة ، ص 264.
- كالم حبيبية : الرسالة السابقة ، ص 34، جردود الياقوت : المقالة السابقة، ص 46 .
- 8 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 25، د. قادة شهيدة: المرجع السابق، ص 115 د. زاهية سي يوسف : المرجع السابق، ص 154، أ . ناصر فتيحة : القواعد الوقائية لتحقيق أمن المنتجات الغذائية و الصيدلانية، مجلة العلوم القانونية و الإدارية، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، عدد خاص، أبريل 2005 ص 135.

## ثالثاً: أن يكون الإعلام كاملاً و كافياً

لا يمكن للإعلام الذي يقدمه المتدخل بواسطة الوسيلة الملائمة<sup>1</sup> أن يؤدي دوره في حماية إرادة المستهلك و سلامته، ما لم يكن كاملاً وكافياً، لذلك تولى القانون تحديد تلك البيانات<sup>2</sup> خاصة المتعلقة بالوسم، بصفة أمرة في عدة مراسيم تنظيمية، سواء أعلق الأمر بالمنتجات الغذائية أو الصناعية، بحيث يترتب على إغفال أي بيان منها جزاءات قانونية صارمة.

إلا أنه ورغم الضبط القانوني لمختلف تلك البيانات، إلا أنها تظل ناقصة وغير كافية لإعلام المستهلك فعلى سبيل المثال، البيان المتعلق بتحديد تاريخ صلاحية المنتج الغذائي<sup>3</sup> غير كافي إذ يتوجب على المنتج تبيان الأضرار الناجمة عن استعماله بعد هذا التاريخ<sup>4</sup>، والبيانات المتعلقة بمكونات بعض المنتجات الغذائية، إذ يجب ذكر ما إذا كان المنتج طبيعياً أو معدل جينياً لما لها من تأثير على صحة بعض الأشخاص كالمرأة الحامل مثلاً وتعيين الإضافات الغذائية بأسمائها العلمية ورموزها لتسهيل فهمها من قبل المستهلك.

أما بالنسبة للبيانات المتعلقة بالمنتجات الخطرة فلا يجوز للمنتج أن يذكر بعضها ويُغفل بعضها الآخر: كأن يذكر الاحتياطات الواجب اتخاذها دون أن يبين الخطر المحتمل وقوعه في حالة عدم مراعاتها خوفاً من انصراف المستهلك عنها<sup>5</sup>، لذا لا يعد كافياً مجرد تبيان ضرورة استعمال القناع عند عملية الرش لمبيد الحشرات، بل يجب زيادة على ذلك ذكر خطر الاختناق في حالة عدم استعماله<sup>6</sup>.

لذا متى توافر الإعلام الذي توصله إحدى الوسائل القانونية المستعملة من قبل المتدخل على الأوصاف القانونية السابق ذكرها، تمكن المستهلك من استقاء حقه في الإعلام وما يحققه من تأمين سلامة إرادته وجسمه وماله و ضمان مطابقة المنتج لرغباته المشروعة.

1 - سواء أكانت وسماً أو معلقة أو إشهاراً أو شكلية إعلامية.

2 - خوفاً من أن ينساق المتدخل وراء رغبته في تحقيق الربح على حساب المستهلك.

3 - المادة 6 من المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 484/05 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها.

4 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 26.

5 - نفس المرجع، ص 26.

6 - نفس المرجع، ص 26.

## المبحث الثاني: جزاء عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي

لما كان كل من المتدخل والمستهلك مرتبطان بعقد البيع الاستهلاكي، فإنه من المنطقي تحميل المتدخل المقصر في تنفيذ الالتزام بالإعلام جزاءات مدنية متعلقة بالعقد، إلا أنه إلى جانب ذلك فرضت الدولة جزاءات متعلقة بقمع الغش - على اعتبار أنها حملت على عاتقها واجب حماية المستهلك - وهي جزاءات من طبيعة خاصة، تعمل على حمايته قبل وقوع أي ضرر. لذا سنتناول في المطلب الأول الجزاءات المدنية ثم الجزاءات المتعلقة بقمع الغش في المطلب الثاني.

### المطلب الأول: الجزاءات المدنية

إذا كان القانون قد وضع نص عام يكرس الالتزام بالإعلام في كل العقود الاستهلاكية، فإنه في الوقت ذاته أغفل تحديد الجزاءات المدنية المترتبة على الإخلال بتنفيذه، مما يجبرنا إلى الرجوع للقواعد العامة في القانون المدني وهي تختلف حسب الوجهة التي ينظر منها وعلى العموم فإنها لا تخرج عن إمكانية إبطال العقد أو إقامة المسؤولية المدنية للمتدخل.

### الفرع الأول: مدى إمكانية إبطال عقد البيع الاستهلاكي

إن التنفيذ الصحيح للالتزام بالإعلام في المرحلة السابقة على إبرام العقد وفقاً للشروط التي حددها القانون، يكفل سلامة إرادة المستهلك بما يضمن تحقيق الغاية من التعاقد بتلبية حاجاته المشروعة، إلا أنه في الحالة المعاكسة فإن الإخلال بتنفيذه يؤثر مباشرة على صحة رضائه، فما مصير هذا العقد؟ بمعنى آخر هل يمكن للمستهلك طلب إبطاله لإعادة الحال إلى ما كان عليه؟ وعلى أي أساس؟

أولاً: إبطال العقد على أساس نظرية عيوب الإرادة

إن الإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام من شأنه أن يُعيب الإرادة بأحد العيوب<sup>1</sup> كالغلط و التديس لارتباطهما الوثيق بهذا الالتزام<sup>2</sup> الذي يهدف إلى تبصير الإرادة و تنويرها.

### 1 - الغلط :

إذا لم يُعلم المتدخل المستهلك بكل المعلومات المحددة قانونا باستخدام الوسائل القانونية الملائمة، سيؤدي ذلك إلى تكوين تصور مخالف للحقيقة كعدم تتطابق المعلومات المدونة على الوسم مع تركيبته، مما يدفعه إلى شراء ه ظنا منه أنه المنتج التي يحتاجه<sup>3</sup>.

وقد حددت عدة نصوص قانونية كيفية الوسم لتفادي وقوع المستهلك في غلط نذكر منها المادة<sup>48</sup> من المرسوم التنفيذي 367/90 التي نصت على أنه : " يجب أن يرتبط الوسم مع تسمية المادة أو قرب هذه الأخيرة مباشرة، بالبيان أو البيانات الضرورية لتفادي خلق لبس لدى المستهلك فيما يخص طبيعة المنتج والشروط الدقيقة لصنعه بما في ذلك محيط تعبئته وطريقة عرضه والحالة التي يوجد فيها أو نوع المعالجة التي أدخلت فيها" فعدم تقيّد المتدخل بهذه الشروط سيخلق لبسا في ذهن المستهلك وبالتالي وقوعه في الغلط .

بل ذهب الفقه و القضاء المقارن إلى ابعده من ذلك بإمكانية إبطال العقد نتيجة عدم حصول المستهلك على الفائدة التي كان يريها من التعاقد، وهو ما قضت به محكمة استئناف باريس من بطلان بيع آلة للطباعة لعدم تمكن المشتري من الحصول على النماذج التي قررها البائع في النشرة المرفقة إلا بعد شراء معدات أخرى<sup>5</sup> .

وإذا كانت النصوص المتعلقة بحماية المستهلك تعترف بوجود الغلط بسبب الإخلال بتنفيذ الالتزام بالإعلام، فإنه من الصعب إثباته بناء على الشروط التي تملئها القواعد العامة بان يكون

<sup>1</sup> - وفي هذا الشأن صدر قرار عن محكمة النقض الفرنسية يتضمن ما يلي: " إذا كان المبدأ في إطار القانون الجنائي المتعلق بقمع الغش هو شرعية الجرح و العقوبات، فإن الجزاء المدني المطبق على الإخلال بالالتزام بالإعلام لا يحتاج إلى نص خاص، وإنما يمكن تطبيق قواعد القانون المدني وكذا القواعد الخاصة بعيوب الرضا، كلما أخل المهني بالالتزام العام بإعلام المستهلك، د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 290.

<sup>2</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المـرجع السابق، ص 340.

<sup>3</sup> - د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 290.

<sup>4</sup> - عدلتها المادة 10 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005.

<sup>5</sup> - د . حمدي أحمد سعد: المـرجع السابق، ص 340.

جوهريا و مؤثرا ومقترنا بعلم المتعاقد الآخر طبقا للمادة 81 و82 من التقنين المدني، لأنها مرتبطة بأمر نفسية داخلية صعبة الإثبات<sup>1</sup>، وهو ما يحول دون الحماية الفعالة للمستهلك.

ولذا قصد إدخال بعض المرونة على هذه القواعد، اعتبر الفقه قرينة علم المتدخل بكل المعلومات المتعلقة بالعقد تكفي وحدها للدلالة على وقوع المستهلك في غلط بمجرد عدم إعلامه وفقا للكيفيات التي حددها القانون<sup>2</sup>.

## 2 - التدليس:

يمكن أن يظهر التدليس في مظهرين:

### أ - المظهر الايجابي:

يعتمد المتدخل على وسائل معينة أثناء تنفيذ التزامه بالإعلام، فتنقل إلى المستهلك معلومات لا تتطابق مع الحقيقة كالمعلومات المتعلقة بكمية المنتج أو قابلية استعماله أو مدة صلاحيته أو خصائصه أو مميزات أو تركيبه بواسطة الغش في الميزان أو وضع كتيبات أو نشرات كاذبة ويكون المتدخل في هذه الحالة قد ارتكب جريمة الإعلام الخادع الذي جرّمته المادة 68 من القانون 03/09 أو عن طريق استعمال وسائل الإعلام، فنكون أمام جريمة الإشهار الكاذب الذي جرّمته هو أيضا المادة 28 من القانون 02/04، وفي هذا الصدد نصت المادة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 366/90<sup>3</sup> بقولها: "يمنع طبقا للمادة 3 من القانون رقم 02/89، استعمال أي إشارة أو أي علامة أو أي تسمية خيالية، أو أي طريقة للتقويم أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل ليسا في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة المنتج و تركيبه ونوعيته الأساسية ومقدار العناصر الضرورية فيه، وطريقة تناوله، وتاريخ صناعته و الأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه و مقداره واصله".

### ب - المظهر السلبي:

1 - د. عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 271.

2 - أ. عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 382.

3 - المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية و عرضها.

هو امتناع المتدخل عن إعلام المستهلك بالمعلومات المحددة قانونا وهو ما يسمى بالكتمان التديليسي، إذ يستغل عدم علمه ويسكت عن إخباره ببعض المعلومات<sup>1</sup> بحيث لو علم بها مسبقا لما أقدم على اقتناء المنتج .

ولكي يتمكن المستهلك من إبطال عقد البيع الاستهلاكي فعليه أن يُثبت تحقق الركنين المادي و المعنوي للتدليس طبقا للمادة 86 من التقنين المدني، وهو أمر جد صعب حيث لا يُطرح الإشكال بالنسبة للركن المادي بقدر ما يطرح بالنسبة لصعوبة إثبات نية التضليل والخداع لأنها أمر غير ملموس، لذا ارتأى الفقه القانوني إلى افتراض تلك النية متى توفرت في المدلس صفة المتدخل لوجود قرينة قانونية قاطعة على علمه بكل المعلومات التي تخص المنتج وعدم إعلامه بها لدليل على سوء نيته<sup>2</sup> .

وحاول فقهاء القانون سد الفجوة المتعلقة بصعوبة إثبات كل من الغلط والتدليس بافتراض توافر أركانها، نظرا للمركز القوي الذي يحوزه المتدخل وافتراض علمه بكل المعلومات التي يلتزم بإعلامها للمستهلك، إلا أنها تبقى مجرد محاولات يرتبط نجاحها بوضع نص قانوني خاص فكان على المشرع الجزائري لما قرر استقلالية الالتزام بالإعلام كالتزام قانوني قائم بذاته أن ينص على جزاء مدني متعلق بالعقد في حالة عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام.

### ثانيا: إبطال العقد على أساس العلم الكافي بالمبيع:

كرسته المادة 352 من التقنين المدني التي نصت على أنه: " يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه".

فإذا لم يعلم البائع المشتري بالأوصاف الأساسية للمبيع، جاز للمشتري أن يطلب إبطال العقد المبرم على أساس المادة 352، حتى ولو لم تصب إرادته بأي عيب من عيوب الإرادة، إذ

<sup>1</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد " نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام"، المرجع السابق ص347.

<sup>2</sup> - د. احمد محمد محمد الرفاعي : المرجع السابق، ص 179، د. السيد محمد عمران: المرجع السابق، ص 167 د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 289.

- PHILIPPE MALINVAUD : article précité, p 59.

يُعى المشتري من إثبات شروط الغلط أو التدليس، بحيث يقوم حقه في الإبطال بمجرد اثبات خلو العقد من الصفات الأساسية للمبيع<sup>1</sup>.

وعلى الرغم من تشابه كل من الالتزام بالإعلام والعلم الكافي بالمبيع واشترائهما في هدف واحد وهو تبصير الإرادة، إلا أن الإشكال يكمن في نقطتين:

#### أ - من حيث المضمون:

ورد نص المادة 352 في صيغة عامة، إذ لم يحدد بدقة المعلومات محل الإعلام على عكس الالتزام بالإعلام الذي تكفلت بضبط مضمونه عدة نصوص قانونية آمرة، مما يصعب مهمة القاضي عند التأكد من عدم تحقق العلم الكافي لتقدير إمكانية إبطال العقد من عدمه.

#### ب - من حيث الأشخاص:

اقتصرت المادة 352 على أطرافه التقليديين "البائع والمشتري" دون أن تستوعب بقية الأشخاص المدنيين به كالمنتج والمستورد و البائع الموزع، وبخاصة وأن مسؤوليتهم على سبيل التضامن طبقاً للمادة 17 من القانون 03/09.

لذا فقصد إمكانية الاعتماد على نص المادة 352، يجب إعمالها بالموازاة مع المادة 17 من القانون 03/09 و النصوص المنظمة لها و إدماجها معاً، أي تطبيق المادة 17 من عند تحديد مضمون الالتزام بالإعلام و اللجوء إلى المادة 352 قصد إبطال عقد البيع الاستهلاكي.

إن الجزء المتعلق بإبطال العقد لا يكون دائماً في مصلحة المستهلك لأنه قد يتعرض إلى أضرار جسيمة تمس سلامة جسمه و ماله، مما يدفعه إلى محاولة إثبات المسؤولية المدنية للمتدخل لجبر الضرر الذي أصابه.

#### الفرع الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل

تُعرف المسؤولية المدنية بأنها: "مركز قانوني يسبغه القانون على الشخص عندما يخل بالالتزام قانوني أو عقدي بدون حق يقره القانون"<sup>2</sup>، لذا وفقاً لهذا التعريف فالمسؤولية المدنية تنقسم إلى نوعين: عقدية و تقصيرية.

<sup>1</sup> - د. عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 279.

<sup>2</sup> - د. أنور طلبة: المسؤولية العقدية، الجزء 1، الطبعة 1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2005، ص 7.

وتتخذ عملية تحديد طبيعة المسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ المتدخل لالتزامه بإعلام المستهلك أهمية كبرى بسبب اختلاف النظام القانوني لكل منهما<sup>1</sup>، إذ لا يجوز الجمع بين المسؤوليتين على أساس أن الضرر الواحد، لا يمكن تعويضه مرتين لان الغاية هو إصلاح الضرر لا إثراء المضرور<sup>2</sup> أو أن يختار المضرور من كل نظام ما يناسبه من قواعد<sup>3</sup>، لذا سنحدد فيما يلي طبيعة هذه المسؤولية ثم نبين شروطها الواجب توافرها و كيفية نفيها.

أولاً: طبيعة المسؤولية المدنية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي :

متى أخلّ المتدخل بالتزامه بإعلام المستهلك ونجم على ذلك ضرر، فإنه تقوم مسؤوليته المدنية، إذ انه عادة ما يتم اكتشاف عدم تنفيذه لالتزامه بعد إبرام العقد، أي الإخلال بتنفيذ التزام قانوني في إطار علاقة عقدية<sup>4</sup> "عقد البيع الاستهلاكي"، فما طبيعة هذه المسؤولية؟ إن الإجابة عن هذا السؤال تقتضي التعرض إلى تكييف هذه المسؤولية من وجهة نظر الفقه ثم القانون .

<sup>1</sup> - \* من ناحية الأهلية: يشترط توفر الأهلية لكاملة في المسؤولية العقدية ، لكن يكفي الأهلية التمييز في المسؤولية التقصيرية وفقا للمادة 125 من التقنين المدني.

\* من حيث مدى تعويض الضرر: إن التعويض لا يغطي إلا الضرر المتوقع إلا في حالتي الغش و الخطأ الجسيم وفقا للمادة 2/182، إلا انه في المسؤولية التقصيرية فان التعويض يشمل الضرر المتوقع و غير المتوقع طبقا للمادة 182 من القانون المدني.

\* من حيث التضامن: لا يفترض التضامن في المسؤولية العقدية إلا بموجب اتفاق أو نص قانوني طبقا للمادة 217 على عكس في المسؤولية التقصيرية فهي تفترض أي انه يقوم بقوة القانون وفقا للمادة 127 من القانون المدني.

\* من حيث الإعفاء من المسؤولية: يمكن الاتفاق على الإعفاء من المسؤولية أو التخفيف منها عدا في حالتي الغش و الخطأ الجسيم في المسؤولية العقدية طبقا للمادة 178 من القانون المدني ، إلا انه يقع باطلا مثل هذا الاتفاق في المسؤولية التقصيرية طفا للمادة 3/178 من القانون المدني .

<sup>2</sup> - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام " الجزء 2، الطبعة 3 منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت ، 2005، ص 857 ، د. مصطفى العوجي: القانون المدني

" المسؤولية المدنية"، الجزء 2، الطبعة 2، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت ، 2004، ص 136، د. محمود جلال حمزة العمل غير المشروع باعتباره مصدرا للالتزام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1985، ص 20.

<sup>3</sup> - د. مصطفى العوجي : القانون المدني " المسؤولية المدنية"، المرجع السابق، ص 136.

<sup>4</sup> - د. أنور طلبية: المرجع السابق، ص 8، د. مصطفى العوجي : القانون المدني " المسؤولية المدنية"، ص 123.

## 1- تحديد طبيعة المسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي من الناحية الفقهية:

اختلف فقهاء القانون في تحديد الأساس الذي تقوم عليه المسؤولية المدنية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام وانقسموا إلى فريقين، ومرد ذلك هو عدم وجود نص قانوني يحدد الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام.

### أ- الاتجاه القائل بالطبيعة التقصيرية للمسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

يترتب على عدم تنفيذ المتدخل لالتزامه بالإعلام، قيام مسؤوليته التقصيرية للمبررات التالية:

يرى الفقيه "G.OVERSTAKE" أن المسؤولية عن أضرار المنتوجات يجب أن تكون تقصيرية حتى يشمل كل الأشخاص المضرورين، وبخاصة الذين لا تربطهم بالمنتج علاقة عقدية وهم المستعملين<sup>1</sup>، لذا لا توجد أية فائدة من إقامة المسؤولية العقدية لان الخطر مرتبط بالسلعة ولن يكون للعقد المبرم أية جدوى<sup>2</sup>.

تتحقق المسؤولية التقصيرية حتى بوجود علاقة تعاقدية بين المستهلك والمنتج على أساس ما يرتكبه من أخطاء في مرحلة ما قبل إبرام العقد<sup>3</sup>، وفي هذا الصدد يرى الفقيه "G.OVERSTAKE"، أن الالتزام بالإعلام هو التزام ما قبل التعاقد، يجب الوفاء به في الفترة السابقة على إبرام العقد<sup>4</sup>.

إن قواعد المسؤولية التقصيرية تؤمن فائدة و حماية أكثر للمستهلك بالمقارنة مع أحكام المسؤولية العقدية من خلال:

توسيع نطاق التعويض ليشمل الأضرار المتوقعة و غير المتوقعة على عكس المسؤولية العقدية التي تقتصر على الأضرار المتوقعة فقط.

1 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 408.

2 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 79.

3 - نفس المرجع، ص 78.

4 - د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 295.

يكون المستهلك في مأمن من محاولات البائع اشتراط التخفيف من مسؤوليته أو الإعفاء منها، التي يكون مصيرها البطلان طبقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية<sup>1</sup>.

تسهيل مهمة الإثبات في المسؤولية التقصيرية باعتبار الخطأ مفترضا على أساس وجود قرينة بعلم المتدخل بكل المعلومات المتعلقة بالعقد<sup>2</sup>.

ب- الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

تقوم المسؤولية العقدية بإخلال احد المتعاقدين بالترام ناشئ عن العقد سواء أكانت جوهرية أو ثانوية<sup>3</sup>، إذ يعدّ الالتزام بالإعلام من الالتزامات الثانوية التي تلحق العقد الأصلي وتعد من مستلزماته وهو نصت عليه المادة 2/ 107 من القانون المدني: "لا يقتصر العقد على الترام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماتها وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام".

لذا فالطبيعة العقدية للالتزام بالإعلام هي التي تُبرّر الطبيعة العقدية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام، خاصة وأن عدم الإعلام لا يتم اكتشافه إلا عند استعمال المنتج أي بعد إبرام العقد<sup>4</sup>.

إلا أن الإشكال يكمن في أن العقد يضم أطرافا محددة هما: البائع و المشتري، فكيف يمكن تكيف هذه المسؤولية بأنها عقدية علما أن المنتج ليس طرفا في ذلك العقد، خاصة وانه المسؤول الأول عن عدم إعلام المستهلك .

لقد حاول عدة فقهاء الإجابة على هذا الإشكال بالاعتماد على بعض التقنيات القانونية:

- يرى الفقيه "SAVATIER" أن أساس رجوع المشتري على المنتج بدعوى المسؤولية العقدية هو فكرة "الاشتراط لمصلحة المستهلكين المحتملين" عند إبرام البائع عقود البيع

1 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 80، د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 407.

2 - أ. عبد المنعم موسى إبراهيم: حماية المستهلك "دراسة مقارنة"، المرجع السابق، ص 385.

3 - د. حسن علي الذنون: المبسوط في المسؤولية المدنية "الضرر"، الجزء 1، الطبعة 1، دار وائل للنشر الأردن، 2006، ص 141.

4 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 418.

مع المنتج<sup>1</sup> إلا انه يصعب إعمال هذه الفكرة على العقود الاستهلاكية لان عدد المستهلكين لا يمكن تحديده مسبقا.

- اعتمد كل من الفقيهين " PLANIOL,GROSS " على فكرة حوالة الحق ، إذ يتنازل بائع التجزئة عن حقه في رفع دعوى لإقامة المسؤولية العقدية للمنتج لحساب المشتري الأخير ، إلا أن هذا الرأي غير مستساغ من الناحية المنطقية لان فكرة الحوالة تقتضي اكتساب البائع صفة الدائن بالالتزام بالإعلام بذات البيانات التي يدين بها المستهلك، وهو ما يتناقض مع الواقع لان البائع يحتاج إلى البيانات المتعلقة بثمن السلع و النقل في حين أن المستهلك في حاجة إلى المعلومات الخاصة بكيفية استعمال المبيع و التحذير منه<sup>2</sup> .

- يرى الأستاذ " محمد شكري سرور " أنه يمكن من الناحية العملية إصباغ الطبيعة التعاقدية لعلاقة كل من المنتج والمستهلك، من خلال ما يقوم به من دعاية تجارية، إذ يحض المستهلك و يدفعه إلى اقتناء منتوجاته فيقدم على ذلك دون أن يهتم لشخص البائع<sup>3</sup>، بل أن الفقيه "G.OVERSTAKE" يعتبر أن الحملات الاشهارية الصادرة عن المنتج بمثابة إيجاب عام موجه للجمهور<sup>4</sup> .

\*حاول الفقه تكييف المسؤولية المترتبة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام بين الطابع النقصييري و العقدي، إلا انه بصدور القانون 03/09 و بعض القوانين الأخرى، حسم هذا الجدل بصراحة النصوص القانونية.

## 2- تحديد طبيعة المسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع

### الاستهلاكي من الناحية القانونية:

إذا كان سبب اختلاف الفقهاء في تحديد طبيعة المسؤولية المدنية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام، هو غياب نص قانوني يحدد طبيعة الالتزام بالإعلام فان هذا الإشكال لم يعد

1 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 412.

2 - نفس المرجع ، ص 414.

3 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 77.

4 - د. قادة شهيدة: المرجع السابق، ص 142.

مطروح بعد صدور القانون 03/09 و عدة قوانين أخرى في مجال حماية المستهلك فلا اجتهاد بصراحة النص.

### أ - الطابع التقصيري للمسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي:

إن النجاح في تحديد الطبيعة القانونية للمسؤولية المترتبة على الإخلال بالالتزام بالإعلام مرتبط ارتباطاً وثيقاً بتحديد طبيعة الالتزام بالإعلام في حد ذاته<sup>1</sup> واستناداً إلى المادة 17 من القانون 03/09، نجد أن المشرع قد جعل من الالتزام بالإعلام التزاماً قانونياً قائماً بذاته دون أن يرتبط بأي عقد، إذ تنص على أنه: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة لأخرى مناسبة " .

إذ تكتسي المادة 17 الطابع الأمر حتى انه في حالة مخالفتها، يعد المتدخل مرتكباً لجريمة عدم الإعلام المعاقب عليها جزائياً وهو ما يتفق مع مفهوم المسؤولية التقصيرية التي تعتبر جزءاً للإخلال بالالتزام قانوني ، أدى إلى إيقاع ضرر بالغير<sup>2</sup> فعدم إعلام المستهلك بكل المعلومات التي تخص المنتج محل العقد أو إغفال بعضها مثلاً كيفية استعماله والاحتياطات الواجب اتخاذها قد يؤدي إلى حدوث أضرار تمس جسم المستهلك وماله، وفي هذه الحالة يمكنه إقامة المسؤولية التقصيرية لكل متدخل سواء أكان منتجاً أو مستورداً أو بائعاً بالجملة أو بالتجزئة على سبيل التضامن<sup>3</sup>، على أساس أن القانون 03/09 قد فرض في مادته 12 على كل واحد منهم، إجراء مطابقة للمنتج قبل وضعه للاستهلاك، لذا فالمسؤولية لا تقع على المنتج وحده .

أما في حالة إبرام عقد البيع الاستهلاكي بين المتدخل و المستهلك، وتم اكتشاف عند تنفيذ الالتزام بالإعلام عند استعمال المنتج فإن تكييف هذه المسؤولية لا يتغير، لان العبرة ليس بوجود علاقة عقدية أو عدم وجودها<sup>4</sup> بقدر وجوب الإخلال بالالتزام قانوني سابق على إبرام العقد، لان المتدخل ملزم بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج والعملية العقدية قبل

1 - د. حامق ذهبية: الرسالة السابقة، ص 295.

2 - د. عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد نظرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام "، المرجع السابق، ص 853، د. أنور طلبية : المرجع السابق، ص 7، د. محمود جلال حمزة: المرجع السابق ص 30.

3 - طبقاً للمادة 126 من التقنين المدني.

4 - د. أنور طلبية: المرجع السابق، ص 2.

إبرام عقد البيع الاستهلاكي، وهو ما نصت عليه عدة نص -وص قانونية: منها: المادة 8 من القانون 102/04<sup>1</sup> و المادة 2 و 4 من المرسوم التنفيذي 306/06<sup>2</sup> و المادة 5 من المرسوم التنفيذي 09-65<sup>3</sup>.

لذا تقوم مسؤولية المتدخل التقصيرية في حالة عدم تنفيذه لالتزامه بالإعلام كعدم مطابقة المنتج من حيث الوسم أو عدم إعلام المستهلك بالأسعار أو شروط العقد، على أساس المادة 124 من التقنين المدني التي تنص على أنه: " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض "

تجدر الإشارة إلى انه في حالة إبطال عقد البيع الاستهلاكي بسبب وقوع المستهلك في غلط أو تدليس، فله الحق في طلب تعويضه عن الأضرار التي أصابته<sup>4</sup>، على أساس المسؤولية التقصيرية<sup>5</sup> ولا مجال لتأسيسها بناء على المسؤولية العقدية لان العقد قد زال بأثر رجعي<sup>6</sup>.

وفي هذا الصدد صدر قرار عن المحكمة العليا في قضية متعلقة بإبطال عقد البيع بسبب التدليس حيث جاء فيه: " إن قضاة الموضوع بالغاءهم سند البيع مع إعادة الطرفين إلى الحالة التي

1 - المادة 8: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات الزهية الصادقة المتعلقة بميزات هذا المنتج أو الخدمة وشروط البيع الممارس وكذا المسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة "

2 - المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 ، الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية بحيث تنص : " تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي و المستهلك، العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك و التي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك "

3 - المادة 4 " يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع و/أو الخدمات و منحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه "

4 - المادة 5 من المرسوم التنفيذي 09-65 مؤرخ في 7 فيفري 2009 الذي يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع و الخدمات المعينة على طرق إشهار الأسعار ، التي تنص على أنه :

" يجب على العون الاقتصادي في إطار عملية إعلام المستهلك حول الأسعار و التعريفات المطبقة، أن يُطلع هذا الأخير قبل إنجاز المعاملة "

4 - د. عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 282.

5 - نفس المرجع، ص 281.

6 - د. حسن علي الذنون : المرجع السابق ، ص 128 ، د. محمود جلال حمزة: المرجع السابق، ص 29.

كانا عليها قبل التعاقد، و منح تعويض للمطعون ضدها لكون الطاعنين ارتكبا تدليسا باستعمال حيلة لإبرام العقد، فإنهم قد أحسنوا تطبيق المادة 86 من القانون المدني<sup>1</sup>.

### ثانيا: شروط قيام المسؤولية التقصيرية للمتدخل

يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية للمتدخل عند إخلاله بالالتزام بإعلام المستهلك توافر ثلاث عناصر، وهي الخطأ و الضرر و العلاقة السببية .

#### 1 - الخطأ :

##### أ- المقصود بالخطأ:

اختلف الفقهاء في تعريف الخطأ<sup>2</sup>، وعلى العموم عرفه بعضهم بأنه: " إخلال بالالتزام قانوني يفرض على الفرد أن يلتزم في سلوكه بما يلتزم به الأفراد العاديون، من يقظة و تبصر حتى لا يضررون بالغير، فإذا انحرف عن هذا السلوك الذي يتوقعه الآخرون و يقوّمون بتصرفاتهم على أساس مراعاته، يكون قد أخطأ<sup>3</sup>.

إلا أن هذا التعريف يتسم بالعمومية لأنه يتعلق بالخطأ الصادر عن عامة الناس، لذا فالخطأ الذي يُقيم مسؤولية المتدخل هو إخلاله بالالتزام قانوني وهو الالتزام بالإعلام بان لا يُعلم المستهلك بكل المعلومات التي تخص المنتج المحددة قانونا بشكل يؤدي إلى إصابته بأضرار معينة، كان يكون إعلامه ناقصا أو غير كافيا لعدم ذكر البيانات الخاصة بالتحذير و الاحتياطات الواجب اتخاذها أو كيفية استعماله.

و يأخذ الخطأ صورتين هما خطأ إيجابي و سلبي:

<sup>1</sup> - القرار الصادر في 17 / 01 / 2001، قضية رقم 233625، منشور في المجلة القضائية 2001، عدد 1 ص 109.

<sup>2</sup> - إلا أنهم اتفقوا على قيامه على عنصرين: مادي ومعنوي فأما العنصر المادي فهو الإخلال بواجب قانوني هو عدم الإضرار بالغير أو قاعدة قانونية كالإخلال بالنصوص القانونية الأمرة، ويتمثل العنصر المعنوي في انحراف الشخص عن السلوك الواجب إتباعه مع إدراكه لهذا الانحراف، أي أن يكون مميزا طبقا للمادة 125 من القانون المدني، لمزيد من التفصيل أنظر: د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "تظيرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام " المرجع السابق، ص 881، د. مصطفى العوجي : القانون المدني" المسؤولية المدنية"، المرجع السابق، ص 247.

<sup>3</sup> - د. قادة شهيدة: المرجع السابق، ص 153.

### أ1- الخطأ الايجابي:

هو أن يُقدّم المتدخل معلومات خاطئة و كاذبة مخالفة للحقيقة كأن يصرح بوجود صفات معينة في المنتج بالرغم من عدم وجودها<sup>1</sup>، مما يؤدي إلى الإضرار بالمستهلك بإتباعه لتلك البيانات وهو ما قرره الغرفة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر في سنة 1986، حيث أكدت على مسؤولية صانع المادة عن الأضرار التي لحقت بالمشتري و المتمثل في انهيار مصنعه بسبب حريق نشب فيه، الذي ساهم في انتشاره تلك المادة بعد استخدامها في تشييده، رغم انه دونّ عليه أنها عازل جيّد للحرارة وقابلة للانطفاء تلقائياً<sup>2</sup>.

### أ2- الخطأ السلبي:

قد يتخذ خطأ المتدخل شكلا سلبيا بأن يمتنع عن تقديم المعلومات الهامة ككيفية استعمال المنتج أو التحذير من مخاطره أو الاحتياطات الواجب اتخاذها لتجنب تلك المخاطر ، مما يترتب عليه إصابة المستهلك بأضرار تمس جسمه و ماله خاصة، إذا انصب على الصفات الخطرة للمنتج و هو ما كرسته الغرفة التجارية لمحكمة النقض في تحميل منتج مبيد الحشرات المسؤولية عن الأضرار التي المشتري لعدم تبيان في نشرة الاستخدام الوقت المناسب لاستعماله<sup>3</sup>.

### ب إثبات الخطأ:

إن المسؤولية عن الأفعال الشخصية وفقا للمادة 124 من التقنين المدني، تقوم على الخطأ واجب الإثبات من قبل المضرور<sup>4</sup>، إلا انه وجب التمييز بين مسألتين، أن المضرور معفى من إثبات وجود الالتزام بالإعلام على عاتق المتدخل لأنه مثبت بقوة القانون، إلا انه ملزم بإثبات عدم تنفيذ المدين للالتزامه وهو أمر سهل مبدئياً لأنه متعلق بواقعة مادية مكتوبة خاصة وأن الوسم مدوّن وفقاً لبيانات محددة قانوناً بصفة أمرّة، فيمكن للمستهلك أن يستند عليه في إثبات عدم وجود أحد البيانات الإلزامية.

إلا أن المهمة ليست سهلة بهذه البساطة وهذا يعود إلى عدة أسباب:

<sup>1</sup> - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 455.

- د. ممدوح محمد مبروك: المرجع السابق، ص 413.

<sup>2</sup> - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 456.

<sup>3</sup> - نفس المرجع، ص 460.

<sup>4</sup> - د. عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام" المرجع السابق، ص 890.

يصعب إثبات وجود نقص في الإعلام في بعض المنتجات التي تهلك من أول استهلاك، إذ عادة ما يتخلص المستهلك من العبوة أو غلاف المنتج عقب استهلاكه<sup>1</sup>.

إن عدم معرفة المستهلك بالمنتجات محل الاستهلاك وخاصة ذات المستوى التقني العالي سيصعب عليه حتما اكتشاف وجود نقص فيما قدمه المتدخل من معلومات ومن ثمة صعوبة إثبات الخطأ<sup>2</sup>.

قد يهلك المنتج بفعل الحادث التي يتعرض له المستهلك و بالتالي زوال ما يُعين على إثبات عدم كفاية المعلومات أو انعدامها<sup>3</sup>.

لذا فالقواعد العامة للمسؤولية التقصيرية لا تتلاءم ومقتضيات حماية المستهلك خاصة من ناحية الإثبات، لذا يفضل أن يكون خطأ مفترضا<sup>4</sup> بحيث يُلزم المتدخل بإثبات تنفيذه لالتزامه و يمكن استنتاج ذلك من فحوى نصوص قانون حماية المستهلك التي تهدف إلى تأمين سلامة المستهلك من كل خطر ينطوي عليه أي منتج استهلاكي، إذ اشترط فيه في المادة 11/3 من القانون 03/09 أن يكون سليم و نزيه و قابل للتسويق و أن يكون مضمونا<sup>5</sup> لذلك يمكن افتراض خطأ المتدخل بعدم تنفيذه لالتزامه بالإعلام بمجرد عدم تحقق سلامة المستهلك.

## 2 - الضرر:

يُعرّف الضرر بأنه: عبارة عن الأذى الذي يلحق الغير سواء أكان ماديا أو أدبيا<sup>6</sup> فالمستهلك مُعرّض للإصابة بأضرار نتيجة إخلال المتدخل بالتزامه بالإعلام سواء أكانت مادية أو معنوية وهو ما يفهم بالمخالفة من نص المادة 11/3 للقانون 03/09<sup>7</sup> التي اشترطت سلامة المنتجات من أي نقص أو عيب خفي يضمن عدم الإضرار بصحة وسلامة

1 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 471.

2 - د. عمر محمد عبد الباقي: المرجع السابق، ص 678.

3 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 83.

4 - وهو ما ذهب إليه عدة فقهاء أمثال: د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 472، د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 83، د. قادة شهيدة: المرجع السابق، ص 206، أ. علي بولحية بن بوخميس: المرجع السابق ص 91.

5 - نصت المادة 12/3 أن المنتج المضمون على أنه: هو كل منتج في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها بما في ذلك المدة، لا يشكل أي خطر أو يشكل أخطار محدودة في أدنى مستوى تتناسب مع استعمال المنتج وتعتبر مقبولة بتوفر مستوى حماية عالية لصحة و سلامة الأشخاص.

6 - د. حسن علي الذنون: المرجع السابق، ص 204.

7 - المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

المستهلك و/أو مصالحه المادية و المعنوية<sup>1</sup> وهو ما تؤكد المادة 19 من القانون 03/09 بأنه يجب أن لا تمس الخدمة بالمصالح المادية للمستهلك وان لا تسبب له ضررا معنوياً<sup>2</sup>.

#### أ - الضرر المادي:

هو كل مساس بحق مالي أو مصلحة مشروعة<sup>3</sup> من شأنه التقليل من الذمة المالية للمضروب<sup>4</sup> كتفويت مزية مالية أو تكبد تكاليف مالية<sup>5</sup>، حيث أن عدم ذكر المتدخل للبيانات اللازمة كطريقة استعمال المنتج والمخاطر التي ينطوي عليها والاحتياطات الواجب اتخاذها قد يؤدي إلى إلحاق أضرار مالية بالمستهلك: كتأخيره عن تنفيذ بعض التزاماته اتجاه الغير وهو ما يجعله محل مساءلة من قبلهم<sup>6</sup>، أو يؤدي إلى إتلاف مزروعات المضروب أو موت مواشيه.

ولا تقتصر الأضرار المادية على الخسائر المالية، بل تمس بسلامته الجسدية كتشوه في الوجه أو مرض في الجلد أو إحداث عاهة مستديمة كعجز في العينين، بل تؤدي إلى وفاة الأشخاص في بعض الحالات وقد اعتبرت أضرار مادية لما يتحمله المضروب من خسائر من أجل العلاج أو ما سيخسره من أموال بسبب العجز عن العمل<sup>7</sup>.

#### ب - الضرر المعنوي:

1 - طبقاً للمادة 11/3 من القانون 03/09.

2 - لا نفهم لماذا قد نص المشرع على الخدمة فقط وكان عليه أن يعممه ليشمل السلعة أيضاً، أي المنتج ككل.

3 - د . عبد الرزاق السنهوري : الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "تظيرية الالتزام بوجه عام ، مصادر الالتزام " المرجع السابق، ص 970.

4 - د. حسن علي الذنون: المرجع السابق، ص 204.

5 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 490.

6 - نفس المرجع ، ص 497.

7 - نفس المرجع، ص 499.

إن الضرر المعنوي أو الأدبي<sup>1</sup> هو الألم الذي يصيب الإنسان في شعوره أو عاطفته دون أن يصيبه بخسارة مالية<sup>2</sup> بفعل ما تركه تلك الأضرار الجسدية كالتشوهات من شعور بالنقص والإحباط و مشاكل نفسية لدى المضرور.

و على العموم يخضع ركن الضرر إلى القواعد العامة من حيث الإثبات بكل الطرق باعتباره واقعة مادية<sup>3</sup>.

### 3 - علاقة السببية:

لا يكفي لقيام مسؤولية المتدخل تحقق الخطأ و الضرر بل لا بد من وجود علاقة سببية بينهما حيث يترتب على نفيها انتفاء المسؤولية ككل.

#### أ - قيام علاقة السببية:

لا تقوم المسؤولية المدنية إلا إذا كان الخطأ هو الذي أنشئ الضرر الذي يدعيه المضرور وهو ما نصت عليه المادة 124 من التقنين المدني: " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه و يسبب ضرراً للغير يلزم من كان سبباً في حدوثه بالتعويض ".

لذا يجب أن يكون إخلال المتدخل بتنفيذ التزامه بالإعلام هو السبب في حدوث الأضرار التي لحقت بالمستهلك، ووفقاً للقواعد العامة فإنه يقع على المضرور عبئ إثبات وجود تلك العلاقة السببية بكل طرق الإثبات إلا أن الأمر ليس بهذه السهولة لأن المستهلك المضرور سيلقى صعوبة في ذلك بسبب ضعف مستواه المعرفي أمام التطور الفائق لمختلف المنتجات مما يصعب عليه عملية الإثبات، بالإضافة إلى الحجج التي تم إيرادها بالنسبة لصعوبة إثبات الخطأ، لأن إثبات الخطأ هو أن واحد إثبات لقيام علاقة السببية ذاتها<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> - نصت عليه المادة 182 مكرر من التقنين المدني.

<sup>2</sup> - د. محمود جلال حمزة: المرجع السابق، ص 106، د. مصطفى العوجي: القانون المدني " المسؤولية المدنية" ص 168.

<sup>3</sup> - د. عبد الرزاق السنهوري: الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام" المرجع السابق، ص 970.

<sup>4</sup> - نفس المرجع، ص 992.

لذا وتكريسا لفلسفة قانون حماية المستهلك في تأمين حماية كافية له فإنه ينبغي افتراض خطأ المتدخل لإعفاء المضرور من عبء إثبات الخطأ و العلاقة السببية ومع على المسؤول إلا نفي مسؤوليته .

### ب - نفي علاقة السببية "وسائل نفي المسؤولية المدنية للمتدخل":

عددت المادة 127 من التقنين المدني صور السبب الأجنبي<sup>1</sup>، فإذا نجح المتدخل في إثباته فإنه سيقطع العلاقة السببية بين الخطأ و الضرر.

وتتمثل أنواع السبب الأجنبي فيما يأتي:

- القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ.
- خطأ المضرور.
- خطأ الغير.

### ب1- القوة القاهرة او الحادث المفاجئ:

نصت المادة 127 من التقنين المدني على أنه: " اذا أثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن سبب لا يد له فيه كحادث مفاجئ أو قوة قاهرة أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ الغير كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر".

يُلاحظ على هذا النص أنه جعل الحادث المفاجئ و القوة القاهرة مرادفا لمعنى واحد وعلى كّل فعلى المتدخل أن يثبت أن الضرر الذي لحق المستهلك لا يُمكن توقعه ولا دفعه وفقا لمقتضيات العلم القائمة وقت حصوله ولما يُفترض توافره من خبرة و دراية<sup>2</sup>، وهو ما نصت عليه المادة 12/3 من القانون 03/09، لما عرفت المنتج المضمون بأنه: " كل منتج، في شروط استعماله العادية أو الممكن توقعها، بما في ذلك المدة لا يُشكل أي خطر".

إلا أن فكرة القوة القاهرة كسبب أجنبي يندر في الواقع أن تجد لها حظا في التطبيق لأن ظروف الضرر التي تستثير تطبيق هذه الفكرة، ستجعل تدخل المنتوجات في حدوثه أمرا عرضيا بحتا، وان المضرور نفسه لن يُفكر في المطالبة بالتعويض و يرضى بقضاء الله و قدره<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - ينحتم الرجوع إلى القواعد العامة بسبب عدم وجود نصوص خاصة في مجال المسؤولية المدنية للمتدخل.

<sup>2</sup> - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 541.

<sup>3</sup> - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 90.

## ب2- خطأ المضرور:

يعد خطأ المضرور أكثر الأسباب التي يمكن أن تتجسد على أرض الواقع، لتمكّن من نفي مسؤولية المتدخل المبنية على الإخلال بالالتزام بالإعلام<sup>1</sup>، نتيجة لعدم مراعاة المضرور لمختلف التعليمات المقدمة له، التي تظهر على الوسم بطريقة واضحة.

إذ يكون تجاهل الدائن بالالتزام بالإعلام لتلك البيانات هو السبب المباشر لحدوث الضرر<sup>2</sup> و يتخذ خطأ المضرور عدة صور، نذكر منها:

### - الاستعمال الخاطئ:

ويدخل في ذلك استعمال المنتج بطريقة غير عادية أو في غير الغرض المُخصّص له كاستعمال الكحول الطبي بغرض السكر<sup>3</sup>، أو مخالفة تعليمات الاستعمال ونواهيه و الاحتياطات الواجب اتخاذها.

### - عدم التحقق من صلاحية السلعة قبل الاستعمال:

في هذه الحالة يُقصر المضرور في فحص تاريخ صلاحية المنتج قبل استهلاكه على الرُّغم من ظهوره بشكل واضح على السلعة<sup>4</sup>، إذ من غير المنطقي تحميل المتدخل خطأ لم يقترفه ولم يكن بوسعه فعل أي شيء لمنع وقوعه، الأمر الذي يُبرر تحريره من أي مسؤولية.

## ب3- خطأ الغير:

يُمكن للمتدخل التحلل من مسؤوليته المتعلقة بالإخلال بالالتزام بالإعلام، إذا أثبت أن خطأ الغير هو السبب في الضرر الذي لحق بالمستهلك، ويقصد بالغير كل شخص من غير المستهلك و المتدخل الذي يضم كل من المنتج و المستورد و البائع بصفة تضامنية طبقاً للمادة 17 من القانون: 03/09.

1 - د. قادة شهيدة: المرجع السابق، ص 294.

2 - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 546.

3 - د. محمد شكري سرور: المرجع السابق، ص 85.

4 - وهو الأمر الشائع لدى اغلب المستهلكين.

و من الأمثلة القضائية التي تدل على إعفاء المدين بالالتزام بالإعلام على أساس خطأ الغير ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بعدم مسؤولية منتج الدواء الذي بين في النشرة المرفقة به أن الدواء يفسد بمجرد ظهور اصفرار به وكان ذلك في ديسمبر 1955، إلا أن الحادث قد وقع في تاريخ لاحق، مما يجعل عدم صلاحية الاستعمال ظاهرة بمجرد الرؤية وهو ما أثبت تقصير الطبيب المعالج و الممرضة في قراءة النشرة و عدم ملاحظة للدواء، بحيث كان السبب المباشر في حدوث الضرر للمريض<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: الجزاءات المتعلقة بقمع الغش

على الرغم من خصوصية العلاقة التي تربط كل من المستهلك و المتدخل في عقد البيع الاستهلاكي فهذا لم يمنع الدولة من التدخل في تلك العلاقة القانونية و تنظيمها بقواعد أمرة متعلقة بالنظام العام الاقتصادي<sup>2</sup>، من خلال حماية الطرف الضعيف للوصول إلى حماية الاقتصاد الوطني خاصة أمام قصور القواعد العامة من القانون المدني في تحقيق تلك الحماية .

لذا رتبت جزاءات قانونية ذات طابع إداري و جزائي على مخالفة الالتزام بإعلام المستهلك حتى لو لم يلحقه أي ضرر أي اتسام الجزاء المتعلق بقمع الغش بالصفة الوقائية التحفظية والردعية لذا خصص المشرع في القانون الجديد 03/09 باب كاملا تحت عنوان: " قمع الغش" يضم فصلين متعلقين بالجزاء الإداري و الجزاء الجزائي.

### الفرع الأول: الجزاء الإداري

يقصد بالجزاء الإداري مجموع الإجراءات المتخذة من قبل أشخاص معينة أثناء أداء مهامهم الرقابية قصد معاينة المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك، إذ يمنحهم القانون في سبيل

<sup>1</sup> - د. حمدي أحمد سعد: المرجع السابق، ص 557.

<sup>2</sup> - بواسطة مختلف قوانين حماية المستهلك.

تحقيق ذلك وسائل قانونية معينة تمكنهم من اتخاذ تدابير تحفظية، تفاديا للأضرار التي يمكن أن تلحق المستهلك عند استهلاكها.

وقد رأينا في المبحث الأول أن مضمون الالتزام بالإعلام متعلق بالإعلام بكل المعلومات الخاصة بالمنتوج التي تظهر عليه بواسطة الوسم طبقا للمادة 17 من قانون حماية المستهلك و المعلومات الخاصة بالإعلام بالأسعار وشروط العقد طبقا للمادة 4،5 و 8 من القانون 02/04 لذا فإن مضمون الالتزام بالإعلام موزع بين أكثر من قانون وما يترتب على ذلك من اختلاف في طريقة المعاينة و حتى الجزاء الجزائي .

### أولا : رقابة و معاينة المخالفات المتعلقة بمدى مطابقة المنتوج من حيث الوسم

حدد القانون 03/09 الأشخاص المختصة بمراقبة المنتوجات التي يضعها كل متدخل في السوق في أي مرحلة كانت للتحقق من مدى مطابقتها من حيث الوسم بحيث تتخذ تدابير معينة نص عليها القانون 03/09 عند معاينة المخالفات .

#### 1-الأشخاص المختصة بمراقبة مدى مطابقة المنتوج من حيث الوسم :

تختص أشخاص محددة برقابة مدى مطابقة المنتوجات في كل مراحل وضعه للاستهلاك وهم <sup>1</sup> :

- ضباط الشرطة القضائية<sup>2</sup>.
- الأعوان المرخص لهم بنصوص خاصة بهم.
- أعوان قمع الغش التابعون للوزارة المكلفة بحماية المستهلك<sup>3</sup> الذين يؤدون اليمين أمام محكمة إقامتهم الإدارية<sup>4</sup> .

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 25 من القانون 03/09 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك وقمع الغش.

<sup>2</sup> - حددهم المادة 15 للقانون رقم 155/66 المؤرخ في 08 يونيو 1966 المعدل و المتمم والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية.

- رؤساء المجالس الشعبية البلدية.

- ضباط الشرطة القضائية ومحافظو الشرطة و ضباط الشرطة .

<sup>3</sup> - وهي وزارة التجارة و مختلف مديريات التابعين لها كالمديرية الجهوية للتجارة ومديرية الولائية للتجارة

<sup>4</sup> - طبقا للمادة 26 من القانون 09-03.

**2- مضمون مراقبة مدى مطابقة المنتج من حيث الوسم :**

تتصب مهمة أعوان قمع الغش في مراقبة مدى مطابقة وسم المنتجات في جميع مراحل وضعها للاستهلاك وهو ما نصت عليه المادة 29 من القانون 03/09: " يقوم الأعوان المذكورون في المادة 25 أعلاه، بأية وسيلة و في أي وقت و في جميع مراحل العرض للاستهلاك، بمراقبة مطابقة المنتجات بالنسبة للمتطلبات المميزة الخاصة بها ".<sup>1</sup>

وقد حددت المادة 18/3 المقصود بالمطابقة بقولها: " المطابقة هي استجابة كل منتج موضوع للاستهلاك للشروط المتضمنة في اللوائح الفنية و للمتطلبات الصحية و البيئية و السلامة و الأمن الخاص بها ".<sup>2</sup>

لذا يجب أن تتوفر في المنتج مجموع من الخصائص التقنية المحددة قانونا و من بينها بيانات الوسم التي حددتها عدة مراسيم تنفيذية حسب طبيعة المنتج لما لها من أهمية في مساعدة المستهلك في اتخاذ القرار المناسب و حماية سلامته من الأخطار التي تنجم عنه.

**3- كيفية معاينة المخالفات المتعلقة بعدم مطابقة الوسم :**

تتم عملية مراقبة مدى مطابقة المنتج لبيانات الوسم بالمعاينة المباشرة بالعين المجردة أو استعمال أجهزة القياس أو فحص الوثائق أو سماع المتدخلين أو عن طريق المعاينة غير المباشرة باقتطاع العينات لإجراء التحاليل<sup>1</sup>، سواء بالنسبة للمنتجات الوطنية أو المستوردة.

وفي حالة ثبوت عدم مطابقتها أو الشك في ذلك، يتخذ العون احد التدابير التحفظية المحددة قانونا ، قصد حماية المستهلك من حيث سلامته و صحته و ماله<sup>2</sup>.

**أ - معاينة المخالفات المتعلقة بعدم مطابقة المنتجات المستوردة من حيث الوسم:**

تتم الرقابة على المنتجات المستوردة من قبل المفتشيات الحدودية التابعة للإدارة المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش طبقا للمادة 2 من المرسوم التنفيذي 467/05<sup>1</sup> بعد تقديم طلب

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 30 من القانون 03/09.

<sup>2</sup> - وهو ما أكدته المادة 53 من القانون 03/09.

ترخيص دخولها إلى التراب الوطني من قبل المستورد أو ممثله<sup>2</sup> و يتم مراقبة مدى مطابقتها من حيث بيانات الوسم<sup>3</sup>، إذ تتخذ احد التدابير التالية :

### أ1- رفض دخول المنتج المستورد:

#### أ1-1 الرفض المؤقت بدخول المنتج المستورد:

يُصرح أعوان قمع الغش برفض دخول المنتج المستورد مؤقتا إلى التراب الوطني في حالة عدم التأكد من مطابقته بالمعاينة المباشرة بهدف إجراء تحريات مدققة<sup>4</sup> باقتطاع عينات و إجراء تحاليل مخبرية.

#### أ1-2 الرفض النهائي بدخول المنتج المستورد:

يتخذ قرار الرفض النهائي بدخول المنتج المستورد بعد ثبوت عدم مطابقته من حيث الوسم سواء بالمعاينة المباشرة أو بعد ظهور نتائج التحاليل<sup>5</sup>، على أنه يمكن للمستورد المعني تقديم طعن لدى المديرية الولائية للتجارة المختصة إقليميا في أجل 8 أيام من تاريخ إخطاره بالرفض<sup>6</sup>، لكن ما يمكن ملاحظته من الناحية الواقعية، انتشار المنتوجات المستوردة غير المطابقة للوسم - خاصة الصينية - مما يدفعنا إلى التساؤل عن السبب الحقيقي وراء تنامي هذه الظاهرة في ظل وجود نصوص قانونية صارمة، هل يكمن الخلل على مستوى الرقابة التي تسمح بدخول هذا النوع من السلع ؟

### أ2- الإيداع :

الإيداع هو وقف المنتج موضوع للاستهلاك بعد ثبوت عدم مطابقته قصد منح فرصة للمستورد لإعادة ضبط مطابقة منتوجه<sup>7</sup> بإزالة سبب عدم المطابقة ككتابة كل البيانات اللازمة أو إعادة تحويله وبعد معاينة ضبط المطابقة يعلن عن رفع الإيداع من طرف الإدارة المكلفة بحماية المستهلك .

<sup>1</sup> - المؤرخ: في 10 /12/ 2005 الذي يحدد شروط مراقبة المنتوجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك.

<sup>2</sup> - طبقا للمادة 3 من المرسوم التنفيذي 467/05.

<sup>3</sup> - طبقا للمادة 7 من ذات المرسوم.

<sup>4</sup> - طبقا للمادة 54 /1 من القانون 03/09 .

<sup>5</sup> - طبقا للمادة 2/54 من القانون 03/09.

<sup>6</sup> - طبقا للمادة 10 من المرسوم التنفيذي 467/05.

<sup>7</sup> - طبقا للمادة 55 من القانون 03/09.

- أما في حالة رفض المتدخل المعني إجراء عملية ضبط المطابقة أو في حالة استحالة ذلك، يتم حجزه بغرض تغيير اتجاهه<sup>1</sup> متى كان صالحا للاستهلاك بإرساله إلى هيئة ذات منفعة عمومية لاستعماله في غرض شرعي ويحرر محضر بذلك الذي يحال على العدالة لتطبيق العقوبات الجزائية.

**ب - معاينة المخالفات المتعلقة بعدم مطابقة المنتجات غير المستوردة من حيث**

**الوسم:**

يقوم أعوان قمع الغش بمراقبة المنتجات التي يضعها المتدخل للاستهلاك، وفي حالة ثبوت عدم مطابقتها أو الشك في ذلك، يتخذ العون احد التدابير التحفظية المحددة قانونا إذ يجب التمييز بين أمرين:

**ب1- معاينة المخالفات غير المباشرة:**

تشمل المنتجات الموضوعة للاستهلاك التي يشتبه في عدم مطابقتها مع البيانات المصرح بها في الوسم، إذ لا يمكن معاينتها بالعين المجردة إلا بعد إجراء التحريات المعمّقة بواسطة التحاليل المخبرية، ويتم عادة في حالة الشك في عدم مطابقة مكونات المنتج لما هو مصرح به في بيانات الوسم كالمواد الغذائية مثلا، وبهذا الغرض يتم سحب المنتجات مؤقتا ويحرر محضر السحب المؤقت<sup>2</sup> ويتبعه مباشرة جرد تلك المواد المسحوبة مؤقتا في قائمة<sup>3</sup>.

ثم تقتطع ثلاث عينات متجانسة بعد تسميعها ترسل العينة الأولى إلى المخبر المؤهل<sup>4</sup> في حين تحتفظ مصالح الرقابة بالعينة الثانية، أما العينة الثالثة فتبقى عند المتدخل المعني<sup>5</sup> تستعملان في حالة الطعن في الخبرة ويحرر العون المختص محضر اقتطاع عينات<sup>6</sup> ويجب أن تُجرى التحاليل خلال سبع (7) أيام عمل و إلا يتم رفع السحب المؤقت<sup>7</sup>.

1 - طبقا للمادة 57 من القانون ذاته.

2 - أنظر الوثيقة 1 من الملحق 1.

3 - أنظر الوثيقة 2 من الملحق 2.

4 - وهي مخابر تابعة للوزارة المكلفة بحماية المستهلك و المخابر المعتمدة التي يحكمها المرسوم التنفيذي 192/91 المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي 68/02 الذي يحدد شروط فتح مخابر تحليل الجودة واعتمادها.

5 - طبقا للمادة 40 من القانون 03/09.

6 - أنظر الوثيقة 3 من الملحق 3.

7 - طبقا للمادة 2/59.

ويرتب على نتائج التحاليل<sup>1</sup> الآثار التالية :

ثبوت مطابقة المنتج : في هذه الحالة يُعوض المتدخل المعني قيمة العينة المقتطعة على أساس القيمة المسجلة في محضر الاقتطاع .

- ثبوت عدم مطابقة المنتج : إذا ثبت أن تركيبة المنتج التي تم تحليلها ، لا تتطابق مع البيانات المصرح بها كوجود محليات مكثفة في المشروب مثلا، أي وجود مادة غير مصرح بها على الوسم مما يؤدي إلى تغليب المستهلك وهو ما يخالف التزام المتدخل بالإعلام .

وفي هذه الحالة يعلن عن حجزه بعد إعلام وكيل الجمهورية بذلك<sup>2</sup> و يتحمل المتدخل المُقصر المصاريف الناجمة عن عمليات المراقبة أو التحاليل<sup>3</sup>.

ويتم بعد القيام بكل تلك التدابير، تحرير محضر رسمي<sup>4</sup> يثبت فيه معاینته للمخالفة المرتكبة من قبل المتدخل المعني، إذ تكون له حجية قانونية لا يمكن الطعن فيها إلا بالتزوير وتدون فيه بيانات معينة<sup>5</sup> :

- تواريخ و أماكن الرقابة المنجزة.
  - وقائع المعاینة و المخالفات المسجلة و العقوبات المتعلقة بها .
  - هوية و نشاط و عنوان المتدخل المعني بالرقابة .
  - توقيع المحضر من قبل الأعوان الذين عاينوا المخالفة .
- وما يلاحظ في هذا الصدد، انه لم يتم النص على الجزاء المترتب على نقص احد تلك البيانات، ثم يُرفق المحضر الرسمي بالمحاضر التي حررت كمحضر السحب المؤقت و الجرد و محضر الاقتطاع ونتائج التحاليل و يرسل تقرير إلى وكيل الجمهورية<sup>6</sup> مرفق بالملف كاملا لمتابعته جزائيا.

## ب2- معاینة المخالفات المباشرة:

1 - انظر الوثيقة 4 من الملحق 4.  
 2 - طبقا للمادة 3/59 من القانون 03/09.  
 3 - طبقا للمادة 60 من القانون ذاته.  
 4 - انظر الوثيقة 5 من الملحق 5.  
 5 - حددتها المادة 31 من القانون 03/09 .  
 6 - انظر الوثيقة 6 من الملحق 6.

هي المخالفة التي يمكن اكتشافها بالعين المجردة دون الحاجة إلى إجراء التحاليل كعدم وجود البيانات الإلزامية في الوسم كبيانات المنتج أو تاريخ الإنتاج و نهاية الصلاحية فيحذر العون محضر بالسحب النهائي<sup>1</sup> بعد الحصول على ترخيص من السلطة القضائية إلا ما تعلق بالحالات التالية<sup>2</sup> :

- المنتجات التي ثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي انتهت مدة صلاحيتها.

- المنتجات التي ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك.

- حيازة المنتجات دون سبب شرعي والتي يمكن استعمالها في التزوير .

- المنتجات المقلدة.

- الأشياء أو الأجهزة التي تستعمل للقيام بالتزوير.

لكن يعلم وكيل الجمهورية بذلك فوراً.

وبعد سحب المنتجات غير المطابقة من حيث الوسم، يتم وضعها تحت حراسة المتدخل بعد تشميعها ، الذي يتحمل مصاريف استرجاع المنتجات من السوق<sup>3</sup> ثم تغيّر وجهتها إلى مركز ذي منفعة عامة كمركز الطفولة المسعفة أو دار الشيوخ متى كانت صالحة للاستهلاك، أما إذا غير صالحة فتوجه للإتلاف<sup>4</sup> من طرف المتدخل بحضور أعوان قمع الغش أين يتم تحرير محضر الإتلاف<sup>5</sup>.

وفي كل الحالات يحذر العون محضر رسمي، يثبت فيه معابنته للمخالفة المرتكبة من طرف المتدخل المعني<sup>6</sup> و يرفق بالمحاضر المحررة ثم يرسل تقرير إلى وكيل الجمهورية<sup>7</sup> لتحريك لتحريك الدعوى العمومية ومتابعته جزائياً.

1 - انظر الوثيقة 7 من الملحق 7.

2 - طبقاً للمادة 62 من القانون 03/09.

3 - طبقاً للمادة 63 من القانون 03/09.

4 - طبقاً للمادة 64 من القانون ذاته.

5 - طبقاً للمادة 64 من القانون ذاته.

6 - أنظر الوثيقة 8 من الملحق 8.

7 - انظر الوثيقة 6 من الملحق 6.

مما سبق يتبين أن القانون قد خصّ أعوان قمع الغش بسلطات واسعة أثناء تأدية دورهم الرقابي<sup>1</sup> و معاينة المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك بالمعلومات المتعلقة بالمنتجات الموضوعة للاستهلاك بموجب القانون 03/09، بهدف حماية المستهلك قبل وقوع الضرر و بالتالي حفظ النظام العام الاقتصادي داخل الدولة.

### ثانيا: رقابة و معاينة المخالفات المتعلقة بعدم الإعلام بالأسعار وشروط العقد

تخضع رقابة و معاينة المخالفات الخاصة بعدم الإعلام بالأسعار وشروط العقد إلى القانون 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية<sup>2</sup>، إذ يتم التحقيق و معاينة تلك المخالفات من قبل أشخاص محددة و اتخاذهم لتدابير معينة.

#### 1 - الأشخاص المختصة بمراقبة مدى إعلام المستهلك بالأسعار وشروط العقد:

يراقب و يحقق في المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك بأسعار المنتج وشروط العقد الموظفون الآتي ذكرهم<sup>3</sup>:

- ضباط و أعوان الشرطة القضائية.
- المستخدمون المنتمون إلى الأسلاك الخاصة بالمراقبة التابعون للإدارة المكلفة بالتجارة.
- الأعوان المعنيون التابعون لمصالح الإدارة الجبائية.

<sup>1</sup> - بعض الفقهاء يشكك في شرعية السلطات الممنوحة لأعوان قمع الغش التي يجب حصرها - برأيهم - على دور الرقابي و معاينة المخالفات وإثباتها في محاضر مع ترك سلطة السحب و الحجز للقضاء إلا ما تعلق بالحالات الخطرة، إذ يجب الحصول على ترخيص من السلطة القضائية المختصة ، حماية لحق الأشخاص في التقاضي و تطبيق مبدأ الفصل بين السلطات، د . محمد بودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن " دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي" المرجع السابق ، ص 297، إلا أنه لا يمكن تأييد هذا الطرح لان السلطة الإدارية المكلفة بحماية المستهلك هي الأكثر اختصاصا لاتخاذ مثل هذه التدابير بسبب بطئ إجراءات التقاضي وعدم الدراية الكافية لبعض القضاة بهذا النوع من القضايا، فان منح مثل هذه السلطات لم يكن فعالا في حماية المستهلك فكيف يكون الأمر إذن إذا نزعنا منها؟؟

<sup>2</sup> - أما القانون 03/09 فيتعلق بجودة المنتج.

<sup>3</sup> - طبقا للمادة 49 من القانون 02/04.

- أعوان الإدارة المكلفة بالتجارة المرتبون في الصنف 14 على الأقل المعينون لهذا الغرض.

## 2- كيفية معاينة المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك بالأسعار وشروط العقد:

يقوم الموظفون المختصون بإجراء تحقيقات حول مدى نشر المتدخل لأسعار المنتجات التي يعرضها للاستهلاك بالوسائل القانونية المناسبة و مدى إعلام المستهلك بشروط العقد أثناء القيام بدوريات المراقبة، على من رغم أنه لا يوجد من الناحية التطبيقية رقابة على شروط العقد لاقتصارها على الأسعار فقط.

وعلى العموم في حالة ثبوت ارتكاب احد تلك المخالفات، يحرر الموظف المختص محضرا رسميا<sup>1</sup> في ظرف ثمانية (8) أيام من تاريخ نهاية التحقيق<sup>2</sup> بعد استدعائه إلى مقر مديرية التجارة لإبلاغه بالمخالفة المرتكبة وعرض عليه دفع غرامة المصالحة.

و يشترط فيه توافر بيانات محددة طبقا للمادة 56 من القانون 02/04 والموقعة إلزاميا من قبل الموظف الذي حررها تحت طائلة البطلان<sup>3</sup> قصد إكسابها الطابع الرسمي و استنفاؤها للحجية القانونية.

يُضاف إلى ذلك امكانية حجز البضائع موضوع المخالفة، و ذلك بعد تعديل المادة 39 بموجب القانون 06/10<sup>4</sup> سواء أكان حجرا عينيا<sup>5</sup> أو اعتباريا<sup>6</sup>، بموجب محضر جرد ثم تشمع و تودع في خزائن المتدخل المعني لحراستها إلى غاية صدور حكم العدالة برفع اليد على الحجز أو مصادرة محل الحجز، و بيعها حيث يدفع الثمن المحصل عليه إلى الخزينة العامة.

1 - أنظر الوثيقة 9 من الملحق 9.

2 - طبقا للمادة 57/1 من 02/04.

3 - طبقا للمادة 57/2 من ذات القانون.

4 - المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة الرسمية رقم 46، الصادرة في 18 غشت 2010.

5 - هو الحجز المادي للسلعة محل المخالفة وفقا للمادة 40.

6 - يكون في حالة عدم إمكانية الحجز المادي للسلعة لسبب معين، حيث تحدد قيمتها على أساس سعر السوق أو من قبل المتدخل المعني طبقا للمادة 40.

ويلاحظ أن الحجز في القانون 02/04 له اثر موقف إلى غاية صدور حكم قضائي على عكس الحجز في القانون 03/09، إذ ينفذ مباشرة بتغيير اتجاهه أو إتلافه وتفسير ذلك يرجع إلى طبيعة المخالفة في حد ذاته فهي تتعلق في القانون 03/09 بجودة المنتج الذي يؤدي عدم مطابقته من الوسم إلى المساس بسلامة المستهلك، أما القانون 02/04 فيتعلق بمخالفات مادية فقط.

- تجدر الإشارة أن مديرية التجارة لولاية قالمة قد أحصت بخصوص عمليات الرقابة على مدى احترام إلزامية إعلام المستهلك لسنتي 2009 و 2010، النتائج التالية:

#### \*بالنسبة لسنة 2009 :

- عدد التدخلات: 4879.

- عدد المخالفات: 804.

- عدد المحاضر: 650.

#### \*بالنسبة لسنة 2010:

- عدد التدخلات: 4599.

- عدد المخالفات: 694.

- عدد المحاضر: 643.

نلاحظ أنها نتائج مرتفعة نوعا ما، و إن كانت متقاربة بين 2009 و 2010 هذا عن النتائج التي توصل إليها أعوان قمع الغش، أما ما خفي فهو أعظم.

وبعد معاينة المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك وإثباتها في محاضر يرسل الملف إلى وكيل الجمهورية لمتابعة المتدخل المخالف جزائيا.

### الفرع الثاني: الجزاء الجزائي

إن القانون 03/09 و القوانين المرتبطة به لا يهدف فقط إلى حماية المستهلك، بل حماية الاقتصاد الوطني وما المستهلك إلا احد الفاعلين فيه، إلا أنه يتسم بالضعف في العلاقات القانونية التي تجمعها بالمتدخلين في عملية وضع المنتج للاستهلاك، الأمر الذي دفع الدولة إلى وضع آليات قانونية من شأنها إعادة التوازن بين الطرفين، وهو ما يعود بالنفع على اقتصادها.

لذا جرّمت كل ما من شأنه الإخلال بالالتزام بإعلام المستهلك<sup>1</sup> ورتبت عليه عقوبات معينة قصد ردع كل متدخل مقصّر سواء أكان منتجا أو مستوردا أو موزعا مادام القانون قد حملهم إلزامية إجراء رقابة مطابقة للمنتوجات قبل وضعها للاستهلاك<sup>2</sup>.

لذا سنعرض فيما يلي إلى المخالفات المتعلقة بعدم الإعلام في مختلف قوانين حماية المستهلك ثم ننقل إلى النقطة المتعلقة بإمكانية رفع دعوى مدنية مرتبطة بالدعوى الجزائية قصد جبر الضرر الذي لحق بالمستهلك.

### أولا: المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك

ينصب الالتزام بالإعلام على إخبار المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتجات الموضوعة للاستهلاك بواسطة الوسم طبقا للمادة 17 من القانون 03/09 وإعلامه أيضا بأسعارها وشروط بيعها وفقا للمواد 4، 5، و 8 من القانون 02/04، إذ يترتب على مخالفة تلك الأحكام ارتكاب جرائم معاقب عليها بعقوبات محددة .

ونلاحظ أن المشرع قد استعمل مصطلح "المخالفات" للدلالة على مخالفة الالتزامات التي ألقاها على عاتق كل متدخل، وليس المقصود من ذلك تكييفها على أنها مخالفة لان طبيعة العقوبات تشكل "جنحة" ينظر فيها قسم الجرح بالمحكمة المختصة بعد تحريك الدعوى من قبل وكيل الجمهورية بناء على التقارير التي ترسلها مديرية التجارة<sup>3</sup> الواقعة في دائرة اختصاصه مرفقة بكل المحاضر التي تثبت المخالفة المرتكبة .

وتجدر الإشارة أنه يكفي لقيام هذا النوع من المخالفات توافر الركنين الشرعي والمادي دون المعنوي فهي من جرائم المادية التي تتحقق كأصل عام بمجرد القيام أو الامتناع عنه بغض

<sup>1</sup> - تدخل هذه الجرائم فيما يسمى بالقانون الجنائي الاقتصادي، إذ تعد جريمة اقتصادية لها خصوصياتها التي تميزها عن الجرائم المنظمة بالقانون الجنائي العام، من حيث الأركان فركنها الشرعي يتميز بالتشعب و كثرة الإحالة إلى المراسيم التنظيمية، أما ركنها المادي فيميل إلى الشكلية دون الاهتمام بالنوايا و المقاصد والعقوبات الناجمة عنها يغلب عليها الطابع المالي "غرامات"، أ. محمود داوود يعقوب:المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي، الطبعة الأولى، منشورات حلبي الحقوقية، بيروت، 2008، ص 35.

<sup>2</sup> - طبقا للمادة 12 من القانون 03/09.

<sup>3</sup> - من النادر أن يقدم مستهلك شكوى رغم إصابته بأضرار قد تؤدي بحياته ، فهل ذلك راجع لعدم ثقته في العدالة أم نقص ثقافته الاستهلاكية و القانونية ؟

النظر عن قصد المتدخل المخالف<sup>1</sup>، لأنها قواعد أمرّة متعلّقة بالنظام العام الاقتصادي ومن المفترض أن يعلم بها كل متدخل<sup>2</sup>.

### 1 - المخالفات المنصوص عليها في القانون 03/09:

إن إخلال المتدخل بالترامه القانوني بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج طبقا للمادة 17 منه، يُقيم مسؤوليته الجزائية وهو ما يُعرضه إلى عقوبات جزائية رادعة مكرسة في القانون 03/09 في الفصل الثاني من الباب الرابع، إذ تتنوع الجرائم المتعلقة بعدم الإعلام وتتمثل فيما يلي:

#### أ - مخالفة عدم وسم المنتوجات:

تتكون جريمة عدم وسم المنتوجات من عناصر معينة نصت عليها المادة 78 من القانون 03/09، ينجم عنها عقوبات محددة.

#### أ1-عناصر جريمة عدم وسم المنتوج :

يكفي لقيام جريمة عدم وسم المنتوج أن تتوفر على :

#### أ1-1 الركن الشرعي:

بيّنت المادة 78 عناصر هذه الجريمة و حدّدت عقوبتها الجزائية، إذ نصت على أنه: " يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار ( 100.000دج) إلى مليون دينار ( 1.000.000دج) كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون".

#### أ1-2 الركن المادي:

هو امتناع المتدخل عن ذكر كل البيانات التي حددتها القوانين في الوسم الموضوع على المنتوج بحسب طبيعته، وهو ما يحول دون إعلام المستهلك، كعدم ذكر كمية المنتوج وطريقة الاستعمال و احتياطاته و قائمة المكونات، تاريخ الإنتاج و تاريخ نهاية

<sup>1</sup> - أ. محمود داوود يعقوب : المرجع السابق، ص 152.

<sup>2</sup> - أ. علي بولحية بن بوخميس: المرجع السابق، ص 89.

الصلاحية<sup>1</sup> ، إذا تعلق الأمر بمنتوج غذائي<sup>2</sup>، أو البيانات الواجب توافرها في وسم اللعاب<sup>3</sup> كتسمية البيع أو الاسم أو العنوان التجاري أو العلامة و عنوان الصانع و اسم المستورد و عنوانه التجاري وطريقة الاستعمال و التحذيرات و بيانات احتياط الاستعمال وفقا للملحق الثالث، فإذا كان الوسم الظاهر على المنتوج غير مطابق للأحكام التي سبق ذكرها، اكتمل الركن المادي لهذه الجريمة.

و يتحقق الركن المادي وفقا للمادة 78 متى كانت بيانات الوسم غير مطابقة للأوصاف القانونية المحددة في المادة 18 كأن يكون غير مكتوبا باللغة العربية أو موضوعا بطريقة غير مرئية وغير مقروءة أو ممحوا أن يكون غير كاملا.

## أ2- العقوبات:

انتهج المشرع في القانون الجديد 03/09 أسلوبا رديعا جديدا في معاقبة المتدخلين المقصرين في إعلام المستهلك بواسطة الوسم، وهو فرض غرامات باهضة وثقيلة<sup>4</sup>، الأمر الذي يضمن فعالية نصوصه من حيث ضمان تنفيذ الالتزام بالإعلام و من ثم حماية المستهلك وقد حددتها المادة 78 بغرامة تتراوح من مائة ألف دينار (100.000دج) إلى مليون دينار (1.000.000دج) .

## ب - مخالفة الإعلام الخادع:

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 7 من المرسوم التنفيذي 484/05 ، التي عدلت المادة 6 من المرسوم التنفيذي 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 و المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها.

<sup>2</sup> - أنظر الوثيقة 10 من الملحق 10:

وقد تضمنت حكما جزائيا صادر عن محكمة الجناح بتهمة عدم إعلام المستهلك بواسطة الوسم الموضوع على المنتوج "مشروبات غازية"، بحيث اغفل المتهم ذكر تاريخ الإنتاج و تاريخ نهاية الصلاحية ، ويلاحظ أن الحكم تضمن خطأ في تكييف الجريمة على أنها جريمة عدم إعلام بالأسعار، رغم أن منطوق الحكم يقول بغير ذلك، إذ أن المحكمة نطقت ببراءة المتهم من جناح عدم الإعلام بواسطة الوسم بانتفاء ركنها الشرعي و خاصة المادي بناء على الأدلة المقدمة من المتهم .

<sup>3</sup> - طبقا للمادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 494 /97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعاب.

<sup>4</sup> - على عكس القانون 02/89 المتعلق بحماية المستهلك الذي فرض عقوبات ضئيلة مقارنة مع حجم المخالفة المرتكبة التي لا تتجاوز 1000دج وفقا للمادة 28 منه.

نصت عليه المادة 68 من القانون 03/09 :

" يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في قانون العقوبات ،كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول:

- كمية المنتوجات المسلمة.

- تسليم المنتوجات غير تلك المتفق عليها .

- تاريخ و مدد صلاحية المنتوج.

- النتائج المنتظرة من المنتوج.

- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج.

من خلال قراءة نص المادة أعلاه يمكن استخلاص أركان هذه الجريمة:

**ب1- أركان الجريمة:**

**ب1-1- الركن المادي:**

هو قيام كل متدخل بفعل معين اعتمادا على وسائل معينة قصد إيقاع المستهلك في غلط<sup>1</sup> بخصوص العناصر المتعلقة بالسلعة كالكمية و قابلية استعمالها تاريخ صلاحيتها أو النتائج المنتظرة من المنتوج قصد الحصول على قيمته المالية<sup>2</sup>، ففي هذا النوع من الجرائم نجد أن المتدخل يقدم إعلاما، إلا انه لا ينطبق مع الحقيقة التي يعمل على إخفاءها حتى يدفع المستهلك إلى التعاقد .

ويتخذ الخداع صورتين :

-صورة ايجابية: هو النشاط المادي الصادر عن المتدخل الجاني كان يسلم سلعة غير تلك المتفق عليها مسبقا بان يستبدلها بسلعة أخرى اقل جودة أو أن يُغيّر في تاريخ الصلاحية.

-صورة سلبية: هو سكوته عن بعض العناصر التي من اللازم أن يعلم المستهلك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - اعتبرت المادة 429 من قانون العقوبات المتعاقد هو الضحية في هذه الجريمة، أما المادة 68 فوسعت من نطاقها لتشمل المتعاقد و غير المتعاقد.

<sup>2</sup> - د. محمد محمد مصباح القاضي : الحماية الجنائية للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008 ، ص 51.

<sup>3</sup> - د. محمد محمد مصباح القاضي: المرجع السابق، ص 56.

**ب1-2 الركن المعنوي:**

يجب أن تتوفر نية الخداع بان تتجه إرادة المتدخل إلى خداع المستهلك أو محاولة خداعه بأن يخفي الحقيقة عنه باستعمال طرق معينة<sup>1</sup>، لذا فسوء النية غير مفترض فمثلا بيع مواد منتهية الصلاحية، لا يعني بالضرورة انصراف إرادة المتدخل إلى خداع المستهلك وان كانت تشكل جريمة أخرى .

**ب2- العقوبات:**

أحالت المادة 68 فيما يخص تحديد العقوبات المترتبة على ثبوت هذه الجريمة إلى المادة 429 من قانون العقوبات وهي:

- الحبس من شهرين إلى 3 سنوات .
- غرامة من 2.000 دج إلى 20.000 دج.
- في حالة إذا كان الخداع أو المحاولة فيه باستعمال أحد الوسائل التالية:
- الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو غير مطابقة.
- طرق ترمي إلى التخليط في عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن أو حجم المنتج.
- كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى.

وترفع العقوبة لتصل إلى خمس سنوات حبسا و غرامة قدرها خمسمائة ألف دينار(500.000دج).

إن التشديد في العقوبة من شأنه أن يردع كل من يحاول أن يخدع المستهلك.

**ج- مخالفة عدم أمن المنتج:**

<sup>1</sup> - د. حامق ذهبية : الرسالة السابقة، ص 350.

نصت المادة 73 من القانون 03/09: " يعاقب بغرامة من مائتي ألف دينار (200.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار ( 500.000 دج ) كل من يخالف أمن المنتج المنصوص عليها في 10 من هذا القانون ."

وبالرجوع إلى المادة 10 نجدنا نصت على ما يلي: " يتعين على كل متدخل احترام إلزامية امن المنتج الذي يضعه للاستهلاك فيما يخص :

- مميزاته و تركيبته و تغليفه.

- عرض المنتج ووسمه و التعليمات المحتملة الخاصة باستعماله وإتلافه وكذا

كل الإرشادات أو المعلومات الصادرة عن المنتج " .

إن الوسم وسيلة لتحقيق أمن المنتج من خلال ما يتضمنه من معلومات التي من شأنها أن تضمن سلامة المستهلك عند استعماله كتعليمات استعماله و الإرشادات الواجب اتخاذها فعند انتفاء تلك المعلومات على الوسم، يعدّ المتدخل مرتكباً لمخالفة عدم أمن المستهلك.

ما يمكن ملاحظته أن فحوى هذه المخالفة تتداخل مع ما جاء في المادة 78 والمتعلقة بعدم وسم المنتج في حالة عدم ذكر البيانات الإلزامية كتعليمات الاستعمال و الإرشادات فعلى سبيل المثال نجد المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 1494 / 97 ، قد حددت البيانات الإلزامية الواجب توافرها في الوسم لطريقة الاستعمال والتحذيرات و بيانات احتياط الاستعمال وفقاً للملحق الثالث منه ففي حالة عدم توفر وسم اللعبة على تلك البيانات فهل يعد المتدخل مرتكباً لمخالفة عدم وسم المنتج طبقاً للمادة 78 أو مخالفة عدم امن المنتج طبقاً للمادة 73 فتطبق عليه العقوبات المنصوص عليها في هذه المادة ؟

لذا على المشرع أن يحدد نطاق تطبيق كل مادة على حدى من خلال التنظيم و إلا سيؤدي ذلك إلى تضارب الأحكام القضائية الصادرة بخصوص هذه النقطة وان كنا نميل إلى تطبيق نص المادتين 17 و 78 باعتباره الأصل وهو إعلام المستهلك بواسطة الوسم سواء أكان وسماً إعلامياً أو أمنياً.

<sup>1</sup> - المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب.

في حالة إذا ما الحق المنتوج ضررا بالمستهلك بسبب عدم استجابته لإلزامية الأمن كوجود نقص في الوسم بعدم تبيان طريقة استعمال المنتج أو الاحتياطات الواجب اتخاذها فيعاقب المتدخل طبقا للمادة 83 من القانون 03/09 حسب درجة الضرر الذي أصابه بالعقوبات التالية :

إذا أصيب المستهلك بمرض أو عجز عن العمل: يعاقب بالحبس من سنتين إلى عشر سنوات و بغرامة من 20.000 دج إلى 200.000 دج طبقا للمادة 432 من قانون العقوبات.

إذا تسبب المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان استعمال عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة : يعاقب بالسجن المؤقت من عشر ( 10 ) سنوات إلى عشرين ( 20 ) سنة وبغرامة من مليون دينار (1.000.000 دج) إلى مليوني دينار (2.000.000 دج).

أما إذا تسبب المرض الذي أصاب المستهلك إلى وفاته أو وفاة عدة أشخاص: فيعاقب بالسجن المؤبد.

\*على الرغم من الطابع الجزائي لهذه المخالفات، فإنه يمكن للمتدخل المخالف أن يدفع غرامة الصلح<sup>1</sup> التي تبلغ قيمتها في حالة غياب بيانات وسم المنتج طبقا للمادة 78 ب : مائتا ألف دينار ( 200.000 دج)<sup>2</sup> وذلك قبل إرسال محاضر المخالفة إلى العدالة<sup>3</sup>.

وهو ما يؤدي إلى تخفيف العبء عن القضاء ، بعد أن يتم تبليغه من قبل المصالح المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش في اجل 7 أيام من تاريخ تحرير المحاضر<sup>4</sup> بحيث يلزم بدفعها خلال 30 يوما التي تلي تاريخ الإنذار لدى قابض الضرائب لمكان إقامة المخالف<sup>5</sup> وفي

1 - إلا في حالتين (المادة 87 من القانون 03/09):

- إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها إلى عقوبة سالبة للحرية أو إذا كانت تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك.

- في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح.  
- في حالة العود.

2 - طبقا للمادة 88 من القانون 03/09 .

3 - طبقا للمادة 86 من القانون ذاته.

4 - طبقا للمادة 90 من القانون ذاته.

5 - طبقا للمادة 1/92 من القانون ذاته.

حالة عدم دفعها، يحال الملف إلى الجهة القضائية المختصة إقليمياً<sup>1</sup>، أما إذا سددها فتنقضي الدعوى العمومية<sup>2</sup>.

## 2 - المخالفات المنصوص عليها في القانون 02/04:

يقع على المتدخل التزام قانوني بإعلام المستهلك بأسعار المنتج الموضوع للاستهلاك وشروط بيعه وفقاً للمادة 4، 5، و 8 من القانون 02/04 وفي حالة امتناعه عن ذلك عدّ مرتكباً لمخالفة معاقب عليها قانوناً ولما كان الإعلام منصبا على معلومات فإن ذلك يفتح المجال أمام المتدخلين في إيراد بيانات كاذبة متعلقة بالمنتج، وهو ما يُشكل جريمة الإشهار المضلل.

### أ - مخالفة عدم الإعلام بالأسعار<sup>3</sup>:

#### أ1- عناصر الجريمة:

#### أ1-1 الركن الشرعي:

تضمنه نص المادة 31 من القانون 02/04 إذ نص على أنه:

"يعتبر عدم الإعلام بالأسعار و التعريفات، مخالفة لإحكام المواد 4 و 6 و 7 من هذا القانون، ويعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار ( 5.000 دج) إلى مائة ألف دينار ( 100.000 دج) ."

ما يلاحظ أن المادة 31 أسقطت النص على المادة 5 وذكرت فقط المواد 4 ، 6 ، 7 الأمر كذلك بالنسبة للنص الفرنسي، فهل يفسر ذلك أن المشرع قد رفع تجريم عدم إعلام المستهلك بالأسعار بناء على مبدأ: " لا جريمة ولا عقوبة أو تدابير امن بغير قانون"<sup>4</sup> ؟

<sup>1</sup> - طبقاً للمادة 3/92 من القانون ذاته .

<sup>2</sup> - طبقاً للمادة 93 من القانون ذاته.

<sup>3</sup> - يُدخل البعض الالتزام بالإعلام بالأسعار في مفهوم المادة 17 من القانون 03/09 التي تنص: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج "و بالتالي في حالة عدم تنفيذه يطبق الجزاء المنصوص عليه في المادة 78، إلا أنه لو كان الأمر صحيح فلماذا لم يحذف القانون 06/10 المعدل للقانون 02/04 إلزامية الإعلام بالأسعار في علاقة العون الاقتصادي بالمستهلك على اعتباره ورد في سنة 2010 أي بعد صدور القانون 03/09.

<sup>4</sup> - طبقاً للمادة الأولى من قانون العقوبات .

إلا أنه بقراءة المادة 4<sup>1</sup> نجد أنها نص عام يلزم البائع بإعلام الزبائن بأسعار السلع وهذا النص يكفي لتجريم هذا الفعل هذا بالإضافة إلى أن المادة 31 جاءت لتجريم و تطبيق العقوبات على عدم إعلام كل من المستهلك والعمول الاقتصادي على حد السواء ، كما هو الحال بالنسبة إلى المادة 32 التي تليها ، لذا على المشرع إعادة تصحيح المادة 31 .

## أ-2- الركن المادي:

إن امتناع المتدخل عن إعلام المستهلك بأسعار المنتج التي يضعها للاستهلاك سواء أكانت محددة من قبل الدولة أو غير محددة بالوسائل المحددة قانوناً وفقاً للمادة 4،5 من القانون 02/04 أو عدم استثناء الإعلام للأوصاف القانونية كأن يكون غير مرئي أو غير مقروء، يقيم مسؤوليته الجزائية بارتكابه لجريمة عدم الإعلام بالأسعار فهي من الجرائم السلبية التي تقع بطريقة الترك<sup>2</sup>، و تعد أيضاً من الجرائم السلوكية فلا يشترط لتمامها تحقيق نتيجة معينة<sup>3</sup>.

## أ-2- العقوبات:

يعاقب المتدخل " البائع" الممتنع عن إعلام المستهلك بالعقوبات التالية:

- الغرامة من خمسة آلاف دينار (5.000دج) إلى مائة ألف دينار ( 100.000 دج).
- مصادرة السلع محل الحجز ليتم بيعها و يصبح المبلغ المحصل عليه مكتسباً للخرينة العامة<sup>4</sup>.
- وقد صدر حكم قضائي عن القسم الجزائي متعلق بجرم عدم الإعلام بالأسعار<sup>5</sup>، حيث أدين المتهم بهذه الجريمة ، إلا انه ما يلاحظ من أول وهلة أن هذا الحكم غير مسبب بشكل كافي ولم يتم تطبيق النصوص الخاصة بهذه الجريمة (02/04) خاصة وان وقائع القضية قد حدثت في 2007 فكان من الأجدر أن يتم تأسيسها على المادة 31 منه.

## ب - مخالفة عدم الإعلام بشروط العقد:

- 1 - المادة 4: " يتولى البائع وجوباً إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع".
- 2 - أحمد محمد محمود خلف:الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة "دراسة مقارنة"، الطبعة 1، المكتبة العصرية، مصر، 2008، ص 132.
- 3 - أ. محمد شرارية : المقالة السابقة،ص 7.
- 4 - طبقاً للمادة 9 من القانون 06/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي عدلت المادة 44 من القانون 02/04.
- 5 - أنظر الوثيقة 11 من الملحق 11.

إن عـزوف المتدخل عن إعلام المستهلك بشروط العقد وفقاً للشروط المحددة قانوناً<sup>1</sup> ينجر عنه ثبوت مسؤوليته الجزائية ومعاقبته بغرامة تقدر من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) طبقاً للمادة 32 من القانون 02/04

### ج - الإشهار المضلل:

#### ج1 - أركان الإشهار الكاذب:

لما كان الالتزام بالإعلام ينصب على معلومات يمكن نقلها إلى المستهلك بواسطة الإشهار فإنه يمكن أن يتضمن بيانات غير صحيحة ترتبط بطبيعة المنتج و خصائصه أو سعره وهو ما يشكل جريمة الإشهار المضلل<sup>2</sup> التي تقوم على ركنين:

#### أ - الركن المادي:

يتمثل في تضمين الإشهار معلومات أو بيانات كاذبة أو ناقصة متعلقة بالمنتج أو الخدمة وذلك باستعمال أحد وسائل الإعلام.

#### ب - الركن المعنوي:

أن تؤدي المعلومات الكاذبة أو الناقصة إلى مغالطة المستهلك، و دفعه إلى اقتناء المنتج أو طلب الخدمة محل الإشهار<sup>3</sup>.

عَدَّ المشرع الجزائري بعض الحالات التي تعد إشهاراً تضليلي على سبيل المثال لا

الحصر في نص المادة 28 من القانون 04-02 التي تنص:

<sup>1</sup> - إذ حددت المادة 3 من المرسوم التنفيذي 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006، العناصر الأساسية الواجب توافرها في كل العقود التي يجب أن يعلم بها المستهلك.

<sup>2</sup> - لمزيد من التفصيل أنظر :

د . غسان رباح : قانون حماية المستهلك الجديد، الطبعة 1، مكتبة زين الحقوقية و الأدبية، بيروت، 2006 ص 112، أ . عبد المنعم موسى إبراهيم: المرجع السابق، ص 181، د. أحمد السعيد الزقرد : المرجع السابق ص 53 ، أ . علي بولحية بن بوخميس : المرجع السابق، ص 54 ، قندوزي خديجة : الرسالة السابقة، ص 60 د . أبو العلا علي أبو النمر: المقالة السابقة، ص 639، د . دنيا مباركة: المقالة السابقة، ص 58 ، د . مجدي عبد الحميد شعيب : الدعاية الكاذبة و حماية المستهلك في القانون الفرنسي، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق، الإعلام ، و القانون ، يومي 14، 15 مارس 1991، جامعة حلوان، ص 1049.

- JEAN CALAIS –AULOY et FRANK STEINMETZ: op.cit p126, RABIH CHENDEB: op.cit, p 67, STEPHNE PIEDELIVRE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS: op .cit, p 103, ELIE ALFANDARI: op .cit, p 414.

<sup>3</sup> - أ . رشيد ساسان : المقالة السابقة، ص 7.

"دون الإخلال بالأحكام التشريعية و التنظيمية الأخرى المطبقة في هذا الميدان يعتبر إشهارا غير شرعي و ممنوعا، كل إشهار تضليلي لاسيما إذا كان:

- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته .
- يتضمن عناصر يمكن إن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه .
- يتعلق بعرض معين للسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكن ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار.

## ج2- العقوبات:

يترتب على مخالفة تلك الأحكام معاقبة المخالف بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 د ج) طبقا للمادة 38 من القانون ذاته.

\*تجدر الإشارة إلى انه يمكن أن يستفيد المتدخل المقصر من المصالحة التي تنهي كل متابعة قضائية بان يدفع غرامة تحدد في محضر من قبل الموظفين المؤهلين<sup>1</sup>، وفي حالة رفضه يحال ملفه على وكيل الجمهورية المختص من اجل متابعتة قضائيا.

## ثانيا: إمكانية رفع دعوى مدنية مرتبطة بالدعوى الجزائية

يمكن للشخص المتضرر أن يرفع دعوى مدنية أمام ذات الجهة الفاصلة في الدعوى العمومية قصد جبر الضرر الذي لحقه من جراء ارتكاب المتدخل لإحدى المخالفات المتعلقة بعدم الإعلام<sup>2</sup> سواء أكان ضرر جسدي أو مادي أو معنوي، طبقا للمادة 3 من قانون الإجراءات الجزائية: "يجوز مباشرة الدعوى المدنية مع الدعوى العامة في وقت واحد أمام الجهة القضائية نفسها " .

<sup>1</sup> - طبقا للمادة 2/60 من القانون 02/04.

<sup>2</sup> - مع العلم أن للمدعي المدني حق الاختيار بين القضاء المدني أو الجزائي:  
 - إذا اختار القضاء المدني فلا يجوز له مبدئيا أن يرفع الدعوى المدنية أمام القضاء الجزائي، إلا إذا حركت الدعوى الجزائية و قبل صدور حكم من المحكمة المدنية طبقا للمادة 2/5 من قانون الإجراءات الجزائية .  
 - حتى إن اختار القضاء الجزائي، فإنه يجوز له التخلي عن حقه أمامه و المطالبة بحقه أمام القضاء المدني وفقا للمادة 247 من قانون الإجراءات الجزائية.

وتكمن الفائدة من رفع الدعوى المدنية أمام القضاء الجزائري أن اختصاص القاضي الجزائري بالنظر في الدعوى المدنية، يجعله في وضع يكون فيه الأقدر على تقرير المسؤولية المدنية ومدى ثبوت أركانها<sup>1</sup>، حيث تسعف النيابة العامة المتضرر في الإثبات فتضطلع بتجميع أدلة الإدانة التي يستند عليها الطرف المدني للحصول على تعويض<sup>2</sup>، على عكس الدعوى المدنية التي ترفع أمام القضاء المدني، إذ يصعب عليه إثبات تعيب إرادته بغلط أو تدليس أو عناصر المسؤولية المدنية للمتدخل مما يؤدي إلى خسارتها.

مما هو معلوم انه يشترط لقبول الدعوى المدنية التبعية أمام القضاء الجزائري أن يرفعها من لحقه ضرر مباشر من الجريمة للحصول على تعويض لجبر ذلك الضرر<sup>3</sup>، بمعنى أن ينشئ الضرر عن جريمة عدم الإعلام التي تم تحريكها، كأن يصيبه مرض أو عاهة مستديمة بسبب نقص بيانات وسم المنتج التي استعمله<sup>4</sup>.

و هو ما نصت المادة 2 من قانون الإجراءات الجزائية: " يتعلق الحق في الدعوى المدنية للمطالبة بتعويض الضرر الناجم عن جناية أو جنحة أو مخالفة لكل من أصابهم شخصيا ضرر مباشر تسبب عن الجريمة "

فالطرف المدني وفقا للمادة 2 هو الشخص المصاب بالضرر شخصيا أي المستهلك سواء أكان المتعاقد ذاته في عقد البيع الاستهلاكي أو مستعمل المنتج ، إلا أن قانون حماية المستهلك 03/09 خرج عن هذه القاعدة.

إذ سمح لجمعيات حماية المستهلك بان تتأسس كطرف مدني لأنها تتشأ خصيصا لتمثله و الدفاع عنه طبقا للمادة 21 من القانون 03/09 وبخاصة وانه من النادر أن يرفعها المستهلك بنفسه بسبب تخوفه من القضاء وشعوره بأن الفائدة التي سيحصل عليها ضئيلة بالمقارنة مع ما سينفقه وطول الإجراءات<sup>5</sup> مع انشغال النيابة العامة بالقضايا الكثيرة<sup>1</sup>.

1 - د. محمد سعيد نمور: أصول الإجراءات الجزائية ، الطبعة 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005 ص 289.

2 - د. قادة شهيدة: المرجع السابق، ص 249.

3 - عبد العزيز سعد : شروط ممارسة الدعوى المدنية أمام المحاكم الجزائية ، الطبعة 1 ، الديوان الوطني للأشغال التربوية ، الجزائر، 2002 ص 23، د. محمد سعيد نمور: المرجع السابق، ص 291.

4 - طبقا للمادة 83 من القانون 03/09.

5 - ساوس خيرة و مرنيذ فاطمة : حق جمعية حماية المستهلك في التقاضي ، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، يومي 13 و14 افريل 2008، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادى، منشور، ص 264.

لذا فجمعيات حماية المستهلك آلية فعالة في ضمان حق المستهلك في الدفاع، خاصة وان القانون قد منحها الحق في الاستفادة من المساعدة القضائية متى كان معترف لها بالمنفعة العمومية<sup>2</sup> وهو ما يسهل مهمتها في تمثيل المستهلك .

وقد حددت المادة 23 من القانون 03/09 الدعوى التي يحق لها أن تتأسس فيها بقولها: "عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل واحد، يمكن جمعيات حماية المستهلكين أن تأسس كطرف مدني".

لذا يمكن لجمعية حماية المستهلكين أن تتأسس كطرف مدني للدفاع عن المصلحة الفردية لمستهلك واحد أو أن ترفع ما يسمى: بدعوى التمثيل الزوجية<sup>3</sup>، إذ يشترط فيها أن يتضرر اثنين على الأقل من المستهلكين من جراء استعمال منتج وضعه نفس المتدخل للاستهلاك و أن يشكل فعله جريمة معاقبا عليه مادامت المادة 23 قد دخلت لها حق التأسس كطرف مدني .

مما سبق يتضح أن الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي هو التزام له نظامه القانوني، يستمد وجوده من القواعد العامة و الخاصة، إذ يتم تنفيذه من قبل المتدخل لصالح المستهلك باستعمال الوسائل الملائمة، وفي حالة الإخلال بتنفيذه فانه يتحمل جزاءات متنوعة ذات طابع مدني و إداري و جزائي.

1 - د . محمد بـودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 677.

2 - طبقا للمادة 22 من القانون 03/09.

3 - محمد بـودالي : حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، المرجع السابق ص 682.

خاتمة

تطرقنا من خلال دراسة موضوع: " الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي " إلى ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي و أحكامه التي تم توزيعها بين فصلين، وذلك بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة، إذ توجت هذه الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات متعلقة أساساً بما يأتي:

• إن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني ملقى على عاتق كل متدخل في العملية الاستهلاكية لحساب المستهلك بأن يعلمه بكل المعلومات المتعلقة به وبالعملية العقدية ككل بوسائل معينة تحت طائلة جزاءات قانونية محددة ، طبقاً للمادة 17 من القانون 03/09 إذ وفق المشرع هذه المرة في إيراد تعريف شامل لمعظم عناصر هذا الالتزام.

إلا أن ما يعاب عليه، أنه ركز على المعلومات التي تخص المنتج فقط دون العملية العقدية في المادة 17 التي تشكل القاعدة العامة للالتزام بالإعلام وهو ما يُضعف من ذاتية الالتزام بالإعلام خاصة و أن القانون 02/04 الذي تضمن بقية عناصره، قد سوى بين المستهلك والعميل الاقتصادي في الحماية بموجب المادة 31 و 32 منه.

- إن الالتزام بالإعلام هو التزام قانوني قائم على عاتق كل متدخل في عملية وضع المنتج للاستهلاك سواء أكان منتجاً أو مستورداً أو موزعاً لصالح المستهلك سواء أكان متعاقدًا عاديًا أو مهنيًا متى تصرف خارج تخصصه أو أكان مستعملًا فقط.

إذ تتعدد أطراف هذا الالتزام مما يوسع من دائرة الدائنين و المدنيين به وهو خروج على قاعدة نسبية العقد بهدف حماية المستهلك، دون تجاهل دور كل من جمعيات حماية المستهلك والمجلس الوطني لحماية المستهلك في إعلامه وان كانت ليست مدينة بهذا الالتزام، خاصة وأنها ليست طرفاً في عقد البيع الاستهلاكي وهو ما يضمن إعادة كفة التوازن المعرفي بين أطرافه.

- تولى القانون تحديد مضمون الالتزام بالإعلام و إن كانت المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، قد اقتصر على المعلومات المتعلقة بالمنتج عن طريق الوسم دون البيانات التي تتصل بالعملية العقدية ك شروط البيع مثلاً التي نصت عليها نصوص في قوانين أخرى.

وهو ما يؤدي إلى تجزئة المواد المتعلقة بالالتزام بالإعلام وتوزيعها في عدة نصوص أخرى وما يترتب على ذلك من آثار من الناحية العملية رغم أن القانون الجديد 03/09 خصّ الالتزام بالإعلام بفصل مستقل بذاته.

- حدد القانون المعلومات الواجب توافرها عند وسم مختلف المنتوجات الغذائية والصناعية بصفة إلزامية، بحيث يترتب على مخالفتها جزاءات قانونية معينة، أما المعلومات الخاصة بالعملية التعاقدية فتتعلق أساسا بالإعلام عن الأسعار و شروط العقد، مع وجود تناقض بين المادة 8 من القانون 02/04 مع فحوى المادة 5 من المرسوم التنفيذي 306/06 لأنها تعتبر في حدّ ذاتها شرطا تعسفيا.

- نوع القانون من الوسائل التي يمكن للمتدخل استعمالها عند تنفيذ التزامه بالإعلام سواء بواسطة الوسم أو المعلقات أو الإشهار أو بالشكلية الإعلامية، بموجب المادة 17 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش وجعله بصفة اختيارية.

إلا انه مجرد تعدد شكلي فقط لان المتدخل مجبر على استعمال الوسم عند الإعلام عن المعلومات المتعلقة بالمنتوج، دون استعمال وسيلة أخرى وهو ما أكدته المادة 78 من القانون التي رصدت جزاءات متعلقة بعدم مطابقة الوسم ، في حين أن الإعلام عن الأسعار يتم بواسطة المعلقات و الإشهار، أما الشكلية الإعلامية فتستعمل للإعلام عن شروط العقد.

- رصد القانون جزاءات قانونية متنوعـة في حالة عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام قصد ضمان فعالية الأحكام القانونية المنظمة لهذا الالتزام في عقد البيع الاستهلاكي من جزاءات ذات طبيعة مدنية إلى جزاءات متعلقة بقمع الغش ذات طبيعة إدارية و جزائية .

#### • بالنسبة للجزاءات المدنية :

على الرغم من وجود نظام قانوني قائم بذاته يُنظم الالتزام بالإعلام، إلا أن القانون قد اغفل تنظيمه من ناحية الجزاءات المتعلقة بالعملية العقدية، مما يضطرنا إلى الاستجداد

بقواعد العامة كالجرائم المتعلقة بإبطال العقد بناء على نظرية عيوب الإرادة وخاصة الغلط والتدليس.

إلا أن الإشكال يكمن في عدم توافق هذه القواعد والطبيعة الخاصة للعقود الاستهلاكية، من حيث صعوبة إثبات وقوع المستهلك في الغلط أو التدليس، وهنا تظهر الحاجة إلى قواعد خاصة تتلاءم وخصوصية العلاقة التي تجمع كل من المتدخل والمستهلك كطرف ضعيف في تلك العلاقة .

أما البطلان المبني على أساس عدم العلم الكافي فهو إذا كان أكثر فعالية من نظرية عيوب الإرادة من حيث سهولة الإثبات، فإنه في الوقت ذاته غير مُمكن التطبيق لغموض مضمونه، مما يدفعنا إلى البحث عن حل قانوني لإزالة الغموض الذي يكتنف المادة 352 من التقنين المدني، بتطبيقها بالموازاة مع النصوص الخاصة المحددة لمضمون وأطراف الالتزام بالإعلام كالمادة 17 من القانون 03/09 و بقية القوانين الأخرى .

أما الجزاء الذي يهدف إلى تعويض المضرور مما لحقه من أضرار بإقامة المسؤولية المدنية للمتدخل، التي كانت محل اختلاف كبير بين فقهاء القانون بسبب غياب نص قانوني ليحسم المشرع الجزائري هذا الإشكال بتحديد طبيعة الالتزام بالإعلام كالترام قانوني قائم بذاته ينفذ قبل إبرام العقد بحيث يترتب على عدم تنفيذه قيام المسؤولية التقصيرية للمتدخل حتى في حالة وجود عقد يجمعه بالمستهلك، إلا أنه ما يعاب على قواعد المسؤولية التقصيرية - و إن كانت أكثر فائدة - هو عبء الإثبات الذي يقع على المستهلك المضرور وكان من الأجدر وجود نص يجعل الخطأ مفترضا.

#### ● بالنسبة للجزاء المتعلقة بقمع الغش:

يتكون الجزاء المتعلقة بقمع الغش من جزاءات إدارية و جزائية:

الجزاءات الإدارية : وهي مجموعة التدابير المتخذة من قبل أعوان قمع الغش لمراقبة مدى احترام المتدخل لالتزامه بإعلام المستهلك ومعاينة المخالفات في حالة الإخلال بتنفيذه بإثباتها في محاضر خاصة، إذ تدخل في سلطات الضبط الإداري، إلا أنه ما يلاحظ تجزئة

تلك الإجراءات فيما يخص معاينة المخالفات الخاصة بعدم وسم المنتج وتلك المتعلقة بعدم الإعلام بالأسعار وشروط العقد بين قانونيين، رغم أن الجوهر واحد وهو ضمان الرقابة الإدارية على إعلام المستهلك.

- إذا كان المشرع قد رصد أحكام قانونية لتنظيم الالتزام بالإعلام تقوم على قواعد أمره متعلقة بالنظام العام الاقتصادي بدا من تحديد أطراف الالتزام ومضمونه بدقة ثم وسائل تنفيذه ومختلف الجزاءات المترتبة على الإخلال بتنفيذه.

إلا أنها تظل غير فعالة في حماية المستهلك والسبب في ذلك لا يعود بالدرجة إلى النصوص القانونية - وحتى إن كانت تشوبها بعض النقائص - وإنما إلى غياب التناسق و الترابط بين مختلف الفاعلين في مجال حماية المستهلك انطلاقا المستهلك ذاته وصولا إلى الأشخاص المكلفة أساسا بهذه المهمة، كالأجهزة المكلفة بقمع الغش و جهاز العدالة و جمعيات حماية المستهلك و مختلف أجهزة الإعلام ذات الوزن الثقيل.

فالمستهلك هو العنصر الرئيسي في نجاح و تفعيل النصوص القانونية وذلك بمعرفة حقوقه كحقه في الإعلام ومطالبته في حالة خرقه بمسؤولية المتدخل باللجوء إلى الأشخاص المختصة.

لذا على ضوء تلك الاستنتاجات المقدمة نخرج بالتوصيات الآتية:

- من خلال دراستي لموضوع الالتزام بالإعلام اتضح لنا أن المشرع الجزائري وإن كان قد حقق قفزة نوعية بتخصيص فصل كامل لإلزامية إعلام المستهلك تدارك منه للغموض الذي كان يكتنفه في القانون القديم، إلا أنه ترك النصوص المتعلقة به مشتتة بين أكثر من قانون.

لذا نقترح عليه أن يعيد توحيد تلك النصوص القانونية في قانون واحد، لأن توزيعها بهذا الشكل يُضعف من فعاليتها وكان عليه لما أصدر القانون 03/09 أن يقوم بذلك لما له من اثر بالغ في تجسيد ذاتية الالتزام بالإعلام وحفظ حماية خاصة للمستهلك من دون وضعه على قدم المساواة مع العون الاقتصادي، وتسهيل مهمة القضاة عند النظر في القضايا المتعلقة به.

علما أن هذا التوحيد لا يمس بطبيعة كل عنصر من هذا الالتزام فالجزاءات المتعلقة بمخالفة الوسم أي الجودة تختلف تماما عن الجزاءات المتعلقة بمخالفة الإعلام بشروط العقد والأسعار لخطورة المخالفة الأولى و تأثيرها المباشر على سلامة المستهلك وبالتالي تكريس نظام قانوني خاص بالالتزام بالإعلام.

- على المشرع أن يوضح الغموض الموجود على مستوى بعض النصوص كالنص القانوني المتعلق بإلزامية الإعلام في المادة 17 من القانون 03/09 والنص الخاص بإلزامية أمن المنتج في المادة 10 منه نتيجة تداخلها بالنسبة لمخالفة بيانات الوسم و من ثم الحيلولة دون ظهور إشكالية تحديد الجزاء القانوني الواجب التطبيق.

- نقترح إلغاء عبارة إلزامية الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية في المادة 8 من القانون 02/04 لأنها تشكل في حد ذاتها شرطا تعسفيا.

- وضع نص قانوني يقرر الخطأ المفترض للمتدخل بعدم إعلام المستهلك على أساس انه ملزم بمطابقة المنتوجات قبل عرضها في السوق وافترضه علمه بكل ما يتعلق بمحل العقد، وهو ما يسهل على المستهلك عملية الإثبات.

\* إن مسألة حماية المستهلك هي قضية الجميع، ولا يمكن تحميله لطرف واحد فقط.

# قائمة المراجع

• باللغة العربية:

أولاً: المؤلفات

أ - العامة:

- 1 - د. أنور طلبية: المسؤولية العقدية، الجزء 1، الطبعة 1، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 2005 .
- 2 - بلحاج العربي: النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري "العقد والإرادة المنفردة"، الطبعة 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
- 3 - د. جاك غستان، ترجمة منصور القاضي: المطول في القانون المدني "تكوين العقد" المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع، دمشق، 2008.
- 4 - د. حسن علي الذنون : المبسوط في المسؤولية المدنية "الضرر"، الجزء 1، الطبعة 1 دار وائل للنشر، عمان "الأردن"، 2006.
- 5 - سليمان مرقش: الوافي في شرح القانون المدني "في العقود المسماة: عقد البيع والمقايضة" الطبعة 4، دار المنشورات الحقوقية، بيروت، 1987.
- 6 - د. عبد الحميد الشواربي: التعليق الموضوعي على القانون المدني "أحكام عقد البيع و العقود التي ترد على الملكية، الجزء 4، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2001.
- 7 - د. عبد الرزاق السنهوري :  
\* الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام"، الجزء 1 الطبعة 3، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.
- \* الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام"، الجزء 2 الطبعة 3، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.
- \* الوسيط في شرح القانون المدني الجديد "العقود التي ترد على الملكية: البيع و المقايضة" الجزء 4، الطبعة 3، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.
- 8 - عبد العزيز سعد: شروط ممارسة الدعوى المدنية أمام المحاكم الجزائية، الطبعة 1، الديوان الوطني للأشغال التربوية، الجزائر، 2002.
- 9 - عبد الله بن المحمود الموصلي: الاختيار لتعليل المختار، الجزء 2، الطبعة 2، دار الرسالة العلمية، دمشق "سوريا"، 2009.
- 10 - د. علي علي سليمان: النظرية العامة للالتزام "مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، الطبعة 6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.

- 11 - أ. علي فيلاي : الالتزامات "النظرية العامة للعقد"، الطبعة 2، دار موفم للنشر و التوزيع الجزائر، 2005.
- 12 - أ. لحسن بن الشيخ آث ملويا :المنتقى في عقد البيع، الطبعة 3، دار هومة، الجزائر، 2008.
- 13 - محمد أمين بن عمر عابدين: ردُّ المختار على الدرِّ المختار شرح تنوير الأبصار، الجزء 7 دار عالم الكتب للطباعة والنشر و التوزيع، الرياض، 2003.
- 14 - - أ. محمد حسنين: عقد البيع في القانون المدني الجزائري، الطبعة 5، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2006.
- 15 - أ. محمد سعيد جعفرور :
- \*الخيارات العقدية في الفقه الإسلامي كمصدر للقانون المدني الجزائري، دار هو م ه الجزائر 1998 .
- \* نظرية عيوب الإرادة في القانون المدني الجزائري و الفقه الإسلامي، دار هومة، الجزائر، 2009.
- 16 - د.محمد سعيد نمور: أصول الإجراءات الجزائية، الطبعة 1، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان، 2005.
- 17 - د. محمود جلال حمزة: العمل غير المشروع باعتباره مصدرا للالتزام، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1985.
- 18 - د. مصطفى العوجي:
- \* القانون المدني " العقد مع مقدمة في الموجبات المدنية"، الجزء 1، الطبعة 4، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007.
- \* القانون المدني " المسؤولية المدنية"، الجزء 2، الطبعة 2، منشورات الحلبي الحقوقية بيروت، 2004.
- 19- أ. ناصر لباد: القانون الإداري " النشاط الإداري"، الجزء 2، الطبعة 1، مطبعة sarp الجزائر، 2004.
- ب- المتخصصة:**
- 1 - د. أحمد السعيد الزقرد: الحماية المدنية من الدعاية التجارية الكاذبة و المضللة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.

- 2 - د . أحمد محمد محمد الرفاعي: الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، القاهرة، 1999.
- 3 - د. السيد محمد عمران: حماية المستهلك أثناء تكوين العقد "دراسة مقارنة"، منشأة المعارف الإسكندرية، 1999 .
- 4 - د. أحمد محمد محمود خلف: الحماية الجنائية للمستهلك في القوانين الخاصة "دراسة مقارنة" الطبعة المكتبة العصرية، مصر، 2008.
- 5 - د. أسامة أحمد بدر: حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني "دراسة مقارنة"، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 6 - د. أشرف محمد مصطفى أبو الحسين: التزامات البائع في التعاقد بوسائل الاتصال الحديثة منشأة المعارف، الإسكندرية، 2009 .
- 7 - د . بودالي محمد :
- \* حماية المستهلك في القانون المقارن "دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي"، دار الكتاب الحديث الجزائر، 2006.
- \* الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات "دراسة مقارنة"، مكتبة الرشد للطباعة والنشر و التوزيع، الجزائر، 2005.
- 8 - د. حمدي أحمد سعد: الالتزام بالإفشاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع "دراسة مقارنة بين القانون المدني و الفقه الإسلامي"، المكتب الفني للصادرات القانونية، مصر، 1999.
- 9 - د . خالد عبد الفتاح محمد خليل: حماية المستهلك في القانون الدولي الخاص، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2009.
- 10 - د. خالد ممدوح إبراهيم : أمن المستهلك الإلكتروني، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 11 - د. زهية حورية سي يوسف: المسؤولية المدنية للمنتج، دار هومة، 2009.
- 12 - د . شحاته غريب شلقامي: خصوصية المسؤولية المدنية في مجال الدواء " دراسة مقارنة" دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008.
- 13 - د . شير زاد عزيز سليمان: حسن النية في إبرام العقود، دار الدجلة، عمان، 2008.
- 14 - د . عامر قاسم أحمد القيسي: الحماية القانونية للمستهلك " دراسة في القانون المدني و المقارن"، الطبعة 1، الدار العلمية و الدولية ودار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2002.
- 15 - أ. عبد الجبار ناجي الملاصالح : مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود، الطبعة 1، دار الرسالة للطباعة، بغداد، 1970.

- 16 - د . عبد الحليم عبد اللطيف القوفي: حسن النية و أثره في التصرفات في الفقه الإسلامي و القانون المدني، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 17 - أ . عبد المنعم موسى إبراهيم :
- \* حماية المستهلك "دراسة مقارنة"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2007 .
- \* حسن النية في العقود " دراسة مقارنة"، منشورات الزين الحقوقية و الأدبية ش.م.م، بيروت 2006.
- 18 - أ. علي بولحية بن بوخميس: القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000 .
- 19 - د . عمر محمد عبد الباقي: الحماية العقدية للمستهلك "دراسة مقارنة بين الشريعة و القانون" منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.
- 20 - د . غسان رباح : قانون حماية المستهلك الجديد، الطبعة 1، مكتبة زين الحقوقية و الأدبية بيروت، 2006.
- 21 - د. قادة شهيدة : المسؤولية المدنية للمنتج " دراسة مقارنة"، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2007.
- 22 - د . لعشب محفوظ بن حامد: عقد الإذعان في القانون المدني الجزائري والمقارن، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990.
- 23 - د . محمد حسام محمود لطفي : المسؤولية المدنية في مرحلة التفاوض، القاهرة (دون دار نشر)، 1995 .
- 24 - د . محمد شكري سرور: مسؤولية المنتج عن الأخطار التي تسببها منتجاته الخطرة طبعة 2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983.
- 25 - د. محمد محمد مصباح القاضي: الحماية الجنائية للمستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة 2008.
- 26 - أ. محمود داوود يعقوب: المسؤولية في القانون الجنائي الاقتصادي، الطبعة 1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2008.
- 27 - د. ممدوح محمد مبروك: أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجيا المعاصرة "دراسة مقارنة بين القانون المدني والفقه الإسلامي"، المكتب الفني للإصدارات القانونية الإسكندرية، 1999 .

#### ثانياً: المقالات

- 1 - د . أبو العلا علي أبو النمر: نحو تعزيز حماية المستهلك في مواجهة انهيار الحدود الجغرافية للإعلام المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق، الإعلام و القانون، يومي 14، 15 مارس 1991 جامعة حلوان.
- 2 - أحمد عبد الرحمان الملحم: نماذج العقود ووسائل مواجهة الشروط المجحفة فيها: مجلة الحقوق، يونيو 1992، عدد 1 و2.
- 3 - إدريس الفاخوري: حماية المستهلك من الشروط التعسفية، المجلة المغربية للاقتصاد والقانون، وجدة يونيو 2001، عدد3.
- 4 - د . أسامة أحمد بدر: ضمانات المشتري في عقد البيع الالكتروني، مجلة الشريعة و القانون أكتوبر 2009، عدد 40.
- 5 - أ . الحسين بلحساني : أساس الالتزام بتبصير المستهلك و مظاهره، المجلة المغربية للاقتصاد والقانون، 2001، عدد 4.
- 6 - بوعزة ديدن:الالتزام بالإعلام في عقد البيع،المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، الجزء41، 2004، عدد 1.
- 7 - د.جمال النكاس: حماية المستهلك و أثرها على النظرية العامة للعقد، مجلة الحقوق 1997، عدد1.
- 8 - حمزاوي جمال: قواعد حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 "الوسم ، الالتزام بالإعلام " الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون 03/09 ،يومي 08 ، 09 نوفمبر 2010، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، غير منشور .
- 9 - د . دنيا مباركة: الحماية القانونية لرضا مستهلكي السلع و الخدمات، المجلة المغربية للاقتصاد و القانون وجدة، يونيو 2001، عدد 3.
- 10 - أ - رشيد ساسان: الطبيعة القانونية للإشهار التجاري و آثاره على إرادة المستهلك، الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03/09، يومي 8 ، 9 نوفمبر 2010 جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، غير منشور .
- 11 - ساوس خيرة و مرنيذ فاطمة: حق جمعية حماية المستهلك في التقاضي، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، يومي 13 و14 افريل 2008، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، منشور .
- 12 - أ . شمس ضيات خلفلاوي : ملاحظات حول واقع الإعلام الاقتصادي في الجزائر، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية و الإنسانية، 2009، عدد 9.

- 13 - د. صفوت محمد العالم: تقييم سياسة إعلام المستهلكين و إعلانهم في إطار نظام حماية المستهلك، المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق، الإعلام و القانون، يومي 14، 15 مارس 1991 جامعة حلوان.
- 14 - أ. عادل عميرات: حماية رضا المستهلك أثناء التعاقد ، الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، يومي 13 و14 افريل 2008، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، منشور.
- 15 - د. عبد النور بوتوشنت: دور جمعيات حماية المستهلك في ضمان أمن المستهلك، مجلة الحقوق، كلية الحقوق جامعة باجي مختار - عنابة، جوان 2008، عدد 12.
- 16 - أ. عنابي بن عيسى: جمعيات حماية المستهلك وترشيد الاستهلاك لدى المستهلك الجزائري الملتقى الوطني الأول حول حماية المستهلك في ظل الانفتاح الاقتصادي، يومي 13 و14 افريل 2008، معهد العلوم القانونية و الإدارية بالمركز الجامعي بالوادي، منشور.
- 17 - د. فراس يوسف الكساسبة و مؤيد محمد القضاة: فعالية مشروع قانون حماية المستهلك الأردني " دراسة تحليلية نقدية لنطاق مشروع القانون ووسائل تنفيذه"، مجلة الشريعة والقانون يونيو 2010، عدد 43.
- 18 - د . مجدي عبد الحميد شعيب: الدعاية الكاذبة و حماية المستهلك في القانون الفرنسي المؤتمر العلمي الثاني لكلية الحقوق، الإعلام و القانون، يومي 14، 15 مارس 1991، جامعة حلوان .
- 19 - أ . محمد حاج بن علي: مسؤولية المحترف عن أضرار و مخاطر تطور منتوجاته المعيبة الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الشلف، عدد 22، 2009.
- 20 - أ . محمد شرايرية: الحماية الجنائية للمستهلك، الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون 03/09، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة غير منشور.
- 21 - أ . محمد عماد الدين عياض: نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش 03/09 الملتقى الوطني الخامس حول حماية المستهلك في ظل القانون 03/09، يومي 8 و 9 نوفمبر 2010، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، غير منشور.
- 22 - أ . ناصر فتيحة: القواعد الوقائية لتحقيق أمن المنتوجات الغذائية و الصيدلانية، مجلة العلوم القانونية و الإدارية ، جامعة جيلالي اليابس، سيدي بلعباس، عدد خاص، أفريل 2005.

**ثالثا : الرسائل الجامعية**

أ - رسائل الدكتوراه:

- 1 - د . حامق ذهبية: الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة دكتوراه مقدمة بجامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2009.
- 2 - د . عبد القادر أقصاصي: الالتزام بضمان السلامة في العقود " نحو نظرية عامة" رسالة دكتوراه مقدمة بجامعة الإسكندرية، 2008 .

ب - مذكرات الماجستير:

- 1 - جرعود الياقوت: عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة ماجستير جامعة الجزائر- بن عكنون، 2001-2002.
- 2 - عبد العزيز محمد الحمد: الاستهلاك في الإسلام، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 1987.
- 3 - عزيزي جميلة: حماية المستهلك من الشروط التعسفية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العقود و المسؤولية، جامعة الجزائر، 2002-2003.
- 4 - فهيمة ناصري: جمعيات حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2003-2004 .
- 5 - قندوزي خديجة: حماية المستهلك من الاشهارات التجارية "على ضوء مشروع قانون الإشهار لسنة 1999"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر- بن عكنون، 2000-2001 .
- 6 - كالم حبيبة: حماية المستهلك مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر كلية الحقوق و العلوم الإدارية، 2005.
- 7 - محمد الهيني: الحماية القانونية للطرف الضعيف في عقد التأمين البحري، رسالة لنيل دبلوم دراسات معمقة في القانون الخاص، جامعة سيدي محمد بن عبد الله، فاس، 2005-2006.
- 8 - مسعودة سليمان بلخضر: الحماية المدنية للمستهلك في العقد الإلكتروني " دراسة مقارنة " رسالة لنيل درجة ماجستير في القانون، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الأردنية، 2002 .
- 9 - وائل نافد سفرجلاني: الحماية المدنية للمستهلك في عقد البيع، رسالة ماجستير، جامعة بيروت العربية، 2001.

10 - يغلى مريم: الالتزام بالإعلام في بيع المنتجات الخطرة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير جامعة باجي مختار عنابة، 2007-2008.

#### رابعاً: قاموس

1 - د . سهيل ادريس وأ. جبور عبد النور: المنهل ، الطبعة 1، دار الآداب و دار العلم للملايين بيروت، 1999.

#### خامساً: المجالات القضائية

1 - المجلة القضائية 1993، عدد 2.

2 - المجلة القضائية 2000، عدد 3.

3 - المجلة القضائية 2001، عدد 1.

#### سادساً: المقابلات الشخصية

1 - مقابلة مع السيد : جمال عيساوي: رئيس قسم المنازعات لمديرية التجارة يوم 16 / 02 / 2011 بمقر مديرية التجارة بقالة.

2 - مقابلة مع رئيسة جمعية حماية المستهلك لولاية قالمة، يوم 30 جانفي 2011، بمقر الجمعية الكائن بـ: دار الشباب العلمية " المجاهد صالح بوبنيدر" سوق الفلاح سابقا، الكرمات.

#### ثامناً: النصوص القانونية

##### أ - النصوص التشريعية:

##### • الدستور:

1 - دستور الجمهورية الجزائرية الصادر بموجب مرسوم رئاسي رقم 438/96، المؤرخ في 07 ديسمبر 1996، و المعدل بالقانون 09/08 المؤرخ في 16 نوفمبر 2008.

##### • الأمر:

2 - الأمر رقم 03/03 المؤرخ في 19 جوان 2003 والمعدل والمتمم بالقانون رقم 05/10 المؤرخ في 15 غشت 2010 و المتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية رقم 43، الصادرة في 20 يوليو 2003 .

##### • القوانين:

3 - قانون الإجراءات الجزائية.

4 - القانون المدني.

5 - القانون التجاري.

- 6 - القانون رقم 05/91 المؤرخ 16 جانفي 1991 المتضمن تعميم استعمال اللغة العربية  
الجريدة الرسمية رقم 03، الصادرة في 16 جانفي 1991.
- 7 - القانون رقم 02/04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 و المعدل و المتمم بالقانون : 06/10  
المؤرخ في 15 غشت 2010 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، الجريدة  
الرسمية رقم 41 الصادرة في 27 يونيو 2004.
- 8 - القانون رقم 03/09 المؤرخ في 25 فيفري 2009 متعلق بحماية المستهلك و قمع الغش  
الجريدة الرسمية عدد 15، الصادرة في 8 مارس 2009.

#### **ب النصوص التنظيمية:**

##### **• المراسيم التنفيذية:**

- 9 - المرسوم التنفيذي رقم 12/85 المؤرخ في 26 يناير 1985 الذي يحدد الأعمال الفندقية  
و السياحية و ينظمها، الجريدة الرسمية رقم 50، الصادرة في 1990.
- 10 - المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات  
و الخدمات الجريدة الرسمية رقم 40، الصادرة في 1990.
- 11 - المرسوم التنفيذي رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتوجات  
المنزلية غير الغذائية، الجريدة الرسمية رقم 50 الصادرة في 1990،
- 12 - المرسوم التنفيذي رقم 272/92 مؤرخ في 6 يوليو 1992، الذي يحدد تكوين المجلس  
الوطني لحماية المستهلكين و اختصاصه، الجريدة الرسمية رقم 52، الصادرة في 1992.
- 13 - المرسوم التنفيذي رقم 284/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992 المتعلق بالإعلام الطبي  
و العلمي الخاص بالمنتوجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، الجريدة الرسمية رقم 53  
الصادرة في 1992.
- 14 - المرسوم التنفيذي رقم 494/97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 المتعلق بالوقاية  
من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، الجريدة الرسمية رقم 85، الصادرة في 1997.
- 15 - المرسوم التنفيذي رقم 484/05 المؤرخ في 10 نوفمبر 2005 يعدل ويتم المرسوم  
التنفيذي رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 و المتعلق بوسم السلع الغذائية  
و عرضها الجريدة الرسمية رقم 83، الصادرة في 25 ديسمبر 2005.
- 16 - المرسوم التنفيذي رقم 467/05 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي يحدد شروط مراقبة  
مطابقة المنتوجات المستوردة عبر الحدود، الجريدة الرسمية رقم 80، الصادرة  
في 11 ديسمبر 2005.

17 - المرسوم التنفيذي رقم 468/05 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 الذي شروط تحرير الفاتورة و سند التحويل ووصل التسليم والفاتورة الإجمالية وكيفيات ذلك، الجريدة الرسمية رقم 80 الصادرة في 11 ديسمبر 2005.

18 - المرسوم التنفيذي رقم 215/06 المؤرخ في 18 يونيو 2006 الذي يحدد شروط و كيفيات ممارسة البيع بالتخفيض و البيع الترويجي والبيع في حالة تصفية المخزونات والبيع عند مخازن المعامل والبيع خارج المحلات التجارية بواسطة فتح الطرود، الجريدة الرسمية رقم 41، الصادرة في 21 يونيو 2006.

19 - المرسوم التنفيذي رقم 306/06 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، الجريدة الرسمية رقم 56، الصادرة في 11 سبتمبر 2006.

20 - المرسوم التنفيذي رقم 65/09 مؤرخ في 7 فيفري 2009 الذي الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع و الخدمات، الجريدة الرسمية رقم 10، الصادرة في 11 فيفري 2009.

#### • القرارات الوزارية:

21 - القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 المتضمن كيفية تطبيق المرسوم التنفيذي 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 و المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات.

22 - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24 مارس 1997 المتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء الجافيل رهن الاستهلاك و شروطها و كفياتها.

23 - القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 26 ماي 2001 و المتعلق بوضع الدواجن رهن الاستهلاك، الجريدة الرسمية رقم 32، الصادرة في 10 يونيو 2001.

#### • باللغة الفرنسية :

##### *I - les ouvrages :*

- 1- ALFANDARI ELIES : droit des affaires, Paris, litec,1993.
- 2- CALAIS –AULOY JEAN et STEINMETZ FRANK : droit de la consommation, 5édition, Dalloz, paris, 2000.
- 3- CABRILLAC REMY :droit des obligation,6 édition, Dalloz, Paris,2004.
- 4- CHARON GUY, HERMEL LAURENT : la vente « la nouvelle donné des forces de vente, economica, Paris, 2002.

- 5- CHENDE RABIH : le régime juridique du contrat de consommation, « étude comparative », édition alpha, L.G.D.J, paris, 2010.
- 6- GUYON YVES : droit des affaires tome1, droit commercial général et société, 12 édition, economica, dalta, Paris, 2003.
- 7- HUET JEROME sous la direction de JACQUES GHESTIN : traité de droit civil « les principaux contrats spéciaux , 2 ° édition , L.G.D.J, PARIS, 2001.
- 8- LECLERE FREDERIC, droit des contrats spéciaux, Paris, L.G.D.J, 2007.
- 9- LE TOURNEAU PHILIPPE: responsabilité civile professionnelle ,2 édition, Dalloz, Paris ,2005.
- 10- MAINGUY DANIEL : contrat spéciaux, 3 édition, Dalloz, paris ,2002 .
- 11- PICOD YVES et DAVO HELENE : droit de la consommation, Armand colin, paris, 2005.
- 12- PIEDELIEVRE STEPHANE dirigé par NICOLAS MOLFESSIS : droit de la consommation, economica, paris ,2008.
- 13- S MATAR LYNN : langue des agens de robe « dictionnaire trilingue juridique et économique détaillé », 1ere édition , mâchurât al halle bi alhoukoukia ,2004.
- 14- VANWIJCK MICHELE, ALEXANDRE, WERY PATRICK: le processus de formation du contrat, lancier, Bruxelles, 2004.

## **II- les thèses :**

- 1- AGNES DUPONT : le devoir de conseil en matière de garantie, DEA de droit des affaires, université robert Schuman, 2002.
- 2-ALKHASAUNEH ALA'ELDIN: l'obligation d'information dans le contrat informatiques, thèse pour obtenir le grade de doctorat en droit, université de Reims charpagne Ardenne ,21 janvier 2008.

## **III- les articles :**

- 1- B.FILALI, A.BOUCENDA : protection juridique du consommateur en Algérie, revue des sciences juridique et administrative, faculté des droit , université DDJILALI LIABESS, Avril 2005.
- 2- DENNOUNE HADJIRA : la sécurité des produits, revue semestrielle université ABOU BAKR BELKAID, TLEMCEN, n ° 3, 2006.

- 3- MALINVAUD PHILIPPE : la protection des consommateurs, chronique-VIII , recueil Dalloz Sirey ,1981.
- 4- MISTERETTA PATRICK : l'obligation d'information dans la théorie contractuelle, petites affiches, N°67, 5 JUIN, 1998.
- 5- SAHRI FADILA : la protection juridique du consommateur contre les clause abusives la loi : 04/02 du 04/02/2004 et le décret exécutif :06/306 du 10/09/2006 revu des sciences juridique ,faculté de droit université BADJ MOKHTAR ANNABA ,juin 2008,N°12.
- 6- TALLON DENIS : le concept de bonne fois en droit français du contrat SAGGI CONFERENZE E SEMINRI, ROMA, 1994.
- 7- ZENNAKI DALILA : les aspects controverses du droit Algérien de la consommation par rapport au droit civil, revue des sciences juridique et administratives, faculté des droit, université DJILALI LIABESS, Avril 2005.
- 8- TALLON DENIS : le concept de bonne fois en droit français du contrat SAGGI CONFERENZE E SEMINRI, ROMA, 1994.
- 9- SAHRI FADILA : la protection juridique du consommateur contre les clause abusives la loi : 04/02 du 04/02/2004 et le décret exécutif :06/306 du 10/09/2006 revu des sciences juridique ,faculté de droit université BADJ MOKHTAR ANNABA ,juin 2008,N°12.
- 10- MISTERETTA PATRICK : l'obligation d'information dans la théorie contractuelle, petites affiches, N°67, 5 JUIN, 1998.

# فہرِس

## فهرس

02		<u>مقدمة</u>
08		<u>الفصل الأول</u> : ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
09		<u>المبحث الأول</u> : مفهوم الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
09		<u>المطلب الأول</u> : تعريف الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي و تمييزه مما يشابهه
10		<u>الفرع الأول</u> : تعريف الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
10		أولا : تعريف الالتزام بالإعلام
08		1 - التعريف الفقهي
11		2 - التعريف القانوني
15		ثانيا : المقصود بعقد البيع الاستهلاكي
15		1 - المقصود بعقد البيع
15		-المقصود بعقد الاستهلاك
16		أ - تعريف عقد الاستهلاك
17		ب- أركان عقد الاستهلاك
17		ب1- الركن الشخصي
24		ب2- الركن الموضوعي
30		ب3- الشكلية
33		<u>الفرع الثاني</u> : تمييز الالتزام بالإعلام من المصطلحات المشابهة له
33		أولا : الالتزام بالإعلام و الالتزام بالاستعلام
34		1-الالتزام بالتعاون أساس للالتزام بالاستعلام
36		2-التزام المتدخل بالاستعلام قصد إعلام المستهلك كوسيلة لإعادة التوازن المفقود
38		ثانيا : الالتزام بالإعلام و الإشهار

38		1-تميز الالتزام بالإعلام عن الإشهار
41		2-الإشهار وسيلة للإعلام
41		المطلب الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
42		الفرع الأول: أهمية الالتزام بالإعلام من الناحية العقدية
42		أولا : حماية رضاء المستهلك من عيوب الإرادة
43		ثانيا : حماية رضاء المستهلك في عقود الإذعان
43		1-تطور مفهوم عقد الإذعان من مفهوم تقليدي إلى مفهوم حديث
44		2-الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية رضاء المستهلك في عقود الإذعان
45		الفرع الثاني: أهمية الالتزام بالإعلام من الناحية القانونية
45		أولا : تكملة قصور نظرية عيوب الإرادة
45		1-سبب ظهور قصور نظرية عيوب الإرادة
46		2-كيفية معالجة الالتزام بالإعلام لقصور نظرية عيوب الإرادة
47		ثانيا : الالتزام بالإعلام وسيلة لضمان سلامة المستهلك
47		1-الإطار القانوني لمبدأ سلامة المستهلك
48		2-كيفية ضمان الالتزام بالإعلام لسلامة المستهلك
49		ثالثا – الالتزام بالإعلام يضمن م لائمة المنتج للطلبات المشروعة للمستهلك
50		<u>المبحث الثاني</u> : خصوصية الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
51		المطلب الأول :أساس الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
51		الفرع الأول: الأساس العقدي للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
52		أولا:الالتزام بالإعلام تطبيق لنظرية عيوب الإرادة

52		1 - الغلط والتدليس
53		2 - نقد الأساس
54		ثانيا: الالتزام بالإعلام تابع للالتزامات الناشئة عن عقد البيع الاستهلاكي
54		1 - الالتزام بالضمان أساس للالتزام بالإعلام
56		2 - الالتزام بالتسليم أساس للالتزام بالإعلام
57		3 - الالتزام بضمان السلامة أساس للالتزام بالإعلام
57		الفرع الثاني: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
63		أولا: الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القواعد العامة
58		1 - العلم الكافي بالمبيع
63		2 - مبدأ حسن النية
65		ثانيا : الأساس القانوني للالتزام بالإعلام في القواعد الخاصة
66		1 - القوانين
67		2 - المراسيم التنفيذية
68		المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
68		الفرع الأول: الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي أو قبل تعاقدي
68		أولا: من الناحية الفقهية
68		1 - الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي
70		2 - الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي
71		3 - الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي وقبل تعاقدي
72		ثانيا: من الناحية القانونية
74		الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية أو تحقيق نتيجة
74		أولا: الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية
75		ثانيا: الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة
79		<u>الفصل الثاني: أحكام الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي</u>

80		المبحث الأول : تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
80		المطلب الأول: كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
80		الفرع الأول: تنفيذ الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص
80		أولاً: المنفذ للالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
80		1-المدین بتنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي "المتدخل"
81		أ- المنتج
81		أ1- المقصود بالمنتج
82		أ2- المنتج مدين بالالتزام بالإعلام
83		ب- المستورد
84		ج- الموزع
84		ج1- المقصود بالموزع
84		ج2- الموزع كمدین بالالتزام بالإعلام
87		2- الأجهزة المعنية بإعلام المستهلك – بصفة غير ملزمة -
87		أ - دور جمعيات حماية المستهلك في الإعلام
91		ب - دور المجلس الوطني لحماية المستهلك في الإعلام
91		ثانياً : المستفيد من الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
92		1 – المستهلك المتعاقد
92		أ - من الناحية الفقهية
94		ب - من الناحية القانونية
94		2 – المستهلك المستعمل
95		الفرع الثاني: تنفيذ الالتزام بالإعلام من حيث المضمون
95		أولاً : المعلومات المتعلقة بالمنتج
96		1 - المنتوجات الغذائية

97		أ – المقصود بالمنتوج الغذائي
97		ب – العناصر الواجب توافرها في المنتج
103		2 – المنتجات الصناعية
103		أ - معلومات ذات طبيعة إعلامية
106		ب- معلومات ذات طبيعة أمنية
109		ثانيا: المعلومات المتعلقة بالعملية العقدية
109		1 - الإعلام بالأسعار
111		2 - الإعلام بشروط البيع و الحدود المتوقعة للمسؤولية
111		أ - الإعلام بشروط البيع
112		ب -الإعلام بالحدود المتوقعة للمسؤولية
113		<b>المطلب الثاني:</b> وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
113		<b>الفرع الأول:</b> تعدد وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
113		أولاً: الوسم
113		1 – تعريف الوسم
114		2 – مضمون الوسم
114		3 – كيفية وضع الوسم
116		ثانيا: وسائل أخرى لإعلام المستهلك
116		1 – المعلقات
117		2 – الإشهار
120		3 – الشكوى الإعلامية
120		أ - الشكوى
124		ب -استفادة المستهلك من فرصة للتفكير
125		<b>الفرع الثاني:</b> أوصاف الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
125		أولاً : أن يكون الإعلام مكتوباً باللغة العربية
126		ثانيا: أن يكون الإعلام مرئياً ومقروءاً و متعذر محوه
127		ثالثاً: أن يكون الإعلام أن يكون كاملاً و كافياً

128	المبحث الثاني: جزاء عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
129	المطلب الأول: الجزاءات المدنية
129	الفرع الأول: مدى إمكانية إبطال عقد البيع الاستهلاكي
129	أولاً: إبطال العقد على أساس عيوب الإرادة
129	1 - الغلط
130	2 - التدليس
132	ثانياً : إبطال العقد على أساس عدم العلم الكافي بالمبيع
133	الفرع الثاني: المسؤولية المدنية للمتدخل
134	أولاً: طبيعة المسؤولية المدنية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
134	1 - تحديد طبيعة المسؤولية المدنية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي من الناحية الفقهية
134	أ - الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
135	ب -الاتجاه القائل بالطبيعة العقدية للمسؤولية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي
137	2 - تحديد طبيعة المسؤولية المدنية الناجمة عن عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي من الناحية القانونية
139	ثانياً: شروط قيام المسؤولية التقصيرية للمتدخل
139	1 - الخطأ
139	أ - المقصود بالخطأ
140	ب -إثبات الخطأ
141	2 - الضرر
142	أ - الضرر المادي

142		ب -الضرر المعنوي
143		3 - علاقة السببية
143		أ - قيام علاقة السببية
143		ب -نفي علاقة السببية
146		<b>المطلب الثاني: الجزاءات المتعلقة بقمع الغش</b>
146		<b>الفرع الأول: الجزاء الإداري</b>
146		أولاً : رقابة و معاينة المخالفات المتعلقة بمدى مطابقة المنتج من حيث الموسم
147		1 - الأشخاص المختصة بمراقبة مدى مطابقة المنتج من حيث الموسم
147		2 - مضمون مراقبة مدى مطابقة المنتج من حيث الموسم
148		3 - كيفية معاينة المخالفات المتعلقة بعدم مطابقة الموسم
148		أ- معاينة المخالفات المتعلقة بعدم مطابقة المنتوجات المستوردة من حيث الموسم
149		ب- معاينة المخالفات المتعلقة بعدم مطابقة المنتوجات غير المستوردة من حيث الموسم
152		<b>ثانياً: رقابة و معاينة المخالفات المتعلقة بعدم الإعلام بالأسعار وشروط العقد</b>
153		1 - الأشخاص المختصة بمراقبة مدى إعلام المستهلك بالأسعار وشروط العقد
153		2 - كيفية معاينة المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك بالأسعار وشروط العقد
155		<b>الفرع الثاني:الجزاء الجزائي</b>
155		أولاً: المخالفات المتعلقة بعدم إعلام المستهلك
156		1 - المخالفات المنصوص عليها في القانون 03/09
156		أ - مخالفة عدم وسم المنتوجات
158		ب - مخالفة الإعلام الخادع
160		ج- مخالفة عدم أمن المنتج

162		2 - المخالفات المنصوص عليها في القانون 02/04
162		أ - مخالفة عدم الإعلام بالأسعار
163		ب - مخالفة عدم الإعلام بشروط العقد
164		ج - الإشهار المضلل
165		ثانياً: إمكانية رفع دعوى مدنية مرتبطة بالدعوى الجزائية
169		خاتمة
174		ملاحق
187		قائمة المراجع
		الفهرس

## ملخص المذكرة

اخترنا لإنجاز مذكرة الماجستير موضوع: "الالتزام بالإعلام في عقد البيع

الاستهلاكي"، إذ يعد أحد الالتزامات المهمة لإنجاح أية علاقة عقدية فبسبب الوضع المزري الذي يعيشه المستهلك في حياته اليومية الناجم من عدم علمه بالمنتجات المعروضة في السوق و بالعملية التعاقدية ككل، مما يجعله فريسة سهلة في مواجهة المتدخلين الذين يُملون مختلف الشروط التعسفية خدمة لمصالحهم الخاصة وتعرضه لحوادث كثيرة تمس أمنه وسلامته.

الأمر الذي حثّ تدخل الدولة بموجب القانون لحماية الطرف الضعيف في تلك العلاقة التعاقدية بهدف حماية الاقتصاد الوطني لان المستهلك هو احد الفاعلين في العملية الاقتصادية، بحيث ألزمت كل متدخل إعلام المستهلك بكل المعلومات التي تخص المنتج محل العقد، إذ تولت عدة قوانين تحديدها بدقة، وبصفة آمرة تحت طائلة جزاءات قانونية صارمة.

لذا فصلنا في دراسة موضوع البحث بتحليل جل النصوص القانونية التي عُيّنت بتنظيمه و على رأسها القانون الجديد 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش و بقية النصوص الأخرى دون إغفال القواعد العامة بطبيعة الحال لأنها نقطة الانطلاق لأي دراسة، من خلال تقسيم البحث إلى جزئين:

يُخصص الجزء الأول لتحديد ماهية الالتزام بالإعلام في عقد البيع الاستهلاكي من أجل التحكم في المفاهيم المتعلقة بالمصطلحات الرئيسية للبحث ثم تبيان خصوصية الالتزام بالإعلام.

أما الجزء الثاني فهو فيعنى بتحديد كيفية تنفيذ الالتزام بالإعلام و الوسائل القانونية لتنفيذه ثم تبيان مختلف الجزاءات القانونية المترتبة عن الإخلال بتنفيذه ضمانا لفعاليتها في حماية المستهلك.