

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة وهران السانیا
كلية الحقوق
قسم القانون الخاص

إلتزام المحترف بالإعلام

مذكرة من أجل نيل شهادة الماجستير في قانون الأعمال

تحت إشراف
الأستاذة زناكي دليلة

من إعداد الطالب
بن عديدة نبيل

لجنة المناقشة:

- أ. رئيسا
أ. مقرا
أ. مناقشا
أ. مناقشا

السنة الجامعية: 2010-2009

حديث نبوي شريف

عن إسماعيل بن عبيد بن رفاعة عن أبيه عن جده رضي الله عنهما، أن رسول الله صلى الله عليه وسلم خرج إلى المصلى فرأى الناس يتبايعون ، فقال: " يامعشر التجار ، فاستجابوا لرسول الله صلى الله عليه وسلم ورفعوا أعناقهم وأبصارهم إليه فقال : إن التجار يبعثون يوم القيامة فجارا إلا من اتقى الله وبر وصدق".

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

رواه الترمذي.

الإهداء

إلى من بذلا كل ما في وسعهما من أجل أن أسلك
طريق العلم والمعرفة.....إلى والداي ، أطال الله في
عمرهما.

إلى كل أفراد عائلتي وأخص بالذكر أخي مصطفى.

كما أتقدم بإهداء هذا العمل إلى زملائي و بالخصوص
الأخ كمال ، محمود ، قدور، الطيب ، مراد ، محي الدين ، عبد الكريم .

تشكر

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات والصلاة والسلام الدائمان المتلازمان
على محمد سيد المخلوقات ، صاحب لواء الحمد ، والمقام المحمود ، والحوض
المورود ، وعلى آله الطاهرين ، وصحابته أجمعين.

أما بعد: فالحمد لله حمدا كثيرا يليق بجلاله وعظمة سلطانه بأن من علينا
بإتمام هذه المذكرة ، وهذا بفضل مساعدة الأستاذة المشرفة دليلة زناكي التي أقدم
لها الشكر الجزيل على ما قدمته لنا من توجيهات ونصائح قيمة ساعدتنا كثيرا
على إنهاء هذه المذكرة.

أولاً: باللغة العربية:

- ص. صفحة.
- ف. فقرة.
- ق. إ. م. قانون الإجراءات المدنية.
- ق. ع. ج. قانون العقوبات الجزائري.
- ق. م. ج. القانون المدني الجزائري.
- م.ت. المرسوم التنفيذي.
- ج.ر. الجريدة الرسمية.

ثانياً: باللغة الفرنسية:

- Bull. civ..... Bulletin des arrêts de la Cour de Cassation.(chambre civiles).
- C.A..... Cour d' Appel.
- Cass. civ..... Arrêt de la Cour de Cassation, chambre civile.
- Cass. com..... Arrêt de la Cour de Cassation, chambre commerciale.
- Cass. crim..... Arrêt de la Cour de Cassation, chambre criminelle.
- Ch..... Chambre.
- Chron. Chronique.
- C.Cons.fr..... Code la consommation français.
- C.J.C.E..... La Cour de Justice des Communautés européennes.
- D. H. Dalloz hebdomadaire.
- D. Recueil Dalloz.
- Ed..... édition.
- Gaz. Pal..... Gazette du Palais.
- Ibid..... Au même endroit.
- I.R..... informations rapides.
- J.C.P..... Juris Classeur Périodique.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

e données Juridiques).
droit et de jurisprudence.

Obs.....observations.

op. cit.option citée.

p.....page.

PUF.....Presses Universitaires de France.

préc.précité .

R.J.D.A.....Revue de jurisprudence de droit des affaires.

R.T.D. Civ.....Revue trimestrielle de droit civil.

R.T.D. Com.....Revue trimestrielle de droit commerciale

S.....suivant.

TTome.

Trib.....Tribunal.

VVoir.

Vol.Volume.

لقد أدى التحول الإقتصادي في الجزائر من نظام اقتصادي يعتمد على سيطرة القطاع العام والتدخل المتزايد لمؤسسات الدولة في الحياة الإقتصادية وفق منهجية معينة ، إلى اقتصاد يعتمد على نظام السوق وتزايد أهمية القطاع الخاص على حساب القطاع العام وتحرير التجارة الداخلية والخارجية¹ وكذا مساهمتها في التجارة الدولية عن طريق إبرام العديد من الإتفاقيات ومن أهمها اتفاق الشراكة مع الإتحاد الأوروبي الذي دخل حيز التنفيذ في 01 سبتمبر 2005 ، بالإضافة إلى محاولة انضمامها إلى منظمة التجارة العالمية ، إلى غزو السوق الوطنية بمختلف المنتجات والخدمات ، مما أدى بالمنتجين إلى الحرص على الوصول إلى أعلى نسب للتسويق دون النظر إلى مصالح المستهلك الإقتصادية والصحية ، الأمر الذي جعل هذا الأخير في حيرة من أمره لا يستطيع معرفة جودة ما يقتنيه لأغراضه الإستهلاكية ، لاسيما أما تزايد التعقيد في المنتجات والخدمات بفضل التطور الصناعي والتقدم العلمي المتزايد بشكل مذهل.

وعليه أصبحت ضرورة حماية المستهلك من أولويات سياسات الدول المعاصرة ، ويعكس أهمية هذه الحماية على المستوى الدولي ، ما اعتمده الجمعية العامة للأمم المتحدة في 09-04-1985 بموجب القرار رقم 39-248 من مبادئ توجيهية لحماية المستهلك ، مضمونها إقرار حقه في ثمانية مجالات من بينها: الحق في الإعلام² ، ولقد أدى بكثرة المنتجات والخدمات المتزايدة في السوق الجزائرية إلى ضرورة اتخاذ الدولة مجموعة من التدابير لحماية المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية التي تجمعها بالمحترف خاصة أن هذا الأخير يتمتع بخبرة واسعة ومعلومات كثيرة حول محل العقد ، وهذا ما يؤدي إلى انعدام التكافؤ في العلاقة بين الطرفين، الأمر الذي أدى بمعظم الدول ومن بينها الجزائر إلى

¹ -أنظر م.ت رقم 91-37 المؤرخ في 13 فبراير 1991 المتعلق بشروط تدخل الدولة في التجارة الخارجية، ج.ر المؤرخة في 20 مارس 1991، العدد12، ص.418.

² - أما باقي المجالات فتتمثل في الحق في الإختيار، الحق في أن يستمع إليه، الحق في إشباع حاجاته الأساسية، الحق في السلامة، الحق في الإنصاف والتعويض، الحق في التعليم والثقافة، الحق في الصحة.

V.aussi, M.BIBENT. *le droit du traitement de l'information*, éd. NATHAN.2003.p.13.

إصدار عدة تشريعات تتعلق بحماية المستهلك المتعلقة بالمنتجات والخدمات المعروضة عليه تكون مكتوبة باللغة العربية حتى يفهمها المستهلك ، وهذا ما يسمى بالالتزام بالإعلام.

ويعتبر الإلتزام بالإعلام الملقى على عاتق المحترف قضائي المنشأة ويرجع الفضل الكبير للقضاء الفرنسي² الذي حاول توسيع نطاقه ليشمل معظم العقود كعقود البيع ، الإيجار ، عقود النقل ، التأمين ، عقود التوثيق ... الخ وكل ذلك من أجل توسيع الحماية اللازمة للمستهلك، إلا أنه يمكن في إطار العقود دائماً الإستناد إلى نص المادة 107 فقرة 02 من القانون المدني لإثبات وجود أي إلتزام التي نصت على ما يلي: " لا يقتصر العقد على إلتزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الإلتزام".

ويشكل الإلتزام بالإعلام إحدى الإلتزامات الملقاة على عاتق المحترف على غرار الإلتزامات الأخرى كالإلتزام بالأمن والإلتزام بالمطابقة والإلتزام بالضمان، ويعتبر الإلتزام بالإعلام قائم بذاته وله خصائصه ونطاق تطبيقه، ويشكل كل من المحترف والمستهلك أطراف الإلتزام بالإعلام ، لذا سندرس تحديد المدين بالإلتزام بالإعلام (أ) ثم تحديد الدائن بالإلتزام بالإعلام (ب) .

أ- المدين بالإلتزام بالإعلام : يقصد بالمحترف ذلك الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يشترك مع المستهلك في العلاقة الإستهلاكية وبالتالي هو الشخص العامل في إطار أنشطة معتادة ومنظمة ، سواء تعلق الأمر بالإنتاج ، التوزيع أو تقديم الخدمات³. وبالرجوع إلى القانون المدني فإنه لا يوجد تعريف عام للمحترف ، إلا أنه يبدو طبقاً لهذا القانون أن الإلتزامات المفروضة على هذا الأخير تبدو أكثر حجماً من تلك المطلوبة من

¹ - لقد صدرت عدة قوانين في هذا المجال تهدف إلى إعلام المستهلك نذكر من بينها: م.ت رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، المعدل والمتمم بموجب م.ت رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005، العدد 83، ص.04. وكذلك م.ت رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات غير الغذائية وعرضها، ج.ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1585. وانظر أيضاً القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 يونيو 2004، يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص.03.

² - محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2005، ص.06.

³ -Y.PICOD et HÉLÈNE. DAVO, *droit de la consommation*, DALLOZ.2005.p.25.

المدين العادي طالما أن هذا الأخير يبذل عناية
المتوسطة ، غير أنه توجد بعض الأحكام تدل

يطلب من الرجل العادي ، فمثلا نص المادة 552 من القانون المدني يحدد العناية المطلوبه
من المقاول الذي يجب أن يحرص عليها ويراعي أصول الفن في استخدامه لها ، وهو ما
يفهم منه أن قواعد أصول الفن موجهة للمحترف أي الشخص الذي بحوزته معلومات خاصة
وإمكانيات لا يملكها الرجل العادي¹.

ويقصد بالمحترف وفقا لنص المادة 05 من القانون رقم 89-02 يتعلق بالقواعد
العامة لحماية المستهلك بأنه "كل منتج أو وسيط أو موزع وبصفة عامة كل متدخل في عملية
الوضع للإستهلاك"، وتضيف المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق
بضمان المنتجات والخدمات بأن المحترف هو " كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو
تاجر أو مستورد أو موزع ، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض
المنتج أو الخدمة للإستهلاك كما هو محدد في المادة الأولى من قانون رقم 89-02 ."

ويظهر من خلال هذا التعريف أن ممارسة النشاط المهني يعتبر عنصرا جوهريا
ومهما في تعريف المحترف ، حيث يسعى هذا الأخير إلى التحصل على المنتجات أو
الخدمات بهدف استعمالها لفائدة مهنته وليس لسد حاجاته الشخصية أو العائلية ، كما يلاحظ
أيضا أن مفهوم المحترف مفهوم واسع جدا ، فهو لا يقتصر فقط على البائع الذي يتعامل
مباشرة مع المستهلك ، وإنما يمتد هذا المفهوم ليشمل كل شخص يمارس نشاطا مهنيا مهما
كان نوعه وصنفه ، وعليه يعتبر محترف كل من الصانع والفلاح والحرفي والمستورد
والموزع والمقاول ومستغلي النشاط الفندقية...الخ.

ولا يقتصر مفهوم المحترف على الشخص الطبيعي وإنما يشمل الأشخاص المعنوية
خاصة المؤسسات والشركات التي تمارس أنشطة مهنية والتي تخضع للقانون الخاص ، أما
المؤسسات العامة الخاضعة للقانون العام (SPA) فيجب أن تتميز المؤسسات العامة ذات
الطابع الإداري كالدولة و الولايات والبلدية والمؤسسات العمومية ذات الطابع الإداري ، وبين
تلك المؤسسات العامة ذات الطابع الصناعي والتجاري (SPIC) فهذه الأخيرة لها صفة

¹ - يوسف جيلالي، مبدأ الحيطة ومبدأ الوقاية في قانون حماية المستهلك، مذكرة ماجستير، القانون الخاص ، جامعة
وهران، السنة الجامعية 2005-2006 ، ص.04.

المحترف ويطبق عليها قانون حماية المستهلك
المنازعات الفرنسية (Bac d'éloka)¹ والذي
القضاء العادي.

ب- الدائن بالإلتزام بالإعلام : يعتبر المستهلك هو الدائن بالإلتزام بالإعلام ولقد
عرفته المادة الثانية فقرة ب من التوجيه رقم 13 الصادر عن مجلس الجماعات الاقتصادية
الأوروبية بتاريخ 05 أبريل 1993 بأنه: " كل شخص طبيعي يتصرف في عقود لغايات لا
تتدرج في إطار نشاطه المهني"² ، ونجد أن هذا التعريف استبعد الأشخاص الاعتبارية من
فئة المستهلكين، أما الفقه الفرنسي³ فيرى بأن المستهلك هو الشخص الذي يملك أو يستخدم
سلعا أو خدمات للإستخدام غير المهني.

والجدير بالذكر أن هناك مفهوم ضيق ومفهوم واسع للمستهلك وهو ما سنتناوله كما
يلي : **1 - المفهوم الضيق للمستهلك :** تنص المادة الثانية فقرة 06 من المرسوم التنفيذي
رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم⁴ على أن المستهلك هو كل "
شخص يقتني بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معدين للإستهلاك الوسيط أو النهائي لسد
حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به". ومن خلال هذا التعريف يتبين
بأن مفهوم المستهلك يتضمن ثلاث عناصر وهي:

العنصر الأول: الشخص الذي يقتني أو يستعمل المنتج أو الخدمة : ويفهم من هذا
العنصر أن هناك نوعين من المستهلكين ، المستهلك المقتني للمنتج أو الخدمة والمستهلك
المستعمل للمنتج أو الخدمة، ويتبين من خلال قراءة النص القانوني المشار إليه أعلاه أن
هناك نوعا واحدا من المستهلكين وهو المقتني فقط لمنتج أو خدمة، أما المستعمل فلا يشمل
التعريف وبالتالي لا يخضع للحماية المقررة في قانون حماية المستهلك بالرغم من تسليم

¹ - T.C, 22 Jan 1921. Bac d'éloka. D.1921.3.1.

² - V.NOURISSAT (CIRIL), *consommateur et clause attributive de juridiction* : la C.J.C.E.,
entre précisions et interrogations (C.J.C.E. 22 Nov 2001), Droit de la consommation, Petite
Affiches., 22 Mai 2002, n°102.p.16.

³ - J.CALAIS-AULOY. *l'influence du droit de la consommation sur le droit civil des contrats*.
R.T.D, Civ, 93^{ème} Année. éd. S., Juin 1994.p.239.

⁴ - لقد تم تعديل وتميم م.ت رقم 90-39 بموجب م.ت رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001، ج.ر المؤرخة في
21-10-2001، العدد 61، ص.11.

جميع القوانين المقارنة بدخول المستعمل في مفهوم
للمستهلكين¹.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

وتجدر الإشارة إلى أن الفقه الفرنسي² يرى بأنه يمكن إصفاء صفة المستهلك ليس فقط على الشخص الطبيعي وإنما أيضا على بعض الأشخاص المعنوية كالجمعيات التي لا تهدف إلى تحقيق الربح والنقابات التعاونية ، أي تلك الأشخاص التي تحصل على المنتجات والخدمات أو تستخدمها لغرض غير مهني.

ولقد أيد هذا الرأي بعض الأحكام القضائية ، حيث ذهبت محكمة النقض الفرنسية إلى اعتبار إحدى الشركات التجارية التي تعمل في مجال العقارات من المستهلكين رغم أنها شخص معنوي ، حيث كانت هذه الشركة قد تعاقدت على شراء جهاز للإنذار لحماية مواقعها إلا أنه تبين فيما بعد أن هذا الجهاز معيب مما دفع بالشركة إلى رفع دعوى لإبطال العقد ، واعتبرت المحكمة أن شروط العقد تعسفية وأن الشركة رغم أنها شخص مهني يعمل في مجال الأنشطة العقارية إلا أنها تعتبر خارج نطاق تخصصها فيما يتعلق بالتقنية الخاصة بنظام الإنذار³.

أما بالنسبة للتشريع الجزائري فإن المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم ذكرت عبارة " كل شخص " دون تمييز بين الشخص الطبيعي والشخص المعنوي مما يجعل هذا الأخير يدخل في فئة المستهلكين طالما أن نشاطه لا علاقة له بهدف مهني، مع الإشارة أيضا إلى أن المادة 03 فقرة 02 من القانون رقم 04-02 يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية⁴ أشارت إلى أن المستهلك هو "كل شخص طبيعي أو معنوي يفتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني" ، وهذا ما يؤكد صراحة بأن الشخص المعنوي يعد مستهلك .

وبالإضافة إلى ما سبق ذكره فإن هناك مشروع تمهيدي لقانون يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش لم ير النور بعد ، ذكر في المادة الثالثة منه فقرة 01 بأن المستهلك هو " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم باقتناء بمقابل أو مجانا منتوجا أو خدمة تكون موجهة

¹ - محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتقيها لقانون حماية المستهلك، إدارة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، مركز التوثيق والبحوث الإدارية، الجزائر، 2002، العدد 24، ص.44.

²-J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ, *Droit de la consommation*, DALLOZ, 3^{ème} éd. 1992,n°4.p.02.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch., 28 Avril 1987.R.T.D. Civ. 1987.p.537.obs. J.mestre.

⁴ - ج.ر. المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص.03.

للإستعمال النهائي من أجل تلبية حاجاته الشخص
يقوم بتربيته"¹.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

وهكذا نلاحظ أن هذه المادة ذكرت أيضا الشخص المعنوي بصريح العبارة واعتبره
مستهلك إذا قام باقتناء منتج أو خدمة لتلبية حاجاته الشخصية وليس لهدف مهني.

العنصر الثاني: منتوجات أو خدمات : يدخل في هذا النطاق تعاقد المستهلك على
المنتوجات والخدمات ولا تمييز بين المنتوجات القابلة للإستهلاك الفوري مثل المواد الغذائية
أو المنتجات الصيدلانية ، وبين السلع القابلة للإستهلاك بمرور مدة زمنية قد تطول أو تقصر
حسب طبيعة هذه السلعة مثل الآلات والسيارات والأثاث والأجهزة المنزلية.

ويلاحظ أن المشرع الجزائري قد اعتبر العقار بالتخصيص بمثابة منتوجات وهذا ما
أشارت إليه المادة 140 مكرر من القانون المدني التي تنص على أنه: "يعتبر منتوجا كل مال
منقول ولو كان متصلا بعقار، ولا سيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي..." ، ويرى
بعض الفقه الجزائري² بأن الأشياء المستعملة تعتبر منتوجا طالما أن النص القانوني لم ينص
على عنصر الجدية في المنتج ، أما بالنسبة للخدمات فهي متعددة سواء كانت مادية كالنقل
والتنظيف ، أم مالية كالتأمين ، أم فكرية أو ذهنية كالعلاج الطبي والإستشارات القانونية³ .

وتطبيقا لذلك وفيما يتعلق بالخدمات على وجه الخصوص فقد قضى مجلس الدولة
الفرنسي في 27 أبريل 1998 بأن الإلتزام بإعلام المستهلك الذي أنشأته الفقرة الأولى من
المادة 3/113 من قانون الإستهلاك يطبق على جميع مؤدي الخدمات دون مراعاة للصفة
التجارية التي يتسم بها نشاطهم⁴ ، أما بالنسبة للتشريع الجزائري فإنه يعرف الخدمة على أنها
كل مجهود يقدم ما عدا تسليم المنتج ولو كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما
له⁵.

¹ - هذا النص القانوني مأخوذ من المشروع التمهيدي للقانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وثيقة صادرة عن
وزارة التجارة ، فبراير 2005، ص.04.

² - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.46.

³ - J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ, *op.cit.*,n°06.p.5.

⁴ - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2004، ص.26.

⁵ - أنظر المادة 02 ف04 من م.ت رقم 90-39 المعدل والمتمم.

العنصر الثالث: معدين للإستعمال الوسيط

الجزائري لهذه العبارة أدى إلى اختلاف حول تفهيم ذلك أن يشمل مفهوم المستهلك المستهلك الأخير الذي يبصر لإسباع حاجاته السحويه او العائلية والمستهلك الوسيط وهو المحترف الذي يتصرف لأغراض مهنية تتمثل في تنمية حاجاته الإستثمارية تميزا له عن المحترف الذي يستعمل منتجات تدخل في تصنيع منتجات أخرى، في حين يرى البعض الآخر² أن الإستهلاك النهائي يأتي في آخر محطة في عملية عرض المنتج للإستهلاك ، أما الإستهلاك الوسيط فيعني استخدام مواد لإنتاج منتج معد للإستهلاك من طرف نفس الشخص المستخدم وذلك كشراء الصوف مثلا من طرف شخص ليصنعها ألبسة لسد حاجاته الشخصية أو العائلية، مما أدى بعض الفقه الجزائري³ إلى القول بضرورة حذف عبارة " معدين للإستعمال الوسيط أو النهائي" من نص المادة الثانية فقرة 09 من القانون رقم 39-90 المعدل والمتمم السالف الذكر، لأنها جاءت مناقضة لما يليها من عبارة " لسد حاجاته الشخصية أو حاجات شخص آخر أو حيوان يتكفل به"، إذ كيف يمكن التوفيق بين نقيضين لا يجتمعان وهما الإستعمال لأغراض استثمارية مهنية وبين الإقتناء أو الإستعمال لسد الحاجات الشخصية أو العائلية.

ولقد وجد هذا الإقتراح المقدم من طرف الفقه الجزائري نسبة معينة من الإستجابة ، ويظهر ذلك من خلال المشروع التمهيدي لقانون يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش الذي حذف عبارة الإستعمال الوسيط أثناء تعريفه للمستهلك في المادة 03 فقرة 01 ، غير أنه ترك عبارة الإستعمال النهائي ، بالرغم من أن هذا المشروع لا يزال بصدد الدراسة.

العنصر الرابع: الهدف من التعاقد : إن المعيار الجوهرى لتحديد مفهوم المستهلك عن

غيره هو الغرض من الإقتناء أو الإستعمال فيعتبر مستهلكا كل من يقتني أو يستعمل منتوجا أو خدمة لغرض شخصي أو عائلي أي لغرض مهني ، كشرائه لأجهزة منزلية لبيته أو يستأجر شقة سكنية من أجل السكن.

¹ - M.KAHOULA et G.MEKAMCHA, *la protection du consommateur en droit algérien*, Idara, V.05.,n°02.1995. p.1

² - دليلة زناكي، أنظر يوسف جيلالي، المرجع السابق، ص.09.

³ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.49.

وفضلا عن ذلك فإن عقد الإستهلاك لا يفت

وإنما يشمل الأشخاص الذين هم في كفالة المقن

الإقتناء أو الإستعمال ، وهؤلاء يعتبرون مستهلكين وبممد إليهم الحماية التي توفرها قواعد
قانون حماية المستهلك ، كما يشمل أيضا عقد الإستهلاك الحيوان ويرجع ذلك إلى الأهمية
المتزايدة التي أصبح يحظى بها حيوان الصحبة **animal de compagnie** L' في وقتنا
المعاصر ، ويكون المشرع بذلك قد خرج عن نظرتة السابقة للحيوان من اعتباره شيئا من
الأشياء في القانون المدني إلى اعتباره شخصا " جنينيا " من أشخاص القانون وتمهيدا لميلاد
قانون جديد هو قانون داخلي للحيوان بعد أن حظي الحيوان بإعلان عن حقوقه من قبل
منظمة اليونسكو سنة 1978¹.

غير أن السؤال الذي يطرح هو ما مدى اعتبار المهني الذي يتعامل في غير تخصصه
مستهلكا ؟ إن الإجابة على هذا السؤال تكون من خلال دراسة المفهوم الواسع للمستهلك :
يعتبر مستهلكا وفقا لهذا المفهوم المحترف الذي يتصرف خارج مجال اختصاصه
المهني وذلك على أساس أن هذا المحترف غير المتخصص يظهر كذلك في الواقع ضعيفا
كالمستهلك العادي ، مثل الفلاح الذي يعقد تأمينا على زراعته والتاجر الذي يقيم نظاما
للإنذار في محله التجاري والمحامي الذي يشتري أجهزة إعلامية لمكتبه² ، وهذا ما قرره
القضاء الفرنسي بتمديد قانون الإستهلاك ليشمل حماية الأشخاص الذين يتصرفون لغرض
مهني ولكن خارج اختصاصهم المهني³.

ويدخل أيضا ضمن المفهوم الواسع للمستهلك المؤسسات العمومية ذات الطابع التجاري
والصناعي إذا قامت باقتناء منتوجات أو خدمات لسد حاجاتهم الشخصية، أما بالنسبة للمرافق
العامة الإدارية ذات الطابع الإداري فإن الإشكال يثار بشأنها إذ أنها لا تعتبر مستهلك ، لكن
بعض الفقه⁴ يميز بين المرافق العامة الإدارية التي تقدم خدمات مجانية وجماعية مثل مرفق
العدالة والشرطة وهي لا تعتبر بمثابة مستهلكين وبين المرافق العامة الإدارية التي تقدم

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.51.

² - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.35.

³ -Cass.Civ, 1^{er} ch., 29 Mai 1992.D. 1992.S.p.401.obs.Kullman.

⁴ -J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ, *Droit de la consommation*, DALLOZ, 5^{ème} éd. 2000.p.05.

وفيما يخص موقف القضاء الفرنسي حول تاييده المفهوم الضيق أو الواسع للمستهلك ، فإنه تبنى في البداية المفهوم الضيق للمستهلك¹ ثم عدل عن رأيه بموجب قرار آخر يتعلق بإفادة وكيل عقاري الذي اشترى جهاز لحماية محلاته من قواعد الحماية المقررة في قانون الإستهلاك بوصفه مستهلكا²، إلا أن منذ سنة 1995 أصبحت محكمة النقض الفرنسية تستعمل في قراراتها صيغة جديدة تتمثل في "عدم اعتباره مستهلكا" وبالتالي لا يستفيد من قواعد الحماية كل شخص يبرم عقدا ذو صلة مباشرة مع نشاطه المهني³، وهكذا يظهر أ، محكمة النقض الفرنسية قد اتجهت نحو تبني المفهوم الضيق للمستهلك.

والجدير بالذكر أن من بين أسباب اختيارنا لهذا الموضوع و الأهمية البالغة التي يكتسبها الإلتزام بالإعلام نظرا لما يوفره من حماية للمستهلك ، خاصة أن العلاقات التي تربط هذا الأخير بالمحترف غير متوازنة أمام واقع لا يجب التهاون أمامه ، بالإضافة إلى إمكانية تعرض المستهلك لأخطار نتيجة عدم علمه بطبيعة و صنف المنتج أو الخدمة المعروضة عليه لا سيما البيان المتعلق بكيفية استخدام الشيء المبيع والإحتياجات الواجب اتخاذها لتجنب الأضرار التي قد تتجم عند استعماله لهذا الشيء محل العقد ، ضف إلى ذلك أن المستهلك يحتاج إلى حماية أكثر للدفاع عن مصالحه الإقتصادية والصحية ، الأمر الذي يجعل هذا الإلتزام يوفر حماية كبيرة لذا الأخير عن طريق إعلامه بشكل أفضل يسمح له باختيار المنتج أو الخدمة المناسبة لرغباته المشروعة وقدرته الشرائية، بالإضافة إلى أن هذا الإلتزام يسمح بتحقيق الشفافية في السوق وهو ما ينعكس إيجابا على تنمية وتطوير المنافسة وتشجيع الإقتصاد الوطني.

ويجب التنويه إلى دراستنا سنتصب أكثر على عقد البيع باعتباره أهم العقود الناقلة للملكية وأيضا يعد من العقود الأكثر شيوعا في مجال الإستهلاك، أما بالنسبة لخطة دراسة هذا الإلتزام فإنها مقسمة إلى فصلين ، تناولنا في الفصل الأول مضمون إلتزام المحترف

¹ - Cass.Civ, 1^{er} ch., Avril 1986.R.T.D.Civ, 1987.p.86.obs.J.Mestre.

² - Cass.Civ, 1^{er} ch., 23 Avril 1987.R.T.D.Civ,1987.p.537.obs.J.Mestre.

³ - Cass.Civ, 1^{er} ch., 24 janvier 1995.R.T.D.Civ,1995.p.362.obs.J.Mestre.



Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

بالإعلام والذي قسم بدوره إلى مبحثين خصص

تناولنا في المبحث الثاني الإلتزام الخاص بالإعلا

إخلال المحترف بالإلتزام بالإعلام والذي تطرقنا فيه إلى الآثار المدنية المترتبة عن إخلال

المحترف بالإلتزام بالإعلام في المبحث الأول ثم مناقشة الآثار الجزائية المترتبة عن مخالفة

هذا الإلتزام في المبحث الثاني.

مضمون التزام المحترف بالإعلام

إن عدم التوازن في العلاقات بين المحترفين و المستهلكين يرجع غالبا إلى عدم التكافؤ بينهما من حيث حصيله المعلومات التي يملكها كل طرف حول المنتج أو الخدمة المعروضة في السوق ، حيث نجد أن المحترفين - سواء كانوا منتجين أو بائعين أو مقدمي خدمات - يعرفون جيدا الخصائص المميزة للمنتجات أو الخدمات بحكم اختصاصهم المهني على عكس المستهلكين الذين يجهلون طبيعة هاته المنتجات أو الخدمات ومدى جودتها لاسيما أمام التطور العلمي وتقدم الاختراعات ، حيث أصبح المستهلك في حيرة من أمره لا يستطيع معرفة جودة ما يقتنيه أمام الكم الهائل من المنتجات والخدمات المتواجدة في السوق من جهة ، وتزايد تعقيدها فنيا من جهة أخرى الأمر الذي جعل المشرع يضع على عاتق المحترف التزام بالإعلام كأسلوب لحماية ووقاية المستهلك طبقا لقاعدة الوقاية خير من العلاج.

فالالتزام بالإعلام وما يتضمنه أفضل وسيلة للوقاية من الصعوبات التي تعترض العملية الإستهلاكية ، بحيث ينبغي على المستهلك أن يكون فضولي - أي محب الإطلاع¹ بكل ما يتعلق بالمنتج أو الخدمة المعروضة عليه بمعنى أنه يتولى بنفسه مهمة التعرف على خصائص المنتج أو الخدمة قبل التعاقد ، إلا أن ذلك ليس كافيا بحيث لا يمكن للمستهلك أن يحصل على كل المعلومات التي يريدها أي أنه لا يستطيع أن يفكر في كل شيء خاصة أمام حداثة المنتجات و الخدمات و تعقيدها فنيا الأمر الذي جعل منه " مستهلك عادي" غير قادر على توظيف معرفته اتجاه ما يريد التعاقد بشأنه ، ومن ثم كان لا بد على المحترف أن

¹- J. BEAUCHARD, *Droit de la distribution et de la consommation* , P.U.F., 1996, p.302.

يستعلم من المستهلك و يعلمه¹ لأنه يعرف جيدا الد
في مركز أحسن من المستهلك.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

وتجدر الإشارة إلا أن المعلومات التي يقدمها المحترف غالبا ما نحون غير مرصيه
وناقصة لأن هذا الأخير لا يقدم المعلومات النافعة للمستهلك أي أنه يركز فقط على العناصر
الإيجابية للمنتوج أو الخدمة ويخفي العناصر التي من شأنها أن تؤثر سلبا على رضا
المستهلك ، مما ينبغي أن تكون تلك المعلومات التي يقدمها المحترف دقيقة وواضحة وغير
مغشوشة وغير كاذبة ، أي بصفة عامة عليه تقديم إعلام موضوعي للمستهلك² ، لذلك لم
يكتف المشرع بفرض التزام عام بالإعلام (المبحث الأول) وإنما أجبر المحترف بالالتزام
خاص بالإعلام (المبحث الثاني).

المبحث الأول

الإلتزام العام بالإعلام

إن الإعلام أصبح من المواضيع الهامة لكل سياسات حماية المستهلكين وزيادة على
ذلك فإن إعلام المستهلكين يعد عامل لشفافية السوق الذي يسمح بتطور المنافسة³ فإذا كان
هناك "إعلام أفضل فإن المستهلك يكون له اختيار أحسن"⁴.

ولذلك درج القضاء الفرنسي وبناء على القواعد العامة المتواجدة في القانون المدني
على إلزام أحد المتعاقدين في العقود بإعلام المتعاقد الآخر ، مع الإشارة إلى أن هذا الإلتزام
منذ عهد قريب لم يكن موجودا كقاعدة في القانون المدني وإنما الإجتهاادات القضائية والفقهاء
هما من كشفا عنه -يعني أن الإلتزام بالإعلام قضائي النشأة- الذي أصبح عاما يطبق على
كل العقود المقترحة من طرف المحترفين والتي تتضمن المنتوجات والخدمات ، إلا أنه حاليا
أصبح الإلتزام بالإعلام مكرس بصفة عامة في قانون الإستهلاك بخلاف القانون المدني الذي

¹ - Ibid.

² - D. ZENNAKI , *L' information Comme Source de Protection des consommateurs*, Article
Publié lors d'un séminaire national sur la Protection en Matière de consommation, Faculté de
Droit, Université D'Oran 14 et 15 mai 2000. p.19.

³ - يسمى بالإلتزام بالإخبار، أنظر المادة 08 من قانون 04-02 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية،
المؤرخ في 23 يونيو 2004، ج.ر. المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص. 04.

⁴ - J.CALAIS- AULOY et F. STEINMETZ, *Droit de la consommation*, DALLOZ, 5^{éd}, 2000, p.
49. : « Mieux informés , les consommateurs courront mieux choisir ».

لم ينص صراحة و بوضوح على هذا الإلتزام¹
الإعلام في عقد البيع.

إن هذا الإلتزام أصبح اليوم أكثر أهمية بسبب التقنيات و التعقيدات المتزايدة على المنتجات والخدمات المتوفرة بكثرة في السوق ، وهناك من الفقهاء² من يرى بأن الإلتزام بالإعلام هو من الإلتزامات العامة التي تقع على البائع المحترف و كذلك الصانع و يجد هذا الإلتزام أساسه في مبدأ حسن النية³ الذي يعد مبدأ عام في القانون، حيث لا يقتصر تطبيقه عند تنفيذ العقد فحسب ولكن يتطلب أيضا عند مرحلة تكوين أو إبرام العقد⁴، فعلى المحترف عند إعلام المستهلك أن يقدم له المعلومات بشكل واضح مما يسهل عليه اختيار المنتج أو الخدمة التي يرغب فيها ، و برجعنا إلى أحكام القانون المدني الجزائري نجد نص المادة 352 ينشأ التزاما عاما بالإعلام على عاتق البائع فقط اتجاه المشتري مع العلم أن هذا النص القانوني كان له أثر واسع قبل صدور القانون رقم 89-02⁵، الذي يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك ، ولكن بعد صدور هذا القانون فإن المشرع قد وضع أحكام خاصة بإعلام المستهلك ، حيث فرض على كل المتدخلين⁶ في عملية العرض للاستهلاك التزاما عاما بالإعلام بموجب نصوص المواد 3،4،21 من نفس القانون بخلاف نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري التي كانت تنظم التزاما بالإعلام ملقى على عاتق البائع لمصلحة المشتري ، وأن هذا النص خاص بعقد البيع فقط دون سواه ، وهو ما يعني استبعاد

¹- J. BEAUCHARD , *op .cit.*, p. 303., V. l'article L.111-1 C. C. Fr.

²- Ph. LE TOURNEAU, *La Responsabilité des Vendeurs et Fabricants*, DALLOZ, 1997, p.13 et 14.

³- سيتم التطرق بالتفصيل لاحقا لمبدأ حسن النية الذي ورد في نص المادة 3/1134 من القانون المدني الفرنسي ويقابله نص المادة 107 ق.م.ج.

⁴-D. ZENNAKI , *op.cit.*, p.22.

⁵- القانون رقم 89-02 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المؤرخ في 07 فبراير 1989، ج.ر. المؤرخة في 08 فبراير 1989، العدد 06، ص. 154.

⁶- المتدخل في عملية الاستهلاك يقصد به طبقا لنص المادة 05 من قانون 02/89 المؤرخ في 07 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك: " كل منتج أو وسيط أو موزع وبصفة عامة كل متدخل في عملية الوضع للاستهلاك....." ويلاحظ أن المنتج أو الوسيط أو الموزع ذكروا في نص المادة السالفة الذكر على سبيل المثال لا الحصر ومن ثم فإن العون الإقتصادي طالما أن له دور في عملية الوضع للاستهلاك فإن نص المادة 5 يشمل، ويقصد به: " 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 ".أنظر المادة 03 ف 01 من القانون رقم 02/04 السالف الذكر.

كل أنواع العقود الأخرى وكذلك استبعاد مجال
مختلف المنتوجات والخدمات التي تعرض في الس

وبرجعنا إلى نصوص المواد 21،04،03 من القانون رقم 02/89 نجد ان المشرع
الجزائري اعتبر إعلام المستهلك التزاما يقع على عاتق كل المتدخلين في عملية العرض
للاستهلاك بما في ذلك البائع الأخير من أجل تكوين رضاء حر وسليم وواضح للمستهلك
لإشباع رغباته واختيار ما يلائمه من المنتوجات و الخدمات المعروضة في السوق ، لذلك
نظم المشرع التزام المحترف بالإعلام بقواعد من النظام العام لأنها مؤسسة على فكرة
العدالة العقدية أكثر من كونها مؤسسة على الإرادة المفترضة للطرفين².

وبما أن فكرة النظام العام قائمة بالنسبة للإلتزام بالإعلام فلا يمكن بأي حال من
الأحوال للأطراف الإتفاق على استبعادها ، أي أن إقرار المستهلك بعلمه بخصائص المنتج
أو الخدمة لا يعفي المحترف من الإلتزام العام بالإعلام القائم بنصوص المواد 21،04،03
من القانون رقم 02/89³ فهذا الإلتزام يقع على عاتق كل المحترفين بغض النظر عن طبيعة
المنتج أو الخدمة المقدمة للمستهلك إلا أنه يثار التساؤل حول الفترة التي يتعين فيها إعلام
المتعاقد الآخر، هل هي مرحلة ما قبل التعاقد فنكون حينها أمام التزام قبل تعاقدى بالإعلام
(المطلب الأول) أم هي مرحلة تنفيذ العقد فنكون أمام التزام تعاقدى بالإعلام (المطلب
الثاني) ، وهذا ما جعل غالبية الفقهاء⁴ يأخذون بهذا التقسيم.

المطلب الأول

الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام

إن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو التزام ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد
وهو يهدف إلى تكوين رضاء حر و سليم للمستهلك الذي تكون له الحرية الكاملة بعد
إلمامه بكل المعلومات المتعلقة بمحل العقد أن يقدم على التعاقد أو يرفض إبرامه وهذا ما

¹ - ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، ملتقى وطني حول الاستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان،
14 و 15 أفريل 2000، ص.05.

² - لحسن بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع، الجزائر، 2006. ص.304
و312.

³ - ملاح الحاج، المرجع السابق، ص.06.

⁴ - J.CALAIS- AULOY et F. STEINMETZ, *op. cit.*, p.50 et 51. F.TERRÉ, Ph. SIMLER et Y. LE
QUETTE., *précis de droit civil, les obligations*, DALLOZ, 7^{ème} éd. 1999.p. 237. D. ZENNAKI,
op.cit.,p.20. D.LEGEAIS, *Droit Commercial et des Affaires*, DALLOZ , 15^{ème} éd, 2003. p. 429 et
430.

جعل كل من الفقه و القضاء في فرنسا يجتهد
لذلك سوف نقسم هذا المطالب إلى فرعين نذكر
التعاقدى بالإعلام بينما نعالج في الفرع الثاني طبيعته ومحل وسروط هذا الإلزام.

الفرع الأول

ماهية الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام

إن إقبال المستهلك على المنتجات و الخدمات المعروضة في السوق بهدف إشباع
رغبة حقيقية لديه دون معرفة بكيفية تحقيق ذلك على الوجه الصحيح ، خاصة عندما يكون
في مواجهة محترف يتمتع بدراية واسعة وعلم كافي حول المنتج أو الخدمة محل التعاقد،
يجعل هناك اختلال واضح و فادح في ميزان العلم والمعرفة بين هذين الطرفين المقبلين على
التعاقد ، الأمر الذي ينبغي معه القول بأن المرحلة السابقة على التعاقد تشكل أهم مرحلة
بالنسبة للمستهلك و ذلك من خلال إعلامه وتعريفه بظروف هذا التعاقد بالقدر الذي ينيير
رضاءه ومن ثم إعادة المساواة في العلم بين المحترف و المستهلك على النحو الذي يستطيع
هذا الأخير الوقوف على مدى ملائمة هذا العقد بالنسبة إليه.

ونظرا للأهمية البالغة للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام فقد اهتم الفقه الحديث
بإيضاح مدلوله و صياغة تعريفه، حيث نجد بعض الفقه¹ يعرفه بأنه: "الإلتزام سابق على
التعاقد ، يتعلق بالإلتزام أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر عند تكوين العقد ، البيانات
اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متطور على علم بكافة تفاصيل هذا العقد ، وذلك بسبب
ظروف و اعتبارات معينة قد ترجع إلى طبيعة هذا العقد أو صفة أحد طرفيه ، أو طبيعة
محلّه ، أو أي اعتبار آخر يجعل من المستحيل على أحدهما أن يلم ببيانات معينة ، أو يحتم
عليه منح ثقة مشروعة للطرف الآخر، الذي يلتزم بناء على جميع هذه الإعتبارات
بالإلتزام بالإدلاء بالبيانات".

¹ - نزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقدى بالإدلاء بالبيانات و تطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة
العربية، مصر، 1982، ص.15.

كما نجد جانب آخر من الفقه¹ يعرف الإ

إعلام طالب التعاقد بصورة من شأنها إلقاء الض

التعاقد المزمع إقامته حتى يكون الطالب على بينه من امره بحيب يحد الفرار الذي يراه
مناسبا في ضوء حاجته و هدفه من إبرام العقد ."

ويرى جانب ثالث من الفقه² بأن الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام هو " إلتزام سابق على
التعاقد بموجبه يلتزم أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر - عند تكوين العقد - البيانات
اللازمة لإيجاد رضاء سليم كامل متطور على علم بجميع تفاصيل العقد "، وتتضمن هذه
التعريفات العناصر التالية :

- الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام ، التزام يجد مجاله الطبيعي في المرحلة السابقة على
نشوء العقد وهي مرحلة ميلاد الرضا وتصحيحه، ولا ينبغي أن يكون الوفاء به سابق على
التعاقد بفترة طويلة ، بحيث يمكن أن يشوب محل العقد أو ظروف التعاقد بعض المتغيرات
التي من شأنها تعديل رأي المتعاقد بصفة عامة ، كما أن إعلام المستهلك بهذه البيانات و
المعلومات عند إبرام العقد يعد إجراء متأخرا للغاية إذا ما أريد الحصول على تأثير ما في
نفسية المتعاقد من أجل دفعه إلى التعاقد³.

- إن عدم تقديم إحدى المعلومات الواجب معرفتها من قبل الطرف الآخر قد تؤدي
إلى تغيير التصرف ، إما بالتخلي عن مشروع إبرام العقد وإما إعادة النظر في شروط
العقد⁴.

إن الإلتزام قبل التعاقدي بالإعلام هو التزام قانوني يقوم على مبدأ حسن النية قبل أو
أثناء التعاقد كما أن هذا الإلتزام ليس التزاما عقديا لكونه سابق على التعاقد ، أما بالنسبة
لطبيعة المعلومات و البيانات التي يلتزم المدين بالإعلام عنها ، فإنها ينظر إليها من حيث
وقت الإلتزام بالإعلام بها وبالتالي فإن نطاقها يكون في المرحلة قبل التعاقدية ، لذلك يجب
أن تكون ذات أثر بالغ في مدى إقبال المستهلك على التعاقد ، أي أن تقدم تلك المعلومات
بطريقة موضوعية ، كما أن المدين بالإلتزام بالإعلام ملزم بالافصاح عن كل المعلومات

¹ - سمير منتصر، الإلتزام بالتبصير، دار النهضة العربية، مصر، 1990، ص.41.

² - حسن عبد الباسط الجمعي، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، مصر، 1996، ص.25.

³ - عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2004، ص.189.

⁴ - F.TERRÉ, Ph. SIMLER et Y. LE QUETTE, *op.cit.*, p. 238.

التي قد يتعذر على هذا الأخير الحصول عليها بو يعرف الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام بأنه:"الإلتزا

على إيرامه ، بكافة المعلومات و البيانات الجوهرية و المؤبره المنعفه بالسلعه او الحدمه محل التعاقد و التي يجهلها الدائن و يتعذر حصوله عليها عن غير طريق المدين ، وذلك بهدف تكوين رضاء حر و سليم لديه عند إقباله على التعاقد".

وبعد تعريفنا للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام سنحاول التطرق إلى دوافع نشأته و خصائصه وأساسه و أخيرا التمييز بينه وبين ما يشابهه من التزامات أخرى.

أ- دوافع نشأة الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام: يمكن تقسيم دوافع نشأة الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام إلى عدة دوافع وذلك على النحو التالي:

أولاً: الدوافع المادية أو الواقعية: إن التطور العلمي والتقدم التكنولوجي أدى إلى اختراع الآلات و الأجهزة المعقدة فنيا ، وكذلك ظهور مختلف الخدمات في مختلف المجالات الأمر الذي جعل المستهلك يقف حائرا أمام هذا الكم الهائل و المتنوع من السلع و الخدمات لا سيما السلع المتميزة بتعقيدها الفنية وتقنياتها العالية كالألات الكهرومنزلية الحديثة و أجهزة الإعلام الآلي ، مما أدى إلى توسع الهوة في المعرفة بين المحترفين و المستهلكين الذين تتعدم لديهم الكفاءة والخبرة ، وهو ما جعل اهتمام القضاء ينصب على إيجاد وسيلة مناسبة لإعادة التوازن في العلم بين المتعاقدين خاصة في المرحلة السابقة على التعاقد باعتبارها مرحلة مهمة تساعد في تكوين رضاء سليم وحر وبالتالي حماية إرادة المستهلك المقبل على التعاقد .

ولقد ساعد القضاء للتوصل إلى الهدف الذي كان يسعى إليه - وهو نشوء الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام- اهتمام المشرع بالعمل على تحقيق التوازن بين المراكز العقدية لطرفي العقد كما هو الشأن في عقود الإذعان².

¹- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.189.

²- يقصد بعقد الإذعان العقد الذي يضع فيه أحد الطرفين شروط العقد وللطرف الثاني إما أن يقبلها جملة أو يرفضها جملة، أي أن القابل للعقد لم يصدر قبوله بعد مناقشة و مفاوضة مع الموجب، فما عليه إلا القبول أو الرفض ولما كان في حاجة إلى التعاقد على شيء لا غناء عنه فهو مضطر إلى الإذعان و القبول. ويسمي الفرنسيون العقود التي يكون فيها القبول دون مناقشة بعقود الإنضمام لأن من يقبل العقد إنما ينضم إليه دون أن يناقشه. وهذه التسمية ابتدعها الأستاذ سالي في كتابه

إن هاته العقود سعى فيها المشرع إلى مع

الناحية الاقتصادية عن طريق منح القاضي السلط

العقد من شروط تعسفية² نظرا لأن الطرف الضعيف فيها معرض دائما لإسعاعل الطرف القوي³.

وما دام أن الطرف القوي في عقود الإذعان يسعى دائما إلى فرض شروط في العقد تتلاءم مع مصالحه و رغبته ، فإن تقرير الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يكون هدفه حماية المستهلك من أخطار هذا النوع من العقود ، وزيادة على ذلك فإن تقرير هذا الإلتزام يهدف إلى إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين من جهة وإعادة التوازن العقدي من جهة أخرى.

* - إعادة المساواة في العلم بين المتعاقدين: إن التفاوت في المعرفة بين المحترفين و المستهلكين قد تزايد بشكل كبير بسبب التقدم العلمي و التطور التكنولوجي الذي أدى إلى ظهور الآلات الحديثة والمعقدة فنيا وكذا تنوع الخدمات ، الأمر الذي جعل المستهلك لا يعرف المنتج الذي يتلاءم مع رغبته ويلبي احتياجاته خاصة إذا وجد نفسه أمام تعدد المنتج الواحد بمختلف التسميات .

ويشير الفقيه GHESTN إلى أن التباين في المعرفة وعدم التساوي بين المتعاقدين في المعلومات بشأن محل العقد والشروط المتعلقة به يحتل نفس المرتبة التي يحتلها عدم توازن العقد ، بسبب اختلاف المراكز القانونية نظرا لأن الطرف الضعيف معرض لاستغلال

الإعلان عن الإرادة ص.229و230، إلا أن الأستاذ السنهوري أطلق على هذه العقود تسمية عقود الإذعان الذي يدل على معنى الإضطرار في القبول، ومن الأمثلة على عقود الإذعان: التعاقد مع شركات الكهرباء و الماء و التعاقد مع شركات التأمين...ولمزيد من التفصيل حول عقود الإذعان أنظر- السنهوري، نظرية العقد، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان 1998.ص.279 وما بعدها. وقد نص المشرع الجزائري في المادة 70 ق.م على ما يلي: " يحصل القبول في عقد الإذعان بمجرد التسليم لشروط مقررة يضعها الموجب ولا يقبل مناقشة فيها " .

¹ - أنظر المادة 110 ق.م.ج.
² يقصد بالشرط التعسفي ذلك الشرط الذي يفرضه المهني على المستهلك مستخدما نفوذه الإقتصادي بطريقة تؤدي إلى حصوله على ميزة فاحشة. ويرى بعض الفقه -حمد الله محمد حمد الله- بأن الشرط التعسفي هو ذلك: "الشرط الذي يترتب عليه عدم توازن تعاقدى لصالح ذلك الذي يفرضه على المتعاقد الآخر الذي لا خبرة له، أو ذلك المتعاقد الذي وجد في مركز عدم المساواة الفنية أو القانونية أو الاقتصادية في مواجهة الطرف الآخر". أنظر عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.402. ولقد أشارت المادة 03 ف 05 من القانون رقم 02/04 الذي يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على أن الشرط التعسفي هو: " 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".

³ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص. 193.

الطرف القوي الذي هو صاحب الخبرة و المعرفة
في المعرفة بين أطراف عقد الاستهلاك يبرر تقريبا

ويلاحظ أن الفقه و القضاء في فرنسا يلزمان الباع المحترف ريادة على قيامه بدرج
البيانات الخاصة بالمبيع ، أن يقوم بإزالة الغموض حول استخدام الجهاز المنزلي إذا كان
شكل الجهاز يختلط مع أجهزة أخرى مخصصة لأغراض مختلفة²، وعليه فإن المحترف
ملزم بأن يقدم للمستهلك البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بمحل العقد بسبب جهل
هذا الأخير وعدم خبرته ، إلا أنه يجب أن يكون هذا الجهل مشروع لتبرير قيام هذا الإلتزام
فلا يلتزم مثلا بائع الساكنين بإعلام المستهلك المقتني لمجموعة منها بضرورة الحذر من
خطورتها عند استعمالها³.

* - إعادة التوازن العقدي : إن إلزام المحترف بتقديم المعلومات الكافية و الضرورية
للمستهلك يسمح لهذا الأخير - الذي يكون في مركز ضعيف مقارنة مع المحترف الذي لدي
من الخبرة و الكفاءة المهنية اللذان يجعلانه في مركز أقوى - بحماية رضاه لأنه لا يستطيع
التوصل إلى معرفة تلك المعلومات بنفسه ، وهذا ما جعل الإلتزام بإعلام المستهلك يلعب
دور كبير في حماية رضاه هذا الأخير، حتى وإن كانت هذه الحماية ينظر إليها أحيانا على
أنها تطبيق من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المذعن في عقود الإذعان إلا أن بعض
الفقه⁴ يرى بأن هناك اختلاف جوهري بين الحماية القانونية للطرف المذعن في عقود
الإذعان وبين الحماية المقررة للمستهلك من خلال الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام المفروض
على المحترف ، ويستند هذا الفقه على أنه لا وجود لحماية الطرف المذعن في المرحلة
السابقة على التعاقد وإنما تقتصر حمايته من خلال إعطاء القاضي سلطة تعديل الشروط
التعسفية في العقد وإعفاء الطرف المذعن منها ، أو من خلال تفسير الغموض في العقد
لمصلحة الطرف المذعن⁵ وهذا ما يؤكد بأن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام مستقل.

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص.372.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص.273.

³ - ملاح الحاج، المرجع السابق، ص.07.

⁴ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص.374.

⁵ - أنظر المادتين 110 و112 ق.م.ج.

إن استقلالية هذا الالتزام لا تتنافى مع إمك

في نفس الوقت من عقود الاستهلاك متى كان

التعامل ، ولكن ليس بالضرورة أن يكون عقد الاستهلاك من عقود الإذعان.

فالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام ضروري لضمان التوازن العقدي وهو أحد الضمانات الأساسية الكفيلة بإيجاد رضاء سليم وإرادة حرة واعية ، فالمحترف ملزم قبل إبرام العقد بإعلام المتعاقد معه بكل المعلومات الجوهرية وبكل ما من شأنه أن يفيد في الإنتفاع بالشيء المقتنى أو الخدمة المقدمة دون عائق ، فمثلا نجد بعض التشريعات العربية¹ نصت صراحة على الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد² عبر شبكة الإنترنت إذا كنا بصدد ما يسمى بعقد التجارة الإلكترونية وهذا يمثل تطور ملحوظ.

وهناك بعض الفقه³ أكد على أهمية هذا الإلتزام لضمان التوازن العقدي على أساس "أن البائع الذي كان يعلم ، أو الذي كان من المفروض أن يعلم ، بالنظر خاصة إلى تأهيله المهني بواقعة يعرف أهميتها الحاسمة لدى المشتري ، يقع عليه عبء إعلام هذا الأخير مادام أنه كان يستحيل عليه أن يستعلم بنفسه ، أو كان بإمكانه أن يتق بشكل مشروع في المتعاقد معه".

إن دور الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام لم يعد يقتصر على العقود التقليدية وإنما توسع ليشمل حتى العقود الحديثة كما هو الشأن بالنسبة لعقد التجارة الإلكتروني⁴ وهذا ما يؤكد أهميته لحماية المستهلك في هذه العقود ، مما جعل الفقيه GHESTIN يلقي على المهني عبء الإستهلام عن البيانات التي تهم المتعاقد معه لإعلامه بها⁵.

¹ - قانون التجارة الإلكترونية في تونس عام 2000، قانون التجارة و المعاملات الإلكترونية في إمارة دبي عام 2002، قانون المعاملات الأردني عام 2001.

² - يقصد بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت بأنه التزام قانوني سابق على إبرام العقد الإلكتروني يلتزم بموجبه إحدى الطرفين الذي يملك معلومات جوهرية فيما يخص العقد المزمع إبرامه بتقديمها بوسائط إلكترونية في الوقت المناسب و بكل شفافية وأمانة للطرف الآخر الذي لا يمكنه العلم بها بوسائله الخاصة.

³ - J.GHESTIN , *Conformité et Garanties dans la Vente* , L. G.D.J. 1983. p.106.

⁴ - اختلفت معظم التشريعات سواء العربية أو الأجنبية بخصوص تعريف عقد التجارة الإلكتروني وسنكتفي بذكر تعريفين أوردهما جانب من الفقه، حيث يعرف الفقيه فاروق حسين التجارة الإلكترونية بأنها: " تلك العملية التجارية التي تتم بين طرفين - بائع و مشتري- وتتمثل في عقد الصفقات و تسويق المنتجات عن طريق استخدام الحاسب الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، وذلك دون حاجة لانتقال الطرفين أو لقاءهما، بل يتم التوقيع إلكترونياً على العقد".

ويرى جانب آخر من الفقه- مدحت رمضان- بأن التجارة الإلكترونية هي: " عرض المشروع للسلع و الخدمات على موقع الإنترنت ليحصل على طلبات العملاء ". لمزيد من التفصيل أنظر، عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر، 2008، ص.15 وما بعدها.

⁵ - حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفشاء بالصفة الخطيرة للشيء المبيع، المكتب القانوني للإصدارات القانونية، مصر، 1999. ص.55.

ونظرا لأهمية الإلتزام قبل التعاقدى بالإع

المشروع لتقرير هذا الإلتزام حتى لا يتحكم الطرف

(المستهلك) ، وكذلك لتحقيق التوازن العقدي في فتره إبرام العقد .

ثانيا: الدوافع القانونية: إن الحاجة إلى توفير أكبر قدر من الحماية المقررة للمستهلك

باعتباره الطرف الضعيف جعلت المشرع يسعى دائما للبحث عن إيجاد وسيلة قانونية يساهم بها في تحقيق الحماية للمستهلك خاصة في المرحلة قبل التعاقدية ، نظرا لأن الحماية التقليدية لإرادة المستهلك من خلال نظرية عيوب الإرادة (و بالخصوص الغلط والتدليس) لم تحقق النتائج المنتظرة ، فمثلا:1- إذا أراد المستهلك إبطال العقد بسبب وقوعه في عيب التدليس الصادر من غير المتعاقدين فيجب عليه أن يثبت أن المتعاقد معه كان يعلم ، أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس² وهذا ما يصعب من وضعية المدلس عليه(المستهلك) بشأن إيجاد وسيلة الإثبات .

وإذا كنا بصدد عيب **الغلط**³ فيجب على المتعاقد الذي وقع فيه أن يثبت بأنه غلط جوهرى حتى يتمكن من إبطال العقد⁴، وهذا ما يبين عدم كفاية نظريتي الغلط والتدليس في تحقيق الحماية الموضوعية للمستهلك لدى إقباله على التعاقد ، ومن هنا ظهر الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام كوسيلة قانونية جديدة في معالجة النقص الذي شاب نظرية عيوب الإرادة⁵. ونجد أن القضاء الفرنسى كان له الدور الكبير في ظهور هذا الإلتزام قبل أن تنص عليه مختلف التشريعات ، ومن الأحكام القضائية نذكر على سبيل المثال:الحكم الصادر الذي قضى بمسؤولية المنتج و البائع عن حادث تعرض له قارب للنزهة عند إبحاره في منطقة ذات أمواج عالية استنادا على أن المشتري كان يجهل أن هذا القارب لا يمكنه أن يتحمل العواصف أو الأمواج العاتية⁶، وقد استند القضاء الفرنسى على المبادئ العامة للقانون خاصة مبدأ حسن النية من أجل تقرير هذا الإلتزام ، بحيث يلتزم البائع بأن يقدم للشخص الراغب في الشراء كافة البيانات والمعلومات المهمة التي يتوقف عليها رضاه بالعقد وقت إبرامه.

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.58.

² - تنص المادة 87 ق.م.ج على أنه: "إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين ، فليس للمتعاقد المدلس عليه أن يطلب إبطال العقد ، مالم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم ، أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس".

³ - تنص المادة 81 ق.م.ج على أنه: "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهرى وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله".

⁴ - أنظر المادة 82 ق.م.ج.

⁵ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.194.

⁶ - Lyon, 13 Juillet 1973, Gaz.Pal.1973.2, p.380.

وزيادة على القواعد العامة للقانون فإن الق

من القانون المدني الفرنسي التي تنص على أنه

ورد بها من بنود ، وإنما تمتد إلى كل ما يتبعها من ملحقات توفرها العدالة ، القانون ،
العرف لكل التزام وفقا لطبيعته"¹ وهذه المادة القانونية تقابلها في القانون المدني الجزائري
المادة 2/107 التي تنص على أنه: "لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب ،
بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون ، والعرف ، والعدالة ، بحسب طبيعة
الإلتزام ."

ونجد أن القضاء الفرنسي باعتماده على المادة المشار إليها أعلاه فإنه قد وضع على
عائق المحترفين التزامات لم يرد ذكرها صراحة في العقد كالإلتزام بالنصح² وذلك كله من
أجل حماية الطرف الضعيف حتى أن أحكام هذا القضاء رأت في هذا الإلتزام الجديد وسيلة
مناسبة لحماية رضا المتعاقد ، وذلك استنادا لمبدأ **الوقاية خير من العلاج** الذي يعد الإلتزام
قبل التعاقد بالإعلام خير تطبيق له³.

ويعتبر هذا الإلتزام من أهم الوسائل التي تحقق حماية المستهلك في هذه الحالة طالما
أن المحترفين ملزمون بإعلام المستهلك بالبيانات والمعلومات الضرورية التي تجعل رضاه
حرا واعيا غير مشوب بغلط أو تدليس ، وكذلك تساعده هذه المعلومات في تحقيق احتياجاته
وتلبية الرغبة المشروعة لديه ، وعلى المحترفين أن لا يستغلوا عدم تخصص المستهلك أو
جهله بتقنيات الشيء المقتنى أو الخدمة المقدمة ليدفعوا به إلى إبرام عقد لا يناسبه.

ولقد قرر القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه إلزام البائع المهني بإعلام المشتري
بالبيانات اللازمة عن الشيء الذي يقبل على شرائه و مدى ملائمته لحاجاته و إلزامه
بتعويض الأضرار التي تلحق المشتري إذا أخل بهذا الإلتزام فضلا عن فسخ العقد إذا طلب
المشتري ذلك⁴، ونذكر من بين هذه الأحكام ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من أنه كان
يجب على البائع المهني نصح المشتري حول حقيقة الأسطح القرميدية التي يرغب في

¹ - «Les Conventions Obligent non Seulement à ce qui y est exprimé mais encore à toutes les suites que l'équité, à la loi ou l'usage donnent à l'obligation d'après sa nature ».

² - F. DIDIER, *La Protection des Consommateurs*, DALLOZ, 1996. p.52.

³ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص. 196.

⁴ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص. 58.

شرائها ، و إعلامه بأنها مخصصة لتزيين جوانب
المياه وهذا ما كان يريده المشتري ، كما لم يق
القرميد للمشتري والغرض الخاص لكل نوع وأفضل استخدام له ، مما أدى بالمحكمة إلى
إقرار مسؤوليته على أساس إخلاله بالإلتزام بالإعلام وقضت بفسخ العقد بناء على طلب
المشتري¹.

ولدينا أيضا ما قررته محكمة استئناف Versailles من إدانة بائع أجهزة الإعلام
الآلي(الكمبيوتر) على أساس إخلاله بالإلتزام بالإعلام و النصيحة اتجاه المشتري وعدم
مساعدته في اختيار الجهاز المناسب له ، خاصة وأن هذا المشتري ليس لديه أي خبرة في
هذا المجال².

ونجد أن القضاء الفرنسي كان يركز في الكثير من أحكامه على الصفة المهنية للبائع و
تخصسه الذي يمكنه من الإستعلام عن حاجات المشتري³ وتوجيهه نحو أفضل اختيار له
خاصة إذا كان المشتري شخصا عاديا قليل الخبرة في هذا المجال⁴ ، ولدينا القرار الصادر
عن محكمة استئناف باريس من أن البائع المهني بسبب تخصصه كان يجب عليه الإستعلام
من المشتري عن حاجاته و إعلامه بخصائص الجهاز (الكمبيوتر) وشروط استعماله⁵.

ب- خصائص الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام: يتميز هذا الإلتزام بعدة خصائص تتمثل
فيما يلي :

أولا: الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام يتصف بالعمومية : ويعني ذلك أن هذا
الإلتزام لا يقتصر تطبيقه على عقود خاصة فقط ، وإنما يطبق هذا الإلتزام على جميع العقود
قبل إبرامها مهما كان نوعها أو طبيعتها ، إلا أن الواقع العملي أثبت أهمية وجود هذا الإلتزام
في بعض العقود أكثر من بعضها الآخر كما هو الشأن بالنسبة للعقود التي يكون محلها سلع

¹- Cass.Civ,1^{ère} ch , 03 Juillet 1985, Bull Civ, n° 211. p.191.

²- C.A, Versailles,3^{ème} ch, 8 Nov 1991, R.J.D.A. n°20. p.19.

مشار إليه في حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.59.

³ - قررت محكمة النقض الفرنسية أنه يجب على البائع أن يستعلم من المشتري عن حاجاته التي يبحث عنها ويعلمه بعد ذلك بالأمور الفنية للشيء المبيع و مدى تحقيقه لرغبة المشتري أنظر:

Cass,Com, décembre 1992 , Bull Civ 1992, n°391. p.27.

⁴- حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص. 59.

⁵- C.A, Paris 15 Janv 1987, D 1987, I R. p.37.

معقدة فنيا¹ أو ينتج عن استعمالها بعض الأضرار من جهة، وحفاظا على سلامة المستهلكين من جهة

حيث أن محكمة النقض الفرنسية قضت في قرارها بمسؤولية منتج مبيد الحشرات لانه لم يقيم بإعلام مستخدم هذا المبيد بالفترات الملائمة لاستخدامه حتى لا يؤثر على المزروعات مما تسبب في إلحاق أضرار لهذا المستخدم ، إلا أن المحكمة قررت توزيع عبء المسؤولية بين الطرفين عندما تبين بأن مستخدم المبيد استعمله بجرعات كبيرة وكان يجب عليه بسبب تخصصه في مجال الزراعة أن ينتبه لخطورة مبيد الحشرات على المزروعات في مرحلة نموها الأولى.

ثانيا: الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام هو التزام مستقل: إن الإلتزام قبل التعاقد هو
التزام مستقل عن غيره من الإلتزامات الأخرى التي حاول بعض الفقهاء ربطها به كجعل الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام تابع لنظرية عيوب الرضا أو جعله تابع لنظرية ضمان العيوب الخفية أو نظرية التسليم أو نظرية السلامة ، وكل جانب من الفقه قدم مبرراته⁴ إلا نظرة القضاء الفرنسي إلى هذا الإلتزام كالتزام مستقل هو الأمر الذي برر نشأته ووجوده. إن تميز الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام عن غيره من الإلتزامات الأخرى لأكبر دليل على أنه يتمتع بخصوصيات تجعله يحظى بالاستقلالية ، فهو يتميز عن نظرية عيوب الرضا في كون أن المسؤولية تقوم لدى الإخلال بهذا الإلتزام رغم عدم تعيب إرادة الدائن بأي عيب من عيوب الرضا ، كما أنه يتميز عن نظرية ضمان العيوب الخفية في كون أن الإخلال به لا يتطلب لقيامه أن يكون المنتج معيبا بل يكفي لذلك مجرد عدم ملائمة المبيع لاحتياجات المشتري وإن كان المنتج غير معيب ، كما أنه يتميز عن الإلتزام بالتسليم في كونه يعد التزام سابق على إبرام العقد ، بينما الإلتزام بالتسليم هو التزام لاحق لعملية إبرام العقد .
والجدير بالذكر أن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ليس تطبيقا من تطبيقات الحماية المقررة للطرف المذعن في عقود الإذعان طالما أنه لا وجود لحماية الطرف المذعن في المرحلة السابقة على التعاقد .

¹ - ومثال ذلك: الأجهزة الإلكترونية الحديثة أو أجهزة الإعلام الآلي (الكمبيوتر) أو الأجهزة الكهرو منزلية.....الخ.

² - نذكر على سبيل المثال: مبيد الحشرات، الآلات الميكانيكية، أجهزة تستخدم لتغطية مياه الشرب.

³ - Cass.Com, 05 Fev 1973. J.C.P. 1974. n°17791.

⁴ - محمد إبراهيم الدسوقي، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للنشر و التوزيع، مصر، 1985، ص.42.

ثالثا : الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو

الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو إعلام الطرف

البيانات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة محل العقد ، حتى يبحون لديه رصاء حرا حالي من اي عيب من عيوب الإرادة وبذلك يستطيع من خلاله إبرام العقد أو الإمتناع عن إبرامه ، الأمر الذي يؤكد الطابع الوقائي لهذا الإلتزام طبقا لمبدأ الوقاية خير من العلاج ، وكذلك لتقادي الحكم بإبطال العقد بعد إبرامه خاصة في مجالي الغلط والتدليس ومن ثم عدم استقرار المعاملات و العقود التي تجري بين المتعاقدين ، وهذا ما يبين الأهمية الكبيرة لهذا الإلتزام .

ج- أساس الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام: لقد اختلف الفقه حول الأساس القانوني لهذا الإلتزام ، فهناك من يرى بأن هذا الإلتزام يجد أساسه في نظرية عيوب الرضا خاصة عيبا الغلط و التدليس (أولا) ، وهناك رأي ثاني من الفقه يرى بأن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام يجد أساسه في المبادئ العامة للقانون و بالخصوص مبدأ حسن النية (ثانيا) في حين يرى فريق ثالث من الفقه أن أساس الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري (ثالثا)، فكل هذه الآراء المتباينة بين الفقهاء سنحاول دراستها على النحو التالي:

أولا: نظرية عيوب الرضا كأساس للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام: يقصد بالعقد توافق الإرادتين¹ وتطابقهما تطابقا تاما في لحظة معينة ، بقصد إحداث أثر قانوني معين ، قد يكون ذلك الأثر إنشاء حق أو نقله أو تعديله أو انقضائه² .

ولا ينشأ العقد صحيحا إلا إذا توافر على كامل أركانه ومن بينها ركن التراضي الذي يجب أن يكون سليما من عيوب الرضا وهي أمور تلحق بإرادة أحد المتعاقدين أو كليهما فتجعل الرضا غير سليم ومن هاته العيوب التي تفسد الرضا: **الغلط و التدليس** وهو سنحاول

¹ - الإرادة هي عمل نفسي ينعقد به العزم على شيء معين، ويقرر علماء النفس أن الإرادة يسبقها عملان تحضيريان، ويليهما عمل تنفيذي ، فأول مرحلة هي اتجاه الفكر إلى أمر معين أي الإدراك، ثم يلي ذلك مرحلة التدبير فيزن الشخص هذا الأمر ويتدبره ثم تأتي المرحلة الثالثة وهي إمضاء العزيمة في هذا الأمر و البيت فيه وهذه هي الإرادة، فإذا انعقدت لم يبق بعد ذلك إلا المرحلة الرابعة وهي مرحلة التنفيذ التي تعتبر عمل خارجي. لمزيد من التفصيل أنظر عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص.149.

² - حبار محمد، محاضرات الإلتزامات ملقاة على طلبة السنة الثانية حقوق، جامعة وهران، السنة الجامعية 1999-2000.

التعرض إليه من خلال تعريف كل عيب مع ذلك
الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

1- الغلط : هو وهم تلقائي يقع فيه المتعاقد بحيث ينصور الشيء على غير حقيقته
وبذلك التصور يندفع إلى التعاقد ، ولقد عرف الفقيه السنهوري الغلط بأنه : "وهم كاذب يتولد
في ذهن الشخص ، أو حالة تقوم بالنفس تجعله يتصور الأمر على غير حقيقته أي على
غير الواقع ، أي أن الوقوع في غلط يعني أن يكون لدى الشخص اعتقاد مخالف للحقيقة"¹
وبرجوعنا إلى القانون المدني الجزائري نجد أن المشرع نص على عيب الغلط في
المواد 81 إلى المادة 85 ، وتتمثل شروط الغلط فيما يلي :

الشرط الأول: أن يكون الغلط جوهريا : ويكون الغلط جوهريا إذا كان هو الدافع
الرئيسي إلى التعاقد² ويتضح أن هذا المعيار هو معيار شخصي أي أن يكون الغلط مؤثر
على إرادة المتعاقد ذاتها، و للغلط الجوهري حالات³ نذكر من بينها :

أ- الغلط في صفة جوهرية في الشيء : يرى الفقيه GHESTIN إلى أن اعتبار
الصفة جوهرية يتحدد اليوم على أساس تأثير هذه الصفة على رضا المتعاقدين الذي يجعل
الغلط جوهريا⁴ كطلب المشتري الذي اشترى شمعدانا معتقدا أنه من الفضة في حين أنه كان
مصنوعا من النحاس المطلي بالفضة⁵.

ويرى بعض الفقه⁶ أنه نظرا للسرعة التي تتم بها المعاملات و الغموض الذي يكتنف
تحرير العقود النموذجية⁷ فإن المستهلك قد يقع في غلط في فهم شروط العقد لا سيما إذا أقبل
هذا الأخير على إبرام العقد دون دراية كاملة بشروط العقد و الآثار المترتبة عنها ، وهذا ما

¹- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.336.

²- محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للإلتزامات، مصادر الإلتزام، التصرف القانوني،
الجزء الأول، دار الهدى، الطبعة الثانية، الجزائر، 2004، ص.172.

³- لقد وردت حالات للغلط الجوهري في نص المادة 82 ق.م.ج على سبيل المثال وليس على سبيل الحصر على غرار
القانون المدني المصري.

⁴- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.341. وانظر:

J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ. *op.cit.*, p.51.

⁵- عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص.55.

⁶- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.342.

⁷- يقصد بالعقود النموذجية تلك العقود التي تحرر وتحدد شروطها مسبقا وفق نمط معين وبكيفية تتمكن بها من مواجهة
الظروف الموحدة في التعاقد وتلائم مع السرعة التي تتميز بها المعاملات في الوقت الحاضر بهدف ربح الوقت وتقليل
الجهد و النفقات.

يجعل القاضي يستعين بعامل عدم الخبرة أو ع
المستهلك المتعاقد في غلط جوهرى¹.

ولقد استقر القضاء الفرنسي على أن صفة عدم الإحراف وصفه عدم الخبرة في مجال إبرام العقود على برامج الحاسب الآلي (الكمبيوتر) يعتبران من الصفات التي تسمح بتأكيد وقوع المتعاقد في غلط جوهرى² وهذا ما جعل القضاء الفرنسي يتشدد في قبول الدفع بالغلط من قبل شخص محترف في مجال التعاقد على أساس أن هذا المحترف لديه من المعلومات الضرورية التي تجنبه الوقوع في الغلط ، أما إذا تعلق الأمر بمستهلك عادي أو شخص غير محترف فإن القضاء يتساهل في قبول الغلط خاصة إذا كنا أمام عقود الإذعان³ ومن أمثلة الغلط في صفة جوهرية كأن يشتري شخص قطعة أرض لبناء مصنع عليها³ ثم يتبين له بأن السلطات الإدارية تمنع بناء المصانع في المنطقة التي بيعت فيها قطعة الأرض، أو يقوم شخص بشراء سيارة معتقدا بأنها جديدة ثم يتبين له بأنها مستعملة⁴.

ب- الغلط في شخص المتعاقد أو في صفة من صفاته: تعتبر عقود التبرع قائمة على الإعتبار الشخصي فمثلا يتبرع شخص لآخر بمال معتقدا أنه ابن صديق عزيز لديه توفي ثم يتضح أن هناك تشابه في الأسماء فهنا الغلط وقع في شخص المتعاقد ، أما بالنسبة للغلط في صفة من صفات الشخص الجوهرية، كأن يعتقد المؤجر أن المستأجر متزوج ، ثم يتبين له بأنه غير متزوج ، وأنه يعاشر سيدة معاشرة غير شرعية

الشرط الثاني: اتصال الغلط بالمتعاقد الآخر: لم ينص القانون المدني الجزائري على هذا الشرط صراحة إلا أنه يتبين من نص المادة 82 فقرة 2 من نفس القانون أن هذا الشرط لازم إذ تنص على أنه: "ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة للشئ يراها المتعاقدان جوهرية ، أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية".

¹ - Paris, 5^{ème} ch . 15 mai 1975. J.C.P., éd .G.1976.II.n°18265.

² -Versailles, 12^{ème} ch .23 juin 1988, Juris Data ,n°42807.

Trib.Com. Paris, 5^{ème} ch , 03 nov1993. juris data, n°24250.

³ -عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص.21.

⁴ - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص.173.

ومن هنا يتضح بأن شرط اتصال الغلط بالدوره في الغلط أو يكون على علم بأن المتعاقد عليه أن يتبين ذلك¹.

● **مدى تأثير عيب الغلط على الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام:** إن هناك من الأحكام القضائية التي استندت إلى عيب الغلط لإبطال العقد وذلك بالرجوع إلى أحكام المادة 1110 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 81 من القانون المدني الجزائري بشرط أن يؤدي عدم القيام بإعلام المستهلك إلى غلط في صفة جوهرية في الشيء². وطبقا للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام فينبغي على كل محترف سواء كان بائع أو منتج أو موزع أن يعلم الطرف المتعاقد معه الذي غالبا ما يتمثل في المستهلك عن فوائد و مخاطر المنتج أو الخدمة التي يقدمها وكل المعلومات التي يراها المتعاقدان ضرورية لإبرام العقد ، وإلا اعتبر المحترف مقصر في التزامه قبل التعاقدى بالإعلام الذي قد يؤدي بالطرف المتعاقد الآخر إلى غلط جوهري يمكنه من طلب إبطال العقد طبقا لنص المادة 81 من القانون المدني الجزائري³.

ونظرا لحرص المشرع الجزائري على حماية المستهلك وخصوصا في المرحلة السابقة على التعاقد فقد أورد عدة قوانين⁴ تلزم المنتج بذكر بيانات إجبارية على منتجاته

¹ - معظم التشريعات العربية تنص صراحة على هذا الشرط كالقانون المدني المصري المادة 120 و القانون السوري المادة 121 و القانون الليبي المادة 120 و القانون العراقي المادة 119 بخلاف القانون المدني الفرنسي لا ينص على هذا الشرط.
² - Paris, 13mai 1987 .D.1987.IR.p.236.

³ - دليلة زناكي، محاضرات حماية المستهلك أقيمت على طلبة ماجستير، قانون الأعمال، جامعة وهران، السنة الدراسية 2003-2004.

⁴ - أنظر المادة 03 من القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07 فبراير 1989 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج.ر المؤرخة في 08 فبراير 1989، العدد 06، ص.155.

أنظر المادة 05 من م.ت رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990 العدد 50، ص.1586.

أنظر المادة 07 من م.ت رقم 05-484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 الذي عدل وتمم م.ت رقم 90-367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005، العدد 83، ص.06.

أنظر المادة 06 من م.ت رقم 25/92 المؤرخ في 13 جانفي 1992 يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية و كفييات ذلك، ج.ر المؤرخة في 22 جانفي 1992، العدد 05، ص.140.

أنظر المادة 10 من م.ت رقم 37/97 المؤرخ في 14 جانفي 1997 يحدد شروط و كفييات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني وتوظيفها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية، ج.ر المؤرخة في 15 جانفي 1997، العدد 04 ص.15.

أنظر المادة 06 من م.ت رقم 494/97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 1997، العدد 85، ص.12.

أنظر المادة 08 من القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية المذكور سابقا.

التي تهم المستهلك حتى لا يقع هذا الأخير في

طبيعة المنتج وصفه و منشأه ومميزاته الأساسية

صنعه و التاريخ الأقصى لاستهلاكه وكيفية استعماله وهذا ما اشارت إليه المادة 03 من

القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.

وطبقا لهذه البيانات الواجب ذكرها من قبل المنتج فإنه يتوجب من جهة أخرى على المحترف إعلام المستهلك بكل المعلومات الضرورية التي من شأنها أن تكون رضاء حر لهذا الأخير من أجل إبرام العقد دون أن يقع في غلط جوهري ، ولاستقرار المعاملات بين المتعاقدين وهذا ما جعل المشرع يشترط شروط لقيام عيب الغلط حتى لا يمكن طلب إبطال العقد بسبب عيب الغلط في كل صورة يقع فيها وهو ما يؤدي إلى اضطراب في المعاملات و الابتعاد عنها¹.

ويجب التأكيد على أن الغلط عيب في الرضاء ، وهو مرتبط بالجانب الشخصي و النفسي للمتعاقد ، أي أن هذا الأخير لما يريد إبرام العقد يعتقد بتوفر صفة جوهرية معينة في المنتج الذي يريد اقتنائه ولكن يتضح له بأن ذلك المنتج لا يحوز تلك الصفة ، أما العيوب الخفية فلها شروطها الخاصة والتي تختلف عن شروط الغلط من حيث أثر العيب في قيمة المبيع وما يؤديه من خدمات للمستهلك ، ويقدر في غالب الأحيان بمعيار موضوعي² .

ونظرا لأهمية الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام وما يمثله من حماية ووقاية للمستهلك حتى لا يقع في غلط جوهري ، فإنه بالإضافة إلى هذه الأهمية هناك من العقود مثلا كعقد تحويل الفاتورة³ يتوجب فيه على المنتمي أن يدلي بالمعلومات و البيانات الضرورية للوسيط

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.338.

² - قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص.104.

³ - يقصد بعقد تحويل الفاتورة طبقا لنص المادة 543 مكرر 14 من المرسوم التشريعي 93-08 المؤرخ في 25-04-1993 المعدل للأمر رقم 75-59 المؤرخ في 26-09-1975 المتضمن القانون التجاري، بأنه: "عقد تحل بمقتضاه شركة متخصصة تسمى "وسيط" محل زبونها المسمى "المنتمي" عندما تسدد فوراً لهذا الأخير المبلغ التام لفاتورة لأجل محدد ناتج عن عقد ، وتتكفل بتبعية عدم التسديد ، وذلك مقابل أجر" . ولمزيد من التفصيل حول عقد تحويل الفاتورة أنظر : محمودي بشير، عقد تحويل الفاتورة، الديوان الوطني للأشغال التربوية، 2003، ص.17 وما بعدها.

لأن هذا الأخير يعتمد كلياً على المعلومات التي
المالي و مراكز مدينيه المالية وكافة المخاطر التي

وبالرغم من تأسيس بعض الفقه² أساس الإلزام قبل التعاقد بالإعلام على نظريه
عيوب الرضا وخاصة عيب الغلط فإن هذا العيب يعتبر من الوسائل غير الفعالة في تحقيق
حماية المستهلك لاسيما أمام الشروط الواجب توافرها ليتمكن المستهلك من إبطال العقد على
أساس عيب الغلط.

وتأكيداً لعدم فعالية عيب الغلط في حماية المستهلك و نظراً لمحدوديته ، فلقد قضت
محكمة النقض الفرنسية برفض طلب إبطال عقد شراء تلفزيون وقع فيه المشتري في غلط
في الدولة التي صنع فيها التلفزيون³ ، كما رفضت نفس المحكمة إبطال عقد شراء سيارة
بسبب غلط المشتري في سعة المحرك طالما أن استخدامه للسيارة لن يتأثر بذلك⁴.

ونجد أن محكمة فرنسية أخرى رفضت بتاريخ 1950/12/08 طلب مشتري بإبطال
عقد بيع لوحة فنية اعتقد خطأ أنها كانت تزين غرفة فنان مشهور⁵ ، ونجد حكم فرنسي آخر
مؤرخ في 1947/01/22 رفض طلب مشتري بإبطال عقد بيع لوحة فنية من عمل مصور
مرموق اعتقد خطأ أنها لسارة برنار⁶ ، ولدينا أيضاً القرار الفرنسي الصادر بتاريخ
1954/11/30 الذي قضى برفض طلب المستأجر بإبطال عقد إيجار أرض صيد لأنه كان
يعتقد أن الأرض المستأجرة مملوءة أكثر بالصيد⁷.

وفضلاً عن ذلك فإنه إذا كانت المنفعة التي يريدها المستهلك من خلال إبرام العقد لم
تتحقق فإنه لا يمكن له إبطال العقد على أساس عيب الغلط ، فمثلاً إذا أبرمت صفقة بهدف
تصدير بضائع إلى بلد أجنبي ثم صدر قرار يمنع التصدير في الوقت المنقذ عليه، فهنا

¹ - محمودي بشير، المرجع السابق، ص85.

² - الفقيه GHESTIN، مشار إليه في محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر
والتوزيع، الطبعة الأولى، 2005، ص.09. وانظر كذلك الفقيه نزيه محمد الصادق المهدي، مشار إليه في عمر محمد عبد
الباقي، المرجع السابق، ص.200.

³ - Cass.Civ, 22 Nov 1977, RTD.Com 1979.p.310.obs Henserd.

⁴ - Cass.Civ,03 Oct 1979, Dalloz et Sirez 1980, Juris. p.28.

⁵ - Trib.Seine, 08 Déc 1950, Gaz-Pal. 1951-1-153.

⁶ - Trib. de Paix de Nantes, 23 Janv 1947, Gaz-Pal,1947-1-129.

⁷ - Cour D'ameines, 30 Nov 1954, Gaz-Pal , 1955-1-69.

وتجدر الإشارة إلى أن أمر عدم ملائمة العقد لرعياب المستهلك الذي أبرم العقد نتيجة للسرعة التي تتميز بها المعاملات في الوقت الحاضر لا يكون حالة من حالات الغلط الدافع للتعاقد مالم يتفقا المتعاقدان على أن يجعله منه شرطاً في العقد، كأن يشتري موظف منزلاً في البلد الذي يمارس فيه وظيفته بهدف أن يكون مقره النهائي حتى إحالته للتقاعد ثم صدر قرار بنقله منه².

2- التدليس: هو استعمال طرق احتيالية قصد إيقاع المتعاقد الآخر في وهم يحمله على التعاقد ، أي أنه وهم مستثار وليس تلقائياً على عكس ما رأيناه في الغلط. وقد عرف بعض الفقه³ التدليس بأنه: "تعهد أحد المتعاقدين وهو المدلس ، استخدام الحيل أو الوسائل الإحتيالية ليوقع المتعاقد الآخر، وهو المدلس عليه في غلط من شأنه أن يدفعه إلى التعاقد" ، وقد أشار المشرع الجزائري إلى التدليس في نص المادتين 86 و87 من القانون المدني ، إذ نصت المادة 86 على أنه: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ أحد المتعاقدين أو النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد.

ويعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملاحظة إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملاحظة".

وينبغي التذكير بأن التدليس يختلف عن الغش ، فإذا كان التدليس يقصد به استعمال طرق احتيالية بقصد الإضرار بأحد المتعاقدين سواء وقع التدليس قبل إبرام العقد أو عند تنفيذه، فإن الغش يقصد به استعمال طرق احتيالية بقصد الإضرار بالغير،⁴ فمثلاً نجد الغش التجاري أو الصناعي يتمثل في كل فعل قام به المحترف من شأنه أن يغير من طبيعة أو فائدة المنتج أو الخدمة ، ولا يهم الوسيلة التي لجأ إليها المحترف من أجل تحقيق غايته ،

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.340.

² - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.341.

³ - حسام الدين الأهواني ، مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.343.

⁴ - عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص.391.

فقد يتم العش بوضع مواد أقل قيمة مكان أخرى إضافة مواد أخرى تزيد من كمية المنتج وتقلل

التي لا يمكن حصرها وتسبب ضرر للمستهلك عن طريق العس سواء بفعل المحترف او لأسباب خارجة عن إرادته كما هو الحال بالنسبة للسلع التي تفسد نتيجة لطبيعتها كالياغورت أو الجبن ومع ذلك يقوم المحترف ببيعها إلى المستهلك دون أن يخطره بعدم صلاحيتها.

● شروط التدليس: يشترط في التدليس شروط تتمثل فيما يلي:

الشرط الأول: استعمال الطرق الإحتيالية: نجد أن للطرق الإحتيالية عنصران: **عنصر مادي** يتمثل في الطرق المادية التي تستعمل للتأثير في إرادة المتعاقد ، **وعنصر معنوي** يتمثل في نية التضليل من أجل تحقيق غرض غير مشروع².

فالتدليس لا يكون فقط عن طريق الكذب ، وإنما هو كذب مصحوب بطرق احتيالية لإخفاء الحقيقة عن المتعاقد ، مع العلم أن هذه الطرق تختلف باختلاف الظروف ، ولكن المهم أن تكون كافية لتضليل المتعاقد ، ونجد أن العلاقة بين الكذب و التدليس تختلف بشأنها القضاء الفرنسي ، حيث أنه قضى في إحدى أحكامه³ بأن إعلام المتعاقد للمتعاقد الآخر ببيانات كاذبة لا يعيب الإرادة مالم يقترن هذا الكذب بوسائل احتيالية أخرى ، أي أن الكذب المجرد لا يكفي في حد ذاته لقيام التدليس ، في حين اعتبر القضاء الفرنسي في حكم قضائي آخر⁴ أنه لا يشترط لقيام التدليس استخدام الطرق الإحتيالية ، فالكذب وحده يكون التدليس.

وبرجوعنا إلى نص المادة 86 من القانون المدني الجزائري نجد أن المشرع لم يبين ماهو المقصود بالطرق الإحتيالية واكتفى فقط بوصفها بأن تكون هذه الطرق الإحتيالية جسيمة ، ولاشك أن عدم حصرها من طرف المشرع بإمكانه أن يحقق الحماية للمستهلك نظرا لاتساع هذه الطرق لتشمل كافة الوسائل التي تستخدم لإيهام الغير بما يخالف الحقيقة⁵.

ولقد قضت محكمة فرنسية بإبطال العقد المبرم بشأن رفع كفاءة جهاز حاسب آلي لاستيعاب برامج جديدة وذلك بالنظر إلى ثبوت أفعال التدليس الإيجابي في حق الشركة مقدمة

¹- عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص.58.

²- عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص.392.

³-Cass.Civ, 21 Juillet 1881. D , 1883 Juris. p.331.

⁴-Cass.Civ, 4 Juillet 1968, G.P.1968-II -298.

⁵- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.345.

الخدمة ، ولكون هذه الأفعال كانت جسيمة ولولاها

ونلاحظ أن المادة 86 فقرة 02 من القانون

عن واقعة أو ملابسة بمثابة تدليس ، إلا أن هذه المسألة القانونية انارت جدلا في الفقه والقضاء الفرنسي بسبب أن الطرق الإحتيالية تعتبر سلوك إيجابي يتناقض مع السكوت العمدي أو الكتمان الذي يعتبر سلوك سلبي ، إلا أن القضاء في الوقت الراهن يتخذ موقف أكثر مرونة ، حيث يعتبر مجرد سكوت أحد المتعاقدين بمثابة تدليس إذا توافرت عدة ظروف منها : الثقة² التي وضعها أحد المتعاقدين في المتعاقد الآخر في بعض أنواع العقود ، كعقد التأمين ، عقد العمل ، عقد الوكالة ، شركة الأشخاص.....، وإذا استحال على أحد المتعاقدين الإلمام بجميع البيانات و المعلومات الضرورية عن الشيء المبيع³ .

إن هذا يعني أن سكوت المحترف عن ذكر البيانات المهمة للمستهلك يعتبر تدليسا إذا كان من شأن هذه المعلومات و البيانات في حالة علمها من طرف المستهلك أن تمنعه عن إبرام العقد ، ولقد أكد القضاء الفرنسي⁴ على أن كتمان المعلومات عمدا بهدف إخفاء أمر يعتبر تدليسا بحيث لو علم به الطرف الآخر لأمتنع عن إبرام العقد ، وأيضا أكد القضاء الفرنسي بأن إخفاء البيانات المهمة يعتبر تدليسا ، طالما أن هذه البيانات أثرت في تحديد رضاء المتعاقد الآخر وأوقعته في وهم دفع به إلى إبرام العقد الذي ما كان ليبرمه لولا وقوعه في ذلك الوهم⁵ .

الشرط الثاني: أن يكون التدليس هو الدافع إلى التعاقد: ويعني ذلك أن تكون الطرق الإحتيالية المستعملة من المتعاقد الآخر جسيمة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الآخر العقد وهذا ما أشارت إليه المادة 86 فقرة 01 من القانون المدني الجزائري وكذلك نص المادة 1116 من القانون المدني الفرنسي ، وقاضي الموضوع له السلطة التقديرية لتقرير ما إذا كان هذا التدليس هو الذي دفع بالمدلس عليه إلى التعاقد ويعتمد في ذلك على الظروف

¹-Verseilles, 12^{ème} ch, 14 Avril 1988, Bull Civ.n°2822/87.

²- F.TERRÉ et Ph. SIMLER et Y. LE QUETTE, *op.,cit.*p.239.

³- عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق، ص.60.

⁴-Cass.Civ,15 Janvier1971, Bull Civ.,III ,p.25.

⁵-Cass.Civ,1^{ère} ch , 17 Mars1979, J.C.P, éd G .1979.IV.p.167.

المحيطة بالمتعاقدين وما تعارف عليه الناس في وكذلك يراعي حالة المتعاقد الشخصية من سن و

إن هذا الشرط يفترض توافر سوء نية المدلس وهو المتعاقد الذي اسعمل الطرق الإحتيالية التي بواسطتها أبرم المتعاقد الآخر العقد ولولاها لأمتنع عن إبرامه.

الشرط الثالث: أن يكون التدليس صادر من المتعاقد الآخر: يجب أن تكون الطرق الإحتيالية صادرة من المتعاقد² أو من نائبه أو أن يكون المتعاقد على الأقل عالما بها أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس³ إلا أن القانون المدني الفرنسي في المادة 1116 يشترط أن يكون التدليس صادرا من المتعاقد حتى يكون العقد قابل للإبطال ، فإذا صدر من الغير لا يؤثر على صحة العقد حتى ولو كان دافعا إلى إبرامه⁴ .

● **مدى تأثير التدليس على الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام:** إن المحترف يجب عليه أن يعلم المستهلك عن طبيعة المنتج وصفه و منشأه ومميزاته الأساسية وتركيبه و نسبة المقومات اللازمة وهويته وكميته⁵ وبالمقابل على المستهلك أيضا أن يستعلم عن خصائص المنتج الرئيسية أو الخدمة المقدمة قبل إبرام العقد ، وذلك كله من أجل تكوين رضاء سليم للمستهلك⁶ .

وتجدر الإشارة إلى أن هناك من المعلومات التي ينبغي على المحترف تقديمها للمستهلك لأنها تتعلق بالخصائص التقنية للمنتج منها التركيب، حالات الاستعمال... الخ ، فإذا كان المنتج خطير فإن المحترف يلتزم بإعلام المستهلك عن كيفية الاستعمال وعن الأخطار الناتجة عن استعماله⁷، وينبغي عليه كذلك توعيته بشروط التعاقد وغيرها من البيانات التي تحدد رضاء المتعاقد الآخر ، وإذا تعمد المحترف كتمان هذه المعلومات الأساسية عن

¹ عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص.400 و401. نجد أن كل هذه العوامل لها تأثير في نفسية المتعاقد، فمثلا المتعلم لا يذبح بسهولة كالجاهل ، والساكن في الريف يسهل التدليس عليه أكثر من المدني المتحضر، وصغير السن يمكن خداعه بأسرع مما يمكن خداع الشخص البالغ.

² - Cass.Civ, 03 Octobre1979, D,1980-I-28.

³ أنظر المادة 87 ق.م.ج ومثال ذلك أن المالك لمحل تجاري يكون مسؤول عن الأفعال التدليسية الصادرة عن البائعين أو الوسطاء التابعين له.

⁴ محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص.187.

⁵ أنظر المادة 03 ف 02 من القانون رقم 02/89.

⁶ دليلة زناكي، المرجع السابق، ص.21.

⁷ عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص.28.

المستهلك فإن هذا الأخير بإمكانه أن يطلب إبطال
التدليس¹ ، ونجد أن القضاء الفرنسي اعتبر أن
إلى المطالبة بإبطال العقد طبقاً لنص المادة 1116 من القانون المدني الفرنسي .

ويعتبر التدليس عن طريق كتمان المعلومات من بين حالات الإخلال بالالتزام قبل
التعاقد بالإعلام وهذا ما جعل بعض الفقه الفرنسي³ يقول : " إنه من المتعارف عليه إن
التدليس يمكن أن ينتج عن كتمان ، أي لزوم الصمت في شأن إعلام كان بإمكانه تنوير رضا
الطرف الآخر وإنه من أسباب تعدد حالات الكتمان واستفحالها ذلك الخلل الناشئ عن توافر
قدر كبير من المعلومات في جانب مهني محترف إزاء الجهل الذي يتسم به مجموع
المستهلكين " .

وفضلاً عن ذلك فإن الكتمان يعتبر تدليسا متى كان المحترف ملتزماً بالإعلام قبل
التعاقد اتجاه المستهلك ، أي كان مصدر هذا الإلتزام سواء كان بنص القانون أو باتفاق
الطرفين أو استناداً لمبدأ الثقة التي ينبغي أن تسود المعاملات بين المتعاقدين.⁴
ونجد أن القضاء الفرنسي الحديث قضى بأن التدليس يمكن أن يتكون من مجرد
السكوت من جانب الطرف الذي يخفي المعلومات و البيانات عن المتعاقد الآخر والتي في
حالة علمه بها قبل إبرام العقد لامتنع عن التعاقد⁵ مما يجعل الإخلال بالالتزام قبل التعاقد
بالإعلام يعتبر تدليسا عن طريق الكتمان ويؤدي إلى إبطال العقد⁶ .

ولقد ذهب القضاء الفرنسي في إحدى أحكامه بأن عدم إعلام المشتري عند التنازل
عن محل تجاري بأن التصريح اللازم لاستغلال إحدى قاعات هذا المحل التجاري لم يكن قد
تم الحصول عليه بعد ، وهذا ما يمثل إخفاء متعمداً من طرف البائعة بحيث لو علم بهذه
المعلومات المشتريين قبل إبرام العقد لامتنعوا عن التعاقد وهذا ما يمثل تدليسا طبقاً لنص
المادة 1116 من القانون المدني الفرنسي⁷ .

¹-J.CALAIS-AULOY, *op. cit.*, p.51.

²-Cass.Civ, 3^{ème} ch, 04 Janvier 1991,D 1992 ,p.196.

³- الفقيه الفرنسي F. DIDIER ، مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.273.

⁴- عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق، ص.274.

⁵-Cass.Civ, 3^{ème} ch, 15 Janvier 1971, Bull Civ. 1971.III n° 38.

⁶-Cass.Civ, 3^{ème} ch , 07 Mai 1974, Bull , Civ , III n° 186. Gaz. Pal 1974. II 184.p.140.

⁷-Cass.Com, 13 Octobre 1980 , D , 1981, IR , p. 309. Note Ghestin.

ولقد قضت محكمة النقض الفرنسية بخصر

الكفالة على أساس مخالفة البنك لإلتزامه قبل ال

طريق الكتمان والمتمثل في عدم قيام البنك بإعلام الحفيين الضامن بالوضع المالي الحقيقي للمدين ، لا سيما وأن البنك كان يعلم بأن الوضع المالي لمدينه مشكوك فيه ، أو على الأقل مثقل بالديون ومع ذلك لم يقم بإعلام الكفيل الضامن بهذه المعلومات التي لو علم بها هذا الأخير لما أبرم العقد ، ولقد استندت محكمة النقض الفرنسية على نص المادة 1116 من القانون المدني الفرنسي لإبطال عقد الكفالة¹ .

ونظرا لما تتسم به المعاملات في الوقت الحاضر لاسيما تلك المعاملات التي تنشأ بين المحترفين والمستهلكين العاديين فإن تقدير الصفة المحددة للتدليس يجب أن يكون وفقا لدرجة خبرة المستهلك بالإضافة إلى الثقة التي يضعها في المحترف.

إن عيب التدليس لا يمكن الإعتماد عليه في إطار نظرية عيوب الإرادة كأساس للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ذلك أن التدليس طبقا للشروط الواجب توافرها فيه لا يمكن أن يوفر حماية كافية للمستهلك خاصة بعد ظهور الإعلانات الكاذبة و المضللة والتي ينطلق فيها المعلن عن حسن نية ، إلا أن الخداع قد يكون بسبب الإهمال في فحص الرسالة الإعلانية قبل نشرها على الجمهور أو بسبب خطأ مادي أو فني² وهذا يختلف عن سوء النية الواجب توافرها في عيب التدليس مما يجعل عيب التدليس لا يوفر حماية حقيقية للمستهلك في مواجهة الإعلانات الكاذبة و المضللة³ ، خاصة وأن هذا العيب يركز على الخصائص الجوهرية للمنتوج أو الخدمة محل التعاقد وهذا ما يؤدي إلى تضيق الحماية القانونية للمستهلك إذا كان محل الإعلان يركز على العناصر الذاتية أو الخارجية للمنتوج (السلعة) مثل شروط البيع أو ثمنها أو أصلها ، بالإضافة إلى الصعوبات التي يتلقاها المستهلك إذا أراد إبطال العقد في مواجهة المعلن وهو الطرف القوي في العلاقة التعاقدية ، مع الإشارة إلى أن الحالات التي يرتبط فيها المعلن بالمستهلك -متلقي الإعلان- بعلاقة تعاقدية هي نادرة ، لأن

¹ - Cass. Civ , 1^{ère} ch, 10 Janvier 1989, R.T.D. Civ 1989, p.736. obs , J. Mestre.

² - عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص.62.

³ - نجد أن الفقه والقضاء في فرنسا يعتمدان على نظرية للتدليس تقترب كثيرا من مفهوم الدعاية الكاذبة و المضللة بمعناها بمعناها الواسع وذلك للأسباب التالية: - عدم الاعتماد على التفرقة بين التدليس المؤثر والتدليس غير المؤثر واعتبار هذا الأخير من الوسائل الإحتيالية التي تسمح بإبطال العقد لمصلحة المدلس عليه - اعتبار الكذب والكتمان أساسا كافيا لقيام التدليس إذا توافرت الشروط الأخرى- التخفيف من اشتراط سوء نية المدلس طالما أن إثبات سوء النية من المسائل التي يصعب إثباتها ولمزيد من التفصيل راجع عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق، ص.62 وما بعدها.

عملية التوزيع والشراء تتسع بدءاً من المنتج أو العقد مع المستهلك العادي ، بينما يكون المعلن هو

إن الهدف من منع الإعلانات الكاذبة و المصلحة هو حماية حق المستهلك في المعلومات وهو ما عجز عن تحقيقه عيب التدليس بالإضافة إلى أنه من الصعب إثبات شروط التدليس خاصة العنصر المعنوي المتمثل في نية التضليل لدى المدلس بخلاف شروط قيام الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام فيكفي الإثبات بأن المتعاقد لم يقوم بتنفيذ هذا الإلتزام تنفيذاً صحيحاً وكاملاً مع افتراض علم المدين بهذا الإلتزام بالبيانات اللازمة وبتأثير كتمانها على رضا الطرف الآخر وهذا ما جعل القضاء الفرنسي لا يشترط إثبات نية التضليل كعنصر معنوي لقيام التدليس في الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ، بل يكفي مجرد الكتمان ، ولذلك قضت محكمة فرنسية إلى أن الكتمان لا يمكن اعتباره تضليلاً يؤدي إلى تطبيق نص المادة 1116 من القانون المدني الفرنسي إلا إذا أدى إلى مخالفة الإلتزام بالإعلام الملقى على عاتق المحترف² .

وأخيراً نلاحظ أن نظرية عيوب الرضاء وإن كانت تتفق مع الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام من حيث الهدف المتمثل في توفير حماية للمستهلك بواسطة ضمان صحة رضا هذا الأخير، إلا أن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام أوسع نطاقاً من نظرية عيوب الرضاء مما يستدعي معه القول باستبعاد هذه النظرية كأساس لهذا الإلتزام.

ثانياً: مبدأ حسن النية كأساس للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام: يمكن تعريف حسن النية³ بأنها قاعدة سلوك تشترط من طرفي العقد نزاهة خالية من أية نوايا سيئة ، من أجل إضفاء الشفافية⁴.

¹ - عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص.63.

² - Trib Versailles, 13 Avril 1983, Gaz- Pal, 1984 -1- Somm . p.66.

³ - مصطلح حسن النية يمكن تحليله على أن النية هي : " القصد والعزم " أي عزم القلب على شيء معين ، أما السوء والحسن فهي أحكام اجتماعية ترتبط بالقيم الاجتماعية السائدة في وقت معين ، وهذه القيم تنبع من القواعد التي تسود ذلك المجتمع.

ومبدأ حسن النية يضيف أثراً تهذيبياً على العلاقات بشكل عام وعلى الفترة قبل التعاقدية بشكل خاص وذلك بهدف الإلمام بموضوع العقد من كل الجوانب. لمزيد من التفصيل أنظر عبد المنعم موسى إبراهيم ، المرجع السابق ، ص.359 وما بعدها.

⁴ - لحسن بن الشيخ آث ملويا، المرجع السابق، ص.311.

ويرى بعض الفقه¹ بأن الإلتزام قبل التعاقد الذي يفرض أثناء مرحلة إبرام العقد التزاما إيجابيا الآخر .

ويعتبر مبدأ حسن النية مبدأ عام في القانون يقع على عاتق المحترف سواء كان البائع أو الصانع أو المنتج ، ولا يقتصر الإعتقاد على هذا المبدأ عند تنفيذ العقد فحسب وإنما يمتد ليشمل مرحلة إبرام العقد² ، ولو أن المادة 1134 فقرة 03 من القانون المدني الفرنسي نصت على مبدأ حسن النية عند تنفيذ العقد وتقابلها المادة 107 فقرة 01 من القانون المدني الجزائري التي أكدت على تنفيذ العقد بحسن النية ، وبالتالي فقد اقتصر دور مبدأ حسن النية في القانون المدني عند مرحلة التنفيذ³.

ونجد أن الفقه الفرنسي اختلف موقفه بشأن تفسير المادة 1134 فقرة 03 من القانون المدني فهناك من يرى أنها تستند على واجب الثقة والأمانة بين المتعاقدين ، في حين يرى جانب آخر من الفقه على أن المادة تستند على واجب التعاون أو الإشتراك الذي يفرض على كل متعاقد بإعلام الطرف الآخر بمضمون العقد ، والأمور التي يهمل معرفتها لتنفيذ⁴.

ونجد أن الفقه العربي أيضا ساير هذا الإختلاف و انقسم بدوره إلى فريقين ، فريق⁵ يرى بأن مبدأ حسن النية يجد تفسيره في واجب الأمانة و الثقة بين المتعاقدين خاصة في مرحلة إبرام العقد ، بينما يرى الفريق الآخر المتمثل في الفقيه حسام الدين الأهواني إلى أن مبدأ حسن النية يقوم على واجب التعاون و الإشتراك لا سيما في مرحلة إبرام العقد التي تعتبر أهم مرحلة للوصول إلى نقاط التفاهم⁶ .

وطبقا لمبدأ حسن النية فإنه يتوجب على المحترف أن يعلم المستهلك بكل المعلومات التي تخص قيمة المبيع أو تكوينه أو كيفية استعماله ، وبصفة عامة جميع البيانات الضرورية التي تهم المستهلك الذي لا يمكنه الوصول إليها بمفرده وبدون المحترف⁷.

¹ - Ph. LE TOURNEAU, *op.cit.*, p.13 et 14.

² - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.419.

³ - زناكي دليلة، المرجع السابق، ص.21.

⁴ - إن هذا الإختلاف الحاصل بين الفقهاء بخصوص نص المادة 1134 ف 03 من القانون المدني الفرنسي، مشار إليه في حمدي أحمد سعد ، المرجع السابق، ص.108 و 109 .

⁵ - نزيه محمد الصادق المهدي، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات وتطبيقاته على بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، مصر، 1982.ص.66.

⁶ - مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.420.

⁷ - لحسن بن الشيخ آث ملويا، المرجع السابق، ص.311.

ولا يقتصر تنفيذ هذا الإلتزام على البائع ا

يتعداه ليشمل إعلام الطرف الآخر حتى ولو كا

الشفافية المفروضة في مختلف المعاملات بما فيها المعاملات التجارية .

ولقد أصدر القضاء الفرنسي عدة أحكام قضائية في هذا المجال مستندا على أحكام المادة 1134 من القانون المدني الفرنسي ونذكر من بينها حكم محكمة النقض الفرنسية الذي ألغى حكم محكمة الإستئناف لمخالفته نص المادة 1134 من القانون المدني بسبب رفضه طلب فسخ العقد بالرغم من عدم إعلام البائعة المشتري بوجود نزاع قضائي حول قطعة أرض مجاورة للقطعة التي اشتراها المشتري مملوكة لنفس البائعة ، بحيث أن هذا النزاع أدى إلى تأخر المشتري في بناء مسكن على تلك القطعة الأرضية وهو ما يعتبر من الصفات الجوهرية التي على المشتري أن يعلم بها¹ .

وهناك أيضا حكم آخر لمحكمة النقض الفرنسية قضى بأنه كان يجب على الشخص المتخصص في تركيب الأسطح القرميدية أن يبين لمقاول البناء ويحذره من المخاطر التي يمكن أن تنتج عن إستعمال المواد المختارة ، موضحا له خصائصها والبناء الذي تستعمل فيه وعلى إثر ذلك ألغت محكمة النقض الفرنسية حكم محكمة الإستئناف على أساس أنها لم تراعي نص المادة 1134 من القانون المدني الفرنسي² .

ويوجد عدة أحكام قضائية أخرى³ قررت بموجبها محكمة النقض الفرنسية مسؤولية مسؤولية البائع لإخلاله بالإلتزام بالإعلام استنادا على نص المادة 1134 من القانون المدني. ولقد ذهبت المحاكم الفرنسية في العديد من أحكامها إلى أن مبدأ حسن النية يعتبر كأساس لقيام مسؤولية المحترف الذي أخل بالتزامه قبل التعاقد بالإعلام ، وعليه يلتزم البائع بأن يعلم المشتري بكافة البيانات و المعلومات التي تعتبر عناصر ضرورية يتوقف عليها رضائه من أجل إبرام العقد⁴ .

¹- Cass. Civ, 3^{ème} ch, 30 Juin 1992 , Bull Civ III n° 238.p.145.

²- Cass. Civ, 1^{ère} ch, 20 Juin 1995 ,Bull Civ 1 n° 276 . p.191.

³- Cass. Civ, 3^{ème} ch, 04 Janvier 1991, Bull Civ 1991. III n° 09. p.06.et Cass. Civ, 3^{ème} ch, 30 Octobre 1991, Bull Civ 1991. III n° 250. p.147. et Cass. Civ, 1^{ère} ch, 20 Juin 1995, Bull Civ 1995.I n°277.p.192.

⁴- عمر محمد عبد الباقي ، المرجع السابق، ص.203.

ولقد أشار بعض الفقه¹ إلى أنه نظرا لوج

يقتضي حتما مواجهة عدم التكافؤ بين طرفي الع

بفرض الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام على الأقل في الأمور التي يسحح فيها على أحدهما

أن يعلم بهذه الظروف من غير الطرف الآخر التي يعلم بها فعلا.

ثالثا: المادة 352 من القانون المدني الجزائري كأساس للإلتزام قبل التعاقد

بالإعلام:

لقد تضمن القانون المدني الجزائري نصا هاما وهو نص المادة 352 والتي تنص

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 .

وإذا 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".

ونجد أن هذا النص الذي يقابله نص المادة 419 من القانون المدني المصري لا

نظير له في القانون المدني الفرنسي وهذه القاعدة الواردة في نص المادة 352 المذكور أعلاه

مقررة لمصلحة أي مشتري سواء كان محترفا أو مشتري عادي (**Un Profane**) ،

وسواء كان تصرف المشتري لتلبية أغراضه الإحترافية أو لتلبية أغراضه الشخصية أو

العائلية ، ويعتبر المشتري عالما بالمبيع علما كافيا² إذا اشتمل العقد على بيان المبيع

وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

ومن ثم لم يكنف المشرع الجزائري بما تقضي به القواعد العامة في القانون المدني

بخصوص عقد البيع من وجوب تعيين المبيع أو قابليته للتعيين وقت العقد ، وإلا كان العقد

¹-الفقيه GHESTIN، مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.203.

²- الأصل في العلم بالمبيع أن يكون بروئيته ذاتا وهو ما يعرف في أحكام الشريعة الإسلامية بخيار الرؤيا التي يقصد بها أن يكون لأحد المتعاقدين أو كلاهما عند رؤية المبيع، الحق في فسخه أو إلغائه بسبب عدم رؤيته، وهذا تماشيا مع الفقه القائل: " من اشترى منكم شيئا ولم يراه فله الخيار أن يأخذه وإن شاء تركه." ولمزيد من التفصيل حول هذه النقطة أنظر : عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع و المقايضة، الجزء الرابع، دار النهضة العربية، مصر، 1960، ص.125.

باطلا بطلانا مطلقاً¹ ، وإنما تطلب لصحة البيع

عن طريق ذكر العقد بيان المبيع و أوصافه الأة

حصول المشتري على هذه المعلومات وذلك بسبب ان تعيين المبيع او قابليه للتعيين لا يجب لتحقيق العلم الكافي للمشتري به ، حيث أن تعيين المبيع يقصد به تحديده بما يميزه عن غيره دون أن يتم ذكر أوصافه الأساسية ، أما العلم الكافي بالمبيع فيتطلب معرفة أوصافه الأساسية وعليه فإن العلم بالمبيع أكثر شمولاً و توضيحاً من مجرد المعرفة التي يتحقق بها تعيين المبيع وفقاً للقواعد العامة ، وهكذا فإن العلم الكافي بالمبيع يختلف عن شرط التعيين فقد يكون المبيع معيناً تعييناً دقيقاً ولكن المشتري لا يعلمه علماً كافياً ، والمقصود هو أن تذكر الأوصاف الأساسية التي تميز الشيء عن غيره² .

فقاعدة العلم الكافي بالمبيع أراد المشرع من خلالها أن يجمع فيها القواعد المتعلقة بالتعيين وتوسع فيها في اشتراط أن يكون المشتري علم بالمبيع علماً كافياً.

ونظراً للارتباط الوثيق بين شرط العلم الكافي بالمبيع الذي تضمنته نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري و الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام سنحاول تعريف مفهوم العلم الكافي بالمبيع وكذا طبيعته ، ثم الوقوف على مدى اعتبار نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري أساساً للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام.

أولاً : مفهوم العلم الكافي بالمبيع: لم يتناول المشرع الجزائري ماهو المقصود بالعلم الكافي بالمبيع واكتفى فقط بوجوب ذكر بيان المبيع مع ذكر أوصافه الأساسية التي من شأنها أن تعطي للمشتري فكرة واضحة وتامة عن المبيع وهنا وضع المشرع قرينة مفادها أن العلم بالمبيع قد يتحقق إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يتوافق مع الرغبات المشروعة للمشتري وهو ما نصت عليه المادة 03 ف02 من القانون رقم 02/89 وكذلك نص المادة 04 من نفس القانون³.

¹ من بين أركان العقد، المحل ومن بين شروط المحل أن يكون معيناً أو قابل للتعيين ، ولمزيد من التفصيل أنظر : عبد الرزاق السنهوري، نظرية العقد، الجزء الأول، المرجع السابق، ص.481. وأنظر كذلك إلى نص المادة 94 ق.م.ج.
² ومثال ذلك : إذا كان المبيع منزلاً فإنه يكفي في تعيينه بيان موقعه وحدوده، عن طريق ذكر اسم الشارع ورقم هذا المنزل، أما العلم الكافي به فيحصل بذكر مساحته وعدد طوابقه وعرفه ونظامه ، وكذلك كافة الأوصاف التي يهتم المشتري بمعرفتها.

³ تنص المادة 03 ف02 من القانون 02/89 السالف الذكر على مايلي : " ويجب في جميع الحالات أن يستجيب المنتج و/أو الخدمة للرغبات المشروعة للإستهلاك لا سيما فيما يتعلق بطبيعته وصنفة ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة

وهناك من الفقهاء¹ من يرى بأن من المصدّر المبيع وتاريخ الصنع ، التاريخ الأقص الإحتياطات الواجبة للإستعمال وعمليات المراقبة التي اجريب عليه .

وبما أن المشرع لم يضع تعريفا للعلم الكافي بالمبيع فقد تباينت آراء الفقهاء بشأنه نظرا لاختلافهم حول طبيعته ، حيث يرى جانب من الفقه³ بأن العلم الكافي بالمبيع يرتبط بنظرية سلامة الإرادة مما قد يشوبها من عيوب ، لأنه يهدف إلى ضمان توفير رضاء سليم وحقيقي لدى المشتري عن طريق معرفته بالصفات الأساسية للشيء المبيع ، والتي يعلق عليها المشتري أهمية كبيرة بحيث يكون هذا العلم أساسا للرضا الذي يصدر من المشتري . في حين يرى جانب آخر من الفقه⁴ بأن العلم الكافي يقصد به أن يكون المشتري إلى جانب معرفته بذاتية الشيء عالما بأوصافه الأساسية التي يتميز بها المبيع عن غيره والتي يترتب عليها تبين ما إذا كان المبيع صالحا لأداء الغرض الذي أشتري من أجله .

ويتبين من التعريفات السابقة أن شرط العلم الكافي بالمبيع مستقل عن نظرية سلامة الإرادة من العيوب وعن تعيين المبيع أو قابليته للتعيين الذي تتطلبه القواعد العامة في القانون ، ولقد توصل بعض الفقه⁵ إلى أنه يقصد بالعلم الكافي بالمبيع وفقا لمقتضيات المعاملات الحديثة بأنه معرفة المشتري التامة بصفات المبيع الأساسية وخصائصه الذاتية و التي يتضح له منها مدى ملائمة لتحقيق أغراضه وإشباع حاجاته .

ثانيا: طبيعة شرط العلم الكافي بالمبيع: لقد اختلفت آراء الفقهاء حول الطبيعة القانونية لشرط العلم الكافي بالمبيع الوارد بنص المادة 352 من القانون المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 419 من القانون المدني المصري وذلك على النحو التالي:

حيث يرى الإتجاه الأول⁶ أن شرط العلم الكافي بالمبيع ما هو إلا تطبيق لنظرية الغلط الواردة في المادة 81 من القانون المدني الجزائري على أساس أن العلم الكافي بالمبيع

المقومات اللازمة له وهويته وكميته". وأنظر كذلك إلى المادة 04 من نفس القانون التي تجعل من إعلام المستهلك بالعناصر المذكورة في نص المادة 03 من هذا القانون أمر وجوبي .

¹ - لحسن بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، المرجع السابق، ص.312.

² - أنظر نص المادة 03 ف 03 من القانون رقم 02/89 المشار إليه أعلاه.

³ - محمد علي عمران والدكتور عبد الرشيد مأمون، أنظر حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.98.

⁴ - عبد الفتاح عبد الباقي، أنظر حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.99.

⁵ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.100.

⁶ - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع والمقايضة، المرجع السابق، ص.125.

يحول دون وقوع المشتري في غلط حول الصفات العلم الكافي بالمبيع ونظرية الغلط يتفقان من ذلك من حيث الجزاء حيث يكون للمشتري في حد الحائسين الحق في طلب إبطال البيع "البطلان النسبي".

ولعل ما يؤخذ على هذا الرأي أنه وإن كان هناك اتفاق بين شرط العلم الكافي بالمبيع وبين نظرية الغلط من حيث الغاية والجزاء إلا أنهما يختلفان من حيث أنه يكون للمشتري طبقاً لنص المادة 352 من القانون المدني الجزائري الحق في طلب إبطال البيع بمجرد عدم علمه الكافي بالمبيع دون أن يقوم بإثبات أنه وقع في غلط ، في حين أن نظرية الغلط تشترط للمطالبة بإبطال عقد البيع على أساس عيب الغلط أن يقع المتعاقد في غلط جوهري.

كما أنه في شرط العلم الكافي بالمبيع يكون للمشتري الحق في طلب إبطال عقد البيع بمجرد عدم علمه الكافي بالمبيع دون حاجة إلى إثبات أن البائع كان عالماً بالمبيع ، لأن البائع المحترف سواء كان يعلم بالمبيع علماً كافياً أو يجهله فمسؤوليته تبقى قائمة على أساس أن صفة الاحتراف تفترض فيه علمه بالمبيع علماً كافياً ينفي جهالته ، بينما إذا وقع المتعاقد في غلط عليه أن يثبت أنه غلط جوهري .

أما الإتجاه الثاني¹ فيذهب إلى اعتبار أن شرط العلم الكافي بالمبيع ليس سوى تطبيق لخيار الرؤيا في الشريعة الإسلامية ، فالمتعاقد طبقاً لهذا الإتجاه حر وليس عليه إثبات أنه وقع في غلط ، فالخيار هنا إرادة أو رخصة للمشتري له مطلق الحرية في استعمالها .

ومن ثم فإن شرط العلم الكافي بالمبيع مستقل عن نظرية الغلط وعن أحكام تعيين المبيع ، وأن المادة 352 من القانون المدني الجزائري والتي تقابلها المادة 419 من القانون المدني تتضمن حكماً موضوعياً مستقلاً يتمثل في وجوب علم المشتري بالمبيع علماً كافياً ولو لم يقع في أي غلط ، حتى ولو وجد المبيع مطابقاً لما تصوره ، ويؤيد ذلك أحكام خيار الرؤيا المقرر للمشتري أنه مأخوذ من مجرد عدم رؤيته وبالتالي عدم علمه بالمبيع وقت العقد .

ثالثاً: مدى اعتبار نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري كأساس للالتزام قبل التعاقد بالإعلام : يرى بعض الفقهاء¹ أن شرط العلم الكافي بالمبيع المنصوص عليه في

¹ - عبد المنعم البدرأوي والدكتور منصور مصطفى منصور، أنظر حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.102.

نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري
بالبينات المتعلقة بالشيء المبيع ، وعليه يلتزم

الأساسية للمبيع عند إبرام العقد ، حيث أن هذا النص يتطلب العلم الكافي بالمبيع وبوصافه
الأساسية قبل إبرام العقد حتى يتمكن المشتري من اتخاذ قراره النهائي بالموافقة على إبرام
العقد أو رفضه.

فإذا تعلق الأمر بالإفشاء بالصفة الخطيرة للمنتج فإن البائع يعلم المشتري عن كافة
البينات الأساسية لا سيما ما يتعلق منها بالإحتياطات و كيفية الإستعمال وكذا الأخطار التي
قد تتجم في حالة عدم الإستعمال الصحيح لهذا المنتج وهذا ما أكدته المادة 03 فقرة 03 من
القانون رقم 02/89 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك .

فإذا أحل البائع بالإلتزام بإعلام المستهلك فإنه يمكن أن يؤدي إلى تطبيق نص المادة
352 من القانون المدني الجزائري ، بحيث يستطيع المشتري طلب إبطال عقد البيع على
أساس عدم العلم الكافي بالمبيع² .

واستنادا لما تم التعرض إليه من خلال تعريف شرط العلم الكافي بالمبيع وتبيان
استقلالته عن نظرية الغلط وعن شرط تعيين المبيع أو قابليته للتعيين ومدى اعتباره أساسا
للإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ، فإننا نلاحظ أن هذا الشرط يقترب كثيرا من الإلتزام قبل
التعاقد بالإعلام ، حيث أن هذا الشرط يشمل كل المعلومات التي من شأنها بيان الأوصاف
الأساسية للمبيع التي تساعد المستهلك عموما والمشتري خصوصا على إبرام العقد من أجل
إشباع حاجاته وتحقيق الرغبة المشروعة لديه.

إن المادة 352 من القانون المدني الجزائري تعتبر تطبيقا أساسا للإلتزام بالإعلام
عموما والإلتزام قبل التعاقد بالإعلام خصوصا لا سيما في عقد البيع والذي يرد على
الأشياء سواء تمثل في العقار أو المنقول وتكملها النصوص التنظيمية و التشريعية لاسيما
نص المادة 08 من القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية الذي
ينص على ما يلي: " يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت
وحسب طبيعة المنتج بالمعلومات النزيهة والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج أو الخدمة

¹-نزیه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.106.

²- أنظر المادة 352 ف01 ق.م.ج.

وشروط البيع الممارس وكذا الحدود المتوقعة لل

ونجد أن نص المادة 08 المشار إليه أعلاه ينص

بالمعلومات النزيبية والصادقة المتعلقة بمميزات المنتج او الخدمة ، ونسمل كلمه مميرات جميع البيانات الضرورية المتعلقة بمحل العقد والتي تميزه عن غيره سواء تعلقت بالخصائص الجوهرية أو بطريقة الإستعمال أو بيان المخاطر التي قد ينطوي عليها هذا المحل¹.

وبناء على ما تم تبيانه حول نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري والتي تعتبر تطبيقا وأساسا للإلتزام بالإعلام عموما - وخصوصا الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام- إلا أن هذا النص وإن كان له مجال للتطبيق في العلاقة بين المحترفين و المستهلكين قبل صدور قانون رقم 02/89 السالف الذكر إلا أنها لم تؤد الواجب المطلوب نظرا لإختلال التوازن الموجود بين الطرفين فيما يتعلق بالمعلومات ، فمن جهة يوجد المحترف في مركز أقوى طالما أنه على دراية بكل المعلومات التي تخص المنتج أو الخدمة ، ومن جهة أخرى يوجد المستهلك في مركز ضعيف طالما أنه يجهل هاته المعلومات مما يجعل الكفة ترجح لصالح المحترف.

فنص المادة 352 من القانون المدني الجزائري ركز على الأوصاف الأساسية لتحقيق العلم بالمبيع ، إلا أن هذا الوصف قد يختلف من مستهلك لآخر ، فما يعتبر وصفا أساسيا لمشتري محترف يمكنه من معرفة المبيع فإنه يختلف عن الوصف الذي يتطلبه علم المشتري العادي وهذا ما ينبغي التوسع في هاته الأوصاف لتشمل كل ما يتعلق باستعمال المبيع وبصيانته وبالحفاظ عليه وبإصلاحه وليس فقط الأوصاف الأساسية كما ورد ذكرها في نص المادة السالفة الذكر ، خاصة أمام كثرة المنتوجات و الخدمات وتنوعها من جهة، وتعقيداتها وصعوبة استعمالها من جهة أخرى.

وزيادة على ذلك فإن القضاء الجزائري إذا ما ثار نزاع بشأن تطبيق نص المادة 352 من القانون المدني الجزائري فإنه سيحصر نطاق تطبيقها على عقد البيع فقط ، ولا يوجد في القانون المدني الجزائري قاعدة تفيد بوجود التزام بالإعلام ملقى على عاتق كل

¹ - بن مغنية محمد، حق المستهلك في الإعلام، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، السنة الجامعية 2005-2006، ص.34.

متعاقد في مختلف العقود ، ولكن يمكن للقضاء

الإلتزام بالإعلام بالنسبة لكل العقود¹.

وهذا ما يؤكد بأن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام أوسع نطاقا وبطبيفا من نص المادة

352 من القانون المدني الجزائري التي يقتصر تطبيقها على عقد البيع فقط.

د - التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وما يشابهه من صور : إن الإلتزام

قبل التعاقدى بالإعلام يختلف عن اللتزامات الأخرى المتشابهة والتي يكون موضوعها تقديم معلومات أو بيانات أو نصائح واستشارات وهذا ما سنتعرض إليه من خلال تبيان كل من الإلتزام التعاقدى بالإعلام (أولا) والإلتزام بالنصيحة (ثانيا) والإلتزام بالتحذير (ثالثا) وأخيرا التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإشهار التجاري أو ما يسميه البعض بالإعلان التجاري أو الدعاية (رابعا) .

أولا : التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإلتزام التعاقدى بالإعلام :

إن معظم الفقه² يتفقون على أنه من الصعب التفرقة بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإلتزام التعاقدى بالإعلام ، فهذه التفرقة تتلشى من الناحية التطبيقية والعملية ولا تظهر بصورة واضحة وهذا ما جعل الفقيه GHESTIN يقول : " إن الحدود الفاصلة بين هذين الإلتزامين لا يمكن رسمها بوضوح ، إن لم يكن هذا التحديد مستحيلا "³.
غير أنه بالرغم من صعوبة التمييز بين هذين الإلتزامين إلا أن هناك بعض نقاط الاختلاف تتجلى فيما يلي :

أ- من حيث الأساس: إن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام يجد أساسه في صحة وسلامة الرضا حيث يتكون للمستهلك رضاءا حرا يستطيع من خلاله أن يبرم العقد أو يرفض إبرامه وكل معطيات التعاقد واضحة أمامه ، في حين أن الإلتزام التعاقدى بالإعلام يجد أساسه في تنفيذ التزام عقدي مضمونه قيام أحد طرفي العقد بتزويد الطرف الآخر بما يحتاج إليه من معلومات أو بيانات في مجال معين من المجالات التي يتعلق بها هذا العقد.

¹ - ملاح الحاج، المرجع السابق، ص.05.

² - J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ, *op.cit.* p.51. et PH.LE TOURNEAU.p.15et F.TERRÉ , PH.SIMLER,Y.LE QUETTE, *op.cit.*, p.237 et D.ZENNAKI, *op.cit.*, p.20.

وانظر في نفس المعنى بودالي محمد، المرجع السابق، ص.07.

³ - عبد المنعم موسى إبراهيم، المرجع السابق، ص.370.

ب- من حيث المصدر: إن الإلتزام قبل ال

العامّة للقانون كمبدأ حسن النية الذي يفرض أثناء

في مواجهة الطرف الآخر أو في نصوص القانون الحاص حفاون حمايه المستهلك ،لذلك فهو التزم عام في بشأن كل عقود الاستهلاك ، بينما الالترام التعاقدى بالإعلام يجد مصدره في العقد وأن الإدلاء بالمعلومات والبيانات في هذه الحالة ينشأ بمناسبة كل عقد على حدى ، وفي حدود ما يتطلبه ذلك العقد من اعتبارات حسن النية أو تنفيذًا لواجب التعاون والمشاركة بين المتعاقدين في تنفيذ العقد.

ج- من حيث وقت نشوء كل من الالترامين : إن الالترام قبل التعاقدى بالإعلام يكون

في المرحلة السابقة على إبرام العقد بينما الالترام التعاقدى بالإعلام يكون بعد إبرام العقد .

د- من حيث الجزاء : إن الإخلال بالالترام قبل التعاقدى بالإعلام يترتب عنه قيام

المسؤولية التقصيرية بالإضافة إلى إمكانية طلب المتعاقد إبطال العقد بسبب عيب الرضا بينما الإخلال بالالترام التعاقدى بالإعلام يترتب عنه قيام المسؤولية العقدية حيث يستطيع المتعاقد طلب التنفيذ العيني إذا كان ممكنا ، كما يستطيع الدفع بعدم التنفيذ ، إضافة إلى طلب فسخ العقد متى توافرت شروطه.

ثانيا: التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإلتزام بالنصيحة : قد يقع لبس

وخلط بين أحكام كل من الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإلتزام بالنصيحة أو كما يسميها بعض الفقه¹ بالالترام بتقديم الإستشارة الفنية وذلك استنادا إلى التزم المدين في كل من الإلتزامين بإعلام الدائن بمعلومات وبيانات معينة تساعده في اتخاذ قرار اتجاه موقف معين .

إن تقديم المعلومات يكون بطريقة موضوعية وحيادية دون أن تتضمن الحث إلى التعاقد ، بينما تقديم النصيحة يتضمن رأيا من طرف الدائن من شأنه توجيه قرار المدين وهذا ما أدى ببعض الفقه² إلى تأييد هذا الإختلاف والإتفاق على صحة ذلك تأسيسا على أن النصيحة فضلا عن أنها معلومة فهي تتضمن خبرة الدائن الذي قدمها ، وتستند إلى فنه واحترافه في مجال تخصصه .

¹ -نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.85.

² -عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.217.

ولقد حاول الفقه¹ في فرنسا أن يميز بين

وتوصل إلى أن هذا الأخير لا يكفي فيه الإستعلا

المحترف على المتعاقد الحل الأفضل الذي يعود عليه بالفائدة ، أي أن النصيحة تهدف إلى إعطاء إعلام ملائم يتناسب مع حاجات المتعاقد مع المحترف من أجل مساعدته على اتخاذ القرار الصائب والذي يعود عليه بالمنفعة.

ويوجد العديد من أوجه الاختلاف بين الإلتزامين نذكر من بينها :

أ- إن الهدف من تقرير الإلتزام بالنصيحة هو توجيه الدائن ومساعدته في اتخاذ القرار الصائب وهذا ما أدى بالفقه والقضاء إلى إلزام البنوك بتوجيه وإرشاد الزبائن إلى ما يحقق مصالحهم المالية في ضوء العقود المبرمة بينهم وبين هذه البنوك² بخلاف الهدف من تقرير الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام الذي يتمثل في إحاطة الطرف المقبل على التعاقد بكافة البيانات والمعلومات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة محل العقد المراد إبرامه من أجل رضا خالي من العيوب.

وعليه وبموجب الإلتزام بالنصيحة فإن المحترف لا يلتزم بإعلام المستهلك فقط وإنما يجب عليه أن يعرض الحل الأفضل لمصالحه مما يعني أن المحترف يكون ملزماً ببذل عناية أكبر كقيامه ببعض الأبحاث كما هو الحال بالنسبة للموثق الذي يبحث في صدق التوقيع الموجود في وكالة عرفية ، أو كقيام سمسار التأمين بإجراءات معينة من أجل الحصول على شروط تعاقدية مفيدة لزيونه ، وقيام الطبيب بنصح المريض باستعمال الدواء المقدم له في الوصفة الطبية .

ب- على خلاف الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام الذي لا نلاحظ فيه أهمية خاصة لشخص المدين بهذا الإلتزام على أساس أنه التزام عام يمكن تطبيقه على عدد كبير من أنواع العقود نجد أن شخص المدين في الإلتزام بالنصيحة له اعتبار في التعاقد بوصفه محترفاً وصاحب خبرة في مجال معين ، وكلما كان محل العقد تقنياً كان الإلتزام بالنصيحة واجباً ، خاصة بالنسبة للمنشآت الأمنية المسيرة عن بعد³.

¹ - J.CALAIS-AULOY, *op.cit.*, p.53.

² - لقد اهتم الفقه الفرنسي بهذا النوع من العقود وأطلق عليه تسمية le contrat de conseil.

³ - لحسن بن الشيخ آث ملويا، المرجع السابق، ص.309.

وبناء على ما تم تبينه فإنه يجب على ال
تماشي المنتج أو الخدمة مع رغباته ، خاصة إذا
الكهرومنزلية والأدوات الإلكترونية والآلات الخطيرة وحدا الادويه .

ثالثا: التمييز بين الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام وبين الإلتزام بالتحذير : يعرف بعض
الفقه² الإلتزام بالتحذير بأنه : " التزم تبقي يقع على عاتق أحد الطرفين ، بأن يحذر الطرف
الآخر أو يثير انتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة بحيث يحيطه علما بما يكتنف هذا العقد
أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية ."

ولإعلام أفضل وحماية فعلية للمستهلكين في هذا المجال ، فإن تنفيذ هذا الإلتزام يتطلب
عناية خاصة ، حيث لا يكتف المحترف بالقول أو الكتابة ، بل يجب التأكيد والحرص على
تنبيه المستهلك بالأخطار الناشئة عن العقد وإعلامه بمصادر هذه الخطورة وإحاطته بطرق
الوقاية منها تفاديا للأضرار الناشئة عنها، وبفضل تقرير هذا الإلتزام فإنه يبعث الطمأنينة
والسكينة في نفوس المستهلكين الذين يقدمون على اقتناء المنتجات ذات الصفة الخطيرة لأن
محلته يتمثل في واجب إعلام المستهلك بكافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالصفة الخطيرة في
الشيء المبيع ، سواء تعلق هذا الإعلام بخصائصه أم بكيفية استعماله.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك بعض أوجه الإختلاف بين الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام
وبين الإلتزام بالتحذير تتمثل فيما يلي:

أ- من حيث النطاق: إن المدين بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام غير مقيد بنوعية
المعلومات ولا بطبيعتها أو كميتها نحو الدائن بها ، فنطاق هذا الإلتزام من حيث المعلومات
يتسع ليشمل كل ما من شأنه التأثير على رضا الدائن أثناء إبرام العقد ، بينما يتحدد نطاق

¹ - إن المادة 03 من القانون رقم 02/89 السالف الذكر أوجبت أن يستجيب المنتج للرغبات المشروعة للمستهلك فيما
يخص النتائج المرجوة منه ، ولكي يعرف المستهلك إن كان المنتج أو الخدمة يتماشى مع رغباته فإنه يجب على المحترف
أن يقدم له النصح لاسيما أمام المبيعات التقنية كالحاسوب وكذا أجهزة الإرسال التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية
ومعدات مختلفة، ولا يجب على المحترف أن يستغل جهل المستهلك ليفرض عليه شراء منتج معين بواسطة نصائح غير
صحيحة وخاصة في البيوع التي تتم في المنازل أو في حضور زوجة المستهلك التي تؤثر على زوجها بفعل نصائح
المحترف غير الصحيحة . ولدينا الحكم الفرنسي المشار إليه سابقا الذي قضى بمسؤولية بائع الأسطح القرميدية لعدم نصحه
المشتري بأنها مخصصة لتزيين جوانب المنازل وليس لحماية الأسطح من تسرب المياه وهذا ما كان يرغب فيه المشتري ،
وكذلك نفس الأمر بالنسبة لبائع السفن الذي أسست مسؤوليته على أساس عدم تقديمه النصح للمشتري بأن المركب غير
ملائم للصيد وأنه مخصص للنزهة فقط.

² - نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.17.

الإلتزام بالتحذير في إعلام الدائن بالمعلومات
الشيء محل التعاقد سواء تعلق الأمر بحيازته أو

ب- من حيث الأساس: لقد سبق القول بأن الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يجد أساسه في نظرية صحة وسلامة الرضا ، بينما يجد الإلتزام بالتحذير أساسه في فكرة الإلتزام بضمان السلامة من أجل حماية المستهلكين من أضرار المنتجات الخطيرة أو الخدمات المعقدة.

ج- من حيث وقت الوفاء بالإلتزام : لقد أجمع الفقه والقضاء في فرنسا على أن الوفاء بالإلتزام قبل التعاقد بالإعلام يكون خلال المرحلة السابقة على التعاقد ، بينما نلاحظ اختلاف في الرأي حول وقت الوفاء بالإلتزام بالتحذير ، حيث ذهب جانب من الفقه¹ إلى أن هذا الإلتزام سابق على التعاقد ويعتبر صورة من صور الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام استنادا على أن هذه المعلومات المتعلقة بالتحذير من مخاطر المنتج أو الخدمة من شأنها التأثير على رضا المستهلك المقبل على التعاقد بالإضافة إلى أن غاية كل من الإلتزامين تمكين المستهلك من الإنتفاع بالشيء محل التعاقد على أكمل وجه.

في حين يرى جانب آخر من الفقه² بأن الإلتزام بالتحذير هو التزام عقدي تابع ومكمل للإلتزام الأصلي ، وتبرير ذلك أنه يقتصر على تقديم نوع محدد من المعلومات إضافة إلى أن هذا الإلتزام يمكن أن نجد أصله في الإلتزام بالتسليم حيث يمتد التزام المحترف عند تسليمه الشيء المبيع إلى تزويد المستهلك بكافة البيانات الضرورية لا سيما تحذيره من المخاطر التي قد ينطوي عليها الشيء المبيع وكيفية تجنبها و الوقاية منها من أجل الانتفاع به على أحسن وجه.

وهناك جانب ثالث من الفقه³ يرى بأنه يمكن تقسيم مصادر الخطورة بالنسبة للشيء محل التعاقد إلى قسمين : يتعلق القسم الأول منها بالأخطار الناتجة عن طبيعة الشيء وصفاته الأساسية ، حيث يكون الإلتزام بتقديم المعلومات المتعلقة بهذا النوع من الأخطار التزام سابق على التعاقد ، وهنا يكون الإلتزام بالتحذير صورة من صور الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام ، أما القسم الثاني فيتمثل في تقديم المعلومات المتعلقة بالأخطار التي يمكن

¹ - محمد شكري سرور، مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.222.

² - نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.17.

³ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.222 و223.

أن تنشأ نتيجة استخدام الشيء محل التعاقد ، فهذه
تبعيا ومكملا للعقد الأصلي .

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

رابعا : التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإعلان التجاري : تعرف
جمعية التسويق الأمريكية الإعلان التجاري¹ بأنه: " وسيلة غير شخصية لتقديم السلع
والخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع"².

وتعرف المادة 03 فقرة 03 من القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على
الممارسات التجارية³ بأنه: " كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج بيع
السلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الإتصال المستعملة " .

وتعرف أيضا المادة 02 ف 08 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 يتعلق برقابة الجودة
وقمع الغش المعدل والمتمم⁴ للإشهار بأنه : " جميع الإقتراحات أو الدعايات أو البيانات أو
العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة
بواسطة أسناد بصرية أو سمعية بصرية " .

ويضيف الفقه⁵ بأن الإشهار التجاري يقصد به : " كل نشاط يعمل على عرض منتج أو
خدمة ما للعامة بأي وسيلة من وسائل الإعلان بطريقة مغرية ومثيرة لقاء أجر بهدف جذب
انتباههم إليه تحفيزا لهم على التعاقد من أجل تحقيق ربح مادي " .

وينبغي التذكير بأن المشرع الجزائري اعتبر الإشهار التجاري طبقا للمادة 02 ف 08
من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المعدل والمتمم على أنه: " جميع الاقترحات أو
الدعايات....." ، إلا أن الدعاية في نظر بعض الفقه⁶ تختلف عن الإشهار التجاري ، حيث
يقصد بالدعاية النشاط الذي يستهدف نشر أفكار وآراء معينة ، وجمع أنصار لهذه الأفكار ،

¹ - يوجد العديد من الإعلانات أو الإشهارات ، فقد يكون الإشهار سياسي أو اجتماعي أو تعليمي أو إرشادي أو إعلامي أو إعلان تنافسي، إلا أن الإشهار الذي تنصب عليه دراستنا هو الإشهار التجاري لذلك استبعدنا الإشهارات الأخرى، ولمعرفة أكثر حول تعريف كل إشهار من الإشهارات المذكورة سابقا، أنظر إسماعيل قاسمي: " قانون الإشهار في الجزائر ، من إنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار - ANEP - سنة 1967 إلى مشروع قانون الإشهار 1999، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص.05 و 06.

² - بن شيخ، إعلام المستهلك، ملتقى بعنوان الحماية الاستهلاك، 14 و 15 ماي 2000، جامعة وهران.

³ - ج.ر المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص.04.

⁴ - أنظر ج.ر المؤرخة في 31 يناير 1990، العدد 05، ص.203، وقد عدل وتم هذا المرسوم بموجب م.ت 315/01 المؤرخ في 2001/10/16، ج.ر المؤرخة في 2001/10/21، العدد 61، ص.11.

⁵ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.94.

⁶ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.97.

كما أن الدعاية في الغالب تكون مجانية ولا تستهد
سياسية أو اجتماعية أو دينية ، بخلاف الإشهار الذ

**وبتعريف الإشهار التجاري ومدى تميزه عن الدعاية فإننا سنحاول أن نعرض بعض
أوجه الاختلاف بينه وبين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام :**

أ- إن الإشهار التجاري حتى ولو كان وسيلة من وسائل الإعلام المسبق فإن الإلتزام
قبل التعاقدى بالإعلام يتميز بالموضوعية لأنه يهدف إلى تقديم المعلومات و البيانات
للمستهلكين التي ترمي إلى تكوين رضاء حر وسليم وإرادة خالية من العيوب على عكس
الإشهار التجاري فهو يتميز بالذاتية ويعتمد على المبالغة في وصف السلع والخدمات
المعرضة للإشهار مركزا على الإيجابيات فقط من أجل حث وتحفيز وإغواء¹ المستهلكين
على اقتناءها دون ذكر سلبيات هذه السلعة أو الخدمة المقدمة وهذا ما يجعل الإشهار
التجاري غير محايد بخلاف الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام فهو محايد يسعى إلى تقديم
معلومات صحيحة وموضوعية.

ب- إن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام لا يهدف إلى ترويج سلع أو خدمات معينة على
عكس الإشهار التجاري فهو يهدف إلى ترويج السلع أو الخدمات سواء كانت وطنية أو
أجنبية ، ولقد أجريت دراسة سابقة عن الإشهار التجاري في قنوات البث الفضائي تضمنت
في جانب منها تحليلا كميا لمضمون الإعلان لمجموعة من الإعلانات التي تبث في ثلاث
قنوات عربية هي: دبي ، السعودية ، M B C ، تبين أن 90 % من الإعلانات المعروضة
تروج لمنتجات غير وطنية².

الفرع الثاني

طبيعة ومحل الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام

¹ -Y.GUYON. *Droit des Affaires .T1, Droit commercial général et sociétés.*, éd. ÉCONOMICA,
1992, 7^{eme} éd., p.927.

² - أحمد عمر، مجلة المستقبل العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، العدد 256، 2000، ص.84.

أولاً: الطبيعة القانونية للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام: إن دراسة الطبيعة القانونية للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام تقتضي أهمية بالغة تتمثل في معرفة الجزاء الذي يترتب في حالة الإخلال بهذا الإلتزام ، أي أن السؤال الذي يثار بشأن الطبيعة القانونية للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو : هل تكون المطالبة بالتعويض عن الأضرار الناتجة من جراء الإخلال بهذا الإلتزام على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية أم على أساس قواعد المسؤولية العقدية؟

فإذا أخذنا بالرأي الذي يرى على أن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام ذو طبيعة عقدية فإن المسؤولية هنا تكون عقدية ، أما إذا أخذنا بالرأي الذي يرى بأن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية فهنا تكون المسؤولية تقصيرية.

ونجد أن تضارب الآراء بشأن الطبيعة القانونية لهذا الإلتزام يرجع أساساً إلى اختلاف آراء الفقهاء حول مصدر هذا الإلتزام ، فمن رأى أن هذا الإلتزام يستمد وجوده من العقد اللاحق عليه نظر إليه على أنه ذو طبيعة عقدية ، ومن رأى أن هذا الإلتزام يجد مصدره في المبادئ العامة للقانون أو في نصوص القانون نفسه - أي أنه مستقل عن العقد وسابق على إبرامه - فإنه ينظر إليه على أنه التزام قانوني غير عقدي .

وبما أن كل فريق تمسك بموقفه فسنحاول التطرق إلى رأي كل فريق مع تقديم الحجج المعتمد عليها .

أ- الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية: يرى بعض الفقه¹ أن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو التزام مستقل عن العقد ويجب الوفاء به في المرحلة السابقة على إبرامه ، ويضيف بعض الفقه² إلى أنه ليس من المنطقي أن ينشأ فرع قبل نشوء أصله ، أو ينشأ التزام قبل نشوء مصدره ، فالعقد لم ينشأ حتى يمكن القول بأن هذا الإلتزام عقدي.

ويرون أيضاً أن ركن الرضا الذي يعتبر أحد أركان العقد لم يتحقق بعد ، خاصة وأن هذا الإلتزام يكون في مرحلة سابقة على إبرام العقد ويتعلق بتقديم المعلومات الكافية والبيانات الضرورية الخاصة بمحل العقد من أجل تكوين رضا حر وسليم.

¹ - نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.130.

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

أما بالنسبة لنظرية الخطأ عند تكوين العا

الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام ذو طبيعة عقدية فإن هذه المسألة لغير انعقاد من طرف أصحاب الرأي الأول على أساس أن الخطأ السابق على التعاقد ينفصل عن العقد ، ويكون توقيع الجزاء في هذه الحالة على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية.

ويقدم أنصار هذا الرأي لتبرير موقفهم الحجج التالية:

1- يجب على المنتج أو الصانع وهو أول المدينين بهذا الإلتزام الوفاء به قبل طرح المنتجات في السوق من أجل إعلام المستهلكين الذين يريدون إبرام العقد ، وذلك بمختلف الوسائل سواء عن طريق كتابة البيانات على المنتجات ذاتها أو على أغلفتها أو عن طريق نشرة مرفقة بها .

2- إن العلم الكافي بمحل العقد وكيفية استخدامه واستعماله على الوجه الصحيح والتحذير من مخاطره هو من العناصر المكملة لرضاء المستهلك ووسيلة لإيجاد رضاء حر وخالي من العيوب ، وبالتالي فبالإضافة إلى البيانات والمعلومات التي يقدمها المنتج أو الصانع فإنه يجب على المحترف قبل إبرام العقد مع المستهلك الإضفاء له بالمعلومات والبيانات الأخرى المتعلقة بمحل العقد سواء كان منتج أو خدمة وهذا ما يدل على الصفة غير التعاقدية لهذا الإلتزام¹.

ولقد أقر القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه بمسؤولية المحترف بصفة عامة وبمسؤولية البائع المحترف بصفة خاصة عندما أخل هذا الأخير بالإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام بالبيانات الضرورية والإحتياجات الواجب اتخاذها لاستعمال الشيء المبيع على أحسن ما يرام وكذا عدم ذكره لصفات المبيع وخصائص تركيبه وشروط استخدامه².

¹- نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.131.

² - C.A, Versailles, 03^{eme} ch , 08 nov 1991, R.J.D.A.1992,n°20, p.19.

في هذا الحكم أقر القضاء الفرنسي بمسؤولية بائع أجهزة الكمبيوتر وإلزامه بتعويض المشتري عما لحقه من ضرر بسبب إخلاله بالإلتزام بالإعلام بالبيانات الواجب تقديمها للمشتري وعدم نصحه لاختيار الجهاز المناسب لتحقيق رغباته.

التزامات عقدية تأسيسا على قيام المسؤولية العقدية حابر للاحطاء الذي يقع بمناسبة إبرام العقد أو التي حالت دون انعقاده وذلك بافتراض وجود عقد سابق على العقد الأصلي يسمى بعقد الضمان.

ويرى بعض الفقه² أنه من أجل تحقيق حماية موضوعية للمستهلك ، ينبغي أن نجعل من الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام نو طبيعة عقدية حتى يتم الاستفادة بالعمل بقواعد الإثبات المقررة في المسؤولية العقدية ، إذ أنه يكفي المستهلك إثبات أن المحترف لم يقم بتنفيذ الإلتزام بالإعلام حتى تتقرر مسؤوليته.

وفضلا عن ذلك فإن بعض الفقه³ يرى بأن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام نو طبيعة عقدية حتى ولو كان الوفاء به يتم في المرحلة السابقة على إبرام العقد خاصة بالنسبة للمنتجات الخطيرة التي يجب فيها الإعلام بالبيانات المتعلقة بكيفية استخدام الشيء المبيع واحتياطاته والتحذير من مخاطره.

وبالإضافة إلى نظرية الخطأ عند تكوين العقد التي يستند إليها هؤلاء الفقهاء لتدعيم

رأيهم يوجد حجج أخرى نوردتها فيما يلي :

* عندما يريد المستهلك اقتناء شيء معين فإنه ينتظر من المحترف إعلامه بالبيانات والنصائح اللازمة عن هذا الشيء ومدى ملائمته لإشباع رغباته وتحقيق احتياجاته ، ومن ثم تندمج هذه البيانات أو النصائح في العلاقة العقدية وأي خطأ فيها لا يمكن فصله عن العقد ولا يكون إلا عقديا.

¹ - لقد كان الفقيه الألماني إيرنج (ihering) أول من نادى بهذه النظرية ويقول أن السبب الذي دعاه إلى صياغة هذه النظرية هو حيرة وقع فيها بسبب الغلط ، فإذا وقع أحد المتعاقدين في غلط جوهري وطلب بطلان العقد فإنه يحق للمتعاقد الآخر أن يطلب تعويضا عما سببه له هذا البطلان من الضرر . ويرى الفقيه إيرنج أن هذا التعويض ناتج عن دعوى العقد واستخلص من ذلك أن العقد بالرغم من بطلانه ينشئ التزاما بالتعويض وأن أساس دعوى التعويض هو الخطأ التعاقدى ، أي أن المدين بوقوعه في هذا الخطأ قد خرق التزاما تعاقديا والعقد الذي أنشأ هذا الإلتزام هو عقد ضمان التزم بمقتضاه كل متعاقد أن يضمن للمتعاقد الآخر صحة التعاقد ، ويضيف الفقيه إيرنج أن عقد الضمان يستخلص ضمنا من ظروف التعاقد ، فكل متعاقد إذا أقدم على التعاقد إنما يتعهد ضمنا على ألا يكون من جانبه سبب يوجب بطلان العقد ورضاء المتعاقد الآخر أن يتعاقد معه إنما هو قبول لهذا التعهد ، فيتم عقد الضمان بإيجاب وقبول ضمنيين . ولمزيد من التفصيل حول نظرية الخطأ عند تكوين العقد، راجع عبد الرزاق أحمد السنهوري، نظرية العقد، الجزء الثاني، 1998، المرجع السابق، ص.622 إلى غاية ص. 634.

² - أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة العربية، مصر، 1994، ص.188.

³ - PH. LE TOURNEAU ,op. cit., p.17 et 18.

* إن كافة البيانات المتعلقة بالشيء المبيع

على إبرام العقد وأخرى لاحقة على إبرامه

الموضوعية والعملية ، فمثلا البيانات المتعلقة بأسعمال المبيع واحيائه قد تحون بالنسبة لمستهلك ما واجبة لتوفير رضاه ، في حين قد تكون بالنسبة لمستهلك آخر واجبة لحسن تنفيذ الالتزام بالتسليم أو الالتزام بالسلامة ولا يكون لها تأثير كبير على رضاه ومن ثم فهذا أمر شخصي يتوقف على كل مستهلك على حدى¹.

* يستند أنصار هذا الرأي إلى العديد من الأحكام القضائية التي قررت الطبيعة العقدية للالتزام قبل التعاقد بالإعلام ومنها: ماقضت به محكمة النقض الفرنسية في حكمها الشهير الصادر بتاريخ 31 يناير 1973 الذي أقر بمسؤولية صانع المادة اللاصقة للأرضيات عن الأضرار التي لحقت بمستهلك هذه المادة وابنه تمثلت في وفاة الأب وإصابة الإبن نتيجة نشوب حريق ضخم في مكان استخدام هذه المادة إثر قيام الابن بإشعال سيجارة بعود ثقاب ، حيث قررت المحكمة المسؤولية العقدية للصانع عن هذه الأضرار لعدم كفاية البيانات والمعلومات المكتوبة المتعلقة بالتحذير من مخاطر هذا المنتج ، وإنما اكتفى بذكر عبارة " قابل للاشتعال" دون نصح مستعملها إلى ضرورة عدم تواجد مصدر لهب في مكان استخدامها².

والملاحظ أن القضاء الفرنسي اعترف بالمسؤولية العقدية للصانع ، وهو أمر يصعب فهمه بالنظر إلى أن الصانع لا يربطه أي علاقة تعاقدية مع المستهلك النهائي ، لذلك اقترح البعض تجاوز التمييز بين المسؤولية العقدية وبين المسؤولية التصيرية والقول بوجود مسؤولية مهنية - **Une Responsabilité Professionnelle** -³.

وبالتالي إذا لم يتم المنتج أو الصانع بالالتزام بالإعلام اعتبر مسؤولا بشكل مباشر اتجاه المستهلك النهائي خاصة إذا كنا أمام الأشياء الخطيرة التي ينبغي الإشارة فيها إلى الاحتياطات الضرورية للإستعمال العادي وكذلك تقديم طريقة الإستعمال بشكل واضح ، ولقد قررت محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 25 أكتوبر 1994 على أنه يقع على عاتق البائع المهني للأجهزة المعلوماتية المتطورة والمعقدة التزام عقدي بالإعلام

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.145.

²-Cass.Civ, 1^{er} ch, 31 janvier 1973, J.C.P.1973, n°40106.

مشار إليه في حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.147.

³- J.CALAIS-AULOY et F. STEINMETZ . op. cit., p.52.

والنصيحة والمساعدة التقنية اتجاه المستهلك قليل ال

ونظرا لاختلاف الآراء حول الطبيعة القانونية

طرف بموقفه ، فلقد توصل بعض الفقه² إلى صحة الراي العاقل بالطبيعه غير العفديه لهذا الإلتزام تأسيسا على أن ركن الرضا لم ينشأ بعد وأن فرض الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام يساعد على تكوين رضا صحيح.

ولقد حاول بعض الفقه³ التمييز بين نوعية البيانات الواجب تقديمها من طرف المحترف بحيث صنفها إلى صنفين :

الصنف الأول : يتمثل في البيانات المتعلقة بخصائص الشيء المبيع ومكوناته ومدى ملائمته لتحقيق احتياجاته وهذه البيانات يجب على المحترف الإدلاء بها للمستهلك قبل إبرام العقد نظرا لأهميتها البالغة في توجيه إرادة المستهلك نحو إبرام العقد أو الإمتناع عن إبرامه وعليه فإن الطبيعة قبل التعاقدية هي الصفة الغالبة على هذا الإلتزام⁴ .

الصنف الثاني: فيتمثل في البيانات المتعلقة باستعمال الشيء المبيع وكيفية استخدامه وطرق التحذير من مخاطره ، فهذه البيانات غالبا ما يقدمها المحترف بعد إبرام العقد نظرا لحاجة المستهلك لهذا الشيء المبيع والإنتفاع به تدفعه إلى شراءه أيا كانت طريقة استخدامه، ومثال ذلك الأجهزة الكهربائية كالتلفزيون ، المكواة الكهربائية ، الغسالات الخ مما يجعل الطبيعة العقدية هي الصفة الغالبة على هذا الإلتزام .

ثانيا: محل الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام: إن الهدف من تقرير الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو العمل على تكوين رضا حر وسليم للمستهلك من أجل السماح له بإبرام عقد يتناسب و يتلائم مع رغباته المشروعة وذلك لإشباع حاجاته التي يسعى إليها. ولذلك فإن هذا الهدف لا يتحقق إلا إذا كانت المعلومات التي يقدمها المحترف للمستهلك صادقة وكافية وذات طبيعة جوهرية .

¹-Cass.Com , 25 octobre 1994. R.J.D.A. Février 1995 n°131, p.123.

لقد جاء ضمن حيثيات الحكم ما يلي :

« Le Vendeur Professionnel de Produits informatises complexes, sophistique et très spécialises à l'égard de son client, néophyte en la matière , une obligation contractuelle de renseignement , conseil et assistance technique ».

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

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.149.

⁴ - PH. LE TOURNEAU, *op.cit.*,p.56.

ونجد أن نطاق المعلومات التي يلتزم المد

من شأنه أن يؤثر في قرار المستهلك من أجل إ

خارجة عن نطاق العقد المراد إبرامه ، طالما أن هذه المعلومات لها تأثير على قرار

المستهلك ، ولقد قرر القضاء الفرنسي مسؤولية المؤجر لعدم قيامه بإعلام المستأجر بأن

المنزل المؤجر يوجد بجانبه منزل آخر يمارس فيه أعمال مخلة للأداب العامة¹.

وعليه فإن نطاق المعلومات يتسع ليشمل كافة المعلومات المتعلقة بالعراقيل التي قد

تعرض المستهلك من أجل الإنتفاع بمحل العقد²، ونظرا لتنوع المعلومات الواجب تقديمها

من طرف المحترف في مرحلة إبرام العقد فإننا سنحاول تقسيمها إلى معلومات خاصة

بالحالة القانونية للشيء (أ) ومعلومات خاصة بالحالة المادية للشيء (ب) ، وسيتم

التطرق إليها على النحو التالي :

أ- الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية للشيء: إن المحترف ملزم بإعلام المستهلك

قبل إبرام العقد بكافة المعلومات التي تتعلق بالوضع القانوني للشيء المبيع وبالتالي إعلامه

بكل ما يقع على هذا الشيء من أعباء أو تكاليف أي مدى تحمله بأية حقوق عينية أو

شخصية وتمنع انتفاعه بالشيء المبيع انتفاعا صحيحا وكاملا ، وفي حالة إخلال المحترف

بهذا الإلتزام فإن مسؤوليته تنشأ على أساس إخلاله بتنفيذ الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام .

وتطبيقا لذلك قرر القضاء الفرنسي مسؤولية البائع بتعويض المشتري عن الضرر

الذي لحق به بسبب عدم إعلامه عند إبرام العقد أن ترخيص البناء المستخرج المتعلق

¹- V. Paris, 04 nov 1931, Gaz - Pal,1932 - 1 - 254

مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص. 229.

ومثال ذلك : قيام المؤجر بإعلام المستأجر عند إبرام عقد الإيجار بكل المعلومات المتعلقة بالشقة السكنية من حيث الموقع والمساحة وعدد الغرف وارتفاع الأسقف ولون ونوع الطلاء وزاوية دخول الشمس إليها ، واتجاه الهواء ، ونوع الأرضيات ، وارتفاع أيضا على مدة الإيجار ، وبدل الإيجار ، إلا أن المؤجر لم يخبر المستأجر بأن الشقة السكنية يوجد بجانبها محل لممارسة نشاط الحدادة فهذا يؤثر سلبا على قدر الانتفاع لهذه الشقة السكنية من طرف المستأجر الذي كان يرغب في الراحة والهدوء خاصة إذا كان مريض أو طاعن في السن ، ففي هذه الحالة بإمكان المستأجر أن يطلب إبطال العقد رغم قيام المؤجر بإعلامه بكافة المعلومات المتعلقة بالشقة السكنية.

² - أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص.117.

بالأرض المباعة لا يسمح له بالبناء على كل الم
تعديل هذا الترخيص حتى يلائم المساحة الفعل
مشروع البناء مما ترتب عنها بعض الأضرار¹.

ولقد توسع القضاء الفرنسي لدى تحديد نطاق الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام عندما أكد
بأنه يدخل في مضمون هذا الإلتزام وجوب إعلام المحترف للمستهلك بالصعوبات التي
تواجهه في انتفاعه بالشيء المبيع أو الخدمة المعروضة عليه².

ب- الإلتزام بالإعلام عن الحالة المادية للشيء: يجب على المحترف قبل إبرام العقد
إعلام المستهلك بكافة المعلومات و البيانات المتعلقة بعناصر وخصائص المنتجات أو
الخدمات وبصفة عامة الأوصاف المادية للشيء محل العقد حتى يتمكن المستهلك اتخاذ
القرار الصائب عند إبرام العقد والذي يعود عليه بالمنفعة .

ولقد نص المشرع الفرنسي على ذلك في المادة 1/111 من قانون الإستهلاك الصادر
في 18 جانفي 1992 التي نصت على أنه : « يجب على كل محترف مقدم سلع أو مؤدي
خدمات أن يحيط المستهلك قبل إبرام العقد بكافة الخصائص الأساسية للسلعة أو الخدمة محل
العقد³ » .

أما بالنسبة للتشريع الجزائري فلقد نصت المادة 03 ف 02 من القانون رقم 02/89
المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على مايلي : « أن يستجيب المنتج و/أو
الخدمة للطلبات المشروعة للإستهلاك لا سيما فيما يتعلق بطبيعته ، وصفه ، ومنشئه
ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكمياته⁴ » ، وأضافت الفقرة
03 من نفس المادة على أنه : « يقدم المنتج وفق مقاييس تغليفه ، وأن يذكر مصدره
وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه » .

¹-Cass. Civ, 24 mai 1972, Bull Civ. 1972. n° 324, p.33.

²-Cass.Com , 27 Octobre 1965 , Bull Civ, 1965-3, n°534, p.479.

في هذا الحكم قررت محكمة النقض الفرنسية مسؤولية بائع المحل التجاري على أساس عدم قيامه بإعلام المشتري بانقضاء
أجل الترخيص الذي كان يمنح المحل حق شغل جزء من الطريق العام ، واستغلاله في أغراض المحل.

³- J.CALAIS -AULOY, *L' influence du droit de la consommation sur le droit civil des contrats* ,
op.cit.,p.242.

⁴ - ج.ر. المؤرخة في 08 فبراير 1989، العدد 06، ص. 155 و 157.

الخدمة ، حسب طبيعته وصنفه تحت طائفة الحجز الفوري بقرار من السلطة الإدارية المختصة » .

ولقد قرر القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه بمسؤولية المحترف نظرا لإخلاله بالالتزام بالإعلام عن العناصر الأساسية للمنتوج أو الخدمة ، ولدينا في هذا المجال ما قضت به محكمة النقض الفرنسية التي ألزمت تاجر السيارات بإعلام المستهلك بالمعلومات التي تساعد على إبرام العقد لا سيما ما يتعلق منها ببيان طريقة الإستعمال¹ ، كما قضت محكمة استئناف باريس بإبطال عقد بيع قطع أثاث تأسيسا على إخلال البائع لإلتزامه قبل التعاقد بالإعلام وذلك لمخالفته نص المادة 1/111 من قانون الإستهلاك التي تلزم المحترف بإعلام المستهلك بكافة الخصائص الأساسية للمنتوج أو الخدمة محل العقد².

أما بالنسبة للخدمات فإنه يلتزم مؤدي الخدمات بتقديم المعلومات للمستهلك التي تتعلق بالخدمة المؤداة وتطبيقا لهذا المبدأ فلقد أقر القضاء الفرنسي بمسؤولية الطبيب الذي أجرى عملية الولادة لسيدة تعقدت حالتها عدة أيام دون أن يقوم بإعلامها بالآثار الجانبية للعملية القيصرية والتي أدت إلى إعاقتها عن الإنجاب مرة أخرى³.

المطلب الثاني

الإلتزام التعاقدى بالإعلام

لقد سبق القول بأن الإلتزام التعاقدى بالإعلام يتميز عن الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام كون أن هذا الأخير ينشأ في مرحلة إبرام العقد ، في حين أن الإلتزام التعاقدى بالإعلام ينشأ

¹- تزداد أهمية بيان طريقة الإستعمال خاصة في الأشياء المعقدة والحديثة كجهاز الكمبيوتر عن طريق تزويد المستهلك ببرامج الحاسوب (logiciels) إضافة إلى تقديم المساعدة والعون من أجل الإستعمال والتشغيل الأفضل وهذا ما يسمى بالإلتزام بالدعم والمساعدة الفنية (assistance technique) .

²-C.A, Versailles, 3^{eme} ch, 07 Decembre 1990. R.J.D.A. fev 1991.n° 103. p.107.

في هذا القرار قضت محكمة استئناف Versailles ببطال عقد شراء جهاز مع إلزام البائع بتعويض المشتري عما لحقه من ضرر بسبب عدم تحقق النتيجة التي كان ينتظرها وذلك بسبب عدم استعمال البائع عن حاجاته الحقيقية.

³-Cass.Civ, 22 Novembre1978, D.1979. 1,R .p.120.

عن العقد وهو يتعلق في الواقع بمرحلة تنفيذه ، إلزام المحترف بإعلام المستهلك بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالخدمة المؤداة .

ففيما يخص مثلا عقد البيع الذي يأتي في صدارة العقود التي تنشأ التزاما بالإعلام ، فلقد أوجب القضاء الفرنسي على البائع ضرورة إعلام المشتري بكل البيانات الضرورية لاسيما إعلامه بطريقة استعمال الشيء المبيع وكذا الإحتياطات الواجب اتخاذها ، وفي حالة عدم قيامه بالتزامه هذا فإنه يعتبر مسؤولا عن الأضرار التي تلحق بالمشتري بسبب جهله¹ . وفي حالة كون البائع ليس هو صانع الشيء المبيع فإن القضاء الفرنسي وضع على عاتق الصانع أو المنتج التزام بالإعلام ، بحيث يجب على هذا الأخير إرفاق المنتج بجميع البيانات الضرورية المتعلقة به ، وإلا اعتبر مسؤولا اتجاه المشتري النهائي . أما فيما يتعلق بعقود الخدمات فإنه يتوجب على مقدمي الخدمات ضرورة إعلام زبائنهم بكل ما يتعلق بالخدمات محل العقد ، وعليه يتوجب على الطبيب إعلام زبائنه بكل المخاطر المرتبطة بالعلاج المقترح ، كما يتوجب أيضا على مصلي الأجهزة والآلات إعلام زبائنهم بمدى ملائمة عملية التصليح² .

وعليه سنعالج في هذا المطلب أساس ومضمون الإلتزام التعاقدي بالإعلام (الفرع الأول) ثم نتطرق إلى نطاق ووسائل تنفيذه (الفرع الثاني) .

الفرع الأول

أساس ومضمون الإلتزام التعاقدي بالإعلام

أ- أساسه: لقد اختلف الفقه حول أساس الإلتزام التعاقدي بالإعلام فهناك من يرى بأن هذا الإلتزام يجد أساسه في مستلزمات العقد طبقا لنص المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي والذي يقابله عندنا نص المادة 107 ف 02 من القانون المدني (أولا) وهناك من

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch, 31 juin 1973, Bull Civ , I, n° 77.

² - يوسف جيلالي، مبدأ الحيطة ومبدأ الوقاية في قانون حماية المستهلك، مذكرة ماجستير، القانون الخاص، جامعة وهران، السنة الجامعية 2005-2006، ص.139.

يرجع أساس الإلتزام التعاقدي بالإعلام إلى نظري:

هناك رأي ثالث يعتبر أن أساس هذا الإلتزام هو

في حين يتجه بعض الفقه الآخر إلى أن أساس هذا الإلتزام هو الإلتزام بالسلامة (رابعاً).

أولاً: الإلتزام التعاقدي بالإعلام من مستلزمات العقد: لقد اعتبر بعض الفقه¹ بأن الإلتزام التعاقدي بالإعلام يستند إلى العقد ذاته باعتباره من مستلزماته وفقاً للقانون والعرف والعدالة وذلك بمقتضى المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 107 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري التي تنص: " ولا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب ، بل يتناول أيضاً ما هو من مستلزماته وفقاً للقانون، والعرف، والعدالة، بحسب طبيعة الإلتزام " .

وطبقاً لذلك يلتزم المحترف بواجب الإعلام عند تنفيذ العقد ، طالما أن إعلام المستهلك يعتبر من مستلزمات العقد وتستجيب هذه القاعدة لحاجة في الشفافية ، فعلى المحترف إن كان لديه معلومات حول قيمة المبيع أو تكوينه أو كيفية استعماله أو أية معلومات أخرى تتعلق بالشيء المبيع أو الخدمة المؤداة أن يقدمها للمستهلك والذي لا يمكنه معرفتها بدون المحترف².

ولقد أكد القضاء الفرنسي هذا المبدأ في العديد من أحكامه والتي من بينها الحكم الصادر عن محكمة النقض الذي قضى بمسؤولية صانع مادة مقاومة الطفيليات التي أصابت مزارع عند استعماله لهذه المادة بعجز دائم في عينيه بسبب تطاير ذرات من هذه المادة إليها³، ولقد قضت المحكمة بمسؤولية الصانع نظراً لعدم كفاية التحذيرات التي قدمها هذا الأخير للمزارع الذي اكتفى بالتحذير بعدم ملامستها للجلد ولم يوضح خطورتها على العينين وقد استندت محكمة النقض على نص المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي وبذلك تكون قد سايرت الاتجاه الغالب لدى الفقه بأهمية هذه المادة كأساس للإلتزام التعاقدي بالإعلام .

وينبغي الذكر إلى أن المحترف لا يكتف بتقديم المعلومات للمستهلك وإنما يجب عليه أن يستعلم من هذا الأخير عن حاجاته التي يريدتها ثم يعلمه عن الأشياء التي تتناسب مع

¹ - J. CALAIS- AULOY et F.STEINMETZ, *op. cit.*, p.52.

² - لحسن بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، المرجع السابق، ص.311.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch, 14 décembre 1982, RTD. Civ,1983. n° 09. p.545.

رغباته المشروعة ، وهذا ما أكده القضاء الفرنسي
الفرنسية بتاريخ 05 ديسمبر 1995 الذي قضى بـ
عن حاجات المشتري ويعلم هذا الأخير بمدى ملائمة الجهار المفروح للاستعمال الذي يريده
فيه¹.

وأخيرا نجد أن هذا الرأي من الفقه استند إلى المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي
والتي تقابلها المادة 107 ف 02 من القانون المدني الجزائري كأساس للإلتزام التعاقدية
بالإعلام باعتبار أن هذا الإلتزام من الإلتزامات التابعة لأحد الإلتزامات الصريحة في العقد
وفقا لما تنص عليه هذه المادة من أن الإلتزامات لا تقتصر على ما ورد فيها صراحة ولكن
تتناول أيضا ما هو من مستلزماتها وفقا للقانون والعرف والعدالة وحسب طبيعة الإلتزام .

ثانيا: نظرية العيوب الخفية كأساس للإلتزام التعاقدية بالإعلام: يرى جانب من الفقه²
بأن الإلتزام التعاقدية بالإعلام يجد أساسه في الإلتزام بالضمان القانوني بالمعنى الواسع لهذا
الإلتزام والذي لا يجب أن يقتصر على ضمان العيوب الخفية والاستحقاق فقط بل يمتد ليشمل
كافة الإلتزامات التي من شأنها تنفيذ العقد تنفيذا صحيحا ومنها الإلتزام بالإعلام بالبيانات
المتعلقة باستعمال الشيء المبيع والذي يعتبر جزء لا يتجزأ من الإلتزام بالضمان ومن الخطأ
فصلهما عن بعضهما .

ويقصد بالعيوب الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة للمبيع ، كما نجد أن
القضاء الفرنسي عرف العيب على أنه النقص الذي يصيب الشيء بشكل عارض ، ولا يوجد
حتمًا في كل الأشياء المماثلة³، وتعرف المادة 1641 من القانون المدني الفرنسي العيب
الخفي بأنه: " الشائبة الخفية التي تجعل الشيء غير صالح للاستعمال المخصص له أو الذي

¹ - حيث ورد ضمن حيثيات الحكم ما يلي:

« attendu qu'en se déterminant ainsi , alors que l'obligation de conseil imposait au vendeur de s'informer des besoin de l'acheteur et d'informer son client de l'aptitude du matériel propose à l'utilisation qui en était prévue ».

² - أنظر حمدي سعد، المرجع السابق، ص.81.

³ - قادة شهيدة، المرجع السابق، ص.100.

ينقص كثيرا من ذلك الاستعمال بحيث لن يقبل
ثمنا ناقصا إن علم بالعيب¹

وعلى هذا فإن العيب الخفي طبقا لنص المادة 1641 من القانون المدني الفرنسي يتمثل
في صورتين: **الصورة الأولى:** عندما يكون الشيء غير صالح للإستعمال في الغرض الذي
خصص من أجله وهذا ما يسمى بالعيب الوظيفي ، أما **الصورة الثانية:** فتتمثل في النقص
الكثير في ذلك الإستعمال والذي لو علم به المشتري لما أبرم العقد ، أو أنه سيدفع ثمنا أقل
من الثمن الذي دفعه.

وتجدر الإشارة إلى المشرع الفرنسي أكد المعنى الوظيفي للعيب² وأهمل المعنى
التكويني للعيب الذي يكون من الناحية المادية للمبيع مثل تركيب شيء أو تصنيعه على وجه
معيب أو يكون الشيء قد تم تصنيعه معيبا في صفاته كمحرك غير قابل للإستعمال ، ولقد
اعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن عيوب الطلاء في السيارة أو الصدأ في هيكلها هي
عيوب من شأنها تقليل استعمالها لا سيما أنه لم يكن بوسع المشتري اكتشافها³ .

والجدير بالذكر أن **العيب الخفي** هو الذي يقع ضمانه على المحترف ويقصد به ذلك
العيب الذي لم يكن في استطاعة المستهلك عموما والمشتري خصوصا العلم به إذا ما بذل
عناية الرجل العادي ، **بينما العيب الظاهر** يقصد به ذلك العيب الذي يستطيع المستهلك أن
يكتشفه لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي وبما يتفق مع طبيعته ، فإنه لا يقع ضمانه⁴
ويجد ذلك تبريره في كون أن المستهلك قد رضي به على ما هو عليه وقت العقد وبالتالي لا
يمكن أن يتضرر من وجوده بعد إبرامه ، وهذا ما أدى بالقضاء الفرنسي إلى اعتبار أن
العيب الظاهر هو ما يمكن أن يكتشفه الرجل ذو العناية المتوسطة أو الرجل الذي يتمتع
بدرجة متوسطة من الخبرة⁵ .

¹ -V.ART 1641 DE C.C.F :« à raison des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on la destine , ou qui diminuent tellement cet usage que l'acheteur ne l'aurait pas aquire , ou n'en aurait donné qu' un moindre pris , s'il les avait connus ».

² - J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ , *Droit de la Consommation* , op. cit ., p.250 et 251.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch, 04 juillet 1995, Bull Civ, In°302.

⁴ -D.ZENNAKI, *les frontières entre « droit de la consommation » et droit commun a travers l'obligation de garantie*, séminaire national sur la protection en matière de consommation, faculté de droit , université d'oran ,14 et 15 mai 2000, p.38.

⁵- Cour de la Seine , 21Décembre1956, D., 1957,p.57.

إن إذا كانت المعلومات والبيانات التي اد

بإخفاء عيوب في محل العقد ، ففي هذه الحالة

بالإلتزام التعاقدية بالإعلام تحريك المسؤولية العقدية للمعاقد من حلال إباره صمان العيب الخفي وهذا ما أدى بالقضاء الفرنسي إلى تقرير مسؤولية المؤجر عن عدم إخطاره المستأجر بقرب المنزل المؤجر من بيت يدير أعمالا منافية للأداب العامة¹.

وبرجوعنا إلى نص المادة 379 من القانون المدني الجزائري نجدنا نصت على ثلاث

صور للعيب الخفي :

الصورة الأولى: وهي عدم اشتغال المبيع على الصفات التي تعهد البائع بوجودها فيه للمشتري أثناء التسليم.

الصورة الثانية: تتمثل في النقصان في قيمة المبيع بسبب العيب².

الصورة الثالثة: تتمثل في النقصان من الانتفاع بالمبيع بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو وارد بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله³.

وبما أن المشرع الجزائري ألحق بالعيب الخفي حالة عدم اشتغال المبيع على الصفات التي تعهد البائع بوجودها فيه للمشتري أثناء التسليم فسنحاول التطرق إلى هذه الصورة على النحو التالي :

● **تخلف الصفة أو الصفات التي تعهد البائع بوجودها وقت التسليم إلى المشتري:**

(عدم المطابقة). إن الأمر هنا لا يتعلق بأفة طارئة موجودة في المبيع ، فنحن لسنا بصدد عيب خفي لكن نحن أمام تخلف صفة في المبيع أثناء التسليم والتي تعهد البائع للمشتري بوجودها في المبيع وبالتالي لا يبحث بصدد تخلف الصفة عن كونها غير ظاهرة أو مخفية أو تنقص من قيمة المبيع أو نفعه ، فكل الشروط المتمثلة في القدم والخفاء والتأثير تكون بشأن العيب الخفي⁴.

¹-Trib, Paris, 04Novembre1931, GAZ- Pal. 1932-1-254.

²- المحكمة العليا، قرار مؤرخ في 21-07-1999، المجلة القضائية 2000، العدد 02، ص.88 إلى 91.

³ - راجع المادة 379 ف01 ق.م.ج.

⁴ - لمعرفة الشروط الواجب توافرها في العيب الخفي، أنظر محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 1994، ص. 152 إلى 156. وأنظر كذلك لحسن بن الشيخ آث ملويا ، المنتقى في عقد البيع، المرجع السابق، ص.441 وما بعدها. وأنظر كذلك قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص.105 إلى 111.

يوجد العديد من الأمثلة المتعلقة بتخلف الصفة التي تعهد البائع بوجودها وقت التسليم إلى المشتري نذكر منها على سبيل المثال : كأن يضمن البائع للمشتري بأن السيارة تسير بسرعة معينة ثم يبين العكس ،، أو كأن يشتري المشتري حصانا

ونلاحظ أن المشرع الجزائري سوى فيما يذ

بين المعنى الصحيح للعيب أي الآفة الطارئة ويذ

وهذا من أجل توحيد ضوابط المطالبة في شأن دعويين من الصعب الفصل بينهما في اغلب الأحيان وذلك بالرغم من أن الضمان بسبب عدم المطابقة - أي تخلف الصفة التي تعهد البائع بوجودها أثناء التسليم للمشتري - لا يقوم على عيب خفي ، وإنما يقوم على تخلف الصفة المشروطة ، غير أنه بالرغم من توحيد ضوابط المطالبة بشأن الدعويين إلا أن ذلك ليس معناه أن يتوفر في الصفة المتخلفة نفس الشروط التي تتوافر في العيب حتى يكون موجبا لضمان البائع¹.

ولقد جاء في قرار المحكمة العليا² مايلي :« حيث أنه وبالفعل ، ومع أن العقد يحدد مراقبة النوعية عند عملية الشحن ، فإن هذا لا يمنع المشتري من الإحتجاج بضمان البائع إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها البائع وقت التسليم طبقا لمقتضيات المادة 379 من القانون المدني .

وأنه وإن كان العقد شريعة المتعاقدين طبقا للمادة 106 من القانون المدني ، فإن هذا المبدأ ليس مطلقا طبقا للقيود الواردة في المادة 107 من نفس القانون التي تقضي بأن العقود يجب أن تخضع ليس إلى القانون فقط ، ولكن أيضا إلى العرف وقواعد الإنصاف ، وهذا مماثل لما هو عليه في الغبن المنصوص عليه في المادة 358 من القانون المدني فيما يخص بيع العقار ، وكذا في الشرط التعسفي المذكور في المادة 110 من نفس القانون المتعلقة بعقود الإذعان وكذلك في ضمان العيوب في كل عقود البيع ، كما في الدعوى الحالية وهذا الضمان لا يمكن استبعاده من الشرط التعاقدى لأن المشتري أثبت بواسطة خبرات مختلفة بأن المنتج الذي تم شراؤه لا يشمل على الصفة المطلوبة بالنسبة إلى المواصفات المنصوص عليها في العقد نفسه³ ، وطبقا لذلك فإن القرار الذي اعتمد على الشرط التعاقدى

على أنه مهياً للسباق ثم يتبين بعد المسابقة أنه ليس صالحا ، أو يتعهد البائع بأن الأرض المبيعة صالحة لزراعة القمح وأنها تنتج عشرون قنطارا في الهكتار ثم يتبين بأنها لا تصلح لزراعة الفواكه، أو أن يتعهد الصيدلي للمريض بأن الدواء المبيع لا يسبب الحساسية ثم يتبين بأن تناوله يسبب للجلد حساسية كبيرة .

¹ - لمزيد من التفصيل حول عدم مطابقة المبيع للصفات التي تعهد البائع بوجودها أثناء التسليم للمشتري، أنظر قلوبوش الطيب، التزام المحترف بمطابقة المنتوجات والخدمات، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، جامعة وهران، السنة الجامعية 2007-2008، ص.58 إلى 61.

² - المحكمة العليا، قرار مؤرخ في 27-01-1992، العدد 03، ص.98.

³ - ويتعلق الأمر بتخلف نوعية القمح المبيع عن النوعية المتفق عليها في العقد .

فقط طبقا للمادة 106 من القانون المدني مستبعدا

حماية قانونية طبقا للمادتين 107 و 309 من القان

ويلاحظ بأن المجلس الأعلى سابقا (المحكمة العليا حاليا¹) في قرار له بتاريخ 02-03-1983 كان يخلط ما بين ضمان التعرض الصادر عن الغير و ضمان الصفة في المبيع ، وهذا عندما لم يتم البائع بإعلام المشتري بوجود مستأجرين في العمارة المباعة ، واعتبر المجلس الأعلى آنذاك (المحكمة العليا حاليا) بأن عدم إعلام المشتري من قبل البائع إنما هو إخفاء لعيب خفي (أو صفة) بواسطة غش البائع وأن هذا الإستدلال على خلاف القانون لأن العمارة لا يوجد بها عيب خفي ووجود مستأجرين بها ليس بالعيب الخفي ، وتعهد البائع بانعدام المستأجرين ليس تعهدا بصفة في المبيع وإنما هو إخفاء لسبب التعرض ، وبالتالي فإن البائع يسأل عن تعرض الغير² .

وينبغي الذكر إلى أنه أحيانا قد تجتمع حالة تخلف الصفة في المبيع ووجود عيب خفي فيه في نفس الوقت ، ومثال ذلك : أن يتعهد البائع بتسليم كمية من بذور البطاطا المعدة للزرع ، لكن يسلم للمشتري كمية أقل من تلك الكمية المتفق عليها في العقد بالإضافة إلى كون تلك الكمية مصابة بعيب خفي وهو المرض ، وهذا ما قرره المحكمة العليا بموجب القرار المؤرخ في 16-02-2000³.

ونجد أن ضمان العيوب الخفية يستفيد من أحكامها المستهلك في جميع عقود البيع ماعدا البيوع الإدارية والبيوع القضائية إذا كانت بالمزاد فهي مستبعدة من أحكام الضمان⁴ ، لأن الحكمة من استبعاد هذه البيوع من ضمان العيوب الخفية أن هذه العيوب يسبقها الإعلان والنشر عنها بمدة كافية تسمح للراغبين في المزايمة أن يفحصوا المال المعلن عن بيعه قبل

¹ - لقد تم إنشاء المجلس الأعلى بمقتضى الأمر رقم 218/63 المؤرخ في 18-06-1963 وتمم بالأمر رقم 72/74 المؤرخ في 12-07-1974 . وبمقتضى الأمر رقم 22/89 المؤرخ في 12-12-1989 أصبح المجلس الأعلى يسمى بالمحكمة العليا.

² - المحكمة العليا، قرار مؤرخ في 02-03-1983، المجلة القضائية 1984، العدد 04، ص.28 و 29.

³ - المحكمة العليا، قرار مؤرخ في 16-02-2000، المجلة القضائية 2001، العدد 01، ص.122.

⁴ - أنظر المادة 385 ق.م.ج. ولمعرفة أكثر حول البيوع القضائية والبيوع الإدارية، أنظر لحسن بن الشيخ آث ملويا ، المنتقى في عقد البيع، المرجع السابق، ص.435 و436.

الإقدام على المزايدة فيه وأن المصلحة العامة تقدر
لما تقتضيه من إجراءات ونفقات وما تستغرقه من

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ويرى بعض الفقه¹ بأنه يمكن إدانة المتعاقد على أساس الصمان الواجب بقدومه من
طرف البائع بسبب العيوب الخفية للشيء المبيع استنادا إلى نص المادة 1641 من القانون
المدني الفرنسي ، لأن البائع لم يظهر ولم يكشف للمشتري عن العيب الخفي قبل البيع مما
يجعل هذا الأخير يطلب إما فسخ عقد البيع وإما تخفيض السعر ، بالإضافة إلى مطالبته
بالتعويضات لأن البائع يعتبر محترف² وهنا تكون المسؤولية ذات طبيعة عقدية .

فصفة الإحتراف تفترض بأن البائع كان على علم بعيوب الشيء وبالتالي كان سيء
النية وهذا ما يجعل شروط الإعفاء من الضمان باطلة الأمر الذي أكدته المشرع الجزائري في
قانون رقم 02/89 الذي يهدف إلى تحديد القواعد العامة المتعلقة بحماية المستهلك من خلال
نص المادة 06 التي ألغت كل شرط يقضي بعدم الضمان وكذلك المادة 10 من المرسوم
التنفيذي الذي يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات³.

ويضيف بعض الفقه⁴ إلى أن الصفة الخطيرة تعتبر عيبا خفيا ، ولذلك ينبغي على
المحترف أن يعلم المستهلك قبل إبرام العقد على الأخطار التي قد تحدث من خلال استعمال
المبيع و استهلاكه، وكذلك إخطاره وإرشاده إلى الإحتياطات الواجب اتخاذها من أجل سلامته
مع الإشارة إلى أن التزام المحترف بإعلام المستهلك في هذه الحالة يتضمن عنصران :

¹ - J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ ,op. cit., p.51.

² - كان القضاء الفرنسي يفرق بين البائع حسن النية والبائع سيء النية، إلا أنه استبدل بها تفرقة أخرى ، بحيث أصبح
يفرق بين البائع العرضي وبين البائع المحترف ، فالأول هو شخص يبيع شيئا زائدا عن حاجته وإذا حصل ضرر للمشتري
الذي تعاقد مع هذا البائع العرضي فهنا نفرق بين حالتي حسن النية وسوء النية ، فإذا كان يجهل عيب المبيع فهو حسن النية
ويقتصر التزامه على رد الثمن والنفقات التي تحملها المشتري من أجل إبرام عقد البيع ، أما إذا كان يعلم بالعيب فهو سيء
النية ويلتزم إضافة إلى رد الثمن بتعويض المشتري عن جميع الأضرار التي لحقت به.

أما البائع المحترف فهو الذي يتخذ من عمليات البيع والتوزيع حرفة له ، وقد يكون منتجا يبيع ما يصنع أو تاجرا يبيع ما
يصنع غيره ، ويرى القضاء هنا وجوب إلزام هذا البائع المحترف المسؤولية عن تعويض الأضرار المترتبة على عيوب
الشيء المبيع بغض النظر عما إذا كان يعلم بعيوب المبيع أو يجهل ذلك. ولمزيد من التفصيل أنظر عامر قاسم أحمد
القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، المرجع السابق، ص.44 إلى 47.

³ - أنظر المادة 06 من القانون رقم 02/89 ، السالف الذكر. و تنص المادة 10 من م.ت رقم 266/90 المؤرخ في 15-
09-1990 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج.ر المؤرخة في 19-09-1990، العدد 40، ص.1246. على ما يلي:"
يبطل كل شرط بعدم الضمان ويبطل مفعوله .

والمراد بشرط عدم الضمان هو كل شرط يحد من التزامات المحترف القانونية أو يستبعدا ."

⁴ - حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفضاء بالصفة الخطيرة، المرجع السابق، ص.81.

العنصر الأول : يتعلق بالتعريف بالمنتج ووصف خصائصه ودواعي الاستعمال ، وتهدف هذه الدراسة على الوجه الذي يتوافق مع رغباته المشروعة .

العنصر الثاني : يتعلق ببيان كيفية الإستعمال والإحتياجات الواجب اتخاذها عند استعمال المنتج من طرف المستهلك وتحذيره من حجم المخاطر والمضاعفات التي قد تحدث عند استعماله ، وإمداده بكل التدابير التي عليه اتخاذها من أجل تفادي الأخطار الكامنة في المنتج .

وعليه لا يكتف المنتج بأن يقدم للمستهلك منتوجا خاليا من أي عيب ، بل إن سلامة وأمن المستهلك تتطلب حينما يكون المنتج خطيرا إعلامه بخصائصه ومكامن خطورته وكيفية استعماله بالطريقة التي تجنبه الأضرار ، لأن الإخلال بالالتزام بالإعلام يترتب مسؤولية المنتج أو البائع .

ويتشدد القضاء كلما كان المستعمل للمنتوج الخطير غير مهني ، ويراعي في جميع الأحوال ما قدمه المحترف من بيانات من أجل تجنب المستهلك من مخاطر المنتج¹ ، ولقد وجدت بعض الأحكام القضائية الفرنسية التي اعتبرت الصفة الخطيرة في المنتج عيب خفي وعليه أسست مسؤولية المحترف على أساس قواعد ضمان العيوب الخفية ، ومن بين هذه الأحكام حكم لمحكمة فرنسية والمتعلق بمسؤولية بائع الدراجة لعدم إعلامه للمشتري بكيفية تركيب جهاز التوجيه (**Le Guidon**) بالدراجة والتي كانت تعتبر آنذاك من الأشياء الخطيرة².

إن هذا الإتجاه حتى ولو كان يرى ضرورة تطبيق قواعد ضمان العيوب الخفية على الأضرار الناتجة عن المبيع استنادا إلى أحكام المادة 1645 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 379 من القانون المدني الجزائري في ضمان العيب الخفي ، وذلك بإلزام المحترف بتعويض المستهلك عن الأضرار التي تلحقه نتيجة عدم إحاطته علما بما يمكنه من تفاديها فيكون الإلتزام التعاقدية بالإعلام بذلك امتدادا لفكرة الضمان القانوني وذلك بقيام

¹ - قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص.112.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.82.

المحترف بإعلام المستهلك بحقيقة المبيع محل الد
طرف جانب من الفقه الذي أكد استقلالية الإلتزام
على الإلتزام بالضمان طبقا للمبررات التالية:

1) **اختلاف الإلتزام التعاقدي بالإعلام عن الإلتزام بالضمان من حيث المصدر :** حيث أن الإلتزام بالضمان يجد مصدره في النصوص التشريعية التي تقرر ضمان العيوب الخفية مثلا نص المادة 1645 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 379 من القانون المدني الجزائري ، وكذلك ضمان التعرض والاستحقاق في المواد 1626 1628 من القانون المدني الفرنسي واللذان تقابلهما المادتان 371 و 372 من القانون المدني الجزائري ، بينما التزم المحترف بإعلام المستهلك ولد على يد القضاء الفرنسي الذي استنتجه عن طريق تفسير إرادة المتعاقدين بهدف توفير أكبر قدر ممكن من الحماية للمستهلكين.

2) **اختلاف الإلتزام التعاقدي بالإعلام عن الإلتزام بالضمان من حيث طبيعته:** إن الإلتزام بالضمان هو التزم بتحقيق نتيجة يلتزم فيه المحترف بضمان التعرض سواء كان من طرفه أو من طرف الغير ويلتزم بتعويض المستهلك في حالة استحقاق المبيع طبقا للمسؤولية العقدية، أما الإلتزام التعاقدي بالإعلام فهو التزم ببذل عناية حسب الرأي الراجح من الفقه².

3) **اختلاف الإلتزام التعاقدي بالإعلام عن الإلتزام بالضمان من حيث نطاقه:** إن الإلتزام التعاقدي بالإعلام أوسع نطاقا من الإلتزام بضمان العيوب الخفية ، حيث أن هذا الأخير يقتصر على الحالات التي يكون فيها المبيع مشوبا بعييب خفي بينما لا يقتصر نطاق الإلتزام التعاقدي بالإعلام على إعلام المستهلك بعيوب المبيع فقط ، وإنما يمتد ليشمل البيانات المتعلقة بطريقة الإستعمال والإحتياطات اللازمة الواجب إتباعها لتجنب الأضرار التي قد تنتج عن الأشياء الخطيرة بطبيعتها أو بحكم استعمالها أو بسبب حدوثها وهذا ما أكده القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه ، إذ أن محكمة النقض الفرنسية ألغت حكم محكمة الاستئناف

¹ - بن مغنية محمد، المرجع السابق، ص.21.

² - بودالي محمد، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص.27. وأنظر حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص.76. وانظر في نفس المعنى:

الذي أسس المسؤولية ضد المحترف على أساس

كان يشتكي من عدم كفاية البيانات والتحذيرات اله

ولقد قرر القضاء الفرنسي أيضا مسؤولية المنتج أو البائع للإخلال بالإلتزام التعااقدي بالإعلام على أساس نقص المعلومات المتعلقة بالصفة الخطيرة للمبيع مؤكدة استقلاله عن ضمان العيوب الخفية ، حيث قررت المحكمة مسؤولية بائع خلاط الخضر الكهربائي عن الأضرار التي لحقت بالمشتري على أساس نقص المعلومات والبيانات المقدمة من المحترف (البائع) إلى المستهلك (المشتري) عن مخاطر هذا الخلاط ، وليس على أساس ضمان العيوب الخفية².

وهكذا نجد أن القضاء الفرنسي أصبح يؤسس مسؤولية المحترف مهما كان سواء تمثل في المنتج أو الصانع أو البائع للمنتجات أو مقدمي الخدمات عند تقصيره بالوفاء بالتزامه بالإعلام بمخاطر المبيع أو عدم كفاية المعلومات والبيانات وكذا التحذيرات اللازمة³ وإعفاءه من المسؤولية في حالة تقديمه البيانات اللازمة على الوجه الصحيح⁴، وهو ما يجعل هذا الإلتزام مستقل عن الإلتزام بضمان العيوب الخفية الذي يرى فيه بعض الفقه⁵ بأنه لم يحقق الحماية الكافية للمستهلك.

ثالثا : الإلتزام بالتسليم كأساس للإلتزام التعااقدي بالإعلام : يرى بعض الفقه⁶ بأن الإلتزام التعااقدي بالإعلام هو التزام تبعية للإلتزام الأصلي بالتسليم الذي يجد أساسه في القواعد التي تحكم هذا الإلتزام المنصوص عليه في المادة 1615 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 364 من القانون المدني الجزائري⁷.

وهكذا يجب على المحترف عند تسليمه الشيء المبيع أن يعلم المستهلك بكافة البيانات المتعلقة بكيفية استعماله والتحذير من خطورته ، حتى يتمكن هذا الأخير من الانتفاع بالشيء المبيع على أحسن ما يرام ، ونفس الشيء بالنسبة لمقدمي الخدمات الذين ينبغي عليهم إعلام

¹-Cass.Com, 16Octobre 1976, J.C.P. 1974, II.n° 17846.

²-C.A, Dauai, 12 Décembre 1953, D.1953.166.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch, 11 Octobre 1983, Rev. TR. Com 1984. n°12. p.718.

⁴-Cass.Com, 05 Février 1985, Rev. TR. Com 1986.n° 11. p.148.

⁵ - دليلة زناكي، أنظر قلوب الطيب، المرجع السابق، ص.59.

⁶-PH. LE TOURNEAU et L.CADET , *Droit de la Responsabilité*. DALLOZ , 2000. p.634

⁷ - تنص المادة 364 ق.م.ج على ما يلي: "يلتزم البائع بتسليم الشيء المبيع للمشتري في الحالة التي كان عليها وقت البيع".

ويجب أن يقوم المحترف بتسليم مبيع مطابق للمواصفات التي ابرم المستهلك العقد من أجلها بغرض إشباع حاجته ، بحيث لا يعتبر المحترف مؤديا لالتزامه بالتسليم على الوجه الصحيح إلا بتحقق هذه الصفات في الشيء المبيع عند التسليم بالرغم من خلوها من العيوب ورغم اتخاذ المحترف كافة الإجراءات اللازمة للحفاظ على الشيء المبيع ، وكل ذلك من أجل حماية رغبات المستهلك في مرحلة تنفيذ العقد وهذا ما يعرف بالالتزام بتسليم مبيع مطابق للمواصفات¹، ولقد أزم القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه المحترف بأن يسلم للمستهلك الشيء المبيع مطابق للمواصفات التي يريدها².

ورغم الارتباط بين الإلتزام بالتسليم والإلتزام التعاقدي بالإعلام إلا أن بعض الفقه³ يرى بأنه لا يمكن اعتبار الإلتزام بالتسليم كأساس للإلتزام بالإعلام بالصفة الخطيرة الذي يندرج ضمن مضمون الإلتزام التعاقدي بالإعلام ، نظرا للإعتبارات التالية :

(1) إن القول بأن الإلتزام بالتسليم هو أساس الإلتزام التعاقدي بالإعلام لاسيما الإلتزام بالإعلام بالصفة الخطيرة من شأنه أن يؤدي إلى التقليل من الدور الهام لهذا الإلتزام اتجاه التطور الفني والتكنولوجي المتزايد للمنتجات الصناعية والذي يتطلب تدخل المحترف لمساعدة المستهلك ابتداء من اختيار الشيء الذي يناسبه وحتى تشغيله بما يلائم حاجاته، حيث أن المحترف لا يقتصر دوره على تسليم مبيع مطابق لما ورد في العقد ولكنه أصبح مسؤولا أيضا عن ملائمة هذا المبيع لحاجات المشتري ورغباته وهو ما يتجاوز حدود الإلتزام بالتسليم.

(2) إن الإلتزام بالتسليم لا يتضمن كافة أوجه الإلتزام بالإعلام ، ذلك أن الإلتزام التعاقدي بالإعلام لا يقتصر على تسليم نشرة استخدام الشيء المبيع ، فهناك بيانات يقدمها المحترف للمستهلك تتعلق بخصائص المبيع ومكوناته وثمنه هذا من جهة ، ومن جهة أخرى إن استخدام الشيء المبيع لا يقتصر على تسليم النشرة المرفقة به التي تبين كيفية الإستعمال

¹ - يرى الفقيه الفرنسي J. CALAIS-AULOY بأن المشرع الفرنسي تبنى مفهوما واسعا للمطابقة وذلك من خلال المادة 212 ف1 من قانون الإستهلاك التي تنص على أنه: " ينبغي أن تستجيب المنتجات منذ تداولها الأول في الأسواق للتعليمات السارية المتعلقة بصحة الأشخاص وسلامتهم وبنزاهة العمليات التجارية وبحماية المستهلكين " .

V : J. CALAIS-AULOY, *op, cit.*, p.251.

² -Cass, Civ, 1^{er} ch , 20 Mars 1989 , Bull Civ. I. p.93.

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.87 و 88 .

وإنما قد يتطلب قيام المحترف بتدريب المسته
لاستعمال الشيء المقتنى كما هو الشأن بالنسبة لل

المحترف ليجعل المستهلك يستطيع استخدامه استخداما صحيحا وهو ما يسميه المحصون في
هذا المجال بالإلتزام بالدعم.

(3) إن القول بأن الإلتزام بالتسليم هو أساس الإلتزام التعاقدي بالإعلام يضيق من نطاقه
حيث يجعله قاصرا على عقد البيع فقط ، في حين أن الإلتزام التعاقدي بالإعلام له نطاق
واسع خاصة أنه يشمل مجال الخدمات التي تكتسي أهمية بالغة في وقتنا المعاصر مما يؤدي
بالقول بأن هذا الإلتزام لا يمكن أن يكون أساس الإلتزام التعاقدي بالإعلام .

رابعا: الإلتزام بالسلامة كأساس للإلتزام التعاقدي بالإعلام : لقد اتجه القضاء
الفرنسي إلى تبني وسيلة أخرى فعالة لحماية المستهلك وهي الاعتراف بوجود التزام
بالسلامة مستقل عن الإلتزامات الأخرى ، وهذا ما أدى بجانب من الفقه وعلى رأسهم الأستاذ
J. MAZEAUD إلى اعتبار أن الإلتزام التعاقدي بالإعلام يجد أساسه في الإلتزام بالسلامة
خاصة إذا كان محل العقد يتضمن خطورة ما ، وهو ما يجعل المحترف ملزم بإعلام
المستهلك بالصفة الخطيرة للشيء المبيع ، ونظرا لخطورة محل العقد سواء كان منتج أو
خدمة فإن الإلتزام التعاقدي بالإعلام يجد أساسه في الإلتزام بالسلامة¹.

1 - لقد نشأ الإلتزام بالسلامة بداية في عقد النقل بموجب القرار الشهير لمحكمة النقض الفرنسية المؤرخ في 21-11-1911 وبعدها امتد إلى عقد العمل على يد الأستاذين الفرنسيين **Sauzet et Saintellete** نظرا لما شهده العالم من تطور صناعي أدى إلى إصابة الكثير من العمال بحوادث ، وبسبب عجز هؤلاء العمال عن الحصول على تعويضات عن إصاباتهم من أرباب العمل لصعوبة إثبات الخطأ في جانبهم ، طالب الأستاذان بضرورة وجود التزام بسلامة العمال على عاتق رب العمل حتى يتمكنوا من الحصول على تعويضات عن إصاباتهم دون حاجة إلى إثبات الخطأ في جانب رب العمل ، وبعدها اتسع نطاق الإلتزام بالسلامة ليشمل مختلف العقود من بينها عقود الخدمات كعقد النزول في فندق ، وعقد التعليم ، وتدريب الرياضة ، وعقود الخدمات الطبية إلى أن وصل تطبيقه على عقود التجارة الإلكترونية . لمزيد من التفصيل حول الإلتزام بضمان سلامة المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية ، أنظر: عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005، ص.51 إلى 54.

ولقد نص المشرع الفرنسي على الإلتزام بالسلامة لأول مرة في قانون **scrivener** رقم 23/78 المؤرخ في 10 جانفي 1978 ثم عدل هذا القانون بقانون **La Lumière** المؤرخ في 21 جويلية 1983 والذي أدمج في قانون الإستهلاك الفرنسي، وكذلك نص على الإلتزام بالسلامة في عقد البيع بموجب قانون 389/98 المؤرخ في 19 ماي 1998، الذي توسع في تعريف الإلتزام بالسلامة إذ تبقى الدعوى مفتوحة لكل الضحايا بغض النظر عن صفتهم، سواء كان الضحية هو المستهلك أو شخص من الغير، وطبقا لذلك نصت المادة 1386 فقرة 1 من القانون المدني على ما يلي : « الصانع مسؤول عن الضرر الحاصل عن العيب لمنتوجه، سواء كان مرتبطا أم لا بالضحية بواسطة عقد ». ولمزيد من التفصيل أنظر مقال للأستاذ **Bénabent** بعنوان : الإلتزام بالسلامة في القانون الفرنسي، موجود في : لحسن بن الشيخ آث ملويا ، المنقلى في عقد البيع، المرجع السابق، ص.319 إلى 324.

ويقسم بعض الفقه¹ المنتوجات الخطيرة إلى

التنظيف وإلى منتوجات خطيرة بسبب عيوبه

الكهربائية المعقدة ، وهذه المنتوجات قد تصيب المستهلك في صحته كما لو تناول مواد

غذائية فاسدة أو مسمومة وتسببت في وفاته أو مرضه ، وقد تصيبه في سلامته مثل أن

يشترى نظام إنذار غير صالح .

واستنادا على هذا الإلتزام فإنه ينبغي على المحترف أن يعلم المستهلك بكل البيانات

المتعلقة بكيفية الاستعمال ، وكذا التحذير من مخاطره والإحتياجات الواجب اتخاذها لتجنب

الأضرار التي قد تنجم من استعمال الشيء المبيع وهذا ما أدى ببعض الفقه² إلى القول بأن

الإلتزام بالإعلام يكون وسيلة لتحقيق السلامة عندما يتخذ شكل التحذير .

أما فيما يخص الإتحاد الأوروبي فقد صدرت تعليمة عنه في 25 يوليو 1985 التي كرست هذا الإلتزام وقد نصت هذه التعليمة على نقاط جوهرية تتعلق بمسؤولية المنتجين أهمها : • وجوب حماية كل ضحايا الأضرار الجسدية الناتجة عن منتجات مطروحة في السوق بنفس الطريقة ، أي دون التفرقة بين المتضرر المتعاقد والمتضرر من الغير .

- إلزام المنتج بإصلاح الأضرار المترتبة على العيب في منتجاته .
- تعريف المنتج المعيب بأنه ذلك المنتج الذي لا يوفر الأمان أو السلامة لكل من يسوغ له أن ينتظرها منه .

كما أنه صدرت تعليمة عن الإتحاد الأوروبي في 20 جوان 1992 الذي يلزم الدول الأعضاء بأن يعتمدوا ما يلزم من النصوص من أجل ضمان احترام المنتجين والموزعين للإلتزام بالسلامة. أنظر عبد الفتاح بيومي حجازي، المرجع السابق، ص.24.

أما بالنسبة للتشريع الجزائري فقد نص على الإلتزام بالسلامة في عقد نقل الأشخاص وهذا ما أشارت إليه المادة 62 من القانون التجاري التي نصت على ما يلي : « يجب على ناقل الأشخاص ، أن يضمن أثناء مدة النقل سلامة المسافرين وأن يوصله إلى وجهته المقصودة في حدود الوقت المعين بالعقد » .

ونجد أيضا في التشريع الجزائري تطبيقات للإلتزام بالسلامة بالنسبة للمحترف بخصوص بيع مواد غذائية فاسدة أو مضررة بالصحة وهذا ما عاقبت عليه المادة 431 من قانون العقوبات .

ولقد صدر القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك المؤرخ في 07-02-1989 ليجعل هذا الإلتزام يمتد إلى جميع المنتوجات والخدمات وهذا ما نصت عليه المادة 02 من هذا القانون على مايلي : « كل منتج سواء كان شيئا ماديا أو خدمة ، مهما كانت طبيعته ، يجب أن يتوفر على ضمانات ضد كل المخاطر التي من شأنها أن تمس صحة المستهلك أو أمنه أو الإضرار بمصالحه المادية » .

كما يمكن استخراج الإلتزام بالسلامة من أحكام المادة 03 ف03 من نفس القانون حيث تنص : « كما ينبغي أن يستجيب المنتج و/أو الخدمة للطلبات المشروعة للمستهلك فيما يخص النتائج المرجوة منه وأن يقدم المنتج وفق مقاييس تغليفه ، وأن يذكر مصدره ، وتاريخ صنعه والتاريخ الأقصى لاستهلاكه، وكيفية استعماله والإحتياجات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه » . وتجدر الملاحظة أن أول رغبة مشروعة للمستهلك هي توافر الأمان في الخدمة أو المنتج الموضوع للإستهلاك حتى وإن كان المشرع الجزائري لم يظهر الإلتزام بالأمان في هذه المادة إلا بصفة ضمنية. أنظر في هذا الصدد دليلة زناكي، محاضرات حماية المستهلك أقيمت على طلبة الماجستير، قانون الأعمال ، السنة الجامعية 2003-2004.

ولقد نصت أيضا المادة 03 من م.ت رقم 266/90 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات على الإلتزام بالسلامة بقولها : « يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للإستعمال المخصص له ، أو من أي خطر ينطوي عليه ، ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج » .

¹ - J.CALAIS-AULOY. op, cit., p.274.

² - نزيه محمد الصادق المهدي، الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام، المرجع السابق، ص.149.

ولقد أكد القضاء الفرنسي الإلتزام بالسلامة

المثال حكم محكمة استئناف¹ Douai الذي قضى

إخلاله بالإلتزام بالسلامة نظرا لأنه لم يتم بتقديم البيانات الحافية للمستهلك المنضمر خاصة إغفاله الطريقة المثلى لاستعمال الشيء المبيع ، حيث نصت المحكمة صراحة على أن شركة Centravente قد أغفلت الطريقة الصحيحة لاستعمال الشيء المبيع (التمثل في خلط-MALAXEUR -) ولم تبين كذلك أهمية ربط الوعاء الزجاجي على دعامته اللولبية لسلامة المستعملين ، وكذلك عدم ذكرها الإحتياطات التي يجب أخذها عند انحراف هذا الوعاء وعليه فإنها قد أخلت بالإلتزام بالسلامة المنبثق عن العقد.

ولدينا أيضا حكم آخر لمحكمة النقض الفرنسية² يتعلق بسيدة أصيبت بأضرار في بشرتها إثر استعمالها لمستحضر تجميل ، أين قررت المحكمة بمسؤولية المحترف (المنتج والبائع لهذه المنتجات) على أساس إخلالهما بالإلتزام بالسلامة.

ومهما قيل عن اعتبار الإلتزام بالسلامة كأساس للإلتزام التعاقدي بالإعلام فإن هناك من الفقه³ من يرى عكس ذلك خاصة إذا تعلق الأمر بمنتوج خطير يلتزم بمقتضاه المحترف بإعلام المستهلك عن المخاطر التي يتضمنها هذا المنتوج وإخباره عن كيفية الإستعمال الصحيح وكذا الإحتياطات الواجب مراعاتها لتفادي الأضرار التي قد تحدث من جراء استعماله وقد قدم هذا الرأي المبررات التالية :

1- إن الإلتزام بالسلامة لا يتضمن التحذير من المخاطر التي يكشف عنها التطور العلمي الحديث مما هو ليس معروف حاليا وهو ما يسمى **بمخاطر التطور (Risque de Développement)** بخلاف الإلتزام التعاقدي بالإعلام فإنه قد يتضمن هذه البيانات ويقوم بالتحذير منها.

2- إن الإلتزام التعاقدي بالإعلام يهدف إلى حماية المستهلك المتعاقد مع المحترف بالدرجة الأولى ، في حين أن الإلتزام بالسلامة يرمي إلى حماية كل الأشخاص المتعرضة للأضرار الناتجة عن المنتوجات والخدمات المعروضة في السوق بدءا بالمستهلك وكذا

¹-C.A, Douai, 4 juin 1954, D.1954, p.708.

²-Cass, Civ, 1^{er} ch , 22 janvier 1991, Bull Civ. I.n° 30. R.T.D. Civ 1991.p.539.obs. P. Jordain

³ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.93.

المستعمل المهني وحتى الأشخاص الذين لا يت
الطريق الذين يتعرضون لأضرار ناتجة عن انفجا

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ويضيف بعض الفقه² أن حكم محكمة استئناف Douai الذي اعتمد عليه الراي العادل

بتأسيس الإلتزام بالإعلام على الإلتزام بالسلامة ليس دليلا قاطعا على ذلك بسبب :

- أن هذا الحكم حتى وإن قرر مسؤولية الشركة البائعة للإخلال بالإلتزام بالسلامة فإنه استند أيضا على عدم كفاية التحذيرات التي كان يتطلبها الجهاز المبيع نظرا لخطورته.

- أن هذا الحكم استند أيضا على نص المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 107 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري التي تنص على أن الإتفاقات لا تقتصر على إلزام المتعاقد بما ورد فيها صراحة ولكنها تتناول أيضا ماهو من مستلزماتها وفقا للقانون والعرف والعدالة وحسب طبيعة الإلتزام .

وهكذا نجد أن محكمة استئناف Douai ذكرت أساسين لإقامة مسؤولية المحترف لإخلاله بالإلتزام بالإعلام ، حيث ذكرت أن المحترف (البائع) يكون ملتزما بإعلام المستهلك المتعاقد على أساس المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي وإذا لم يقبل هذا الأساس فقررت أن التزام المحترف بالإعلام ممكن أن يكون مشتقا من التزام آخر وهو الإلتزام بالسلامة ، لهذه الأسباب نجد أن الإلتزام بالسلامة لا يمكن اعتباره كأساس للإلتزام التعاقدى بالإعلام.

ب) مضمون الإلتزام التعاقدى بالإعلام : إن مضمون الإلتزام التعاقدى بالإعلام

يشمل نوعين من البيانات : (أولا) البيانات المتعلقة بكيفية الإستعمال الصحيح للشيء المبيع (ثانيا) البيانات التي تساعد المستهلك على الوقاية من الأخطار التي قد تتهدده أثناء اقتناء المنتج أو استعماله ، وهذا ما سيتم تبيانه على النحو التالي :

أولا : البيانات المتعلقة بكيفية الإستعمال الصحيح للشيء المبيع : إن التطور العلمي والإقتصادي أدى إلى تنوع السلع والخدمات بحيث أصبح المستهلك حائرا أمام مختلف السلع الحديثة وحتى أمام الخدمات المعروضة عليه ، وبالتالي تعذر عليه معرفة كل ماهو جديد في مجالات التقنية الحديثة بمختلف أنواعها ، مما جعله يجهل الطرق الصحيحة للإستخدام أو

¹ - دليلة زناكي، محاضرات أقيمت على طلبية ماجستير، قانون الأعمال، السنة الجامعية 2003-2004.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.95.

الإستعمال الذي يحقق له الفائدة المرجوة من الشئ يكون هذا الشئ مبتكرا أو حديث الإستعمال ، مه الشئ المبيع تمثل الحد الأدنى من المعلومات التي يعين على المحترف بصفه عامه والمنج بصفة خاصة أن يرفقها بالسلعة ، وعلى المحترف أيضا أن يعلم المستهلك بكيفية الإستخدام¹ كما أنه يجب عليه أن يقدم للمستهلك الطريقة الصحيحة لإستخدام الشئ المبيع أو الإنتفاع بالخدمة وفق الغرض المخصص له بطبيعتها.

وبالتالي لا يسأل المحترف عن الضرر الذي يلحق المستهلك نتيجة تجاهل هذا الأخير طريقة الإستعمال بحيث يستعمل الشئ المبيع بطريقة غير صحيحة لا يمكن للمحترف أن يتوقعه ، ولقد نص المشرع الجزائري على هذا النوع من البيانات في نص المادة 03 ف 03 من قانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على أن يذكر في المنتج أو الخدمة كيفية الإستعمال و الإحتياجات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة التي أجريت عليه².

وينبغي الذكر إلى أن المعلومات المتعلقة بطريقة استعمال الشئ التي يجب على المحترف تقديمها للمستهلك تختلف بحسب ما إذا كان الشئ المبيع من الأشياء قصيرة الإستعمال (أ) أو من الأشياء دائمة الإستعمال (ب) وهذا ما سنتناوله فيما يلي:

¹ - عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، المرجع السابق، ص.125.

² - يوجد العديد من النصوص القانونية التي أكدت أيضا هذا النوع من البيانات وبالخصوص طريقة الاستعمال ومن بينها: أنظر المادة 04 ف 04 من م.ت رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها.ج.ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1585. وأنظر المادة 13 ف04 من م.ت رقم 37/97 المؤرخ في 14 يناير 1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية.ج.ر المؤرخة في 15 يناير 1997، العدد 04، ص. 16. وأنظر المادة 06 ف06 من م.ت رقم 367/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها. ج.ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1587. المعدل والمتمم بموجب م.ت رقم 484/05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005 ، العدد 83 ، ص.06. وأنظر المادة 06 ف03 من م.ت رقم 494/97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب. ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 1997 ، العدد 85، ص.12. وأنظر المادة 06 ف 07 من م.ت رقم 25/92 المؤرخ في 13 يناير 1992 يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية وكيفيات ذلك. ج.ر المؤرخة في 22 يناير 1992 ، العدد 05، ص.139. وأنظر المادة 06 من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 يتضمن كيفيات تطبيق م.ت رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات. أنظر المادة 06 من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 يتضمن كيفيات تطبيق م.ت رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

أ- الشيء المبيع من الأشياء قصيرة الإمداد

قصيرة الإستعمال كالمواد الغذائية والمواد السامة

والمستحضرات الصيدلانية وغيرها فإنه يجب على المحترف ان يبين للمستهلك كيفية استخدام هذه الأشياء ووقت استعمالها ، وكذا المقادير أو الجرعات التي يتناولها ، والإحتياجات الواجب اتخاذها عند الإستخدام ، وفي حالة إخلال المحترف بتقديم هذا النوع من البيانات أو قدمها بطريقة خاطئة فإنه يكون مسؤول اتجاه المستهلك.

ولقد قرر القضاء الفرنسي بمسؤولية صانع مواد الدهان لعدم توضيحه للمشتري الكيفية الصحيحة لاستعمال هذه المواد وكذا الإحتياجات اللازمة لذلك ، مما نتج عنه تشقق في اللوحات التي استعمل فيها هذه المواد¹.

وتزداد أهمية البيان المتعلق بطريقة الإستعمال إذا كان الشيء من الأشياء الخطيرة ، لذلك يجب على المحترف إعلام المستهلك بمصادر هذه الخطورة والطريقة الصحيحة للإستعمال من أجل حمايته من الأضرار التي قد تترتب عن استعمال هذا الشيء ، فمثلا نجد الأدوية الطبية أو بصفة عامة المنتجات الصيدلانية تكتسي أهمية بالغة نظرا لخطورتها لما تحويه من سموم ، فهي تعتبر سموما في الوقت الذي تعتبر فيه دواء.

وعليه فإن أي خطأ في تناولها سواء بالإكثار أو الإقلال منه قد يؤدي إلى أضرار جسيمة ، وهذا ما أدى بالمشروع الجزائري إلى ضرورة الحرص على حماية المستهلك في هذا الجانب من خلال إصدار المرسوم التنفيذي رقم 286/92² يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري ، حيث نصت المادة الأولى منه على ما يلي: "الإعلام الطبي والعلمي حول المنتجات الصيدلانية هو مجموع المعلومات المتعلقة بتركيبها وأثارها العلاجية والبيانات الخاصة بمنافعها ومضارها ، والإحتياجات الواجب مراعاتها ، وكيفية استعمالها ونتائج الدراسات الطبية المدققة المتعلقة بنجاعتها وسميتها العاجلة أو الآجلة ، تلك المعلومات التي تقدم إلى الأطباء والصيدالدة وأعوان الصحة والمستعملين للأدوية بغية ضمان الإستعمال السليم للمنتجات الصيدلانية.

¹ -Cass.Civ.1^{er} ch, 23 Avril 1985, D.1985. J.P. 558 . note, S. DION.

² -أنظر م.ت رقم 286/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992 يتعلق بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري. ج.ر المؤرخة في 12 يوليو 1992، العدد 53، ص.1473.

وينبغي ألا تشمل على أقوال مغشوشة أو غ
عنه استهلاك دواء لا مبرر له طبيا ولا أن يع
وينبغي ألا يصمم عتاد ترويجها".

ويتبين من هذا النص بأنه نظرا لخطورة هذا النوع من الأشياء المتمثل في المنتجات الصيدلانية لا سيما الأدوية فإن المشرع الجزائري ذكر عدة بيانات يجب أن يكون المستهلك على علم ودراية بها حتى يتفادى الأضرار التي قد تحدث من جراء تناول هذه الأدوية ومن بين هذه البيانات نذكر : كيفية الإستعمال والإحتياجات الواجب مراعاتها ، والبيانات الخاصة بمنافعها ومضارها.

ولا يقتصر تقديم هذا النوع من البيانات على المنتج أو الصانع وإنما يتعداهما ليشمل البائع فمثلا في مجال الأدوية فإن الطبيب والصيدلي مسؤولان عن إعلام المريض بكل ما يتعلق بهذه البيانات خاصة منها : دواعي الإستعمال ، حقوق الإستعمال ، طريقة الإستعمال من حيث بيان الجرعات العادية ، حدود الإستعمال من حيث بيان الإحتياجات اللازمة والمضادات الخاصة به ، بيان التأثيرات الجانبية ، التفاعلات الدوائية.... وغيرها من البيانات الأخرى ، وهذا ما أدى بالقضاء الفرنسي إلى إلزام الطبيب بإعلام المريض ليس فقط بوجود الأخطار العادية بل إعلامه أيضا بالأخطار غير العادية - الإستثنائية - الناتجة عن استعمال الدواء¹ ، إلا أن اتجاه القضاء إلى التعويض عن الأضرار الناشئة عن الأخطار غير العادية لم يدم طويلا بسبب الحالة الخاصة لكل مريض، بمعنى أن الضرر الإستثنائي الذي أصاب هذا المريض قد لا يصيب غيره .

وطبقا لهذا الإتجاه فإن القضاء الفرنسي استبعد مجددا مسؤولية المصنع الذي قام بصنع دواء وهو « مرهم طبي » يستعمل للدهن عن الضرر الذي لحق المريض نتيجة استعماله لهذا الدواء ، على أساس أن الضرر لم يكن سببه الأخطار الاستثنائية لهذا الدواء ، وإنما يرجع السبب إلى الاعتبارات الخاصة بالشخص الذي استعماله².

ب- الشيء المبوع من الأشياء دائمة الإستعمال: إذا كان الشيء المبوع من الأشياء دائمة الإستعمال كالألات الميكانيكية ، والأجهزة الكهربائية وغيرها ، فإنه يجب على

¹- أسامة أحمد بدر، ضمان مخاطر المنتجات الطبية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005، ص.89.
²-Cass.Civ, 1^{er} ch, 22 Janvier 199, Bull Civ.1. n° 30, R.T.D. Civ 1991, p.539. obs., Jourdain.

المحترف أن يقدم للمستهلك كافة البيانات المتعلقة
اتخاذها أثناء تشغيلها ، ولا يكثف المحترف بإع
عليه أن يستعلم منه عن الحاجات التي يريدها من أجل تحقيق رعيانه المسروعه .

ولقد أكد القضاء الفرنسي هذا المعنى في العديد من أحكامه التي ألزم فيها المحترف أن
يستعلم من المستهلك عن حاجاته حتى يقدم له الشيء الذي يتناسب مع رغباته ويحقق له
النتيجة التي يهدف إليها¹، بحيث قرر القضاء الفرنسي مسؤولية منتج إحدى المواد الكيميائية
الخاصة بمقاومة الطفيليات النباتية تأسيسا على عدم قيامه بإعلام المستهلك بأنواع الشتلات
التي لا يناسبها هذا النوع من المواد الكيميائية ، حيث تبين عند الإستعمال إتلاف بعض من
هذه الشتلات².

وقضت أيضا محكمة النقض الفرنسية بالمسؤولية التضامنية للمنتج مع البائع لصالح
المشتري بالنظر إلى ما تسببت فيه طاولة الطعام المتحركة على قرص دائر أوتوماتيكي من
إصابة أحد أطفاله ، وقد أسست المحكمة حكمها على إخلال المنتج والبائع بالتزامهما في
إعلام المشتري بنظام التشغيل وكيفية الإستعمال³.

**ثانيا: البيانات التي تساعد المستهلك على الوقاية من الأخطار التي قد تتهدد أثناء
اقتناء المنتج أو استعماله. (التحذير من مخاطر المنتج):** إن إعلام المستهلك بكيفية
الإستعمال الصحيح للمنتج غير كافي لحمايته من الأخطار التي قد تتجم عن استعمال ذلك
المنتج ، لذلك يجب على المحترف أن يقوم بالإضافة إلى ذلك بتحذير المستهلك من كافة
الأخطار التي قد تتجم عن هذه المنتجات سواء أثناء استعمالها أو الإحتفاظ بها ، وأن يبين
له كافة الإحتياطات اللازمة التي يجب مراعاتها لتجنب هذه الأخطار .

حيث أن المستهلك قد يعرف استعمال المنتج استعمالا صحيحا لكنه يجهل الأخطار
التي قد تتجم عن ذلك الاستعمال ، مما ينبغي على المحترف أن يحذره منها ، فمثلا قد يجهل
المستهلك أن التواجد في المكان الذي تم رش المبيد فيه لمدة طويلة قد يؤدي إلى الاختناق أو

¹-C.A, Verseilles, 3^{ème} ch, 07 Decembre1990, R.J.D.A. fev 1991, n° 103. p.107.

في هذا القرار قضت محكمة استئناف Verseilles ببطان عقد شراء جهاز مع إلزام البائع بتعويض المشتري عما لحقه
من ضرر بسبب عدم تحقق النتيجة التي كان ينتظرها وذلك بسبب عدم استعمال البائع عن حاجاته الحقيقية.

²- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.235.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch. 10 juin 1980, Bull Civ. I. n° 179. p.140.

قد ينجم عنه حساسية بالعينين أو الجلد ، وأيضا يستطيع الحصول على أفضل النتائج بإتباع

المحترف ولكنه قد لا يعلم أن قريبا من مصدر لهب او برحها في محاسن سديد الحرارة يمكن أن يؤدي إلى انفجارها بسبب تمدد الغاز المضغوط بها وبالتالي إصابته بأضرار¹ ، وهكذا فإنه يجب على المحترف أن يقدم للمستهلك بالإضافة إلى البيانات المتعلقة بكيفية الإستعمال الصحيح للمنتوج ، التحذيرات اللازمة من كافة الأخطار².

ولقد نص المشرع الجزائري على هذا النوع من البيانات من خلال مختلف النصوص التشريعية والتنظيمية التي حرصت على حماية المستهلك من كافة الأخطار التي قد تهدده من خلال استعمال المنتوج مع الإشارة إلى أن هذا النوع من البيانات (التحذير من الأخطار) نجده في المنتوجات أكثر من الخدمات وهذا ما جعل المشرع يركز أكثر على المنتوجات دون ذكر الخدمات³ ، ونظرا لخطورة بعض المنتوجات الإستهلاكية على المستهلك سواء بطبيعتها السامة أو الخطر التي يمكن أن تشكله أثناء استعمالها من قبل المستهلك ، فقد أخضعها المشرع لإجبارية حصول المحترف (المنتج أو المستورد) على رخصة مسبقة تسلمها له السلطات المختصة قبل عملية عرضها للاستهلاك⁴.

¹ - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص.126.

² - تجدر الإشارة إلى أن المحترف لا يكون ملزما بإعلام المستهلك بالمعلومات التي يفترض معرفتها من طرف هذا الأخير فلا يسأل المحترف مثلا إن لم يعلم المستهلك بأن المكواة الكهربائية يقتضي توصيلها بالتيار الكهربائي، أو أن الإحتماء بالمظلة يتطلب فتحها فهذه المعلومات من المفروض على المستهلك معرفتها ولا يجوز له التذرع بجهلها.

³ - نذكر على سبيل المثال: ما نصت عليه المادة 03 ف03 من القانون رقم 02/89 التي ذكرت عبارة: «..... والإحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك» ، وكذلك ما نصت عليه المادة 10 ف07 من م.ت رقم 37/97 المؤرخ في 14 جانفي 1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوظيفها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، ج ر المؤرخة في 15 جانفي 1997، العدد 04، ص.15. بقولها: «... التركيب والشروط الخاصة بالإستعمال ومخاطر الاستعمال الموجودة في الملحقين 03 و05». وأضافنا المادة 13 ف09 من نفس القانون على ما يلي: «... الإحتياطات الخاصة باستعمال المنتوج». وأنظر كذلك نص المادة 07 ف05 من م.ت رقم 254/97 المؤرخ في 08 يوليو 1997 يتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، ج ر المؤرخة في 09 يوليو 1997، العدد 46، ص.22. بقولها: «... الإحتياطات الواجب اتخاذها بمقتضى عرض المنتوج المعني للإستهلاك ولا سيما الإستعمالات المحظورة». وأيضا ما نصت عليه المادة 06 من م.ت رقم 494/97 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج ر المؤرخة في 24 ديسمبر 1997، العدد 85، ص.12. بقولها: «... التحذيرات وبيانات احتياط الإستعمال كما هي محددة في الملحق الثالث بهذا المرسوم».

⁴ - مثلا بالنسبة لإنتاج أو استيراد المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص يتولى تسليم الرخصة المسبقة وزير التجارة بعد استشارة مجلس التوجيه العلمي والتقني التابع للمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرقم (CACQE) وهذا ما نصت عليه المادة 05 من م.ت رقم 254/97 (لقد سبق الإشارة إليه). لمزيد من المعلومات حول إجراءات الحصول على الرخصة المسبقة، أنظر دليل المستهلك من إعداد مكتب الدراسات ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2003، الجزائر، ص.21 إلى 26.

ولقد نص المشرع الجزائري على قائمة الد

تشكل خطر من نوع خاص بموجب الملحق الأ

المؤرخ في 28 ديسمبر 1997 يحدد قائمة المنتجات الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص وكذا قوائم المواد الكيماوية المحظورة أو المنظم استعمالها لصنع هذه المنتجات¹.

وتجدر الإشارة إلى أن كل هذه المنتجات الوارد ذكرها في الملحق الأول ضمن هذا القرار معنية **بالرخصة المسبقة** طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 254/97 السالف الذكر، ومن بين هذه المنتجات المعنية بهذه الرخصة نذكر على سبيل المثال: عناصر التنظيف و/أو التطهير، لا سيما منظفات المساحات المينائية، والمنظفات الأرضية، والمنظفات الزجاجية، والأفران، ودورات المياه، وغسولات الزرابي، ومواد الغسل (مواد غسيل الأواني ومواد للغسيل)، الغراء ومواد لاصقة، المواد المعدة لتربية الأطفال والترفيه عنهم لا سيما الألعاب الكيماوية أو التي تحتوي على مواد كيماوية تكون في متناول الجميع، ملونات للأطفال وعجين التشكيل وغيرها من المنتجات الأخرى².

وكذلك الشأن بالنسبة لصناعة مواد التجميل والتنظيف البدني فهي أيضا تحتاج لرخصة مسبقة، وهناك العديد من المنتجات التي تحتاج إلى رخصة مسبقة لإنتاجها أو استيرادها مثل **اللحوم المجمدة** التي يتطلب الأمر لإستيرادها تحصل المحترف (المستورد) على **الترخيص الطبي** الذي تمنحه مصالح البيطرة على مستوى وزارة الفلاحة، ويعد الترخيص الطبي أهم وثيقة في الملف، وقد ثار نزاع بين وزارة الفلاحة وبين المحترفين (المستوردون لهذه المادة) نظرا لعدم تحصلهم على الترخيص الطبي بالرغم من صدور قرار رفع التجميد عن استيراد اللحوم المجمدة من قبل وزارة التجارة³.

¹ - ج.ر. المؤرخة في 31 ديسمبر 1997، العدد 18، ص.31.

² - لمعرفة كل المنتجات المعنية بالرخصة المسبقة، أنظر الملحق الأول المتضمن قائمة المواد الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص، القسم الأول والقسم الثاني المدرج ضمن القرار الوزاري المشترك السالف الذكر المؤرخ في 28 ديسمبر 1997، ص.31.

³ - لمزيد أكثر حول هذا الموضوع أنظر: جريدة الخبر، الأحد 07 سبتمبر 2008، بعنوان مستوردون لم يتحصلوا على الترخيص الطبي، ص.07.

وينبغي التنكير بأن التحذير لا يمكن أن

بالأخطار التي قد تنجم عن استعمال المنتج أو الب

وهي : أن يكون التحذير كاملا (أ) وواضحا (ب) وان يكون لصيق بالمسوج (ج)

وأخيرا أن يكون التحذير ظاهرا (د) وهذا ما سنتناوله فيما يلي :

أ- أن يكون التحذير كاملا: ويقصد بالتحذير الكامل ذلك التحذير الذي يشمل جميع الأخطار التي يمكن أن تلحق بالمستهلك سواء في شخصه أو في ماله من خلال إستعماله للمنتج أو أثناء حيازته ، وكذلك كيفية الوقاية من هذه الأخطار، ومن ثم لا يكتف المحترف بتقديم تحذير ناقص للمستهلك بأن يحذر من بعض الأخطار دون البعض الآخر رغبة منه في تشجيع المستهلكين على الشراء ، وذلك لأن مبدأ حسن النية والثقة وواجب الأمانة الذين يهيمون على العقد عند إبرامه و أثناء تنفيذه تلزم المحترف أن يقدر ثقة المستهلكين وأن يحرص على سلامتهم ، وأن يبتعد عن الحسابات التجارية من ربح وفائدة¹.

ولقد أكد القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه على وجوب أن يكون التحذير كاملا، ومن بينها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية بائع المبيدات الحشرية الذي لم يوضح في بيانات الإستخدام أن هذه المبيدات لا تحقق الغرض منها بالنسبة لبعض النباتات وأنها قد يصيبها بعض الأضرار نتيجة استخدام هذه المبيدات².

وأيضا ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية صانع السرير الذي يمكن طيه عن الأضرار التي لحقت بالمشتري (المستهلك) نتيجة سقوط هذا السرير به ، وذلك لعدم تقديمه لهذا الأخير الإحتياطات اللازمة لتجنب السقوط المتمثلة في ضرورة تثبيت جزء منه بالحائط وإنما الصانع ذكر فقط بأن هذا السرير لا يتعطل وسهل الحركة من أجل تحفيز المستهلك على الشراء ، وهو ما يؤسس مسؤولية الصانع على أساس أنه لم يقدم التحذير الكامل للمشتري³.

¹ - عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السابق، ص.127.

² - Cass. Civ, 1^{er} ch, 22 novembre 1978, GAZ - PAL. 1979. Somm. p.102.

³ - Cass, Civ, 1^{er} ch, 15 mai 1979, GAZ. PAL, 1979. 2 Somm. p.430.

ولقد ذهبت ذات المحكمة إلى أبعد من ذلك

مسؤولاً عن التعويض عن الأضرار الناجمة عن

كتابة تاريخ انتهاء الصلاحية على العبوة ، فإن ذلك لا يعتبر دافياً في نظر المحكمه لتحذير المستهلك عن الأخطار التي يمكن أن تصاحب ذلك ، وإنما كان يجب على المحترف أن يوضح كافة الأخطار التي قد تتجم عن تناول هذا الدواء بعد انتهاء هذه الفترة¹.

وإذا كان **للتحذير الكامل** أهمية كبيرة في حماية المستهلكين من الأخطار الناتجة عن المنتجات بصفة عامة ، فإنه يبدو أكثر أهمية إذا تعلق الأمر بمنتجات سامة ومواد قابلة للإشتعال ومنتجات الأدوية والمواد الغذائية المحفوظة ، وبالتالي يجب على المحترف أن يقوم اتجاه المستهلك بالتحذير الكامل من أخطار هذه المنتجات نظراً لخطورتها الشديدة وما قد تؤدي به إلى المساس بصحة وسلامة المستهلكين.

ب- أن يكون التحذير واضحاً: يجب أن يكون التحذير واضحاً ومفهوماً للمستهلك، أي أن العبارات التي يصاغ بها التحذير ينبغي أن تكون بسيطة وسهلة وغير غامضة يفهمها كل المستعملين للمنتوج من أجل معرفة الأخطار التي يمكن أن تحدث عند استعمال هذا المنتوج أو حيازته.

ولقد طالبت محكمة LYON بضرورة توفر هذا العنصر في القضية المشهورة باسم Cinq – Sept حين قررت بأن: « تسليم مادة خطيرة دون تقديم بيانات إرشادية مرفقة بها تتضمن تحذيراً كاملاً صريحاً ومفهوماً لكل المستعملين ، مكون لجريمة الإهمال وفق ما تنص عليه المادة 319 من قانون العقوبات الفرنسي² ». »

وفضلاً عن ذلك يجب أن تكون عبارات التحذير واضحة وأن لا يكون من الممكن فهمها على أنها مجرد بيان ، وبالتالي لا يعتبر من عبارات التحذير ما تكتبه الشركات المنتجة لعصير الفواكه على زجاجاتها « يحفظ في مكان بارد بعد الفتح » حيث أن المستهلك قد يفهم من هذه العبارة على أنها مجرد توصية تهدف إلى احتفاظ العصير بخواصه الطبيعية وقد يكون معذوراً في ذلك ، بينما يهدف المحترف (المنتج) من وراء

3-C.A Rouen., 14 Février 1979. D.1979.I.R, p. 350. obs .LARROUMET.

²-Cass. Civ, 21 Avril 1973, Dalloz., 1973. note Carbonnier, p.55.

هذه العبارة تجنب تخمر العصير إذا ترك في م
الزجاجة في يد المستهلك بعد ذلك ، وعليه يجب
الزجاجة قد تنفجر إذا تركت في مكان شديد الحرارة ، كدكر عبارة : « خطر نخر و
انفجار¹ ».

كما أنه ينبغي على المحترف وبالخصوص المنتج أو الصانع أن يرفق بالمنتج
بالإضافة إلى التحذير المكتوب رسماً مبسطاً يرمز للخطر الذي يمكن أن ينجم عن منتجاته
خاصة إذا عرفنا أن معظم المستهلكين لهذا المنتج قد لا يعرفون القراءة ولا الكتابة.
ومن ناحية أخرى وفي ظل التعامل مع منتجات غير محلية ، فإن المحترف لا
يعتبر قد أدى التزامه بالتحذير إذا كان قد كتب التحذير بلغة أجنبية ، بحيث لا يمكن
للمستهلك من التعرف على مضمونه ، لذلك يجب على المحترف (المنتج) أن يكتب
البيانات الأساسية لمنتجاته والتحذير من مخاطرها إضافة إلى لغة بلد الإنتاج ولغة البلد الذي
ستصدر إليه هذه المنتجات بعدد من اللغات الأجنبية الشائعة الاستعمال والانتشار في العالم
كالإنجليزية مثلاً ، وهذا لتواجد كثير من الأجانب في كثير من الدول لأغراض مختلفة ممن
لا يجيدون لغة الدول التي يتواجدون فيها .

ولقد حرص المشرع الفرنسي على النص صراحة على ذلك بالنسبة للسلع الغذائية
التي تطرح للتداول في فرنسا ، حيث أوجب كتابة جميع البيانات الإلزامية التي ورد النص
عليها في المرسوم رقم 937/72 الصادر في 12 أكتوبر 1972 باللغة الفرنسية أياً كان بلد
الإنتاج ، ثم عمم هذا الحكم على جميع أنواع السلع والخدمات بمقتضى القانون رقم
1349/75 المؤرخ في 31 ديسمبر 1975 والخاص باستعمال اللغة الفرنسية ، وهكذا اعتبر
القضاء الفرنسي أن التحذير لا يكون واضحاً إذا حرر بلغة أجنبية لا يفهمها من وجهت إليه.
أما بالنسبة للمشرع الجزائري فلقد اشترط بالنسبة لوسم كل أنواع المنتجات أن تشتمل
على بيانات ظاهرة وسهلة القراءة وغير قابلة للمحو ومكتوبة باللغة الوطنية وبلغة أخرى
يفهمها المستهلك ، مع العلم أن اللغة الوطنية هي اللغة العربية طبقاً للقانون رقم 05/91
المؤرخ في 16 جانفي 1991 المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية ، حيث نصت المادة 21
منه على مايلي: " تطبع باللغة العربية وبعده لغات أجنبية الوثائق والمطبوعات والأكياس

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص. 643.

والعلب التي تتضمن البيانات التقنية وطرق الإست التي تتعلق على وجه الخصوص بما يأتي : - الد المنتجات الخطيرة - أجهزة الإطفاء والإنقاذ ومكافحه الجواح - على ان نحون الحسابه باللعه العربية بارزة في جميع الحالات ."

وأضافت المادة 22 من نفس القانون على مايلي : « تكتب باللغة العربية الأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والبضائع والخدمات وجميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة أو المسوقة في الجزائر ، يمكن استعمال لغات أجنبية استعمالا تكميليا ، تحدد كفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم ¹ .»

ج- أن يكون التحذير لصيق بالمنتوج : إن التحذير لا يحقق الهدف المنشود من ورائه إلا إذا كان لصيقا بالمنتوجات ملازما لها وغير منفصل عنها حتى يتمكن المستهلك من الإنتباه إلى الأخطار كلما أقدم على استعمالها ، فإذا كان المنتج يتمثل في جهاز أو آلة فإنه يجب كتابة التحذير على جسمها مباشرة أو على قطع معدنية تثبت عليها.

أما إذا كان المنتج يتمثل في الأطعمة أو مواد التنظيف أو من المنتوجات السائلة كالمشروبات أو الأدوية التي يتطلب وضعها في عبوات فإنه يجب كتابة التحذير على هذه العبوات نفسها كالأنابيب أو الزجاج ، وإذا كانت هذه العبوات توضع في أغلفة خارجية فيجب كتابة التحذير على الغلاف الخارجي أيضا ، وعليه يجب أن يكون التحذير على العبوة ذاتها وعلى غلافها الخارجي أيضا دون أن يغني أحدهما عن الآخر ، لأن المستهلك قد يفقد أو يتلف الغلاف الخارجي لسبب من الأسباب.

ويجب أن لا ينفصل التحذير عن المنتج لأنه لا تكون له الفائدة المرجوة إذا كان على ورقة منفصلة أو تضمنته نشرة مطبوعة وزعت على العملاء وهذا بسبب احتمال ضياع مثل هذه الورقة أو النشرة بعد أول استعمال للمنتوج ، كما أن هذه النشرة أو الورقة قد تتعرض للتلف ، لذلك قضي بعدم فائدة التحذير الموجه إلى المستهلك في المستندات المصاحبة للتسليم ² .

¹ - مداخلة متعلقة بوسم المواد الغذائية، مقال صادر عن المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، وزارة التجارة، صادر بتاريخ 20 مارس 2008، ص.01.

² - Cass.Com., 06 Mars 1975, Dalloz., 1975 , Note PH. Malinvaud., p.124.

وتجدر الملاحظة إلى أنه بالرغم من اتفاق

بالمنتوج نجد أن المشرع الجزائري جعل هذا الأم

من المرسوم التنفيذي رقم 366/90 السالف الذكر بقولها: « يمكن ان تطبع البيانات المذكورة في المادة 05 أعلاه مباشرة على التغليف نفسه¹»، ومن هذا النص القانوني يتبين بأنه يمكن إدراج البيانات على ورقة منفصلة عن المنتوج أو إدراجها في كتيب يرفق بالمنتوج .

د- أن يكون التحذير **ظاهرا** : يجب على المحترف سواء تمثل في المنتج أو

الصانع أن يميز البيانات المتعلقة بالتحذير من أخطار المنتوج عن غيرها من البيانات المتعلقة بمكونات المنتوج وخصائصه وكيفية استعماله ، بحيث يكون التحذير مكتوب بشكل ملفت لانتباه المستهلك لهذا المنتوج ، كأن تكون بيانات التحذير مكتوبة بلون مختلف ومتميز عن اللون الذي يستعمل في كتابة البيانات الأخرى أو باستعمال حروف طباعة مختلفة الشكل أو كبيرة الحجم².

الفرع الثاني

نطاق الإلتزام التعاقدى بالإعلام ووسائل تنفيذه

1- نطاقه : إن نطاق التزام المحترف بالإعلام واسع جدا فهو يشمل بالإضافة

إلى الأشياء أو المنتوجات مهما كانت طبيعتها ، مجال الخدمات التي تكتسي أهمية بالغة في وقتنا المعاصر والتي لا تقل أهمية عن المنتوجات وهذا ما جعل المشرع الجزائري يستعمل عبارة الخدمات بجانب عبارة المنتوجات .

ونظرا لتعدد المنتوجات فإنه لا يمكن حصرها سواء تعلق الأمر بالمنتوجات المعقدة ، أو التي تمثل تكنولوجيا معينة وخاصة في مجال الإعلام الآلي ، أو المنتوجات الخطيرة ، أو المنتوجات الحديثة، أو المنتوجات الأخرى بمختلف أنواعها: (كالمنتوجات الغذائية-

¹ - ج. ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1586.

² - قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص.11.

التي تمثل أهمية بالغة بالنسبة للمستهلك نظرا للأضرار التي قد تسببها من خلال استعمالها ،
مع العلم أن باقي المنتجات الأخرى لا تقل أهمية في مجال الإعلام .

وتتمثل هذه المنتجات في: **المنتجات الخطيرة (أ-1)** ، **والمنتجات المعقدة (أ-2)**
إلا أنه يجدر بنا قبل ذلك أن نقوم بتعريف **المنتجات (أ)** ، أما فيما يخص الخدمات
فسنتطرق إلى دراستها فيما بعد **(ب)** ، مع ذكر أنشطة عنها .

(أ) - تعريف المنتجات : يقصد بالمنتج حسب نص المادة 02 من المرسوم
التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش¹ : « كل شيء منقول مادي ، يمكن
أن يكون موضوع معاملات تجارية ».
وتضيف المادة 02 من الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 المتعلق بالعلامات²
على أن السلعة هي : « كل منتج طبيعي ، أو زراعي ، أو تقليدي ، أو صناعي ، خاما
كان أو مصنعا » .

وعليه فإن المنتج يشمل كل المنقولات المادية³ ولا يقتصر على الأشياء التي تهلك
بأول استعمال لها كالأغذية ، وإنما يشمل أيضا المنتجات التي تهلك بمرور الزمن ،
كالسيارات والآلات الكهرومنزلية ، بل قد يمتد المنتج ليشمل كذلك الإجراءات أو الوظائف
أو الطرق وهذا وفقا لما نصت عليه المادة 02 فقرة 11 من قانون 04/04 المتعلق

¹ - ج.ر المؤرخة في 31 يناير 1990، العدد 05، ص.203. مع الإشارة أن م.ت رقم 39/90 المذكور أعلاه تم تعديله
بموجب م.ت رقم 315/01 المؤرخ في 16/10/2001. ج.ر المؤرخة في 21-10-2001، العدد 61، ص.11.
² - ج.ر المؤرخة في 23 يوليو 2003، العدد 44، ص.22.
³ - وبهذا يخرج من مفهوم المنتج المنقولات المعنوية، كحقوق المؤلف وبراءات الاختراع .

بالتقييس¹ بقولها : « المنتج كل مادة أو مادة

وظيفة ، أو طريقة «، وتعرف المادة 02 فقر

السالف الذكر **المنتج**² بأنه : « كل ما يقتنيه المستهلك من منتج مادي أو خدمة ».

والملاحظ أن هذه المادة وسعت من مفهوم المنتج بحيث أضافت عنصر الخدمة ، وهذا ما أكدته أيضا المادة 02 من القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك التي نصت على أن : " كل منتج سواء كان شيئا ماديا أو **خدمة** مهما كانت طبيعته ، يجب أن يتوفر على ضمانات ضد كل المخاطر...".

ونجد أن المشرع الجزائري وفقا للمادتين المذكورتين أعلاه يعتبر أن الخدمة تدخل ضمن المنتج ، إلا أن هذا الغموض يجعلنا نتساءل: **هل المنتج والخدمة عنصران مختلفان ؟ أم أن المنتج يضم المنتج المادي والخدمة ؟ .**

يرى بعض الفقه³ أن المنتج وفقا للقانون الجزائري يشمل المنقول المادي والخدمة المقدمة للمستهلك ، كما أنه ينصرف إلى المنتجات الصناعية دون استثناء للمواد الأولية والزراعية.

ولقد نصت أيضا المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 254/97 المؤرخ في 1997/07/08 المتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة ، أو التي تشكل خطرا من نوع خاص أو إستيرادها⁴ على أنه يقصد **بالمنتج الاستهلاكي** : " المنتج النهائي الموجه للاستعمال الشخصي للمستهلك" ، ولقد أضافت الفقرة 02 من نفس المادة على أنه: " لا تعتبر المواد المستعملة في إطار نشاط مهني كمنتجات استهلاكية " ، وبالتالي فإن المنتج

¹ -ج.ر المؤرخة في 23 جوان 2004، العدد 41، ص.17.

² -- إن التوجيه الأوروبي رقم 374/85 المؤرخ في 1985/07/25 المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة الذي أعطى فرصة للدول الأعضاء مهلة إلى غاية 30 جويلية 1988 لنقله إلى القوانين الداخلية ، عرف في مادته الثانية **المنتج** بأنه:«كل مال منقول، حتى وإن كان مرتبطا بعقار، فيما عدا المواد الأولية الزراعية، ومواد الصيد». « Tout bien meuble , même s'il est incorporé dans un immeuble , à l'exception des matières premières agricoles et des produits de la chasse ».

ويلاحظ أن هذه المادة استبعدت المواد الأولية الزراعية ومواد الصيد والعقارات من المنتجات .
* أما التشريع الفرنسي وطبقا للقانون رقم 389/98 الصادر في 19 ماي 1998 المتعلق بالمسؤولية عن فعل المنتجات المعيبة الذي تضمن المادة 1386 بفقراتها الثمانية عشر ، فلقد نصت الفقرة 03 من نفس المادة على أنه : « يعد منتجا كل مال منقول، حتى وإن ارتبط بعقار، ويسري هذه الحكم على منتجات الأرض، وتربية المواشي والدواجن والصيد البحري، وتعتبر الكهرباء منتجا ». ويلاحظ على النص الفرنسي أنه اعتبر المواد الزراعية والصيد البحري منتجاتا بخلاف نص التوجيه الأوروبي الذي إستثنى هذه المواد، إلا أنهما يتفقان على اعتبار المنتج مال منقول .

³ - قادة شهيدة، المرجع السابق، ص.35.

⁴ -ج.ر المؤرخة في 09 يوليو 1997، العدد 46، ص.22.

الاستهلاكي يحدد مجال تطبيقه في المنتجات وبالتالي يستبعد من نطاقه ما يستهلكه المهنيون من

وتجدر الإشارة إلى أن المشرع الجزائري **يميز بين المنتج والإنساج** ، بحيث نص في المادة 02 فقرة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، المعدل والمتمم على أنه يقصد **بالإنتاج**: « جميع العمليات التي تتمثل في تربية المواشي والمحصول الفلاحي ، والجني والصيد البحري ، وذبح المواشي ، **وصنع منتج ما** ، وتحويله ، وتوضيبيه ، ومن ذلك خزنه في أثناء صنعه وقبل أول تسويق له »، مما يعني أن فكرة الإنتاج تختلف عن فكرة المنتج.

وطبقا لهذه التعريفات الخاصة بالمنتج فإن العقار مستثنى صراحة من مفهوم المنتج ماعدا العقار بالتخصيص فإن المشرع الجزائري اعتبره بمثابة منتج وذلك وفقا للتعديل المتضمن القانون المدني¹، حيث جاء في نص المادة 140 مكرر فقرة 02 مايلي : « يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار ، لا سيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات والصناعة الغذائية والصيد البري والبحري والطاقة الكهربائية ».²

وتضيف المادة 02 فقرة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المعدل والمتمم بأن **البضاعة** يقصد بها : « كل منقول يمكن وزنه أو كيله أو تقديره بالوحدة ويمكن أن يكون موضوع معاملات تجارية »، ومن خلال هذا التعريف يتضح بأن مفهوم المنتج أوسع من مفهوم البضاعة .

(أ-1) - **المنتجات الخطيرة** : إن حماية المستهلك من المنتجات الخطيرة يتطلب تدخل المشرع بقواعد أمره تلقى على عاتق المحترفين ، ومن بين هذه القواعد وجوب إعلام المحترف للمستهلك بالبيانات الضرورية المتعلقة بالمنتج الخطير لتفادي الأضرار التي قد تنتج من خلال استعماله.

¹ - أنظر القانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005، يعدل ويتم الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والتضمن القانون المدني، ج.ر المؤرخة في 26 يونيو 2005، العدد 44، ص.24. المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، ج.ر المؤرخة في 13 ماي 2007، العدد 31، ص.03.

² - إن المادة 140 مكرر ق.م.ج اعتبرت الطاقة الكهربائية منتوجا بالرغم من أن هذه المادة تعتبر مال منقول معنوي ، وذلك على خلاف م.ت رقم 39/90 في مادته 02 الذي اعتبر المنتج منقول مادي .

وتنقسم المنتجات الخطيرة إلى: **منتجات**

تنشأ خطيرة منذ صنعها أو إنتاجها حتى تحقق الغ

للاشتعال والمواد السامة والأسلحة النارية والمنفجرات ... الح، كما ان هناك **منتجات**

تصبح خطيرة بسبب تدخل بعض الظروف أو العوامل الخارجية ، مثل تخمر زجاجة

العصير بفعل الحرارة أو أشعة الشمس مما يؤدي إلى انفجارها في يد المستهلك وأيضا

هناك **منتجات خطيرة بسبب استعمالها** : لأن تشغيلها يتطلب القيام بأعمال معقدة مما

يضيف عليها صفة الخطورة ، كبعض الأجهزة الكهربائية، وفي هذا الصدد أصدرت محكمة

النقض الفرنسية حكما يقضي بمسؤولية المحترف (بائع خلاط كهربائي -

MALAXEUR -) لعدم إعلامه المستهلك بكيفية الاستعمال ، مما جعل المنتج خطيرا

بسبب استعماله¹.

وبالرجوع إلى التشريع الجزائري فإن المشرع وضع قواعد هامة من أجل تقادي

أخطار المنتجات والوقاية منها بحيث أنه اشترط في بعض الحالات وجوب حصول

المحترف على **ترخيص مسبق** من أجل عرض المنتج (أ-1-1) وأحيانا وضع قواعد

تحظر كليا عرض المنتج (أ-1-2) .

أ-1-1 : قاعدة الترخيص المسبق : إن المحترف لا يمكنه عرض المنتج

للاستهلاك إلا بعد الحصول على رخصة من الإدارة المختصة ، مع الإشارة إلى أن قاعدة

الترخيص المسبق تسري فقط على بعض المنتجات الخطيرة على الصحة كالمواد السامة

والمنتجات الصيدلانية والمنتجات الحيوانية والمنتجات النباتية وهو ما سيتم دراسته

على النحو التالي :

• **المنتجات ذات الطابع السام أو التي تنطوي على خطر من نوع خاص** : لقد

نصت المادة 16 من القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على أن

بعض المواد ونظرا للأخطار الناتجة عنها فإنه يجب أن يرخص بها قبل إنتاجها أو صنعها

¹-Cass. Civ, 22 Avril 1959, Bull Civ 1959.I.n ° 209.

الأول ، وأضافت الفقرة الثانية من نفس المادة
المنتجات المنصوص عليها في الفقرة السابقة وك

ولقد أشار الملحق الأول من القرار الوزاري المسترك السالف الذكر إلى قائمة
المنتجات الاستهلاكية ذات الطابع السام والتي تشكل خطر من نوع خاص²، ومن بين هذه
المواد نذكر: محاليل التنظيف (المواد المزيل للبقع... الخ) ، مواد لمكافحة الطفيليات
الضارة ذات الاستعمال المنزلي لا سيما مكافحة الأعشاب الضارة، مبيد الحشرات، الفئران ،
الفطريات والعث ، السوائل ، الغبرة ، الرغوة و المواد الأخرى للإطفاء... الخ³.

أما الملحق الثالث من القرار الوزاري المشترك فقد اشتمل على قائمة المواد الكيماوية
المنظم استعمالها في صنع المواد الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع
خاص⁴، وبالنسبة للملحق الثاني من القرار الوزاري المشترك فإنه يتعلق بقائمة المواد
الكيماوية المحظورة استعمالها في صنع المواد الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل
خطرا من نوع خاص⁵.

ولقد منعت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 254/97 المذكور سابقا من صنع
واستيراد وتوزيع كل منتج استهلاكي يحتوي على مادة أو أكثر من المواد الكيماوية
المحظور استعماله، أما بالنسبة للسلطة المختصة بمنح الترخيص المسبق المتعلق بصنع أو
استيراد المواد السامة فيعود إلى وزير التجارة ، حيث يقوم هذا الأخير بتسليم هذه الرخصة
بعد استشارة مجلس التوجيه العلمي والتقني للمركز الجزائري لمراقبة النوعية والرمز.

¹ - أنظر م.ت رقم 254/97 المؤرخ في 08 يوليو 1997 المتعلق بالرخصة المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل
خطرا من نوع خاص واستيرادها. ج.ر المؤرخة في 09 يوليو 1997، العدد 46، ص.21. وانظر كذلك إلى القرار
الوزاري المشترك المؤرخ في 28 ديسمبر 1997 الذي يحدد قائمة المنتجات الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل
خطرا من نوع خاص وكذا قوائم المواد الكيماوية المحظورة استعمالها في صنع هذه المنتجات، ج.ر المؤرخة في 29
مارس 1998، العدد 18، ص.30.

² - أنظر المادة 02 من القرار الوزاري المشترك السابق الذكر.

³ - لمعرفة قائمة كل المواد الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص أنظر القسم الأول والقسم
الثاني من الملحق الأول الموجود بالقرار الوزاري المشترك. ج.ر المؤرخة في 31 مارس 1998 ، العدد 18، ص.31.

⁴ - أنظر الملحق الثالث من القرار الوزاري المشترك. ج.ر المؤرخة في 31 ديسمبر 1998، العدد 18، ص.35 و36
و37. فمثلا إن المقدار الأقصى المقبول من المادة الكيماوية التي تسمى - بالباريوم- لصنع الأدوات المدرسية من مادة
بلاستيكية هو 500 مغ/كغ ، وبالنسبة لمنتوج حبر الأقلام اللبادية فإن المقدار الأقصى المقبول بالنسبة لمادة الباريوم هو
250 مغ/كغ .

⁵ - ج.ر المؤرخة في 31 مارس 1998، العدد 18، ص.32 و33 و34.

وعليه يجب على المحترف الذي يرغب في

عن طريق البريد إلى مديرية المنافسة والأسعار

06 من المرسوم التنفيذي رقم 254/97 السالف الذكر ، مع الإشارة إلى انه بصور

المرسوم التنفيذي رقم 409/03 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003 الذي يتضمن تنظيم

واختصاصات وعمل المصالح الخارجية لوزارة التجارة ، قد تم تقسيم المصالح الخارجية

لوزارة التجارة إلى : المديرية الجهوية للتجارة والمديريات الولائية للتجارة وهذه الأخيرة

قد حلت محل مديريات المنافسة والأسعار²، مع الإشارة إلى أن تسلم المحترف لوصول

الإيداع لا يقوم في أي حال من الأحوال مقام الرخصة المسبقة³.

وإضافة إلى ما سبق ذكره فإنه يقع على صانعي بعض المواد السامة - (المنتجات

السامة المحددة في الجزء الأول من القرار الوزاري المشترك) - الإلتزام بإيداع قائمة

مكوناتها كاملة في مراكز مكافحة التسمم التابعة لوزارة الصحة والسكان وذلك في ظرف

مسجل مختوم بالشمع.

أما بالنسبة للمحترف المستورد الذي تعذر عليه إيداع هذه القائمة فإنه يكون ملزما بتقديم

شهادة تثبت أن الممون قد أودع قائمة المكونات الكاملة للمنتج لدى مراكز مكافحة التسمم

في البلد المصدر أو البلد الأصلي⁴.

• **المنتجات الصيدلانية** : يقصد بمفهوم المواد الصيدلانية طبقا لنص المادة 169 من

قانون 13/08⁵ المؤرخ 20 يوليو 2008 الذي يعدل ويتمم القانون رقم 05/85 المؤرخ في

16 فبراير 1985 والمتعلق بحماية الصحة وترقيتها بأنها تشمل : " الأدوية ، الكواشف

البيولوجية ، المواد الكيميائية الخاصة بالصيدليات ، والمنتجات الغلينية، ومواد التضميد،

والنوكلويد الإشعاعي وهو النظير الإشعاعي، الإضمامة¹ السلف² ، وكل المواد الأخرى

الضرورية للطب البشري".

¹ - لمعرفة الشروط الواجب توافرها في ملف طلب الرخصة، انظر المادة 07 من م.ت رقم 254/97 السالف الذكر .

² - أنظر المادة 02 من م.ت رقم 409/03 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003، ج.ر المؤرخة في 09 نوفمبر 2003، العدد 68، ص.13.

³ - أنظر المادة 06 ف 03 من م.ت رقم 254/97 المذكور سابقا، ص.22.

⁴ - أنظر المواد من 03 إلى 06 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 ديسمبر 1997 المذكور آنفا.

⁵ - ج.ر المؤرخة في 03 أوت 2008، العدد 44، ص.03.

وبما أن الأدوية تعتبر من المنتجات الخطير

يحسن استعمالها وخاصة إذا تناولها بدون وصفة

أحيانا وهذا ما يجعلنا نتطرق إلى تعريفها وإلى ذكر أنواعها، ثم نعرض على الادوية البيطرية.

* **تعريف الأدوية** : لقد نصت المادة 170 من القانون رقم 13/08 المعدل والمتمم للقانون رقم 05/85 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها على مجموعة من المواد والمستحضرات وغيرها من المنتجات تعتبر كلها أدوية ومنها: « كل مادة أو تركيب يعرض لكونه يحتوي على خاصيات علاجية أو وقائية من الأمراض البشرية أو الحيوانية ، وكل المواد التي يمكن تقديمها للإنسان أو الحيوان ، قصد القيام بالتشخيص الطبي أو استعادة وظائفها العضوية أو تصحيحها و تعديلها، كل مستحضر وصفي يحضر فوريا في صيدلية تنفيذا لوصفة طبية ، كل منتج ثابت مشتق من الدم ، كل مركز تصفية الكلى أو محاليل التصفية الصفاقية ، الغازات الطبية ...الخ³.

وتضيف المادة 171 من نفس القانون على أنه يدخل في حكم الأدوية أيضا مايلي :

- مواد النظافة ومنتجات التجميل التي تشتمل على مواد سامة بمقادير وكثافة تفوق ما يحدده بقرار وزير الصحة - منتجات التغذية الحميوية التي تحتوي على مواد غير غذائية تمنحها خاصيات مفيدة للصحة البشرية- الجسيمات المعدلة وراثيا أو جسيمات تعرضت لتعديل غير طبيعي طراً على خصائصها الأولية بإضافة جين واحد على الأقل أو حذفه أو تعويضه والتي تستعمل في العلاج أو إنتاج الأدوية أو اللقاحات".

* **أنواع الأدوية⁴** : هناك عدة أنواع من الأدوية نذكر من بينها :

- **المستحضرات الوصفية للأدوية** : وهي الأدوية التي تحضر من طرف الصيدلي في صيدلية بناء على وصفة طبية تحدد فيها المقادير وتخص مريضاً محدداً.

¹ - يقصد بالإضمامة كل مستحضر ناتج عن إعادة تشكيل أو تركيب مع نوكليدات إشعاعية في المنتج الصيدلاني النهائي.

² - يقصد بالسلف كل نوكليد إشعاعي يسمح بالوسم المشع لمادة أخرى قبل تقديمها للإنسان.

³ - أنظر المادة 170 من القانون رقم 13/08 السالف الذكر.

⁴ - قلوب الطيب، المرجع السابق، ص.77.

- **المستخلصات الجاهزة للأدوية** : وهي الأدوية

يمكن للصيدلي شراؤها بدون تعبئة ثم يقوم بتوضيب

- **المواد الصيدلانية الخاصة** : وهي الأدوية التي تباع في الصيدليات جاهزة مسبقا، ولقد

عرفتها المادة 172 من القانون رقم 05/85 السالف الذكر المعدل والمتمم على أنها: «كل

دواء يحضر مسبقا ويقدم حسب توضيب خاص ويميز بتسمية خاصة¹ ، يوصف بأنه

اختصاص صيدلاني» .

- **المنتوج الصيدلاني النوعي** : يقصد بالمنتوج الصيدلاني النوعي طبقا لنص المادة 04

من المرسوم التنفيذي رقم 284/92 المؤرخ في 06 جويلية 1992 المتعلق بتسجيل

المنتوجات الصيدلانية² على أنه: « كل مستحضر طبي يماثل تركيبه في الأساس منتوجا

صيدلانيا سبق تسويقه في التراب الوطني وتم تسجيل معايرة من الشكل الصيدلاني نفسه

على الأقل ، وفقا لأحكام هذا المرسوم ، ولم يشر إلى تحسن علاجي بالقياس إلى الدواء

المرجعي».

ولقد أوجب المشرع الجزائري على المؤسسة التي تريد إنتاج و/أو توزيع منتجات

صيدلانية واستغلالها الحصول على **ترخيص مسبق** من الهيئة المختصة وهذا ما أشارت إليه

المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 285/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992³ ، يتعلق

برخص استغلال مؤسسة لإنتاج المنتجات الصيدلانية و/أو توزيعها، أما بالنسبة للهيئة

المختصة بمنح الترخيص : فإذا كان الأمر يتعلق برخصة إنتاج المواد الصيدلانية فإنها تمنح

من طرف وزير الصحة ، أما إذا تعلق الأمر برخصة التوزيع للمواد الصيدلانية فيمنحها

¹ - لقد نصت المادة 03 من م.ت رقم 284/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992 يتعلق بتسجيل المنتجات الصيدلانية المستعملة

في الطب البشري على مايلي: " تكون التسمية الخاصة المنصوص عليها في المادة 172 من القانون رقم 05/85 المؤرخ في 16 فبراير 1985:- إما تسمية تجارية ،

- وإما التسمية المشتركة الدولية (ت.م.د) على النحو الذي اعتمده المنظمة العالمية للصحة ، متبوعة باسم الصانع. وعندما تكون التسمية الخاصة تسمية تجارية ، فإن التسمية المشتركة الدولية يجب أن تذكر بحروف بارزة تحت التسمية التجارية مباشرة .

يجب اختيار التسمية التجارية بحيث يمكن تفادي أي التباس في منتجات صيدلانية أخرى ، وعدم الوقوع في أي خطأ بشأن صفات المستحضر الطبي أو خصائصه".

² - ج.ر المؤرخة في 12 يوليو 1992، العدد 53، ص.1470.

³ - ج.ر المؤرخة في 12 يوليو 1992، العدد 12، ص.1466. لقد تم تعديل وتتميم هذا المرسوم بموجب م.ت رقم 114/93 المؤرخ في 12 ماي 1993. ج.ر المؤرخة في 16 ماي 1993، العدد 32، ص.08.

والي المنطقة التي تقام فيها مؤسسة التوزيع¹، ووافق من لجنة مركزية تتصب لدى وزير الصحة ولائية بالنسبة إلى مؤسسات التوزيع².

* **الأدوية البيطرية** : لا يمكن للمحترف صناعة الأدوية البيطرية وعرضها للإستهلاك إلا بعد الحصول على ترخيص يمنحه وزير الفلاحة وذلك بعد التأكد من أن المحترف لديه المحل والأدوات الصناعية والأجهزة العلمية الملائمة ، ولديه كذلك أساليب الصناعة ومناهج المراقبة التي تضمن جودة المنتجات المصنوعة ، ويبقى للجنة المكلفة بدراسة الملف أن تقترح على وزير الفلاحة منح الترخيص للمحترف الذي يعطيه الحق في التحضير الصناعي للأدوية³.

أما بالنسبة لرخصة تسويق الأدوية البيطرية فإنه يجب أن يرسل الطلب في 03 نسخ إلى وزير الفلاحة ، ويجب أن يتضمن الطلب بعض المعلومات كاسم المسؤول عن التسويق والتركيبة النوعي للدواء البيطري ومحتوى الأصناف المخصصة للبيع ، وبعد دراسة الملف يمنح وزير الفلاحة رخصة التسويق .

• **المنتجات الحيوانية** : إن المادة 75 من قانون 08/88 المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية تمنع استيراد الحيوانات أو المنتجات ذات المصدر الحيواني التي يمكن أن تتسبب في انتشار أمراض معدية للإنسان أو الحيوان ، ولا يمكن للمحترف المستورد أن يقوم بعملية الاستيراد إلا بعد تحصله على شهادة صحية تعتبر بمثابة ترخيص صحي يسلم من قبل السلطة البيطرية الوطنية⁴ .

ولقد نصت المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 452/91 إلى الحيوانات والمنتجات الحيوانية الخاضعة للتفتيش الصحي البيطري عند الحدود ، وكل هذه المنتجات تخضع

¹ - أنظر المادة 02 من م.ت رقم 285 /92 السالف الذكر .

² - أنظر المادة 02 ف02 من م.ت رقم 285/92 السالف الذكر .

³ - أنظر المادة 46 من القانون رقم 08/88 المؤرخ في 26 يناير 1988 المتعلق بنشاطات الطب البيطري وحماية الصحة الحيوانية، ج.ر المؤرخة في 27 يناير 1988، العدد 04، ص.124. وانظر إلى المادة 05 من م.ت رقم 240/90 المؤرخ في 04 أوت 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابته، ج.ر المؤرخة في 08 أوت 1990، العدد 33، ص.1077.

⁴ - إن المادة 76 من قانون 08/88 أحالت إلى التنظيم تحديد قائمة الحيوانات والمنتجات الحيوانية الخاضعة لنظام الشهادة الصحية، ويتعلق الأمر ب م.ت رقم 452/91 المؤرخ في 16 نوفمبر 1991 المتعلق بالمفتشيات البيطرية عند الحدود ، ويجب أن تشير إلى أن هذا المرسوم يستعمل مصطلح الإعفاء الصحي عند الاستيراد بدل الشهادة الصحية .

لنظام الإعفاء الصحي ، ويتعلق الأمر على الخص ، اللحوم ، الألبان ومشتقاتها ، البيض ، العسل ،

الحيوانات الأليفة والمنتجات الحيوانية المعالجة أو المحولة مهما كان العرض منها والاعديه
المركزة المخصصة لتغذية الأنعام تكون غير معنية بنظام الإعفاء الصحي ، وتخضع فقط
للتفتيش البيطري عند الحدود. وهذا ما أشارت إليه المادة 05 من المرسوم السالف الذكر.

• **المنتجات النباتية :** إن النباتات والمنتجات النباتية¹ المسموح باستيرادها يجب أن
تكون مصحوبة عند دخولها التراب الوطني **بشهادة الصحة النباتية** تسلمها المصالح الرسمية
في البلد الأصلي² ، ويكون مطابقا للنموذج الذي أعدته الاتفاقية الدولية³ الخاصة بحماية
النباتات وتكون الشهادة محررة باللغة الوطنية (العربية) أو بلغة أجنبية (الفرنسية أو
الإنجليزية).

ولقد تم تحديد المنتجات النباتية الخاضعة لنظام شهادة الصحة النباتية **بالملحق الثاني**
من المرسوم التنفيذي رقم 285/93 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 المنظم لمراقبة الصحة
النباتية على الحدود ويتعلق الأمر بالنباتات الحية ومنتجات الأزهار والخضروات والدرنات
الغذائية (البطاطس، البصل، الثوم) في الحالة الطازجة أو المتلجة، وبثمار الأكل (التمور
الطازجة والجافة ، الحمضيات ، العنب) وبالحبوب (القمح ، الأرز) وأخيرا بالأخشاب
ومصنوعات الأخشاب.

أما بالنسبة للإعفاءات فإن المادة 18 من قانون 17/87 المؤرخ في 01 أوت 1987
المتعلق بحماية الصحة النباتية تعفي الفواكه والنباتات المخصصة للزخرفة التي تستورد
بطريق البريد أو يجلبها المسافرون للاستعمال الشخصي والتي لا يمكن أن تتجاوز 20كغ

¹ - يقصد بالنباتات كل نباتات حية، وأجزاء حية من النباتات بما فيها ذلك الفواكه والبيذور، أما المنتجات النباتية فهي كل
المنتجات ذات الأصل النباتي وغير المحولة أو تلتقت تحولا بسيطا مثل الطحن والضغط والتجفيف والتخميد. راجع المادة
02 ف 02 و 03 من القانون 17/87 المؤرخ في 01 أوت 1987 المتعلق بحماية الصحة النباتية. ج.ر المؤرخة في 05
أوت 1987، العدد 32، ص.1228.

² - أنظر المادة 05 من م.ت رقم 285/93 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 المنظم لمراقبة الصحة النباتية على الحدود ،
ج.ر المؤرخة في 28 نوفمبر 1993، العدد 78، ص.20.

³ - راجع المرسوم رقم 2123/85 المؤرخ في 07 ماي 1985 المتضمن انضمام الجزائر للاتفاقية الدولية لحماية النباتات
الموقعة بروما، ج.ر المؤرخة في 15 ماي 1985، العدد 21، ص.658.

حيث تقبل هذه المنتوجات النباتية بدون إحضار
الأجسام الضارة في البلد الأصلي.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

وفضلا عن ذلك فإن المادة 16 من القانون رقم 17/87 المذكور أعلاه تلزم المحترف المستورد للنباتات والمنتوجات النباتية والأجهزة النباتية وغيرها من الموارد التي يمكن أن تنقل أجساما ضارة على امتلاك رخصة تقنية للاستيراد¹، التي تسلمها السلطة المختصة في الجزائر وتتمثل في وزير الفلاحة الذي يقوم بتحديد المنتوجات الخاضعة لهذه الرخصة .

أ-1-2 قاعدة المنع: إن هذه القاعدة تهدف إلى حماية المستهلك سواء تعلقت هذه الحماية بصحته وأمنه ، أو بمصالحه الاقتصادية ، لذلك نجد أن المشرع الجزائري قيد حرية المحترف في عرض أي منتج أو خدمة ، وكمثال على ذلك منع الإتجار في المخدرات واستهلاكها بأحكام أمرة² ، وكذلك منع الأنشطة المتعلقة بالنشر المخل بالأداب العامة³ ، وهذا كله من أجل حماية الصحة والنظام العام وتقادي أخطار المنتوجات والخدمات المشبوهة وهي التي لا يمكن التأكد من سلامتها للاستهلاك أو التي ما زال الجدل حول أمنها قائما في الوسط العلمي.

والملاحظ أن القانون الجزائري نص على قاعدة المنع بالنسبة للنباتات المعدلة وراثيا وهذا ما أشارت إليه المادة الأولى من القرار المؤرخ في 24 ديسمبر 2000⁴ التي منعت استيراد وإنتاج وتوزيع وتسويق واستعمال المادة النباتية المغيرة وراثيا. وإضافة إلى هذا القرار فإن الجزائر قامت بالمصادقة على بروتوكول قرطا جنة بشأن السلامة الإحيائية¹ الموقع في إطار الاتفاقية الدولية بشأن التنوع البيولوجي² والذي يسمح

¹ -أنظر على سبيل المثال القرار المؤرخ في 08 نوفمبر 1995 الذي يخضع درنات البطاطا للرخصة التقنية للاستيراد ويحدد الالتزامات الصحية النباتية الخاصة بهذا المنتج، راجع ج.ر المؤرخة في 04 أبريل 1996، العدد 23، ص.21.

² -أنظر المواد من 13 إلى 18 من القانون رقم 18/04 المؤرخ في 25 ديسمبر 2004 يتعلق بالوقاية من المخدرات والمؤثرات العقلية وقمع الاستعمال والإتجار غير المشروعين بها.ج.ر المؤرخة في 26 ديسمبر 2004، العدد 83، مشار إليه في قانون العقوبات، دار بلقيس للنشر، طبعة 2007، الجزائر، ص. 157 و158. وفي نفس المعنى راجع المادة 333 مكرر من القانون رقم 01/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 يتعلق بقانون العقوبات، ج.ر المؤرخة في 08 مارس 2006، العدد 14. ويجب أن نشير إلى أن هذا القانون تم تعديله وتنميمة بموجب القانون رقم 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 2006، العدد 84، ص.11.

³ -تنص المادة 35 من الدستور الجزائري لسنة 1996 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج.ر المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، العدد 63، ص.8. على ما يلي: " يعاقب القانون على المخالفات المرتكبة ضد الحقوق والحريات وعلى كل ما يمس سلامة الإنسان البدنية والمعنوية ".

⁴ -ج.ر المؤرخة في 07 يناير 2001، العدد 02، ص.79.

للدول التي تصادق عليه باتخاذ تدابير بخصوص
معدلة وراثيا المشتبه في تأثيرها على الصحة البش

(أ-2) - **المنتجات المعقدة**⁴ : نظرا للنفد العلمي والنظور الصناعي ، فإن معظم

الدول المتقدمة أحدثت قفزة نوعية في مجال المنتجات بمختلف أنواعها، الأمر الذي جعل
المستهلك يقف عاجزا أمام هذا الكم الهائل من المنتجات وعدم قدرته على معرفة كل
التقنيات العالية والمعقدة الخاصة بالمنتج الذي يقنتيه .

ومن أجل حماية المستهلك فإن المشرع فرض على المحترف أن يقدم لهذا الأخير
كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بالمنتج خاصة إذا تعلق الأمر بالمنتجات المعقدة كما هو
الشان بالنسبة للأجهزة الكهربائية و أجهزة الإعلام الآلي (الكمبيوتر)، ولقد أكد القضاء
الفرنسي بضرورة إعلام المحترف للمستهلك بكافة البيانات الضرورية ومنها البيان المتعلق
بكيفية الاستعمال، وإلا كان مسؤولاً⁵.

وينبغي أن تكون البيانات المقدمة للمستهلك بخصوص المنتج المعقد واضحة ومقروءة
وذلك باستعمال العبارات السهلة وتفادي استعمال العبارات المعقدة وغير المفهومة حت
يتسنى له معرفة المنتج واستعماله بطريقة سهلة هذا من جهة، وعدم وقوعه في لبس
وغموض من جهة أخرى .

ونذكر من بين المنتجات المعقدة جهاز الكمبيوتر الذي يلتزم فيه المحترف بأن يقدم
للمستهلك كافة المعلومات من أجل الاستعمال الصحيح وتحقيق الرغبة المشروعة للمستهلك،
كما أنه لا يقتصر التزام المحترف على تقديم البيانات فقط ، وإنما يمتد التزامه في هذه الحالة
إلى تقديم المساعدة الفنية إلى المستهلك⁶.

وفضلا عن ذلك فإن المنتج معقد الاستعمال قد يكون في نفس الوقت يتميز بالحدثة
- أي أنه من المنتجات الجديدة أو المبتكرة حديثا - وهو ما يجعل المستهلك يجهل

¹-أنظر المرسوم الرئاسي رقم 170/04 المؤرخ في 08 جوان 2004 المتضمن مصادقة الجزائر على بروتوكول قرطا جنة
حول السلامة الإحيائية المعتمد بمونتريال في 28 جانفي 2000. ج.ر. المؤرخة في 13 جوان 2004، العدد 38، ص.03.

²- أنظر المرسوم الرئاسي رقم 163/95 المؤرخ في 06 جوان 1995، المتضمن انضمام الجزائر إلى الاتفاقية الدولية
بشان التنوع البيولوجي الموقعة بريودي جانيرو في 05 جوان 1992.

³- قلوب الطيب، المرجع السابق، ص.73.

⁴ - يكون المنتج معقدا إذا كان من المنتجات دقيقة التركيب أو معقدة الإستعمال .

⁵-Cass.Civ, 1^{er} ch. 22 Avril 1959. Bull Civ, 1959. In° 209. p.176.

⁶- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، 2006، ص.74.

خصائص ومكونات هذا المنتج الجديد ، مما يج
الأخير بالبيانات الضرورية المتعلقة بكيفية الاست
يعلمه بمكوناته وخصائصه لتمكينه من الانتفاع الصحيح.

ونتيجة لذلك فإن المنتج سواء كان معقدا أو كان من المنتجات الحديثة فإن التزام
المحترف بإعلام المستهلك يبقى قائما طالما أن هذا الأخير يجهل المنتج المراد اقتناؤه .
(ب) - الخدمات : إن تقديم منتج للمستهلك قد يكون مرتبط بأداء خدمة¹ ، كما
أنه يمكن أن تكون الخدمة لاحقة لبيع منتج - كخدمة ما بعد البيع مثلا - وفي هذا الصدد
سنقوم بتعريف الخدمات (ب-1) ثم دراسة بعض الأنشطة عنها (ب-2) .

(ب-1) - تعريف الخدمات : لقد عرف الفقه الفرنسي² تأدية الخدمات بأنها " التزام
بتأدية عمل من دون تبعية والذي لا يكون محل إنشاء أو تنازل عن حق عيني" ، وبالرجوع
إلى نص المادة 02 فقرة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 المتعلق برقابة الجودة وقمع
الغش المعدل والمتمم فإنه يعرف الخدمة على أنها: " كل مجهود يقدم ماعدا تسليم منتج ولو
كان هذا التسليم ملحقا بالمجهود المقدم أو دعما له" ، في حين تعرف المادة 02 فقرة 04 من
الأمر رقم 06/03 المتعلق بالعلامات الخدمة بأنها " كل أداء له قيمة اقتصادية " ، وبالتالي
فإن عقود الخدمات تتميز بأنها تلك العقود التي يلتزم بمقتضاها أحد المتعاقدين بأداءه للطرف
الأخر خدمة قابلة للتقدير نقدا³.

(ب- 2) - أنشطة الخدمات : نظرا لأهمية الخدمات في الجزائر فقد نظمها
المشرع الجزائري بمجموعة من النصوص التشريعية والتنظيمية تتعلق بمختلف الخدمات
المقدمة للمستهلكين ، وبما أن أنشطة الخدمات متعددة ولا يمكن دراستها كلها فإن دراستنا
سنتركز على البعض منها في جانبها المتعلق بالالتزام مقدم الخدمة بإعلام الزبون أو المستهلك
عموما، ونذكر من بين هذه الخدمات : خدمة الفندقية - خدمة السياحة والأسفار - خدمة
التأمين - خدمة عقود الانتماء - الخدمات الذهنية (المحامي ، الموثق ، الطبيب ...) .

¹ - مثال ذلك، قطع الغيار الضرورية لإصلاح جهاز معين .

² - J. PIZZIO, Droit de la Consommation, ENCYC. D.1987, n° 480. p.52.

³ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.392.

(ب-2-1) - خدمة الفندقية¹ : يقص

من المرسوم التنفيذي رقم 46/2000 المؤرخ

المؤسسات الفندقية وسيرها وكذا كفيات استغلالها بانها: كل مؤسسه تمارس نشاطا فندقيا " وفيما يخص النشاط الفندقي فإنه كل استعمال من طرف الزبائن بمقابل للهيكل الأساسية الموجهة أساسا للإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة به.

ومن بين المؤسسات الفندقية نذكر الفنادق ، نزل الطريق (الموتيل) أو المحطة ، الإقامات السياحية ، النزل الريفية... الخ³.

ويقصد بعقد الفندقية طبقا لنص المادة 07 من القانون رقم 01/99 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقية بأنه : " كل عقد يلتزم بمقتضاه الفندقي الذي يمارس نشاطا بمقابل ، بإيواء الزبون مؤقتا دون أن يتخذ هذا الأخير الفندق مسكنا له ، والمحافظة على أمتعته التي يودعها في المؤسسة وتقديم خدمات إضافية له عند الحاجة مقابل موافقة الزبون على تعليمات النظام الداخلي ودفعه مبلغا تقدر قيمته حسب نوعية الخدمات " .

ويتبين من القانون رقم 01/99 المشار إليه أعلاه أنه يهدف إلى تحسين نوعية الخدمات الفندقية المقدمة إلى المستهلك⁴ ، مما يتعين على المحترف المستغل للمؤسسة الفندقية أن يعلم الزبون (المستهلك) بكل ما يتعلق بالخدمة المقدمة له لا سيما إعلامه بالنظام الداخلي⁵ للمؤسسة الفندقية الذي يجب أن يكون مكتوب بخط واضح وبعبارات سهلة يفهمها المستهلك ، وكذلك إعلامه بسعر الإيواء عن طريق التعليق بداخل كل غرفة حتى يتمكن المستهلك من الإطلاع عليها.

¹ - إن خدمة الفندقية ينظمها القانون رقم 01/99 المؤرخ في 06 يناير 1999 ، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقية، ج.ر المؤرخة في 10/01/1999 ، العدد 02 ، ص .04.

² - ج.ر المؤرخة في 05 مارس 2000 ، العدد 10 ، ص.03.

³ - لمعرفة المزيد حول أنواع المؤسسات الفندقية، أنظر المادة 03 من م.ت رقم 46/2000 السالف الذكر. ولمعرفة الأعمال الفندقية راجع م.ت رقم 12/85 المؤرخ في 26 يناير 1985 الذي يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها، ج.ر المؤرخة في 27 يناير 1985 ، العدد 05 ، ص.84. المعدل والمتمم بموجب م.ت رقم 101/92 المؤرخ في 03 مارس 1992 ، ج.ر المؤرخة في 08 مارس 1992 ، العدد 18 ، ص.552.

⁴ - تنص المادة 02 من القانون رقم 01/99 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقية السالف الذكر، على مايلي: " يهدف هذا القانون خاصة إلى : - حماية وتحديث وتطوير وترقية القطاع الفندقي - تحسين نوعية الخدمات الفندقية - وضع أخلاقيات مهنية وإرساء قواعد النشاط الفندقي " .

⁵ - أنظر المادة 21 من القانون رقم 01/99 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقية السالف الذكر .

والملاحظ أن الزبون قد لا يلتزم اتجاه الـ

بالغاء الحجز على أقصى تقدير وفقا لنص المواد

المذكور سابقا¹، مع الإشارة إلى أن الزبون يتعين عليه معرفة الاسعار وطرق تسديدها وعلى كل معلومة لها علاقة بالخدمات التي قد يطلبها من الفندقى ، هذا الأخير ملزم بتقديم كل هذه البيانات له²، كما يستطيع الفندقى إذا استحال عليه توفير الإيواء المتفق عليه للزبون بسبب وقوع حوادث طارئة أو يصعب تجاوزها أن يفسخ العقد الذي يربطه بالزبون على شرط أن يقوم بإعلامه مسبقا³.

(ب-2-2) - خدمة السياحة والأسفار: يقصد بعقد السياحة والأسفار طبقا

لنص المادة 14 من القانون رقم 06/99 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار⁴ بأنه: " كل اتفاق مبرم بين الوكيل⁵ والـزبون والمتضمن وصفا لطبيعة الخدمات المقدمة وحقوق والتزامات الطرفين خاصة فيما يتعلق بالسعر وإجراءات التسديد ومراجعة الأسعار المحتملة والجدول الزمني وشروط بطلان وفسخ العقد ".

ومن بين أهم الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والأسفار على وجه الخصوص ما يلي: - تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية - تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين داخل المدن والمواقع والآثار ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي - تنظيم نشاطات القنص والصيد البحري والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية والمؤتمرات والملتقيات المكملة لنشاط الوكالة أو بطلب من منظميها - وضع خدمات المترجمين والمرشدين السياحيين تحت تصرف السياح - الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها - النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر

¹ - تنص المادة 33 من القانون رقم 01/99 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة على ما يلي: " لا يلتزم الزبون بدفع أي مبلغ للفندقى عند مغادرته الأماكن قبل انتهاء مدة العقد إذا أطلع الفندقى على نيته على أقصى تقدير :- منتصف نهار يوم المغادرة بالنسبة للعقد الذي لم يبق على نهايته سوى يومين (2) . - يوم واحد قبل يوم المغادرة بالنسبة للعقد الذي لم يبق على نهايته سوى سبعة (7) أيام. - ثلاثة (3) أيام قبل يوم المغادرة بالنسبة للعقد الذي بقيت على نهايته أكثر من سبعة (7) أيام".

² -أنظر المادة 39 من القانون رقم 01/99 السالف الذكر.

³ -أنظر المادة 43 من القانون رقم 01/99 السالف الذكر.

⁴ -ج.ر. المؤرخة في 07 أفريل 1999، العدد 24، ص.14.

⁵ - يقصد بالوكيل طبقا لنص المادة 03 ف04 من القانون رقم 06/99 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار بأنه: " كل شخص طبيعي مؤهل ومعتمد بموجب هذا القانون لتسيير وكالة سياحة وأسفار سواء أكان مالكا لا أو شريكا مستخدما فيها لصالح الغير ".

النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي أو السياح خلال إقامتهم - القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المحاضر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية - تمثيل وكالات محلية أو أجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها ومكانتها - كراء السيارات بسائق أو بدون سائق ونقل الأمتعة وكراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخييم¹.

ويلتزم الوكيل بتقديم للزبون كل البيانات والمعلومات الضرورية المتعلقة بالخدمة المقدمة خاصة إعلامه بمواصفات هذه الخدمة ، وكذلك إعلامه بالسعر وإجراءات التسديد ومراجعة الأسعار المحتملة والجدول الزمني وإعلامه بشروط بطلان وفسخ العقد²، ويتعين عليه أيضا أن يستخدم في وكالته المرشدين السياحيين المعتمدين من طرف الوزارة المكلفة بالسياحة من أجل توجيه السياح خلال زيارتهم للمتاحف والآثار التاريخية والمواقع الأثرية وتقديم شروحات لهم بما فيها المعلومات الخاصة بتلك الآثار والمواقع³.

(ب-2-3) - **خدمة التأمين** : يقصد بعقد التأمين طبقا لنص المادة 619 من القانون المدني بأنه: " عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه بأن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغا من المال أو إيرادا أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المبين بالعقد وذلك مقابل قسط أو أية دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن".

ويلتزم محترف التأمين⁴ بأن يعلم الزبون (المؤمن له) بالبيانات المتعلقة بالخدمة المقدمة له عن طريق عقد التأمين الذي يجب أن يحتوي على البيانات الإجبارية التالية :

¹-أنظر المادة 04 من القانون رقم 06/99 السالف الذكر .

²-أنظر المادة 14 من القانون رقم 06/99 السالف الذكر .

³ - إذا أخلت الوكالة بالالتزامات المتعلقة بإعلام الزبون خاصة إذا قدمت معلومات كاذبة عن الأسعار أو الخدمات عن طريق ما يسمى بالإشهار الكاذب فإنها تعاقب بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار جزائري (100.000 دج) . وفي حالة العود تضاعف هذه الغرامة ويتعرض صاحب الوكالة أو الوكيل المخالف للحبس من شهرين (2) إلى ستة (6) أشهر أو بإحدى هاتين العقوبتين، وهذا ما نصت عليه المادة 27 من القانون رقم 06/99 السالف الذكر .

⁴ - إن محترف التأمين قد يكون شركة التأمين أو وسيط التأمين، ويتمثل وسيط التأمين في الوكيل العام للتأمين وسمسار التأمين طبقا للمادة 252 من القانون رقم 04/06 المتعلق بالتأمينات المؤرخ في 20 فبراير 2006، ج.ر المؤرخة في 12 مارس 2006، العدد 15، ص.73.

اسم كل من الطرفين المتعاقدين وعنوانهما -
المخاطر المضمنة - تاريخ الاكنتاب - تاريخ
قسط أو اشتراك التأمين¹.

وينبغي أن تكون هذه البيانات مكتوبة بحروف واضحة حتى يتسنى للمؤمن له معرفتها وقراءتها بسهولة ، وأيضا يلتزم محترف التأمين بتذكير الزبون بتاريخ استحقاق القسط قبل شهر على الأقل مع تعيين المبلغ الواجب دفعه وأجل الدفع ، وبالمقابل يلتزم الزبون بالتصريح عند اكنتاب العقد بجميع البيانات والظروف المعروفة لديه ضمن استمارة أسئلة تسمح للمؤمن بتقدير الأخطار التي يتكفل بها وهذا في إطار ما يعرف بالالتزام بالمساعدة والتعاون بين الطرفين.

ولقد اختلف القضاء حول مضمون الإعلام الواجب تقديمه للزبون ، حيث يرى الإتجاه الأول إلى أن الإلتزام بالإعلام يمتد إلى ما بعد اكنتاب عقد التأمين ، وبناء على ذلك يعتبر البنك مرتكبا لخطأ إذا لم يقم بإعلام المقترض وتبنيه إلى ضرورة إخطار المؤمن بوقوع الكارثة في الآجال المحددة²، أما الإتجاه الثاني فيرى أن استلام الزبون للمنشور - la notice - الوارد ذكره في المادة L-140-4 من قانون التأمين الفرنسي الموضح لجميع البيانات والضمانات ، كافي لتحقيق الإعلام المطلوب ، وبالتالي يعفى البنك من إرشاد الزبون إلى ضرورة اكنتاب تأمين تكميلي³.

والملاحظ أن محترف التأمين لا يكتف بالالإلتزام بإعلام الزبون فقط وإنما يتعداه إلى واجب النصيحة الذي يتمثل أساسا في تحذير الزبون والحرص على ملائمة وثيقة التأمين لحاجاته وكذا مدى ملائمة الضمان مع حاجات الزبون عند اكنتاب عقد التأمين وأثناء تنفيذه ، وعند الاقضاء اكنتاب عقد تأمين تكميلي بناء على طلب المؤمن له⁴.

أما الوكيل العام للتأمين فيقصد به كل شخص طبيعي يمثل شركة أو عدة شركات للتأمين بموجب عقد التعيين المتضمن اعتماده بهذه الصفة. أما سمسار التأمين فهو كل شخص طبيعي أو معنوي يمارس لحسابه الخاص مهنة التوسط بين طالبي التأمين وشركات التأمين بغرض اكنتاب عقد التأمين، ويعد سمسار التأمين وكيلا للمؤمن له ومسؤولا اتجاهه". راجع المادتين 253 و 258 من القانون رقم 04/06 المتعلق بالتأمينات السالف الذكر.
¹ - أنظر المادة 07 من القانون رقم 04/06 المتعلق بالتأمينات ، السالف الذكر.

² - Cass.Civ, 1^{er} ch, 09 Décembre1997. RTD. Civ.1999. p.83. obs. J .Mestre.

³ - Cass.Civ, 1^{er} ch, 01 Décembre1998. JCP. éd G 1999. IV, 1110.

⁴ - محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص.43.

قانونا في منح الترخيص لإنشاء أي بنك أو مؤد

هذه البنوك والمؤسسات المالية الخاضعة للقانون الجزائري في سبل سركات مساهمه ، كما

أن مجلس النقد والقرض يدرس جدوى اتخاذ بنك أو مؤسسة مالية في شكل تعاضدية¹.

وتمثل عقود الائتمان التي تبرمها المؤسسات المالية مع الزبائن مصدر خطر كبير بالنسبة لهؤلاء الزبائن وهذا ما جعل بعض الفقه² يرى بأن عقد القرض خطير بالنسبة للمستهلك الذي أبرمه نظرا لعدم التوازن العقدي بين الطرفين، فمن جهة يوجد طرف قوي بوسائله المالية والفكرية يتمثل في المؤسسة المالية ومن جهة أخرى يوجد طرف ضعيف غير قادر على مناقشة شروط عقد القرض وهو المستهلك، مما يجعل عدم التوازن العقدي بين الطرفين يؤدي إلى نتائج وخيمة على المستهلكين المتعاقدين، وبالنسبة لقرض الاستهلاك فإن التوجيهات الأوروبية الصادرة بتاريخ 22 ديسمبر 1986 فرضت على الدول الأعضاء في الإتحاد الأوروبي ومنها فرنسا حماية المستهلك من الأخطار الناشئة عن عقد القرض³.

وتعتبر المؤسسة المالية مسؤولة في حالة عدم إعلامها الزبون بكل البيانات المتعلقة بعقد القرض ومن بينها: قيمة القرض وكيفية الحصول عليه مع توزيع ذلك على جدول زمني محدد ، طبيعة ومحل ونظام التعاقد مع بيان شروط الضمان ، التكلفة الإجمالية للقرض موزعة على الجدول الزمني مع بيان النسب المئوية ومعدلات التحصيل الإدارية المضافة إلى الفوائد⁴، كما يجب أيضا على البنك أن يحذر الزبون من الأخطار المترتبة على الاقتراض المستمر وإلا كان مسؤولا⁵، ويلتزم أيضا بتسليمه كل الوثائق المتعلقة بالعرض المبدئي للقرض محل التفاوض ، وكذلك تسليم نسخة منها إلى الكفلاء والضامنين مع وجوب أن تشمل هذه العروض على كافة الشروط الخاصة بعملية القرض المقترحة .

ولقد قرر القضاء الفرنسي بمسؤولية البنك الذي لم يحمي بإعلام الكفيل حول وضعية المدين المالية المثقل بالرهون والتي كان على علم بها قبل منحه القرض⁶، كما أن البنك يبقى

¹ - أنظر المادة 82 و 83 من الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 26 أوت 2003، المتعلق بالنقد والقرض، ج.ر المؤرخة في 27 أوت 2003، العدد 52، ص.14.

² - J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *Droit de la Consommation. op. cit.*, p.271 et 272.

³ - J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *op. cit.*, p.273.

⁴ - عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، المرجع السابق، ص.156.

⁵ - Cass, Civ, 1^{er} ch, 27 juin 1995, JCP, éd G 1995, IV, 2088.

⁶ - Cass, Civ, 1^{er} ch, 18 Février 1997, JCP, éd G 1997, IV.806.

مدينا بالالتزام بالإعلام اتجاه الزبون مادام أنه لم
تم تحذير وكيله .

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ونظرا لخطورة عقد القرض على المستهلك فإن المسرع الفرنسي منع الإشهار الحادب
وفرض على المعن الذي يقوم بالإشهار عن القرض أن يتضمن هذا الإشهار بيانات إجبارية
نذكر منها:- هوية المقرض - طبيعة وموضوع العملية المقترحة ومدتها - المبلغ الإجمالي
للقرض- النسبة الفعلية شهريا وسنوياً - التحصيل الجرافي¹، وإذا ما ثار نزاع بين البنك
والمقرض بخصوص الالتزام بالإعلام فإن عبء إثبات القيام بالإعلام يقع على عاتق البنك.

(ب - 2 - 5) - خدمة المحامي² : يقع على عاتق المحامي التزام بالإعلام اتجاه
موكله وهذا بوصفه وكيلاً عنه ، الذي يمثله ويدافع عنه أمام الجهات القضائية³، ولا يتكف
المحامي بإعلام موكله بكل إجراء أو تدبير قضائي يقره القانون ويجيزه بداية من أول إجراء
قضائي إلى غاية التنفيذ ، وإنما عليه أن يقوم بإصدار النصح له والوقوف إلى جانبه وتقديم
له يد المساعدة للحصول على حقوقه المشروعة⁴ ، وهذا ما أدى ببعض الفقه الفرنسي إلى
القول بأن واجب النصح لا نجده فقط في المنتوجات وإنما يتواجد أيضاً في الخدمات خاصة
الخدمات الذهنية ومنها المحامي⁵ الذي يجب عليه نصح موكله بأن الإجراء الذي سيتخذه لا
يلتئم قضيته مع توجيهه إلى اتخاذ الإجراء المناسب الذي بموجبه يتحصل على حقوقه.

وطبقاً لنص المادة 04 من القانون رقم 04/91 المتعلق بتنظيم مهنة المحاماة فإن
المحامي يقدم النصائح والاستشارات القانونية ومساعدة وتمثيل الخصوم وضمان الدفاع
عنهم، كما يجب عليه أن يقدم لموكله كل مساعدة من معلوماته وإمكانياته⁶، مع الإشارة إلى

¹-J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *op. cit.*, p.377 et 378.

²- تنص المادة 01 من القانون رقم 04/91 المؤرخ في 08 يناير 1991 يتضمن تنظيم مهنة المحاماة على ما يلي :
"المحاماة مهنة حرة ومستقلة تعمل على احترام حفظ حقوق الدفاع، وتساهم في تحقيق العدالة وتعمل على احترام مبدأ سيادة
القانون وضمان الدفاع عن حقوق المواطن وحرياته "ج.ر مؤرخة في 08 يناير 1991، العدد .

³- أنظر المادة 02 من القانون رقم 04/91 المذكور سابقاً.

⁴- يوسف دلاندة، أصول ممارسة مهنة المحاماة وفقاً للقانون الجزائري، دار الهدى، الجزائر، الطبعة 2000، ص.16.

⁵- J. BEAUCHARD , *Droit de la distribution et de la consommation, op.cit.*, p.305.

⁶- أنظر المادة 76 ف03 من القانون رقم 04/91 المذكور سابقاً.

أن القيام بواجب النصح وتقديم الاستشارات القان
بمناسبة تعيينه في إطار المساعدة القضائية أو كل

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

تقديم النصح للموكل يلتزم المحامي بأن يتحرى الصدق وان يحون وفيها وان لا يعمل على
إظهار نفسه أنه قادر على تحقيق نتيجة معينة ، وأن يقدم لموكله النصح من خلال حثه
على إحضار كل الوثائق اللازمة التي تفيده في ملف القضية ، وعليه الإطلاع على كل
الوثائق ودراستها بعناية وجدية، وكذلك يمنع على المحامي الذي قدم استشارة - وهي بمثابة
معلومات قانونية- لأي طرف أن يرافع على الطرف الآخر في نفس القضية ، كما يمنع عليه
أثناء سريان الدعوى أو بمناسبة أن تكون له علاقة مع الخصم الآخر ، وعليه أن يرفض
سماعه إذا ما لقيه⁴.

وبفرنسا يقوم المحامي إضافة إلى ما قلناه سابقا بتحرير العقود ومنها العمليات المتعلقة
بالشركات وبالمحل التجاري، فإذا ما أخل بالتزامه بالإعلام والنصح فإنه يكون مسؤولا اتجاه
موكله، كما يلتزم المحامي بتنبيه موكله بطرق الطعن المخولة له قانونا استعمالها ، مثل
إمكانية إجراء الطعن بالاستئناف ، وفي هذه الحالة يلتزم المحامي بمراعاة الأجل القانونية
والحرص على عدم فواتها وإلا كان مسؤولا ، كما هو الشأن بالنسبة للقضية التي رفع فيها
محامي دعوى الاستئناف بعد فوات الأجل القانونية⁵، مع العلم أن المحامي حتى وإن كان
ملزم ببذل عناية⁶ فإن عبء الإثبات بأدائه الالتزام بالإعلام والنصح إلى موكله يقع عليه .

(ب-2-6) - خدمة الموثق : يقصد بالموثق بأنه : " ضابط عمومي ، مفوض
من قبل السلطة العمومية ، يتولى تحرير العقود التي يشترط فيها القانون الصبغة الرسمية ،
وكذا العقود التي يرغب الأشخاص إعطاءها هذه الصبغة"⁷.

¹ - إن تقديم الإستشارات القانونية من طرف المحامي تكون مجانية خاصة إذا كان الأمر يتعلق بالمساعدة القضائية وهو ما
نصت عليه المادة 77 ف 07 من القانون رقم 04/91 السالف الذكر.

² - يوسف دلاندة، المرجع السابق، ص.17.

³ - أنظر المادة 76 ف 04 من القانون رقم 04/91 السالف الذكر .

⁴ - أنظر المادتين 82 و 83 من النظام الداخلي لمهنة المحاماة في الجزائر الصادر بقرار من وزير العدل المؤرخ في
04/09/1995، ج.ر المؤرخة في 14/08/1996، العدد 48، ص.12.

⁵ - Cass.Civ, 1^{er} ch ,13 Novembre 1997. JCP,éd G 1997.IV.n°2518.

⁶ - يوجد حالات معينة يكون فيها المحامي ملزم بتحقيق نتيجة ، ومثال ذلك قيامه بالطعون في الأجل القانونية المحددة.

⁷ - أنظر المادة 03 من القانون رقم 02/06 المؤرخ في 20 فبراير 2006 يتضمن تنظيم مهنة الموثق، ج.ر المؤرخة في
08 مارس 2006، العدد 14، ص.15.

ويعتبر الموثق أول من اعترف القضاء

عاقته¹، وبناء على ذلك فإن الموثق لا يقتصر الذ

وحقوقهم وإنما يجب عليه نصحهم وتوجيههم إلى الراي الصحيح، وفي نفس المعنى نصب
المادة 12 من قانون التوثيق رقم 02/06 على ما يلي: " يجب على الموثق أن يتأكد من
صحة العقود الموثقة وأن يقدم نصائحه إلى الأطراف قصد انسجام اتفاقاتهم مع القوانين التي
تسري عليها وتضمن تنفيذها.

ويلتزم الموثق بإعلام الأطراف بمدى التزاماتهم وحقوقهم ، ويبين لهم الآثار و
الالتزامات التي يخضعون لها ، والاحتياطات والوسائل التي يتطلبها أو يمنحها لهم القانون
لضمان نفاذ إرادتهم"، بالإضافة إلى ذلك يقدم الموثق أيضا في حدود اختصاصاته
وصلاحياته استشارات كلما طلب منه ذلك ، وإعلام الأطراف بحقوقهم والتزاماتهم وكذا
الآثار المترتبة عن تصرفاتهم دون أن يؤدي ذلك حتما إلى تحرير عقد².

ولقد ألزم المشرع الجزائري الموثق عند تحريره العقد أن يتضمن هذا الأخير
مجموعة من البيانات تتمثل فيما يلي : - اسم ولقب الموثق ومقر مكتبه - اسم ولقب وصفة
وموطن وتاريخ ومكان ولادة الأطراف وجنسيتهم - اسم ولقب وصفة وموطن وتاريخ
ومكان ولادة الشهود عند الاقتضاء - اسم ولقب وموطن المترجم عند الاقتضاء - تحديد
موضوعه- المكان والسنة والشهر الذي أبرم فيه - وكالات الأطراف المصادق عليها التي
يجب أن تلحق بالأصل - التنويه على تلاوة الموثق على الأطراف النصوص الجبائية
والتشريع الخاص المعمول به- توقيع الأطراف والشهود والموثق والمترجم عند الاقتضاء³.

ويجب على الموثق أن يقدم للأطراف الإجراءات التي تمكنهم من معرفة الخصائص
الأساسية للخدمة المقدمة وكذلك إطلاعهم على شروط العقد التي يجب أن تكون سهلة القراءة
ويمكن فهمها وإدراكها⁴ ، فضلا عن تحذيرهم عن الأخطار التي يمكن أن تحدث نتيجة إبرام
إبرام أي تصرف ، وعليه أن يتأكد من فعالية ونجاعة العقود التي يبرمها ، أي يجب عليه أن
يسهر على تحقيق الفعالية التقنية والفعالية العملية للتصرفات التي يقوم بها⁵.

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.38.

² - أنظر المادة 13 من القانون رقم 02/06 السالف الذكر.

³ - أنظر المادة 29 من القانون رقم 02/06 السالف الذكر.

⁴ - D. LEGAIS , *Droit Commercial et des Affaires* ,op.cit., p.429 et 430 .

⁵ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.39.

(ب - 2 - 7) - خدمة الطبيب :

واضحة وصادقة بشأن أسباب كل عمل طبي¹ ، وان يقدم له العلاج الضروري خاصة إذا كان المريض في خطر² ، كما يجب أن يتسم العلاج المقدم للمريض بالإخلاص والتفاني والمطابقة لمعطيات العلم الحديثة ، والاستعانة عند الضرورة بالزملاء المختصين والمؤهلين ويحرص الطبيب على أن تكون الوصفات الطبية التي يحررها للمريض واضحة الكتابة وتحمل هويته وتوقيعه وكذلك التاريخ ، ويسعى الطبيب أيضا على تمكين المريض من فهم وصفاته فهما جيدا ، كما يتعين عليه أن يجتهد للحصول على أحسن تنفيذ للعلاج³.

وينبغي على الطبيب في حالة وجود مرض خطير يشتكي منه المريض أن يعلم أسرته ويخبرهم بذلك إلا إذا كان المريض قد منعه مسبقا من عملية الإقضاء ، أو عين الأطراف التي يجب إبلاغها بالأمر⁴ ، كما يجب عليه أن ينبه المريض ويحيطه علما بالآثار السلبية التي قد تترتب على رفض العلاج⁵ وإبلاغه أيضا في حالة قيامه باستشارة طبيب آخر، وفضلا عن ذلك يقوم الطبيب أو الجراح بإعلام المريض بالأخطار التي قد تنجم عن إجراء العملية، وهذا ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بخصوص جراح التجميل الذي يقع عليه هذا الإلتزام⁶.

وفي حالة إخلاله بالالتزام بالإعلام والنصيحة اتجاه المريض فإنه يكون مسؤول وهذا ما أكدته القضاء الفرنسي بموجب القرار الشهير Hédreul لسنة 1997 المتعلق بالمسؤولية الطبية والذي جاء بصيغة عامة تفيد تطبيقه على جميع المحترفين ، ولقد أكد هذا القرار أن

¹ - أنظر المادة 43 من م.ت رقم 276/92 المؤرخ في 06 يوليو 1992، يتضمن مدونة أخلاقيات الطب، مشار إليه في قانون الصحة، من تأليف بلعروسي أحمد التيجاني و مسراتي سليمة، دار هومة للطباعة و النشر والتوزيع، 2006، ص.118.

²-F.CHABAS., *l'obligation médicale d'information en danger*, Rev. chronique, éd. Juris-classeur. Mai 2000.p.09.

³ - أنظر المادتين 47 و 56 من م.ت رقم 276/92 السالف الذكر .

⁴ - أنظر المادة 51 من م.ت رقم 276/92 السالف الذكر .

⁵ - أنظر المادة 154 ف 02 من القانون رقم 05/85 المؤرخ في 16 فبراير 1985 يتعلق بحماية الصحة وترقيتها، المعدل والمتمم بالقانون رقم 13/08 المؤرخ في 20 يوليو 2008، ج.ر المؤرخة في 03 أوت 2008، العدد 44، ص.03.

⁶ -Cass.Civ, 1^{er} ch , 17 Février 1998, JCP. G1998., I.p.144. obs. G. Viney.

« En matière d'actes médicaux et chirurgicaux à visée esthétique, l'obligation d'information doit porter non seulement sur les risques graves de l'intervention, mais aussi sur tous les inconvénients pouvant en résulter ».V. F.CHABAS , *op.cit.*,p.10.

من يقع عليه قانونا أو اتفاقا التزام خاص بالإعلام
الالتزام¹.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

و نشير إلى أن الأنشطة المتعلقة بالخدمات التي قمنا بدراستها لا يفتقر إليها الالتزام
بالإعلام وحدها فقط ، وإنما يمتد هذا الالتزام ليشمل مختلف الخدمات الأخرى المعروضة
على المستهلك في مختلف المجالات².

ب- وسائل تنفيذ الإلتزام التعاقدية بالإعلام: إن المحترف عند عرضه المنتج
أو الخدمة على المستهلك فإنه يهدف إلى تحقيق هدفين ، فمن جهة يقوم بإعلام المستهلك ،
ومن جهة أخرى يبحث عن كيفية لجذبه وترويج مبيعاته ، ولكن ماهي الوسائل المعتمد عليها
من طرف المحترف لإعلام المستهلك ؟ **يوجد عدة وسائل نذكر أهمها :**

(ب-1) الإعلام بالوسائل الكتابية : تعتبر الكتابة وسيلة شائعة للإدلاء بالبيانات
والمعلومات إلى المستهلك ، ويتضح ذلك من خلال المزايا التي تتميز بها والتي نذكر منها
مايلي :

1- تتميز البيانات المكتوبة بصفة الدوام والثبات ، وهو ما يسهل على المستهلك استغلالها
والاستفادة منها كلما احتاج إليها .

2- إن البيانات المكتوبة تحقق منفعة للمحترف والمستهلك على السواء ، ذلك أن المحترف
لاسيما المنتج أو الصانع يقوم بصياغة هذه البيانات لتكون واضحة للمستهلك والتي تساعده
على إبرام العقد أو الامتناع عن إبرامه ، وتوضح له كيفية الإنتفاع الصحيح بالمنتج أو
الخدمة محل العقد، وزيادة على ذلك يستفيد المحترف من هذه الوسيلة ، إذ يكتفي بكتابة هذه
البيانات مرة واحدة ويرفقها بالمنتج أو الخدمة دون إلزامه بإعلام كل مستهلك على حدى .

3- تعتبر وسيلة الكتابة دليلا قويا للإثبات ، حيث يستطيع المحترف استخدامها كدليل
لإثبات وفائه بالالتزام بالإعلام ، كما يستطيع المستهلك الاستناد إليها لإثبات عدم تنفيذ
المحترف لالتزامه ، كوجود خطأ أو نقص في البيانات.

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch , 25 Février 1997, Hédreul, Gaz - Pal , 1997., I. Jur , p.274. note J.Guigue.

« Celui qui est contractuellement ou légalement tenu d'une obligation particulière d'information doit apporter la preuve de l' exécution de cette obligation ».

²- هناك العديد من الخدمات التي لم يتسن لنا دراستها نظرا لكثرتها بحيث لا يسمح لنا المقام بسردها كلها ونذكر من بينها
: مهنة الحضر القضائي، مهنة الصيدلي، مهنة جراح الأسنان، مسيرو الذمة المالية، خدمات الاتصال، خدمات النقل... الخ
فكل محترف يلتزم بإعلام المستهلك في حدود اختصاصه وفي إطار الخدمة التي يقدمها.

4- إن التطور الجديد في الوسائل التعاقدية أكد

ففي مجال البيع مثلا لم يعد هناك ضرورة لوجود

بالبينات التي تخص المنتج خاصة بالنسبة للبيوع التي تتم في محلات الخدمات الحرة -

Libre - Services - حيث يقوم المستهلك باختيار المنتجات التي يريدتها عن طريق

البينات المدونة عليها ثم يدفع الثمن أثناء خروجه من المحل دون حاجة لإعلامه من طرف

البائع المحترف ، فضلا عن ذلك هناك ما يعرف بالبيوع بالمراسلة أين يقوم المحترف

بكتابة البينات على منتجاته وإرسالها إلى المستهلك.

وتتخذ الكتابة صور عديدة تتمثل فيما يلي : البطاقة التي ترفق بالمنتج أو توضع

قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع¹، و يقصد بها² " كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة

وصفية أخرى ، مكتوبة أو مطبوعة أو مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على

تعبئة المادة الغذائية³ أو مرفقة بها " .

ولقد نصت أيضا المادة 02 فقرة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 39/90 يتعلق برقابة

الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم على تعريف **الوسم** على أنه : " جميع العلامات

والبيانات وعناوين المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما

والتي توجد في أي تغليف أو وثيقة أو كتابة أو سمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو

خدمة أو يرتبط بهما " .

والملاحظ أن هذا التعريف جاء واسعا مقارنة بالتعريف المنصوص عليه في المادة

02 فقرة 01 من المرسوم التنفيذي رقم 484/05 السالف الذكر ، ذلك أن هذا الأخير نص

على الوسم بالنسبة للمنتج فقط ، أما التعريف الوارد في المادة 02 فقرة 06 من المرسوم

التنفيذي رقم 39/90 المعدل والمتمم فإنه نص على أن الوسم يشمل المنتج أو الخدمة أو

يرتبط بهما .

¹-أنظر المادة 02 ف01 من م. ت رقم 05 / 484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 يعدل ويتمم م.ت رقم 397/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005 ، العدد 83، ص.04.

²-أنظر المادة 02 ف 02 من م.ت رقم 484/05 السالف الذكر .

³ - يقصد **بالمادة الغذائية** : " 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 مستحضرات التجميل أو التبغ أو المواد المستخدمة في شكل أدوية". راجع المادة 02 ف 03 من م.ت رقم 484/05 السالف الذكر.

ويعتبر الوسم وسيلة هامة وأساسية بفضل:

الخدمة المعروضة عليه من خلال الإطلاع على جميع البيانات والعلامات والصور والسواهد المرفقة بهما أو بإحدهما ، وهو ما يؤثر على القرار الذي يتخذه المستهلك¹.

ونظرا للأهمية التي يكتسبها الوسم ومن أجل تحسين الإعلام المقدم للمستهلكين فإن المعهد الوطني للمستهلكين والمجلس الوطني لأرباب العمل في فرنسا أنشأ الجمعية الفرنسية من أجل وسم الإعلام (A.F.E.I)، وتتكون اللجنة من أعضاء متساوين يمثلون المستهلكين والمحترفين ، وتهتم هذه الجمعية بإعداد نماذج الوسم².

ولقد نص المشرع الجزائري على عدة مراسيم تنظيمية تنص على وسم مختلف المنتجات، كالمنتجات الغذائية³ والمنتجات المنزلية غير الغذائية⁴ ومواد التجميل والتنظيف البدني⁵، ويرى بعض الفقه⁶ أن الوسيلة الأفضل لإعلام المستهلك هي الوسم ، إذ تسمح هذه الوسيلة بذكر كل البيانات الخاصة بالمنتج لاسيما خصائصه ومميزاته .

* **دليل الإستعمال** : يعتبر دليل الإستعمال وثيقة تقدم للمستهلك قبل إبرام العقد لتصف له المنتج أو الخدمة المعروضة عليه ، ويستعمل هذا النوع من الوثائق بالخصوص في البيوع بالمراسلة الذي يحتل فيها مكانة هامة لأنه يحتوي على مختلف الأوصاف والمعلومات الخاصة بالمنتج أو الخدمة ، وكذلك بالنسبة لخدمة الرحلات المنظمة وأيضا في المنتجات الإلكترونية والكهرومنزلية والآلات الميكانيكية نظرا لتعقيدها الفنية ، مما يستوجب إرفاقها بدليل الاستعمال الذي يبين خصائص المنتج وطريقة استعماله وكذلك الاحتياطات الواجب

¹-YASINE OULD MOUSSA, *les techniques de communication et l'information du consommateur*, Journée d'étude sur l'étiquetage et l'information des produits. 07 juillet 2007, ALGER.p.02.

²-J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ, *Droit de la Consommation*, DALLOZ.1996, 4^{ème} éd, p.47et 48.

³- أنظر م.ت رقم 484/05 المذكور سابقا.

⁴- أنظر المادة 05 من م.ت رقم 366/90 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر.مؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1586.

⁵-أنظر المادة 10 من م.ت رقم 37/97 المؤرخ في 14 يناير 1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، ج.ر. المؤرخة في 15 يناير 1997، العدد 04، ص.15.

⁶-J. MARIE-TUFFERY , *Ébauche d'un Droit de la Consommation*, L.G.D.J 1994, p.190.

مراعاتها لتقادي الأضرار التي قد تتجم عن سو
صحيحة ، بالإضافة إلى أن دليل الاستعمال يعتب
بالإعلام¹.

ولقد فرض المشرع الجزائري على المحترفين أن يتضمن دليل الاستعمال المرفق
بالمنتوجات المعلومات المتعلقة بما يلي:- الرسم البياني الوظيفي للجهاز- التركيب
والاشتغال والاستعمال والصيانة- التعليمات الأمنية - صورة أو رسما للنموذج المضمون².
ولقد أشارت المادة 03 من نفس القرار السالف الذكر على أنه يجب أن ترفق
المنتوجات المرفقة بالملحق الأول من هذا القرار بدليل الاستعمال ، ونذكر من بين هذه
المنتوجات : أجهزة الطبخ ، أجهزة تكييف الهواء و/ أو استخلاصه ، أجهزة كهرومنزلية
صغيرة ، تجهيزات الإعلام الآلي المصغرة ... الخ³.

(ب - 2) الإعلام بالوسيلة الشفوية : تتميز هذه الوسيلة بأنها تسمح للمستهلك
بالحصول على كافة البيانات الخاصة بالمنتوج أو الخدمة محل العقد من المحترف مباشرة ،
سواء تعلقت هذه البيانات بكيفية استعمال المنتج أو الخدمة وشروطه أو بالتحذير من
مخاطره وكيفية تجنبه ، وتعتبر هذه الوسيلة أقل الوسائل تكلفة بالنسبة للمحترف ، حيث لا
يقوم بطبع نشرات أو كتيبات ولا يتحمل تكاليف الدعاية أو الإعلان.

وتوفير حماية أكثر للمستهلك ، فإن المحترف لا يكتف بإعلامه بالبيانات المرفقة
بالمنتوج وإنما يجب عليه أن يقدم له النصح اللازم حول المنتج الذي يريد اقتناؤه من أجل
مساعدته في اتخاذ القرار الصحيح وهذا ما يسمى بالالتزام بالنصيحة⁴ ، ويكون ذلك من
خلال ما يجري بينهما من حوار ، فالطبيب مثلا ينصح المريض شفاهة باستعمال الدواء
بطريقة منتظمة وينصحه أيضا أنه في حالة حدوث مضاعفات فعليه استشارته.

ويلاحظ أنه في كثير من الأحيان يختلط الالتزام التعاقدى بالإعلام بالالتزام بالنصيحة
الذي يلتزم فيه المحترف بأن يقترح على المستهلك الحلول التي تتلائم وتتوافق أفضل مع

¹-J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *Droit de la Consommation. op. cit.*, p. 48.

²- أنظر المادة 06 من القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 المتعلق بكيفيات تطبيق م.ت رقم 266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات.

³-علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000، ص.112.

⁴- BRIGITTE HESS-FALLON et ANNE- MARIE SIMON, *Droit des Affaire , op. cit.* p.200.

مصالحه¹ ، مما يجعل هذا الالتزام يتجاوز

المستهلك » *sistance du Consommateur*

وتقديم المعلومات شفاهة من طرف المحترف يساعد كثيرا المستهلك على فهم ومعرفة البيانات المرفقة بالمنتوج ، والتي تكون غالبا غامضة لاحتوائها على مصطلحات معقدة أو لكتابتها بلغة أجنبية لا يفهمها المستهلك ، كالصيدلي عندما يقوم بتفسير الوصفة الطبية للمريض وإعلامه بكيفية تناول الأدوية المدونة على هذه الوصفة الطبية ، وتحذيره مما قد ينتج عنها من مخاطر في حالة عدم احترامه الجرعات التي يجب تناولها.

(ب- 3) *الإعلام بوسيلة الإشهار*: يعتبر الإشهار أو ما يسمى بالإعلان وسيلة لإعلام المستهلك يعتمد عليها المحترف من أجل التعريف بالمنتوج أو الخدمة وإبراز محاسنها والترويج لها ، بهدف تحفيز المستهلك على الإقبال عليها² ، وخلق الرغبة لديه وحثه على اقتناءها عن طريق التركيز على الصور التي تجعل المنتوج أو الخدمة المعلن عنها مرغوبا فيها ويمكن الحصول عليها³.

ويقصد بالإشهار على أنه رسالة يوجهها المحترف للجمهور بهدف حثه على طلب منتجات أو خدمات ، ومنها على سبيل المثال : الملصقات في الشارع ، أو صفحة في مجلة أو إعلان في التلفاز ، ولقد عرفه التوجيه الأوروبي الصادر في 10 سبتمبر 1984 المعدل بتاريخ 06 أكتوبر 1997 المتعلق بالإشهار المخادع والإشهار المقارن على أنه : " كل صيغة اتصال تتم في إطار نشاط تجاري أو صناعي أو حرفي أو عمل حر بهدف ترويج السلع والخدمات⁴ " ، كما يقصد بالإشهار أيضا على أنه : " مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى نشر أو إذاعة الرسائل الإعلانية المرئية أو المسموعة على الجمهور لغرض حثه على شراء

¹-J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *Droit de la Consommation*. DALLOZ, 5^{eme} éd. 2000, p.53.

²-عبد الحميد محمد أحمد، الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، 04 ديسمبر 1994، ص.133.

³- أحمد عمر، دراسات الوحدة العربية، مجلة المستقبل العربي، العدد 256، 2000، ص.83.

V.Y.GUYON. *Droit commercial général et sociétés*, op.cit., p.928.

⁴- J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *Droit de la Consommation*, op.cit., p.123.

سلع أو خدمات أو من أجل توجيهه على التقبل
المعلن عنها"¹.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ويصل الإشهار التجاري إلى المستهلكين عن طريق اسكال متعددة من وسائل الإعلام
والإتصال من بينها : الصحف اليومية ، والمجلات ، والتلفاز ، والمذياع ، حيث يشتري
المحترف مساحات في الصحف والمجلات لينشر إعلاناته ، كما يشتري جزء من وقت
التلفاز والمذياع ليعرض فيه إعلاناته التجارية ، إضافة إلى الأشكال الرئيسية للافتات
الخارجية التي يطلق عليها الإشهار الخارجي وهي : الملصقات واللوحات الملونة واللوحات
الكهربائية الضخمة .

وفضلا عن ذلك هناك وسائل إشهارية أخرى تشمل : الإعلانات الموضوعة على
وسائل المواصلات وعرض الواجهات والعرض في مكان البيع ودليل الهاتف وتوزيع
البطاقات وأيضا الإشهار بالرعاية والإشهار عن طريق الإنترنت² .
 ويفترض توافر ثلاثة عناصر في الإشهار تتمثل فيما يلي :

(1) المعلن : Annonceur : يقصد به بوجه عام كل محترف يستخدم الإعلان من أجل
التعريف بالمنتوج أو الخدمة بهدف جذب العملاء .

(2) وكالة الإعلان : Agence de publicité : وهي هيئة تقوم بتنظيم وإعداد الحملة أو
الرسالة الإعلانية عبر أداة أو أدوات الإعلان .

(3) أداة الإعلان : Le Support publicitaire : وهي الوسيلة التي تستعمل لنقل أو
إذاعة الإعلان بين الجمهور كالصحف أو الإذاعة أو التلفاز ... الخ.

ونظرا للأهمية التي يكتسيها الإشهار فإنه في نفس الوقت يعد خطرا على المستهلك
لأنه لا يقدم له معلومات صادقة وموضوعية³ ويقتصر دوره فقط على إظهار مزايا المنتوج
أو الخدمة وفوائدهما دون التعرض إلى ذكر عيوبهما، وهو ما يجعل المعلومات والبيانات
التي تصل إلى المستهلك عن طريق الإشهار ذاتية وليست موضوعية ، الأمر الذي أدى إلى

¹ - شبايكي سعدان وحفيظة مليكة، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، ملتقى حول الحماية في مجال الاستهلاك، كلية الحقوق، جامعة وهران، 14 و 15 ماي 2000 ، ص.21.

² - إسماعيل قاسمي، مقال بعنوان قانون "الإشهار في الجزائر" ، من إنشاء ANEP سنة 1967 إلى مشروع قانون الإشهار 1999" ، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006/2005، ص.01.

³ - J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *Droit de la Consommation.*, op.cit., p.124.

وجود مبادئ¹ يجب مراعاتها عند عملية الإشهار

صادقا وأن لا يستغل المعلن نقص الخبرة والإ

والخداع وعدم تضليل المستهلك في الخصائص الجوهرية للمنتج أو الخدمة. - يجب عدم

استعمال مصطلحات غامضة أو علمية كاذبة أو خالية من أي معنى.

ومن أجل عدم تضليل المستهلك فلقد نصت المادة 28 من القانون رقم 02/04

يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية² على أنه: "... يعتبر إشهار غير شرعي

وممنوعا ، كل إشهار تضليلي لا سيما إذا كان :

1- يتضمن تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف منتج

أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته .

2- يتضمن عناصر يمكن أن تؤدي إلى الالتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته

أو نشاطه.

3- يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون الاقتصادي لا يتوفر على

مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب تقديمها عادة بالمقارنة

مع ضخامة الإشهار ."

إذن فماذا يقصد بالإشهار الكاذب أو الخادع ؟

يقصد بالإشهار الكاذب ذلك الإعلان الذي يتضمن بيانات غير حقيقية بشكل

يعرض المخاطبين به إلى الخداع ، ولقد عرف التوجيه الأوروبي³ الإشهار الكاذب أو الخادع

¹ - على المستوى الدولي قامت غرفة التجارة الدولية بجمع القواعد المتعلقة بمجال الإعلان سميت بالمدونة الدولية للممارسات المشروعة في مجال الإعلان، وبفرنسا أنشأ مكتب مراقبة الإعلان (Le Bureau de Vérification de la Publicité) وهو جمعية يخضع للقانون الخاص يمول عن طريق اشتراكات أعضائها ، ومن المبادئ التي وضعها هذا المكتب مايلي : - يجب ذكر كلمة إعلان أو إشهار بصورة واضحة ومقروءة على رأس كل إعلان مكتوب . - تجنب بعض المصطلحات المثيرة للنزاع مثل : الأحسن ، الأول... الخ . - يجب أن يتجنب الإعلان كل استغلال تعسفي لصورة المرأة .

² - ج.ر المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص.06.

³ - أنظر التوجيه الأوروبي رقم 450 الصادر من مجلس الجماعات الأوروبية في 10 سبتمبر 1984، يتعلق بالإعلان الخادع، ج.ر للجماعات الأوروبية المؤرخة في 19 سبتمبر 1984، العدد 250، ص.07، المعدل بالتعليمية الأوروبية الصادرة بتاريخ 06 أكتوبر 1997. أما بفرنسا منع الإشهار الكاذب بموجب القانون الشهير المؤرخ في 1973/12/27 المعروف باسم قانون Royer.

على أنه : " كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤ
تضليل المخاطبين به أو المنافسين بالشكل الذي قد

ولقد أكد المشرع الجزائري على ضرورة عدم تصليب المستهلك أو إيفاعه في لبس
يجعله غير قادر على اقتناء المنتج أو الخدمة حسب الرغبة المشروعة لديه ، وهذا ما
نصت عليه المادة 08 من القانون رقم 366/90¹ يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير
الغذائية وعرضها بقولها : " يمنع طبقا للمادة 03 من القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07
فبراير سنة 1989 والمذكور أعلاه ، 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 لبسا في ذهن المستهلك لاسيما حول طبيعة المنتج وتركيبه ونوعيته الأساسية ومقدار
العناصر الضرورية فيه وطريقة تناوله ، وتاريخ صناعته ، والأجل الأقصى لصلاحية
استهلاكه ، ومقداره وأصله.

كما يمنع ذكر أي بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين منتج معين ومنتجات أخرى
مماثلة".

ولقد نص المشرع الجزائري على تحديد الإشهار أو الإعلان الخاص ببعض
المنتجات الخطيرة نذكر من بينها : المنتجات الصيدلانية والمشروبات الكحولية و
التبغ .

• **المنتجات الصيدلانية** : لقد نظم المشرع الجزائري الإشهار المتعلق بالمنتجات

الصيدلانية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 286/92² المؤرخ في 06 جويلية 1992 والمتعلق
بالإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري.

ونص المشرع الجزائري في هذا المرسوم على أن لا يشتمل الإعلام الطبي والعلمي³
حول المنتجات الصيدلانية على أقوال مغشوشة أو غير قابلة للتحقيق ولا على إغفال قد
ينجر عنه استهلاك دواء لا مبرر له طبيا ، ولا أن يعرض المرضى بها لمخاطر لا موجب

¹ - ج.ر. المؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1585.

² - ج.ر. المؤرخة في 12 يوليو 1992، العدد 53، ص.1473.

³ - يقصد بالإعلام الطبي والعلمي حول المنتجات الصيدلانية طبقا لنص المادة 01 من م.ت. رقم 286/92 السالف الذكر
على أنه : " مجموع المعلومات المتعلقة بتركيبها وأثارها العلاجية والبيانات الخاصة بمنافعها ومضارها، والاحتياطات
الواجب مراعاتها، وكيفية استعمالها ونتائج الدراسات الطبية المدققة المتعلقة بنجاعتها وسميتها العاجلة أو الأجلة، تلك
المعلومات التي تقدم إلى الأطباء والصيدال وأعوان الصحة والمستعملين للأدوية بغية ضمان الاستعمال السليم للمنتجات
الصيدلانية".

لها، أما فيما يخص عملية الإشهار فإنه لا يمكن

قبل الحصول على تأشيرة إشهار ، يسلمها الوز

مراقبة الإعلام الطبي والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية وموافقها على ذلك، وفي حالة السماح بالإشهار ، يجب أن ينص كل إشهار منشور تحت أي شكل من الأشكال على الرقم الذي سلمت التأشيرة تحته¹ .

ويحظر الإشهار الموجه إلى المستهلكين الخاص ببعض المنتجات منها: تلك المنتجات التي لا يمكن الحصول عليها إلا بوصفة طبية ، وكذلك المنتجات التي تحتوي على مخدرات أو مواد من عقاقير تؤثر في الحالة النفسية، وأيضا المنتجات المخصصة لمعالجة بعض الأمراض مثل : السرطان ، السل ، الأمراض الجنسية (السيدا) ، الأمراض المعدية الخطيرة ، الأرق ، داء السكري ، العجز الجنسي والعقم ، العمى² .

ولقد حث المشرع الجزائري على أن تكون الرسالة الإشهارية الموجهة إلى المستهلكين واضحة الصياغة وأن تشتمل على البيانات التالية : - اسم المنتج أو المنتجات متبوعا بالتسمية المشتركة الدولية ، وفي حالة عدم وجود هذه التسمية تذكر التسمية المألوفة أو التسمية العلمية - البيانات أو الإرشادات الطبية ، والاحتياطات اللازمة عند الاستعمال³ .

ويجب أن لا تترك الرسالة الإشهارية انطبعا لدى المستهلك بأن الاستشارة الطبية أو العملية الجراحية لا داعي لهما ، وأن لا توهي بأن نتائج العلاج المقترح مضمونة ، أو أن الصحة يمكن أن تتحسن عن طريق تناول منتج ما ، أو أنها تتضرر في الحالة المخالفة ، وأن لا توجه الرسالة الإشهارية على وجه الحصر نحو الأطفال⁴ ، وبالنسبة لوسائل نقل الرسالة الإشهارية الخاصة بالمنتجات الصيدلانية فإنه يمنع استعمال قنوات الإذاعة والتلفزة ويستثنى من ذلك الإجراءات الإعلامية التي تتضمن البرامج الوطنية للصحة العمومية.

كما أنه يمنع ترويج المنتجات الصيدلانية بواسطة السفن أو الطائرات أو في الدوريات الخاصة بالأطفال أو عن طريق تنظيم مناظرات اشهارية ، أو عن طريق الملصقات أو

¹ - أنظر المادتين 06 و 08 من م.ت رقم 286/92 السالف الذكر .

² - أنظر المادة 13 من م.ت رقم 286/92 السالف الذكر .

³ - أنظر المادة 15 من م.ت رقم 286/92 السالف الذكر .

⁴ - أنظر المادة 16 من م.ت رقم 286/92 السالف الذكر .

الإشارات الضوئية في الأماكن التي يتردد إليها
والمعروضات المنصوبة في الصيدليات¹.

• **المشروبات الكحولية** : لقد منع المشرع الجزائري الرسائل الإشهارية المتعلقة
بالمنتجات والخدمات والقطاعات الاقتصادية التي تكون محل حظر تشريعي أو
تنظيمي².

ويدخل في نطاق هذا الحظر الإشهار المتعلق بالمشروبات الكحولية مهما كانت الوسيلة
المستعملة للإشهار سواء تمثلت في الإذاعة أو التلفاز أو الصحف أو غيرها من الوسائل
الأخرى .

ولقد منع القانون أعمال الرعاية التي يقوم بها المحترفون بتمويل الحصص التلفزيونية
مقابل ترقية أسمائهم ، علاماتهم ، نشاطاتهم وإنجازاتهم ، إذا كان هدفها الترويج أو الإعلان
لفائدة المشروبات الكحولية ، حتى ولو كان الإعلان غير مباشر ، كاللافتات الإعلانية لفائدة
مشروب كحولي أثناء نقل التلفاز لمباراة في كرة القدم، إلا أنه يستثنى من ذلك السماح
لمؤسسة الإذاعة بأن توكل رعاية حصة من حصصها بشرط أن تكون مطابقة للمهمة
التربوية والثقافية والاجتماعية التي تقوم بها كخدمة عمومية من أجل المنفعة العامة³.

• **التبغ** : إن استهلاك التبغ له خطر كبير على صحة المستهلك مما أدى بالمشرع
الجزائري إلى حظر كل ترويج أو إعلان مباشر أو غير مباشر لفائدة التبغ أو منتجاته ،
باستثناء اللافتات والملصقات المتعلقة بمحلات التبغ ، كما يمنع أي عملية من أعمال الرعاية
التي يكون هدفها الترويج للتبغ .

وفضلا عن ذلك فإن المشرع الجزائري أوجب أن تتضمن علب التبغ على الجهة
الجانبية منها وباللغتين العربية والفرنسية ، وبحروف واضحة ومقروءة عبارة : "استهلاك

¹-أنظر المادة 17 من م.ت رقم 286/92 السالف الذكر .

²-أنظر المادة 45 من م.ت رقم 101/91 المؤرخ في 20 أبريل 1991 ويتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية
والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالخدمة العمومية للتلفزيون إلى المؤسسة العمومية للتلفزيون، وانظر كذلك في نفس
المعنى المادة 42 من م.ت رقم 103/91 المؤرخ في 20 أبريل 1991 يتضمن منح امتياز عن الأملاك الوطنية العقارية
والمنقولة والصلاحيات والأعمال المرتبطة بالبث الإذاعي السمعي إلى المؤسسة العمومية للإذاعة المسموعة .

³- أنظر المادة 44 من م.ت رقم 103/91 السالف الذكر .

وبعد دراستنا للإشهار الكاذب أو الخادع ، وإلى تحديد الإشهار الخاص ببعض المنتجات الخطيرة ، يجدر بنا أن نتطرق إلى نوع آخر من الإشهار التجاري ، وهو الإشهار المقارن.

* **تعريف الإشهار المقارن** : هو ذلك الإشهار الذي يسعى المعلن من خلاله إلى إقناع المستهلكين بأن الفائدة التي سيحصلون عليها من المنتج أو الخدمة محل الإعلان ستكون أفضل من تلك التي سيحصلون عليها من منتج أو خدمة أخرى منافسة². ويعرف بعض الفقه³ الإشهار المقارن على أنه: " كل إعلان يعرف بشكل صريح أو ضمني منافسا أو أموالا أو خدمات مقدمة بواسطة أحد المتنافسين"، ولقد عرفت المادة 08/121 من قانون الاستهلاك الفرنسي الصادر سنة 1993 الإشهار المقارن على أنه: "الإشهار الذي يقوم فيه المعلن بمقارنة منتجاته بمنتجات الغير ، ويكون ذلك من خلال تناول علامة المصنع ، أو العلامة التجارية لمنتجات هذا الغير ، أو اسم الشركة المنتجة ، أو اسم المحل التجاري أو نوع هذه التجارة"⁴.

وعليه فإن الإشهار المقارن يعتمد فيه المعلن (غالبا ما يكون المحترف) على إقناع المستهلك بإبراز خصائص ومميزات منتوجه أو خدماته محل الإعلان ، وأنها هي الأفضل مقارنة بمنتوج أو خدمة أخرى مبرزا عيوبها والتقليل من قيمتها، وبهذه المقارنة يعتبر الإشهار المقارن أداة للمنافسة غير المشروعة لأنه يفتقر إلى الصدق والموضوعية ، حيث أن مصدره هو المعلن نفسه الذي يسعى دائما إلى تحقيق الربح ولو على حساب الآخرين ، فضلا عن عدم استناد هذه المقارنة إلى أي تجارب فنية أو علمية .

ولكي يكون الإشهار المقارن مشروعاً لا بد من أن يتوافر على شروط⁵ هي كالتالي:

¹-أنظر المادة 37 من م.ت رقم 396/01 المؤرخ في 2001/09/09 المتضمن تنظيم نشاطات صنع التبغ وتوزيعه.

²- عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.98.

³- D. LEGAIS ,*op.cit.*,p.437.

« Tout publicité qui explicitement ou implicitement , identifie un concurrent ou des bien ou services offerts par un concurrent ».

⁴- D.FERRIER , *La protection des Consommateurs*, *op.cit.*, p.42.

⁵-J.CALAIS-AULOY et F.STENMETZ. *Droit de la Consommation*,*op.cit.*,p.139 et 140.

1 - أن يكون الإشهار مشروعاً وصادقاً ليس م
قدحاً لمنافس أو لمنتجاته أو علامته .

2- أن يكون الإشهار المقارن منصفاً على منتجات أو خدمات من نفس الطبيعة ومتداولة في السوق ، فلا يجوز مثلاً مقارنة سيارة ذات سمعة عالمية بسيارة أقل سمعة منها .

3- أن يكون الإشهار المقارن موضوعياً ، بمعنى أن لا يقوم على آراء أو تقديرات شخصية أو جماعية .

4- أن يسلم المعلن الإشهار المقارن قبل بثه إلى المنافس المعني بالمقارنة ، بهدف فسح المجال أمام مناقشة موضوعية حول هذا الإعلان حتى ولو أدى الأمر إلى احتمال عدم نشره.

و لم ينص التشريع الجزائري لا سيما القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على الإشهار المقارن مما يجعل هذا النوع من الإشهار يخضع للقواعد العامة المتعلقة بالممارسات التجارية غير النزيهة¹ .

وبعد دراستنا للإشهار كوسيلة لإعلام المستهلك فإنه يظهر جلياً أن الهدف الرئيسي للإشهار هو زيادة المبيعات عن طريق حث و تحفيز المستهلك على التعاقد² ، مع العلم أن المعلومات المقدمة بواسطة الإشهار هي ذاتية وليست موضوعية ، أي أنه يركز على مدح المنتجات والخدمات وذكر المزايا فقط دون التعرض إلى ذكر العيوب ، بخلاف الإعلام الذي يهدف إلى تكوين رضاء حر وسليم للمستهلك وذلك بتقديم البيانات المتعلقة بالمنتج أو الخدمة بطريقة موضوعية خالية من اللبس والغموض .

لقد نص على هذه الشروط قانون الإستهلاك الفرنسي وكذلك التوجيهات الأوروبية المؤرخة في 06 أكتوبر 1997 الخاصة بالإشهار المقارن.

¹-لقد نصت المادة 27 ف01 من القانون رقم 02/04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية على ما يلي : "تعتبر ممارسات تجارية غير نزيهة في مفهوم أحكام هذا القانون لا سيما منها الممارسات التي يقوم من خلالها العون الاقتصادي بما يأتي : 1- تشويه سمعة عون اقتصادي منافس بنشر معلومات سيئة تمس بشخصه أو بمنتجاته أو خدماته".
² - صالح خالص، في الإعلام التجاري والمفاوضات التجارية الدولية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2001، ص.05.

(ب - 4) الإعلام بوسائل الإعلام وال

المحترف إيجاد مختلف الوسائل التي تمكنه من ال

في بيته أو في عمله أو في أماكن راحته ، ومن بين هذه الوسائل المستخدمة لتعريف

المستهلك بالمنتجات والخدمات نذكر : وسائل الإعلام المرئية والمسموعة ، الإنترنت ،

وهو ما سيتم تبياناه على النحو التالي :

• الإعلام عن طريق وسائل الإعلام المرئية والمسموعة : يأتي في صدارة هاته

الوسائل التلفاز الذي لم يعد يقتصر دوره على تقديم الأفلام والحصص التربوية والمسلسلات

وإنما أصبح يتضمن أيضا برامج لعرض المنتجات والخدمات على المشاهدين بحيث يقدم لهم

كافة البيانات والخصائص المميزة للمنتوج أو الخدمة المعروضة عليهم عن طريق الصوت

والصورة مما يجعل المستهلك يقتني هذا المنتوج أو يستفيد من الخدمة وهو في بيته وهذا ما

يعرف بعروض لبيع المنتجات والخدمات (TÉLÉ-ACHAT) .

إذن يعتبر التلفاز أفضل وسيلة للتأثير على سلوك المستهلك ، إلا أن التشريع

الجزائري¹ أخضع الإشهار التلفزيوني لمجموعة من القواعد يجب احترامها ومنها مايلي :

- منع الرسائل الإشهارية الخاصة ببعض المنتجات أو الخدمات كما هو الشأن بالنسبة

للمشروبات الكحولية والتبغ بهدف حماية الصحة العامة، كما يجب أن تكون الرسالة

الإشهارية واضحة يسهل التعرف عليها.

- يجب بث الرسائل الإشهارية كأصل عام عند التوقف العادي للبرامج ، أي بين الحصص ،

واستثناءا يجوز أن تبث خلالها ولكن بشرط أن لا تمس بأصالتها أو قيمتها، وينبغي أن تبث

باللغة العربية باستثناء استعمال علامات تتضمن ألفاظا وبيانات ضرورية بلغة أجنبية

يرخص لها وزارة الإعلام .

- يجب عدم رعاية الحصص التلفزيونية من طرف المؤسسات التي يتمثل نشاطها الرئيسي

في إنتاج وبيع المشروبات الكحولية ومنتجات التبغ والأدوية التي لا يمكن الحصول عليها

¹ - أنظر المادة 38 وما بعدها من م.ت رقم 101/91 السالف الذكر .

إلا بناء على وصفة طبية أو العلاج الطبي ، و الأحزاب السياسية والمنظمات النقابية المهنية والدي

أما بالنسبة للإذاعة فهي أيضا تعرض برامج على المستمعين خاصة بالتعريف بمختلف المنتجات والخدمات وإن كان ينقصها رؤية المستمع للشيء المعروض، وهناك أيضا الهاتف الذي امتدت خدماته إلى تعريف المستهلك بالمنتجات والخدمات المختلفة حيث أنه بإمكان المستهلك الاتصال برقم معين ليتمكن من الحصول على ما يريد من بيانات تخص بعض المنتجات أو الخدمات عن طريق ما يعرف بخدمة ²MINITEL.

• الإعلام عن طريق خدمة الإنترنت : تعتبر خدمة الإنترنت وسيلة حديثة لإعلام المستهلك بالمنتج أو الخدمة المعروضة عليه على جهاز الكمبيوتر ، إذ يستطيع المستهلك الإطلاع على البيانات الخاصة بالمنتج أو الخدمة سواء تعلق الأمر بثمنها أو بأوصافها أو كيفية استعمالها ، وكذلك طرق وإجراءات الدفع ، وكيفية تسليم المنتج أو الخدمة. فكل هذه المعلومات يجب أن يعرفها المستهلك بطريقة واضحة ومفهومة قبل إبرامه العقد الإلكتروني³ ، والملاحظ أن المشرع الجزائري لم ينظم هذا النوع من التعاقد الإلكتروني بخلاف بعض التشريعات العربية⁴.

وبالرغم من أهمية وسائل الإعلام والاتصال في إعلام المستهلك إلا أنها تبقى غير كافية للتنفيذ التام للالتزام بالإعلام الملقى على عاتق المحترف لاسيما إذا كان المستهلك عديم أو قليل الخبرة ويحتاج إلى إسداء النصح له من أجل اختيار المنتج أو الخدمة الأكثر ملائمة لتلبية حاجياته وهو الأمر الذي لا تقدمه هاته الوسائل .

ولكن السؤال الذي يثار هو: هل التزام المحترف بالإعلام هو التزام بوسيلة (بذل عناية) أم هو التزام بتحقيق نتيجة ؟

¹-محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص.205 و206.

²-حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.304.

³-عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية، مصر 2008، ص.31 و32.

⁴-لقد صدر في تونس قانون التجارة الإلكترونية سنة 2000، وكذلك الأمر بالنسبة لإمارة دبي فقد صدر قانون التجارة والمعاملات الإلكترونية سنة 2002.

لقد اختلفت آراء بعض الفقه بشأن هذا السؤال
يعتبر التزام المحترف بالإعلام هو التزام ببذل
يعتبر الموقف الثاني هذا الالتزام التزام بتحقيق نتيجه .

الموقف الأول : التزام المحترف بالإعلام هو التزام ببذل عناية : يرى أغلب الفقه¹
بأن الإلتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية لأن المحترف غير قادر على تأمين نتيجة
المعلومات التي يقدمها للمستهلك ، كما أنه ليس لديه السلطة ليفرض على هذا الأخير إتباع
النصائح والتعليمات المقدمة.

وعليه فإن المستهلك هو الذي يثبت عدم كفاية المعلومات أو عدم قيام المحترف
بالإعلام المطلوب لأن هذا الأخير لما يقدم المعلومات خاصة البيانات المتعلقة بكيفية استعمال
المنتج أو الخدمة المعروضة على المستهلك ، فإن ذلك يتوقف على مدى استيعاب هذا
الأخير لهذه المعلومات واستعمالها إست عمالا صحيحا حتى تحقق النتيجة التي يهدف إليها
المحترف ، مما يعني أن التزام المحترف هو التزام بوسيلة ولا تقوم مسؤوليته إلا بإثبات
خطأه.

ويرى كل من الفقيهين PH. MALAURIE et AYNES بأنه يجب على الصانع
أو البائع المهني أن يبينوا حقيقة المنتج وطرق استعماله للمستهلك ، وأن يقدموا له
التحذيرات اللازمة ، ولكنهما لا يلتزمان بضمان نتيجة محددة².

ومن بين الأحكام القضائية التي أكدت بأن التزام المحترف بالإعلام هو التزام بوسيلة
ماقضت به محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 13 ماي 1986 بمسؤولية
شركة متخصصة في بيع مواد عازلة للحرارة وإلزامها بتعويض الأضرار التي لحقت
المشتري والتي تمثلت في انهيار المصنع الذي استخدم في بناءه هذه المادة نتيجة نشوب
حريق في المصنع بحيث ساعدت هذه المادة على انتشار الحريق فيه ، ولم توضح الشركة

¹-D.ZENNAKI , *l'information comme source de protection des consommateurs*, op, cit., p.26.

وانظر إلى محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص.27.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.165.

الموقف الثاني : التزام المحترف بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة : يرى أنصار هذا الرأي أن التزام المحترف بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة لا سيما إذا تعلق الأمر بالإعلام عن مخاطر المنتج أو الخدمة المقدمة ، لأن مثل هذا الإعلام يهدف إلى تحقيق سلامة المستهلك من أضرار ومخاطر المنتجات أو الخدمات وهذا الالتزام بالسلامة هو التزام بتحقيق نتيجة.

وبما أن الإلتزام بالإعلام بذكر مخاطر المنتج أو الخدمة يهدف إلى ضمان سلامة المستهلك فإنه يعتبر أيضا التزام بتحقيق نتيجة تبعاً للإلتزام بالسلامة²، ويرى بعض الفقه³ بأن الإلتزام التعاقدى بالإعلام مبدئياً هو التزام بتحقيق نتيجة بخصوص وجوده إذ يجب على المحترف إحاطة المستهلك بكافة البيانات والمعلومات التي تتعلق بالمنتج أو الخدمة ، حيث أن الإلتزام هنا يتعلق بتقديم معلومات وليس بذل جهد.

ومن الأحكام القضائية التي أكدت بأن التزام المحترف هو التزام بتحقيق نتيجة الحكم الصادر عن محكمة النقض الفرنسية التي قررت مسؤولية منتج المادة المقاومة للطفيليات لعدم كفاية التحذيرات من مخاطر هذه المادة ، وعدم توضيح مدى خطورتها على العينين ، مما يؤدي إلى قيام مسؤوليته لعدم قيامه بالإعلام على أكمل وجه⁴، وعليه فإن المحترف يكون مسؤول في كل الحالات إلا إذا أثبت السبب الأجنبي الذي حال دون تحقيق النتيجة.

وأمام تضارب الآراء بشأن التزام المحترف بالإعلام هل هو التزام ببذل عناية أم هو التزام بتحقيق نتيجة فإن هناك جانب آخر من الفقه⁵ يرى بأن الإلتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة مخففة بمعنى أنه التزام أقوى من الإلتزام ببذل عناية ، حيث هناك أمور يجب على المدين بالإلتزام بالإعلام القيام بها ، وفي نفس الوقت هو التزام أقل من الإلتزام بتحقيق

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch, 13 mai 1986, Bull Civ,1986. n°128. p.128, o.b.s. J.HEMARD et B.BOULOC.

² - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.172.

³ - PH. LE TOURNEAU, *la Responsabilité des vendeurs et fabricants*, op,cit., p.17.

⁴-Cass.Civ, 1^{er} ch, 14décembre1982, précité.

⁵ - G.VINE، أنظر حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.177. وأنظر أحمد محمد الرفاعي، المرجع السابق، ص.193.

نتيجة ، حيث هناك أمور لا تدخل تحت سيطرة
بالإعلام .

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ويجب على المحترف الذي يعلم أو كان من المفروض عليه ان يعلم ببيانات معيه
حول المنتج أو الخدمة أن يدلي بها إلى المستهلك أو بصفة عامة إلى الدائن بالالتزام
بالإعلام حتى ولو كان أمام محترف آخر ويعتبر هذا التزام مادي بنقل معلومات وعليه فهو
الالتزام بتحقيق نتيجة خاصة أمام المنتجات المعقدة كأجهزة الإعلام الآلي نظرا لاحتوائها
على خطورة في استعمالها.

أما إذا تعلق الأمر بالالتزام المحترف باستيعاب المستهلك لما يقدم له من معلومات فإنه
يجب على المحترف اختيار الوسيلة الملائمة التي يستطيع بها المستهلك استيعاب وفهم
المعلومات المقدمة له ، وفي هذا الصدد يكون التزام المحترف التزام بوسيلة، ويكون
باستطاعة المستهلك إثبات خطأ المحترف إذا اعتمد هذا الأخير على وسيلة لم تساعده على
فهم المعلومات كإثباته عدم وضوح العبارات المكتوبة على المنتج .

المبحث الثاني

الإلتزام الخاص بالإعلام

لقد تدخل المشرع في بعض الحالات بتحديد البيانات الواجب تقديمها من طرف
المحترف إلى المستهلك ، بحيث أصبح الإلتزام العام بالإعلام مكملًا بالتزامات خاصة محددة
بموجب نصوص تنظيمية يترتب على مخالفتها عقوبات جزائية، مع الإشارة إلى أن
الإلتزامات الخاصة بالإعلام لا تعف المحترف من الإلتزام العام بالإعلام¹ وهي تتضمن
بيانات إجبارية (**المطلب الأول**) يلتزم المحترف بتقديمها إلى المستهلك بالنسبة للعديد من
المنتجات والخدمات، وقد يرفق المحترف منتجاته أو خدماته ببيانات اختيارية (**المطلب**

¹ -J.BEAUCHARD, *Droit de la distribution et de la consommation*. p.306.

الثاني) بهدف ترقية محل العرض وكذلك بهدف المعلومات يشترط فيها أن تكون صحيحة .

المطلب الأول

البيانات الإيجابية

تشمل هذه البيانات الإيجابية إعلام المستهلك بخصائص المنتجات والخدمات (الفرع الأول) وإعلامه بالأسعار وشروط البيع (الفرع الثاني) وأخيرا إعلامه باستعمال اللغة العربية(الفرع الثالث) وهو ما سيتم دراسته على النحو التالي :

الفرع الأول

إعلام المستهلك بخصائص المنتجات والخدمات

تنص المادة 04 من القانون رقم 02/89 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على هذا الإلتزام بقولها : " تكيف العناصر المنصوص عليها في المادة 03 من هذا القانون حسب طبيعة وصنف المنتج و/أو الخدمة بالنظر للخصوصيات تميزه والتي يجب أن يعلم بها المستهلك حسب ما تتطلبه البضاعة المعنية " .

ولقد أبرز هذا النص الإلتزام بالإعلام عن خصائص المنتج أو الخدمة وهذا ما ورد في نص المادة عبارة " بالنظر للخصوصيات التي تميزه... " أي الخصائص الرئيسية للمنتج أو الخدمة المعروضة على المستهلك والتي تحدد رضاء هذا الأخير إلا أن هذه المادة لم تنص على العقوبات في حالة مخالفة هذا المبدأ وهذا ما ينقص من فعاليته¹.

وأضافت الفقرة الثانية من المادة الثالثة من نفس القانون على " ... أن يستجيب المنتج و/أو الخدمة للطلبات المشروعة للاستهلاك لاسيما فيما يتعلق بطبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيبه ونسبة المقومات اللازمة له وهويته وكميته".

¹-D.ZENNAKI, *op,cit.*,p.23.

وفي حالة عدم ذكر العناصر المنصوص عليها في
في الوسم الذي يحمله المنتج و/أو الخدمة ، حسب
الخدمة يتعرض للحجز الفوري بقرار من السلطة الإدارية المختصة .

ولقد نصت أغلب النصوص التشريعية والتنظيمية على وسيلة الوسم التي اعتبرته أهم
وسيلة من وسائل الإعلام حول خصائص المنتجات أو الخدمات وهي تسمح للمستهلك
بالحصول على الإعلام في الأماكن ذاتها وقد أطلق عليها اسم **البائع الصامت**² ، إذن فماذا
يقصد بالوسم ؟

• **تعريف الوسم** : عرفت المادة 03 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484³ الوسم
بأنه: " كل نص مكتوب أو مطبوع أو كل عرض بياني يظهر على البطاقة الذي يرفق
بالمنتج أو يوضع قرب هذا الأخير لأجل ترقية البيع "، وتضيف نفس المادة على أنه يقصد
بالبطاقة : " كل استمارة أو علامة أو صورة أو مادة وصفية أخرى ، مكتوبة أو مطبوعة أو
مصقولة أو موضوعة أو مرسومة أو مطبقة على تعبئة المادة الغذائية أو مرفقة بها ."

ولقد عرفت أيضا المادة 02 فقرة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق
برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم⁴ الوسم بأنه: " جميع العلامات والبيانات وعناوين
المصنع أو التجارة والصور والشواهد أو الرموز التي تتعلق بمنتج ما والتي توجد في أي
تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط
بهما".

ولقد فرض المشرع الجزائري الوسم في الكثير من المنتجات أهمها: **المنتجات
المنزلية غير الغذائية (أولا) والسلع الغذائية (ثانيا) وكذلك مواد التجميل والتنظيف
البدني (ثالثا)**.

¹-أنظر المادة 21 من القانون رقم 02/89 السالف الذكر .

²- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص.77.

³- ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005، العدد 83، ص.04.

⁴-لقد عدل وتمم م.ت رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش بموجب م.ت رقم 01-
315 المؤرخ في 16-10-2001، ج.ر المؤرخة في 21-10-2001، العدد 61، ص.11.

أولا : المنتجات المنزلية غير الغذائية

صيانة المحلات ورفاهيتها باستثناء الأدوية والسل

على سبيل المثال ، ماء جافيل² ، مزيل الروائح ، السوائل لتنظيف الاواني - ISIS ، ومهما اختلفت أنواع هذه المنتجات فيجب أن تتضمن بيانات معينة تسمح للمستهلك من معرفة المنتج معرفة كافية وبالتالي يطمئن ويعرف ماذا يقتني .

ومن أهم البيانات الإلزامية الواجب توافرها في هذه المنتجات وفقا لنص المادة 05

من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 نذكر ما يلي :

1- التسمية الخاصة بالبيع : يشترط في هذه التسمية أن تكون مغايرة للعلامة التجارية أو علامة المصنع³ أو مغايرة للتسمية الخيالية ، وينبغي أن تمكن المستهلك من التعرف على طبيعة المنتج الحقيقية .

ويقصد بالعلامة كل الرموز القابلة للتمثيل الخطي ، لاسيما الكلمات بما فيها أسماء الأشخاص والأحرف والأرقام والرسومات أو الصور والأشكال المميزة للسلع أو توضيبيها ، والألوان بمفردها أو مركبة ، التي تستعمل كلها لتمييز سلع أو خدمات شخص طبيعي أو معنوي عن سلع وخدمات غيره⁴ .

وتعتبر علامة السلعة أو الخدمة إلزامية لكل سلعة أو خدمة مقدمة للمستهلكين والتي يجب وضعها على الغلاف ، أو على الحاوية إذا لم تسمح طبيعة أو خصائص المنتجات من وضع العلامة عليها مباشرة ، غير أن هذا الإلزام لا يطبق على السلع أو الخدمات التي لا تسمح بطبيعتها وخصائصها من وضع العلامة عليها وكذلك السلع التي تحمل تسمية المنشأ⁵ .

¹-أنظر المادة 02 من م.ت رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية السالف الذكر.

²- أنظر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24 مارس 1997 يتعلق بالمواصفات التقنية لوضع مستخلصات ماء جافيل رهن الاستهلاك وشروطها وكيفياتها ، ج.ر المؤرخة في 27 ماي 1997 ، العدد 34 ، ص.85.

³- يقصد بالعلامة التجارية السمة المميزة التي يضعها التاجر على منتجات محله التجاري ، أما علامة المصنع فيقصد بها السمة التي يضعها الصانع على المنتجات التي يقوم بصنعها قصد تمييزها عن المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة في السوق . وفضلا عن ذلك فإن هناك ما يعرف بعلامة الخدمة التي يقصد بها السمة التي تستعملها مؤسسة تقديم خدمات فردية كانت أو جماعية ، لتمييز الخدمات المقدمة . وللاطلاع أكثر حول موضوع العلامات ، أنظر فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ، المحل التجاري والحقوق الفكرية ، القسم الثاني ، الحقوق الفكرية ، حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، حقوق الملكية الأدبية والفنية ، ابن خلدون ، الطبعة 2001 ، ص208 وما بعدها .

⁴-أنظر المادة 02 ف01 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر.

⁵-أنظر المادة 03 من الأمر رقم 03-06 السالف الذكر.

2- الكمية الصافية المعبر عنها بوحدة ا

يلي: * وحدة السعة بالنسبة للمواد السائلة. * و

الحجم بالنسبة للمواد اللزجة. * عدد الوحدات بالنسبة للمنتجات التي تباع بالقطعة.

3- هوية مقدم المنتج : يجب ذكر الاسم أو اسم الشركة على المنتج أو ذكر

العلامة المسجلة وعنوان الشخص المسؤول عن صناعة المنتج أو توضيحه أو استيراده أو توزيعه.

4- طريقة الاستعمال : نص المشرع الجزائري بأن يتضمن وسم المنتجات

المنزلية غير الغذائية على طريقة الاستعمال أو شروط الاستعمال الخاصة إن وجدت ، حتى يتسنى للمستهلك استعمال المنتج بطريقة صحيحة.

ويلاحظ أن المشرع الفرنسي نص صراحة في المادة L 221-1 من قانون الاستهلاك بأنه يجب ذكر شروط الاستعمال العادية وشروط الاستعمال الملائمة المتوقعة من طرف المحترف، وبفرنسا اعتبرت اللجنة الوطنية للأمن أنه يدخل ضمن مصطلح "كلائم متوقع" حالة الأطفال الذين يهضمون ممحاة للمسح لأنهم يعتقدون أنها مادة غذائية¹.

ولقد ألزم المشرع الجزائري المحترفين على أن يرفقوا منتجات محددة في ملحق لقرار وزاري صادر بتاريخ 10 ماي 1994² بدليل الاستعمال الذي يتضمن المعلومات التالية : الرسم البياني الوظيفي للجهاز ، التركيب والتنصيب والاشتغال والاستعمال والصيانة ، التعليمات الأمنية ، صورة أو رسما للنموذج المضمن³.

5- جميع البيانات الإلزامية الأخرى المنصوص في نص خاص : فبالإضافة إلى

البيانات السابقة فإن هناك من المنتجات المنزلية غير الغذائية التي تتضمن بيانات إجبارية أخرى بموجب نصوص خاصة تنظمها ونذكر على سبيل المثال : * ماء جافيل الذي يجب أن يتضمن بيانات إجبارية أخرى وهي : - عدد الدرجات الكلورومترية المسجلة على شكل

¹ - بلقاسم فتيحة، شفافية الممارسات التجارية وحماية المستهلك، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، جامعة وهران، السنة الجامعية، 2007-2008 ص.92.

² - يتضمن هذا القرار كفاءات تطبيق م.ت رقم 90-266 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات. وللاطلاع على محتوى هذا القرار، راجع علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص.109 إلى 111.

³ -أنظر المادة 06 من القرار الوزاري الصادر بتاريخ 10 ماي 1994 السالف الذكر .

" XCHL -" إشارة يحفظ في مكان بارد بعيدا

مكان بعيد عن تناول الأطفال - إشارة " مادة خ

الحشرات مثلا، فيجب أن يحتوي الوسم على التنبيهات التالية:- إشارة مادة خطيرة- إشارة
يوضع بعيدا عن تناول الأطفال².

وفضلا عن ذلك فإنه يجب أن يكون توضيب المنتجات المنزلية غير الغذائية مختلف
عن التوضيب المستعمل بالنسبة للمنتجات الغذائية³، كما يجب على المحترف وبالخصوص
المنتج أو الصانع الحرص على أن تكون هذه البيانات واضحة وسهلة القراءة ويتعذر محوها
حتى يتمكن المستهلك من الإطلاع عليها دون لبس أو غموض وهذا ما أشارت إليه المادة
04 من المرسوم التنفيذي رقم 90-366 السالف الذكر بقولها: " يجب أن تكون بيانات
الوسم مرئية وسهلة القراءة ومتعذر محوها...".

وعليه يمنع على المحترف بأية طريقة كانت سواء باستعمال 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 تحدث لبس أو غموض في ذهن المستهلك لا سيما حول طبيعة المنتج
وتركيبه ونوعيته الأساسية ومقدار العناصر الضرورية فيه ، وطريقة تناوله وتاريخ صناعته
والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه ومقداره وأصله⁴.

وهكذا ينبغي على المحترف أن يعلم المستهلك بكل هذه البيانات عن طريق الوسم
الذي يضمن حق المستهلك في الحصول على إعلام واضح ودقيق⁵.

ونظرا لكثرة المنتجات المنزلية غير الغذائية وعدم استطاعة حصرها فإن دراستنا
ستقتصر على نوع واحد من هذه المنتجات الذي يمثل المنتج الأكثر استهلاكاً من طرف
المستهلكين ويسمى **بالمواد النسيجية** وذلك من خلال تعريفه ثم ذكر البيانات الواجب
توافرها فيه.

¹-أنظر المادة 05 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24مارس 1997 السالف الذكر .

²-عبيدي محمد، حق المستهلك في الإعلام، يوم دراسي حول الوسم وإعلام المستهلك بفندق الشيراتون، الجزائر،
07جويلية 2007، ص.03.

³-أنظر المادة 07 من م.ت رقم 90-366 السالف الذكر .

⁴-أنظر المادة 08 من م.ت رقم 90-366 السالف الذكر.

⁵- B. H. FALLON et A..M. SIMON, *droit des affaires*, DALLOZ ,12^{eme} éd, 1999. p.209.

• تعريف المواد النسيجية : يقصد بها كل

اصطناعية مهما كانت طريقة المزج أو الجمع الم
ويقصد بالمادة النسيجية المصنعة المستعملة:" كل منتج يستعمل للمرة الثانية
ومصنوع ابتداء من مادة نسيجية ويكون موجه إما لتغطية جسم الإنسان وإما لاستعمال
منزلي آخر".

ومن أجل الحفاظ على صحة وسلامة المستهلك من الأضرار التي قد تنجم عن استعمال
هذه المنتجات لا سيما المواد النسيجية المصنعة المستعملة فإن المشرع الجزائري اتخذ
تدابير وقائية في هذا المجال بحيث أوجب على المحترفين الذين يقدمون على استيراد هذه
المنتجات أو يقومون ببيعها أن يلتزموا قبل استيرادها أو بيعها بعملية مسبقة تتمثل في نزع
الغبار على هذه المنتجات وكذا غسلها وإيادة الحشرات والتطهير¹.

وتتمثل عملية التطهير في المعالجة بأشعة GAMMA بهدف القضاء على الجراثيم
الممرضة التي قد تسبب أضرار صحية للمستهلك ، وبالإضافة إلى التدابير الوقائية السالفة
الذكر منع المشرع الجزائري الاستيراد والتسويق² والتنازل المجاني للمنتجات النسيجية
المصنعة المستعملة في الحالات الآتية : • منتج قادم من بلد أعلن فيه عن مرض متقل ،
ويصدر هذا المنع بقرار عن وزير الصحة والسكان.

• منتج منع من التسويق في البلد الأصلي أو الآتي منه وخاصة بأكسيد
triaziridinylphosphine أو ب polybromobiphenyle.
• الألبسة الداخلية وكذا الأغطية³.

• **البيانات الواجب توافرها في المواد النسيجية :** يلتزم المحترف عن طريق الوسم
بذكر البيانات الضرورية المتعلقة بهذا المنتج وتتمثل فيما يلي : تسمية المادة ، الوزن
الصافي مصرح بوحدة قياس عالمية ، الاسم أو المقر الاجتماعي للمستورد والممون، البلد
الأصلي وعند الاقتضاء البلد الذي استوردت منه هذه المواد ، إشارة "مادة مشعة بأشعة

¹ -أنظر المادتين 02 و03 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16أفريل 1997 المتعلق بشروط استيراد وتسويق
المواد النسيجية المصنعة والمستعملة وكيفياتها، ج.ر مؤرخة في 03 جوان 1997، العدد 37، ص.61.

² -يقصد بالتسويق مجموع العمليات التي تتمثل في خزن كل المنتجات بالجملة أو نصف الجملة، ونقلها وحيازتها
وعرضها قصد البيع أو التنازل عنها مجانا ، ومنها الاستيراد والتصدير وتقديم الخدمات .

³ - أنظر المادة 09 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .

يجب أن تذكر في الوثائق المرفقة بهذه المواد .

ومن أجل تنبيه المستهلك وإعلامه بأن هذه المواد النسيجية مسعولة يجب على المحترف أن يعرض هذه المواد منفصلة تماما عن المواد الجديدة ويجب وضع لافتات واضحة ومقروءة تحمل علامة " مواد مستعملة " حتى يتمكن المستهلك من التمييز بين المواد الجديدة والمواد المستعملة².

ثانيا : السلع الغذائية : يقصد بالمادة الغذائية " 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 مستحضرات التجميل أو التبغ أو المواد المستخدمة في شكل أدوية فقط"³.

ويقصد أيضا بالمادة الغذائية " كل مادة خامة معالجة كليا أو جزئيا معدة للتغذية البشرية أو الحيوانية ومنها المشروبات وصمغ المضغ ، وكل مادة تستعمل في صناعة الأغذية وتحضيرها ومعالجتها ، ماعدا المواد التي تستعمل في شكل أدوية ومواد تجميلية فقط"⁴.

ومن خلال هذه التعريفات يظهر بأن المادة الغذائية أو الغذاء أو الزاد تشمل بالإضافة إلى ما يعد للاستهلاك المباشر ، ما لا يستهلك مباشرة إلا بعد إضافته للمادة الغذائية ، أي **المضافات الغذائية** والتي يؤدي استعمالها بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى تغيير الخصائص النهائية للمادة الغذائية.

ويقصد **بالمضافات الغذائية** " كل مادة لا تستهلك عادة كمادة غذائية في حد ذاتها ولا تستعمل عادة كمواد خاص بالغذاء سواء كانت تحتوي على قيمة غذائية أم لا والتي تؤدي

¹ - أنظر المادة 07 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .

² - أنظر المادة 08 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .

³ - أنظر المادة 02 من م.ت رقم 484-05 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005 السالف الذكر. و تضمن هذا المرسوم إجراءات جديدة للوسم تتطابق مع القواعد المقبولة في هذا المجال على المستوى الدولي والمتطلبات الناجمة عن اقتصاد السوق.

⁴ - أنظر المادة 02 ف 03 من م.ت رقم 39-90 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم بموجب م.ت رقم 315-01 المؤرخ في 16-10-2001 السالف الذكر .

إضافتها عمدا إلى المادة الغذائية لغرض تكنولوجي
مراحل الصناعة أو التحويل أو التحضير أو اله

التخزين لهذه المادة أو من الممكن أن تؤدي بطريقه مباشره او غير مباشره إلى استهلاكها
في المادة أو أحد مشتقاتها أو باستطاعتها أن تشوه بأي صفة خصائص هذه المادة .
ولا تنطبق عبارة المضافات الغذائية على الملوثات ولا على المواد المضافة للمواد
الغذائية لغرض تثبيت الخصائص الغذائية أو تحسينها"¹

وفي هذا السياق المتعلق بالمواد الغذائية نتكلم عن الأغذية المعدلة جينيا والتي يقصد
بها "الأغذية الناتجة من النباتات والحيوانات التي تعرضت جيناتها للتغيير مخبريا عن طريق
الخبراء ، فجميع الكائنات الحية تحتوي على جينات في حمضها النووي المنزوع الأكسجين
(ADN) وهذه الجينات عبارة عن تعليمات كيميائية لبناء وحفظ الحياة .

إن اختصاص الخبراء في هذا الميدان مكنهم من تغيير خصائص الكائن عن طريق
تعديل الجينات وذلك بالاعتماد على بعض التقنيات في هذا المجال ، كتقنية الاستفادة من
بكتريا التربة " tumefacines " أو تقنية " bliolistics " أو تقنية " protoplasts "².

ويتحقق إعلام المستهلك بالنسبة للمنتجات الغذائية المعبئة مسبقا³ عن طريق وضع
بيانات الموسم على البطاقة أو على الوعاء⁴، كما يجب أن تثبت البيانات الموضوعه على
البطاقة بطريقة لا يمكن إزالتها من التعبئة وأن تكون سهلة القراءة وواضحة ، وتمنع كل
كتابة كلمة فوق أخرى أو إضافة على الموسم⁵، أما بالنسبة للمنتجات غير المعبئة مسبقا
وهي التي يتم لفها عند البيع بهدف الوقاية الصحية ، فيجب أن تكون معرفة على الأقل
بواسطة تسمية البيع التي تكون مدونة على لافتة أو أي وسيلة أخرى بحيث لا يدع موقعها
أي مجال للشك بالنسبة للمادة المعنية.

¹ - أنظر المادة 02 ف14 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

² -قلوش الطبيب، المرجع السابق، ص.119.

³ -يقصد بالتعبئة المسبقة كل مادة مثبتة مسبقا في تعبئة أو وعاء لتقديمها للمستهلك أو المطاعم الجماعية والتي لا يمكن
معها إدخال تغيير ما على المحتوى دون فتح التعبئة أو تغييرها .

⁴ -يقصد بالوعاء حسب نص المادة 02 ف05 من م.ت رقم 05-484 بأنه: " كل تعبئة مادة غذائية موجهة للتوزيع كوحدة
مفردة، سواء كانت هذه التعبئة تغطيها كليا أو جزئيا، ويشمل هذا التعريف الأوراق المستعملة للتعبئة، يمكن أن يحتوي
الوعاء على عدة وحدات أو أصناف التعبئة عند تقديمه للمستهلك .

⁵ -أنظر المادة 05 مكرر من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

• البيانات الإجبارية التي يجب أن يتضمن

المادة 106¹ من المرسوم التنفيذي رقم 05-484
الإجبارية تتمثل فيما يلي :

1- **تسمية البيع** : إن الغرض من وضع تسمية البيع هو تبيان طبيعة المادة الغذائية بدقة ، وينبغي أن تكون التسمية خاصة غير عامة ، وفي حالة عدم توفر التسميات يجب استعمال تسمية معتادة أو شائعة أو عبارة وصفية ملائمة التي لا يمكن أن تخلق لبس لدى المستهلك، وإذا حدد التنظيم اسم ، أو تسميات لهذه المادة الغذائية يجب استعمال على الأقل أحد هذه التسميات ، وإن لم توجد تستعمل التسميات التي نصت عليها المقاييس الدولية. فضلا عن ذلك يمكن استعمال تسمية مخترعة أو خيالية أو علامة مصنع أو علامة تجارية بشرط أن ترفق بتسمية معتادة أو شائعة أو عبارة وصفية ملائمة أو بالتسمية التي حددها التنظيم ، وفي حالة عدم وجودها ترفق بالتسميات التي نصت عليها المقاييس الدولية². ويجب أن يرتبط الوسم مع تسمية المادة الغذائية أو قرب هذه الأخيرة مباشرة بالبيان أو بالبيانات الضرورية حتى لا يقع المستهلك في لبس ، لاسيما فيما يتعلق بطبيعة المنتج والشروط الدقيقة لصنعه بما في ذلك محيط تعبئته وطريقة عرضه وكذلك الحالة التي يوجد فيها أو نوع المعالجة التي أدخلت عليه.

2- **الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا** : يعبر عن تحديد الكمية الصافية

للمواد الغذائية حسب النظام المترى الدولي بما يأتي : • 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.

وعندما تعرض مادة غذائية صلبة داخل وسط سائل³ للحفظ ، يسجل أيضا الوزن

الصافي المقطر لهذه المادة على الوسم¹.

¹- تجدر الإشارة إلى أن المادة 06 كانت قبل التعديل تتضمن 06 بيانات وبعد التعديل أصبحت تتضمن 11 بيان إجباري، وهذا كله من أجل توفير حماية أكثر للمستهلك وحتى المحترف عن طريق الإعلام .

²- أنظر المادة 08 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

³- يقصد بالوسط السائل الماء والمحاليل المائية في السكر والملح وعصير الفواكه والخضر وهذا فقط في الفواكه والخضر المصبرة أو الخل وحده أو مركب.

ولقد جعل المشرع الجزائري بيان تحديد

الغذائية وهي كالآتي: 1- المواد الغذائية القابلة لف

بالقطعة أو توزن أمام المشتري ، وتحدد قائمة المواد الغذائية الخاضعة لفقدان كبير في أحجامها أو كتلتها بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش، أما بالنسبة للمواد الغذائية التي تباع بالقطعة فإن بيان تحديد الكمية الصافية غير إجباري بشرط أن يكون عدد القطع واضحة الرؤية وسهلة العد من الخارج أو إن لم يوجد يبين على مستوى الوسم.

2- المواد الغذائية التي تقل كميتها الصافية عن خمسة غرامات أو خمسة ميليلترات ماعدا التوابل والنباتات العطرية، ويمكن أن توضع بصفة استثنائية حدود تفوق خمسة غرامات أو خمسة ميليلترات لبعض المواد الغذائية بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش².

وإذا كانت المادة الغذائية المعبأة مسبقا تتكون من تعبئتين أو عدة تعبئات فردية تحتوي على نفس الكمية ، فإن تحديد الكمية الصافية يكون بذكر الكمية الصافية المحتواة داخل كل تعبئة فردية وعددها الإجمالي، غير أن هذه البيانات تصبح غير إلزامية إذا كان العدد الإجمالي للتعبئات الفردية واضحة الرؤية وسهلة العد من الخارج ، وعندما يكون على الأقل تحديد الكمية الصافية المحتواة داخل كل تعبئة فردية واضحة الرؤية من الخارج.

وعندما تتكون التعبئة المسبقة من تعبئتين أو عدة تعبئات فردية تحتوي على نفس الكمية لنفس المادة الغذائية وغير معتبرة كوحدة للبيع فإنه يتم تحديد الكمية الصافية بذكر الكمية الصافية الإجمالية والعدد الإجمالي للتعبئات الفردية³، كما يجب أن تجمع البيانات المتعلقة بتسمية البيع وبالكمية الصافية في نفس المجال النظري وهذا ما أكدته المادة 06 مكرر من المرسوم رقم 05-484.

3- اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة وعنوان المنتج أو الموضب أو الموزع والمستورد إذا كانت المادة مستوردة : ينبغي أن يشتمل وسم المنتجات المنزلية على اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة⁴ مع التتويه إلى أن العلامة قد تكون علامة

¹ - أنظر المادة 08 مكرر من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

² - أنظر المادة 08 مكرر 01 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

³ - أنظر المادة 08 مكرر 02 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

⁴ - لمعرفة إجراءات إيداع العلامات وتسجيلها أنظر م.ت رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كيفية إيداع العلامات وتسجيلها، ج.ر المؤرخة في 07 أوت 2005، العدد 54، ص.11 وما بعدها، مع الإشارة أن هذا المرسوم

مصنع وهي إجبارية في التشريع الجزائري أو ع
المنتجات الأخرى المشابهة لها والمعروضة ف
تقريرها إجبارية بالنسبة لبعض المنتجات¹، و بصفه عامه تسمح العلامه المسجله
بضمان حقوق المستهلكين و حمايتهم من الوقوع في العث والاحتيال حول مواصفات
المنتجات التي يتلقونها من المحترفين.

4- البلد الأصلي و/أو بلد المنشأ : يقصد بتسمية المنشأ الاسم الجغرافي لبلد أو
منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه ،
وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على
العوامل الطبيعية والبشرية¹.

وتضمن تسمية المنشأ جودة ونوعية المنتج المعروضة للبيع ، إذ بواسطة هذا البيان
يتأكد المستهلك من أن هذه المنتجات تتضمن صفات معينة غير موجودة في منتجات أخرى
مشابهة لها .

ويفرق الفقه بين تسمية المنشأ وبين بيان المصدر (البلد الأصلي) إذ أن هدف بيان
المصدر هو تحديد مصدر المنتجات أي المكان الذي تأتي منه المنتجات والذي ليس بصفة
إجبارية مكان الصنع أو الإنتاج دون أن يفترض وجود النوعية فيها ، على خلاف تسمية
المنشأ التي تفترض بصفة إلزامية علاقة مادية بين المنتج ومكان إنشائه من جهة،
وتضمن نوعيته وجودته من جهة أخرى²، ولقد سمح المشرع الجزائري للمحترف لا
سيما الصانع أو المنتج باستعمال إحدى البيانيين (البلد الأصلي أو بلد المنشأ) أو الجمع
بينهما .

5- تحديد حصة الصنع : يقصد بالحصة الكمية المحددة لمادة غذائية مصنوعة
في ظروف مماثلة، ويجب أن يحمل كل وعاء بيان مرسوم أو علامة غير قابلة للمحو

عدل وتم بموجب م.ت رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008 ، ج.ر المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، العدد 63،
ص.13.

¹ أنظر المادة 01 من الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 1976 المنظم لتسمية المنشأ، ج.ر المؤرخة في 23 يوليو
1976، العدد 59، ص.866.

² فرحة صالح زراوي، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المرجع السابق، ص. 362 وما بعدها .

مرمزة أو واضحة تسمح بمعرفة مصنع الإنتاج مرجع لتاريخ الصنع ويسبق هذا البيان بعبارة " د

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

6- طريقة الاستعمال واحتياطات الاستعمال في حاله ما إذا كان إعفاله لا يسمح

باستعمال مناسب للمادة الغذائية : يهدف هذا البيان إلى تمكين المستهلك من استعمال المنتج استعمالاً صحيحاً ، ومن أجل تحقيق هذه الغاية لا بد أن يشار إلى طريقة الاستعمال بكيفية تسمح باستعمال ملائم للمادة الغذائية، كما يمكن أن يشار إلى كيفية الاستعمال لبعض المواد الغذائية ، أما عن احتياطات الاستعمال فهي إلزامية بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة أو المجمدة تجميداً مكثفاً ، مع الإشارة إلى أنه لا يجب إعادة تجميدها بعد أن أزيل عنها التجميد².

ويقصد بالتجميد طريقة الحفظ التي تحول الماء الموجود في المادة الغذائية إلى جليد تحت مفعول البرد ، ويجب أن تسمح هذه الطريقة بالحصول على درجة حرارة من الباطن تتراوح ما بين (-10 و -18) درجة بعد ثبات الحرارة، أما التجميد المكثف فيقصد به طريقة الحفظ التي تخفض بسرعة فائقة درجة الحرارة التي تبلغ على الأقل (-18) درجة بعد ثبات الحرارة³.

7- تاريخ الصنع أو التوضيب وتاريخ الصلاحية الدنيا أو في حالة المواد الغذائية سريعة التلف ميكروبيولوجيا ، التاريخ الأقصى للاستهلاك : يقصد بتاريخ الإنتاج التاريخ الذي تصبح فيه المادة الغذائية مطابقة للمواصفات التي تخصه ويعبر عن تاريخ الصنع بيوم الصنع أو يوم التجميد المكثف بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة تجميداً مكثفاً أو يوم التجميد بالنسبة للمواد الغذائية المجمدة ، أما تاريخ التوضيب فيقصد به التاريخ الذي يكون فيه المنتج معبأ في الوعاء الفوري الذي يباع فيه في آخر المطاف.

ويقصد بتاريخ الصلاحية الدنيا تاريخ نهاية الأجل حسب شروط التخزين المبينة ، حيث تبقى المادة الغذائية أثناءها صالحة كلياً للبيع ومحافظة على كل المميزات الخاصة المسندة لها صراحة أو ضمناً ، ويمكن أن تبقى المادة صالحة كلياً بعد هذا التاريخ ، كما أنه

¹-أنظر المادة 12 مكرر 05 من م.ت رقم 05-484 السابق ذكره.

²-أنظر المادة 12 مكرر 07 من م.ت رقم 05-484 السابق ذكره.

³-أنظر القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21 نوفمبر 1999 المحدد لدرجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد والتجميد المكثف للمواد الغذائية ، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1999، العدد 07، ص.20.

يشار إلى هذا البيان في الوسم بعبارة " من المسمى التاريخ بيان اليوم أو تستعمل عبارة " من المسمى

الحالات الأخرى يجب أن تتبع إما بتاريخها أو بالإشارة إلى المكان الذي يوجد فيه الوسم. ويتكون التاريخ من الإشارة بوضوح وبالترتيب إلى اليوم والشهر والسنة ، إلا أنه بالنسبة للمواد الغذائية التي تكون صلاحيتها : • أقل أو تساوي ثلاثة أشهر، يكفي الإشارة إلى اليوم والشهر • أكثر من ثلاثة أشهر ، يكفي الإشارة إلى الشهر والسنة .

كما أنه يمكن أن تحدد كفاءات الإشارة إلى تاريخ الصلاحية بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش ، وينبغي أن تظهر على الوسم كل الشروط الخاصة بتخزين المادة الغذائية إذا كانت صلاحية التاريخ مرتبطة بها¹.

أما **التاريخ الأقصى للاستهلاك** فيعرف على أنه التاريخ المقدر لنهاية الأجل الذي تصبح المادة من بعده وفي ظروف التخزين الخاصة بها لا تتوفر على الأرجح على الجودة التي كان ينتظرها المستهلك ، ويجب أن لا تعتبر المادة بعد هذا التاريخ قابلة للبيع².

وتجدر الإشارة إلى أن هناك بعض المنتوجات الغذائية وبحكم طبيعتها تعفى من ذكر بيان تاريخ الصلاحية الدنيا أو التاريخ الأقصى للاستهلاك ، وتتمثل هذه المنتوجات طبقاً لنص المادة 11 من المرسوم رقم 05-484 فيما يلي : - الفواكه والخضر الطازجة التي لم تقشر أو تقطع أو تتعرض لمعالجات أخرى مماثلة - الخمور والمشروبات الكحولية والخمور المزبدة والخمور المعطرة ومواد مماثلة محصل عليها من فواكه أخرى غير العنب وكذا المشروبات المصنعة من العنب أو عصير العنب - المشروبات المحتوية على نسبة 10% أو أكثر من الكحول في حجمها- منتوجات المخابز أو الحلويات التي تستهلك عادة بحكم طبيعتها في حدود 24 ساعة من تاريخ تحضيرها- الخل والملح ذو النوعية الغذائية والسكر من النوع الصلب ، والمنتوجات السكرية المركبة من السكر المعطر و/أو الملون وأخيراً تلك المضغ ومنتوجات مماثلة للمضغ.

¹- أنظر المادة 12 مكرر 06 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

²- أنظر المادة 02 ف 10 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

8- قائمة المكونات : يقصد بالمكون

المستعملة في صناعة مادة غذائية أو تحضيرها و
في شكل معدل .

وتشتمل قائمة المكونات على إحصاء لجميع مكونات المادة ضمن ترتيب تنازلي
بحسب نسبة دمجها عند صناعة هذه المادة ، وتسبق هذه القائمة ببيان مناسب مكون من
عبارة "مكونات" أو يتضمنها، وفي حالة ما إذا كان مكون المادة الغذائية نفسه يتكون من
مكونين أو عدة مكونات يجب أن يسجل هذا المكون المركب في قائمة المكونات متبوع
بقائمة موضوعة بين قوسين من مكوناته الخاصة ، وتكون مرقمة حسب ترتيب تنازلي
لحجمها.

وعندما تشير التسمية الخاصة بالبيع أو وسم المادة إلى وجود مكون أو عدة مكونات
ضرورية لإضفاء صفة مميزة على هذه المادة ، فإنه ينبغي ذكر مقادير ذلك ماعدا في
الحالات التي تستعمل بنسب ضئيلة كعدة مكونات ، إذ تعتبر هذه الأخيرة كمكونات لهذه
المادة ، وإذا استعمل منتج معالج بأشعة كمكون في مادة أخرى فإنه يجب أن يشار إليه في
قائمة المكونات¹.

وزيادة على ذلك فإن المادة الغذائية إذا احتوت على المكونات الواردة ضمن نص
المادة 12 مكرر من المرسوم رقم 05-484 فيجب أن توضع هذه المكونات بوضوح على
الوسم وتتمثل فيما يلي: - الحبوب المحتوية على الغلوتين لاسيما القمح والشيلم والشعير
والخرطال والخندروس أو جذوعها المهجنة والمنتجات المشتقة منها - القشريات
والمنتجات المشتقة منها - البيض والمنتجات المشتقة منها - الأسماك والمنتجات المشتقة
منها- الفول السوداني والصوغة والمنتجات المشتقة منها - الحليب والمنتجات الحليبية
(بما فيها اللاكتوز) - فواكه ذات القشرة والمنتجات المشتقة منها - السولفيت ذات التركيز
المقدر بعشرة ملغ/كغ أو أكثر.

وتحين قائمة هذه المكونات بقرار من الوزير المكلف بحماية المستهلك وقمع الغش ، وعند
الاقتضاء من الوزراء المعنيين.

¹ - أنظر المادة 09 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر.

والملاحظ أن هناك بعض المواد الغذائية هـ

- الفواكه والخضر الطازجة التي لم تقشر أو تقط

الغازية التي تظهر في تسميتها هذه الخاصة- حل الحمير المحصل عليه فقط من منبوج
أساسي واحد لم يدخل عليه أي مكون آخر - الأجبان و الزبدة والحليب والقشيدات المخمرة
في الحالة التي لم تطراً على هذه المواد أي إضافة غير المنتوجات الحليبية وأنزيمات وتربية
الجسيمات المجهرية الضرورية لصنعها أو الملح الضروري لصنع الأجبان غير تلك
الطازجة - المواد الغذائية التي تحتوي فقط على مكون واحد بشرط أن تكون تسمية البيع
مماثلة لاسم المكون أو يمكن أن تسمح بتحديد طبيعة المكون دون أي لبس¹.

وباستثناء المكونات المذكورة في نص المادة 12 مكرر من المرسوم رقم 05-484
المشار إليها أعلاه فيجب أن تعين المكونات باسم خاص أو بتسمية الصنف طبقاً للجدول
المذكورة في الملحق الأول بهذا المرسوم² ماعدا صهارة الخنزير ودهون البقر فيجب أن
تصرح بتسميتها الخاصة ، كما ينبغي أن يصرح بالماء المضاف في قائمة المكونات ، إلا إذا
كان نفسه جزء من مكون لاسيما مثل نقيع الملح ، شراب السكر أو الحساء الذي يدخل في
تركيبه الغذاء ، ولا يذكر الماء أو المكونات الأخرى المتبخرة في طور الإنتاج³.

9- الشروط الخاصة بالحفظ : تعد أغلب المواد الغذائية سريعة التلف ، مما
يجب ذكر الشروط الخاصة بحفظها خاصة إذا كانت صلاحية التاريخ مرتبطة بها ، كذكر
حمايتها من تلوثات الغبار ، وأخطار الحشرات ، وأشعة الشمس ، وإبقائها مثلاً في درجة
برودة معينة مما يساعد على تخزين هذه المادة تخزيناً محكماً⁴.

10- بيان " نسبة حجم الكحول المكتسب " للمشروبات التي تحتوي على
أكثر من 1,2 % من الكحول حسب الحجم : يعتبر هذا البيان من البيانات الجديدة التي
أضافها المشرع الجزائري بعد تعديل المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع
الغذائية وعرضها، ويساعد هذا البيان كثيراً المستهلك الذي يتسنى له معرفة نسبة الكحول

¹-أنظر المادة 12 مكرر 01 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر .

²-ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005، العدد 83، ص.10.

³-أنظر المادة 12 مكرر 03 من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر.

⁴-راجع القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21 نوفمبر 1999 يحدد درجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد
والتجميد المكثف للمواد الغذائية، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1999، العدد 07، ص.20.

ومن ثم له الحرية الكاملة في اقتناء هذا المشروب
الذين يمنع عليهم تناول مثل هذه المشروبات لأسباب

11- بيان " معالجة بالأشعة الأيونية أو معالجه بواسطة الايوبات او رمز الإشعاع

العالمي بقرب اسم الغذاء مباشرة : إن تشجيع الغذاء إنجاز هام ، الأمر الذي جعل معظم المنظمات الدولية ذات الصلة بالموضوع تبذل جهد كبير ، كمنظمة الصحة العالمية ومنظمة الزراعة والأغذية والوكالة الدولية للطاقة الذرية والتي أكدت بموجب اللجنة المتخصصة المنبثقة عن الهيئات الثلاث بأن الأغذية المشعة سليمة وخالية من العيوب .
وتعد المعايير التي وضعتها هيئة الدستور الغذائي التابعة لمنظمتي الأغذية والزراعة والوكالة الدولية للطاقة الذرية سنة 1983 والتي تعرف عادة بمعايير الكودكس (**codex standards**) هي المعايير المعتمدة على المستوى الدولي في ميدان التشجيع الغذائي¹.

وتعتبر المادة الغذائية معالجة بالأشعة الأيونية إذا تعرضت للمعالجة بواسطة الإشعاعات المؤينة التي يقصد بها كل إشعاع كهرومغناطيسي أو جسيمي قد يؤدي إلى تأيين المادة المعرضة له بصفة مباشرة أو غير مباشرة .
ويجب أن توضع علامة أو وسم في شكل رمز متبوع بإحدى العبارات التالية : مؤين أو مشع ، محمي بواسطة التأيين أو الإشعاع ، كما يجب ذكر مكان التأيين في الوسم²، وفي حالة ما إذا كانت مساحة الواجهات الكبرى للعبئات أو الأوعية تقل عن عشرة سنتيمتر (10 سم 2) فيجب أن يتضمن الوسم فقط البيانات التالية :

تسمية البيع والكمية الصافية وتاريخ الصلاحية الدنيا أو التاريخ الأقصى للاستهلاك، أما بقية البيانات الأخرى المنصوص عليها في المادة 06 من المرسوم رقم 05-484 فتوضع على التعبئة الشاملة وهذا ما أشارت إليه المادة 07 من المرسوم المذكور أعلاه، كما يمكن أن تعفى بعض المنتجات أو عائلات المنتجات من الإشارة إلى بيان أو عدة بيانات

¹ - باسم محمد شهاب، استيراد الأغذية المعرضة للإشعاع في ظل واقع التشريع العربي، مجلة الذرة والتنمية، الهيئة العربية للطاقة الذرية، المجلد 11، العدد الأول، 1999، تونس، ص.30.

² - بلقاسم فتحة، شفافية الممارسات التجارية وحماية المستهلك، المرجع السابق، ص.88.

المنصوص عليها في المادة 06 من المرسوم ب
وقمع الغش¹.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

أما بالنسبة للمواد الغذائية غير المعبأة مسبقا والمعروضه للبيع على المستهلك و المواد الغذائية المعبأة في مكان البيع بطلب من المشتري أو المعبأة مسبقا قصد البيع مباشرة فإن الوزير المكلف بحماية المستهلك و قمع الغش هو الذي يحدد كفيات الإشارة للبيانات المنصوص عليها في المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 05-484. وبالإضافة إلى ما تم تبيانه بشأن البيانات الإجبارية المتعلقة بوسم السلع الغذائية ، يوجد بيانات إضافية خاصة ببعض المنتجات التي نظرا لكثرتها وصعوبة حصرها فإننا سنقتصر على دراسة منتج المواد المضافة ومنتج الحليب .

• **البيانات الخاصة بمنتج المواد المضافة :** يتضمن وسم المواد المضافة طبقا لنص المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 92-25² المؤرخ في 13 يناير 1992 يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتجات الغذائية وكفيات ذلك، البيانات الآتية :
- تسمية المادة أو المواد المضافة المخصصة لاستعمالها في المنتجات الغذائية استعمالا محدودا- محتوى المنتج الغذائي من المواد المضافة المستعملة ، وذلك عندما يشتمل المنتج الغذائي على مادة أو مواد مضافة أساس استعمالها محدود - بيان طبيعة المادة أو المواد الدائمة المستعملة - تسمية المادة المضافة وتاريخ انقضاء أمد استعمالها - الكتلة الصافية أو الحجم الصافي للمادة المضافة معبرا عنها بوحدة قياس النظام المتري- التعريف بصانع المادة المضافة إذا كانت تنتج محليا ، أو التعريف بالشخص الطبيعي أو المعنوي المسؤول عن عرضها في السوق الوطنية إذا كانت المادة المضافة مستوردة- شروط طرق استعمالها عند الاقتضاء.

• **البيانات الخاصة بمنتج الحليب :** يعد منتج الحليب مادة غذائية حيوية وأساسية لكل المستهلكين ، ويختلف نوع الحليب ، فقد يكون حليب مركز غير محلى ومحلى ، كما قد

¹ - أنظر المادة 06 ف أخيرة من م.ت رقم 05-484 السالف الذكر.

² - ج.ر المؤرخة في 22 يناير 1992، العدد 05، ص.140.

أ- تعريف الحليب المركز : يقصد بالحليب المركز أو الحليب المنزوع منه الماء

جزئياً المادة السائلة المتحصل عليها عن طريق الإزالة الجزئية للماء من الحليب¹.

وللحليب المركز عدة أنواع تتمثل فيما يلي : تخصص تسمية " حليب مركز " أو " حليب

مركز كامل " للحليب الذي يحتوي في الوزن على نسبة 7,5 % على الأقل من المواد

الدسمة اللبنية وعلى 25 % على الأقل من مستخلص الحليب الجاف، أما الحليب المركز

منزوع القشدة جزئياً فيقصد به الحليب الذي يحتوي في الوزن على أكثر من 1 % وأقل من

7,5 % من المواد الدسمة اللبنية و 20 % من مستخلص الحليب الجاف .

ويقصد بالحليب المركز منزوع القشدة الحليب الذي لا يحتوي في الوزن على أكثر

من 1 % من المواد الدسمة اللبنية ولا أقل من 20 % من مستخلص الحليب الجاف.

وتخصص تسمية حليب مركز محلي أو حليب كامل مركز ومحلي للحليب المنزوع منه الماء

جزئياً والمضاف إليه السكاروز (سكر نصف أبيض ، سكر أبيض ، سكر أبيض مصفى)

ويحتوي في الوزن على الأقل 08 % من المواد الدسمة اللبنية و 28 % من مستخلص

الحليب الجاف.

أما الحليب المنزوع منه القشدة جزئياً المركز والمحلي فيقصد به الحليب المنزوع

منه الماء جزئياً مضاف إليه السكاروز ويحتوي في الوزن على أكثر من 1 % وأقل من

8 % من المواد الدسمة اللبنية وأكثر من 24 % من مستخلص الحليب الجاف .

وأخيراً يعرف الحليب المنزوع منه القشدة المركز والمحلي بأنه حليب منزوع منه

الماء جزئياً جزئياً مضاف إليه السكاروز ولا يحتوي في الوزن على أكثر من 1 % من

المواد الدسمة اللبنية ولا أقل من 24 % من مستخلص الحليب الجاف².

¹ - أنظر المادة 02 من القرار الوزاري المؤرخ في 10 أوت 1997 يتعلق بتحديد المواصفات التقنية لأنواع الحليب المركز غير المحلى والمحلى الموجه للاستهلاك البشري كما يحدد شروط عرضها وكيفياتها. ج.ر.المؤرخة في 15 أكتوبر 1997، العدد 68، ص.26. وفيما يخص طريقة نزع الماء من الحليب، راجع القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 18 أوت 1993 ج.ر. المؤرخة في 10 سبتمبر 1993، العدد 15، ص.65.

² - أنظر المواد من 04 إلى 09 من القرار الوزاري المؤرخ في 10 أوت 1997 السالف الذكر.

ويجب أن يحتوي وسم أنواع الحليب المر

لأجل البيع بالتجزئة على البيانات التالية :

1- يجب أن تتم تسمية البيع " حليب مركز " حسب الحالة بما يائي :- كامل ، منزوع

القشدة جزئيا أو منزوع القشدة - محلى أو غير محلى .

2- النسبة المئوية من المادة الدسمة اللبنية المعبر عنها وزنا بالنسبة للمنتوج .

3- النسبة المئوية للبروتينات اللبنية المعبر عنها وزنا بالنسبة للمنتوج .

4- البلد الذي صنع فيه المنتوج .

5- الرقم الرسمي لتعريف المصنع .

6- رقم الحصة .

وينبغي أن يحمل التغليف الخارجي لأنواع الحليب المركز المحلى وغير المحلى شريطا أفقيا متصلا ، يكون عرضه واحد سنتيمتر على الأقل ، ويمتد حول التغليف بدون تقطع ، ويكون لون هذا الشريط : أزرق للحليب المركز الكامل ، وأصفر للحليب المركز المنزوع منه القشدة جزئيا ، وأحمر للحليب المركز منزوع القشدة¹.

ب- تعريف الحليب الجاف : يقصد بالحليب الجاف أو الحليب المنزوع منه الماء، المنتج المتحصل عليه مباشرة بعد نزع الماء منه إذ يقدم في شكل مسحوق ذي لون أبيض أو قشدي خفيف متجانس ولا يحتوي على شوائب أو حثوات وأجزاء ملونة ويكون خاليا من الرائحة والنكهة²، وللحليب الجاف عدة أنواع تتمثل فيما يلي :

* **الحليب الكامل الجاف** أو " مسحوق حليب جاف كامل " ويقصد به الحليب الذي تكون نسبة المواد الدسمة اللبنية فيه تساوي على الأقل 26 % وزنا³.

* **أما الحليب الجاف منزوع القشدة جزئيا** أو " مسحوق حليب جاف منزوع القشدة جزئيا " فيقصد به الحليب الذي يحتوي على أكثر من 1,5 من المواد الدسمة اللبنية وأقل من 26 % منها وزنا.

¹ - أنظر المادة 13 من القرار الوزاري السابق .

² - أنظر المادة 03 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .

³ - أنظر المادة 04 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .

وتخصص تسمية " حليب جاف منزوع القش

الحليب الذي لا تتجاوز نسبة المواد الدسمة اللبنية

الحليب الجاف المذكور أعلاه على نسبة 06 % من الاملاح المعدنية كحد أقصى و 34 % من بروتين الحليب على الأقل².

ويشتمل وسم الحليب الجاف الموضوع مسبقا والموجه للبيع بالتجزئة على البيانات الآتية:

- 1- يجب أن تتم تسمية البيع (حليب) حسب الحالة بما يأتي : - جاف أو منزوع منه الماء كامل ، منزوع القشدة جزئيا أو منزوع القشدة .
- 2- النسبة المئوية للمادة الدسمة اللبنية المعبر عنها بالوزن بالنسبة للمنتوج .
- 3- النسبة المئوية لبروتين الحليب ، المعبر عنها بالوزن بالنسبة للمنتوج .
- 4- الرقم الرسمي لتعريف المصنع .
- 5- رقم الحصة .

ويجب أن يحمل التغليف الخارجي لأنواع الحليب الجاف شريطا أفقيا متصلا يكون عرضه واحد سنتيمتر على الأقل ويمتد حول التغليف بدون تقطع وهذا الشريط يكون لونه : أزرق للحليب الجاف الكامل - أصفر للحليب الجاف المنزوع القشدة جزئيا - أحمر للحليب الجاف المنزوع القشدة³.

وتجدر الإشارة إلى أن هناك العديد من المواد الغذائية نص عليها المشرع الجزائري بموجب نصوص تنظيمية خاصة احتوت على بيانات يجب أن يتضمنها الوسم الخاص بها ونذكر على سبيل المثال : السكر⁴ ، الياهورت⁵ ، السميد⁶ ، الدواجن المذبوحة⁷.... الخ .

ثالثا : وسم مواد التجميل والتنظيف البدني : يجب أن يشمل وسم مواد التجميل

والتنظيف البدني على البيانات الآتية :

- 1- أنظر المادتين 05 و06 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .
- 2- أنظر المادة 07 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .
- 3- أنظر المادة 11 من القرار الوزاري المشترك السالف الذكر .
- 4- أنظر المادة 06 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 أفريل 1997 يحدد المواصفات التقنية للسكر الأبيض، ج.ر المؤرخة في 22 أوت 1997، العدد 55، ص 15.
- 5- أنظر المادة 07 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 07 أكتوبر 1998 يتعلق بالخصائص التقنية للياهورت وكيفيات وضعه للاستهلاك، ج.ر المؤرخة في 18 نوفمبر 1998، العدد 86، ص 27.
- 6- أنظر المادة 08 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 يناير 1997 يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع سميد القمح الصلب وشروط وكيفيات وسمها ، ج.ر المؤرخة في 22 أوت 1997، العدد 55، ص 20.
- 7- أنظر المادة 13 من القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02 يوليو 1995 يتعلق بوضع الدواجن المذبوحة رهن الاستهلاك، ج.ر المؤرخة في 12 أكتوبر 1995، العدد 59، ص 22.

- تسمية المنتج مصحوبة على نحو مباشر بتعيين

- الاسم أو العنوان التجاري والعنوان أو المقر

وكذا بيان البلد المصدر عندما تكون هذه المواد مسورده.

- الكمية الاسمية وقت التوضيب معبرا عنها بوحدة قياس قانونية ملائمة.

- تاريخ انتهاء مدة صلاحية المنتج والظروف الخاصة بالحفظ و/أو الخزن، ويعد تحديد

هذه المدة إجباريا بالنسبة لمواد التجميل والتنظيف البدني التي لا تتجاوز مدة صلاحيتها على

الأقل ثلاثين (30) شهرا - تاريخ صنعه أو المرجع الذي يسمح بالتعرف على ذلك.

- وفي حالة ذكر عنصر مكون يدخل في التسمية التجارية للمنتج ، يجب ذكر النسبة

المستعملة منه - التركيب والشروط الخاصة بالاستعمال ومخاطر الاستعمال الموجودة في

الملحقين 03 و 05.

وإذا استحال وضع الملصقات على المنتج فإنه يجب أن تكتب هذه البيانات على الغلاف

الخارجي للمنتج أو على دليل استعمال مرفق ، وفي هذه الحالة يشار باختصار إلى وجود

الدليل داخل المغلف¹، أما بالنسبة لوسم العطور بمختلف أنواعه فإنه يمكن أن لا يحتوي على

البيانات المتعلقة بتاريخ انتهاء مدة صلاحية المنتج والظروف الخاصة بالحفظ و/أو الخزن

وكذلك عدم ذكر النسبة المستعملة من العنصر المكون إذا كان هذا الأخير يدخل في التسمية

التجارية للمنتج².

رابعا : وسم الأدوية³ : يجب أن يحمل غلاف التوضيب الداخلي والخارجي

الخاص بالأدوية المستوردة الموجهة للطب البشري على البيانات الآتية :

- الاسم التجاري - التسمية الدولية المشتركة مطبوعة بحروف كبيرة ، وإذا تعذر ذلك تذكر

التسمية المستعملة - رقم مقرر التسجيل في الجزائر- تاريخ الإنتاج بطبع الحروف الثلاثة

الأولى للشهر وذكر السنة - الشكل الصيدلاني- الصيغة المئوية مع بيان المواد النشيطة

¹ - أنظر المادة 10 من م.ت رقم 97-37 المؤرخ في 14 يناير 199، يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد التجميل والتنظيف البدني وتوضيبيها واستيرادها وتسويقها في السوق الوطنية، ج.ر المؤرخة في 15 يناير 1997، العدد 04، ص.15.

² - أنظر المادة 11 من م.ت رقم 97-37 السالف الذكر.

³ - لمعرفة تعريف الأدوية أنظر الفرع الثاني المتعلق بنطاق الإلتزام العقدي بالإعلام ووسائل تنفيذه لا سيما نص المادة 170 من القانون رقم 08/13 المؤرخ في 20 يوليو 2008 يعدل ويتم القانون رقم 85/05 المؤرخ في 16 فبراير 1985 المتعلق بحماية الصحة وترقيتها، ج.ر المؤرخة في 03 أوت 2008، العدد 44، ص.04.

بالتدقيق - محتوى الجرعة الواحدة والعلبة الوا.

مكان الإنتاج وبلد المنشأ- شروط التخزين والد

الأدوية (التسجيل في القوائم) - مدة الاستقرار عندما يتعلق الأمر بمسحضر يجب إعادة

تركيبه - اسم وعنوان المنتج والمستورد - الترميز بالأعمدة¹.

وبالإضافة إلى البيانات السابق ذكرها يجب أن يرفق كل منتج صيدلاني ببيان الاستعمال يتضمن إلى جانب البيانات المفروضة المعلومات الآتية :- البيانات العلاجية - المقادير - الآثار غير المرغوب فيها - مضادات الإستطباب - التنبهات عند الاقتضاء - احتياطات الاستعمال عند الاقتضاء - التفاعلات الدوائية عند الاقتضاء - مدة الاستقرار عندما يتعلق الأمر بمسحضر تجب إعادة تركيبه - التسمية أو اسم الشركة وعنوان مقر الشركة بالنسبة للمنتج - البيانات الأخرى الضرورية للاستعمال الحسن للمنتج لاسيما تناول عن طريق الفم ، تناول عن طريق القضم ، محلول للمزجالخ².

ويمكن القول أنه في جميع الحالات ومهما كانت طبيعة المنتج سواء تعلق الأمر بالمنتجات المنزلية غير الغذائية أو المواد الغذائية أو مواد التجميل والتنظيف البدني أو الأدوية فينبغي أن تكون بيانات الوسم مرئية وسهلة القراءة ويتعذر محوها ، كما يجب أن تكون هذه البيانات واضحة³.

وفي هذا السياق يمنع استعمال أي إشارة أو علامة أو تسمية خيالية أو نمط تقديم أو وسم أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك ، خاصة فيما يتعلق بطبيعة المنتج وتركيبه ونوعيته الأساسية ، ومقدار العناصر الضرورية فيه ، وطريقة تناوله وتاريخ صناعته والأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه ومقداره وأصله ، كما أنه يمنع ذكر أية بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين سلعة معينة ومنتجات مماثلة⁴.

¹-أنظر المادة 12 من القرار الوزاري المؤرخ في 06 يونيو 2005 يحدد دفتر الشروط التقنية الخاصة باستيراد المنتجات الصيدلانية الموجهة للطب البشري، مشار إليه في بلعروسي أحمد التيجاني ومسراتي سليمة، قانون الصحة، المرجع السابق، ص.437 و438.

²-أنظر المادة 13 من القرار الوزاري المؤرخ في 06 يونيو 2005 السالف الذكر.

³-أنظر المادة 05 من م.ت رقم 05-484 المذكور سابقا، والمادة 04 من م.ت رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 السالف الذكر، وانظر في نفس المعنى المادة 10 من م.ت رقم 97-37 المؤرخ في 14 يناير 1997 المذكور سابقا.

⁴-أنظر المادة 08 من م.ت رقم 90-366 السالف الذكر، والمادة 12 من م.ت رقم 97-37 المذكور سابقا.

● إعلام المستهلك بعناصر وخصائص

وخصائص الخدمات يختلف عن المنتج ، ذلك

مادي يسهل تمييزه على عكس الخدمة فهي أداء غير مادي يصعب ضمان إعلام عن درجه جودته ، حتى وإن وضعت فهارس وجداول لبعض الخدمات ، مما يفسر أن الإعلام المتعلق بالخدمات ينصب على مؤدي الخدمة نفسه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة ، ليصبح هو ذاته محل اعتبار شخصي.

وبالرغم من الاختلاف الواضح بين المنتجات والخدمات بشأن الوسم والإعلام ، فإن المشرع الجزائري سوى بين وسم المنتج والخدمة¹ وهذا ما أشارت إليه المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش المعدل والمتمم ، وأيضا المادة 21 من القانون رقم 89-02 التي أكدت على وجوب إبراز العناصر المذكورة في الفقرتين الثانية والثالثة من المادة 03 من نفس القانون في الوسم الذي يحمله المنتج و/أو الخدمة .

وسنوضح فيما يلي البيانات الواجب ذكرها في **خدمة التأمين (أولا)** على أساس أن هذه الخدمة تعد من الخدمات الأكثر إقبالا وشيوعا من طرف المستهلكين (المؤمن لهم) ، ثم نتكلم عن البيانات الواجب ذكرها من طرف **الموثق (ثانيا)**.

أولا : خدمة التأمين : إن المشرع الجزائري ومن أجل إعلام المؤمن له بطريقة واضحة وغير مبهمة نص على أن يكون عقد التأمين محرر كتابة وبحروف واضحة ، وأن يحتوي على بيانات إجبارية زيادة على توقيع الطرفين المكتتبين وتتمثل فيما يلي : - اسم كل من الطرفين المتعاقدين وعنوانهما - الشيء أو الشخص المؤمن عليه - طبيعة المخاطر المضمونة - تاريخ الاكتتاب - تاريخ سريان العقد ومدته - مبلغ الضمان - مبلغ قسط أو اشتراك التأمين².

¹-بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص.81.

²-أنظر المادة 07 من قانون التأمينات رقم 06-04 السالف الذكر.

وزيادة على ذلك ينبغي أن تكون هذه البدي
للزبون معرفتها وقراءتها بسهولة ، كما يلتزم
القسط قبل شهر على الأقل مع تعيين المبلغ الواجب دفعه واجل الدفع .

ثانيا : خدمة الموثق : يجب أن يتضمن العقد الذي يحرره الموثق مجموعة من
البيانات الإجبارية تتمثل فيما يلي : - اسم ولقب الموثق ومقر مكتبه - اسم ولقب وصفة
وموطن وتاريخ ومكان ولادة الأطراف وجنسياتهم - اسم ولقب وصفة وموطن وتاريخ
ومكان ولادة الشهود عند الاقتضاء - اسم ولقب وموطن المترجم عند الاقتضاء - تحديد
موضوعه - المكان والسنة والشهر الذي أبرم فيه- وكالات الأطراف المصادق عليها التي
يجب أن تلحق بالأصل - التتويه على تلاوة الموثق على الأطراف النصوص الجبائية
والتشريع الخاص المعمول به - توقيع الأطراف والشهود والموثق والمترجم عند الاقتضاء¹.

الفرع الثاني

التزام المحترف بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع

إن إعلام المستهلك بالأسعار وشروط البيع لا يدخل فقط في سياسة المنافسة التجارية
ولكن يعتبر عامل مهم لحماية المستهلكين² وأيضا يجعل السوق أكثر شفافية للممارسات
التجارية ونزاهتها، وعليه فإن البائع يتولى وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع
والخدمات وشروط البيع بأية وسيلة مناسبة وأيضا يلتزم المحترف أثناء تعامله مع المحترفين
بإعلامهم بالأسعار والتعريفات عند طلبها³، وبالتالي سنتناول في هذا الفرع الإعلام
بالأسعار (أ) ثم الإعلام بشروط البيع (ب) .

¹-أنظر المادة 29 من القانون رقم 06-02 المتعلق بتنظيم مهنة الموثق ، المذكور سابقا .

²-AUDREY-LEBOIS, *erreur d'étiquetage et erreur sur le prix* ,Rev.chronique,éd. juris-classeur, 2002,p.10.

³-أنظر المادتين 04 و 07 ف01 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 23 جوان 2004، يحدد القواعد المطبقة على
الممارسات الجارية، السالف الذكر، ولقد نص أيضا المشرع الفرنسي على الإلتزام بشهر الأسعار وفقا لنص المادة
L113-3 من قانون الإستهلاك الفرنسي.

أ- الإعلام بالأسعار : ينبغي على المحتر

في حالة اقتتاءه منتج أو حصوله على خدمة¹
مع المبلغ الإجمالي الذي يدفعه المستهلك² .

وبما أن إشهار الأسعار يهدف إلى شفافية السوق وتطور المنافسة بالإضافة إلى
حماية المستهلكين فإننا سنتطرق إلى مضمون الأسعار (أ-1) و طرق الإعلان عنها
(أ-2) وأخيرا إلى تحديد الأسعار (أ-3) .

أ-1 : مضمون الأسعار : إن السعر المعلن عنه يجب أن يتوافق مع المبلغ
الإجمالي الذي يدفعه المستهلك مقابل اقتتاءه المنتج أو حصوله على خدمة³ ، ولم يقم
المشرع الجزائري بتحديد العناصر التي يتضمنها المبلغ الإجمالي على عكس المشرع
الفرنسي الذي حدد العناصر المتمثلة في سعر المنتج أو تعريفه الخدمة بالإضافة إلى
التكاليف التجارية (كمصاريف النقل، التغليف) و الرسوم... الخ⁴ .

وكمبدأ عام فإن نفقات تنفيذ الالتزام تقع على عاتق المدين به إلا إذا اتفق على غير
ذلك وهذا ما أكدته المادة 283 من القانون المدني ، أما بالنسبة لنفقات تسلم المبيع فهي تقع
على عاتق المشتري طبقا لنص المادة 395 من القانون المدني مالم يوجد عرف أو اتفاق
يقضي بغير ذلك .

وعليه فإن هاته النفقات لا تدخل ضمن المبلغ الإجمالي المستحق الدفع ، غير أنه إذا
وجب تصدير المبيع إلى المشتري فلا يتم التسليم إلا إذا وصل إليه ، مالم يوجد اتفاق يخالف
ذلك⁵ وبالتالي فإن نفقات التسليم تقع على البائع، أما فيما يخص المنتوجات المسلمة بالمراسلة
فإن مصاريف التسليم أو الإرسال يجب أن يشتمل عليها السعر المعلن ، إلا إذا أعلم
المحترف المستهلك بأن هذه النفقات لا تدخل ضمن المبلغ الإجمالي .

¹-J.BOULOUIS ROGER-MICHEL CHEVALLIER, Grands arrêts de la cour de justice des communautés européennes, T. 02 , DALLOZ, 4^{ème} éd. 1997. p.169.

²- AUDREY-LE BOIS, *op. cit.*, p.09.

³-أنظر المادة 06 من القانون رقم 04-02 المذكور سابقا .

⁴- J.BEAUCHARD , *droit de la distribution et de la consommation, op. cit.*, p.307.et J.CALAIS-AULOY,*op.cit.*,p.346. et J.MARIE TUFFERY, *ébauche d'un droit de la consommation, op.cit.*, p.286.

⁵-أنظر المادة 368 من ق.م.ج .

وبالإضافة إلى ما سبق ذكره فإن هناك معلو

المستهلك بها وتتمثل في مجموع العناصر المكونة

الاقتضاء كل الاقتطاعات أو التخفيضات أو الإنتقاصات المموحة والرسوم المطبقة .

وإذا تتعلق الأمر بتقديم خدمة ضرورية لاستعمال المنتج أو الخدمة على أحسن وجه فيجب على المحترف إعلام المستهلك بأن جهاز التحكم عن بعد أو ألعاب الأطفال مثلا لا تتضمن بطاريات ، وفي حالة عدم إعلامه بهذه المعلومات فإن سعر هذه الملحقات يدخل ضمن المبلغ الإجمالي.

أما بالنسبة لسعر الخدمات فإنه يتضمن الرسوم الخاصة بتأدية الخدمة المعروضة وأيضا سعر الزيادات في الثمن المرتبطة بعمليات إضافية تكميلية أو خاصة ، وفيما يتعلق بالخدمات ذات الطابع المتغير فإن السعر المعلن يتضمن مختلف العناصر المستعملة من قبل مؤدي الخدمة كاحتساب مثلا سعر ساعات اليد العاملة ، سعر المتر ، مصاريف التنقل... الخ ويطلع المستهلك على ما سيحصل عليه².

والملاحظ أن الرسم الأكثر تطبيقا على السعر المعلن هو الرسم على القيمة المضافة ، هذا الأخير الخاص بالمنتج أو الخدمة يعتبر ضريبة عامة للاستهلاك يخص العمليات ذات الطابع الصناعي والتجاري والحرفي أو الحر يتحملها المستهلك ، غير أنها تحصل بصفة منتظمة كلما تمت معاملة خاضعة للرسم³.

ويجب أن يعبر عن السعر المعلن بالعملة الوطنية ، أي بالدينار الجزائري الذي يدعى باختصار دج ، كما يقسم الدينار الجزائري إلى مائة جزء متساو وتسمى سنتيمات وتدعى باختصار س ج ، مع الإشارة إلى أن العملة النقدية تتكون من أوراق نقدية وقطع نقدية معدنية ويعود للدولة امتياز إصدار العملة النقدية عبر التراب الوطني⁴.

¹-أنظر المادة 05 من م.ت رقم 09-65 المؤرخ في 07 فبراير 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، ج.ر المؤرخة في 11 فبراير 2009، العدد 10، ص.08.

² - J.BEAUCHARD, *op.cit.*, p.308 et 309.

³-مديرية التشريع الجبائي، المديرية الفرعية للعلاقات العمومية والإعلام، الدليل التطبيقي للرسم على القيمة المضافة، منشورات الساحل، الجزء الأول، 2002، ص.11.

⁴-أنظر المادتين 01 و 02 من القانون رقم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003 يتعلق بالنقد والقرض، ج.ر المؤرخة في 27 أوت 2003، العدد 52، ص.03.

إن المحترف يلتزم باحترام الأسعار المعطى
المنتج أو الخدمة بمثابة إيجاب ، ينتظر قبول م
المحترف) هذا الأخير في حالة موافقته يبرم العقد بين الطرفين .

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ويفرض المشرع الفرنسي على المحترف وجوب تقديم المنتجات أو الخدمات التي
تكون محلا لإشهار الأسعار إلى المستهلكين بالشروط المعلن عنها ، ولا يعفى المحترف من
تسليم المنتج أو أداء الخدمة بإيراده لفترة متبوعة بعبارة " في حدود المخزون المتوفر " أو
عبارة "حتى نفاذ المخزون" ماعدا حالات التخفيضات أو التصفية أو بيع الطرد المفكوك².

واستثناء من المبدأ العام المتمثل في احترام الأسعار المعلنة من طرف المحترف فإن
هناك حالات تسمح لهذا الأخير بمراجعة السعر كحالة وكالة الأسفار التي يسمح لها القانون
بمراجعة الأسعار المنصوص عليها في العقد للأخذ بعين الاعتبار التغيرات التي تطرأ على
تكاليف النقل والرسوم والضرائب³.

أ- 2 : طرق الإعلان عن الأسعار : تختلف طرق الإعلان عن الأسعار حسب
طبيعة المنتجات أو الخدمات المقدمة ، فقد يشهر السعر عن طريق وضع علامات أو وسم
أو معلقات⁴ ، أو بأية وسيلة أخرى مناسبة من شأنها أن تحقق إعلام المستهلك وهذا ما
أشارت إليه المادة 05 فقرة 01 من القانون رقم 02-04 الذي يحدد القواعد المطبقة على
الممارسات التجارية.

ويمكن التفرقة بين المنتجات المعروضة أمام أنظار المستهلكين سواء في واجهة المحل
أو بداخله فإن السعر في مثل هذه الحالة يشار إليه عن طريق الوسم أو على بطاقة موضوعة
بجانبه ، أما إذا تعلق الأمر بالمنتجات غير المعروضة أمام أنظار المستهلكين فإن السعر
يشهر إما عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات ، وإذا كانت المنتجات تباع

¹-أنظر المادة 50 وما بعدها من ق.م.ج، وتتعلق هذه المواد بأحكام القبول والإيجاب.

²-محمد بودالي، المرجع السابق، ص. 542 و 543.

³-أنظر المادتين 14 و 17 من القانون رقم 99-06 المؤرخ في 04 أبريل 1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة
السياحة والأسفار، ج.ر المؤرخة في 07 أبريل 1999، العدد 24، ص.14.

⁴-يقصد بالعلامات أن يبين على لوحة موحدة قائمة المنتجات المعروضة للبيع أو الخدمات المقدمة مع تبيان السعر
المطلوب عن كل واحدة منها، أما الوسم فلقد تم تعريفه سابقا، بينما يقصد بالمعلقات وضع بجانب المنتج أو الخدمة لافتة
تبين بشكل ظاهر السعر.

بالكيل أو بالوزن أو بالوحدة ، فإن الإشارة إلى
أو الوزن أو الوحدة¹، كما اشترط المشرع أن ت
أما بالنسبة للمنتجات غير المعروضة أمام أنظار المستهلكين والتي غالباً ما تكون معلّفة أو
موزونة أو مكيلة فيجب وضع علامات على غلافها تسمح بمعرفة كمية أو عدد الأشياء
المقابلة للسعر المعلن.

وزيادة على ذلك فإن إشهار الأسعار والتعريفات المتعلقة ببعض قطاعات النشاط
والسلع والخدمات يتم عن طريق دعائم الإعلام الآلي (تيليماتيك) والوسائل السمعية
البصرية والهاتفية واللوحات الإلكترونية والدلائل والنشرات البيانية أو أي وسيلة أخرى
ملائمة².

وإذا تعلق الأمر باقتناء منتج أو حصول على خدمة بواسطة تقنيات الاتصال الحديثة
عن بعد كالهاتف مثلاً فإنه يجب بيان السعر بصفة واضحة وإعلام المستهلك به بكل وسيلة
تدل على ذلك قبل إبرام العقد مع احتفاظ المحترف بما يدل على إعلانه عن السعر.
والملاحظ أن المشرع الجزائري نص على طرق إعلان الأسعار في العلاقات بين
المحترفين أو الأعوان الاقتصاديين والتي تتمثل في جداول الأسعار أو النشرات البيانية أو
دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة³.

وفيما يتعلق بالخدمات فإنها تتميز بخصائص تجعلها تختلف عن المنتجات إذ تعد
غير ملموسة ، ومع ذلك فإن المشرع نص على إجبارية شهر التعريفات الخاصة بها عن
طريق ملصقات في المكان الذي تعرض فيه الخدمات للمستهلكين ، كما أنه يتعين على
المحترف تسليم كشف للمستهلك قبل إنجاز الخدمات يوضح فيه بشكل مفصل طبيعة الخدمات
والعناصر المكونة للأسعار والتعريفات وكيفيات الدفع⁴.

¹-J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*, p.345.

²-أنظر المادة 03 من م.ت رقم 09-65 المؤرخ في 07 فبراير 2009 يحدد الكيفيات الخاصة المتعلقة بالإعلام حول
الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات المعينة، ج.ر المؤرخة في 11 فبراير 2009، العدد
10، ص.08.

³-أنظر المادة 07 ف 02 من القانون رقم 04-02 المذكور سابقاً .

⁴-أنظر المادة 06 من م.ت رقم 09-65 السالف الذكر.

ومهما كانت الطريقة المستعملة للإعلان =

عن الشخص الموجه إليه الإعلان سواء كان الم
الأسعار أو التعريفات بصفة مرئية ومقروءة بشكل لا يبيِّر أي سك أو عموص بين المنبوج
أو الخدمة وبين السعر أو التعريفة المعلنة¹.

ويوجد العديد من النصوص التنظيمية التي نصت على طرق إعلان تعريفات الخدمات
ونذكر على سبيل المثال :

● **الخدمات الفندقية** : نص المشرع بموجب المادة 31 من المرسوم التنفيذي رقم
2000-46 المؤرخ في 01 مارس 2000 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها
وكذا كفاءات استغلالها² على وجوب إعلان أسعار إيجار الغرف واستهلاك المأكولات
والمشروبات في لافتات توضع عند مدخل المؤسسة الفندقية وفي مكاتب الاستقبال والدفع
وفي الغرف والمطاعم طبقا للتنظيم المعمول به ووفقا للنظام الداخلي .

● **الخدمات المتعلقة بنقل الركاب في سيارات الأجرة " طاكسي "** : يجب على
أصحاب سيارات الأجرة الفردية والجماعية تعليق التعريفات بشكل واضح داخل السيارات³ .
● **خدمة الموثق** : ينبغي على الموثق أن يضع جدول التعريفات الرسمية للأتعاب في
مكان بارز من المكتب لتمكين الزبائن من الإطلاع عليه⁴ .

● **خدمة النقل البري** : يقصد بالنقل البري ، كل نشاط يقوم من خلاله شخص
طبيعي أو اعتباري بنقل أشخاص أو بضائع من مكان إلى مكان آخر ، عبر الطرق أو السكة
الحديدية على متن مركبة ملائمة ، ويشمل النقل البري : النقل بالسكك الحديدية ، نقل
الأشخاص عبر الطرقات ، نقل البضائع عبر الطرقات ، ويجب على متعاملي النقل البري
للمسافرين ضمان علانية تسعيرة خدماته⁵ .

¹-أنظر المادة 05 ف 02 من القانون رقم 04-02 المذكور سابقا .

²-ج.ر المؤرخة في 05 مارس 2000، العدد 10، ص.07.

³-أنظر المادة 07 من م.ت رقم 02-448 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 يتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في
سيارات الأجرة " طاكسي "، ج.ر المؤرخة في 22 ديسمبر 2002، العدد 85، ص.07.

⁴-أنظر المادة 08 من م.ت رقم 08-243 المؤرخ في 03 أوت 2008 يحدد أتعاب الموثق، ج.ر المؤرخة في 06 أوت
2008، العدد 45، ص.09.

⁵-أنظر المادة 02 ف 01 و 14 من القانون رقم رقم 01-13 المؤرخ في 07 أوت 2001 يتضمن توجيه النقل البري
وتنظيمه، ج.ر المؤرخة في 08 أوت 2001، العدد 44، ص.04 و 05.

أما بالنسبة للخدمات التي يكون سعرها جزئياً تتضمن سعر الخدمة الفعلية¹، فمثلاً يتفق المحامي يمكن أن يقبل المحامي أن يدفع له موكله أتعاباً دورية عن العمل الاستشاري الذي يجره ، وبالمقابل يحرق له وصلاً عن المبلغ الذي تقاضاه ويسلمه إليه².

أ-3 : تحديد الأسعار : إن المبدأ طبقاً لقواعد المنافسة المشروعة هو حرية المحترف في تحديد أسعار المنتجات والخدمات التي تعرض على المستهلكين والتي تسمح بالحصول على منافسة سليمة وفعالة³ وهذا ما أكدته المادة 04 فقرة 01 من الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة⁴، بالإضافة إلى أن المحترف غالباً ما يحدد سعر المنتج حسب متطلبات شراء هذا المنتج⁵.

وتجدر الإشارة إلى أن الحرية في تحديد الأسعار أحياناً لا تظهر ، لأنه في بعض الحالات يكون السعر محدد مسبقاً من طرف الصانع وليس البائع ، فمثلاً صانع الأجهزة الكهرومنزلية يطلب من وكيل إعادة البيع عدد الأجهزة وحتى السعر الذي يريده ، الأمر الذي يجعل الشخص معيد البيع يتعهد عقدياً اتجاه الصانع لمتابعة السعر المحدد من طرف هذا الأخير⁶ ، وهذا يعد أمراً خطيراً لأنه يقضي على المنافسة بين البائعين ، لذلك منع المشرع الجزائري الممارسات المقيدة للمنافسة والتي من بينها عرقلة تحديد الأسعار حسب قواعد السوق بالتشجيع المصطنع لارتفاع الأسعار أو لانخفاضها⁷.

¹- J.BEAUCHARD, *op.cit.*, p.309.

²-أنظر المادة 43 من القرار المؤرخ في 04-09-1995 يتضمن الموافقة على النظام الداخلي لمهنة المحاماة، ج.ر المؤرخة في 14-08-1996، العدد 48، ص.22.

³- شهيدة قادة، قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان، 14 و 15 أبريل 2001، ص.75.

⁴-ج.ر المؤرخة في 20 يوليو 2003، العدد 43، ص.26. ولقد تم تعديل وتنظيم هذا الأمر بالقانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008، ج.ر المؤرخة في 02 يوليو 2008، العدد 36، ص.11.

⁵-EL KADI. IHSANE. *Les Algériens, consommateurs primaires*, Rev. El Watan Économie.18 au 24 Avril 2005.p.01.

⁶-J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p.328.

⁷- أنظر المادة 06 ف 05 من القانون رقم 08-12 السالف الذكر . ولمعرفة أكثر حول الممارسات المقيدة للمنافسة، راجع المواد من 06 إلى 12 من الأمر رقم 03-03 يتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 المذكور سابقاً . وبفرنسا أورد المشرع الفرنسي بموجب قانون LANG المؤرخ في 10 أوت 1981 استثناء على مبدأ منع البيع بالسعر المفروض ، وذلك في مجال العمل بالنسبة للكتب الذي يسمح للناسر أو المستورد بتحديد السعر وليس من طرف صاحب المكتبة ، هذا الأخير يمنع عليه بيع الكتاب بأكثر من السعر المحدد أو بأقل منه إلا في حدود 05% ، والغاية من ذلك حماية المكتبات الصغيرة والمتوسطة ، كما يمكن الخروج عن مبدأ منع البيع بالسعر المفروض بموجب قرار وزاري يجيز هذا الشرط في حالات معينة. أنظر محمد بودالي، المرجع السابق، ص.511.

وبالإضافة إلى ذلك يمنع البيع بالخسارة أ

مخفضة بشكل تعسفي للمستهلكين مقارنة بتكاليف

العروض أو الممارسات تهدف أو يمكن أن تؤدي إلى إبعاد مؤسسه أو عرفه احد ممنوجاتها من الدخول إلى السوق¹ ، ويقع باطلا كل اتفاق أو تعاقد يخالف ذلك².

وزيادة على ذلك فإن المشرع الجزائري منع المحترفين أثناء التعامل فيما بينهم بالإلزام بإعادة البيع بسعر أدنى الذي يعتبر حالة من حالات الممارسات المقيدة للمنافسة³ ، وعليه يمنع إعادة بيع سلعة بسعر أدنى من سعر تكلفتها الحقيقي⁴ ، غير أن هذا المنع لا يشمل المنتجات التالية : السلع سهلة التلف والمهددة بالفساد السريع والسلع التي بيعت بصفة إرادية أو حتمية بسبب تغيير النشاط أو إنهائه أو إثر تنفيذ حكم قضائي ، بالإضافة إلى السلع الموسمية وكذلك السلع المتقادمة أو البالية تقنيا ، والسلع التي تم التموين منها أو يمكن التموين منها من جديد بسعر أقل وفي هذه الحالة يكون السعر الحقيقي لإعادة البيع يساوي سعر التموين الجديد ، ويضاف إلى هذا المنع المنتجات التي يكون فيها سعر إعادة البيع يساوي السعر المطبق على الأعوان الاقتصاديين الآخرين بشرط ألا يقل سعر البيع من طرف المتنافسين حد البيع بالخسارة⁵.

ويجب الإشارة إلى أنه طبقاً لمبدأ حرية تحديد أسعار المنتجات والخدمات فإنه يجوز للمحترف وفي إطار المنافسة المشروعة والنزاهة أن يقوم بتخفيض سعر المنتج أو أداء الخدمة طالما أنها لا تتعارض مع القانون، بيد أن المحترفين قد يعتمدون لبيع منتوجاتهم أو تأدية خدماتهم على وسائل ترقوية بمقتضاها تتكون في أذهان المستهلكين آمال بوجود تخفيض للأسعار ، كأن يتم الكتابة في أماكن البيع عبارة " تخفيضات هامة " أو " تخفيضات مؤقتة " أو " SOLDE " بحيث يندفع المستهلك إلى التعاقد دون معرفة نسبة التخفيض ، وقد يلجأ كذلك المحترفون إلى رفع الأسعار مؤقتاً ثم إرجاعها إلى مستواها السابق في مدة

¹ - أنظر المادة 12 من الأمر رقم 03-03 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 السالف الذكر .

² -تنص المادة 56 من القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 بأنه: " يعاقب على الممارسات المقيدة للمنافسة بغرامة لا تفوق 12% من مبلغ رقم الأعمال من غير الرسوم المحقق في الجزائر خلال آخر سنة مالية مختتمة، أو بغرامة تساوي على الأقل ضعف الربح المحقق بواسطة هذه الممارسات على ألا تتجاوز هذه الغرامة أربعة أضعاف هذا الربح، وإذا كان مرتكب المخالفة لا يملك رقم أعمال محدد فالغرامة لا تتجاوز ستة ملايين دينار (6.000.000 دج) " .

³ -أنظر المادة 11 ف 06 من الأمر رقم 03-03 يتعلق بالمنافسة المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-12 السالف الذكر .

⁴ -يقصد بسعر التكلفة الحقيقي سعر الشراء بالوحدة المكتوب على الفاتورة، يضاف إليه الحقوق والرسوم، وعند الإقتضاء أعباء النقل .

⁵ -أنظر المادة 19 من القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية السالف الذكر .

زمنية قصيرة لكي يعتقد المستهلكون أن الأسعار

خطرا على مصالح المستهلكين ويؤثر سلبا على ال

والأصل أن تحديد الأسعار يتم عند إبرام العقد ولا يمكن تغييره بعد ذلك ، إلا انه في

بعض الأحيان قد لا يتم تحديد السعر لا سيما عندما تفصل مدة زمنية بين إبرام العقد وتنفيذه

الأمر الذي يمثل خطر على المستهلك وهو الطرف الضعيف في العقد .

وعليه ومن أجل حماية المستهلك في مثل هذه الحالات وطبقا للقواعد العامة يجب

إدراج الشروط التي تسمح بتغيير السعر ، أو أن المتعاقدين اعتمادا على السعر المتداول في

التجارة أو السعر الذي جرى عليه التعامل بينهما²، أما بالنسبة للخدمات فيرى بعض الفقه³

أنه في حالة عدم تحديد السعر فإنه بإمكان المستهلك أن يرفع دعوى للمطالبة بتحديد سعر

معقول يتناسب مع الخدمات المقدمة ، مع الإشارة إلى أن القضاء الفرنسي يعترف بهذا الحق

في مجال عقد إيجار الأشغال - les contrat de louage d'ouvrage - .

وإذا كانت المنتجات أو الخدمات تخضع لنظام الأسعار المقننة طبقا للقانون ، فينبغي

على المحترف احترام هذه الأسعار وعدم مخالفتها ، كما يمنع عليه القيام بتصريحات مزيفة

بأسعار التكلفة من أجل التأثير على أسعار المنتجات والخدمات غير الخاضعة لنظام حرية

الأسعار وبالتالي يمنع على المحترف القيام بكل ممارسة أو مناورة تهدف إلى إخفاء زيادات

غير مشروعة في الأسعار⁴.

وبالإضافة إلى ذلك يمنع على المحترف حيازة مخزون من المنتجات بهدف تحفيز

الارتفاع غير المبرر للأسعار وهذا ما أشارت إليه المادة 25 من القانون رقم 04-02 يحدد

القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

● **تدخل الدولة لتحديد بعض أسعار المنتجات أو الخدمات :** إذا كان المبدأ هو حرية

تحديد أسعار المنتجات أو الخدمات من طرف المحترف فإن هذا المبدأ لا يؤخذ على إطلاقه

فقد تتدخل الدولة لتحديد بعض أسعار المنتجات أو الخدمات التي تراها ذات طابع

¹ - ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، ملتقى وطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان، 14 و 15 أبريل 2000، ص.17.

² - أنظر المادة 357 ق.م.ج

³ - J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*, p.322.

⁴ - أنظر المادتين 22 و 23 من القانون رقم 02-04 المذكور سابقا .

استراتيجي بموجب مرسوم بعد أخذ رأي مجلس

ومجابهة المشاكل الاجتماعية ، وأيضا إقرار الـ

ارتفاع الأسعار للقضاء على أزمة التضخم ، وكذلك عمل الدولة على توفير ارتفاع بعض
الأسعار لا سيما أسعار المنتجات الإستراتيجية قصد المحافظة على القدرة الشرائية لذوي
الدخل الضعيف أو المحدود ، وقصد محاربة المضاربات التي تؤدي إلى استغلال المستهلك².
ونظرا لاستحالة حصر كل المنتجات والخدمات الخاضعة لنظام الأسعار المقننة
سنقتصر على ذكر البعض منها والتي تعتبر ضرورية بالنسبة للمستهلك كما هو الشأن
بالنسبة لمنتوج السميد³ ، والدقيق والخبز⁴ ، وأيضا منتوج الحليب المبستر و الموضب في
أكياس⁵ ، ومياه الشرب والتطهير⁶ ، والمياه المستعملة في الفلاحة⁷ ، بالإضافة
إلى المواد الصيدلانية المستعملة في الطب البشري⁸ ، والغاز الطبيعي⁹
والغاز الطبيعي المضغوط¹⁰ والمواد النفطية المكررة (البنزين ، وغاز البروبان
المميع ، الوقود ، المازوت¹¹).

¹-أنظر المادة 05 ف 01 من القانون رقم 08-12 المؤرخ في 25 يونيو 2008 السالف الذكر .

²-لحسن بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، المرجع السابق، ص.127.

³-راجع م.ت رقم 07-402 المؤرخ في 25 ديسمبر 2007 يحدد أسعار سميد القمح الصلب عند الإنتاج وفي مختلف
مراحله، ج.ر المؤرخة في 26 ديسمبر 2007، العدد 80، ص.10.

⁴-راجع م.ت رقم 96-132 المؤرخ في 13 أبريل 1996 يتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع
ج.ر المؤرخة في 14 أبريل 1996، العدد 23، ص.12.

⁵-راجع م.ت رقم 01-50 المؤرخ في 12 فبراير 2001 يتضمن تحديد أسعار الحليب المبستر و الموضب في الأكياس
عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج.ر المؤرخة في 12 فبراير 2001، العدد 11، ص.23.

⁶-راجع م.ت رقم 05-13 المؤرخ في 09 يناير 2005 يحدد قواعد تسعير الخدمات العمومية للتزويد بالماء الصالح
للشرب والتطهير وكذا التعريفات المتعلقة به، ج.ر المؤرخة في 12 يناير 2005، العدد 05، ص.04.

⁷-راجع م.ت رقم 05-14 المؤرخ في 09 يناير 2005 يحدد كيفية تسعير الماء المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات
المتعلقة به، ج.ر المؤرخة في 12 يناير 2005، العدد 05، ص.09.

⁸-راجع م.ت رقم 98-44 المؤرخ في 01 أبريل 1998 يتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوضيب والتوزيع
التي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، ج.ر المؤرخة في 04 فبراير 1998، العدد 05، ص.17.

⁹-راجع م.ت رقم 05-128 المؤرخ في 24 أبريل 2005 يتضمن تحديد أسعار البيع الداخلي للغاز الطبيعي، ج.ر
المؤرخة في 24 أبريل 2005، العدد 29، ص.16.

¹⁰-راجع م.ت رقم 05-313 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005، يحدد حد الربح عند التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز
الطبيعي المضغوط كوقود، ج.ر المؤرخة في 11 سبتمبر 2005، العدد 62، ص.04.

¹¹-راجع م.ت رقم 06-06 المؤرخ في 09 يناير 2006 يتضمن تحديد أسعار البيع عند دخول النفط الخام المصفاة ،
وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك
في السوق الوطنية، ج.ر المؤرخة في 15 يناير 2006، العدد 02، ص.13.

وبالنسبة للخدمات فتتدخل الدولة أيضا لتتد

كخدمات نقل الركاب في سيارات الأجرة " ط

المطبق على السكن الإجتماعي³ ، بالإضافة إلى خدمات نقل المسافرين عبر السكك الحديدية الحديدية⁴ وعبر الطرق⁵.

وفضلا عن ذلك فإن الدولة لا يقتصر دورها على تحديد الأسعار لبعض المنتجات والخدمات وإنما يمكن لها اتخاذ كافة التدابير الاستثنائية للحد من ارتفاع الأسعار أو تحديدها لاسيما في حالة ارتفاعها المفرط بسبب اضطرابات السوق أو كارثة أو صعوبات مزمنة في التموين داخل قطاع نشاط معين أو في منطقة جغرافية معينة أو في حالات الاحتكار الطبيعية وهذا ما أشارت إليه المادة 05 من القانون رقم 08-12 المشار إليه آنفا ، مع العلم أن الدولة تتخذ هذه التدابير الاستثنائية بموجب مرسوم لمدة أقصاها ستة أشهر بعد أخذ رأي مجلس المنافسة ، ويمكن تجديد هذه المدة⁶.

ب- الإعلام بشروط البيع : إن إعلام المستهلك بالسعر غير كافي لإبرام العقد ، لذلك يجب على المحترف إعلامه بشروط البيع⁷ التي لها تأثير على قراره باقتناء المنتج أو أو حصوله على الخدمة ، كشرط التسليم في المنزل مثلا.

ولقد نص المشرع الجزائري على هذا الالتزام في المادتين 04 و 08 من القانون رقم 02-04 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ، غير أنه في نص المادة 08 من نفس القانون ذكر عبارة " الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة " مما يفهم منه أن المحترف قد يقوم بالتحديد الاحتمالي للمسؤولية التعاقدية عن طريق إدراجها

¹ -راجع م.ت رقم 02-448 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 يتعلق بالتعريفات القسوى لنقل الركاب في سيارات الأجرة " طاكسي " ، ج.ر المؤرخة في 22 ديسمبر 2002 ، العدد 85 ، ص.05.

² -راجع م.ت رقم 08-243 المؤرخ في 03 أوت 2008 يحدد أتعاب الموثق، ج.ر المؤرخة في 06 أوت 2008 ، العدد 45 ، ص.08.

³ -راجع م.ت رقم 98-237 المؤرخ في 28 يوليو 1998 يتضمن رفع نسب الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي في السكن والتي تملكها الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها، ج.ر المؤرخة 29 يوليو 1998 العدد 55 ، ص.07.

⁴ -راجع م.ت رقم 98-269 المؤرخ في 29 أوت 1998 ، يتضمن تحيين تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، ج.ر المؤرخة في 02 ديسمبر 1998 ، العدد 65 ، ص.07.

⁵ -راجع م.ت رقم 96-39 المؤرخ في 15 يناير 1996 يتضمن تعريفات نقل الركاب براء، ج.ر المؤرخة في 17 يناير 1996 العدد 04 ، ص.23.

⁶ -أنظر المادة 05 ف 03 من القانون رقم 08-12 المذكور سابقا.

ضمن شروط البيع وهذا ما أدى بالفقه الفرنسي

فمن جهة يعتبر مبدأ التحديد الاحتمالي للمسؤولية

3 من قانون الاستهلاك الفرنسي ، ومن جهة أخرى يعد هذا المبدأ مخالف تماما لاحكام المادة 1-132 R من نفس القانون التي تمنع الشروط التي تعفي أو تحدد المسؤولية باعتبارها شروط تعسفية حتى وإن كانت هذه المادة تمنع مثل هذه الشروط في عقد البيع فقط وأن المادة 3-113 تتضمن أيضا تأدية الخدمات¹.

إن التحديد الاحتمالي للمسؤولية العقدية من طرف المحترف سواء بالتخلي عنها أو بتحديدتها يشكل شرط تعسفي في مواجهة المستهلك ، وبرجوعنا إلى نص المادة 05 فقرة 05 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين والمستهلكين والبنود التي تعتبر تعسفية المعدل والمتمم² فإنها تعتبر أن تخلي العون الاقتصادي عن مسؤوليته بصفة منفردة ، بدون تعويض المستهلك في حالة عدم التنفيذ الكلي أو الجزئي أو التنفيذ غير الصحيح لواجباته يعد من قبيل البنود التي تعتبر تعسفية .

والجدير بالذكر أن المشرع الجزائري لم يعرف ماذا يقصد بشروط البيع وما هو مضمونها وبالخصوص إذا كانت العلاقة التعاقدية تربط المحترف بالمستهلك على عكس العلاقات القائمة فيما بين الأعوان الاقتصاديين ، فيجب في مثل هذه العلاقات أن تتضمن شروط البيع إجباريا كإيفاء الدفع ، وعند الاقتضاء الحسوم والتخفيضات والمسترجعات³.

ولم يبين أيضا المشرع الجزائري الوسائل المعتمدة للإعلام بشروط البيع على خلاف الأسعار التي حدد وسائل الإعلام بها ، وبالتالي فإن المحترف بإمكانه استعمال كل الوسائل الملائمة للإعلام بالشروط العامة والخاصة لبيع المنتجات و/أو تأدية الخدمات⁴.

وغالبا ما يتم تحديد هذه الشروط مسبقا من طرف المحترف ويقدمها على شكل قائمة ويرفقها بالعقد أو تكون محررة في دفاتر تخص نوع معين من المنتج أو الخدمات كالدفاتر المحررة من طرف الشركة الوطنية للتأمين ، فهناك دفتر يحدد الشروط العامة المتعلقة بعقد

¹- J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p.58.

²-ج.ر.المؤرخة في 11 سبتمبر 2006، العدد 56، ص.17. و لقد تم تعديل هذا المرسوم بموجب م.ت رقم 08-44 المؤرخ في 03 فبراير 2008، ج.ر. المؤرخة في 10 فبراير 2008، العدد 07، ص.17.

³-أنظر المادة 09 من القانون رقم 04-02 المذكور سابقا .

⁴-أنظر المادة 04 من م.ت رقم 06-306 المعدل والمتمم السالف الذكر .

تأمين السيارات¹ ، ودفتر آخر مثلا يحدد الشروط
آخر يحدد الشروط العامة المتعلقة بعقد الأخطار
تتضمن كل العناصر التي تبين شروط العقد وأثاره وحقوق والبرامات كل من المحترف
والمستهلك المتعاقد ونذكر من بين هذه الشروط مايلي:- ميعاد وكيفية التسليم- تحديد
الضمان- تحديد المسؤولية- شروط فسخ العقد- كيفية دفع الثمن.

الفرع الثالث

التزام المحترف باستعمال اللغة العربية

يفرض المشرع الجزائري استعمال اللغة العربية في مختلف ميادين الحياة ، على
أساس أن هذه اللغة مقوم من مقومات الشخصية الوطنية الراسخة ، وثابت من ثوابت الأمة،
ويجسد العمل بها مظهر من مظاهر السيادة واستعمالها من النظام العام²، وتعد اللغة العربية
هي اللغة الوطنية والرسمية³ والتي يجب استعمالها عند ذكر جميع البيانات مهما كان نوعه
المتعلقة أو الخدمة المعروضة على المستهلكين ، وكذلك استعمالها في كل الوثائق المرفقة
ببيع المنتجات أو تأدية الخدمات من أجل تعيين موضوع العقد ، عرض السعر ، شروط
البيع ، طرق الاستعمال ، لاسيما عند التقديم ، التغليف ، الإشهار الكتابي أو الشفوي ،
الوسم⁴ ، وهذا كله من أجل تقديم إعلام أحسن للمستهلكين .

وبالنسبة لوسم كل أنواع المنتجات فينبغي أن تكتب البيانات باللغة العربية وزيادة
على ذلك أن تكون ظاهرة للمستهلكين وميسورة القراءة وغير قابلة للمحو، سواء بالنسبة

¹-تتمثل الشروط العامة المتعلقة بعقد تأمين السيارات في موضوع التأمين ومجاله، عرض الضمانات ، الاستثناءات بسقوط الحق، تحديد الضمانات، تكوين العقد ومدته، التزامات المكتتب، التزامات الشركة، بالإضافة إلى أحكام مختلفة .

²- أنظر المادة 02 من القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية المعدل والمتمم، ج.ر المؤرخة في 16 يناير 1991، العدد 03، ص.45.

³- أنظر المادة 03 من المرسوم الرئاسي رقم 96-438 المؤرخ في 07 ديسمبر 1996 يتعلق بإصدار نص تعديل الدستور المصادق عليه في استفتاء 28 نوفمبر 1996 في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1996، العدد 76، ص.08. مع الإشارة إلى الدستور الجزائري عدل وتم بموجب القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008، ج.ر المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، العدد 63، ص.08.

⁴ - D. LEGEAIS , *droit commercial et des affaires*, op.cit., p.437.

لوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية¹ أو السلع وكذلك بالنسبة للعب⁴ والمواد المضافة إلى المنتج

وبالإضافة إلى ما سبق ذكره فإن المنتجات الصيدلانية والمنتجات الكيماوية والمنتجات الخطيرة وأيضا أجهزة الإطفاء والإنقاذ يجب أن تحرر البيانات الخاصة بها باللغة العربية كالبيانات التقنية وطرق الاستخدام وعناصر التركيب وكيفيات الاستعمال⁶، أما بالنسبة للأسماء والبيانات المتعلقة بالمنتجات والخدمات وجميع الأشياء المصنوعة أو المستوردة أو المسوقة في الجزائر فينبغي أيضا أن تحرر باللغة العربية.

بيد أن المشرع الجزائري لم يستبعد إضافة لغة أجنبية بجانب اللغة العربية ، إذ نص على السماح باستعمالها في مختلف النصوص التنظيمية السالف ذكرها ، إلا أن هذه النصوص لم تحدد ماهي اللغة الأجنبية التي يمكن إضافتها ، فمثلا استيراد منتج من الصين يحتوي على بيانات ومعلومات باللغة الصينية ، فما هي فائدة المستهلك من الإطلاع عليها خاصة وأن معظم المستهلكين لا يفهمون معاني هذه اللغة ، ولذلك يجب أن تكون المعلومات مكتوبة مثلا باللغة الفرنسية كلغة إضافية باعتبار هذه اللغة الأكثر انتشارا بين أوساط فئات المجتمع الجزائري ، ونفس الأمر ينطبق على تأدية الخدمات التي يجب أن تكون فيها البيانات محررة باللغة العربية .

المطلب الثاني

البيانات الإختيارية

من أجل إعلام المستهلك أو حتى المحترف بشكل أفضل ، فإن القانون سمح للمحترفين بإدراج إلى جانب البيانات الإلزامية علامات مختلفة وخاصة علامات الجودة التي تسمح

¹-أنظر المادة 04 من م.ت رقم 90-366 المذكور سابقا.

²-أنظر المادة 05 من م.ت رقم 05-484 المذكور سابقا.

³-أنظر المادة 10 من م.ت رقم 97-37 المذكور سابقا.

⁴-أنظر المادة 07 من م.ت رقم 97-494 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997، يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 1997، العدد 85، ص.12.

⁵-أنظر المادة 06 من م.ت رقم 92-25 المذكور سابقا.

⁶-أنظر المادة 21 من القانون رقم 91-05 المعدل والمتمم السالف الذكر.

وتعتبر علامات الجودة من البيانات الاختيارية التي عادة ما يدرجها المحترفون لا سيما المنتجون والصانعون في منتجاتهم أو خدماتهم والتي يعبر عنها بأية معلومة مختصرة سواء كانت على شكل رمز أو كلمة موجزة ، وتعتبر بمثابة إعلان ضمني على أن المنتج أو الخدمة التي تحملها تتضمن جودة معينة مضمونة من طرف جهاز مستقل عن المحترفين وهذا ما يؤدي بنا إلى دراسة علامات الجودة في التشريع الجزائري (الفرع الأول) ثم تبيان علامات الجودة على المستوى الخارجي (الفرع الثاني) .

الفرع الأول

علامات الجودة في التشريع الجزائري

لقد عرف بعض الفقه¹ علامات الجودة بأنها : " كل رسالة مختصرة موجهة إلى المستهلكين في شكل كلمة أو مجموع كلمات أو شعار تشهد على أن منتوجا ما أو خدمة مطابق للمواصفات الصادرة عن هيئة مستقلة ."

أما بالنسبة لمصطلح الجودة فإنه لم يرد بشأنه تعريف من طرف التشريع الجزائري نظرا لكون الجودة لا تركز لتحديد واستقرار واضح²، ويقصد بالجودة من وجهة نظر المستهلك مدى الانطباع والإشباع الذي يتركه أثر شراء واستخدام المنتج لديه من حيث فعالية الاستخدام والشكل ومستوى الأداء وتكلفة الشراء والاستخدام دون أضرار صحية³، أما من وجهة نظر المنتج فيقصد بالجودة مدى تطابق المنتج مع المواصفات الموضوعية⁴. ولقد عرفت أيضا المنظمة العالمية للتقييس ISO الجودة بأنها : " مجموع الخصائص المميزة للمنتج أو نظام أو طريقة إنتاج معينة ترضي متطلبات العميل والأطراف المعنية بالأمر ."

¹ -J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p.61.

² - خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الميسرة، الطبعة الأولى، 2002، الأردن، ص.70.

³ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.88.

⁴ - هبة فؤاد علي، أنظر قلوب الطيب، المرجع السابق، ص. 110.

ونظرا لكون الجودة تسعى لتحقيق متطلبات

على المنافسة وعامل هام لنجاح المؤسسة¹ التي تسعى دائما للحصول على احسن اداء اقتصادي وأيضا إلى إرضاء الزبائن المتصلين بها² ، فإن معظم المحترفين يحاولون حماية سمعتهم من خلال تقديم منتجات أو خدمات تحقق الرغبات المشروعة للمستهلكين ولا يتأتى ذلك إلا من خلال الاهتمام بجودة المنتجات أو الخدمات المعروضة في السوق ، مع العلم أن الغرض الأساسي من استعمال علامات الجودة من طرف المحترفين هو ترقية المنتجات والخدمات التي تشملها بالإضافة إلى إعلام المستهلك الذي تتكون لديه فكرة معينة حول جودة ما يقتنيه ، غالبا ما تكون الدافع إلى التعاقد.

ومن بين أهم علامات الجودة نجد : تسميات المنشأ (أ) وعلامات النوعية والأصالة (ب) وعلامات المطابقة للمواصفات الجزائرية (ج) والتي سندرسها كما يلي :

أ- تسميات المنشأ³ : يقصد بتسمية المنشأ " الاسم الجغرافي لبلد أو منطقة أو جزء من منطقة أو ناحية أو مكان مسمى ، ومن شأنه أن يعين منتجا ناشئا فيه وتكون جودة هذا المنتج أو مميزاته منسوبة حصرا أو أساسا لبيئة جغرافية تشتمل على العوامل الطبيعية والبشرية"⁴

¹-BOUCHIKHI et MARROKIA.,Dispositif réglementaire en matière de protection du consommateur et de contrôle de la qualité des aliments et de la répression des fraudes en algerie, séminaire national sur la protection en matière de consommation , faculté de droit , université d'oran 14 et 15 mai 2000 , p.38.

séminaire national sur la protection en matière de consommation , faculté de droit , université d'oran 14 et 15 mai 2000 , p.38.

²- MEZIANNE , *normalisation internationale sur les exigences de système d'assurance qualité* (norme iso série 9000) , séminaire national sur la protection en matière de consommation , faculté de droit , université d'oran 14 et 15 mai 2000 , p.50.

³- لقد انضمت الجزائر إلى العديد من الاتفاقيات الدولية الخاصة بتسميات المنشأ ونذكر الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية، ج.ر المؤرخة في 21 أبريل 1972، العدد 32، ص. 467. ويذكر هذا النص انضمام الجزائر إلى اتفاقية مدريد المؤرخة في 14 أبريل 1891 المتعلقة بقمع بيانات المصدر أو المنشأ المزورة أو غير القانونية وأيضا اتفاقية لشبونة المؤرخة في 31 أكتوبر 1958 المتعلقة بالحماية الدولية لتسميات المنشأ وتسجيلها الدولي.

⁴- أنظر المادة 01 من الأمر رقم 76-65 المؤرخ في 16 يوليو 1976 يتعلق بتسمية المنشأ، ج.ر المؤرخة في 23 يوليو 1976، العدد 59، ص.866.

ومن خلال هذا التعريف تظهر أهمية

البضاعة المعروضة للبيع نظرا للعلاقة اللصيقة

من بينها: كروم تلمسان ، كروم معسكر ، الظهرة ...الح .

وتستعمل تسميات المنشأ في الإنتاج الزراعي والإنتاج الصناعي والحرفي بهدف اجتذاب الزبائن نظرا للدور الذي تلعبه في ضمان جودة ونوعية البضاعة المقدمة للمستهلك الذي يكون متأكد من أن هذه المنتجات تحتوي على صفات معينة غير موجودة في المنتجات الأخرى المشابهة لها، وزيادة على ذلك فإن تسميات المنشأ لا يهتم بها المستهلك فقط وإنما كذلك المحترف لا سيما المنتج لأنها الضمان الوحيد لبيع منتجاته مهما كانت زراعية أو تقليدية أو صناعية³.

وتجدر الإشارة إلى أن تسميات المنشأ (**appellation d'origine**) تختلف عن بيان المصدر (**indication de provenance**) إذ أن هدف هذا الأخير هو تحديد مصدر المنتجات ، أي المكان الذي تأتي منه المنتجات والذي ليس بصفة إجبارية مكان الصنع أو الإنتاج ، في حين تمنح تسميات المنشأ لمنتجات معينة معروضة في الأسواق الوطنية أو الدولية نظرا لصفاتها الخاصة وميزاتها الجوهرية وبالتالي فإن هناك علاقة مادية بين المنتجات ومكان إنشائها، بالإضافة إلى تسميات المنشأ تثبت مصدر المنتجات وتضمن نوعيتها على عكس بيان المصدر فإنه يرمي إلى بيان الجهة التي تأتي منها المنتجات دون أن يفترض وجود النوعية فيها⁴.

¹ فرحة زراوي صالح، الكامل في القانون التجاري الجزائري، المحل التجاري والحقوق الفكرية، المرجع السابق، ص.352.

² راجع المرسوم رقم 78-118 المؤرخ في 27 ماي 1978 المتضمن تنظيم ملحق المرسوم رقم 70-192 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 المتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان " كروم تلمسان "، ج.ر المؤرخة في 30 ماي 1978، العدد 22، ص.483. وانظر المرسوم رقم 70-189 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 المتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان " كروم معسكر " ، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1970، العدد 102، ص.1531. وانظر كذلك إلى المرسوم رقم 70-190 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 المتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان " الظهرة "، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1970، العدد 102، ص.1532.

³ فرحة صالح زراوي، المرجع السابق، ص.353 و 354.

⁴ فرحة صالح زراوي، المرجع السابق، ص.362 و363، وللإطلاع أكثر حول موضوع تسميات المنشأ والشروط القانونية الخاصة بها والإجراءات الواجب إتباعها، أنظر نفس المرجع لفرحة صالح زراوي، ص.367. وما بعدها، وللإشارة فإن الجزائر صادقت على البروتوكول الخاص بشهادة المنشأ بين دول اتحاد المغرب العربي الموقع بتونس بتاريخ 02-04-1994 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 96-224 المؤرخ في 22 جوان 1996، ج.ر المؤرخة في 30 جوان 1996، العدد 40، ص.06. ولقد نصت المادة 01 من البروتوكول السالف الذكر على أنه: " تعمل الأطراف المتعاقدة بنموذج موحد لشهادة المنشأ مرفق طيه، مصحوبا بوثيقة تبين مواصفاته التقنية من حيث الشكل ".

ب- علامة النوعية والأصالة : يقصد بعلامة

تثبت أن منتوج الصناعة التقليدية يتوفر على مستوى مسبقاً¹.

وعليه فإن المشرع الجزائري وتحفيزاً منه على الصناعة التقليدية والحرف بمختلف ميادينها الثلاث المتمثلة في :- الصناعة التقليدية والفنية - الصناعة التقليدية لإنتاج المواد - الصناعة التقليدية للخدمات² فإنه نص على إنشاء علامة النوعية والأصالة³ بالنسبة للمنتوجات الصناعية التقليدية التي ينجزها الحرفيون والتعاونيات أو المؤسسات الحرفية والتي يجب أن تتميز بالخصائص التالية: أن تكون المنتوجات الصناعية التقليدية ذات طابع تقليدي جزائري أصيل ومستوحاة من الفن المحلي و أن تتميز هذه المنتوجات بمستوى من الجودة من حيث اختيار المواد المستعملة والعناية في التنفيذ وأن تتميز هذه المنتوجات أيضاً بصنع يدوي أو بصنع يستعين بلوازم تكميلية⁴.

ويقصد بالصناعة التقليدية والحرف ، كل نشاط إنتاج أو إيداع أو تحويل أو ترميم فني أو صيانة أو تصليح أو أداء خدمة يطغى عليه العمل اليدوي ويمارس بصفة رئيسية ودائمة وفي شكل مستقر أو متنقل أو معرضي في أحد مجالات النشاطات الآتية: الصناعة التقليدية، الصناعة التقليدية الفنية ، الصناعة التقليدية الحرفية للخدمات ...⁵ ، مع الإشارة إلى أن نشاط الصناعة التقليدية والحرف يمارس إما فردياً وإما ضمن تعاونية أو مقولة. وتحمل علامة النوعية والأصالة اسم " صناعة تقليدية جزائرية " تمنح من طرف الوكالة الوطنية للصناعة التقليدية ، وتخضع لتصديق الوزير المكلف بالصناعة التقليدية⁶، وحتى تحظى علامة النوعية والأصالة بحماية قانونية لابد من إيداعها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية⁷ .

¹ - أنظر المادة 02 من م.ت رقم 97-99 المؤرخ في 19 أكتوبر 1997، يتضمن شروط تسليم علامات النوعية والأصالة ودمج منتوجات الصناعة التقليدية وكيفياتها وشكلها، ج.ر المؤرخة في 22 أكتوبر 1997، العدد 69، ص. 14.
² - أنظر المادة 02 من م.ت رقم 97-140 المؤرخ في 30 أبريل 1997 يحدد قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ، ج.ر المؤرخة في 04 ماي 1997، العدد 27، ص.07.
³ - أنظر المادة 08 من الأمر رقم 96-01، المؤرخ في 10 يناير 1996 يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج.ر المؤرخة في 14 يناير 1996، العدد 03، ص.03.
⁴ - أنظر المادة 04 من م.ت رقم 97-390 السالف الذكر .
⁵ - أنظر المادة 05 من الأمر رقم 96-01 المذكور سابقاً .
⁶ - أنظر المواد 03 و05 و06 من م.ت رقم 97-390 السالف الذكر .
⁷ - لقد تم إحداث المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية بموجب م.ت رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998، ج.ر ج.ر المؤرخة في 01 مارس 1998، العدد 11، ص.21. والذي يطلق عليه رمز I.N.A.P.I. التي تعني :

وبالنسبة لمنتجات الصناعة التقليدية للتصدير فإنها تدمغ إجباريا ، أما بالنسبة للمنتوج.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

اختياري¹، مع الملاحظة أن علامة النوعية والأصالة لعلم المسهلكت بان المنتج يحمل جوده معينة مما يسمح لهذا الأخير باقتنائه بدون تردد طالما أنه سيلبي حاجاته.

ج- علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية² : تمنح علامة المطابقة أو شهادة المطابقة للمنتوج الذي يكون مطابق للمواصفات أو اللوائح الفنية المحددة في القانون . وتعرف المواصفة على أنها وثيقة غير إلزامية توافق عليها هيئة تقييم معترف بها ، تقدم من أجل الاستخدام العام المتكرر ، القواعد والإشارات أو الخصائص المتضمنة الشروط في مجال التغليف والسمات المميزة أو اللصقات لمنتوج أو عملية أو طريقة إنتاج معينة ويطلق عليها تسمية المواصفات القياسية .

وحتى وإن كان المبدأ ينص على أن المحترف ليس ملزم بتطبيق المواصفة القياسية لأنها اختيارية على عكس اللائحة الفنية التي تعد إجبارية ، إلا أن هذا المبدأ يرد بشأنه استثناءات نصت عليها المادة 22 من القانون رقم 04-04 يتعلق بالتقييم مفادها أن تكون المنتوجات التي تمس بأمن وبصحة الأشخاص و/أو الحيوانات والنباتات والبيئة موضوع إسهاد إجباري للمطابقة، ومن الأمثلة على إجبارية المواصفات القياسية المتعلقة بالأمن ، تلك المواصفة التي تشترط في السيارات إلزامية وجود حزام الأمن بها³.

أما اللائحة الفنية فيقصد بها الوثيقة التي تتخذ عن طريق التنظيم وتتص على خصائص منتج ما ، أو العمليات وطرق الإنتاج المرتبطة به بما في ذلك النظام المطبق

Institut National Algérien de propriété industrielle.

¹-أنظر المادة 11 من م.ت رقم 97-390 السالف الذكر، مع الإشارة إلى أن هذا المرسوم نص فقط على شروط تسليم ودمغ علامة النوعية والأصالة بالنسبة للمنتجات ولم يتطرق إلى الخدمات (الصناعة التقليدية للخدمات) .

ويقصد بالدمغ العملية التي توضع بموجبها على المنتوج أو منتجات الصناعة التقليدية علامة ضمان الدولة كاعتراف بجودته وأصالته وهذا ما نصت عليه المادة 12 من م.ت رقم 97-390 المذكور سابقا .

²-يقابل هذه الشهادة في التشريع الفرنسي العلامة الوطنية للمطابقة للمقاييس الفرنسية ويرمز لها بالحرفين (NF) ، وتشهد هذه العلامة بأن المنتوج أو الخدمة مطابق للمقاييس المعدة من طرف الجمعية الفرنسية للتقييم (AFNOR) ، ولقد أنشأت هذه العلامة سنة 1946 وتعد أكثر تداولاً واستعمالاً وتطبق على كل أنواع المنتوجات والخدمات وبالخصوص تستعمل في المنتوجات الصناعية وهي لا ترافق فقط المنتوجات والخدمات الموجهة للمستهلكين مثل الآلات المنزلية، ولكن تستعمل أيضا بالنسبة للمنتوجات الموجهة للمحترفين كمواد البناء، وهي ليست علامة على النوعية الأفضل ولكن تشهد فقط على المطابقة للمقاييس.

³-قلوش الطيب، المرجع السابق، ص.144.

عليها ، ويكون احترامها إجباري ، كما يمكن والشروط الواجبة في مجال التغليف والسمات طريقة إنتاج معينة¹، كما ينبغي على المحترف لا سيما المنتج أو الصانع أو المسورد ان يقوم بإجراء تحاليل الجودة ومراقبة مطابقة المنتجات التي ينتجونها أو يستوردونها وهذا قبل عرضها للاستهلاك.

وتشتمل علامة المطابقة للمواصفات الجزائرية على حرفين " ت . ج " مرتبين على شكل تاج ومحددين في دائرة²، ويلتزم المحترف (الصانع أو المنتج) بفصل علامة المطابقة للمواصفات الجزائرية عن علامة الصنع حتى لا يقع المستهلك في غلط وعدم الخلط بينهما، وتتم المصادقة على المطابقة للمواصفات الجزائرية برخصة استعمال وضع العلامة الوطنية ومنح شهادة المطابقة من طرف المعهد الجزائري للتقييس³.

وفي حالة عدم احترام صاحب العلامة الشروط المنصوص عليها قانونا لاسيما أحكام القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996 يحدد شروط منح علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وسحبها وإجراءات ذلك ، فإنه قد يتعرض لعقوبات ، كالإنذار ، أو توقيف حق استعمال العلامة مدة محددة أو السحب النهائي لحق الاستعمال وهذا ما أشارت إليه المادة 43 من نفس القرار .

أما بالنسبة للمنتجات المستوردة فلقد فرض المشرع الجزائري على المستورد أن يضع مواصفات المنتج في دفتر الشروط أو في الطلبية وأن يقوم بإجراء تحاليل الجودة ومراقبة مطابقة المواد المستوردة قبل عرضها في السوق .

¹-أنظر المادة 02 فقرتين 03 و 07 من القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يتعلق بالتقييس، ج.ر المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص.15.

²-أنظر المادة 03 من القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996 يحدد شروط منح علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وسحبها وإجراءات ذلك، ج.ر المؤرخة في 25 ماي 1997، العدد 33، ص.23.

³-تم إنشاء المعهد الجزائري للتقييس بموجب م.ت رقم 69-98 المؤرخ في 21 فبراير 1998 الذي حدد أيضا قانونه الأساسي، ج.ر مؤرخة في 01 مارس 1998، العدد 11، ص.25، ويطلق عليه رموز (I.A.N.O.R) وتعني : **Institut Algérien de normalisation** ، ومن بين مهامه :- السهر على إعداد المواصفات الوطنية بالتنسيق مع مختلف القطاعات وإنجاز الدراسات والبحوث وإجراء التحقيقات العمومية في مجال التقييس، والسهر على تنفيذ البرنامج الوطني للتقييس، بالإضافة إلى اعتماد علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية وطابع الجودة ومنح رخص لاستعمال هذه العلامات والطابع، كما يتكلف بتطبيق الاتفاقيات والمعاهدات الدولية في مجال التقييس التي تكون الجزائر قد انضمت إليها. راجع أحكام المادة 07 من م.ت رقم 05-464 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005، يتعلق بتنظيم التقييس وسيره، ج.ر المؤرخة في 11 ديسمبر 2005، العدد 80، ص.05. وانظر المادة 07 من م.ت رقم 98-69 السالف الذكر .

وتمارس مراقبة مطابقة المنتجات المستور

والبحرية والجوية ، ويعهد أمر المراقبة إلى ا

بحماية المستهلك وقمع الغش ، ومن أجل التشديد على المراقبة خاصة امام عرو المنتجات الأجنبية السوق الوطنية أصدر المشرع الجزائري المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك¹.

ويتأكد المراقبون من أن المنتج مطابق للمواصفات القانونية أو التنظيمية التي تميزه ، وأيضا مطابقته لشروط استعماله ونقله وتخزينه وكذا مطابقته للبيانات المتعلقة بالوسم و/أو الوثائق المرفقة ، والتأكد من عدم وجود أي تلف أو تلوث محتمل للمنتج².

وتقوم مصالح المراقبة **بفحص عام** الذي يشتمل على المراقبة المادية للمنتج المستورد لتحديد مطابقته مع البيانات المذكورة في الوسم أو على الوثائق المرفقة ، كما يمكن لذات المصالح أن تقوم بإجراء **الفحص المععمق** الذي يعتمد على أخذ عينات من المنتج المستورد كلما اقتضت الضرورة ذلك لا سيما إذا كان المنتج يهدد صحة المستهلكين أو أمنهم أو عندما تبلغ معلومات أكيدة للإدارة المكلفة بمراقبة الجودة وقمع الغش تتعلق بنوعية المنتج³.

والجدير بالذكر أن علامة المطابقة للمواصفات الجزائرية (ت ج) ترجع ملكيتها إلى المعهد الجزائري للتقييس بموجب تسجيلها لدى المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية ، كما يمكن أن تحظى هذه العلامة بحماية دولية إذا تم إيداعها لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية ، وهي غير قابلة للتنازل ولا يمكن حجزها⁴ ، مع الإشارة إلى أن هذه العلامة تتصرف بحسب القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996 إلى المنتجات فقط دون ذكر الخدمات على عكس العلامة الوطنية للمطابقة للمواصفات الفرنسية (NF) فإنها تطبق على جميع أنواع المنتجات والخدمات .

¹-ج.ر المؤرخة في 11 ديسمبر 2005، العدد 80، ص.15.

²-أنظر المادة 07 من م.ت رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط مراقبة مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكيفيات ذلك .

³-علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص.29.

⁴-أنظر المادة 09 من القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996 السالف الذكر.

وتشهد علامة المطابقة للمواصفات فقط على
معينة محددة عن طريق التنظيم وبالتالي لا تدل ع

الفرع الثاني

علامات الجودة على المستوى الدولي

إن حرية مرور المنتجات والخدمات بين الدول ، وكذلك حرية التبادلات التجارية أدى
بهذه الدول وبالخصوص دول الإتحاد الأوروبي إلى الحرص على جودة هذه المنتجات
والخدمات المعروضة في أسواقها، ومن أجل تحقيق ذلك سعت إلى طلب إصدار مواصفات
عالمية موحدة تتعلق بأساليب تأكيد الجودة وكان لها ذلك من خلال المذكرة التي تقدمت بها
بريطانيا سنة 1976 للمنظمة الدولية للمواصفات.

وبالفعل تمت الموافقة على تشكيل اللجنة التي أطلق عليها اسم (ISO/TC176)
وأصدرت هذه اللجنة أول مواصفة عالمية سنة 1987 تم توظيفها للتجارة الخارجية وقامت
المنظمة الدولية للمواصفات إلى تعديلها في 15 ديسمبر 2000 والتي أطلق عليها مواصفات
ISO 9000² والتي تضم عدة مواصفات من بينها :

● المواصفة ISO 8402 : تهتم بوضع تعريفات للمصطلحات المستخدمة عبر سلسلة
ISO 9000 ، كمصطلح الجودة الذي تعرفه بأنه مجمل خصائص السلعة أو الخدمة والتي

¹- J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p.66.

²-يقصد بالحروف **ISO : international organisation for standarisation** وتعني المنظمة العالمية للتقييس
والتي تم إنشائها سنة 1946 وتهتم بنشاط التقييس وإصدار جميع المواصفات ماعدا المتعلقة بالجانب الإلكتروني الذي
يرجع اختصاصه للجنة الإلكترونية ويقع مقرها في جنيف بسويسرا وتضم في عضويتها 144 دولة .

تعتبر عن قدرتها على إشباع حاجات محددة صر
أخرى كإدارة الجودة ونظام الجودة ومراقبة الجود

● **المواصفة ISO 9001** : تحتوي هذه المواصفة على نموذج تأكيد الجودة في التصميم
التطوير، الإنتاج والتركيب .

● **المواصفة ISO 9002** : تتضمن نموذج تأكيد الجودة في الإنتاج ، التركيب والخدمة .

● **المواصفة ISO 9003** : تحتوي على نموذج تأكيد الجودة في التفتيش والاختبار
النهائي.

● **المواصفة ISO 9004** : تحتوي على عناصر نظام إدارة وتأكيد الجودة " جزءان
للمؤسسات الخدمائية والمؤسسات الإنتاجية ".

● **المواصفة ISO 10011** : وهي عبارة عن دليل إرشادي لمراجعات الجودة ضمن
ثلاثة أجزاء .

● **المواصفة ISO 10013** : وهي عبارة عن دليل إعداد وتطوير دليل الجودة².

وتمنح المؤسسات الحاصلة على مواصفات ISO 9000 شهادة المطابقة لنظام إدارة
الجودة التي تؤكد على أن منتجات هذه المؤسسة ذات جودة في كل المراحل بدءا من
التصميم حتى خدمة ما بعد البيع، وهذا ما يجعل المتعاملون مع المؤسسة يقبلون على
منتجاتها وتزداد ثقتهم فيها ويسمح لها بفرض وجودها في الأسواق الدولية لا سيما أسواق
الإتحاد الأوروبي.

وإلى جانب المنظمة العالمية للتقييس هناك منظمات أخرى تسعى أيضا إلى ضبط
مقاييس جودة منتجات معينة وتشجيع الإجراءات التي من شأنها تطوير الجودة ونذكر :

1- **اللجنة الدولية للإلكتروتقنية (CEI)** : لقد أنشأت سنة 1904 وهي منظمة
حكومية تختص بالتقييس في مجال الهندسة الكهربائية والإلكترونية³ وبالتالي تقوم بإصدار
المواصفات الخاصة بالمنتجات الإلكترونية.

¹ -قلوش الطيب، المرجع السابق، ص.189.

² -قلوش الطيب، المرجع السابق، ص.190.

³ -M.MEZIANE , " normalisation internationale sur les exigences de système d'assurance qualité",
op. cit., p.51.

في مجال التقييس على مستوى الدول العربية و
المعدنية .

أما بالنسبة لدول الإتحاد الأوروبي فإنها تبدي اهتمام كبير في مجال التقييس¹ ويظهر ذلك من خلال النصوص التي كرسست حرية تنقل المنتجات ، ولدنيا التوجيه الأوروبي المؤرخ في 23 مارس 1983 الذي يلزم كل دولة عضو في الإتحاد أن تقوم بالإعلام المسبق لمعاملها الاقتصاديين عند كل تغيير يطرأ على التنظيمات التقنية أو المقاييس الخاصة بالمنتجات والخدمات ، كما أن هناك قرار صادر عن مجلس الإتحاد بتاريخ 07 ماي 1985 يشترط على الدول الأعضاء فوق إقليم أي دولة أخرى احترام المواصفات التقنية الموضوعة من طرف اللجنة الأوروبية للتقييس (CEN) ، وقد تم اتخاذ علامة CE للإشهاد على مطابقة منتجات دول الإتحاد الأوروبي للمواصفات التي تصدرها هذه اللجنة². وعليه فإن الإتحاد الأوروبي أوجب على الصانعين احترام بعض القواعد الملزمة ، لا سيما في مجال سلامة المستهلك وأمنه ، حتى يمكن تداول هذه المنتجات بحرية داخل الدول الأعضاء، ومن أجل تحقيق التنسيق بين القواعد المطبقة عليها صدرت توجيهات تسمى بالمقاربات الجديدة " **Nouvelle approche** " وكل واحدة منها نصت على وضع علامة الإتحاد للمطابقة في شكل الحرفين CE ، حتى يمكن معرفة المنتج بأنه يتضمن مواصفات الإتحاد الأوروبي ، وتتضمن التوجيهات الأوروبية " المقاربات الجديدة " عدة أنواع من المنتجات والخدمات ونذكر بالخصوص الألعاب (88/378) ، أجهزة الغاز (90/396) جهاز تسخين الماء (92/42) ، وهذه التوجيهات تطبق في قوانين الدول الأعضاء على شكل قوانين ومراسيم كالتوجيه المتعلق بالألعاب طبقته فرنسا عبر المرسوم المؤرخ في 1989/ 09/12 المعدل سنة 1996³ .

¹- يقصد بالتقييس طبقا لنص المادة 02 ف01 من القانون رقم 04-04 السالف الذكر بأنه : " ذلك النشاط الخاص بوضع أحكام ذات استعمال موحد ومتكرر في مواجهة مشاكل حقيقية أو محتملة يكون الغرض منها تحقيق الدرجة المثلى من التنظيم في إطار معين . ويقدم وثائق مرجعية تحتوي على حلول لمشاكل تقنية وتجارية تخص المنتجات والسلع والخدمات التي تطرح بصفة متكررة في العلاقات بين الشركاء الاقتصاديين والعلميين والتقنيين والاجتماعيين .

²- قلوب الطيب، المرجع السابق، ص.141.

³- J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*, p.66

وبالإضافة إلى ما سبق ذكره بشأن علامة

علامات أخرى للجودة متواجدة في الإتحاد

المحمية **L'appellations d'origine protégée**

2 - **L'indication géographique protégée** البيانات الجغرافية المحمية

3 - شهادة الخصوصية¹ **L'attestation de spécificité**

4 - **علامة البيئة : (Label écologique)** أنشأت هذه العلامة المعروفة

باختصار **éco label** بموجب لائحة صادرة عن الإتحاد الأوروبي في 23 مارس 1991

ويرمز لهذه العلامة شكل زهرة يتوسطها حرف **E** .

وتطبق هذه العلامة على المنتجات التي تكون أقل تأثير ممكن على البيئة طيلة مدة

وجودها مع الأخذ بعين الاعتبار عوامل معينة منها : استهلاك الطاقة والموارد الطبيعية ،

معالجة النفايات ، تلوث المياه والهواء والضجيج² ويستثنى من تطبيق هذه العلامة

المشروبات والأدوية.

ويبرر وجود علامة البيئة بالتأكد من مراعاة المستهلكين للأوصاف البيئية للمنتجات ،

كما تشكل هذه العلامة نقطة التقاء بين قانون حماية المستهلك وقانون حماية البيئة التي

يحرص الإتحاد الأوروبي على النهوض بهما³ .

وخلاصة القول أن وضع هذه العلامات من طرف الإتحاد الأوروبي هو الاهتمام بنوعية

المنتج أو الخدمة أكثر من الاهتمام بالكمية بالإضافة إلى تقديم إعلام ملائم للمستهلكين .

¹ - تخص هذه الشهادة المنتجات التقليدية، وللإشارة فإن طلبات تسجيل هذه العلامات يكون بتقديم الطلبات من طرف المنتجين إلى الدولة العضو المعنية التي بدورها تحول هذه الطلبات إلى اللجنة الأوروبية المختصة.

² - J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p.71.

³ - *IBID*

الفصل الثاني

آثار الإخلال بالتزام المحترف بالإعلام

إن كتمان المحترف للبيانات وعدم إعلام المستهلك بها ، أو تقصيره في توجيه النصح اللازم له باختيار المنتج أو الخدمة التي تتلائم مع الرغبة المشروعة لديه ، يشكل عائقا كبيرا أمام المستهلك لتلبية حاجاته ، مما يجعل حمايته تنقص كلما كان هناك نقص أو عدم تقديم المعلومات والبيانات من طرف المحترف ، هذا الأخير يبقى مسؤولا في حالة إخلاله بهذا الالتزام.

ولقد سبق القول بأن الالتزام بالإعلام هو التزام قضائي النشأة ، وإنه لحد الآن لم يتعرض له المشرع الجزائري بشيء من التنظيم كالتزام قانوني مستقل ماعدا بعض المواد التي نجدها في بعض النصوص القانونية ، والتي لا ترقى إلى الهدف المرجو المتمثل في توفير قدر كبير من الحماية للمستهلك من جهة ، وتلبية رغباته من جهة أخرى، وبالتالي فإن

المشروع الجزائري لم يهتم بوضع الجزاءات المدنية
يجب البحث عن الجزاء المدني وفقا للقواعد القانون

ولقد حاول الفقه والقضاء مواجهة هذا الأمر بالعمل على تطوير الوسائل التنفيذية في
القانون المدني والمقررة لمواجهة الحالات المماثلة كما هو الشأن بالنسبة لتأسيس الالتزام
بالإعلام على أساس عيب الغلط أو التدليس أو على أساس ضمان العيوب الخفية ، وكل ذلك
من أجل إبعاد الدائن بالالتزام بالإعلام الذي غالبا ما يكون المستهلك من المنتوجات
والخدمات التي لا تلائمه ، أو من الشروط التعاقدية التي سبق أن تعاقد في ضوءها، وهو
تحت تأثير عدم العلم الكافي بمحل العقد ، أو تحت تأثير عيب الغلط الذي وقع فيه بسبب
نقص المعلومات ، أو تضليل الطرف الآخر باستعماله عيب التدليس.

وفضلا عن ذلك فإنه يلاحظ أيضا أن المشروع الجزائري لم يرتب جزاءات جزائية
خاصة وردعية في حالة مخالفة هذا الالتزام وإنما اكتفى بذكر بعض النصوص العقابية والتي
غالبا ما تكون مخالفات كمخالفة عدم إشهار الأسعار ، أو عدم ذكر شروط البيع وهو ما
يعتبر نقص يجب استدراكه ، مما يجعلنا كذلك نطبق الأحكام العامة لقانون العقوبات،
وعليه سندرس في هذا الفصل الآثار المدنية المترتبة عن إخلال المحترف بهذا الالتزام
(المبحث الأول) ثم نتعرض لدراسة الآثار الجزائية الناجمة عن مخالفة الالتزام بالإعلام
(المبحث الثاني).

المبحث الأول

الآثار المدنية المترتبة عن إخلال المحترف بالالتزام بالإعلام

إن إعلام المستهلك بالبيانات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة المقدمة يشكل أحد الالتزامات
الأساسية الملقاة على عاتق المحترف ، لذلك فإن الإخلال بهذا الالتزام قد يؤدي بالمستهلك
إلى المطالبة بإبطال العقد (المطلب الأول) كجزاء ناتج عن عدم الإعلام أو عدم كفايته ،
كما أنه يمكن للمستهلك المتضرر أن يطالب بالتعويض طبقا لأحكام المسؤولية
المدنية (المطلب الثاني).

إن عدم وجود نصوص قانونية في قانون حماية المستهلك تقرر صراحة إبطال العقد في حالة إخلال المحترف بالالتزام بالإعلام يجعلنا نطبق أحكام القواعد القانونية العامة . وبالرجوع إلى هذه القواعد نجد أن العقد يكون قابلا للإبطال في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام إما لوجود عيب في رضا أحد المتعاقدين لا سيما عيب الغلط والتدليس (الفرع الأول) أو إبطال العقد على أساس نظرية العيوب الخفية (الفرع الثاني) كما أنه يمكن للمستهلك طلب إبطال العقد وفقا لأحكام المادة 352 من القانون المدني (الفرع الثالث) .

الفرع الأول

إبطال العقد تأسيسا على نظرية عيوب الرضا

إن دراستنا ستقتصر على عيبي الغلط (أولا) والتدليس (ثانيا) فقط لارتباطهما الوثيق بهذا الالتزام ، ولذلك سنستبعد من دراستنا عيبي الإكراه والاستغلال .

أولا : إبطال العقد بسبب عيب الغلط : يمكن للمستهلك الذي يقع في غلط بسبب نقص المعلومات والبيانات المتعلقة بمحل العقد سواء كان منتوجا أو خدمة أن يطلب إبطال العقد استنادا إلى عيب الغلط¹ وهذا ما نص عليه المشرع الجزائري في المادتين 81 82 من القانون المدني .

ومن بين أهم شروط إبطال العقد بسبب عيب الغلط أن يكون هذا الأخير جوهريا أي دافعا إلى التعاقد ، مع العلم أن الغلط يكون جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يتمتع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط² ، ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا

¹ -D. ZENNAKI , *op.cit.*, p.27.

² -أنظر المادة 82 ق.م.ج.

وقع في وقع في صفة للشيء يراها المتعاقدان جو
في صفة من صفاته ، وكانت تلك الذات أو هذه ال

ولقد توسع الفقه والقضاء في فرنسا في مفهوم العلط حول الصفة الجوهرية للشيء
المبيع ، بحيث يمكن للمستهلك طلب إبطال العقد إذا لم يحصل على الفائدة المرجوة من إبرام
العقد ، وهذا ما طبقه القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه ، ونذكر من بينها ما قضت به
محكمة استئناف Poitiers من إبطال عقد بيع آلة طباعة لعدم تمكن المشتري من الحصول
على النماذج التي قررها البائع في النشرة المرفقة إلا بعد شراء معدات أخرى².

وأيا ما قضت به محكمة استئناف Aix en Provence من إبطال عقد بيع جهاز
كمبيوتر لأن البائع لم يقدم للمشتري الأجهزة الملائمة لاحتياجاته مما يعتبر إخلال من البائع
بالتزامه بالإعلام ، نتج عنه وقوع المستهلك في غلط حول الصفات الجوهرية للشيء
المبيع³.

ويظهر أن هناك ارتباط وثيق بين الإلتزام بالإعلام وبين نظرية الغلط ، على أساس أن
إعلام المحترف للمستهلك بالبيانات اللازمة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة على الوجه الصحيح
من شأنه أن يمنع وقوع المشتري في غلط حول الصفات الجوهرية لمحل العقد وهو ما
يعرف بالدور الوقائي للإلتزام بالإعلام، وبالتالي يستطيع المستهلك الذي يقع في غلط بسبب
عدم الإعلام أو عدم كفاية البيانات المتعلقة بمحل العقد أن يطلب إبطال العقد بشرط أن يكون
عدم إعلام المحترف أو النقص في البيانات السبب الرئيسي في وقوع المستهلك في الغلط .

ثانيا : إبطال العقد بسبب عيب التدليس : قد يستعمل المحترف طرق احتيالية قصد
إيقاع المتعاقد الآخر في وهم يجعله يندفع إلى التعاقد ، وهذا ما يسمى بالتدليس.

والملاحظ أن الطرق الاحتيالية قد تقتصر على كتمان الحقيقة وإخفاء البيانات التي لو
علم بها المستهلك المتعاقد لما أبرم العقد ، وهو ما يطلق عليه بالتدليس السلبي أي أن
المحترف يمتنع عن تقديم المعلومات وإخفاءها ، وهذا ما أكدته محكمة النقض الفرنسية التي

¹-أنظر المادة 82ف02 و03 ق.م.ج.

²-C.A, Poitiers, 04juin1986 , juris-Data, n° 47329.

³-C.A, AIX en Provence, 08^{ème} ch, 07 Mars1992, juris-Data, n° 42227.

اعتبرت أن مجرد سكوت أحد طرفي العقد يعد على الطرف الآخر وإخفاء الحقيقة عنه بحيث لو

ويمكن أن تكون كذلك الطرق الإحتيالية عن تقديم بيانات كاذبة تؤثر على المتعاقد وتدفعه إلى إبرام العقد وهذا ما يسمى بالتدليس الإيجابي ، ولدينا حكم لمحكمة Versailles أين قضت فيه المحكمة بإبطال العقد المبرم بشأن رفع كفاءة جهاز كمبيوتر لاستيعاب برامج جديدة وذلك بالنظر إلى ثبوت أفعال التدليس الإيجابي في حق الشركة مقدمة الخدمة ، ولأن هذه الأفعال قد بلغت حدا من الجسامة الأمر الذي يمكن القول معه أن الشركة التي طلبت الخدمة ما كانت لتبرم العقد لولا استخدام الشركة مقدمة الخدمة لهذه الحيل² .

ونذكر من بين الطرق الإحتيالية التي يستعملها المحترف قصد إيقاع المتعاقد الآخر في وهم يجعله يبرم العقد تقديم بيانات كاذبة عن الشيء محل العقد سواء كان منتوجا أو خدمة إلا أن السؤال الذي يطرح هو ما مدى اعتبار الكذب تدليسا ؟

يوجد نوع من الكذب لا يرقى إلى مرتبة التدليس وليس له تأثير على رضا المتعاقد الآخر ، حيث يظهر لمعظم الناس عدم صدقه لتعودهم على سماعه من طرف من يتعاملون معهم ، كمدح المحترف لسلعته والثناء عليها لجذب أنظار المستهلكين وتشجيعهم على شراءها ، فإنه في هذه الحالة لا يكون الكذب دافعا إلى التعاقد ، كأن يخاطب المحترف المستهلكين بالقول بأن منتوجه لم يبق منه إلا القليل وعليهم الإسراع في شراؤه قبل أن ينفذ، أو يخاطبهم بأن هذا المنتوج هو الأحسن في السوق ولا نظير له، ولكن إذا تجاوز الكذب مرحلة مدح المنتوج أو الخدمة وكان بقصد تضليل المتعاقد الآخر عن طريق إخفاء حقيقة المنتوج أو الخدمة فإن الكذب في هذه الحالة يعتبر وسيلة احتيالية من وسائل التدليس.

ولقد نص المشرع الجزائري على عيب التدليس في المادتين 86 و 87 من القانون المدني بحيث اعتبر أن السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة يعتبر تدليسا ، إذا ثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو الملابسة ويطلق على هذه الحالة

بالتدليس بطريق الكتمان. le dol par réticence.

¹-Cass.Civ., 15janv1971. Bull.Civ., III.p.25.

²-Versaille, 12^{ème} ch., 14 Avril 1988, Bull Civ. n°2822/87.

مشار إليهما في حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.340 و 341.

أما بفرنسا فلقد تردد الفقه والقضاء في اعتبار

القانون المدني الفرنسي اقتصر على اعتبار الـ

دافعة إلى التعاقد ، ولم تذكر الكتمان أو السكوت كإحدى هذه الوسائل .

ويذهب الفقه إلى اعتبار الكتمان أو السكوت من الوسائل الاحتياطية التي ينشأ بها التدليس متى كان الشخص الذي التزم الصمت أو الكتمان ملتزماً بالإعلام للمتعاقد الآخر بالبيانات التي سكت عنها بمقتضى نص قانوني أو اتفاق أو استناداً إلى مبدأ الثقة و الأمانة التي يجب أن تسود المعاملات¹.

ويرى غالبية الفقه في فرنسا عدم ضرورة إثبات توافر القصد في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام للمطالبة بإبطال العقد ، حتى ولو كان إخلال المدين بالالتزام وسكوته عن تقديم البيانات الضرورية ناشئاً عن مجرد إهمال أو سهو وليس بقصد التضليل².

أما بالنسبة للقضاء الفرنسي فإنه قبل سنة 1958 كان لا يعتبر الكتمان تدليسا إلا إذا أدى هذا الكتمان إلى وقوع المتعاقد الآخر في غلط جوهري طبقاً لنص المادة 1110 من القانون المدني الفرنسي ، ولكن منذ سنة 1958 قرر القضاء بأن التدليس يمكن أن ينشأ بمجرد سكوت أحد الطرفين عن إعلام الطرف الآخر بواقعة لو علمها لما أبرم العقد ، حيث قضت محكمة النقض الفرنسية بموجب الحكم الصادر بتاريخ 19 ماي 1958 بإبطال عقد بيع سيارة لعدم إعلام البائع للمشتري بأمر الحجز الواقع عليها³ .

ولقد اعتبرت محكمة النقض الفرنسية أن عدم إعلام المستهلك وبالخصوص في مرحلة إبرام العقد بالمعلومات التي من شأنها تنوير رضائه يعتبر كتماناً تدليسيا يؤدي إلى إبطال العقد⁴ ، أما بالنسبة للخدمات فلقد قرر القضاء الفرنسي بموجب الحكم الصادر بتاريخ 10 ماي 1989 بإبطال عقد كفالة دين مستحق للبنك طبقاً للمادة 1116 من القانون المدني

¹-حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.350.

²-حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.351.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch, 19 Mai 1958. Bull Civ. I.n°251.p.147.

لقد ورد ضمن حيثيات الحكم مايلي :

« le dol peut être constitué par le silence d'une partie dissimulant à son cocontractant un fait qui s'il avait été connu de lui l'aurait empêché de contracter ».

⁴-Cass.Civ, 3^{ème} ch., 7 Mars 1974., Rep du Notariat 1975, note J-Aubert.p.910.

« l'absence d'une information de cette nature constitue une réticence dolosive propre à annuler le contrat »

مشار إليه في بن مغنية محمد، المرجع السابق، ص.103.

الفرع الثاني : إبطال العقد تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية : لقد ألزمت المادة 379 من القانون المدني الجزائري البائع بالضمان إذا لم يجد المشتري في الشيء المبيع الصفات التي تعهد له بوجودها وقت التسليم ، أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته أو من الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور في العقد ، أو مما يظهر من طبيعة الشيء أو الغرض الذي خصص له .

ولقد عرفت محكمة النقض المصرية العيب على أنه : " الآفة الطارئة التي تخلو منها الفطرة السليمة"² ، إلا أن المادة 379 من القانون المدني الجزائري ذكرت بأن عدم اشتغال المبيع على الصفات التي كان قد تعهد بها البائع للمشتري تعد عيبا، وبالتالي أصبح معنى العيب لا يقتصر على وجود آفة طارئة في الشيء بسبب خطأ في تركيبه أو خلل في تصنيعه، وإنما يشمل أيضا عدم وجود صفات كان قد تعهد البائع بوجودها للمشتري وقت التسليم .

وفضلا عن ذلك فإن جانب من الفقه يوسع من مفهوم العيب بحيث يعتبر أن قلة صلاحية الشيء ، أو عدم كفاءته لتأدية الغرض المحدد له يعتبر عيبا ، مما يؤدي إلى عدم إشباع حاجات المستهلك، الأمر الذي يسمح لهذا الأخير بالرجوع على المحترف بدعوى الضمان³، وعليه فإنه يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له⁴.

ولقد أيدت محكمة النقض الفرنسية في العديد من أحكامها فكرة اعتبارها عدم صلاحية المبيع للغرض المخصص له أو عدم كفاءته لتحقيق هذا الغرض عيبا ، ونذكر من بينها

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch,10 Mai 1989. R.T.D.Civ, 1989, note j.Mestre.

²-بن مغنية محمد، المرجع السابق، ص.106.

³-حسن عبد الباسط جميعي، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، 1993، ص.197.
⁴-أنظر المادة 03 من م.ت رقم 90-266 يتعلق بضمان المنتوجات والخدمات السالف الذكر. مع الإشارة إلى أن تنفيذ إلزامية الضمان يكون بإصلاح المنتج أو استبداله أو رد ثمنه وهذا ما نصت عليه المادة 05 من نفس المرسوم.

الحكم الصادر في 23 أبريل 1985¹ ، وتتلو

لمعجون اسمه blanc Relief لاستخدامه في ر

وبيع هذا المعجون إلا أنه بعد بيع لوحاته تفاجأ بمطالبة المشتريين للوحاته بفسخ عقود البيع ومطالبتهم بالتعويض كما أصابهم من أضرار ، نظرا لظهور تشققات على اللوحات بعدما تبين أن سببها المعجون والذي يستلزم استخدامه احتياطات خاصة لم تبينها الشركة البائعة للرسم ، عندها طالب هذا الأخير بمسؤوليتها أمام القضاء ، واستجابت محكمة الاستئناف لطلبه وقضت له بكافة التعويضات اللازمة عما لحقه من أضرار وأيدتها محكمة النقض الفرنسية.

ولقد أدى التوسع في مفهوم العيب الذي يضمنه البائع إلى تقريب الإلتزام بضمان العيوب الخفية بالإلتزام بالإعلام بصفة عامة².

إن إمكانية إبطال العقد للإخلال بالإلتزام بالإعلام تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية أصبح أمرا غير مستقر لدى القضاء خاصة بعدما أدى هذا التوسع إلى القول بإمكانية المطالبة بالفسخ في حالة الإخلال بهذا الإلتزام باعتبار أن البائع والمهني خصوصا يفترض علمهما ببيانات وخصائص المبيع مما يوجب الإعلام عنها واعتبارهما كالصانع سواء³. وفي هذا الصدد قضت محكمة النقض الفرنسية بفسخ عقد البيع المبرم بين المشتري لمواد النسيج والبائع على أساس ضمان العيوب الخفية لعدم تحقيق هذه المواد لاحتياجات المشتري وقضائها برد المبيع واسترداد الثمن⁴.

وبالرغم من وجود تقارب بين الإلتزام بضمان العيوب الخفية وبين الإلتزام بالإعلام على أساس أن وجود العيب الخفي في المنتج يوجب على المحترف الإعلام به للمستهلك كما أن قيام المحترف بالإعلام بهذا العيب يسقط عنه ضمانه، إلا أن هذا لا يعني التسليم المطلق بتأسيس الإلتزام بالإعلام على الإلتزام بالضمان ، كما أن المطالبة بإبطال

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch, 23 Avril 1985.Bull Civ. I.n°125. R.T.D. Civ.1986.p.367.o.b.s. J. Huet.

²-نزيه المهدي، الإلتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات، المرجع السابق، ص.108 وما بعدها.

³-PH. LE TOURNEAU.op.cit., n°1792. et J.CALAIS-AULOY.op.cit.,p.46.

⁴-Cass.Civ, 3^{ème} ch, 19 juin 1990. juris-Data, n° 902206.

مشار إليه في حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.358.

العقد للإخلال بالإلتزام بالإعلام لا يعني أنه يكون وهناك عدة اعتبارات تبرر هذا الموقف أهمها :

على الحالات التي يشوب فيها المبيع عيباً مؤثراً بالإضافة إلى الشروط الواجب توافرها في العيب من قدم وتأثير وخفاء ، في حين أن الإلتزام بالإعلام نطاقه يتسع ليشمل إمكانية إبطال العقد أو فسخه لنقص البيانات المتعلقة بكيفية استخدام المبيع أو التحذير من مخاطره أو عدم ملاءمته لتحقيق أغراض المشتري، فتعجز بذلك الدعوى الناشئة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام¹.

ويضاف إلى هذا المبرر صعوبة الإثبات ، حيث يجب على المشتري طبقاً لدعوى ضمان العيوب الخفية إثبات وجود العيب وشروطه بينما في الإلتزام بالإعلام فإنه يفترض وجود تعامل مع محترف كالمنتج مثلاً مما يسهل على المشتري إثبات الخطأ في جانبه .

الفرع الثالث : إبطال العقد تأسيساً على المادة 352 من القانون المدني: يمكن للمستهلك طلب إبطال عقد البيع إذا لم يعلم بالشيء المبيع علماً كافياً وهذا ما ورد في نص المادة 352 فقرة 02 من القانون المدني الجزائري ، وبالتالي ووفقاً لهذا النص القانوني يحق للمشتري طلب إبطال عقد البيع في حالة عدم علمه بالشيء المبيع علماً كافياً وبأوصافه الأساسية ، ويسقط هذا الحق إذا ذكر في العقد أنه عالم بالشيء المبيع إلا إذا كان هذا الإقرار بالعلم نتيجة تدليس البائع، وفي هذه الحالة يجب على المشتري إثبات أن البائع قد دلس عليه بأن قدم له بيانات غير صحيحة عن الشيء المبيع جعلته يقدم على هذا الإقرار في العقد. ويرى جانب من الفقه² أن المطالبة بإبطال عقد البيع لعدم العلم الكافي بالمبيع تكون على أساس نظرية الغلط ، على اعتبار أن عدم توافر العلم الكافي بالمبيع يعد غلطاً في صفات المبيع الجوهرية يؤدي إلى قابلية العقد للإبطال ، إلا أن الغلط في هذه الحالة غلط مفترض لا يطالب المشتري بإثباته.

ويرى جانب آخر من الفقه³ وهو الرأي الراجح والسائد لدى الفقه المصري إلى استقلالية إبطال العقد لعدم العلم الكافي بالمبيع عن أحكام نظرية الغلط وأنه يكفي لإبطال

¹ - حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص. 198 و 199.

² - عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص. 383.

³ - أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية إزاء المضمون العقدي، المرجع السابق، ص. 139.

العقد في هذه الحالة أن يثبت المشتري أنه لم يعد
عن طريق الوصف أو الإقرار في العقد أنه عالم
الذي يخول له الحق في طلب الإبطال حتى ولو لم يقع في عطف.

والجدير بالذكر أن طلب إبطال العقد طبقا لنص المادة 352 فقرة 02 من القانون
المدني هو مقرر لمصلحة المشتري ، ولهذا يمنع على البائع التمسك به سواء استنادا لعدم
علم المشتري أو استنادا لعدم علمه هو شخصيا بالمبيع ، ولقد أكد جانب من الفقه¹ أن المادة
419 من القانون المدني المصري والتي تقبلها المادة 352 من القانون المدني الجزائري
تعتبر نصا كافيا لتقرير الإبطال في حالة إخلال البائع بالتزامه بالإعلام للمشتري ببيانات
المبيع وأوصافه الأساسية.

والملاحظ أن المادة 352 من القانون المدني الجزائري نصت على قابلية إبطال عقد
البيع فقط دون أن تتطرق إلى العقود الأخرى وهو ما يجعل تطبيق هذه المادة ينحصر على
عقود البيع فقط ، مما يجعل عقود الخدمات تستبعد من مجال تطبيق هذا النص القانوني ،
الأمر الذي ينبغي معه استدراك هذا النقص والاهتمام أكثر بمجال الخدمات لا سيما وأنها
منتشرة بكثرة في الواقع.

وتجدر الإشارة أن الحكم بالإبطال قد لا يحقق الغاية المرجوة منه كجزاء للإخلال
بالتزام بالإعلام ، لذلك وجد الفقه والقضاء أن الحكم بتعويض المستهلك عن الأضرار
اللاحقة به في مثل هذه الحالات من شأنه أن يعالج بعض الآثار السلبية التي قد تترتب لدى
الإخلال بالتزام بالإعلام وهو ما يجعلنا نتناول :

موقف القضاء من جواز الحكم بالتعويض بالإضافة إلى إبطال العقد: لم ير القضاء
الفرنسي أو القضاء المصري مانعا من الحكم بالتعويض بالإضافة إلى الحكم بإبطال العقد
حيث ذهبت محكمة النقض المصرية إلى القول بأنه : " يجوز إبطال العقد إذا أثبت أحد
المتعاقدين أنه كان واقعا في غلط ، ثم أثبت أنه لولا هذا الغلط لما أقدم على التعاقد ، ويجوز

¹ - نزيه المهدي، المرجع السابق، ص.283.

مع القضاء ببطالان العقد أن يحكم بالتعويض إذا ذلك ليس على اعتبار أنه عقد ، بل باعتباره الموجب للمسؤولية في جانب المتعاقد الآخر الذي بسبب بحطه في هذا الإبطال وكذلك استقر القضاء الفرنسي على أحقية المستهلك الذي يقع في الغلط أن يطالب بالتعويض إذا لم تكن المطالبة بإبطال العقد كافية لتعويضه عن الأضرار التي أصابته، وهذا ما أكدته محكمة النقض الفرنسية بموجب الحكم الصادر سنة 1968².

المطلب الثاني

قيام المسؤولية المدنية للمحترف

قد لا يكفي إبطال العقد لتعويض المستهلك عما أصابه من ضرر نتيجة إخلال المحترف لا سيما المنتج أو موزع السلعة أو الخدمة بالتزامه بالإعلام ، لذلك فإن اللجوء إلى التعويض في هذه الحالة أو في حالة عدم تمكن المستهلك من إبطال العقد يمثل الجزاء المدني الرئيسي للإخلال بهذا الإلتزام، لكن الخلاف الفقهي يثار حول الطبيعة القانونية لمسؤولية المدين بهذا الإلتزام وهو ما سندرسه في (الفرع الأول) ثم نعالج شروط قيام المسؤولية المدنية للمحترف في حالة إخلاله بالإلتزام بالإعلام (الفرع الثاني) وأخيرا الآثار المترتبة عن قيام المسؤولية المدنية للمحترف لإخلاله بهذا الإلتزام (الفرع الثالث).

الفرع الأول

الطبيعة القانونية لمسؤولية المحترف

¹ - نقض مدني مصري، جلسة 02 يونيو 1970، مجموعة أحكام النقض، السنة الحادية والعشرون، العدد الثاني، أبريل 1970، طعن رقم 134، ص.961 و962.

² - Cass.Civ, 29 Nov 1968.GAZ-PAL, 1969-1- p.63.

مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.283.

يقصد بالمسؤولية المدنية الإلتزام بتعويض

المدين بالتزامه ، وقد تكون هذه المسؤولية عقدية

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

طبيعة الإلتزام بالإعلام من حيث كونه قبل تعاقدى او بعاقدي ، فإبهم احلفوا ايضا حول

طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بهذا الإلتزام ومدى كونها تقصيرية (أولا) أو

عقدية (ثانيا) .

أولا : الطبيعة التقصيرية لمسؤولية المحترف الناشئة عن إخلاله بالإلتزام بالإعلام :

يقصد بالمسؤولية التقصيرية طبقا للقواعد العامة تلك المسؤولية التي تنشأ بسبب ما يحدثه

الشخص للغير من ضرر بسبب خطئه، وبعبارة أخرى تكون مسؤولية تقصيرية إذا كان

الإلتزام الذي أخل به مصدره العمل غير المشروع أي مخالفة التزم أقره القانون¹ .

وتنشأ المسؤولية التقصيرية بين أشخاص لا يرتبطون بعلاقة عقدية فيما بينهم ، أو

وجدت بينهم هذه العلاقة إلا أن الضرر نشأ خارج نطاقها ، كأن يكون هذا الضرر قد نشأ

في الفترة السابقة على إبرامها أو اللاحقة على إبطالها.

ويرى الفقه² أن هناك التزم قبل تعاقدى بالإعلام والتزم تعاقدى بالإعلام، وبالتالي فإن

الإخلال بالالتزام الأول يطبق بشأنه قواعد المسؤولية التقصيرية ، ذلك أن الخطأ السابق على

التعاقد مستقل عن العقد ولا يمكن توقيع الجزاء بشأنه إلا من خلال أحكام المسؤولية

التقصيرية.

ويضيف نفس الاتجاه إلى أن قواعد المسؤولية التقصيرية تسمح للمضور بالحصول

على تعويض عن كافة الأضرار التي تلحقه نتيجة الإخلال بالالتزام بالإعلام سواء كانت هذه

الأضرار متوقعة أو غير متوقعة ، وذلك على خلاف قواعد المسؤولية العقدية التي تقتصر

حدودها على تعويض الأضرار المتوقعة وقت التعاقد مادام أن المتعاقد لم يرتكب غشا أو

¹- عبد العزيز اللصاصمة، المسؤولية المدنية التقصيرية، الفعل الضار، أساسها وشروطها، نظرية الالتزامات في ضوء القانون المدني المقارن، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، ص.08.

²- PH.LE TOURNEAU, *la responsabilité des Vendeurs et fabricants*, op.cit., p.57.

خطئا جسيما¹، بالإضافة إلى أن التضامن بين المد
المسؤولية العقدية.

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ويستند أصحاب هذا الرأي لتدعيم حججه بالأحكام الفصائية الصادره بفرنسا وبدر من
بينها ماقتضت به محكمة استئناف باريس من مسؤولية صانع المنتجات الدوائية اتجاه
مستعملها عن الأضرار اللاحقة به بسبب عدم إعلامه الكافي بمخاطر الدواء².
وبطبيعة الحال فإن المتضرر ليس له إلا إثارة المسؤولية التقصيرية للمحترف لاسيما
المنتج ، إما بالاستناد على خطئه الشخصي (أ) أو أخطاء تابعيه (ب) .

(أ) المسؤولية عن الأفعال الشخصية : تنص المادة 124 من القانون المدني
الجزائري والتي تقابلها المادة 1382 من القانون المدني الفرنسي بقولها : " كل عمل أيا كان
يرتكبه المرء بخطئه ويسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض"³.
وبناء عليه فإن أحكام المسؤولية التقصيرية مثل ماهي محددة في المادة 124 من القانون
المدني توجب على المضرور إثبات خطأ المحترف.

إلا أنه وبهدف تمكين المضرور من الحصول على تعويض فإنه درج القضاء إلى
إقرار مسؤولية المحترف بمجرد وجود علاقة بين المنتج المعيب والضرر دون اشتراط
إثبات خطأ المحترف وهذا ما يعرف بالمسؤولية الموضوعية عن فعل المنتوجات.

وهكذا يعتبر إثبات الخطأ في إطار هذه المسؤولية غير ضروري ، إضافة إلى هذا
تقوم نظرية المسؤولية على أساس تحمل كل شخص مخاطر الأشياء والأنظمة المسؤول عنها

¹ -حسن عبد الباسط جميعي، المرجع السابق، ص.193.

²-C.A. Paris, 04 juillet 1970, GAZ-PAL.1970.p.773. o.b.s. G. DURRY.

³ - لقد تدارك المشرع الجزائري السهو الذي كان واردا في نص المادة 124 ق.م.ج، إذ كانت المادة قبل تعديل 2005
غير متضمنة لعبارة خطأ بخلاف النص الفرنسي، وبعد التعديل ذكر المشرع الجزائري مصطلح بخطئه. وبمجرد إجراء
مقارنة بسيطة على هذه المادة قبل وبعد التعديل يمكن ملاحظة النقاط التالية :

- أراد المشرع أن يكون أكثر وضوحا لأنه قبل تعديل المادة 124 من القانون المدني كان ينص على أن : " كل عمل "
والعمل إذا أخذناه بمعناه الضيق الظاهري يكون دائما فعلا إيجابيا يتضمن الحركة فقط، في حين بعد تعديلها بات ينص " كل
فعل " والفعل معناه أوسع فيشمل الأفعال الإيجابية التي تتطلب الحركة ومنها كل عمل ويشمل أيضا الأفعال السلبية التي لا
تتطلب الحركة بل السكون أي أفعال الإمتناع.

- يكون المشرع قد وسع من دائرة من يمكن متابعتهم مدنيا عن أفعالهم الشخصية فكان ينص قبل تعديل هذه المادة على أنه
: " ...يرتكبه المرء ... " ولفظ المرء ينصرف معناه إلى الشخص الطبيعي أي الإنسان فقط ، أما بعد تعديله لهذه المادة فقد
نص على أنه : " ... يرتكبه الشخص ... " والشخص يشمل الشخص الطبيعي كما يشمل الشخص المعنوي.

- أضاف المشرع بعد التعديل لفظ : "... بخطئه..." وبالتالي فإنه أصبح يشترط لقيام المسؤولية عن الأفعال الشخصية
توافر الخطأ ممن يراد متابعتهم مدنيا. أنظر بن قادة محمود ، مسؤولية الشركاء في شركة الأشخاص، مذكرة ماجستير، قانون
الأعمال، جامعة وهران، السنة الجامعية 2008-2009، ص.94.

دون النظر فيما إذا كان قد ارتكب خطأ أم لا، ولذا

أو نظرية المخاطر (la théorie du risque)

وبالتالي فإن تطبيق أحكام المسؤولية الموضوعية لصالح المستهلك المتضرر يوفر حماية أكثر لهذا الأخير من أخطار المنتجات والخدمات الاستهلاكية ، خاصة وأن التعقد العلمي لمخاطر المواد والأنشطة اخدماتية يجعل من الصعب جدا على المستهلك العادي إثبات خطأ المحترف¹.

(ب) مسؤولية المتبوع عن أخطاء تابعيه : يكون المتبوع مسؤولا عن الضرر الذي يحدثه تابعه بفعله الضار متى كان واقعا منه في حالة تأدية وظيفته أو بسببها أو بمناسبة²، وعليه فإنه يمكن أن يكون المحترف مسؤولا نتيجة ارتكاب تابعه خطأ بشرط أن يكون واقعا منه أثناء تأدية مهامه أو بسببها ، ويمكن تصور هذه الحالة بالخصوص عندما يكون المحترف منتجا له مؤسسة إنتاجية وله عمال ويقوم أحدهم بخطأ وذلك إما بالزيادة في كمية العناصر التي يتركب منها المنتج دون الإشارة إلى هذه الزيادة في البيانات أو بالإنقاص منها ، وإما بوضع عنصر في المنتج ليس من عناصره التي يتشكل منها، وبالتالي فإن الخطأ في هذه الحالة مفترض في جانب المنتج لأن هذا الأخير لم يحسن اختيار تابعه أو بالأحرى عماله³.

ثانيا : الطبيعة العقدية لمسؤولية المحترف الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام:

يقصد بالمسؤولية العقدية⁴ جزاء الإخلال بالتزام عقدي يختلف باختلاف مااشتمل عليه العقد من التزامات ، وعلى ذلك فقيام المسؤولية العقدية للمحترف يفترض وجود عقد صحيح بينه وبين المستهلك، وأن يكون الضرر المطلوب التعويض عنه ناتج عن إخلال المدين بأحد الالتزامات الناشئة عن العقد أو التي تدخل في نطاقه سواء تعلق الأمر بالإخلال بالتزام

¹- قلوب الطيب، المرجع السابق، ص.250.

²-أنظر المادة 136 ق.م.ج.

³-قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، المرجع السابق، ص.118.

⁴-عرفة المزيد حول أحكام المسؤولية العقدية، أنظر عبد الرزاق أحمد السنهاوري، نظرية العقد، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 1998، ص.953 وما بعدها. وانظر محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، المرجع السابق، ص.327 وما بعدها.

رئيسي في العقد ، كالتزام البائع بنقل ملكية المشتري بنفقات العقد¹.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

وفي هذه الحالة الأخيرة لا بد أن يأخذ بعين الاعتبار ان العقد لا يفسر على إرام المتعاقد بما ورد فيه ولكنه يتناول أيضا ماهو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الإلتزام².

ويستند أصحاب الطبيعة العقدية لمسؤولية المحترف الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام إلى كون التزام هذا الأخير هو التزام عقدي يعتبر الإخلال به خطأ عقدي تنشأ عنه المسؤولية العقدية ، وعليه فلا خلاف بين أصحاب هذا الرأي حول الطبيعة العقدية للدعوى التي يرفعها المشتري على الموزع الذي تلقى منه الشيء المبيع أو الدعوى التي يرفعها الموزع على الصانع ، حيث تستند الطبيعة العقدية لهذه الدعوى إلى عقد البيع الذي انتقل بمقتضاه الشيء المبيع من أحدهما إلى الآخر.

وزيادة على ذلك فإن للمشتري أيضا الحق في الرجوع على الصانع بدعوى يرفعها عليه على أساس المسؤولية العقدية في حالة شرائه المنتج منه مباشرة بناء على العقد المبرم بينهما، إلا أن الخلاف ينشأ حول الأساس الذي يمكن الاستناد إليه للقول بالطبيعة العقدية للدعوى التي يرفعها المستهلك المقتني للسلعة على الصانع بالرغم من عدم وجود علاقة عقدية بينهما ؟

يرى الفقيه³ SAVATIER أن الدعوى التي يرفعها المستهلك في مواجهة الصانع تستند إلى فكرة الاشتراط لمصلحة الغير **la stipulation pour autrui** المنصوص عليها في المادة 1122 من القانون المدني الفرنسي والتي تقابلها المادة 116 من القانون المدني الجزائري باعتبار أن عقد البيع الذي يبرمه بائع التجزئة مع الموزع ، أو الذي يبرمه هؤلاء الموزعين مع الصانع يتضمن دائما اشتراطا لمصلحة المشتريين المحتملين

¹ - تتضمن نفقات العقد، نفقات التسجيل، والطابع ورسوم الإعلان العقاري، والتوثيق وغيرها من النفقات وهذا ما أشارت إليه المادة 393 ق.م.ج.

² - أنظر المادة 107 ف02 ق.م.ج.

³ - حمدي أحمد سعد، الرجوع السابق، ص.412.

(les acquéreurs éventuels) ، الذين يمكن

عن الأضرار التي تلحقهم من الشيء المبيع المعيد

ويرى الفقيه PLANIOL¹ أن الدعوى التي يرفعها المستهلك لاسيما المشتري ضد الصانع تستند إلى فكرة حوالة الحق (cession de créance) والتي بمقتضاها يتنازل بائع التجزئة أو الموزع عن دعواه المباشرة ضد الصانع لهذا المشتري الأخير استنادا على أحكام المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي باعتبار أن هذه الدعوى من مستلزمات العقد. ويذب جانب ثالث من الفقه (RIPERT)² إلى القول بأن هذه الدعوى المرفوعة من طرف المشتري في مواجهة الصانع تستند إلى فكرة النيابة بمعنى أن بائع التجزئة أو الموزع في تعامله مع المستهلك ما هو إلا وكيل أو نائب عن الصانع لأن هذا الأخير لا يستطيع مباشرة عمليات البيع والتوزيع بنفسه، بينما هو الذي يتحكم في مضمون العقد من حيث المبيع والتمن ومحتوى الضمان .

ونجد أن كل هذه الآراء وجهت لها انتقادات³ مما جعل معظم أنصار الرأي القائل بالطبيعة العقدية للدعوى التي يرفعها المشتري الأخير للشيء المبيع على الصانع يرى بأن هذه الدعوى تستند إلى فكرة الملحقات (Droit propter rem accessoire) وذلك باعتبار أن الدعوى العقدية المباشرة إحدى ملحقات المبيع التي تنتقل معه من الصانع إلى تاجر الجملة ثم تاجر التجزئة وأخيرا المستهلك⁴ .

وعليه فإن البيانات والنصائح اللازمة وافلتي يجب على المحترف إلام المستهلك بها ترتبط بالعقد المبرم بينهما ، والخطأ في هذه البيانات والنصائح يرتبط بالعقد ولا يكون إلا عقديا، خاصة أن هذا الخطأ لا يكتشف إلا عند استعمال الشيء .

ويوجد العديد من الأحكام القضائية التي أسست الطبيعة العقدية للمحترف (الصانع) اتجاه المستهلك (المشتري) بسبب ما يلحقه من الأضرار الناتجة عن المنتوجات المعيبة أو

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.413.

² -حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.414.

³ -لمعرفة الإنتقادات الموجهة لكل نظرية، أنظر حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.413 إلى 415.

⁴ -حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.416.

بسبب الإخلال بالالتزام بالإعلام، و نذكر الحكم

31 يناير 1973 الذي قرر مسؤولية صانع الماد

من أضرار تمثلت في وفاة المستعمل وإصابة ابنه، بسبب نص البيانات المنعطفه بالتحذيرات من مخاطر هذا المنتج، وقررت المحكمة المسؤولية العقدية للصانع¹ كما أن هناك أحكام أخرى تؤكد المسؤولية العقدية للصانع اتجاه المستهلك الأخير للمنتج².

وبناء على ما سبق ذكره ووفقا لما يذهب إليه الرأي الغالب من الفقه فإنه يكون للمستهلك الأخير الحق في الرجوع مباشرة على الصانع بالتعويض عما لحقه من ضرر من الشيء المبوع ليس فقط بسبب ما قد يوجد فيه من عيوب ولكن أيضا بسبب إخلال هذا الصانع بالإلتزام بالإعلام خاصة إذا كان المنتج من الأشياء الخطيرة سواء بطبيعتها أو باستعمالها ، لأن هذا الأخير هو المدين الأصلي بهذا الإلتزام.

وتجدر الإشارة إلى أن المنتجات الخطيرة بطبيعتها كالأدوية والمنتجات الكيميائية والأجهزة الإلكترونية وغيرها ، استبعد فيها القضاء الفرنسي تطبيق نظرية ضمان العيوب الخفية وذهب إلى أن الإلتزام الذي يقع على المحترف هو التزم بالسلامة ، يتمثل في اتخاذ جميع الاحتياطات اللازمة من أجل أمن وسلامة المستهلك ، وأهم هذه الاحتياطات هو إعلامه بمخاطر المنتج والاحتياطات المتخذة ، وبذلك يظهر الدور الكبير للإلتزام بالإعلام في تحقيق سلامة المستهلك³ .

أما بالنسبة للخدمات وطالما أن العقد يربط مقدم الخدمة بالمستهلك ، فإن المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام تكون ذات طبيعة عقدية⁴.

الفرع الثاني

شروط قيام المسؤولية المدنية للمحترف

¹- Cass.Civ, 1^{er} ch, 31 janvier 1973, J.C.P.1973.IV. p.106.

²- Cass.Com, 4 Nov 1982. Bull Civ. 1982. IV. n°335.p.284.

Cass.Civ, 1^{er} ch., 4 Mars 1986, Bull Civ. 1986. I.n°57.p.53.

Cass.Civ, 1^{er} ch., 23 Avril 1985, précité.

³ - J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p311.

⁴ - محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، المرجع السابق، ص.79.

يلزم لقيام المسؤولية المدنية بصفة عامة
أركان تتمثل في ما يلي: الخطأ (أولا) والضرر
(ثالثا) وهو ما سيتم دراسته على النحو التالي:

أولاً: الخطأ : لم يقم المشرع الجزائري بتعريف الخطأ على غرار المشرع الفرنسي حيث ترك ذلك لاجتهادات الفقه ، وبما أن هناك عدة تعريفات لا يسع المجال لذكرها كلها فإننا سنركز على أهم بعض التعريفات ، ونذكر التعريف الذي جاء به **PLANIOL** بحيث عرف الخطأ على أنه: "الإخلال بالتزام سابق"¹ .
ولقد عرف أيضا الفقيه **SAVATIER** الخطأ على أنه: "إخلال بواجب قانوني كان في وسع المخل أن يتبينه وأن يلتزمه"² ، وكذلك ما قضت به محكمة النقض المصرية بقولها: "إن الخطأ الموجب للمسؤولية طبقا للمادة 163 من القانون المدني المصري والتي تقابلها المادة 124 من القانون المدني الجزائري هو الإخلال بالتزام قانوني يفرض على الفرد أن يلتزم في سلوك بما يلتزم به الأفراد العاديون من اليقظة والتبصر حتى لا يضررون بالغير ، فإذا انحرف عن هذا السلوك الذي يتوقعه الآخرون ويقيمون تصرفاتهم على أساس مراعاته ، يكون قد أخطأ"³، أما الخطأ العقدي فيقصد به عدم قيام المدين بالتزامه الناشئ عن العقد أيا كان السبب في ذلك⁴ ، وهكذا يظهر بأن الخطأ في المسؤولية التقصيرية هو الإخلال بالتزام قانوني، بينما الخطأ في المسؤولية العقدية هو الإخلال بالتزام عقدي.

أ- إثبات خطأ المحترف: من حيث المبدأ إن إثارة مسؤولية المحترف متوقفة على إثبات الضرر لخطئه ، وقد ينصب الإثبات في المسؤولية العقدية على إخلال المحترف بالتزامه بتحقيق نتيجة أو بعدم بذله العناية في حالات أخرى .

¹ - قادة شهيدة، المرجع السابق، ص.153.

² - أنور العمروسي، المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية في القانون المدني، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2004، ص.322.

³ - حكم محكمة النقض المصرية الصادر بتاريخ 06 مارس 1978، طعن رقم 582، مجموعة أحكام النقض، السنة 29، 1979، ص.686.

⁴ - أنور العمروسي، المرجع السابق، ص.323.

أما في المسؤولية التقصيرية فإن الإثبات القانوني بعدم الإضرار بالغير (عن أعماله الش الأمر بالفعل الإيجابي أو الإمتناع عن القيام بواجب قانوني .

إن الدائن بالالتزام بالإعلام مطالب بإثبات انحراف المحترف في سلوكه وعدم قيامه بالإعلام أو عدم توخيه اليقظة والحرص الموازي لمثله من المحترفين في مواجهة المستهلك، ومن أجل تخفيف عبء الإثبات عن المضرور اعتبر القضاء الفرنسي أن مجرد تسليم منتج معيب كاف لإثبات خطأ المحترف لا سيما المنتج ، مما يتوجب على هذا الأخير أثناء تسليم المنتج بضمان سلامته من أي عيب يجعله غير صالح للإستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه وإلا اعتبر مسؤولاً².

ونجد أن المشرع الجزائري نقل عبء الإثبات من المستهلك إلى المحترف ، هذا الأخير ملزم بإثبات انعدام الخطأ من طرفه أو ممن هم تحت رقابته أو رعايته حتى تنتفي عنه المسؤولية.

ومن صور خطأ المحترف، عدم إعلامه المستهلك بالبيانات اللازمة المتعلقة بالمنتج أو الخدمة المقدمة ، أو عدم كفاية هذه المعلومات خاصة عندما يتعلق الأمر بمنتج خطير، ولذلك فإن عدم تحذير المستهلك من مخاطر المنتج أو الخدمة محل العقد يعد تقصير وإخلال من جانب المحترف يستوجب مع القول بقيام مسؤولية المحترف العقدية، أما إذا كلف المحترف لا سيما الصانع أو المنتج بعض الوسطاء أو الوكلاء عنه لبيع المنتج ، فإن هؤلاء يقع عليهم الإلتزام بإعلام المستهلكين وحثهم على اتخاذ الإحتياطات اللازمة.

وإذا تبين بأن المنتج غير صالح للإستعمال فإن المنتج يقع علي إلتزام بسحب المنتج من السوق أو على الأقل إعلام موزعيه بعدم صلاحيته وبضرورة إرجاعه ، فإذا أخل بهذا الإلتزام كان مخطئاً وهذا ما تعمد به كثيرا شركات السيارات العالمية من سحب السيارات المسلمة التي ثبتت بها عيوب³، كما يتعين على المحترف أيضا تنبيه المستهلك إلى الآثار

¹-علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق، ص.91.

²- أنظر المادة 03 من م.ت رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات السالف الذكر.

³-قادة شهيدة، المرجع السابق، ص.171.

التي يمكن أن يرتبها المنتج على الأشياء الأ. الأوكياس البلاستيكية في حفظ المواد الغذائية¹.

وحتى يستطيع الدائن بالإلتزام بالإعلام الحصول على التعويض نتيجة الصرر الذي أصابه بسبب خطأ المدين بالإلتزام بالإعلام ، عليه أن يثبت وجود هذا الإلتزام على عاتق المدين به وعدم تنفيذه له (أولا) أو التنفيذ الخاطئ لهذا الإلتزام (ثانيا).

أولا: إثبات وجود الإلتزام بالإعلام على عاتق المدين به وعدم تنفيذه له: يجب توافر شروط لقيام هذا الإلتزام وتتمثل فيما يلي:

الشرط الأول : معرفة المدين بالبيانات اللازمة عن المنتج أو الخدمة المقدمة وأهميتها للدائن: يجب أن يكون المدين عالما بالبيانات التي يتوجب عليه إعلام الدائن بها وأهميتها له ، إذ من غير المنطقي إلزام المدين بالإعلام ببيانات لا يعلمها²، وبالتالي إذا كان المدين غير عالم بالبيانات الواجب تقديمها للدائن ولم تكن معروفة لديه وقت طرح المنتجات أو الخدمات في السوق ، وإنما كشف عنها التطور العلمي الحديث فإنه لا يلتزم بالإعلام بهذه البيانات.

ولقد أكدت محكمة النقض الفرنسية ذلك بموجب الحكم المؤرخ في 08 أبريل 1986 حيث قضت بأن التزام صانع الدواء بالإعلام بموانع استعمال الدواء وآثاره الجانبية لا يمكن أن ينصرف إلا إلى تلك البيانات التي كانت معروفة وقت طرح الدواء في السوق وما وصل إليه العلم في ذلك التاريخ³.

ومن ناحية أخرى فإن القضاء الفرنسي أقام قرينة قاطعة على علم المدين ببيانات المنتج إن كان مهنيا ، حيث افترض علم الصانع أو البائع المهني بكافة بيانات وخصائص المنتج الذي يقوم بتصنيعه أو بيعه، وأوجب عليه الإعلام بهذه البيانات للمستهلك المقتني له، وفي حالة إخلاله بهذا الإلتزام فإن مسؤوليته تقام دون حاجة لإثبات علمه بهذه البيانات، ولدينا حكم صادر عن محكمة النقض الفرنسية الذي قضت فيه بمسؤولية بائع الأسقف القرميدية لعدم إعلامه المشتري بعدم ملائمة الأسقف التي قام باختيارها للمنطقة التي يريد

¹-لقد اتخذت وزارة التجارة مجموعة من التدابير ومنها حث المتعاملين الإقتصاديين إلى ضرورة سحب الأوكياس البلاستيكية ذات اللون الأسود من السوق الجزائرية لأنه ثبتت أضرارها بالنسبة للمواد المحفوظة فيها.

²-نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.239 وما بعدها.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch, 8 Avril 1986, Bull Civ.1986. I.n°82. p.81.

استخدامها فيها نظرا لأنها منطقة جبلية وأكثر عرض
لا يتحمل الجليد ومقاومته¹.

ويوجد أيضا حكم آخر قضت فيه محكمة النقص الفرنسيه بمسؤوليه البائع المهني
للمواد التي تستخدم في تطهير أماكن تربية الدواجن من الجراثيم ، لعدم تنبيهه المشتري من
قابلية هذه المواد الشديدة للإشتعال².

وعليه فإن توافر الصفة المهنية للمدين بالإلتزام بالإعلام تعد قرينة قاطعة في حقه على
علمه بالبيانات التي يجب عليه إعلام الدائن بها ، ويعفى هذا الأخير من عبء إثبات علم
المدين بهذه البيانات.

الشرط الثاني : جهل الدائن بالبيانات جهلا مشروعا : لا يكفي لقيام الإلتزام بالإعلام

على عاتق المدين به أن يكون عالما بالبيانات محل هذا الإلتزام وأهميته للدائن ، وإنما يجب
أيضا أن يكون الدائن يجهل هذه البيانات جهلا مشروعا وهذا ما أدى بالفقيه **GHESTIN**
إلى القول بأنه: " لا يكفي أن يكون المرء دائنا بالإلتزام بالإعلام أن يتذرع بجهله ، بل يجب
أن يكون جهله هذا مشروعا "³.

وتتنوع الأسباب التي تحول دون تمكن المستهلك من معرفة البيانات المتعلقة بمحل
العقد ، فقد يرجع ذلك إلى :

أ- الجهل المستند إلى استحالة العلم بالبيانات والتي قد تكون استحالة موضوعية:

ويقصد بها استحالة العلم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بمحل العقد المراد إبرامه سواء كانت
هذه البيانات والمعلومات تتعلق بوضع الشيء القانوني أو المادي أم بطرق استخدامه ، كما
قد تكون هذه الإستحالة شخصية: ويقصد بها استحالة العلم بالبيانات محل الإلتزام بالإعلام
لأسباب تتعلق بشخص الدائن ويرجع ذلك إلى كون الدائن بالإلتزام بالإعلام عديم المعرفة أو

¹-Cass.Civ, 4 octobre 1977, précité.

²-Cass.Civ, 1^{er} ch, 4 Avril 1991, Bull Civ.1991. I.n°131. p.87.

³ - « il ne suffit pas pour être créancier d'une obligation d'information d'invoquer son ignorance ,
il faut encore que celle-ci soit légitime ».

V.J.GHESTIN, traité de Droit civil, la formation du contrat, L.G.D.J. 3^{eme} éd.,1990, n°646.
p.623.

ب- الجهل المستند إلى اعتبارات الثقة المسروعة : قد توجد اعتبارات خاصة لدى الطرف المقبل على التعاقد تمنعه عن القيام بواجب الإستعلام عن المعلومات والبيانات العقدية الواجب توافرها لديه - قبل أو أثناء العقد- ويكون ذلك بسبب الثقة التي وضعها في الطرف الآخر ، بمقتضاها يقوم هذا الأخير من تلقاء نفسه بأداء التزامه بالإعلام أداء كاملا وواضحا.

ولقد ذهب بعض الفقه الفرنسي إلى القول بأن أحد الطرفين عندما يضع ثقته في قرينه فليس في حاجة إثبات أنه كان يستحيل عليه أن يستعلم من تلقاء نفسه إذ أنه ينتظر من هذا الأخير أن يقدم له كافة البيانات الضرورية.¹

وتقوم اعتبارات الثقة المشروعة إما بسبب طبيعة العقد أو بسبب توافر صفة معينة في الأطراف المقبلة على التعاقد وهو ما سنوضحه باختصار :

* : الثقة المشروعة القائمة على طبيعة العقد : توجد بعض العقود لا تتعارض فيها مصالح أطرافها ، وإنما يكون التزام كل طرف مكملا للالتزام الطرف الآخر في مواجهة الغير ، حيث يتحول العقد من مجرد حقوق والتزامات متقابلة إلى نوع من العلاقة موحدة المصالح² ، ومثال ذلك العقود التي تقوم على فكرة النيابة كعقد الوكالة وتلك العقود التي تقوم على الإعتبار الشخصي كعقدي الشركة والعمل، مما ينشأ عنه قدر من الثقة بين أطراف هذه العقود من أجل تحقيق الهدف المنشود ، مما ينبغي في هذه الحالة قيام كل طرف من تلقاء نفسه بتقديم البيانات اللازمة للطرف الآخر بكل أمانة بالمعلومات الجوهرية اللازمة لإبرام العقد ، الأمر الذي أدى بالقضاء الفرنسي إلى إبطال عقد الشركة على أساس الكتمان التبادلي ، لإخفاء الشريك صفته كمفلس مما يستحيل عليه تقديم حصته العينية أو النقدية³ .

¹ - « lorsque l'une des parties peut légitimement faire confiance à l'autre elle n'a pas besoin d'établir qu'il ne lui était pas possible de se renseigner elle-même. elle est en droit d'attendre de son cocontractant les informations nécessaires »

V.J. GHESTIN, *op.cit.*, p.634.

² - نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص.183.

³-Cass.Com, 12 Avril 1959, Bull Civ. 1959. III.n°178. p.192.

مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.247.

* الثقة المشروعة المستندة إلى صفة الا

وأهمها الثقة المشروعة في المعاملات الجارية بين الاقارب ، وهو ما ييلام مع واجب الإستعلام الملقى على أحدهما أثناء التعاقد تأسيسا على وجود قرينة مفترضة مفادها قيام الطرف الآخر بأداء إلتزامه بالإعلام بصورة واضحة وكاملة.

بيد أن القضاء الفرنسي لم يعتد بصلة القرابة سببا لإعفاء المتعاقد من واجبه بالإستعلام خاصة إذا ترتب على ذلك حدوث بعض الأضرار للغير ، وتتلخص وقائع القضية في قيام أحد الأشخاص بصفته مدير إداري موكل من قبل الشركة التي يعمل بها باقتراض مبلغ من المال لصالح تلك الشركة من حماه ، رغم أن الوكالة الصادرة إليه لا تعطيه سلطة إبرام مثل هذا التصرف ، وأنه قد استفاد شخصيا من مبلغ القرض، وبعد وفاة المقرض رفع ورثته دعوى ضد هذه الشركة مطالبين إياها باسترداد أموال مورثهم ، إلا أن محكمة الإستئناف رفضت رجوع الورثة على الشركة لأن من أبرم التصرف لا يعد وكيلا عنها ، وأيدت محكمة النقض الفرنسية هذا الحكم التي أكدت على أنه: "كان من الواجب على المورث أن يتحقق من حدود سلطات صهره ، حتى يقف على مدى صفته من الإقتراض باسم الشركة"¹.

ثانيا: إثبات التنفيذ الخاطئ للإلتزام بالإعلام: يجب أن يكون هناك إخلال من المدين بهذا الإلتزام حتى تقوم مسؤوليته ، ويكون إثبات الدائن لهذا الإخلال سهلا عندما توجد نصوص قانونية² توجب على المحترف بصفة عامة سواء تمثل في المنتج أو البائع بأن يضمن منتجاته أو خدماته ببيانات معينة ، حيث يعتبر عدم وجود بيان من هذه البيانات إخلال بالإلتزام بالإعلام، كما يسهل على الدائن أيضا إثبات عدم تنفيذ المدين للإلتزام بالإعلام سواء شفاهة أو كتابة ، كأن يبيع منتج دون إعلامه المشتري بصفاته وخصائصه ، أو دون أن يرفق معه نشرة تتضمن كافة بياناته ، كطريقة استخدامه ومكوناته والتحذير من مخاطره حيث يعتبر سكوت المحترف في هذه الحالة أو عدم احتواء محل العقد نشرة تتضمن

¹ - Cass.Civ, 15 juin 1977. J.C.P. 1978- 11-18865. o.b.s. J.Moneger.

مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.248.

² - نذكر على سبيل المثال م.ت رقم 484-05 يعدل ويتمم م.ت رقم 367-90 المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها، السالف الذكر. ولدينا أيضا م.ت رقم 366-90 يتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، السالف الذكر.

كافة البيانات إخلالا منه بهذا الإلتزام، وهذا ما أذ

الصادر بتاريخ 23 أبريل 1985¹ المتعلق ببيع ه

البائع معه نشرة تتضمن خصائصه وكيفية استخدامه وعدم قيامه بالإعلام بذلك شفاهه.

إلا أن الصعوبات التي تواجه الدائن في إثباته إخلال المدين بالإلتزام بالإعلام ، تظهر عندما يقوم المدين بتنفيذ إلتزامه ولكن الدائن يشتكي من عدم كفاية ما قدمه من بيانات أو تحذيرات ، حيث يجب على الدائن في هذه الحالة إثبات وجود نقص فيما قدمه المدين من بيانات أو تحذيرات ، وأنها السبب فيما أصاب من ضرر ، مما يجعل أمر الإثبات صعبا لا يخلو من بعض الصعوبات نظرا للتطور العلمي والتكنولوجي المستمر في صناعة المنتجات وتقديم الخدمات ، بالإضافة إلى أن هناك بعض المنتجات التي تنتهي بمجرد أول استعمال لها ، كالمنتجات الغذائية وبالتالي يصعب إثبات نقص في البيانات المدونة عليها ، إلا إذا افترض أن المستهلك قد احتفظ بغلاف هذا المنتج أو عبوته الفارغة بعد استهلاكه وهو أمر نادر جدا، كما أن هناك بعض المنتجات ذات التقنية العالية التي لا يستطيع المستهلك أن يتبين وجود نقص فيما قدمه المحترف من بيانات ، فمثلا لا يمكن للمستهلك المقتني لجهاز الكمبيوتر أن يكتشف نقص البيانات المقدمة من طرف المحترف والمتعلقة باستخدامه طالما أنه لا يتمتع بخبرة في هذا المجال.

وزيادة على ماسبق ذكره فإن كان المدين قد قام بتنفيذ الإلتزام بالإعلام شفاهة ، فإنه يصعب على الدائن إثبات وجود نقص في البيانات المقدمة ، إذ لا يستطيع الإثبات بمن يوجد من الزبائن ، أو أن يسجل ما يقوله هذا المدين من بيانات .

لذلك يجب أن يراعي القضاء هذه الأمور ويتساهل في إثبات خطأ المدين في هذه الحالة ، أو أن يتحمل المدين عبء إثبات تقديمه البيانات اللازمة عن محل العقد سواء كان منتج أو خدمة ، وأن ما قدمه من بيانات كان كافيا لإعلام المستهلك وتحذيره من مخاطر ذا المنتج أو الخدمة المقدمة.

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch., 23 Avril 1985, précité.

ثانياً: الضرر: يعتبر الضرر الركن

يترتب على الخطأ ضرر يصيب الدائن لعدم تنفيذ
إذن فماذا يقصد بالضرر (أ) وما هي شروطه (ب) .

أ- تعريف الضرر : يقصد به ذلك الأذى الذي يصيب المضرور في نفسه أو ماله،
أو هو المساس بحق أو مصلحة مشروعة لشخص والتي قد تكون مادية أو أدبية¹.
وتجدر الإشارة إلى أن الضرر بصفة عامة قد يكون مادياً إذا تعلق بالمساس بحق
وبمصلحة مالية للمضرور ، وقد يكون معنوياً إذا كان لا يصيب الإنسان في ماله وإنما يمس
في شعوره أو عاطفته أو كرامته، وقد يترتب عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ضرر مادي
(أ-1) أو ضرر معنوي (أ-2) .

(أ-1) الضرر المادي : إن الإخلال بالالتزام بالإعلام سواء عن طريق نقص
البيانات المتعلقة بكيفية استعمال الشيء المبيع استعمالاً صحيحاً ، أم عدم كفاية التحذير من
مخاطر المنتج أو الخدمة المقدمة قد يؤدي إلى إلحاق أضرار مالية أو جسدية بالمستهلك .

ولقد قضت محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية بائع المواد الكيميائية التي تستخدم في
إبادة الحشرات الضارة بالنباتات الزراعية بسبب عدم إعلام البائع للمشتري بشروط استخدام
هذه المواد والأضرار المحتملة نتيجة استخدامها بكميات كبيرة ، أو الاستخدام المتكرر لها
وهذا ما أدى بإصابة المشتري بأضرار تمثلت في تلف مزروعاته².
وكذلك ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من مسؤولية الشركة المنتجة للمواد العازلة
عما لحق المشتري من أضرار تمثلت في انهيار المصنع الذي استخدم في بنائه هذه المادة
وذلك بسبب الحريق الضخم الذي نشب في المصنع والذي ساعدت هذه المادة على انتشاره
لقابليتها الشديدة للاشتعال ، وهو ما لم تقوم الشركة بتحذير المشتري منه³ .

¹ - محمد صبري السعدي، المرجع السابق، ص.331.

²-Cass.Civ, 1^{er} ch, 17 Fev 1979, Bull Civ.1979.n°73. p.82.

³-Cass.Civ, 1^{er} ch, 23 Avril 1985, Bull Civ.1985.I.n°125. p.115.

وتمتد الأضرار المادية لتشمل بالإضافة إلى
أو خسارتها ، إلى الأضرار الجسدية الناشئة عن
بجروح أو حروق أو تشوه في الوجه أو عجز في العينين مثلا.

ولدينا حكم صادر عن محكمة النقض الفرنسية الذي قضى بمسؤولية منتج المادة
المقاومة للطفيليات عما سببته للمستعمل من عجز دائم في عينيه ، بسبب عدم كفاية تحذيره
من مخاطرها على العينين وإنما اكتفى بالتوصية بضرورة غسل اليدين والوجه بعد
الإستعمال دون الإشارة إلى مخاطرها على العينين¹.

وقد يمتد الضرر الجسدي الناشئ عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام ليشمل مئات بل آلاف
الأشخاص الذين يستخدمون أحد المنتجات الخطيرة ولم يتم تحذيرهم من أضرارها ، ويدل
على ذلك ما سببه المستحضر الصيدلي **thalidomide** من أضرار جسيمة تمثلت في ولادة
ما يقرب من عشرة آلاف طفل في ألمانيا مصابين بتشوهات أطلق عليه اسم **phocomelai**
ووفاة الكثير منهم بسبب تناول الأمهات لهذا المستحضر في فترة الحمل وخاصة في الفترات
الأولى منه ، وقد امتدت آثار هذا المستحضر الضار إلى العديد من الدول الأخرى كسويسرا
والبرازيل وكندا ولبنان ومصر².

(أ-2) **الضرر الأدبي** : إذا كان الضرر الأدبي هو الضرر الذي يصيب الإنسان
في مصلحة غير مادية كالضرر الذي يصيب الإنسان في عاطفته أو سمعته أو كرامته³ ،
فإن هذا الضرر قد ينشأ أيضا في حالة الإخلال بالإلتزام بالإعلام لا سيما في حالة الأضرار
الجسدية وما قد ينجم عنها من تشوهات أو عجز في جسم الدائن مما يسبب له ضرر عنوي
نتيجة ترك تشوهات أو عجز في جسده يجعله يشعر بالنقص والحاجة إلى الآخرين.

¹-Cass.Civ, 1^{er} ch, 14 déc 1982, précité.

²-حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.500.

³-أنظر المادة 182 مكرر ق.م.ج.

الشرط الأول : يجب أن يكون الضرر محقق الوقوع أو مؤكدا ، وينبغي أن يقع الضرر فعلا أو أنه سيقع حتما في المستقبل ، وأن لا يكون احتماليا أو مفترضا ، ومن أمثلة الضرر الذي سيقع حتما في المستقبل في حالة الإخلال بالإلتزام بالإعلام ، (كعدم كفاية البيانات وعدم التحذير من مخاطر المنتج) إصابة المستهلك في عينيه وإصابته بالعمى ، فبالإضافة إلى ما قد ينجم عنه من أضرار بسبب حالة العمى ، فإنه ينتج عنه كذلك أضرار مستقبلية تتمثل في عجزه عن القيام بالعمل الذي كان يقوم به، وفي مثل هذه الحالات قد يحكم القاضي بالتعويض عن الضرر الذي سيقع مستقبلا إن تمكن من تقدير هذا الضرر ، وله أن يستعين بأهل الخبرة ، وفي حالة عدم تقدير هذا الضرر في الحال فإنه يمكن للقاضي أن ينتظر حتى يتمكن من معرفة حجم هذا الضرر وتقدير التعويض المناسب عنه.

ويجوز للقاضي كذلك أن يحكم بتعويض مؤقت عن هذا الضرر ويحتفظ للمضروب بحقه في المطالبة عما سيلحقه من ضرر ، وله أن يجعل التعويض على شكل إيراد مرتب مدى الحياة² إذا كان الضرر سيتمثل في عجز دائم عن العمل.

والجدير بالذكر أن الضرر الناشئ عن تفويت الفرصة بصدد الإلتزام بالإعلام يتم التعويض عنه كتقديم بيانات خاطئة من طرف الموظف الذي يعمل في محطة القطار عن مواعيد إقلاعها مم يتسبب في حرمان حضور طالب للإمتحان ونجاحه فيه أو ما يدونه الصيدلي المنتج أو البائع على الدواء من بيانات خاطئة تفوت على المريض فرصة الشفاء.

الشرط الثاني : يجب أن يكون الضرر مباشرا : يقصد بالضرر المباشر ذلك الضرر الذي لم يكن في وسع المضروب أن يتوقاه ببذل جهد معقول³ ، ومن أمثلة الضرر المباشر الذي ينشأ عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام استعمال المستهلك للشيء المبيع استعمالا خاطئا بسبب نقص البيانات المتعلقة باستعماله مما ينتج عنه أضرار ، كأن يستخدم الرسام

¹- عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص.959.

²- أنظر المادة 132 ق.م.ج.

³- حبار محمد، محاضرات الإلتزامات أقيت على طلبة السنة الثانية حقوق، جامعة وهران، السنة الجامعية 1998-1999.

مادة الدهان استعمالاً خاطئاً فتتلف لوحاته ، أو إص
عدم التحذير من مخاطر هذا المنتج¹ .

ثالثاً : العلاقة السببية بين الخطأ والضرر: حتى يعتبر الشخص مسؤولاً عن التعويض لا بد من وجود علاقة سببية بين الخطأ والضرر، ويرى الفقيه السنهوري بأن علاقة السببية تقوم عندما يكون الضرر نتيجة طبيعية للفعل الضار² ، وبالتالي لا يكفي لقيام المسؤولية المدنية وجود خطأ وضرر بل يجب أن يكون هذا الضرر ناتج عن ذلك الخطأ. وبناءً على ذلك فإنه لا يكفي لقيام مسؤولية المدين بالإلتزام بالإعلام أن يوجد خطأ منه متمثل في عدم تقديم بيانات أو تقديمها بشكل ناقص أو غامض وأن يكون هناك ضرر لحق بالدائن ، بل يجب أن يكون هذا الضرر ناتجاً عن ذلك الخطأ، أي أن هذا الضرر كان نتيجة عدم تقديم البيانات أو نقصها أو كتمانها من طرف المدين.

بيد أن الصعوبة التي تثار بشأن العلاقة السببية هي تعدد الأسباب أو الأخطاء التي ساهمت في إحداث الضرر ، فهل تقوم علاقة السببية بين الضرر وكل هذه الأسباب ؟ أم يقتصر على السبب الأقوى في إحداث هذا الضرر وينسب إليه ويلتزم مرتكبه بالتعويض؟ وللإجابة على هذا الإشكال وجدت نظريتان أساسيتان : نظرية تكافؤ الأسباب (أ) ونظرية السبب الملائم (ب) .

أ- نظرية تكافؤ الأسباب : إذا تعددت الأسباب ونتاج عنها ضرر واحد فإن الأسباب جميعها تعتبر منتجة للضرر وبالتالي فإن مرتكبي تلك الأسباب يسألون جميعاً عن التعويض المستحق للمضرور ، فإذا أقدم مريض على إجراء عملية جراحية مثلاً ولم يعلمه الطبيب بمخاطر إجراء هذه العملية ، وأثناء العلاج وجد خطأ من الممرض في إعطاء الدواء لهذا المريض ونتاج عن هذه الأخطاء وفاة المريض ، فوفقاً لهذه النظرية فإن خطأ الطبيب وخطأ الممرض كلاهما يعتبران سببان في إحداث الضرر مما يترتب عنه مسؤوليتهما في التعويض.

¹ - Cass.Civ, 1^{er} ch, 14 déc 1982, précité.

² - عبد العزيز اللصاصمة، المرجع السابق، ص.146.

ب- نظرية السبب الملائم : مؤدى هذه الن

للضرر وإنما يجب دراسة تلك الأسباب بكل دقة للوصول إلى السبب الفعال ، بمعنى انه لولا ه
لما كانت النتيجة المتمثلة في الضرر، أما الأسباب الأخرى التي حدثت بصورة عارضة فلا
تعتبر أسبابا منتجة للضرر وبالتالي فإن مرتكبيها لا يسألون .

ولقد أخذ بهذه النظرية غالبية الفقه كمعيار لتحديد علاقة السببية في حالة تعدد الأسباب
إلا أن تطبيق هذه النظرية لا تؤخذ على إطلاقها ، إذ يفضل بعض الفقه¹ بتطبيق نظرية
تكافؤ الأسباب في حالة وجود خطأ من المحترف (سواء كان الصانع أو البائع) في إعلامه
للمستهلك حتى يكون كل منهما حريصا على الوفاء بالتزام بالإعلام على أحسن وجه.

أما عبء إثبات العلاقة السببية بين الخطأ والضرر فإنه يقع على عاتق الدائن بالإلتزام
بالإعلام الذي يطالب بالتعويض والذي يجوز له إثباتها بكافة طرق الإثبات باعتبارها
تستخلص من وقائع مادية.

* صور انتفاء علاقة السببية : يستطيع المدين بالإلتزام بالإعلام أن ينفي علاقة

السببية بين خطئه والضرر الحاصل إذا أثبت السبب الأجنبي الذي أشارت إليه المادة 127
من القانون المدني الجزائري التي نصت على أنه : " إذا أثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن
سبب لا يد له فيه كحادث فجائي ، أو قوة قاهرة ، أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ من
الغير ، كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر ، مالم يوجد نص قانوني أو اتفاق يخالف ذلك".
وعليه يستطيع المدين بالإلتزام بالإعلام أن نفي المسؤولية عن نفسه إذا أثبت حالة من
الحالات المنصوص عليها في نص المادة 127 من القانون المدني السالف الذكر، كإثباته
الحادث الفجائي أو القوة القاهرة (أولا) أو خطأ المضرور (ثانيا) أو خطأ الغير (ثالثا).

¹ - حمدي أحمد سعد، المرجع السابق، ص.529.

أولاً: القوة القاهرة أو الحادث الفجائي :

أمر غير متوقع الحصول (imprévisible) و

تنفيذ الإلتزام مستحيلاً (impossible) دون أن يكون هناك خطأ في جانب المدين .¹

ونجد أن القضاء في فرنسا وفي مصر ومعه كثير من الفقهاء لا يميزون بين القوة القاهرة والحادث الفجائي فهما مصطلحان مختلفان لمعنى واحد، كما أن تقرير ما إذا كانت الواقعة المدعى بها تعتبر قوة القاهرة أو حادث فجائي يرجع إلى تقدير قاضي الموضوع الذي لديه السلطة التقديرية في ذلك وهذا ما قضت به محكمة النقض المصرية² .

ومن أمثلة حالات القوة القاهرة أو الحادث الفجائي الذي يؤدي إلى إعفاء المحترف لا سيما المنتج أو البائع من المسؤولية عن الأضرار التي تسببها منتجاته إضافة إلى حالات الحريق والزلازل والفيضانات ، حالة ارتفاع ضغط التيار الكهربائي فجأة مما يؤدي إلى انفجار الجهاز الكهربائي فيسبب أضرار مادية أو جسدية، وبالتالي إذا توافرت حالة القوة القاهرة أو الحادث الفجائي فإن ذلك يؤدي إلى انتفاء علاقة السببية بين الخطأ والضرر وتؤدي إلى إعفاء المحترف.

ثانياً: خطأ المضرور : تنتفي علاقة السببية بين الخطأ والضرر باقتراف

المضرور خطأ يكون سبباً فيما لحقه من ضرر ، حيث يستطيع المدين بالإلتزام بالإعلام الإستناد على هذا الخطأ لدفع المسؤولية عن نفسه تماماً أو تخفيفها ، كما لو تناول المريض أدوية انتهى تاريخ صلاحية استعمالها دون أن يراعي التحذيرات التي قدمها له الصيدلي أو مادون عليها من بيانات ، فيتسبب بذلك المضرور بخطئه في إحداث الضرر³ .

ومن تطبيقات القضاء الفرنسي فيما يخص خطأ المضرور وإعفاء المدين بالإلتزام بالإعلام ، ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بعدم مسؤولية بائع أجهزة الإنذارات عن السرقة التي تعرض لها محل المشتري نظراً لأن هذا البائع كان قد عرض على المشتري

¹ - عبد الرزاق السنهوري، المرجع السابق، ص.963.

² - نقض، جلسة 19 مارس 1979، الطعن رقم 3 لسنة 46ق. مشار إليه في أنور العمروسي، المرجع السابق، ص.353.

³ - محمد شكري سرور، المرجع السابق، ص.58.

الجهاز الأكثر ملائمة لحماية محله من مخاطر
جهاز آخر لا تتوفر فيه إمكانيات الجهاز الذي عر

ولدينا أيضا حكم صادر عن محكمة النقض الفرنسية بتاريخ 10 يوليو 1996 الذي
قضت فيه المحكمة بعدم مسؤولية البائع لجهاز للري عن الأضرار التي لحقت المشتري
بسبب صدأ المواسير التي استخدمها مع هذا الجهاز ، لأن هذا الأخير لم يرفق مع تصميماته
التي قدمها للبائع تحليلا للتركيب الكيماوي للأرض والمياه اللتان يستخدم فيها هذا الجهاز
وعدم اتخاذه الإحتياطات اللازمة للوقاية من ملوحة هذه المياه² .

وقد يكون خطأ المضرور سبب في تخفيف مسؤولية المدين بالإلتزام بالإعلام إذا ساهم
إلى جانب خطأ هذا الأخير في إحداث الضرر المطلوب، الأمر الذي يسمح للمدين بالإلتزام
بالإعلام التمسك بخطأ الدائن لتخفيف المسؤولية الملقاة على عاتقه وهذا ما أيده القضاء
الفرنسي في العديد من أحكامه نذكر من بينها: ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من
توزيع المسؤولية بين منتج المادة المقاومة للطفيليات والتي تستخدم في رش الزرع
والمشتري لهذه المادة عن الأضرار اللاحقة بهذا الأخير نظرا لخطأ المنتج بعدم إعلامه
الكافي لفترات استخدام هذه المادة وخطأ في جانب المشتري باستعماله لهذه المادة في فترات
غير ملائمة بالرغم من تخصصه وخبرته في هذا المجال³ .

وإذا كانت الصفة المهنية للدائن بالإلتزام بالإعلام وخبرته تؤدي في الغالب إلى
تخفيف مسؤولية المدين في حالة إخلاله بالإلتزام بالإعلام فإن هذا لا يكون بصفة مطلقة ،
حيث أن قد يكون الدائن مهنيا أو لدي خبرة إلا أنه لا يستطيع الإلمام بخصائص المنتج
ومكوناته مما يلقي بعبء المسؤولية كاملة على عاتق المدين خاصة إذا كان المنتج معقد
الإستعمال.

وإذا تسبب الدائن بالإلتزام بالإعلام بخطئه وحده في إحداث الضرر للمستهلك فإن
مسؤوليته تكون كاملة كما هو الشأن في ما يعرف " بقضية الكاشير " أين أصدرت محكمة

¹-Cass.Com, 11 juin 1985, Bull Civ, III.n°188. p.90.

²-Cass.Civ, 1^{er} ch, 10 juillet 1996, Bull Civ.1996.I.n°318. p.222.

³-Cass.Com, 5 Fev 1973, J.C.P. 1974.II. n°17791. p.120.

الجنایات لمجلس قضاء سطيف الصادر بتاريخ 9 صاحب مصنع صناعة مادة الكاشير، لإرتكابه ج إلى الوفاة واستندت المحكمة على أحكام المادتين 431 و432 فقرة 03 من قانون العقوبات الجزائري¹.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

ولقد نص المشرع الجزائري على أحكام خطأ المضرور وأثره على مسؤولية المدين في نص المادة 177 من القانون المدني والتي تنص على أنه: "يجوز للقاضي أن ينقص مقدار التعويض ، أو لا يحكم بالتعويض إذا كان الدائن بخطئه قد اشترك في إحداث الضرر أو زاد فيه".

ثالثا: خطأ الغير : يستطيع المدين بالإلتزام بالإعلام أن ينفي المسؤولية عن نفسه إذا أثبت أن خطأ الغير هو السبب المباشر في الضرر المطلوب تعويضه وأن خطأ الغير ينفي علاقة السببية بين الخطأ والضرر.

ويقصد بالغير كل شخص آخر غير المدعى عليه أو المضرور ، أما في الإلتزام بالإعلام فيقصد به كل شخص خارج نطاق العلاقة بين طرفي هذا الإلتزام، أما بالنسبة للأشخاص الذين يتدخلون في صناعة سلعة معينة حتى تصل للمستهلك النهائي فإنهم إذا ارتكبوا أخطاء كانت سببا في حدوث الضرر فإن المحترف المنتج يستطيع أن ينفي المسؤولية عن نفسه وعدم دفعه التعويض وذلك بإدخالهم في الدعوى لإلزامهم بدفعه أو أن يرجع عليهم بهذا التعويض بعد دفعه للمضرور.

الفرع الثالث

الآثار المترتبة عن قيام المسؤولية المدنية للمحترف

إذا توافرت أركان المسؤولية المدنية من خطأ وضرر وعلاقة السببية بين الخطأ والضرر فإن المستهلك يحصل على تعويض عن الضرر الذي أصابه نتيجة إخلال المحترف بالإلتزام بالإعلام ، ويستحق المستهلك المضرور التعويض عن الضرر المادي والمعنوي،

¹ - بن شيخ، إعلام المستهلكين، ملتقى حول الحماية في مجال الإستهلاك، جامعة وهران، 14 و 15 ماي 2000، ص.12.

مع الإشارة إلى أن التعويض لا يكون إلا على
الغرض من التعويض هو جبر الضرر وليس
حصول المستهلك المضروب على التعويض فإنه سيلجأ إلى القضاء ، لذلك سنساول
إجراءات رفع الدعوى (أولا) ثم نتطرق إلى موقف القضاء والفقهاء من جواز الحكم
بالتعويض بالإضافة إلى إبطال العقد (ثانيا) .

أولا : إجراءات رفع الدعوى: إن حق اللجوء إلى القضاء هو حق من الحقوق
العامة المعترف بها لجميع أفراد المجتمع وهو حق يدخل في نطاق الحريات العامة
المكفولة دستوريا بموجب المادة 140 من الدستور الجزائري¹.

وبناء على ذلك فإن للمستهلك الحق في اللجوء إلى القضاء إذا تضرر بسبب عدم
إعلامه من طرفه المحترف ، إلا أنه جرت العادة في فرنسا على تضمين عقود الإستهلاك
شروطا ترمي بطريق مباشر أو غير مباشر إلى حرمان المستهلك من حق اللجوء إلى
القضاء، كأن ينص في العقد على " أن كل نزاع يمكن أن ينشأ بصدد هذا العقد تتم تسويته
إلزاميا بطريق ودي" ، ويعتبر هذا الشرط تعسفيا وكأنه غير مكتوب طبقا للمادة 1-132
من قانون الإجراءات المدنية على أساس أن القائمة المرفقة بها أوردت من بين الشروط
التعسفية تلك التي يكون موضوعها أو من نتائجها استبعاد أو عرقلة ممارسة المستهلك
للدعاوى القضائية أو طرق الطعن².

أما في التشريع الجزائري فإن الدستور طبقا لنص المادة 140 كفل حماية المستهلك
في اللجوء إلى القضاء ، وبالتالي إذا أدرج المحترف شرط يمنع بموجبه المستهلك من اللجوء
إلى القضاء للمطالبة بحقوقه فإن هذا الشرط يعتبر مخالف للمبدأ الدستوري ويقع باطلا

¹-لقد تم تعديل دستور 1996 بموجب القانون رقم 08-19 المؤرخ في 15 نوفمبر 2008 يتضمن التعديل الدستوري، ج.ر.
المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، العدد 63، ص.08. وتتضمن المادة 140 من الدستور على مايلي: " أساس القضاء مبادئ
مبادئ الشرعية والمساواة.

الكل سواسية أمام القضاء ، وهو في متناول الجميع ويجسده احترام القانون".
²-محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص.633.

وعديم الأثر، ولقد أشارت المادة 03 من قانون

شخص يدعي حقا، رفع دعوى أمام القضاء للحص

ويجب الإشارة إلى أن منازعات الإستهلاك تنظر فيها نفس الجهات القضائية التي

تفصل في باقي المنازعات الخاصة بالقانون المدني، وأنه لا يوجد عندنا محاكم متخصصة

بالفصل في قضايا الإستهلاك.

وعليه فإن الدعوى التي يرفعها المستهلك المتضرر لا تخرج عن القواعد العامة ،

وبالتالي فإن المبادئ الثابتة في قانون الإجراءات المدنية هي أنه لا يجوز قبول الدعوى إلا

إذا توافرت في المدعي الشروط القانونية وهي الصفة والمصلحة وأهلية التقاضي ، غير أن

المصلحة قد تكون فردية وهي المساس بحق المستهلك وقد تكون جماعية وهنا يرتبط الضرر

بالمصلحة العامة وهو أمر يجعل المحترف قد ارتكب جرما يمنح للنيابة العامة الصفة في

مباشرة الدعوى العمومية.

ومهما يكن الأمر فإن المستهلك هو صاحب الحق في التعويض عن الضرر الناتج

بسبب إخلال المحترف بالالتزام بالإعلام ، ولا يجوز حرمانه من هذا الحق وكل شرط

يضعه هذا الأخير يخالف هذا الحق يعتبر باطلا² .

ولقد حكم القضاء الجزائري بخصوص قضية الكاشير الفاسد السالف ذكرها بقبول

طلبات الضحايا والأطراف المدنية من جراء تضررهم من مادة الكاشير الفاسدة والمغشوشة،

وعلاوة بذلك يجوز لجمعيات حماية المستهلك أن تباشر الدعوى وتطالب بالتعويض ، وهذا

الحق ثابت لهذه الجمعيات طالما أنها تمثل المصالح المشتركة للمستهلكين.

أما عن الإجراءات التي يتبعها المستهلك المتضرر للمطالبة بالتعويض بسبب إخلال

المحترف بالالتزام بالإعلام فكأصل عام فإنها تخضع لنفس الإجراءات المنصوص عليها في

قانون الإجراءات المدنية فترفع الدعوى إما أمام القسم المدني وإما تكون تابعة للقضاء

الجزائي على أساس ما يعرف بالدعوى المدنية التبعية، وسندرس بعض الإجراءات العادية

المتبعة كالإختصاص المحلي (أ) والتقدم (ب) .

¹-تم إلغاء ق.إ.م بموجب القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008، ج.ر المؤرخة في 23 أبريل 2008، العدد 21، ص.03. مع الإشارة إلى هذا القانون يبدأ سريانه في 23 أبريل 2009 طبقا لنص المادة 1062.

²-J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p527.

أ- الإختصاص : يقصد بالإختصاص في

المشروع لمحكمة ما لتفصل في نزاع ما ، بمعنى ان الإختصاص هو توريح العمل بين المحاكم تأسيسا على نوع الدعوى مدنية أو إدارية مثلا ، أو على المكان الذي توجد فيه تلك المحاكم.

* **الإختصاص النوعي** : يرجع الإختصاص بالنظر في المنازعات المتعلقة بالإستهلاك أصلا إلى المحاكم العادية كما هو الشأن بالنسبة للنزاعات التي تقوم بين المستهلك المضرور والمحترف في حالة إخلال هذا الأخير بالإلتزام بالإعلام . وقد يشكل في بعض الأحيان النزاع عملا إجراميا ، وفي هذه الحالة يجوز للمستهلك المتضرر من هذا العمل الإجرامي أن يقدم شكوى إلى وكيل الجمهورية (النيابة العامة) لتحريك ومباشرة الدعوى العمومية والتي تساعد في البحث عن دليل الإثبات، وبوصول النزاع أمام القاضي الجزائي فإن هذا الأخير يفصل في الدعوى المدنية التبعية¹.

* **الإختصاص المحلي** : يقصد به الإقليم الذي تبسط عليه المحكمة سلطتها لتتظر في النزاع الذي ينشأ فيه، فإذا كان النزاع مطروح أمام القاضي الجزائي فإن قانون الإجراءات الجزائية يعطي الإختيار لعدة محاكم للنظر في هذا النزاع منها: المحكمة الكائن بدائرة اختصاصها مكان وقوع الجريمة ، أو المحكمة الذي يوجد بدائرة اختصاصها المكان الذي تم فيه القبض على المتهم² .

أما إذا كان النزاع مطروح أمام القاضي المدني (أمام القسم المدني أو القسم التجاري) فإن الإختصاص المحلي كأصل عام يؤول إلى المحكمة التي يقع في دائرة اختصاصها موطن المدعى عليه ، وإن لم يكن له موطن معروف فيعود الإختصاص للجهة القضائية التي يقع بدائرة اختصاصها آخر موطن له ، وفي حالة اختيار موطن يؤول الإختصاص الإقليمي للجهة القضائية التي يقع فيها الموطن المختار، مالم ينص القانون خلاف ذلك، وفي حالة

¹ - أنظر المادتين 02 و 03 من ق.إ.ج المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-22 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، ج.ر. المؤرخة في 24 ديسمبر 2006، العدد 84، ص.04.

² - أنظر المادة 37 ق.إ.ج.

ب- التقادم : يجب على المستهلك المتضرر أن يطالب بحقه في التعويض في
الآجال القانونية المنصوص عليها في الأحكام العامة الخاصة بالدعاوى المدنية ، سواء كانت
الدعوى المدنية تابعة للدعوى العمومية أو مستقلة عنها ، وهذا ضمانا لإستقرار المراكز
القانونية ووجوب حرص المستهلك المتضرر للمطالبة بحقه ، وأن لا يكون توقيت هذه
الدعوى ثقيل العبء على المحترف.

وعن الآجال القانونية التي يجب على المستهلك مراعاتها حين رفع دعوى التعويض
فقد نصت عليها المادة 133 من القانون المدني الجزائري بقولها: " تسقط دعوى التعويض
بانقضاء خمس عشرة (15) سنة من يوم وقوع الفعل الضار " ، كما أن هناك آجال أخرى
قصيرة للتقادم تسري في حالات خاصة نذكر على سبيل المثال لا الحصر، الدعاوى الناشئة
عن عقد التأمين سواء كانت مرفوعة من المؤمن أو من المؤمن له فإنها تتقادم بمرور ثلاث
سنوات ابتداء من تاريخ الحادث الذي نشأت عنه²، وأيضا بالنسبة لدعوى ضمان العيوب
الخفية فإنها تسقط بعد انقضاء سنة من يوم تسليم المبيع³ .

ثانيا: موقف القضاء والفقهاء من جواز الحكم بالتعويض بالإضافة إلى إبطال العقد:

لم يرى القضاء الفرنسي والمصري مانعا من الحكم بالتعويض بالإضافة إلى الحكم بإبطال
العقد ، حيث ذهبت محكمة النقض المصرية إلى القول بأنه: " يجوز إبطال العقد إذا أثبت أحد
المتعاقدين أنه كان واقعا في غلط ثم أثبت أن لولا هذا الغلط لما أقدم على التعاقد ، ويجوز
للقضاء إبطال العقد مع الحكم بالتعويض إذا ترتبت أضرارا بأحد المتعاقدين ، ويكون ذلك

¹ - أنظر المادتين 37 و38 ق.إ.م.

² - أنظر المادة 27 من قانون التأمينات رقم 06-04 السالف الذكر، وانظر المادة 624 ق.م.ج والتي تنص على عدم
سريان مدة 03 سنوات في حالة- إخفاء بيانات متعلقة بالخطر المؤمن منه أو تقديم بيانات غير صحيحة أو غير دقيقة عن
هذا الخطر إلا من اليوم الذي علم فيه المؤمن بذلك.- في حالة وقوع الحادث المؤمن منه إلا من اليوم الذي علم فيه ذوو
الشأن بوقوعه.

³ - أنظر المادة 383 ق.م.ج.

ليس على اعتبار أنه عقد ، بل باعتباره واقعة

للمسؤولية في جانب المتعاقد الآخر الذي تسبب بذ

وأيضاً استقر قضاء محكمة النقض الفرنسية على حق المستهلك الذي يقع في العطل ان يطالب بالتعويض إذا لم تكن المطالبة بإبطال العقد كافية لتعويض عن الأضرار التي أصابته².

ويرى بعض الفقه³ أن إبطال العقد كجزء على عيوب الإرادة كالغلط والتدليس لا يستبعد اللجوء إلى طلب التعويض ، كما أنه يجوز طلب التعويض بالرغم من عدم طلب إبطال العقد ، وهكذا فإن المستهلك له أن يجمع بين إبطال العقد مع التعويض أو أن يبقى العقد ويطلب التعويض، أو أن يكتفي بإبطال العقد.

المبحث الثاني

الآثار الجزائية المترتبة عن إخلال المحترف بالإلتزام بالإعلام

إن حماية المستهلك تتم عن طريق إقرار المسؤولية المدنية للمحترف بالإضافة إلى المسؤولية الجزائية في حالة ارتكابه لبعض الجرائم المعاقب عليها قانوناً ، نظراً لأهمية العقوبات الجزائية ودورها في ردع مرتكب الجريمة، وبناءً على ذلك سيتم تناول الجرائم المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام (**المطلب الأول**) ثم الجزاءات المقررة لقمعها (**المطلب الثاني**) .

المطلب الأول

الجرائم المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام

¹-نقض مدني مصري، 03 يوليو 1970، مجموعة أحكام النقض، السنة 21، العدد 02. أبريل 1970، طعن رقم 134، ص. 691 و 692.

²-Cass.Civ, 29 Nov 1968, GAZ-pal., 1969-1- p.63.

³ - حسام الدين الأهواني، أنظر عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص. 283.

إن المحترف أثناء تأديته للإلتزام الملقى بالبيانات المتعلقة بالمنتوج أو الخدمة محل العقد للمنتوج أو الخدمة ، فإنه قد يخالف هذا الإلتزام وذلك بارتجابه افعال معاقب عليها قانونا ، كما هو الشأن بالنسبة لجريمة الإعلان الكاذب (الفرع الأول) والتي لم يحدد لها المشرع الجزائري نصوص خاصة وإنما تخضع للقواعد العامة طبقا لقانون العقوبات لا سيما جريمة النصب أو جريمة الخداع اللتان سندرسهما في هذا الفرع بالإضافة إلى بعض المخالفات الأخرى المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام (الفرع الثاني) .

الفرع الأول جناية الإعلان الكاذب

إن الإعلان الكاذب هو الذي يتضمن بيانات غير حقيقية يعرض المخاطبين به إلى الخداع ، ويقصد به كل إعلان يتم عرضه بطريقة ما تؤدي إلى تضليل أو من شأنها أن تؤدي إلى تضليل المخاطبين به أو المنافسين بالشكل الذي قد يلحق ضررا بمصالحهم الاقتصادية¹ .

ويتميز الكذب في القانون المدني عن الكذب في قانون العقوبات ، فبينما يسعى القانون المدني إلى إبطال التصرف المخالف وإلزام المعلن بتنفيذ ما ورد بإعلانه أو القضاء بالتعويض إذا لزم الأمر ذلك ، نجد أن قانون العقوبات قد اهتم بالعقوبة وتحقيق هدفها المتمثل في الردع العام لجميع المعلنين والردع الخاص لكل مخالف لأحكامه.

وفي هذا المقام نجد اختلافا واضحا بين الكذب في قانون العقوبات ومثاله المشدد جريمة النصب المنصوص عليها في المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري وبين الكذب

¹ - أنظر التوجيه رقم 450 الصادر من مجلس الجماعات الأوروبية في 10 سبتمبر 1984 يتعلق بالإعلان الخادع، ج.ر. المؤرخة في 19 سبتمبر 1984، العدد 250، ص.07.

شأنه أن يعيب الإرادة في مرحلة إبرام العقد ، فو

المشار إليها أعلاه ، أما التدليس الجنائي فيقع في غير هذه الحالة فيكون بعد إبرام العقد ، او
يقع خارج دائرة التعاقد أساساً² .

والجدير بالذكر أن المشرع الجزائري نص على حالات الإشهار التضليلي في المادة
28 من القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية والتي من بينها:
أن يتضمن الإشهار تصريحات أو بيانات أو تشكيلات يمكن أن تؤدي إلى التضليل بتعريف
منتوج أو خدمة أو بكميته أو وفرته أو مميزاته ، وكذلك قد يتضمن الإشهار عناصر يمكن
أن تؤدي إلى الإلتباس مع بائع آخر أو مع منتوجاته أو خدماته أو نشاطه، وأيضاً هناك حالة
أخرى تتمثل في كون أن الإشهار يتعلق بعرض معين لسلع أو خدمات في حين أن العون
الإقتصادي لا يتوفر على مخزون كاف من تلك السلع أو لا يمكنه ضمان الخدمات التي يجب
تقديمها عادة بالمقارنة مع ضخامة الإشهار، ويعاقب مرتكبي هذه الأفعال بغرامة مالية من
خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى خمسة ملايين دينار (5.000.000 دج)³.

وهكذا نلاحظ أن المشرع لم يستعمل مصطلح الإشهار الكاذب أو الخادع مما يظهر
بأن جريمة الإعلان الكاذب غير منصوص عليها كجريمة مستقلة ولم يحدد لها نصوص
خاصة إلا استثناء في حالة ما إذا أخلت وكالة السياحة والأسفار بالالتزامات المتعلقة بإعلام
الزبون خاصة إذا قدمت معلومات كاذبة عن الأسعار أو الخدمات عن طريق ما يسمى
بالإشهار الكاذب فإنها تعاقب بغرامة مالية من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة
ألف دينار جزائري (100.000 دج) . وفي حالة العود تضاعف هذه الغرامة ويتعرض

¹ - تنص المادة 86 ف01 ق.م.ج. على ما يلي: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو
النائب عنه، من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد".

² - عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الإلتزام، مصادر الإلتزام، منشأة
المعارف، مصر، 2003، ص.261.

³ - أنظر المادة 37 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر.

كما ينبغي الذكر بأن المشروع التمهيدي للقانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ذكر جريمة الإعلان الخادع في المادة 75 منه وجعل العقوبة تصل إلى خمس سنوات والغرامة إلى خمسمائة ألف دينار جزائري على كل من استعمل كتيبات أو منشير أو نشرات أو ملصقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات بغرض الخداع. و سندرست هذه الجريمة على ضوء التشريع الفرنسي (أ) ثم نتعرض لدراسة جريمتي النصب والخداع اللتان يمكن تطبيقهما على جريمة الإعلان الكاذب وفق القانون الجزائري (ب) إذا لم نجد نصوص خاصة كما هو الشأن بالنسبة لنص المادة 28 من القانون رقم 02-04 المذكور أعلاه.

أ- جريمة الإعلان الكاذب على ضوء التشريع الفرنسي : نستطيع أن نلاحظ إصرار المشرع الفرنسي على تحقيق حماية المستهلك من أضرار الإعلانات التجارية الكاذبة أو الخادعة من خلال إصدار عدة قوانين متعاقبة²، ويرى بعض الفقه³ أن النص القانوني الذي ذكر أشكال الإعلان الكاذب يدينه أيا كانت صورته، سواء كان ملصقا أم كان من خلال فيلم تلفزيوني أو برنامج إذاعي، فضلا عن المحترف نفسه ، بالإضافة إلى المزاعم والإشارات والعروض إلى جانب النصوص المكتوبة والرسائل الصوتية والصور.

¹ - أنظر المادة 27 من القانون رقم 99-06 السالف الذكر.

² - أول قانون تناول الإعلان التجاري الكاذب كجريمة مستقلة هو القانون الصادر في 02 يوليو 1963، ثم صدر قانون Royer المؤرخ في 27 ديسمبر 1973 المتعلق بتوجيه التجار والمهنيين والتي نصت المادة 44 منه على منع المزاعم والإشارات والعروض الكاذبة والتي من شأنها تضليل المتلقي، ثم عدلت هذه النصوص بالمواد 39 إلى 42 من قانون 10 جانفي 1978 المتعلق بحماية وإعلام المستهلك ، وبعدها منع المشرع الفرنسي الإعلان الكاذب بكافة صورته وأشكاله وذلك من خلال نصوص المواد L121-1 إلى L121-7 من قانون الإستهلاك الصادر في 26 يوليو 1993 حيث نصت المادة L121-1 على مايلي: "يكون ممنوعا كل إعلان يتضمن - بأي شكل من الأشكال - ادعاءات أو بيانات أو عروض زائفة، أو من شأنها التضليل متى انصبت على واحد أو أكثر من العناصر الآتية: وجود أو طبيعة أو مكونات المنتج أو صفاته الجوهرية، نسبة العناصر النافعة أو الفعالة فيه، النوع، المصدر، المقدار، طريقة وتاريخ الصنع، الخواص، سعر وشروط البيع، النتائج التي يمكن الحصول عليها باستعماله، أسباب وإجراءات البيع أو تقديم الخدمة، تعهدات المعلن، صفة أو كفاءة الصانع أو بائع التجزئة".

³ -D.FERRIER. *la protection des consommateurs*, op.cit., p.40et41.

إضافة إلى هذه النصوص القانونية هناك عقابية خاصة بالأدوية والمواد الغذائية و مواد التمتع بها بوصفه مخالفة فقط¹.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

وإذا كان التصرف الصادر من المحترف يخضع لأكثر من وصف قانوني واحد وهذا ما يسمى بالتعدد المعنوي للجرائم² فإن الحل هو الأخذ بالوصف الأشد من بينها، كما لو خدع المحترف المستهلك حول مكونات المواد التي يبيعها فإن هذا السلوك يمكن أن يخضع للنص المعاقب عليه إما على أساس جريمة الإعلان الكاذب أو على أساس جريمة النصب أو جريمة الغش في المواد الغذائية ، وطبقا للأخذ بالوصف الأشد فإن العقوبة المطبقة تكون وفقا لجريمة النصب باعتبارها أشد عقوبة، ويرى بعض الفقه³ أنه في حالة التعدد المعنوي للجرائم وجب على القاضي أن يختار الوصف الأشد المنصوص عليه في المادة L121-1 من قانون الإستهلاك وذلك لجواز وصول الغرامة إلى حدود 50 % من نفقات الإعلان.

* **أركان جريمة الإعلان الكاذب:** بالرجوع إلى أحكام المادة L121-1 من قانون الإستهلاك يظهر أنه لقيام جريمة الإعلان الكاذب لا بد من توافر ركنين: الركن المادي (أ) والركن المعنوي (ب) .

أ- الركن المادي : يتكون الركن المادي في جريمة الإعلان الكاذب من خلال أي سلوك من شأنه خداع المستهلك أو تضليله ، وأنه طبقا لنص المادة L121-1 من قانون الإستهلاك الفرنسي فإنه تقوم جريمة الإعلان الكاذب مهما كانت أداة الإعلان ، كالصحف ، الإذاعة ، التلفزيون ، الملصقات والرسم... الخ، ومهما كان شكل الرسالة الإعلانية شفويا أو مكتوبا أو مصورا، ويعتبر الإعلان كاذبا أو خادعا إذا كان بطبيعته يؤدي إلى الغلط وبالتالي فليس لازما أن يكون الإعلان خادعا أو كاذبا في ذاته⁴ ، ولا يهم ما إذا وقع الإعلان بطريق

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.173.

² - يقصد بالتعدد المعنوي للجرائم، أن يرتكب الجاني سلوك إجرامي واحد الذي يمكن أن يخضع لأكثر من وصف قانوني ولقد نصت المادة 32 ق.ع.ج. على أنه "يجب أن يوصف الفعل الواحد الذي يحتمل عدة أوصاف بالوصف الأشد من بينها".

³ - J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*, p.136.

⁴ - J. BEAUCHARD. *op.cit.*, p.314.

التضليل الإيجابي أو بطريق الترك كعدم ذكر المستهلك ، ولا يهم محل الإعلان فقد يكون منقول من تلقى الرسالة الإعلانية فيمكن أن توجه إلى المستهلك أو إلى المحترف كالناجر المورع أو المنتج، بل المهم أن تكون موجهة إلى الجمهور.

ويسمح القضاء في فرنسا بالإعلان أو الإشهار المبالغ فيه أو الإشهار الهزلي طالما أنه لا يؤدي إلى خداع المستهلكين ، ومادام أنه في وسع المستهلك العادي التفتن إلى المبالغة التي تتضمنها الرسالة الإعلانية ، ومثال ذلك ما أقدمت عليه شركة SAMSONITE من إعلان تلفزيوني يتعلق بحقيبة تصنعها ، فمن أجل لإظهار صلابة وقوة هذه الحقيبة قدمت مقابلة في كرة القدم بين جرافات تستعمل الحقيبة المذكورة ككرة قدم وكانت تسقط في العديد من المرات تحت عجلات الجرافات الضخمة وتخرج سليمة ، وقد تمت متابعة المعلن على أساس الإعلان الخادع أو الكاذب وحكم ببراءته تأسيسا على أن هذا الإعلان لم يكن بطبيعته يوقع في الغلط لوضوح طابع المبالغة فيه في نظر المستهلك العادي¹ .

ويشترط أن يقع الإعلان الكاذب على إحدى العناصر الواردة في نص المادة L121-1 من قانون الإستهلاك ، الأمر الذي أثار التساؤل بشأن هذه العناصر، هل وردت على سبيل الحصر أم على سبيل المثال ، فذهب البعض G.HEIDSIECK إلى اعتبار أن هذا التعداد ورد على سبيل المثال ، بينما يرى البعض الآخر² أنه كان ينبغي على المشرع تجنب التعداد لأن من شأن ذلك أن يعطي للنص ميزة الوضوح. أما بالنسبة للقضاء الفرنسي فلقد اختلفت أحكامه بشأن هذه النقطة ، إذ ذهبت بعض الأحكام إلى اعتبار أن تلك العناصر وردت على سبيل المثال وبالتالي يجوز التوسع فيها³ غير أن هناك أحكام أخرى ذهبت إلى القول بأن هذه العناصر واردة على سبيل الحصر⁴ .

¹ - محمد بودالي، المرجع السابق، ص.177.

²-J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*,p130.

³ - Crim. 22 Déc 1986.D. 1987-286. note.cas (G).

⁴-Crim. 28 Mars 1984. J.C.P. éd E. 1985.II. 14660.

مشار إليهما في محمد بودالي، المرجع السابق، ص.177.

* بعض صور الإعلان التجاري الـ

الكاذب سنقتصر على ذكر أهمها :

● **طبيعة المنتج أو الخدمة :** يمثل هذا العنصر اهمية كبيرة للمستهلك لارتباطه الوثيق بمدى جودة السلعة أو الخدمة وملاءمتها للغرض من التعاقد ، ولقد قضى بإدانة المعلن بجنحة الإعلان الكاذب عن إعلانه الوارد في نشرة مرفقة بالسلعة يؤكد فيها المعلن بأن الخاتم مصنوع من الذهب الخالص، بينما الحقيقة تخالف ذلك ، وتبين بأنه مصنوع من سبيكة تم خلطها ببعض المعادن الأخرى¹.

● **أصل المنتج أو الخدمة :** إن المستهلكين يهتمون كثيرا بجودة المنتج أو الخدمة ، لذلك يندفعون إلى التعاقد بشأنها بالنظر إلى أصلها أو منشئها.

وتطبيقا لذلك يعد إعلان كاذب ، الإعلان عن نوع من النبيذ على أنه قادم من منطقة **BORDEAU** باعتبارها تضم أكبر مزارع ومصانع النبيذ في فرنسا ، بينما الحقيقة أنه قادم من الشمال²، وأيضا الإعلان عن عصير العنب على أنه مستورد من إحدى دول الإتحاد الأوروبي ، في حين أنه مستورد من دولة أخرى³.

ولقد أدانت كذلك محكمة النقض الفرنسية الإعلان عن نوع من السجائر يعطي الإنطباع بأن هذا المنتج انجليزي ، في حين أنه فرنسي الأصل ، وذلك بنشر صورة لعبة السجائر مسجل عليها نوعها وبعض المعلومات باللغة الإنجليزية فقط، دون الإشارة في الإعلان إلى المصدر الأصلي لها، وبالتالي فإن المستهلك لا يعرف مصدر المنتج إلا بعد الحصول عليه⁴.

● **الخصائص الجوهرية للمنتج أو الخدمة:** لقد قضت محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية صاحب معرض السيارات أعلن عن بيع سيارة أنها في حالة جيدة رغم تعرضها لحادثتين متواليتين⁵.

¹ - عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.144.

² -Cass.Crim, 2 Nov 1966. Bull Crim,1966. p.284.

³ -Cass.Crim, 28 Fev 1983.

مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.144.

⁴ -Cass.Crim, 2 Mars 1984. Bull Crim, 1984. p.250.

⁵ -Cass.Crim, 29 Sep 1979.D, 1980. I.R. p.137.

• كمية أو مقدار المنتج أو الخ

الكذب في مقدار السلعة ، ومثال ذلك قيام وكال

صالحة للبناء مساحتها 3000 متر مربع بينما تبلغ مساحتها الحقيقية 2556 متر مربع فقط¹.

• مكونات المنتج أو الخدمة : يشكل الإعلان عن وجود مكونات للمنتج أو

الخدمة بنسبة تختلف عن النسبة المعلن عنها جريمة الإعلان الكاذب ، كالإعلان عن عصير فواكه بطريقة أدت إلى إيهام المستهلك أنه خال من الماء ، بينما هو لا يحتوي إلا على 50 % فقط من هذا العصير².

• طريقة وتاريخ الإنتاج : من الأحكام القضائية الصادرة بشأن طريقة الإنتاج ، ذلك

الإعلان الخاص بخبز يزعم المعلن فيه أنه تم إنضاجه على الخشب ، في حين تبين أنه تم إنضاجه في فرن صناعي³ ، أما بالنسبة للكذب في تاريخ الإنتاج فلقد قضت محكمة باريس بمعاقبة المعلن عن إعلامه الكاذب بخصوص بيتزا أشار إلى أنها طازجة ، بينما الحقيقة أنها مصنوعة منذ عدة أيام⁴.

• سعر المنتج أو الخدمة : يتميز الكذب في الإعلان التجاري بخصوص سعر

المنتج أو الخدمة في أن المعلن يهدف من ورائه جذب المستهلك إلى التعاقد ليتفاجأ بعدها بأن السعر الذي تم الإعلان عنه غير حقيقي، ومن بين الأحكام القضائية التي صدرت في هذا المجال ، الحكم الصادر عن محكمة باريس التي أدانت فيه المعلن الذي نشر في إعلانه عن وجود تخفيض في أسعار المنتجات المعلن عنها دون أن يحدد أن هذا التخفيض يسري بالنسبة للبضاعة المستوردة فقط⁵ ، وأيضا الحكم الصادر عن محكمة النقض الفرنسية المتعلق بالإعلان عن تخفيضات غير موجودة أصلا⁶.

¹ -Lion. 10 Avril 1975.

مشار إليه في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.146.

² -Cass.Crim, 4 Mars 1976. Bull Crim, 1976. p.83.

³ -C.A de Rennes, 5 Octobre 1966.

⁴ -Paris.17 juillet1974.

مشار إليهما في عمر محمد عبد الباقي، المرجع السابق، ص.149.

⁵ - Paris.17 Juin 1987.D.1987. p.92.

⁶ -Cass.Crim, 3 Sep 1992. J.C.P. 1992.n°3069. p.113..

ب- الركن المعنوي: لقد كان قانون 2

على وجوب توافر عنصر سوء النية لدى الكاذب¹، إلا أنه بعد صدور قانون 27 ديسمبر 1973 فإن المادة 44 منه لم تنشر إلى ضرورة توافر العنصر المعنوي لقيام مسؤولية المعلن ، مما أدى إلى حدوث اختلاف بين الفقه والقضاء حول ما إذا كانت هذه الجريمة تبقى عمدية أم أنها صارت غير عمدية. ويدل استبعاد المشرع الفرنسي للركن المعنوي لهذه الجريمة على رغبته في استبعاد هذا الركن لدى إثبات مسؤولية المعلن مكتفيا فقط بفعل ارتكاب هذا الأخير لخطأ ما، وقد سائر هذا الإتجاه قانون الإستهلاك الفرنسي الصادر سنة 1993 الذي سكت في نص المادة L121-1 عن ذكر هذا الركن.

وتطبيقا لذلك ذهبت محكمة النقض الفرنسية إلى إدانة وكيل عقاري ، كان قد أعلن إعلانا كاذبا بالنسبة لمساحة العقار المعلن عنه ، معتمدا على الثقة التي أكدها المالك للمعلن²، حيث تبين اتجاهها بعدم اعتبار سوء النية ركن لقيام المسؤولية في جريمة الإعلان الكاذب حتى إذا كان المعلن لم يقصد الخداع.

ويهدف موقف المشرع الفرنسي إلى تحقيق حماية أفضل للمستهلك ومحاولة إعادة التوازن المفقود بين مركز كل من المنتج ذو الخبرة الواسعة والمستهلك صاحب المعلومات المحدودة والتي غالبا ما تكون مأخوذة من مصادر تتسم بالكذب والتضليل ، وزيادة على ذلك فإن استبعاد سوء نية المعلن لقيام جريمة الإعلان الكاذب يجعل هذا الأخير أكثر حرصا وحذرا فيما يصدر عنه ، وهو الأمر الذي يتفق مع الإعتبارات العلمية في مجال حماية المستهلك من جهة وحماية مقومات المنافسة المشروعة من جهة أخرى.

ب- جريمتي النصب والخداع الممكن تطبيقهما على جريمة الإعلان الكاذب في

التشريع الجزائري: لقد سبق الإشارة إلى أن المشرع الجزائري لن ينظم أحكام خاصة بهذه الجريمة، مما يجعلنا نرجع إلى الأحكام الجنائية العامة المنصوص عليها في قانون العقوبات

¹ -J. CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op. cit.*, p.133.

² -Cass.Crim, 5 Mai 1977. D. 1977.p.502. note Pirovano.

ومن الجرائم التي يمكن تطبيقها على جريمة الإلء
وجريمة الخداع (ب-2) .

ب-1 : جريمة النصب : يقصد بالنصب الإستيلاء على مال الغير باستعمال طرق
إحتيالية قصد تملكه ، وقد نصت المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري على هذه
الجريمة ، ولا بد من توافر أركان في الإعلان حتى يعتبر نصبا ويعاقب عليه ، لذلك
سندرس هذه الأركان.

* **الركن المادي:** يتكون الركن المادي لجريمة النصب من استعمال وسائل التدليس
الجنائي (أ) وتسليم المال (ب) وتوافر علاقة السببية بين التدليس الجنائي وتسليم المال (ج).

أ- استعمال وسائل التدليس الجنائي : لم يقم المشرع الجزائري بتعريف الطرق
الإحتيالية إلا أن بعض الفقه¹ يعرفها بأنها " كل كذب مصحوب بوقائع خارجية أو أفعال
مادية يكون من شأنها بعث الإعتقاد لدى المجني عليه بصدق هذا الكذب بما يدفعه إلى تسليم
ما يراد منه تسليمه طواعية واختيارا " .

وقد اكتفى المشرع الجزائري بتحديد الطرق الإحتيالية من حيث نوعها ومن حيث
الغرض منها ، فمن حيث نوعها يجب أن يقوم المتهم بأعمال خارجية ظاهرة يؤيد بها أقواله
ويترتب على ذلك أن الكذب وحده لا يكفي لتكوين ركن الإحتيال حتى ولو كان بالكتابة ،
وإنما يصل الكذب إلى اعتباره من الطرق الإحتيالية إذا اقترن بأعمال مادية أو وقائع
خارجية أو بنوع من التمثيل المسرحي الذي يتم بطريقة يستهدف بها المتهم استدراج الضحية
وخداعه فيصدقها ويسلمه المال² .

¹ - رؤوف عبيد، أنظر محمد صبحي نجم، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات الجامعية،
الجزائر، 2003، ص.143.

² - أنظر محمد صبحي نجم، نفس المرجع.

وتجدر الإشارة إلى خطورة الإحتيال الذي بخاصة ، لذلك تقع أكثر حالات النصب التي تتص في الصحف¹ ، فالإعلان عن طريق الصحافة استخدام أداة الإعلان على هذا القدر من الأهمية يعطي الكذب قوة ويجعله محلا للثقة وأجدي بالتصديق.

أما الغرض من استعمال الطرق الإحتيالية هو تحقيق المتهم بعض الأغراض الواردة في نص المادة 372 من قانون العقوبات الجزائري على سبيل الحصر وهي إيهام الناس بوجود مشروع كاذب : كالإيهام بإنشاء مصنع أو فتح محل تجاري بقصد الحصول على أموال وسلع ، أو إيهام الناس بواقعة مزورة أو إحداث الأمل بحصول ربح وهمي أو تسديد المبلغ الذي أخذ بطريق الإحتيال أو بوجود سند دين غير صحيح ، أو سند مخالصة مزور.

ب- تسليم المال: إن استيلاء المتهم على مال الضحية قد يكون عن طريق تسلمه يدا بيد من طرف هذا الأخير ، إلا أنه لا يشترط أن يتم التسليم شخصيا إلى الجاني ، بل يمكن أن يحصل التسليم إلى شخص آخر شريك للجاني في جريمة النصب.

ج- علاقة السببية بين التديس الجنائي وتسليم المال : يشترط في جريمة النصب أن يكون هناك علاقة بين الوسائل والطرق الإحتيالية التي قام بها الجاني وبين تسليم المال أو الأشياء المنقولة التي حصل عليها ، بمعنى أن تكون تلك الطرق الإحتيالية هي التي أثرت في المجني عليه مما أدت به إلى تسليم المال².

*** الركن المعنوي :** يعد النصب من الجرائم العمدية ، وهذا يشترط أن يكون الجاني عالما بالإحتيال بانصراف إرادته إلى تحقيق عناصر الجريمة بالكامل كما حددها القانون ، وهذا يتم بقيام الجاني بأفعال وأقوال كاذبة وهو يعلم بعدم صحتها ، لأنه لو كان يجهل ذلك ويتصور أنها صادقة فلا يتوافر في حقه القصد الجنائي.

¹ -محمد بودالي، المرجع السابق، ص.193.

² - عبد العزيز سعد، جرائم الإعتداء على الأموال العامة والخاصة، دارهومة، 2005، ص.99.

ويجب أيضا أن يهدف الجاني من وراء أس

مال الغير وتملكه ، وبالتالي لا تقوم الجريمة إذا

مداعبة ومزاح ، لذلك من أجل العقاب على الإعلان الحاد أو الحاد بجريمة النصب يجب أن تتصرف إرادة المعن إلى الإحتيال كما سبق ذكره ، ويتخذ غرضا من الأغراض المذكورة في نص المادة 372 من قانون العقوبات ، ومثال ذلك أن يقدم المعن إعلان في جريدة مفاده أنه يعالج الأمراض الخفية والمستعصية ويسهل عملية الحمل ويوهم الناس بعدة أساليب متنوعة أن مهنته تتمثل في شفاء المرضى ، وهو ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بإدانة المعن الذي زعم أنه يشفي المرضى¹ .

ب-2 : جريمة الخداع² : يجب الإشارة إلى أننا استبعدنا دراسة جريمة الغش في المواد الغذائية نظرا لكون هذه الجريمة تتعلق بالمادة الغذائية بخلاف جريمة الخداع التي تتعلق بشخص المتعاقد، بالإضافة إلى أن مجال تطبيق جريمة الغش في المواد الغذائية نجده أكثر في الإلتزام بالمطابقة واستثناء في الإلتزام بالإعلام كحالة بيع منتج انتهى تاريخ صلاحيته ولم يقم البائع بإعلام المشتري بذلك ، ولهذا سنقوم بتعريف الخداع (أ) ثم دراسة نطاق تطبيق النص القانوني (ب) وأخيرا دراسة أركان جنحة الخداع (ج) .

أ- تعريف الخداع: لم ينص المشرع الجزائري في المادة 429 من قانون العقوبات على تعريف الخداع وإنما نص على طرق معينة على سبيل الحصر يمكن على أساسها معرفة الخداع.

ولقد عرف الفقه الخداع بأنه القيام ببعض الأكاذيب أو بعض الحيل البسيطة التي من شأنها إظهار الشيء موضوع العقد على نحو مخالف للحقيقة³ ، أو هو إلباس الشيء مظهرا يخالف ماهو عليه في الحقيقة والواقع¹ .

¹ -Cass.Crim, 11 Juin 1974. J.C.P. éd E. 1974.I. p.77.

² - لقد ذكر المشروع التمهيدي للقانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش جريمة الخداع في المادة 71 التي حددت 12 حالة قد يقع فيها الخداع، ونذكر من بينها الخداع حول طبيعة وأصل ونوع المنتج أو حول هويته أو كميته أو كيفية الإستعمال أو الإحتياجات اللازمة عند استعماله...الخ، وجعل العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنة وبغرامة من 10.000 دج إلى 100.000 دج ، أو بإحدى هاتين العقوبتين.

³ - أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005، ص.165.

وعلى ذلك يتحقق الخداع بقيام الإعتقاد الـ

تتوافر فيه بعض المزايا والصفات ، في حين أـ

الواردة في الإعلان مخالفة لحقيقة الشيء المعلن عنه، كما ان الخداع يميز عن النصب وهذا ما سندرسه كما يلي:

● التمييز بين جريمة الخداع وجريمة النصب: تختلف جريمة الخداع عن

جريمة النصب في النقاط التالية : 1- إن هدف الجاني في جريمة النصب هو الإستيلاء على مال الغير ، غير أنه في جريمة الخداع فههدف الجاني هو تحقيق ربح غير مشروع عن طريق إبرامه عقد أو عملية تجارية سليمة في ظاهرها.

2- تعتبر وسيلة الإحتيال في جريمة النصب أضيق نطاقا منها في جريمة الخداع ، فقد قام المشرع بتحديد وسائل الإحتيال في جريمة النصب على سبيل الحصر طبقا لنص المادة 372 من قانون العقوبات ، بينما لم يحدد المشرع وسائل الإحتيال التي يستخدمها الجاني في خداع المتعاقد معه في المادة 429 من نفس القانون وإن كان ذكر البعض منها في نص المادة 430 الذي يليه ونذكر من بينها : استعمال طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تخطيط عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش ، تركيب أو وزن أو حجم السلع ، أو المنتجات ولو قبل البدء في هذه العمليات - استعمال بيانات كاذبة ترمي إلى الإعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة، أو إلى مراقبة رسمية لم توجد.

3- لقيام جريمة الخداع يكفي استعمال الكذب ولو مرة واحدة على المتعاقد الآخر حول نوعية البضاعة أو كميتها مثلا ، بينما لا يكفي الكذب لقيام جريمة النصب وإنما يجب أن يقترن بأفعال مادية أو وقائع خارجية تحمل على الإعتقاد بصحته.

ب- نطاق تطبيق النص القانوني: إن تطبيق النص القانوني المتعلق

بجريمة الخداع ينحصر في العلاقة بين الجاني والمتعاقد معه، وأهم ما ينفرد به هذا النص القانوني هو تميزه بنطاق تطبيق واسع سواء من جهة الأشخاص أو من جهة العقد.

¹ - بودالي محمد، شرح جرائم الغش في بيع السلع والتدليس في المواد الغذائية والطبية، دار الفجر، مصر، 2005، ص.09.

فمن حيث الأشخاص : يطبق النص مهم

أي أنه لا يقتصر تطبيقه على العقود المبرمة بين

الخداع الواقع بين المحترفين أنفسهم وكذا الخداع الذي يقع بين الافراد العاديين .

أما من حيث العقد فإن المشرع لم يبين نوع العقد أو طبيعته في تجريمه للخداع ، غير أنه بالرجوع إلى القانون المدني فإن العقد هو تطابق الإرادتين تطابقا تاما في لحظة معينة على إنشاء حق أو نقله أو تعديله أو انقضائه² ، ويترتب على ذلك أن نص المادة 429 من قانون العقوبات جاء عاما يشمل جميع العقود ، فقد يكون نطاق الخداع عقد بيع أو عارية استعمال أو إيجار... الخ على غرار ما جاء به المشرع الفرنسي الذي وسع نطاق الخداع بحيث أصبح يسري على مختلف العقود كعقد الوكالة والعمولة والوساطة والمقاوله ، بشرط أن يكون العقد من عقود المعاوضة ملزم للجانبين.

ولكن السؤال الذي يطرح هل يشترط في العقد أن يكون صحيحا وفقا للقانون المدني حتى تقع جريمة الخداع أم لا ؟

اختلفت الآراء الفقهية بشأن الإجابة على هذا السؤال فهناك³ من يرى بضرورة أن يكون العقد صحيحا ويتوافر على جميع أركانه من رضا ومحل وسبب مشروع، وبالتالي إذا لحقه البطلان فلا محل للمساءلة الجنائية باعتبار أن القانون الجنائي لا يكون إلا حيث تكون قواعد القانون المدني كافية لحماية المتعاقدين بطلب إبطال العقد، وبالتالي لتحريك هذه الجريمة لا بد أن يكون العقد صحيحا من الناحية المدنية، بينما يرى جانب آخر من الفقه⁴ بأن جريمة الخداع تقوم حتى ولو كان العقد بطلا من الناحية المدنية وحتى ولو كان سبب البطلان هو مخالفة العقد للنظام العام أو الآداب العامة ، كالتعامل في سلعة غير مشروعة ، وهذا ما أخذ به الرأي الغالب من الفقه طالما أن هدف المشرع الجنائي من تجريمه للخداع و حماية الثقة والأمانة في المعاملات التجارية والصناعية بغض النظر عن العقد صحيحا أو باطلا.

¹ - بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، المرجع السابق، ص.309.

² - انظر المادة 54 ق.م.ج.

³ - رؤوف العيد، أنظر أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص.170.

⁴ - محمد عبد الحميد مكي، أنظر أحمد محمد محمود علي خلف، نفس المرجع.

أما من حيث محل العقد أو المحل الذي تقع
قانون العقوبات يطبق بشكل أساسي على الد
المنتجات والذي هو أعم من مصطلح البضاعة طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 01-315.

وقد أثارت كلمة السلع أو البضائع اختلافا في التفسير في الفقه والقضاء ، بين من يرى
أن المقصود بالبضاعة معناها التجاري أي كل ما يمكن أن يباع ويشترى ، وبالتالي فإن كل
ما يخرج من مجال التعامل التجاري لا يدخل في معنى البضاعة ، وبين من يرى أن السلعة
أو البضاعة تشمل كل شيء قابل للنقل والحيازة سواء كان ذا طبيعة تجارية أو غير تجارية،
مما يؤدي إلى دخول في مفهوم السلعة المواد الأولية والمصنعة وكذا الأشياء المادية
والمعنوية ، إلا أنه يعاب على هذا اتساعه وشموله لأشياء لم يقصد المشرع العقاب على
الخداع فيها لذلك عرف بعض الفقه¹ البضاعة بأنها الأشياء المادية المنقولة التي يمكن أن
تحسب أو توزن أو تقاس، حيث يشمل المواد الغذائية والعقاقير الطبية ومنتجات الصناعية
والطبيعية والمشروبات وغيرها.

وبالنسبة للتشريع الفرنسي فلقد استقر على أن لفظ السلع يشمل حتى المياه والغاز
والكهرباء ، وكمثال عن الخداع أن يقوم المشترك بإدخال إبرة في العداد لكي يسجل رقما
أقل مما استهلكه من المياه أو الكهرباء، أو قيام بتعطيل سير العداد ما يجعله يسير ببطء
فيسجل كمية من التيار أقل من الكمية التي استهلكها بالفعل.

ويرى الفقه الفرنسي² ضرورة توسيع نطاق تطبيق المادة L213-3 من قانون
الإستهلاك لتشمل العقارات أيضا خاصة إذا كان البائع محترفا والمشتري مجرد مستهلك
عادي، أما فيما يتعلق بالخدمات فإن قانون 10 جانفي 1978 المعدل لقانون 1905 نص
صراحة على سريان على أداء الخدمات ، ومنها الخدمات التي تقدمها المهن التجارية
والحرفية ، كغسيل الملابس، التأمين ، والخدمات البنكية.

¹-R.MERLE, et VITU. *Traité de droit criminel.*, Droit pénal spécial, 3^{eme} éd.,Paris,1982.
n°10551. p.818.

²-J.CALAIS-AULOY. et F. STEINMETZ, *op.cit.*,p.236.

ويرى بعض الفقه الجزائري¹ أن مشرعنا >
جريمة الخداع ليمتد إلى الخدمات وذلك نظرا لكو
المحترفين.

ج- أركان جريمة الخداع: تتكون جريمة الخداع من الركن المادي (1)
والركن المعنوي (2) .

1- الركن المادي : يتمثل الركن المادي لجريمة الخداع في قيام الجاني بادعاءات
أو مظاهر أو حيل من شأنها إخفاء حقيقة المنتوجات أو الخدمات المعروضة للإستهلاك
ويستوجب لقيام هذه الجريمة أن تقع وسائل الخداع على إحدى خصائص المنتج التالية:
طبيعة المنتج ، الصفات الجوهرية، التركيب أو نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع،
نوع المنتج أو مصدره ، كمية المنتج أو هويته ، ورغم كون هذه العناصر متشابهة
ويصعب تحديد الفرق بينها بدقة ، إلا أنه لا يمكن القياس على هذه الصور أو التوسع فيها²،
وفيما يلي نتطرق إلى المقصود بهذه الصور بإيجاز:

● **الخداع في طبيعة المنتج** : يقصد بطبيعة المنتج مجمل المميزات الخاصة التي
تميز بين الأشياء ، ويمكن أن يتحقق الخداع في هذه الحالة عندما يعلن المعلن مثلا أن
المنتج المعلن عن بيعه يتمثل في زبدة أصلية في حين يتبين عكس ذلك ويكتشف أنه ليس
زبدة أصلية وإنما مارغرين.

● **الخداع في الصفات الجوهرية** : يقصد بها تلك الصفات التي تقوم عليها القيمة
الحقيقية للمنتج والتي لو علم المتعاقد انعدامها لما أبرم العقد ، كبيع مواد غذائية انتهى
تاريخ صلاحيتها، أما الخداع في الصفات الثانوية للمنتج فإنه لا يخضع للعقاب لأن القانون
الجنائي لا يعاقب إلا على الوقائع الجسيمة التي تؤدي إلى أضرار ملموسة للمتعاقدين وهذا لا
يتحقق في الخداع في الصفات الثانوية للمنتج.

● **الخداع في التركيب أو في نسبة المقومات اللازمة للمنتج**: وتتحقق هذه الصورة
عندما لا يتوافق تركيب المنتج مع ما تدل عليه بيانات الوسم أو اللوائح والقرارات التي

¹-M.KAHOULA. et G.MEKAMCHA , *la protection du consommateur en droit algérien*,
deuxième partie, idara., Vol 5 n°2. 1995. p.47.

² - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص.173.

تحدد المواصفات القياسية أو تركيب كل منتج معين ويعلن عنها أنها ممتازة ، وهي في الحقيقة جودة مما تتركب منه صناعة الشيكولاتة التي تباع تحت هذا الإسم المعين .

● **الخداع في النوع أو المصدر :** علة التجريم في هذه الحالة ترجع إلى أن المنتجات قد تتشابه من ناحية الشكل والمظهر إلا أنها تختلف بحسب النوع أو المصدر أو الأصل مما يترتب عنه تفاوت قيمتها في نظر المستهلكين ، الأمر الذي يتوجب عنه معاقبة كل من يحاول تغليب المستهلك بشأن هاته العناصر .

● **الخداع في الكمية :** كأن يذكر مثلا المحترف بيانات غير صحيحة عن الوزن أو الكيل ، كوجود اختلاف بين الوزن الحقيقي للمنتج والوزن المبين على الغلاف .

● **الخداع في هوية المنتج :** وذلك كتسليم منتج مغاير للمنتج المتفق عليه . والملاحظ أن المشرع الفرنسي قد أضاف صور أخرى للخداع وهي الخداع في صلاحية الإستعمال ، وفي المخاطر اللازمة لإستعمال المنتج والمراقبة التي أجريت عليه وطريقة استعمال المنتج والإحتياطات الواجب اتخاذها¹ .

وأخيرا فإنه يجب الإشارة إلى أن تقدير الوقائع المكونة لجريمة الخداع تعد من المسائل الموضوعية التي تعود لقاضي الموضوع ولا تخضع لرقابة المحكمة العليا، أما تكييف هذه الوقائع فهو خاضع لرقابتها² .

2- الركن المعنوي : تعتبر جريمة الخداع من الجرائم العمدية التي يشترط لتوافر أركانها القصد الجنائي العام بعنصريه العلم والإرادة ، فيجب أن يعلم الجاني أن استعمال الطرق المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات سيؤدي إلى خداع المتعاقد وأن تتجه إرادته إلى ذلك وأن القانون يعاقب عليها، مع العلم أنه لا يشترط حصول أي ضرر جسماني للمستهلك ، مما يؤكد أن هذه الجريمة تنحصر فقط في تغليب المستهلك³ الذي يكون محروم من معرفة حقيقة المنتجات .

¹ - « tromperie portant sur l'aptitude à l'emploi, les risques inhérents à l'utilisation du produit, les contrôles effectués, le mode d'emploi ou les précautions à prendre. »

² - الفضل محمد أحمد، جريمة الخداع في نظام مكافحة الغش التجاري، مجلة الحقوق، الكويت، 1994، ص.138.

³ - M.KAHOULA. et G.MEKAMCHA , *op.cit.*, p.48.

وهكذا نستطيع القول بأن القانون لا يعاقب

مشروع ، كما لا يعاقب على الجهل أو الغلط الذو

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

معهم، وبما أن الخداع جريمة عمدية فإن لا يعد محادعا إلا من كان سيء النية ، اما من كان يعتقد خطأ توافر صفة معينة في المنتج ليحصل على ثمن أعلى من قيمتها الحقيقية لا يقوم الخداع ، لأن الغلط يستبعد التدليس الجنائي¹ ، لكن الغلط الذي ينفي القصد الجنائي هو اغلط في الوقائع وليس الغلط في القانون ، فعندما يرتكب الجاني فعلا معتقدا أن القانون لا يعاقب عليه فهذا النوع من الغلط لا يستبعد المسؤولية الجنائية ، ويمكن أن ينشأ ذلك الغلط أيضا نتيجة الجهل بالقوانين كثيرة الانتشار ، فهذا الجهل لا يولد حقا معينا للجاني وتقوم الجريمة رغم ذلك² .

الفرع الثاني

المخالفات المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام

إن إخلال المحترف بالإلتزام بالإعلام قد ينشأ عنه عدة مخالفات نذكر من بينها :
مخالفة عدم إشهار الأسعار (أولا) ومخالفة عدم ذكر البيانات (ثانيا) وأخيرا المخالفة المتعلقة بشروط البيع (ثالثا) .

أولا : عدم إشهار الأسعار: كثيرا ما يتدخل المشرع بتجريم أفعال تتم عن خطورة معينة ، فيقطع على الجاني السبيل إلى تحقيق الضرر كتجريمه لعدم الإعلان عن الأسعار، ويعد هذا من قبيل التجريم الوقائي ومن شأنه أن يقلل فرص المحترفين في مخالفة هذا الإلتزام ، فضلا عن أنه يسهل مهمة المراقبين للأسعار ، بالإضافة إلى أنه يفيد في إعلام المستهلك بسعر المنتج أو الخدمة.

¹ - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص.185.

²-نقض مدني مصري، 05 نوفمبر 1972، مجموعة أحكام النقض، الطعن رقم 1158، سنة 42ق، س23، ق 256، ص.1135.

* الركن المادي: تعد جريمة عدم الإذ

تقع بطريق الترك ، ويعاقب عليها المشرع سواء

غير مسعرة، وتقع جريمة عدم إشهار الأسعار سواء امنع المحرف عن الإعلان عليه عن أسعار المنتجات أو الخدمات أو أعلن عنها بطريقة تخالف ما يقضي به القانون¹.

ولقد قضت محكمة النقض المصرية بأن تعليق التاجر لافتة بالأسعار مخالفاً بذلك ما اشترطه المشرع من طرق خاصة للإعلان عن الأسعار لا يكفي لامتناع مسؤولية التاجر عن الجريمة، فلا يصح أن تكون اللافتة الخاصة بالأسعار أن توفر للزبائن العلم بأسعار المنتج أو الخدمة كما اشترطه القانون في شكل ظاهر بتحديد السعر مثلاً على ذات المنتج أو الخدمة أو في جدول إجمالي.

فالقاعدة العامة أنه متى كانت عبارة القانون واضحة ولا لبس فيها فإنه يجب تطبيق النص القانوني حرفياً ولا يجوز الإنحراف عنه عن طريق التفسير أو التأويل أي كان الباعث على ذلك ، وأنه لا اجتهاد مع وجود نص صريح².

وقد يحدث في الواقع عدم بقاء البطاقة الموضوعة على السلعة في مكانها إما لحركة معاملات التاجر أو لكثرة أيدي المستهلكين التي تتناول سلعة من السلع ، فيكون من المستحيل أن يكلف التاجر بملاحظة بطاقات الأسعار بصفة دائمة وإلا أدى ذلك إلى تعطيل عمله التجاري.

* الركن المعنوي: لا يوجب القانون توافر قصد جنائي خاص في جريمة عدم

الإعلان عن الأسعار على المنتجات أو الخدمات وإنما يكفي بالقصد الجنائي العام بعنصريه العلم والإرادة.

¹ - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص.119.

² - نقض مدني مصري، 19 ديسمبر 1967، مجموعة أحكام النقض، الطعن رقم 2066، سنة 37 ق ، ج1، ص.375.

ولقد نص المشرع الجزائري في المادة 1

العامة المطبقة على الممارسات التجارية على أنه

جزائري (5000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) كل من ارتكب جريمة عدم

الإعلان عن الأسعار والتعريفات والتي تخالف أحكام المادتين 4 و 6 من نفس القانون.

والجدير بالذكر أن الغرامة المنصوص عليها في المادة 31 من القانون رقم 04-02

المذكور أعلاه غير كافية وهي بمثابة مبلغ رمزي لا يتناسب مع الهدف المنشود وهو ردع

المخالفين لجريمة عدم الإعلان عن الأسعار.

ثانيا : عدم ذكر البيانات¹ : (عدم الوسم أو الوسم غير القانوني). نصت

المادة 28 فقرة ثانية من القانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك على

العقوبات المقررة في حالة عدم ذكر البيانات المنصوص عليها في نص المادة 03 فقرة 03

من نفس القانون وتتمثل فيما يلي: ذكر مصدر المنتج ، وتاريخ صنعه ، والتاريخ الأقصى

لاستهلاكه وكيفية استعماله والإحتياطات الواجب اتخاذها من أجل ذلك وعمليات المراقبة

التي أجريت عليه ، وتكون العقوبة المقررة بالحبس من عشرة أيام إلى شهرين وبغرامة

مالية من 100 إلى 1000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

كما يعاقب أيضا بنفس العقوبات المذكورة سابقا كل من خالف الإلتزام بالإعلام

المنصوص عليه في المادة 04 من القانون رقم 89-02 لا سيما طبيعة وخصائص وصنف

المنتج أو الخدمة المعروضة عليه، وطبقا لنص المادة 29 فقرة 01 من القانون رقم 89-

02 فإنه كل من قصر في تطبيق كل أو جزء من العناصر المذكورة في المادة الثالثة من هذا

القانون وتسبب في عجز جزئي أو دائم أو وفاة تطبق عليه العقوبات المنصوص عليها في

المادتين 288 و 289 من قانون العقوبات.

¹ - لقد نص أيضا المشروع التمهيدي السالف الذكر على عقوبة جريمة عدم الوسم القانوني في المادة 89 بغرامة من خمسين ألف (50.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج)، ونجد أن هذا المشروع رفع من قيمة الغرامة حتى تؤدي هذه العقوبة وظيفتها في ردع المخالفين لهذا النص القانوني.

وبالرجوع إلى أحكام هاتين المادتين نجد

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

الناتج عن الرعونة أو عدم الإحتياط أو عدم الإ

وتكون العقوبة بالنسبة للقتل الخطأ طبقاً لنص المادة 288 من قانون العقوبات بالحبس من ستة أشهر إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20.001 دج إلى 100.000 دج²، أما العقوبة المقررة بالنسبة لجريمة الجرح الخطأ فتكون العقوبة الحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 20.001 دج إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين، مع الإشارة إلى أن كل من جريمة القتل الخطأ والجروح الخطأ جنحة مستقلة بذاتها.

وبالإضافة إلى ماسبق ذكره فإنه في حالة انعدام الوسم أو أن المنتوجات تحمل وسماً غير قانوني فإن المادة 21 من القانون رقم 89-02 نصت على الحجز الفوري لهذا المنتج أو الخدمة محل المخالفة بقرار من السلطة الإدارية المختصة.

ثالثاً : عدم الإعلام بشروط البيع : يعاقب مرتكب مخالفة عدم الإعلام بشروط البيع بغرامة من عشرة آلاف دينار (10.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) وهذا ما أشارت إليه المادة 32 من القانون رقم 04-02 السالف الذكر.

المطلب الثاني

الجزاءات المقررة لقمع الجرائم المتعلقة بمخالفة الإلتزام بالإعلام

سندرس في هذا المطلب الجزاءات الناجمة عن مخالفة الإلتزام بالإعلام (الفرع الأول) ثم نتعرض لدراسة الجزاءات المتعلقة بالمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي (الفرع الثاني).

الفرع الأول

¹ - المحكمة العليا، 30 مارس 1995، قضية رقم 177820 ، المجلة القضائية، العدد الثاني، 1996، ص.176. من المقرر قانوناً أن كل إهمال أو عدم مراعاة الأنظمة يفضي إلى القتل يعرض صاحبه للمسؤولية الجزائية، وحيث أن المتهم لم يأخذ بعين الإعتبار المرض الذي كانت تعاني منه الضحية من قبل وأمرها بشرب دواء غير لائق في مثل هذه الحالة المرضية، مما يجعل إهماله هذا خطأ منصوص ويعاقب عليه القانون".

² - أنظر المادة 467 مكرر ق.ع المعدل والمتمم بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 ، التي عدلت قيمة الغرامات المقررة في مادة الجنح.

لقد ذكرنا سابقا بعض الجرائم المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام والتي من بينها جريمة الإعلان الكاذب¹ ، وبما أن المشرع الجزائري لم يضع نصوص خاصة لهذه الجريمة فسنكتفي بذكر العقوبات الممكن تطبيقها على هذه الجريمة كتطبيق عقوبة جريمة النصب (أولا) أو تطبيق عقوبة الخداع (ثانيا) .

أولا: عقوبة جريمة النصب : لقد تعرض المشرع الجزائري إلى عقوبات أصلية (أ) وعقوبات تكميلية (ب) .

أ- العقوبات الأصلية : تكون العقوبة طبقا لنص المادة 372 من قانون العقوبات بالحبس من سنة على الأقل إلى خمس سنوات على الأكثر وبغرامة من 20.001 دج إلى 100.000 دج.

وتشدد العقوبة بنوعيتها الحبس والغرامة إذا كان محل الجريمة إصدار أسم أو سندات أو أدونات أو حصص أو أي سندات مالية سواء لشركات أو مؤسسات تجارية أو صناعية بحيث يجوز أن تصل مدة الحبس إلى عشر سنوات والغرامة إلى 200.000 دج.

ب- العقوبات التكميلية : يجوز للقاضي الحكم على الجاني بالحرمان من جميع الحقوق الواردة في المادة 14 أو من بعضها وبالمنع من الإقامة وذلك لمدة سنة على الأقل وخمس سنوات على الأكثر .

¹- يعاقب على جريمة الإعلان الكاذب في التشريع الفرنسي بالحبس من ثلاثة أشهر إلى عامين وبغرامة قد يصل حدها الأقصى إلى 50% من نفقات الإعلان الخادع اعتمادا على الأهمية الاقتصادية للإعلان. أنظر المادة 6-221 L من قانون الاستهلاك الفرنسي. ويجوز للمحكمة أن تطلب من الأطراف لا سيما المعلن جميع الوثائق الضرورية ويجوز لها أن تأمر بحجزها وبغرامة تهديدية .

ونصت المادة 3-213 L من قانون الاستهلاك على عقوبات تكميلية تحمل طابع تدابير الأمن وتتمثل فيما يلي: - وقف الإعلان الكاذب قبل صدور الحكم تقاديا لبطء إجراءات التقاضي - كما أنه في حالة الإدانة يأمر بنشر حكم الإدانة وهو إجراء إلزامي، كما يجوز الأمر بنشر أو بث إعلان تصحيحي أو أكثر على نفقة المعلن المحكوم عليه وذلك باستعمال نفس أداة الإعلان الكاذب حتى يتحقق الهدف من اتخاذ هذه التدابير وهي عقوبة اختيارية وجوازية استحدثا قانون 1973 بالرغم من أن الفقيه J.CALAIS-AULOY يرى بأنه يجب أن يكون الإعلان التصحيحي إلزامي وليس اختياري متروك لتقدير القاضي.

وبالرجوع إلى أحكام المادة 14 من قانون

أو أكثر من الحقوق الوطنية المشار إليها في المادة 09 مكرر 01 وذلك لمدة لا تزيد عن خمس سنوات ونذكر من بين هذه الحقوق : - الحرمان من حق الإنتخاب أو الترشح ومن حمل أي وسام - عدم الأهلية لأن يكون مساعدا محلفا أو خبيرا أو شاهدا على أي عقد أو شاهدا أمام القضاء إلا على سبيل الإستدلال... الخ ، وتسري العقوبة التكميلية من يوم انقضاء العقوبة السالبة للحرية أو الإفراج عن المحكوم عليه¹.

ثانيا : عقوبة جريمة الخداع : نص المشرع الجزائري في هذه الجريمة على العقوبات الأصلية فقط دون العقوبات التكميلية.

* **العقوبات الأصلية :** تكون العقوبة وفقا لنص المادة 429 من قانون العقوبات بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 20.001 دج إلى 100.000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين.

وأضافت المادة 430 من نفس القانون على أنه ترفع مدة الحبس إلى خمس سنوات والغرامة إلى 500.000 دج إذا كانت الجريمة أو الشروع فيها قد ارتكبا :
سواء بواسطة الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى خاطئة أو غير مطابقة، أو بواسطة طرق احتيالية أو وسائل ترمي إلى تغليط عمليات التحليل أو المقدار أو الوزن أو الكيل أو التغيير عن طريق الغش تركيب أو وزن أو حجم السلع أو المنتجات ولو قبا البدء في هذه العمليات، أو بواسطة بيانات كاذبة ترمي إلى الإعتقاد بوجود عملية سابقة وصحيحة أو إلى مراقبة رسمية لم توجد.

¹ -أنظر المادة 14ف01 ق.ع.ج.

وإذا تعمد المحترف مثلا تقديم منتج

الصلاحية وأصاب هذا الأخير مرض أو عجز

بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامه من 500.000 دج إلى 1000.000 دج

طبقا لنص المادة 432 ف01 من قانون العقوبات.

وإذا تسببت تلك المادة الغذائية الفاسدة في مرض أو غير قابل للشفاء أو في فقد

استعمال عضو أو في عاهة مستديمة فإن العقوبة تشدد ويعاقب الجاني بالسجن المؤقت من

عشر سنوات إلى عشرين سنة وبغرامة من 1.000.000 دج إلى 2.000.000 دج وقد تصل

العقوبة إلى السجن المؤبد في حالة وفاة المستهلك نتيجة المادة الفاسدة وهذا ما أشارت إليه

المادة 432 فقرة 03 من قانون العقوبات.

الفرع الثالث

الجزاء المتعلقة بالمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي

لقد أقر المشرع الجزائري بالمسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية وذلك عند مخالفتها

للأحكام القانونية ، وفي نفس الوقت أنكر إمكانية تسليط عقوبات جنائية أصلية عليها ، بل

اتجه إلى توقيع عقوبات منصوص عليها في المادة 18 مكرر من قانون العقوبات والتي من

بينها : حل الشخص الاعتباري والذي يعتبر بمثابة عقوبة الإعدام المطبقة على الشخص

الطبيعي ، المصادرة الجزئية للأموال ، إغلاق المؤسسة ، بالإضافة إلى سحب الرخص

والسجل التجاري .

أما بالنسبة للمشرع الفرنسي فلقد أقر بالمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي بموجب

قانون العقوبات الصادر سنة 1992، واشترط توافر شرطين لقيام مسؤولية الشخص المعنوي

يتمثلان فيما يلي:

1- ارتكاب الفعل المكون للجريمة من الممثل القاد

بواسطة موظف عادي يعمل لدي فإنه لا يسأل جن

2- وقوع الفعل المكن للجريمة لحساب الشخص المعنوي .

وفي التشريع الجزائري يكون أيضا الشخص المعنوي مسؤولا جزائيا عن الجرائم التي ترتكب لحسابه من طرف أجهزته أو ممثليه الشرعيين عندما ينص القانون على ذلك²، ولقد سائر المشرع الجزائري نفس اتجاه المشرع الفرنسي في كون المسؤولية الجنائية للأشخاص المعنوية لا تستبعد مسؤولية الأشخاص الطبيعية كفاعلين أم كشركاء لنفس الوقائع³

الخاتمة

بعد دراستنا لموضوع الإلتزام بالإعلام وما نتج عنه من تحليل لا سيما عند دراسة الإلتزام قبل التعاقد بالإعلام والإلتزام التعاقدى بالإعلام ظهرت الأهمية البالغة لهذا الإلتزام ودوره الكبير في توفير الحماية اللازمة للمستهلك سواء قبل إبرام العقد أو بعد إبرامه.

ولقد تبين من خلال دراستنا لموضوع إلتزام المحترف بالإعلام مدى فعالية المعلومات والبيانات التي يقدمها المحترف للمستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية ، سواء تعلق الأمر بالإلتزام العام بالإعلام أو بالإلتزام الخاص بالإعلام فكل واحد منهما يكمل الآخر ، ودون أن ننسى مدى تأثير الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام في تكوين رضاء صحيح خال من العيوب لدى المستهلك ومساعدته على إبرام العقد ، وكذلك الدور الذي يلعبه الإلتزام التعاقدى بالإعلام الذي يصعب التفرقة بينه وبين الإلتزام السابق ، إذ يجب على المحترف في هذه المرحلة إعلام المستهلك بكافة البيانات المرتبطة بمحل العقد لاسيما البيانات المتعلقة بطريقة استعمال المنتج أو الخدمة بالإضافة إلى الإحتياطات الواجب اتخاذها لتفادي الأضرار التي

¹ - أحمد محمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص.343.

² - أنظر المادة 51 مكرر ق.ع.ج.

³ - أنظر المادة 51 مكرر 02 ق.ع.ج.

قد تتجم في حالة استعمال المنتج أو الخدمة بط

المحترف لا يكفي بإعلام المستهلك وإما يجب عل

توجيه من أجل تلبية حاجاته وتحقيق الرغبة المشروعة لديه، ومن أجل إعادة النوارن العفدي بين الطرفين ينبغي إحاطة المستهلك بكافة البيانات والتي تكون غالبا في حيازة الطرف الآخر وهذا ما يسمى بالشفافية العقدية.

وبالإضافة إلى المعلومات السابقة فإن المحترف يكون ملزم أيضا بذكر بيانات إجبارية خاصة كالتزامه بالإعلام عن خصائص المنتجات والخدمات وأيضا إلتزامه بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع مع اشتراط تقديم البيانات باللغة العربية .

وتجدر الإشارة إلى أن المحترف في حالة إخلاله بالإلتزام بالإعلام سواء بعدم تقديم البيانات أو تقديمها ولكن بشكل ناقص فإنه مسؤوليته تقوم ، ولكن تختلف حسب طبيعة المخالفة التي ارتكبها فقد يسأل جزائيا أو مدنيا ، أو يتابع جزائيا وفي نفس الوقت يحكم عليه بالتعويض بسبب الضرر الذي ألحقه بالمستهلك الضحية.

ونظرا للدور الذي يلعبه الإلتزام بالإعلام في مجال حماية المستهلك لا سيما أمام غزو السوق الجزائرية بمختلف المنتجات والخدمات كما ونوعا ، إلا أن هذا الإلتزام لا يزال بعيدا عن المستوى المطلوب بسبب نقص القواعد القانونية التي تحكمه وتنظمه وتحدد مختلف الجوانب الغامضة فيه كتحديد شروط البيع بدقة مثلا وعدم ترك المجال للمحترف الذي غالبا ما يفرض الشروط التي تتناسب مع أهدافه دون مراعاة لإهتمام المستهلك الطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية .

وفي سبيل إثراء هذه الدراسة فإنه لا مانع من إدراج بعض التوصيات الهامة على النحو التالي:

* من أجل تحقيق حماية المستهلك لا بد من توعية المحترف بواجباته ، فقد يجهل هذا الأخير بعض الواجبات التي تجنبه الوقوع في المخالفات ويتم ذلك عن طريق تقديم المعلومات والمهارات العملية التي تساعد على اكتشاف ماقد يكون بالمنتجات التي يتعاملون بها من فساد أو عدم صلاحية الإستعمال ، فضلا عن الإستعانة بالمختصين في

المجال القانوني الذين يتولون شرح الأحكام القانون

من ناحية أخرى توعية المستهلك عن طريق ا

الإعلام سواء المكتوبة أو المسموعة والمرئية بأهميه دوره في الحسف عن محترف الجرائم خاصة الجرائم المرتبطة بالإلتزام بالإعلام كجريمة الإعلان الكاذب أو جريمة عدم إشهار الأسعار التي تبقى منتشرة بكثرة أو جريمة عدم الوسم القانوني ، لأنه كثيرا ما يمتنع المستهلك عن القيام بهذا الدور لعدة أسباب منها : اعتقاده أن إخطار السلطات بوقائع الجريمة يعد نوعا من الوشاية التي تنتافى مع الأخلاق ، وكذلك جهل المستهلك العادي بالجهات التييس يمكنه الإتصال بها لإعلامها ، بالإضافة إلى جهل الإجراءات اللازمة للقيام بذلك، وأيضا جهله بأهمية دوره في مكافحة الجرائم الإستهلاكية وما يترتب على تقاعسه من نتائج سيئة عليه وعلى المجتمع.

* يعتبر الإلتزام بالإعلام إحدى الركائز الأساسية لكل سياسة تهدف إلى حماية المستهلكين وهو إلتزام مستقل بذاته على غرار الإلتزام بالأمن أو الإلتزام بالمطابقة أو الإلتزام بالضمان ، ونجد أن نطاق تطبيقه يتسع ليشمل واجب التحذير أو النصح وتقديم المشورة وكذلك الإلتزام بالتعاون أو المشاركة لاسيما في بعض العقود كعقود الإعلام الآلي ، مما ينبغي على المشرع الجزائري وضع نصوص قانونية خاصة بهذا الإلتزام تحكمه وتقرر الجزاء المناسب في حالة الإخلال به ، لأن ما ورد في المشروع التمهيدي لقانون يتعلق بحماية المستهلك غير كافي ، ذلك أن هذا المشروع نص فقط على مادتين 19 و 20 تخص الإلتزام بالإعلام ، بالإضافة إلى عدم وجود عقوبات كافية لمعاقبة مرتكبي الجرائم المرتبطة بهذا الإلتزام كجريمة عدم إشهار الأسعار

* لابد من الإهتمام أكثر بقطاع الخدمات وعدم الإغفال عنها في مجال الإلتزام بالإعلام لأن معظم النصوص القانونية الصادرة تنص كثيرا عن المنتوجات بصفة عامة دون التركيز على الخدمات ، حتى مشروع قانون حماية المستهلك وقمع الغش لم يهتم أيضا بالخدمات ، مما يستوجب معه القول باستدراك هذا النقص بتعديل تلك النصوص القانونية أو إصدار نصوص قانونية أخرى تتماشى وطبيعة المعاملات الجارية بين أفراد المجتمع خاصة أمام التقدم العلمي والتطور التكنولوجي ، بالإضافة إلى انتشار الخدمات في شتى الميادين.

* عدم كفاية القاعد القانونية المتعلقة بع

المستهلك في مجال الإعلام بالبيانات المتعلقة بم

شروط لإثبات وقوع الغلط أو التدليس ، فمثلا إذا اراد المستهلك إبطال العقد بسبب وقوعه في عيب التدليس الصادر من غير المتعاقدين فيجب عليه أن يثبت أن المتعاقد معه كان يعلم أو كان من المفروض حتما أن يعلم بهذا التدليس وهذا ما يصعب من وضعية المدلس عليه(المستهلك) بشأن إيجاد وسيلة الإثبات .

وإذا كنا بصدد عيب الغلط فيجب على المتعاقد الذي وقع فيه أن يثبت بأنه غلط جوهري حتى يتمكن من إبطال العقد ، وهذا ما يبين عدم كفاية نظريتي الغلط والتدليس في تحقيق الحماية الموضوعية للمستهلك لدى إقباله على التعاقد ، بالإضافة إلى أن المستهلك قد لا يقع في غلط أو تدليس إلا أنه قد يصاب بضرر من الشيء المبيع لنقص المعلومات والبيانات المرتبطة به ، ومن هنا يظهر الدور الكبير للإلتزام بالإعلام كوسيلة قانونية جديدة في معالجة النقص الذي شاب نظرية عيوب الإرادة.

* فيما يخص الإعلان التجاري الكاذب فإنه لم يحظى بالأهمية اللازمة من طرف المشرع الجزائري سواء من حيث تنظيمه أو معالجة آثاره بالرغم من وجود المادة 28 من القانون رقم 04-02 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية التي نصت على الإشهار التضليلي إلا أنها غير كافية ، كما أن تطبيق القواعد الجنائية العامة لمعاقبة مرتكب جريمة الإعلان الكاذب إما على أساس العقوبات المقررة لجريمة النصب أو على أساس العقوبات الخاصة بجريمة الخداع غير كافية أيضا ولا توفر الحماية اللازمة للمستهلك لأن المشرع عند سنها لم يقصد مواجهة الإعلان الكاذب بوجه خاص، ضف إلى ذلك أن الأحكام السالفة الذكر لا تطبق على الخدمات والعقارات ، بالرغم من أنهما يشملهما الإعلان الكاذب كما أنه ينبغي وضع تعريف دقيق وواضح لهذا الإعلان يتماشى ومقتضيات العصر .

أما بالنسبة للإشهار المقارن فإن المشرع الجزائري لم ينص عليه ولم يعطيه الأهمية البالغة مما ينبغي تدارك هذا النقص خاصة وأن مثل هذه الجرائم منتشرة بكثرة في السوق الوطنية.

* أهمية الاعتراف بالقيمة القانونية للإعلان التجاري عن طريق إدراج بعض المعلومات في هذا الإعلان ، كبيان أسعار المنتوجات والخدمات على حقيقتها من أجل توفير

أكبر قدر ممكن من الحماية للمستهلك ، بالإضافة التي تهتم بالترخيص والرقابة على الإعلانات الذ هذه الإعلانات متوافقة مع الغاية المرجوة من نشرها أو بثها أو إداعها.

* تشديد العقوبات ورفع الغرامات المتعلقة بالجرائم المرتبطة بهذا الإلتزام كجريمة عدم إشهار الأسعار أو جريمة عدم ذكر شروط البيع ، لأن العقوبات الواردة في النصوص الحالية لا سيما قانون رقم 04-02 يحدد القواعد العامة المطبقة على الممارسات التجارية تكاد تكون رمزية ولا تحقق الهدف المبتغى من هذا الإلتزام ، لأن المحترفين المخالفين لهذا الإلتزام لا تردعهم تلك الغرامة البسيطة مما يجعل تعديل هاته المواد القانونية أكثر من ضرورة من أجل رفع الغرامة المالية حتى يتم ردع كل مخالف لهذا الإلتزام .

قائمة المصادر

المصادر باللغة العربية

1 - الإتفاقيات الدولية و النصوص القانونية والتنظيمية :

أ- الإتفاقيات الدولية :

- الأمر رقم 72-10 المؤرخ في 22 مارس 1972 المتضمن الانضمام إلى بعض الاتفاقيات الدولية، ج.ر مؤرخة في 21 أفريل 1972، العدد 32، ص. 467.
- المرسوم رقم 2123/85 المؤرخ في 07 ماي 1985 المتضمن انضمام الجزائر للاتفاقية الدولية لحماية النباتات الموقعة بروما، ج.ر المؤرخة في 15 ماي 1985، العدد 21، ص. 658.
- المرسوم الرئاسي رقم 163/95 المؤرخ في 06 جوان 1995، المتضمن انضمام الجزائر إلى الاتفاقية الدولية بشأن التنوع البيولوجي الموقعة بريودي جانيرو في 05 جوان 1992، ج.ر المؤرخة في 14 جوان 1995، العدد 32، ص. 03.
- المرسوم الرئاسي رقم 170/04 المؤرخ في 08 جوان 2004 المتضمن مصادقة الجزائر على بروتوكول قرطا جنة حول السلامة الإحيائية المعتمد بمونتريال في 28 جانفي 2000. ج.ر المؤرخة في 13 جوان 2004، العدد 38، ص. 03.

ب- النصوص القانونية:

- الأمر رقم 65/76 المؤرخ في 16 يوليو 76
23 يوليو 1976، العدد 59 ص.866.
- القانون رقم 05/85 المؤرخ في 16 فبراير 1985 يتعلق بحماية الصحة وترقيتها،
المعدل والمتمم بالقانون رقم 13/08 المؤرخ في 20 يوليو 2008، ج.ر المؤرخة في 03
أوت 2008، العدد 44، ص.03.
- القانون 17/87 المؤرخ في 01 أوت 1987 المتعلق بحماية الصحة النباتية.ج.ر
المؤرخة في 05 أوت 1987، العدد 32، ص.1228.
- القانون رقم 08/88 المؤرخ في 26 يناير 1988 المتعلق بنشاطات الطب البيطري
وحماية الصحة الحيوانية، ج.ر المؤرخة في 27 يناير 1988، العدد 04، ص.124.
- القانون رقم 89-02 يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المؤرخ في 07 فبراير
1989، ج.ر المؤرخة في 08 فبراير 1989، عدد 06، ص.154.
- القانون رقم 04/91 المؤرخ في 08 يناير 1991 يتضمن تنظيم مهنة المحاماة ، ج.ر
المؤرخة في 08 يناير 1991، العدد .
- القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16 يناير 1991، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية
المعدل والمتمم، ج.ر المؤرخة في 16 يناير 1991، العدد 03، ص.45.
- المرسوم التشريعي رقم 93-08 المؤرخ في 25 أبريل 1993 الذي يعدل ويتمم الأمر
رقم 75-59 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون التجاري، ج.ر المؤرخة في
27 أبريل 1993، العدد 64، ص.3.
- الأمر رقم 96-01، المؤرخ في 10 يناير 1996 يحدد القواعد التي تحكم الصناعة
التقليدية والحرف، ج.ر المؤرخة في 14 يناير 1996، العدد 03، ص.03.
- المرسوم الرئاسي رقم 96-224 المؤرخ في 22 جوان 1996، ج.ر المؤرخة في 30
جوان 1996، العدد 40، ص.06.
- الدستور الجزائري لسنة 1996 المعدل والمتمم بالقانون رقم 08-19 المؤرخ في 15
نوفمبر 2008، ج.ر المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، العدد 63، ص.8.
- القانون رقم 01/99 المؤرخ في 06 يناير 1999، يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، ج.ر
مؤرخة في 10/01/1999، العدد 02، ص.04.
- القانون رقم 99-06 المؤرخ في 04 أبريل 1999 يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة
السياحة والأسفار، ج.ر المؤرخة في 07 أبريل 1999، العدد 24، ص.14.
- القانون رقم 01-13 المؤرخ في 07 أوت 2001 يتضمن توجيه النقل البري
وتنظيمه، ج.ر المؤرخة في 08 أوت 2001، العدد 44، ص.04 و 05.
- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة، ج.ر المؤرخة في 20
يوليو 2003، العدد 43، ص.26. ولقد تم تعديل وتتميم هذا الأمر بالقانون رقم 08-12
المؤرخ في 25 يونيو 2008، ج.ر مؤرخة في 02 يوليو 2008، العدد 36، ص.11.
- الأمر رقم 03-06 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالعلامات ، ج.ر المؤرخة في
23 يوليو 2003 ، العدد 44، ص.22.

- الأمر رقم 11/03 المؤرخ في 26 أوت 2003 في 27 أوت 2003، العدد 52، ص.14.
- القانون رقم 04-02 المتعلق بالقواعد المط 23 يونيو 2004، ج.ر المؤرخة في 27 يونيو 2004، عدد 41، ص.04.
- القانون رقم 04-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يتعلق بالتقييس، ج.ر المؤرخة في 27 يونيو 2004، العدد 41، ص.15.
- القانون رقم 18/04 المؤرخ في 25 ديسمبر 2004 يتعلق بالوقاية من المخدرات والمؤثرات العقلية وقمع الاستعمال والاتجار غير المشروعين بها.ج.ر المؤرخة في 26 ديسمبر 2004، العدد 83.
- القانون رقم 10/05 المؤرخ في 20 يونيو 2005، يعدل ويتم الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 26 سبتمبر 1975 والمتضمن القانون المدني ، ج.ر المؤرخة في 26 يونيو 2005، العدد 44، ص.24. المعدل والمتمم بالقانون رقم 05/07 المؤرخ في 13 ماي 2007، ج.ر المؤرخة في 13 ماي 2007، العدد 31، ص.03.
- القانون رقم 01/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 يعدل ويتم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 يونيو 1966 والمتضمن قانون العقوبات ،ج.ر المؤرخة في 08 مارس 2006، العدد 14. تم تعديله وتنظيمه بموجب القانون رقم 23/06 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006، ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 2006، العدد 84، ص.11.
- القانون رقم 02/06 المؤرخ في 20 فبراير 2006 يتضمن تنظيم مهنة الموثق، ج.ر المؤرخة في 08 مارس 2006، العدد 14، ص.15.
- القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فبراير 2006 يعدل ويتم الأمر رقم 95-07 المؤرخ في 25 يناير 1995 يتعلق بالتأمينات المؤرخ في، ج.ر المؤرخة في 12 مارس 2006، العدد 15، ص.73.
- القانون رقم 06-22 المؤرخ في 20 ديسمبر 2006 يعدل ويتم الأمر رقم 66-155 المؤرخ في 08 يونيو 1966 والمتضمن قانون الإجراءات الجزائية، ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 2006، العدد 84، ص.04.
- القانون رقم 08-09 المؤرخ في 25 فبراير 2008 يتضمن قانون الإجراءات المدنية والإدارية، ج.ر المؤرخة في 23 أبريل 2008، العدد 21، ص.03.

ج- النصوص التنظيمية:

- المرسوم رقم 70-189 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 المتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان " كروم معسكر " ، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1970، العدد 102، ص.1531.
- المرسوم رقم 70-190 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 المتضمن تحديد الشروط المتعلقة بمنح التسمية الأصلية بعنوان " الظهرة " ، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1970، العدد 102، ص.1532.

- المرسوم رقم 78-118 المؤرخ في 27 ماي 70-192 المؤرخ في 01 ديسمبر 1970 المتد الأصلية بعنوان "كروم تلمسان"، ج.ر المؤرخة
- المرسوم التنفيذي رقم 12/85 المؤرخ في 26 يناير 1985 الذي يحدد الأعمال الفندقية والسياحية وينظمها، ج.ر المؤرخة في 27 يناير 1985، العدد 05، ص.84. المعدل والمتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 101/92 المؤرخ في 03 مارس 1992، ج.ر المؤرخة في 08 مارس 1992، العدد 18، ص.552.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر المؤرخة في 31 يناير 1990، العدد 05، ص.203. المعدل والمتمم بموجب
- المرسوم التنفيذي رقم 92-285 المؤرخ في 06 يوليو 1992 يتعلق برخص استغلال مؤسسة لإنتاج المنتجات الصيدلانية و/أو تزييعها. ج.ر المؤرخة في 12 يوليو 1992، العدد 12، ص.1466. لقد تم تعديل وتتميم هذا المرسوم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 114/93 المؤرخ في 12 ماي 1993. ج.ر المؤرخة في 16 ماي 1993، العدد 32، ص.08.
- المرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001، ج.ر المؤرخة في 21-10-2001، العدد 61، ص.11.
- المرسوم التنفيذي رقم 90/240 المؤرخ في 04 أوت 1990 الذي يحدد شروط صناعة الأدوية البيطرية وبيعها ورقابتها، ج.ر المؤرخة في 08 أوت 1990، العدد 33، ص.1077.
- المرسوم التنفيذي رقم 90/266 المؤرخ في 15-09-1990 يتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج.ر المؤرخة في 19-09-1990، العدد 40، ص.1246.
- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج.ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990 العدد 50، ص.1586.
- المرسوم التنفيذي رقم 90/367 المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 يتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها. ج.ر المؤرخة في 22 نوفمبر 1990، العدد 50، ص.1587. المعدل والمتمم بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05/484 المؤرخ في 22 ديسمبر 2005، ج.ر المؤرخة في 25 ديسمبر 2005، العدد 83، ص.06.
- المرسوم التنفيذي رقم 91-37 المؤرخ في 13 فبراير 1991 المتعلق بشروط تدخل الدولة في التجارة الخارجية، ج.ر المؤرخة في 20 مارس 1991، العدد 12، ص.418.
- المرسوم التنفيذي رقم 92-25 المؤرخ في 13 جانفي 1992 يتعلق بشروط استعمال المواد المضافة إلى المنتوجات الغذائية و كيميائيات ذلك، ج.ر المؤرخة في 22 جانفي 1992 العدد 05، ص.140.
- المرسوم التنفيذي رقم 92/284 المؤرخ في 06 يوليو 1992 يتعلق بتسجيل المنتوجات الصيدلانية المستعملة في الطب البشري، ج.ر المؤرخة في 12 يوليو 1992، العدد 53، ص.1470.

- المرسوم التنفيذي رقم 286/92 المؤرخ في 12 يوليو 1992، العدد 53، ص.1473. والعلمي الخاص بالمنتجات الصيدلانية المستعملة
- المرسوم التنفيذي رقم 285/93 المؤرخ في 23 نوفمبر 1993 المنظم لمراقبة الصحة النباتية على الحدود ، ج.ر المؤرخة في 28 نوفمبر 1993، العدد 78، ص.20.
- المرسوم التنفيذي رقم 96-39 المؤرخ في 15 يناير 1996 يتضمن تعريفه نقل الركاب براء، ج.ر المؤرخة في 17 يناير 1996 ، العدد 04، ص.23.
- المرسوم التنفيذي رقم 96-132 المؤرخ في 13 أبريل 1996 يتضمن تحديد أسعار الدقيق والخبز في مختلف مراحل التوزيع ج.ر المؤرخة في 14 أبريل 1996، العدد 23، ص.12.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14 جانفي 1997 يحدد شروط و كفاءات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني وتوظيفها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية ج.ر المؤرخة في 15 جانفي 1997، العدد 04، ص.15.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-140 المؤرخ في 30 أبريل 1997 يحدد قائمة نشاطات الصناعة التقليدية والحرف ، ج.ر المؤرخة في 04 ماي 1997، العدد 27، ص.07.
- المرسوم التنفيذي رقم 97/254 المؤرخ في 08 يوليو 1997 يتعلق بالرخص المسبقة لإنتاج المواد السامة أو التي تشكل خطرا من نوع خاص واستيرادها، ج ر المؤرخة في 09 يوليو 1997، العدد 46، ص.22.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-390 المؤرخ في 19 أكتوبر 1997، يتضمن شروط تسليم علامات النوعية والأصالة ودمج منتجات الصناعة التقليدية وكفاءاتها وشكلها، ج.ر المؤرخة في 22 أكتوبر 1997، العدد 69، ص.14.
- المرسوم التنفيذي رقم 97-494 المؤرخ في 21 ديسمبر 1997 يتعلق بالوقاية من الأخطار الناجمة عن استعمال اللعب، ج.ر المؤرخة في 24 ديسمبر 1997، العدد 85، ص.12.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-68 المؤرخ في 21 فبراير 1998، ج.ر المؤرخة في 01 مارس 1998، العدد 11، ص.21.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-44 المؤرخ في 01 أبريل 1998 يتعلق بحدود الربح القصوى عند الإنتاج والتوزيع والتي تطبق على الأدوية المستعملة في الطب البشري، ج.ر المؤرخة في 04 فبراير 1998، العدد 05، ص.17.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-237 المؤرخ في 28 يوليو 1998 يتضمن رفع نسب الإيجار المطبقة على المحال ذات الاستعمال الرئيسي في السكن والتي تملكها الدولة والجماعات المحلية والمؤسسات والهيئات التابعة لها، ج.ر المؤرخة 29 يوليو 1998 العدد 55، ص.07.
- المرسوم التنفيذي رقم 98-269 المؤرخ في 29 أوت 1998، يتضمن تحيين تعريفات نقل المسافرين الذي تقوم به الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية، ج.ر المؤرخة في 02 ديسمبر 1998، العدد 65، ص.07.

- المرسوم التنفيذي رقم 46-2000 المؤرخ في
الفندقية وسيرها وكذا كفاءات استغلالها، ج.ر. ا
ص.03.

- المرسوم التنفيذي رقم 01-50 المؤرخ في 12 فبراير 2001 يتضمن تحديد أسعار
الحليب المبستر و الموضب في الأكياس عند الإنتاج وفي مختلف مراحل التوزيع، ج.ر.
المؤرخة في 12 فبراير 2001، العدد 11، ص.23.

- المرسوم التنفيذي رقم 02-448 المؤرخ في 17 ديسمبر 2002 يتعلق بالتعريفات
القصى لنقل الركاب في سيارات الأجرة " طاكسي " ج.ر. المؤرخة في 22 ديسمبر 2002،
العدد 85، ص.07.

- المرسوم التنفيذي رقم 03/409 المؤرخ في 05 نوفمبر 2003، يتضمن تنظيم
واختصاصات وعمل المصالح الخارجية لوزارة التجارة، ج.ر. المؤرخة في 09 نوفمبر 2003
العدد 68، ص.13.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-13 المؤرخ في 09 يناير 2005 يحدد قواعد تسعير الخدمات
العمومية للتزويد بالماء الصالح للشرب والتطهير وكذا التعريفات المتعلقة به، ج.ر. المؤرخة
في 12 يناير 2005، العدد 05، ص.04.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-14 المؤرخ في 09 يناير 2005 يحدد كفاءات تسعير الماء
المستعمل في الفلاحة وكذا التعريفات المتعلقة به، ج.ر. المؤرخة في 12 يناير 2005، العدد
05، ص.09.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-128 المؤرخ في 24 أبريل 2005 يتضمن تحديد أسعار
البيع الداخلي للغاز الطبيعي، ج.ر. المؤرخة في 24 أبريل 2005، العدد 29، ص.16.
- المرسوم التنفيذي رقم 05-313 المؤرخ في 10 سبتمبر 2005، يحدد حد الربح عند
التوزيع بالتجزئة وسعر بيع الغاز الطبيعي المضغوط كوقود، ج.ر. المؤرخة في 11 سبتمبر
2005، العدد 62، ص.04.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-277 المؤرخ في 02 أوت 2005 الذي يحدد كفاءات إيداع
العلامات وتسجيلها، ج.ر. المؤرخة في 07 أوت 2005، العدد 54، ص.11 مع الإشارة أن
هذا المرسوم عدل وتم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-346 المؤرخ في 26 أكتوبر 2008
ج.ر. المؤرخة في 16 نوفمبر 2008، العدد 63، ص.13.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-464 المؤرخ في 06 ديسمبر 2005، يتعلق بتنظيم التقييس
وسيره، ج.ر. المؤرخة في 11 ديسمبر 2005، العدد 80، ص.05.

- المرسوم التنفيذي رقم 05-467 المؤرخ في 10 ديسمبر 2005 يحدد شروط مراقبة
مطابقة المنتجات المستوردة عبر الحدود وكفاءات ذلك، ج.ر. المؤرخة في 11 ديسمبر
2005، العدد 80، ص.15.

- المرسوم التنفيذي رقم 06-06 المؤرخ في 09 يناير 2006 يتضمن تحديد أسعار
البيع عند دخول النفط الخام المصفاة ، وأسعار البيع عند الخروج من المصفاة، وحدود الربح
عند التوزيع، وأسعار بيع المنتجات البترولية الموجهة للاستهلاك في السوق الوطنية، ج.ر.
المؤرخة في 15 يناير 2006، العدد 02، ص.13.

- المرسوم التنفيذي رقم 07-402 المؤرخ في
الصلب عند الإنتاج وفي مختلف مراحلها، ج.ر.ال
ص.10.

- المرسوم التنفيذي رقم 08-44 المؤرخ في 03 فبراير 2008، ج.ر. المؤرخة في 10
فبراير 2008، العدد 07، ص.17.

- المرسوم التنفيذي رقم 08-243 المؤرخ في 03 أوت 2008 يحدد أتعاب الموثق،
ج.ر. المؤرخة في 06 أوت 2008، العدد 45، ص.09.

- المرسوم التنفيذي رقم 09-65 المؤرخ في 07 فبراير 2009 يحدد الكيفيات الخاصة
المتعلقة بالإعلام حول الأسعار المطبقة في بعض قطاعات النشاط أو بعض السلع والخدمات
المعينة، ج.ر. المؤرخة في 11 فبراير 2009، العدد 10، ص.08.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 18 أوت 1993 يتعلق بطريقة نزع الماء من
الحليب، ج.ر. المؤرخة في 10 سبتمبر 1993، العدد 15، ص.65.

- القرار الوزاري المؤرخ في 10 ماي 1994 يتضمن كيفيات تطبيق المرسوم التنفيذي رقم
266/90 المؤرخ في 15 سبتمبر 1990 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 02 يوليو 1995 يتعلق بوضع الدواجن المذبوحة
رهن الاستهلاك، ج.ر. المؤرخة في 12 أكتوبر 1995، العدد 59، ص.22.

- القرار المؤرخ في 04-09-1995 يتضمن الموافقة على النظام الداخلي لمهنة المحاماة،
ج.ر. المؤرخة في 14-08-1996، العدد 48، ص.22.

- القرار المؤرخ في 08 نوفمبر 1995 الذي يخضع درنات البطاطا للرخصة التقنية
للاستيراد ويحدد الالتزامات الصحية النباتية الخاصة بهذا المنتج، راجع ج.ر. المؤرخة في
04 أبريل 1996، العدد 23، ص.21.

- القرار المؤرخ في 23 يوليو 1996 يحدد شروط منح علامات المطابقة للمواصفات
الجزائرية وسحبها وإجراءات ذلك، ج.ر. المؤرخة في 25 ماي 1997، العدد 33، ص.23.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 25 يناير 1997 يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع
سميد القمح الصلب وشروط وكيفيات وسمها ، ج.ر. المؤرخة في 22 أوت 1997، العدد
55، ص.20.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 24 مارس 1997 يتعلق بالمواصفات التقنية لوضع
مستخلصات ماء جافيل رهن الاستهلاك وشروطها وكيفياتها ، ج.ر. المؤرخة في 27 ماي
1997، العدد 34، ص.85.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 16 أبريل 1997 المتعلق بشروط استيراد وتسويق
المواد النسيجية المصنعة والمستعملة وكيفيتها، ج.ر. المؤرخة في 03 جوان 1997، العدد
37، ص.61.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 27 أبريل 1997 يحدد المواصفات التقنية للسكر
الأبيض، ج.ر. مؤرخة في 22 أوت 1997، العدد 55، ص.15.

- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 31 ماي 1997، يتعلق بالمواصفات التقنية لأنواع
الحليب الجاف وشروط وكيفيات عرضها، ج.ر. المؤرخة في 22 أوت 1997، العدد 55،
ص.17.

- القرار الوزاري المؤرخ في 10 أوت 1997 الحليب المركز غير المحلي والمحلى الموجه للاوكيفياتها. ج.ر المؤرخة في 15 أكتوبر 1997، ص.30.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 ديسمبر 1997 الذي يحدد قائمة المنتجات الاستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص وكذا قوائم المواد الكيماوية المحظورة استعمالها في صنع هذه المنتجات، ج.ر المؤرخة في 29 مارس 1998، العدد 18، ص.30.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 07 أكتوبر 1998 يتعلق بالخصائص التقنية للياهورت وكيفيات وضعه للاستهلاك، ج.ر المؤرخة في 18 نوفمبر 1998، العدد 86، ص.27.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 21 نوفمبر 1999 المحدد لدرجات الحرارة وأساليب الحفظ بواسطة التبريد والتجميد المكثف للمواد الغذائية، ج.ر المؤرخة في 08 ديسمبر 1999، العدد 07، ص.20.
- القرار الوزاري المشترك يتعلق بقائمة المواد الكيماوية المحظورة استعمالها في صنع المواد الإستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطرا من نوع خاص ، ج.ر المؤرخة في 31 مارس 1998 ، العدد 18، ص.32.
- القرار المؤرخ في 24 ديسمبر 2000 الذي منع استيراد ونتاج وتوزيع وتسويق واستعمال المادة النباتية المغيرة وراثيا، ج.ر المؤرخة في 07 يناير 2001، العدد 02 ص.79.
- القرار الوزاري المشترك المؤرخ في 28 ديسمبر 1997 يحدد قائمة المنتجات الإستهلاكية ذات الطابع السام أو التي تشكل خطر من نوع خاص وكذا قوائم المواد الكيماوية المحظورة أو المنظم استعمالها لصنع هذه المنتجات. ج.ر المؤرخة في 31 ديسمبر 1998، العدد 18، ص.31.

2- المراجع العامة باللغة العربية:

- أسامة أحمد بدر، ضمان مخاطر المنتجات الطبية، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005.
- أنور العمروسي، المسؤولية التقصيرية والمسؤولية العقدية في القانون المدني، دار الفكر الجامعي، مصر، الطبعة الأولى، 2004.
- حسن عبد الباسط جميعي، شروط التخفيف والإعفاء من ضمان العيوب الخفية، دار النهضة العربية، 1993.
- خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الميسرة، الطبعة الأولى، 2002، الأردن.
- صالح خالص، في الإعلام التجاري والمفاوضات التجارية الدولية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.

- عبد العزيز سعد ، جرائم الإعتداء على الأ
والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2005.
- عبد الرزاق السنهوري، نظرية العقد، الجز
1998.

- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، عقد البيع و المقايضة، الجزء
الرابع، دار النهضة العربية، مصر، 1960.
- عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، نظرية الإلتزام
مصادر الإلتزام، منشأة المعارف، 2003.
- عبد الرزاق أحمد السنهوري، نظرية العقد، الجزء الثاني، منشورات الحلبي الحقوقية،
لبنان، 1998.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقود
التجارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005.
- فرحة زراوي صالح ، الكامل في القانون التجاري الجزائري ،المحل التجاري والحقوق
الفكرية، القسم الثاني ، الحقوق الفكرية ، حقوق الملكية الصناعية والتجارية ، حقوق الملكية
الأدبية والفنية ، ابن خلدون ، 2001.
- لحسن بن الشيخ آث ملويا، المنتقى في عقد البيع، دار هومة للطباعة و النشر
والتوزيع،الجزائر، الطبعة الثانية، 2006.
- محمودي بشير، عقد تحويل الفاتورة ، الديوان الوطني للأشغال التربوية ،2003.
- محمد صبري السعدي ، شرح القانون المدني الجزائري ، النظرية العامة للالتزامات،
مصادر الإلتزام ، التصرف القانوني ، الجزء الأول ، دار الهدى ، الجزائر، الطبعة الثانية.
2004
- يوسف دلاندة، أصول ممارسة مهنة المحاماة وفقا للقانون الجزائري، دار الهدى،
2000، ص.16.
- عبد العزيز اللصاصمة، المسؤولية المدنية التقصيرية، الفعل الضار، أساسها وشروطها،
نظرية الالتزامات في ضوء القانون المدني المقارن، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر
والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002.
- محمد صبحي نجم، شرح قانون العقوبات الجزائري، القسم الخاص، ديوان المطبوعات
الجامعية، الجزائر، 2003.
- مديرية التشريع الجبائي، المديرية الفرعية للعلاقات العمومية والإعلام، الدليل التطبيقي
للرسم على القيمة المضافة، منشورات الساحل، الجزء الأول، 2002.

3- المراجع الخاصة باللغة العربية:

- أحمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك إزاء المضمون العقدي، دار النهضة
العربية، 1994، مصر.
- أحمد محمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي
والشريعة الإسلامية، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005،

- بودالي محمد، شرح جرائم الغش في بيع السلأ
الفجر، مصر، 2005.
- حسن عبد الباسط الجميحي، حماية المستهلك،
- حمدي أحمد سعد، الإلتزام بالإفشاء بالصفة الخطيرة للشيء المبيع، المكتب الفني
للإصدارات القانونية، مصر، 1999.
- دليل المستهلك من إعداد مكتب الدراسات ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع،
الجزائر، 2003.
- سمير منتصر، الإلتزام بالتبصير، دار النهضة العربية ، مصر، 1990.
- قانون الصحة، من تأليف بلعروسي أحمد التيجاني و مسراتي سليمة، دار هومة للطباعة
و النشر والتوزيع، 2006.
- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، منشأة المعارف، مصر، 2004،
- عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية،
مصر، 2008.
- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، الدار العلمية الدولية و دار الثقافة
للنشر و التوزيع، الأردن، 2002.
- علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها في
التشريع الجزائري، دار الهدى، الجزائر، 2000.
- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الإنترنت، دار الكتب القانونية،
مصر، 2008.
- قادة شهيدة ، المسؤولية المدنية للمنتج ، دار الجامعة الجديدة ، مصر ، 2007.
- محمد إبراهيم الدسوقي، الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد، دار إيهاب للنشر و التوزيع،
مصر، 1985.
- محمد بودالي، الإلتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع،
الطبعة الأولى، مصر، 2005.
- محمد بودالي، حماية المستهلك في القانون المقارن، دار الكتاب الحديث، مصر،
2006.
- نزيه محمد الصادق المهدي ، الإلتزام قبل التعاقد بالبدلاء بالبيانات و تطبيقاته على
بعض أنواع العقود، دار النهضة العربية، مصر، 1982 .

3- المحاضرات والمقالات الفقهية :

أ- المحاضرات :

- حبار محمد، محاضرات الإلتزامات، السنة الثانية ليسانس، كلية الحقوق، جامعة وهران،
السنة الجامعية 1998-1999.

- حبار محمد، محاضرات الإلتزامات، السنة ال
السنة الجامعية 1999-2000.
- دليلة زناكي، محاضرات حماية المستهلك،
الحقوق، جامعة وهران، السنة الدراسية 2003-2004.

ب- المقالات الفقهية :

- إسماعيل قاسمي، " قانون الإشهار في الجزائر ، من إنشاء الوكالة الوطنية للنشر والإشهار - ANEP - سنة 1967 إلى مشروع قانون الإشهار 1999 "، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص.05.
- أحمد عمر، مجلة المستقبل العربي، العدد 256، مركز دراسات الوحدة العربية، 2000، ص.84.
- بن شيخ، إعلام المستهلك، ملتقى بعنوان حماية الاستهلاك، 14 و15 ماي 2000، جامعة وهران، ص.12.
- باسم محمد شهاب، استيراد الأغذية المعرضة للإشعاع في ظل واقع التشريع العربي، مجلة الذرة والتنمية، الهيئة العربية للطاقة الذرية، المجلد 11، العدد الأول، 1999، تونس، ص.30.
- شبايكي سعدان وحفيظة مليكة، الإشهار التجاري وحماية المستهلك، ملتقى حول الحماية في مجال الاستهلاك، كلية الحقوق، جامعة وهران، 14 و 15 ماي 2000 .
- شهيدة قادة، قانون المنافسة بين تكريس حرية المنافسة وخدمة المستهلك، الملتقى الوطني حول الاستهلاك والمنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان، 14 و 15 أبريل 2001، ص.75.
- عبد الحميد محمد أحمد، الخداع التجاري في نظام مكافحة الغش التجاري السعودي، مجلة الحقوق، جامعة الكويت، 04 ديسمبر 1994، ص.133.
- عبيدي محمد، حق المستهلك في الإعلام، يوم دراسي حول الوسم وإعلام المستهلك بفندق الشيراتون، الجزائر، 07 جويلية 2007، ص.03.
- الفضل محمد أحمد، جريمة الخداع في نظام مكافحة الغش التجاري، مجلة الحقوق، الكويت. 1994، ص.138.
- محمد بودالي، مدى خضوع المرافق العامة ومرتفقيها لقانون حماية المستهلك، إدارة، مجلة المدرسة الوطنية للإدارة، العدد 24، مركز التوثيق والبحوث الإدارية، الجزائر، 2002،
- ملاح الحاج، حق المستهلك في الإعلام، ملتقى وطني حول الاستهلاك و المنافسة في القانون الجزائري، جامعة تلمسان، 14 و 15 أبريل 2000، ص.05.
- مداخلة متعلقة بوسم المواد الغذائية، مقال صادر عن المديرية العامة لضبط النشاطات وتنظيمها، وزارة التجارة، صادر بتاريخ 20 مارس 2008، ص.01.

4- المذكرات الجامعية :

- بن مغنية محمد، حق المستهلك في الإي الخاص، جامعة تلمسان، 2006.
- بلقاسم فتيحة، شفافية الممارسات التجارية و. قانون الأعمال، جامعة وهران، 2008.
- قلوبوش الطيب، التزام المحترف بمطابقة المنتوجات والخدمات، مذكرة ماجستير تخصص قانون الأعمال، جامعة وهران، 2008.
- يوسف جيلالي، مبدأ الحيطة ومبدأ الوقاية في قانون حماية المستهلك، مذكرة ماجستير، قانون الأعمال، جامعة وهران، السنة الجامعية 2006.
- بن قادة محمود، مسؤولية الشركاء في شركة الأشخاص، مذكرة ماجستير ، قانون الأعمال، جامعة وهران، السنة الجامعية 2008.

5- الوثائق:

- المشروع التمهيدي للقانون المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، وثيقة صادرة عن وزارة التجارة ، فبراير 2005، ص.04.

6- المجلات والجرائد:

- المجلة القضائية 1984، العدد 04، ص.28 و 29.
- المجلة القضائية، العدد 02، 1996، ص.176.
- المجلة القضائية 2000، العدد 02، ص.88 إلى 91.
- المجلة القضائية 2001 ، العدد 01، ص.122.
- جريدة الخبر، الأحد 07 سبتمبر 2008، ص.07.

Bibliographie en langue française :

1-Les Ouvrages généraux:

- J.BEAUCHARD, Droit de la distribution et de la consommation, Presses Universitaires de France. 1996.
- J.BOULOUIS ROGER- MICHEL CHEVALLIER, Grands arrêts de la cour de justice des communautés européennes, Tome 02, DALLOZ, 4^{ème} éd. 1997.
- M.BIBNENT, le Droit du traitement de l'information, éd. NATHAN, 2003.
- J.CALAIS-AULOY et F.STEINMETZ , Droit de la consommation, DALLOZ, 4^{ème} éd. 1996.

NMETZ, Droit de la consommation,

consommateurs , DALLOZ, 1996.

- B.H.FALLON et A.M.SIMON, Droit des affaires, DALLOZ , 12^{ème} éd. 1999.

- Y.GUYON. Droit des affaires, Droit commercial général et sociétés, Tome 01, éd Economica, 7^{ème} éd. 1992.

- J.GHESTIN, Conformité et Garanties dans la Vente Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1983.

- J.GHESTIN, traité de Droit civil, la formation du contrat, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 3^{ème} éd. 1990.

- D.LEGEAIS, Droit Commercial et des Affaires, DALLOZ , 15^{ème} éd. 2003.

-Ph.LE TOURNEAU, La Responsabilité des Vendeurs et Fabricants, DALLOZ, 1997.

-Ph.LE TOURNEAU et L.CADET, Droit de la Responsabilité, DALLOZ, 2000.

-J.MARIE-TUFFERY , Ébauche d'un Droit de la Consommation, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 1994.

- R.MERLE, et VITU, Traité de droit criminel, Droit pénal spécial, 3^{ème} éd. Paris, 1982.

- J. PIZZIO, Droit de la Consommation, ENCYC. DALLOZ, 1987.

- F.TERRÉ,PH.SIMLER et Y.LE QUETTE, Précis de droit civil, les obligation, DALLOZ, 7^{ème} éd. 1999.

- Y.PICOD et HÉLÉNE.DAVO, Droit de la Consommation, DALLOZ, 2005.

2-Les Ouvrages spéciaux :

- AUDREY-LEBOIS, erreur d'étiquetage et erreur sur le prix, Rev. chronique, éd. juris-classeur, octobre 2002.

- NOURISSAT (CIRIL), consommateur et clause attributive de juridiction : la C.J.C.E., entre précisions et interrogations (C.J.C.E. 22 Nov 2001), Droit de la consommation, Petite Affiches.

3-Les Articles :

- BOUCHIKHI et MARROKIA, Dispositif réglementaire en matière de protection du consommateur et de contrôle de la qualité des aliments et de la répression des fraudes en algerie, séminaire national sur la

mmation, faculté de droit, université

du droit de la consommation sur le
droit civil des contrats. R. I. D, CIV, 93^{ème} Année. éd. S., Juin 1994. p.242.

- F.CHABAS, l'obligation médicale d'information en danger, Rev.
chronique, éd. Juris-classeur. Mai 2000. p.09.

- EL KADI. IHSANE. Les Algériens, consommateurs primaires, Rev. El
Watan Économie.18 au 24 Avril 2005. p.01.

- M.KAHLOULA et G.MEKAMCHA, la protection du consommateur
en droit algérien,Deuxième partie, Idara,Vol 05,n°02. 1995.p.47.

-MEZIANNE, normalisation internationale sur les exigences de système
d'assurance qualité (norme iso série 9000), séminaire national sur la
protection en matière de consommation, faculté de droit, université
d'oran 14 et 15 mai 2000. p.50.

- YASINE OULD MOUSSA, les techniques de communication et
l'information du consommateur, Journée d'étude sur l'étiquetage et
l'information des produits. 07 juillet 2007, ALGER. p.02.

-D. ZENNAKI, L'information Comme Source de Protection des
consommateurs, Article Publié lors d'un séminaire national sur la
Protection en Matière de consommation, Faculté de Droit,Université
D'Oran 14 et 15 mai 2000. p.19.

- D.ZENNAKI, les frontières entre « droit de la consommation » et droit
commun a travers l'obligation de garantie, séminaire national sur la
protection en matière de consommation, faculté de droit , université
d'oran ,14 et 15 mai 2000. p.38.

الفهرس

01	مقدمة.....ص
11	الفصل الأول: مضمون التزام المحترف بالإعلام.....
12	المبحث الأول: الإلتزام العام بالإعلام.....
14	المطلب الأول: الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.....
15	الفرع الأول: ماهية الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.....
17	أ- دوافع نشأة الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.....
17	أولاً: الدوافع المادية أو الواقعية.....
21	ثانياً: الدوافع القانونية.....
23	ب- خصائص الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام:.....
23	أولاً: الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو التزام يتصف بالعمومية.....
24	ثانياً: الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو التزام مستقل.....
25	ثالثاً: الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام هو التزام ذو طبيعة وقائية.....

ج- أساس الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام:.....

أولاً: نظرية عيوب الرضا كأساس للإلتزام قبل الد

1- الغلط وشروطه.....26

الشرط الأول: أن يكون الغلط جوهرياً.....26

الشرط الثاني: اتصال الغلط بالمتعاقد الآخر.....27

- مدى تأثير عيب الغلط على الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.....28

2- التبدليس و شروطه.....31

الشرط الأول: استعمال الطرق الاحتمالية.....32

الشرط الثاني: أن يكون التبدليس هو الدافع إلى التعاقد.....32

الشرط الثالث: أن يكون التبدليس صادر من المتعاقد الآخر.....33

- مدى تأثير التبدليس على الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.....34

ثانياً: مبدأ حسن النية كأساس للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام.....37

ثالثاً: المادة 352 من القانون المدنى الجزائري كأساس للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام:.....40

- مفهوم العلم الكافى بالمبيع:.....41

- طبيعة شرط العلم الكافى بالمبيع:.....42

- مدى اعتبار نص المادة 352 من القانون المدنى الجزائري كأساس للإلتزام قبل التعاقدى

بالإعلام:.....44

د- التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وما يشابهه من صور:.....46

1- التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإلتزام التعاقدى بالإعلام:.....46

- من حيث الأساس:.....47

- من حيث المصدر:.....47

- من حيث وقت نشوء كل من الإلتزامين:.....47

- من حيث الجزاء:.....47

2- التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإلتزام بالنصيحة:.....47

3- التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام

- من حيث النطاق:.....

50..... من حيث الأساس:

50..... من حيث وقت الوفاء بالإلتزام:

4- التمييز بين الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام وبين الإعلان التجارى:..... 51

الفرع الثانى: طبيعة ومحل الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام..... 53

أولا: الطبيعة القانونية للإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام:..... 53

أ- الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام ذو طبيعة غير عقدية..... 54

ب- الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام ذو طبيعة عقدية..... 55

ثانيا: محل الإلتزام قبل التعاقدى بالإعلام:..... 58

أ- الإلتزام بالإعلام عن الحالة القانونية للشيء:..... 59

ب- الإلتزام بالإعلام عن الحالة المادية للشيء:..... 59

المطلب الثانى: الإلتزام التعاقدى بالإعلام:..... 61

الفرع الأول: أساس ومضمون الإلتزام التعاقدى بالإعلام..... 62

أ- أساسه:..... 62

أولا: الإلتزام التعاقدى بالإعلام من مستلزمات العقد:..... 62

ثانيا: نظرية العيوب الخفية كأساس للإلتزام التعاقدى بالإعلام:..... 64

ثالثا: الإلتزام بالتسليم كأساس للإلتزام التعاقدى بالإعلام:..... 72

رابعا: الإلتزام بالسلامة كأساس للإلتزام التعاقدى بالإعلام:..... 73

ب- مضمون الإلتزام التعاقدى بالإعلام:..... 77

أولا : البيانات المتعلقة بكيفية الإستعمال الصحيح للشيء المبيع:..... 77

أ- الشيء المبيع من الأشياء قصيرة الاستعمال:..... 78

ب- الشيء المبيع من الأشياء دائمة الاستعمال:..... 80

ثانيا: البيانات التي تساعد المستهلك على الوقاية من مخاطر المنتج أو استعماله. (التحذير من مخاطر المنتج

- 83..... أن يكون التحذير كاملا:
- 84..... أن يكون التحذير واضحا:
- 86..... أن يكون التحذير لصيق بالمنتج :
- 87..... أن يكون التحذير ظاهرا:
- 88..... الفرع الثاني: نطاق الإلتزام التعاقدى بالإعلام ووسائل تنفيذه:
- 88..... 1- نطاقه:
- 89..... أ- تعريف المنتجات :
- 91..... أولا: المنتجات الخطيرة:
- 92..... قاعدة الترخيص المسبق:
- 94..... المنتجات ذات الطابع السام أو التي تنطوي على خطر من نوع خاص:
- 94..... المنتجات الصيدلانية:
- 97..... المنتجات الحيوانية:
- 97..... المنتجات النباتية:
- 99..... قاعدة المنع:
- 99..... ثانيا: المنتجات المعقدة:
- 101..... ب- تعريف الخدمات:
- 101..... أنشطة الخدمات:
- 101..... خدمة الفنادق:
- 103..... خدمة السياحة والأسفار:
- 104..... خدمة التأمين:
- 105..... خدمة المؤسسات المالية:
- 107..... خدمة المحامي:
- 108..... خدمة الموثق:

- خدمة الطبيب:.....

2- وسائل تنفيذ الإلتزام التعاقدى بالإعلام:

أولاً: الإعلام بالوسائل الكتابية:..... 111

- الموسم :..... 112

- دليل الإستعمال:..... 113

ثانياً: الإعلام بالوسيلة الشفوية:..... 114

ثالثاً: الإعلام بوسيلة الإشهار..... 115

- الإشهار الخاص ببعض المنتوجات الخطيرة:..... 118

- المنتوجات الصيدلانية:..... 118

- المشروبات الكحولية:..... 119

- التبغ:..... 120

رابعاً: الإعلام بوسائل الإعلام والاتصال:..... 122

- الإعلام عن طريق وسائل الإعلام المرئية والمسموعة:..... 122

- الإعلام عن طريق خدمة الإنترنت:..... 123

الطبيعة القانونية لإلتزام المحترف بالإعلام:..... 124

- التزم المحترف بالإعلام هو التزم ببذل عناية..... 124

- التزم المحترف بالإعلام هو التزم بتحقيق نتيجة..... 125

المبحث الثاني: الإلتزام الخاص بالإعلام:..... 127

المطلب الأول: البيانات الإجبارية:..... 127

الفرع الأول: إعلام المستهلك بخصائص المنتوجات والخدمات:..... 127

أ- المنتوجات:..... 129

أولاً: المنتوجات المنزلية غير الغذائية:..... 129

ثانياً: السلع الغذائية:..... 133

ثالثاً: وسم مواد التجميل والتنظيف البدني:..... 147

رابعاً: وسم الأدوية:..... 148

- ب- الخدمات:.....
- أولا : خدمة التأمين:.....
- ثانيا : خدمة الموثق:.....150
- الفرع الثاني: التزام المحترف بالإعلام عن الأسعار وشروط البيع:.....151
- أ- الإعلام بالأسعار:.....151
- مضمون الأسعار:.....151
- طرق الإعلان عن الأسعار:.....154
- تحديد الأسعار:.....156
- ب- الإعلام بشروط البيع:.....161
- الفرع الثالث: التزام المحترف باستعمال اللغة العربية:.....163
- المطلب الثاني: البيانات الاختيارية:.....164
- الفرع الأول: علامات الجودة في التشريع الجزائري:.....165
- أ- تسميات المنشأ:.....166
- ب- علامة النوعية والأصالة:.....167
- ج- علامات المطابقة للمواصفات الجزائرية:.....169
- الفرع الثاني: علامات الجودة على المستوى الدولي:.....172
- الفصل الثاني: آثار الإخلال بالتزام المحترف بالإعلام:.....176
- المبحث الأول: الآثار المدنية المترتبة عن إخلال المحترف بالإلتزام بالإعلام:.....177
- المطلب الأول: قابلية العقد للإبطال كجزاء عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام:.....177
- الفرع الأول: إبطال العقد تأسيسا على نظرية عيوب الرضا:.....178
- أولا : إبطال العقد بسبب عيب الغلط:.....178
- ثانيا : إبطال العقد بسبب عيب التدليس:.....179
- الفرع الثاني: إبطال العقد تأسيسا على نظرية ضمان العيوب الخفية:.....181
- الفرع الثالث: إبطال العقد تأسيسا على المادة 352 من القانون المدني:.....184
- موقف القضاء من جواز الحكم بالتعويض بالإضافة إلى إبطال العقد:.....185

المطلب الثاني: قيام المسؤولية المدنية للـ

الفرع الأول: الطبيعة القانونية لمسؤولية المحترف

أ- الطبيعة التقصيرية لمسؤولية المحترف الناشئة عن إخلاله بالإلتزام بالإعلام: 187.....

1- المسؤولية عن الأفعال الشخصية: 188.....

2- مسؤولية المتبوع عن أخطاء تابعيه: 189.....

ب- الطبيعة العقدية لمسؤولية المحترف الناشئة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام: 189.....

الفرع الثاني: شروط قيام المسؤولية المدنية للمحترف: 192.....

أولاً: الخطأ: 192.....

أ- إثبات خطأ المحترف: 192.....

- شروط إثبات وجود الإلتزام بالإعلام على عاتق المدين به وعدم تنفيذه له: 195.....

الشرط الأول: معرفة المدين بالبيانات اللازمة عن المنتج أو الخدمة المقدمة وأهميتها

للدائن: 195.....

الشرط الثاني: جهل الدائن بالبيانات جهلاً مشروعاً: 196.....

- إثبات التنفيذ الخاطئ للإلتزام بالإعلام: 198.....

ثانياً: الضرر: 199.....

أ- تعريف الضرر: 200.....

- الضرر المادي: 200.....

- الضرر الأدبي: 201.....

ب- شروط الضرر: 201.....

الشرط الأول: يجب أن يكون الضرر محقق الوقوع أو مؤكداً: 202.....

الشرط الثاني: يجب أن يكون الضرر مباشراً: 202.....

ثالثاً: علاقة السببية بين الخطأ والضرر: 203.....

أ- نظرية تكافؤ الأسباب: 203.....

ب- نظرية السبب الملائم: 203.....

- صور انتفاء علاقة السببية: 204.....

- 1- القوة القاهرة أو الحادث الفجائي :.....
 - 2- خطأ المضرور:.....
 - 3- خطأ الغير:..... 207
- الفرع الثالث: الآثار المترتبة عن قيام المسؤولية المدنية للمحترف:..... 207
- أولا : إجراءات رفع الدعوى:..... 208
- أ- الإختصاص:..... 209
- الإختصاص النوعي:..... 210
- الإختصاص المحلي:..... 210
- ب- التقادم:..... 211
- ثانيا: موقف القضاء والفقهاء من جواز الحكم بالتعويض بالإضافة إلى إبطال العقد:..... 211
- المبحث الثاني: الآثار الجزائية المترتبة عن إخلال المحترف بالإلتزام بالإعلام:..... 212
- المطلب الأول: الجرائم المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام:..... 212
- الفرع الأول: جنحة الإعلان الكاذب:..... 213
- أ- جريمة الإعلان الكاذب على ضوء التشريع الفرنسي:..... 215
- أركان جريمة الإعلان الكاذب:..... 216
- الركن المادي:..... 216
- الركن المعنوي:..... 219
- ب- جرمي النصب والخداع الممكن تطبيقهما على جريمة الإعلان الكاذب في التشريع الجزائري:..... 220
- 1- أركان جريمة النصب:..... 221
- الركن المادي:..... 221
- الركن المعنوي:..... 222
- 2- جريمة الخداع:..... 223
- تعريف الخداع:..... 223
- التمييز بين جريمة الخداع وجريمة النصب:..... 224

- أركان جريمة الخداع:.....
- الركن المادي:.....
- الركن المعنوي:..... 228
- الفرع الثاني: المخالفات المرتبطة بمخالفة الإلتزام بالإعلام:..... 229
- أولا : عدم إشهار الأسعار:..... 229
- ثانيا : عدم ذكر البيانات:..... 231
- ثالثا : عدم الإعلام بشروط البيع:..... 232
- المطلب الثاني: الجزاءات المقررة لقمع الجرائم المتعلقة بمخالفة الإلتزام بالإعلام:..... 232
- الفرع الأول: جزاء مخالفة الإلتزام بالإعلام:..... 233
- عقوبة جريمة النصب:..... 233
- عقوبة جريمة الخداع:..... 234
- الفرع الثالث: الجزاءات المتعلقة بالمسؤولية الجنائية للشخص المعنوي:..... 235
- الخاتمة:..... 236
- قائمة المصادر:..... 240
- الفهرس:..... 254