



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa



جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص

الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص قانون خاص شامل

تحت إشراف الأستاذ:

• أغليس بوزيد

من إعداد الطالبين:

• مقراني كمال

• رمضان زهير

لجنة المناقشة:

الأستاذ(ة) أستاذ جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية رئيسا

الأستاذ: أغليس بوزيد أستاذ جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية مشرف و مقرر

الأستاذ(ة) أستاذ جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية ممتحنا

تاريخ المناقشة: / / 2017



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa



جامعة عبد الرحمن ميرة-بجاية
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم القانون الخاص

الالتزام بالإعلام كوسيلة لحماية المستهلك

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق
تخصص قانون خاص شامل

تحت إشراف الأستاذ:

• أغليس بوزيد

من إعداد الطالبين:

• مقراني كمال

• رمضان زهير

لجنة المناقشة:

رئيسا	أستاذ جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية	الأستاذ(ة)
مشرف و مقرر	أستاذ جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية	الأستاذ: أغليس بوزيد
ممتحنا	أستاذ جامعة عبد الرحمن ميرة - بجاية	الأستاذ(ة)

تاريخ المناقشة: / / 2017

رسالة الرجل من الرجل

كلمة شكر

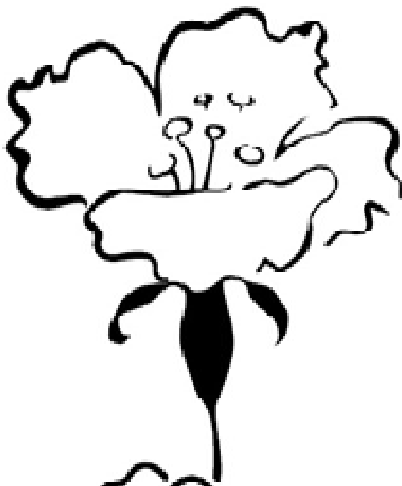
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿ وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي ۝

بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ ﴿١٩﴾ النمل: ١٩ - ٢٠

اعترافا بالفضل والجميل، أتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الفاضل الدكتور بوزيد أغليس الذي تعهدا هذا العمل بالإشراف والتصويب خدمة للعلم، رغم انشغالاته الكثيرة فجزاه الله كل خير.

للأساتذة الكرام الذين شرفوني بمساعدتي في مساري الدراسي، نحن ممتنين للجميع على الملاحظات القيّمة و النصائح التي أنارت لنا الطريق!



إهداء

إلى من وضع الجنة تحت قدميها، إلى من كان دعائها
سر نجاحي وحنانها بلسم نجاحي، إلى أغلى الحبايب،
والدتي أطال الله عمرها.

إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، أرجوا من الله أن
يمد في عمرك لتري ثمارا قد حان قطافها بعد طول
الانتظار، والدي حفظه الله.

إلى من هم أقرب إلى روحي لإخواني وأخواتي وإلى
كل عائلاتهم.

إلى من دعمتني وشجعتني وقدمت لي يد العون،
خطيبتني.

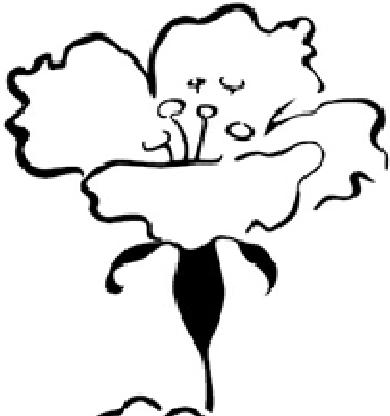
وإلى كل عائلتها حفظهم الله.*

إلى كل أساتذتي طوال مسيرتي الدراسية.

إلى كل الأصدقاء و زملائي في العمل.

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع.

رمضان زهير



إهداء

إلى أبي وأمي حفظهم الله.
إلى روح جدي وجدتي رحمهما الله.
إلى إخواني الأعزاء.
إلى أساتذتي طوال مسيرتي الدراسية.
إلى أصدقائي وزملائي.
إلى كل طالب وباحث كل في مجال تخصصه.
إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع

مقراني كمال

قائمة أهم المختصرات

أولاً: باللغة العربية:

(ج، ر، ج، ج): جريدة رسمية جمهورية جزائرية.

(د، ب، ن): دون بلد النشر.

(د، ت، ن): دون تاريخ النشر.

(د، د، ن): دون دار النشر.

(د، س، ن): دون سنة النشر.

(د، ط): دون طبعة.

(ط): طبعة.

ص: صفحة.

ص-ص: من الصفحة الى الصفحة.

ف: فقرة

ثانياً: باللغة الفرنسية:

Ch. : chapitre.

Op.cit. : Référence précédemment cité.

P : page.

P-P : de la page jusqu'à la page.

مقدمة

أدت التطورات الاقتصادية خاصة في مجال التكنولوجيا إلى بروز فكرة حماية المستهلك من المخاطر التي تحملها هذه الأخيرة الموجهة لخدمة المستهلك، كما أن كثرة وتنوع هذه المنتجات المعروضة أو الموجهة للاستهلاك أدى إلى ظهور الإشارات الكاذبة والمضللة للمستهلك، والهدف من وراء كل ذلك هو تسويق قدر الإمكان من المنتجات المعروضة من طرف المنتجين قصد تحقيق الربح مع إهمال جانب هام جدا وهو صحة وسلامة المستهلك.

لم تكن هناك حماية قانونية فعلية خاصة بحماية المستهلك من كل هذه الأساليب المؤدية إلى تكتيب وتضليل المستهلك إلا بعد 1945، أي بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، أين عجز الإنتاج عن الوفاء بالطلب، أين ضاق الناس درعا بها، كل هذا أدى بالدول إلى إصدار عدة تشريعات تحت عنوان الحماية الوقائية للمستهلك.

بالرجوع إلى المشرع الجزائري نجد أنه لم يتبنى أي قانون يتعلق بحماية المستهلك في ظل الاقتصاد الموجه القائم على المركزية إلا بعد انتقاله إلى نظام اقتصاد السوق القائم على المنافسة الحرة، كل هذه الأسباب و الانتقال من نظام اقتصادي إلى نظام اقتصادي آخر فرض على المشرع الجزائري وضع قواعد خاصة تنظم و تبين كيفية توفير هذه الحماية للمستهلك و بيان الجزاءات المترتبة عن الإخلال بهذه القواعد، فقام المشرع الجزائري بإصدار قانون 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، و بالطبع بعد صدور هذا القانون تبعته عدة مراسيم مطبقة له.¹

إن الهدف من سن هذه القوانين هو حماية مصلحة وسلامة المستهلك بصفة عامة.

كما نجده أيضا قد عرف المستهلك في المادة الثانية من المرسوم التنفيذي رقم 90-39 الصادر في 30 جانفي 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش على أنه: " كل شخص يقتني

¹ قانون 89-02، مؤرخ في 07 فبراير 1989، متعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر، عدد 06، صادر في 08 فبراير 1989.

بثمن أو مجانا منتوجا أو خدمة معد للاستعمال الواسطي أو النهائي لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر، أو حيوان يتكفل به.²

إن إن المحور الرئيسي لهذا الموضوع هو الحماية التي خصصها المشرع لحماية مصلحة المستهلك من خلال القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.³

يعود اختيار هذا الموضوع إلى كون موضوع حماية المستهلك حديث نسبيا ومتطور باستمرار نظرا لتغيير التشريعات الخاصة به، فالمخاطر المحدقة بالمستهلك في تغيير دائم، هذا ما أدى بالمشرع الجزائري إلى حتمية مواكبة هذه المخاطر و ذلك بسن تشريعات جديدة كلما دعت الحاجة لذلك ، وهذا بهدف تحقيق حماية أفضل للمستهلك، و إضافة إلى ذلك حساسية هذا الموضوع وقلة الدراسات في هذا المجال، و أهمية هذا الموضوع تتضح من خلال ما يشهده من حيوية تشريعية محلية و دولية، و ما يحتويه من طابع تقني يستدعي الوقوف على مدى نجاعته و فعاليته و تحقيقه حماية حقيقية للطرف الضعيف و هو المستهلك، و الهدف الذي يصبوا المشرع من وراء هذا القانون.

وهذا ما يستوقفنا عند ذكر دور الإعلام في حماية المستهلك من جميع المخاطر المحدقة به، وهذا الأخير يعتبر من أحد الأساسيات التي يجب توفرها لضمان حماية حقيقية للمستهلك، وهذا من خلال توعية وتحسيس هذا الأخير حول المنتجات المعروضة للتسويق، وذلك بالاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة عن طريق الإعلانات والإشهاريات ومختلف الطرق التي أقرها المشرع الجزائري في القوانين المتعلقة بحماية المستهلك.

ومن جهة أخرى نجد أن الأطراف الملزمين بالإعلام في عقود الاستهلاك نذكر منهم المنتج الذي لم يكلف المشرع الجزائري نفسه بتعريفه، بل اكتفى فقط بتعريف الإنتاج والمنتج، إضافة إلى جانب المنتج نجد مدين آخر وهو الموزع الذي يقع عليه هو أيضا عبئ إعلام المستهلك بمختلف البيانات المتعلقة بالمنتج.

² مرسوم تنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 يناير 1990، المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، عدد 05، صادر في 31 يناير 1990.

³ قانون 03-09، مؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج ر عدد 15، الصادر في 08 مارس 2009.

وتتجلى أهمية هذا الموضوع في حد ذاته، حيث يعتبر من موضوعات الساعة، ومحل اهتمام من طرف الهيئات الدولية والوطنية، فإن حماية حق المستهلك في الإعلام يعطي شفافية أكبر للممارسات التجارية التي يأتي بها العون الاقتصادي، لأنه الركيزة الأساسية التي تقوم عليها الدورة الاقتصادية في البلاد والمحافظة عليه في نفس الوقت، وهي حماية الاقتصاد الوطني والعون الاقتصادي أيضا، وكذا حماية القدرة الشرائية للمستهلك بتبصيره عن السعر وإمكانية اختياره للسلعة حسب قدرته الشرائية.

أما الدوافع الشخصية التي دفعتنا إلى هذا الموضوع تتمثل في اكتشاف وحصد المعارف حول مختلف الجوانب الملزمة لهذا الموضوع خاصة الجانب القانوني منه.

إن دراسة هذا الموضوع يتطلب تجسيد وسائل فعالة على أرض الواقع لحماية المستهلك، مما يتطلب تحليل هذه الوسائل على آليات الحماية التي أقرها المشرع ومدى فعالية هذه الوسائل على أرض الواقع، وبناء على ما سبق، تتمحور الإشكالية لهذا البحث الكشف عن القواعد والوسائل القانونية لحماية المستهلك، فما مدى فعالية الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك؟

لذا حاولنا دراسة هذا الموضوع لمعرفة ما مدى فعالية الإعلام كوسيلة لحماية المستهلك وإن كانت هذه الوسيلة تحوز على فعالية لحماية المستهلك، وذلك بإتباع المنهج التحليلي الذي يناسب طبيعة الموضوع.

ومن خلال العمل في هذا الموضوع توصلنا إلى تقسيم الدراسة إلى فصلين وفق لتسلسل منهجي وتتسق بين الفصول حتى لا يكون البحث أعرج، بحيث نتناول في الفصل الأول الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك ومنه سنتطرق في المبحث الأول إلى مقصود الالتزام بالإعلام والطبيعة القانونية له، أما في المبحث الثاني نتناول فيه محل الالتزام بالإعلام وأطرافه.

ونقوم في الفصل الثاني ببيان الحماية المقررة للمستهلك الذي نقوم بتقسيمه إلى مبحثين، نتناول في المبحث الأول وسائل الحماية وجزاء الإخلال بها، أما المبحث الثاني نخصه للدعاوى القضائية المتاحة للمستهلك.

الفصل الأول

الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك

أدى التقدم الصناعي والتطور التكنولوجي إلى ظهور منتجات معقدة ذات تقنية متطورة لم تكن موجودة من قبل، ونظرا على زيادة الإقبال على استهلاكها نتيجة تطور وسائل الإعلام التي تتفنن فيها الشركات الإنتاجية الكبرى، والتي غالبا ما تكون مظلة بهدف تحقيق أقصى الأرباح.

فرغم أن هذه المنتجات تحقق الرفاهية والمتعة للمستهلك إلا أنها في الوقت نفسه تسبب له أضرار بليغة لكونه يقدم على استهلاكها دون أن يبالي بجسامة الأخطار التي تهدد سلامة جسده وممتلكاته، لذا كان لابد من أن يتقرر للمستهلك عند اقتناء السلعة حق في مواجهة المنتج وكذا الموزع بإعلامه بحقيقة السلعة وعناصرها وصلاحيتها وكيفية تفادي المخاطر التي تنجم عن سوء الاستعمال، فالالتزام بالإعلام يعد إجراء وقائيا يتمثل في تقديم البيانات حول كيفية استخدام المنتج واستهلاكه وتحذيره من المخاطر.

في هذا الصدد عملت مختلف التشريعات تحت تأثير جهود القضاء على اتخاذ وسائل للحد من هذه الأضرار التي تلازم المستهلك في جميع مراحل حياته، إذ كان للقضاء الفرنسي دورا لا يستهان في إقرار نوع من الحماية للمستهلك، فكانت أول خطوة هي محاولة تفعيل نصوص القانون المدني لضمان حماية أوسع للمستهلك، خاصة أن القواعد العامة الواردة حول ضمان العيوب الخفية لا تحقق حماية فعالة لاسيما في مواجهة نوع من الأضرار التي تنجم عن العيوب والماسة بسلامة المستهلك.⁴

في عملنا هذا سنقتصر على إلقاء الضوء حول الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك الذي ينشأ على عاتق المنتج (كمبحث أول) كما نقوم في (المبحث الثاني) ببيان محل الإعلام وأطرافه.

⁴ سي يوسف زاهية حورية، الالتزام بالإفشاء، عنصر من ضمان سلامة المستهلك، المجلة النقدية للقانون والعلوم

السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري-تيزي وزو، عدد 2، 2009، ص، 56.

المبحث الأول:

الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك

إن أول من تطرق إلى فكرة الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك هو القضاء، كما نجد أيضا أن الفقه أولى لهذا الموضوع أهمية كبيرة.

ويمكن القول إننا اليوم محظوظين، لان الالتزام بالإعلام من أكثر المواضيع اهتماما وعناية لدى الفقهاء والمشرعين، عكس الفقيه الفرنسي الذي لم يجد أمامه سوى الاجتهادات القضائية وقواعد القانون المدني.

على ضوء ما تقدم، فسوف نقوم بتبسيط المسألة وذلك بالتطرق في المطلب الأول إلى مقصود الالتزام بالإعلام، وإلى الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام كمطلب ثاني.

المطلب الأول:

مفهوم بالالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك

ألقي على عاتق المحترف خاصة البائع المحترف المتخصص التزام يتمثل في واجب إعلام المستهلك بكل البيانات المتعلقة بالمنتج، وهذا مرتبط بحماية المستهلك⁵ ففقد أصبح الالتزام بالإعلام من أهم الوسائل المقررة لحماية المستهلك، وذلك بدءا من المرحلة السابقة للتعاقد الى مرحلة إبرام العقد.

ف نجد المشرع الجزائري نص عليه في الفصل الخامس من قانون 09-03 تحت عنوان "إلزامية إعلام المستهلك" في المادتين 18 و 19،⁶ ورغم هذه العناية التي أبدتها التشريعات إلا أن الفقه ما زال مختلف في مسألة تعريفه.

مما تقدم سنقسم هذا المطلب إلى فرعين، الأول سنقوم بتعريف الالتزام بصفة عامة، أما الفرع الثاني نخصه لتعريف الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك.

⁵ سي يوسف زاهية حورية، الوجيز في عقد البيع (دراسة مقارنة)، د ط، د س ن، ص 264.

⁶ قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، متعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

الفرع الأول:

تعريف الالتزام بصفة عامة

تنقسم الحقوق المالية بصفة أساسية إلى حقوق عينية وأخرى شخصية، فهذا هو التقسيم الجوهري الذي يقوم عليه القانون المدني المصري، وقد اتخذت المجموعة المدنية منهاجا رئيسيا لها في سرد أحكامه، إذ بعد أن اتخذت المجموعة المدنية منهاجا رئيسيا لها في سرد أحكامه، إذ بعد أن تضمنت هذه المجموعة الأحكام العامة في الكتاب الأول والتي يقوم عليها القانون في مجموعة انقسمت إلى قسمين أساسيين هما:

القسم الأول: يحتوي على الحقوق الشخصية أو الالتزامات والعقود

القسم الثاني: يحتوي على الحقوق العينية.

نحن ما يهمنا في دراستنا في هذا الموضوع هو القسم الأول أي الالتزامات و الحق الشخصي بحيث يطلق عليه حق الدائن (droit de créance)، فقد قام جمهور من الفقهاء بتعريفه على أنه: "هو رابطة أو علاقة قانونية بين شخصين بمقتضاها يلتزم أحدهما بأن يؤدي للأخر عملا معيننا أو يمتنع عن أداء معين لصالحه".⁷

إن هذا التعريف مستمد من فقهاء القانون الروماني، بحيث يرون أن الحق الشخصي يتضمن أساسا علاقة قانونية بين طرفين، الدائن و المدين، بحيث هذه العلاقة لا تنشأ إلا إذا وجد طرفيها، مثلا ورد في المادة (123 مكرر 1) من القانون المدني الجزائري على أنه: «من وعد الجمهور بجائزة يعطيها عن عمل معين يلتزم بإعطائها فورا، و قبل القيام أي قبل وجود الدائن».⁸

7 محمد صبري السعيد، شرح في القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للالتزامات، الجزء الأول، (مصادر

الالتزام، التصرف القانوني)، العقد المنفردة، دار الهدى، عين مليلة، 2004، ص11.

8 أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر عدد 78، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975. معدل ومتمم بالقانون 05-10 مؤرخ في 20 يونيو 2005، ج.ر عدد 44، صادر بتاريخ 26 يونيو 2005، ومعدل بالقانون 07-05، المؤرخ في 13 مايو 2007، ج.ر عدد 31، صادر بتاريخ 13 مايو 2007.

كما وردت تعاريف أخرى على الالتزام نذكر منها البعض: "الالتزام واجب قانوني خاص يتحمله شخص معين يسمى المدين، و يتضمن قيامه بأدائه أو امتناعه عن عمل ذي قيمة مالية لصالح شخص آخر يسمى الدائن، يكون له سلطة إجباره على أدائه"⁹.

أولاً: خصائص الالتزام

- يقوم الالتزام على طرفين، طرف إيجابي هو الدائن وطرف سلبي هو المدين، بحيث لا يشترط وجود الطرفين إلا وقت تنفيذ العقد.
- إن محل الالتزام قد يكون عمل معين يقوم به المدين لحساب الدائن، وقد يكون عبارة عن إمتناع عن عمل معين كان يجوز القيام به لو لا وجود الالتزام، كالامتناع عن المنافسة مثلاً.
- يجب ان يكون الالتزام أداء مالي، اي يمكن تقييمه بالنقود، وإذا كان غير ذلك فإننا لم نكن بصدد الالتزام بالمعنى الفني الدقيق.
- يعتبر الالتزام واجب قانوني، فإذا امتنع المدين القيام به يمكن جبره، فالالتزام يتكون من عنصرين، مديونية ومسؤولية فالأولى: هي الواجب الواقع على المدين في القيام بالأداء المطلوب أما الثانية: هي إمكان إجبار المدين على القيام بهذا الأداء بما خوله القانون من سلطة للدائن على هذا الإجبار.

ثانياً: أنواع الالتزامات

نجد الالتزام ينقسم من حيث الحماية القانونية إلى التزام مدني والتزام طبيعي، ومن حيث المحل ينقسم إلى التزام بإعطاء والتزام بعمل، والتزام بالامتناع عن عمل، ومن حيث مدى اتصال أداء المدين بالتزامه بالغاية التي يستهدفها الدائن، ينقسم الالتزام على التزام ببذل العناية والتزام بتحقيق نتيجة، وتنقسم أيضا إلى التزامات إدارية وغير إدارية.

⁹ محمد صبري السعيد، مرجع سابق، ص، ص14-15.

أ - التقسيم من حيث الحماية القانونية:

يقوم الالتزام المدني على عنصرين المديونية والمسؤولية، فالقانون يحمي حقوق الدائن، لذلك يمكن إخبار الدائن على تنفيذ التزامه، وذلك يجعل السلطات العامة في خدمة الدائن، فهذا هو الوضع العادي في الالتزام.

الالتزام الطبيعي هو التزام يقع بين الواجب الخلفي للالتزام المدني، بحيث لا يجبر فيه المدين على تنفيذه. إذ أنه يفتقد عنصر المسؤولية، و من أمثلة الالتزام الطبيعي ما نصت عليه المادة (320) من القانون المدني الجزائري: "يترتب على التقادم انقضاء الالتزام و لكن يتخلف في ذمة المدين التزام طبيعي..."¹⁰

ب - التقسيم من حيث المحل:

تنقسم بدورها إلى التزام بإعطاء والتزام بعمل والتزام بالإمتاع عن عمل.

1 - الالتزام بإعطاء:

هو ذلك الالتزام الذي ينشئ حق عيني أو نقله، ومثال عن ذلك التزام البائع عن نقل الملكية، أو دفع مبلغ من النقود أو تسليم أشياء أخرى. إن الالتزام بإعطاء هو في الحقيقة التزام بعمل، فالبائع يجب عليه القيام بكل الأعمال والإجراءات اللازمة لنقل الملكية أو الحق العيني إلى الدائن.

2 - الالتزام بالعمل:

عندما يكون عمل يستوجب على المدين القيام بذلك العمل، و قد يكون العمل مادي كحالة إقامة بناء، أو القيام بأداء خدمة معينة، كما قد يكون العمل قانوني مثل قيام الوكيل بتصرف قانوني نيابة عن الموكل و لحسابه، و هناك حالات لا يمكن للمدين أن ينوب عنه شخص آخر في

¹⁰ أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج ر، عدد 78، صادر في 30 سبتمبر 1975، معدل ومتمم.

أداء التزامه، مثل الطبيب و في هذه الحالة يجب على المدين القيام بتنفيذ عمله بنفسه، للمادة (169) من القانون المدني الجزائري.¹¹

3-الالتزام بالامتناع عن عمل:

هناك حالات يستلزم على المدين الامتناع عن تنفيذ بعض التصرفات كي لا يسبب في تضرر الدائن.

قد يكون الامتناع عن عمل مادي كالتزام التاجر بعدم منافسة تاجر آخر في نفس سلعة معينة، كما قد يكون الامتناع عن عمل قانوني كالتزام البائع بعدم ترتيب أي حق على الشيء المباع للغير.

فاذا أخل المدين بالتزامه يجوز للدائن المطالبة بإزالة ما وقع مخالفا للالتزام، هذا ما أفترته المادة 173 من القانون المدني الجزائري.¹²

ج-الالتزام ببذل عناية والالتزام بتحقيق نتيجة:

إذا كان الأداء هو الغاية والهدف اللذين يسعى الدائن إليهما من إنشاء الالتزام، كنا بصدد التزام بتحقيق نتيجة، أما إذا كان مضمون أداء المدين ليس هو الغاية أو الهدف النهائي الذي يرمي الدائن إلى تحقيقه بل الوسيلة التي تؤدي إلى تحقيق غاية الدائن و هدفه النهائي كنا بصدد التزام ببذل العناية، كالتزام الطبيب فههدف المريض هو الشفاء و الوسيلة لتحقيق الهدف هو قيام الطبيب بالعلاج، فالتزام الطبيب هنا هو التزام ببذل عناية.¹³

¹¹ أنظر المادة 169 من الأمر رقم 75-58 متضمن القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

¹² أنظر المادة 173 من الأمر رقم 75-58 متضمن القانون المدني الجزائري، المرجع نفسه.

¹³ محمد صبري السعدي، مرجع سابق، ص، ص، 18-20.

د- الالتزامات الإرادية والالتزامات الغير إرادية:

هذا التقسيم من حيث المصدر، فأساس الالتزامات الإدارية هي الإرادة المنفردة التي تنشئ الالتزام، أما الالتزامات الغير إدارية تنشأ دون تدخل الإرادة المنفردة في ذلك، فهي تلك التي عن العمل الغير مشروع أو الإثراء بلا سبب.

الفرع الثاني

الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك

يعد الالتزام بالإعلام من الالتزامات التي كثر عليها الحديث في الآونة الأخيرة، وتعد جزءا لا يتجزأ من الواجبات من الملقاة على عاتق أطراف العقد. ويمكن القول أن الإعلام هو الإخبار أو الإخطار بواقعة أو حدث معين لم يكن معروفا من قبل حتى يتمكن الطرف الأخر من معرفة الخبر أو ذلك الشيء الجديد. إن الالتزام بالإعلام أوجده القضاء، بحيث يجب على الطرف الأكثر دراية إبلاغ الطرف الأخر بالبيانات المتعلقة بالموضوع.

إن فكرة إعلام المستهلك هي فكرة قديمة ، بحيث ورد ذلك في الشريعة الإسلامية بتسمية "خيار الرؤية"، و نجده اليوم في القانون المدني الجزائري في المادة (352)¹⁴ و نص المادتين (4و3) من القانون رقم 89-02 المؤرخ في 07 فبراير 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك.¹⁵

يعد الفقيه "جوقلار" أول الفقهاء الذين تطرق إلى فكرة الإعلام في العقود سنة 1945 ، بحيث اعتبره أن مخالفته يعد عيبا للرضا و يجب أن يكون إعلام المستهلك في المرحلة ما قبل التعاقد، حتى يتمكن المستهلك بمعرفة كل البيانات و المعلومات المتعلقة بالشيء محل الالتزام،

¹⁴ محمد صبري السعيد، مرجع المرجع، ص20.

¹⁵ قانون رقم 89-02 مؤرخ في 7 فبراير 1989، يتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر، عدد 6، صادر في 08 فبراير 1989.

فالإعلام قبل التعاقد يطلق عليه تسمية الإشهار، و يكون إما بوسائل مرئية كالتلفاز أو السمعية كالإذاعة كما يمكن أن تكون عن طريق الكتابة في الجرائد، و الهدف من كل هذا هو تكوين لدى المستهلك فكرة على ذلك المنتج حتى يتمكن من اختيار الشيء الذي يتناسب مع احتياجاته الخاصة.

أما الالتزام التعاقدى هو ذلك الذي يكون أثناء تنفيذ العقد، ففي هذه المرحلة يجب على البائع أن يقوم بتزويد كل البيانات الضرورية عن المبيع للمستهلك، ويكون ذلك بصفة شاملة لكل المخاطر وسبل الاستعمال، وهذا يعد تطبيقاً لمبدأ حسن النية في تنفيذ العقد، ويعرف بالوسم الذي سنعرفه لاحقاً يؤدي عدم تنفيذه إلى ترتيب المسؤولية العقدية.

لم تعطي التشريعات الحديثة تعريفاً للالتزام بالإعلام، بل اكتفت بذكر وجود التزام عام ملقى على عاتق المدين وهو إعلام المستهلك، رغم ذلك هناك فقهاء أعطوا أهمية كبيرة للموضوع، حيث قاموا بتعريف الالتزام، فهناك من عرفه على أنه "التزام عام يغطي المرحلة السابقة على التعاقد في جميع عقود الاستهلاك، ويتعلق بكافة المعلومات اللازمة لإيجاد رضا حر وسليم".¹⁶

وقام أيضاً البعض بتعريفه على أنه "بوح للمستهلك بما يجعله على بينة من المبيع وإدراك لخصائصه".¹⁷

على ضوء ما تقدم نقوم بتعريف الإعلام لغة ثم اصطلاحاً كما نقوم وبيبان دوره في تنوير إرادة المستهلك.

¹⁶ سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص، ص، 264-265.

¹⁷ علي بوليحة بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، الجزائر، د، س ن، ص، 55.

أولاً: تعريف الإعلام:

1- لغة:

إن الإعلام جاء من فعل أعلم، يعلم، إعلاماً، أي أخبره، جعله يعرف.¹⁸

2- اصطلاحاً:

يقصد به عملية توصيل الأحداث الأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة، سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة، ويشترط في الإعلام المصادقية والوضوح. أو هو نشر الحقائق والمعلومات والإخبار بين الجمهور بقصد نشر الثقافة و تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي، ليس بقصد الربح، فهو يعد بذلك من وسائل الربط و الاتصال بين الأفراد.¹⁹

ثانياً: المقصود بالإعلام ودوره في حماية رضا المستهلك

1- المقصود بالإعلام:

هو بوح التاجر للمستهلك ما لديه من بيانات تتعلق بالعقد حتى تنير إرادته، ويجب الإدلاء بكل المعلومات طالما أنت لها أهميتها في التعاقد، بحيث قام المشرع الجزائري في المادة 17 من قانون الاستهلاك بإلزامية إعلام المستهلك التي تنص على: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى."²⁰

نلاحظ أن المشرع الجزائري قام بتوضيح إلزامية الإعلام في العقود العادية، وترك العقود الإلكترونية دون نصوص أو توضيح في ذلك، عكس المشرع الفرنسي الذي ضمن في قانون المستهلك ما يعرف بحماية المستهلك في مجال التعاقد عن بعد.

¹⁸ المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، د ب ن، د ط، 1989. ص، 860.

¹⁹ حمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية لحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، د ب ن، 2006، ص، 261.

²⁰ المادة 17 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

2- دور الإعلام في حماية رضا المستهلك:

يعتبر الإعلام وسيلة حديثة لتوعية المستهلك وتعريفه بمظاهر التطور التكنولوجي، خاصة ما يتعلق منه بطرق تصنيع المنتجات وتقنيات حفظها وتجميدها وتخزينها، وشروط ذلك وكيفية استخدام السلع المختلفة بالطرق السليمة لتفادي أخطار جسيمة التي قد تلحق بصحة وأمن المستهلك.

ويلعب الإعلام دوراً أساسياً في حماية رضا المستهلك، بحيث يقوم بمساعدته للحصول على المنتجات والخدمات التي تحتاج إليها في حياته اليومية، كما يقوم بتبيان استعمالها بطريقة جيدة وأمنة لصحتهم فالإعلام عامل من عوامل شفافية السوق، لأنه يقوم بالكشف عن جرائم الغش والخداع ومحاولة المتاجرة بصحة وأرواح المستهلكين في المواد الغذائية المصنعة والغير المصنعة، وهو كذلك وسيلة ردع خاصة وعامة، لأنه يبين أحكام العقوبات التي يمكن أن توقع على كل غشاش ومخادع.²¹

المطلب الثاني:

الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام

إن أهمية البحث في هذه الجزئية أن الالتزام بالإعلام نجده واجب قانوني يأخذ به المدين اتجاه الدائن قبل قيام العقد أو المرحلة السابقة للعقد، ذلك بتقديم بيانات خاصة بالمبيع أو الشيء محل العقد، وتسمى هذه المرحلة بالالتزام بالإعلام قبل التعاقد، والهدف منها هو تنوير إرادة المستهلك لكي تكون إرادته صحيحة غير مشوبة بعيب من عيوب الإرادة، كما يفرض على المنتج في مرحلة تنفيذ العقد بهدف ضمان سلامة المستهلك وتمكينه من الانتفاع بسلعة أو الخدمة محل التعاقد.

²¹ كريمة بركات، «التزام المنتج بإعلام المستهلك»، مجلة المعارف"، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، عدد6، جوان2009، ص167.

أما الالتزام قبل التعاقد هو التزام سابق على مرحلة العقد، حيث قام المشرع بتحديد موضوع الجزاءات التي تطبق عليه في حالة الإخلال به، كما أن المشرع يفرض الالتزام بالإعلام أيضا في مرحلة تنفيذ العقد الإدلاء ببعض البيانات، خاصة تلك المتعلقة بكيفية صنع المنتجات أو الاحتفاظ بها.

من خلال ما سبق يتبين لنا أن الالتزام قبل التعاقد والالتزام التعاقدية ليس لهما طبيعة واحدة، لأن الالتزام قبل التعاقد ذا مصدر قانوني، أما الآخر فمصدره العقد، من هنا يمكن تحديد طبيعة كل منهما.

الفرع الأول:

تحقيق نتيجة

أدى توسع القضاء في مجال حماية المستهلك بتشديد نوع من المسؤولية للمحترفين بافتراض علمهم بمخاطر المنتجات المعيبة، ما جعل هذا هو تحقيق نتيجة؛ أي يلتزم المحترف بسلامة المستهلك من المنتجات وتترتب مسؤولية المحترف بوقوع الضرر للمستهلك ولا يمكنه التنصل منها.²²

يترتب على اعتبار الإلتزام بالإعلام إلتزاما بتحقيق نتيجة، في حالة المخالفة للإلتزام من طرف المدين يجب على الدائن إثبات عدم التنفيذ من قبل المدين للإلتزامه، حتى تتقرر مسؤوليته، وفي صدد الإلتزام بالسلامة يقول البعض لقد مد القضاء نطاق المسؤولية العقدية، غير مترددا في تحرير الدائرة العقدية وهو مالم يفكر فيه الأطراف بدون شك، وقد فعل المشرع ذلك لإعفاء الضحية من عبئ الإثبات، ولأجل بلوغ هذا الهدف، فقد كان ينبغي على المشرع تحليل هذا الإلتزام العقدي بالسلامة إلى التزام بنتيجة déterminée بالتالي أنه تماشيا مع منطوق هذا الرأي وقياسا عنه، يمكن القول أن منطوق الحماية للمستهلك يستدعي اعتبار الإلتزام بالإعلام إلتزاما

²² الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك: دراسة مقارنة، دار الجامعة الحديثة، الإسكندرية، 2015، ص،

بتحقيق نتيجة، أن ذلك تخفيف لعبء الإثبات عن المستهلك، وهو الطرف الضعيف في مواجهة المتدخل له نفوذ اقتصادي كبير يحدث خلافا في العلاقة العقدية، و ما على المستهلك إلا أن يثبت عدم التنفيذ من جانب المدين للالتزام فقط. وهذا يكفي تقرير مسؤولية المدين الذي لا يستطيع التخلص منها إلا بإثبات السبب الأجنبي أو إثبات خطأ الغير، كما هو مقرر في القواعد العامة للإثبات.

مما يؤيد وجهة نظرنا، أنه في صدد الإلتزام بالإعلام خاصة في الفترة قبل التعاقدية، فإن المدين بالالتزام بالإعلام يكون عليه التزام بالكلام، و ليس بالكتمان أو السكوت و هو ما اعتبره القضاء بمثابة تدليس، و يعتبر سكوته أو كتمانته تدليسا يستوجب بطلان، و إذا كان القضاء يعتبر الإلتزام بالإعلام إلتزاما بوسيلة، فإنه من المستحسن جعله التزاما بتحقيق نتيجة، فإن لم يكن إلتزاما بتحقيق نتيجة بالمعنى المتعارف عليه، بمعنى أن بمجرد عدم تحقق النتيجة يقيم مسؤولية المدين الذي لا يستطيع نفيها إلا بالسبب الأجنبي أو خطأ الغير، فإنه يمكن أن يكون إلتزاما بنتيجة مخفف *atténuée*؛ بمعنى أن المدين يعفي نفسه من المسؤولية إذا أثبت أنه لم يرتكب خطأ؛ أي تقوم المسؤولية في هذه الحالة على أساس خطأ مفترض، و بالتالي يمكن إثبات عكس ذلك من قبل المدين، و هذا الإلتزام بتحقيق نتيجة المخفف يعتبر مقابل ذلك الإلتزام بنتيجة المشدد *aggravée*.

ثمة مؤشرات تؤدي إلى جعل الإلتزام بالإعلام التزام بنتيجة، فيرى البعض أن الإلتزام بالنصيحة، قد يكون أحيانا إلتزاما بتحقيق نتيجة، وذلك في بعض العقود، حيث يتفرع عنها التزام بتحقيق نتيجة، مثلا كما هو الحال بالنسبة للموثق *notaire* الذي هو مجرد ناصح (مستشار) *conseiller* فيما يتعلق بالشروط الخاصة بفعالية العقد *acte* الذي يقدمه. فهو يكون ملتزما بالتزاما بتحقيق نتيجة فيما يتعلق بالصحة القانونية *correction juridique* للعقد.²³

²³ أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك «إزاء المضمون العقدي»، دار النهضة العربية، القاهرة 1994، ص، 193.

كما أن الفقه أعطى أهمية لهذه الجزئية، بحيث يرى فريق من الفقهاء أن المحترف ملزم بإعلام المستهلك، خاصة في العقود التي ترد على الأشياء الخطيرة، بحيث يعتبر إلزاما بتحقيق نتيجة.

أنتقد هذا الاتجاه بانتقادات كثيرة، ذلك على أساس أنه ينشئ معيارا جديدا لتحديد طبيعة الالتزام العقدي، يعود على جدوى الالتزام بالنسبة للدائن مخالفا بذلك المعايير التي استقر عليها الفقه و القضاء في هذا الصدد.²⁴

كذلك فإن ثمة ظواهر مختلفة تساهم على حد تعبير البعض في توجيه الإلتزام بالإعلام والنصيحة نحو جعله إلتزاما بنتيجة، حيث يحدث أن تكون النتيجة تتحدث نفسها بدون حاجة إثبات الضحية لها؛ أي أن وجود الضرر يكفي لافتراض الخطأ السببي، و النزاع هنا يتجه نحو محاولة البائع لتبرئة نفسه، و كذلك فإن المخالفة للالتزام بالنصيحة تكون أحيانا معاقبا عليها، بطريقة غير مباشرة على أساس التزام آخر للبائع، ذلك الذي ينعكس فقط على طبيعة هذا الواجب، و إنما أيضا على جزائه و لهذا يجب اعتباره التزاما بتحقيق نتيجة.²⁵

عليه نستنتج أن كل المبررات تشجع على إعتبار الإلتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة، نظرا لما يمثله ذلك من حماية للمستهلك.

الفرع الثاني:

بذل العناية

يرى الفقه و القضاء أن الإلتزام ببذل العناية ملقى على عاتق المحترف، بائعا كان أو منتجا، ذلك أنهما مطالبين باستخدام كافة الوسائل التي من شأنها أن تجعل الإلتزام مفيد للمستهلك، فعلى البائع الإدلاء بالبيانات أو المعلومات وفقا للقانون، لكنه لا يضمن إتباع المستهلك لهذه

²⁴ الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، ص، 145.

²⁵ أحمد محمد محمد الرفاعي، مرجع سابق، ص، 194.

المعلومات، فإذا ما تضرر أحدهم من الشيء المباع كان عليه أن يثبت إخلال المهني بالتزامه بالإعلام، فالمدين يجب أن يحرص و يقوم ببذل العناية عن تقديم المعلومات اللازمة للدائن (المستهلك) ذلك لتتویر إرادة هذا الأخير للتعاقد معه، و من جهة أخرى يبرئ ذمته بمجرد إعلام المستهلك و لضمان سلامته حال تنفيذ العقد.

نجد القضاء الفرنسي قد أكد في العديد من أحكامه أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل العناية، بحيث نجد الحكم الصادر عن محكمة استئناف باريس الصادر في 12 جويلية 1972 في صدد مورد أجهزة الإعلام الآلي تقرر أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل العناية²⁶، بحيث أفصحت أن المورد ليس ملزما بتحقيق نتيجة، فالأصل هو بذل عناية ولا يمنع أن يكون التزاما بتحقيق نتيجة خاصة فيما يخص الالتزام التعاقدی بالإعلام الذي يجد مجال تطبيقه في مرحلة العقد.

يرى البعض، أننا لا ننتظر إطلاقا من المدين أن يحل محل الدائن في إتخاذ القرار، إننا لا ننتظر منه، أيضا، أن يضمن النتيجة النهائية للعملية العقدية. والقول بخلاف ذلك يعني غض النظر عن موقف الدائن الشخصي في اختياره الخاص لتصرفاته اللاحق لتنفيذ الاتفاق.

نفس المبدأ قرره محكمة النقض الفرنسية في صدد مسؤولية صانع مواد تستخدم في الرسم إزاء رسام، بسبب نقضه بالتزامه بالإعلام فقررت مسؤولية الصانع لعدم إعلام المشتري عن شروط الاستخدام والاحتياطات الواجبة مما أدى إلى حرمان المشتري من استخدام المنتج استخداما صحيحا مطابقا للعناية المقصودة منه، وقررت أن المسؤولية هنا عقدية وأن التزامه بالإعلام هو التزام ببذل عناية²⁷. مع العلم بأن المشتري هنا رسام ويفترض أنه يعلم بخصائص المنتج. وهو ما جعل محكمة أول درجة ترفض تقرير مسؤولية المنتج بدعوى أن المنتج غير

²⁶ PARIS, 12 juillet 1972 gaz-2-juris.p.804, note j. magret.

²⁷ Cass. Civ. 1er ch. .23 avril. 1985, d. 1985 juris, p. 585, note. s. Dion.

خطر وغير معقد. لكن محكمة النقض رفضت هذا الحكم وقررت مسؤولية الصانع، وقالت إن الالتزام بالإعلام لا يستهدف ضمان النتيجة محل البحث.

يرى البعض أن مضمون التزام الصانع بالإعلام، لا يعرف بالنتيجة المرغوبة، وأن هذا يظهر أن التزام الصانع يجب أن يقتصر على التقديم لمعلومات تكفي في العادة لإعلام المستخدم بالسلعة حول خصائص وشروط الاستخدام، وأن هذا الحكم قد طبق بأمانة مفهوم الالتزام ببذل العناية، كما يستفاد من القضاء أن يكفي أن يقوم المتدخل بواجب الإعلام كما يفرضه عليه تخصصه.

على هذا فإن القضاء والفقهاء يكاد يجمع على أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية لأن المتدخل لا يستطيع أن يجبر المتعاقد على إتباع نصائحه. يبقى أنه طالما أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية فإنه يقع على عاتق الدائن (المشتري) إثبات عدم تقديم أو عدم الكفاية لهذا الالتزام. ولكن ما هو مقدار العناية المطلوبة في عقود النصيحة بمقابل؟

إن الالتزام بالإعلام هو المحل الرئيسي للعقد، أي تكون نصيحة بمقابل كما في العقد مع المكاتب المتخصصة في الإشارات مع الموثق، رغم ذلك فإن الالتزام هنا هو التزام ببذل عناية de soin، فالمتدخل لا يستطيع ضمان النتيجة في الوقت الذي تكون هذه النتيجة بوسع الدائن استبعادها بحرية.

تتوقف درجة العناية المطلوبة من المتدخل على الظروف المحيطة. وعلى درجة التخصص لدى المتدخل والسلطة التي يملكها في مباشرته لمهنته، كما يدخل في تقدير درجة العناية الأجر الذي يتقاضاه المتدخل وفقا لما أخذته المحكمة في اعتبارها أن الأجر الذي حصل عليه المتدخل متواضع.

ينظر أيضا إلى الوقت للمتدخل، فكما قالت إحدى المحاكم بأنه يرجع إلى مالك اللوحة، الذي طلب من الخبير أن يشهد بأن اللوحة هي فعلا من عمل الفنان المبين عليها، أن يترك الخبير وقت كاف يسمح له بالتنقيص اللازم والكافي لرفع أي شك على مدى صحتها.

كذلك فإن التقدير مدى العناية يكون في وقت، عطاء النصيحة وليس في الوقت الذي تنفذ فيه النصيحة، لأن كل نصيحة تتضمن توقع يكون احتمالي أحيانا، أو متعلق بالظاهر، يقوم على عناصر معاصرة للنصيحة، فمسؤولية المتدخل يقوم على معارف عادية ولا تقوم على يقين.

لكن الحقيقة أن المتدخل باعتباره متخصص في النصيحة وهي مهنته فإن عليه أن يدرك ويتوقع العناصر المستقبلية أيضا ويترك للقاضي تقدير كل ذلك، فهناك خيارات متعددة أمام صاحب الشأن (الدائن)، فعلى المتدخل أن يرشده إلى أقلها تكلفة، موضحا له في نفس الوقت الاحتياطات المطلوبة. وفقا لأحكام القضاء بصدد مسؤولية الموثق.²⁸

كذلك على المتدخل أن يعطي النصيحة لصاحب الشأن محذرا إياه من المخاطر المتعلقة بالنشاط، وإذا كانت ثمة علاقات عقدية دائمة بين الطرفين، فإن على المتدخل أن يعطي نصائحه وفقا للأحداث السابقة المعروفة لديه.

هذا وينبغي ألا يغيب عنا أن تقدير درجة العناية بالشكل السابق خاصة بعقود النصيحة بمقابل، التي تمثل المحل الرئيسي للعقد، وتكون هي اختصاص المتدخل المدين بالالتزام بالإعلام وهي تختلف عن الالتزام بالإعلام في العلاقة بين المتدخلين والمستهلكين. ولكن مع ذلك يمكن الإسهاء بهذه العناصر والاسترشاد بما يتناسب ويتوافق مع طبيعة العلاقات مع المتدخل والمستهلك وكون النصيحة ليست بمقابل، وكون العقد بينهم يمثل مصالح متعارضة بين الطرفين وأن على كل طرف أن يسهر على مصلحته.

²⁸ أحمد محمد الرفاعي، مرجع سابق، ص-ص، 190، 191.

هذا يعني أن المدين يبذل عناية الشخص العادي المعتاد الذي يحرص بتنفيذ التزامه وذلك إعلام الدائن عن كل البيانات، بحيث يؤدي ذلك إلى تبرئة ذمته حتى ولو لم يستفيد المستهلك أو الدائن بهذا الالتزام من المعلومات المقدمة من طرف المدين.²⁹

المبحث الثاني:

محل الالتزام بالإعلام وأطرافه

إن الالتزام بالإعلام يختلف مضمونه من المرحلة السابقة على التعاقد ومرحلة إبرام وتنفيذ العقد، كما نجد أيضا أن البيانات التي يجب على المدين الإدلاء بها للمستهلك تختلف من قانون إلى آخر، نجد منها عقود الاستهلاك التقليدية وعقود الاستهلاك الإلكترونية، هذا من جهة ومن جهة أخرى نجد هذا الالتزام فيه أطراف ونجد من بين هذه الأطراف ملزمون بإعلام المدين، وفي هذا المقام نقوم بتوضيح محل هذا الالتزام في مطلب أول ونبين أطرافه في مطلب ثاني.

المطلب الأول:

محل الالتزام بالإعلام

يقوم الالتزام بالإعلام بتوفير إرادة و رضا المستهلك حتى يتخذ القرار في التعاقد أو عدم التعاقد مع المدين الذي يعرض منتوجاته للاستهلاك، كما نجد أن الالتزام بالإعلام مرتبط بالنظرية العامة للعقد، بحيث نجد أن العقد يمر بمرحلتين لإبرامه، مرحلة تكوين العقد و مرحلة تنفيذه، لكن بهذا الصدد ثار جدال كبير بين الفقهاء حول الوقت الذي يكون مناسبا لإعلام المستهلك بالبيانات الخاصة بالمنتوج، فهناك من قال أنه يجب أن يكون الإعلام قبل التعاقد فيكون بذلك الالتزام بالإعلام قبل التعاقد، و هناك من قال أن الوقت المناسب للإعلام هو مرحلة تنفيذ

²⁹ صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون 09-03، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013-2014، ص 63.

العقد فيكون بذلك التزاماً تعاقدياً، فنحن بهذا الصدد سنخصص لكل رأي فرع مستقل عن الآخر، فالفرع الأول نخصه للالتزام بالإعلام قبل التعاقد أما الفرع الثاني نخصه للالتزام بالإعلام التعاقدى.³⁰

الفرع الأول:

الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

أولاً: تعريفه:

إن الالتزام بالإعلام قبل التعاقد يؤدي إلى تنوير إرادة المستهلك حين إقدامه على إبرام العقد ومن جهة ومن جهة أخرى يبرئ ذمة المدين من هذا الالتزام، فنجد هناك اتجاه فقهي يرى أن الالتزام بالإعلام هو التزام ينشأ في المرحلة السابقة على إبرام العقد، ويستند في ذلك إلى حجج ومبررات.

ثانياً: مبررات وحجج نشوء لالتزام بالإعلام التعاقدى

- إعلام المتعاقد لحظة إبرام العقد أو أثناء تنفيذه، يعد إجراء متأخر.³¹
 - إن هذا الالتزام أوجبه القانون كما أنه يجد أساسه في نصوصه و مبادئه العامة للعقود، كمبدأ حسن النية الذي يتجسد بالمعرفة و الجهل، فيفترض في المتعاقد الذي يحوز المعلومات بخصوص العقد أن يعلم المتعاقد الآخر كلما تعذر عليه العلم و الاستعلام من تلقاء نفسه.³²
 أما بالعودة إلى القانون الفرنسي نجد في قانون رقم 83-660 المؤرخ في 21 جويلية 1983 المتعلق بأمن المستهلك يلزم المدين إعلام المستهلك قبل التعاقد بالبيانات المتعلقة بالخصائص الأساسية للمنتجات محل علاقة الاستهلاك.³³

³⁰ عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، ط 1، الدار العلمية الدولية والثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص، 91.

³¹ عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، منشأة المعارف، مصر، 2008، ص، 189.

³² عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق، الجزائر، 2008، ص، 42.

يجب على المدين أيضا من أجل تحقيق حماية فعالة للمستهلك، أن يعرض صورة ثلاثية الأبعاد واضحة للمنتجات أو الأشياء بما تتيح للمستهلك التعرف على سلعة من خلال شاشة الحاسب الآلي عبر شبكة الانترنت، ويستلزم أيضا أن يقوم المدين بالتعريف على هويته ووسيلة الاتصال به، وإذا كان المدين شخص اعتباري يجب بيان عنوانه والمقر الرئيسي له.³⁴

ثالثا: موقف المشرع الجزائري

نص المشرع الجزائري في قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 09-03 المؤرخ في 25 فبراير 2009 في الفصل الخامس منه تحت عنوان إلزامية إعلام المستهلك في المادة 17 منه والتي تنص على ما يلي " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة."³⁵

نلاحظ أن المشرع الجزائري لم ينص ولم يعط أهمية كبيرة للوقت الذي يقوم به المتدخل بإعلام المستهلك، عكس المشرع الفرنسي الذي قدم كل البيانات التي يستوجب الإدلاء بها وقام أيضا بتحديد الوقت المناسب للإدلاء بهذه البيانات كما تم بيانه سابقا. كان على المشرع الجزائري أن يقدم توضيحات وتدقيق حول البيانات الواجب الإدلاء بها والوقت المناسب ذلك لحماية المستهلك وتوفير إرادته مما تدفعه لإبرام العقد.

رابعا: أساس الالتزام بالإعلام قبل التعاقد

يعود أصل الالتزام بالإعلام قبل التعاقد إلى المبادئ العامة للقانون، كمبدأ حسن النية الذي يقوم عليه القانون في مرحلة المفاوضات، ومضمون هذا المبدأ هو الصدق والأمانة في مواجهة الطرف الآخر.

³³ قانون رقم 83-660 المؤرخ في 21-07-1983، متعلق بأمن المستهلك، عن بركات كريمة، حماية المستهلك في

ظل اقتصاد السوق، أطروحة الدكتوراة، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014، ص، 23

³⁴ الصغير محمد المهدي، مرجع سابق، ص، ص، 133-134.

³⁵ المادة 17 من قانون رقم 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

كذا نجد الإعلان التجاري الوسيلة القانونية التي تكفل حماية المستهلك في هذه المرحلة السابقة على التعاقد، وذلك بأن تزود المستهلك بالمعلومات اللازمة والكافية عن السلعة أو الخدمة التي ستصبح فيما بعد محلا للتعاقد.³⁶ ويقوم ذلك على عدة نظريات منها:

1- الغلط:

إن الغلط هو عيب من عيوب الرضا، فنجد الفقه عرفه على أنه " وهم يقوم في ذهن المتعاقد فيصور له الأمر على غير حقيقته".³⁷

كما نجد أيضا المادة 82 من القانون المدني الجزائري تنص على أن " يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة، بحيث يمتنع معه المتعاقدان إبرام العقد حتى ولم يقع في هذا الغلط، ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة الشيء يراها المتعاقدان جوهرية أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد ولحسن النية. إذا وقع المتعاقد أو في صفة من صفاته، كانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد".³⁸

نستنتج من هذه المادة أن المطالبة بإبطال العقد يستلزم أن يكون الغلط جوهريا ويكون قد بلغ حدا من الجسامة.

2- التدليس:

عرف الفقه التدليس على أنه «حيل يلجأ إليها المتعاقد لإيقاع المتعاقد الآخر في غلط يدفعه للتعاقد".³⁹

³⁶ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص، 224.

³⁷ فاضلي إدريس، الوجيز في النظرية العامة للالتزام، قصر الكتاب، الجزائر، 2006، ص، 76

³⁸ المادة 82 من القانون رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

³⁹ علي فيلاي، النظرية العامة للعقد، ط2، مرفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص، 124.

أما القضاء الفرنسي اعتبر الكتمان تدليسا مما يؤدي إلى إبطال العقد، كما نجد أن المشرع الجزائري قد قام بنقل الاجتهاد الفرنسي و نص عليه في المادة 86 الفقرة الثانية من القانون المدني، والتي تنص على ما يلي: «يعتبر تدليسا السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة إذا أثبت أن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو لا علم تلك الواقعة أو هذه الملابسة»⁴⁰

3- العلم الكافي بالمبيع:

نجد أن المذهب الحنفي في عقد البيع ثبت خيار الرؤية للمشتري دون البائع، فمن اشترى عينا بالذات ولم يكن قد رآها لا وقت البيع ولا قبله، فإذا اشترى أحد شيء ما ولم يراه فله الحق في الخيار عند رؤية هذا الشيء.⁴¹

فالبائع ليس له الحق في الخيار، حتى ولو لم يكن قد رأى العين التي باعها قبل بيعها، وإن حق ثبوت خيار الرؤية هو وقت الرؤية لا قبلها حتى ولو أجزى البيع قبل الرؤية ورضي بالبيع.

ويقصد بخيار الرؤية ما يلي:

-رؤية المشتري للعين المبيعة.

-موت المشتري قبل أن يختار.

-هلاك المبيع كله أو بعضه.

-تصرف المشتري بالمبيع.

أما المشرع الجزائري قد أضاف إلى القواعد العامة حكم يقضي بضرورة توفر علم المشتري بالمبيع ليصلح عقد البيع، ولتحقق هذا العلم يجب توفر أحد الأمور الثلاثة وهي:

رؤية المبيع، أن يشتمل العقد على بيان المبيع وإقرار المشتري في العقد بأنه عالم بالمبيع.

هذا ما نصت عليه المادة 352 من القانون المدني الجزائري والتي تقر على أنه "يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا، ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع

وأوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه."⁴²

⁴⁰ المادة 86 الفقرة الثانية من القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

⁴¹ سي يوسف زاهية حورية، مرجع سابق، ص، ص، 54-55.

4- قواعد المسؤولية التقصيرية:

يحدث أحيانا أن القاضي يحكم عن الضرر المتولد عن الإخلال بالالتزام بالإعلام طبقا لقواعد المسؤولية التقصيرية المبنية على الخطأ، لضرر، وقيام العلاقة السببية، ذلك وفقا للمادة 1382 من القانون المدني الفرنسي التي تقابل المادة 124 من القانون المدني الجزائري،⁴³ مادام أن الخطأ ارتكب خارج إطار تنفيذ العقد، فحكم القضاء بالتعويض حينما يحكم بالإبطال للغلط أو التدليس و حكم به حتى غي غياب حكم بالإبطال للعيين السابقين الذكر.⁴⁴

5- مستلزمات العقد:

يتضح لنا من خلال هذا العنوان أنه يقع على عاتق البائع التزامات يستوجب عليه القيام والوفاء بها، منها الالتزام بالإعلام، حيث يجب عليه القيام بتوضيح استعمال الشيء المبيع للمشتري وتنبيهه إلى الاحتياطات الواجب اتخاذها عند الاستعمال، فإذا أخل بهذا الالتزام فإنه يكون مسؤولا عن الأضرار التي قد ستلحق بالمستهلك، وهذا ما ذهب إليه أغلب الفقهاء وذلك وفقا للقانون والعدالة و العرف، فنجد أن المادة 1135 من القانون المدني الفرنسي تنص على ذلك و تقابلها المادة 107 الفقرة الثانية من القانون المدني الجزائري و التي تنص "لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون و العرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام".⁴⁵

⁴² المادة 352 من القانون رقم 75-58 يتضمن القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

⁴³ المادة 124 من القانون رقم 75-58 المتضمن القانون المدني الجزائري، التي تنص: « كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه ويسبب ضررا للغير يلتزم من كان سببا في حدوثه بالتعويض".

⁴⁴ قرار صادر عن محكمة النقض الفرنسية في 15 مارس 1972، عن جرمود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص، 36.

⁴⁵ المادة 107 من القانون رقم 75-58 يتضمن القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

الفرع الثاني:

الالتزام التعاقدى بالإعلام

إن هذا الالتزام يقع على الطرف الأكثر علما ودراية وخبرة اتجاه الطرف الأقل علما وهنا الالتزام يقع على عاتق المهني فهو ملزم بتقديم الاستشارات الفنية لأنه إلتزام عقدي موضوعه التزامه (صاحب الخبرة الفنية)، بحيث يقوم بتقديم معلومات محددة في العقد واللازمة لأجل عملية معينة يحددها المتعاقدان.⁴⁶

أولا: أصل الالتزام التعاقدى بالإعلام

إن نشوء الالتزام التعاقدى بالإعلام يكون بمناسبة نشوء كل عقد على حدى فهو أقرب إلى الالتزامات العقدية العادية كتسليم الشيء المبيع مثلا أما بعض الفقهاء فقد اعتبروه مجرد التزام تبعي يسمح بحسن تنفيذ الالتزامات العقدية الأصلية.

ثانيا: الطبيعة القانونية للالتزام التعاقدى بالإعلام

1- الالتزام التعاقدى بالإعلام ببذل عناية:

ذهب جانب من الفقه أن الالتزام بالإعلام التعاقدى هو التزام ببذل العناية، فالبائع لا يتحكم في نتيجة المعلومات التي يقدمها ولا يستطيع أن يلزم المشتري بإتباعها، بل يتعهد فقط ببذل كل ما يستطيع. فقد استند أصحاب هذا الرأي إلى العديد من الأحكام الصادرة عن القضاء الفرنسي منها:

حيث جاء في قرار صادر عن محكمة استئناف باريس بتاريخ 12 جويلية 1972

بصدد دعوى حول مورد أجهزة الإعلام الآلي أن "المورد ليس ملزما بتحقيق نتيجة".⁴⁷

⁴⁶ الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، ص، 117.

⁴⁷ جرعود الباقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص54

كما نجد أن محكمة النقض أكدت على أن الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية في قرارها "البائع المحترف لا يلزم فيما يتعلق بالأضرار التي يلحقها الشيء المبيع للمشتري بتحقيق نتيجة".⁴⁸

2- الإلتزام التعاقدى بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة:

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن هذا الإلتزام أقوى من أن يكون مجرد التزام لبذل العناية، بل هو التزام بتحقيق نتيجة أو غاية، بحيث تقوم هذه الفكرة على أساس تحديد طبيعة الإلتزام بالنظر إلى ما هو مطلوب من المدين، فهل هو ملزم بنقل بيانات معينة إلى الدائن أو عليه إفهام هذا الأخير كيفية استعمال هذه البيانات فقط استعمالا صحيحا؟⁴⁹

إن الدائن أو المتدخل أو الموزع ملزم بنقل البيانات والمعلومات والإدلاء بها، ولأن اعتبار هذا الإلتزام التزام بتحقيق نتيجة هو بمثابة حماية المستهلك بواسطة تخفيف عبئ الإثبات عليه، لأنه ليس من المعقول أن الطرف الضعيف يكون في مواجهة الطرف الضعيف يكون في مواجهة الطرف القوي الذي يملك العلم والدراية لتخصصه، لذا على المستهلك أن يثبت عدم تنفيذ المتدخل للإلتزامه فقط دون حاجة لإثبات سوء النية، أي يثبت عدم تنفيذ إدلاء المنتج بالمعلومات اللازمة حتى يقيم عليه الدليل بإخلاله بالإلتزامه.

الفرع الثالث:

مبررات نشوء الإلتزام بالإعلام

نظرا لما نراه يوميا من شكاوى المستهلكين الذي قد تضرروا من الأشياء التي يشترونها، ونظرا للأحداث الخطرة التي تسبب أضرار جسمانية للمستهلكين، ونظرا للمعاملات الأفراد في هذا المجال بصورة أسفرت عن وجود ملامح القصور في تطبيق النصوص القانونية، وذلك

⁴⁸ بتقة حفيظة، الإلتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة البويرة، 2013، ص، 22.

⁴⁹ جرعود الياقوت، مرجع سابق، ص، 57.

بسبب نقص وعدم الكفاية في تطبيق النصوص القانونية، وذلك بسبب نقص وعدم الكفاية في علم وتبصير المستهلك، فإن نشوء أي التزام جديد في ظل أي نظام قانوني يستند إلى مبررات واقعية أي الواقع العلمي، فمن هنا نجد أن الالتزام بالإعلام يستند إلى مبررات واقعية أي الواقع العلمي، ونحاول فيما يلي نتناول كل منهما على الشكل التالي:

أولاً: المبررات الواقعية

نظراً لما أنتجته التكنولوجيا من وسائل جديدة تخدم مصالح المستهلك وتستهدف إلى تخفيف العبئ الذي كان عليه من قبل، لكن مقابل هذا ازداد ازدهام الأسواق بأشكال من منتجات لم تكن معهودة من قبل كالسلع الاستهلاكية والأجهزة المنزلية مثلاً.

لكن نرى بهذا الصدد أن رغم ما جلبته التكنولوجيا العلمية من قفزة نوعية لحياة الإنسان ونمط معيشته إلا أن التزايد في الإنتاج أدى إلى التفاوت بين المستعملين للتكنولوجيا في الإنتاج لهذه المنتجات والخدمات.

قام القضاء بالبحث في هذا الموضوع مستهدفاً تقليص الفجوة بين أطراف العقد، ونجد أيضاً من جهة أخرى أن المشرع أراد أن يقيم حداً لهذا المبدأ "عدم التوازن في العلم"، بحيث قام بمعالجته عن طريق منح سلطة تقديرية للقاضي في تعديل أو إلغاء ما قد يرد في العقد من شروطه التعسفية من الناحية الاقتصادية إن بعض الفقهاء الفرنسيين ذهب إلى القول أن: "العصر الحديث يكاد لا يعرف الطرف الضعيف من الناحية الاقتصادية بقدر ما يعرف الطرف الضعيف من ناحية العلم والدراية".

-أما الرأي الآخر ذهب إلى القول بأن عدم التكافؤ بين الطرفين ليس اقتصادياً بقدر ما هو عدم التكافؤ في المعلومات المتصلة بالعقد.⁵⁰

⁵⁰ عمر محمد عبد الباقي، ص 196، نقلاً عن بنتقة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق، جامعة محمد أولحاج، البويرة، 2013.

ثانيا: المبررات القانونية

أصبح القانون المدني خاصة في النظرية المتعلقة بعيوب الرضا خاصة ما تعلق الأمر بالغلط والتدليس (هذا هو الجانب الذي تدور عليه دراستنا في العقود، أي عند الالتزام بالإعلام في الاستهلاك)، عاجز على توفير الحماية بالنسبة للمستهلك و ضمان الحرية التعاقدية بسبب تغيير روابط القوة بين المتعاقدين ، هذا ما دفع القضاء الفرنسي للبحث و محاولة إيجاد وسيلة أخرى بديلة لما ذكرناه سابقا ذلك لتحقيق حماية موضوعية للمستهلك ، بحيث قام القضاء الفرنسي ببناء هذه المسؤولية على أساس مسؤولية المنتج و تعويضه عن الأضرار الناجمة عن بيع السلع أو تقديم الخدمات ذات الطبيعة الخطرة و ذلك استناد الإخلال بالإلزام بالإعلام عن المخاطر المتعلقة بالمنتج وسوء نية المنتج.

نجد أن القرار الصادر عن محكمة ليون الفرنسية بتاريخ 1972/11/20 في القضية المشهورة " CINQ SEPTO " التي راح ضحيتها 150 شخص في حريق نشب في مرقص طلياء جدرانه بطلاء قابل للاشتعال على هذا الالتزام أي الالتزام بالإعلام عن منتجاته وكيفية استعمالها وبيان مخاطر ذلك المنتج، بحيث أثبت القضاء أن سبب الكارثة يعود إلى تقصير المنتج الدهان في بيان مخاطر هذا المنتج.

حيث ترى أحكام القضاء الفرنسي أن هذا الالتزام الجديد وسيلة مناسبة لحماية رضا المتعاقد وذلك إعمالاً " لمبدأ الوقاية خير من العلاج"⁵¹

المطلب الثاني:

أطراف الالتزام بالإعلام

بلا شك، لا وجود للعقد دون وجود أطراف العقد ، فكل هذه العقود وضعت لها قوانين من أجلها بغرض تنظيمها و بيان التزامات و حقوق كل طرف ، و من هذه القوانين نجد قانون حماية المستهلك الذي يعد من أهم القوانين الحديثة نظرا لحاجة المجتمع إليه في تنظيم العلاقات

⁵¹ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 195.

الناشئة بين المنتجين أو الموردين أو الموزعين مع المستهلك ، وكذا ضبط الأسواق في إطار التوازن بين حرية ممارسة الأنشطة الاقتصادية و بين حماية الحقوق الأساسية للطرف الضعيف في مثل هذه العقود ، نظرا لكثرة التعاقد يوميا مع المنتجين ذلك باقتناء أي سلعة أو الاستفادة من أي خدمة لإشباع حاجاته الاستهلاكية ، وفي هذا الالتزام في فرعين الدائن بهذا الالتزام (المستهلك) (فرع أول) ، والمدين بهذا الالتزام (فرع ثاني).

الفرع الأول:

الدائن بهذا الالتزام (المستهلك)

يعد مصطلح المستهلك حديث الظهور في الفقه القانوني، لأنه في الأصل هو مصطلح اقتصاديا

بعد ذلك تطرق إليه الفقه القانوني بالدراسة وتوضيح مفهوم المستهلك.

أولا: تعريف المستهلك لغة واصطلاحا والاصطلاح الشرعي

1- لغة:

المستهلك هو " من لا هم له إلا أن يضيفه الناس "

فالمستهلك اسم فاعل من استهلك بضم الميم و كسر اللام و تعني بالفرنسية " CONSOMMATEUR"⁵²

في اللغة أخذ من مادة هلك، الهلك، يهلك واستهلك المال " أنفقه وأنفذه."⁵³

2-تعريف المستهلك اصطلاحا:

هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية، و حاجيات من يعولهم، و ليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني.⁵⁴

⁵² موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الإسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، جريدة رقم 88، ص 124.

⁵³ ابن منظور، لسان العرب المحيط، بيروت، دار لسان العرب، د ط، د ت ن، مادة هلك، مجلة رقم 3، ص 820.

3- تعريف المستهلك في الاصطلاح الشرعي:

هو من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجياته الشخصية وحاجيات من يعولهم، وليس بهدف إعادة بيعها أو تحويلها أو استخدامها في نطاق نشاطه المهني.⁵⁵

ثانياً: معنى المستهلك في الاقتصاد

هو الشخص أو كل من تقدم لطلب المال، سلعة، منتج أو خدمة لإشباع حاجاته النهائية أي من أجل الإشباع المباشر لحاجاته الحالية أو المستقبلية.

إلا أن هذا التعريف هناك من يرى خلاف ذلك، بحيث أنهم يرون أن مفهوم المستهلك له معنى واسع ليشمل العديد من الأشخاص الذين يستخدمون الأموال والخدمات المختلفة سواء للاستهلاك النهائي أو الوسيط، سواء كان هذا الاستخدام عن طريق الشراء أو التأجير أو بصورة مجانية، ويشمل أيضاً أولئك الذين يستخدمون الخدمات المختلفة سواء بمقابل أو بدون مقابل، وهذه الخدمات قدمت من الحكومة بمختلف فروعها أو من القطاع الاعمال أو من المهنيين بفئاتهم المختلفة أو أية جهة أخرى.

لكن نجد أن هناك انتقادات وجهت لهذا التعريف حيث قيل أنه هذا التعريف يناقص نفسه لأنه يعرف المستهلك في إطار فكرة التمييز بين الاستهلاك النهائي والاستهلاك الإنتاجي.

على ذلك فإن التعريف الاقتصادي للمستهلك هو كل من يقوم بأخر العمليات الاقتصادية التي تخصص فيها القيم الاقتصادية للمستهلك (الأموال والخدمات) للإشباع المباشر للحاجات، أي من يقوم بعملية الاستهلاك النهائي باعتبارها الغاية النهائية من الإنتاج،⁵⁶ وليس القيام بعملية الاستهلاك الإنتاجي، حيث أن الحديث عن المستهلك بصفة مطلقة قياساً على أن الاستهلاك النهائي أو الشخصي هو وحده المقصود عند الكلام عن الاستهلاك بصفة عامة.

⁵⁴ عبد الفاتح بيرمي حجازي، النظام القانوني لحماية التجاوز الإلكترونية: جزء الأول، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 138.

⁵⁵ نقلاً عن صياد الصادق، مرجع سابق، ص 31.

⁵⁶ حسين عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992، ص 8.

ثالثا: تعريف المستهلك في الفقه والقضاء

لقد حاول الفقه والقضاء الفرنسي وضع تعريف جامع للمستهلك لكنهما أخفقتا في ذلك، بحيث لم يحددوا تعريفا محددًا ودقيقًا للمستهلك، لكن نجد من عرف المستهلك بأنه ذلك الشخص الذي يمتلك أو يستخدم سلعا أو خدمات للاستخدام الغير المهني، أي لإشباع حاجياته الشخصية، وهناك أيضا من الفقه من عرفه بأنه ذلك الشخص، الذي يقد بالتصريفات القاننة أنه، يصبح ملزما في العقد لأجل إشباع حاجياته الغير

أما الفقه المصري عرفه بأنه كل شخص يقوم بإبرام تصرفات قانونية من أجل الحصول على مال أو خدمة بهدف إشباع حاجاته الاستهلاكية الشخصية والعائلية وكل هذه التعاريف هي تعاريف في صورة ضعيفة للمستهلك.⁵⁸

أما بعض الفقهاء عرفه بأنه ذلك الشخص الذي يقوم بإبرام عقود مختلفة من أجل توفير ما يحتاج إليه من السلع وخدمات وأغذية وأدوية وغيرها من المواد، ذلك لاستخدام هذه السلع أو المال في أغراضه الشخصية أو المهنية، كالطبيب مثلا عندما يشتري المعدات الطبية أو التاجر عندما يشتري أثاث محله، وهذا هو المفهوم الواسع للمستهلك.⁵⁹

أما القضاء الفرنسي قد أعطى تعريفا للمستهلك من خلال الاعتماد على الغرض من التعاقد على السلعة أو الخدمة، فإذا كانت السلعة موجهة للاستخدام الشخصي ينطبق عليه المستهلك.⁶⁰

وبذلك فهو الفرد الذي يصبح طرفا في عقد يتعلق بالتزويد بالسلع والخدمات وذلك لإشباع احتياجاته الشخصية.

⁵⁷ الصغير محمد مهدي، مرجع سابق، ص 14.

⁵⁸ المرجع نفسه، ص، ص 19، 20.

⁵⁹ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 24.

⁶⁰ JEAN CALAIS LINFLUENCE DU DROIT DE LA CONSOMMATION SUR LE DROIT CIVIL DES CONTRATS RTD. CIV. ANNEE ED. S. AVRIL 1984. P. 239.

رابعاً: تعريف المستهلك قانوناً

إن كل من القوانين المدنية الفرنسية والمصرية لم يرد فيها كلمة المستهلك، ولا تحتوي أحكامها أيضاً بالمستهلك وكيفية حمايته، بعد مجيء القوانين الخاصة بحماية المستهلك خصت له حماية خاصة.

إن المشرع الفرنسي لم يقدم تعريف للمستهلك، إلا أن لجنة إعادة صياغة قانون حماية المستهلك الفرنسي أعطت تعريفاً لهذا الأخير يتمثل في "المستهلك هو الشخص الذي يستخدم أموالاً أو خدمات لاستعمال غير مهني"⁶¹

نستنتج أن المستهلك شخص طبيعي أو اعتباري، وهذا إثر صدور قانون الاستهلاك الفرنسي سنة 1993 وكذلك أحكام التوجيه الأوروبي الصادر في نفس السنة استبعدوا الشخص الاعتباري من النطاق الحماية، لكن بعد مجيء القانون الخاص بحماية المستهلك فالمشرع الفرنسي لم يحدد الشخصية القانونية للمستهلك في تعريفه، وعلى ذلك يتسع نطاق الحماية إلى الشخص الطبيعي أو المعنوي. وبذلك فإن الرأي الغالب في الفقه الفرنسي يقر باتساع مفهوم المستهلك من حيث الشخصية القانونية ليشمل الأشخاص الطبيعية والمعنوية.⁶²

خامساً: تعريف المستهلك في التشريع الجزائري

عندما تبنى المشرع الجزائري القانون رقم 02/89 المؤرخ في 07/فيفري 1989 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك لم يعطي تعريفاً للمستهلك، بل اكتفى بوضع القواعد والأليات العامة لحمايته.⁶³

لكن بعد مجيء المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المتعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش في المادة 02 الفقرة الأخيرة عرف المستهلك بأنه: " كل شخص يقتني بثمن أو مجاناً منتجاً أو

⁶¹ عمر محمد عبد الباقي، مرجع سابق، ص 17.

⁶² Jean calais _ aulou, op _ cit, p ,2

⁶³ قانون رقم 89-02 مؤرخ في 07-02-1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، ج ر، عدد 06، مؤرخ في 08 فبراير 1989.

خدمة معد للاستعمال الوسيطى أو النهائى لسد حاجاته الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به".⁶⁴

لكن بعد مجيئ القانون الجديد رقم 09--03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش شوهد مفهوم المستهلك تطورا ملحوظا، حيث ورد في المادة 03 الفقرة الأولى من هذا القانون تعريف المستهلك بأنه: " كل شخص طبيعى أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا ، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائى من أجل تلبية حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به".⁶⁵

أما المادة 03 من الفقرة الثانية من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية عرفت المستهلك على أنه: " كل شخص طبيعى أو معنوي سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني".⁶⁶

من خلال المادتين السالفتين الذكر نلاحظ أن المشرع الجزائري قد أقفل الباب في وجه الفقه والقضاء عندما أعطى تعريفا للمستهلك، لأن أصل هذا الاختصاص يؤول إلى الفقه والقضاء، فيجب على الفقه والقضاء تعريف المستهلك وليس المشرع.

- إن استعمال المشرع في تعريفه للمستهلك مصطلح " يقتني " قد أخرج بهذا " المستعمل " من طرف الغير لغرض غير مهني بالإضافة للمستعمل.⁶⁷

-استعمال المشرع أيضا عبارة " اقتناء المنتج بمقابل أو مجانا " إن معنى لفظ يقتني نفهم مباشرة بمقابل، لأن الاقتناء يكون دائما بمقابل، فماذا قصد المشرع بلفظ مجانا؟

⁶⁴ مرسوم تنفيذي رقم 90-39 مؤرخ في 30 جانفي 1990 متعلق بمراقبة الجودة وقمع الغش، ج ر عدد 05، المؤرخة في 31 جانفي 1990.

⁶⁵ المادة 03، من قانون رقم 09-03 مؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

⁶⁶ قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23 فبراير 2004 المحدد للقواعد الطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، مؤرخة في 27 جوان 2006.

⁶⁷ صياد الصادق، مرجع سابق، ص 42.

-الاستعمال النهائي للمنتج: إن المستهلك هو المستعمل النهائي للمنتج أي المستهلك الذي يهلك المنتج تماما غير أن المادة 02 من المرسوم التنفيذي المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش هو المستهلك الواسطي، فأصبح المنتج يتعلق باستعمال منتج لإعادة التصنيع والإنتاج، وليس لاستعمال للاستهلاك، وهذا التناقض صريح بين القانون ومرسومه التنفيذي.

ذكر أيضا لسد الحاجيات الشخصية أو حاجة شخص آخر أو حيوان يتكفل به، إن كل من يفتني منتوجا أو خدمة يعتبر مستهلك، لأن المعيار الجوهرى لتحديد مفهوم المستهلك هو الغرض من لاقتناء، كما نجد أيضا في مفهوم المستهلك ذكر المشرع الأشخاص الذين هم تحت كفالة المقتني، غير أن لفظ يتكفل به يثير العديد من التساؤلات، فهل هنا قصد المشرع الكفالة المنظمة بنصوص القانون المدني وقانون الأسرة؟ و هل ينحصر المستهلك في الأشخاص الذين هم تحت كفالة المقتني، و بعبارة أخرى ، ما هي وضعية الأشخاص الذين يقيمون مع المستهلك و هو لا يتكفل بهم؟⁶⁸

الفرع الثاني:

المدين بالالتزام بالإعلام

أولا: المنتج مدين أصلي

ذهب القانون الفرنسى والتعليمة الأوروبية في المواد 1_1386 و 2_1386 إلى تحميل كل المسؤولية على المنتج، والهدف من هذا هو جعل المنتج أكثر سلامة على صحة المستهلك. إن المقصود بالمنتج ليس فقط من قام بإنتاج منتج نهائي، وإنما يحيل الأمر إلى منتج المادة الأولية ومنتج الجزء أو الأجزاء المركبة.

ذهب القانون الفرنسى والتعليمة الأوروبية إلى القول أن كل من يقدم نفسه كذلك بوضع اسمه على المنتج أو علامته، أو أي إشارة مميزة، وكذا كل من يستورد المنتج إلى الاتحاد

⁶⁸ بنقطة حفيظة، مرجع سابق، ص، ص، 51، 52.

الأوروبي لأغراض تجارية، يشبه المنتج و الهدف من وضع كل هذه القوانين و التوسع في نطاق القانون الجديد هو إدخال الشركات الكبرى للتوزيع les sociétés de grande distribution التي تقوم بوضع علامتها عليها تحل محل المنتجين لذلك كان من الطبيعي أن تتحمل المسؤولية هي أيضا.

قد قام القانون الفرنسي بتشبيه المحترفين الذين يستعملون تلك الوسائل التقنية لأغراض إسهارية بالمنتجين و قام بتحميل لهؤلاء المحترفين، ذهب القانون الفرنسي أيضا خلافا عن التعليمات الأوروبية إلى اعتبار كل من البائع، المؤجر، وكل مستورد محترف بمن البائع، المؤجر، وكل مستورد محترف باستثناء المؤجر في البيع الإيجاري le crédit bailleur والمؤجر الشبيه به le loueur assimilable au crédit- bailleur، كالمنتج ومسؤولا وفقا لنفس شروط مسؤولية المنتج عن عيب السلامة في المنتج.⁶⁹ فالمضروور وفقا لما سبق يمكن أن يختار طبقا لتقاليد القانون الفرنسي بين الرجوع على عدة أشخاص، بدءا بالمنتج الأصلي وإنهاءا بالبائع النهائي.

إلا أن تشبيه المورد المحترف بالمنتج ليس مطلقا ما دام أن المورد المحترف يمكن الرجوع إلى المنتج إذا المنتج ضارا وفقا لنفس قواعد مطالبة الضحية المباشرة للعييب. إذا أثبت على الأقل إسناد عيب المنتج إليه. وإجازة الرجوع يتطابق مع مبدأ توجيه المسؤولية إلى شخص المنتج. لذلك قيل إن مسؤولية المورد تبدوا بديلة comme une responsabilité relais.

عليه فالمنتج يمكن تعريفه كما يلي : " كل ممتهن يتعامل في مواد تتطلب منه جهدا خاصا ، والذي يلعب دورا في تهيئتها و تنشئتها أو صنعها و توضيبها و خزنها في أثناء صنعها و قبل أول تسويق لها.⁷⁰

⁶⁹ بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة (دراسة مقارنة)، د ط، دار الفجر، مصر، 2005، ص، ص، 33-32.

⁷⁰ بن بادة مصطفى، دليل المستهلك الجزائري، وزارة التجارة، الجزائر، 2011، ص 193.

ثانيا: موقف المشرع الجزائري

إن المشرع الجزائري تأثر بالمشرع الفرنسي، فنجد أن المشرع الجزائري في القانون المدني لم يورد تعريفا للمنتج، فقد وردت في المادة 140 مكرر 1: "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية".⁷¹ فالمنتج ما هو إلا صورة من صور المتدخل، ما يفهم أن المشرع قصر من المسؤولية على المساهمين في العملية الإنتاجية فقط.

أما بالرجوع إلى القانون 09-03 نجده أيضا لم يعرف المنتج، شأنه في ذلك شأن القانون المدني، و إنما اكتفى بتعريف الإنتاج فنجد المادة 3 الفقرة 9 من هذا القانون تنص على أنه: "العمليات التي تتمثل في تربية المواشي وجمع المحصول و الجني و الصيد البحري و الذبح المعالجة و التصنيع و التحويل و التركيب و توضيب المنتج، بما في ذلك تخزينه أثناء مرحلة تصنيعه و هذا قبل تسويقه الأول".⁷²

نستنتج أن المشرع الجزائري لم يعطي تعريفا دقيقا للمنتج.

الفرع الثالث:

الموزع

أولا: تعريف التوزيع والموزع

-التوزيع هي عملية اقتصادية مدرجة بين ثلاث مقاييس للعمل الاقتصادي التابعة للإنتاج السابق للاستهلاك.

أما بالنسبة للاقتصاديين فانهم عرفوا عملية التوزيع مؤخرا بأنها عملية توسط بين المنتجين والمستهلكين.

⁷¹ المادة 140 مكرر 1 من القانون رقم 75-58 المضمن القانون المدني المعدل والمتمم، مرجع سابق.

⁷² مادة 3 من الفقرة 9 من قانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

كما عرف مجمع الهيكل التجارية والمالية والعتاد والقانون بأنها تأمين أو ضمان تحويل للسلع من موقع إنتاجها إلى المستهلك.

أما جون برنار عرف التوزيع بأنه: جل العمليات التي تسمح بتسلسل المنتوجات من المنتج إلى المستهلك.⁷³

إن التوزيع لفظ قد يمتد ليث

مخصص هو مباشرة مثلا نقل سلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول إلى يد البائع بالجملة أو نصف الجملة.

عليه فالموزع هو كل شخص مباشر على سبيل الاحتراف عملية نقل السلعة من يد منتجها أو صانعها أو مستوردها الأول إلى يد الباعة بالجملة أو نصف الجملة.⁷⁴

ثانيا: مسؤولية الموزع

يقع على عاتق الموزع مسؤولية الالتزام بالإعلام ، وذلك بتقديم كل المعلومات الكافية وكيفية الاستعمال خاصة إذا كانت تلك السلعة أو المنتج يشكل خطر على صحة المستهلك ، بحيث تقوم هذه المسؤولية في حالة كون المنتج لا يبيع منتجاته مباشرة للمستهلكين أو المستعملين و إنما يتوسط بينه و بين هؤلاء موزعون أو تجار بالتجزئة ، فإن الاحتياجات المادية المتعلقة بتسليم السلعة يقع عبئ اتخاذها على عاتق هؤلاء التجار فإن مسؤولية المنتج تقرر عندما يهمل تخزين المنتجات بصورة سليمة سواء كانت سريعة التلف أو سريعة الاشتعال أو غير ذلك فمسؤولية المنتج عن الأضرار التي تقع للمستهلكين و المستعملين نتيجة عدم اتخاذ هذه

⁷³ Fatima bouhafs, la fin des accords de distribution, mémoire et soutenu publiquement pour l'obtention du diplôme de magistère en droit comparé des affaire, faculté du droit, université d'Oran, 2012, page 05.

⁷⁴ علي فتاك، حماية المستهلك و تأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، ط 1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2014، ص، 368.

الاحتياطات إلا إذا كان الموزعون أو تجار التجزئة معذورين في جهلهم بما كان ينبغي عليهم أن يتخذوه في هذا الشأن حيث يكون المنتج قد أخل في الأصل بواجبه في الإعلام أو التحذير.⁷⁵ كما يعتبر المتدخل أيضا هو المسؤول عن عملية نقل المواد الغذائية من المصنع للتاجر بالجملة أو التجزئة، لذا نجد أن المشرع فرض عليه أن يكون العتاد المخصص لنقل الأغذية مزود بالتجهيزات الضرورية ذلك لضمان حسن حفظ المنتجات المنقولة دون فسادها، بحيث لا يجب أن تكون الأغذية الغير المغلفة على الأرض أثناء عمليات الشحن والتفريغ.⁷⁶

بينما المنتجات القابلة للفساد ينبغي نقلها في عربات مخصصة لذلك فمثلا العتاد المخصص للخضر لا يمكن نقل فيه اللحم، وهذا ما أكدته المادة 20 من القرار الصادر عن وزير التجارة بتاريخ 26 جويلية 2000 المتعلق بالقواعد المطبقة على تركيبة المنتجات اللحمية المطهية ووضعها رهن الاستهلاك.⁷⁷

⁷⁵ مامش نادية، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2012، ص، 28.

⁷⁶ أو شن أمال، ضمان السلامة والأمن في المواد الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون العقود، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2016، ص 49.

⁷⁷ قرار وزاري، مؤرخ في 26 جويلية 2000، يتعلق بالقواعد المطبقة على تركيبة المنتجات اللحمية المطهية ووضعها رهن الاستهلاك، ج ر، عدد 54 صادر في 30 أوت 2000، راجع في ذلك أو شن أمال، نفس المرجع، ص 50.

الفصل الثاني

وسائل إعلام المستهلك

وجزاء الإخلال بها

اتضح مما سبق بيانه في الفصل الأول أن الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك، دعت إليه التطورات الحاصلة في مجال إنتاج السلع، وما وصلت إليه من تعقيد ومخاطر في طريقة استعمالها، وحتى بمجرد حيازتها، وأن فرض هذا الالتزام من شأنه أن، يوفر الحماية للمستهلك الذي يفتقد للمعرفة الفنية التي أصبحت ضرورية لاستعمال المنتجات الحديثة.

وهذا ما يستوجب وضع وسائل الحماية الكافية لمنع حدوث الضرر والمساس بمصالح المستهلك، بما أن المهني يسعى في علاقته مع المستهلك إلى تحقيق أكبر قدر من الربح، ولا يهتم بحاجيات المستهلك، بل يمكن أن يلجأ إلى استخدام حيل وأساليب كاذبة لإقناع المستهلك وحثه على اقتناء واستهلاك منتجات لا تلائمها أو قد لا يحتاجها.

وهذا من شأنه أن يلحق أضرار بالمستهلك وأمام هذه الظاهرة كان لزاما على المشرع التدخل لحماية المستهلك وتبيان حقوقه وأهم هذه الحقوق حقه في رفع دعوى قضائية قصد حماية حقه من الضياع ودرء الضرر عنه.

وعليه سندرس وسائل الحماية وجزاء الإخلال بها (مبحث أول) ثم دعاوى القضائية المتاحة للمستهلك (مبحث ثاني).

المبحث الأول:

الوسائل المقررة لإعلام المستهلك و جزاء الإخلال بها

نظرا للتطور الاقتصادي وما نتج عنه من تقدم طرق تصنيع وإنتاج الغذاء كاستخدام التقنيات البيولوجية، مما إلى ظهور منتوجات وخدمات مجهولة المصدر، وهذا ما يهدد صحة وأمن المستهلك.

الأمر الذي أدى إلى بروز وسائل حماية المستهلك خاصة من الأخطار التي تهدد أمنه وصحته، خصوصا أمام اتخاذ الدولة الجزائرية سياسة اقتصاد السوق، وسنتطرق إلى هذه الوسائل في (المطلب الأول)، وكذا وجوب توفر جزاءات تطبق على المهنيين الذين يخلون بوسائل الحماية، وهذا ما سنبينه في (المطلب الثاني).

المطلب الأول:

الالتزامات الإيجابية الخاصة في مجال إعلام المستهلك

يقع على عاتق المهني التزام بإعلام المستهلك حول مختلف البيانات والمعلومات التي يمكن أن تصل إلى علم المستهلك وذلك من خلال مختلف الوسائل التي تعتبر إجبارية في مجال إعلام المستهلك خاصة تلك المعلومات التي تتعلق بالمنتجات والخدمات وهذا ما سنبينه في (الفرع الأول) ويتعلق بالوسم، إضافة إلى تبيان معلومات والبيانات حول المنتجات فإنه يتوجب على المهني إعلان أسعار الخدمات والسلع المروضة من طرفه، وهذا يخص (الفرع الثاني)، ويقع أيضا على عاتق المهني التزام آخر يتمثل في تسويق منتجاته وخدماته في الأسواق، وهذا عن طريق إقناع المستهلك لشراء منتوجاته، وهذه الفكرة نتناولها في عنصر الإشهار (الفرع الثالث).

الفرع الأول:

الوسم

يعتبر الوسم من وسائل حماية المستهلك، بحيث عن طريقه يمكن لهذا الأخير التعرف على المنتج وكيفية استعماله والوقاية من الأخطار التي تتجر عنه، ونحن سنحاول في هذا الصدد التطرق إلى تعريف الوسم (أولا) وتبيان البيانات الإجبارية له (ثانيا)، كما نتناول أيضا شروطه (ثالثا) وأهميته (رابعا).

أولا: تعريف الوسم

الوسم: هو تلك البيانات الموضوعية على الأغلفة والعبوات والمتعلقة أو المرتبطة بسلعة معينة، والتي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك ويجب أن تكون البيانات الموضوعية لا توحى بأي إشكال أو اضطرابات في ذهن المستهلك.⁷⁸

المشرع الجزائري أولى أهمية كبيرة للوسم وهذا بهدف تبصير المستهلك عن المنتج واقتناؤه على دراية وعلم مما يوفر حماية للمستهلك.

اما تعريف الوسم من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03/09 عرف المشرع الوسم في المادة 03 ف 4 من هذا القانون بأنه: " كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أو سمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها."⁷⁹

كما تقابل هذه المادة، المادة 17 من الفصل الخامس تحت عنوان " إلزامية إعلام المستهلك «وفي المادة 17 نصت على ما يلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامة...".⁸⁰

⁷⁸ واعمر جبالي، حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام (الوسم والإشهار)، المجلة القانونية للحقوق والعلوم السياسية، عدد2، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2006، ص ، ص ، 7-8.

⁷⁹ المادة 03 من القانون 03-09، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

⁸⁰ المادة 03 من القانون رقم 03-09، نفس المرجع

نستنتج أن المشرع الجزائري أدرج العلامة التجارية في تعريف الوسم بالرغم أن العلامات التجارية لديها نظام قانوني خاص بها، ولكن العلامة تؤدي دور فعال في إعلام المستهلك عن المنتجات والسلع فهذا الغرض أدرجها المشرع إلى جانب البيانات والكتابات التي يمكن أن يحتويها الوسم كونها غالبا ما تؤدي إلى تمييز المنتجات الصناعية أو الزراعية مع غيرها خاصة تلك المنتجات المستوردة في الخارج.

ثانيا: البيانات الإلزامية للوسم

سبق الإشارة إلى أن الوسم يحتوي على معلومات خاصة بالسلعة أو الخدمة مثل مكوناتها، إلا أنه لم يتضمن قانون حماية المستهلك وقمع الغش البيانات والمعلومات الواجب ذكرها على بطاقة الوسم، حيث اكتفى بالنص في المادة 17 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على ما يلي: " يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأية وسيلة مناسبة".⁸¹

نستنتج أن الوسم أهم وسيلة لتوعية المستهلك عن المنتجات ويمكن القول أيضا أن المشرع بذل مساعي في مجال إعلام المستهلك عن طريق الوسم، فبهذا المستهلك يقتني ما يحتاجه عن علم مسبق، مما يوفر له الحماية المطلوبة.

ثالثا: الشروط الإلزامية للوسم

أقر المشرع بموجب المادة 18 من قانون حماية المستهلك على أن يتوفر الوسم على مجموعة من الشروط والتي تتمثل في أن تكون البيانات والمعلومات واضحة وكاملة وأن يكون الوسم ظاهرا ولصيقا بالمنتج وسنتطرق إلى هذه الشروط بالتفصيل.

⁸¹ المادة 17 من القانون رقم 03_09، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نفس المرجع.

1- أن يكون الوسم واضحا وكاملا:

يجب أن يكون الوسم واضحا وكاملا وهذا بقصد إحاطة المستهلك بكل البيانات والمعلومات اللازمة بالمنتوج والخطورة الناجمة عن استخدام المنتوج أو استهلاكه أو حيازته للمادة لأن كل إعلام ناقص سيترتب على ذلك مسؤولية تقصيرية للمنتج.⁸²

يقصد بالإعلام الواضح أن تكون العبارات مكتوبة بلغة سهلة تتناسب مع المستوى العلمي والمعرفي المفترض لدى الأشخاص الذين يوجه إليهم المنتوج، وهذا قصد الابتعاد عن العبارات الغامضة والمصطلحات المعقدة التي تؤدي إلى عدم فهم العامة من الناس، كما يستحسن إرفاق التحذير برسم أو مخطط مبسط للخطر الذي قد ينجم عن منتوجات خاصة

2- أن يكون الوسم ظاهرا ولصيقا بالمنتوج:

اشترط المشرع أن يكون تحرير الوسم بصفة مرئية، بمعنى أن يكون الوسم ظاهرا وواضحا للمستهلك فعلى المنتج كتابة البيانات الخاصة بالمنتوج كتابة واضحة، وبألوان ظاهرة للفت انتباه المستهلك خاصة فيما يخص التحذيرات أو إرشادات استعمال المنتوج، بحيث يجب أن يكون بلون مختلف عن باقي البيانات.⁸³

إضافة إلى هذا فإنه لا يكفي كتابة البيانات بشكل لا يمكن نزعها أو محوها، ولتحقيق هذا الشرط يمكن أن تدرج هذه البيانات في بطاقة تلتصق على المنتوج، بل يجب أن تكتب على المنتوج نفسه، أو كما يقول البعض من الأفضل أن تحفر عليه.

⁸² سي يوسف زاهية حورية "الالتزام بالإفشاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02، 2009، ص، ص، 60-61.

⁸³ كريمة بركات، التزام المنتج بإعلام المستهلك، مرجع سابق، ص، 156.

الفرع الثاني:

الإعلان عن الأسعار

إن إعلان الأسعار يعتبر شرطا أساسيا لحرية التعاقد حتى يكون في مقدور المستهلك أن يعلم بها، وإلزامية إعلان الأسعار تجد مبررها في أنه من أجل الاختيار بين المنتجات والخدمات المعروضة عن علم، فإن المستهلك في حاجة إلى دراية مسبق ولعل الحرية المعترفة بها للمحترفين في تحديد الأسعار تجعل هذا الالتزام ضروريا إضافة إلى الفوائد التي يحققها الإعلان عن الأسعار للمستهلكين، وبذلك يسمح لهم بمعرفة الأسعار دون تكلف أو عناء. وهذا ما يستوقفنا إلى تعريف إعلان عن الأسعار (أولا) ثم نطرق إلى تبيان طرق الإعلان عن الأسعار (ثانيا).

أولا: تعريف الإعلان عن الأسعار

هو كل ما يستخدمه التاجر لحفز المستهلك على الإقبال على سلعته سواء تم ذلك بالوسائل المرئية أو المسموعة أو المقروءة، وهو ما يسمى "الإعلان الاستهلاكي".
والقصد من هذا الإعلان هو إعلام الزبون أو المستهلك بأسعار بيع السلع أو الخدمات وشروط البيع، بشكل يسمح له بالتعرف على أسعار المنتجات والخدمات دون اللجوء إلى البائعين ومقدمي الخدمات، ويجعله حرا في التعاقد من عدمه.⁸⁴

ثانيا: طرق الإعلان عن الأسعار

إن طرق إعلان عن الأسعار فيما يخص إعلام المستهلك يتم عن طريق وضع علامات أو ملصقات أو معلقات، وبكل وسيلة من شأنها أن تحقق الغرض من الإعلان وهو إعلام المستهلك.

- فالمادة 5 من القانون رقم 04-02 تبين لنا الطريقة التي يتم بها إعلام المستهلكين بالأسعار والتعريفات بنصها على ما يلي: " يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار وتعريفات السلع

⁸⁴ نفس المرجع، ص، ص، 161-162.

والخدمات عن طريق وضع علامات أو وسم أو معلقات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة، يجب أن تبيين الأسعار والتعريفات بصفة مرئية ومقروءة⁸⁵.

يتجلى لنا من خلال المادة المذكورة أنها أوردت الطرق التي يتم بها الإعلان بالأسعار والتعريفات.

يمكن التفرقة في هذا المجال بين المنتجات المعروضة أمام أنظار جمهور المستهلكين، سواء على واجهة المحل أم بداخله وبين المنتجات غير المعروضة أمام أنظار الجمهور فإن السعر في:

الحالة الأولى:

يجب الإعلان عنه إما عن طريق وضع علامات أو ملصقات، وإذا تعلق الأمر بمنتجات التي تباع بالوحدة أو بالوزن أو بالكيل أو المقاس أو المهيأة على الرفوف، فإن الإشارة إلى السعر يجب أن يكون مصحوبا بوحدة الكيل أو المقاس التي تتناسب السعر.

أما الحالة الثانية:

بالنسبة للمنتجات غير المعروضة أمام أنظار الجمهور فإن السعر يجب أن يسجل على منتج أو على مغلفة أو ملصق.⁸⁶

أما بالنسبة للخدمات فقد أخضع المشرع الإعلان عن أسعارها لنفس طرق الإعلان عن أسعار المنتجات، والغالب أن تكون محلا لنشرات التي تكون مرئية ومقروءة، أما في حالة وقوع الشراء لمنتج أداء خدمة بواسطة تقنية من تقنيات الاتصال الحديثة عن بعد، وخاصة الهاتف أو البريد وما يماثلها، فإنه يجب الإعلان عن الأسعار بصفة واضحة، قبل إبرام العقد مع احتفاظ المحترف بما يدل على إعلانه عن السعر.

⁸⁵ المادة 5 من القانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على المعيار الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، 2004.

⁸⁶ بودالي محمد، حماية المستهلك في القانون المقارن، مرجع سابق، ص، ص، 84-85.

وتجدر الإشارة أن الأسعار يجب أن تكون مرئية، سهلة القراءة ومكتوبة باللغة والعملية الوطنيتين، لا تثير طريقة إعلانها أي لبس أو شك في البضاعة المرتبطة بها.

الهدف من إعلان عن الأسعار هو حماية المستهلك حتى يستطيع أن يحدد خياراته من السلع والمنتجات بناء على السعر المعلن وضمان حسن توزيع المواد الضرورية على الجمهور

87 .

الفرع الثالث:

الإشهار

يعتبر الإشهار أهم وسيلة إعلامية يتخذها المهني بصفة إدارية للتعريف بسلعة وخدماته، معتمدا في ذلك على البيانات التي يراها مناسب ذلك.

إذ أنه لا يوجد أي شك في الضرورة الاقتصادية للإشهار باعتباره عاملا من عوامل التأثير على اختيار المستهلك، وهذا ما يستوقفنا الى تعريف الإشهار (أولا) مع تبيان اللغة التي يستثمر في الإشهار (ثانيا) وذكر أنواعه (ثالثا).

أولا: تعريف الإشهار

يقصد بالإشهار: "كل رسالة موجهة من محترفين الى عامة الناس، وذلك عبر الوسائل الإعلامية المكلفة بهدف حث الجمهور المستهلكين والتأثر عليه لتجعله يختار المنتج أو الخدمة المعروضين بمقتضى الإشهار".⁸⁸

أما المشرع الجزائري عرف الإشهار في المادة 2 فقرة 8 من المرسوم التنفيذي رقم 90-30 الصادر في 03 جانفي 1990 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، بأنه "جميع الاقتراحات أو

⁸⁷ براهيمى هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013.

⁸⁸ كريمة بركات، التزام المنتج بإعلام المستهلك، مرجع سابق، ص، 162.

الدعايات أو البيانات أو العروض أو الإعلانات أو المنشورات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة، أو خدمة بواسطة إسناد بصرية أو سمعية بصرية".⁸⁹

كما عرفه أيضا في المادة 03 من القانون 02-04 المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسة التجارية على أنه: "الإشهار هو كل إعلان يهدف بصفة مباشرة أو غير مباشرة إلى ترويج وبيع سلع أو الخدمات مهما كان المكان أو وسائل الاتصال المستعملة".⁹⁰

وكذلك عرفت الإشهار، المادة الثانية الفقرة الأولى من مشروع قانون الإشهار لسنة 1999 بأنه "الأسلوب الاتصالي الذي يعد ويقدم في الأشكال المحددة في هذا القانون مهما كانت الدعائم المستعملة قصد تعريف وترقية المنتج أو خدمة أو شعار أو صورة أو علامة تجارية أو سمعة...".⁹¹

ثانيا: لغة الإشهار

لكي تصل الرسالة الإشهارية إلى المستهلك، لا بد من الاعتماد على عبارات وكلمات بسيطة وسهلة وبلغة يفهمها المتلقي وفي هذا المجال نجد أن استعمال اللغة العربية يعتبر من أحد رموز السيادة الوطنية والمكرسة في المادة 03 من الدستور الجزائري المعدل في دستور 1996 والذي اعتبر اللغة الأمازغية لغة وطنية ثانية، وهذا ما نشاهده عبر الوسائل الإعلامية التي تعرض إشاراتها باللغتين العربية والأمازغية.⁹²

ويمكن استعمال لغة أجنبية في الإشهار مع إمكانية الحصول على ترخيص من المجلس الأعلى للإعلام باستعمال علامة أو بيانات بلغة أجنبية إذا كان ذلك ضروري لوصف المنتج أو الخدمة.⁹³

⁸⁹ المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 02-04، المتعلق بالقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁹⁰ المادة 03 من قانون 02-04 المتعلق بالقواعد المتعلقة المطبقة على الممارسات التجارية، مرجع سابق.

⁹¹ المادة 02 من قانون الإشهار لسنة 1999.

⁹² المرسوم رقم 47-70، مؤرخ في 03 أفريل 1970، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية في الإشهار التجاري، ج ر، عدد 28.

⁹³ عياطة بن سراج نيلة، الجوانب القانونية للإشهار، (د، د، ن)، الجزائر، (د، س ن)، ص 85.

ثالثاً: أنواع الإشهارات

يمكن حصرها أساس في حظر الإشهار الكاذب والإشهار المقارن والإشهار الخفي.

1- الإشهار الكاذب:

إن الإشهار بصفة عامة هو مجموعة من الوسائل المستخدمة قصد التعريف بمشروع صناعي أو تجاري أو إمتداع منتج ما، ويجب أن يكون الإشهار صادقاً وصريحاً، فالإشهار الكاذب هو منتج ذلك الذي يقوم المحترف بتضليل المستهلك عن طريق الكلمات الكاذبة هو ذلك الذي يقوم المتحرف بتضليل المستهلك عن طريق الكلمات والشهادات الكاذبة أو المبالغة فيها، وقد يكون التضليل باستخدام شخصيات معروفة لترويج لمنتجات معينة. مثل الترويج بالسجائر الذي يستخدم فيه مشهور، والذي يمكن أنه لا يدخل على الإطلاق، والتضليل في العلامات التجارية. مثل: Adidas و adibas،⁹⁴ بحيث ينص المرسوم التنفيذي رقم 90-366 الصادر في 10 نوفمبر 1990 المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير غذائية وعرضها على أنه: " يمنع طبقاً للمادة 03 من قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، استعمال أي إشارة، أو أي علامة، أو تسمية خيالية، أو طريقة للتقويم، أو الوسم أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنه أن يدخل لبس في ذهن المستهلك ولا سيما حول طبيعة المنتج، وتركيبه الأجل الأقصى لصلاحية استهلاكه، ومقداره وأصله. كما يمنع ذكر أي بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين منتج معين ومنتجات أخرى مماثلة.⁹⁵

2- الإشهار المقارن:

يعتمد هذا النوع من الإشهار بمقارنة مواصفات وخصائص العلامة موضوع الاهتمام مع خصائص العلامات الأخرى المنافسة لها، وذلك بأن يعمل المعلن على تبيان محاسن ومزايا سلعه وخدماته على حساب السلع والخدمات المنافسة لها، مما يخلف الشك في نفس المستهلك حول هذه

⁹⁴ كريمة بركات، نفس المرجع، ص، ص، 164، 165.

⁹⁵ مرسوم تنفيذي، رقم 90-399 مؤرخ في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج ر، عدد 50 لسنة 1990.

الأخيرة، فيتخذ بعدها قرار الشراء لصالح المعلن دون المنافس صاحب السلع والخدمات التي كانت محال الإشهار المقارن.⁹⁶

رغم ذلك نجد هناك من يؤيد الإشهار المقارن، ولكن تعلقه على شرط عدم تضليل المستهلك، ومن بينها الولايات المتحدة الأمريكية وإنجلترا وهذا على أساس أنه يزود المستهلك بمعلومات أكثر حول صفات ومميزات السلع والخدمات، مما يمنحه حرية أكثر على الاختيار فيما بينهما، كما أن ذلك يشجع التنافس فيما بين المهنيين لتقديم ما لديهم من حيث الجودة والأثمان.⁹⁷ قد يتم الإشهار المقارن غير المشروع عن طريق الحط من قيمة سلع أو خدمات الغير المنافس بإظهار عيوبها على حساب ذكر محاسن ومزايا ما تم الإعلان عنه، مما ينتج عنه تشويه سمعة السلع أو الخدمات المنافسة أو تلطيخ سمعة المؤسسة المنتجة لها، والاستخفاف بالمنافس.⁹⁸

3- الإشهار الخفي:

يشبه الإشهار الخفي الذي يسمى أيضا الإشهار التحريري من حيث شكله الخارجي وأسلوب تحريره النشرة الإخبارية أو المقالة العلمية التي تدرج عادة ضمنها، أو الحوار التلفزيوني أو المسابقة، وتتمثل خطورة هذا النوع من الإشهار في أنه يوهم للشخص الذي يشاهده أو يسمعه معلومات صادقة وموضوعية، ولكن في الواقع يكون على غير ذلك، ولهذا يمنع القانون منعا باتا كل إشهار يخفيه المحترف في شكل معلومات تتظاهر بالموضوعية.⁹⁹

كذلك يمنع المشرع الجزائري صراحة، تحت التهديد بعقوبة جنائية، كل من يستخدم الإشهار الخفي، ولكن من ناحية أخرى يصعب إثبات الإشهار الخفي، حيث يصعب كذلك على القضاء

⁹⁶ كريمة بركات، مرجع سابق، ص، 166.

⁹⁷ قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، كلية الحقوق، بن عكنون، الجزائر، 2006 ص، ص، 71، 72.

⁹⁸ حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مجلة المحاماة المصرية، عدد الأول، 1992.

⁹⁹ كريمة بركات، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، مرجع سابق، ص، ص، 117، 118.

معرفة ما إذا كانت نية المعلن اتجهت إلى إعلام المستهلك أو إلى إغرائه لإقناعه لاقتناء السلعة موضوع الإشهار.¹⁰⁰

المطلب الثاني:

الجزاءات الإدارية المقررة في حالة الإخلال بها

إن الجزاءات التي وضعها المشرع هدفها هو حماية المستهلك من غش وتحايل المنتج، وعليه وضع إجراءات وضوابط بهدف التقليل من معانات وتضرر المستهلك. وبذلك نجد أن النصوص القانونية منحت للإدارة صلاحية توقيع الجزاء الإداري على من يرتكب مخالفة بشأن المنتج المعد للاستهلاك، وإن هذه الجزاءات تختلف بحسب درجة المخالفة المرتكبة، فنجد في بعض الأحيان تسلط إجراءات تحفظية على مرتكب المخالفة، وأحيانا أخرى تسلط جزاءات إدارية.

الفرع الأول:

الإجراءات الإدارية لحماية المستهلك

وضع القانون 09-03 تدابير تحفظية ووقائية ترمي إلى حماية صحة المستهلك وسلامة مصالحه، فهي تعمل كآلية لأجل ردع المتدخلين وحثهم على تنفيذ التزاماتهم لضمان سلامة المستهلك بتقديم منتجات وخدمات غير مغشوشة، بحيث أن هذه التدابير لها صفة الجزاء التي لا يتم إلا بعد التحقق من وقوع المخالفة من عدمه وذلك باستنفاد كل الإمكانيات التي تسمح لها بالوصول إلى الحقيقة، وسنتناول في هذا الفرع رفض المؤقت لدخول المنتج (أولاً)، (ثانياً) الرفض النهائي لدخول المنتج، (ثالثاً) الإيداع، (رابعاً) الحجز، (السحب المؤقت)، (سادساً) السحب النهائي، (سابعاً) الإتلاف، (ثامناً) التوقيف المؤقت للنشاط.

¹⁰⁰ واعمر جبالي، "حماية المستهلك عن طريق الإعلام: الوسم والإشهار"، مرجع سابق، ص، 38.

أولاً: الرفض المؤقت لدخول المنتج

بالرجوع إلى المادة 54 الفقرة 1 من القانون 03-09 نجد أنها تصرح على أن: "يصرح بالرفض المؤقت لدخول المنتج المستورد عند الحدود في حالة الشك في عند مطابقة المنتج المعني وهذا لغرض إجراء تحريات مدققة أو لضبط مطابقته".
بالتالي نرى أن هذا الرفض هو إجراء تحفظي يهدف إلى التأكد من مطابقة المنتج لمواصفاته.

ثانياً: الرفض النهائي لدخول المنتج

نجد أن المادة 54 الفقرة 2 من القانون السالف ذكره تنص على أن: "ويصرح بالرفض النهائي لدخول منتج مستورد عند الحدود في حالة إثبات عدم مطابقته بالمعاينة المباشرة أو بعد إجراء التحريات المدققة".
مما نلاحظ أن المشرع هنا قام بمنع دخول تلك المنتوجات الغير مطابقة لمواصفاته و ذلك بعد إجراء المعاينات و التحريات لإثبات ذلك.¹⁰¹

ثالثاً: الإيداع

يعرف الإيداع على أنه وقف المنتج المعروض للاستهلاك و يكون هذا الوقف بعد إثبات أن ذلك المنتج غير مطابق لمواصفاته في عملية المعاينة المباشرة، و يجب أن يكون الإيداع بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش، و نجد أن المادة 55 الفقرة الأولى قد عرفت من القانون 03-09 الإيداع و كذا قامت ببيان الجهة المختصة أو المكلفة بهذه المهمة، حيث ورد فيها ما يلي: "يتمثل الإيداع في وقف المنتج المعروض للاستهلاك ثبت بعد المعاينة المباشرة، غير أنه غير مطابق، و ذلك بقرار من الإدارة المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش".¹⁰²

¹⁰¹ المادة 54 فقرة 1 و 2 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

¹⁰² المادة 55 فقرة 1 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع نفسه.

رابعاً: الحجر

يقصد بهذا التدبير حجز المنتج الذي ثبت عدم إمكانية ضبط مطابقته أو الذي رفض المتدخل إجراء عملية ضبطه، فيقع الحجر من أجل إعادة توجيه المنتج أو إتلافه، دون الإخلال بالمتابعة الجزائية لمخالفة عدم المطابقة المقررة في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فتشمع المحجوزات وتوضع تحت حراسة المتدخل.¹⁰³

طبقاً لنص للمادة 27 من القانون 90-39 المؤرخ في 30 يناير 1990 على أنه: "يتمثل الحجر في السحب المنتج المتعرف بعدم مطابقته من حائزه."

كما تنص المادة 57 من قانون 09-03 على أنه: "إذا اثبت عدم إمكانية ضبط مطابقة المنتج أو إذا رفض المتدخل المعني إجراء عملية ضبط مطابقة المنتج المشتبه به، يتم حجزه بغرض تغيير اتجاهه، أو إعادة توجيهه، أو إتلافه دون الإخلال بالمتابعة الجزائية المنصوص عليها في أحكام هذا القانون." ¹⁰⁴ إن الحجر وفقاً للمادة 27 من القانون 90-39 يتم بع الحصول على إذن قضائي، بحيث يختم العون الذي قرر ذلك المنتج المعني ويعلم السلطة القضائية المختصة.

إلا أنه يجوز للعون تنفيذ الحجر دون إذن قضائي قبلي في الحالات المنصوص عليها في المادة 27 من القانون السالف الذكر والتي جاءت على سبيل الحصر:

- التزوير

-المنتجات المحجوزة بدون سبب شرعي التي تمثل في حد ذاتها تزويراً.

-المنتجات المعترف بعدم صلاحيتها للاستهلاك، ما عدا المنتجات التي لا يستطيع العون أن يقرر عدم صلاحيتها للاستهلاك دون تحاليل.

-المنتجات المعترف بعدم مطابقتها للمقاييس المعتمدة والمواصفات القانونية، والتنظيمية والتي تمثل خطراً على صحة المستهلك وأمنه.

¹⁰³ قرواش رضوان، مطابقة المنتجات للمواصفات وللمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في الجزائر، المجلة

الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 09، عدد 1، 2014، جامعة عبد الرحمن ميرة، كلية الحقوق، بجاية، ص، 259.

¹⁰⁴ تنص المادة 57 من قانون 90-39 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، مرجع سابق.

-استحالة العمل لجعل المنتج أو الخدمة مطابقتين للمطلوب أو استحالة تغيير المقصد.
وهنا يجب إعلام السلطة القضائية المختصة فوراً في جميع الحالات المنصوص عليها.¹⁰⁵

خامساً: السحب المؤقت

يقصد بالسحب المؤقت للمنتج منع التدخل من التصرف في المنتج المشبوه؛ أي نزعه من مسار الاستهلاك، ويتقرر هذا الإجراء عند الاشتباه فعلياً في عدم مطابقة المنتج، فيسحب مؤقتاً بغرض إجراء فحوص تكميلية عليه خلال 7 أيام، مع تحرير محضر لهذا التدبير مع إمكانية تمديد هذا الأجل عندما تتطلب الشروط التقنية ذلك.¹⁰⁶

وإذا انتهت التحريات المعمقة بمطابقة المنتج يرفع تدبير السحب المؤقت فوراً. أما إذا ثبت عدم مطابقته فتعلن عن حجزه و يسمع و يعين حارس عليه و يتم إخطار وكيل الجمهورية بذلك.¹⁰⁷

تنص المادة 59 الفقرة 1 من القانون 03-09 على أنه: "يتمثل السحب المؤقت في منع وضع كل منتج للاستهلاك أينما وجد عند الاشتباه في عدم مطابقته، و ذلك في انتظار نتائج التحريات المعمقة، لاسيما نتائج التحاليل أو الاختبارات أو التجارب."¹⁰⁸

ومن هنا يمكن القول إن يكون تطبيق السحب المؤقت على صنف من الخدمات أو على مجموعة من المنتجات التي أثارَت فعلاً شكوك لدى أعوان الرقابة، ذلك بعد الفحص أو أثر اقتطاع العينات في كونها غير مطابقة، ويجب أن تجري عليها فحوص تكميلية من شأنها أن تثبت توفرها على المواصفات التي يجب أن تتوفر فيها قانوناً.

¹⁰⁵ المادة 27 من القانون 90-39 يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، نفس المرجع.

¹⁰⁶ قرواش رضوان، مطابقة المنتجات للمواصفات وللمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في الجزائر، مرجع سابق، ص، 257.

¹⁰⁷ المادة 61 من قانون رقم 03-09، مرجع سابق.

¹⁰⁸ المادة 59 ال فقرة 1 من القانون 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

سادسا: السحب النهائي

يتضمن هذا الإجراء المنتج أينما وجد، و لا يتخذ إجراء السحب النهائي للمنتج إلا بناء على رخصة مسبقة من القاضي الجزائري، و يبلغ المتدخل المعني بذلك، و تبعا لذلك يتحمل المتدخل مصاريف هذه العملية، و إذا كان المنتج قابلا للاستهلاك يوجه كما هو إلى مركز المنفعة العامة، بينما يوجه للإتلاف إذا كان مقادا أو غير صالح للاستهلاك.¹⁰⁹

يتم السحب النهائي في حالة التأكد من عدم مطابقة المنتج وثبوت خطورته، فإن الأعوان وحرصا منهم على صحة وسلامة المستهلك، يتدخلون للقيام بإجراءات السحب النهائي دون رخصة مسبقة في الحالات التي ذكرت على سبيل الحصر في المادة 62 من القانون 03-09 والتي تنص: " ينفذ السحب النهائي من طرف الأعوان المذكورين في المادة 25 من نفس القانون، دون رخصة مسبقة من السلطة القضائية المختصة في الحالات الآتية:

-المنتجات التي ثبت عدم صلاحيتها للاستهلاك.

-المنتجات التي ثبت أنها مزورة أو مغشوشة أو سامة أو التي انتهت مدة صلاحيتها.

حيازة المنتجات دون سبب شرعي والتي يمكن استعمالها في التزوير.

-الأشياء أو الأجهزة التي تستعمل للقيام بالتزوير.

يعلم وكيل الجمهورية بذلك فوراً.¹¹⁰

سابعا: الإتلاف

يتم اللجوء إلى إجراء إتلاف المنتجات كلما تعذر استعمالها استعمالا قانونيا واقتصاديا، و يباشر عملية الإتلاف المتدخل المخالف بحضور أعوان الرقابة وأعوان قمع الغش ويحرر محضر بذلك موقع من طرف الأعوان والمتدخل المعني.

¹⁰⁹ بلحاج نصيرة، الرقابة على مطابقة جودة المنتجات، الملتقى الوطني الخامس حول الحماية القانونية للمستهلك، يومي

16 و 17 ماي 2012، كلية الحقوق، جامعة يحي فارس، المدية، ص، 8.

¹¹⁰ المادة 62 من القانون رقم 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

إن الإلتلاف يقع على المنتجات المحجوزة والغير المطابقة، كما يتضمن الإلتلاف في تشويه طبيعة المنتج، بحيث نجد أن، المادة 64 من القانون 03-09 تنص على: "إذا قررت الإدارة المكلفة بحماية المستهلك وقمع الغش أو الجهة القضائية المختصة إلتلاف المنتجات، يتم ذلك من طرف المتدخل بحضور الأعوان المذكورين في المادة 25. يمكن أن يتمثل إلتلاف أيضا في تشويه طبيعة المنتج.

يحرر محضر الإلتلاف من طرف الأعوان ويقعون عليه مع المتدخل المعني.¹¹¹

ثامنا: التوقيف المؤقت للنشاط

طبقا للمادة 65 من القانون 03-09 يمكن للسلطات المختصة أن تقوم بتوقيف مؤقتا نشاط المؤسسات، وذلك إذا ثبت أنها لم تراعي القواعد المحددة في القانون المذكور، ويستمر هذا الوقف إلى غاية إزالة الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير، وكذلك تطبق على هذه المؤسسات عقوبات جزائية منصوص عليها في أحكام هذا القانون.¹¹²

كما نجد أن المادة 46 من القانون رقم 06-10 المؤرخ في 15 أوت 2010 والمتمم للقانون 02-04 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية على ما يلي: "يمكن للوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح المدير الولائي المكلف بالتجارة، أن يتخذ بموجب قرار إجراءات إدارية لغلق المحلات التجارية لمدة أقصاها 60 يوما في حالة مخالفة القواعد المنصوص عليها في أحكام المواد:

22،12،13،14،11،12،9،8،7،6،5،4مكرر،27،26،25،24،23،28، و53 من هذا القانون. يكون قرار الغلق قابلا للطعن أمام القضاء. وفي حالة إلغاء قرار الغلق، يمكن للعون

¹¹¹ المادة 64 من قانون 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نفس المرجع.

¹¹² المادة 65 من قانون 03-09، يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

الاقتصادي المتضرر المطالبة بالتعويض عن الضرر الذي لحقه، ذلك أمام الجهات القضائية المختصة.¹¹³

إن المواد من 04 إلى 13 المذكورة في المادة أعلاه والمتعلقة بالقانون 10-06 تنص على إلزامية الإعلام عن الأسعار، وإن مخالفتها يعد إخلالا بإلتزام بالإعلام بموجب الجزاء المتمثل في غلق المحل التجاري لمدة تصل إلى 60 يوما.

الفرع الثاني:

الغرامات المالية

نجد أن المشرع الجزائري قام بتخصيص بابا كاملا للغرامات المالية والتي سميت بغرامة الصلح في القانون 09-03، والتي أكد عليها في القانون 10-06 من المواد 60 إلى 62.

إن الغرامات المالية نجدها تختلف، وذلك على حسب درجة المخالفة، فإنها تتراوح ما بين 50000 دج إلى 300000 دج

قامت المادة 88 من القانون 09-03 بتحديد الغرامات كما يلي:"

- انعدام سلامة المواد الغذائية المعاقب عليها في المادة 71 من نفس القانون ب 300.000 دج.

-انعدام النظافة والنظافة الصحية المعاقب عليها في المادة 72 من هذا القانون 200.000 دج.

-انعدام أمن المنتج المعاقب عليه في المادة 73 من هذا القانون 300.000 دج.

-انعدام رقابة المطابقة المسبقة المعاقب عليها في المادة 74 من القانون 300.000 دج.

-انعدام الضمان أو عدم تنفيذه المعاقب عليه في المادة 75(من هذا القانون 300.000 دج.

¹¹³ المادة 46 من القانون 10-06 المؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 46 الصادر في 2010.

-عدم تجزئة المنتج المعاقب عليها في المادة 76 من هذا القانون 50.000 دج.
-رفض تنفيذ الخدمة ما بعد البيع المعاقب عليها في المادة 77 من هذا القانون 10٪ من ثمن المنتج المقتنى.

-غياب بيانات وسم المنتج المعاقب عليها في المادة 78 من هذا القانون 200.000 دج.¹¹⁴

إن غرامة الصلح تسلط من طرف أعوان إدارة حماية المستهلك وقمع الغش المنصوص عليهم في المادة 25 من قانون 09-03، بحيث يجب على المخالف تسديد مبلغ غرامة الصلح لدى قابض الضرائب لمكان إقامته أو في مكان ارتكاب المخالفة في أجل 30 يوما من التاريخ الذي يلي تاريخ الإنذار، ولا يجب أن يتعدى 07 أيام من تاريخ تحرير محضر المخالفة.

يرسل محضر المخالفة برسالة موصى عليها مع الإشعار بالاستلام يبين فيه محل إقامته، مكان وتاريخ وسبب المخالفة، ومراجع النصوص المطبقة، ومبلغ الغرامة المفروضة عليه وآجال وكيفية التسديد.¹¹⁵

نستنتج أن التدبير الخاص بغرامة الصلح وكل التدابير السالف ذكرها، تساهم بشكل فعال في قمع المخالفات لضمان سلامة المستهلك، إذا ما تم تطبيقها بجدية وهذا لأنها تتسم بالمرونة والسرعة التي لا يتوفر عليها القضاء.

¹¹⁴ المادة 88 من قانون رقم 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

¹¹⁵ المواد 86، 90، 92 من قانون 09-03 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نفس المرجع.

المبحث الثاني:

الدعاوى المتاحة للمستهلك

لقد منح المشرع الجزائري للمستهلك الوسائل الكافية لحماية حقه من الضياع، وذلك من خلال تكريس الحماية القضائية للمستهلك وهذا بهدف رفع دعاوى قضائية لإسترجاع حقه من الضياع إذا ما أصابه ضرر، وتتجلى هذه الحماية من خلال الحماية المدنية من الأضرار التي قد تتجر جراء استهلاكه لمنتوج أو لاقتناء لخدمة معينة، وهذا نتيجة للأساليب الغير الشرعية التي استعان بها المعلن لإقناع المستهلك لاقتناء سلع وخدمات هذا الأخير.

إضافة إلى الحماية المدنية التي أقرها المشرع أضاف حماية جزائية للمستهلك، وهذا في حالة عدم الاكتفاء بالجزاءات التي تنص عليها القواعد المدنية. سنتناول في هذا المبحث الدعاوى المدنية المتاحة للمستهلك في (المطلب الأول) ثم نخصص (المطلب الثاني) للدعاوى الجزائية المتاحة للمستهلك.

المطلب الأول:

الدعاوى المدنية

زيادة إلى الإجراءات و الجزاءات الإدارية التي وضعها المشرع لردع المتدخلين المخالفين، قام المشرع الجزائري بوضع وسائل أخرى يمكن فيها المستهلك من التعويض عن الأضرار التي أصابته من جراء استعمال المنتوجات التي تخلو من البيانات التي أقرها المشرع في القوانين سالفة الذكر، فالمشرع مكن المستهلك المطالبة بحقه من المنتج، و يكون ذلك عن طريق الدعاوى المدنية التي نص عليها المشرع و بين أحكامها في القانون المدني، و على هذا الأساس سنقوم بتقسيم هذا المطلب إلى ثلاثة فروع، فالأول نبين فيه دعوى البطلان، أما الثاني نتناول فيه دعوى التعويض، كما سنتطرق إلى دعوى ضمان العيوب الخفية في الفرع الثالث.

الفرع الأول:

دعوى البطلان

في غياب نصوص قانونية صريحة تبين أحكام الالتزام بالإعلام، لجأ القضاء إلى نصوص القانون المدني التي تعتبر الشريعة العامة للقانون، لاسيما الأحكام المتعلقة بالغلط والتدليس، كون أن الالتزام بالإعلام يؤدي إلى تعيب إرادة المستهلك.¹¹⁶ ومن هذا يمكن لقول إن العقد الذي شابت إرادة أحد أطرافه عيب من عيوب الإرادة، فإن مصير هذا العقد هو البطلان، أما إذا أصيب أحد أطراف العقد بضرر يلتزم الطرف الذي كان سببا في حدوث الضرر بالتعويض.

أولاً: دعوى البطلان

يمكن تعريف البطلان على أنه الجزاء الذي قرره القانون عند ركن من أركان العقد، التراضي، المحل والسبب، والشكل في عقود التي تتطلب الشكلية، وكذا أن تكون الأهلية خالية من موانعها وكذا سلامة الإرادة. بحيث نجد أن المشرع الجزائري قام بتنظيم هذه الدعوى في المواد من 81 إلى 90 من القانون المدني.

1- الغلط.

الغلط هو الاعتقاد بصحته ما ليس بصحيح أو بعدم صحة ما هو صحيح وهو عيب من عيوب الرضى: إذا سمح القانون لمن وقع فيه أن يطلب إبطال التعاقد،¹¹⁷ عندما يبلغ حدا كافيا من الجسامه.¹¹⁸ مثال ذلك أن يعقد شخصان عقدا، الأول منهما يبغى من وراء هذا العقد بيع ماله، والثاني يعتقد استجاره، ومثاله أيضا أن يشتري إنسان شيئا يعتقد أنه قديم بينما هو حديث.

¹¹⁶ السنهوري أحمد عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني، جزء الأول، مصادر الالتزام د، د، ن، ص، 240.

¹¹⁷ السنهوري أحمد عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 238.

¹¹⁸ نصت المادة 81 من القانون المدني الجزائري على أنه: "يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد أن يطلب إبطاله"

والعكس، فإذا ذكرت في العقد، بعض الشروط ثم لم تتوفر فإن العقد لا يوصف بأنه قابل للإبطال للغلط، وإنما يكون صحيحا قابلا للفسخ لعدم إمكان تنفيذه بالصورة المتفق عليها.¹¹⁹ إذن يشترط في الغلط الذي يعيب الإرادة ويجعل العقد قابلا للإبطال أن يكون جوهريا، وقد تولت المادة 82 من القانون المدني الجزائري بتعريف الغلط الجوهرى بقولها: " يكون الغلط جوهريا إذا بلغ حدا من الجسامة بحيث يتمتع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط، ويعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة للشئ يراها المتعاقدان جوهرية، أو يجب اعتبارها كذلك نظرا للظروف التي أبرم فيها العقد ولحسن النية. إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد."

نستنتج من هذا النص أن القانون المدني الجزائري أخذ كالقوانين العربية الأخرى بمعيار ذاتي في الغلط، و الذي يبلغ من الجسامة إلى حد كان يجعل المتعاقد يتمتع عن إبرام العقد لو كان لم يقع في هذا الغلط، معناه لو كان المتعاقد عرف عند التعاقد حقيقة ما وقع فيه من غلط ما أبرم العقد، يستوي في ذلك أن يقع الغلط في ذات الشئ أو في صفة من صفاته مادامت جوهرية في اعتبار المتعاقد، أو يجب اعتبارها جوهرية نظرا للظروف التي تم فيها العقد و لحسن النية الذي ينبغي أن يسود التعامل بين الناس، ومادامت ذات الشئ أو صفته الجوهرية كانت هي السبب الرئيسي الذي دعا المتعاقد إلى العقد.

وقد يكون الغلط جوهريا أيضا إذا وقع في شخصية المتعاقد أو في صفة من صفاته وكانت هذه الشخصية أو هذه الصفة هي السبب الرئيسي الذي دفع المتعاقد إلى إبرام العقد.¹²⁰

¹¹⁹ دروس في القانون المدني، جامعة وهران

http://www.univ-oran2.dz/faculte/f_droit/civil1.doc

اطلع عليه يوم 25 يناير 2017 على الساعة 00:59.

¹²⁰ مندى أسيا يسمينه، النظام العام والعقود، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2009.

وتطبيقا لنظرية الغلط الجوهري، فإن الغلط في صفة عرضية أو ثانوية للشيء أو الشخص، أو الغلط في قيمة الشيء، أو الغلط في الباعث الدافع إلى التعاقد، وكذا الغلط في الأرقام أو الحساب كلها لا تؤثر أصلا على سلامة الرضا ولا تعيب الإرادة.¹²¹

دعما للثقة في المعاملات واستقرارها، يجب أن يكون الغلط داخلا في نطاق العقد، بمعنى أن يكون الأمر الذي دفع العاقد إلى إبرامه معلوما من العاقد الآخر، ومن هنا، ظهرت فكرة أن يتصل الغلط بالمتعاقد الآخر، ومعنى هذا الاتصال أن يقع المتعاقد الآخر في نفس الغلط، أو أن يكون على علم به، أو يكون من السهل عليه أن يتبينه.¹²²

لذلك فإنه لا يجوز التمسك بالغلط على وجه يتعارض مع حسن النية،¹²³ ويقصد بحسن النية في هذا الخصوص، نزاهة التعامل. ذلك أن الحق في إبطال العقد كغيره من الحقوق، لا يجوز التعسف في استعماله، بما يتعارض مع حسن النية، ويبقى ملزما بالعقد الذي قصد إبرامه إذا أظهر الطرف الآخر استعدادا لتنفيذ هذا العقد.

وحسب نص المادة 83 من القانون المدني الجزائري، يكون العقد قابلا للإبطال لغلط في القانون إذا توافرت فيه شروط الغلط في الواقع طبقا للمادتين 81 و82 من القانون المدني الجزائري ما لم يقض القانون بغير ذلك. وحتى يطالب بإبطال العقد يجب أن يكون الغلط جوهريا أي بلغ حدا من الجسامة بحيث لو لاه لما أبرم المتعاقد العقد.¹²⁴

¹²¹ المادة 84 قانون مدني جزائري تنص على أنه: "لا يؤثر في صحة العقد مجرد الغلط في الحساب ولا غلطات القلم ولكن يجب تصحيح الغلط."

¹²² بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري (التصرف القانوني، العقد، الإرادة المنفردة)؛ ج1، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004. ص 105.

¹²³ المادة 85 من القانون المدني الجزائري تنص على أنه: "ليس لمن وقع في غلط أن يتمسك به على وجه يتعارض مع ما يقضي به حسن النية ويبقى بالأخص ملزما بالعقد قصد إبرامه إذا أظهر الطرف الآخر استعدادا لتنفيذ هذا العقد."

¹²⁴ مندى أسيا يسمينه، مرجع سابق، ص 57.

2- التدليس (الغش أو الخداع).

عرف الفقهاء التدليس بأنه: استعمال أحد طرفي العقد، وسائل غايتها تضليل الطرف الآخر والحصول على رضاه في الموافقة على عقد أي عمل حقوقي آخر. بعض الآخرين من الفقهاء يقولون أن: التدليس هو نوع من الغش، يصاحب تكوين العقد، وهو إيقاع المتعاقد في غلط يدفعه إلى التعاقد نتيجة استعمال الحيلة. التدليس يؤدي حتما إلى الغلط، بحيث يمكن القول بعدم جدوى نظرية التدليس، اكتفاء بنظرية الغلط.

والتدليس يعيب الإرادة في جعل العقد قابلا للإبطال والتدليس نتيجة حيلة. والحيلة خطأ عمدي يستوجب التعويض طبقا لقواعد المسؤولية التقصيرية¹²⁵.

يستنتج من هذا التعريف أن التدليس يفترض: أربعة شروط:

الشرط 1: استعمال الوسائل أو الطرق الاحتمالية.

الشرط 2: نية التضليل.

الشرط 3: اعتبار التدليس الدافع إلى العقد.

الشرط 4: أن يكون التدليس صادر من المتعاقد الآخر، أو على الأقل أن يكون متصلا به.

أ: استعمال الحيلة والطرق الاحتمالية.

التدليس هو استعمال الحيل والخداع بقصد إخفاء حقيقة الأمر عن المتعاقد أو إيهامه خلاف الواقع، للتأثير على إرادته،¹²⁶

وحسب المادة 2/86 من القانون المدني الجزائري، يعتبر السكوت عمدا أو الكذب من الوسائل المادية التي تهدف إلى إخفاء الحقيقة.

¹²⁵ بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 111.

¹²⁶ مندى أسيا يسمينه، مرجع سابق، ص 58.

كما يجب لقيام التدليس أن يقترن استعمال الحيل، أو الكذب أو الكتمان بنية التضليل، بأن يقصد المدلس خديعة المتعاقد الآخر والوصول إلى غرض غير مشروع، فإذا انتفت نية التضليل انعدم التدليس¹²⁷.

ب: نية التضليل.

توافر نية التضليل لدى المدلس، مع قصد الوصول إلى غرض غير مشروع، والشرط الثاني يشكل العنصر المعنوي، أما إذا كان الغرض مشروعاً فلا تدليس.¹²⁸

ج: أن تكون الطرق الاحتمالية هي الدافع إلى التعاقد.

معناه لولا التدليس ما أبرم المدلس عليه العقد، وهذا ما نصت عليه المادة 86 الفقرة الأولى من القانون المدني الجزائري بقولها: "يجوز إبطال العقد للتدليس إذا كانت الحيل التي لجأ إليها أحد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما أبرم الطرف الثاني العقد..."
جسامة الحيلة يرجع فيها إلى المعيار الشخصي، وقاضي الموضوع هو الذي يقدر ما إذا كان التدليس هو العامل الدافع إلى التعاقد إذ من الناس من يصعب خداعه، ومن الناس من يسهل غشه، مع مراعاة ظروف التعاقد وأحوال المتعاقدين، ودرجة ثقافة المتعاقد المدلس عليه، وذكاءه، وخبرته وسنه وجنسه.¹²⁹

يفرق الفقه الفرنسي بين نوعين من التدليس: التدليس الرئيسي والتدليس العرضي ويقول أن الأول وحده هو الذي يجعل العقد قابلاً للإبطال، أما التدليس العرضي يؤدي إلى قبول المتعاقد

¹²⁷ بلحاج العربي، مرجع سابق، ص 111.

¹²⁸ دروس في القانون المدني، الموقع الإلكتروني لجامعة وهران

http://www.univ-oran2.dz/faculte/f_droit/civil1.doc

اطلع عليه يوم 25 جانفي 2017.

¹²⁹ مندى أسيا يسمينه، مرجع سابق، ص 59.

العقد بشروط أشد، فهو لا يؤدي إلى إبطال العقد وإنما إلى المطالبة بتعويض الضرر طبقاً لقواعد المسؤولية التقصيرية.¹³⁰

ولم يأخذ القانون المدني الجزائري بهذه التفرقة، واكتفت المادة 86 من القانون المدني الجزائري بأن يكون التدليس من الجسامة بحيث لولاه ما أبرم المدلس عليه العقد.¹³¹

ج: اتصال التدليس بالعاقدة الآخر.

يستلزم القانون المدني الجزائري في المادة 87 من القانون المدني¹³² للاعتداد بالتدليس أن يصدر عن العاقدة الآخر. فإذا صدر عن الغير، فلا يؤثر على صحة العقد، ولا يؤدي لإبطاله، إلا إذا أثبت المدلس عليه أن المتعاقدة الآخر كان يعلم أو كان من المفروض حتماً أن يعلم بقيام الغير بهذا التدليس وتبينت سوء نيته. وإذا لم يستطع إثبات ذلك فإن له أن يطلب إبطال العقد للغلط مادام التدليس الذي قام به الغير من الجسامة بحيث لولاه ما أبرم العقد.

الفرع الثاني:

دعوى المسؤولية التقصيرية

إن فقهاء القانون المدني لم يتعرضوا لتعريف التعويض، بل قاموا مباشرة ببيان طريقة تقديره عند حديثهم عن جزاء المسؤولية، أي من يلتزم به المسؤول في المسؤولية المدنية اتجاه من أصابه الضرر.

إن دعوى المسؤولية التقصيرية موضوعها هو الالتزام بالتعويض عن الضرر الناشئ عن الإخلال بالالتزام القانوني، و في هذا الصدد نصت المادة 124 من القانون الجزائري على ما

¹³⁰ علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ط 5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 61

¹³¹ مندى أسيا يسمينه، مرجع سابق، ص 56.

¹³² تنص المادة 87 من القانون المدني الجزائري: " إذا صدر التدليس من غير المتعاقدين فليس للمتعاقد المدلس عليه

أن يطلب إبطال العقد، ما لم يثبت أن المتعاقد الآخر كان يعلم، أو كان من المفروض حتماً أن يعلم بهذا التدليس."

يلي: " كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، و يشيب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه بتعويض.¹³³

بشكل خاص تنص المادة 140 مكرر من نفس القانون على أن: " يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى لو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية.

يعتبر منتوجا كل مال منقول ولو كان متصلا بعقار، لاسيما المنتج الزراعي والمنتج الصناعي وتربية الحيوانات و الصناعة الغذائية و الصيد البحري و الطاقة الكهربائية.¹³⁴

ويشترط لقيام هذه المسؤولية حسب المادة 140 مكرر من القانون المذكور سالف ما يلي:
-وجود عيب بالمنتوج.

-حدوث ضرر ووجود علاقة سببية بين العيب والضرر.

لهذا للمستهلك أن يطالب المنتج بالتعويض عن الضرر الناتج عن عيب منتوجه.

والتعويض في هذه الحالة يكون على ما لحك من ضرر وما فات من كسب.

الفرع الثالث:

دعوى ضمان العيوب الخفية

إن دعوى ضمان العيوب الخفية هي دعوى تسمح للمستهلك بإلزام البائع بتسليم المبيع مطابقا للمواصفات التي تم الإعلان عنها أو التي تم الاتفاق عنها، و في هذا الصدد تنص المادة 379 من القانون المدني الجزائري على: " يكون البائع ملزما للضمان إذا لم يشتمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري، أو إذا كان عيب ينقص من قيمته، أو الانتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور في عقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعته أو من استعماله، فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب، حتى و لو لم يكن عالما بوجودها.

¹³³ المادة 124 من قانون 75-58 يتضمن القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

¹³⁴ المادة 140 مكرر من قانون 75-58 يتضمن القانون المدني الجزائري، نفس المرجع.

غير أن البائع لا يكون ضامنا للعيوب التي كان المشتري على علم بها وقت البيع، أو كان في استطاعته أن يطلع عليها لو أنه فحص المبيع بعناية الرجل العادي، إلا إذا أثبت المشتري أن البائع أكد له خلو المبيع من تلك العيوب أو أنه أخفاها غشا منه.¹³⁵

إن الضمان القانوني للعيوب الخفية يوجد في جميع البيوع، سواء وقع على عقار أو منقول أو كان المنتج جديد أو مستعملا، كما أنه لا أهمية فيه لصفة المشتري، سواء كان مستهلكا عاديا أم لقيام حقه في الضمان.¹³⁶

من شروط العيب الخفي، أن يكون العيب قديما ومؤثرا، وأن يكون المشتري لا يعلم به، ودعوى ضمان العيوب الخفية يجب أن ترفع خلال سنة من وقت التسليم الحقيقي للمبيع.

وبالرجوع إلى المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات في المادة 3 و6 منه تتصان على ضمان العيوب الخفية، فالمادة 3 تنص على أن: "يجب على المحترف أن يضمن سلامة المنتج الذي يقدمه من أي عيب يجعله غير صالح للاستعمال المخصص له أو من أي خطر ينطوي عليه ويسري مفعول هذا الضمان لدى تسليم المنتج."¹³⁷

كما أ، المادة 6 من نفس القانون تنص على أن: "يجب على المحترف في جميع الحالات أن يصلح الضرر الذي يصيب الأشخاص والأموال بسبب العيب وفق ما يقتضيه مفهوم المادة أعلاه."¹³⁸

يتضح لنا من خلال النصوص السالفة الذكر أن المشرع الجزائري أقام مسؤولية المنتج بسبب نقص السلامة والمخاطر التي يمكن أن تصيب المستهلك، وليس بسبب الخطأ.

¹³⁵ المادة 379 من قانون 75-58 يتضمن القانون المدني الجزائري، مرجع سابق.

¹³⁶ المادة 3 من مرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15-09-1990، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، ج ر العدد 40، الصادرة في 19 سبتمبر 1990.

¹³⁷ المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، نفس المرجع.

¹³⁸ المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266، المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، نفس المرجع.

وفي المادة 6 من القانون 90-266 وردت عبارة في {جميع الحالات}، بمعنى في الحالة التي يكون عليها المتدخل على علم بوجود الخطر، أو في الحالة التي لا يكون على علم؟ وسواء كان ارتكب خطأ جسيم أو لم يكن كذلك.

إن المشرع الجزائري اعتبر مجرد طرح منتج معيب هو في حد ذاته خطأ، وبذلك أنشأ قرينة لصالح المضرور، عكس المسؤولية التقصيرية التي تتطلب وجود عيب في المنتج، وحدث ضرر وقيام علاقة سببية بين العيب والضرر.

المطلب الثاني:

الدعاوى الجزائية

إن المسؤولية الجزائية تتمثل في التزام الشخص بتحمل نتائج فعله الإجرامي، وهذا من أجل تحقيق الحماية الجنائية والتي يقصد بها أن يدافع قانون العقوبات وغيره من القوانين عن المستهلك وسلامته من الأفعال الغير مشروعة التي تؤدي إلى الإضرار بماله وصحته ومعاملاته. ونحن في دراستنا هذه نقوم بالتطرق إلى الأفعال المجرمة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش كفرع أول، أما في الفرع الثاني نبين الأفعال المجرمة في قانون العقوبات الجزائي.

الفرع الأول:

الأفعال المجرمة في القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

أولاً: الجرائم المكيفة مخالفات

إن الجزاء الجنائي للجرائم المكيفة مخالفات هي الغرامة المالية التي يدفعها المتدخل جزاء للمخالفة التي ارتكبها، وتتضمن المخالفات الأفعال الآتية:

1-مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية:

إن كل من يخالف أحكام المواد 4 و 5 من القانون 09-03 المتعلقة بحماية المواد الغذائية يعاقب بغرامة من 200.000 إلى 500.000 دج.

2-مخالفة إلزامية النظافة والنظافة الصحية:

إن مخالفة أحكام المواد 6 و 7 من القانون السالف الذكر والتي تنص على إلزامية النظافة والنظافة الصحية، ويعاقب صاحبها بغرامة تقدر ب 50.000 إلى مليون دج.

3-مخالفة إلزامية أمن المنتج:

إن مخالفة إلزامية أمن المنتج والتي نص عليها في القانون 09-03 في المادة 10 منه، يسلط على مرتكبها غرامة مالية تقدر من 200.000 إلى 500.000 دج.¹³⁹

4- مخالفة إلزامية رقابة المطابقة المسبقة:

كل من يخالف إلزامية هذه الجزئية المنصوص عليها في المادة 12 من القانون المذكور أعلاه وضعت غرامة مالية ب 50.000 إلى 500.000 دج.¹⁴⁰

5- مخالفة إلزامية الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج:

كل محترف يخالف هذه الجزئية المنصوص عليها في المادة 13 من نفس القانون يعاقب بغرامة تصل إلى 100.000 إلى 500.000 دج.

6- مخالفة إلزامية تجربة المنتج:

إن مخالفة تجربة المنتج المنصوص عليها في المادة 15 من القانون 09-03، يعاقب عليها بغرامة من 50.000 إلى 10.000 دج.¹⁴¹

¹³⁹ القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

¹⁴⁰ المادة 74 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. مرجع سابق.

¹⁴¹ المواد 75 و 76 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش. نفس المرجع.

7- مخالفة إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع:

إن هذه المخالفة منصوصة عليها في المادة 16 من القانون 09-03 ويعاقب عليها بغرامة مالية من 50.000 إلى 1.000.000 دج.

8- مخالفة إلزامية وسم المنتج:

إن كل من يخالف هذه الإلزامية المنصوص عليها في المادة 17 و18 من القانون 09-03 يعاقب بغرامة من 100.000 إلى مليون دج.¹⁴²

ثانيا: في الجرائم المكيفة جنح

إن الجزاء الجنائي للجرائم المكيفة جنح هي الحبس من شهرين إلى 05 سنوات مع غرامة أو بدون غرامة، وتتضمن الأفعال المجرمة المكيفة جنح ما يلي:

1- جنحة كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك:

إن المادة 86 من القانون 09-03 تحيلنا مباشرة إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري والمتعلقة بجنحة خداع أو محاولة المستهلك بأي وسيلة أو طريقة كانت حول كمية المنتوجات المسلمة، وتسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا، وقابلية استعمال المنتج، أو تاريخ أو مدة صلاحية المنتج، والنتائج المنتظرة من المنتج، كذا طرق استعمال والاحتياطات اللازمة في استعمال المنتج.

بحيث وضع المشرع الجزائري عقوبات لمرتكبي هذه الجنح والتي تتمثل من شهرين إلى ثلاثة سنوات حبسا، وبغرامة مالية من 2.000 إلى 20.000 دج،¹⁴³ وترفع العقوبة المنصوص عليها أعلاه طبقا لنص المادة 430 من قانون العقوبات الجزائري والمادة 69 من الأمر 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش إلى 05 سنوات حبس وغرامة مالية قدرها 500.000 دج إذا كان لخداع أو محاولة الخداع قد أرتكب بواسطة:

¹⁴² المواد 77 و78 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نفس المرجع.

¹⁴³ المادة 429 من الأمر 66-156 المؤرخ في 18 صفر الموافق ل 8 يونيو 1966، المتضمن قانون العقوبات الجزائري معدل ومتمم.

-الوزن أو الكيل أو بأدوات أخرى مزورة أو ير مطابقة، والطرق التي ترمي إلى التغليف في عمليات التحليل أو المقدار أو التغيير عن طريق الغش في تركيب أو وزن حجم المنتج.
-الإشارات أو ادعاءات تدليسيه، و كذا المعلقات و المنشورات و الإعلانات أو أية تعليمات أخرى.¹⁴⁴

2- الجرح المنصوص عليها في المادة 70 من القانون رقم 03-09:

تزوير أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني، و عرضه للبيع مع علمه بوجهتها، أو مواد و أدوات أو كل مادة خاصة من شأنها تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني، يعاقب صاحبه بالحبس من سنتين إلى 05 سنوات، و بغرامة مالية من 10.000 إلى 50.000 دج.¹⁴⁵

3- نجد المادة 79 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك:

تعاقب بالحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات و بغرامة مالية تتراوح ما بين 500.000 إلى 2.000.000 دج لمرتكبي جنحة بيع منتج مشمع أو مودع لضبط المطابقة أو سحبه مؤقتا من عملية عرضه للاستهلاك أو يخالف إجراء التوقيف المؤقت للنشاط.¹⁴⁶

4- جنحة عرقلة إتمام مرحلة الرقابة:

هنا يعاقب فاعلها بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة تدور بين 2.000 إلى 20.000 دج.

¹⁴⁴ المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

¹⁴⁵ المادة 341 من الأمر 66-156 المتضمن قانون العقوبات الجزائري، مرجع سابق.

¹⁴⁶ المادة 79 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

ثالثا: الجرائم المكيفة جنائيات

1- جناية الغش أو العرض أو وضع للبيع أو بيع كل منتج مزور أو فاسد أو سام أو لا يستجيب لإلزامية الأمن:

بحيث نجد هذه المادة منصوص عليها في المادة 10 من قانون 09-03 والتي يعاقب عليها فاعلها بالسجن من 5 سنوات إلى 10 سنوات، وبغرامة مالية تتراوح بين 500.000 إلى 1.000.000 دج.

2- جناية تسبب المنتج في مرض غير قابل للشفاء أو في فقدان عضو أو الإصابة بعاهة مستديمة:

يعاقب المعنيون بالسجن المؤقت من 10 سنوات إلى 20 سنة و غرامة من مليون إلى مليونين دج.¹⁴⁷

3- جناية وفاة شخص أو عدة أشخاص:

يعاقب المتدخلون بالسجن المؤبد إذا تسبب المنتج بوفاة شخص أو عدة أشخاص.¹⁴⁸

الفرع الثاني:

الأفعال المجرمة في قانون العقوبات

نظرا لكثرة المخالفات التي يرتكبها المتدخلين أثناء عملية إنتاج سلعهم ومنتجاتهم وإخلالهم بالتزاماتهم المتمثلة في ضمان سلامة المنتجات،

أولا: جريمة الغش

تعتبر جرائم الغش سواء في الفقه الإسلامي أو القانون الجزائري اعتداء على حق المستهلك في الأمان، فهي تعتبر من أخطر الجرائم عدوانا عليه، خاصة مع التقدم العلمي الهائل

¹⁴⁷ المادة 83 الفقرة 2 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

¹⁴⁸ المادة 83 الفقرة 3 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، نفس مرجع.

في مجال العلوم البيولوجية والكيميائية،¹⁴⁹ وهذا ما يتطلب منا تعريف هذه الجريمة (أولاً) مع تبيان محلها (ثانياً) وذكر الأركان التي تقوم عليها هذه الجريمة (ثالثاً)، والتطرق إلى العقوبات المنصوص عليها في القانون (رابعاً).

1- التعريف بالجريمة

إن المشرع لم يتطرق لتعريف الغش سواء من خلال قانون حماية المستهلك وقمع الفش أو في قانون العقوبات المحال إليه، أما الفقه القانوني فقد عرف هذه الجريمة بأنها: كل سلوك إيجابي صادر من مهني توصل به إلى أحداث تغيير أو تشويه أو تعديل في الجوهر أو التكوين الطبيعي في المنتج الصالح لتغذية وأدى ذلك إلى النيل من خواصه الأساسية أو إخفاء عيوبه أو إعطائه شكل ومظهر منتج آخر يختلف عنه في الحقيقة.¹⁵⁰

2- محل الجريمة

الأصل أن لا جريمة ولا عقوبة إلا بنص قانوني، حيث تنص المادة 70 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش رقم 03-09 على أنه: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات كل من:

- يزور أي منتج موجه للاستهلاك أو للاستعمال البشري أو الحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع منتجاً يعلم أنه مزور أو فاسد أو سام أو خطير للاستعمال البشري أو الحيواني.
- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع، مع علمه بوجهتها، مواد أو أدوات أو أجهزة أو كل مادة خاصة من شأنها أن تؤدي إلى تزوير أي منتج موجه للاستعمال البشري أو الحيواني.¹⁵¹

¹⁴⁹ أو شن أمال، ضمان سلامة والأمن في المواد الغذائية، مرجع سابق، 113.

¹⁵⁰ نفس المرجع، ص، 114.

¹⁵¹ المادة 07 من قانون رقم 03-09 يتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، مرجع سابق.

فمحل الحماية في جريمة الغش حسب هذه المادة من قانون حماية المستهلك، فإنها تشمل كل من: الأغذية الإنسان والحيوان وتمتد لتشمل المواد الغذائية المستعملة سواء كانت صلبة أو سائلة.

3- أركان قيام جريمة الغش

تقع جريمة الغش كغيرها من الجرائم متى توفر ركنها المادي والمعنوي.

أ- الركن المادي:

يتحقق الركن المادي في جريمة الغش في المنتجات الغذائية متى قام الجاني بسلوك أو فعل مادي كان من بين الأفعال المنصوص عليها في المادة 431 من قانون العقوبات والتي نصت على ما يلي: "... كل من:

1- يغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية مخصصة للاستهلاك.

2- يعرض أو يضع للبيع أو يبيع مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مواد طبية أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية يعلم أنها مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة.

3- يعرض أو يضع للبيع مواد خاصة تستعمل لغش مواد صالحة لتغذية الإنسان أو الحيوانات أو مشروبات أو منتجات فلاحية أو طبيعية أو يحث استعمالها بواسطة كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو تعليمات مهما كانت.¹⁵²

فنستنتج أن هذه المادة حددت الأفعال التي يمكن أن تدخل ضمن الركن المادي لجريمة الغش.

¹⁵² المادة 431 من أمر رقم 66-156، يتضمن قانون العقوبات الجزائري، مرجع سابق.

ب- الركن المعنوي:

إن القانون الجزائري يعتبر جريمة الخداع من الجرائم العمدية، والتي تشترط لثبوت جريمة الخداع توفر، الركن المعنوي والذي يتمثل في القصد الجنائي، أي تواجد نية ارتكاب جريمة الغش وإلحاق الضرر بالغير، والإدراك الكامل لدى الجاني، بمعنى أن إرادة الجاني ذهبت إلى خداع المستهلك، وبناء على ذلك لا يعاقب الجاني إلا بعد ثبوت القصد الجنائي وسوء نية الجاني.

والسلطة التقديرية تعود للقضاة لإثبات فعل الخداع لدى الجاني، وذلك فإن القانون لا يعاقب إلا على الخداع الذي يتحقق بفعل غير مشروع، ولا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي قد يقع فيه المتدخل لدى التعاقد معه.¹⁵³

4- العقوبة المقررة للجريمة

تمثل جريمة الغش في المواد الموجهة للاستهلاك البشري، الحيواني وذلك وفق المادة 431 من قانون العقوبات الجزائري التي تحيلنا إلى المادة 70 من قانون 09-03 جنحة، حيث يعاقب مرتكب جريمة الغش في المنتجات الغذائية ومرتكب جريمة العرض أو الطرح للبيع لمواد مغشوشة أو فاسدة أو مسمومة أو مواد تستعمل في الغش كعقوبة أصلية والتي تتمثل في الحبس من سنتين إلى خمس سنوات إضافة إلى غرامة مالية من 10000 دج إلى 50000 دج. أما في حالة الحيازة بدون عذر شرعي لهذه المنتجات والمواد التي تستعمل في الغش يعاقب عليها صاحبها بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 2000 دج إلى 20000 دج، وهذا طبقاً للمادة 433 ف 1 من قانون العقوبات السالف الذكر.¹⁵⁴

أما إذا تسبب في مرض غير قابل للشفاء أو في فقد عضو أو في عاهة مستديمة فيعاقب الجاني بالحبس من خمس سنوات إلى عشر سنوات وبغرامة من 500000 دج إلى 1000000

¹⁵³ ولد عمر طيب، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان، 2009-2010، ص 252، 251.

¹⁵⁴ أنظر المادة 433 ف 1 من قانون العقوبات، مرجع سابق.

دج، ويعاقب الجناة بالسجن المؤبد، إذا تسببت تلك المادة في موت الإنسان، وهذا حسب المادة 432 من قانون العقوبات.¹⁵⁵

أما العقوبات التي أتى بها قانون الاستهلاك فتتمثل في عقوبات تكميلية سنختصر في هذا المقام بذكرها كما يلي: مصادرة المنتوجات والأدوات وكل وسيلة أخرى استعملت لارتكاب المخالفات المنصوص عليها في هذا القانون.¹⁵⁶

ثانياً: جريمة الخداع

1- التعريف بالجريمة:

الخداع هو خلق الأكاذيب والحيل البسيطة والتي تؤدي إلى إظهار الشيء محل العقد بمظهر غير مظهره الحقيقي، أو هو وصف للمشتري السلعة أو الخدمة على الاعتماد بأنهما من السمات ما يفوق الحقيقة.¹⁵⁷

2- نطاق تطبيق جنحة الخداع:

أ- الشروط الشخصية:

تسري هذه الجنحة على كل شخص يرتكبها، منتجا كان أو شخص عادي، أما المجني عليه يجب أن يكون مستهلكاً، وهذا وفقاً لنص المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش عندما صرح المشرع بلفظ "كل من"، أي يمكن أن يكون الجاني محترفاً كما يمكن أن يكون شخص عادي.¹⁵⁸

¹⁵⁵ مضمون المادة 432 من قانون العقوبات، مرجع سابق.

¹⁵⁶ مضمون المادة 82 من قانون رقم 03-09 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، مرجع سابق.

¹⁵⁷ أحمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 250.

¹⁵⁸ بركات كريمة، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2014، ص، 250.

ب- الإطار العقدي:

في تقنين الاستهلاك الفرنسي اشترط وجود علاقة عقدية بين الضحية و المتعاقد و مرتكب الجريمة، سواء كان متعاقد أو من لغير، فالقانون يعاقب على مجرد محاولة خداع، سواء تم البيع أو لم يتم، بحيث تقوم الجنحة بمجرد عرض السلعة في المحل، فهذا الفعل المادي يمثل بداية تنفيذ الجنحة أي الخداع، و يسري نطاق الخداع على أي عقد آخر غير عقد البيع.¹⁵⁹

3- أركان جريمة الخداع:

أ- حتى تتحقق جريمة الخداع يجب أن تتوفر على ركنين، مادي (1) و ركن معنوي (2).

أ- الركن المادي:

إن المشرع الجزائري لم يحدد الوسائل والأفعال التي يلجأ إليها الجاني في خداع المستهلك، فإن الركن المادي هو أية وسيلة مادية تؤدي إلى خداع المستهلك، ولقيام هذه الجريمة يستوجب أن تقع وسائل الخداع على إحدى خصائص المنتجات الغذائية والتي نصت عليها المادة 68 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والمادة 429 من قانون العقوبات الجزائري التي جاءت على سبيل الحصر:

- الخداع في كمية المنتجات المسلمة للمستهلك.

- الخداع في النتائج المنتظرة من المنتج.

- الخداع في صلاحية المواد الغذائية.

- الخداع في طرق استعمال أو الاحتياطات اللازمة للمنتج.

ب- الركن المعنوي:

اشترط المشرع الجزائري لقيام الخداع ثبوت القصد الجنائي والإدراك الكامل لدى الجاني، فيجب أن تنتج إرادته لخداع المستهلك وإن معاقبة الجاني تستوجب إثبات سوء نيته، بحيث يكون عبئ إثباتها للقضاة وذلك بمراقبة الساعة المبيعة قبل عرضها، وعلى هذا فإن القانون لا يعاقب إلا

¹⁵⁹ أحمد محمود علي خلف، المرجع السابق، ص، 168.

على الخداع الذي يتحقق بطريق غير مشروع، فلا يعاقب على الجهل أو الغلط الذي قد يقع فيه المتدخل اتجاه المستهلك.¹⁶⁰

4- العقوبات المقررة لجريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك:

إن العقوبة الأصلية المقررة لجريمة الخداع أو محاولة الخداع في المادة 68 من قانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والتي تحيلنا إلى المادة 429 من قانون العقوبات الجزائري بالحبس من شهرين إلى ثلاثة سنوات حبسا، وبغرامة مالية من عشرين ألف دج إلى مائة ألف دج، أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يرتكب الأفعال المذكورة سابقا، وكعقوبة تكميلية.

وتشجع العقوبة حسب المادة 69 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش طبقا للحالات المذكورة سابقا، لترفع إلى خمس سنوات حبسا وغرامة مالية تقدر بخمسمائة ألف دج، وكعقوبة تكميلية طبقا للمادة 82 من نفس القانون مضمونها مصادرة المواد المنتوجات وكل وسيلة أخر استعملت لارتكاب المخالفة المنصوص عليها في المادتين 68 و69 السالفتين الذكر.¹⁶¹

¹⁶⁰ أو شن أمال، ضمان السلامة والأمن في المواد الغذائية، مرجع سابق، ص، 124.

¹⁶¹ المرجع نفسه، ص، ص، 125، 126.

خاتمة

بعد فتح القطاع الخاص وانسحاب الدولة وتخليها عن الاقتصاد الموجه، وانتقالها إلى اقتصاد السوق إثر أزمة البترول التي عرفتها البلاد في نهاية الثمانينات، أصبح الاقتصاد متفتحا مما أدى بالخواص إلى الإستثمار في شتى المجالات، وأدى أيضا هذا الإنفتاح إلى اقتحام المنتوجات الأجنبية الأسواق الجزائرية.

أمام كل هذا وجد المشرع الجزائري نفسه أمام وضعية جديدة، مما أوجب عليه التأقلم أمام هذا الوضع، كل هذه الأسباب أدت إلى القوانين الجديدة تتعلق بحماية المستهلك وذلك بغرض ردع المتدخلين الذي يستغلون سلطتهم في تضليل المستهلك والذي يعتبر الطرف الضعيف في عقود الإستهلاك.

كما قامت الجزائر بالانضمام إلى منظمات إقليمية ودولية كاتفاقية الشراكة مع الإتحاد الأوروبي، إضافة إلى ذلك سعيها إلى الإنضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وبذلك إقتصر دور الدولة إلى دور الضابط والمراقب، بعدما كانت تتحكم في كل زمام الأمور التي تخص المجال الاقتصادي.

أمام كل هذه التغيرات وزيادة الوعي لدى المستهلك ولمواكبة هذا الوضع قام المشرع الجزائري بإصدار أول قانون رقم 89-02 المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك، المؤرخ في 07 فيفري 1989، لكن هذه القوانين لا تتماشى مع التطورات التي شاهدها القطاع الاقتصادي مما أدى بذلك بالمشرع الجزائري إلى إصداره قوانين جديدة تتماشى مع كل هذه التطورات وكثرة الإنتاج والمنافسة الغير الشرعية التي يلجأ إليها المتدخلون، والغاية من كل هذه حماية المستهلك من بطش هذه الفئة، فقام بإلغاء القانون 89-02 بالقانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المؤرخ في 25 فبراير 2009، الذي قام فيه ببيان كل الالتزامات الواقعة على عاتق المنتجين.

من خلال تناولنا دراسة هذا الموضوع، مهدفا بتعريف الالتزام بصفة عامة، كما قمنا ببيان التزام المتدخل اتجاه لمستهلك بالإعلام بصفة عامة، كما قمنا ببيان التزام المتدخل اتجاه المستهلك بالإعلام والواجبات الواقعة على عاتقه، المتمثلة في تقديم المعلومات اللازمة حول

المنتوج أو الخدمة التي يقدمها للمستهلك لتتوير إرادته بغرض جلبه للتعاقد معه، كما تطرقنا أيضا إلى الالتزام بالإعلام في عقود الإستهلاك ذلك من خلال تبيان مقصود الإعلام وتعريفه ودوره في حماية رضا المستهلك والذي يلعب دورا هاما في تتوير إرادة المستهلك وكذا تمكينه من معرفة المنتوج كافة جوانبه (تركيبات المنتوج، مخاطرة، كيفية استعماله) ويكون في ذلك في مرحلة ما قبل التعاقد التي يلتزم فيها المتدخل التعريف بمنتوجه للمستهلك وذلك بتقديم كافة المعلومات والبيانات اللازمة قصد جلبه للتعاقد وكرس القانون الجديد الحق في الإعلام بإلقاء التزام على المتدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول مختلف المنتجات والخدمات والإعلان عن الأسعار المطبقة عليها وكذا الإعلام بشروط البيع وطريقة استعمال المنتوجات، والتخدير من المخاطر التي تتجر عن استعمالها وكل هذا يندرج ضمن الالتزام التعاقدية بالإعلام.

كما التطرق إلى أطراف الالتزام بالإعلام، وذلك من خلال تعريف المستهلك إلا أنه لا حضا أي أن المشرع الجزائري قام بتعريف بشكل سطحي أي وضع له مفهوم ضيق كما أنه أغفل التفرقة بين المستهلك والمتدخل.

إن تعريف المستهلك ن طرف المشرع الجزائري وله نوع من الغموض مما يؤدي هذا الغموض إلى صعوبة تطبيق هذا القانون، ففي الأصل أن وضع التعاريف تعود إلى مهمة الفقهاء والقضاء، كما نلاحظ أن المشرع الجزائري تطرق إلى بيان مسؤولية المنتج في المادة 140 مكرر 01 من القانون المدني دون أن تعطي له تعريف دقيق لهذا الأخير.

أما في القانون الجديد 09-03 فالمشرع لم يعطي أيضا تعريف للمنتج بل اكتفى بتعريف الإنتاج. كما قمنا بالتطرق إلى فكرة الموزع الذي لم يعرفه المشرع الجزائري أيضا، وبيننا أيضا تعريف التوزيع ومسؤولية الموزع.

تجدر الإشارة إلى أنه ليس هناك رقابة فعلية على أرض الواقع على الموزعين، ولحظنا أن هناك غياب شبه كلي لأي مشاركة أو الدعوات الداخلية من طرف الهيئات والجمعيات المهتمة بحماية المستهلك، وهذا ما سندعمه بمثال واقعي، كالواقعة التي حدثت مؤخرا في ولاية برج بوعريريج

التي كادت أن تؤدي بحياة ملايين المواطنين لولا تفتن بعض المواطنين مع مساهمة الشبكات الاجتماعية في حماية المستهلك من مخاطر الجبن المعروض للاستهلاك (la vache qui rit)، وسبب هذه الحادثة تعود إلى موزع هذه المادة الغذائية التي انتهت صلاحية مدة استهلاكه رغم ذلك عرضه للبيع خوفا من الخسارة التي قد تتجر من إتلاف هذه المادة، ونلاحظ أن السلطات المعنية لم تقم بأي تدبير أو إجراء ردي في حق هذه الشركة الموزعة، مما نلاحظ عدم فعالية قوانين وإهمال السلطات الوصية لردع المخالفين.

ثم تناولنا بالدراسة وسائل الحماية التي وضعها المشرع من خلال قانون حماية المستهلك، وهذا من أجل توفير الحماية والأمن وسلامة المستهلك من المواد المغشوشة ومن المخاطر التي قد تتجر عنها، فنحن لجأنا إلى الوسم باعتباره وسيلة أساسية لتبصير المستهلك وحماية حقه في الاختيار عن دراية وعلم، حيث يجب أن يكون المنتج محتويا على البيانات الضرورية التي تحميه من كل الغموض أو خطر يمكن أن يلحق به جراء جهله بالمنتج الذي يفتنيه، كما ألزم المشرع الجزائري المتدخل، أن تكون منتوجاته مطابقة للمعايير المطبقة دوليا، وبيان كيفية استعماله و بيان مخاطرة.

كما يلزم المنتج بإشهار منتوجاته بطرق مشروعة وابتعاده عن كل ما من شأنه تضليل المستهلك ويجب أن تكون تلك المنتوجات المعروضة مطابقة للإشارات التي قام بها المتدخل قبل عرضها للاستهلاك.

وتتمثل الإجراءات التي تبناه المشرع الجزائري، تفعيل دور الرقابة الإدارية والتي تعتبر من أهم التدابير التي اتخذها من خلال هذا القانون والتي تعتبر جزائيات ردية بالنسبة للمتدخلين، كالأجراء الخبرة وحجز المنتوجات في حالة الغش، وكذا فرض الغرامات المالية. كما أن المشرع الجزائري مكن التعويض عن الأضرار التي قد تلحقه من جراء غش المنتج بدعاوى قضائية المتمثلة في جريمة الغش والخداع التي نص عليها في قانون العقوبات الجزائري.

من خلال دراستنا لهذا الموضوع نستنتج أن المشرع الجزائري أولى اهتمام خاص لموضوع حماية المستهلك ويتبين ذلك من خلال سنة لعدة قوانين تبين التزامات المدين اتجاه الدائن (المستهلك)، وكذلك الحماية القضائية التي مكنها للمستهلك للتعويض عن الأضرار التي قد تنجر من جراء استعمال المنتوجات المغشوشة، أو جراء تضييعه لحقه اتجاه المتدخل، إلا أنه أهمل هذا الموضوع لعدة سنوات نظرا لتطورات والاستثمارات الكثيرة التي شهدتها الاقتصاد الجزائري، فلم يواكب هذا الأخير هذا التطور إلا بعد انتهاجه نظام اقتصاد الحر، لأن هذا الموضوع هو حيوي لا يتعلق فقط بالمستهلك وحده إنما يتعلق بالتقدم، ولضمان سلامة وأمن وصحة المستهلك يجب تطبيق النصوص القانونية التي تنص على تجريم كل الأفعال التي من شأنها تمس سلامة المستهلك ولا تبقى حبرا على الورق، وذلك بنقلها من الحالة النظرية في دائرة التطبيق من خلال تطبيقها بفعالية، وإن الوصول إلى هذا الهدف لا بد من تدعيم الموظفين والقائمين على تطبيق القوانين لمكافحة هذه الأفعال المجرمة.

ومن هنا يمكن أن نطرح بعض الحلول التي رأيناها مجدية لتوفير الحماية الكافية للمستهلك، وذلك من خلال:

- تكثيف الرقابة على كل المنتوجات والخدمات قبل عرضها للبيع أو الاستهلاك.
- تكثيف الرقابة على الموزعون و سن نصوص قانونية لردعهم في حالات مخالفتهم للقواعد المعمول بها في القانون.
- توعية المستهلكين من خلال برامج تلفزيونية ومختلف البرامج الإعلامية حول كيفية المطالبة بالتعويض عن الأضرار التي قد تلحقهم.
- خلق مخابر التحاليل لمراقبة مدى نوعية وجودة المواد الغذائية.
- تدعيم الجمعيات التي تسهر على حماية صحة وأمن المستهلك بمختلف الوسائل المادية المتاحة وكذا منح صلاحية لها للتمثيل أمام القضاء لحماية المستهلك من الضياع.
- وضع قوانين صارمة واتخاذ تدابير ردية ضد كل من يخالف القوانين المعمول بها في مجال حماية المستهلك.

وفي الأخير نستنتج أن هذا الموضوع حساس وذو أهمية كبيرة لذا على السلطات المعنية تسخير كل طاقتها البشرية والمادية لضمان سلامة وأمن وصحة المستهلك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أ- باللغة العربية :

أولاً: الكتب:

1. أحمد محمد محمد الرفاعي، الحماية المدنية للمستهلك «إزاء المضمون العقدي»، دار النهضة العربية، القاهرة 1994.
2. أحمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005.
3. أحمد محمود علي خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري والفرنسي والشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2005.
4. بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري (التصرف القانوني، العقد، الإرادة المنفردة)؛ ج1، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
5. بودالي محمد، مسؤولية المنتج عن منتجاته المعيبة (دراسة مقارنة)، د ط، دار الفجر، مصر، 2005.
6. حسين عبد الباسط جميعي، حماية المستهلك، دار النهضة العربية، القاهرة، 1992.
7. حمد حسين منصور، أحكام البيع التقليدية والإلكترونية والدولية لحماية المستهلك، دار الفكر الجامعي، 2006.
8. السنهوري أحمد عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني، الجزء الأول، مصادر الالتزام، د.د.ن.
9. سي يوسف زاهية حورية، الوجيز في عقد البيع (دراسة مقارنة)، د ط، د س ن.
10. الصغير محمد مهدي، قانون حماية المستهلك، دراسة مقارنة، دار الجامعة الحديثة، الإسكندرية، 2015.
11. عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك، ط1، الدار العلمية الدولية والثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.

12. عبد الفاتح بيرمي حجازي، النظام القانوني لحماية التجاوز الالكتروني، جزء الاول، دار الفكر الجامعي، مصر 2002..
13. علي بوليحة بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك والمسؤولية المترتبة عنها، دار الهدى، الجزائر، د، س، ن.
14. علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام، مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري، ط 5، ديوان المطبوعات لجامعية، الجزائر، 2003.
15. علي فتاك، حماية المستهلك وتأثير المنافسة على ضمان سلامة المنتج، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2014.
16. علي فيلاي، النظرية العامة للعقد، ط2، مرفم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2005.
17. عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، ط2، منشأة المعارف، مصر، 2008.
18. عياطة بن سراج نبيلة، الجوانب القانونية للإشهار، (د، د، ن)، الجزائر، (د، س، ن).
19. فاضلي إدريس، الوجيز في النظرية العامة للالتزام، قصر الكتاب، الجزائر، 2006.
20. محمد صبري السعيد، شرح في القانون المدني الجزائري، لنظرية العامة للالتزامات، الجزء الأول، (مصادر الالتزام، التصرف القانوني)، العقد المنفردة، دار الهدى، عين مليلة، 2004.

ثانيا: الرسائل والمذكرات:

أ- الرسائل الجامعية:

1. كريمة بركات، حماية أمن المستهلك في ظل اقتصاد السوق (دراسة مقارنة)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السباسبية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، 2014.
2. ولد عمر طيب، النظام القانوني لتعويض الأضرار الماسة بأمن المستهلك وسلامته (دراسة مقارنة)، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة أبي بكر بلقايد، كلية الحقوق والعلوم السياسية، تلمسان، 2009-2010.

ب- المذكرات الجامعية:

1. أوثن أمال، ضمان السلامة والأمن في المواد الغذائية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون الخاص، فرع قانون العقود، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2016.
2. بنتة حفيظة، الالتزام بالإعلام في عقد الاستهلاك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير كلية الحقوق جامعة، البويرة، 2013.
3. براهيم هانية، الحماية المدنية للمستهلك في ظل القانون 02-04 المتعلق بالممارسات التجارية، مذكرة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013.
4. جرعود الياقوت، عقد البيع وحماية المستهلك في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002.
5. صياد الصادق، حماية المستهلك في ظل القانون رقم 03-09، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية، كلية الحقوق، جامعة قسنطينة 1، 2013_2014.
6. عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة الماجستير، كلية الحقوق، الجزائر، 2008.
7. قندوزي خديجة، حماية المستهلك من الإشهارات التجارية، مذكرة ماجستير في قانون الأعمال، بن عكنون، كلية الحقوق، الجزائر، 2006.
8. مامش نادية، مسؤولية المنتج (دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو، 2012.
9. مندى أسيا يسمينه، النظام العام والعقود، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، فرع العقود والمسؤولية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2009.

ثالثا: المقالات:

1. حسين فتحي، حدود مشروعية الإعلانات التجارية لحماية المتجر والمستهلك، مجلة المحاماة المصرية، عدد الأول، د ب ن، 1992.

2. سي يوسف زاهية حورية "الالتزام بالإفشاء عنصر من ضمان سلامة المستهلك"، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 2، 2009.
3. قرواش رضوان، مطابقة المنتوجات للموصفات وللمقاييس القانونية كضمانة لحماية المستهلك في الجزائر، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمن ميرة، بجاية، المجلد 09، عدد 01، 2014.
4. كريمة بركات، "التزام المنتج بإعلام المستهلك"، مجلة المعارف، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة البويرة، ال عدد 6، جوان 2009.
5. واعمر جبالي، "حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام" (الوسم والإشهار)، المجلة القانونية للحقوق والعلوم السياسية، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، عدد 02، 2006.

رابعاً: أعمال المنتقيات

1. بلحاج نصيرة، "الرقابة على مطابقة جودة المنتوجات"، الملتقى الوطني الخامس حول الحماية القانونية للمستهلك، التي نظمتها كلية الحقوق خلال الفترة من 16 و 17 ماي 2012، كلية الحقوق، جامعة يحي فارس، المدية.

خامساً: النصوص القانونية:

أ- النصوص التشريعية:

1. أمر رقم 75-58 مؤرخ في 26 سبتمبر 1975، يتضمن القانون المدني الجزائري، ج.ر عدد 78، صادر بتاريخ 30 سبتمبر 1975. معدل ومتمم بالقانون 05-10 مؤرخ في 20 يونيو 2005، ج.ر عدد 44، صادر بتاريخ 26 يونيو 2005، ومعدل بالقانون 07-05، مؤرخ في 13 مايو 2007، ج.ر عدد 31، صادر بتاريخ 13 مايو 2007.
2. قانون 89-02، المؤرخ في 07 فبراير 1989، المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك. ج.ر، عدد 06، الصادر في 08 فبراير 1989. (ملغى).

3. قانون رقم 02-04 المؤرخ في 23 يونيو 2004 يحدد القواعد المطبقة على المعيار الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، 2004.
4. قانون 03-09، المؤرخ في 25 فبراير 2009، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش عرف المشرع المستهلك، ج ر، عدد 15، الصادرة في 08 مارس 2009.
5. قانون 15-19 مؤرخ في 30 ديسمبر 2015، يتضمن قانون العقوبات الجزائري، ج ر عدد 71، صادر في 30 ديسمبر 2015، يعدل ويتم القانون 06-23 مؤرخ في 20 سبتمبر 2006، ج ر عدد 84 صادر في 24 ديسمبر 2006، يعدل ويتم قانون 04-15 مؤرخ في 10 نوفمبر 2004، ج ر عدد 71 صادر بتاريخ 10 نوفمبر 2004، يعدل ويتم الأمر 66-156 مؤرخ في 8 يونيو 1966.
6. قانون 06-10 المؤرخ في 15 أوت 2010، المعدل والمتمم للقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر عدد 46 الصادر في 2010.
7. قانون 02-04 المؤرخ في 23 يونيو سنة 2004، المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج ر، عدد 41، الصادرة في 27 يونيو 2004.

ب- النصوص التنظيمية:

1. مرسوم تنفيذي رقم 12-214، مؤرخ في 15 مايو 2012، يحدد شروط وكيفيات استعمال الإضافات الغذائية في المواد الغذائية الموجهة للاستهلاك البشري، ج ر، عدد 20، صادر بتاريخ 26 مايو 2012.
2. مرسوم تنفيذي رقم 13-378، مؤرخ في 09 نوفمبر 2013، يحدد الشروط والكيفيات المتعلقة بإعلام المستهلك، ج ر، عدد 58، صادر في 18 نوفمبر 2013.
3. مرسوم تنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 15-09-1990، المتعلق بضمان المنتجات والخدمات، ج ر عدد 40، الصادر في 19 سبتمبر 1990.
4. مرسوم تنفيذي رقم 90-39، المؤرخ في 30 يناير 1990، يتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج ر، عدد 05، الصادر في 31 يناير 1990.

5. مرسوم تنفيذي، رقم 90-399 الصادر في 10 نوفمبر 1990، المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية وعرضها، ج ر، عدد 50 سنة 1990.

6. مرسوم رقم 47-70 المؤرخ في 03 أبريل 1970، يتضمن تعميم استعمال اللغة العربية في الإشهار التجاري، ج ر، عدد 28. صادر في 24 مارس 1970.

ج_ القرارات الوزارية:

-قرار وزاري، مؤرخ في 26 جويلية 2000، يتعلق بالقواعد المطبقة على تركيبة المنتوجات اللحمية المطهية ووضعها رهن الاستهلاك، ج ر، عدد 54 صادر في 30 أوت 2000.

سادسا: مواقع الأترنت

دروس في القانون المدني، جامعة وهران

http://www.univ-oran2.dz/faculte/f_droit/civil1.doc

اطلع عليه يوم 25 يناير 2017.

سابعا: دليل تطبيقي

1. بن بادة مصطفى، دليل المستهلك الجزائري، وزارة التجارة، الجزائر، 2011.

ثامنا: القواميس:

1. ابن منظور، لسان العرب المحيط، بيروت، دار لسان العرب، د. ط، د. ت. ن، مادة

هلك، مجلة رقم 3.

2. المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية للثقافة والعلوم، الجزائر، د. ط.، 1989.

3. موسوعة جمال عبد الناصر في الفقه الإسلامي، المجلس الأعلى للشؤون الإسلامية، جريدة

رقم 88.

A-Ouvrages

1. JEAN calais, L'influence du droit de la consommation sur le droit civil des contrats rtd, civ, année éd, avril 1984.

B-Mémoire :

1. Fatima bouhafs, la fin des accords de distribution, mémoire et soutenu publiquement pour l'obtention du diplôme de magistère en droit comparé des affaire, faculté du droit, université d'Oran.

C-jugements :

1. PARIS, 12 juillet 1972 gaz-2-juris.p.804, note j. magret.
2. Cass. Civ. 1er ch. .23 avril. 1985, d. 1985 juris, p. 585, note. s. Dion.

فہ



رس

.....	شكر
.....	إهداء
1.....	مقدمة
	الفصل الأول: الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك
5.....	المبحث الأول: الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك
5.....	المطلب الأول: المقصود بالالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك
6.....	الفرع الأول: تعريف الالتزام بصفة عامة
7.....	أولاً: خصائص الالتزام
7.....	ثانياً: أنواع الالتزامات
8.....	أ- التقسيم من حيث الحماية القانونية:
8.....	ب- التقسيم من حيث المحل:
8.....	2- الالتزام بالعمل:
9.....	3- الالتزام بالامتناع عن عمل:
10.....	د- الالتزامات الإدارية و الالتزامات الغير إدارية:
10.....	الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في عقود الاستهلاك
11.....	تعريف الإعلام:
11.....	1- لغة:
12.....	2- اصطلاحاً:
12.....	ثانياً: المقصود بالإعلام و دوره في حماية رضا المستهلك:
12.....	1- المقصود بالإعلام:
12.....	2- دور الإعلام في حماية رضا المستهلك:
13.....	المطلب الثاني: الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام (بدل عناية-تحقيق نتيجة)
14.....	الفرع الأول: تحقيق نتيجة
16.....	الفرع الثاني: بذل العناية
19.....	المبحث الثاني: محل الالتزام بالإعلام و أطرافه
20.....	المطلب الأول: محل الالتزام بالإعلام
20.....	الفرع الأول: الالتزام بالإعلام قبل التعاقد:

20	أولا: تعريفه:
20	ثانيا: مبررات و حجج نشوء لالتزام بالإعلام التعاقدية
21	ثالثا: موقف المشرع الجزائي
22	رابعا: أساس الالتزام بالإعلام قبل التعاقد
22	1-الغلط:
23	2-التدليس:
24	4-قواعد المسؤولية التقصيرية:
24	5-مستلزمات العقد:
25	الفرع الثاني: الالتزام التعاقدية بالإعلام.
25	أولا: أصل الالتزام التعاقدية بالإعلام
25	ثانيا: الطبيعة القانونية للالتزام التعاقدية بالإعلام
25	1-الالتزام التعاقدية بالإعلام ببذل عناية:
26	2-الإلتزام التعاقدية بالإعلام التزاما بتحقيق نتيجة:
27	الفرع الثالث: مبررات نشوء الالتزام بالإعلام
27	أولا: المبررات الواقعية
28	ثانيا: المبررات القانونية
29	المطلب الثاني: أطراف الالتزام بالإعلام
29	الفرع الأول : الدائن بهذا الالتزام (المستهلك)
29	أولا : تعريف المستهلك لغة و اصطلاحا و الاصطلاح الشرعي
29	1-لغة:
30	2-تعريف المستهلك اصطلاحا :
30	3- تعريف المستهلك في الاصطلاح الشرعي :
30	ثانيا : معنى المستهلك في الاقتصاد
31	ثالثا: تعريف المستهلك في الفقه و القضاء
32	رابعا: تعريف المستهلك قانونا
32	خامسا : تعريف المستهلك في التشريع الجزائي
34	الفرع الثاني: المدين بالالتزام بالإعلام

34	أولاً: المنتج مدين أصلي
36	ثانياً: موقف المشرع الجزائري
36	الفرع الثالث: الموزع
36	أولاً: تعريف التوزيع والموزع
37	ثانياً: مسؤولية الموزع

الفصل الثاني: الحماية المقررة للمستهلك

40	المبحث الأول: وسائل الحماية وجزاء الإخلال بها
40	المطلب الأول: الالتزامات الإجبارية الخاصة في مجال إعلام المستهلك
40	الفرع الأول: الوسم
41	أولاً: تعريف الوسم
42	ثانياً: البيانات الإجبارية للوسم
42	ثالثاً: الشروط الإلزامية للوسم
42	1- أن يكون الوسم واضحاً وكاملاً:
43	2- أن يكون الوسم ظاهراً ولصيقاً بالمنتج:
43	الفرع الثاني: الإعلان عن الأسعار
44	أولاً: تعريف الإعلان عن الأسعار
44	ثانياً: طرق الإعلان عن الأسعار
45	الفرع الثالث: الإشهار
46	أولاً: تعريف الإشهار:
47	ثانياً: لغة الإشهار:
47	ثالثاً: أنواع الإشهارات
47	1- الإشهار الكاذب:
48	2- الإشهار المقارن:
49	3- الإشهار الخفي:
49	المطلب الثاني: الجزاءات المقررة في حالة الإخلال بها
50	الفرع الأول: الإجراءات الإدارية لحماية المستهلك

50	أولاً: الرفض المؤقت لدخول المنتج
50	ثانياً: الرفض النهائي لدخول المنتج
51	رابعا: الحجز
52	خامسا: السحب المؤقت
53	سادسا: السحب النهائي
54	سابعا: الإلتلاف
54	ثامنا: التوقيف المؤقت للنشاط
55	الفرع الثاني: الغرامات المالية
57	المبحث الثاني: الدعاوى المتاحة للمستهلك
57	المطلب الأول: الدعاوى المدنية
58	الفرع الأول: دعوى البطلان
58	أولاً: دعوى البطلان
58	1- الغش
60	2- التدليس (الغش أو الخداع)
61	أ: استعمال الحيلة والطرق الاحتيالية
62	ب: نية التضليل
62	ت: أن تكون الطرق الاحتيالية هي الدافع إلى التعاقد
63	ج: اتصال التدليس بالعاقد الآخر
63	الفرع الثاني: دعوى المسؤولية التقصيرية
64	الفرع الثالث: دعوى ضمان العيوب الخفية
65	المطلب الثاني: الدعاوى الجزائية
66	الفرع الأول: الأفعال المجرمة في القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش
66	أولاً: الجرائم المكيفة مخالفات
66	1 مخالفة إلزامية سلامة المواد الغذائية:
66	3 مخالفة إلزامية أمن المنتج:
66	4 مخالفة إلزامية رقابة المطابقة المسبقة:
67	5 مخالفة إلزامية الضمان أو تنفيذ ضمان المنتج:

67	6 مخالفة إلزامية تجربة المنتج:
67	7 مخالفة إلزامية تنفيذ الخدمة ما بعد البيع:
67	8 مخالفة إلزامية وسم المنتج:
67	ثانيا: في الجرائم المكيفة جنح
68	2 الجنح المنصوص عليها في المادة 70 من القانون رقم 03-09:
69	3 نجد المادة 79 من القانون 03-09 المتعلق بحماية المستهلك:
69	4 جنحة عرقلة إتمام مرحلة الرقابة:
69	ثالثا: الجرائم المكيفة جنایات
70	الفرع الثاني: الأفعال المجرمة في قانون العقوبات
70	أولا: جريمة الغش
70	1- التعريف بالجريمة
71	2- محل الجريمة
71	3- أركان قيام جريمة الغش
71	أ- الركن المادي:
72	ب- الركن المعنوي:
72	4- العقوبة المقررة للجريمة
73	ثانيا: جريمة الخداع
73	1- التعريف بالجريمة:
73	2- نطاق تطبيق جنحة الخداع:
73	أ الشروط الشخصية:
74	ب الإطار العقدي:
74	3- أركان جريمة الخداع:
74	أ الركن المادي:
75	ب الركن المعنوي:
75	4- العقوبات المقررة لجريمة الخداع أو محاولة خداع المستهلك:
76	خاتمة
80	قائمة المراجع

الملخص:

رغم التطور القانوني للمجتمعات، إلا أن حق المستهلك في الإعلام لم يرق إلى ما هو عليه الحال، حيث أن التشريعات الحديثة قد أخذت مجراها في ظل عصر عرفت فيه العولمة القانونية سيطرة على ربوع القوانين الداخلية للدول، في إطار حفظ حقوق الإنسان، وذلك باعتبار المستهلك هو العنصر الأساسي داخل المجتمع.

نجد أن المشرع الجزائري كرس في القانون الجديد المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش 03-09، الحق في الإعلام بإلقاء التزام على المتدخلين بإعلام المستهلك بالمعلومات الصادقة والنزيهة حول خصائص المنتجات والخدمات والأسعار المطبقة عليها، وكذا تحذير من مخاطر التي قد تتجر عن استعمالها، كما مكن المشرع الجزائري للمستهلك في القانون المذكور سالفاً حماية مدنية وجزائية عن طريق تجريم الأفعال التي يأتيها المتدخل والتي قد تكون مخالفة للقوانين المنظمة لهذا الحق، إما في القوانين المتعلقة بتنظيم الممارسات التجارية، أو في قانون العقوبات، الذي جرم كل الأفعال التي من شأنها أن تخدع المستهلك في حالة التعاقد.

كلمات مفتاحية:

المستهلك، الإعلام، المتدخل، الوسم، الإشهار.

Résume :

Quoique le progrès juridique des sociétés, le droit de consommateur pour l'information, n'a jamais été l'apogée de son développement comme il est de nos jours.

A savoir que les législations modernes ont prient un cours à une époque où la mondialisation juridique prédomine et influe sur les législations des états, sous prétexte de protection des droits de l'homme, tout en sachant que le consommateur est le principal élément social.

Le législateur algérien a consacré dans la nouvelle loi concernant la protection de consommateur et la lutte contre toutes formes de fraudes 09-03.

Le droit à l'information exige des producteurs de fournir des informations claires sur les caractéristiques des produits et des services, des prix compatibles, ainsi que les précautions des éventuels dangers qui peuvent survenir lors de la consommation de ces produits.

Le législateur algérien a pris dans la loi sus citée au consommateur une protection des droits civile et pénal qui punissent les actes illégaux des producteurs, soit dans les lois de protection directe du consommateur ou dans les lois concernant l'activité commerciale, et le code pénal qui sanctionne tout acte illégal qui peut contraindre le consommateur dans les accords conventionnés.

Les mots clés :

Consommateur, l'information, producteur, le Slongo, la publicité.