جامـعة عبد الرحمـــان ميـرة – بجـــاية -

كليــة الحقــوق والعلـــوم السياســـية

قسـم القـــانون الخاص

عنوان المذكرة

الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

مذكرة لنيـــل شهـــادة المـــاستر في القانون الخاص

تخصص: القانون الخاص الشامل

من إعـداد الطلبة:

- جحنين نجيمة
- جودر نصيرة

الأستـــاذ المشـرف:

- عثماني بلال

لجـنـة المنـــاقشة :

- الأستاذ.....رئيسا.
- الأستاذ: عثماني بلال.....مشرفا ومقررا.
- الأستاذ.....ممتحنا.

السنة الجامعية 2013/2012

مقدمة:

يعتبر عقد البيع من بين العقود المدنية الأكثر أهميّة وانتشارا في المجتمع، وقد اكتسى هذه الأهمية خاصة مع التطور التكنولوجي الحديث الذّي نتج عنه تنوّع وتعدّد في السلع والخدمات ذات تقنية عالية ضمانا لراحة وسلامة المشتري والمستهلك وكذلك حمايته، هذا مّا أدّى إلى زيادة الطلب على إبرام العديد من العقود مع البائعين المنتجين والموزعين، إلاّ أنّ هذه العلاقات التعاقدية لا تكون عادة متوازنة، فأمام تمتع البائع أو مقدم الخدمة بالقوة الاقتصادية والخبرة والاختصاص، كونه هو الذّي يحوز الشيء المبيع وتتوفّر لديه كافة المعلومات والبيانات المتعلّقة به، وأمام هذا التطور في الإنتاج والابتكار الذّي به تمّ استحداث بعض المنتجات التّي تتسم بالخطورة سواء من حيث تكوينها أو من حيث استخدامها، فمن هنا نشأت الحاجة إلى فرض الالتزام بالإعلام حيث يعتبر من إحدى الضروريات التّي يجب الاعتماد عليها في كل المعاملات التعاقدية.

وبالرغم من قدم وجود الالتزام بالإعلام حيث أقرّته الشريعة الإسلامية وذلك ما نستنتجه في العديد من الأحاديث النبوية منها: ما رواه أبوا خالد حكيم ابن حزام رضي الله عنه عن النبي (ص) أنّه قال:" **البيعان بالخيار ما لم يفترقا فإن صدقا و بينا بوركا لهما في بيعهما، وإن كذبا و كتما محقت بركة بيعهما."** فهذا الحديث يحث المتبايعين على الصدق و البيان عند إبرام العقد حتّى تنزل البركة عليهما ويحذرهما من الكذب والكتمان. كذلك ما رواه عن رسول الله (ص) أنّه قال:**" من باع عيبا و لم يبينه لم يزل في مقت الله و لم تزل الملائكة تلعنه."** فهذا الحديث يوضح تحذير رسول الله (ص) على من بيع الشيء المعيب دون بيان العيب استحق البائع غضب الله عزّ وجّل ومقته فضلا عن لعنات الملائكة[1] فمن هنا يتبيّن لنا أن الشريعة الإسلامية تفرض التزاما بالإعلام على عاتق من يرغب في بيع شيء ما إلاّ أنّ دراسته لم تحض باهتمام رجال الفقه القانوني وهذا ما أدّى إلى إهماله وعدم الالتزام به حتّى انقلب ذلك سلبا على الرّكائز الأساسية للمعاملات التعاقدية داخل المجتمع، لكن نتيجة للتطور التكنولوجي الذّي شهده العصر الحديث، بدأ فقهاء القانون بتقييمه على أنّه ركيزة أساسية يجب التعامل بها خاصّة في المبيعات التّي تتوفّر فيها الصفة الخطرة.

وتظهر أهميّة الالتزام بالإعلام من جهة في خلق التوازن العقدي بين البائع والمشتري أو على الأقل التخفيف من عدم التكافؤ، وكذلك لكون هذا الالتزام يقوم على مبدأ حسن النية والاستقامة في التعامل حيث يكون كل طرف في العقد على بينة بما التزم به وبما يعود عليه منه، وأنّ ما وعد به كان مطابقا لما ينتظره من منفعة وضمان لسلامته من المخاطر.[2]

باعتبار أنّ الالتزام بالإعلام من بين الالتزامات التّي يرتبها عقد البيع، إلاّ أنهّ لا يجب أن يفهم أنّ هذا الالتزام واجب على عاتق البائع فقط، بل هناك قواعد خاصّة تخرج عن القواعد العامّة تمدّد هذا الالتزام إلى أطراف أخرى كما هو الشأن بالنسبة للمؤمن والموثق والمحامي...الخ الذّي يتحتم عليهم

[1] عبد العزيز المرسى حمود، الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة - دراسة مقارنة- مصر، 2005، ص.21، 23 .

[2] أحمد السياغي و آخرون، الالتزام بالإعلام كتدبير وقائي لحماية المستهلك، بحث مقدم في إطار مقياس الملتقى في القانون، كلية الحقوق، جامعة جيجل، 2008/2007، ص.أ-ب.

الإدلاء بجميع البيانات والظروف التّي من شأنها تخويل الدائن صورة حقيقية وشاملة عن الشيء المبيع ومخاطره.

إضافة إلى هذا فإن المشرّع الجزائري لم ينص عليه صراحة على عكس ما فعله للالتزامات الأخرى حيث نظمها بأحكام قانونية في القواعد العامّة، وهذا ما يدفعنا إلى البحث عن أحكام الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع و الجزاءات المترتّبة عند الإخلال به؟

للإجابة على هذه الإشكالية قررنا تقسيم هذا البحث إلى فصلين، حيث نتناول في الفصل الأول ذاتية الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، أما في الفصل الثاني نتناول المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة.

الفصل الأوّل

ذاتية الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

تقوم العلاقة التعاقدية على صحة الرضا والإرادة الحرة لكلا طرفي العقد(البائع والمشتري) وكذلك تقوم على المساواة بينهما وتعتبر هذه المساواة أساسا في الكم المعلوماتي الذّي يمتلكه المتعاقد، سواء كان بائعا أو منتجا؛ إذ يعتبر الإعلام التزاما يرتبه عقد البيع ويقع عبؤه على عاتق البائع أو المنتج حسبما قرره القانون وذلك حماية لطرف الضعيف في العلاقة التعاقدية الذّي هو المشتري.

الإعلام ضروري في العقود، لتوضيح بيانات وكيفية استعمال الشيء المبيع وكذا الاحتياطات الواجبة اتخاذها عند استعماله لعدم إخلال التوازن العقدي، وتحديد مجاله ووسائل تنفيذه لذلك فإنّ دراسة ذاتية الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة للشيء المبيع تتطلب منّا تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأوّل: مفهوم الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

المبحث الثاني: نطاق و وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة عن الشيء المبيع

المبحث الأوّل

مفهوم الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

تعتبر مرحلة تكوين العقد من أهم المراحل التّي يمر بها عقد البيع، وفي هذه المرحلة يحتاج المتعاقد إلى المعلومات والبيانات المتعلقة بالشيء المبيع حتى يتمكن من الانتفاع به على أكمل وجه لذلك يتعين على البائع أو المنتج الالتزام بالإدلاء بهذه المعلومات فمن هنا يجب علينا تحديد تعريف الالتزام بالإعلام وبيان طبيعته وكذلك بيان مضمونه وأساسه وهذا ما نتطرق إليه في مطلبين:

الطلب الأوّل: تعريف وطبيعة الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.

المطلب الثاني: مضمون وأساس الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

المطلب الأوّل: تعريف و طبيعة الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

على الرغم من قدم وجود الالتزام بالإعلام في كثير من التنظيمات القانونية القديمة أو الحديثة[1] إلا أن دراسته بتعمق لم تحظ باهتمام رجال الفقه و القانون لبيان تعريفه وطبيعته إلا منذ وقت قريب بل إثر التطور الصناعي والتقدم التكنولوجي.

على ضوء ذلك نقسم هذا المطلب إلى فرعين:

الفرع الأوّل: تعريف الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

الفرع الثاني: طبيعة الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

الفرع الأوّل: تعريف الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

لتحديد تعريف الالتزام بالإعلام يتطلب بيان الإعلام لغة ثم بيانه اصطلاحا:

فالإعلام في اللغة مأخوذة من أفضى إلى فلان بالسر أي أعلامه به.[2]

أمّا اصطلاحا فقد عرّفه الفقه على أنّه: **"التزام تبعي يقع على عاتق أحد الطرفين بأن يحذر الطرف الأخر أو يثير انتباهه إلى ظروف أو معلومات معينة، بحيث يحيطه علما بما يكتنف هذا العقد، أو ما ينشأ عنه من مخاطر مادية أو قانونية"**[3] ويتضح من هذا التعريف أن الالتزام بالإعلام يتضمن عنصرين وهما:

العنصر الأوّل: يتعلق بتعريف الشيء المبيع ووصفه وتبيّان مكوناته وخصائصه ودواعي استعماله.

العنصر الثاني: يتعلق بتبيّان كيفية الاستعمال والاحتياطات الواجب اتخاذها عند استعمال الشيء المبيع من طرف المشتري وتوجيه انتباهه إلى حجم الخطر والمضاعفات التّي تنجر عند استعماله.[4]

أمّا المشرّع الجزائري لم يعرف الالتزام بالإعلام في القواعد العامة، بل اكتفى بالقول أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا في عقد البيع وذلك حسب نص المادّة 352 ق.م.ج. التّي تنص على:**" يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا ويعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه."**[5]

---

[1] مباركي كمال و آخرون، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق، جامعة جيجل، 2009/2008، ص.29.

[1] حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع- دراسة مقارنة بين القانون المدني "المصري والفرنسي" والفقه الإسلامي- المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999، ص.35.

[2] عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة الماجستير قي القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص.18.

قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج- دراسة مقارنة- دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007، ص.ص.112-113.[4]

[4] الأمر رقم 75-58 المؤرخ قي 20 رمضان 1395 الموافق لـ 1975/09/26، المتضمن القانون المدني الجزائري معدل ومتمم، ج.ر.ج.ج. عدد 78، مؤرخة في 1975/09/30.

يتضح من هذه المادّة أنّ المشتري يجب أن يكون عالما بالمبيع، وذلك باشتمال العقد على جميع أوصاف المبيع الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه.

في هذا الصدد، فصّل المشرّع الجزائري أكثر في القواعد الخاصّة للالتزام بالإعلام وذلك في نص المادّة 17 من القانون المتعلّق بحماية المستهلك وقمع الغش التّي تنص: **" يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذّي يصنعه للاستهلاك بواسطة الوسم و وضع العلامات أو بأية وسيلة أخرى مناسبة."**[1] ويتبيّن من هذه المادّة أنّه يجب على البائع أو المنتج إعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلّقة بالمنتوج بأيّ وسيلة من وسائل بالإعلام.

يتجلى ذلك أيضا، فيما ورد في المادّة 4 من القانون رقم 04-02 المؤرخ في 2004/06/23 الذّي يحدد القواعد المطبّقة على الممارسة التجارية، والتّي تقضي بأنّه **" يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات و بشروط البيع"**[2].

الالتزام بالإعلام من المواضيع التي تسمح للمشتري الذي يجهل معلومات خاصة في الشيء المبيع الذي من شأنه يتبين ما إذا تحقق الغرض الذّي سعى إليه من وراء إبرام العقد.[3]

في هذا المجال لم يستعمل مؤلفي القانون مصطلح واحد، بل تعددت المصطلحات للدلالة على ما يتضمنه الشيء المبيع من بيانات ومعلومات، من بينها: الالتزام بالإفضاء، الالتزام بالتحذير الالتزام بالنصيحة، إلاّ أنّ هناك بعض الفروقات نذكر منها:

أنّ الالتزام بالإعلام يختلف عن الالتزام بالإفضاء، إذ أنّ الالتزام بالإعلام أشمل من الالتزام بالإفضاء حيث يتعين فيه ذكر جميع المعلومات والبيانات التّي تتعلّق بالشيء المبيع، أمّا الالتزام بالإفضاء يرتكز فقط على ذكر الصفة الخطرة للشيء المبيع.[4]

كما يختلف الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالتحذير في كون أنّ هذا الأخير أوضح من الأوّل حيث لا يقتصر على تقديم المعلومات فقط بل يعطي تعليمات للمحافظة وصيانة الشيء المبيع، تحسبا لوقوع الخطر أو الضرر الذّي قد يلحق به عند التعامل، حيث يجب على البائع أن يحذّر المشتري ويلفت انتباهه بخطورة الشيء البيع.[5]

أمّا فيما يخص اختلاف الالتزام بالإعلام عن الالتزام بالنصيحة يكمن في أنّ الالتزام بالنصيحة لا يتضمّن الإعلام الموضوعي فقط، إنّما يمتد إلى تبيّان الاتجاه الذّي يكون أكثر ملائمة، وذلك بتوضيح

---

[1] قانون رقم 09-03 مؤرّخ في 29صفر 1434 المواقف ل2009/02/25، المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 15، الصادرة في 2009/03/08.

[2] قانون رقم 04-02 مؤرّخ في 5جمادي الأول عام 1425، الموافق ل2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ج.ر.ج.ج.عدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

[3] Christian Larroumet : Droit Civil , tom 3, les obligations, le contrat, 4éme édition, ED, economica, paris, 1998, p . 323.

[4] حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة الدكتورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص.11.

[1] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.40.

مزايا وعيوب ذلك التصرف مع بقائه حر في الاتخاذ بالنصيحة من عدمها[1]، وكذلك يختلفان في نطاق تطبيقهما حيث أنّ الالتزام بالنصيحة غالبا يكون في نطاق الخدمات الخاصة أمّا الإعلام في كافة العقود.[2]

رغم هذا الاختلاف في المصطلحات، إلاّ أنّ لها هدف واحد وهو حماية المتعاقد أو المستهلك وذلك بإلمامه بكافة المعلومات والبيانات المتعلّقة بالشيء المبيع.

الفرع الثاني: طبيعة الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

لقد اختلفت أراء الفقهاء حول الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع فهناك من ينظر إلى زمان الوفاء به فيما إذا كان التزام عقدي أو قبل تعاقدي، وهناك من ينظر إلى الهدف منه، إذا كان يرمي إلى تحقيق نتيجة أو التزام بوسيلة.

أوّلا: طبيعته بالنظر إلى زمان الوفاء به

أ: الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي:

يذهب جانب من الفقه إلى القول أنّ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع ذو طبيعة غير عقدية، حيث يتعين الوفاء به قبل المرحلة السابقة على إبرام العقد(مرحلة التفاوض)، ويستندون في ذلك إلى عدة حجج نذكر منها:

_ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، التزام غير تعاقدي حيث يجد أساسه في نظرية صحة وسلامة الرضا التّي يجب توفرها قبل إبرام العقد.[3]

_ أنّ هذا الالتزام أوجبه القانون على عاتق المدين به مثل المنتج أو بائع الأدوية والمستحضرات الصيدلية، حيث يجب عليهم وضع بيانات تتعلق بكيفية استعمالها وأثارها ومدة الصلاحية والاحتياطات اللازمة لتخزينها على أغلفة منتجاتهم الصيدلية قبل طرحها للتداول. كما أنّه يجد أساسه في النصوص والمبادئ العامة كمبدأ حسن النية الذّي هو مفترض في المتعاقد بأن يعلم المتعاقد الآخر بالمعلومات المتعلقة بالعقد.[4]

ب: الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي:

يرى أنصار هذا الرأي أنه إلى جانب الالتزامات قبل التعاقدية للإعلام التي تؤكّد سلامة الرضّا، توجد التزامات تعاقدية للإعلام تهدف إلى حسن تنفيذ العقد، فالبائع هو الذي يحدد للمشتري بكيفية استخدام الشيء المبيع ويحذره من مخاطره،[5] إذن فالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع هو التزام عقدي يستمد وجوده من العقد ذاته،[6] ويستندون في ذلك إلى حجج منها:

---

[2] بلحاج العربي، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد قي ضوء القانون المدني الجزائري-دراسة مقارنة- دار وائل للنشر، الجزائر، 2010، ص.85.

[3] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.40.

[1] عبد العزيز المرسى حمود، المرجع السّابق، ص.52.

[2] عليان عدة، المرجع السابق، ص.42.

[5] Gérard Légier : Droit civil, les obligations, 16e édition, édition Dalloz, 1998, p. 37.

[4] عبد العزيز المرسى حمود، المرجع السّابق، ص.52.

_ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بضمان العيوب الخفية، و الالتزام بضمان التعرض الاستحقاق والتسليم وهي التزامات يرتبها عقد البيع ويقع عبؤها على البائع باعتباره عقدا.[1]

_ أنّ إعلام البائع للمشتري بالمعلومات المتعلقة بالمبيع وقت إبرام العقد، يعلمه بصفته متعاقدا، حيث أنّ التقصير في تقديم تلك المعلومات لا تكتشف إلاّ بعد تنفيذ العقد.[2]

_ عملا بنص المادّة 107/2 ق.م.ج. التّي تنص على :**" لا يقتصر العقد على إلزام المتعاقد بما ورد فيه فحسب، بل يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة، بحسب طبيعة الالتزام."** ونص المادّة 352 ق.م.ج. حيث تنصّان على ضرورة إعلام المشتري بمضمون محل العقد حيث أوجبتا ضمنيا أن يذكر العلم بالبيانات والمعلومات المتعلقة بالمبيع وهذا ما يضفي الطبيعة العقدية للالتزام بالإعلام.[3]

كما استند أصحاب هذا الاتجاه إلى العديد من الأحكام القضائية من بينها نذكر ما قضت به الدائرة المدنية الأولى لمحكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 31 /01/ 1973 الذّي جاء مؤيدا لمحكمة الاستئناف التّي أوجبت تحمّل صانع المادة اللّاصقة للأرضيات مسؤولية الأضرار التّي لحقت بالمستهلك، وذلك لعدم كفاية التحذير الوارد في المبيع، فعوضا من الإشارة إلى ضرورة عدم وجود مصدر لهب اكتفى بوضع عبارة (قابلة للاشتعال).[4]

إلاّ أنّ رغم هذا الاختلاف نقول أنّ الالتزام بالإعلام هو التزام فرضه القانون حماية للمشتري باعتباره طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية، لذلك يستوجب أن تكون هذه الحماية خلال مرحلة تكوين العقد وأثناء تنفيذه، ففي مرحلة تكوين العقد يساهم في تنوير وتبصير رضا المشتري قبل الإقدام على إبرام العقد[5]؛ حيث يعتبر وسيلة لإيجاد رضا حر وسليم. أمّا فيما يخص مرحلة تنفيذ العقد فيساهم في تحقيق حماية المشتري في جسمه وماله وذلك بتبيين كيفية استخدام الشيء المبيع والانتفاع به وتفادي خطورته لذا يعتبر الالتزام بالإعلام ذو طبيعة مزدوجة، حيث يعتبر في حماية رضا المشتري أثناء مرحلة تكوين العقد من جهة، كما يساهم في حسن انتفاعه بالشيء المبيع وتجنّب مخاطره في مرحلة التنفيذ من جهة أخرى.

ثانيا: بالنظر إلى كونه التزاما ببذل عناية أو تحقيق نتيجة

أ) التزاما ببذل عناية

[5] ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء تقدم وسائل التكنولوجية المعاصرة وفقا للقانون المدني"المصري الفرنسي" والفقه الإسلامي و أحكام القضاء، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 2000، ص.202.

[6] عبد العزيز المرسى حمود، المرجع السّابق، ص.53.

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.44.

[2] Cass. Civ. 1re, 31 Janvier 1973, J.C.P. 1973. IV. N°40106

وارد في عليان عدة، المرجع السابق، ص.44.

[5] Christian Larroumet, Op.cit, p. 323.

يرى أغلب الفقهاء أن طبيعة الالتزام بالإعلام هو التزام ببذل عناية، حيث يلتزم البائع بتقديم وإطلاع المشتري على كافة المعلومات والبيانات الموضحة لحقيقة المبيع وطرق استعماله ومكامن خطورته، وبهذا يعتبر البائع أو المنتج قد وفّى بالتزامه، فهو غير مجبر بإلزام المشتري على إتباع البيانات المقدمة له باعتباره أنّه لا يتحكم في نتيجة النصائح والتحذيرات التّي قدمها، ولقيام مسؤولية البائع ما على المشتري إلاّ إثبات خطأ البائع.[1]

يستند أنصار هذا الموقف على عدة حجج من بينها:

_ أنّ النتيجة المطلوبة من الالتزام بالإعلام احتمالية وليست مؤكّدة الوقوع، لأن الإعلام والتحذير من خطورة الشيء المبيع مهما بلغت دقته ودرجة وضوحه، إلاّ أنّه لا يكفي لتحقيق النتيجة، بل تتوقف على مدى استجابة المشتري لذلك.[2]

– تحقيق النتيجة من عدمها تتوقف على إرادة المشترى، فالبائع ملزم بإعلامه بالمخاطر دون أن يضمن له عدم وقوع الخطر، وهذا ما يعني أن التزام البائع ليس إلاّ التزام ببذل عناية دون تحقيق نتيجة.[3]

كما استندوا في ذلك إلى الأحكام القضائية الصادرة عن محكمة النقض الفرنسية التّي نجد منها قضية شركة fechet blauch المتخصصة في بيع أجهزة الإنذارات ضد السرقة، حيث تتلخص وقائع هذه القضية في عرض هذه الشركة جهاز اليكتروني يستعمل للإنذار والمراقبة على شركة Dicorop التي تريد شراء جهاز لحماية مستودعها من السرقة فرفضت هذه الأخيرة العرض فاشترت جهاز آخر أقل تكلفة. واثر الضرر الذّي لحق بها طلبت تعويض على أساس إخلال البائع لالتزامه بالإعلام والنصح إلاّ أنّ محكمة النقض أيّدت حكم محكمة الاستئناف التّي رفضت طلب التعويض استنادا إلى أنّ الشركة البائعة غير ملزمة بتحقيق نتيجة ومن ثم لم تخل بالتزامها.[4]

ب) التزاما بتحقيق نتيجة

يرى أنصار هذا الرأي أنّ الالتزام بالإعلام هو التزام بتحقيق نتيجة لأنه يهدف لحماية وضمان رضا المشتري في مواجهة البائع، ولقيام مسؤولية البائع يقع على المشتري عبء إثبات الضرر، وإذا أراد البائع دفع المسؤولية القائمة ضده، ما عليه إلاّ إثبات أنّه قام بإعلام المشتري أو إقامة الدليل على سبب أجنبي.[5]

استند أنصار هذا الرأي إلى حجج منها:

---

[1] بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات- دراسة مقارنة- الطبعة الأولى، مكتبة الرشاد لطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2005، ص.30.

[2] حمدى أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.ص. 163-164.

[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.48.

[1] Cass. Com, 11 juin 1985, bull. civ. 1985. N°188 p.157;RTDciv 1986 N°1, P.342.

وارد في عليان عدة، المرجع السابق، ص.49.

[2] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص.205.

_ أنّ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، التزام يهدف إلى تحقيق سلامة المشتري أو المستهلك هو التزام ببذل عناية من شأنه أن يفقد هذا الالتزام جدواه ويفرغه من مضمونه، لأنّ على المدين في أيّ التزام أن يبذل في تنفيذه العناية الواجبة سواء وجد التزام بضمان السّلامة أو لا.[1]

_ القول بأنّ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع التزام بوسيلة من شأنه أن يؤدّى إلى المغايرة في تطبيق الأحكام الخاصّة للمسؤولية عن الأضرار الناشئة عن المنتجات الصناعية وتلك الناتجة عن حراسة الأشياء الغير الحية، حيث أنّ المسؤولية الأخيرة تنشأ بمجرد إثبات تحقيق نتيجة التدخل الايجابي للشيء المبيع ولا يمكن دفع المسؤولية إلاّ بإثبات السبب الأجنبي، أمّا في حالة المنتجات الصناعية فلن يحصل المشتري على التعويض إلاّ بإثبات خطأ البائع.[2]

إلاّ أنّ هناك رأي من الفقه يقول أنّ التزام المدين بالإعلام هو التزام ببذل عناية، ذلك لغياب نص صريح يحمّل المدين مسؤولية جهله في كل الحالات؛ هذا من جهة ومن جهة أخرى فإنّ كون الالتزام بالإعلام التزام بتحقيق نتيجة لا يكون في جميع الأحوال. فإذا كان من المفترض في المحترف العلم والتقنية فإنه لا يمكنه العلم بكل شيء خاصة إذا كانت المعلومات خارجة عن اختصاصه أو لا يمكن العلم بها، هذا ما يجعل أغلبية الفقه يقول أنّ الالتزام بالإعلام التزام ببذل عناية حتى ولو كان الاتجاه الآخر يعتبره التزام بتحقيق نتيجة، فإنّه مازال إلى حد اليوم يحتفظ بطبيعته ببذل عناية إذ يمكن للمدين دفع المسؤولية بعدم العلم أو عدم استطاعته العلم.[3]

المطلب الثاني: مضمون و أساس الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

إنّ أهميّة الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع يرتكز أساسا على تحديد محتوى ومضمون هذا الالتزام الذّي يقتصر على تقديم المواصفات والمعلومات المتعلقة بالشيء المبيع وطرق استعماله ومكامن خطورته، وكذلك تبيان الأساس الذي يكون ركيزة لهذا الالتزام وهذا ما نتطرق إليه في فرعين:

الفرع الأوّل: مضمون الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

الفرع الثاني: أساس الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

الفرع الأوّل: مضمون الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

يتمثّل مضمون الالتزام بالإعلام في إعلام البائع للمشتري بالبيانات والمعلومات المتعلّقة بالحالة المادّية والقانونية للمبيع وكذلك توضيح له طريقة استعمال المبيع ومكامن خطورته.

---

[3] حمدى أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.171.

[4] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.47.

[3] لبان فريدة، مبدأ حسن النية في الانعقاد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008، ص.ص. 111-112.

أوّلا: الإعلام بالبيانات و المعلومات المتعلّقة بالحالة المادّية و القانونية للمبيع

أ: الإعلام بالبيانات و المعلومات المتعلّقة بالحالة المادّية:

تتضمّن الحالة المادّية للمبيع ذكر جميع الأوصاف الأساسية التّي يقتضي معرفة مكوناته وتركيباته وأجزائه الداخلية وكافة العناصر التّي تساعد على تكوين علم كاف لدى المشتري بحقيقة المبيع ومدى ملائمته لغرضه من الشراء[1].

من بين الصفات المادّية الهامة التّي يجب أن يعلم بها المشتري وقت إبرام العقد، ما يلحق المبيع من عيوب ومدى تأثيرها على قيمة المبيع أو منفعته المادّية حيث يتعين على البائع أن يعلم المشتري بكل العيوب، وإلاّ اعتبر البائع ضامن للعيب الخفي حتّى ولو كان غير عالم به وقت إبرام العقد.[2]

غير أنّه لا يكون البائع ضامنا لهذه العيوب إذا كان المشتري على علم بها وقت البيع أو كان باستطاعته الاطلاع عليها بفحصه للمبيع بعناية الرجل العادي، وقد نصّت المادة 379 ق. م. ج.

على أنّ البائع يلتزم بإعلام المشتري بالعيوب التّي تصيب الشيء المبيع والتّي تنقص من قيمته الاقتصادية وتنقص من قيمة انتفاع المشتري بذلك الشيء[3].

لقيام التزام البائع بضمان العيب يشترط أن يكون العيب خفي، حيث لا يضمن البائع العيب الظاهر وأن يكون المشتري لا يعلم به أو أنّه لا يمكنه الاطلاع على ذلك ولو بذل عند تفحصه للشيء المبيع عناية الرجل العادي، وأن يكون العيب مؤثرا إذ من شأنه أن ينقص من قيمة الشيء المبيع أو منفعته.

ب: الإعلام بالبيانات و المعلومات المتعلّقة بالحالة القانونية للمبيع:

تتضمّن الحالة القانونية للشيء المبيع بذكر جميع الحقوق العينية والشخصية المترتّبة على الشيء المبيع، والتّي تعرقل المشتري من انتفاعه بالشيء. ويقوم التزام البائع بالضمان، وتترتّب مسؤوليته إذا لم يعلم المشتري عن هذه البيانات عند إبرام العقد ولا يعفيه عن ذلك قيام الالتزام على عاتق المشتري بالاستعلام عنها.[4]

---

[1] محمد ممدوح مبروك، المرجع السّابق، ص.159.

[2] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص.31.

[3] المادة 379 من الأمر 75-58 السالف الذكر:"يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التي تعهد بوجودها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من انتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع، أو حسبما يظهر من طبيعة أو استعماله فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب و لو لم يكن عالما بوجودها.
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 عنه."

[1] ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص.ص.155-156.

فقد أقام الفقه الفرنسي التزام البائع في هذه الحالة على أساس التزامه بضمان التعرض والاستحقاق وكذلك ضمان الارتفاقات كحق المرور. وكذلك يجب على البائع إعلام المشتري بالإجراءات والأشكال الإدارية الضرورية الواجب اتخاذها حتى يستطيع استعمال الشيء المبيع، كأن يكون الحصول على تصريح من جهة الأمن لتركيب جهاز الإنذار.[1]

ثانيا: إعلام البائع المشتري بطريقة استعمال المبيع و مكامن خطورته:

أ: الإعلام بطريقة استعمال المبيع:

يتعين على البائع أن يعلم المشتري بالطريقة المثلى لاستعمال المبيع، وذلك بتوضيح كافة المعلومات الضرورية حتى يتمكن المشتري من الانتفاع بالشيء المبيع على أكمل وجه، وذلك ما سيجنّبه الأضرار الناتجة عن الاستعمال الخاطئ للمبيع. وتختلف هذه البيانات والمعلومات بحسب ما إذا كان المبيع من الأشياء القصيرة الاستعمال أو من الأشياء الدائمة الاستعمال.

فالبنسبة للأشياء القصيرة الاستعمال كالمواد الغذائية والمستحضرات الطبية ومواد الدهان ...الخ فإنّ على البائع المنتج أن يبيّن طريقة استعمال هذه الأشياء وقت استخدامها والمقادير المطلوبة والجرعات المتناولة وكذلك الاحتياطات الواجب أخذها عند الاستخدام وإذا أخل أو قصر في تقديم تلك البيانات تقوم مسؤولية البائع أو المنتج عما يصيب المشتري أو المستهلك من أضرار.[2]

أمّا فيما يخص الأشياء الدائمة الاستعمال كالآلات والأجهزة الكهربائية والاليكترونية فإنّ على المنتج أو البائع أن يقدم للمشتري كافة البيانات المتعلّقة بكيفية استخدامها والاحتياطات الواجبة اتخاذها عند تشغيلها وكذلك بيان مكوناتها وخصائصها، كل ذلك في نشرة حتّى يتسنّى للمشتري الرجوع إليه عند الحاجة.[3]

هذا ما استقرّ عليه الفقه القانوني المصري والذي أكّده القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه بحيث نجد منها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية بمسؤولية صانع مواد الدهان لعدم توضيحه للمشتري كيفية الاستخدام الصحيح لتلك المواد مما نتج عنه تشقق وتلف في اللّوحات عند رسمه.[4]

ولقد أكّد المشرّع الجزائري أيضا على ضرورة ذكر هذه البيانات في العديد من النصوص القانونية الخاصة التّي سنتعرض إليها لاحقا.

ب: تحذير المشتري من خطورة الشيء المبيع:

إنّ تنفيذ البائع أو المنتج لالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع لا يتوقف على ذكر البيانات الضرورية والمعلومات اللاّزمة لاستخدامه، بل يتعين عليه أيضا أن يحدد له كافة المخاطر التّي قد تتمخض عند استعماله لذلك الشيء وعند الاحتفاظ به إذا كان من الأشياء الدائمة الاستعمال. وأن يبين له بكل دقة جميع الاحتياطات والخطوات الواجب إتباعها لتفادي تلك المخاطر لحماية المستهلك وحماية نفسه من المسؤولية.[5]

---

[2] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السابق، ص.37 ،35، 38.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.54.
[1] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.197.
[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.54.
[3] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص.42.

لكي يكون التحذير سبب من أسباب إعفاء مسؤولية البائع أو المنتج لابدّ من توفّر خصائص معينة وهي: أن يكون التحذير كاملا أي يلفت انتباه المشتري على كافة المخاطر وكيفية تجنبها عند استخدامها لتلك الأشياء وبيان الاحتياطات الواجب إتباعها عند استعماله أو الاحتفاظ به، فإذا أخلّ البائع عن التزامه هذا أو قصر في ذلك فيتحمّل عبأ الأضرار التّي تترتب عن ذلك.[1]

يجب أيضا أن يكون التحذير مفهوما للمشتري حيث يستعمل ألفاظ وعبارات بسيطة التركيب سهلة الفهم واضحة الدلالة، وقد يمتد إلى أكثر من ذلك بإضافة رسوم يرمز بالصفة الخطرة لتلك المنتوجات وإذا كانت هذه الأخيرة معدة للتصدير إلى دولة أجنبية فمن اللاّزم أن تكتب عبارة التحذير من الصفة الخطرة بعدة لغات أساسية إلى جانب لغة البلد المنتج.[2]

أخيرا يجب أن يكون التحذير ظاهرا ويتم ذلك عن طريق تمييز البيانات الخاصة بالتحذير عن البيانات الأخرى حيث تكتب بلون آخر أو كبيرة الحجم للفت أكثر انتباه المستهلك، ولكي يحقق التحذير الغرض المعد لأجله يجب أن يكون ملصقا بالمنتوج ، فإذا كان الشيء المبيع ذو صفة صلبة كالآلات والمعدّات فيكون ذلك عن طريق نقش التحذير عليه لعدم إتلافه نظرا لما تؤديه هذه الآلات من خدمة، أمّا إذا كان ذو طبيعة رخوة كالأطعمة ومواد التنظيف والمنتوجات الدوائية فإنه ينبغي طبع التحذير على العبوة نفسها، أو توضع في الأغلفة الخارجية لها.[3]

لذلك يرى بعض الفقه أنّه لا يكفي أن يدرج التحذير في ورقة مطبوعة توضع داخل العلبة التّي تحتويها أو يرفق بالجهاز المبيع. لذلك ذهب الرأي الغالب من الفقه إلى أنّه لابد من كتابة التحذير على جسم السلعة مباشرة لأنّ المشتري قد يفقد الورقة عند أول استعماله لها، في حين أنّه يكون بحاجة إلى تنبيه مستمر كلما أقدم على استعمال الشيء المبيع، وهذا ما يستدعي أن يكون التحذير ملازما للشيء لا ينفصل عنه أبدا، وهذا لا يتحقق إلاّ إذا كان مطبوعا عليه أو مكتوبا على ورقة ملصقة به مباشرة أو يحفر عليه.[4]

الفرع الثاني: أساس الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

لقد تباينت آراء شراح القانون المدني حول الأساس القانوني للالتزام البائع بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، فقد ذهب البعض إلى أنّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات والبعض الآخر يقول أنه التزام مستقلّ بحد ذاته.[5]

أوّلا: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات

فقد ذهب أنصار هذا الاتجاه إلى أنّ الالتزام بالإعلام التزام تابع لغيره من الالتزامات الناشئة عن عقد البيع، لكن اختلفوا فمنهم من يرى أنّه التزام يجد أساسه في الالتزام بضمان العيوب الخفية ومنهم من يرى انه التزام يجد أساسه في الالتزام بالتسليم وهناك من يعتبره التزام بضمان السلامة.

أ: الالتزام بضمان العيوب الخفية كأساس للالتزام بالإعلام

[4] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.ص.203-204.
[1] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص. 177.
[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.ص.64-65.
[3] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.219.
[4] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.24.

ذهب جانب من شراح القانون المدني إلى أنّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بضمان العيوب الخفية، وذلك على أساس أن خطورة المبيع تمثل عيبا خفيا يجب أن يضمنه البائع.
غير أنّ هذا الاتجاه لم ينل تأيّيد جمهور الفقه الذّي دافع بشدة عن استقلال الالتزام بالإعلام عن الالتزام بضمان العيب الخفي وذلك من عدة نواحي[1]:

- **من حيث مصدر كل منهما**: فالالتزام بالضمان مصدره القانون أمّا الالتزام بالإعلام من صنع القضاء.

- **من حيث نطاق تطبيقهما**: فالالتزام بالإعلام أوسع نطاق من الالتزام بضمان العيب الخفي حيث يقتصر هذا الأخير على الحالات التي يكون فيها المبيع مشوب بأحد العيوب فقط أمّا الأوّل يمتد نطاقه إلى كافة الحالات التّي يتسم فيها المبيع ببعض الخطورة. وكذلك في العيوب الخفية يقع الالتزام على عاتق البائع، أمّا في الالتزام بالإعلام يقع على عاتق البائع والمنتج في حالة عدم إحاطة المشتري بمخاطر المبيع.

- **من حيث طبيعة كل منهما**: الالتزام بضمان العيوب الخفية التزام بتحقيق نتيجة، أمّا الالتزام بالإعلام من مخاطر المبيع التزام ببذل عناية.[2]

في الأخير يمكن القول أنّ إضفاء صفة الخطورة على المبيع لا يرتبط بالضرورة بوجود عيب خفي، بل يرجع إلى خطورة المبيع في ذاته وبالتّالي لا يمكن اعتبار الالتزام بضمان العيوب الخفية أساس للالتزام بالإعلام. [3]

ب) الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام:

يرى هذا الاتجاه أنّ الالتزام بالإعلام يجد أساسه في القواعد التي تحكم الالتزام بالتسليم، حيث يجب على البائع عند تسليمه للمبيع أن يقدّم كافة البيانات المتعلّقة بحسن استعماله و تجنّب خطورته حتّى يتمكن المشتري من الاستفادة والانتفاع بالمبيع على أكمل وجه.[4]
غير أن هذا الرأي لم يسلم من الانتقادات وذلك للاعتبارات الآتية:

- الالتزام بالتسليم يقوم فيه البائع على تسليم منتوج مطابق للمواصفات التّي كان عليها وقت إبرام العقد، في حين أن الالتزام بالإعلام لا يقتصر دور البائع على تسليم منتوج مطابق لما ورد في العقد، لكنه مسؤول أيضا عن ملائمة هذا المنتوج لحاجات المشتري من خلال تحذيره بكافة المخاطر المتعلقة بالمبيع.

- الالتزام بالتسليم لا يضمن كافة أوجه الالتزام بالإعلام حيث أن هذا الأخير لا يقتصر على تسليم نشرة استخدام المنتوج بل هناك بيانات يدلي بها قبل التعاقد وكذلك هناك بعض المبيعات يتطلب تدخل البائع بتدريب المستخدم تدريبا علميا.[5]

- أنّ قبول المشتري للمبيع يسقط حقه في طلب فسخ العقد أو المطالبة بالتعويض نتيجة إخلال البائع بالتزامه في التسليم، وعلى العكس فان قبول المشتري للمبيع لا يمنعه من التمسك بالفسخ أو بالتعويض

---

[1] عليان عدة، المرجع السابق، ص.27.
[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.83.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.29.
[1] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص.77.
[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.88.

استنادا إلى إخلال البائع بالتزامه بالإعلام بالصفة الخطرة للمبيع. وعليه نظرا للاعتبارات السّابقة فإنّه لا يمكن القول بتأسيس الالتزام بالإعلام على الالتزام بالتسليم.[1]

ج: الالتزام بضمان السّلامة كأساس للالتزام بالإعلام

ذهب جانب آخر من الفقه إلى أن التزام البائع بالإعلام يجد أساسه في الالتزام بالسّلامة على أساس أنّ الإعلام هو وسيلة لضمان سلامة المشتري أو المستهلك.

قد استند أنصار هذا الاتجاه إلى حكم محكمة استئناف الفرنسية بحكمها الصادر في 1954/6/4 القاضي بمسؤولية الشركة البائعة لخلاط كهربائي حيث أغفلت هذه الشركة البائعة عن تعيين الطريقة المثلى لاستعماله ولم تبين ما يجب اتخاذه من الاحتياطات في حالة عدم انتظام أو انحراف هذا الوعاء وكذلك لم توضح ما يمثله أحكام ربط الوعاء الزجاجي على دعامته اللولبية من أهمية لسلامة المشتري وبذلك تكون قد أخلت بالتزامها بالسلامة المتولد على العقد بتسببها في الأضرار وبذلك عدم الإعلام أدى إلى الإخلال بالسلامة وبالتالي قضت المحكمة بمسؤولية الصانع بالرغم من خلو المبيع من العيوب.[2]

غير أنّ هذا الاتجاه تعرض لنقد على أساس أنّ تأسيس التزام البائع بالإعلام على التزامه بضمان السّلامة سيجعل من الأوّل التزاما تعاقديا فقط كما هو الشأن في الالتزام بالسّلامة الذّي يتعلّق بتنفيذ العقد لا بإبرامه، في حين أنّ الالتزام بالإعلام يقوم أثناء إبرام العقد لضمان صحة وسلامة رضا المشتري.[3] وبالتّالي لا يصلح أن يكون الالتزام بالسّلامة أساسا للالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.

نخلص في الأخير إلى القول بأنّ إزاء الانتقادات المقدّمة للالتزام بالإعلام باعتباره يجد أساسه في غيره من الالتزامات فإنّه التزام مستقلّ بحد ذاته.

ثانيا: استقلالية الالتزام بالإعلام

لعدم صلاحية الالتزامات السّابقة الذكر كأساس للالتزام بالإعلام ذهب جانب من الفقه إلى تأكيد الذاتية المستقلة لهذا الالتزام وذلك بالاعتماد على نص المادّة 352 ق.م.ج و 107 من نفس القانون.

أ: المادّة 352 ق.م.ج. كأساس للالتزام بالإعلام:

تنصّ هذه المادّة على أنّه:**" يجب أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا و يعتبر العلم كافيا إذا اشتمل العقد على بيان المبيع و أوصافه الأساسية بحيث يمكن التعرف عليه وإذا ذكر في عقد البيع أنّ المشتري عالما بالمبيع سقط حق هذا الأخير في طلب إبطال البيع بدعوى عدم العلم به إلاّ إذا أثبت غش البائع".**[4]

إضافة إلى القواعد العامّة التّي تقضي بوجوب تعيين المبيع أو قابليته للتعيين وقت العقد، أضافت هذه المادة أن يكون المشتري عالما بالمبيع علما كافيا وذلك بذكر جميع الأوصاف الأساسية له. فالمشرّع الجزائري لم يبين المقصود بالعلم الكافي للمبيع ولم يضع ضابط معين نعتمد عليه لتحديد ماهية العلم به.

هذا ما أدّى إلى تباين أراء شراح القانون حول العلم الكافي بالمبيع، حيث هناك جانب من الفقه يقول أنّه مرتبط بنظرية سلامة الإرادة من العيوب و هناك جانب أخر يقول أنّه يهدف إلى معرفة المشتري الحقيقية بذات المبيع وأوصافه، في حين يرى جانب من الفقه إلى اعتباره تطبيقا لنظرية الغلط حيث أنّ

---

[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.32.
[1] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص .276.
[2] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص. 79.
[3] الأمر 75-58، المرجع السابق.

العلم الكافي يحول دون وقوع المشتري في الغلط، إلاّ أنّ أغلبية الفقه لسيما المصري ذهب إلى أنّ العلم الكافي للمبيع ليس إلاّ تطبيقا لخيار الرؤية في الشريعة الإسلامية.[1]

أمّا الاتجاه الحديث من الفقه يقول أنّه إضافة إلى شرط العلم الكافي بالمبيع وأنّه مستقل عن نظرية الغلط أو عن أحكام تعيين المبيع وكذلك كونه حكما موضوعيا مضمونه علم المشتري بالمبيع فإنّه يمثل تطبيقا مثاليا للالتزام بالإعلام ببيانات وأوصاف المبيع الأساسية[2]. وبالتّالي يمكن اعتبار المادّة 352 ق.م.ج. كأساس للالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.

ب: مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام

اتجه جانب من الفقه إلى إقامة التزام بالإعلام على أساس مبدأ حسن النية التّي يجب مراعاتها أثناء تنفيذ العقد طبقا لنص المادة 107/1 ق.م.ج. **:" يجب تنفيذ العقد طبقا لما اشتمل عليه و بحسن النية."**[3]

يرى أنصار هذا الاتجاه أنّ مبدأ حسن النية يفرض على البائع إعلام المشتري بوقائع العقد ومدى ملائمة الشيء الذي يقدم على شرائه لحاجاته ويلتزم في ذلك بالأمانة والنزاهة والتعاون في التعامل وكذلك يجب على البائع إعلام المشتري بكافة البيانات المتعلقة باستعمال المبيع والتحذير من مخاطره وإلاّ اعتبر مسؤولا عقديا.[4]

وبالتّالي يمكن اعتبار مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.

ج: الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد

يذهب جانب من الفقه إلى القول بأنّ الالتزام بالإعلام يستند إلى عقد البيع باعتباره من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة وهذا بمقتضى نصّ المادّة 107/2 ق.م.ج السالف الذكر**:" لا يقتصر العقد على التزام المتعاقد بما ورد فيه و لكن يتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة بحسب طبيعة الالتزام"**

بحيث يمكن القول أنّ الالتزام بالإعلام أصبح من مستلزمات التعاقد والذّي يمكن أن يقضي به القاضي في مضمون العقد، إذا كان القانون أو العرف أو العدالة تقتضي إضافته إليه بغرض حماية المتعاقد الآخر(المشتري).[5]

قد دعم هذا الرأي القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه، ومن بينها ما قضت به الدائرة الأولى لمحكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر بتاريخ 1989/06/07 حيث أشارت فيه أن الاتفاقيات لا تقتصر على إلزام المتعاقد بما ورد فيه، لكنها تتناول أيضا ما هو من مستلزماته وفقا للقانون والعرف والعدالة وذلك بمراعاة طبيعة الالتزام، فإن الصانع المنتج ما يجب أن يدلي بكافة البيانات الضرورية المتعلقة باستعماله والتحذير من مخاطره. كذلك المادة 2/107 ق.م.ج. تصلح لتكون أساس للالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.

مما سبق يمكن القول أن تعدد الأسس التي اعتمد عليها لتأسيس الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة للشيء المبيع ما هو إلاّ نتيجة لعدم وجود نص قانوني صريح يتضمن أحكام هذا الالتزام لذلك يستوجب

---

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. ص. 36-37.
[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 105.
[3] الأمر 75-58، المرجع السابق.
[4] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. ص.38-39.
[1] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص.280.

تدخل المشرّع والنصّ بصريح العبارة على الأساس الذّي يعتمد عليه في الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.[1]

المبحث الثاني

نطاق و وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

إن تنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام يقتضي تبيان مجالاته وذلك بذكر الأشخاص أطراف العلاقة التعاقدية، كذلك الأشياء محل هذا الالتزام خاصة التي تتوفر فيها الصفة الخطرة وفي أيّ وقت يجب أن يتم هذا الإعلام، و لتيسير تنفيذ التزام البائع بالإعلام منح له القانون عدة وسائل لتنفيذه فلم يقيده بوسيلة خاصة بل هناك عدة وسائل إما أن يكون شفاهة أو كتابة أو بالوسائل الحديثة ، ولدراسة كل هذا يقتضي منا تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين :

المطلب الأوّل: نطاق الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة للمبيع

إنّ تحديد نطاق الالتزام بالإعلام يستوجب علينا بيان الأشياء التّي تكون محل هذا الالتزام والأشخاص الذّي يشملهم والزمان الذّي يجب أن يتحقق فيه هذا الإعلام.

الفرع الأوّل: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الموضوع

إنّ تحديد موضوع الالتزام بالإعلام يتعلّق بطبيعة المنتوج؛ أيّ بالشيء المبيع، فالأصل أنّ حق المشتري في العلم الكافي بالمبيع يشمل على جميع الأشياء المبيعة سواء كان من المنقولات أو العقارات مادية أو معنوية، بسيطة أو معقدة، عادية أو خطرة، شائعة الاستعمال أو حديثة الابتكار، إلاّ أن موضوعنا يقتصر على ذكر الصفة الخطرة للمبيع وفي هذا المجال اختلف فقهاء القانون المدني المصري والفرنسي حول معيار هذه الصفة التّي يستلزم الإفضاء بها إلى المشتري.

حيث يذهب جانب من الفقه إلى أنّ هذه الصفة تتوفّر في الأشياء الخطرة بطبيعتها أو بسبب تعقد استعمالها، في حين يذهب جانب آخر إلى توفّرها في الأشياء الجديدة وحديثة الابتكار.[2]

فيرى أصحاب الاتجاه القائل بأن الصفة الخطرة تتوفّر في الأشياء الخطرة بطبيعتها، وهي الأشياء التّي تتوفّر فيها هذه الصفة منذ صنعها أو إنتاجها حتى تفي بالغرض التّي صنعت من أجله كالمواد القابلة للاشتعال والمواد السّامة والحارقة و المتفجرات....الخ.

كذلك الأشياء التّي تصبح بسبب تأثير العوامل الخارجية على عناصره و خواصه فيحدث التفاعل الذّي يفضي على الشيء المبيع صفة الخطورة، كما هو الحال في عصير الفاكهة التّي يتخمّر بتأثير الحرارة عليه ، وقد يكون الخطر ناتجا عن تعقد الاستعمال حيت يتطلب القيام بعمليات معقدة من شأنها أن تجعله خطرا كما هو الحال بالنسبة لبعض الأجهزة الكهربائية.[3]

إذا كان المبيع من الأشياء الخطرة على هذا النحو، يستلزم من البائع أو المنتج الإدلاء بكافة المعلومات والبيانات الضرورية والدقيقة التّي تبيّن مدى خطورة الشيء المبيع عند استعماله وكافة الاحتياطات التّي يجب مراعاتها عند استخدامه والاحتفاظ به لتجنب وقوع الأضرار.[4]

---

[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 41.

[1] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 235.

[2] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص. ص.65-66.

[3] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص. 229.

استدل أصحاب هذا الموقف بالعديد من أحكام القضاء الفرنسي منها ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من مسؤولية بائع المبيدات الحشرية الذّي لم يوضح للمشتري ما يكشف استعمالها من مخاطر والاحتياطات اللازمة لتجنبها.[1]

أمّا الاتجاه الثاني و القائل بأنّ الصفة الخطرة للشيء المبيع تكمن في الأشياء الجديدة والمبتكرة التّي تتطلب نوع من الجدة والحداثة عند استعمالها، بحيث يتعذر على مشتريها الإلمام بخصائصها وكيفية استعمالها، هذا ما يلقي التزاما على البائع بإحاطة المشتري بكافة بيانات ومعلومات الاستعمال مما ييسر له حسن استخدامها وتجنب الأخطار الناتجة عنه، ولتدعيم ذلك استند أنصار هذا الموقف إلى حجج منها:

- جهل المشتري بخصائص ومكونات المنتجات الجديدة وعدم قدرته على الإلمام بهده الخصائص نظرا لما أدّى إليه التطور العلمي والتكنولوجي الحديث من ظهور منتجات دقيقة في تركيبها وذات حساسية في استعمالها مما ينبغي على البائع أو المنتج الإدلاء للمشتري بكيفية استعمال الشيء المبيع استعمالا صحيحا بما يمكنه الانتفاع به وتجنبه ما قد ينتج عنه من أضرار وهذا أيضا يسري على المنتجات الجديدة بحيث أنّ المشتري يكون بأمس الحاجة إلى معرفة كيفية استخدام هذه الأشياء.[2]

أمّا بالنسبة للمشرّع الجزائري فلم يتبن معيار الخطر لغرض الالتزام بالإعلام الذّي يقع على عاتق البائع بل تبنى معيار أخر وهو معيار السّلامة والأمان الذّي ينتظرها المستهلك أو المشتري وهو ما يعبر عنه بالرغبة المشروعة، حيث أنّ المنتوج الذّي ينطوي على خطر يهدد سلامة المستهلك هو منتوج غير مطابق للانتظار الشرعي لهذا الأخير.[3]

هذا ما أكّده المشرّع الجزائري في نصّ المادّة 9 من القانون المتعلّق بالقواعد العامّة لحماية المستهلك بنصّها: " **يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة وتتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستهلاك المشروع المنتظر منها، وأن لا تلحق ضررا بصفة المستهلك وأمنه ومصالحه، ودلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها من قبل المتدخلين.**" وما جاء في نص المادّة 11/2 من نفس القانون حيث تنص على:" ...**كما يجب أن يستجيب المنتوج للرغبات المشروعة للمستهلك من حيث مصدره والنتائج المرجوة منه...**" فمن هنا يتبيّن أنّ المشرّع الجزائري لم يفرّق بين الأشياء و المنتجات التّي يجب الإعلام بها فلم يفرّق بين الأشياء الخطرة بطبيعتها أو تلك الخطرة باستعمالها وحتّى الأشياء الجديدة أو المبتكرة، حيث أخذ بمعيار واحد وهو معيار السّلامة وذلك في جميع المنتجات والأشياء المبيعة.[4]

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص

إنّ نطاق الالتزام بالإعلام لا ينحصر في العلاقة الموجودة بين البائع والمشتري فقط، بل من الممكن أن يمتد إلى أشخاص آخرين سواء خلف للبائع من تجار الجملة وتجار التجزئة والصنّاع وغيرهم أو كان خلفا للمشتري من مشتري أخر أو نائب عنه.

أوّلا: المدين بالالتزام بالإعلام:

يعتبر البائع هو المدين بالالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة في المبيع لكونه الطرف الأكثر خبرة ودراية بالمبيع و خصائصه لكن يختلف الأمر بين البائع المتخصص و الغير المتخصص.

---

[1] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 238.
[2] نفس المرجع، ص.ص.240-241.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.76.
[1] قانون رقم09-03، المرجع السابق.

فبالنسبة للبائع المتخصص يكون ذلك سواء لحيازته شهادات علمية متخصّصة أو بحكم الخبرة التّي اكتسبها بفعل الممارسة المستمرّة، وهذا البائع يكون إمّا بائع متخصص منتج أو غير منتج.

فالبائع المتخصص المنتج يفترض فيه العلم الكافي للشيء الذّي أنتجه نظرا لمركزه المتميز من حيث المعرفة الفنية بالبيع على خلاف المشتري أو المستهلك الذّي يفتقر إليها، وبالتّالي هو ملزم بأن يقدّم لهذا الأخير تفصيلات عن كيفيّة استعمال المبيع والتحذير من مخاطره وتبيّان كيفيّة تجنّبها وذلك بكل دقّة وإلاّ ترتّبت مسؤوليته.[1]

لقد اتجه القضاء الفرنسي إلى جعل المنتج ضامنا ولو جزئيا للبائع الذّي يتولى بيع منتجاته، كما يحق للمشتري بالرجوع المباشر على البائع المنتج للمطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار بسبب عدم الإعلام أو نقص التحذير.[2]

أمّا البائع المتخصص الغير المنتج هو الذّي يخصص نشاطه لبيع سلعة معينة دون غيرها أو سلعة تخدم عرضا واحدا مثل قطاع غيار السيارات بأنواعها وهذا البائع بحكم تخصصه يحوز على معلومات كافية، وبالتّالي فهو ملزم بأن ينقل للمشتري ما لديه من معلومات و يجب عليه التدخل لعلاج أيّ تقصير من جانب المنتج في تنفيذ التزامه بالإعلام فيصحح البيانات الخاطئة و يوضح ما كان غامضا منها ويكمل النقص. ولا يعني هنا أنّ البائع المنتج في نفس مرتبة البائع الغير المنتج، حيث أن الأول يلتزم بالإعلام بكل دقة بما يشمل عليه الشيء المبيع فعلا، لأنه هو الذّي أنتج ذلك الشيء، أما البائع الغير المنتج فهو يلتزم فقط بالإعلام عن المعلومات والأخطار التّي يعلمها، أو التّي كان بإمكانه أن يعلمها بحكم تخصصه.[3]

أمّا البائع الغير المتخصص وهو من يبيع سلعة مختلفة أي؛ متعددة الأنواع والاستخدامات فيقتصر التزامه بالإعلام على توفّير الكتيبات و النشرات التّي يرفقها المنتج بالسلعة دون التزامه ببيان مخاطر لا يعلمها فعلا.[4] وهذا ما أكّدته محكمة النقض الفرنسية في عدة أحكامها، حيث نجد حكمها الشهير الصادر في 1973/01/31 حيث استبعدت مسؤولية البائع وأقامة مسؤولية الصانع عن الأضرار التّي سببها الحريق الذّي نشب بسبب عدم إعلام المشتري وتحذيره عن قابلية الاشتعال لغراء لاصق يستخدم في تركيب الأرضيات الصناعية.

هكذا فإنّ تخصص أو عدم التخصص البائع يظهر أثره عند تحديد نطاق الالتزام بالإعلام، فيتسع كلما كان البائع متخصص،[5] بينما يضيق بالنسبة للبائع الغير المتخصص وتتقرر المسؤولية عند إخلال البائع المتخصص بالتزامه، لكن ينبغي عدم التمادي في إعفاء البائع غير المتخصص كلية عن المسؤولية على حساب سلامة المشتري أو المستهلك.

ثانيا: الدائن بالالتزام بالإعلام

يعتبر المشتري هو الدائن الأصلي بالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، لكن يجب التفرقة بين المشتري المتخصص والغير المتخصص.

فبالنسبة للمشتري المتخصص هو الذّي يكون متخصصا في نفس مجال البائع أو الصانع وبالتّالي إذا تعرض المشتري للمخاطر فهذا لا يكون بسبب نقص في المعلومات والبيانات المقدمة من البائع بل يكون

---

[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.79.

[3] قمراوي رشيد و آخرون، حماية المتعاقد في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الحقوق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيجل، 2011/2010 ص.63.

عليان عدة، المرجع السابق، ص.ص. 80-81.[3]

[2] عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك- دراسة في القانون المدني- الدار العلمية الدولية و دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2002، ص. 123.

[5] Gérard Légier, Op-cit, p. 36.

ذلك بسبب عدم الأخذ بتلك البيانات، هذا ما يؤدّي إلى التخفيف أو الإعفاء من مسؤولية البائع. حيث يذهب البعض من الفقه إلى القول بأنّ قيام المشتري المتخصص بشراء سلعة يعرف خصائصها ومخاطرها فمن شأنه أن يفقد الالتزام بالإعلام علة وجوده، وقد يتسع نطاق هذا الالتزام حتّى ولو كان المشتري شخصا مهنيا متخصصا فيما يشتريه كما لو كان المبيع مبتكر حديثا أو ذو تقنية عالية ومعقدة أو أنّ تأهيله لا يمكنه من تقييم خصائص المبيع.[1]

أمّا المشتري الغير المتخصص وهو الذّي يتمثّل في المستهلك عموما، ولقد عرّفته المادّة 3/2 من القانون المحدد للقواعد المطبّقة على الممارسات التجارية على انّه:" **كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعة قدّمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني.**"[2] و لجهل المشتري غير المتخصص بيانات المبيع، فإنّه يقع على البائع التزام بإعلامه بمخاطر الشيء المبيع ووسائل تجنّبها.[3]

إنّ تعريف المستهلك الذّي أوردته المادّة أعلاه لا يدخل ضمنه المستهلك المهني الذّي يتعامل لأغراض مهنية، فإنّ الأمر بالنسبة للمهني الذّي يتعامل لإغراض شخصية إذ يمكن أن يستفيد من الحماية إذا كان تخصصه لا يمكّن من معرفة خصائص المبيع، وهذا ما أكّدته محكمة النقض الفرنسية في حكمها الصادر في 1985/04/23 حيث قرّرت مسؤولية صانع مواد الدهان عما لحق المشتري من أضرار رغم كونه محترفا في الرسم جراء تشقق اللّوحات لجهله بخصائص ومكونات المواد المستخدمة و أن تخصصه كفنان لا يلزمه معرفة ذلك.[4]

الفرع الثالث: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الزمان

إذا كان القانون سواء الجزائري أو المصري أو الفرنسي قد كرّس حق علم المشتري بالمبيع حماية له وتحقيقا للغرض الذّي أعدّ من أجله، فإنّه يستوجب احترام مواعيد إعلام المشتري أو المستهلك بذلك ففي هذا الصدد يرى أغلب الفقهاء أنّ العلم الذّي يعتدّ به هو العلم السّابق أو المعاصر لانعقاد العقد حيث يجب أن يتحقق العلم الكافي لدى المشتري بحقيقة المبيع عند إبرام العقد أو قبله، وذلك لتنوير إرادته واتخاذ قراره النهائي في إبرام العقد أو عدمه.

لذلك يجب تنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع وقت إبرام العقد أي؛ خلال تبادل الطّرفان التعبير عن إرادتهما حيث يتعيّن على البائع أن يدلي للمشتري في نفس الوقت بكافة البيانات اللازمة وإعلامه بتفاصيل العقد.[5]

المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

إنّ الوسائل التّي يتحقق بها العلم الكافي بالصفة الخطرة للشيء المبيع كثيرة و متنوعة حيث قد تكون هذه البيانات في ورقة تلصق على المنتوج أو ترفق معه أو عن طريق الإعلانات واللّافتات التّي يدلي بها مباشرة البائع أو المنتج، وأكثر من هذا فإنّ وسائل الإعلام المستحدثة لعبت دور بارز في زيادة الإعلام وذلك عن طريق البث الإذاعي والتلفيزيون والانترنيت وهذا ما نتطرق إليه في فرعين:

الفرع الأوّل: الإعلام الشفهي و الكتابي.

الفرع الثاني: الإعلام عن طريق وسائل الإعلان و الاتصال المستحدثة.

---

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.ص.82-85.

[2] القانون رقم 04-02، المرجع السابق.

[3] عامر قاسم أحمد القيسي، المرجع السّابق، ص. 121.

[4] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 84.

[1] ممدوح محمد مبروك، المرجع السابق، ص.ص.234-235.

الفرع الأوّل: الإعلام الشفهي و الكتابي.

يعتبر الإعلام الشفهي والكتابي من أقدم وسائل الإعلام والأكثر بساطة وشيوعا.

أوّلا: الإعلام الشفوي:

إنّ الوسائل الشفوية من الطرق المقررة لإعلام البائع المشتري أو المستهلك بالشيء المبيع حيث يتحقق ذلك أثناء التفاوض ومن خلال الحوار الذّي يجري بين المدين والدائن حيث يتحصل هذا الأخير على المعلومات التّي تهمه من المدين مباشرة، ويتمكن من الوقوف على الأمور التّي يكون بحاجة إليها وطلب إزالة أيّ غموض التّي تعرقله من الاستفادة من الشيء المبيع.[1]

فقد تفرض الضروريات العملية باستخدام لغة الحوار، وذلك لتيسير وتوضيح المعلومات المقدمة كتابة خاصة في بعض المجالات التّي يصعب فهم هذه الكتابة أو محررة بمصطلحات فنية لا يفهمها إلاّ المتخصصون.[2] حيث نجد ذلك فيما يقوم به الصيدلي لما ورد في التذكرة الطبية من تعليمات وإعلامه للمشتري بكيفية تناول الأدوية وتحذيره بما قد ينتج عنه من مخاطر.[3]

رغم ما تتميز به هذه الطريقة من سهولة وسرعة في إحاطة المشتري بحقيقة المبيع إلاّ أنّه يعيبها صعوبة إثبات المدين الوفاء بالتزامه و إدلائه بكافة البيانات التي يحتاج إليها الدائن.[4]

كما أنّها لا تتسم بالثّبات والاستقرار والدوام لأنها تنتهي بمجرد إدلاء البائع بالبيانات، ومع مرور الوقت قد ينسى المشتري هذه المعلومات، في حين أن حاجته لاستخدام المبيع متكررة.[5]

ثانيا: الإعلام الكتابي

تعتبر الكتابة من الوسائل الأكثر شيوعا وفعالية للإدلاء بالمعلومات المتعلّقة بالشيء المبيع للمتعاقد الآخر، فالقانون يلزم في بعض الحالات البائع أو المنتج بتزويد المشتري أو المستهلك بالمعلومات والنصائح كتابة، حيث ألزم المنتج والموزع والمستورد بكتابة بيانات إجبارية عن خصائص ومكونات السلعة وتاريخ صلاحيتها، وطريقة استعمالها واستلزم أيضا أن تكون هذه البيانات سهلة الفهم وواضحة القراءة.[6] وهذا ما أكّده المشرّع الجزائري حيث استلزم الكتابة بصفة إلزامية في بعض العقود وذلك ما نجده في حالات خاصّة كالمحامي، والموثق، والطبيب...الخ بأن يحرر العقد كتابة وأن يضمّنه بالبيانات اللاّزمة لإعلام المستهلك على الالتزامات المتبادلة بينهما أي؛ بين الدائن والمدين.[7]

كما استلزم المشرّع الجزائري الوسم بشأن العديد من المنتوجات وذلك في نص المادة 2 من المرسوم التنفيذي المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغش حيث عرّفه على أنّه:**" جميع العلامات و البيانات وعناوين المصنع أو التجارة و الصورة و الشواهد أو الرموز التّي تتعلّق بمنتوج ما و التّي توجد في أيّ تغليف أو وثيقة أو كتابة أو وسمة أو خاتم أو طوق يرافق منتوجا ما أو خدمة أو يرتبط بهما."**[8]

وعليه فالوسم هو تلك البيانات الموضوعة على الغلاف الخارجي للمنتوج أو التّي تعتبر ضرورية لإعلام المستهلك أو المشتري، ويجب أن تكون هذه المعلومات لا تحمل أيّ إشارات أو عبارات تؤدّي إلى

---

[2] أحمد السياغي و أخرون، الالتزام بالإعلام كتدبير وقائي لحماية التراضي، كلية الحقوق، جامعة جيجل،2008/2007، ص. 40.

[1] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص.327.

[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.293.

[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.87.

[4] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص.327

[5] المرجع نفسه، ص. ص.127-128.

[6] عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنيت، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص. 39.

[7] المرسوم التنفيذي رقم 90-39، المؤرخ 1990/01/30 المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 50، 1990.

الظن أو الشك فيها.[1] فالوسم يستعمل للفت انتباه المشتري أو المستهلك من الخطر الناجم عند استعماله لذلك المنتوج، حيث يكتب الوسم بشكل واضح أو بلون مختلف لاتضاح أكثر مثل: ممنوع تناوله، مضر بالصحة، لا يلمس...الخ.[2] كما اشترط المشرّع أن يكون الوسم وبياناته مكتوبة باللّغة العربية، ولم يستبعد إضافة لغة أجنبية أخرى.[3]

يتخذ الوسم عدة صور، كأن يكون عبارة عن مستندات أو نشرات ترفق مع المنتوج أو بطاقات تلصق عليه، أو بطّبع البيانات على الغلاف الخارجي أو على دليل الاستعمال، وزيادة في فعالية هذه البيانات المدونة عن طريق الوسم يستحسن من المنتج أو البائع أن يزود هذه البيانات برسومات تدل على معناها كتلك الدّالة على قابلية المنتوج للاشتعال أو الانفجار لأهميّة هذه الأخيرة في لفت انتباه المستهلك لذلك.[4]

كما قد تكتب بيانات المنتوج في كتالوجات البيع حيث يعرض البائع منتوجاته في هذا الدليل أو الكتالوج و بيان موصفاته وخصائصه فيه، حيث يتم تسليمه إلى المشتري مع الشيء المبيع. وقد نصّ المشرّع الجزائري على هذه الوسيلة في المادّة 3 من القرار المقرّر في 1994/05/10 المتضمّن كيفية تطبيق المرسوم التنفيدي رقم 266/90 المتعلّق بضمان المنتوجات والخدمات، حيث ينص على أنّه :" **يجب أن ترفق المنتوجات المذكورة في الملحق الأول لهذا القرار بشهادة ضمان و بدليل الاستعمال.**"

تتميز المعلومات المقدمة كتابة بالدوام والثبات إذ يمكن للمستهلك أو المشتري الرجوع إليها دون الرجوع إلى البائع مادامت موجودة بين يديه بصفة مستمرة.[5] كما تتميّز أيضا بسهولة الإثبات وذلك لكلا الطرفين حيث يستعملها المدين كدليل لوفائه للالتزام بالإعلام كما يستعملها الدائن لإثبات عكس ذلك.[6]

الفرع الثاني: الإعلام عن طريق وسائل الإعلان والاتصال المستحدثة

إضافة إلى الوسائل التقليدية للإعلام استحدثت وسائل أخرى المتمثلة في: الإعلان ووسائل البث الإذاعي والتليفزيوني وشبكة الانترنيت.

أوّلا: الإعلام عن طريق الإعلانات

يعرف الإعلان بأنّه إخبار يتولاه شخص محترف بقصد التعريف بمنتوج أو خدمة معينة وذلك بإبراز مزاياها ومدح محاسنها، بغرض ترك انطباع مقبول لدا جمهور مخاطبيها مما يؤدي إلى إقبالهم على المنتوجات والخدمات محل الإعلام.[7]

قد عرّفه المشرّع الجزائري في نص المادّة 2 من المرسوم التنفيذي المتعلّق برقابة الجودة وقمع الغش بأنّه:" **جميع الاقتراحات أو الدعايات أو التعليمات المعدة لترويج تسويق سلعة أو خدمة بواسطة إسناد بصرية و سمعية بصرية.**"[8]

فمن هنا يعتبر الإعلان وسيلة هامة لتعريف المستهلك أو المشتري بالمعلومات الخاصّة بالشيء المبيع سواء بكتابة ذلك بوسائل التّي يتم الإعلان كتابة كالصحف، والمجالات، واللّافتات الإعلانية...الخ

---

[1] كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر،2005، ص.20.

[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 89.

[3] مسعودي نادية و اعراب تليلي، فعالية أحكام حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق و العلوم السياسية، جامعة بجاية، 2012/2011، ص. 10.

[4] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 90.

[5] أحمد السياغي و أخرون، المرجع السّابق، ص. 45.

[6] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 88.

[1] المرجع نفسه، ص.91.

[2] المرسوم التنفيذي رقم 39/90، المرجع السابق.

أو عن طريق الصوت والصور كالإعلانات التلفزيونية. إلاّ أنّه رغم هذه الأهميّة يصعب الاحتجاج بها في مواجهة المشتري كما لا يمكن له الاستناد إليها كوسيلة لتنفيذ البائع لالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع وذلك الاعتبارات منها:

عدم توفّر البيانات الواردة في الإعلانات على السمات الأساسية التّي يجب توافرها في الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة للشيء المبيع، حيث أنّ المنتج أو البائع يميل غالبا إلى امتداح منتجاته ويبيّن محاسنها دون عيوبها أو مخاطرها، وهذا ما يجعل الإعلانات غير كافية للإعلام بالصفة الخطرة للشيء المبيع.

هناك بعض المنتوجات استوجب المشرّع الجزائري الحصول على ترخيص مسبق لإشهارها و ذلك ما نجده في المنتوجات الصيدلانية حيث يجب الحصول على تأشيره لإشهارها يسلمها الوزير المكلف بالصحة بعد استشارة لجنة مراقبة الإعلام الطبي، كما هناك بعض المنتوجات يمنع منعا باتا إشهارها كالمخدرات والعقاقير المؤثّرة على الصحة النفسية .[1]

ثانيا: الإعلام عن طريق البث الإذاعي و التلفزيوني

يمثل البث الإذاعي والتلفزيوني من الوسائل المستحدثة لإعلام المستهلك أو المشتري، حيث يلتزم البائع أو المنتج في البث الإذاعي أن يدلي بالمعلومات الصحيحة والحقيقية التي تحتويها منتجاتهم.[2]

أمّا التلفزيون يلعب دور هام في الإعلام كونه أكثر تأثير على سلوك المستهلكين حيث يتم التعرف على المنتوج بالصوت والصورة وهو ما يعرف بعروض البيع Télé-achat وهي شراء عن طريق التلفون أو المنتيل منتجات مقدمة بواسطة بث تلفزيوني.[3]

ثالثا: الإعلام عن طريق الأنترنيت

تعتبر شبكة الانترنيت من أحدث وسائل الإعلام ولكي يتمكن الشخص من استعمالها يجب أن يكون لديه جهاز كمبيوتر ويفتح حساب اتصال لدا أحد مقدمي خدمة الانترنيت وهو شركة أو مؤسسة تملك اتصال بشبكة الانترنيت كما يجب أن يكون لدا الشخص جهاز مداوم لتحقيق الاتصال بين جهاز الكمبيوتر وخط الهاتف، ونظرا لاتساع هذه الشبكة وسرعتها لجأ الكثير من البائعين والصنّاع بوضع بيانات ومعلومات عن منتجاتهم على هذه الشبكة، ومن ثمّ يستطيع العميل من أيّ مكان أن يعاين السلعة التّي يرغب في شرائها عن طريق هذه الشبكة.[4]

بالرغم من أهميّة ومزايا الوسائل المستحدثة في إيصال المعلومات إلى المشتري أو المستهلك، إلّا أنّها معرّضة للنقد على أساس أنها وسائل ترويجية أكثر ممّا هي إعلامية إذ يتم استغلالها لتحقيق انجذاب المشتري أو المستهلك نحو هذه المنتجات، وبذلك تبقى الكتابة أهم وأفضل الوسائل المستخدمة في تحذير المستهلك أو المشتري.

---

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.ص. 92-93.
[2] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص.125.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 94 .
[4] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص.ص.128-129.

الفصل الثاني
المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع

يتضح مما سبق دراسته في الفصل الأوّل أنّ البائع أو المنتج بصفة عامة يعتبر حلقة وصل بين الشيء المبيع والمشتري أو المستهلك باعتباره على دراية بجميع مواصفات وتقنيات الشيء المبيع خاصّة إذا كان هو المنتج أو بائع مهني، ذلك ما يرتب على عاتقه التزاما بالإعلام عن كافة المعلومات والخصائص التّي يحتويها المبيع وكذلك عن كافة الاحتياطات الواجب اتخاذها عند استخدامه.

إذا أخلّ البائع أو المنتج بالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع تترتّب مسؤوليته اتجاه المشتري أو المستهلك، بالتالي يتعين علينا تحديد هذه المسؤولية والآثار الناتجة عنها، ولدراسة ذلك يستدعي منا تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأوّل: قيام المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن قيام المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

المبحث الأوّل
قيام المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

يكون البائع أو المنتج مسؤولا عن كافة الأضرار التّي يسببها الشيء المبيع بسبب إخلاله بالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، لذلك يستوجب تحديد طبيعة هذه المسؤولية فيما إذا كانت عقدية أو تقصيرية وكذلك بيان شروط التّي تقوم عليه هذه المسؤولية، إلاّ انّه هناك حالات لا يمكن اعتبار البائع مسؤولا عن تلك الأضرار إذا ثبت أنّه لا يد له في ذلك ويقوم بدفع هذه المسؤولية، فمن هنا يمكن تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين:

الطلب الأوّل: الطبيعة القانونية للمسؤولية وأركانها

المطلب الثاني: حالات دفع المسؤولية

المطلب الأوّل: الطبيعة القانونية للمسؤولية و أركانها

إنّ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، يعتبر من بين الالتزامات التّي يرتّبها القانون على عاتق البائع حيث إذا قصّر أو أخلّ بتنفيذ التزامه، تترتّب مسؤوليته اتجاه المشتري، لذلك يتعين علينا بيان طبيعة هذه المسؤولية والأركان الأساسية التّي تقوم عليها، وهذا ما نتعرض إليه في فرعين:

الفرع الأوّل: الطبيعة القانونية للمسؤولية

الفرع الثاني: أركان المسؤولية

الفرع الأوّل: الطبيعة القانونية للمسؤولية

لقد اختلف الفقهاء حول الطبيعة القانونية للمسؤولية ويرجع السبب في ذلك إلى اختلاف الطبيعة القانونية للالتزام بالإعلام حيث هناك من يعتبره التزام تعاقدي وبالتّالي يرتّب مسؤولية تعاقدية وهناك من يعتبره التزام قبل تعاقدي مما يرتّب مسؤولية تقصيرية.

أوّلا: الطبيعة العقدية للمسؤولية

يذهب جانب من الفقه إلى القول بأنّ المسؤولية النّاشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع هي مسؤولية عقدية لأنّ التزام البائع هو التزام عقدي حيث يشترط لقيام هذه المسؤولية أن يكون العقد صحيح وموجود.[1]

يستند أصحاب هذا الاتجاه إلى مبررات منها:

_ أنّ المعلومات التّي يفضى بها أحد المتعاقدين يقوم بها بصفته كمتعاقد، وأنّ إخلال المدين لهذا الالتزام يظهر دائما أثناء تنفيذ العقد.[2]

_ وفقا لنظرية الخطأ في تكوين العقد التّي نادى بها الفقيه الألماني إهرنج الذّي يرى أنّ الخطأ الذّي يقع بمناسبة إبرام العقد سواء تم انعقاده أو أدّى إلى بطلانه خطأ عقديا وبالتّالي يرتّب مسؤولية عقدية وإمّا إلى وجود اتفاق ضمني يلتزم به كل متعاقد بضمان صحة التصرف اتجاه الأخر من كل ما يعرقل في إبرام ذلك العقد أو يؤدّي إلى بطلانه.[3]

_ أنّ الأخذ بالصفة العقدية للمسؤولية يحقق فائدة أكثر للمضرور خاصة فيما يتعلّق بتقادم الدعوى العقدية حيث تتقادم هذه الدعوى في القانون الفرنسي بمضي ثلاثون سنة(30) طبقا للمادّة 262 منه، أمّا القانون المدني المصري فبمضي خمسة عشر سنة (15) طبقا لنص المادّة 374 منه، في حين أنّ الدعوى المترتّبة عن المسؤولية التقصيرية تتقادم في القانون المدني الفرنسي بمضي عشر سنوات(10) أمّا في القانون المدني المصري تتقادم بمضي ثلاث سنوات(3) من يوم علم المضرور من حدوث وقوع الضرر.

أمّا بالنسبة للقانون المدني الجزائري ليس له ما يبرّره لأنّ المشرّع الجزائري سوّى بين تقادم الدعوى العقدية والتقصيرية وذلك خلال خمسة عشر سنة(15) لكليهما وفقا لنص المادّة 308 ق.م.ج. السّالف

---

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.111.

[2] حامق ذهبية، المرجع السّابق، ص. 126.

[3] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص. 150.

الذكر التّي تنص على انّه:" **يتقادم الالتزام بانقضاء خمسة عشر سنة، فيما عدا الحالات التي ورد فيها نص خاص في القانون ...**"[1]

ثانيا: الطبيعة التقصيرية للمسؤولية

يري أصحاب هذا الاتجاه أنّ الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي لذلك إذا اخلّ البائع عن تنفيذ التزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع يرتّب مسؤولية تقصيرية .

يستندون في ذلك إلى مبرّرات منها:

_ أنّ الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي يستوجب الوفاء به أي؛ الإدلاء بكافة المعلومات الضرورية المتعلّقة بالشيء المبيع في المرحلة السّابقة لإبرام العقد.[2]

_ أنّ قواعد المسؤولية التقصيرية تمنح حماية أكثر للمضرور حيث تمنع اشتراط التخفيف من المسؤولية أو الإعفاء، كذلك تستوجب التعويض على كافة الأضرار الناتجة عن الإخلال بها سواء الأضرار المتوقّعة أو الغير المتوقّعة كما أنّ التضامن مفترض بقوة القانون إذا تعدّد المدنين.

_ كما يرى بعض أنصار هذا الرأي أنّ البيانات المتعلّقة بالمنتجات الصناعية والإفضاء عن مخاطرها، فان الصانع الذي يعتبر المدين الأصلي لهذا الالتزام يقوم بها لحظة الإنتاج وقبل طرحها للتداول من اجل إعلام كافة المستهلكين لهذا المنتوجات من مخاطرها ومن ثمّ فإذا ارتكب خطأ في هذه المرحلة يعتبر خطأ تقصيري و بالتّالي يرتّب مسؤولية تقصرية.[3]

ثالثا: التوسع من نطاق تطبيق المسؤولية العقدية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام

يرى أغلب الفقه بأنّ أحكام المسؤولية العقدية هي الأمثل كجزاء عن الإخلال بالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع، إلاّ أنّ الفقه والقضاء وسعيا لتوفير أكبر قدر من الحماية للمضرور وتمكينه من التعويض، وسّعوا في مجال تطبيق هذه المسؤولية وذلك برجوع المضرور مباشرة على المنتج أو الصانع بالرغم من عدم وجود علاقة تعاقدية بينهما، أو مد التعويض ليشمل الضرر المتوقع وغير المتوقع، أو عدم جواز التمسك بشروط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية وهذا ما نتطرق إليه بجزء من التفصيل فيما يلي:[4]

أ: حق المشتري الأخير في الرجوع مباشرة على المنتج بدعوى المسؤولية العقدية

وفقا للقواعد التقليدية فإنّ المشتري الأخير لا يمكن له الرجوع بالدعوى العقدية إلاّ على البائع المباشر، وهذا من شأنه أن يقلل من فرصة الحصول على التعويض للمشتري في الحالات التّي يكون فيها هذا البائع معسرا، في حين يكون المنتج هو الأقدر على تحميل أعباء الضرر بما له من قدرة مالية وإمكانية تحمّل أعباء التأمين من هذه المسؤولية.

كما أنّ الرجوع على البائع المنتج بدعوى المسؤولية التقصيرية تثير صعوبات للمشتري من أهمّها صعوبة إثبات الخطأ التقصيري للبائع المنتج، وأمام هذا القصور استقرّ القضاء الفرنسي مدعما من الفقه على تمكين المشتري بالرجوع على البائعين السّابقين وصولا إلى البائع الأوّل للحصول على حقه في

---

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 111.

[2] حامق ذهبية، المرجع السّايق، ص.125.

[3] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. ص. 406-407.

[4] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.ص. 113-116.

التعويض، إلاّ أنّه اختلفت آراء الفقهاء حول الأساس الذّي بموجبه يمكن الاستناد إليه لتبرير حق المشتري بالرجوع إلى البائع المنتج بالرغم من عدم وجود علاقة تعاقدية مباشرة بينهما، ويمكن حصر هذه الاتجاهات في ما يلي:

1_ الاستناد إلى فكرة الاشتراط لمصلحة الغير

يرى جانب من الفقه أنّ حق المشتري الأخير بالرجوع إلى البائع المنتج للمطالبة بالتعويض يستند إلى فكرة الاشتراط لمصلحة الغير المنصوص عليها في المادة 1122 ق.م.ف. والمقابلة لنص المادّة 166 ق. م.ج. على اعتبار أنّ عقد البيع الذي يبرمه بائع التجزئة مع البائع الوسيط أو الموزع أو الذّي يبرمه هؤلاء الموزعين مع المنتج يتضمن دائما اشتراطا لمصلحة المشترين المحتملين، يمكنهم بمقتضاه الرجوع على البائع المنتج بالتعويض عن الأضرار التّي تلحقهم من الشيء المبيع.

إلاّ أنّ هذا الرأي كان محلا لنقد، حيث وإذا أمكن القول بتضمين عقد البيع هذا الاشتراط لمصلحة المشتري فإنه يصعب تمديده إلى المستعمل المحتمل، زيادة على الاختلاف الجوهري بين الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان العيوب الخفية الذّي أشرنا إليه سابقا.

2_الاستناد إلى فكرة حوالة الحق

يرى هذا الاتجاه بأنّ حق المشتري بالرجوع إلى البائع المنتج يستند إلى نص المادة 1135ق.م.ف. المقابلة لنص المادة 107 ق.م.ج. السالفة الذكر باعتبار هذه الدعوى من مستلزمات العقد.

إلاّ أنّه انتقد هذا الرأي على أساس أنّ التسليم به يستوجب أن يكون البائع الأخير دائنا للبائع المنتج بنفس البيانات المطلوبة للمشتري الأخير، وهذا ما يخالف الواقع، فبائع التجزئة في علاقته مع البائع المنتج يحتاج إلى بيانات تتعلق خصوصا بالثمن ومصاريف النقل والضمان في حين أنّ المشتري الأخير أو المستهلك يحتاج إلى البيانات المتعلقة بالإعلام من الصفة الخطرة للشيء المبيع والتحذير من مخاطره ومن ثم فلا يعقل أن يتنازل بائع التجزئة عن حق لا يملكه.

3_الاستناد إلى فكرة الوكالة أو النيابة

ومعني ذلك أن بائع التجزئة أو الموزع في تعامله مع المشتري الأخير أو المستهلك يعتبر نائب أو وكيل عن البائع المنتج، لأنّ هذا الأخير لا يستطيع مباشرة عمليات البيع والتوزيع بنفسه نظرا لكثافة نشاطه، وهذا ما يدفع به إلى توكيل أشخاص آخرين يقومون بتوزيع منتجاته، فمن هنا تنشأ العلاقة العقدية بين المشتري والموكل وهذا من شأنه تحقيق فائدة للمشتري بحيث يمكنه الرجوع إمّا على البائع المنتج بدعوى مباشرة أو على البائع الموزع على سبيل التضامن.

إلاّ أنّ هذا الرأي لم ينجو من النقد حيث أنّ الأخذ به سيقتصر على دور البائع الموزع على مجرد إبرام العقد ولا يسأل عن تنفيذه، كما أنّ في بعض الحالات يكون البائع الموزع مسؤولا لوحده دون إدخال البائع المنتج في المسؤولية إذا ما ثبت هذا الأخير أنّ البائع الموزع خالف أوامره وتوصياته، وهذا ما يؤدّي إلى حرمان المشتري أو المستهلك بالرجوع بالدعوى العقدية إلى البائع الأصلي.

4_استناد غالبية الفقه إلى فكرة ملحقات البيع

نظرا للانتقادات الموجهة إلى الآراء السّابقة فقد اتجه الرأي الغالب إلى استناد حق المشتري الأخير بالرجوع إلى البائع المنتج بالدعوى العقدية إلى فكرة ملحقات البيع التّي تنتقل معه من المنتج الأصلي إلى البائع الموزع حتى تصل إلى المشتري الأخير أو المستهلك وذلك وفقا لنص المادّة 1615 ق.م.ف. الذّي يفهم منه أنّ كلمة ملحقات تشمل الملحقات المادّية وكذا الحقوق والدعاوي القانونية وعلى هذا الأساس تبنّى فكرة الرجوع إلى البائع الأصلي أو المنتج لمطالبته بالتعويض عن منتجاته.

أمّا بالنسبة لموقف المشرّع الجزائري في هذه النقطة فلم يورد نص مقابل لنص المادّة 1615 ق.م.ف. على عكس المشرّع المصري الذّي نصّ على ذلك في نص المادّة 432 ق.م.م:" **يشمل التسليم ملحقات الشيء المبيع أو كل ما أعدّ بصفة دائمة لاستعمال هذا الشيء و ذلك طبقا لما تقضي به طبيعة الأشياء و عرف الجهة و قصد المتعاقدين.**"

ب: امتداد نطاق المسؤولية العقدية إلى التعويض عن الضرر غير المتوقّع

إنّ التعويض الذّي تقضي به قواعد المسؤولية العقدية يمكن أن يشمل الضرر غير المتوقّع أيضا وذلك في حالة ثبوت الخطأ الجسيم في جانب المسؤول ومن ثمة فإن كتمان البائع المنتج وعدم إعلام جسيما لذلك يستوجب التعويض عن الأضرار الغير المتوقّعة أثناء إبرام العقد.

ج: عدم جواز التمسك بشروط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية العقدية

نظرا للأضرار التّي تسببها المنتجات خاصة الجسدية منها فإن وفقا للرأي الراجح لدى شراح القانون المدني، يعتبر أنّ شروط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية لا يجوز التمسك بها في نطاق المسؤولية التقصيرية دون العقدية حيث تعتبر شروط باطلة حتّى ولو كنّا أمام مسؤولية عقدية، لانّ سلامة وصحة الأشخاص هي من النظام العام التّي تقضي بعدم التمسك بما يخالفه.

رابعا: موقف المشرّع الجزائري

لم يحدد المشرّع الجزائري طبيعة هذه المسؤولية لذلك لابد من الرجوع إلى الأحكام الخاصّة بمسؤولية المنتج لتحديد طبيعتها وذلك لمبررات منها:

أنّ الالتزام بالإعلام يقع علي عاتق البائع باعتباره المدين الأصلي والذّي له صفة المنتج.

أنّ مسؤولية المنتج نص عليها المشرّع الجزائري صراحة في حين أنّ الالتزام بالإعلام لم يضع له قواعد خاصّة به.

لذلك يمكن تطبيق أحكام مسؤولية المنتج على المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالتزام بالإعلام على الأقل في الحالات التّي يكون فيها البائع منتجا، وهذا ما نص عليه المشرّع في نص المادّة 140 مكرر الفقرة 1 من ق.م.ج. السّالف الذكر:" **يكون المنتج مسؤولا عن الأضرار الناتجة عن عيب في منتوجه، حتى و لو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية.**" ويتضح من هذه المادّة أن المشرّع الجزائري لم يفرق بين المسؤولية العقدية والتقصيرية عن الأضرار الناتجة في استعمال المنتجات المعيبة، وذلك ما يكرس الحماية المثلى للمضرور سواء كان مشتري أو مستهلك.

فمن هنا يمكن الاعتماد على نص المادّة 140 مكرر الفقرة 1 ق.م.ج. لتحديد طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام وهذا ما يتماشى مع ما قلناه سابقا عن الطبيعة المزدوجة للالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.[1]

الفرع الثاني: أركان المسؤولية الناشئة عن الإخلال الالتزام بالإعلام:

إنّ قيام المسؤولية المدنية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع تستلزم وجود ضرر وعيب في المنتوج ووجود علاقة بينهما وهذا ما نتعرض إليه:

أولاّ: الخطأ

[1] عليان عدة، المرجع السابق، ص.ص. 118-119.

لقد اختلف الفقهاء حول تعريف الخطأ حيث هناك من يعرّفه بشكل عام وهو الإخلال بواجب قانوني من شخص مميز، فإخلال البائع بالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع يعتبر إخلال بالواجب الذّي فرضه القانون على عاتقه ببذل العناية اللّازمة لإعلام المشتري بحقيقة المبيع ومكامن خطورته.[1]

قد يكون إخلال البائع بالتزامه بالإعلام ايجابيا وقد يكون سلبيا.

حيث يتخذ التزام البائع بإعلام المشتري عن الصفة الخطرة للشيء المبيع طابعا سلبيا وذلك في حالة انعدام التحذيرات أو عدم كفايتها، وذلك بكتمان البائع عن المشتري البيانات والمعلومات الخاصّة بالمبيع رغم علمه بها، ومدى أهميتها للمشتري بما لها من تأثير في الإقدام على الشراء من عدمه.

فقد يكون كتمان كلي وذلك بأن يسكت البائع على جميع البيانات المتعلّقة بطريقة استعمال المبيع والتحذير من مخاطرها ويستحيل على المشتري العلم بها سواء كان المبيع في حوزة البائع أو كون المشتري غير مهني وقليل الخبرة في ذلك المجال.

كما قد يكون كتمان جزئي كأن يكتم البائع عن المشتري بعض البيانات المتعلّقة بعيوب المبيع أو خطورته.[2] وقد يؤدّي هذا الكتمان إلى إبطال العقد لعيب في إرادة المشتري أو فسخ العقد لعدم صلاحية المبيع لأداء الغرض الذّي اشتراه المستهلك لاستخدامه. كما يتعدّى الأمر في ذلك إلى الإصابة بأضرار نتيجة الإخلال بهذا الالتزام مما يستوجب التعويض عن ذلك.[3]

غير أنّه قد يتخذ التزام البائع بإعلام المشتري عن الصفة الخطرة للشيء المبيع طابعا ايجابيا وذلك عن طريق تقديم بيانات ومعلومات وتحذيرات خاطئة ومخالفة للحقيقة.

فقد كان تقديم بيانات مخالفة لما هي عليها من الأمور المتسامح فيها ولا ترقى إلى مرتبة الغش أو التدليس المعاقب عليه قانونيا كامتداح البائع لبضاعته، ولكن إذا كانت هذه البيانات الخاطئة ذات صفات جوهرية في الشيء المبيع مما يؤدي إلى الإضرار بالمشتري، فهنا يعتبر البائع مرتكب لخطأ جسيم ويستلزم التعويض.[4]

لإقامة مسؤولية المدين (البائع) عن الإخلال بالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع يقع على عاتق الدائن (المشتري أو المستهلك) أن يثبت وجود هذا الالتزام في ذمة المدين وكذلك يثبت عدم تنفيذه لالتزامه.[5]

فالبنسبة لإثبات وجود الالتزام بالإعلام يتعين توفر شرطين وهما:

_ إثبات أنّ المدين يعلم بالبيانات والمخاطر التّي ينبغي الإعلام عنها لدائن، فلا يعقل التزام شخص بالإعلام عن بيانات لا يعلمها سواء لكونه غير مهني حيث لا يعلم ببيانات وخصائص المبيع أو أنّ البيانات محل النزاع لم تكن معروفة لديه وقت طرح المنتجات في السوق وإنمّا كشف عنها التطور الحديث. أمّا في غير هذه الحالات فقد قرر القضاء الفرنسي أنّه يجب على البائع إعلام المشتري ببيانات المبيع لأنه يفترض فيه علمه بخصائص ومواصفات ذلك الشيء وتتقرّر مسؤوليته في حالة الإخلال بذلك دون حاجة إثبات المشتري ذلك[6]

---

[1] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص. 154.
[2] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص. ص. 412-413.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 126
[4] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. ص. 455-456.
[5] حامق ذهبية، المرجع السّابق، ص. 110.
[6] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.ص. 164-165.

_ جهل الدائن بالبيانات جهلا مشروعا حيث يكون قد استحال عليه العلم بالبيانات ومخاطر الشيء المبيع، أمّا إذا توفّرت لدى الدائن الوسائل والمؤهلات اللازمة لمعرفة الشيء أو لخبرته المهنية التّي تسمح له بالإلمام ببيانات و مخاطر المبيع فهذا يؤدّي إلى إعفاء المدين من المسؤولية كليا أو جزئيا.[1]

أمّا بالنسبة لإثبات عدم تنفيذ المدين لالتزامه بالإعلام أو تنفيذ الخاطئ يكون سهلا على الدائن عندما يوجد نص قانوني أو لائحة تشريعية توجب على البائع أو المنتج أن يضمن منتوجاته ببيانات وتحذيرات من مخاطره، يعتبر عدم وجود تلك البيانات إخلال لالتزامه بالإعلام.[2]

هناك من الفقه من يقول أنّ الدائن غير ملزم بإثبات إخلال المدين لالتزامه بالإعلام حيث أنّه يجهل ما يتعلق بالمنتوج ومخاطره لذلك كيف نلزمه بإثبات ذلك.[3]

وعليه تتجلى طبقا للقواعد العامة للإثبات أنّ عدم تنفيذ الالتزام بالإعلام يقع على عاتق الدائن وبالتالي لإثبات المشتري إخلال البائع بالتزامه أن يثبت قيام هذا الالتزام على عاتق هذا الأخير دون حاجة لإثبات عدم تنفيذ أو التنفيذ الخاطئ،[4] وباعتبار أنّ الإثبات ينصب على واقعة مادية، فإنها يجوز إثباتها بجميع طرق الإثبات، إلاّ في الحالات التّي حدد فيها المشرّع الجزائري طريقة خاصة لنقل المعلومات الضرورية إلى الدائن، ففي هذه الحالة يستوجب على المدين احترامها كالحالة التي يشترط فيها تنفيذ هذا الالتزام عن طريق الكتابة فيتولى إثباته بها، وتعد الوثيقة المكتوبة أفضل وسائل الإثبات.[5]

ثانيا: الضرر

هو الأذى الذّي يلحق الشخص في حق من حقوقه أو مصلحة مشروعة له، والضرر روح المسؤولية المدنية حيث إذا لم يكن هناك ضرر لم تكن هناك مسؤولية مهما بلغت درجة جسامة الخطأ.[6]

إنّ الضرر الذّي ينشأ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام قد يكون ضرر مادّيا أو معنويا.

فالضرر المادّي عن الإخلال بالالتزام بالإعلام هو الذّي يصيب المضرور في جسمه نتيجة استعمال الشيء الخطر والبائع لم يعلمه بخطورته والاحتياطات الواجب مراعاتها.[7]

كما يمكن أن يصيب الضرر المادّي المضرور في ماله، سواء الإنقاص من حقوقه المالية أو تفويت الحصول على كسب مالي، أو وقعا على الشيء المبيع وذلك بهلاكه أو تلفه.

أمّا الضرر المعنوي يتمثل في تلك الآلام الحسية التي يعاني منها المضرور جراء الإصابات والجروح الجسمانية، والآلام المعنوية والنفسية لما أصابه من تشوهات أو عاهات إضافة إلى ما يشعر به من قلق على مصيره أو مصير عائلته.[8]

تتمثل شروط الضرر الواجب توفرها للتعويض عن المسؤولية الناتجة عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، أن يكون الضرر الذّي يدعيه المضرور محققا سواء كان حالا؛ أي انّه وقع فعلا وتجسدت أثاره ومثال ذلك إصابة مستعمل المبيع بضرر نتيجة إخلال البائع بإعلامه بمخاطر المبيع، وقد يكون ضرر مستقبلي وهو ذلك الضرر الذّي قامت أسبابه، غير أنّ كل نتائجه أو بعضها تراخت إلى المستقبل و مثال ذلك إصابة المستعمل للمبيع الذي سيؤدي إلى عجزه في المستقبل عن العمل.

---

[1] عبد العزيز المرسي حمود، المرجع السّابق، ص. 133.

[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 469.

[3] عليان عدة، المرجع السّابق،ص.130.

[4] Christiane larroumet, Op-cit, p. 328.

[5] حامق ذهبية، الرجع السّابق، ص. 115.

[6] حسن علي الذنوب و محمد سعيد الرحو، الوجيز في نظرية العامة للالتزام، الجزء الأول: مصادر الالتزام - دراسة مقارنة بالفقه الإسلامي و المقارن- دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص. 208.

[7] ممدوح محمد مبروك، المرجع السّابق، ص.ص. 414-415.

[8] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 301.

لكن لا يمكن طلب التعويض عن الضرر المحتمل لأنّه لم يتحول إلى ضرر مؤكّد حتّى و لو ثبت خطأ البائع في التزامه بالإعلام، فلا تعويض عنه إلاّ إذا تحقق فعلا.

أمّا فيما يخص تفويت الفرصة يستوجب التعويض وذلك عن ضياع الفرصة المحققة لا عن نتائجها المحتملة.[1]

إلى جانب كون الضرر محقق الوقوع يشترط أن يكون مباشرا وهذا عملا بنص المادّة 182 ق.م.ج. التّي تنص:" **إذا لم يكن التعويض مقدرا في العقد أو في القانون، فالقاضي هو الذّي يقدره ويشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالالتزام أو لتأخر في الوفاء به. ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن في استطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول.**

غير انه إذا كان الالتزام مصدره العقد، فلا يلتزم المدين الذي لم يرتكب غشا أو خطأ جسيما إلاّ بتعويض الضرر الذي كان يمكن توقعه عادة وقت التعاقد."[2]

فالضرر المباشر عن الإخلال بالالتزام بالإعلام ما هو إلاّ نتيجة طبيعية لانعدام البيانات أو نقصها أو الخطأ في تقديمها وعدم التحذير من مخاطرها بشرط أن لا يكون المشتري باستطاعته توقّي الضرر ببدل جهد معقول.[3]

ثالثا: العلاقة السببية بين الخطأ و الضرر

لا يكفي لقيام المسؤولية المدنية توفر ركني الخطأ والضرر، بل لابد من وجود ركن ثالث وهي علاقة سببية بين خطأ المدين الذي يقدم بيانات ومعلومات ناقصة أو خاطئة أو انّه قام بكتمان بعض هذه البيانات وبين الضرر الذّي لحق بالدائن حيث بإمكانه تجنب الضرر لو علم بها،[4] وهذا ما يفهم من نص المادّة 140 مكرر ق.م.ج. السّالف الذكر:**" يكون المنتج مسؤول عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه..."** حيث يتبيّن منها أنّ الضرر لم يكن ليحصل لولا وجود العيب في ذالك المنتوج، فمن هنا لقيام مسؤولية البائع لابد من وجود علاقة سببية بين الضرر الذّي أصاب المشتري والمعلومات المقدمة من طرف البائع.

المطلب الثاني: حالات دفع المسؤولية عند الإخلال بالالتزام بالإعلام

إن إثبات المسؤولية على عاتق المدين ليست بقرينة قاطعة عليه، حيث يمكن أن يدفعها بإثبات أنّ لا يد له في إحداث تلك الأضرار وذلك إمّا أن يكون بإثبات السبب الأجنبي أو نتيجة مخاطر التقدم العلمي وهذا ما نتعرض إليه في فرعين:

الفرع الأوّل: دفع المسؤولية بإثبات السبب الأجنبي

الفرع الثاني: دفع المسؤولية نتيجة مخاطر التقدم العلمي

الفرع الأوّل: دفع المسؤولية بإثبات السبب الأجنبي :

عملا بنص المادّة 127 ق .م.ج السّالف الذكر:" **إذا اثبت الشخص أن الضرر قد نشأ عن سبب لا يد له فيه كحادث مفاجئ، أو قوة قاهرة، أو خطأ صدر من المضرور أو خطأ من الغير، كان غير ملزم بتعويض هذا الضرر، ما لم يوجد نص أو اتفاق يخالف ذلك."**

---

[1] محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، مصادر لالتزام- الواقعة القانونية "العمل الغير المشروع- شبه العقود- و القانون- دار الهدى لطباعة و النشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص.ص. 78-80.

[2] الامر رقم 75-58، المرجع السابق.

[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.ص. 124-125.

[4] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. ص.524-525.

بالتالي فالمشرّع الجزائري لم يعرف السبب الأجنبي بل اكتفى بذكر بعض صوره المتمثلة في :

أوّلا: القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ:

حاول بعض الفقهاء التمييز بين القوة القاهرة وبين الحادث المفاجئ فقال البعض أنّ القوة القاهرة هي أمر خارج غير متصل بنشاط المدعى عليه كالرياح والزلازل والبراكين، أمّا الحادث المفاجئ فيحدث من أمر داخلي للشيء كانفجار آلة أو خروج قطار عن السكة الحديدية.

هناك من يقول أن القوة القاهرة استحالة دفعها مطلقة، أما دفع الحادث المفاجئ استحالته نسبية أما غالبية الفقه الحديث لا يميز بين القوة القاهرة والحادث المفاجئ باعتبارهما سببا أجنبيا فكلاهما شيء واحد لا يد للمدين فيه فيشترط فيها عدم إمكانية توقع واستحالة الدفع.[1]

فمتى كان الحادث خارج عن إرادة المدين وليس بإمكانه توقعه أو بوسعه دفعه فإنه يعتبر من قبيل القوة القاهرة التّي تنفي الرابطة السببية بين نقص التحذير أو عدم الإعلام وبين الضرر وبالتّالي إعفائه من المسؤولية.[2]

ثانيا: خطأ المضرور

يعتبر خطأ المضرور سبب من أسباب دفع المسؤولية بالتّالي يمكن إعفاء المدين كلية منها إذا ثبت هذا الأخير أن المضرور هو الذّي تسبب بخطئه في إحداث أضرار، كما يمكن تخفيف المسؤولية في حالة إذا اشترك المضرور مع تقصير المدين في تقديم التحذيرات الكافية.[3]

أ: خطأ المضرور لوحده

إذا ثبت أنّ خطأ المضرور هو السبب المباشر في الضرر الذّي لحقه دون أن يرجع ذلك السبب إلى إخلال المدين بالتزامه بالإعلام فتنتفي مسؤوليته مثال ذالك قيام المضرور بتناول جرعات زائدة من الدواء عما حدده الطبيب أو الصيدلي.[4]

ومن الأحكام القضائية ما قضت به محكمة النقض الفرنسية من إعفاء الشركة المنتجة للمادّة اللاّصقة من المسؤولية عن الأضرار التّي لحقت بالمشتري بسب انفجار هذه المادّة أثناء استخدامها حتى ثبت أن الشركة قد قامت بالتحذير من مخاطر المادّة على الوجه الأكمل.

ب: اشتراك خطأ المضرور مع المدين

يحق للمدين بالالتزام بالإعلام التمسك بخطأ المضرور لتخفيف المسؤولية وإذا ساهم هذا الخطأ إلى جانب خطأ المدين بإحداث الضرر يوزع بينهما مقدار التعويض أو يتحمل كل واحد التعويض بقدر خطئه الذّي تسبب في الضرر. وهذا ما نص عليه المشرّع الجزائري في المادّتين 177 و 126 ق.م.ج. السّالف الذكر حيث تنص الأولى على أنّه:**" يجوز للقاضي أن ينقص مقدار التعويض أو لا يحكم به إذا كان الدائن بخطئه قد اشترك في إحداث الضرر أو زاد فيه."** و تنص الثانية**." إذا تعدد المسؤولون عن فعل ضار كانوا متضامنين في التزاماتهم بتعويض الضرر، و تكون المسؤولية فيما بينهم بالتساوي إلاّ إذا عين القاضي نصيب كل منهما في الالتزام بالتعويض".**

هذا ما اقرّه القضاء الفرنسي في العديد من أحكامه من بينها: حكم 1973/02/5 حيث قضت بالتوزيع المسؤولية بين منتج المادة المقاومة لطفيليات والتّي تستخدم في رش الزرع والمشتري أو

---

[1] محمد صبري السعدي، المرجع السّابق، ص.ص. 110-112.
[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.542.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 134.
[4] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.ص.546-547.

المضرور بهذه المادّة عن الأضرار التّي لحقته نظرا لخطأ المنتج لعدم بيانه الكافي لفترات استخدام هذه المادّة وخطأ المشتري باستعماله لها في فترات غير ملائمة بالرغم من تخصصه وخبرته في ذلك المجال[1].

ثالثا: خطأ الغير

الغير هنا هو كل شخص أجنبي وخارج عن نطاق العلاقة بين طرفي الالتزام بالإعلام كما يمكن أن يكون أيّ شخص يرتبط مع احدهما برابطة أخرى.[2] فإذا أحدث ضرر بسببه أي؛ الغير فلا يكون المدين مسؤولا عن هذا الضرر فيعفي من المسؤولية إلاّ إذا ثبت أنّ الغير قد ساهم إلى جانب إخلال المدين بالتزامه بالإعلام في إحداث الضرر، وبالتالي فيوزع التعويض بينهما بقدر جسامة الضرر الذّي أحدثه كل واحد منهما إذا أمكن تقدير الجسامة.[3]

الفرع الثاني: مخاطر التقدم العلمي كسبب للإعفاء من المسؤولية

هي مخاطر لا يمكن اكتشافها إلاّ بعد تداول المنتجات والتّي يكشف التطور العلمي عن عيوبها والتّي لم يكن بوسع العلم إدراك أثارها إلاّ في وقت لاحق، ومثال ذلك اكتشاف جنون البقر في الدول الأوروبية بعد مدة طويلة من استخدام الأعلاف التّي استخدم في إنتاجها بقايا الحيوانات المذبوحة والأسماك كمنتجات غذائية لحيوانات أخرى.

أوّلا: الخلاف الفقهي حول اعتبار مخاطر التقدم العلمي سببا للإعفاء من المسؤولية

انقسم الفقه إلى قسمين حيث هناك جانب يقول بعدم مسؤولية المنتج عن مخاطر التقدم العلمي وجانب آخر يقر بمسؤولية المنتج عن تلك المخاطر.

أ: القول بعدم مسؤولية البائع المنتج من مخاطر التقدم العلمي

يقول أنصار هذا الاتجاه أنّ مخاطر التقدم العلمي سبب من أسباب إعفاء مسؤولية البائع المنتج و دعموا رأيهم هذا بعدة حجج نذكر منها:

_ إنّ التقدم العلمي في تطوّر مستمر ومتغير ونتيجة لذلك يستحيل على المنتج إدراك المخاطر التّي قد تلحق بمنتجاته في المستقبل، بالتالي إعفائه من المسؤولية.

_ إنّ إلقاء تبعة مخاطر التقدم العلمي على عاتق المنتجين سيؤدي إلى اكتفائهم بالأساليب التقليدية في عملية التصنيع والإنتاج دون الاهتمام بمتابعة البحث العلمي والابتكار والإبداع، كما يؤدّي أيضا إلى فرض أعباء مالية على عاتقهم سواء بتكلفة الأبحاث عن منتجات لا يؤدي استعمالها إلى مخاطر أو ارتفاع تكلفة التأمين على هذه الأخيرة.[4]

ب: القول بمسؤولية البائع المنتج من مخاطر التقدم العلمي

يذهب أنصار هذا الاتجاه إلى القول بوجوب إقرار مسؤولية المنتج عن مخاطر التقدم العلمي واستندوا بالحجج التالية:

_ أنّ إعفاء المنتج من المسؤولية يؤدي إلى عدم احترام العدالة بين الأطراف حيث يبقى المضرور بلا حماية و يتحمل ضرر تلك المخاطر بنفسه.

---

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 135-136.
[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص . 556.
[3] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.136.
[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص.ص. 137-139

_ أنّ إعفاء المنتج من المسؤولية بسبب إثباته أنّه قام بالجهد الكافي لتعرف على مخاطر تلك المنتجات و لكنه عجز عن ذلك، سيؤدّي إلى أنّ ذلك يمثّل تناقض مع الأهداف من إقامة المسؤولية حيث تقام على خطأ مفترض.[1]

ثانيا: موقف المشرع الجزائري من مخاطر التقدم العلمي

يطلق عليه أيضا مخاطر التقدم التقني أو التكنولوجي أو التطور العلمي، وقد أشار المشرّع الجزائري إلى هذه المخاطر في ثلاث مواضيع[2]:

الموضع الأول: يتعلّق بتركيب مواد التجميل والتنظيف البدني، حيث نصّ المشرّع الجزائري على ذلك في المادّة 9 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 الذي يحدد شروط وكيفية صناعة هذه المواد[3]، إلاّ أنّه لم يرتّب عليها إلاّ أثرا خاصّا تمثّل في إمكانية تعديل عند الاقتضاء قائمة المواد المرخص أو المحضور باستعمالها في صنعها، لذلك لم يبين ما المقصود بمخاطر التطور العلمي ولم يبين شروطه أو حدود إعماله، وعليه فإنه لا يمكن تطبيق هذا النص على جميع المنتجات.

الموضع الثاني: باعتبار أنّ مخاطر التقدم العلمي لا يمكن اكتشافها إلاّ بعد طرح هذه المنتجات للتداول، فبناءا على ذلك لا يمكن القول بالأخذ بمصطلح الأخطار التي نصت عليها المادّة 11/1 من قانون رقم 09-03 السالف الذكر حيث "**يجب أن يلبي كل منتوج معروض للاستهلاك، الرغبات المشروعة للمستهلك من حيث طبيعته وصنفه ومنشئه ومميزاته الأساسية وتركيباته ونسبة مقوماته اللازمة وهويته وكمياته وقابليته للاستعمال و الأخطار الناجمة عن استعماله.**" أو الخطر المذكور في المادّة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 90-266[4] المتعلّق بضمان المنتوجات والخدمات على اعتبار أنّ هذين المصطلحين يشيران إلى المسؤولية الناشئة عن عيب السّلامة في المنتوجات التّي تستوجبها المادّة 140/1 مكرر ق.م.ج. السّالف الذكر ضرورة إثبات وجود العيب الذّي يتم في نطاق زمني محدد بلحظة الاقتناء من قبل المستهلك للمنتوج وليس لوقت لاحق.

الموضع الثالث: استوجب المشرّع الجزائري ضرورة الإلمام بأعراف الصنع الجيدة وذلك بنص المادّة 12من المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية وبمستحضرات تنظيف هذه المواد حيث نصّ على:" **يحظر أيّ بيع لمواد معدّة لكي تلامس الأغذية لم يتحصل عليها وفقا لأعراف الصنع الجيدة**"[5] وهذا ما يفيد أنّ المشرّع لا يكتفي بالأعراف العادية، ممّا يشير إلى المعرفة العلمية العالمية وفي حدها الأعلى.

المبحث الثاني

الآثار المترتّبة عن قيام المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالتزام بالإعلام

إذا تم تحديد طبيعة المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالإلتزام بالإعلام وأثبت الدائن أنّ المدين اخلّ بالتزامه، ذلك ما يعطي للدائن الحق في طلب إبطال العقد أو فسخه والتعويض عمّا لحقه من ضرر من جراء هذا الإخلال وهذا ما نتعرض إليه في مطلبين:

---

[1] المرجع نفسه، ص.ص. 137-139.

[2] المرجع نفسه، ص.ص. 134-144.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 1997/01/14 المحدد لشروط و كيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضبيها و استردادها و تسويقها في السوق الوطنية، ج.ر.ج.ج. عدد 4، 1997.

[4] المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 1990/09/5 المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، ج.ر.ج.ج. عدد 40، 1990.

[5] المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 1991/01/19 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية و بمستحضرات تنظيف هذه المواد، ج.ر.ج.ج. عدد 4، 1991.

المطلب الأوّل: زوال العقد
المطلب الثاني: التعويض عن الضرر

المطلب الأوّل: زوال العقد

بالرجوع إلى القواعد العامّة، فإذا اخلّ البائع عن تنفيذ التزامه بالإعلام بالبيانات الضرورية للمبيع مما يؤدّي إلى عدم تحقق الغرض الذّي اعد من اجله هذا ما يدفع بالمشتري إلى إبطال العقد أو الفسخ ولدراسة ذلك نقسم هذا المطلب إلى فرعين:

الفرع الأوّل: قابلية العقد للإبطال
الفرع الثاني: قابلية العقد للفسخ

الفرع الأوّل: قابلية العقد للإبطال

إنّ البحث في مدى قابلية العقد للإبطال بسبب إخلال البائع بالتزامه، يتحتّم علينا الرجوع إلى القواعد العامّة وذلك بالاستناد إلى نظرية عيوب الإرادة وضمان العيوب الخفية، وإلى نص المادّة 352 ق.م.ج.

أوّلا: في ضوء نظرية عيوب الإرادة

تشمل عيوب الإرادة في كل العقود من غلط وتدليس وإكراه حيث تشيب إرادة المشتري مما يؤدّي إلى قابلية العقد للإبطال وبما أنّنا بصدد دراسة الالتزام بالإعلام في عقد البيع، سوف نقتصر على الغلط والتدليس لارتباطهما الوثيق لهذا العقد.[1]

أ)الغلط

يعرف الغلط انّه حالة تقوم بالنفس تحمل على توهم الغير الواقع، وغير الواقع إمّا أن يكون واقعة غير صحيحة يتوهم الإنسان صحتها أو واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها.[2]

نصّ المشرّع الجزائري في المادّة 81 ق.م.ج. على انه:**" يجوز للمتعاقد الذي وقع في غلط جوهري وقت إبرام العقد، أن يطلب إبطاله".**[3]

حيث يتضح منها أنّ المشرّع اشترط لإبطال العقد أن يكون الغلط جوهري وعرّفه في نص المادّة 82 من نفس القانون.[4] وفقا لهذه المادّة فالغلط الجوهري إمّا أن يكون في الصفة الجوهرية للشيء أو في ذات المتعاقد أو صفة من صفاته وتكون هذه الصفة هي السبب الرئيسي الذّي أدّى به إلى التعاقد، حيث لو كان عالما بتلك الصفة لما ابرم ذلك العقد.

نظرا لما أصبحت تتسم به المنتجات الصناعية من خصائص ذاتية معقدة يصعب على غير المتخصص الإلمام بها دون إفضاء المتعاقد الآخر له بهذه الخصائص، ونظرا لما يولي المشتري أو المستهلك لمن يتعاقد معه من ثقة التّي يوجبها حسن النية، هذا ما أدّى إلى توسّع القضاء والفقه الفرنسي في

---

[1] عبد الرّزاق احمد السّنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الرابع: العقود التي تقع على الملكية- البيع و المقايضة- الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2002، ص. 114.

[2] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 338.

[3] الأمر رقم 75-58، المرجع السابق.

[4] نص المادة:" يكون الغلط جوهريّا، إذا بلغ حدّا من الجسامة، بحيث يمتنع معه المتعاقد عن إبرام العقد لو لم يقع في هذا الغلط.
و يعتبر الغلط جوهريا على الأخص إذا وقع في صفة للشيء يراها التعاقدان جوهرية، أو يجب اعتبارها كذلك نظرا لشروط العقد و لحسن النية.
إذا وقع في ذات المتعاقد أو في صفة من صفاته، وكانت تلك الذات أو هذه الصفة السبب الرئيسي في التعاقد."

مفهوم الغلط حول الصفة الجوهرية للشيء المبيع، حيث يتمكن المتعاقد من التوصل لإبطال العقد من طرف المشتري إذ لم يحصل على الغرض الذّي من أجله أبرم العقد.[1]

ب)التدليس

يعرف التدليس بأنّه استعمال أحد المتعاقدين لطرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه وتدفعه إلى التعاقد.[2] لذلك منح القانون المدني لشخص الذّي وقع في التدليس أن يطالب إبطال العقد وهذا ما أكّده المشرّع الجزائري في المادّة 86 ق.م.ج. السّالف الذكر،[3] وفرض أن يكون الكتمان التدليسي متوفّر على العنصرين: المادّي والمعنوي حيث يتمثل الأوّل في سكوت المدلّس عن واقعة مؤثّرة، أمّا العنصر الثاني اشترط أن يكون البائع عالما بهذه الواقعة ومدى أهميّتها بالنسبة للمدلس عليه الذّي يجهلها.[4] ومن ثمّ يمكن القول بإبطال العقد على أساس الكتمان أو السكوت التدليسي الذّي يعد جزاءا مباشرا على خرق الالتزام بالإعلام.[5]

إنّ طبيعة البطلان الذّي قرّره المشرّع في هذا المجال أي؛ نظرية عيوب الإرادة هو بطلان نسبي ومن النتائج التّي يرتبها هذا البطلان، انّه مقرّر للمصلحة الخاصّة فلا يحق التمسك به إلاّ للمتعاقد الذّي تقرر الإبطال لصالحه دون المتعاقد الأخر.

ثانيا: في ضوء نظرية ضمان العيوب الخفية

عملا بنص المادّة 1/379 ق.م.ج. السّالف الذكر التّي تنص على:**" يكون البائع ملزما بالضمان إذا لم يشمل المبيع على الصفات التّي تعهد بوجوبها وقت التسليم إلى المشتري أو إذا كان بالمبيع عيب ينقص من قيمته، أو من انتفاع به بحسب الغاية المقصودة منه حسبما هو مذكور بعقد البيع أو حسبما يظهر من طبيعته أو استعماله. فيكون البائع ضامنا لهذه العيوب ولو لم يكن عالما بوجودها."** فللمشتري حق الرجوع على البائع بدعوى ضمان عيوب الشيء المبيع التّي كان قد كفلها البائع وذلك سواء لوجود عيب ينقص من قيمة الشيء ويقلل من منفعته بحسب الغرض المقصود منه استنادا إلى ما هو مذكور بالعقد أو من طبيعته أو استعماله.

هذه المادّة قد وسعت من مفهوم العيب الخفي حيث أضافت إليه تخلف صفة كفلها البائع للمشتري وبذلك أصبح معنى العيب لا يشمل على وجود آفة طارئة في الشيء بسبب خلل في التركيب أو التصنيع وإنّما يشمل أيضا عدم وجود صفات ضمنها البائع في العقد.

الواقع أنّ هذا التوسع في مفهوم العيب الذّي يضمنه البائع أصبح يقترب كثيرا من الالتزام بالإعلام ببيانات ومخاطر الشيء المبيع، وهذا ما جعل البعض ينادي بعدم الفصل بين هذا الالتزامين واعتبار الالتزام بالإعلام جزء لا يتجزأ من الالتزام بالضمان، بالتالي هذا ما يدعم حق المشتري بالمطالبة بإبطال العقد في حالة إخلال البائع التزامه بالإعلام.

---

[1] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 340.

[2] علي علي سليمان، النظرية العامة لالتزام- مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري- الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص. 60.

[3] نص المادة:" يجوز إبطال العقد لتدليس، إذا كانت الحيل التي لجأ إليها احد المتعاقدين أو النائب عنه من الجسامة بحيث لولاها لما ابرم الطرف الثاني العقد".

و يعتبر تدليسا، السكوت عمدا عن واقعة أو ملابسة، إذا ثبت لن المدلس عليه ما كان ليبرم العقد لو علم بتلك الواقعة أو هذه الملابسة."

[4] حامق ذهبية، المرجع السّابق، ص. 121

[5] لبان فريدة، المرجع السّابق، ص. 129.

بالرغم من وجود أوجه التقارب بين الالتزام بالإعلام والالتزام بضمان العيوب الخفية، إلاّ أنّه لا يمكن التسليم المطلق به حيث هناك فرق جوهري فيما بينهما و يتبين ذلك في:

_ أنّ الالتزام بضمان العيوب الخفية يقتصر على الحالات التّي تتوفّر في المبيع عيوب تأثر على أداء وظيفته، في حين أنّ نطاق الالتزام بالإعلام أوسع منه حيث يسمح للمشتري بإبطال العقد أو فسخه لنقص البيانات المتعلقة بالمبيع أو عدم التحذير من مخاطره ويسمح له بالمطالبة بالتعويض عما لحقه من أضرار.

_ كذلك دعوى ضمان العيوب الخفية تعترضها عقبات كثيرة خاصة فيما يتعلق إثبات المشتري بوجود العيب مما جعل القضاء يشبه البائع المحترف بالبائع سيء النية أو الذي يعلم بالعيب أو التوسع في مفهومه لتعويض المشتري عمّا لحقه من أضرار. أمّا الالتزام بالإعلام بالصفة الخطرة للشيء المبيع يقع على المدين به دون حاجة إلى افتراض سوء النية أو علم البائع بالعيب لأنه غالبا ما يكون البائع متخصص مما يسهل على المشتري أو المستهلك إثبات الخطأ.[1]

ثالثا: في ضوء أحكام المادة 352ق.م.ج.

سبق وأن رأينا بأن المشرّع الجزائري قرّر حق المشتري بالعلم بالمبيع في نص المادّة 352 ق.م.ج. وذلك باشتمال العقد على كافة الأوصاف الأساسية للشيء المبيع، وإذا اخلّ البائع بالتزامه هذا، يحق للمشتري طلب إبطال العقد كجزاء لهذا الإخلال. وإذا كان أغلبية الفقه لاسيما المصري يقول انّه لإبطال العقد، ما على المشتري إلاّ إثبات عدم علمه بالمبيع لا عن طريق الرؤية ولا عن طريق الوصف أو الإقرار، وهذا ما يؤكّد أنّ المادّة أعلاه جاءت بحكم موضوعي الذّي يستلزم علم المشتري بالمبيع مستقلا عن أحكام الغلط أو عن أيّ حكم أخر. هذا ما تفرضه طبيعة العقد ذاته كون أنّ المبيع موجود في حيازة البائع قبل التعاقد وهذا ما يرتب على عاتق هذا الأخير التزاما بإعلام المشتري بكيفية استعمال الشيء المبيع والتحذير من مخاطره.[2]

لهذا يرى أغلبية الفقه أنّ المادّة 419 ق.م.م. التّي تقابلها نص المادّة 352 ق.م.ج. يعتبرونها كافية لتقرير البطلان في حالة إخلال البائع التزامه بإعلام المشتري ببيانات المبيع وأوصافه.[3]

بما أنّ البطلان مقرر فقط للمشتري، إلاّ أنّه يفقد هذا الحق في حالات منها:

ما تقضي به القواعد العامّة كالإجازة التّي تعتبر تصرف قانوني من جانب واحد حيث يتنازل طالب الإبطال عن حقه وهذا ما أكّدته المادّة 100 ق.م.ج. التي تنص:" **يزول حق إبطال العقد بالإجازة الصريحة الضمنية و تستند الإجازة إلى تاريخ الذي تم فيه العقد، دون إخلال بحقوق الغير.**" كما قد يفقد هذا الحق وفقا للفقرة الثانية من نص المادّة 352 ق.م.ج. التّي تقضي بأنّه إذا أقرّ المشتري في عقد البيع بأنّه عالما بالمبيع سقط حقه في طلب الإبطال، كما يسقط أيضا بالتقادم المسقط وذلك بمضي خمس سنوات (5) من اكتشاف ذلك العيب أو بمضي عشر سنوات(10) من وقت تمام العقد وفقا لنص المادة 101 ق.م.ج.[4]

---

[1] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص.ص.355-360.

[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 103.

[3] حامق ذهبية، المرجع السّابق، ص. 124.

[4] نص المادة 101 من الأمر رقم 75-58 السالف الذكر:" يسقط الحق في إبطال العقد إذا لم يتمسك به صاحبه خلال خمس (5) سنوات.

و يبدأ سريان هذه المادة، في حالة نقص الأهلية من اليوم الذي يزول فيه هذا السبب، و في حالة الغلط أو التدليس من اليوم الذي يكشف فيه، و في حالة الإكراه من يوم انقطاعه، غير أنه لا يجوز التمسك بحق الإبطال لغلط أو تدليس أو إكراه إذا انقضت عشر (10) سنوات من وقت تمام العقد."

الفرع الثاني: قابلية العقد للفسخ

إذا ثبت أثناء تنفيذ العقد أنّ البائع أخلّ بالتزامه بالإعلام سواء أساء في تقديم المعلومات أو قصّر فيها، يحق للمشتري بمراجعات القضاء لطلب الفسخ.[1] وهذا ما أقرّه أغلبية الفقه الفرنسي بأنّه سمح للمشتري أن يطلب فسخ العقد كجزاء عن هذا الإخلال ويعود السبب في ذلك إلى خلو القانون المدني الفرنسي من نص يتضمّن المعنى الذّي جاءت به المادّة 352 ق.م.ج. المقابلة لنص المادّة 419 ق.م.م.[2]

في الأخير نقول أنّه إذا أخلّ البائع بالتزامه بالإعلام يعطي للدائن الحق في المطالبة بإبطال العقد إذا كان رضاه مشوبة بعيوب الإرادة أو المطالبة بالفسخ إن لم يحقق له هذا المبيع الغرض الذّي أعدّ من أجله أثناء تنفيذه.

نظرا لعدم كفاية هذه الجزاءات عن تعويض الدائن عما لحقه من أضرار أو ردع المدين عما ارتكبه من خطأ، هذا ما يعطيه الحق في مطالبة التعويض إلى جانب هذا الجزاء حيث يعتبر التعويض في هذه الحالة جزاء تكميليا للبطلان.[3]

المطلب الثاني: التعويض عن الضرر

إذا توافرت شروط المسؤولية المدنية المتمثلة في الخطأ والضرر والعلاقة السببية بينهما، جراء إخلال البائع بالتزامه بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع يلتزم من تسبب في ذلك الضرر بالتعويض عمّا لحق بالمضرور وهذا عملا بنص المادّة 124 ق.م.ج:**" كل فعلا أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه، ويسبب ضرر للغير يلزم من كان سبب في حدوثه بالتعويض."**[4]

لذلك نتناول التعويض في هذا المطلب حيث نبيّن الأضرار التي تكون محلا للتعويض وكيفية تقديره في فرعين:

الفرع الاوّل: مدى التعويض

الفرع الثاني: كيفية تقدير التعويض

الفرع الأوّل: مدى التعويض

لقد نص المشرّع الجزائري على التعويض في نص المادّة 182 ق.م.ج. السّالف الذكر على أنّه:**" إذا لم يكن التعويض مقدرا في العقد، أو في القانون فالقاضي هو الذي يقدره، و يشمل التعويض ما لحق الدائن من خسارة وما فاته من كسب، بشرط أن يكون هذا نتيجة طبيعية لعدم الوفاء بالتزام أو للتأخير في الوفاء به، ويعتبر الضرر نتيجة طبيعية إذا لم يكن في استطاعة الدائن أن يتوقاه ببذل جهد معقول.**

غير أنّه إذا كان الالتزام مصدره العقد، فلا يلتزم المدين الذّي لم يرتكب غشا أو خطأ جسيما إلاّ بتعويض الضرر الذّي كان يمكن توقعه عادة وقت العقد."

فإذا كان الضرر الذي تسبب فيه المدين محقق ومباشر يلزم بتعويض المضرور سواء كانت أضرار جسدية أو مادّية أو أدبية، كما يمكن أن يمتد ليشمل ما أصاب الغير من أضرار.

أولا: التعويض عن الأضرار الجسدية

لقد قضت محكمة النقض الفرنسية في العديد من أحكامها بالتعويض عن الأضرار الجسدية التّي تلحق بالمستهلك أو المشتري سواء كانت تشوهات في الجسم أو الوجه، أو عجز جزئي أو كلي، أو فقدان

---

[1] هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني: العقد، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص. 497.

[2] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. 105.

[3] حمدي أحمد سعد، المرجع السّابق، ص. 367، 375.

[4] الأمر رقم 75-58، المرجع السابق.

أحد أعضاء الجسم...الخ، شرط أن يكون ذلك نتيجة إخلال البائع أو المنتج بالتزامه بالإعلام أو نقص في التحذير أو عدم كفايتها.

من بين هذه الأحكام نجد ما قضت به في حكمها على منتج المادة المقاومة للطفيليات بالتعويض عما أصاب المشتري من عجز دائم في عينه نتيجة تطاير ذرات هذه المادّة إلى عينه، والمنتج اكتفى بالتحذير بضرورة غسل الوجه واليدين بعد استعمال المادّة ولم يبين له بدقّة ووضوح مخاطر تلك المادّة على العينين.[1]

ثانيا: التعويض عن الأضرار المادية

لقد أقرت كذلك في هذا الصدد محكمة النقض الفرنسية في العديد من أحكامها على مسؤولية البائع أو المنتج عن الأضرار المادية التي يلحقها بسبب تقصيره أو عدم كفاية تحذيره لمخاطر الشيء المبيع وعدم إعلامها للمشتري، وهذا ما تبين في حكمها القاضي بتعويض الضرر الذي نتج عن عدم إنبات البذور التي اشتراها المشتري بسبب جديتها في السوق.[2]

هذا ما اخذ به المشرّع الجزائري ونجد ذلك ما تقضي به القواعد العامّة وذلك وفقا لنص المادّة 124 ق.م.ج. السّالف الذكر التّي تعتبر كمبدأ عام حيث لم تحدد نوع الضرر المستوجب للتعويض، بل يشمل ذلك كافة الأضرار سواء كانت مادّية أو معنوية.[3] ونجد ذلك أيضا المادّة 3/3 من ق.إ.ج.[4] التّي تنص على أنّه:**" تقبل دعوى المسؤولية عن كافة أوجه الضرر، سواء كانت مادية أو جسمانية أو أدبية..."**

ثالثا: التعويض عن الأضرار الأدبية

لقد نص المشرّع الجزائري على التعويض عن الضرر الأدبي أو المعنوي في المادّة 182 مكرر ق.م.ج. السّالف الذكر على أنّه:**" يشمل التعويض عن الضرر المعنوي كل مساس للحرية أو الشرف أو السمعة."** فالضرر المعنوي هو الضرر الذّي يصيب الإنسان في سمعته أو شرفه أو عاطفته، فهو لا يمس مصلحة مالية كما هو الحال في الضرر المادّي.[5]

رابعا: تعويض ما أصاب الغير بالتبعية من الضرر

لقد أقرّ القضاء لاسيما الفرنسي أنّ إخلال المتعاقد بالتزاماته التعاقدية يمكن أن يكون مصدرا للمسؤولية التقصيرية في مواجهة الغير، بحيث يكون ذلك عند استخدام السلعة من طرف الغير الذّي له صلة بالمتعاقد كأفراد أسرته أو في حالة البيوع المتتالية حيث يحق للمشتري الأخير بالرجوع على البائع السابق أو على المنتج للمطالبة بالتعويض من أيّ منهما. فإهمال المنتج أو البائع بالتزامه بالإعلام أو التحذير باعتباره خطأ تعاقدي في مواجهة المشتري، فيعتبر أيضا خطأ تقصيري في مواجهة الغير نتيجة الأضرار التّي لحقت به.

لقد تبنّى المشرّع الجزائري ذلك في المادّة 140مكرر ق.م.ج. السالف الذكر بنصه على أنّه:**" يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة تعاقدية."**

الفرع الثاني: مقدار التعويض

---

[1] Cass.civ 1re ,14 décembre 1982, R. T. D.civ. 1983, N° 09, p. 544.
وارد في عليان عدة، المرجع السابق، ص.147.

[2] Cass.civ 1re ,4 mai 1994, Bull. civ. 1994, N° 211, p. 191.
وارد في عليان عدة، المرجع السابق، ص. 147.

[3] قادة شهيدة، المرجع السابق، ص، 86.

[4] الأمر رقم 66-155 المؤرّخ في 18 صفر 1386 الموافق لـ8 يونيو 1966 يتضمّن قانون الإجراءات الجزائية، معدل و متمم، ج.ر.ج.ج. عدد 48، 1966.

[5] محمد صبري السعدي، المرجع السّابق، ص.81.

باعتبار أنّ العقد شريعة المتعاقدين فيمكن لطرفي العقد الاتفاق على مقدار التعويض عن الضرر الذي يصيب أحدهما للأخر، إلاّ أنّه هناك حالات لا يتفق الأطراف على مقدار هذا التعويض وفي هذا الصدد نجد أنّ المشرّع الجزائري عالج هذه النقطة في المادة 182 ق.م.ج. السّالفة الذكر. حيث يتضح من هذه المادّة أنّه إذا لم يتفق الأطراف على تحديد مقدار التعويض، فالسلطة التقديرية تعود للقاضي ويكون هذا التقدير بمقدار الضرر المباشر سواء كان ضررا مادّيا أو أدبيا، وسواء كان متوقّعا أو غير متوقّع، وسواء كان حالا أو مستقبلا ما دام محققا.

فالضرر المباشر يشتمل على عنصرين جوهريين هما: الخسارة التّي لحقت بالمضرور والكسب الذّي فاته، فالقاضي هنا ينبغي أن يراعي في تقديره للتعويض الظروف الملابسة بالمضرور دون الظروف الملابسة بالمسؤول، فالأوّل هو محل اعتبار بالنسبة للقاضي لأنّ التعويض يقاس بمقدار الضرر الذّي لحق بالمضرور بالذات، فمن كان مريض بالسكر ومصاب بجروح، فإنّ خطورة الجرح أشد بكثير من خطورة الجرح الذّي يصيب السليم، ومن كان فاقد لإحدى عينيه ثم يفقد العين الأخرى من جراء هذا الحادث يكون الضرر الذّي يصيبه أشد بكثير من الضرر الذّي يصيب من كان سليم العينين فيفقد عينا واحدة، ويكون محل اعتبار كذلك حالة المضرور العائلية فمن يعول زوجة وأولاد يكون ضرره أشد من الأعزب الذّي يعول نفسه فقط.

وينبغي أن يراعي القاضي تطور الضرر وتفاقمه من يوم وقوعه إلى يوم صدور الحكم، كما يجوز للقاضي أثناء نظره لدعوى المسؤولية إذا ما رأى أنّ المضرور بحاجة قصوى إلى نفقة مؤقتة، أن يحكم له بتعويض مسبق يدفعه له المسؤول من حساب التعويض الذّي يقضي به القاضي في النهاية.[1]

[1] عليان عدة، المرجع السّابق، ص. ص. 148- 150

خاتمة

يتضح ممّا سبق دراسته أنّ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع يهدف إلى سلامة وحماية المشتري أو المستهلك باعتباره طرف ضعيف في العلاقة التعاقدية، إلاّ أنّ المشرّع الجزائري قصّر في هذه الحماية وهذا ما استنتجناه من خلال دراستنا لهذا الموضوع، ويظهر هذا القصور في النقاط التالية والتي على ضوئها نعطي بعض الاقتراحات:

نقص في النصوص القانونية المنظمة لهذا الالتزام سواء في القواعد العامّة أو القواعد الخاصّة في حين أنّ أهميّته على صعيد العلاقات التعاقدية تستدعي إفراده بأحكام ونصوص خاصّة بشكل صريح.

عدم وجود نص قانوني يحدّد أساس الالتزام بالإعلام وتحديد طبيعته، باعتبار أنّ الأساس يمثّل ركيزة ودعامة أساسية يبنى عليه أيّ التزام قانوني، وبه تأسس الدعاوى لقبولها أمام القضاء إذا ما اخلّ البائع بالتزامه بالإعلام.

أنّ تنفيذ الالتزام بالإعلام يتم في أغلب الحالات بالاعتماد على الوسائل الشفوية وهي وسيلة غير فعّالة في تحقيق حماية المشتري أو المستهلك، باعتبارها وسيلة يصعب إثباتها وعدم استقرارها ونسيانها مع مرور الوقت. كذلك بالرغم من أهمية تنفيذ هذا الالتزام عبر وسائل الإعلام والاتصال المستحدثة، إلاّ أنّها وسائل ترويجية أكثر ممّا هي إعلامية وذلك لعدم وجود تنظيم قانوني لعمليات البيع عبر هذه الوسائل.

أنّ القول بقابلية العقد للإبطال أو الفسخ كجزاء للإخلال بالالتزام بالإعلام، لا يحقق الحماية التّي يسعى بها هذا الالتزام حيث أنّ المشتري في إبرامه للعقد هدفه هو الحصول على الشيء المبيع الذّي يلبّي احتياجاته ومتطلباته، أمّا إذا ابرم العقد وتم بطلانه أو فسخه هذا ما يؤدّي إلى تأخير في أعماله وإهدار لوقته وجهده دون تحقيق منفعة.

لتجاوز هذه النقائص يمكن لنا إبداء بعض الاقتراحات الآتية:

تكريس الالتزام بالإعلام في القواعد العامّة والخاصّة بشكل صريح، لان الحاجة إلى هذا الالتزام لا تتطلب توفّرها فقط في العلاقة التعاقدية، بل تشمل كافة العقود الواردة على السلع والخدمات والتعاملات العادية بين الأفراد، لذلك يجب أنّ يتدخل المشرّع الجزائري للنص صراحة على هذا الالتزام كباقي الالتزامات الأخرى التّي يرتّبها عقد البيع وذالك بوضع نصوص تحدّد طبيعة وأساس هذا الالتزام والأشخاص الملزمين به والجزاءات المقرّر للإخلال به.

أنّ الالتزام بالإعلام لا يحقق الحماية الفعّالة التّي أنشئ من أجله وإعادة التوازن في العلاقة التعاقدية، إلاّ إذا أعاد المشرّع النظر فيه والاعتراف به، سواء أثناء إبرام العقد أو أثناء تنفيذه خاصّة بعدما وحّد نظام المسؤولية المدنية في حالة الإخلال به وذلك بإضافته للمادّة 140 مكرر ق.م.ج. السّالفة الذكر بعد التعديل حيث تمثّل خطوة فعّالة لتحديد نظام خاص لهذا الالتزام.

قائمة المراجع:

أوّلا: باللغة العربية.

I. الكتب:

أ: الكتب العامة

1- حسن علي الذنوب ومحمد سعيد الرحو، الوجيز في النظرية العامة للالتزام، الجزء الأوّل: مصادر الالتزام، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.

2- عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوجيز في شرح القانون المدني الجديد، الجزء الرابع: العقود التي تقع على الملكية- البيع و المقايضة- الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان،2000.

3- علي علي سليمان، النظرية العامة للالتزام – مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري- الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.

4- محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني- مصادر الالتزام-الواقعة القانونية- العمل الغير المشروع- شبه العقود و القانون- الطبعة الثانية، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2004.

5- هدى عبد الله، دروس في القانون المدني، الجزء الثاني: العقد، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.

ب: الكتب الخاصة

1- بلحاج العربي، الإطار القانوني للمرحلة السابقة على إبرام العقد في ضوء القانون المدني الجزائري – دراسة مقارنة- دار وائل للنشر، الجزائر، 2010.

2- بودالي محمد، الالتزام بالنصيحة في نطاق عقود الخدمات- دراسة مقارنة- الطبعة الأولى، مكتبة الرشاد لطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، 2005.

3- حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع – دراسة مقارنة بين القانون المدني المصري و الفرنسي و الفقه الإسلامي- المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999.

4- عامر قاسم أحمد القيسي، الحماية القانونية للمستهلك – دراسة في القانون المدني- الدار العلمية الدولية و دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.

5- عبد العزيز المرسي حمود، الالتزام قبل التعاقدي بالإعلام في عقد البيع في ضوء الوسائل التكنولوجية الحديثة – دراسة مقارنة- مصر، 2005.

6- عبد الفتاح بيومي حجازي، حماية المستهلك عبر شبكة الانترنيت، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.

7- قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج – دراسة مقارنة- دار الجامعة الجديدة، مصر، 2007.

8- ممدوح محمد مبروك، أحكام العلم بالمبيع و تطبيقاته في ضوء التقدم وسائل التكنولوجية المعاصرة وفقا للقانون المدني المصري و الفرنسي و الفقه الإسلامي و أحكام القضاء، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 2000.

II. الرسائل و المذكرات.

أ_ الرسائل

1- حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة الدكتورة، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008.

ب_ المذكرات

1- كالم حبيبة، حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق و العلوم الإدارية، جامعة الجزائر، 2005.

2_ عليان عدة، الالتزام بالتحذير من مخاطر الشيء المبيع، مذكرة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008.

3- لبان فريدة، مبدأ حسن النية في الانعقاد، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في القانون، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2009/2008.

5- مسعودي نادية و أعرب تليلي، فعالية أحكام حماية المستهلك في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق و العلوم السياسية، جامعة بجاية، 2012/2011.

6- قمراوي رشيد و آخرون، حماية المتعاقد في عقد البيع، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في الحقوق، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة جيجل، 2011/2010.

7- مباركي كمال و آخرون، الحماية العقدية للمستهلك، مذكرة لنيل شهادة الليسانس في العلوم القانونية والإدارية، جامعة جيجل، 2009/2008.

III.النصوص القانونية.

أ: النصوص التشريعية

1: الأوامر.

_ الأمر رقم 66-155 المؤرّخ في 18 صفر 1386 الموافق لـ8 يونيو 1966 يتضمن قانون الإجراءات الجزائية، معدل و متمم، ج.ر.ج.ج. عدد 48، 1966.

_ الأمر رقم 75-58 المؤرخ في 20 رمضان 1395 الموافق لـ1975/09/26 المتضمن القانون المدني الجزائري، معدل و متمم، ج.ر.ج.ج. عدد 78 مؤرخة في 1975/9/30.

2: القوانين.

_ قانون رقم 04-02 المؤرخ في 5 جمادي الأول عام 1425 الموافق لـ2004/06/23 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، ج.ر.ج.ج. عدد 41، الصادرة في 2004/06/27.

_ قانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر 1434 الموافق ل2009/02/25 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 15، الصادر في 2009/03/8.

ب: النصوص التنظيمية.

_ المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 1990/01/30 المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش، ج.ر.ج.ج. عدد 50، 1990.

_ المرسوم التنفيذي رقم 90-266 المؤرخ في 1990/09/5، المتعلق بضمان المنتوجات و الخدمات، ج.ر.ج.ج. عدد 40، 1990.

_ المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 1990/11/10 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها، ج.ر.ج.ج. عدد 50، الصادرة في 1990/01/21.

_ المرسوم التنفيذي رقم 91-04 المؤرخ في 1991/01/19 المتعلق بالمواد المعدة لكي تلامس الأغذية و بمستحضرات تنظيف هذه المواد، ج.ر.ج.ج. عدد 4، 1991.

_ المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 1997/01/14 المحدد لشروط و كيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيبها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية، ج.ر.ج.ج. عدد 4، 1997.

_الوثائق:

1_ أحمد السياغي و آخرون، الالتزام بالإعلام كتدبير وقائي لحماية التراضي، بحث مقدم في إطار مقياس الملتقى، كلية الحقوق، جامعة جيجل، 2008/2007.

ثانيا: باللغة الفرنسية

Ouvrages

1 – Christian Larroumet : Droit Civil , tom 3, les obligations, le contrat, 4éme édition, ED, economica, paris, 1998.

2- Gérard Légier: Droit Civil, les obligation, 16e édition, édition Dalloz, 1998.

الفهرس

الموضوع **الصفحة**

مقدمة..... 1
الفصل الأول: ذاتية الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.....3
المبحث الأول: مفهوم الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.....4
المطلب الأول: تعريف و طبيعة الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.....4
الفرع الأول: تعريف الالتزام بالإعلام.....4
الفرع الثاني: طبيعة الالتزام بالإعلام.....7
أولا: طبيعته بالنظر إلى زمان الوفاء به.....7
أ: الالتزام بالإعلام التزام قبل تعاقدي.....7
ب: الالتزام بالإعلام التزام تعاقدي.....8
ثانيا: طبيعته بالنظر من حيث كونه التزاما ببذل أو تحقيق نتيجة.....10
أ: التزاما ببذل عناية.....10
ب: التزاما بتحقيق نتيجة.....11
المطلب الثاني: مضمون و أساس الالتزام بالإعلام.....12
الفرع الأول: مضمون الالتزام بالإعلام.....12
أولا: الإعلام بالبيانات و المعلومات المتعلقة بالحالة المادية و القانونية للمبيع.....13
أ: الإعلام بالبيانات و المعلومات المتعلقة بالحالة المادية.....13
ب: الإعلام بالبيانات و المعلومات المتعلقة بالحالة القانونية للمبيع.....14
ثانيا: إعلام البائع المشتري بطريقة استعمال المبيع ومكامن خطورته.....14
أ: الإعلام بطريقة استعمال المبيع.....14
ب: تحذير المشتري من خطورة الشيء المبيع.....15
الفرع الثاني: أساس الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.....16
أولا: الالتزام بالإعلام يجد أساسه في غيره من الالتزامات.....17
أ: الالتزام بضمان العيوب الخفية كأساس للالتزام بالإعلام.....17
ب: الالتزام بالتسليم كأساس للالتزام بالإعلام.....18
ج: الالتزام بضمان السلامة كأساس للالتزام بالإعلام.....18
ثانيا: استقلالية الالتزام بالإعلام.....19
أ: المادة 352 ق.م.ج. كأساس للالتزام بالإعلام.....19

ب: مبدأ حسن النية كأساس للالتزام بالإعلام.....20

ج: الالتزام بالإعلام من مستلزمات العقد.....21

المبحث الثاني: نطاق و وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.....21

المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام.....22

الفرع الأول: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الموضوع.....22

الفرع الثاني: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الأشخاص.....24

أولا: المدين بالالتزام بالإعلام.....24

ثانيا: الدائن بالالتزام بالإعلام.....26

الفرع الثالث: نطاق الالتزام بالإعلام من حيث الرمان.....27

المطلب الثاني: وسائل تنفيذ الالتزام بالإعلام عن الصفة الخطرة للشيء المبيع.....27

الفرع الأول: الإعلام الشفوي و الكتابي.....27

أولا: الإعلام الشفوي.....28

ثانيا: الإعلام الكتابي.....28

الفرع الثاني: الإعلام عن طريق وسائل الإعلان و الاتصال المستحدثة.....30

أولا: الإعلام عن طريق الإعلانات.....30

ثانيا: الإعلام عن طريق البث الإذاعي و التليفزيوني..... 31

ثالثا: الإعلام عن طريق الانترنيت.....31

الفصل الثاني: المسؤولية الناشئة عن الالتزام بالإعلام بالصفة الخطيرة للشيء المبيع.....33

المبحث الأول: قيام المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....34

المطلب الأول: الطبيعة القانونية للمسؤولية و أركانها.....34

الفرع الأول: الطبيعة القانونية للمسؤولية.....34

أولا: الطبيعة العقدية للمسؤولية.....35

ثانيا: الطبيعة التقصيرية للمسؤولية.....36

ثالثا: التوسع في نطاق تطبيق المسؤولية العقدية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....36

أ: حق المشتري الأخير في الرجوع مباشرة على المنتج بدعوى المسؤولية العقدية.....37

1: الاستناد إلى فكرة الاشتراط لمصلحة الغير.....37

2: الاستناد إلى فكرة حوالة الحق.....37

3: الاستناد إلى فكرة الوكالة أو النيابة.....38

4: استناد غالبية الفقه إلى فكرة ملحقات المبيع.....38

ب: امتداد نطاق المسؤولية العقدية إلى التعويض عن الضرر غير المتوقع.....39

ج: عدم جواز تمسك بشروط التخفيف أو الإعفاء من المسؤولية العقدية.....39

رابعا: موقف المشرع الجزائري.....39

الفرع الثاني: أركان المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....40

أولا: الضرر.....40

ثانيا: الخطأ.....42

ثالثا: العلاقة السببية بين الخطأ والضرر.....44

المطلب الثاني: حالات دفع المسؤولية عن الإخلال بالالتزام بالإعلام.....44

الفرع الأول: دفع المسؤولية بإثبات السبب الأجنبي.....45

أولا: القوة القاهرة أو الحادث المفاجئ.....45

ثانيا: خطأ المضرور 45

أ: خطأ المضرور لوحده.....46

ب: الخطأ المشترك بين المضرور و المدين.....46

ثالثا: خطأ الغير.....47

الفرع الثاني: مخاطر التقدم العلمي كسبب للإعفاء من المسؤولية.....47

أولا: الخلاف الفقهي حول اعتبار مخاطر التقدم العلمي سبب للإعفاء من المسؤولية.....47

أ: القول بعدم مسؤولية البائع المنتج من مخاطر التقدم العلمي.....47

ب: القول بمسؤولية البائع المنتج من مخاطر التقدم العلمي.....48

ثانيا: موقف المشرع الجزائري من مخاطر التقدم العلمي.....48

المبحث الثاني: الآثار المترتبة عن قيام المسؤولية.....49

المطلب الأول: زوال العقد.....50

الفرع الأول: قابلية العقد للإبطال.....50

أولا: في ضوء نظرية عيوب الإرادة.....50

أ: الغلط.....50

ب: التدليس.....51

ثانيا: في ضوء نظرية ضمان العيوب الخفية.....52

ثالثا: في ضوء أحكام المادةٌ 352ق.م.ج.....53

الفرع الثاني: قابلية العقد للفسخ.....54

المطلب الثاني: التعويض عن الضرر.....55

الفرع الأول: مدى التعويض.....55

أولا: التعويض عن الأضرار الجسدية.....56

ثانيا: التعويض عن الأضرار المادية.....56

ثالثا: التعويض عن الأضرار الأدبية.....57

رابعا: تعويض ما أصاب الغير بالتبعية من ضرر.....57

الفرع الثاني: كيفية تقدير التعويض.....57

خاتمة.....59

قائمة المراجع.....61

الفهرس.....65