جامعة المسيلة
كلية الحقـوق و العلوم السياسية
قسم الحقـــوق

الالتزام بالإعلام في العقود التجـارية

مذكرة مكملة لمقتضيات نيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون الأعمال

إعداد الطالبة:

- حاج حفصي وسام

إشراف الأستاذ:

- عجابي إلياس

السنة الجامعية: 2013 / 2014

بسم الله الرحمان الرحيم

{وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ * الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُواْ عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ * وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ * أَلا يَظُنُّ أُوْلَـئِكَ أَنَّهُمْ مَّبْعُوثُونَ * لِيَوْمٍ عَظِيمٍ * يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَلَمِينَ *كَلاَّ إِنَّ كِتَبَ الْفُجَّارِ لَفِى سِجِّينٍ * وَمَآ أَدْرَاكَ مَا سِجِّينٌ *كِتَبٌ مَّرْقُومٌ * وَيْلٌ يَوْمَئِذٍ لِّلْمُكَذِّبِينَ * الَّذِينَ يُكَذِّبُونَ بِيَوْمِ الدِّينِ * وَمَا يُكَذِّبُ بِهِ إِلاَّ كُلُّ مُعْتَدٍ أَثِيمٍ}.

سورة المطففين الآية من (1-12)

تشكـــرات

بسم الله الرحمان الرحيم

(من لم يشكر الناس لم يشكر الله) حديث شريف

أشكر الأستاذ المشرف "عجابي إلياس" على توجيهه لتحضير هذه المذكرة

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل أساتذة كلية الحقوق قسم العلوم القانونية والإدارية، و كل من ساهم

من قريب أو من بعيد في نجاز هذه المذكرة.

كما لا يفوتني أن أشكر الخال الأستاذ عجابي عماد الذي لم يبخل علي بإرشاداته.

و لله الحمد والشكر أولا وأخيرا

إهـــــــــــداء

أهدي ثمرة جهدي هذا العمل.

إلى أمي الحنونة و الوالد الكريم ،أطال الله عمرهما .

إلى أسرتي الصغيرة ،حفظهاالله.

إلى إخوتي و أختي مريم .

وإلى كل من مد يد المساعدة و الاهتمام .

حاج حفصي وسام

مقدمة

إن تطور النظم الاقتصادية و ظهور الصناعات الكبيرة أدى إلى تطور كبير في نظرية الالتزامات وتأثرها بعوامل اجتماعية واقتصادية و أدبية ،و نتيجة للمحاولات التي يقوم بها كل من القضاء والتشريع لإضفاء الطابع الأخلاقي على التصرفات القانونية تحت ضغط مطالب الفقه الذي يؤكد بأن القانون والأخلاق شيئان متلازمان حيث يميل القضاء في السنوات الأخيرة إلى إدخال التزامات في العقد لم يتم اشتراطها صراحة ،ومن بين هذه الالتزامات ،الالتزام بالإعلام الذي وضع على عاتق أحد المتعاقدين على أساس مبدأ حسن النية الذي يعتبر قاعدة أخلاقية الذي يجب أن يرافق العقد منذ نشأته إلى غاية انقضائه بهدف القضاء على فكرة المصالح المتعارضة في العقد التي تضر بمصلحة الطرف الضعيف، فبتبادل المعلومات والبيانات العقدية و تعاون الأطراف يمكن القضاء على القصور الذي قد يشوب تصرفات المتعاقدين مع حرص القانون على أن تقوم علاقات المتعاقدين على الحوار والنصيحة والمساعدة.

فالنشاط الاقتصادي يتقاسمه الآن محترفون ومستهلكون ذوي مصالح متضاربة، فتفوق فئة المحترفين وسيطرتهم على فئة المستهلكين أحدثت اختلالا في توازن القوى الاقتصادية، فالتطور التكنولوجي الحديث و تعقيدات النظم القانونية وتنوع نماذج عقود الإذعان سمح للمحترفين بفرض شروط العقد على الجمهور المتعامل معهم ووضعهم في مركز يمكنهم من تسخير القواعد التقليدية للعقد لخدمة مصالحهم بدون أي وازع أخلاقي يردعهم ،فلقد مهدت هذه الظروف في مختلف قوانين الدول لميلاد الالتزام بالإعلام في الكثير من العقود التجارية بهدف ضمان أحسن للمعلومات العقدية والقضاء على الاختلال في التوازن في العلاقات العقدية.

لقد أكد القضاء الفرنسي و جود الالتزام بالإعلام وبدأ ذلك من موقف القضاء الفرنسي بتفسيره للمادة 1116 من القانون المدني التي تربط وجود التدليس باستعمال أحد المتعاقدين لطرق تدليسية، حيث أن التدليس قد ينشأ من مجرد سكوت أحد المتعاقدين عن واقعة أو ملابسة مِؤثرة، وأن يكون يهدف إلى خداع الطرف الآخر و من ثم يجب الاعتراف بالضرورة أن هذا السكوت يعتبر خطأ.

كما كرس المشرع الجزائري هذا المبدأ المتضمن الكتمان التدليسي في المادة 86 الفقرة الثانية ق م ج وكذلك وضع المشرع التزاما بالإعلام على عاتق البائع بموجب نص المادة 352 ق م ج ، ويمكن استنتاج هذا الالتزام من نص المادة 379 ق م ج الذي يتضمن نظرية العيوب الخفية.

ولقد تعددت الالتزامات بالإعلام في القانون المقارن بهدف إعلام أفضل للمتعاقدين، نجد الالتزام بتقديم معلومات خام يلتزم بموجبه أحد المتعاقدين بأن يقدم للمتعاقد الآخر البيانات اللازمة لإصدار رضا سليم وتام بكل ما يتعلق بالعقد، وهناك التزام بالنصيحة عندما يتعلق الأمر بشخص عادي والآخر محترف، وكذلك نجد الالتزام بالتحذير أو التبصير وقد ظهر هذا الالتزام مع انتشار المنتجات التي يمثل استعمالها خطورة معينة (مخاطر مادية أو قانونية)، إذ أن هذه الالتزامات بالإعلام مهما تنوعت فإنها تنقسم إلى قسمين رئيسيين وذلك بحسب مصدرها ، فهي إما التزام عام مصدره القواعد العامة للعقد يستخلصه الفقه والقضاء من هذه القواعد ويمكن تطبيقه في جميع العقود وعلى جميع المتعاقدين، وإما التزامات خاصة مصدرها القانون مباشرة التي تقتصر على عقد معين أو فئة محددة من المتعاقدين .

وقد خصص لهذه الالتزامات دراسات وبحوث متعددة و إيجابية، و لقد كان للفقه الفرنسي دور في تشجيع القضاء في هذا الشأن حيث أثر الفقه و القضاء على المشرع الفرنسي الذي أنشأ التزاما خاصا بالإعلام في عدد من التشريعات ،و قد تأثر بذلك المشرع الجزائري نتيجة للدراسات السابقة من طرف الفقه، فأصدر هو الآخر تشريعات تتضمن التزامات خاصة بالإعلام في مختلف الميادين .

تجدر الإشارة بالنسبة للفقه في الجزائر ،أن أغلب من تناول الالتزام بالإعلام في إطار بحوث أو محاضرات تخص حماية المستهلك أو ضمان العيوب الخفية أشار إليه و لكن ليس بصفته التزام مستقل في نظرية العقد،بل أشار إليه بصفة عرضية .

و من باب الأمانة العلمية فإنه في هذه الدراسة لا نستطيع حصر جميع العقود التجارية و بالتبعية تحديد للالتزام بالإعلام إلى قسمين رئيسين كما ذكرنا سابقا،يجرنا هذا إلى طرح الإشكالية التالية :

- **إلى أي مدى يمكن تحقيق التوازن العقدي من خلال الالتزام بالإعلام ؟**

وتندرج ضمن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

- ما هو نطاق الالتزام بالإعلام ؟ وما هي الشروط الواجبة لقيامه في القانون الجزائري؟
- وهل يمكن أن نقول بأن الالتزام بالإعلام مقرر في كل العقود التجارية ؟
- هل أضفى الالتزام بالإعلام حماية واقعية فعالة للطرف الضعيف في العقد التجاري؟
- وما مدى كفاية الجزاءات في حالة الإخلال بهذا الالتزام ؟

إن المنهج المتبع للإجابة على هذه الإشكالية هو المنهج التحليلي.

و قد اتبعنا الفصلين التاليين لتحليل موضوعنا كالآتي :

الفصل الأول: الالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة وتطبيقاته في العقود التجارية ويتضمن مبحثين المبحث الأول ندرس فيه نطاق الالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة وجزاء الإخلال به والمبحث الثاني ندرس فيه تطبيقات الالتزام بالإعلام في بعض العقود التجارية وهي عقد الاعتماد الإيجاري و عقد الوكالة التجارية .

أما الفصل الثاني فيحتوي على الالتزام الخاص بالإعلام في عقد البيع التجاري باعتبار أن عقد البيع أسبق العقود التجارية ظهورا وأكثرها شيوعا، حيث يتكون هذا الفصل من مبحثين، يتضمن المبحث الأول الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش أما المبحث الثاني فندرس فيه الالتزام بالإعلام في ظل القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات

الفصل الأول

الالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة وتطبيقاته في العقود التجارية

يحكم العقد مجموعة من المبادئ والقواعد القانونية التي تنظم شروط قيامه وصحته وآثاره القانونية، حيث يميل القضاء في نصف القرن الأخير إلى إدخال التزامات في العقد لم يتم اشتراطها صراحة. ومن بين هذه الالتزامات، الالتزام بالإعلام الذي وضع على عاتق أحد المتعاقدين على أساس مبدأ حسن النية الذي نصت عليه المادة 107 ق م ج[1] لأخلقة العلاقة العقدية منذ نشأة العقد إلى انقضائه، لقد تبنى المشرع الجزائري اجتهاد القضاء الفرنسي في هذا الخصوص بموجب المادة 86 /2 ق م ج .

فالقانون يحرص على أن تكون علاقات الأفراد، علاقات تقوم على أسس التعاون والتفاهم المتبادل[2]، حيث تعتبر بعض العقود التجارية مجالا خصبا للالتزام بالإعلام لأنه تقوم على أساس فكرة التعاون إما بسبب الثقة التي يسود فيها، أو بسبب استمرارية العلاقة العقدية بين أطراف العقد.

[1] – قانون رقم 05–10 مؤرخ في 20–06–2005 يعدل ويتمم الأمر 75 –58 (المتضمن القانون المدني).

[2] – ناجي الملا صالح (عبد الجبار)، مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود، دار الرسالة للطباعة، بغداد، طبعة أولى، 1975، ص01.

المبحث الأول: نطاق الالتزام بالإعلام وفقا للقواعد العامة و جزاء الإخلال به

يقر الفقه في الجزائر أن الفقرة الثانية من المادة 86 من القانون المدني تعتبر تكريسا للالتزام العام بالإعلام، إذ يرى أنها التزاما عاما بالإفضاء كلما كانت الواقعة التي يجهلها التعاقد مؤثرة و تعذر عليه التعرف أو الاطلاع عليها بنفسه[1]، فالبحث في نطاق هذا الالتزام يمر بالضرورة عن طريق فحص سلوك طرفي الالتزام، فإذا كان هناك عدم مساواة في المعلومات فعلى المتعاقد الذي يعلم أن يخبر المتعاقد الذي يجهل تلك المعلومات فواجب الإعلام لسببين أساسين هما معرفة البائع وجهل المشتري[2]، ولكن بشرط أن يكون جهله لتلك المعلومات تبرره اعتبارات معينة، أي يجب أن جهله معذورا. ولذلك سنتطرق في المطلب الأول الى دراسة جهل المتعاقد المعلومات العقدية المطلوبة والاعتبارات التي تبرر ذلك وكذلك دراسة علم المدين بالمعلومات الواجب الإفضاء بها للطرف الآخر كحد لنطاق الالتزام العام بالإعلام، كما سنتطرق في المطلب الثاني إلى الجزاء المترتب على الإخلال بالالتزام العام بالإعلام.

المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام وفقا للقواعد العامة

الإعلام لغة هو تحصيل حقيقة الشيء و معرفته و التيقن منه،أما في الاصطلاح الصحفي يقصد به عملية توصيل الأحداث و الأفكار لعلم الجمهور عن طريق وسائل عديدة سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مكتوبة و يشترط في الإعلام المصداقية و الوضوح.[3]

يعني الإعلام بنشر الحقائق و المعلومات على الجمهور بقصد المعرفة و الثقافة و تنمية الوعي،و يعد من و سائل الربط و اللاتصال بين الأفراد،لذلك فهو يتميز بالموضوعية.

---

[1] - علي فيلالي، الالتزامات، النظرية العامة للعقد، بدون طبعة، موفم للنشر، الجزائر 2008، ص180.

2 – بوعزة ديدن، الالتزام بالإعلام في عقد البيع، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، عدد1، 2014، ص 114.

[3] -على بولحية بن بوخميس ،القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري ،بدون طبعة،دار الهدى،الجزائر ،2000،ص50.

إن نطاق الالتزام بالإعلام وفقا للقواعد العامة ينحصر ضمن الحالات التي يتعذر على الدائن الاستعلام بنفسه عن المعلومات التي تهمه ويعذر المتعاقد عن جهله إما لاعتبارات موضوعية أو شخصية، كما يمثل علم المدين بالمعلومات العقدية الحد الآخر لنطاق هذا الالتزام حيث يشترط الفقه[1] أنه لقيامه أن يكون المدين على علم بالمعلومات المطلوبة منه وبأهميتها بالنسبة للدائن وهذا ما تبناه القضاء الفرنسي منذ مدة .

الفرع الأول: جهل الدائن للمعلومات العقدية المطلوبة و الاعتبارات التي تبرر ذلك

إن المبدأ المستقر عليه فقها[2] وقضاءا من أن هناك واجب على كل متعاقد بأن يستعلم بنفسه عن كل البيانات اللازمة لتكوين رضائه السليم عند إبرام العقد وتحقيق مصالحه ليس مبدأ مطلقا، فقد يقوم اعتبار معين يحول دون استعلام المتعاقد بنفسه إما بسبب صعوبات مادية تتعلق بطبيعة محل العقد كمميزاته التقنية أو الظروف التي أبرم في ظلها العقد أو لأسباب تتعلق بشخص المتعاقد كانعدام المساواة بين المتعاقدين من حيث مركز كل واحد في العقد وعلمه بموضوعه أو لأي اعتبار آخر يجعل هذا الاستعلام متعذرا.

أولا: الاعتبارات الموضوعية

نظرا لطبيعة بعض العقود قد يواجه المتعاقد الراغب في التعاقد بعض الموانع التي تجعل استعلامه عن محل الالتزام أمرا مستحيلا، ففي مثل هذه العقود التي يلتزم فيها أحد المتعاقدين بإعطاء شيء مثل البيع والإيجار والعارية تمثلا نموذجا لمثل هذه الحالات ويرى السيد BOYER [3]بهذا الصدد نأن في مثل هذه العقود يكون المدين تحت سيطرته، بينما الأمر يختلف بالنسبة للطرف الآخر الذي لا يمكن البحث والاستعلام عن هذا الشيء إلا

[1] - نزيه المهدي محمد الصادق، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، دار النهضة العربية، القاهرة، 1982، ص237.

[2] - نزيه المهدي محمد الصادق ،المرجع السابق، ص 80 .

[3] - Boyer(Y) : L'obligation de renseignements dans la formation du contrat marseille,1977,P254 ,

بصفة سطحية في مرحلة التفاوض بين المتعاقدين بارزا ،هذا ما جعل المشرع يكرس التزاما على عاتق المتعاقد بالإفضاء بالوضع المادي و القانوني للشيء في عدة عقود.

فالالتزام بالإعلام من لدن المنتج يجد تأسيسه في المادة 352 من القانون المدني الجزائري والتي ترى بضرورة تعاقد المشتري بعلم اليقين[1].

يضع القانون المدني الجزائري على عاتق المدين بإعطاء شيء في عقد من العقود التزاما بإعلام المتعاقد معه بكل ما من شأنه أن يعترض حيازة الشيء والانتفاع به على أكمل وجه، كما يلزمه أيضا بإعلامه بأوصافه المادية.

أما فيما يتعلق بالوضع المادي لهذا الشيء فيلزم البائع طبقا لأحكام عقد البيع بضمان عيوب الشيء المبيع طبقا لنص المادة 379 مدني جزائري و تؤكد المحكمة العليا بهذا الصدد "أن المادة 379 من القانون المدني تنص على أن البائع ملزم بالضمان عندما يتعلق الأمر بعيب خفي تعذر على المشتري نفسه اكتشافه..."[2] فقد ألزم المشرع المتعاقد الذي يكون الشيء في حوزته، أن يعلم الطرف الآخر عن كل المعلومات اللازمة لبيان الأوصاف المادية لهذا الشيء، ولا يقتصر هذا الحكم على عقد البيع بل يمتد إلى عقود أخرى مثل الإيجار المادة 488 مدني جزائري يلتزم المؤجر بضمان العيوب في العين المؤجرة في مواجهة المستأجر، والمقاولة المادة 554 مدني جزائري.

لقد وضع المشرع الجزائري على عاتق البائع في نص المادة 352 من القانون المدني التزاما بإعلام المشتري ببيان أوصاف المبيع الأساسية عند ابرام العقد لما يفترضه هذا الأخير من أن المبيع يكون في حيازة البائع قبل العقد، فالوسيلة الوحيدة لعلم المشتري هو إلزام البائع بالإفضاء بالأوصاف الأساسية للمبيع.[3] فكلما كان العيب في الشيء خفيا

[1] – قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص113، 114.

[2]– قرار، بتاريخ 1999/07/21 (ملف رقم 202940)منشورة في المجلة القضائية لسنة 2000، العدد2، ص88.

[3] – عبد الحكيم عبد الطيف القوني، حسن النية وأثره في التصرفات، القاهرة، 2004، ص207 و ما يليها.

واستحال على المشتري الإطلاع عليه يضع القانون التزاما بالإعلام على عاتق البائع فالفحص الذي يجب على المشتري القيام به هو الفحص العادي الذي يجري عادة في مثل الظروف التي تم فيها البيع وهو يختلف باختلاف المبيع وينظر إلى الفحص الذي يقوم به الشخص العادي المتوسط الحرص في كل حالة، فإذا أمكن لشخص متوسط الحرص كشف العيب بالالتجاء إلى طرق فحص أولية كان العيب ظاهرا [1].

فالمعيار الذي أتى به المشرع هو معيار موضوعي ينظر فيه إلى عناية الشخص العادي في المجتمع، لا إلى عناية المشتري [2]، فلقد سمحت أحكام العيوب الخفية باكتشاف التزام بالإعلام حول الوضع المادي للشيء واستنباط معيار جهل الدائن وعدم علمه بهذا الوضع كشرط لقيام هذا الالتزام، ولقد تم توسيع هذا المفهوم إلى كل المعلومات المتعلقة بالشيء المبيع ولو لم يكن هذا الشيء معيبا، وإلى كل ما هو مفيد للمتعاقد ويساعده على الانتفاع بما اقتناه انتفاعا كاملا.

فهناك حالات بيوع السيارات القديمة أو المستعملة، التي يظهر فيها استحالة اطلاع أو كشف المشتري على الحالة المادية للشيء بسبب حيازته من طرف البائع، فيعمل هذا الأخير في غالب الأحيان على إخفاء هذه العيوب خاصة إذا لم يكن المشتري خبيرا فيها فلقد أكدت المحكمة العليا [3]عندنا على وجود التزام بضمان العيوب الخفية حتى ولو كان الأمر يتعلق بمجال بيع السيارات القديمة فأقروا بأن البائع ملزم بضمان العيوب الخفية عندما يتعذر على المشتري نفسه اكتشاف هذا العيب، فالقضاء الفرنسي اهتم بهذا الميدان [4]، فقد

1 – فرج توفيق حسن، أثر حسن النية على رجوع المشتري بالضمان، مجلة الحقوق للبحوث القانونية و الاقتصادية، جامعة الإسكندرية 1970، رقم 10، ص 187.

2 – خواص جويدة، الضمان القانوني للعيب الخفي وتخلف الصفة في عقد البيع، رسالة ماجيستر جامعة الجزائر كلية الحقوق1986، ص77و87.

3 –القرار الصادر بتاريخ 1999/07/21 (ملف رقم 202940)،السابق الذكر .

4 – حامق ذهبية، بالإعلام في العقود ،رسالة من أجل الحصول على دكتوراه الدولة في القانون الخاص،جامعة الجزائر ،كلية الحقوق،2009،ص89.

ألزم البائع بأن يقدم للمشتري المعلومات الكافية عن الصفات المادية للسيارة، فبائع السيارة القديمة يلتزم بإعلام المشتري بوضعية السيارة ولو لم يكن ذلك يتعلق بأي عيب ويعتبر هذا مؤشرا على اهتمام القضاء بإدخال بعض القواعد الأخلاقية في مجال العلاقات التعاقدية،

فلقد توسع الالتزام العام بالإعلام من الأوصاف الأساسية للشيء إلى استعماله، لكن يبقى دائما معيار تحديد نطاقه هو الجهل المشروع للمتعاقد فيلتزم المتعاقد الذي يعرف الشيء موضوع العقد والمخاطر التي تترتب هن سوء استخدامه بأن يعلم المقتني بالطريقة المثلى لاستعماله حفاظا على سلامته وسلامة كل من يستخدم هذا الشيء، وما هو مسلم به بصفة عامة من أن الصانع أو الموزع الذي يبادر إلى عرض سلعة للتداول، يلزم إذا كان استعمالها ينطوي على بعض المخاطر، بأن يتخذ الاحتياطات اللازمة من أجل ضمان الاستعمال السليم لهذه السلعة وإلا قامت مسؤوليته عن كل حادث ناجم عن غياب التعليمات التي يتوجب عليه تقديمها .[1]

كما ترك المشرع للقاضي ليقدر ما هي الأشياء التي يتضمن استعمالها خطرا معينا يجب إعلام المتعاقد به، في حين أورد القضاء الفرنسي أمثلة عديدة عن المنتوجات الخطيرة فاعتبر مثلا إهمال صانع الخراطيش إعلام الزبون بتدابير الحماية اللازمة إخلالا بواجب الإعلام، وكذا بائع الخلاط الكهربائي الذي لم يدلي للمشتري بتعليمات عن مخاطرة ...الخ.

وقد أولى الفقه[2] اهتماما كبيرا بتحديد مفهوم الشيء الخطر مستندا على المادة 138 من القانون المدني الجزائري التي تبين كيفية أعمال المسؤولية الناشئة عن الأشياء، فيستند مفهوم الخطر على عدة معايير تختص بها الأشياء الخطرة فقد تتعلق بطبيعتها أو لطبيعة استعمالها أو دقتها أو لحداثتها أو لظروف معينة أو صفاتها .

---

[1] – إسماعيل ثروت فتحي، المسؤولية المدنية للبائع المهني، الصانعو الموزع، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية الحقوق بدون ذكر السنة، ص 337

[2] – علي علي سليمان، دراسات في المسؤولية المدنية في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989، ص106 و ما يليها.

وقد دفع تطور الأحكام القضائية الفرنسية إلى التسليم بوجود التزام بإفضاء المعلومات حول استعمال الشيء ولو كان سليما من أي عيب، ويسلم كذلك الفقه في الجزائر بأن هذا الالتزام كان يدخل في مفهوم ضمان العيوب الخفية ولكنه تطور وأصبح التزاما مستقلا بحد ذاته.[1]

و في الفصل الثاني من دراستنا هذه يتم بنوع من التفصيل دراسة التزام المنتج على توضيح الطريقة الصحيحة لاستعمال المنتوج والاحتياطات الواجب اتخاذها عند استعماله، والتحذير من مخاطر عدم التقيد بها، وإبراز مخاطر المنتوج وطريقة الوقاية منه بشكل ظاهر، بحي يجذب انتباه المستعمل ومع توظيف عبارات سهلة وواضحة.

وخلاصة القول أنه لا يمكن للمشتري العلم بخطورة المنتوج وطريقة استعماله دون تدخل المنتج أو الموزع أو البائع، لاعتبار جهل المشتري هنا معذورا وهو شرط ضروري لإعفاء المتعاقد من واجب التحري والاستعلام بنفسه.

بالإضافة إلى الوضع المادي للشيء، يلزم المشرع المتعاقد الذي يقع عليه التزام بتسليم شيء بإعلام المشتري عن الوضع القانوني للشيء المبيع ويمكن تحليل الوضعية القانونية لهذا الشيء بدراسة أحكام ضمان التعرض القانوني والاستحقاق فتكشف هذه الدراسة في القانون المدني الجزائري عند وجود التزام على عاتق المدين بالضمان بإعلام المقبل على التعاقد معه وقت إبرام العقد بالوضع القانوني للشيء محل العقد الذي يتضمن حالات التعرض والاستحقاق التي تقوم على جهل المشتري بها جهلا معذورا، وتتمثل هذه الحالات في الأعباء والتكاليف والاستحقاق الكلي، وحقوق الارتفاق.

1- **الاستحقاق الكلي:** لقد نظمت التشريعات من خلال النصوص القانونية، نظرية ضمان

[1] – بختة موالك، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية و السياسية، عدد 02، 1999، صفحة 62 .

الاستحقاق، فيضمن البائع عدم التعرض من فعله أو من فعل الغير يكون له وقت البيع حق على المبيع يعارض به المشتري، ويكون البائع مطالبا بالضمان ولو كان حق ذلك الغير قد ثبت بعد البيع وقد آل إليه هذا الحق من البائع نفسه، فيستطيع المشتري الرجوع بالضمان على البائع في حالة استحقاق المبيع وأن يطالبه بقيمته وقت نزع اليد وبالتعويض عما لحقه من خسائر وما فاته من كسب طبقا للمادة 375 من القانون المدني الجزائري، ففي الجزائر يحق للمشتري في التعويض بغض النظر عن حسن أو سوء نية المشتري فإذا اختار هذا الأخير أن يلجأ إلى دعوى إبطال بيع ملك الغير أو دعوى الاستحقاق فيجب تطبيق أحكامها دون خلط دعوى بأحكام الدعوى الأخرى[1] ورغم أن غالبية الفقه المصري يتجه إلى القول بأن للمشتري أن يرجع بالثمن و بالتعويضات في جميع الحالات، سواء كان يعلم أم كان يجهل سبب الاستحقاق فإن محكمة النقض المصرية بأنه إذا كان المشتري سيء النية يعلم عند البيع بخطر الاستحقاق، فلا يكون له الرجوع بالتعويضات.

كما أن القضاء الفرنسي يقرر أن مجرد علم المشتري بخطر استحقاق الغير للمبيع يكفي لإعفاء البائع من الالتزام بالتعويض، ولكن لا يعفيه من رد الثمن، طالما أنه لم يشترط عدم الضمان وطالما أن المشتري لم يقبل بتحمل خطر الاستحقاق

2-حقوق الارتفاق: يقع على عاتق البائع التزام بإعلام المشتري بحقوق الارتفاق التي تثقل العقار المبيع ليعلم بها فيرضى بها أو يرفضها، ولكن بشرط ألا يكون حق الارتفاق ظاهرا فإعلام البائع للمشتري بوجود ارتفاق يثقل العقار المبيع يؤدي إلى سقوط التزام البائع بالإعلام وسقوط الضمان، فالمشتري لم يعد جاهلا للحق الذي يثقل العقار المقبل على شرائه فقد قضت محكمة النقض الفرنسية بهذا الصدد، بقيام مسؤولية بائع محل تجاري لعدم إخطار

[1] – محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1983 ص 147 و ما يليها.

المشتري بوجود حق ارتفاق على العقار الذي يبنى عليه هذا المحل،[1] كما فرضت على البائع التزاما بإعلام المشتري بكل الارتفاقات غير الظاهرة.

3-التكاليف و الأعباء الواردة على هذا المبيع: طبقا لمحتوى المادة 376 مدني جزائري فإن المشرع الجزائري يعامل التكاليف معاملة الاستحقاق الجزئي، فللمشتري أن يرجع على البائع في حالة ظهور تكاليف تمنع المشتري من الانتفاع بالشيء المبيع، كما يرجع في حالة الاستحقاق الجزئي بصرف النظر عما إذا كان يعلم بسب الاستحقاق الجزئي أو بوجود التكاليف على المبيع أو لا يعلم بها، ما لم يكن هناك اتفاق بين البائع والمشتري على عدم الضمان وكأن نزع اليد قد تم بفعل الغير (م 2/378م.ج) لأن المشرع لم يجعل من علم المشتري بأسباب الاستحقاق الجزئي، سواء لأنها ظاهرة أو لأن البائع أبانها له، قرينة على أن البائع قد اشترط عدم الضمان كما فعل بالنسبة لحقوق الارتفاق لقد أسست محكمة النقض الفرنسية التزام البائع بإعلام المشتري عن الوضع القانوني للشيء المبيع على أساس أنه التزام نابع من التزام البائع بالضمان واستندت إلى المسؤولية المدنية وإلى الكتمان التدليسي لتستخلص التزاما عاما بالإعلام عن كل ما يتعلق بحقيقة الوضع القانوني للمبيع والحقوق المتعلقة به ويشترط أن يكون الدائن بالالتزام دائما في وضع لا يسمح له بمعرفة الوضع القانوني بنفسه، فقد وسع القضاء الفرنسي مجال تطبيق الالتزام بالإعلام حول العناصر القانونية جميع العقود كالبيع والإيجار وكذلك المنصبة على تقديم خدمات أو القيام بعمل أو غير ذلك من أنواع العقود .

ثانيا: الاعتبارات الشخصية

إن استحالة أحد المتعاقدين بالاستعلام عن المعلومات الضرورية لإبرام العقد لأسباب شخصية ستؤدي إلى توسيع نطاق الالتزام بالإعلام بشكل يمس بالقوة الملزمة للعقد و يهدد

[1] – حامق ذهبية، المرجع السابق، ص90و91.

استقرار المعاملات، لذلك فإن الفقه يؤكد بأن القاعدة العامة هي واجب التحري، وما الالتزام بالإعلام إلا إستثناء.[1]

لقد اختلف الفقه والقضاء حول المعيار الذي بجب الاعتماد عليه لتقدير عناية المتعاقد التي بذلها في البحث عن المعلومات المتعلقة بالعقد[2].

فما هو المعيار المعمول به لتقدير مدى بلوغ المتعاقد درجة من التحري تجعل من جهله بالمعلومات التي يطالب بها جهلا معذورا يبرر التزام الطرف الآخر بتقديمها له؟ فهل يتم تطبيق المعيار الشخصي التي تراعي فيه ظروف المتعاقد أو المعيار الموضوعي بالرجوع إلى العيار الرجل العادي في مثل ظروفه؟

يرى رأي فقهي أن الاعتماد على المعيار الموضوعي سيضر بالطرف الضعيف في العقد[3]، مثل المستهلك أو الطرف المذعن أو الأجنبي عن المهنة الذي منعته أسباب شخصية من الاستعلام كما يرى أغلبية الفقه أن المعيار الشخصي والاستعدادات الذاتية للمتعاقد يجب أن يعتمد عليها، والأخذ بالمعارف الشخصية للفرد بعين الاعتبار حتى خارج ممارسة نشاطه المهني[4].

فرغم أخذ المشرع الجزائري بالمعيار الموضوعي المتمثل في معيار الرجل العادي فقد منح للقاضي مصادر أخرى مهمة لتمكينه من تحديد الصفات الواجب توفرها في وٴب الأسرة المتوسط الحرص المحترف، كوجوب التزامه بما هو "جار في المعاملات"(م.558.م.ج) أو "طبيعة العمل"(م564 م .ج) أ, وجوب "أن يراعي أصول العقد "(م.552.م.ج) كما نادى

1 - يوعزة ديدن، المرجع السابق، ص 126.
2 -حامق ذهبية المرجع السابق ،ص92.
3 GHESTIN(J),la formation du contrat ,4 édition n°650,L.G.D.J,1996,1996,P627 -
4 -نزيه المهدي محمد الصادق ،المرجع السابق ،ص 168 .

بعض الفقهاء إلى تبني نوع مختلط مزدوج من المعايير أطلق عليها نعت "المعايير الذاتية بضوابط موضوعية".[1]

يرى الفقيه CHESTINE أن الاختيار بين المعياريين، أو المزج بينهما ليس مسألة سهلة من الناحية التطبيقية، فيعتمد هذا الفقيه على المعيار الشخصي في تقدير الاستحالة الشخصية للمتعاقد، لأن استحالة الدائن بالاستعلام مرتبطة بإثبات جهله للمعلومات المتعلقة بالعقد، وجهل الدائن لا يمكن تقديره إلا على أساس معيار شخصي، ومن بين الأسباب الشخصية التي تكون مانعا للاستعلام، انخفاض مستوى العلم والمعرفة للمتعاقد البسيط قليل التجربة، التي تمنعه بالإحاطة بكل الأمور التي تهمه في العقد المزمع إبرامه.

ففي مجال عيب الغلط، نلاحظ أن تقدير ما إذا كان الغلط الذي وقع فيه المتعاقدين مغتفرا، يكون بالرجوع إلى مهنته، إلى خبرته المهنية وإلى سنه.[2]، ففي عقد البيع مثلا يكون المشتري المحترف هو الملزم بتحديد احتياجاته، فالأخطاء التي يرتكبها بسبب انعدام المعلومات اللازمة لانتفاعه بالخدمة أو السلعة موضوع العقد يفترض فيها أنها غير مغتفرة.

ويأخذ القضاء الفرنسي الكفاءة الشخصية لأطراف العقد بعين الاعتبار و لتقدير ما مدى إمكانية وضع التزام بالإعلام على عاتق أحدهما، وقد حكمت الغرفة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية بهذا الصدد، رفض طلب ابطال العقد بين الغلط "لأن المشتري كان عالما بوجود ارتفاقات ناتجة عن تخطيط عمراني..... كما كان من واجبه الاطلاع عن التخطيط قبل إبرام العقد أو طلبه توضيحات لدى الموثق، بصفته كمهندس معماري لا يمكن أن يجهل هذا التخطيط[3].

1 - نزيه محمد المهدي، المرجع السابق، ص 169.

2– حامق ذهبية، المرجع السابق، ص93.

3 – GHESTIN(J),La formation du contrat, précédant,P629.

مما سبق نلاحظ أن أغلبية الفقه والقضاء الفرنسي يستندون إلى المعيار الموضوعي. بالإضافة إلى المعيار الشخصي الذي يتمثل في الرجوع إلى مهنة المشتري لتحديد هذه العناية التي بذلها في الاطلاع على العيوب الخفية، لكن المشرع الجزائري يستند في مجال ضمان العيوب الخفية، لكن المشرع الجزائري يستند في مجال العيوب الخفية لمعرفة استحالة المشتري الاطلاع على العيوب الخفية هو معيار الرجل العادي .

ومهما كانت فوائد الأخذ بالمعيار الشخصي فإنه يجب عدم الابتعاد عن المعيار الموضوعي لتحقيق العدالة التعاقدية عن طريق صياغة الظروف الشخصية في شكل مفاهيم تكون أقرب إلى المعيار الموضوعي منها إلى المعيار الذاتي، مثل المحترف و المهني.

الفرع الثاني: علم المدين بالمعلومات الواجب الإفضاء بها

يجمع الفقه على أنه يشترط لقيام الالتزام العام بالإعلام أن يكون المدين على علم بالمعلومات المطلوبة منه وبأهميتها بالنسبة للدائن[1]، وهذا هو الموقف الذي تبناه القضاء الفرنسي أيضا.

وتوجد تطبيقات تشريعية عديدة لهذا الشرط في مجال الالتزامات الخاصة بالإعلام كما سنرى لاحقا، فالمؤجر مثلا لا يلتزم بالتعويض للمستأجر عن الضرر الذي أصابه من جراء وجود عيب بالعين المؤجرة إذا أثبت "أنه كان يجهل وجود العيب"(م2/489 مدني جزائري) وبالتالي فإنه كقاعدة عامة لا يمكن مساءلة المتعاقد عن امتناعه عن الإفضاء بمعلومات للمتعاقد الثاني ولو كان هذا الأخير جاهلا لها جهلا مغتفرا، إلا إذا أثبت أنه كان هو مطلعا عليها وعلى أهميتها بالنسبة له.

[1] – نزيه محمد الصادق المهدي، المرجع السابق، ص 237.

إن العلم المطلوب توفره لدلى المدين بالالتزام العام بالإعلام لا يمكن أن يتوقف عند العلم الفعلي فقط بل يجب أن يتعداه إلى العلم المفترض فيلتزم المدين بالإدلاء بالمعلومات التي يعلمها فعليا وكذلك المعلومات التي يفترض فيه أن يعلمها بحكم موقعه في العقد[1].

وبالتالي على المدين السعي والتحري حول كل ما من شأنه أن يمكنه من تنفيذ التزامه بإعلام المتعاقد الآخر حول موضوع العقد، فمثلا على المهندس المعماري أن يطلع على كل المعطيات التي تحيط بالمشروع، فله مثلا أن يبحث على ما يترتب على القطعة الأرضية التي سيقام عليها البناء، من تكاليف والتزامات، كحقوق للغير أو حالات الارتفاق وغير ذلك في إطار التزامه بتنوير زبونه صاحب المشروع، بما يقيد في اطلاعه على كل ما يحيط بالمشروع، بما في ذلك العوامل الإيجابية وكذا السلبية.[2] ونلاحظ أن مثل هذه الالتزامات تقع في الغالب على الأخصائيين، لكونهم على علم أوفر بالوقائع والمعلومات التي يجهلها المتعاقد والمتعامل معهم. ففي مدونة أخلاقيات الطب في المادة 43 تلزم الطبيب "....أن يجتهد لإفادة مريضه بمعلومات واضحة وصادقة بشأن أسباب كل عمل طبي."[3] فيتعين عن كل من يشغل مهنة معينة أن يطلع على كل ما يهم هذا النشاط، من أجل إعلام المتعاقد معه بالمعلومات التي تهمه لإبرام العقد.

كما أكدت محكمة النقض الفرنسية على ضرورة توافر المعرفة إلى جانب المدين بالمعلومات المتعلقة بمحل الالتزام كشرط ضروري بوجود الالتزام بالإعلام على عاتقه، حيث أشارت إلى "أن الالتزام بالإعلام الذي يقع على المخابر الخاصة بمضادات الاستعمال

---

[1] – سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، بدون طبعة، القاهرة، دار النهضة العربية، 200، ص33و ما يليها

[2] – الغوثي بن ملحة، المهندس المعماري، مستشار و مسؤول، المجلة الجزائري للعلوم القانونية والاقتصادية والسياسية، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، عدد02، 2000، ص109، و110.

[3] – مرسوم تنفيذي رقم 92-276 بتاريخ 06نوفمبر 1992، جريدة رسمية رقم 52 بتاريخ 08 يوليو 1992، المتعلق بمدونة أخلاقيات الطب.

والنتائج الثانوية للأدوية، لا يمكن أن يتعلق إلا بما هو معروف وقت دخولها في السوق، وذلك التي كانت على علمها منذ ذلك التاريخ"[1]

فقد تبنى القضاء الفرنسي موقف الفقه الداعي إلى توسيع التزام المدين بالتحري إلى جميع حالات الالتزام بالإعلام في العديد من المرات، فقد جاء مثلا في قرار لمحكمة النقض الفرنسية أن مؤجر ووكيله لا يمكنها أن يجهلا الحالة السيئة للمسكن. فعلى من يلتزم بالإعلام أن سيتعلم بدوره حتى يتمكن من تقديم المعلومات المطالب بها على بينة من أمره.

فما هي حدود الالتزام بالتحري و الاستعلام؟

أولا: طبيعة الالتزام بالتحري والاستعلام

طبقا للمادة 172 من القانون المدني الجزائري[2] فإن التزام المدين بالتحري والاستعلام عن المعلومات الضرورية المتصلة بالعقد هو التزام ببذل عناية الرجل المعتاد في سبيل ذلك، فالمدين بالالتزام بالإعلام يسأل عن عدم الإدلاء بالبيانات التي يعرفها والتي يجهلها إذا كان جهله للمعلومات راجع إلى خطأ منه، وبذلك يقع على عاتق الدائن عبء إثبات أن المدين كان على علم بالبيانات العقدية غير المصرح بها، أو أن يثبت أنه لم يتحر كما يجب أن يفعل الشخص العادي في مثل ظروفه، وهذا هو الموقف الذي يتبناه القضاء الفرنسي، لكن لا يمكن أن نلزم المدين بأن يقدم لدائنه قائمة يضع فيها كل المعلومات المتعلقة بالعقد، والتي يعلم بها دون النظر إلى حاجة الدائن إليها. فمن المنطقي أن يتولى هذا الأخير بيان ما ينتظره من العقد .

[1] – حامق ذهبية، المرجع السابق، ص 74

[2] – المادة 172"في الالتزام بعمل، إذا كان المطلوب من المدين أن يحافظ على الشيء، أو أن يقوم بإدارته أو أن يتوخى الحيطة في تنفيذ التزاماته فإن المدين يكون قد وفى بالالتزام إذا بذل في تنفيذه من العناية كل ما يبذله الشخص العادي، و لو لم يتحقق الغرض المقصود .هذا ما لم ينص القانون أو الاتفاق على خلاف ذلك."

ففي ظل التطور العلمي والصناعي الذي حدث في السنوات الأخيرة يجب على المشتري لأي منتوج أن يبين الخصائص والصفات التي ينتظرها، فالمدين معفى من ذكر كل ما هو نتيجة متوقعة من العقد المبرم، لكن في حالة إذا اتضح أن الشيء محل العقد يمثل خطورة ما على المقتني مثلا فعلى المتعاقد الذي يعرض هذا الشيء أن يبادر إلى إعلانه بذلك والاستفسار منه عن طريقة استعماله لأن أن هذه المعلومات تجنب المتعاقد الآخر الخطر فتصبح مهمة للمقتني ويجب التصريح له بها، كما قد يلزم القانون أحد المتعاقدين في بعض الحالات أن يعلم المتعاقد معه بالمعلومات التي تهمه في العقد دون أن ينتظر من المتعاقد الآخر إعلامه بحاجته إليها، وفي هذه الحالة لا يمكن أن يدعى المدين بالالتزام بالإعلام بجهله بأهمية هذه المعلومات بالنسبة لدائنه. هذا ما تنص عليه المادة 79 من القانون التجاري[1] مثلا فيما يخص عقد البيع أو الوعد بالبيع لمحل تجاري بحيث يشترط على البائع أن يوضح بدقة مجموعة من البيانات والمعلومات مثل قائمة الامتيازات والرهون المترتبة على المحل التجاري والأرباح التي حصل عليها، ورقم الأعمال التي حققها في كل سنة من سنوات الاستغلال الثلاث الأخيرة أو من تاريخ شراءه إذا لم يقم بالاستغلال منذ أكثر من ثلاث سنوات، وعند الاقتضاء الإيجار وتاريخه ومدته واسم وعنوان المؤجر والمحل. ليمكن الدائن من إبرام العقد على علم ودراية، كما يمكن أن يترتب على إهمال ذكر البيانات المقررة آنفا بطلان عقد البيع بطلب من المشتري إذا كان طلبه واقعا خلال سنة.

إن القاعدة العامة هي أن التزام المدين بالاستعلام هو التزام ببذل عناية[2] يرد عليها استثناء في نظر القضاء الفرنسي فعندما يكون التعاقد قد تم بين شخص عادي وشخص محترف ويقع على هذا الخير التزام بالاستعلام عن كل المعلومات لأن يفترض في

[1] – الأمر 59/75 الصادر في 26 سبتمبر 1975 المعدل والمتمم بموجب القانون 02/05 المؤرخ في 06-02-2006.

[2] – علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع في القانونين المصري و المغربي، دراسة مقارنة، دار الفكر العربي، 1986، ص10.

المحترف الذي يتعاقد في مجال اختصاصه علمه بالخصائص والبيانات الضرورية والأساسية المهمة للشيء محل الالتزام فالقضاء الفرنسي عمل على إعادة التوازن عن طريق التسليم بوجود التزام عام بالإعلام على عاتق الطرف المتفوق "المحترف "باعتبار هذا الأخير يملك الوسائل التي تسمح له بالتحري حول نوعية السلع أو الخدمات التي يعرضها.

ونظرا لتعدد السلع والخدمات وللتقنية العالية التي تتميز بها لا يمكن للبائع المحترف أن يعرف دائما مميزات كل الأشياء التي يبيعها، وهذا ما دفع البعض في الجزائر إلى التمسك بحكم القواعد العامة في القانون المدني الجزائري التي تعتبر قرينة سوء نية البائع التاجر أو الصانع ".[1]

ونخلص إلى أن واجب الاستعلام هو التزام ببذل عناية في الحالة الخاصة بالصفات الجوهرية للشيء محل الالتزام، التي يلتزم المدين بنقلها إلى الدائن، فلكي يحق لهذا الأخير أن يطلب إبطال العقد بسبب عدم إعلامه بهذه الصفات الجوهرية للشيء بأن يثبت أن مدينه لم يستعمل كل الوسائل للاستعلام عنها، هذا لأن هذا المدين بهذا الالتزام إذا لم يكن له صفة المهني فلا يمكن أن يعلم بكل المعلومات الخاصة بمحل الالتزام، كما هو الحال بالنسبة للمتعاقد المهني، الذي تقع عليه قرينة العلم بكل المعلومات المنصوص عليها، بدون أن يتمكن إدعاء جهله بها .[2]

ثانيا: موضوع الالتزام العام بالإعلام

يلتزم المدين السعي إلى التحري حول كل ما يدخل ضمن موضوع الالتزام العام بالإعلام، لكن نظرا لاختلاف موضوع هذا الالتزام حسب كل عقد، وكذلك حفاظا على استقرار المعاملات فقد استعمل الفقه عدة معايير لتحديد محل وحدود الالتزام العام بالإعلام.

[1] – خواص جويدة، المرجع السابق، ص 133

[2] – حامق ذهبية، المرجع السابق، ص78و97.

يستند جانب من الفقه[1] إلى وظيفة الالتزام العام بالإعلام كل البيانات والمعلومات التي توفر قدر كاف من المعطيات المتعلقة بالعقد مما يجعل إرادة المتعاقد حرة ومتبصرة عند إبرام العقد، فيطلع المتعاقد على المعلومات التي من المحتمل أن تدفعه إلى التراجع، ويهدف تكريس مبدأ حسن النية في مرحلة تنفيذ العقود، تسهيلا لتأدية كل طرف لالتزامه الرئيسي على أحسن وجه، فإن وظيفة الالتزام العام بالإعلام هي إقامة تعاون بين المتعاقدين، مما يقتضي أن يتولى كل متعاقد الكشف للمتعاقد معه عن انشغالاته وعما ينتظره من العملية العقدية، لأن من غير المعقول أن يعلم المدين بكل المعلومات التي تهم الدائن، إذا لم يعلن عنها هذا الأخير. وهذا ما أدى إلى توسيع مجال الالتزام العام بالإعلام .

لكن يرى جانب من الفقه أن موضوع الالتزام العام بالإعلام يجب أن يقتصر على المعلومات الحاسمة التي تؤثر على قرار المتعاقد الآخر بحيث لو علم بتلك المعلومات لرفض إبرام العقد.

فلقد اقترح الفقه الفرنسي معيار الوقائع التي لها آثار على رضاء الدائن، بحيث لو علم بها ما كان ليبرم العقد، وبمعنى آخر هي المعلومات والوقائع التي لها علاقة بمحل الالتزامات الناشئة عن العقد، والتي تكون نافعة للمتعاقد معه، بشرط أن لا يكون الإعلان عنها غير مشروع، وتطبيقا لهذا المعيار تعطينا صاحبة الرأي[2] مثالا من القضاء الفرنسي على ضوء قضية تتمثل في قيام (M.S) باكتتاب سندات استحقاق لشركة كريزو لوار أودعها في البنك الوطني لباريس، ولما طلب (M.S) من البنك بيع هذه السندات، أجابه بأنها منعدمة القيمة لأنها شطبت بسبب وضعية الشركة التي كانت في حالة التسوية القضائية، والتي أدت إلى تصفية أموالها. وعلى إثر ذلك طلب (M.S) تعويضا من البنك،

[1]- وفاء حلمي أبو جميل ،الالتزام بالتعاون،دراسة تحليلية تأصيلية ،بدون ذكر دار الطبع، القاهرة ،1988،ص97.

[2] – FABRE-MAGNAN(M),Essai d'un theorie de l'obligation d'information dans les contrats,paris,1991,P .133et suite.

لعدم إعلامه بالنتائج التي قد تترتب عن الوضعية التي كانت عليها الشركة، والتي قد تؤثر على قيم السندات.

وقد حكمت محكمة الاستئناف فعلا أن المصرفي، بصفته مهني ذي مرتب، ملزم بأن يبادر إلى إعلام المودع للسندات، وبأن يلفت نظره لكي يتمكن من القيام بكل عمل ضروري للمحافظة على قيمة هذه السندات، كإعلامه بالتسوية القضائية التي كانت عليها الشركة.

لكن نقضت الغرفة التجارية لمحكمة النقض هذا القرار، بقولها إن العرف والقانون لا يلزمان البنك بإعلام المودع بحادث يتعلق بمصير الشركة.

تستخلص صاحبة هذا الرأي أن محكمة النقض، تميز بين الحوادث التي قد تؤدي إلى الإضرار بالسندات أو بكل الحقوق المتعلقة بها، وبين الحوادث التي قد تطرأ على الشركة التي أصدرت هذه السندات.

وباعتبار أن العلاقة التعاقدية التي تربط البنك مع المودع هي عقد الوديعة، فإنه ينحصر التزام المصرفي على إعلام (M.S) بكل واقعة تهدف إلى المحافظة على السندات كالزيادة في رأس المال أو العروض العلنية للجمهور من أجل الشراء ..... ولا يلتزم إطلاقا بإعلامه بكل المعلومات التي تخص مصير الشركة التي أصدرت هذه السندات.

ولتكون المعلومات مجدية وفقا لهذا المعيار الذي يؤثر على إرادة المتعاقد ورضائه فإن الوقائع يجب أن تكون ذات أهمية بالنسبة للمتعاقد وأن تكون على علاقة بموضوع الالتزامات.

1-أهمية المعلومات بالنسبة للدائن

إن المعلومة المجدية والحاسمة في مفهوم هذا الرأي يجب أن تكون مؤثرة ومن الممكن أن تؤدي إلى تبصير رضا المتعاقد لاتخاذ قرار إبرام العقد من عدمه[1].

[1] – حسن عبد الباسط جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، القاهرة، دار النهضة العربية1998.

وبالتالي، فإذا كانت المعلومة غير نافعة للمتعاقد، فلا حاجة لإعلامه بها حتى ولو كانت لها علاقة بمحل العقد، بمعنى إذا كانت الواقعة يعرفها الطرف الآخر و لها علاقة محل العقد وتؤدي إلى اتخاذ قرارات غير ملائمة له فإنه لا يلتزم المتعاقد بالإفضاء للمتقاعد معه بهذه الواقعة، فالطبيب غير ملزم بتقديم كل التفاصيل المتعلقة بالعلاج للمريض إذا كان من شأنها أن تدفعه إلى رفض واتخاذه لقرار غير معقول مما يؤدي إلى إضعاف حالته الصحية.

كما يتوجب على المدين تقديم معلومات صحيحة يجيزها القانون ومشروعة ومن أبرز الأمثلة المثال الخاص بالسر المهني الذي يلتزم به بعض المهنيين كالسر الطبي والسر البنكي...الخ، كما قد يكون عدم الإفضاء عن بعض المعلومات والبيانات بسبب اتفاق يبرمه المتعاقد مع الغير.

وتجدر الإشارة أنه ليس من الضروري حتى تكون المعلومة مجدية أن تقتصر على المعلومات المتعلقة بالصفات الجوهرية لمحل الالتزام.

وإذا كان الغلط في الصفات الجوهرية يبطل العقد على أساس المادة 83 من القانون المدني الجزائري، فلا يصح أن يكون معيارا لتحديد المعلومات التي تكون محلا للالتزام بالإعلام .

فمن الواجب أن تعود المعلومة المطلوبة بفائدة ما على المتعاقد، فالمشرع في عقد البيع لم يلزم البائع بالتصريح بما هو ظاهر ومعلوم للمشتري، كما أن الالتزام بتقديم تعليمات أو تحذيرات ضرورية لبعض المنتجات لا يطبق عندما يتعلق الأمر بمعلومات يعرفها الجميع، إذا لا فائدة من ورائها، كما يعود الأمر للقاضي لتقدير مدى أهمية المعلومة بالنسبة للمتعاقد ولهذا فإن المعيار الأنسب الذي يقدر مدى أهمية المعلومة هو المعيار الموضوعي المجرد الذي يؤخذ بعين الاعتبار ما هو معتاد ومتوقع في مجال العقد المعني بالنزاع، لكن إذا كان أحد المتعاقدين يريد أن يضفي أهمية خاصة على أمر استثنائي فعليه أن ينقل اهتماماته للطرف الآخر وهنا يصبح المعيار معيارا شخصيا[1].

[1] – محمد لبيب شنب، دروس في نظرية الالتزام، مصادر الالتزام، القاهرة، دار النهضة العربية، 1988

2-علاقة المعلومة بموضوع الالتزامات المترتبة عن العقد

توجد كثير من الوقائع والمعلومات التي تحيط بالعقد وقد لا ترتبط به مباشرة ومع ذلك تؤثر فيه، ولهذا يكون من المهم اشتراط وجود علاقة بين محل الالتزام العام بالإعلام والالتزامات العقدية .

مما يؤدي إلى تحديد دقيق لمحل الالتزام و استبعاد المعلومات التي ليست لها علاقة بموضوع الالتزامات المترتبة عن العقد من مجال الالتزام العام بالإعلام ولو كانت ذات أهمية بالنسبة للمتعاقد.

ويستدل الفقه الفرنسي[1] على وجوب ارتباط المعلومة بموضوع الالتزامات العقدية بالحكم السالف الذكر لمحكمة النقض في قضية سندات الاستحقاق لشركة كريزولوار (Crusot-LOIRE)، فمن الواضح في هذه القضية أن القضاء الفرنسي يفرق بين المعلومات التي لها علاقة بموضوع الالتزامات المترتبة عن العقد والمعلومات والوقائع التي ليس لها علاقة بموضوع هذه الالتزامات، فيلزم المتعاقدين بالإفضاء بالأولى ويستبعد الثانية حتى ولو كانت من شأنها التأثير على قراراتها أو على تنفيذ العقد.

وهكذا نخلص موضوع الالتزام العام بالإعلام يجب أن يضم المعلومة المجدية والنافعة للمتعاقد ولها علاقة مع محل الالتزامات الناشئة عن العقد المعني، وكذلك نخلص إلى أن التزام المدين بالتحري والاستعلام لا يمكن أن نخرج عن هذا الحيز.

فالقانون المدني الجزائري (م352و م 86خاصة) أكد بأن المدين يلتزم بإعلام الدائن بكل المعلومات الضرورية التي ستؤثر بدون شك على رضاء المشتري عند اتخاذ قرار إبرام عقد البيع، كما أن المشرع الجزائري يعتبر تدليسا كل سكوت عمدي للمتعاقد عن واقعة مهمة للمتعاقد الآخر، والتي تمنعه من اتخاذ قرار عن علم ومعرفة وإذا كان المتعاقد الآخر يجهلها عند إبرام العقد، يحق له مطالبة إبطال العقد على أساس الكتمان التدليسي، وهذا هو المعيار

[1] -فرحات ريموش الالتزام بالإعلام ،رسالة دكتوراه ،جامعة الجزائر 1،كلية الحقوق ،2012 ،ص 115.

الواسع لتحديد مضمون محل الالتزام العام بالإعلام الذي تحدد بفضل الفقه والقضاء الفرنسيين بهدف تحقيق التوازن بين التزامات أطراف العقد على مستوى المعلومات المتصلة بالعقد.

مما يستلزم على المدين التحري والاستعلام بشأنها لتقديمها للدائن. فلقد تعددت صور المعلومات التي اعتبرها القضاء الفرنسي محلا للالتزام العام بالإعلام من خلال الأحكام القضائية التي مست مختلف ميادين العقد ومراحله سواء في مرحله تكوين العقد حيث يلتزم المدين بإعلام الدائن حول مخاطر العقد أو حول خدمة تبعية مثلا وفي مرحلة تنفيذ العقد يلتزم بإعلام المتعاقد معه بكل واقعة التي من شأنها أن تدخل تعديل على تنفيذ العقد سواء تعلق الأمر بخطر أو صعوبة في التنفيذ بهدف توجيه وإرشاد المتعاقد خاصة عندما يتعلق الأمر بعقد بين شخص عادي و آخر محترف .

وقد يكون الدائن هو الملزم بأن يقدم للمدين المعلومات اللازمة التي تمكنه من حسن تنفيذ التزامه، والأمثلة على ذلك كثيرة منها التزام المؤمن له بأن يعلم المؤمن بكل الوقائع التي تستجد أثناء سريان العقد والتي من شأنها الزيادة في تفاقم الخطر المؤمن ضده، والتزام الوكيل بإعلام الموكل بكل ما من شأنه تعديل أو تفسير التزامه.

وإن كان موضوع الالتزام العام بالإعلام يتنوع حسب تعدد العقود فإنه لا يمكن أن ينصب إلا على الوقائع والمعلومات المجدية ذات العلاقة بموضوع الالتزامات المترتبة عن العقد، فهذا المعيار استبعد كثير من المعلومات التي لا تدخل ضمن هذه الحدود.

المطلب الثاني :جزاء الإخلال بالتزام بالإعلام وفقا للقواعد العامة

تمنح النظرية العامة للالتزامات عدة دعاوي للمتعاقد الذي تضرر من جراء إحلال الطرف الآخر بالتزاماته للمطالبة بجبر الضرر الذي لحقه، أو للتخلص من آثار العقد الذي صاحب هذا الإخلال .

فالجزاء الذي قد ترتب في حالة إخلال المدين لالتزامه بالإعلام عن طريق القواعد العامة، فيطبق الجزاء الخاص بإبطال العقد حسب القواعد الخاصة بعيوب الرضا وحسب الجزاء الخاص بعقد البيع و سينقصر البحث على الحماية المدنية فقط .

فإذا وقع الإخلال بالالتزام في مرحلة تكوين العقد وجعل رضا المتعاقد معيبا يمكن للمتضرر أن يطالب بإبطال العقد على أساس نظرية عيوب الإرادة[1] و يمكنه كذلك أن يطلب التعويض إلى جانب الإبطال أو التعويض لوحده مع إبقاء العقد، أما إذا كان الإخلال متعلقا بمرحلة تنفيذ العقد أو لم يؤثر على صحة رضا المتعاقد فليس للدائن إلا المطالبة بالتعويض على أساس المسؤولية المدنية.

الفرع الأول: إبطال العقد على أساس عيوب الرضا (الإرادة)

لقد حرص المشرع على استقرار المعاملات فأكد بأنه لا بطلان إلا بنص قانوني، فبطلان العقد لا يطبق إلا إذا كان للالتزام أثر على رضاء المتعاقد وبالتالي انعدام شرط من شروط صحة العقد.

فالغلط والتدليس والإكراه والاستغلال كلها حالات يتطلب تحققها توفر شروط صارمة، لكن الفقه وبهدف توسيع نظرية عيوب الإرادة لاستيعاب وضعيات جديدة من خلال التفاعل الموجود بين الالتزام العام بالإعلام وأحكام الغلط والتدليس بهدف حماية الإرادة عند إبرام

[1] –فرحات ريموش،المرجع السابق ،ص128 وما يليها.

العقد، وهذا ما نجده من خلال الجزاءات التي يلجأ القضاء إلى تطبيقها في حالة إذا كان للإخلال بالالتزام بالإعلام أثر على إرادة المتعاقد.

إن إبطال العقد بسبب عيب الغلط لا يتضمن دائما إخلالا بالالتزام العام بالإعلام (أ) على خلاف إبطاله بسب الكتمان التدليسي يعد إخلالا بالالتزام العام بالإعلام يستوجب الجزاء(ب)

أ-إبطال العقد على أساس الغلط

يعرف الغلط بأنه:"وهم ذاتي أو اعتقاد خاطئ في ذهن المتعاقد يصور له الأمر على خلاف حقيقته ويدفعه إلى التعاقد."[1]

إن امتناع المدين عن الإدلاء بالوقائع والمعلومات العقدية التي يجهلها المتعاقد الآخر، ولا يستطيع التحري عليها بنفسه، يمكن أن يوقع هذا الأخير في غلط جوهري بمفهوم المادة 82 من القانون المدني مما يعيب التراضي ما يجعله يطالب بإبطال العقد على أساس الغلط، وهذا ما ذهب إليه الفقه[2]، ويكون الغلط جوهريا سواء في صفة الشيء الجوهرية أو في ذات المتعاقد، أو في صفة من صفاته، وتكون هذه الصفة هي السبب الرئيسي في التعاقد بحيث ما كان المتعاقد ليبرم العقد أصلا على الشروط التي وافق عليها، لو لم يقع في الغلط[3]، وللحصول على الحكم بإبطال العقد يجب إثبات وقوع الدائن في غلط جوهري يكس الصفات الجوهرية المتفق عليها والمؤثرة على رضاء أحد المتعاقدين، فالمشرع الجزائري في تحديده للصفة الجوهرية للشيء أخذ بالمعيارين الموضوعي والشخصي، فمن خلال المادة 2/82 ق م ج أكد أنه يجب الرجوع إلى الاعتبارات الشخصية للمتعاقدين لتقدير الصفة الجوهرية

[1] -انظر :علي علي يليمان ،النظرية العامة للالتزام ،مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري ، الطبعة الثامنة ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2008،ص(56-59).

[2]– نزيه المهدي محمد الصادق، المرجع السابق، ص288.

[3]– عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، المجلد الأول، "العقد"، دار النهضة العربية، 1981نص311 وما يليها .

للشيء التي يراها المتعاقدان معا. كما أخذ المشرع كذلك بالمعيار الموضوعي بمعنى بالرجوع إلى الظروف التي أبرم فيها العقد والتي يقوم القاضي استخلاص منها إرادة المتعاقدين. فيحق للمتعاقد الذي وقع في الغلط بسبب عدم إعلامه بهذه الصفات الجوهرية أن يطلب إبطال العقد لأن المتعاقد الآخر كان يعلم بها و يعلم بأهميتها بالنسبة للمتعاقد طبقا للمادة 81 ق م ج بينما إذا وقع المتعاقد ضحية غلط لعدم علمه لمعلومات جوهرية لكن المتعاقد الآخر لا يستطيع إعلامه بها لأنه هو نفسه يجهلها وليس بمقدوره الاطلاع عليها فلا ينشأ التزام بالإعلام على المدين رغم توفر شروط الغلط، ففي هذه الحالة وإن تقرر الحكم بإبطال العقد، فإن هذا البطلان لا يمكن أن يكون كجزاء للإخلال بالالتزام العام بالإعلام.

وإن كان من الممكن أن يكون عيب الغلط أساس جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام، إلا أنه لا يتحقق ذلك إلا في حالات محدودة. كما أن القضاء يعاقب من وقع في غلط بإهمال منه برفض طلبه الرامي إلى إبطال العقد وهذا ما يعرف بالغلط غير المغتفر، كما يجب الإشارة أن البطلان الذي يلحق العقد بسبب الإخلال بالالتزام العام بالإعلام هو بطلان نسبي وليس بطلانا مطلقا، لأنه مبني على أساس نظرية عيوب الإرادة، وبالتالي يطبق في عيب الغلط البطلان النسبي .

ب-إبطال العقد على أساس عيب التدليس

بتمثل عيب التدليس في استعمال طرق احتيالية من شأنها أن تخدع المدلس عليه، وتدفعه إلى إبرام العقد في غير مصلحته،[1] فإبطال العقد بسبب الكتمان التدليسي يفترض الإخلال بالالتزام بالإعلام، وطبقا لما نص عليه المشرع في المادة 2/86 من ق م ج فإنه

[1] – محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للالتزامات، العقد والإرادة المنفردة، الطبعة الثانية، دار الهدى، 2004، ص 182

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

وبهذا المعنى فإنه إذا توفرت الشروط المذكورة في المادة وهي سكوت المدلس عن واقعة مؤثرة في إرادة المتعاقد مع العلم المدلس بهذه الواقعة و أهميتها بالنسبة للمتعاقد الآخر وإخفائها بنية الغش لتضليله والتأثير في إرادته بحيث لولا هذا التأثير لما أبرم هذا العقد، وبذلك إذا توفرت هذه الشروط يحق للمدلس عليه طلب إبطال العقد بسبب إخلال المتعاقد بالالتزام العام بالإعلام على أساس التدليس بموجب المادة 86 ق م ج .

لكن قد يحدث أحيانا ويتخلف شرط من شروط المادة السالفة الذكر كغياب نية الغش وبذلك لم يكن السكوت عن الواقعة عمدا، ومع ذلك تضرر الدائن جراء ذلك، وفي هذه الحالة لا يمكن للقاضي الحكم بإبطال العقد (بطلانا نسبيا) لعدم توفر الشروط كاملة .

أما بالنسبة للقضاء الفرنسي أصبح قضاة الموضوع يصدرون الحكم بإبطال العقد بسب الإخلال بالالتزام العام بالإعلام على أساس الكتمان التدليسي دون معاينة الشروط النظرية المطلوبة لذلك.

لا يكون هناك إخلال بالالتزام العام بالإعلام إلا إذا ثبت توافر عنصرين، العنصر المادي والعنصر المعنوي.

إن الكتمان الذي يجعل العقد قابلا للإبطال هو الكتمان الذي يفسد الإرادة و يدفع المتعاقد إلى الوقوع في غلط يكون هو الدافع الرئيسي للتعاقد، لكن بمجرد أن يكتم المتعاقد معلومات حاسمة ومهمة وذات علاقة بالالتزامات العقدية ولو كانت أقل تأثير على إرادة المتعاقد بحيث ممكن يؤدي الاطلاع عليها إلى قبول العقد بشروط أفضل، في هذه الحالة يتحقق الإخلال بالالتزام العام بالإعلام، فلقد ذهب جانب من الفقه إلى أن مفهوم الالتزام العام بالإعلام يشمل التدليس الدافع الذي يفسد الإرادة ويؤدي إلى قابلية العقد للإبطال، ويشمل كذلك التدليس غير الدافع إلى التعاقد إلى التعاقد بحيث لا يفسد إرادة المتعاقد لكنه يؤدي إلى

قبول العقد بشروط ما كان ليقبل بها لو علم بالمعلومات المخفية، إذ في كلا الحالتين يكون هناك إخلال بالالتزام العام بالإعلام، يؤدي إلى المطالبة بالتعويض .

إلا أن تقسيم التدليس إلى تدليس دافع وغير دافع إلى التعاقد تعرض للنقد على أساس أن المطالبة بالتعويض مستقل عن دعوى الإبطال التي يرتبها التدليس، كما أن هذا التقسيم لم يأخذ به المشرع كذلك .[1]

كما أن العنصر المعنوي في التدليس يتمثل في نية تضليل الطرف الثاني ودفعه إلى قبول عقد في غير صالحه، وبما أن نية الغش والتضليل هي مسألة يصعب إثباتها، فهي تستمد عادة من عناصر خارجية توحي بها، فمن الممكن استنتاج نية الغش من مجرد علم المدين بالمعلومات التي أخفاها وبأهميتها لكنه لم يدل بها إلا تهاونا. ومنه إمكانية فصل الكتمان التدليسي عن عنصره المعنوي (نية التضليل) وهذا ما أخذ به القضاء الفرنسي في بعض الأحكام القضائية .

فالتضليل خطأ مدني يتطلب انصراف إرادة المدلس إلى تحقيق غرض غير مشروع، بحيث يهدف من خلال سكوته العمدي عن الواقعة إلى خداع المتعاقد معه و تضليله لدفعه إلى التعاقد[2] وتجدر الإشارة كذلك إلى أنه لإبطال عقد البيع، فقد اشترط المشرع الجزائري أن يكون علم المشتري بالشيء المبيع علما كافيا، طبقا لنص المادة 352 من ق م ج وبالتالي يلتزم البائع قبل إبرام العقد وأثناء إبرامه بإعلام المشتري بالمعلومات التي تسمح بوصف المبيع و صفا دقيقا لخصائصه الأساسية، فالمادة السالفة الذكر تقرر إبطال العقد في حالة إخلال البائع بالتزامه بإعلام المشتري ببيانات المبيع وأوصافه.

[1] – علي فلالي، المرجع السابق، ص 182و 183

[2]– بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء الأول، العقد و الإرادة المنفردة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 2005، ص111.

فليس للبائع الحق في التمسك بطلب إبطال البيع، لأنه حكم حكم هذه المادة مأخوذ من أحكام الشريعة الإسلامية فيما يتعلق بخيار الرؤية المقرر لمصلحة المشتري المحضة وليس البائع.[1]

الفرع الثاني: المسؤولية المدنية

المسؤولية المدنية هي مجموعة القواعد التي تلزم من ألحق ضررا بالغير بجبر هذا الأخير وذلك عن طريق تعويض يقدمه للمضرور .و على العموم هذا التعويض الذي يتحمله المسؤول هو نتيجة إخلاله بالتزام سابق رتبه العقد أو القانون. و هكذا فإن المسؤولية المدنية تنشأ عند امتناع المسؤول من تنفيذ ما تعهد به من التزامات عقدية او القيام بالتزام قانوني مقتضاه أن لا يضر الانسان غيره.[2]

يتميز الالتزام بالإعلام بالطابع العقدي، والإخلال به قد يؤدي إلى الحكم بالتعويض عن الأضرار التي قد تلحق الدائن على أساس المسؤولية العقدية، ويمكن لهذا الأخير المطالبة بالتعويض على أساسها مع وجوب توفر شروطها، فإلى جانب الجمع بين دعوى الإبطال و دعوى التعويض يمكن للدائن بالالتزام بالإعلام أن يمارس دعوى التعويض منفردة إذ لم تتوفر شروط دعوى الإبطال ومع ذلك لحقه ضرر كأن تكون المعلومات المخفية ليست لها علاقة بموضوع الالتزامات المترتبة عن العقد سواء في مرحلة تكوينه أو تنفيذه وقد ذهب القضاء الجزائري في حكم للمحكمة العليا الذي أيد قرار المجلس الذي حكم بإبطال العقد على أساس غلط جوهري وحكم كذلك بالتعويض للمتعاقد الذي وقع في هذا الغلط .[3]

---

[1]– حمدي أحمد سعد أحمد، الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة 1998، ص 363.

[2] -علي فيلالي المرجع السابق ،ص18.

[3]– المحكمة العليا، الغرفة المدنية، بتاريخ 2008/04/23 رقم :406468، منشور في مجلة المحكمة العليا، العددالأول، 2006.

وتنقسم المسؤولية المدنية إلى نوعان: تقصيرية وأخرى عقدية، فهل نطبق المسؤولية التقصيرية أم العقدية في مجال التعويض عن الضرر الناجم عن الإحلال بالالتزام العام بالإعلام ؟ و ما هي شروطها؟

أولا: طبيعة المسؤولية

لقد ثار خلاف كبير بين الفقه بمختلف مذاهبه حول طبيعة هذه المسؤولية التي تنشأ عن الإخلال بالالتزام بالإعلام، فهناك من يرى أن الالتزام بالإعلام، التزام سابق على تكوين العقد فلا ينشأ التزام قبل نشوء سبب. وتكون مطالبة الدائن بالتعويض على ما لحقه من أضرار بسب الإخلال بهذا الالتزام، على أساس قواعد المسؤولية التقصيرية .ويستند هذا الجانب من الفقهاء إلى مبررات أهمها أن الالتزام بالإعلام التزام قبل التعاقد يستوجب الوفاء به في المرحلة السابقة عن العقد، فالمدين الملزم بالإفضاء بالبيانات الخاصة بالشيء المبيع مثلا، الذي بعرضه للدائن، يقوم به قبل طرحه في السوق. كما استند هؤلاء إلى أن قواعد هذه المسؤولية تتضمن مصلحة اكبر للدائن وحماية أكثر من قواعد المسؤولية العقدية بحيث لن يتمكن المدين اشتراط الإعفاء من المسؤولية أو التخفيف منها كون أن مثل هذا الاشتراط غير مقبول بصدد قواعد المسؤولية التقصيرية .[1]

بينما يرى جانب آخر من الفقه[2] إلى وجوب اعتبار المسؤولية المدنية عن الأخطاء المترتبة في هذه المرحلة (بمناسبة إبرام العقد) مسؤولية عقدية لأنها تستند إلى علاقة قانونية منبثقة عن مفاوضات عقدية ولو لم يكن هناك عقد بينهما، وهناك من يرى افتراض وجود عقد ابتدائي سابق على العقد، يتمثل في الوعد بالتعاقد، فإذا ما ثبت أن القواعد قد أخل به ترتبت مسؤوليته العقدية، كما ذهب البعض إلى القول بوجود عقد ضمني سابق على إبرام العقد يلزم الأطراف ببعض الالتزامات، ومنها الالتزام بالإفصاح بالمعلومات اللازمة حول

[1] – محمد إبراهيم الدسوقي، الجوانب القانونية في إدارة المفاوضات وإبرام العقود، الرياض، 1995، ص108.

[2] -محمود جمال الدين زكي،مشكلات المسؤولية المدنية ،الجزء الأول ،دون دار نشر ،القاهرة ، 1987 ،ص119.

موضوع العقد، ومن امتنع عن تنفيذ هذا الالتزام يكون مسؤولا مسؤولية تعاقدية، لكن جاني فقهي آخر يؤكد بأن كل خطأ يرتكب قبل التعاقد قد يكون من طبيعة تقصيرية لعدم انعقاد العقد .

تعتبر المسؤولية التقصيرية كجزاء للإخلال بالالتزام العام بالإعلام في مرحلة تكوين العقد باعتباره خطأ سابق على التعاقد يسمح بالإقرار بالالتزام بالإعلام في العقود كالتزام قانوني مستقل يترتب عن الإخلال به مسؤولية المدين التقصيرية، يعطي الحق للدائن في المطالبة بالتعويض على أساس المادة 124 من القانون المدني الجزائري .

أما فيما يخص المسؤولية العقدية فتقوم في الحالات التي يكون موضوع الالتزام بالإعلام يتعلق بمرحلة تنفيذ العقد.

يصعب كثيرا من الناحية العملية توزيع المعلومات التي يلتزم بها المتعاقد على المرحلتين، كما لا يعد ذلك في مصلحة الدائن بهذا الالتزام الذي سيضطر عند طلب التعويض عن الضرر أن يتولى البحث عن الأساس الذي يؤسس عليه دعواه، ما إذا كان هذا الأساس تقصيريا أو عقديا.

وأخيرا نخلص إلى أن الالتزام بالإعلام له طابع عقدي، والإخلال به قد يؤدي إلى الحكم بالتعويض عن الأضرار التي قد تلحق الدائن على أساس المسؤولية العقدية، كما يمكن للدائن المطالبة بالتعويض على أساسها مع وجوب توفر شروطها .[1]

أما فيما يخص طبيعة المسؤولية المدنية التي تترتب عن الأخطاء التي ترتكب أثناء تكوين العقد فإن موقف القضاء الفرنسي منها ليس دائما واضحا، إذ أنه يحكم في بعض الحالات بالتعويض المدني دون تحديد طبيعة المسؤولية التي أسس عليها حكمه و أحيانا أخرى يؤسس المسؤولية في حكمه على افتراض وجود عقد ابتدائي بالنصح والاستشارة

[1]– محود جمال الدين زكي، المرجع السابق،ص122.

وأحيانا أخرى يكيف الالتزام قبل التعاقد بالإعلام على أنه التزام عقدي وكل الأحكام سببها يرجع إلى كون الإخلال بهذا الالتزام عادة ما يكتشف في مرحلة تنفيذ العقد.

ثانيا: شروط تحقق المسؤولية المدنية

يحمي المشرع الجزائري المشتري من خلال المسؤولية العقدية التي يرتبها على البائع في حالة إخلاله بالتزام تعاقدي، إضافة إلى إمكانية تحميل البائع مسؤولية تقصيرية إذا كان المستهلك لا تربطه بالبائع المسؤول علاقة تعاقدية بمعنى إذا توفر ركن الخطأ، الضرر والعلاقة السببية حسب ما تشترطه المادة 124 ق م ج .1

لكن تطبيق هذه الشروط عند الإخلال بالالتزام بالإعلام يكتسي بعض الميزات الخاصة وهذا ما سنوضحه.

1-الخطأ بالامتناع: يعتبر الخطأ الركيزة الأساسية لقيام المسؤولية المدنية في جانب المسؤول فهو إخلال بواجب قانوني كان بوسع المخل أن يتبينه وأن يلتزمه[2].

يستتبع الالتزام بالتعامل بحسن النية ضرورة أن يلتزم كل طرف في المرحلة السابقة على التعاقد بأن يدلي للطرف الآخر بكافة المعلومات المتعلقة بالعقد وأن يحرص على إبلاغه في الوقت المناسب بأية واقعة تطرأ أثناء هذه المرحلة ويكون من شأنها أن تؤثر على قراره النهائي.

فاما أخل بالتزامه بالإعلام أو الإفضاء وأدى ذلك إلى فشل تلك المرحلة، فإنه يكون قد ارتكب خطأ يعرضه للمسؤولية .

وقد أكدت ذلك محكمة النقض الفرنسية في حكم لها أصدرته في 18 نوفمبر 1993بشأن قضية تتخلص وقائعها في قيام زوجين بحجز شقة في مبنى تحت التشييد بموجب اتفاق حجز مبدئي، وقد جاء في هذا الاتفاق أن تكون الشقة مكونة من حجرتين

[1] -تنص المادة 124 ق م ج:"كل فعل أيا كان يرتكبه الشخص بخطئه و يسبب ضررا للغير يلزم من كان سببا في حدوثه با

[2] علي علي سليمان ،النظرية العامة للالتزام ،المرجع السابق ،ص 146.

ذوات نافذتين عاديتين لتسمح بالإضاءة الكافية إلا أن البائع قام بعد ذلك بتعديل تصميم البناء إثر خطأ فني من المهندس واستبدل النافذتين بهوائيتين، دون أن يقوم بإعلام الزوجين بهذا التعديل في حينه، وعندما علم الزوجان بهذا التعديل فيما بعد رفضا إبرام العقد النهائي، وقاما باسترداد ما دفعاه من تأمين، ثم طالبا البائع بتعويض ما من ضرر، لأنه لو كان أبلغهما بهذا التعديل في وقت مبكر لكانا قد تمكنا من إبرام عقد بديل في مشروع إسكاني آخر، وأمام رفض البائع قام برفع الأمر إلى القضاء.

وقد أيدت محكمة النقض ما حكمت به محكمة الاستئناف من اعتبار البائع مخطئا لإخلاله بالالتزام بالإعلام، إذ كان عليه بموجب التزامه العام المتمثل بالتعامل بحسن النية أن يخطر الزوجين فورا بالتعديل الذي أدخله على البناء[1].

إن الإخلال بالالتزام العام بالإعلام في مرحلة تنفيذ العقد يرتب مسؤولية عقدية، فيكفي أن يثبت الدائن أن مدينه لم ينفذ التزامه العقي بالإعلام لتقوم مسؤولية هذا الأخير دون حاجة لإثبات أي خطأ آخر في جانبه، على خلاف ما هو عليه الأمر بالنسبة للمسؤولية التقصيرية، فعدم التنفيذ هو في حد ذاته يستوجب التعويض، فيجب على القاضي إذا طرح عليه النزاع أن يتأكد من أن العقد هو عقد صحيح وواجب التنفيذ ويضع على عاتق المدعى عليه التزاما عاما بالإعلام بالاستناد إلى مبدأ تنفيذ العقد بحسن النية (المادة 107 ق م ج) حيث يقتضي مبدأ حسن النية الالتزام بتقديم المعلومات الضرورية التي من شأنها السماح لكل طرف الانتفاع بالعقد وتوجد أحكام قضائية فرنسية حكمت بالتعويض للدائن جراء إخلال المدين بالتزامه بالإعلام في مرحلة تنفيذ العقد وعلى الدائن بهذا الالتزام في مرحلة تنفيذ العقد إثبات قيام هذا الالتزام، ويقع على المدين بعد ذلك عبء إثبات أنه وفى بالتزامه.

[1]– عروبة شافي عرط المعموري، التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد(دراسة مقارنة)، رسالة ماجيستير في القانون المدني، جامعة بابل، كلية القانون، 2008، ص173.

وإذا كانت المسؤولية التقصيرية هو جزاء الإخلال بالالتزام القانوني الذي يتمثل في عدم الإضرار بالغير، فإن لقيام المسؤولية العقدية على عاتق المدين، يستوجب أن يكون هناك عقد صحيح وأن يكون الإخلال بالالتزام بالإعلام الناشئ عن العقد، وأن يكون من ألحق الضرر هو المتعاقد المدين، ومن أصابه هذا الضرر هو المتعاقد الدائن أو خلفا عاما له .

ونخلص إلى أن عدم الإدلاء بالمعلومات العقدية سواء في مرحلة تكوين العقد أو في مرحلة تنفيذه،

وذلك في حالة التزام عام بالإعلام يعتبر خطأ بالامتناع يرتب مسؤولية المدين المدنية بتوفر شروطها الأخرى .

2-الضرر المستحق التعويض: يعرف الضرر على أنه ذلك الأذى الذي يصيب الشخص من جراء المساس بحق من حقوقه، أو بمصلحة مشروعة له سواء تعلق ذلك الحق أو تلك المصلحة بسلامة جسمه أو عاطفته أو بماله أو بحريته أو شرفه أو غير ذلك[1].

وللضرر نوعان: ضرر مادي كإبطال العقد بعد فترة طويلة من المفاوضات، أو خسارة معينة لحقت المتعاقد أو كسب فاته، كما قد يكون ضرر معنوي كالآثار النفسية التي تتركها الجروح على معنويات ضحايا صانعي المنتجات الخطيرة الذي لم يعلن عن خطر سوء استخدامها.

ويرى الفقه أنه بالرجوع للمادة 1147 من القانون المدني الفرنسي التي تقابلها المادة 176 ق م ج لا تشترط صراحة أن ينشأ الضرر من عدم التنفيذ، لكن يؤكد نفس الفقه أن لقيام المسؤولية العقدية، يجب أن ينتج عنه ضرر، وعلى الدائن إثباته، أما بالنسبة للقضاء الفرنسي، فتارة يضع على عاتق الدائن عبء إثبات أن المدين لم ينفذ التزامه وأن ذلك قد ألحق به ضرر، ارة أخرى يحكم بالتعويض للدائن دون تكليفه بإثبات الضرر، أما في ما

[1] – علي فيلالي، الالتزامات، الفعل المستحق للتعويض، الطبعة الثانية، موفم للنشر، الجزائر2007، ص 283

يخص كتمان المعلومات حتى ولو كان خاطئا، لا يقيم مسؤولية المدين إذا لم يرتب ضررا، وتطبيقا لذلك فقد حكمت الدائرة المدنية لمحكمة النقض الفرنسية برفض دعوى التعويض التي رفعها المشتري ضد البائع و الموثق على أنه، وإن كان قد ثبت إغفال كل من البائع والموثق عن التزام بإعلام المشتري بوجود رهن على العقار المبيع، فإن الضرر الذي لحق المشتري والمتمثل في التزامه بسداد ديون الدائنين المرتهنين لا يعتبر ضررا محققا ومؤكدا، إذا لم يلحق المشتري ضررا، فيما أنه ثبت للمحكمة أن المشتري لم يدفع للبائع أصلا إلا جزءا فقط من ثمن العقار المبيع، وأنه قد قام بسداد الدائنين المرتهنين من الباقي من ثمن العقار، فيظهر أن القضاء الفرنسي رفض الحكم بالتعويض للمشتري، بالرغم أن البائع والموثقٌ قد أخلا بالتزامهما بإعلام المشتري عن رهن العقار لأن الضرر لم يتحقق[1].

كما أن نشير إلى أنه وفقا للقواعد العامة لا تعويض إلا عن الضرر الأكيد والمباشر سواء بالنسبة للمسؤولية التقصيرية أو المسؤولية العقدية ولكن في المسؤولية التقصيرية يعوض عن كل ضرر مباشر سواء كان متوقعا أو غير متوقع بينما في المسؤولية العقدية وطبقا لما جاء في المادة 182 ق م ج فلا يعوض إلا عن الضرر المباشر والمتوقع ما لم يكن هناك غش أو خطأ جسيم، وفي بعض الأحيان يكون الضرر عبارة عن مجرد تفويت فرصة ومع ذلك فهو ضرر قابل للتعويض. وفيما يتعلق بتقدير التعويض، تطبق القواعد العامة للمسؤولية.

3-علاقة السببية: إن وجود خطأ من جانب الشخص المراد مساءلته وإلحاق ضرر بالمضرور لا يكفيان لقيام المسؤولية المدنية، بل لابد من وجود علاقة بين الخطأ والضرر، أي أن يكون الخطأ هو الذي أنشأ الضرر الذي يدعيه المضرور.

[1]- حامق ذهبية، المرجع السابق، ص130و 131.

إن علاقة السببية ركن مستقل عن الخطأ، فقد يوجد الخطأ وتنعدم العلاقة السببية وقد يحدث العكس.[1]

قد ينتج الضرر عن أسباب مختلفة و متفاوتة من حيث الدور الذي لعبته في إحداثه، فقد يكون البعض منها منتجة للضرر لأنها لعبت دورا رئيسا في تحقيق الضرر، منها من شاركت في حصوله، ومنها من زادت من حجمه، ومنها من هي بعيدة عنه حيث كان لها دور ضئيل، لذلك اقترح الفقه في هذا الإطار نظريتين رئيسيتين لتحديد مفهوم علاقة السببية بين الخطأ والضرر، نظرية تكافؤ الأسباب ونظرية السبب المنتج، فمفاد النظرية الأولى أنه يجب الاعتداد بكل الأسباب التي اشتركت في إحداث الضرر، ولو كان لبعضها علاقة بعيدة بالضرر طالما أنها شرط ضروري في تحقيق الضرر، فالمعيار المعتمد في هذه النظرية لتحديد الأسباب التي يجب الاعتداد بها فيتمثل في ضرورة اشتراك السبب في إحداث الضرر بحيث يكون السبب شرط ضروري في تحقيق الضرر فتكون العبرة حينئذ بكل الأسباب التي لولاها لما حصل الضرر، أما النظرية الثانية فتسمى بنظرية السبب المنتج أو الفعال ومفادها أنه عند تدخل أسباب عدة في إحداث ضرر ما، لا بد من فرزها والتمييز بين تلك التي تعتبر منتجة للضرر وتلك التي تكون عرضية فقط ولا يؤخذ في الاعتبار إلا الأسباب المنتجة أو الفعالة، فالسبب المنتج هو السبب المألوف الذي ينتج الضرر عادة .أما السبب العارض فهو السبب غير المألوف الذي لا ينتج الضرر عادة، ولكنه يساهم فيه عرضا[2] ، فيرى الفقه أن نظرية تكافؤ الأسباب هي الملائمة لتحديد مدى وجود علاقة سببية بين الامتناع عن الإفضاء بالمعلومات والضرر الناجم عن ذلك، فحتى يستجاب لطلب المدعي بالتعويض يجب أن تكون علاقة السببية بين الخطأ والضرر ثابتة وأكيدة. ولذلك يجب تقدير

[1] – علي فلالي، الالتزامات الفعل المستحق للتعويض ،المرجع السابق ، ص 312.

[2] – محمود جلال حمزة، المسؤولية الناشئة عن الأشياء غير الحية في القانون المدني الجزائري، رسالة دكتوراه، الجزائر، 1981، ص117

علاقة السببية بين الخطأ والضرر فمثلا في حالة مساهمة شخص بخطئه في إحداث ضرر للغير بالاشتراك مع خطأ هذا الأخير فهو المسؤولية يتقاسمها مع المضرور الذي شارك في إحداث الضرر بنفسه. ولذلك يجب تقدير الضرر المستحق التعويض.

وقد يتسبب الخطأ المرتكب في تفويت الفرصة على المضرور لكن رغم ذلك يحكم عليه بدفع تعويض مقابل تفويت هذه الفرصة، فهنا يجب تقدير دقيق للضرر المستحق التعويض وليس تقدير علاقة السببية. ومع ذلك يجب على القاضي التأكد من وجود علاقة السببية بين الضرر" تفويت الفرصة "والخطأ المرتكب.

فبالرجوع للمثال السابق في الخطأ بالامتناع فالبائع مخطئ لإخلاله بالالتزام بالإعلام بتعديل تصميم البناء واستبدال النافذتين بهوائيتين دون إعلام الزوجين فقد ألحق بهما ضرر مادي وكذلك قام بخطئه هذا بتفويت فرصة إبرام عقد بديل في مشروع إسكاني آخر بأقل تكلفة من مشروعه وبالمواصفات المطلوبة، فيجب على القاضي معاينة العلاقة .

في غياب أحكام خاصة تدير إثبات علاقة السببية يجب الرجوع إلى القواعد العامة، فالمبدأ الذي يحكم مادة الإثبات يقضي بأن البينة على من ادعى، غير أن القضاء أظهر بعض الليونة في تطبيق هذا المبدأ[1].

فإذا استحال على المدين أن ينفذ الالتزام عينا حكم عليه بتعويض الضرر الناجم عن عدم تنفيذ التزامه، ما لم يثبت أن استحالة التنفيذ نشأت عن سبب أجنبي لا يد له فيه[2].

وعليه يمكن للمدين أن يدرأ عن نفسه المسؤولية عن الضرر الذي لحق بالدائن فيما يتعلق بالسبب الأجنبي وذلك بإثبات انعدام علاقة السببية بين الخطأ الذي ارتكبه وهو إخلاله

[1] – علي فيلالي، المرجع السابق، ص 321

[2]– المادة 176 من القانون المدني الجزائري.

[3]– علي فيلالي، الالتزامات–الفعل المستحق للتعويض، المرجع السابق، ص280و 281.

بالتزامه بالإعلام الضرر الذي لحق الدائن، فقد يكون السبب الأجنبي (المادة 127 ق م ج) حادث مفاجئ أو قوة قاهرة، أو خطأ صادر من المضرور أو خطأ الغير، فما دام أن هذا السبب المفاجئ لا يمكن توقعه ولا دفعه من قبل المدين وهو في نفس الوقت خارجيا عنه فلا يمكن أن ينسب له مما يؤدي إلى انعدام علاقة السببية ومن ثم إعفائه من كل مسؤولية[1] .

المبحث الثاني: تطبيقات الالتزام بالإعلام في بعض العقود التجارية

يعد العقد تجاريا بالنظر للالتزام بين أطرافه، وكذلك تعد تجارية جميع العقود التي يكون محلها خاضعا لشروط العمل التجاري، أو أحد أنواع الأعمال التجارية المنصوص عليها في المواد من 2 إلى4 ق ت ج كما قد يكون العقد تجاريا إذا كان سبب نشوئه تجاريا، كما هو الحال بالنسبة لعقدي الرهن والقرض التجاريين[2].

وتتميز العقود التجارية بخصائص[3] وهي أنها عقود رضائية، كما قد يشترط القانون شكلا معينا لإبرام بعضها كعقد بيع المحل التجاري وعقد الشركة ... الخ، كما ينشئ العقد التجاري التزامات متبادلة فهو ملزم للجانبين، كما أنه عقد معاوضة ويكون ذلك إما مبادلة الشيء بالثمن أو مبادلة منفعة الشيء بثمن كالإيجار وإما مبادلة المال بعمل كالوكالة والسمسرة وإما مخالطة المال بعمل مقابل أرباح كعقد الشركة.

فلقد خص المشرع الجزائري في القانون التجاري رقم 05-02 المؤرخ في 06 فيفري 2005 خص الباب الرابع منه للعقود التجارية من عقد الرهن والوكالة التجارية وعقد النقل البري وعقد العمولة للناقل وتناول في الكتاب الثاني العقود التي ترد على المحل التجاري. فلا نستطيع في دراستنا هذه التعرض بالشرح لأركان العقود التجارية محل الدراسة و شروطها

---

[2] – سمير جميل حسين الفتلاوي، العقود التجارية الجزائرية، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية، 1987، ص3.

[3] – مصطفى كمال طه، الوجيز في القانون التجاري، الإسكندرية، بدون طبعة، دار المعارف، 1973، ص260.

لكننا سنتعرض لتطبيق الالتزام بالإعلام في عقد الاعتماد الإيجاري وعقد الوكالة التجارية، لأنها تكتسي أحيانا بعض الخصوصيات وهذا الذي يهمنا في هذه الدراسة .

المطلب الأول :تطبيقات الالتزام بالإعلام في عقد الاعتماد الإيجاري

يعتبر عقد الاعتماد الإيجاري من العقود الجديدة التي طرأت على الساحة التجارية في الآونة الأخيرة، حيث نجد فيه الالتزام بالإعلام بصفة واسعة، كما يهدف هذا العقد إلى تمويل المشاريع وتوسيع إمكاناتها ومساعدتها على مسايرة التقدم التكنولوجي .

الفرع الأول: تعريف عقد الاعتماد الإيجاري وصوره

لقد عرفه المشرع الجزائري في المادة الأولى من الأمر رقم 96-09 المؤرخ في 10يناير 1996 الذي يتعلق بالاعتماد الإيجاري[1] بأنه :"عملية تجارية ومالية :

-يتم تحقيقها من قبل البنوك والمؤسسات المالية أو شركة تأجير مؤهلة قانونا ومعتمدة صراحة بهذه الصفة مع المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين أو الأجانب أشخاصا طبيعيين كانوا أو معنويين تابعين للقانون العام أو الخاص.

- تكون قائمة على عقد إيجار يمكن أن يتضمن أو لا يتضمن حق الخيار بالشراء لصالح المستأجر.

- وتتعلق فقط بأصول منقولة أو غير منقولة ذات الاستعمال المهني أو بالمحلات التجارية أو بمؤسسات حرفية. ويضيف المشرع الجزائري في الفقرة الأولى من المادة الثانية من نفس الأمر على أنه: "تعتبر عمليات الاعتماد الإيجاري عمليات قرض[2] لكنها تشكل طريقة تمويل اقتناء الأصول المنصوص عليه في المادة الأولى أعلاه و استعمالها".

---

[1]- الأمر 96-09 المؤرخ في 10 يناير 1996المتعلق بالاعتماد الإيجاري، جريدة رسميةعدد3 المؤرخة في 14 يناير 1996.

[2] - الأمر رقم 03-11 المتعلق بالنقد و القرض، الجريدة الرسمية، عدد52، مؤرخة في 27 أوت 2003 من خلال المواد66-68-تبين أنه من العمليات التي تقوم بها البنوك هي عمليات الاعتماد الإيجاري التي اعتبرها هذا القانون عملية قرض.

وما يلاحظ على تعريف المشرع الجزائري أنه أطلق على هذا العقد اسم الاعتماد الإيجاري وهذا عكس المشرع المصري والأردني فقد اعتمد وصف الإيجار التمويلي، باعتبار التمويل عنصر في هذا العقد[1]، كما تعددت التعاريف الفقهية له نظرا لتشابك العلاقات القانونية المترتبة على هذا العقد فعرفه جانب من الفقه الذي عمل على الإحاطة بعناصره بأنه "الإيجار التمويلي هو عملية إيجار لمدة طويلة تنتهي بحق الاختيار للمستأجر بالشراء من عدمه مع مراعاة الأقساط المدفوعة"[2].

حيث يتوقف فيه منح الائتمان على الثقة في شخص العميل[3].

ينقسم الاعتماد الإيجاري إلى ثلاثة صور وهي:

1-**الاعتماد الإيجاري للمنقولات:** بناء على المادة 07 من الأمر السابق فإن محل العقد في هذه الصورة هو المنقولات، حيث يقوم المؤجر بتأجير أصول مشكلة من تجهيزات أو عتاد أو أدوات ذات الاستعمال المهني للمستأجر[4] مقابل دفع هذا الأخير لبدلات الإيجار خلال مدة محددة وثابتة مع إمكانية امتلاك المستأجر لهذه الأصول المؤجرة كليا أو جزئيا. وبالتالي تخرج السلع الاستهلاكية من نطاق التأجير التمويلي[5].

2-**الاعتماد الإيجاري العقاري:** وتعرفه المادة 8 من الأمر السابق الذكر بأنه "تلك العمليات التي يقوم بها المؤجر بتأجير أموال عقارية مخصصة لأغراض مهنية والتي يشتريها المؤجر أو يتم بناؤها كبناية، إذا كانت هذه العمليات تسمح للمستأجر بتملك جميع الأموال المؤجرة

---

[1] – إلياس ناصيف، العقود الدولية عقد الإيجار التمويلي من القانون المقارن، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص 298.

[2]– مصطفى رشدي شيحة، الاقتصاد النقدي والمصرفي، الدار الجامعية، مصر، 1985، بدون طبعة، ص444.

[3] – نبيل إبراهيم سعد، نحو قانون خاص بالائتمان (الائتمان بوجه عام، عناصر قانون الائتمان)محاولة لتأصيل قانون لفكرة الائتمان، دراسة تحليلية مقارنة، منشاة المعارف، مصر، 1991، ص18.

[4]– هاني محمد دويدار، النظام القانوني للتأجير التمويلي، مكتبة و مطبعة الإشعاع الفنية ن الطبعة الثانية، الإسكندرية مصر 1998، ص37.

[5] – نجوى إبراهيم البدالي، عقد الإيجار التمويلي، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005، ص99.

أو بعضها في أجل أقصاه انتهاء مدة الإيجار. وذلك إما عن طريق تنفيذ وعد منفرد بالبيع و إما عن طريق ملكية الأرض التي شيدت عليها العمارة أو العمارات المؤجرة و سواء كان اكتساب ملكية الأرض بطريق مباشر أو غير مباشر و إما عن طريق انتقال ملكية العمارات أو المباني المقامة على أرض مملوكة للمستأجر بقوة القانون.[1]

3-**الاعتماد الإيجاري للمحلات التجارية والمؤسسات الحرفية** : نجد أن المشرع الجزائري من خلال نص المادة 09 والفقرة الثالثة من المادة الأولى من الأمر السالف الذكر و سع من نطاق هذا العقد ليشمل المحلات التجارية والمؤسسات الحرفية، بهدف حل المشاكل التي تعاني منها المشروعات الزراعية .[2]

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في عقد الاعتماد الإيجاري

يلتزم المشروع المستفيد بتقديم نوعين من البيانات و المعلومات لشركة التأجير التمويلي (البنوك والمؤسسات المالية و شركات التأجير المعتمدة قانونا)، النوع الأول من البيانات يتعلق بالمشروع المستفيد والنوع الثاني يتعلق بالاستثمار المراد تمويله .

أولا: المعلومات أو البيانات الخاصة بالمشروع المستفيد

تنقسم هذه البيانات إلى ثلاثة أقسام و هي:

أ-البيانات الخاصة بشخص المستفيد (المستأجر) :سواء كان شخص طبيعي أو معنوي فيجب عليه أن يوضح البيانات المتعلقة بشخصه فإذا كان شركة يذكر اسمها وشكلها القانوني، حجم رأسمالها، رقم قيدها في السجل التجاري، بيان أسماء المديرين .

ب-البيانات المتعلقة بنشاط المشروع المراد تمويله: يجب على المشروع المستفيد تحديد طبيعة نشاطه والهيكل القانوني لمشروعه و نمط الإنتاج إذا كان موسميا.

1_ **المرسوم التنفيذي رقم 91/06 المؤرخ في2006/02/20، الذي يحدد كيفية إشهار عمليات الاعتماد الايجاري للأصول غير المنقولة**، جريدة رسمية، عدد10،سنة 2006.

2 - المرسوم التنفيذي رقم 90/06 المؤرخ في 2006/02/26 الذي يحدد كيفيات اشهار عمليات الاعتماد الايجاري للأصول المنقولة، جريدة رسمية، عدد10،سنة2006.

ج–البيانات الخاصة بالحالة المالية للمشروع : يجب أن نوضح معلومات خاصة بميزانية سنوات مالية سابقة على تاريخ طلب التعاقد، وموقفها الضريبي والقدرة المالية للمستأجر على تحمل أقساط الإيجار المستقبلية.

ثانيا: بيانات خاصة بالاستثمار المراد تمويله

يجب تحديد نوع الاستثمار الذي يرغب في ممارسته وتحديد نوع الأصل الإنتاجي سواء منقول أو عقار وتحديد منتج هذا الأصل أو بائعه ومعرفة ثمن شرائه وتحديد العمر الاقتصادي المفترض للأصل المراد تأجيره. إن المؤجر يتخذ قراره بقبول تمويل المشروع أو عدم تمويله بعد فحص ودراسة المعلومات المقدمة من طالب التمويل، فلقد استقر الفقه والقضاء على وجوب الالتزام بالتفاوض بحسن النية مما يقتضي وجو احترام الطرفين للالتزامات ثانوية وتتمثل في التعاون، بالنصح والإعلام لكن ما يهمنا في دراستنا هذه هو الالتزام بالإعلام[1]. فيتعين على المتفاوض الإفضاء للطرف الآخر بكل ما لديه من بيانات ومعلومات تتعلق بالعقد، حتى تستنير وتتبصر إرادة الطرف الآخر، فيجب الإدلاء بكل البيانات والمعلومات المتعلقة بالأصل المؤجر، وذلك دون كتمان أو كذب، ويزداد حجم هذا الالتزام للطرف المحترف، أما فيما يخص الالتزام بالتحذير أو لفت الانتباه لكل ما يستدعي ذلك في محل العقد، هو التزام مكمل للالتزام بالتبصير أو الإعلام، وينطبق بالدرجة الأولى على التعامل في الأشياء التي تنطوي على مخاطر تهدد أمن وسلامة الشخص بسبب دقة تشغيلها مثل الآلات الميكانيكية ونفس الشيء بالنسبة للمعدات التي يحتاج تشغيلها لخبرة خاصة، وهذا كله ينطبق على عقد الاعتماد الإيجاري[2].

[1] – هناك من يفرق بين الإعلام والإخبار باعتبار الأول ذو أصل قضائي، أما الثاني، ذو أصل قانوني.انظر حمدي أحمد سعد، الالتزام بالإفضاء بالصفة الخطرة للشيء المبيع، المكتب الفني للإصدارات القانونية، مصر، 1999، ص44.

[2] – عيسى بخيت، طبيعة عقد الإيجار التمويلي وحدوده القانونية دراسة مقارنة، مذكرة ماجستير في الحقوق، جامعة بومرداس، كلية الحقوق، 2011، ص66.

المطلب الثاني: تطبيقات الالتزام بالإعلام في عقد الوكالة التجارية

إن العقود التجارية التي تقوم على أساس النيابة تؤدي في غالب الأحيان إلى توليد ثقة بين المتعاقدين، بسبب علاقات الأعمال التي تقوم بينهم، ويعتبر التعاون من الالتزامات الضرورية لقيام مثل هذه العلاقات العقدية، ويؤدي إلى وضع التزام بالإعلام على عاتق المتعاقدين[1].

الفرع الأول: تعريف عقد الوكالة التجارية وخصائصه

عرفت الفقرة الأولى من المادة 34 من القانون التجاري الجزائري[2] عقد الوكالة التجارية أنه: "اتفاقية يلتزم بواسطتها الشخص عادة بإعداد أو إبرام البيوع أو الشراءات وبوجه عام جميع العمليات التجارية باسم ولحساب تاجر، والقيام عند الاقتضاء بعمليات تجارية لحسابه الخاص ولكن دون أن يكون مرتبطا بعقد إجارة الخدمات". وبهذا يختلف عد الوكالة التجارية عن عقود التوسط الأخرى بخصائص مميزة له، فيبرم هذا العقد باسم ولحساب الموكل، كما يحدد الأجر فيه بنسبة معينة من الصفقة وبالتالي يؤخذ بعين الاعتبار حجم الصفقة، فيهدف للقيام بعمل قانوني هو إبرام الصفقة، فلا تنتهي مهمة الوكيل التجاري بصفقة واحدة، لأنها تحدد بمدة معينة أو بأعمال معينة، كما لا تكون الوكالة التجارية محددة بمنطقة معينة إلا إذ وجد اتفاق يوضح ذلك، فالوكيل التجاري تابع للموكل في عمله[3].

فيرتبط الوكيل التجاري بمدة معينة كقاعدة عامة يحددها العقد.

تعد الوكالة تجارية،(الفقرتان 13 و 14 من المادة 2 من ق ت ج)إذا كان موضوعها عملية مصرفية أو صرف، كما تعد تجارية أعمال الوكالات ومكاتب الأعمال التجارية مهما

---

[1] – حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، المرجع السابق، ص27.

[2] –انظر: سمير جميل حسين الفتلاوي، المرجع السابق، ص 357، يماثل هذا التعريف الذي أوردته المادة الأولى من الأمر الفرنسي رقم 1345 لسنة 1958 المتعلق بمكاتب وكالات الأعمال.

[3] – أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، الجزء الرابع، بيروت، دون دار نشر، 1980، ص177.

كان موضوع العمل الذي يقوم به، بل حتى ولو قام به مرة واحدة وبشكل فردي و ليس على شكل مقاولة. فتكمن أهمية هذا العقد بالنسبة للتجار في إيجاد من يعونهم على القيام بأعمالهم، يسمى الوكيل وقد يكون هؤلاء الوكلاء من أصحاب الخبرات في البيع أو النقل أو الإيجار أو ترويج بضائعهم أو إيجاد زبائن أو مشتري أو أصحاب قدرة على التفاوض، قد تكون الوكالة عامة مطلقة، فإذا كانت مطلقة فلا تتصرف إلا إلى الأعمال التجارية، كالبيع والشراء وما تستلزمه. وإذا كانت خاصة فتتصرف للأعمال التي تخصصها الوكالة وما تستلزمه تلك الأعمال.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في عقد الوكالة التجارية

لم ينظم القانون التجاري التزامات الوكيل، بل ترك ذلك للقواعد العامة في القانون المدني بالمواد 575 وما بعدها. لذلك يلزم الرجوع إليها .

يلتزم الوكيل التجاري بالعمل الموكل إلية فيجب دائما عليه أن يبذل في تنفيذه للوكالة عناية الرجل العادي، ففي مرحلة تنفيذ الوكالة يمنع على الوكيل أن يمارس السلطة الممنوحة له لتحقيق مصلحته الشخصية، وذلك يكون بتنفيذ الوكالة بكل أمانة وصدق، فيتعهد بأن يعمل لحساب الموكل ولفائدته فعلى الوكيل التجاري طبقا للمادة 577 ق م ج أن يوافي الموكل بالمعلومات الضرورية عما وصل إليه في تنفيذ الوكالة وأن يقدم حسابا حقيقيا عنها، في آخر كل عملية يقوم بها .

فالالتزام بالإعلام يظهر على عاتق الوكيل التجاري والموكل في نفس الوقت[1] [(1)]،حيث يلتزم الموكل إعطاء كل الوسائل إلى الوكيل التجاري ليسمح له بتنفيذ وكالته، كما يقدم كل المعلومات التي يحتاجها الوكيل من أجل نجاح الهدف من عقد الوكالة التجارية، وبالتالي يظهر بأن هذا العقد يضع الالتزام بالإعلام على عاتق كل من الوكيل والموكل.

[1] – المادة 4 من القانون 91–593 الصادر في 25 جوان المتعلق بتحديد نظام الوكالة التجارية بفرنسا.

وباعتبار أن العمل المشترك بين الموكل والوكيل ليقوم على الثقة المتبادلة مما يؤدي إلى التعاون بينهما لتحقيق مصلحة مشتركة، فالهدف من الالتزام بالإعلام في هذا العقد هو تمكين الموكل من مراقبة ومتابعة الأعمال التي يقوم بها الوكيل التجاري. كما لا يجوز لهذا الأخير أن يتجاوز حدود ما نص عليه هذا العقد، فإن أراد أن يتجاوز حدود الوكالة التجارية فعليه إخبار الموكل بذلك قبل القيام بالتصرف، (المادة 575 ق م ج) بكل صدق.

فالوكيل العقاري مثلا الذي يلتزم قبل موكله بالالتزام بالإعلام، يقع على عاتقه إعلام الموكل بكل أمانة فيما يخص المعلومات منها قيمة المال الذي يقترح بيعه نظرا لصفته كمهني إذا كان ثمن العقار منخفضا دون سبب.

الفصل الثاني

الالتزام الخاص بالإعلام في عقد البيع التجاري

يحدد القانون التنظيم أحيانا أوجه الإعلام التي يجب على المحترفين تقديمها للمستهلك وتوصف هذه الالتزامات بأنها إجبارية لاقترانها بجزاءات عقابية عند الإخلال بها.

كما أن هناك جهات رسمية[1] تسهر على فرض احترام النصوص التشريعية والتنظيمية الخاصة بهذا الموضوع، دون أن يتوقف عملها على مبادرة من المستهلك نفسه. فهي تشكل جزءا هاما من النظام العام الاقتصادي.

لذلك الرقابة هي مجموعة الوسائل التي تستطيع أن تضمن النوعية الخاصة بالشيئ.[2]

ويلاحظ أن الالتزامات الإجبارية الخاصة بالإعلام في كل من قانون حماية المستهلك وقمع الغش والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية هي التزامات لا تلغي الالتزام العام بالإعلام، وإنما تعتبر مكملة له ففي عقود الاستهلاك يجب على كل محترف بائع لأموال أو مقدم لخدمات يجب عليه قبل إبرام العقد أن يضع المستهلك في وضع يسمح له بمعرفة الخصائص الأساسية للشيء المبيع أو الخدمة.

---

[1] – وهي مصالح مراقبة الجودة وقمع الغش.

[2] – Mourice Teillac, le control technique de la qualite , Paris, Economica, 1972,P57.

المبحث الأول: الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش

لقد أشرنا مرارا لذلك الاختلال في التوازن في العلاقات بين المحترفين والمستهلكين والذي مرده إلى عدم المساواة في الإعلام، ففي وقت يحيط فيه المحترف علما بالسلع والخدمات المعروضة في السوق، يبقى المستهلك في الغالب الأعم غير قادر على الإحاطة بها، حتى يتسنى له بعد ذلك المقارنة بينها واختيار أحسنها جودة وأقلها سعرا. لذلك يجب الاعتراف مع البعض أن الحق في الإعلام أصبح إحدى الركائز الرئيسية لكل سياسة توضح للدفاع عن المستهلكين.

من هنا فإن إعلام المستهلكين يجد مصادره في عدة جهات أولها المحترفين أنفسهم، وثانيها جمعيات المستهلكين وكذا المؤسسات العمومية المختصة ولهذا فالمشرع ومن قانون حماية المستهلك وقمع الغش 03/09 قد وضع على عاتق المحترف التزاما بالإعلام يهدف ضمان إعلام موضوعي وكامل للمستهلك، يسمح له بالدفاع عن مصالحه.

المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش

يتحدد نطاق تطبيق الالتزام بالإعلام في ظل حماية المستهلك و قمع الغش بتحديد أشخاصه، وتحديد موضوعه.

الفرع الأول: من حيث أشخاصه أشخاص الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش هما الدائن وهو المستهلك (أولا) والمدين هو المحترف (ثانيا)

أولا: المستهلك يتحدد نطاق أشخاص الالتزام بالإعلام في مجال حماية المستهلك على أساس التعريف الذي نضعه لمصطلح المستهلك، فقد يتسع ليشمل جميع الناس .[1]

ويعتبر على الأخص مستهلكا وفقا لهذا الاتجاه الموسع لتعريف المستهلك كل شخص يتعاقد بغرض لاستهلاك، أي بغرض اقتناء أو باستعمال مال أو خدمة: فيعتبر مستهلكا من يقتني سيارة لاستعماله الشخصي ومن يقتنيها لاستعماله المهني، مادام أن السيارة تستهلك

[1] -فرحات ريموش ، المرجع السابق،ص207.

في الحالتين عن طريق الاستعمال أما الاتجاه المضيف لتعريف المستهلك فيعرفه أنه: الزبون غير المحترف للمؤسسة أو المشروع. وأن المستهلك هو الشخص الطبيعي أو الاعتباري للقانون الخاص، والذي يقتني أو يستعمل الأموال أو الخدمات لغرض غير مهني، أي لإشباع حاجاته الشخصية أو العائلية[1]. فالقول بأن مصطلح المستهلك يشمل جميع المواطنين يؤكد الحماية التي يقررها قانون حماية المستهلك في التأسيس كطرف مدني في القضايا التي تخص الحماية التي منحها له المشرع الجزائري بموجب المادة 23 من القانون03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، فلو كان المستهلك جميع المواطنين لكان حضور النائب العام يغني عن حضور جمعيات حماية المستهلك, كما أن المشرع الجزائري في المادة 03 من القانون 03/09 المذكور على أن " المستهلك كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل حاجاته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به " وهو تعريف مأخوذ من التعريفات الفقهية السابقة ذكرها مع أن مفهوم المستهلك و أن كان يشمل المتعاقد فهو أوسع منه، فقد يكون المستهلك مجرد مستعمل للمنتوج دون أن يكون هو من اقتناه. وقد استبعد المشرع الجزائري بموجب القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش استبعد الوسيط وهو المحترف الذي يقتني السلعة لحاجاته المهنية و ليست للاستهلاك الشخصي وبهذا يكون قد تبنى موقف الاتجاه الذي ينادي بالمفهوم الضيق للمستهلك وتجنب انتقاد الفقه للتعريف الذي كان سائدا في ظل قانون حماية المستهلك الملغى الذي كان يشمل" الوسيط " فقد عرف المشرع الجزائري المستهلك من خلال المرسوم التنفيذي رقم 39/90المتعلق برقابة الجودة وقمع الغش الصادر بتاريخ 1990/01/30 ونفس التعريف نقله المشرع الجزائري بموجب القانون الجديد لحماية المستهلك.

[1] – محمد بودالي ,حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي الجزائري دار الكتاب الحديث 2006 ص 23

وفي إطار دراستنا المنحصرة على عقد البيع فإن المستهلك ليس المشتري الذي يستثمر ويحول الشيء الذي لم يستعمل بعد، بل إنه ذلك الشخص الأخير الذي يشتري الشيء ويهلكه في استعمالاته الشخصية أو العائلية وهو المفهوم الذي أخذ به التوجه الأوروبي الحالي الصادر في 1999/05/25.[1]

ثانيا: المحترف

عرف المشرع الجزائري في المادة 2فقرة 1من المرسوم التنفيذي رقم 266/90 المتعلق بضمان المنتجات والخدمات بأنه: "كل منتج أو صانع أو وسيط أو حرفي أو تاجر أو مستورد أو موزع، وعلى العموم كل متدخل ضمن إطار مهنته في عملية عرض المتوج أو الخدمة للاستهلاك، وقد أوضح ذلك المشرع من البداية ي المادة 02 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش أن أحكام هذا القانون" تطبق..... على كل متدخل " ثم عرف المتدخل في المادة 03 بند 07 بأنه "كل شخص طبيعي أو معنوي يتدخل في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك. فالمحترف يجب أن يمارس الأعمال التجارية على سبيل الاحتراف وأن يمارس هذه الأعمال بصفة منتظمة على وجه الاستقلال ويتخذها وسيلة العيش والارتزاق، كما يجب أن ينصب هذا الاحتراف على عمل من الأعمال التجارية[2] ولكي تكون بصدد احتراف يجب أن تتوفر العناصر التالية:

- ممارسة العمل التجاري بصورة متكررة ومنتظمة.
- أن تكون ممارسة العمل التجاري للعيش والاسترزاق.
- قيام الشخص بالأعمال التجارية لحسابه الخاص.

[1]– جرعود الياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك في التشريع الجزائري ، بحث لنيل شهادة الماجيستير، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2002، ص27.

[2] – حلو أبو الحلو شرح القانون التجاري في الجزائر، بدون طبعة، مطبعة جريدة الوحدة الجزائر 1987، ص 125.

فالمحترف هو الذي يمارس نشاطا مهنيا على وجه الاحتراف بهدف الحصول على الربح وقد تكون الحرفة صناعية أو تجارية أو فنية أو مهنية حرة، وقد يكون المهني شخصا طبيعيا أو شخصا اعتباريا مثل الشركات والمؤسسات العمومية ذات الطابع الاقتصادي والتجاري. وأهم ما يميز المحترف هو وجوده في وضعية تفوق وضعية المستهلك، بما يحوزه من معارف تقنية ومعلومات، فضلا عن القدرات المالية. لهذا كان عرض قانون حماية المستهلك هو إعادة التوازن العقدي الذي لا يتحقق إلا بوضع نظام قانوني متجانس. فهل يوجد في قانونا الوضعي ما يحقق هذا التوازن العقدي بين المحترفين و المستهلكين على وجه الخصوص؟[1]

ويمكن القول أن المحترف في مفهوم قانون حماية المستهلك و قمع الغش هو كل "متدخل "في عملية عرض المنتوجات للاستهلاك، للاستهلاك، وهذا يعني أن كل من يتدخل في أي مرحلة من مراحل عرض السلعة أو الخدمة للاستهلاك يمكن أن يكون مدينا بالالتزام بالإعلام الذي قرره هذا القانون لصالح المستهلك، ويمكن لهذا الأخير متابعته في حالة الإخلال بهذا الالتزام، فبمجرد تدخل المهني "المحترف" في عمليات عرض المنتوج أو الخدمة للاستهلاك يفترض فيه القانون أنه قادرا على القيام بذلك، ويحمله مسؤولية مخالفة القواعد القانونية المتضمنة لنظام الحماية، بما في ذلك المتعلقة بالالتزام بإعلام المستهلك، فلهذا الأخير في حالة الإخلال بالالتزام بالإعلام أن يتابع المنتج أو المستورد أو المخزن أو موضب أو موزع أو بائع، فيتابعهم فرادى أو مجتمعين، لكن هناك بعض العقبات العملية خاصة المنتجات المعروضة المستوردة من الخارج الخالية من الوسم الذي يسمح للمستهلك من التعرف على المستورد، فلا يبقى أمامه غير البائع أو الموزع، قد يقرر المستهلك المتضرر لاعتبارات عملية، الرجوع مباشرة ضد المنتج وهذا لا يطرح أي مشكل قانوني في

[1]– بودالي محمد، الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا و المانيا و مصر ندون طبعة، دار هومة، الجزائر، 2007، ص 48.

حالة ما إذا كانت المتابعة جزائية، إذ ما على المتضرر إلا أن يتأسس كطرف مدني والطالبة بالتعويض عن الضرر الذي أصابه. أما إذا أراد متابعة المنتج عن طريق دعوى مدنية مستقلة على أساس المسؤولية العقدية فمن الممكن أن يصطدم بصعوبات قانونية بخصوص مبدأ الأثر النسبي للعقد[1] لأن المستهلك لا تكون له علاقة عقدية مباشرة مع المنتج و هنا يثور تساؤل فقهي حول الطبيعة القانونية للمسؤولية التي تترتب عن المتابعة في هذه الحالة أهي مسؤولية تقصيرية أو عقدية ؟ ولتجاوز هذه العقبة استحدث المشرع الجزائري بمقتضى القانون رقم 05-10المتمم المعدل للقانون المدني حالة جديدة للمسؤولية وهي مسؤولية المنتج، حيث تنص المادة 140 مكرر "يكون المنتج مسؤولا عن الضرر الناتج عن عيب في منتوجه حتى ولو لم تربطه بالمتضرر علاقة عقدية ". إن إقرار مسؤولية جديدة على عاتق المنتج، إلى جانب الحالات التي تتضمنها المواد124 إلى140 مدني، يعني حتما أن المشرع يسعى من خلال ذلك توفير حماية أكبر للضحية، ولعل أول تساؤل يثيره هذا النص الجديد هو مكانة المنتج في نظام المسؤولية بوجه عام، وعلى ضوء موقع المادة 140 مكرر في صلب النص، نرى أن مسؤولية المنتج في حالة مستثناة من القاعدة العامة الواردة في المادة138 المتعلقة مسؤولية الحارس، فمسؤولية المنتج مسؤولية احتياطية، حيث تستطيع الضحية، على ضوء مصلحتها الاعتداد بمسؤولية الحارس باعتبار أن الضرر يكون بفعل الشيء أي المنتوج، ولها أيضا أن تعتمد القاعدة العامة في المسؤولية ألا وهي المسؤولية الشخصية، فتدخل ضمن مجال مسؤولية المنتج الأضرار الناتجة عن تنجر عن عيب المنتوج متفاوتة، فبعضها يتعلق بكيان المنتوج، بينما يصيب بعضها الآخر حسب الشخص المتضرر الذي يدخل ضمن مسؤولية المنتج فهذه الأخيرة مأخوذة من القانون

[1]– زاووي فريدة، مبدأ نسبية أثر العقد، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 1992، ص180 و ما يليها.

الفرنسي الذي لم يقررها إلا في سنة 1998 بمقتضى القانون رقم 98 398 المؤرخ في 19 ماي1998 [1].

يشترط المشرع في مسؤولية المنتج أن يكون الضرر ناتجا عن عيب في المنتوج، غير أنه لم يعرف ماهية هذا العيب، مما يدفعنا للتساؤل عن أسباب هذا الموقف، فقد يكون المقصود بالعيب هو ذلك الذي يضمنه البائع في الشريعة العامة، ومن ثمة لا حاجة للتكرار ,وقد يكون المشرع أراد فسح المجال للفقه والقضاء للبحث عن تعريف يتلاءم مع تطور الحياة الاجتماعية ؟ أم هناك اعتبارات أخرى ؟ التطور العلمي لتقنيات جديدة تحقق أمنا أكثر في المنتوج، كما يجب كذلك الأخذ بعين الاعتبار الكيفية التي يقدم فيها المنتج منتجاته للتسويق من جهة، وكيفية استعمال المنتجات من قبل المتضرر من جهة ثانية، ونذكر في هذا الشأن أن المنتج يتحمل عند عرضه المنتوج للتداول التزاما بالإعلام.

الفرع الثاني: من حيث موضوعه

يلقي المشرع على عاتق المتدخل التزامه بإعلام المستهلك من أجل ضمان سلامته وتوفير حماية كافية لرضا المتضرر من خطر التفاوت بينه وبين المستهلك نتيجة التقدم الصناعي والتكنولوجي[2] ورغم استقلالية هذا الالتزام، إلا أنه يعد تطبيقا خاصا لالتزام أعم منه، هو التزام بضمان السلامة [3].

فقد ألزمت المادة 17 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش المتدخل بإعلام المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج.

---

[1] – علي فيلالي، المرجع السابق، ص258-261

[2]– ربيعة صبايحي، "حول فعلية أحكام و إجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري " الملتقى الوطني حول "حماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، يومي 17و 18 نوفمبر 2009

[3]– علي جابر محجوب، "ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المعيبة، دراسة مقارنة"، دار النهضة العربية القاهرة، دون سنة النشر ص267

أولا:الاعلام حول البيانات الخاصة بتعريف المنتوج و احتياطات استعماله:

يلقي الالتزام بالإعلام على عاتق المتدخل تجاه المستهلك بسبب خبرته، لأنه يعرف مزايا المنتوج أمام مستهلك يثق فيه ولا يعرف إلا ظاهر الأشياء لذا يلتزم بيان المعلومات الخاصة بالمنتوج والتي بدونها يتعذر على المستهلك الحصول على الفائدة المرجوة من السلعة سواء من حيث الفائدة المادية أو المعنوية.

يدلي المتدخل بهذه المعلومات سواء كان المنتوج خطيرا أم لا، إلا أن جانبا من الفقه، ذهب إلى أن هذا الالتزام يقع فقط على نطاق المنتوجات الخطيرة التي تتسم بحداثتها وتعقيدها، وهو قول لا يضمن سلامة المستهلك في شيء لأنه يؤدي إلى إعفاء المتدخل من هذا الالتزام الذي ووجه أصلا لضمان المساواة بينه وبين المستهلك، فيجب أن يعلم المتدخل المستهلك بكل البيانات الذي تميز هذا المنتوج عن غيه، لكي يستجيب لرغبة المستهلك في شراء المنتوج، فيتعين عليه إحاطة المستهلك علما بالمنتوج الذي في متناوله، فيبين مكوناته وخصائصه و تاريخ الإنتاج ونهاية الصلاحية و كل المعلومات التي لو لم يعلمها المستهلك لما أقدم على شرائه.

كما يلتزم المتدخل بإعلام المستهلك حول كيفية استخدام السلعة أو الخدمة المباعة[1]، وذلك بإعطائه تعليمات حول الاستعمال حتى يتجنب الأضرار التي يمكن أن تنتج عن المنتوج، خاصة المنتوج الخطير أو المعقد وبدون هذه التعليمات يتعذر على المستهلك الحصول على. الفائدة المتوقعة من المنتوج أو الخدمة .

تحتل هذه البيانات أهمية بالغة في ضمان أمن المنتوج ،و هذا ما يستفاد من المادة 9 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش حيث نصت على أنه "يجب أن تكون المنتوجات الموضوعة للاستهلاك مضمونة و تتوفر على الأمن بالنظر إلى الاستعمال المشروع

[1] -محمد بودالي ، المرجع السابق،ص 69.

نتظر منها. ... وذلك ضمن الشروط العادية للاستعمال أو الشروط الأخرى الممكن توقعها."

فقد يؤدي الخطأ في استعمال المنتجات الصيدلانية مثلا إلى الإضرار بصحة المريض، خاصة الأدوية التي لا تستعمل عادة إلا بناءا على أمر من الطبيب فيحتاج هذا النوع من المنتجات لمعلومات مفصلة حول طريقة استعماله كتحديد الجرعات المختلفة حسب ما يعانيه من مشاكل صحية كالحساسية تجاه بعض المركبات[1] (1). لا يقتصر المتدخل على وصف الوسائل التي يمكن من خلالها أن يفي المنتوج بغرضه الغني دون إبراز الاحتياطات التي يجب أن يلم بها المستعمل لدى اقتنائه للمنتوج، و تزداد أهمية الغني دون إبراز الاحتياطات التي يجب أن يلم بها المستعمل لدى اقتنائه للمنتوج، و تزداد أهمية بيان هذه الاحتياطات يوما بعد يوم، خاصة مع انتشار المنتوجات المعقدة والآلات ذات التقنية العالية كالكمبيوتر و بعض الأجهزة الكهربائية، إذ يصعب على الشخص العادي التعرف على كيفية الاستخدام الصحيح لها.[2]

ثانيا: التحذير من خطورة المنتوج

يتعين على المتدخل تحذير المستهلك من مخاطر المنتوج نفسه و كذا المخاطر التي قد تنجم عن استعماله أو حيازته[3]. فيلتزم المهني بالإعلام بالبيانات المتعلقة بالتحذير من مخاطر الاستعمال وبالاحتياطات الواجب أخدها إذ تعلق الأمر بأشياء خطيرة بطبيعتها، و هذا النوع من التحذيرات عادة ما يكون في السلع المشكلة كيميائيا ك الأدوية و مواد التجميل

[1]– كهينة قونان، ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري د"دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي "، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم القانونية فرع المسؤولية المهنية، كلية الحقوق، جامعة تيزي وزو ص 114

[2]– شعباني (حنين)نوال، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم القانونية فرع "المسؤولية المهنية "، كلية الحقوق جامعة تيزي وزو، 2012ص 76

[3]– أكرم محمد حسين التميمي، التنظيم القانوني للمهني، "دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية "، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان2010، ص105.

والتنظيف وغيره من المنتوجات، و يجب أن يكون هذا التحذير لصيقا بالمنتوجات سواء بطبعه مباشرة على المنتوج أو على ورقة ملصقة به.

فقد يلحق الخطر بالمستهلك نتيجة استخدامه للمنتوج، سواء في ماله أو في شخصه أو في حيازته أو عند التخلص منه، و أبسط مثال نجده في المواد القابلة للاشتعال أو المواد الصيدلانية مثل دواء"STERIMAR" الذي يحتوي على التحذير الآتي: وعاء مضغوط، يجب حمايته من الأشعة الشمسية، يجب عدم تعرضه لدرجات حرارة تفوق50 درجة مئوية، يجب عدم ثقب أو حرق الوعاء حتى بعد الانتهاء من استعماله.

وبذلك يقوم المتدخل بإمداد المستهلك بكل التدابير الواجبة اتخاذها لمنع ظهور الأخطار الموجودة في المنتوج، كما يمكن أن تكمن خطورة هذا الأخير بطبيعته، فهو لا ينتج إلا كذلك حتى يؤدي الغرض المرجو منه كالمواد القابلة للاشتعال كما قد تؤثر العوامل الخارجية على المنتوج وتتفاعل عناصره كالحليب ومشتقاته الذي تخمر تحت تأثير الحرارة.

يتعين أن يكون التحذير وواضحا سهل الدلالة نو ظاهرا ويكون ذلك باختيار لون ونمط معين في طباعة موضوع التحذير. لا يجب أن يقتصر المتدخل على الإفصاح عن جزء من المخاطر وإخفاء البعض الآخر بهدف زرع الثقة في نفوس المستهلكين، خصوصا بالنسبة للمنتوجات السامة والدوائية والمنتوجات المحفوظة و المعبأة في عبوات مغلقة، وإلا تحمل مسؤوليته عن ذلك[1].

ثالثا: الإعلام حول بنود و شروط الضمان

فرض المشرع الالتزام بالضمان في بعض عقود بيع المنتجات والأجهزة والأدوات الكهربائية على اختلاف أنواعها، حيث يجبر المنتج على إعطاء المقتني –المستهلك –شهادة

[1]– زاهية حورية سي يوسف"الالتزام بالإفضاء عنصر من عناصر ضمان السلامة" الملتقى الو طني حماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 17و18 نوفمبر 2009نص08

الضمان يتحدد فيها ضمان صلاحية المنتوج للاستهلاك خلال مدة معينة. و تتضمن شهادة الضمان شروط مطبوعة و معدة سلفا و هي خاصة بكل السلع المنتجة من نفس النوع.

فالأمر يتعلق بتصرف قانوني يتضمن زيادة في الضمان القانوني يقدم للمستهلك كميزة استثنائية[1] فلم يعد الضمان القانوني العام الذي نظم القانون المدني الجزائري أحكامه في المادة 379 من الباب السابع و بالأخص عقد البيع، يقدم حماية فعالة للمستهلك فظهرت حاجته إلى ضمان قانوني خاص يحمي حقوقه في حالة اقتنائه منتجات معيبة أو غير صالحة للاستعمال الذي أعدت له يمكنه من سرعة إصلاح المنتوج المعيب أو استبداله و التعويض عما أصابه من ضرر جراء ذلك. وقد تفهم المشرع هذه الحاجة و أنشأ ضمانا قانونيا خاصا بالمستهلك المنصوص عليه في المادة2/14 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش على أنه "يجب أن تبين بنود وشروط تنفيذ هذه الضمانات في وثيقة مرافقة للمنتوج ". فيلتزم المحترف بتقديم المعلومات اللازمة للمستهلك حول الضمان القانوني الخاص بالمنتوج الذي يعرضه عليه، فأصبحت الشروط والبنود المتعلقة بكيفية تنفيذ الضمان القانوني الخاص من بين البيانات الإلزامية الواجب إطلاع المستهلك عليها لتمكينه من معرفة حقوقه والاستفادة من الضمان المخصص له والضمان هو حق من حقوق المستهلك يتم دون مصاريف إضافية وكل شرط مخالف لذلك يكون باطلا بطلانا مطلقا، كما يعتبر لاغيا كل شرط يقضي بعدم الضمان. يستفيد كل مقتني لأي منتوج سواء كان جهاز أو أداة أو آلة أو غيار أو مركبة أو أي مادة تجهيزية من الضمان بقوة القانون[2] ويمتد هذا الضمان أيضا إلى الخدمات ويستفيد المستهلك من تنفيذ الضمان المنصوص عليه أعلاه دون أعباء إضافية، ويعتبر باطلا كل شرط مخالفا لأحكام هذه المادة. كما يمكن أن نوضح بأن المحترف لم يقدم ضمان آخر بمقابل أو مجانا لا يلغي الاستفادة من الضمان القانوني المنصوص عليه

[1]– علي بولحية بن بوخميس، المرجع السابق ،ص 36.

[2]– المادة 13 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

في المادة 13 أعلاه. ويجب أن تبين بنود و شروط تنفيذ هده الضمانات في وثيقة ترفق مع المنتوج المقدم للمستهلك. [1]

ولقد نصت المادة14 من المرسوم رقم 266/90 على وجوب تضمين شهادة الضمان ببيانات إجبارية أهمها مدة الضمان، سعر المنتوج و عبارة "يطبق الضمان القانوني في جميع الأحوال "فشهادة الضمان لا تنتج لا تنشئ الالتزام بالضمان في حد ذاتها، و لهذا فإن عدم وجودها أو عدم تسليمها للزبون لا يعفي المحترف من التزامه بالضمان القانوني الخاص كما يعتقد بعض التجار، لأن هذا الضمان القانوني الخاص ينشأ بقوة القانون و ليس بموجب هذه الشهادة فيلتزم المحترف بإعلام المستهلك ببنود وشروط تنفيذ هذا الضمان بموجب وثيقة تحجز لهذا الغرض وتسلم للمستهلك عند تسليمه المنتوج، و نص القرار المؤرخ في 10 ماي 1994 على شكل شهادة الضمان، يتمثل في نموذج محدد يتكون من شقيه، يمنح أحدهما إلى المستهلك طبقا للمادة 04 من هذا القرار. [2]

رابعا: العرض المسبق حول قرض الاستهلاك

عرف المشرع الجزائري في البند 20 من المادة الثالثة قرض الاستهلاك بأنه "كل عملية بيع للسلع والخدمات، يكون فيها الدفع مقسطا أو مؤجلا أو مجزأ. نلاحظ هنا بأن المشرع الجزائري اهتم بطائفة جديدة من المستهلكين وهم الراغبون في الحصول على قروض استهلاك حيث خصهم بنص خاص حماية لهم من البنوك الخاصة.

ومن خلال المادة 20 من قانون حماية المستهلك من قانون حماية المستهلك و قمع الغش برز هذا الاهتمام، و قد نصت المادة على أنه "يجب أن تستجيب عروض القرض للاستهلاك للرغبات المشروعة للمستهلك فيما يخص شفافية الغرض المسبق و طبيعة ومضمون مدة الالتزام و كذا آجال تسديده، و يحرر عقدا بذلك" و من خلال هذه المادة نجد

[1] – المادة 14 من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش

[2]– محمد بودالي، المرجع السابق ص 377.

أن المشرع الجزائري قد قرر التزام قانوني بالإعلام على عاتق كل مؤسسة مالية تعرض قرضا للاستهلاك تماما مثل الصانع أو الموزع الذي يعرض منتوجا آخر، و يعد هذا حماية من طرف المشرع للمستهلك الضعيف من استغلال البنوك لحاجة الناس لإبرام هذه العقود و هم يجهلون مضمونها و شروطها و لهذا ألزم المشرع هذه البنوك بالإفصاح منذ البداية عن طبيعة و مضمون و مدة الالتزام و آجال تسديده بكل شفافية عن طريق ما يسمى "العرض المسبق".[1]

وتضم عملية قرض الاستهلاك عادة البائع و المستهلك و البنك(المقرض)، وقد يكون البائع هو نفسه المقرض و هي الحالة التي ينطبق عليها التعريف الذي و ضعه المشرع الجزائري لقرض الاستهلاك. فقد تدخل المشرع لحماية المستهلك عن طريق إلزام البنك بإعلامه و تبصيره شروط القرض المعروض عليه حتى يقترض و هو على بينة من أمره و تفاديا للإغراء الذي قد يقع فيه المستهلك عن طريق الاستدانة المفرطة. ويرى جانب من الفقه القانوني[2] أن موضوع الالتزام بالتبصير، و حسب القانون الفرنسي الصادر عام 1993، يجب أن يتضمن ثلاث طرائق :

1- التبصير بالخصائص أو الصفات المميزة للسلع أو الخدمات المعروضة، و هذه الطائفة من البيانات –حسب ما نرى- هي جوهرة فكرة الالتزام بالإعلام أو التبصير لأن خصائص السلع أو الخدمة قد تكون هي الباعث الرئيسي لدى المستهلك على التعاقد، و في إطارها يقع المستهلك ضحية للغش والتقليد.

2- التبصير بالثمن و شروط البيع خاصة ما تعلق بالمسؤولية العقدية للمستهلك و كذلك الشروط الخاصة أو الاستثنائية لذلك البيع

[1] -بختة موالك ، المرجع السابق ،ص 28 .
[2] -محمد بودالي المرجع السابق،ص 76.

3- البيانات الإلزامية في بعض العقود، ذلك أن القانون يلزم –المعني–ببيانات محدد ومخصصة لإعلام المستهلك، و عدم جواز الاتفاق على الاعفاء من هذا الشرط حماية للمستهلك الذي قد لا يعلم بحقيقة العيوب الخفية التي اجتهد المنتج أو التاجر في إخفائها[1].

المطلب الثاني :أحكام الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش

يخضع الالتزام بالإعلام المستمد من قانون حماية المستهلك و قمع الغش إلى جملة من القواعد و قد وردت في هذا القانون و نصوصه التطبيقية المنشئة لأنظمة الوسم.

الفرع الأول: يجب تقديم معلومات كاملة

تنص المادة 17 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش على أنه "يجب على كل متدخل أن يعلم المستهلك بكل المعلومات المتعلقة بالمنتوج الذي يضعه للاستهلاك بواسطة الوسم ووضع العلامات أو بأنه وسيلة أخرى مناسبة ".

وعليه فقد شدد المشرع على المحترف بأن يقوم بإعلام المستهلك بكافة المعلومات المتعلقة بالمنتوج و يفهم منها أن كل معلومة سواء تعلقت بكيفية الاستخدام أو مواصفاتها القانونية أو طبيعتها و منشئها أو مميزاتها. كذلك الاحتياطات اللازمة عند الاستعمال و تاريخ و نهاية الصلاحية. .... الخ، فلا بد أن يدلي بها المحترف في مجاله لصالح المستهلك و إلا كان مسئولا عن إخلال بواجب الإعلام بكل منتوج، و من جملة النصوص القانونية التي تلزم المحترف لذلك نذكر منها:

- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية و عرضها.

[1] – عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية و حماية المستهلك في عقد التجارة الإلكترونية، العلامات التجارية حماية المستهلك من الغش التجاري و التقليد، حق المؤلف، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص25، ص26

– المرسوم التنفيذي رقم 90–367 المتعلق بوسم المنتوجات الغذائية و عرضها[1] وحتى تكون المعلومة المقدمة كاملة يجب أن يحمل المنتوج المعروض و سما نظاميا، أي شاملالكل البيانات التي يتطلبها القانون دون أي نقص فإذا كان المنتوج هو عبارة عن مادة غذائية مثلا فمن الواجب أن يتضمن الوسم الذي يحمله هذا المنتوج كل البيانات المنصوص عليها في المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 90 –367المؤرخ في 10 نوفمبر 1990 المتمم و المعدل المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها و هي : تسمية البيع، الكمية الصافية للمواد المعبأة مسبقا، اسم الشركة أو عنوانها أو العلامة المسجلة و عنوان المنتج أو الموضب أو الموزع أو المستورد، إذا كانت المادة مستوردة، البلد الأصلي أو البلد المنشأ، تحديد حصة الصنع، طريق الاستعمال و احتياطات الاستعمال في حالة ما إذا كان إغفاله لا يسمح باستعمال مناسب للمادة الغذائية، تاريخ الصنع و تاريخ الصلاحية الدنيا أو في حالة المواد الغذائية سريعة التلف مكر وبيولوجيا الخاصة بالحفظ، بيان نسبة حجم الكحول المكتسب للمشروبات التي تحتوي على أكثر من 1.2في المائة من الكحول حسب الحجم. وإذا اقتضى الحال بيان معالجة بالأشعة الأيونية أو معالجة بواسطة الأيونات أو رمز الإشعاع العالمي بقرب اسم الغذاء مباشرة أو شروط التناول الخاصة عند الضرورة وجميع البيانات الأخرى التي تصبح إجبارية بموجب نص خاص.[2]

وفي بعض الأحيان يشترط المشرع مواصفات معينة في البيان المطلوب كما هو الشأن بالنسبة للبيان المتعلق بالتسمية الخاصة بالبيع المطلوب في المواد الغذائية حيث نصت المادة 08 من المرسوم المذكور أعلاه أن هذه التسمية يجب أن تمكن المستهلك من التأكد من طبيعة السلعة و تمييزها عن المنتوجات التي قد تشبهها و ينبغي أن تكون في كل الحالات، مغايرة للعلامة

[1]– الجريدة الرسمية، عدد 50، الصادرة سنة 1990

[2] -جرعود الياقوت،المرجع السابق ،ص47.

التجارية أو علامة المصنع و يجب ان تتضمن تعريفا للحالة المادية للسلعة و المعالجة الخاصة التي أدخلت عليه. ففي هذه الحالة يعتبر المحترف قد نفذ التزامه بالإعلام إلا إذا أدرج في الوسم تسمية تستجيب لهذه الشروط ويمكن المستهلك فعلا من التعرف على الطبيعة الحقيقية للسلعة.[1]

إن تخلف أي بيان من البيانات المطلوبة أو عدم استجابته للمواصفات التي يقتضيها نظام الوسم الخاص بنوع المنتوج، سيعتبر بقوة القانون مخالفة للقواعد المنشئة للالتزام بإعلام المستهلك وسيعرض صاحبه للإجراءات و العقوبات المخصصة لهذه المخالفة.

لذا يتوجب على المحترف التحري والاستعلام والتأكد من طبيعة ومعايير و مقاييس المنتوج الذي يقوم بصناعته أو بتوضيبه أو باستيراده أو بتوزيعه أو بتخزينه طبقا للمادة 1/12من قانون حماية المستهلك و قمع الغش التي تنص على أنه "يتعين على كل متدخل إجراء رقابة مطابقة المنتوج قبل عرضه للاستهلاك طبقا للأحكام التشريعية و التنظيمية السارية المفعول "كما لا يمكنه أن يتذرع بحسن النية على أساس أنه ليس هو صانع المنتوج أو أنه لا يعرف طبيعته الحقيقية أو ليس لديه الوسائل اللازمة لذلك.

الفرع الثاني: يجب تقديم معلومات صادقة

أوجب المشرع الجزائري على المحترف بأن يقدم معلومات تتصف بالصدق و الأمانة[2]، فنص في المادة 13 من المرسوم المتعلق بوسم السلع الغذائية على أنه "يمنع.....استعمال أي إشارة، أو علامة، أو أي تسمية خالية، أو أي طريقة للتقديم أو الوسم، أو أي أسلوب للإشهار أو العرض أو البيع من شأنها أن تدخل لبسا في ذهن المستهلك لا سيما حول طبيعة السلعة و تركيبها، و نوعيتها الأساسية و مقدار العناصر الضرورية فيها، و طريقة تناولها، و تاريخ صناعتها و الأجل الأقصى لصلاحية استهلاكها،

[1] -زوبير أرزقي ،حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة،مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون فرع المسؤولية المهنية،جامعة مولود معمري تيزي وزو ،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،2011 ،ص131.

[2] -حامق ذهبية،المرجع السابق ،ص 274و275.

ومقدارها. ويمنع ذكر أي بيانات بهدف التمييز بشكل تعسفي بين سلعة معينة و منتوجات مماثلة. كما تمنع الإشارة إلى مواصفات وقائية أو علاجية من الأمراض
التي تصيب الإنسان باستثناء ما يتعلق بالمياه المعدنية الطبيعية و السلع الغذائية المعدة لتغذية[1].

والملاحظ أن المشرع الجزائري يسعى إلى تكريس التزام المهني بالصدق و الأمانة بموجب نص قانوني توفير معلومات صادقة للمستهلكة، إذ يخشى استغلال الوسم الإجباري من طرف المهني ليدرج معلومات إشهارية تدخل لبسا في ذهن المستهلك و يتحول الالتزام بالإعلام إلى وسيلة للإشهار الكاذب إن الكذب أو المبالغة، أو المحاكاة، التي يلجأ إليها المتدخل بخصوص المعلومات المتعلقة بالمواضيع التي ذكرها المشرع، أثناء الوسم الإجباري للسلع، تعد إخلالا بالتزامه بالإعلام من جهة، وقد تعد من جهة أخرى منافسة غير شريفة إذا ما أدت إلى التمييز بشكل تعسفي بين سلعته و منتوجات مماثلة في السوق و بذلك يضمن المشرع للمستهلك الحماية من الإعلام المضلل و يرجع الأمر إلى قاضي الموضوع لتقدير ما إذا كانت أحد بيانات الوسم تخلق لبسا في ذهن المستهلك أم لا، فقد وضع المشرع قائمة من المواضيع التي يعتبر عدم صحة المعلومات بشأنها إخلالا بالالتزام بالإعلام ليتخذ القاضي منها معيارا عند تقديره الوقائع فالإشهار أخطر وسيلة للإعلام فإذا كان هذا الأخير مباحا لترقية بيع المنتوج، إلى أن هذه الإباحة قد تتجاوز حدود الأعراف التجارية المعروفة، وهذا بمساسها بمصالح المستهلكين المادية لذا أولى المشرع الجزائري أهمية خاصة له، من خلال حماية المستهلك من كل إشهار مضلل[2] حيث نصت المادة 12 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المتعلق بكيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيبها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية على أنه :"يمنع في تجارة مواد التجميل والتنظيف

[1]- انظر بالمقابل فيما يخص المنتوجات المنزلية غير الغذائية، المادة 8 من المرسوم 90-366 المتعلق بوسمها.
[2] -محمد بودالي ،حماية المستهلك في القانون المقارن ،المرجع السابق ،ص80.

البدني أن يستعمل. .. و كل إجراء إشهار أو عرض أو بيع يوحي بأن المنتوج يتميز بخصائص لا تتوفر فيه "فقد ينصب التضليل على هوية أو طبيعة أو تركيبة أو مصدر أو كميات أو صفات أو كيفية أو أسباب استعمال المنتوج، [1] كما يتحقق التضليل في الأسعار عن طريق إشهار سعر غير مطابق للسعر الحقيقي المعروض أمام المستهلك.[2]

فالإشهار المضلل يكون في نقطة تقع بين الإعلان الصادق و الإعلان الكاذب في الدرجة وليس في الطبيعة.[3] (1)

الفرع الثالث: يجب تقديم معلومات واضحة

نص المشرع في المادة 18 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، على أن يكون تنفيذ الالتزام بالإعلام مكتوبا عن طريق الوسم، و أن تكون العبارات الواردة على المنتوج مفهومة، بسيطة و خالية من المصطلحات المعقدة نو مكتوبة باللغة التي يفهمها المستهلك غير المتخصص كما أن صياغة المعلومات في صورة مكتوبة تيسر عبء الإثبات عندا تثور منازعات بشأنه[4].

أوجب المشرع أن يكون الوسم و بياناته المختلفة مكتوبا باللغة العربية أصلا، إضافة إلى لغات أخرى لم يحددها كاللغة الفرنسية في بلادنا، كما يتعين على مستورد المنتوجات أن يحرر بيانات الوسم باللغة العربية و ذلك عن طريق وضع ملصقة على المنتوج.

---

[1]– سفيان بن قري، حدود مشروعية إعلان التجاري، الملتقى الوطني حول حماية المستهللك والمنافسة، كلية الحقوق جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية يومي 17و18 نوفمبر 2009، ص4

[2]– فتيحة محمد قوراري، الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة، مجلة الحقوق، عدد3، جامعة الكويت، 2009، ص283

[3]– عبد الله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش الصناعي والتجاري، دراسة مقارنة بين دولة الإمارات العربية المتحدة والدول الأجنبية، الطبعة الثانية دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص78.

[4]– ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسدأو الملوث، وسائل الحماية منها و التعويض عنها، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ن2007، ص91

و كان المشرع الجزائري قد كرس ضرورة الكتابة باللغة العربية بالنسبة للمنتوجات بموجب القانون 91-05 المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية[1]، كما يجب أن يكون تحرير الوسم بصفة مرئية بموجب المادة 18 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش و كذلك بموجب كافة النصوص المتعلقة بوسم المنتوجات حيث يكتب الوسم بخط واضح و ألوان ظاهرة لتلفت انتباه المستهلك، حيث نصت المادة 01/10 من المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المحدد لشروط وكيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني و توضيبها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية، على ضرورة كتابة بيانات الوسم بشكل ظاهر للعيان. إذ يؤتى الإعلام ثماره إذا كان ملفت لنظر المستعمل و يجذب انتباهه على الفور، بحيث يصطدم بنظره من الوهلة الأولى، وللمتدخل الحرية التامة في اختيار الوسيلة التي يرى أنها تظهر إفضاءه للمستعمل نلكن تقتضي أن تكون البيانات -خاصة التحذيرية منها- متميزة، منفصلة بذاتها عن البيانات الأخرى بأن تتم كتابتها بلون مخالف للطباعة، كما ذكرت المادة 18 السالفة الذكر عبارة "متعذر محوه" ويقصد بها أن يكون الوسم ملتصقا بالمنتوج، ولهذا لا يكفي أن تكتب هذه البيانات على المستند المرفق بالمنتوج و المسلم للمشتري، بل يجب أن يكتب على المنتوج ذاته إذا كان ذا قوام صلب[2]. فلا توجد مشكلة في الأمر إذا كانت المنتوجات نفسها تسمح بطبع الوسم عليها هي ذاتها، كالأجهزة الكهربائية، أما إذا كانت من المنتوجات السائلة أو اللينة مما يستوجب تعبئتها في عبوات، فينبغي أن يوضع على العبوة مباشرة كالزجاجة مثلا، و إذا كانت هي بدورها توضع في تغليف آخر، فإنه يستحسن أن يكرر الوسم ذاته على التغليف الخارجي، و لكن ذلك لا يعني عن وضعه

[1]- انظر المادتين 12و22 من القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16-10-1991 و المتعلق بتعميم استعمال اللغة العربية، الجريدة الرسمية عدد03، صادرة في 1991/01/16

[2]- زاهية حورية سي يوسف، المرجع السابق، ص 09

على العبوة مباشرة.[1] إن ارتباط الوسم بالتغليف، كونه يتم في غالب الأحيان على مستوى الغلاف الخارجي الذي يوضع فيه المنتوج، جعله يلعب دورا دعائيا يخدم المتدخل بالدرجة الأولى، وهذا يجذب المستهلكين لمنتوجه دون المنتوجات المنافسة.

ولقد نصت المادة 6 مكرر من نظام وسم السلع الائية و عرضها المذكور سابقا على وجوب "أن تجمع البيانات المتعلقة بتسمية البيع و بالكمية الصافية في نفس المجال النظري".

المطلب الثالث :عقوبة الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش

تقوم المسؤولية الجزائية على أساس مخالفة التزام قانوني يمس بمصالح المجتمع، و قد تدخل المشرع بوضع نصوص قانونية خاصة مراعيا خصوصيات تختلف عن القواعد العامة في القانون وبذلك جعل الخطأ كأحد أركانها مفترض في جانب المحترف أو كل منتج في عملية العرض، كأحد أركانها مفترض في جانب المحترف أو كل متدخل في عملية العرض، حتى ولو لم يترتب عليه ضرر للمستهلك و بذلك رتب المشرع الجزائري عقوبة جزائية على كل من يخل بالالتزام بالإعلام المقرر في المادتين 17و18 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش، مما يوضح اهتمام المشرع بالدفاع عن حقوق المستهلك و كذلك فرض نظام عام اقتصادي و علاقته بهذا الالتزام فإذا راجعنا المراسيم والقرارات السابقة التي تناولت الوسم، نجدها تحيل إلى نصوص قانون حماية المستهلك و قمع الغش فيما يخص الجزاءات المترتبة على انعدام الوسم أو الوسم غير القانوني، فنظرا للوضع المزري التي تعيشه السلع التي تعرض في الأسواق بطريقة فوضوية دون احترام السلامة وأمن المستهلك، مما دفع بالمشرع إلى تشديد عقوبة الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش الجديد

[1]– محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1983، ص 28.

فبعد أن كان القانون 02/89 الملغى ينص على عقوبة هي الحبس من 10 أيام إلى شهرين و بغرامة من 100دج إلى 1000 دح أو بإحدى هاتين العقوبتين[1]، أصبح من الممكن أتصل هذه العقوبة إلى (5)سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000دج)في القانون الجديد[2]، فحسب درجة خطورة المخالفة المرتكبة انقسمت العقوبات المخصصة لذلك إلى نوعين: فهناك عقوبة مخصصة للإخلال بالالتزام بالإعلام المقترن بالغش و المخادعة ، و أخرى مخصصة لمخالفة إلزامية وسم المنتوج.

الفرع الأول: عقوبة مخالفة وسم المنتوج المقترنة بالغش و المخادعة

تنص المادة 68 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش الجديد على أنه: "يعاقب بالعقوبات المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المستهلك بأية وسيلة أو طريقة كانت حول :

- كمية المنتوجات المسلمة –تسليم المنتوجات غير تلك المعينة مسبقا.
- قابلية استعمال المنتوج.
- تاريخ أو مدد صلاحية المنتوج.
- النتائج المنتظرة من المنتوج.
- طرق الاستعمال أو الاحتياطات اللازمة لاستعمال المنتوج. "

لم يشترط المشرع الجزائري في الخداع أن يكون بوسائل محددة أو معينة لاستعماله لعبارة "بأية وسيلة أو طريقة كانت" فعرف الفقه الخداع بأنه :"تشويه للحقيقة في شأن واقعة يترتب عليه الوقوع في الغلط، فيعني ذلك أن جوهر الخداع كذب و موضوع الكذب واقعة ويترتب عليه خلق الاضطراب في عقيدة

[1]– المادة 28 من القانون 02/98المتعلق بالقواعد العامة لحماية المستهلك الملغى.

[2] – الماد 69 من القانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش.

شخص وتفكيره لجعله يعتقد غير الحقيقة، لذلك انتهج المشرع الجزائري نهج نظيره الفرنسي إذ طبق نصوص القانون الجنائي على جريمة الخداع و ذلك في الباب الرابع من قانون العقوبات[1] المتضمن "الغش في بيع السلع و التدليس في المواد الغذائية والطبية " لاسيما المادة 429 منه –التي أحالتنا لها المادة 68 السالفة الذكر –و تنص على أنه: "يعاقب بالحبس من شهرين إلى ثلاث سنوات و بغرامة من 2000.00 إلى 20000.00دج أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من يخدع أو يحاول أن يخدع المتعاقد:–سواء في الطبيعة أو في الصفات الجوهرية، أو في التركيب، أو في نسبة المقومات اللازمة لكل هذه السلع، –سواء في نوعها أو في مصدرها.

–سواء في كمية الأشياء المسلمة أو في هويتها.

وفي جميع الحالات فإن على مرتكب المخالفة إعادة الأرباح التي حصل عليها بدون حق "إن النصوص التي تعاقب على الخداع تفترض قيام عقد أو شروع في التعاقد و أن يقع الخداع في أمر من الأمور المحددة على سبيل الحصر و يتعلق بالبضاعة و بالخدمة لأن المنتوج حسب المادة 03 بند10من قانون حماية المستهلك وقمع الغش يتضمن كل من السلعة والخدمة. لم يبين المشرع الجزائري نوع العقد أو طبيعته في تجريمه للخداع المنصوص عليه في المادة 68 المذكورة أعلاه، فالنص الجزائي جاء عاما مطلقا ليشمل جميع العقود، فقد يكون الخداع بيع أو إيجار. ..الخ

كما أنه لا يشترط في العقد أن يكون صحيحا حتى تقوم جريمة الخداع، إذ تقع إن كان باطلا، ذلك إن هدف المشرع من ذلك هو حماية الثقة في التعامل بغض النظر عن صحة انعقاد العقد أو بطلانه[2] فيعتبر القيام بإعلان كاذب أو مضلل سواء اتخذ شكل نص

[1]– الأمر رقم 66–165 المؤرخ في 08 يونيو 1966، يتضمن قانون العقوبات، جريدة رسمية رقم 49بتاريخ 11 يونيو 1966، المعدل والمتمم.

[2] – أحمد محمد محمود علي خلف:الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية 2005، ص 170.

مكتوب أو صورة شفهية أو بالإشارة، مادام هذا التعبير كاذبا أو غامضا من شأنه أن يخدع المستهلك أو المستعمل لهذه الخدمات يقوم به الركن المادي لجريمة الخداع فنظرا لخطورة الإشهار الكاذب أو المظلل على حقوق المستهلك ومستعملي الخدمات فأعلن عن منعه وتجريمه بصفة صريحة في الكثير من النصوص التشريعية فنجد مثلا في المرسوم التنفيذي المتضمن كيفيات صناعة مواد التجميل و التنظيف البدني. ..[1] و الذي تنص المادة 12 منه على أنه :"تمنع في تجارة مواد التجميل و التنظيف البدني أن ستعمل، تحت أي شكل كان، كل إشارة أو علامة أو تسمية خيالية، أو نمط تقديم أو وسم، و كل إجراء إشهار أو عرض أو بيع يوحي بأن المنتوج يتميز بخصائص لا تتوفر فيه حقا، لا سيما فيما يتعلق بالتركيب و المزايا الجوهرية، وطريقة الصنع و أبعاد المنتوج أو أصله ".

ومن الملاحظ أن أغلب الحالات المنصوص عليها في المادة 68 ترتكب بمناسبة وسم السلع فإذا تبين أن المعلومات التي يتم نقلها إلى المستهلك بواسطة الوسم تنطوي على غش أو مغالطة انطبق عليها وصف المادة 68 و خضع المخالف للعقوبة المنصوص عليها في المادة 429 من قانون العقوبات، أما إذا كان الخداع أو محاولة الخداع قد ارتكب بواسطة "كتيبات أو منشورات أو نشرات أو معلقات أو إعلانات أو بطاقات أو أية تعليمات أخرى" أو "إشارات أو ادعاءات تدليسية "فتصبح نية التضليل لدى عارضي السلع ثابتة بأفعال ظاهرة فإن العقوبة تصبح أشد من المادة 69 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش حيث ترفع العقوبات المنصوص عليها في المادة 68 أعلاه إلى خمس سنوات حبسا وغرامة قدرها خمسمائة ألف دينار (500.000دج).

[1]– مرسوم تنفيذي رقم 97–37 مؤرخ في 5 رمضان عام 1417 الموافق 14 يناير 1997، يحدد شروط و كيفيات صناعة مواد التحميل و التنظيف البدني و توظيبها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية، الجريدة الرسمية، العدد04 الصادرة في 15 يناير 1997.

الفرع الثاني : عقوبة المخالفة السلبية لقواعد وسم المنتوج

نص المشرع في المادة 78 من قانون 03/09 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش على أنه: "يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار(100.000دج) إلى مليون دينار (1.000.000دج)، كل من يخالف إلزامية وسم المنتوج المنصوص عليها في المادتين 17 و 18 من هذا القانون ".بالإضافة إلى ذلك فإنه إذا خالف العارض القواعد التي تنظم عملية الوسم الواردة في المراسيم التنفيذية المتعلقة به أو لم يقم بوسم المنتوج أو قام بوسمه لكن لم يستعمل اللغة العربية لإنجاز هذا الوسم حينها تطبق المادة 65 من نفس القانون السابق الذكر حيث يمكن أن تقوم المصالح المكلفة بحماية المستهلك و قمع الغش طبقا للتشريع والتنظيم الساري المفعول، بالتوقيف المؤقت لنشاط المؤسسات التي ثبت عدم مراعاتها للقواعد المحددة في هذا القانون، إلى غاية إزالة كل الأسباب التي أدت إلى اتخاذ هذا التدبير، دون الإخلال بالعقوبات الجزائية المنصوص عليها في هذا القانون[1]، فالوسم حسب المادة 03 البند 04 من القانون نفسه يعرف كالتالي :"كل البيانات أو الكتابات أو الإشارات أو العلامات أو المميزات أو الصور أو التماثيل أو الرموز المرتبطة بسلعة، تظهر على كل غلاف أو وثيقة أو لافتة أوسمة أو ملصقة أو بطاقة أو ختم أو معلقة مرفقة أو دالة على طبيعة منتوج مهما كان شكلها أو سندها، بغض النظر عن طريقة وضعها."و يمكن للمستهلك أن يخطر النيابة بأية مخالفة يعلم بها و يتأسس كطرف مدني للمطالبة بالتعويض عن الأضرار التي يمكن أن تكون قد لحقته، كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك المعتمدة القيام بهذا الدور أيضا عندما يتعرض مستهلك أو عدة مستهلكين لأضرار فردية تسبب فيها نفس المتدخل وذات أصل مشترك، لكن الصعوبة تظهر جليا في إثبات المخالفة التي تحتاج في غالب الأحيان إلى وسائل تقنية وخبرة ونظرا لعدم وعي المواطنين و لا مبالاتهم، فإنه طبقا للمادة 25 من نفس قانون حماية المستهلك وقمع الغش فإنه بالإضافة إلى ضباط

[1] -فرحات ريموش،المرجع السابق ، ص 233.

الشرطة القضائية والأعوان الآخرين المرخص لهم بموجب النصوص الخاصة بهم، يؤهل للبحث ومعاينة مخالفات أحكام هذا القانون، أعوان قمع الغش التابعون لوزارة التجارة حيث يمكن لهم، في إطار ممارسة وظائفهم ، وعند الحاجة طلب تدخل أعوان القوة العمومية، الذين يتعين عليهم مد يد المساعدة، كما يمكن اللجوء، عند الضرورة، إلى السلطة القضائية المختصة إقليميا طبقا للإجراءات.

كما تتجلى في المادة 86 من نفس القانون أنه بإمكان الأعوان المنصوص عليهم في المادة 25، فرض غرامة الصلح في الأجل المحدد في أجل الثلاثين يوما التي تلي تاريخ الإنذار المذكور في المادة 90 من نفس القانون يرسل المحضر إلى الجهة القضائية المختصة. و في هذه الحالة، ترفع الغرامة إلى الحد الأقصى.

وطبقا لما جاء في البند 08 من المادة 88 من القانون نفسه فإنه يحدد مبلغ غرامة الصلح في حالة غياب بيانات وسم المنتوج المعاقب عليه في المادة 78 من هذا القانون بمبلغ مائتا ألف دينار (200.000دج) كما أنه لا يمكن فرض غرامة الصلح[1]:

- إذا كانت المخالفة المسجلة تعرض صاحبها، إما إلى عقوبة أخرى غير العقوبة المالية و إما تتعلق بتعويض ضرر مسبب للأشخاص أو الأملاك.
- في حالة تعدد المخالفات التي لا يطبق في إحداها على الأقل إجراء غرامة الصلح.
- في حالة العود.

[1] -الباب الخامس من القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك و قمع الغش .

المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام في ظل القانون04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

إن الهدف من القانون 04-02 المتعلق بالممارسات التجارية المعدل والمتمم بالقانون 10-06 هو تحديد قواعد و مبادئ شفافية و نزاهة الممارسات التجارية التي تقوم بين الأعوان الاقتصاديين و بين هؤلاء و المستهلكين، و كذا حماية المستهلك و إعلامه[1](1)، ويعتبر صدور هذا القانون محاولة من المشرع الجزائري للتصدي لإختلال توازن العلاقات العقدية في ميدان الممارسات التجارية، كما يتسم هذا القانون بعلاقته التكاملية بين قانون المنافسة[2] (2)من جهة و قانون حماية المستهلك و قمع الغش من جهة أخرى.

وقد أقر القانون رقم 04-02 جملة من الالتزامات بالإعلام و حدد جزاء الإخلال بها لحماية المستهلك من تعسف المهني "المحترف "

[1]- قانون رقم 04-02 مؤرخ في 23-06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية، جريدة رسمية عدد41، صادرة في 27-06-2004 معدل و متمم بموجب القانون رقم 10-06، المؤرخ في 15-08-2010، جريدة رسمية، عدد46، صادرة في 18-08-2010.

و المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10-09-2006المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و البنود التي تعتبر تعسفية، جريدة رسمية، عدد 56، صادرة في 11-09-2006.

[2]- الأمر رقم 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة، الجريدة الرسمية، عدد43 المعدل و المتمم بقانون 08-12 مؤرخ في 25 يونيو 2008، جريدة رسمية، عدد 36، و معدل و متمم بالقانون رقم 10-05.

المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام في ظل القانون04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

يتم تحديد نطاق الالتزامات بالإعلام الخاصة التي وردت في هذا القانون بتحديد الأشخاص وكذلك تحديد موضوع العلاقات الاجتماعية والنشاطات الاقتصادية التي تخضع لهذا القانون.

الفرع الأول: من حيث أشخاصه

يتضح من خلال المادة الأولى من قانون 04-02 أن مجال تطبيقه يقتصر على الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين، كما تؤكد المادة02 منه على أنه:"يطبق هذا القانون على نشاطات الإنتاج و التوزيع و الخدمات التي يمارسها أي عون اقتصادي مهما كانت طبيعية القانونية " وهذا تأكيد للمرة الثانية على العون الاقتصادي كطرف في الممارسات التجارية و قد أعطى هذا القانون مفهوم لكل من العون الاقتصادي كطرف في الممارسات التجارية، وقد أعطى هذا القانون مفهوم لكل من العون الاقتصادي و المستهلك في المادة 03، فعرف في البند1منها العون الاقتصادي أنه :"كل منتج أو تاجر أو حرفي أو مقدم خدمات أيا كانت صفته القانونية، يمارس نشاطه في الإطار المهني العادي أو بقصد تحقيق الغاية التي تأسس من اجلها ".فميدان تطبيق هذا القانون يشمل الأعوان الاقتصاديين في معاملاتهم مع المستهلك وكذلك في تعاملاتهم مع بعضهم البعض، وفي هذا توسيع لمجال تطبيقه، كما يشمل مجال تطبيق هذا القانون المستهلكين الفئة الضعيفة المستهدفة بالحماية[1]، ففي البند 2 من المادة 3 من هذا القانون عرف المستهلك بأنه:"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني سلعا قدمت للبيع أو يستفيد من خدمات عرضت ومجردة من كل طابع مهني " و الملاحظ على هذا التعريف هو تضييقه لمفهوم المستهلك حيث لا يعد بمفهوم هذا القانون إلا من يقتني السلع من أجل حاجاته الخاصة وليس من أجل نشاطه المهني، و بالمقارنة مع

[1] -فرحات ريموش ، المرجع السابق ،238 و 239.

تعريف المستهلك في قانون حماية المستهلك و قمع الغش[1] الذي يوسع تعريفه بأنه :"كل شخص طبيعي أو معنوي يقتني بمقابل أو مجانا، سلعة أو خدمة موجهة للاستعمال النهائي من أجل تلبية حاجته الشخصية أو تلبية حاجة شخص آخر أو حيوان متكفل به. "فنظرا للتعريف الضيق للمستهلك في القانون 04-02 تقلص مجال تطبيقه حيث يستعد حسبه الذي يقتني السلع مجانا أو بواسطة عقود أخرى و يستبعد كذلك كل من يقتني السلع مجانا أو بواسطة عقود أخرى و يستبعد كذلك كل من يقتني سلعا من أجل تلبية حاجات شخص آخر أو حيوان متكفل به و يحصر مفهوم المستهلك في من يقتني سلعا بواسطة البيع أو يستفيد من خدمات عرضت و مجردة من كل طابع مهني ن و باعتبار مفهوم المستهلك مفهوما قانونيا يجب أن يكون محددا تحديدا دقيقا.

الفرع الثاني: من حيث موضوعه

إن مجال تطبيق هذا القانون يشمل جميع أنشطة الإنتاج و التوزيع و الخدمات و بمقتضى المادة الثانية منه وبذلك فهو مشترك مع نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك وقمع الغش، الذي يطبق هو الآخر على نفس هذه الأنشطة باستثناء استبعاده المعاملات فيما بين المحترفين، فكلا القانونين يهدفان إلى حماية المستهلك و إعلامه حماية للطرف المتضرر في العقد و باعتبار هذا الأخير هو الوسيلة الوحيد لإجراء أي معاملة فقد عرفه القانون 04-02 في المادة 3 البند 4 في الباب الأول ضمن الأحكام العامة على أنه :"كل اتفاق أو اتفاقية يهدف إلى بيع سلعة أو تأدية خدمة، حرر مسبقا من أحد أطراف الاتفاق مع إذعان الطرف الآخر بحيث لا يمكن هذا الأخير إحداث تغيير حقيقي فيه، يمكن أن ينجز العقد على شكل طلبية أو فاتورة أو سند ضمان أو جدول أو وصل تسليم أو سند أو أي وثيقة أخرى مهما كان شكلها أو سندها تتضمن الخصوصيات أو المراجع المطابقة لشروط

[1] -انظر المطلب الأول من المبحث الأول من هذا الفصل و المادة 3 من قانون حماية المستهلك وقمع الغش.

البيع العامة المقررة سلفا. " ومن أجل محاربة الممارسات التعاقدية التعسفية[1] ذكر المشرع على سبيل المثال لا الحصر ثمانية(08)بنود و شروط و اعتبرها تعسفية[2] في العقود بين المستهلك و البائعو لا يقتصر تطبيق هذا القانون على المعاملات التي تطبق عليها أوصاف عقد الإذعان بل يتعداها من أجل شفافية الممارسات التجارية و نزاهتها فيما بين الأعوان الاقتصاديين أنفسهم و بذلك فإن نطاق تطبيقه أوسع من نطاق تطبيق قانون حماية المستهلك و قمع الغش رغم إشراكهما في بعض الأحكام التي تطبق على مختلف الالتزامات التي أقرها على عاتق الأشخاص الخاضعين له و منها مختلف أنواع الالتزام بالإعلام مما أدى أحيانا إلى نوع من التكرار.

المطلب الثاني: أنواع الالتزام بالإعلام في ظل القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية

باعتبار أن نطاق هذا القانون من حيث الأشخاص يمتد إلى معاملات الأعوان الاقتصاديين فيما بينهم، فإن الالتزام بالإعلام الذي أنشأه هذا القانون يقع على عاتق البائع أو مقدم الخدمة لصالح المشتري سواء كان مستهلكا أو محترفا، و بذلك يقسم هذا الالتزام بالنظر لموضوعه إلى:

- الالتزام بالإعلام حول الأسعار والتعريفات

-الالتزام بالإعلام بشروط البيع

[1]- انظر المادتين 29و30 من القانون المتضمن القواعد المطبقة على الممارسات التجارية.

[2]-انظر المرسوم التنفيذي رقم:06-306 المؤرخ في 10 سبتمبر 2006 الذي يحدد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية، جريدة رسمية عدد 56 الصادرة في 11 سبتمبر 2006 معد و متمم بالمرسوم التنفيذي رقم 08-44 جريدة رسمية عدد07 الصادرة في 10 فبراير 2008.

الفرع الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات

يلتزم البائع أو مقدم الخدمات بالإعلام بالأسعار، سواء تجاه المشتري المهني أو المستفيد من الخدمة المهني، و اتجاه المشتري المستهلك[1].

أولا :الالتزام بالإعلام في مواجهة الأعوان الاقتصاديين

نصت المادة 4 من القانون 04-02 على أن "يتولى البائع و جوبا إعلام الزبائن بأسعار وتعريفات السلع والخدمات، و شروط البيع. و نصت المادة 07 من نفس القانون على انه "يلزم البائع في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين بإعلام الزبون بالأسعار و التعريفات عند طلبها. و يكون هذا الإعلام بواسطة جداول الأسعار أو النشرات البيانية، أو دليل الأسعار أو بأية وسيلة أخرى ملائمة مقبولة بصفة عامة في المهنة "

و واضح من المادتين السابقتين أن القانون يلزم كل عون اقتصادي سواء كان منتجا أو مقدم خدمات أو مستوردا أو بائعا جملة، بتقديم المعلومات المتعلقة بالأسعار و التعريفات لكل عون اقتصادي مشتريا كان أو مستفيدا من الخدمات.

وتكمن أهمية الالتزام بإعلام الأعوان الاقتصاديين بالأسعار و التعريفات، في أنه يدعم المساواة فيما بين البائعين و يسمح للتجار من التحقق فيما إذا كان مورديهم لم يفرضوا عليهم أسعر أو شروط بيع مجحفة، تخالف الأسعار و الشروط الممنوحة لأعوان اقتصاديين آخرين.

و ليس لتنفيذ الالتزام بالإعلام بالأسعار شكل خاص يتم فيه، إذ يمكن أن يتم بأية وسيلة تتفق مع العادات المعمول بها في المهنة.

و حسب المادة 2/07 فإن هذا الإعلام يتم بواسطة جداول الأسعار و غيرها. و هذه الوسائل جاءت على سبيل المثال و ليس الحصر.

[1] -زوبيري أرزقي،المرجع السابق،ص 58و 59.

ثانيا: الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات في مواجهة المستهلكين

إن إعلام المستهلك يعتبر من الحقوق الأساسية له، حيث يعمل على تنمية وتشجيع المنافسة النزيهة.

يهدف الإعلام بإشهار أسعار المنتوجات إلى تمكينه من المقارنة بين مختلف الأسعار المطبقة في السوق لاختيار السعر الذي يناسبه، فهو يحمي رضا المستهلك و يجعله يعبر عن إرادة واعية وسليمة[1]، أجبر المشرع المتدخل بأن يعلم عن سعر منتوجاته المعروضة للاستهلاك[2] مما يعود بالمنفعة على المستهلك، وعلى السوق، وذلك بالقضاء على المنتجات والخدمات ذات النوعية الرديئة.

ويتحقق إعلام المستهلك بالأسعار و التعريفات بعدة وسائل حيث نصت المادة 05 من القانون 04-02 على انه "يجب أن يكون إعلام المستهلك بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات عن طريق و ضع علامات أو وسم أو معلقات بأية وسيلة أخرى "ونصت الفقرتان الثانية والثالثة من المادة الخامسة على أنه "يجب أن تبين الأسعار و التعريفات بصفة مرئية و مقروءة".

ويتبين لنا من تحليل المادة الخامسة أن إعلام بالأسعار يكون أساسا بواسطة و ضع علامات أو وسم أو معلقات:

1- **العلامات** Marquage des prix-يخص وضع العلامات السلع المعروضة على نظر الجمهور، ويكون إعلام المستهلك بأسعارها عن طريق و ضع علامات على جميع المنتوجات والسلع الموجهة للبيع بالتفصيل، و يخص السلع المعروضة لنظر الجمهور مهما كان مكان وجودها، في واجهة المحل أو على منضدة البضائع أو داخل المؤسسة، و يجب

[1]- واعمر جبالي.حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام، المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، عدد 02، كلية الحقوق، جامعة مولود معمري، تيزي وزو2006، ص12.

[2] - لا يتقرر الالتزام بالأسعار أثناء العرض للبيع فقط بل يشمل أيضا مرحلة الإنتاج، أنظر القرار المؤرخ في 1990/03/20 المتعلق بإجراء التصريح الأسعار، جريدة رسمية، عدد21، 1990.

وضع العلامة الحاملة للسعر، على السلعة نفسها أو بالقرب منها. و يجب أن تكون سهلة القراءة، سواء كانت السلعة المعروضة خارج أو داخل المؤسسة، وذلك حسب مكان عرض السلع.

2- **الوسم**—Etiquetage des pris و هو يخص السلع غير المعروضة على نظر الجمهور، و الموجودة في داخل المحل، أو في الأماكن التابعة له، والموجهة لبيعها بالتفصيل، وإعلام المستهلك بسعرها يجب أن يكون بواسطة الوسم Etiquette.و يجب كتابة الوسم بصفة واضحة، ويجب تعليق الوسم إما على السلعة نفسها، أو على العلبة المحتوية لها، و يجب أن يتضمن جميع البيانات الضرورية.

3-**المعلقات**Affichage des prix - وهي طريقة لإعلام المستهلك بأسعار الخدمات المختلفة، ويكون هذا الإعلام عن طريق وضع و وثيقة و حيدة مكتوبة بخط واضع تحتوي على قائمة الخدمات المقدمة و الأسعار المقابلة لها.ويجب أن توضع المعلقة في الأماكن التي تقدم فيها تلك الخدمات، بحيث يسهل الاطلاع عليها من طرف الجمهور[1].

كما يجب التنبيه بأن عبارة "بأية وسيلة أخرى" المذكورة في المادة السابقة يقصد به أن المشرع يقبل استعمال وسائل أخرى لنقل الإعلام للمستهلك و التي تتعدد من شكلية إعلامية حيث تكون في شكل عقود نموذجية أو إعادة كتابة بعض النصوص القانونية...الخ

فطبقا للماد 79 ق. ت.ج يلزم بائع المحل التجاري بذكر المعلومات والبيانات معينة في العقد كما يمكن أن نذكر المادة 14 من المرسوم 90-266 المتعلق بضمان المنتوجات والخدمات، التي يلتزم بموجبها المهني بذكر نوع الضمان و المعلومات و البيانات التي يجب أن يعلم بها المستهلك و التي تتمثل في : اسم الضامن وعنوانه ، سعر المنتوج المضمون، مدة الضمان. ..الخ و التي من حق المستهلك أن يعلم بها قبل إبرام العقد بهدف تبصير

[1]- محمد الشريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، بدون طبعة، دار بغدادي للطباعة والنشر و التوزيع، الجزائر، 2010، ص80و81.

رضائه. كما توجد وسيلة أخرى لنقل الإعلام و هي المعروفة بتقنيات الاتصال و تضم أجهزة الإعلام و الاتصال عن طريق الإذاعة أو التلفزة، كما أن البريد من التقنيات التي تؤدي إلى تشخيص العلاقة بين الزبائن والعون الاقتصادي، كما أن شبكة الأنترنيت من خلال الاتصال المباشر و الدائم، يتم تبادل البيانات عبرها[1] (1). فالإعلان يستمد أهميته من كونه أداة أو مصدر معلومات للمستهلك إذ أن عدم المعرفة أو المعرفة المزيفة تحول دون حرية استقلال القرار لدى جمهور المستهلكين[2](2)يلتزم المتدخل بأن توافق الأسعار المعلنة، المبلغ الإجمالي الذي يدفعه الزبون مقابل اقتناء سلعة أو الحصول على خدمة، و هو ما أقرته المادة 06 من القانون 04-02، فلا يلزم البائع المستهلك يدفع مبلغ إضافي، لأن السعر المعلن عنه هو الذي دفع المستهلك لاقتناء المنتوح[3]، ويندرج هذا ضمن حماية المصالح المادية للمستهلكين، فيجب أن يكون السعر المعلن عنه محتويا التكاليف الإضافية المحتملة، التي يتحملها المستهلك، إن وجدت، مثلا مبلغ نفقات تسليم أو إرسال السلعة. ويهدف هذا الإعلام هنا إلى تجنيب مفاجأة المستهلك بالمصاريف التي يدفعها في مقابل اقتناء المنتج أو الاستفادة من الخدمة المعروضة.

ولحماية المستهلك من الممارسات التعسفية نص في المادة 22 من المرسوم التنفيذي خاص ببيع السيارات الجديدة [4]على أنه:" يجب أن يكون سعر البيع المبين في سند الطلبية الخاص بالسيارة ثابتا وغير قابل للتعديل والتحيين عند الزيادة خلال مدة صلاحية الطلبية ".

---

[1]- محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الإلكترونية دراسة مقارنة، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2008، الأردن، ص138.

[2] -غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت 2006، ص29.

[3]- انظر أيضا المادة الأولى من القرار المؤرخ في 20-03-1990 المتعلق بإشهار الأسعار، جريدة رسمية، عدد21 صادرة في 23-05-1990

[4]- المرسوم التنفيذي رقم 07-390 مؤرخ في 12ديسمبر 2007 كيفيات الدفع، و عند الاقتضاء، الحسوم و التخفيضات و المسترجعات "وليس لتنفيذ الالتزام بالإعلام بشروط البيع شكل خاص حيث يمكن أن يتم بأية وسيلة تتفق مع العادات المعمول بها في المهنة.

يمكن الالتزام بالإعلام للأسعار والتعريفات السلطات العمومية المعينة من لعب دورها في الرقابة على الأسعار و قد نص المشرع في الماد 32 من القانون 04-02 على أنه : "يعتبر عدم الإعلام بالأسعار والتعريفات، مخلفة لأحكام المواد 4و6و7 من هذا القانون، و يعاقب عليه بغرامة من خمسة آلاف دينار (5000دج) إلى مائة ألف دينار (100000دج)" وتهدف هذه العقوبة إلى حماية حق المستهلك خاصة.

الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام بشروط البيع

إلى جانب الإعلام بالأسعار، يقع على البائع باعتباره متدخلا في العلاقة الاقتصادية وجوبا أن يبين للزبائن شروط البيع حيث تعتبر أساسا جوهريا لانطلاق المفاوضات بين البائع و المشتري بقصد إبرام العقد. ولهذا يلزم الغون الاقتصادي بإعلام المشتري بهذه الشروط، حيث نصت المادة 4 من القانون 04-02 على أن "يتولى البائع وجوبا إعلام الزبائن بأسعار و تعريفات السلع و الخدمات و بشروط البيع " وينصرف التزام البائع بالإعلام بشروط البيع إلى المشترى المهني أو المحترف كما ينصرف كذلك إلى المستهلك.

أولا: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة الأعوان الاقتصاديين

ويجب أن تتضمن شروط البيع كيفيات الدفع، التي يقترحها مورد المنتج أو الخدمة للزبائن مثل آجال الدفع، ضمانات الدفع، و مبلغ الحسوم و التخفيضات. وهذا ما نصت عليه المادة التاسعة من القانون رقم 04-02 "يجب أن تتضمن شروط البيع إجباريا في العلاقات بين الأعوان الاقتصاديين كيفيات الدفع ،و عند الاقتضاء ، الحسوم و التخفيضات و المسترجعات ."

1- **مدى إلزامية البائع بإعداد و وثيقة شروط البيع** –و قد طرح تساؤل حول معرفة ما إذا كان القانون يلزم الأعوان الاقتصاديين، بإعداد شروط البيع و تحضيرها مسبقا، لتقديمها إلى المشتري عند طلبها، أم لا يلزمهم بذلك.و بعبارة أخرى هل الالتزام بالإعلام بالجداول وشروط البيع لا يكون إجباريا إلا بالنسبة للأعوان و المؤسسات التي تكون قد أعدتها مسبقا؟

بالرجوع للمادة الرابعة من نفس القانون نجدها لا تتضمن على إعداد جداول ووثائق شروط البيع، لذا فهي تلزم البائع أو مقدم الخدمات بإعلام المشتري أو المستفيد من الخدمة بها[1]، دون ضرورة إعدادها و تحضيرها مسبقا. لكن الواقع العملي الذي يتسم بالسرعة في المعاملات ما بين المؤسسات و الأعوان الاقتصاديين فإن شروط البيع يجب أن تحضر و أن تعد. وبمجرد طلبها تقدم إلى المؤسسة الطالبة لها. و قياسا على الالتزام بالإعلام بالأسعار و التعريفات فإنه ينبغي أن يكون الالتزام بالإعلام بشروط البيع متوقفا عل طلب المشتري لها.

2- مضمون شروط البيع العامة :يتوجب على المستورد أو المنتج أو البائع بالجملة أو مقدم الخدمات أن يطلع العون الاقتصادي أي المشتري المهني على جداول أسعاره وشروط بيعه.

وتشمل هذه الشروط على شروط الدفع وعند الاقتضاء الحسومات و التخفيضات و المسترجعات.

أ-شروط وكيفيات الدفع : وذلك ببيان مهل الدفع و كيفية الحسم المحتمل، ويمكن منح مهل دفع، تتغير حسب درجة ملاءة ويسار المشتري بحرية، على شرط أن تكون المعاملة المخصصة لكل مشتر، مبررة بالظروف الموضوعية و مجردة من اية إساءة أو تعسف، وتحدد مهلة الدفع بحسب الاتفاق.

ب-شروط البيع العامة المميزة :يستطيع المورد وضع عدة نماذج من شروط البيع العامة، إذا كان كل واحد منها معد لفئات مختلفة من المشترين المحتملين، حيث يبدوا من الملائم السماح بوضع شروط بيع تتغير حسب ما إذا كانت موجهة إلى بائعين بالجملة، أو موزعين صغار، أو تتعلق بموزعين يقعون في مناطق زبائن مختلفة لا يمارس النشاط نفسه.وبالتالي

[1] -محمد الشريف كتو ،المرجع السابق ،ص83 و 84 .

لا يطال منع الممارسات المخلة بالشفافية، اللجوء إلى معاملة متميزة، لمؤسسات كائنة في أسواق متميزة[1].

3-شروط الشراء العامة :

رغم أن القانون لم ينص على الشروط العامة للمشتري، إلا أنه جرى العمل بها في بعض الدول كفرنسا، بعد أن تطور التوزيع الكبير أصبح في وسع المشتري أن يضع شروطه العامة مثلما يفعل البائع. وتحدد الشروط العامة التي يعتمدها المشتري في التعاقد مع مورده مثلا في شروط التسليم، وكيفيات الدفع وزمانه، والاحتفاظ بحق الملكية، ويلاحظ أن هذه الشروط يمكن أن تتعارض مع الشروط العامة للبائع، ويتم حل هذا التعارض بموجب قانون العقود. ويمكن ذكر مجال للتعارف بين الشروط العامة للبائع والشروط العامة للمشتري، خصوصا في مجال الاحتفاظ بحق الملكية، حيث أن الغالب يشترط المشتري الموزع في شروطه العامة، إزالة بند الاحتفاظ بالملكية الوارد في الشروط العامة للبائع.

ج-اتفاقات التعاون التجاري:

قد تستدعي بعض الأسباب، عرض المنتجات، و بكيفية و طريقة معينة، يكون موزع معين، أفضل من يوفر هذه الكيفية أو هذه الطريقة، مما يجعله بطلب لنفسه مكافأة من مورديه.

و قد وصفت هذه الممارسات بأنها تعاون تجاري، و توضع إتفاقات التعاون التجاري تحت شعار الحرية التعاقدية، و هي تختلف عن شروط البيع العامة، حيث يجب عدم نشرها أو إطلاع أي مشتري مهني عليها، إذ طلب ذلك، وهي مغطاة بسر الأعمال.

[1] -محمد الشريف كتو ،المرجع السابق ،ص 85و86.

ثانيا: الالتزام بالإعلام بشروط البيع في مواجهة المستهلكين :

فرض القانون على العون الاقتصادي بإعلام المستهلك ببعض المعلومات النزيهة المتعلقة بمميزات المنتوج، كما فرض عليه اطلاع المستهلك على شروط البيع أو تقديم الخدمة حيث تنص المادة 08 من القانون 04-02 على أنه "يلزم البائع قبل اختتام عملية البيع بإخبار المستهلك بأية طريقة كانت وحسب طبيعة المنتوج، بالمعلومات النزيهة و الصادقة المتعلقة بمميزات هذا المنتوج أو الخدمة و شروط البيع الممارس و كذا الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية لعملية البيع أو الخدمة."

و مثال عن شروط البيع كأن يتفق البائع والمشتري على أن يتحمل المستهلك التكاليف الإضافية الناتجة عن تنفيذ العقد شريطة أن لا تكون هذه الاتفاقات مخالفة للنصوص القانونية، فشروط البيع [1]هي كل ما يتم الاتفاق عليه بين البائع والمشتري من تحديد للثمن و المحل و مكان وتاريخ التسليم و مواصفات محل البيع و غيرها من الشروط التي يصعب حصرها فالشرط لا يصبح ملزما للطرفين إلا بموافقتهما عليه فلا يتصور أن يكون هناك شرط في البيع لا يعلم به المشتري، و من أجل تكريس ذلك فإن المشرع ألزم المحترف بإعلام المستهلك إجباريا حول العناصر الإضافية غير تلك المنصوص

عليها في القواعد العامة وذلك لمواجهة البائع الذي يخفي بعض العناصر المتعلقة بالشيء المبيع أو الخدمة لاعتقاده أنها يمكن أن تساهم في عدم رضا المستهلك لمنتوجه أو خدمته.

وتكريسا لهذا الطرح فإن المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 06-306 الخاص بتحديد العناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و المستهلكين و البنود التي تعتبر تعسفية تنص على أنه :"تعتبر عناصر أساسية يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي و المستهلك العناصر المرتبطة بالحقوق الجوهرية للمستهلك والتي تتعلق بالإعلام المسبق للمستهلك و نزاهة وشفافية العمليات التجارية و أمن ومطابقة السلع

[1] -زوبيري أرزقي المرجع السابق،ص60.

و /أو الخدمات و كذا الضمان و الخدمة ما بعد البيع. كما يتضمن الالتزام بالإعلام المنصوص عليه في المادة 8 أعلاه عنصرين أساسين هما:

1-مميزات المنتوج أو الخدمة، 2 -الحدود المتوقعة للمسؤولية التعاقدية

1- مميزات المنتوج أو الخدمة : ويعتبر الالتزام بالإعلام في هذا الشأن تكرار لما ورد في قانون حماية المستهلك وقمع الغش، فباختلاف و تعدد المنتجات لا نستطيع حصر العناصر التي تعتبر من مميزات المنتوج أو الخدمة و العناصر التي لا تعتبر كذلك، لأن طبيعة المنتوج هي التي تتحكم في تحديد ما يعتبر من مميزاته. كمميزات ثلاجة غير مميزات آلة غسيل و مميزات المذياع غير مميزات جهاز الحاسوب و عليه فإن القاضي سيضطر في حالة ما إذا طرح عليه نزاع حول هذه المسألة الرجوع إلى نفس النصوص التطبيقية التي تحدد ما يجب ذكره من معلومات بالنسبة لكل منتوج كالسلع الغذائية [1] والمنتوجات المنزلية غير الغذائية[2] و غيرها من النصوص التي تحكم الالتزام بالإعلام و ما يمكن ملاحظته هو تكرار النصوص التي تحكم هذا الالتزام مما يصعب على القاضي إصدار حكمه فيما يتعلق بالعقوبة الواجبة، فهل يطبق القاضي العقوبة الواردة في القانون 04-02 المذكورة في المادة 31 منه أو يطبق العقوبة المنصوص عليها في المادة 78 من قانون حماية المستهلك و قمع الغش على من يخالف إلزامية وسم المنتوج؟

كما تؤكد المادة 8 المذكورة أعلاه مرة أخرى أن تكون مميزات المنتوج نزيهة و صادقة و هذا نفسه ما قرره قانون حماية المستهلك وقمع الغش بهدف زرع قيم أخلاقية في نفوس المحترفين.

2 -الحدود المتوقعة للمسؤولية العقدية : و المقصود بذلك هو إلزام المحترف بصفته هو من يبادر بالعقد و هو من يحرره أن يدرج ضمن العقد المقترح أكبر ممكن من البنود

[1]- المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المتعلق بوسم السلع الغذائية و عرضها.

[2]- المرسوم التنفيذي رقم 90-366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية.

والشروط التي تمكن المستهلك من معرفة حدود مسؤوليته و عدم ترك ذلك للقواعد المكملة و بذلك يوسع المشرع في نطاق العناصر الواجب الاتفاق عليها في العقد و عدم الاكتفاء بالمسائل الجوهرية المتفق عليه في القواعد العامة، و للتدقيق أكثر لمضمون الالتزام بالإعلام الذي أنشأه القانون 04-02 حددت المادة 3 من المرسوم رقم 06-306 السالف الذكر العناصر التي تعتبر أساسية.

فيرى جانب من الفقه أنه بواسطة التفاوض الجماعي يمكن التوفيق بين مصالح المنتجين والموزعين والموردين والتجار من جهة، والمستهلكين من جهة أخرى[1].خاصة التفاوض في العقود النموذجية الخاصة بالاستهلاك التي تحررها الشركات التجارية الكبرى مثل البنوك وشركات تقديم الخدمات في مجال الهاتف النقال وغيرها، لتفادي النصوص الجزائية في هذا المجال. فالعناصر الأساسية التي حددتها المادة 3 من المرسوم 06-306 التي تنص على أنه :"تتعلق العناصر الأساسية المذكورة في المادة 2 أعلاه أساسا بما يأتي: خصوصيات السلع و /أو الخدمات و طبيعتها، الأسعار و التعريفات، كيفيات الدفع، شروط التسليم وآجاله، عقوبات التأخير عن الدفع و/أو التسليم، كيفيات الضمان و مطابقة السلع و/ أو الخدمات، شروط تعديل البنود التعاقدية شروط تسوية النزاعات، إجراءات فسخ العقد."

وعند ملاحظتنا لهذه المادة نجد المشرع الجزائري أحال إلى المرسوم التنفيذي 06-306 السالف الذكر تحديد شروط البيع على سبيل المثال لا الحصر، والتي يجب إدراجها في العقود المبرمة بين العون الاقتصادي و المستهلك حماية للحقوق الجوهرية لهذا الأخير و التي تتعلق بالإعلام المسبق و نزاهة الممارسات التجارية فيجب على البائع المهني إعلام المستهلك بكل شروط العقد، من شروط للتسليم وأجله خاصة إذا كان التسليم لاحق لإبرام

[1]– السيد محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف، بدون سنة نشر، ص161.

العقد، و إعلامه بطريقة تسوية النزاع الذي قد ينشأ بين الطرفين، و كذا يجب أن يعلم بخصائص المنتوج والأسعار و بطريقة الدفع....الخ.

كما يتعين على العون الاقتصادي إعلام المستهلكين بكل الوسائل الملائمة بالشروط العامة والخاصة لبيع السلع أو تأدية الخدمات ومنحهم مدة كافية لفحص العقد وإبرامه طبقا للمادة الرابعة من نفس المرسوم السابق الذكر بهدف تكريس إعلام حقيقي ومنع المحترف من استغلال انفراده بتحرير العقد كما ذكر المشرع في المادة 5 البند 6 من نفس المرسوم بأن فرض بنود لم يكن المستهلك على علم بها قبل إبرام العقد يجعلها بنود تعسفية، مما يخول للقاضي عملا بنص المادة 110 من القانون المدني الجزائري حق تعديل هذه البنود أو إعفاء الطرف المذعن منها.

فيجب أن تكون إرادة المستهلك بمنأى عن الممارسات التعسفية العدوانية الصادرة عن المتعاقد الآخر و التي تعد من أوضح مصادرها تلك العقود سابقة الإعداد التي تختفي معها قدرات المستهلك على مناقشة بنود العقد أو التفاوض بشأن شروطه على نحو ينال من مصالحه بوجه عام.[1]

إن المادة 30 من القانون 04-02 تؤكد أن حضر الشروط التعسفية يسري على جميع العقود، حيث أعطت إمكانية منع العمل ببعض الشروط التي تعتبر تعسفية في مختلف العقود وذلك عن طريق التنظيم، كما يعتبر عدم الإعلام بشروط البيع مخالفة لأحكام المادتين8 و9 من القانون 04-02 يعاقب عليه بغرامة من عشرة آلاف دينار (10000دج)إلى مائة ألف دينار (100000دج)، طبقا لنص المادة 32 من القانون السالف الذكر.

[1]- عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، بدون ذكر الطبعة، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004، ص46.

وتجدر الإشارة في آخر هذا الفصل الذي تم فيه دراسة الالتزام الخاص بالإعلام لحماية المستهلك أن المشرع الجزائري أعطى الحق لجمعيات حماية المستهلك[1] في رفع دعوى جراء الفعل الضار سواء كان الضرر مباشرا أو غير مباشرا يمس المصلحة الجماعية للمستهلكين فلا شك أن منح الجمعيات هذا الدور الهام يعطيها فاعلية في أداء دوره الدفاعي فهي لا تهدف إلى تحقيق الربح[2]، وهذا باستقلالها عن الأحزاب السياسية و المنتخبين[3] وخاصة إذا كانت هذه الجمعيات تعمل في مجال حماية الغذاء[4]. فرغم أن كل مستهلك يبرم عقدا فرديا لا يربطه أي صلة بالمستهلكين الآخرين حسب نوع السلعة والضرر المترتب عنها فلا يتفق هذا مع القاعدة الإجرائية التي تشترط توفر الصفة في المتقاضي، كما لم يحدد المشرع الجزائري نوع الدعاوى التي يمكن رفعها من قبل هذه الجمعيات مما يؤكد لنا بأن المجال مفتوح لجمعيات حماية المستهلك في رفع أي من الدعاوى بما فيها تلك المتعلقة بالانضمام إلى دعاوى مرفوعة مسبقا من قبل المستهلك.

كما يمكن أن نخلص أن مجال العقود التي تخضع لقانون حماية المستهلك قد توسع كثيرا و هذا مسايرة للتشريعات المقارنة كما فتح المشرع الجزائري المجال للمستهلك للرجوع على منتج السلعة الذي

لا تربطه به علاقة عقدية مباشرة فيتعين على المنتج تقديم كل المعلومات المتعلقة بالمنتوج على الوجه المطلوب[5]. فقد كان سبب حماية المستهلك من طرف المشرع الجزائري هي عدم توفره للقدرات الفنية والقانونية و المعرفية و الوقت لكي يدافع عن نفسه بنفسه و بذلك فإن

---

[1]– القانون رقم 12–06 المؤرخ في2012/01/12 يتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية العدد02، الصادرة في15 /2012/01

[2] – yves guyon, droit des affaires, tom1, 12edition, delta, paris2003, p1007.

[3]– Gulsen yildrim,droit des affaires : relations de lentreprise comerciale, France, 2003, P135.

[4] - عجابي عماد، دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الحقوق، جامعة الجزائر 2009، ص20.

[5]– حليمي ربيعة، ضمان الإنتاج و الخدمات، ماجيستير، الجزائر 2002، ص32.

الالتزام الخاص بالإعلام يعد أيضا وسيلة لمقاومة مخاطر الدعاية و الإعلام و ذلك عن طريق تقديم معلومات موضوعية عن السلع و الخدمات[1]. فلقد أصبح هذا الالتزام مبدأ مرتبط بعقود الاستهلاك على وجه الخصوص، لأن المنتج والموزع باعتبارهما محترفين فإن المستهلك يوليهما من الثقة ما يقتضي أن يدلي بالمعلومات التي تدرأ عنه الأضرار الناجمة عن عدم خبرته، و من جهة أخرى فإن وفاء المحترفين بهذا الالتزام يعيد التوازن إلى العلاقة العقدية بتحقيق المساواة في العلم بينه و بين المستهلك[2].

[1]– عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2007، ص366.

[2]– ممدوح مبرك، أحكام العلم بالمبيع، دون طبعة، المكتب الفني القاهرة، 1999، ص153.

الخـــاتمة

نخلص في الأخير أن :

1-الالتزام بالإعلام في العقود التجارية هو ضمانة للتوازن العقدي بين الطرفين حيث أن مبدأ حسن النية هو الأساس الذي انتقل منه الفقه لتبرير التزام عام بالإعلام من أجل علاج القصور الذي ظهر على نظرية عيوب الإرادة، التي أصبحت غير قادرة على استيعاب بعض الأوضاع التي نجمت عن التطور الاقتصادي والاجتماعي والتقني والتي أدت إلى اختلال توازن العلاقات العقدية وبذلك كان لابد من فرض التزام بالإعلام لتزويد المتعاقد بكل ما يحتاجه من معلومات حول موضوع العقد قبل إبرامه، وهذا بغية الحفاظ على الوقت والجهد والأموال وغلق لباب التنازع.

2-كما أن المتفق عليه أن وضع الالتزام بالإعلام على عاتق المدين، يكون كلما كان الدائن يجهل المعلومات المتعلقة بالعقد جهلا مشروعا، أي تبرره ظروف موضوعية أو شخصية تمنعه من الاستعلام بنفسه، قياسا على قواعد وأحكام بعض النصوص الخاصة، كأحكام الالتزام بضمان التعرض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية التي تحمل في طياتها التزاما ضمنيا بإعلام المتعاقد الذي يجهل الوضع القانوني أو المادي للمبيع جهلا مبررا يعفيه من الاستعلام بنفسه وهو ما أعطى لهذا الالتزام طابعا أخلاقيا ،كما أنه يمكن تحديد مقدار العناية والحرص المطلوب من الدائن بالمعيار الموضوعي مما يسمح إعادة التوازن المفقود واستقرار المعاملات وهذا ما أخذ به المشرع الجزائري .

إن طبيعة الالتزام العام بالإعلام كالتزام نفعي يقتضي حصر محلي في حدود المعلومات التي تؤثر على إرادة المتعاقد ورضائه.

3-وفيما يخص جزاء الإخلال بالالتزام العام للإعلام فإن إبطال العقد هو جزاء خاص فقط بحالة الإخلال بالالتزام العام بالإعلام الذي يحصل في تكوين العقد و يؤثر على إرادة المتعاقد. أما التعويض فهو جزاء مشترك بين هذه الحالة الأخيرة وحالة الإخلال أي يحصل في مرحلة تكوين العقد، كما نخلص بأن الحكم بإبطال العقد على أساس الكتمان التدليسي فقد

أصبح جزاء تلقائي للإخلال بالالتزام العام بالإعلام في مرحلة تكوين العقد و بالتالي للمتضرر الخيار بين جملة من الإجراءات التي تتلاءم مع حالته الخاصة بحسب درجة تأثير هذا الإخلال على رضائه.

4-إن التشريع الجزائري نقل في نص المادة 86 /2 ق م ج اجتهاد للقضاء الفرنسي، ويشكل هذا اعترافا غير مباشر بالالتزام بالإعلام و يضاف لتقريره نص المادة 352 ق م ج من شرط علم المشتري علما كافيا، علما أن حكم المادة السابقة مستمد من أحكام خيار الرؤية في الشريعة الإسلامية ومع ما قلنا سابقا، فإنه مع ذلك يجب الاعتراف أنه في ضل انعدام نص صريح، وانعدام نص مفسر للنصين السابقين فإنه تبقى مهمة تحديد مضمون هذا الالتزام وكذا مداه وحدوده، غير متاحة وصعبة .

5-باتساع موضوع العقود التجارية فقد وجدنا في عقد الاعتماد الإيجاري مجالا خصبا لهذا الالتزام لأنه يقوم أساسا على فكرة التعاون ، كم أن عقد الوكالة التجارية لاعتباره يقوم على الثقة ما بين المتعاقدين نجد فيه الالتزام بالإعلام بصفة واسعة(المادة 577 ق م ج).

فعقد البيع التجاري يأتي في صدارة العقود التي تنشئ التزاما عاما بالإعلام حيث تقوم فيه علاقة تكاملية بين الالتزام العام بالإعلام والالتزامات الإجبارية الخاصة بالإعلام بموجب نصوص قانونية أقرها قانون حماية المستهلك وقمع الغش والقانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية وهذا كله في عقود الاستهلاك ،لكن نطاق حماية المستهلك لا يتحدد بالنصوص السابقة الذكر ولا بالنصوص الفرعية التي صدرت تنفيذا له، بل هو قانون يستمد مصادره ويجد وجوده في نصوص قانونية أخرى متناثرة في قوانين أخرى مثل: القانون المدني والقانون الجنائي وقانون الصحة، وقانون المنافسة وغيرها، وفي مجال الأسعار وعلاقتها بحماية المستهلك لوحظ اقتصار القيام بالإعلام بالأسعار على المحترف وحده في وقت تتطلب الحماية المثلى في مجال الأسعار مشاركة جمعيات المستهلكين في الإعلام بهذا الجانب ن بما يحقق مزية المقارنة بين أسعار المنتجات والخدمات، بعد تجربتها وترتيبه وفقا لمعادلة الجودة والسعر وهذا طريق نرجو أن تتبعه جمعيات حماية المستهلكين في الجزائر. يضاف إلى ذلك ضرورة

تدخل المشرع لتعديل المفهوم الضيق لعقود الإذعان في القانون المدني، و عدم قصر سلطة القضاء لتفسير هذه العقود على العبارات الغامضة فقط، وتعميم التجربة المنصوص عليها في عقد التأمين على سائر عقود الاستهلاك .

وبهدف مكافحة التعسف و الاستغلال و اختلال التوازن في ميدان التعاقد يجب أن:

1- يتجه دور الدولة إلى سياسة جديدة وهي إعلام المتعاقدين لضبط العلاقة العقدية .

2- كما يجب سد الفراغ القانوني في التشريع التجاري الجزائري في هذا المجال كما فعل نظيره الفرنسي في عقد الوكالة التجارية.

3- كما ندعو القضاء إلى فرض اجتهادات قضائية جزائرية تعمل على توسيع مضمون الالتزام بالإعلام في العقود التجارية لمسايرة التطور الاقتصادي و تطور المجتمع الجزائري .

4- إن الالتزام بالإعلام في العقود التجارية هو مسؤولية تقع على الجميع ،من متعاقدين ودولة من خلال فرض نصوص قانونية و تنظيمية في هذا الإطار .

قائمة المراجع

1-المؤلفات :

-أحمد محرز، القانون التجاري الجزائري، الجزء الرابع، دون دار نشر، بيروت، 1980.

-أحمد محمد محمود على خلف، الحماية الجنائية للمستهلك في القانون المصري و الفرنسي و الشريعة الإسلامية (دراسة مقارنة)، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2005.

-أكرم محمد حسين التميمي، التنظيم القانوني للمهني، دراسة مقارنة في نطاق الأعمال التجارية، بدون طبعة، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010.

-إلياس ناصيف، العقود الدولية، عقد الإيجار التمويلي في القانون المقارن، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.

-بلحاج العربي، النظرية العامة للالتزام في القانون المدني الجزائري، الجزء الأول، العقد و الإرادة المنفردة، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، 2005.

-ثروت عبد الحميد، الأضرار الصحية الناشئة عن الغذاء الفاسد أو الملوث، وسائل الحماية منها و التعويض عنها، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.

-حسن عبد الباسط جميعي، الحماية الخاصة لرضا المستهلك في عقود الاستهلاك، دار النهضة ، القاهرة 1998.

-حلو أبو الحلو، شرح القانون التجاري في الجزائر، بدون طبعة، مطبعة جريدة الوحدة، الجزائر، 1987.

-سعيد سعد عبد السلام، الالتزام بالإفصاح في العقود، بدون طبعة، دار النهضة القاهرة، 2000.

-سمير جميل حسين الفتلاوي، العقود التجارية الجزائرية، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1987.

-عبدالحكيم عبد اللطيف القوني، حسن النية وأثره في التصرفات، بدون دار نشر، القاهرة 2004.

-عبد الرزاق أحمد السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني، نظرية الالتزام بوجه عام، مصادر الالتزام، المجلد الأول "العقد"، دار النهضة العربية 1981.

-عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في حقوق الملكية الفكرية وحماية المستهلك في عقد التجارة الالكترونية، العلامات التجارية حماية المستهلك من الغش التجاري و التقليد، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.

-عبد الله حسين علي محمود، حماية المستهلك من الغش الصناعي والتجاري، دراسة مقارنة بين دولة الإمارات العربية المتحدة و الدول الأجنبية، الطبعة الثانية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002.

-عبد المنعم موسى إبراهيم، حماية المستهلك، دراسة مقارنة، منشورات حلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2007.

-علي بولحية بن بوخميس، القواعد العامة لحماية المستهلك و المسؤولية المترتبة عنها في التشريع الجزائري، بدون طبعة، دار الهدى للطباعة، الجزائر، 2000.

-علي جابر محجوب، ضمان سلامة المستهلك من أضرار المنتجات الصناعية المعيبة دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، دون سنة نشر.

-علي سيد حسن، الالتزام بالسلامة في عقد البيع في القانونين المصري و المغربي، دراسة مقارنة، دار الفكر العربي، 1986.

-علي علي سليمان، دراسات في المسؤولية المدنية في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1989.

- علي علي سليمان،النظرية العامة للالتزام،مصادر الالتزام في القانون المدني الجزائري ،الطبعة الثامنة ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر،2008.

-علي فيلالي، الالتزامات "الفعل المستحق للتعويض"، الطبعة الثانية، موفم للنشر، الجزائر، 2007.

الالتزامات، النظرية العامة للعقد، بدون طبعة، موفم للنشر، الجزائر، 2008.

-عمر محمد عبد الباقي، الحماية العقدية للمستهلك، بدون ذكر الطبعة، منشأة المعارف، الإسكندرية، 2004.

-غسان رباح، قانون حماية المستهلك الجديد، الطبعة الأولى، منشورات زين الحقوقية، بيروت، 2006.

-قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج، دراسة مقارنة بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007

-محمد إبراهيم الدسوقي، الجوانب القانونية في إدارة المفاوضات و إبرام العقود، دون دار نشر الرياض، 1995

-محمد السيد عمران، حماية المستهلك أثناء تكوين العقد، منشأة المعارف بدون سنة نشر.

-محمد شريف كتو، قانون المنافسة و الممارسات التجارية وفقا للأمر 03-03 و القانون 04-02، بدون طبعة، دار بغدادي للطباعة و النشر والتوزيع، الجزائر، 2010.

-محمد بودالي :

* حماية المستهلك في القانون المقارن، دراسة مقارنة مع القانون الفرنسي الجزائري، دار الكتاب الحديث، 2006.

*الشروط التعسفية في العقود في القانون الجزائري، دراسة مقارنة مع قوانين فرنسا و ألمانيا ومصر، بدون طبعة، دار هومة، الجزائر، 2007.

-محمد حسنين، عقد البيع في القانون المدني الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1983.

-محمود جمال الدين زكي، مشكلات المسؤولية المدنية، الجزء الأول، دون دار نشر، القاهرة، 1987.

-محمد شكري سرور، مسؤولية المنتج عن الأضرار التي تسببها منتجاته الخطرة، دار الفكر العربي ، القاهرة، 1983.

-محمد صبري السعدي، شرح القانون المدني الجزائري، النظرية العامة للالتزامات، العقد والإرادة المنفردة الطبعة الثانية، دار الهدى، 2004.

-محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية، دراسة مقارنة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الأردن، 2008.

-محمد لبيب شنب، دروس في نظرية الالتزام، مصادر الالتزام، دار النهضة العربية، القاهرة، 1988.

-مصطفي رشدي شيحة، الاقتصاد النقدي والمصرفي، بدون طبعة، الدار الجامعية، مصر، 1985.

-مصطفى كمال طه، الوجيز في القانون التجاري، بدون طبعة، دار المعارف، الإسكندرية، 1973.

-ممدوح مبرك، أحكام العلم بالمبيع، بدون طبعة، المكتب الفني، القاهرة، 1999.

-نبيل إبراهيم سعد، نحو قانون خاص بالائتمان (الائتمان بوجه عام، عناصر قانون الائتمان)محاولة لتأصيل قانون لفكرة الائتمان، دراسة تحليلية مقارنة، منشأة المعارف، مصر، 1991.

- ناجي الملا صالح(عبد الجبار)، مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود، دار الرسالة للطباعة، طبعة أولى، بغداد، 1975.

-نجوى إبراهيم البدالي، عقد الإيجار التمويلي، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005.

-نزيه المهدي محمد الصادق، الالتزام قبل التعاقد بالإدلاء بالبيانات المتعلقة بالعقد، بدون طبعة، دار النهضة العربية، تاقاهرة، 1982.

-هاني محمد دويدار، النظام القانوني للتأجير التمويلي، الطبعة الثانية، مكتبة و مطبعة الشعاع الفنية الإسكندرية، مصر، 1998.

وفاء حلمي أبو جميل، الالتزام بالتعاون دراسة تحليلية تأصيلية بدون ذكر دار نشر، القاهرة 1988.

2-الرسائل و البحوث الجامعية :

أ-رسائل دكتوراه:

-إسماعيل ثروت فتحي، المسؤولية المدنية للبائع المهني، الصانع و الموزع، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية الحقوق بدون ذكر السنة.

-حامق ذهبية، الالتزام بالإعلام في العقود، رسالة من أجل الحصول على دكتوراه دولة في القانون الخاص، جامعة الجزائر، كلية الحقوق، 2009.

-حمدي أحمد سعد احمد، الالتزام بالإفضاء يالصفة الخطرة للشيء المبيع، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة، 1998.

-فرحات ريموش، الالتزام بالإعلام، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر1، كلية الحقوق، 2012.

-زواوي فريدة، مبدأ نسبية أثر العقد، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 1992.

-محمود جلال حمزة، المسؤولية الناشئة عن الأشياء غير الحية في القانون المدني الجزائري، رسالة دكتوراه، الجزائر، 1981.

ب-بحوث ماجيستير:

-جرعود الياقوت، عقد البيع و حماية المستهلك، في التشريع الجزائري، بحث لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2002.

-حليمي ربيعة،ضمان الإنتاج والخدمات، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير،كلية الحقوق،جامعة الجزائر،2002.

-خواص جويدة ،الضمان القانوني للعيب الخفي و تخلف الصفة في عقد البيع،رسالة ماجيستير،كلية الحقوق جامعة الجزائر،1986.

-زوبيري أرزقي ،حماية المستهلك في ظل المنافسة الحرة،مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في القانون فرع المسؤولية المهنية ،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو ،كلية الحقوق والعلوم السياسية 2011.

-شعباني نوال ، التزام المتدخل بضمان سلامة المستهلك في ضوء قانون حماية المستهلك و قمع الغش ،مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم القانونية،فرع المسؤولية المهنية ،كلية الحقوق ،جامعة تيزي وزو، 2012.

-عجابي عماد ،دور أجهزة الرقابة في حماية المستهلك،مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في الحقوق ،فرع قانون الأعمال ،جامعة الجزائر2009.

-عروبة شافي عرط المعموري ،التنظيم القانوني للمرحلة السابقة على التعاقد،دراسة مقارنة،رسالة ماجيستيرفي القانون المدني كلية القانون ،جامعة بابل،العراق،2008.

-عيسى بخيت نطبيعة عقد اليجار التمويلي و حدوده القانونية ،دراسة مقارنة،مذكرة ماجيستير في الحقوق،كلية الحقوق ،جامعة بومرداس ،2011.

-كهينة قونان ،ضمان السلامة من أضرار المنتجات الخطيرة في القانون الجزائري،دراسة مقارنة بالقانون الفرنسي،مذكرة ماجيستير في العلوم القانونية فرع المسؤولية المهنية،كلية الحقوق،جامعة تيزي وزو،2008.

3-المقالات:

أ- المجلات:

-الغوثي بن ملحة ،المهندس المعماري مستشار و مسؤول،المجلة الجزائرية للعلوم القانونية والاقتصادية

والسياسية،جامعة الجزائر ،كلية الحقوق،عدد2000،02.

-بختة موالك ، الحماية الجنائية للمستهلك في التشريع الجزائري،المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية والسياسية،عدد1999،02.

-بوعزة ديدن،الالتزام بالعلام في عقد البيع ، المجلة الجزائرية للعلوم القانونية و الاقتصادية والسياسية، عدد01 ،2014.

-فتيحة محمد قوراري ،الحماية الجنائية للمستهلك من الإعلانات المضللة ، الحقوق،عدد03،مجلة جامعة الكويت،2009.

-فرج توفيق حسن،أثر حسن النية،على رجوع المشتري بالضمان،مجلة الحقوق،للبحوث القانونية و الاقتصادية،رقم 10،جامعة الإسكندرية، 1970.

-واعمر جبالي ،حماية رضا المستهلك عن طريق الإعلام ،المجلة النقدية للقانون و العلوم السياسية، عدد02،كلية الحقوق،جامعة مولود معمري ،تيزي وزو،2006.

ب-الملتقيات و الأيام الدراسية:

-ربيعة صبايحي ،"حول فعلية أحكام وجراءات حماية المستهلك في القانون الجزائري،الملتقى الوطني حول حماية المستهلك و المنافسة،كلية الحقوق ،جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية،يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.

-زاهية حورية سي يوسف،الالتزام بالإفضاء عنصر من عناصر ضمان السلامة ،الملتقى الوطني لحماية المستهلك و المنافسة،كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية،يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.

-سفيان بن قري ،حدود مشروعية الإعلان التجاري ، الملتقى الوطني لحماية المستهلك و المنافسة، كلية الحقوق، جامعة عبد الرحمان ميرة ،بجاية،يومي 17 و 18 نوفمبر 2009.

4-النصوص القانونية :

أ-نصوص تشريعية:

-القانون رقم 05-10 المؤرخ في 20 يونيو 2005 و المتضمن القانون المدني يعدل و يتمم الأمر 75-58 المؤرخ في 26 سبتمبر1975 المعدل والمتمم الجريدة الرسمية العدد 44،الصادرة في 26 جوان 2005.

-القانون رقم 09-03 المؤرخ في 08 مارس 2009 و المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش ،الجريدة الرسمية العدد 15 لسنة 2009.

-القانون 04-02 المؤرخ في 23 -06-2004 يحدد القواعد المطبقة على الممارسات التجارية ،الجريدة الرسمية،عدد41 الصادرة في 27-06-2004 المعدل و متمم بموجب القانون رقم10-06 المؤرخ في 15-08-2010،جريدة رسمية ،عدد 46 ،الصادرة في 18-08-2010.

-القانون رقم 91-05 المؤرخ في 16-10 -1991 و المتعلق بتعميم باستعمال اللغة العربية،الجريدة الرسمية العدد 04 الصادرة في 15 يناير 1997.

-الأمر رقم 75 -59 المؤرخ في 26-09-1975 يتضمن القانون التجاري المعدل و المتمم،جريدة رسمية،عدد101 الصادرة في 19-09-1975 .

-الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26-08-2003 المتعلق بالنقد و القرض ،جريدة رسمية عدد52، الصادرة في 27-08-2003.

-الأمر 96 -09 المؤرخ في 10-01-1996 المتعلق بالاعتماد الإيجاري ،عدد 03 الصادرة في 14 يناير1996.

-قانون رقم 12 -06 المؤرخ في 12-01-2012 المتعلق بالجمعيات،جريدة رسمية،عدد02 الصادرة في 15-01-2012.

-الأمر 03-03 المؤرخ في 19 يوليو 2003 يتعلق بالمنافسة ،الجريدة الرسمية،عدد43 .المعدل و المتمم بقانون 08-12 المؤرخ في 25يونيو 2008،جريدة رسمية عدد36 ،معدل ومتمم بالقانون رقم 10-05.

-الأمر رقم 66-165 المؤرخ قي 08 يونيو 1966 يتضمن قانون العقوبات المعدل و المتمم .

ب-نصوص تنظيمية :

-المرسوم التنفيذي رقم 06-90 المؤرخ في 26فيبراير 2006 الذي يحدد كيفية إشهار عمليات الاعتماد الإيجاري للأصول المنقولة ،جريد رسمية ،عدد 10 لسنة 2006.

-المرسوم التنفيذي رقم 06-91 المؤرخ في 20فيبراير 2006 الذي يحدد كيفيات إشهار عمليات الإعتماد الإيجاري للأصول غير المنقولة ،جريدة رسمية عدد10 ،لسنة 2006

-المرسوم التنفيذي رقم 06-306 المؤرخ في 10-09-2006 المحدد للعناصر الأساسية للعقود المبرمة بين الأعوان الاقتصاديين و البنود التي تعتبر تعسفية ،جريدة رسمية عدد 56 الصادرة في 11-09-2006.

-المرسوم التنفيذي رقم 90 -366 المتعلق بوسم المنتوجات المنزلية غير الغذائية و عرضها .

-المرسوم التنفيذي رقم 90-367 المؤرخ في 10-11-1990 ،المتعلق بوسم السلع الغذائية وعرضها المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 05-484 مؤرخ في 22 -12-2005 ،الجريدة الرسمية بتاريخ 25-12-2005 العدد 83 .

-المرسوم التنفيذي رقم 90-39 المؤرخ في 30يناير 1990 ،المتعلق برقابة الجودة و قمع الغش ،المعدل و المتمم بالمرسوم التنفيذي رقم 01-315 المؤرخ في 16-10-2001 الجريدة الرسمية 21-10-2001،العدد61.

-المرسوم التنفيذي رقم 97-37 المؤرخ في 14يناير1997 يحدد شروط وكيفيات صناعة مواد

التجميل و التنظيف البدني و توضيبها و استيرادها و تسويقها في السوق الوطنية ،جريدة رسمية عدد04 الصادرة في 15يناير 1997.

ج-القرارات :

-قرار المحكمة العليا الصادر بتاريخ 21-07-1999 ملف رقم 202940،منشورة في المجلة القضائية لسنة 2000 ن العدد02.

-قرار المحكمة العليا،الغرفة المدنية،الصادر بتاريخ 23-04-2008 رقم 406468 منشور في مجلة المحكمة العليا،العدد الأول،2006.

ثانيا -باللغة الفرنسية

الكتب باللغة الأجنبية:

-Gulsen yildrim,Droit des affaires:relations de l'entreprise commercial ,Paris,France2003.

-Ghestin(J),la formation du contrat,4 edition ,L.G.D.J,1996.

-Maurice teillac,le control technique de la qualité economica,paris 1972.

-yves Guyon,Droit des affaires,Droit commercial général et sociétés,tom1,12edition,delta,Paris2003

THESES :

-Boyer (y) ,l'obligation de renseignements dans la formationde contrat,marseille ,1977.

-Fabre –Magnan(m),essai d'un théorie del'obligation d'information Dans les contrats,paris,1991.

الفهرس

المحتوى	الصفحة
مقدمة	أ
الفصل الأول: الالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة و تطبيقاته في العقود التجارية	
المبحث الأول: نطاق الالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة وجزاء الإخلال به.....	05
المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام العام وفق القواعد العامة.....	05
الفرع الأول: جهل الدائن للمعلومات العقدية المطلوبة والاعتبارات التي تبرر ذلك ..	06
الفرع الثاني: علم المدين بالمعلومات الواجب الإفضاء بها	15
المطلب الثاني: جزاء الإخلال بالالتزام بالإعلام وفق القواعد العامة.....	25
الفرع الأول: إبطال العقد على أساس عيوب الرضا	25
الفرع الثاني: المسؤولية المدنية	30
المبحث الثاني: تطبيقات الالتزام بالإعلام في بعض العقود التجارية	39
المطلب الأول: تطبيقات الالتزام بالإعلام في عقد الاعتماد الإيجاري.....	40
الفرع الأول: تعريف عقد الاعتماد الإيجاري وصوره	40
الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في عقد الاعتماد الإيجاري	42
المطلب الثاني: تطبيقات الالتزام بالإعلام في عقد الوكالة التجارية.....	44
الفرع الأول: تعريف عقد الوكالة التجارية وخصائصه.....	44
الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام في عقد الوكالة التجارية.....	**45**
الفصل الثاني: الالتزام الخاص بالإعلام في عقد البيع التجاري	
المبحث الأول: الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك و قمع الغش.....	48
المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.....	48
الفرع الأول: من حيث أشخاصه.....	48

الفرع الثاني: من حيث موضوعه	53
المطلب الثاني: أحكام الالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش	60
الفرع الأول: يجب تقديم معلومات كاملة	60
الفرع الثاني: يجب تقديم معلومات صادقة.....	62
الفرع الثالث: يجب تقديم معلومات واضحة	64
المطلب الثالث: عقوبة الإخلال بالالتزام بالإعلام في قانون حماية المستهلك وقمع الغش.....	66
الفرع الأول: عقوبة مخالفة وسم المنتوج المقترنة بالغش والمخادعة	67
الفرع الثاني: عقوبة المخالفة السلبية لقواعد وسم المنتوج	70
المبحث الثاني: الالتزام بالإعلام في ظل القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية	72
المطلب الأول: نطاق الالتزام بالإعلام في ظل القانون المحدد للقواعد المطبق على الممارسات التجارية	73
الفرع الأول: من حيث أشخاصه.....	73
الفرع الثاني: ممن حيث موضوعه.....	74
المطلب الثاني: أنواع الالتزام بالإعلام في ظل القانون المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية	75
الفرع الأول: الالتزام بالإعلام بالأسعار والتعريفات	76
الفرع الثاني: الالتزام بالإعلام بشروط البيع	80
الخاتمة	89
قائمة المراجع	92
الفهرس.....	102
الملخص.....	

ملخص:

لقد كان للقضاء في فرنسا فضل اكتشاف الالتزام بالإعلام استنادا إلى بعض النصوص العامة الواردة في القانون المدني.

وكما أن الفقه سجل التزام بعدم غش أحد المتعاقدين للمتعاقد الآخر، والذي تمليه اعتبارات ضمان الأمانة والنزاهة في المعاملات ،فإنه سجل وجود التزام بالإعلام يهدف إلى ضمان رضا سليم لدى المتعاقد الآخر ،استخلصه من خلال أحكام المحاكم مما أدى إلى ميلاد التزام عام بالإعلام في مرحلة تكوين العقد قبل من لا يستطيع الاستعلام وكان من الطبيعي أن يقع هذا الالتزام على عاتق المحترفين في علاقاتهم مع المستهلكين، وبذلك وقع على بعض العقود التجارية التي تقوم أساسا على فكرة التعاون إما بسبب الثقة التي يسود فيها العقد التجاري كعقد الوكالة التجارية، أو بسبب استمرارية العلاقة العقدية بين أطراف العقد مثل عقد الاعتماد الإيجاري وبذلك يشكل الالتزام بالإعلام إحدى مكونات التوازن العقدي، وإضافة إلى الالتزام العام بالإعلام، كان لابد من فرض التزامات خاصة بالإعلام بمقتضى القوانين واللوائح تتعلق ببعض البيانات الإلزامية، مقترنة بجزاءات صارمة تهدف إلى ضمان أكبر قدر ممكن من الدقة في الإعلام المقدم وهذا ما نجده في عقود الاستهلاك بمقتضى القانون 09-03 المتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش والقانون 04-02 المحدد للقواعد المطبقة على الممارسات التجارية (المعدل والمتمم).

فيجب الاعتراف بأن حق المستهلك في الإعلام أصبح إحدى الركائز الأساسية لكل سياسة توضع للدفاع عن المستهلكين فهو بوجه عام أداة قانونية لحماية إرادة المتعاقد الضعيف .كما من شانه أن يعالج الاختلال في التوازن في العلاقات بين المحترفين والمستهلكين.

résumé:

En France la justice avait la faveur de découvrir l'engagement de l'information En se basant sur quelque textes généraux parvenus dans le code civil.
Comme la jurisprudence s'engage que l'un des contrat en ne peut pas tricher l'autre cela l'indique des considérations du garanti de la probité et l'honnêteté dans les transactions, on marque un respect de l'information qui vise à garantir la confiance de l'autre contractant . il on la conclu des jugements des tribunaux .ce qui a mené a la naissance du respect général de l'information dans la phase de la création du contrat .

il était tons a fait naturel que les professionnels le prennent en charge dans leurs relations avec les consommateurs ,il est produit sur quelques contrat commerciales qui se base sur l'idée de coopération ,a cause de la confiance ou se que contrat commercial comme le contrat de l'agence commerciale ou à cause de la continuité de la relation constrictrice entre les membres du contrat pareil au contrat le confiance de location et par celui-ci il forme l'engagement par information l'une des formés , D équilibre de contrat en plus , de l'engagement général par information, il est nécessaire à devoir des engagements réservé l'information par exigé les règles et les tableaux parlant à quelque les graphes obligatoires relies par des pénalités sévères qui garanti le plus possible ,de précision dans l'information proposé ce qu'on trouve dans les contrats de consommation.

En application ,de loi 03-09 par long ,de la protection , des consommateurs et répression du fraude et la lois 02-04 qui défini les bases appliquées ce les activités

Commerciales (rectifies –et continue) il faut connaitre que le consommateur à le droit à l'information est devenu l'une de pilier fondamentales à chaque politique mise a la défonce de consommateur.

Il est en général un moyen juridique a fin de protéger le consommateur faible.

Il soigne aussi le détraquement l'équilibre entre les relations entre les professionnels et les consommateurs.